



บริษัท เอส แอนด์ พี จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

ประจำไตรมาส 2 ปี 2564





สรุปผลการดำเนินงาน

ประจำปีไตรมาส 2 ปี 2564	3 เดือน		ดีขึ้น หรือ (แย่ลง)	6 เดือน		ดีขึ้น หรือ (แย่ลง)
	2Q20	2Q21		1H20	1H21	
รายได้	969	1,056	87	2,433	2,214	(219)
ต้นทุน	(492)	(517)	(25)	(1,187)	(1,052)	(135)
กำไรขั้นต้น	478	539	61	1,246	1,162	(84)
กำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	49.3%	51.0%	1.7%	51.2%	52.5%	1.3%
ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(534)	(511)	23	(1,328)	(1,056)	(272)
กำไรสุทธิ - ส่วนของผู้เป็นเจ้าของ	(51)	44	95	(78)	123	201
อัตรากำไรสุทธิ (ร้อยละ)	(5.3%)	4.1%	9.4%	(3.2%)	5.5%	8.7%

- กำไรสุทธิในไตรมาสที่ 2 ของปี 2564 มีมูลค่า 44 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 95 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ในขณะที่กำไรสุทธิในครึ่งปีแรกของปี 2564 มีมูลค่า 123 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 201 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า
- รายได้ในไตรมาสที่ 2 ของปี 2564 ยังได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในเดือนเมษายน ในขณะที่รายได้ในไตรมาสที่ 2 ของปีที่แล้ว ได้รับผลกระทบจากการล็อกดาวน์ในช่วงครึ่งแรกของไตรมาส
- ยอดขายเดลิเวอรี่ในไตรมาสที่ 2 ของปี 2564 เติบโตขึ้นร้อยละ 28 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยมีผลมาจาก New Normal และการเปิดตัวแอปพลิเคชัน S&P 1344 รูปแบบใหม่ซึ่งเพิ่มความสะดวกสบายและมอบประสบการณ์การใช้งานที่ดีขึ้น
- อัตรากำไรขั้นต้นของไตรมาส 2 และครึ่งปีแรกของปี 2564 ได้ปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยมีผลมาจากการกำหนดอัตรากำไรขั้นต้นของผลิตภัณฑ์ใหม่ตลอดจนแคมเปญโปรโมชั่น ส่วนจำนวนเงินกำไรขั้นต้นครึ่งปีแรกของปี 2564 ที่ต่ำกว่าปีที่แล้ว มีผลมาจากรายได้ที่ลดลง ถึงแม้จะสุทธிகับอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงขึ้น
- มีการควบคุมและลดค่าใช้จ่ายคงที่อย่างถาวรตั้งแต่การแพร่ระบาดระลอกแรก

จำนวนสาขา (ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564)

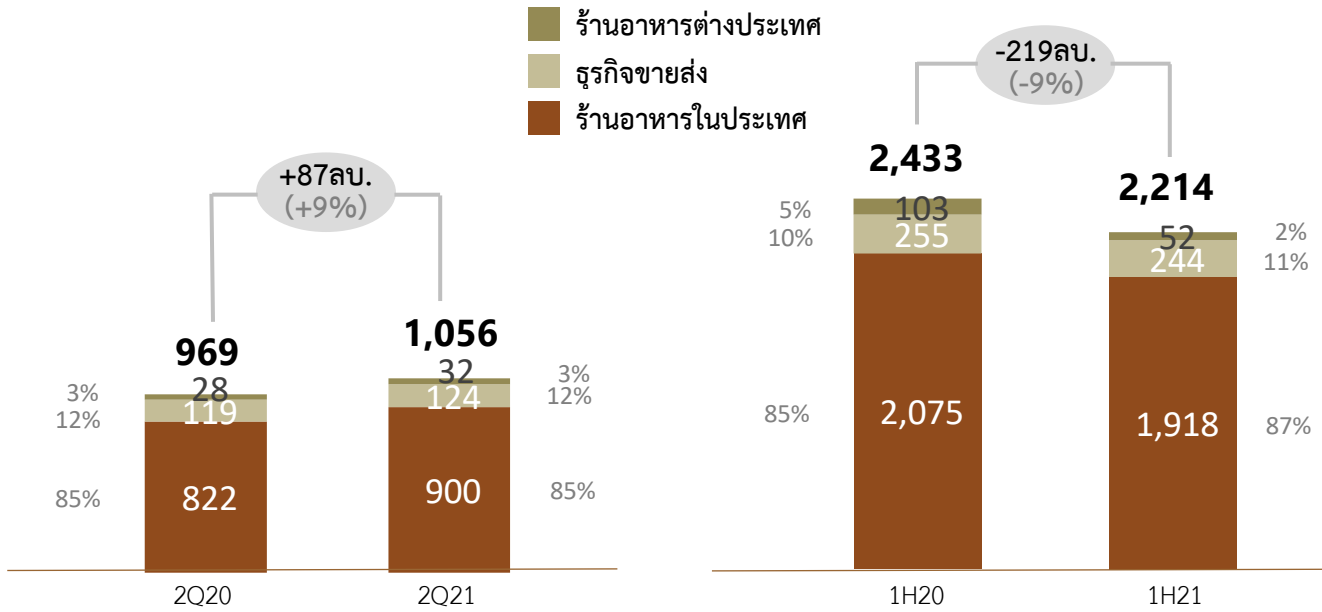
ร้านอาหารและเบเกอรี่	จำนวนสาขา	ประเทศไทย		ต่างประเทศ		
		Equity	Franchise	Equity	Franchise	JV
S&P Restaurant	147	141	1	5	-	-
S&P Bakery Shop	313	311	2	-	-	-
S&P Delta	11	11	-	-	-	-
BlueCup	2	2	-	-	-	-
Patio	2	2	-	4	1	5
Pataras	11	1	-	-	-	-
SNP	1	1	-	-	-	-
Grand Seaside	1	1	-	-	-	-
Maisen	12	12	-	-	-	-
Umenohana	2	2	-	-	-	-
รวมทั้งสิ้น	502	484	3	9	1	5



การวิเคราะห์ห้วงกำไรขาดทุนของบริษัท

1. รายได้

รายได้จำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่าย



3M

รายได้ในไตรมาสที่ 2 ของปี 2564 มีมูลค่าเพิ่มขึ้น 87 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยรายได้ในไตรมาสนี้ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดระลอกใหม่ของโควิด-19 ในเดือนเมษายน ในขณะที่รายได้ในปีที่แล้วมีผลมาจากการล็อคดาวน์ในช่วงครึ่งแรกของไตรมาส

ในประเทศ :

❖ ธุรกิจร้านอาหาร

- เนื่องจากผลกระทบจากโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อรายได้ จึงได้มุ่งเน้นในช่องทางซื้อกลับบ้าน และช่องทางเดลิเวอรี่เป็นหลัก
- ผลิตภัณฑ์ใหม่ “ข้าวแซ่” ทูบสติยอดขายสูงสุดนับแต่อดีต เป็นผลมาจากการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้เหมาะสม การโฆษณาที่มีประสิทธิภาพ และส่วนปฏิบัติการขายหน้าร้านที่ดียิ่งขึ้น

❖ ธุรกิจขายส่งฯ

- มีรายได้หลักมาจากอาหารแช่แข็งและผลิตภัณฑ์ OEM โดยจัดจำหน่ายผ่านช่องทางค้าปลีก และช่องทางธุรกิจร้านอาหาร (food chain)

ต่างประเทศ :

- ❖ มีรายได้เทียบเคียงปีก่อนหน้า เนื่องจากการเข้มงวดและการผ่อนคลายมาตรการล็อคดาวน์

6M

รายได้ในครึ่งปีแรกของปี 2564 มีมูลค่าลดลง 219 ล้านบาทเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยเป็นผลมาจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยปีที่แล้ว มีการล็อคดาวน์ครั้งแรกเมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2563 ขณะที่ปีนี้เกิดการแพร่ระบาดใหญ่ในเดือนเมษายน ในปี 2564

ในประเทศ :

❖ ธุรกิจร้านอาหาร

- การแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อรายได้ เนื่องจากจำนวนลูกค้าที่รับประทานในร้าน และซื้อกลับบ้านมีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่อง แต่อีกด้าน ได้ส่งผลให้รายได้ในส่วนของเดลิเวอรี่นั้นเพิ่มสูงขึ้น

❖ ธุรกิจขายส่ง

- มีรายได้ลดลงร้อยละ 3.9% เนื่องมาจากผลกระทบของลูกค้ากลุ่มธุรกิจสายการบินที่ต้องหยุดดำเนินการ

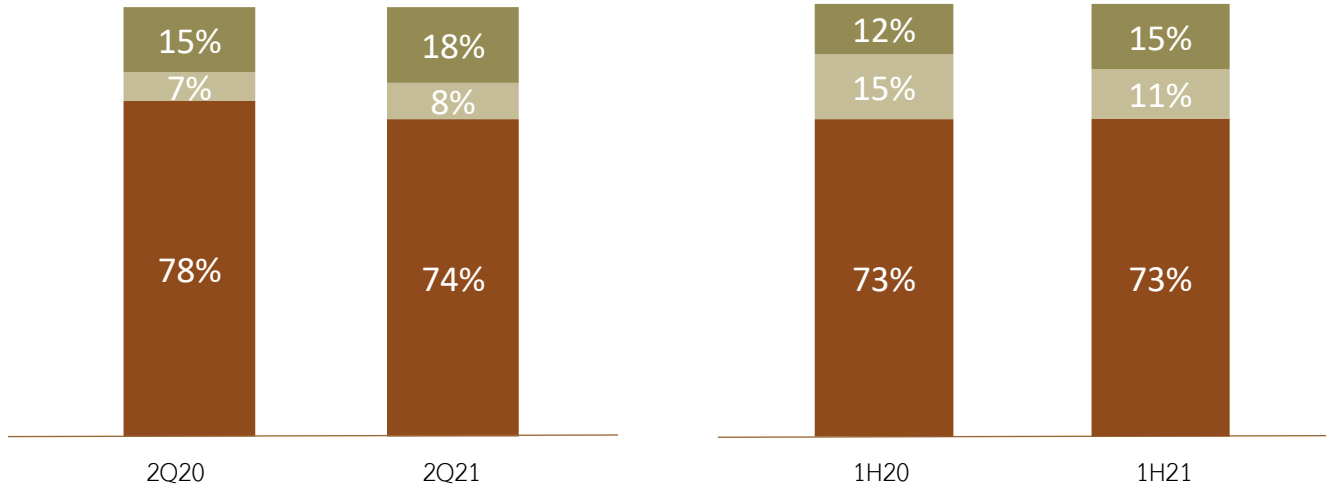
ต่างประเทศ :

- ❖ มีรายได้ลดลงร้อยละ 50% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า เนื่องจากการเข้มงวดและการผ่อนคลายมาตรการล็อคดาวน์



รายได้แยกประเภทจำแนกตามธุรกิจหลัก

- สั่งเดลิเวอรี่
- รับประทานในร้าน
- ซ็อกกลับบ้าน



3M

รายได้ในไตรมาสที่ 2 ของปี 2564 เติบโตขึ้นในทุกช่องทาง เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยที่ช่องทางซ็อกกลับบ้าน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ช่องทางเดลิเวอรี่เพิ่มขึ้นร้อยละ 28 และ ช่องทางรับประทานในร้าน เพิ่มขึ้นร้อยละ 36 ในไตรมาสที่ 2 ของปี 2563 ได้มีการล๊อคดาวน์ทำให้ไม่สามารถรับประทานในร้านได้ตลอดครั้งแรกของไตรมาส

ซ็อกกลับบ้าน

- มีรายได้จากผลิตภัณฑ์ใหม่ “ข้าวแช่” ทูบสติยอดขายสูงสุดนับแต่อดีต เป็นผลมาจาก การปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้เหมาะสมกับคนรุ่นใหม่ โดยทำให้รายได้ในช่องทางเดลิเวอรี่และซ็อกกลับบ้านเพิ่มสูงขึ้น

สั่งเดลิเวอรี่

- มีรายได้จากการเปิดร้านแพลตฟอร์มใหม่ เดลต้า (DelTa – Delivery and Take-aways) และ เริ่มต้นเปิดให้บริการแอปพลิเคชัน 1344 รูบโฌมใหม่ ในเดือนพฤษภาคม ปี 2564

รับประทานในร้าน

- รายได้ได้รับผลกระทบจากมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดโควิด19 เริ่มจากห้ามรับประทานในร้าน ต่อมาผ่อนคลายเป็นให้รับประทานได้ 25% และ 50% ในระหว่างไตรมาส

6M

รายได้ครึ่งปีแรกของปี 2564 ลดลงร้อยละ 7 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า แบ่งเป็นการลดลงของช่องทางซ็อกกลับบ้านร้อยละ 7 และการลดลงของช่องทางการรับประทานในร้านร้อยละ 30 แต่มีรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากช่องทางเดลิเวอรี่ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 21

ซ็อกกลับบ้าน

- ผลิตภัณฑ์ใหม่ “ข้าวแช่” ทูบสติยอดขายสูงสุดนับแต่อดีตเป็นผลมาจากการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้เหมาะสมกับคนรุ่นใหม่ ซึ่งทำให้รายได้ในช่องทางเดลิเวอรี่และซ็อกกลับบ้านเพิ่มสูงขึ้นโดยได้มีการเปิดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่นี้ ในเดือนมีนาคม 2564

สั่งเดลิเวอรี่

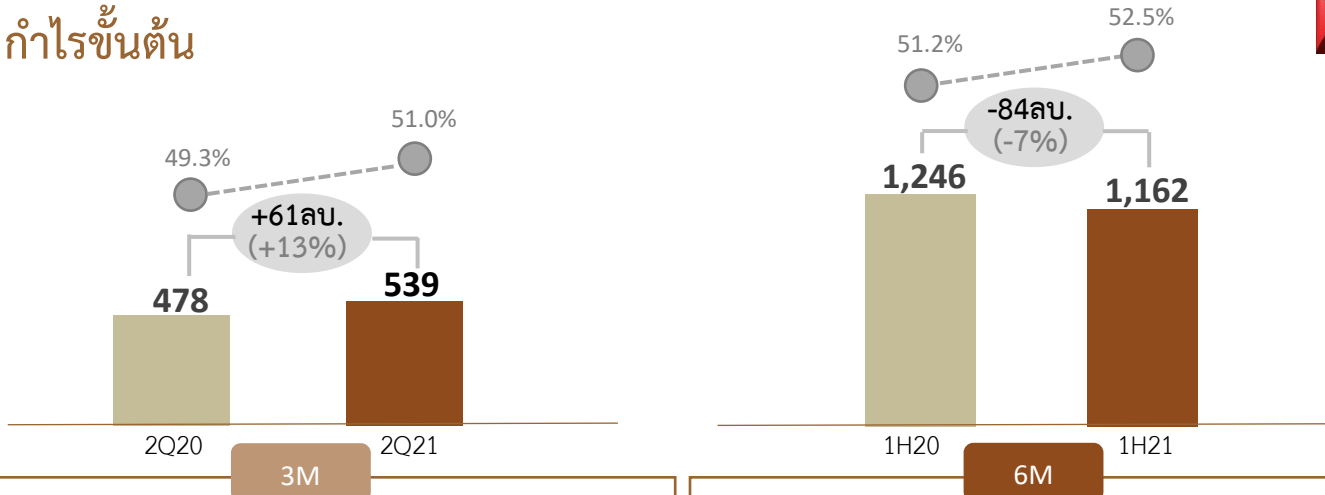
- เปิดร้านแพลตฟอร์มใหม่เดลต้า (DelTa – Delivery and Take-aways) จำนวน 11 สาขา และเริ่มต้นเปิดให้บริการแอปพลิเคชัน 1344 รูบโฌมใหม่ ในเดือนพฤษภาคม ปี 2564

รับประทานในร้าน

- รายได้ได้รับผลกระทบจากมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดโควิด 19 เริ่มจากห้ามรับประทานในร้าน ต่อมาผ่อนคลายเป็นให้รับประทานได้ 25% และ 50% ในระหว่างไตรมาสที่ 2



2. กำไรขั้นต้น



อัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาสที่ 2 ปี 2564 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.7 มีสาเหตุมาจาก

1. การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่โดยเน้นการสร้างกำไรมากกว่ายอดขาย
2. การลดค่าใช้จ่ายคงที่ภายในโรงงาน
3. การควบคุมการสูญเสีย (waste) ภายในร้านสาขา
4. การประมาณการรายได้และการผลิต

หมายเหตุ : ค่าใช้จ่ายแรงงานและค่าขนส่ง ได้มีการจัดประเภทรายการใหม่โดยย้ายจาก “ต้นทุนสินค้า (COGS)” ไปยัง “ค่าใช้จ่ายในการขาย”

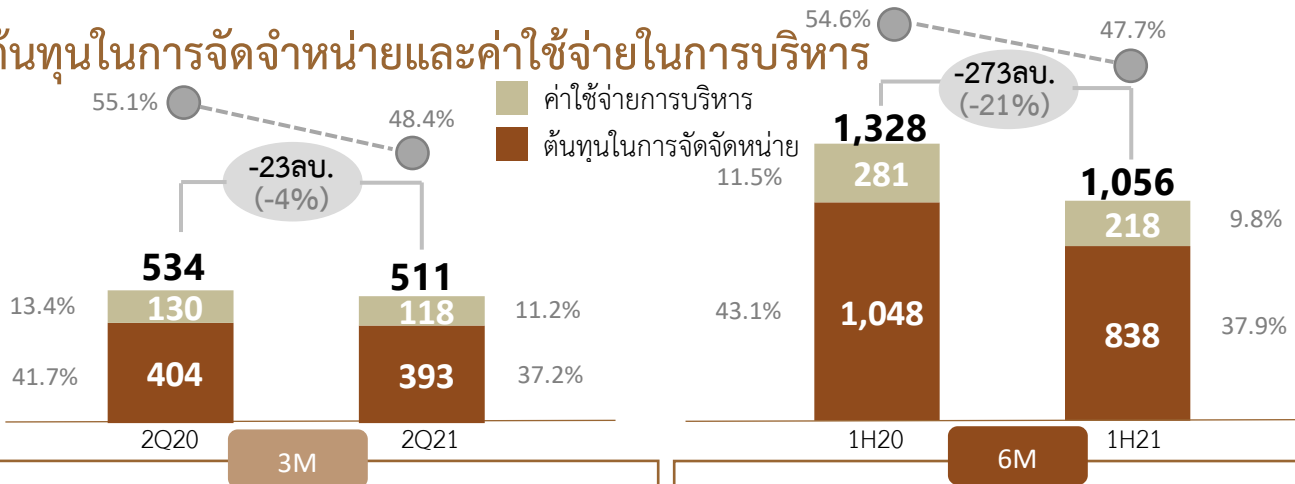
- ไตรมาสที่ 2 ของปี 2564 มีมูลค่า 166 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 15.7 ของรายได้
- ไตรมาสที่ 2 ของปี 2563 มีมูลค่า 136 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 14.0 ของรายได้

อัตรากำไรขั้นต้นในครึ่งปีแรก ปี 2564 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.3 มาจากการขับเคลื่อนอย่างต่อเนื่องของกระบวนการคิด และการร่วมประสานของทีมงานต่างๆ ให้มุ่งเน้นการทำกำไร และการลดค่าใช้จ่ายคงที่ต่างๆ ตลอดจนการประมาณการรายได้และการผลิตให้สอดคล้องกัน อย่างไรก็ตาม จำนวนเงินกำไรขั้นต้นของครึ่งปีแรก 2564 ยังต่ำกว่าปีที่แล้ว เนื่องจากรายได้ที่ลดลง

หมายเหตุ : ค่าใช้จ่ายแรงงานและค่าขนส่ง ได้มีการจัดประเภทรายการใหม่โดยย้ายจาก “ต้นทุนสินค้า (COGS)” ไปยัง “ค่าใช้จ่ายในการขาย”

- ไตรมาสที่ 2 ของปี 2564 มีมูลค่า 327 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 14.8 ของรายได้
- ไตรมาสที่ 2 ของปี 2563 มีมูลค่า 351 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 14.4 ของรายได้

3. ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร



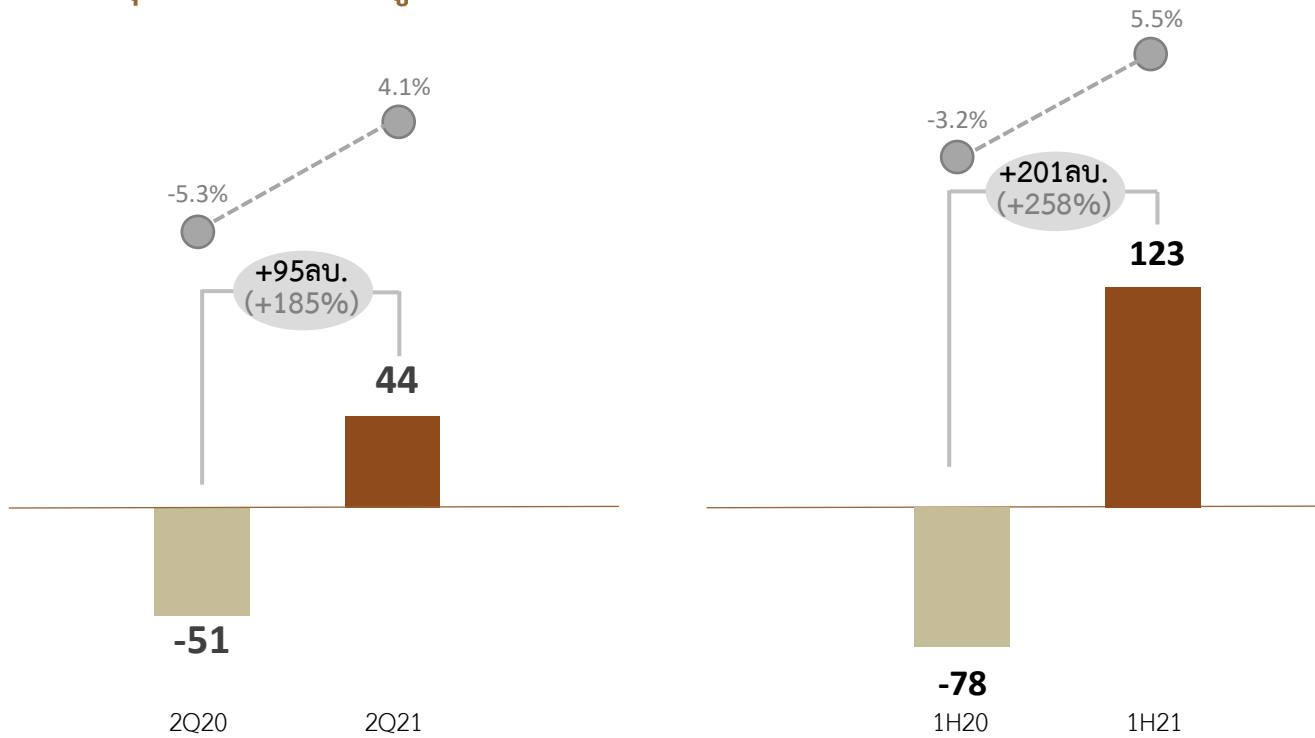
ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารในไตรมาสที่ 2 ปี 2564 มีมูลค่าลดลง 23 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อน ถึงแม้ว่ายอดขายจะเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้ลดลงร้อยละ 6.7 เมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจาก

1. การบริหารตารางการทำงานของพนักงานตามสาขา และการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน
2. การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานในโรงงาน
3. การเจรจาต่อรองค่าเช่า
4. การปรับโครงสร้างองค์กรใหม่
5. การควบคุมและลดค่าใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพ
6. การเพิ่มประสิทธิภาพของระบบและขั้นตอนการทำงานด้วยระบบอัตโนมัติ และการออกแบบกระบวนการการทำงานใหม่

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารในครึ่งปีแรก ปี 2564 มีมูลค่าลดลง 273 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อน ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้ ลดลงร้อยละ 6.9 เมื่อเทียบกับปีก่อน ทั้งนี้เป็นผลมาจากการปรับปรุงให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการบริหารตารางการทำงานและการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของทั้งพนักงานที่สาขา และที่โรงงาน การต่อรองค่าเช่า การควบคุมและลดค่าใช้จ่าย ตลอดจนการปรับปรุงระบบงานและขั้นตอนการทำงาน



4. กำไรสุทธิ - ส่วนของผู้เป็นเจ้าของของบริษัท



- กำไรสุทธิในไตรมาสที่ 2 ของปี 2564 มีมูลค่า 44 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 95 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อน ในขณะที่กำไรสุทธิในครึ่งปีแรกของปี 64 มีมูลค่า 123 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 201 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อน





5. สินทรัพย์รวม / หนี้สินรวมและส่วนของผู้ถือหุ้น

งบแสดงฐานะการเงิน

ตัวชี้วัดสำคัญ	21 มิถุนายน 2564		31 ธันวาคม 2563	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	685	14%	577	11%
สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรขาดทุน	360	7%	479	9%
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	471	10%	491	10%
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,517	31%	1,548	30%
เงินลงทุนในบริษัทรวม	74	2%	67	1%
เงินลงทุนในการร่วมค้า	200	4%	200	4%
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	1,463	30%	1,410	28%
สินทรัพย์สิทธิการใช้	1,567	32%	1,814	35%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	98	2%	80	2%
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	3,402	69%	3,571	70%
รวมสินทรัพย์	4,918	100%	5,119	100%
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	82	2%	57	1%
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	619	13%	647	13%
ส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	466	9%	472	9%
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	112	2%	110	2%
รวมหนี้สินหมุนเวียน	1,279	26%	1,286	25%
เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	105	2%	91	2%
ประมาณการหนี้สินไม่หมุนเวียนภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน	165	3%	152	3%
หนี้สินตามสัญญาเช่า	890	18%	1,115	22%
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	79	2%	81	2%
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	1,239	25%	1,438	28%
รวมหนี้สิน	2,518	51%	2,723	53%
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	490	10%	490	10%
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	690	14%	690	13%
ส่วนเกินจากกำไรจากการโอนธุรกิจให้แก่การร่วมค้า	80	2%	80	2%
กำไรสะสม				
จัดสรรแล้ว-ทุนสำรองตามกฎหมาย	52	1%	52	1%
ยังไม่ได้จัดสรร	1,065	22%	1,065	21%
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	-15	0%	-18	0%
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	38	1%	36	1%
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,400	49%	2,395	47%
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	4,918	100%	5,119	100%
ทุนจดทะเบียน	515		490	
ราคาพาร์ (บาท/หุ้น)	1.0		1.0	
จำนวนหุ้น (ล้านหน่วย)	515		490	

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด 685 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 108 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ ธันวาคม ปี 2563 เนื่องจากกระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมรวมทั้งสิ้น 360 ล้านบาท ลดลง 120 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ ธันวาคม ปี 2563 เนื่องมาจากการจ่ายเงินปันผลในเดือนพฤษภาคม 2564

สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น : โดยหลักประกอบไปด้วยลูกหนี้และสินค้าคงเหลือ ซึ่งถือว่ามียอดต่ำกว่าหากเปรียบเทียบกับยอดขาย

สินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่า : กลุ่มบริษัทได้ปรับใช้มาตรฐานทางบัญชี TFRS16 ในเรื่องสัญญาเช่า โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563

ประมาณการผลประโยชน์พนักงาน จากการตั้งสำรองเกษียณอายุพนักงาน

ยอดกำไรสะสมคงเหลือไม่เปลี่ยนแปลงจากยอด ณ ธันวาคม 2563 เนื่องมาจากกำไรสุทธิสำหรับงวด มูลค่า 122.8 ล้านบาท สุทธิกับการจ่ายเงินปันผล มูลค่า 122.6 ล้านบาท



“มุ่งมั่นเติบโต ธุรกิจหลัก, สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ธุรกิจใหม่”

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนักลงทุนสัมพันธ์ :

 irsnp@snpfood.com