

AFTER YOU

EST. 2007
Bangkok




บริษัท ออฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

(MD&A)

Q2/2562


บทสรุปผู้บริหาร

| สรุปผลการดำเนินงานในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 | Q2/61 | Q2/62 | เปลี่ยนแปลง + / (-) | 1H/61 | 1H/62 | เปลี่ยนแปลง + / (-) |
|---------------------------------------------|-------|-------|------------------------|-------|-------|------------------------|
| (ล้านบาท) | | | YoY | | | 1H |
| รายได้จากการขาย | 206 | 312 | 51% | 405 | 599 | 48% |
| กำไรขั้นต้น | 138 | 201 | 46% | 273 | 389 | 42% |
| EBITDA | 49 | 95 | 94% | 99 | 186 | 88% |
| กำไรสุทธิของกลุ่มบริษัทฯ | 29 | 63 | 117% | 60 | 123 | 105% |
| อัตรากำไรขั้นต้น (%) | 67.0% | 64.4% | (2.6%) | 67.4% | 64.9% | (2.5%) |
| EBITDA margin (%) | 23.2% | 30.2% | 7.0% | 24.1% | 30.7% | 6.6% |
| อัตรากำไรสุทธิ (%) | 13.9% | 20.0% | 6.1% | 14.6% | 20.3% | 5.7% |
| จำนวนสาขาที่เปิดดำเนินการ ณ วันที่ 30 มิ.ย. | 30 | 38 | 27% | 30 | 38 | 27% |


สรุปผลประกอบการสำคัญในไตรมาสที่ 2 ปี 2562
รายได้

- บริษัท ออฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) มีรายได้จากการขายเท่ากับ 312 ล้านบาทในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 และ 599 ล้านบาทในงวด 6 เดือนแรก ปี 2562 ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 51 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2561 และร้อยละ 48 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2561 ตามลำดับ
- การปรับตัวเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายของบริษัทฯ มีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากร้านขนมหวาน ซึ่งเป็นผลมาจากการเพิ่มสาขาใหม่จำนวน 8 สาขาจากไตรมาสที่ 2 ปี 2561 และการเพิ่มขึ้นของการเติบโตของยอดขายของสาขาเดิม (same store sales growth)

กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

- กำไรขั้นต้นของบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 และในงวด 6 เดือนแรก ปี 2562 มีมูลค่า 201 ล้านบาท และ 389 ล้านบาทตามลำดับ ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 46 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2561 และร้อยละ 42 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2561 สอดคล้องกับยอดขายที่เพิ่มขึ้น
- อย่างไรก็ตาม อัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 ปรับตัวลดลงร้อยละ 2.6 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2561 และในงวด 6 เดือนแรก ปี 2562 ปรับตัวลดลงร้อยละ 2.5 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2561
- การปรับตัวลดลงของอัตรากำไรขั้นต้นมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของยอดขายสินค้าซื้อกลับบ้านและการรับจ้างผลิต ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำกว่าสินค้าปรุงสดที่เสิร์ฟในสาขา

EBITDA และ EBITDA margin

- EBITDA ของบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 และในงวด 6 เดือนแรก ปี 2562 มีมูลค่า 95 ล้านบาท และ 186 ล้านบาทตามลำดับ ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 94 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2561 และร้อยละ 88 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2561
- EBITDA margin ในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2561 และในงวด 6 เดือนแรก ปี 2562 ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.6 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2561
- การปรับตัวเพิ่มขึ้นของ EBITDA margin มีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากร้านขนมหวานและการควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่ดีขึ้น

กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

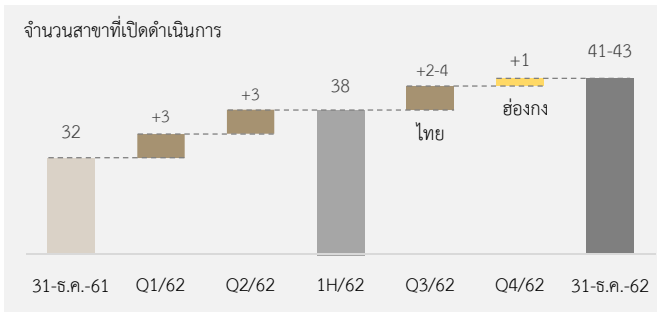
- กำไรสุทธิของบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 และในงวด 6 เดือนแรก ปี 2562 มีมูลค่า 63 ล้านบาท และ 123 ล้านบาทตามลำดับ ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 117 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2561 และร้อยละ 105 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2561 ตามลำดับ สอดคล้องกับรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้นและการควบคุมค่าใช้จ่ายที่ดีขึ้น ซึ่งทำให้มีกำไรต่อสาขาที่เพิ่มขึ้น
- อัตรากำไรสุทธิในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.1 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2561 และในงวด 6 เดือนแรก ปี 2562 ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.7 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2561
- การปรับตัวเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรสุทธิมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขาย ในขณะที่ค่าใช้จ่ายที่สอดคล้องกันเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย



เหตุการณ์สำคัญงวด 6 เดือนแรก ปี 2562

ออฟเตอร์ ยู สามารถดำเนินตามแผนในการขยายสาขาร้านขนมหวานเพิ่ม 6 สาขาภายใน 6 เดือนแรก ปี 2562

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2562 บริษัท ออฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน) มีสาขาร้านขนมหวานให้บริการทั้งหมด 38 สาขาในประเทศไทย ซึ่งเมื่อพิจารณาแผนการขยายสาขาที่จะเปิด 8-10 สาขา ในปี 2562 ทางบริษัทฯ ได้มีการเปิดดำเนินการสาขาไปแล้ว 6 สาขาในงวด 6 เดือนแรก ปี 2562 และมีแผนที่จะเปิดดำเนินการเพิ่มเติมจำนวน 2-4 สาขาในประเทศไทยและอีก 1 สาขาแฟรนไชส์ในฮ่องกงในงวด 6 เดือนหลัง ปี 2562



สาขาที่ได้รับการเปิดทำการในงวด 6 เดือนแรก ปี 2562

1. Iconsiam (กรุงเทพฯ)
2. 101 The Third Place (กรุงเทพฯ)
3. เซ็นทรัลปาดอง (ภูเก็ต)
4. The Market (กรุงเทพฯ)
5. สุขุมวิท 11 (กรุงเทพฯ)
6. เซ็นทรัลลาดใหญ่ (สงขลา)

ออฟเตอร์ ยู ได้มีการเพิ่มจำนวน Pop-up Store เพื่อเข้าถึงฐานลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

เนื่องจากอาหารรูปแบบ Grab-and-Go มีความนิยมมากขึ้นในหมู่คนเมืองทางบริษัทฯ จึงมีการตอบสนองพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของลูกค้า โดยมีการเพิ่มจำนวน Pop-up store อย่างต่อเนื่องในหลายพื้นที่ โดยล่าสุดบริษัทฯ ได้เปิดดำเนินการร้าน Pop-up store ในพื้นที่สถานีรถไฟฟ้ามหานคร (MRT) และได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี โดยสถานที่บริษัทฯ ได้เปิด Pop-up store ได้แก่

- สถานีสวนจตุจักร
- สถานีเพชรบุรี
- สถานีสามย่าน
- สถานีสุขุมวิท

ออฟเตอร์ ยู ได้รับการจัดอันดับให้เป็นหุ้นร้านอาหารที่มีได้มีผลการเติบโตสูงที่สุดในโลกปี 2562

บลูมเบิร์ก (Bloomberg) ได้มีการประกาศให้ ออฟเตอร์ ยู เป็นหุ้นร้านอาหารที่มีผลงานดีที่สุดในโลกในปี 2562 เนื่องจากมีอัตราการเติบโตของราคาหุ้นที่มากถึง 186% ในปี 2562 ซึ่งอัตราการเติบโตราคาหุ้นของทางบริษัทฯ เพิ่มขึ้นเร็วกว่าหุ้นที่มีผลงานดีอันดับรองลงมาอย่าง Haidilao, Chipotle และ Starbucks มากกว่าครึ่ง

ออฟเตอร์ ยู ได้มีการขยายโรงงานและโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการขยายตัวของบริษัทในอนาคต

ในหลายไตรมาสที่ผ่านมา ออฟเตอร์ ยู ได้มีการลงทุนทั้งสิ้นจำนวน 125 ล้านบาท ในการขยายโรงงานการผลิต โดยแบ่งเป็นเงินลงทุนจำนวน 90 ล้านบาทในอาคาร 2 ชั้น ขนาด 4,000 ตารางเมตร และอีก 35 ล้านบาทในระบบปฏิบัติการบริหารโรงงาน ซึ่งการลงทุนในครั้งนี้จะช่วยสนับสนุนการเติบโตของบริษัทฯ และยังช่วยให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สามารถควบคุมต้นทุนและคุณภาพได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อรองรับการส่งออกในอนาคต โดยการขยายโรงงานได้แล้วเสร็จและมีการเริ่มใช้งานในเดือนสิงหาคม 2562 โดยผลกระทบของค่าเสื่อมราคาของโรงงานจะถูกเริ่มรับรู้ในงบการเงินต่อไป

ออฟเตอร์ ยู มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในหมวด To-Go อย่างต่อเนื่อง



บริษัทฯ ได้มีออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในหมวด To-Go อย่างต่อเนื่อง จากการทำวิจัยและพัฒนา (R&D) ของบริษัทฯ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ เคยออกมาแล้วนั้น อาทิเช่น ชานมไข่มุก ชูเฟลชีสเค้ก และเอแคลร์

โดยล่าสุดบริษัทฯ ได้มีการออกผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่มีชื่อว่า "Pancake Mix" ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์วัตถุดิบสำเร็จรูปชิ้นแรกของทางบริษัทฯ ที่ลูกค้าสามารถใช้เป็นวัตถุดิบในการทำแพนเค้กเองที่บ้านได้



ทิศทางการธุรกิจในปี 2562



ความคืบหน้าของการขยายธุรกิจเพื่อเข้าสู่ตลาดฮ่องกง

ออฟเตอร์ ยู มีแผนการเปิดสาขาขนมหวานสาขาแรกของบริษัทฯ ในต่างประเทศ โดยจะเริ่มที่ประเทศฮ่องกง ซึ่งเป็นสาขาที่ทางบริษัทฯ ได้ทำสัญญาแฟรนไชส์กับพันธมิตรธุรกิจจากฮ่องกง โดยในปัจจุบันทางบริษัทฯ ได้ทำการเซ็นสัญญาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และคาดการณ์ว่าสาขาในฮ่องกงจะสามารถเริ่มดำเนินงานก่อนวันคริสต์มาสในไตรมาสที่ 4 ปีนี้

นอกจากนั้น พันธมิตรธุรกิจที่ได้รับคัดเลือกโดยบริษัทฯ จะมีบทบาทสำคัญในการช่วยขยายสาขาอื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ฮ่องกงตามระยะเวลาที่กำหนดในสัญญา รวมทั้งจะสนับสนุนบริษัทฯ ในการขยายธุรกิจอื่น ๆ อย่างต่อเนื่องไปในพื้นที่ของพันธมิตรธุรกิจดังกล่าว

ผลประกอบการบริษัท



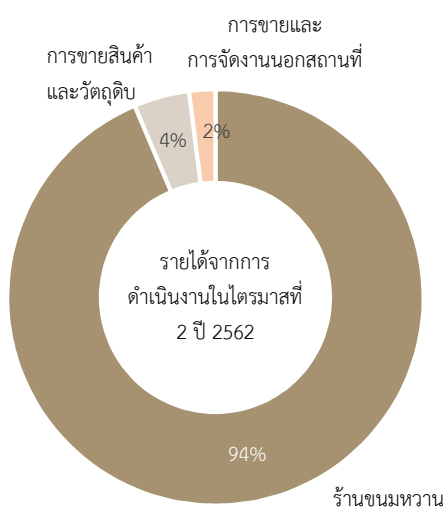
| ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 | Q2/61 | Q2/62 | เปลี่ยนแปลง +/- | 1H/61 | 1H/62 | เปลี่ยนแปลง +/- |
|------------------------------------------------|------------|------------|-----------------|------------|------------|-----------------|
| (ล้านบาท) | | | YoY | | | 1H |
| รายได้จากการขาย | 206 | 312 | 51% | 405 | 599 | 48% |
| ต้นทุนขาย | (68) | (111) | 63% | (132) | (210) | 59% |
| กำไรขั้นต้น | 138 | 201 | 46% | 273 | 389 | 42% |
| รายได้อื่น | 3 | 3 | 0% | 5 | 5 | 0% |
| ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย | (68) | (85) | 25% | (134) | (160) | 19% |
| ค่าใช้จ่ายในการบริหาร | (39) | (41) | 5% | (72) | (82) | 14% |
| กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ | 34 | 78 | 129% | 72 | 152 | 111% |
| ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ | (5) | (15) | 200% | (12) | (29) | 142% |
| กำไรสุทธิของกลุ่มบริษัทฯ | 29 | 63 | 117% | 60 | 123 | 105% |



การวิเคราะห์ห้วงกำไรขาดทุนของบริษัทฯ

1. รายได้:

บริษัท ออฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจจำหน่ายขนมหวานและเบเกอรี่ โดยบริษัทฯ แบ่งธุรกิจออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่



1
ร้านขนมหวาน

- สินค้าปรุงสดขายในสาขา จำนวนทั้งสิ้น 38 สาขา ซึ่งดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อ “ออฟเตอร์ ยู” และ “เมโกรี”
- สินค้าซื้อกลับบ้านที่ขายตามสาขาและการสั่งซื้อผ่านบริการส่งอาหาร (Food delivery services)
- สัดส่วนสินค้าปรุงสดต่อสินค้าซื้อกลับบ้าน คิดเป็นประมาณ ร้อยละ 71 ต่อ ร้อยละ 29

2
การขายสินค้าและวัตถุดิบ

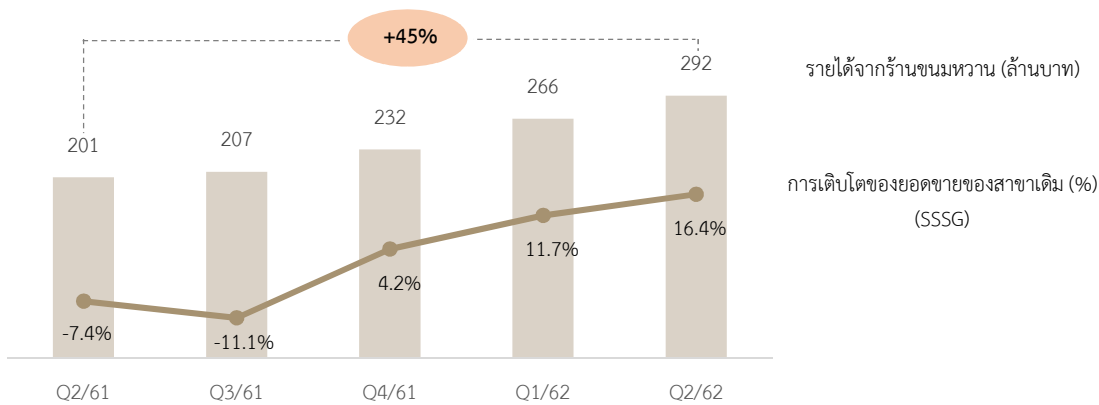
- สินค้าสำเร็จรูปหรือกึ่งสำเร็จรูป โดยสามารถแบ่งได้เป็น
 - สินค้าที่ขายผ่านช่องทางออนไลน์
 - สินค้าที่ขายผ่านสำนักงานใหญ่
 - การรับจ้างผลิตสินค้า

3
การขายและการจัดจําหน่ายนอกร้าน

- การขายและการจัดจําหน่ายนอกร้านที่ เช่น บริการจัดเลี้ยงในงานแต่งงานและงานในโอกาสพิเศษ
- การออกบูธขายสินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ (pop-up store)

| รายได้ | Q2/61 | Q2/62 | เปลี่ยนแปลง + / (-) | 1H/61 | 1H/62 | เปลี่ยนแปลง + / (-) |
|---------------------------------------|------------|------------|------------------------|------------|------------|------------------------|
| (ล้านบาท) | | | YoY | | | 1H |
| รายได้จากร้านขนมหวาน | 201 | 292 | 45% | 397 | 558 | 41% |
| รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ | 1 | 14 | 1,300% | 1 | 30 | 2,900% |
| รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่ | 4 | 6 | 50% | 7 | 11 | 57% |
| รายได้จากการขาย | 206 | 312 | 51% | 405 | 599 | 48% |
| รายได้อื่น | 3 | 3 | 0% | 5 | 5 | 0% |
| รายได้รวม | 209 | 315 | 51% | 410 | 604 | 48% |

| Key Drivers | Q2/61 | Q2/62 | เปลี่ยนแปลง + / (-) | 1H/61 | 1H/62 | เปลี่ยนแปลง + / (-) |
|---------------------------------------------|--------|-------|------------------------|--------|-------|------------------------|
| จำนวนสาขาที่เปิดดำเนินการ ณ วันที่ 30 มิ.ย. | 30 | 38 | 27% | 30 | 38 | 27% |
| การเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (SSSG) | (7.4%) | 16.4% | 23.8% | (6.2%) | 13.7% | 19.9% |



YoY

ไตรมาสที่ 2 ปี 2562 กับไตรมาสที่ 2 ปี 2561

- **รายได้จากร้านขนมหวาน** ในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 มีมูลค่า 292 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 91 ล้านบาท หรือร้อยละ 45 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2561 เนื่องจากสาขาที่เพิ่มขึ้น 8 สาขาเมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 2561 ประกอบกับการเติบโตของยอดขายของสาขาเดิมที่เพิ่มขึ้น ซึ่งมาจากการเพิ่มขึ้นของยอดขายสินค้าซื้อกลับบ้านจากสาขา การออกเมนูใหม่ และการออกเมนูตามเทศกาล
- **รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ** ในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 มีมูลค่า 14 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 13 ล้านบาท หรือร้อยละ 1,300 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2561 เนื่องจากมียอดขายจากลูกค้ารับจ้างผลิตรายใหญ่ที่เพิ่มขึ้น
- **รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่** ในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 มีมูลค่า 6 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 2 ล้านบาท หรือร้อยละ 50 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2561 เนื่องจากบริษัทฯ มีการขยายทีมงานในการดูแลการขายและการจัดงานนอกสถานที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้มีการสร้างรายได้จากการออกบูธที่เพิ่มขึ้น

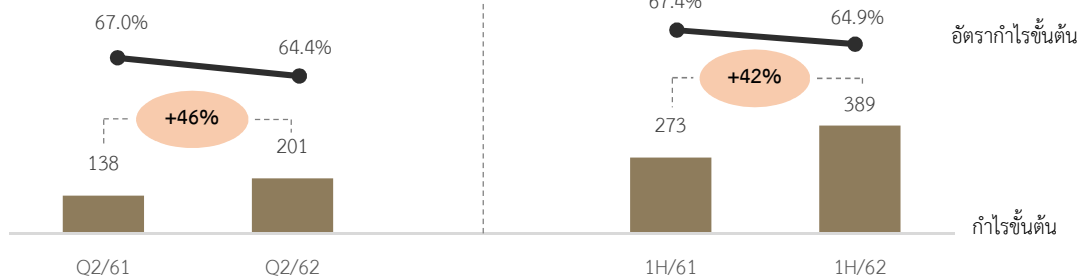
1H

งวด 6 เดือนแรก ปี 2562 กับงวด 6 เดือนแรก ปี 2561

- งวด 6 เดือนแรก ปี 2562 บริษัทฯ มี**รายได้จากการขาย**เท่ากับ 599 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 194 ล้านบาท หรือร้อยละ 48 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2561 เนื่องจากรายได้จากการขายในไตรมาสที่ 1 และไตรมาสที่ 2 ปี 2562 เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 1 และไตรมาสที่ 2 ปี 2561 ตามลำดับ โดยมีสาเหตุหลักดังนี้
- **รายได้จากร้านขนมหวาน** ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2562 เพิ่มขึ้น 161 ล้านบาท หรือร้อยละ 41 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2561 เนื่องจากการเปิดสาขาใหม่และการเพิ่มขึ้นของการเติบโตของยอดขายของสาขาเดิม
- **รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ** ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2562 เพิ่มขึ้น 29 ล้านบาท หรือร้อยละ 2,900 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2561 จากยอดขายจากการรับจ้างผลิตที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเริ่มขึ้นในช่วงปลายปี 2561

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น:

(หน่วย: ล้านบาท)



กำไรขั้นต้น = รายได้จากการขาย - ต้นทุนขาย

ต้นทุนขาย ประกอบด้วยต้นทุนวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ อุปกรณ์ต่าง ๆ เงินเดือนและค่าแรงพนักงานฝ่ายผลิต ค่าเสื่อมราคาโรงงาน โดยต้นทุนขายหลักของบริษัทฯ คือ ต้นทุนวัตถุดิบ

YoY ไตรมาสที่ 2 ปี 2562 กับไตรมาสที่ 2 ปี 2561

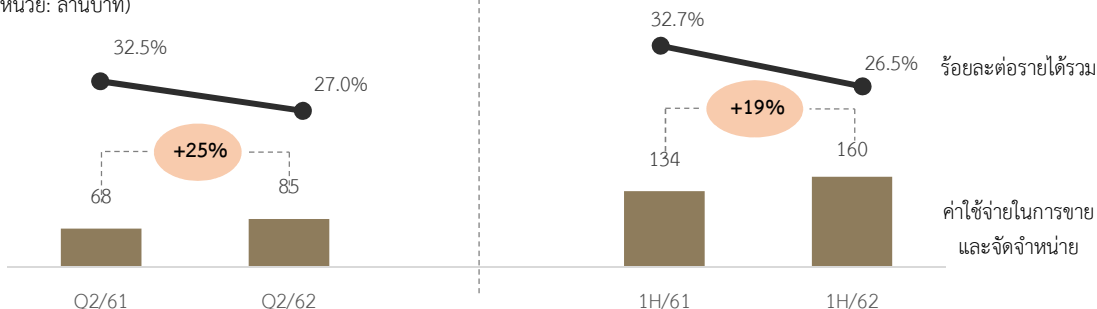
- กำไรขั้นต้นในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 มีมูลค่า 201 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 63 ล้านบาท หรือร้อยละ 46 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2561 สอดคล้องกับยอดขายที่เพิ่มขึ้นในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 2561
- อัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 เท่ากับร้อยละ 64.4 ปรับตัวลดลงร้อยละ 2.6 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2561 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของยอดขายสินค้าซื้อกลับบ้านและการรับจ้างผลิตสินค้า ซึ่งเป็นสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นที่ต่ำกว่าสินค้าปรุงสดที่ขายในสาขา

1H งวด 6 เดือนแรก ปี 2562 กับงวด 6 เดือนแรก ปี 2561

- งวด 6 เดือนแรก ปี 2562 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 389 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 116 ล้านบาท หรือร้อยละ 42 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2561 การเพิ่มขึ้นดังกล่าวเกิดจากการเพิ่มขึ้นของกำไรขั้นต้นในไตรมาสที่ 1 และไตรมาสที่ 2 ปี 2562 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน อันเป็นผลมาจากสาขาที่เพิ่มขึ้น 4 สาขาในไตรมาสที่ 1 ปี 2562 และ 2 สาขาในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 ประกอบกับการออกสินค้าซื้อกลับบ้าน เมนูใหม่ และเมนูตามเทศกาลอย่างต่อเนื่องในปี 2562
- อัตรากำไรขั้นต้นในงวด 6 เดือนแรก ปี 2562 เท่ากับร้อยละ 64.9 ปรับตัวลดลงร้อยละ 2.5 จากงวด 6 เดือนแรก 2561 โดยเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนสินค้าซื้อกลับบ้านและการรับจ้างผลิตสินค้า ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นที่ต่ำกว่าสินค้าปรุงสดที่ขายในสาขา

3. ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย:

(หน่วย: ล้านบาท)



ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายพนักงานประจำสาขา ค่าเช่าสถานที่ของร้านขนมหวาน ค่าเช่าอุปกรณ์ ค่าสาธารณูปโภค และค่าใช้จ่ายในการขายอื่น ๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการตลาดและการส่งเสริมการขาย และค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ในสาขา

YoY ไตรมาสที่ 2 ปี 2562 กับไตรมาสที่ 2 ปี 2561

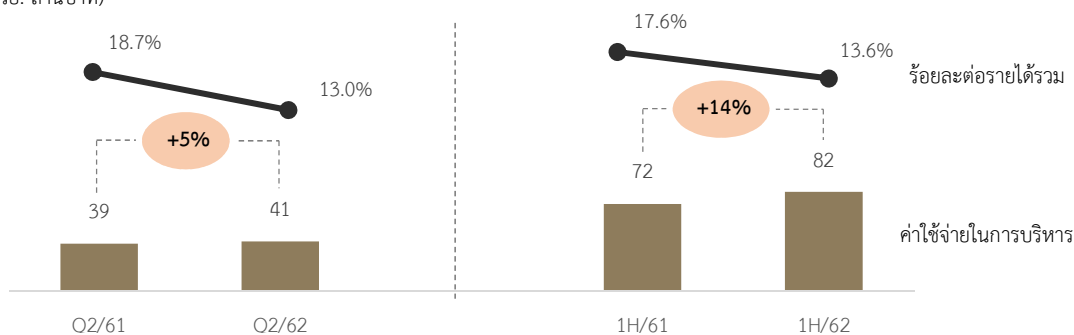
- ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 มีมูลค่า 85 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 17 ล้านบาท หรือร้อยละ 25 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2561 สอดคล้องกับปริมาณการขายที่เพิ่มขึ้นจากการเปิดสาขาใหม่ในไตรมาสที่ 2 ปี 2562
- ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายต่อรายได้รวมในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 เท่ากับร้อยละ 27.0 ปรับตัวลดลงร้อยละ 5.5 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2561 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของการเติบโตของยอดขายของสาขาเดิม ซึ่งเป็นผลมาจากยอดขายสินค้าซื้อกลับบ้านจากสาขาที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการขายเพิ่มขึ้นในสัดส่วนเพียงเล็กน้อย นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายพนักงานต่อสาขายังปรับตัวลดลงจากการพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

1H งวด 6 เดือนแรก ปี 2562 กับงวด 6 เดือนแรก ปี 2561

- งวด 6 เดือนแรก ปี 2562 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย เท่ากับ 160 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 26 ล้านบาท หรือร้อยละ 19 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2561 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากจำนวนสาขาที่เปิดใหม่ 4 สาขาในไตรมาสที่ 1 ปี 2562 และ 2 สาขาในไตรมาสที่ 2 ปี 2562
- ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายต่อรายได้รวมในงวด 6 เดือนแรก ปี 2562 เท่ากับร้อยละ 26.5 ปรับตัวลดลงร้อยละ 6.2 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2561 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากร้านขนมหวานอย่างมีนัยสำคัญในไตรมาสที่ 1 และไตรมาสที่ 2 ปี 2562 ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการขายต่อสาขายังเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย ซึ่งเป็นผลมาจากการควบคุมค่าใช้จ่ายแรงงานที่ดี และการมีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

4. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร:

(หน่วย: ล้านบาท)



ค่าใช้จ่ายในการบริหาร หลักๆประกอบด้วยเงินเดือนและค่าแรงพนักงานในสำนักงานใหญ่ ค่าสาธารณูปโภค และค่าเสื่อมราคาของอาคารสำนักงาน โรงงาน และอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ในสำนักงานใหญ่

YoY ไตรมาสที่ 2 ปี 2562 กับไตรมาสที่ 2 ปี 2561

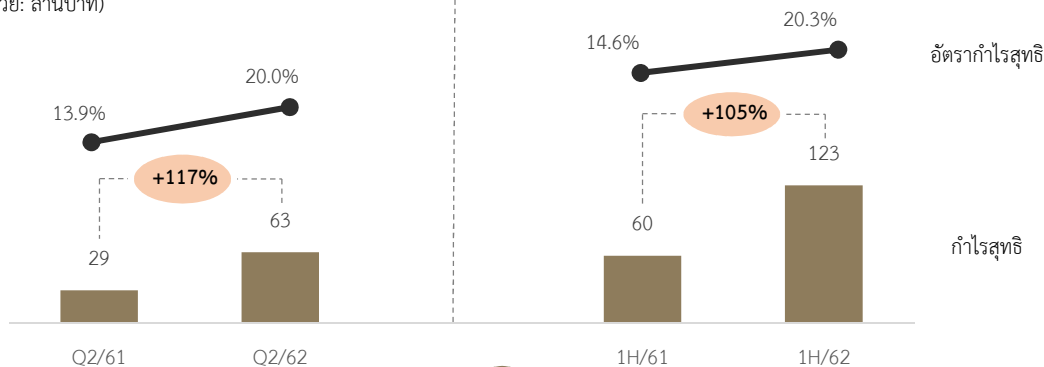
- ค่าใช้จ่ายในการบริหารในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 มีมูลค่า 41 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจำนวน 2 ล้านบาท หรือร้อยละ 5 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2561 เนื่องจากค่าใช้จ่ายพนักงานในส่วนกลางเพิ่มขึ้น
- ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวมในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 เท่ากับร้อยละ 13.0 ปรับตัวลดลงร้อยละ 5.7 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2561 เนื่องจากบริษัทฯ มีอัตราการเติบโตของรายได้ที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยจากการควบคุมค่าใช้จ่ายในส่วนกลางที่ดีขึ้น

1H งวด 6 เดือนแรก ปี 2562 กับงวด 6 เดือนแรก ปี 2561

- งวด 6 เดือนแรก ปี 2562 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารเท่ากับ 82 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 10 ล้านบาท หรือร้อยละ 14 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2561 เป็นผลมาจากค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เพิ่มขึ้นในไตรมาสที่ 1 และไตรมาสที่ 2 ปี 2562 จากไตรมาสที่ 1 และไตรมาสที่ 2 ปี 2561 ตามลำดับ เนื่องจากบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายพนักงานสำนักงานใหญ่ที่เพิ่มขึ้นจากการขยายธุรกิจ
- ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวมในงวด 6 เดือนแรก ปี 2562 เท่ากับร้อยละ 13.6 ปรับตัวลดลงร้อยละ 4 จากงวด 6 เดือนแรก 2 ปี 2561 เนื่องจากบริษัทฯ มีการควบคุมค่าใช้จ่ายส่วนกลางที่ดีขึ้น ในขณะที่รายได้จากการขายเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในงวด 6 เดือนแรก ปี 2562

5. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ:

(หน่วย: ล้านบาท)



YoY ไตรมาสที่ 2 ปี 2562 กับไตรมาสที่ 2 ปี 2561

- กำไรสุทธิในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 มีมูลค่า 63 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 34 ล้านบาท หรือร้อยละ 117 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2561 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขาย ซึ่งเป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากร้านขนมหวาน รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ และรายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่
- อัตรากำไรสุทธิในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 เท่ากับร้อยละ 20.0 ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.1 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2561 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากร้านขนมหวาน การบริหารค่าใช้จ่ายที่ดีขึ้น และประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่ดีขึ้นในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2561

1H งวด 6 เดือนแรก ปี 2562 กับงวด 6 เดือนแรก ปี 2561

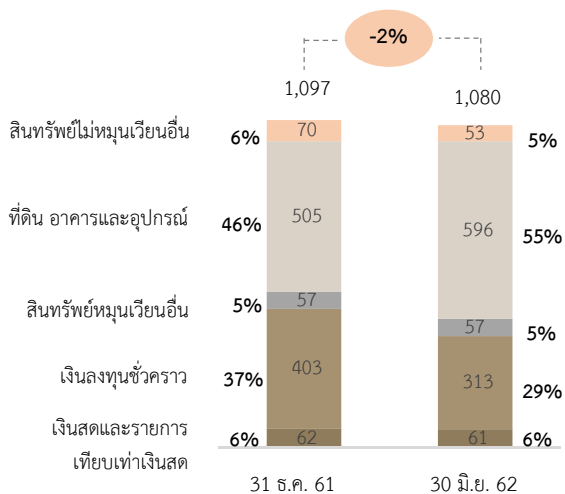
- งวด 6 เดือนแรก ปี 2562 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิเท่ากับ 123 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 63 ล้านบาท หรือร้อยละ 105 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2561 เนื่องจากการบริหารจัดการที่ดีขึ้นและผลจาก Economies of scale จากการดำเนินการ 38 สาขา (กำไรสุทธิจากไตรมาสที่ 1 ปี 2562 มีมูลค่า 60 ล้านบาท ซึ่งเท่ากับกำไรสุทธิจากงวด 6 เดือน ปี 2561 เพิ่มเติมด้วยกำไรสุทธิจากไตรมาสที่ 2 ปี 2562 อีก 63 ล้านบาท)
- อัตรากำไรสุทธิในงวด 6 เดือนแรก ปี 2562 เท่ากับร้อยละ 20.3 ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.7 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2561 เนื่องจากการขายที่มีรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยเนื่องจากการควบคุมค่าใช้จ่ายที่ดีขึ้น



การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของบริษัทฯ

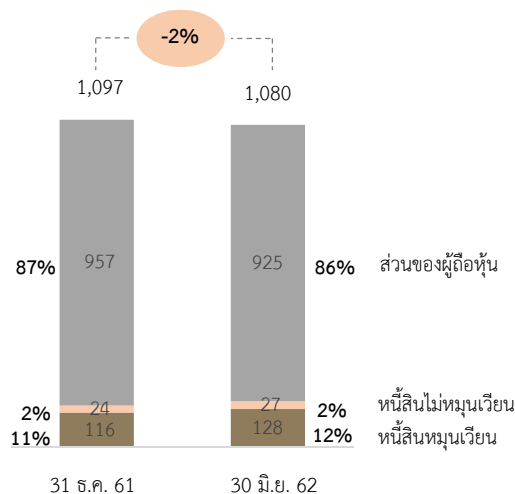
สินทรัพย์รวม

(ล้านบาท)



หนี้สินรวมและส่วนของผู้ถือหุ้น

(ล้านบาท)



สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2562 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมมูลค่า 1,080 ล้านบาท ลดลง 17 ล้านบาท หรือร้อยละ 2 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 โดยรายละเอียดของการลดลงมีดังนี้

- **เงินลงทุนชั่วคราว:** ลดลงจำนวน 90 ล้านบาท หรือร้อยละ 22 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการจ่ายเงินปันผลในไตรมาสที่ 2 ปี 2562
- **ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์:** เพิ่มขึ้น 91 ล้านบาท หรือร้อยละ 18 เนื่องจากการขยายโรงงานและการเพิ่มจำนวนสาขา

หนี้สิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2562 บริษัทฯ มีหนี้สินรวมมูลค่า 155 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 15 ล้านบาท หรือร้อยละ 11 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 โดยเป็นผลมาจาก**ภาษีเงินได้ค้างจ่าย**ที่เพิ่มขึ้นจำนวน 10 ล้านบาท จากกำไรสุทธิที่เพิ่มขึ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2562 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมมูลค่า 925 ล้านบาท ลดลง 32 ล้านบาท หรือร้อยละ 3 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 โดยเป็นผลมาจากการ**จ่ายเงินปันผล**สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 ซึ่งจ่ายในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 เป็นจำนวน 155 ล้านบาท