



คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

ไตรมาสที่ 1 / 2566



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ

- รายได้จากการขายและบริการ เท่ากับ 207.0 ล้านบาท (+22.5% YoY, -38.5% QoQ)
- EBITDA เท่ากับ 53.6 ล้านบาท (+95.9% YoY, -32.0% QoQ)
- กำไรสุทธิ เท่ากับ 40.8 ล้านบาท (+111.8% YoY, -33.2% QoQ)

| ผลการดำเนินงานทางการเงินที่สำคัญ (ล้านบาท) | Q1 2566 | % | Q1 2565 | % | %YoY | Q4 2565 | % | %QoQ |
|---|---------|--------|---------|--------|-------|---------|--------|--------|
| รายได้จากการขายสินค้าและบริการ | 207.0 | 100.0 | 169.0 | 100.0 | 22.5 | 336.5 | 100.0 | (38.5) |
| ต้นทุนขาย | (98.7) | (47.7) | (80.4) | (47.6) | 22.7 | (161.2) | (47.9) | (38.8) |
| กำไรขั้นต้น | 108.3 | 52.3 | 88.6 | 52.4 | 22.3 | 175.3 | 52.1 | (38.2) |
| EBITDA | 53.6 | 25.9 | 27.4 | 16.2 | 95.9 | 78.9 | 23.4 | (32.0) |
| กำไรสุทธิ | 40.8 | 19.7 | 19.3 | 11.4 | 111.8 | 61.1 | 18.1 | (33.2) |
| กำไรสุทธิต่อหุ้น | 0.04 | | 0.03 | | | 0.07 | | |

บทสรุปของผู้บริหาร

- ในไตรมาส 1/2566 บริษัทมีรายได้จากการขายและบริการ เท่ากับ 207.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 22.5% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แต่ลดลง 38.5% จากไตรมาสก่อนหน้า โดยมีรายละเอียดดังนี้
 - รายได้จากการขายในประเทศรวมยอดขายสเปร์ย์พ่นจุ่มเติบโตเพิ่มขึ้น 58% จากปีก่อน โดยเป็นการเติบโตจากธุรกิจหลักเพิ่มขึ้น 10% จากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่ปรับตัวดีขึ้นทั้งในช่องทางร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store) และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Hyper Market) จากการเพิ่มสินค้าใหม่ (NPDs) และการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางการตลาดในประเทศทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ส่วนยอดขายสเปร์ย์พ่นจุ่มเพิ่มขึ้น 100% เนื่องจากไตรมาส 1/2565 ยังไม่มียอดขาย
 - รายได้จากต่างประเทศเติบโตลดลง 77% เนื่องจากยอดขายจากการส่งออกไปยังอินโดนีเซียและเวียดนามลดลง โดยบริษัทอยู่ระหว่างการวางแผนออกผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อสร้างความแตกต่างในตลาดที่มีการแข่งขันรุนแรงในปัจจุบัน
 - รายได้รวมลดลง 38.5% จากไตรมาส 4/2565 ทั้งจากธุรกิจหลักและสเปร์ย์พ่นจุ่ม
- บริษัทมี EBITDA 53.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 95.9% จากปีก่อนหน้า แต่ลดลง 32.0% จากไตรมาสก่อนหน้า กำไรสุทธิเท่ากับ 40.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 111.8% จากปีก่อนหน้า แต่ลดลง 33.2% จากไตรมาสก่อน โดยอัตรากำไรสุทธิของบริษัทในไตรมาสนี้อยู่ที่ 19.7% เพิ่มขึ้นจาก 11.4% ในปีก่อนหน้า และเพิ่มขึ้นจาก 18.1% ในไตรมาสก่อนหน้า จากการการออกสินค้าใหม่ รวมถึงการบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ในไตรมาส 1/2566 บริษัทได้รับชำระเงินบางส่วนจากยอดลูกหนี้ค่าบริการในประเทศอินโดนีเซียที่ได้มีการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ 100% ไปแล้วในปี 2565 จำนวน 8 ล้านบาท

- ทิศทางและแผนการดำเนินธุรกิจในปี 2566 จากสัญญาณการฟื้นตัวของตลาดตั้งแต่ครึ่งปีหลังของปี 2565 ที่ผ่านมาและยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องในปี 2566 บริษัทจึงตั้งเป้าหมายและวางกลยุทธ์เพื่อเร่งการเติบโตอย่างแข็งแกร่ง โดยเน้นการสร้าง Portfolio ของสินค้าให้มีความหลากหลายพร้อมกับการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ โดยกลยุทธ์หลักสำหรับปี 2566 มีดังนี้
 - ผลักดันให้สินค้าของบริษัทเป็น **Top of Mind Brand** ผ่านการโฆษณาและการตลาด ควบคู่ไปกับการพัฒนานวัตกรรมของสินค้าให้ตอบโจทย์ผู้บริโภค เห็นผลลัพธ์หลังการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าสนใจมากยิ่งขึ้น โดยในปีนี้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้แบรนด์ **Rojukiss** จะยกระดับนวัตกรรมสู่ **Clinical Grade** ซึ่งมีการทดสอบสินค้าก่อนออกจำหน่ายให้มั่นใจในด้านประสิทธิภาพและผลลัพธ์ที่ดีหลังทดลองใช้
 - ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางภายใต้แบรนด์ **Sis2Sis** จากเดิมที่ผลิตภัณฑ์อยู่ในรูปแบบซองและจัดจำหน่ายในช่องทางร้านสะดวกซื้อเป็นหลัก ในปีนี้ บริษัทมีแผนที่จะพัฒนาสินค้าใหม่ที่เป็น **Full-size** เพื่อขยายเข้าไปในช่องทางอื่นและเพิ่มพื้นที่ในร้านค้าต่างๆ ให้เห็นสินค้าได้ชัดเจนและหาซื้อง่ายมากขึ้นด้วย
 - ขยายช่องทางในการขายทั้ง **Offline** และ **Online** นอกจากการเพิ่มการเติบโตด้วยการออกผลิตภัณฑ์ใหม่หลายรายการแล้ว บริษัทวางแผนที่จะเพิ่มพื้นที่ในการวางสินค้าในร้านค้าต่างๆ ให้สามารถเข้าถึงได้และเห็นได้อย่างชัดเจน โดดเด่นมากขึ้น นอกจากนี้ ยังพัฒนาช่องทางออนไลน์ให้แข็งแกร่งมากขึ้นทั้งแพลตฟอร์ม **Social Commerce** และ **Market Place** ด้วย
 - สร้างการเติบโตในตลาดต่างประเทศ โดยการวางแผนกลยุทธ์และกำหนด **Business Model** ที่เหมาะสมในการเร่งการเติบโตและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในตลาดอินโดนีเซียและเวียดนาม รวมถึงการพิจารณาโอกาสในตลาดใหม่ๆ ที่สามารถขยายเพิ่มเติมควบคู่ไปกับแผนการตลาดที่ใช้ฟรีเซนต์อร์ที่เป็นที่รู้จักและนิยมทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศด้วย
 - ปรับแผนกลยุทธ์สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพให้เหมาะสมตามสถานการณ์ โดยในปัจจุบันแม้ความรุนแรงของการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโควิด-19 จะลดลงแต่ยังมีการติดเชื้ออย่างต่อเนื่อง ดังนั้น บริษัทจึงมีความยืดหยุ่นในการปรับแผนกลยุทธ์ตลอดเวลาเพื่อให้เหมาะสมตามสถานการณ์

สรุปผลการดำเนินงาน

ตาราง 1 : งบกำไรขาดทุนรวม

(หน่วย : ล้านบาท)

| งบกำไรขาดทุนรวม | Q1 2566 | % | Q1 2565 | % | %YoY | Q4 2565 | % | %QoQ |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| รายได้จากการขายสินค้าและบริการ | 207.0 | 100.0 | 169.0 | 100.0 | 22.5 | 336.5 | 100.0 | (38.5) |
| ต้นทุนขาย | (98.7) | (47.7) | (80.4) | (47.6) | 22.7 | (161.2) | (47.9) | (38.8) |
| กำไรขั้นต้น | 108.3 | 52.3 | 88.6 | 52.4 | 22.3 | 175.3 | 52.1 | (38.2) |
| รายได้อื่น | 0.1 | 0.1 | 3.5 | 2.1 | (96.2) | 2.3 | 0.7 | (94.1) |
| ค่าใช้จ่ายในการขาย | (37.6) | (18.2) | (32.6) | (19.3) | 15.2 | (55.1) | (16.4) | (31.8) |
| ค่าใช้จ่ายในการบริหาร | (18.2) | (8.8) | (33.0) | (19.5) | (44.8) | (45.7) | (13.6) | (60.2) |
| กำไร(ขาดทุน)จากอัตราแลกเปลี่ยน | (1.5) | (0.7) | - | - | - | (0.4) | (0.1) | 262.7 |
| ส่วนแบ่งขาดทุนจากกิจการร่วมค้า | - | - | (2.1) | (1.3) | (100.0) | - | - | - |
| รวมค่าใช้จ่ายและรายได้อื่น | (57.2) | (27.6) | (64.2) | (38.0) | (11.0) | (99.0) | (29.4) | (42.3) |
| กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและ | 51.2 | 24.7 | 24.4 | 14.4 | 110.0 | 76.3 | 22.7 | (32.9) |
| ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ | (0.7) | (0.4) | (0.3) | (0.1) | 191.4 | (0.5) | (0.2) | 42.3 |
| กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ | 50.4 | 24.4 | 24.1 | 14.3 | 109.1 | 75.8 | 22.5 | (33.4) |
| ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ | (9.6) | (4.7) | (4.9) | (2.9) | 98.5 | (14.7) | (4.4) | (34.3) |
| กำไรสุทธิ | 40.8 | 19.7 | 19.3 | 11.4 | 111.8 | 61.1 | 18.1 | (33.2) |

สำหรับไตรมาสที่ 1/2566 บริษัทได้ดำเนินการตามแผนกลยุทธ์ในการลงทุนทำการตลาดเพื่อสร้าง Brand Awareness ให้กับแบรนด์ Rojukiss นำโดยผลิตภัณฑ์บำรุงผิว Rojukiss Face Eye Neck Cream, ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า Rojukiss Serum Cleanser ทั้ง 4 สูตร, ผลิตภัณฑ์กันแดด Rojukiss Thermal Spring Water UV Serum และผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแบรนด์ Sis2Sis ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และออฟไลน์อย่างเต็มรูปแบบโดยเฉพาะช่วงปลายไตรมาส 1/2566 ประกอบกับการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้คอนเซ็ปต์ Clinical Grade สำหรับแบรนด์ Rojukiss ช่วยผลักดันให้ยอดขายมีการเติบโต โดยรายได้จากการขายสินค้าและบริการในไตรมาสที่ 1/2566 เท่ากับ 207.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 22.5% จากไตรมาสเดียวกันของปีที่แล้วจากการเติบโตของตลาดในประเทศและบางส่วนจากยอดขายสเปรย์พ่นจมูก ขณะที่เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสก่อน รายได้ลดลง 38.5% ซึ่งเป็นผลจากปัจจัยตามฤดูกาลของสินค้า (Seasonal Effect) และการชะลอตัวของยอดขายสเปรย์พ่นจมูกและยอดขายในตลาดต่างประเทศ

ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

สำหรับไตรมาส 1/2566 อัตรากำไรขั้นต้นคิดเป็น 52.3% (ไตรมาส 1/2565: 52.4% และไตรมาส 4/2565: 52.1%) โดยอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ในระดับใกล้เคียงเดิม

ค่าใช้จ่ายในการขาย

ค่าใช้จ่ายในการขายสำหรับไตรมาสที่ 1/2566 เท่ากับ 37.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 15.2% จากปีก่อน แต่ลดลง 31.8% จากไตรมาสก่อน โดยบริษัทได้เริ่มการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างเต็มรูปแบบในช่วงปลายไตรมาส 1/2566 อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงแผนที่จะลงทุนด้านการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องในไตรมาสที่ 2/2566 และในไตรมาสที่ 3/2566

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ในไตรมาส 1/2566 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารเท่ากับ 18.2 ล้านบาท ลดลง 14.8 ล้านบาทจากปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการได้รับชำระเงินบางส่วนจากยอดลูกหนี้ค่าบริการให้คำปรึกษาในการขายและการตลาดสำหรับแบรนด์ Sis2Sis ในประเทศอินโดนีเซียจำนวนประมาณ 8 ล้านบาท โดยลูกหนี้ดังกล่าวได้มีการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญในไตรมาส 1/2565 ประมาณ 7 ล้านบาท และตั้งครบเต็มจำนวนในไตรมาส 3/2565 และหากเปรียบเทียบกับไตรมาส 4/2565 ค่าใช้จ่ายในการบริหารลดลง 27.5 ล้านบาท นอกจากการได้รับชำระหนี้ดังกล่าวข้างต้นแล้ว บริษัทยังมีค่าใช้จ่ายในการบริหารลดลงทั้งจากบริษัทใหญ่และบริษัทย่อย เช่น ค่าที่ปรึกษากฎหมายและค่าที่ปรึกษาอื่น เป็นต้น

กำไรสุทธิ

กำไรสุทธิสำหรับไตรมาส 1/2566 เท่ากับ 40.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 111.8% ในส่วนของอัตรากำไรสุทธิของไตรมาสนี้อยู่ที่ 19.7% เพิ่มขึ้นจาก 11.4% ในปีก่อนหน้า และเพิ่มขึ้นจาก 18.1% ในไตรมาสก่อน โดยกำไรสุทธิที่เพิ่มขึ้นเกิดจากผลการดำเนินงานทั้งในส่วนของการขายที่เติบโต และการรักษาระดับการทำกำไรขั้นต้น ขณะที่กำไรสุทธิลดลงจากไตรมาสก่อนหน้า 33.2% จากยอดขายที่มีการปรับตัวลดลงจากปัจจัยตามฤดูกาลของสินค้าและการชะลอตัวของยอดขายสเปรย์พ่นจมูกและยอดขายในตลาดต่างประเทศ รวมถึงหนี้สูญได้รับคืนบางส่วนจำนวนเงิน 8 ล้านบาท และการลดลงของค่าใช้จ่ายในการบริหารตามที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น

ฐานะทางการเงิน

สินทรัพย์รวม

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2566 บริษัทมีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 1,330.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 33.2 ล้านบาทจากสิ้นปีก่อน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น 67.5 ล้านบาทจากการดำเนินงาน
- สินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น 25.6 ล้านบาท จากการส่งผลิตภัณฑ์ใหม่ตามรอบการขายปกติ
- ขณะที่ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น และสินทรัพย์ที่เกิดจากสัญญาลดลงรวม 65.2 ล้านบาท

หนี้สินรวม

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2566 บริษัทมีหนี้สินรวม 270.1 ล้านบาท ลดลง 8.4 ล้านบาทจากสิ้นปีก่อน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นลดลง 43.6 ล้านบาทจากการชำระเงินตามรอบการจ่ายเงินปกติ
- ทรัสต์รีซีทเพิ่มขึ้น 26.9 ล้านบาทจากการชำระเงินให้ลูกค้า

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2566 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้น 41.6 ล้านบาท จากกำไรสะสมที่เพิ่มขึ้น