

บริษัท ออฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน)



คำอธิบายและการ วิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

ประจำไตรมาส 3 ปี 2564





บทสรุป ผู้บริหาร:



สรุปผลการดำเนินงาน ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564	Q3/63	Q3/64	เปลี่ยนแปลง + / (-)	9M/63	9M/64	เปลี่ยนแปลง + / (-)
หน่วย: ล้านบาท			%YoY			%YoY
รายได้จากการขาย	198	115	(42%)	561	431	(23%)
กำไรขั้นต้น	124	60	(52%)	340	242	(29%)
EBITDA	65	24	(63%)	150	114	(24%)
กำไร(ขาดทุน)สุทธิของกลุ่มบริษัท	28	(13)	(146%)	38	(9)	(124%)
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	62.6%	52.2%	(10.4%)	60.6%	56.1%	(4.5%)
EBITDA margin ¹ (%)	32.7%	20.7%	(12.0%)	26.7%	26.2%	(0.4%)
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ ¹ (%)	14.1%	(11.2%)	(25.3%)	6.7%	(2.1%)	(8.8%)
จำนวนสาขาที่เปิดดำเนินการ ณ วันที่ 30 ก.ย.	41	39	(4.9%)	41	39	(4.9%)

¹EBITDA Margin และอัตรากำไรสุทธิคำนวณมาจากรายได้รวม

สรุปผลประกอบการสำคัญในไตรมาสที่ 3 ปี 2564



รายได้:

- บริษัท ออฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน) ("บริษัท") มีรายได้จากการขายเท่ากับ 115 ล้านบาทในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 และ 431 ล้านบาทในงวด 9 เดือนแรกปี 2564 ซึ่งปรับตัวลดร้อยละ 42 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2563 และร้อยละ 23 จากงวด 9 เดือนแรกปี 2563 ตามลำดับ
- การปรับตัวลดลงของรายได้จากการขายของบริษัทฯ มีสาเหตุหลักมาจากการได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด -19 ระลอกใหม่ และการปิดให้บริการร้านขนมหวานในบางสาขาเป็นการชั่วคราวตามมาตรการในการควบคุมการแพร่ระบาดของภาครัฐบาล



กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น:

- กำไรขั้นต้นของบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 และในงวด 9 เดือนแรกปี 2564 มีมูลค่า 60 ล้านบาท และ 242 ล้านบาทตามลำดับ ซึ่งปรับตัวลดร้อยละ 52 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2563 และร้อยละ 29 จากงวด 9 เดือนแรกปี 2563 ซึ่งสอดคล้องกับยอดขายที่ลดลง
- อัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 ที่ร้อยละ 52.2 ซึ่งปรับตัวลดลงจากร้อยละ 62.6 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2563 และในงวด 9 เดือนแรกปี 2564 ที่ร้อยละ 56.1 ซึ่งปรับตัวลดลงจากร้อยละ 60.6 จากงวด 9 เดือนแรกปี 2563
- การลดลงของอัตรากำไรขั้นต้นมีสาเหตุหลักมาจากการปิดให้บริการส่วนหนึ่งในร้านเป็นการชั่วคราว ทำให้สัดส่วนยอดขายสินค้าซื้อกลับบ้านและการซื้อผ่านบริการส่งอาหารเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำกว่าสินค้าประเภททานในร้าน รวมถึงการขายวัตถุดิบให้กับแฟรนไชส์มิกกา (Mikka Cafe) ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำกว่าการขายสินค้าปกติ



EBITDA และ EBITDA MARGIN:

- EBITDA ของบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 และในงวด 9 เดือนแรกปี 2564 มีมูลค่า 24 ล้านบาท และ 114 ล้านบาทตามลำดับ ซึ่งปรับตัวลดร้อยละ 63 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2563 และร้อยละ 24 จากงวด 9 เดือนแรกปี 2563 เนื่องจากรายได้จากการขายที่ลดลง ในขณะที่บริษัทฯ ยังคงรับรู้ต้นทุนคงที่
- EBITDA margin ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 ที่ร้อยละ 20.7 ซึ่งปรับตัวลดลงจากร้อยละ 32.7 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2563 และในงวด 9 เดือนแรกปี 2564 ที่ร้อยละ 26.2 ซึ่งปรับตัวลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 26.7 จากงวด 9 เดือนแรกปี 2563 โดยการปรับตัวลดลงของ EBITDA margin มีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของรายได้จากการขายรวมในสัดส่วนที่มากกว่าการลดลงของค่าใช้จ่ายโดยรวม



กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ:

- บริษัทฯ รายงานผลขาดทุนสุทธิ ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 และในงวด 9 เดือนแรกปี 2564 มีมูลค่า 13 ล้านบาทและ 9 ล้านบาทตามลำดับ ปรับตัวลดร้อยละ 146 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2563 และร้อยละ 124 จากงวด 9 เดือนแรกปี 2563 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับรายได้ที่ลดลง
- อัตรากำไรสุทธิในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 ที่ร้อยละ 11.2 ซึ่งปรับตัวลดลงจากรอรัลกำไรสุทธิที่ร้อยละ 14.1 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2563 เนื่องจากรายได้จากการขายที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญในสัดส่วนที่มากกว่าการลดลงของค่าใช้จ่ายโดยรวม
- อัตรากำไรสุทธิในงวด 9 เดือนแรกปี 2564 ที่ร้อยละ 2.1 ซึ่งปรับตัวลดลงจากรอรัลกำไรสุทธิที่ร้อยละ 6.7 จากงวด 9 เดือนแรกปี 2563 เนื่องจากรายได้จากการขายที่ลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันกับปี 2563 รวมถึงการรับรู้ผลขาดทุนในไตรมาส 2 และไตรมาส 3 ปี 2564



กลยุทธ์เป้าหมาย และทิศทางในการดำเนินงานธุรกิจ :



เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในภาวะการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่รวดเร็ว และการผ่อนคลายนโยบายของภาครัฐ ทางออฟเตอร์ ยู ได้ปรับปรุงแนวทางการกลยุทธ์และทิศทางในการดำเนินงานธุรกิจ ดังนี้



ปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานธุรกิจ

- ขยายจำนวนสาขาให้บริการ “AU Marketplace” ในร้านขนมหวาน เพื่อเพิ่มช่องทางในการสร้างรายได้แก่บริษัทฯ และเป็นการตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เกิดการเปลี่ยนแปลงไป
- ให้ความสำคัญกับการขนส่งผ่านบริการขนส่งอาหาร รวมถึงการใช้บริการส่งอาหารและเครื่องดื่มผ่านแอปพลิเคชัน After You
- ตั้ง Cloud Kitchen เพื่อรองรับสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ระลอกใหม่ รวมถึงเพื่อเพิ่มจุดสำหรับบริการขนส่งอาหารให้ทั่วถึง
- เน้นเพิ่มจำนวนการออกบูธแทนการตั้งสาขาถาวร เนื่องจากมีข้อกำหนดเงินลงทุนขั้นต่ำที่น้อยกว่า



มุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

- เพิ่มการวิจัยและพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์ Take-home เพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงตามกระแสการดำเนินชีวิตวิถีใหม่ (New Normal)
- สร้างความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจเพิ่มเติมเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง เช่น ขนมอบกรอบเฟลโล บานอฟฟี (กับโจ บานอฟฟี) ไอโคโนมิก (กับโจ บานอฟฟี) ไอโคโนมิก (กับโจ บานอฟฟี) แพนเค้กมิคกา (กับบาร์บีคิว พลาซ่า) และมะเขือเทศพริกเกลือคาทิกโร (กับดอยคำ)
- วางแนวทางในการพัฒนาตราสินค้าใหม่ภายใต้ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความเป็นเอกลักษณ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายใหม่



ขยายร้านแฟรนไชส์มิคกา (Mikka Cafe)

- เน้นการขยายสาขาร้านกาแฟมิคกา (Mikka cafe) ในประเทศร้านสาขาแฟรนไชส์เป็นหลัก
- มุ่งกระจายสาขาในการให้บริการในเขตพื้นที่ต่างจังหวัดหัวเมืองใหญ่ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงของผู้บริโภค
- เป้าหมายจำนวนสาขารวม 100 สาขา ภายในสิ้นปี 2564 โดยปัจจุบันจำนวนสาขาที่เปิดและทำสัญญาแฟรนไชส์แล้ว รวมจำนวนทั้งสิ้น 90 สาขา นอกจากนี้ บริษัทฯ วางเป้าหมายระยะกลางที่จำนวน 500 สาขา ภายใน 3 ถึง 5 ปีข้างหน้า

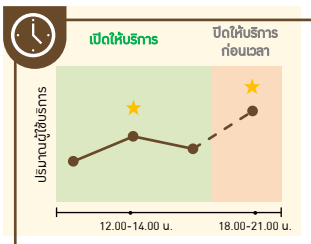


สร้างโอกาสการเติบโตในต่างประเทศ

- เริ่มดำเนินการร้านสาขาแฟรนไชส์ขนมหวานที่ฮ่องกงในช่วงต้นปี 2565 โดยในปัจจุบัน ทางบริษัทฯ ได้ส่งพนักงานไปยังฮ่องกงเพื่อฝึกอบรมพนักงานและเตรียมความพร้อมในการเปิดให้บริการที่สาขาฮ่องกง
- ขยายโอกาสในการเติบโตทางธุรกิจผ่านการริเริ่มโครงการขยายสาขาขนมหวานที่ประเทศจีน โดยคาดว่าจะมีการทำสัญญากับแฟรนไชส์รายแรกภายในปีนี้

มุมมองต่อ ช่วงครึ่งปีแรก 2565 :

มุมมองต่อโอกาสในการฟื้นตัวจากการยกเลิกการห้ามออกจากเคหสถานทั่วประเทศ



จากการประกาศนโยบายของภาครัฐในการควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19 ต่าง ๆ โดยเฉพาะนโยบายในการห้ามออกจากเคหสถานในเขตกรุงเทพมหานคร และนนทบุรี ซึ่งเป็นเขตพื้นที่ในการให้บริการหลักของสาขาขนมหวานในช่วงเวลาตั้งแต่ 21.00 - 04.00 น. ส่งผลให้ช่วงเวลาในการเปิดให้บริการของสาขาขนมหวานลดลง รวมถึงลักษณะการประกอบธุรกิจของร้านสาขาขนมหวานโดยปกติ จะมีผู้ใช้บริการหนาแน่นในช่วงหลังมื้ออาหารเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะในช่วงหลังมื้อกลางวัน (12.00 - 14.00 น.) และหลังมื้อเย็น (18.00 - 21.00 น.) ซึ่งการปฏิบัติตามมาตรการดังกล่าวส่งผลให้ทางบริษัทต้องปรับเวลาเปิดให้บริการเร็วขึ้นเป็น 20.30 น. และ 19.30 น. ซึ่งกระทบช่วงเวลาที่มีลูกค้าใช้บริการหนาแน่นในช่วงหลังมื้ออาหารเย็น



บริษัทฯ คาดการณ์การเริ่มฟื้นตัวในธุรกิจอาหารและบริการจากการผ่อนคลายนโยบายของภาครัฐ จากการยกเลิกการห้ามออกจากเคหสถานทั่วประเทศ ส่งผลให้ยอดใช้บริการผู้บริโภคในประเทศสูงขึ้นซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยการฟื้นตัวสำคัญ



ผลประกอบการ

ขอบริษัทฯ:

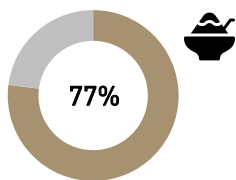
ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ไตรมาสที่ 3 ปี 2564	Q3/63	Q3/64	เปลี่ยนแปลง + / (-)	9M/63	9M/64	เปลี่ยนแปลง + / (-)
หน่วย: ล้านบาท			%YoY			%YoY
รายได้จากการขาย	198	115	(42%)	561	431	(23%)
ต้นทุนขาย	(74)	(55)	(26%)	(221)	(189)	(14%)
กำไรขั้นต้น	124	60	(52%)	340	242	(29%)
รายได้อื่น	1	1	0%	3	4	33%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	(55)	(45)	(18%)	(183)	(156)	(15%)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(35)	(30)	(14%)	(109)	(95)	(13%)
ต้นทุนทางการเงิน	(2)	(3)	50%	(7)	(8)	14%
กำไร(ขาดทุน)ก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	33	(17)	(152%)	44	(13)	(130%)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(5)	4	(180%)	(6)	4	(167%)
กำไร(ขาดทุน)สุทธิของกลุ่มบริษัทฯ	28	(13)	(146%)	38	(9)	(124%)

การวิเคราะห์งบกำไรขาดทุนของบริษัทฯ

1. รายได้

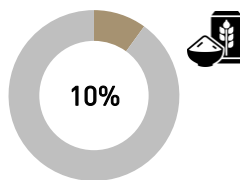
บริษัท ออฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจจำหน่ายขนมหวานและเบเกอรี่ โดยบริษัทฯ แบ่งธุรกิจออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

โครงสร้างรายได้ ในไตรมาส 3 ปี 2564



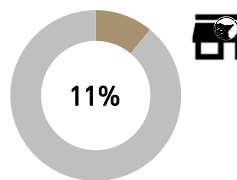
ร้านขนมหวาน
และเครื่องดื่ม

- สินค้าปรุงสดขายในสาขา จำนวนทั้งสิ้น 41 สาขา ซึ่งดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อ "ออฟเตอร์ ยู"
- สินค้าซื้อกลับบ้าน (Take-home product) ที่ขายภายใต้สาขา ร้านขนมหวานและภายใต้ "After You Marketplace" ตลอดจนการสั่งซื้อผ่านบริการส่งอาหาร (Food delivery services) (สัดส่วนสินค้าปรุงสดต่อสินค้าซื้อกลับบ้าน¹ ประมาณร้อยละ 39 ต่อร้อยละ 61)
- การขายเครื่องดื่มและขนมหวานในสาขา ร้านกาแฟขนาดเล็ก จำนวนทั้งสิ้น 12 สาขา ซึ่งดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อ "Mikka"



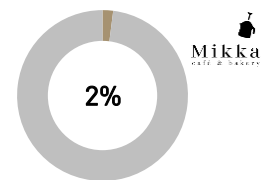
การขายสินค้า
และวัตถุดิบ

- สินค้าสำเร็จรูปหรือกึ่งสำเร็จรูป โดยสามารถแบ่งได้เป็น
- สินค้าที่ขายผ่านช่องทางออนไลน์ และที่ขายผ่านสำนักงานใหญ่
- การรับจ้างผลิตสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ หรือตามความต้องการของลูกค้า



การขายและการจัดงาน
นอกสถานที่

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



ค่าธรรมเนียม
แฟรนไชส์

- การรับรู้รายได้ของค่าธรรมเนียมแรกเข้า "After You" แฟรนไชส์ที่ฮ่องกงและ "Mikka" และค่าธรรมเนียมอื่น ๆ ในการประกอบกิจการภายในแบรนด์ "Mikka"



¹สัดส่วนสินค้าปรุงสดต่อสินค้าซื้อกลับบ้านคำนวณสำหรับช่วง 9 เดือนแรก ปี 2564

บทสรุปผู้บริหาร

เหตุการณ์สำคัญ



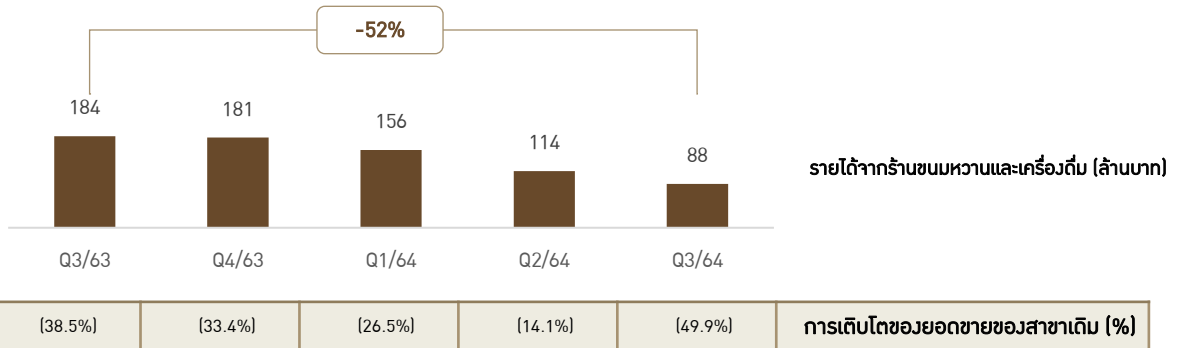
การวิเคราะห์ทางการเงิน

โครงสร้างรายได้	Q3/63	Q3/64	เปลี่ยนแปลง +/-	9M/63	9M/64	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท			%YoY			%YoY
รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม	184	88	(52%)	519	358	(31%)
รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ	4	12	200%	11	28	155%
รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่	9	13	44%	29	38	31%
รายได้จากแฟรนไชส์	1	2	100%	2	7	250%
รายได้จากการขาย	198	115	(42%)	561	431	(23%)
รายได้อื่น	1	1	0%	3	4	33%
รายได้รวม	199	116	(42%)	564	435	(23%)

Key Drivers

	Q3/63	Q3/64	เปลี่ยนแปลง +/-	9M/63	9M/64	เปลี่ยนแปลง +/-
จำนวนสาขาที่เปิดดำเนินการ ณ วันที่ 30 ก.ย.	41	39	(4.9%)	41	39	(4.9%)
การเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (SSSG)	(38.5%)	(49.9%)	(11.4%)	(42.3%)	(32.2%)	10.1%

หน่วย: ล้านบาท



YoY

ไตรมาส 3 ปี 2564 vs ไตรมาส 3 ปี 2563

- **รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 มีมูลค่า 88 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวลดลง 96 ล้านบาท หรือร้อยละ 52 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2563 เนื่องจากการปิดสาขาในการให้บริการเป็นการชั่วคราว ตามมาตรการของภาครัฐในช่วงเดือนกรกฎาคมและเดือนสิงหาคม 2564 รวมถึงระยะเวลาในการให้บริการเฉลี่ยที่ลดลงจากการประกาศมาตรการห้ามออกจากเคหสถานในช่วง 21.00 – 4.00 น.
- **รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 มีมูลค่า 12 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 8 ล้านบาท หรือร้อยละ 200 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2563 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายวัตถุดิบให้ร้านแฟรนไชส์มิก้า (Mikka Cafe)
- **รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 มีมูลค่า 13 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 4 ล้านบาท หรือร้อยละ 44 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2563 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนการออกบูธเฉลี่ยเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด

9M

งวด 9 เดือนปีแรก 2564 vs งวด 9 เดือนปีแรก ปี 2563

- **รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม** ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2564 มีมูลค่า 358 ล้านบาท ลดลง 161 ล้านบาท หรือร้อยละ 31 จากงวด 9 เดือนแรก ปี 2563 โดยมีสาเหตุหลักมาจากยอดขายที่ลดลง เนื่องจากได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด -19 ระลอกใหม่ และการปิดให้บริการร้านขนมหวานในบางสาขาเป็นการชั่วคราวตามมาตรการในการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐบาล
- **รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ** ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2564 มีมูลค่า 28 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 17 ล้านบาท หรือร้อยละ 155 จากงวด 9 เดือนแรก ปี 2563 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของการขายวัตถุดิบให้ร้านแฟรนไชส์มิก้า (Mikka Cafe)
- **รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่** ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2564 มีมูลค่า 38 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 9 ล้านบาท หรือร้อยละ 31 จากงวด 9 เดือนแรก ปี 2563 เนื่องจากการเพิ่มจำนวนจุดการออกบูธนอกสถานที่
- **รายได้จากค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์** ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2564 มีมูลค่า 7 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 5 ล้านบาท หรือร้อยละ 250 จากงวด 9 เดือนแรก ปี 2563 เนื่องจากจำนวนสาขาของร้านแฟรนไชส์มิก้า (Mikka Cafe) เพิ่มขึ้น

บทสรุปผู้บริหาร

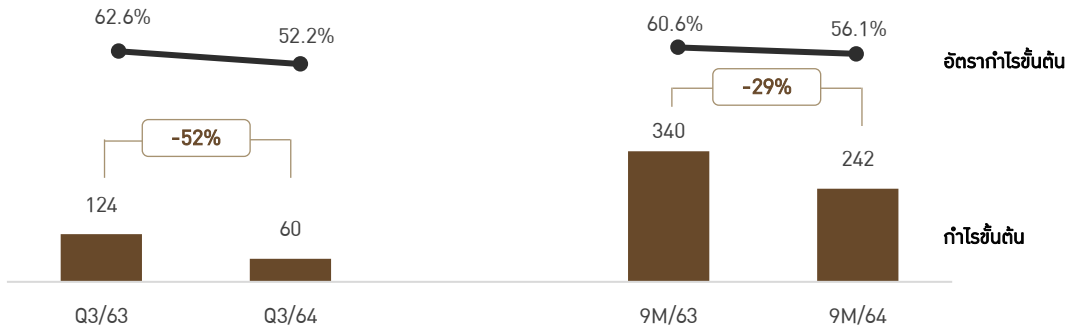
เหตุการณ์สำคัญ



การวิเคราะห์ทางการเงิน

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น:

หน่วย: ล้านบาท



กำไรขั้นต้น = รายได้จากการขาย - ต้นทุนขาย

ต้นทุนขาย ประกอบด้วยวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ สินค้าสำเร็จรูป วัสดุและอุปกรณ์ต่าง ๆ เมินเดือนและค่าแรงงานฝ่ายผลิต ค่าเสื่อมราคาโรงงาน อุปกรณ์เครื่องครัวเครื่องใช้ และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสถานที่ของฝ่ายผลิต โดยต้นทุนขายหลักของบริษัทฯ คือ วัตถุดิบ

YoY

ไตรมาส 3 ปี 2564 vs ไตรมาส 3 ปี 2563

- **กำไรขั้นต้น** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 มีมูลค่า 60 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวลดลง 64 ล้านบาท หรือร้อยละ 52 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2563 สอดคล้องกับยอดขายที่ลดลงในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 2563 ในขณะที่บริษัทฯ ยังรับรู้ต้นทุนคงที่จากการดำเนินงานธุรกิจตามปกติ
- **อัตรากำไรขั้นต้น** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 เท่ากับร้อยละ 52.2 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 62.6 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2563 การปรับตัวลดลงของอัตรากำไรขั้นต้น มีสาเหตุหลักมาจากการปิดให้บริการส่วนนึ่งทานในร้านเป็นการชั่วคราว รวมถึงสัดส่วนยอดขายสินค้าช็อกโกแลตบ้านและการซื้อผ่านบริการส่งอาหารที่สูงขึ้น ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นที่ต่ำกว่า

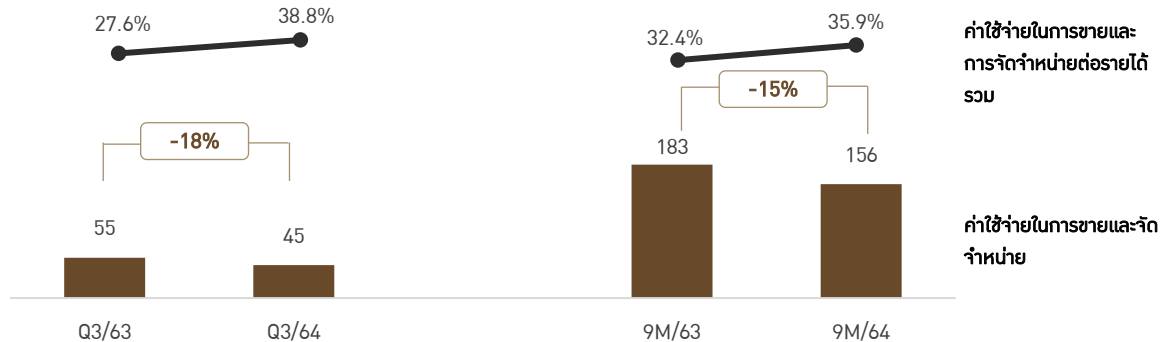
9M

งวด 9 เดือนปีแรก 2564 vs งวด 9 เดือนปีแรก ปี 2563

- งวด 9 เดือนแรก ปี 2564 บริษัทฯ มี**กำไรขั้นต้น** เท่ากับ 242 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวลดลง 98 ล้านบาท หรือร้อยละ 29 จากงวด 9 เดือนแรก ปี 2563 ซึ่งสอดคล้องกับยอดขายที่ลดลง รวมถึงบริษัทฯ ยังรับรู้ต้นทุนคงที่ซึ่งเกิดขึ้นจากการดำเนินงานของธุรกิจ
- **อัตรากำไรขั้นต้น** ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2564 เท่ากับร้อยละ 56.1 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 60.6 ในงวด 9 เดือนแรกปี 2563 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการปิดให้บริการส่วนนึ่งทานในร้านเป็นการชั่วคราว รวมถึงสัดส่วนยอดขายสินค้าช็อกโกแลตบ้านและการซื้อผ่านบริการส่งอาหารที่สูงขึ้น ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นที่ต่ำกว่า นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการขายวัตถุดิบให้กับแฟรนไชส์มิกกา (Mikka Cafe) เพิ่มขึ้น ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำกว่าการขายสินค้าปกติ

3. ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย:

หน่วย: ล้านบาท



ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายพนักงานประจำสาขา ค่าเช่าสถานที่ของร้านขนมหวาน ค่าเช่าอุปกรณ์ ค่าสาธารณูปโภค และค่าใช้จ่ายในการขายอื่น ๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการตลาดและการส่งเสริมการขาย และค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ในสาขา

YoY

ไตรมาส 3 ปี 2564 vs ไตรมาส 3 ปี 2563

- **ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 มีมูลค่า 45 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวลดลง 10 ล้านบาท หรือร้อยละ 18 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2563 เนื่องจากค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานประจำสาขาที่ลดลง และได้รับส่วนลดค่าเช่าพื้นที่จากการปิดร้านสาขาเป็นการชั่วคราวตามมาตรการภาครัฐ
- **ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายต่อรายได้รวม** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 เท่ากับร้อยละ 38.8 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 27.6 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2563 เนื่องจากรายได้จากการขายที่ลดลงในสัดส่วนที่มากกว่าการลดลงของค่าใช้จ่ายในการขายและการจัดจำหน่าย

9M

งวด 9 เดือนปีแรก 2564 vs งวด 9 เดือนปีแรก ปี 2563

- งวด 9 เดือนแรก ปี 2564 บริษัทฯ มี**ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย** เท่ากับ 156 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวลดลง 27 ล้านบาท หรือร้อยละ 15 จากงวด 9 เดือนแรก ปี 2563 เนื่องจากค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานหน้าร้านที่ลดลง และได้รับส่วนลดค่าเช่าพื้นที่อย่างต่อเนื่องในช่วงการแพร่ระบาดระลอกใหม่
- **ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายต่อรายได้รวม** ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2564 เท่ากับร้อยละ 35.9 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 32.4 ในงวด 9 เดือนแรกปี 2563 เนื่องจากรายได้จากการขายที่ลดลงในสัดส่วนที่มากกว่าการลดลงของค่าใช้จ่ายในการขายและการจัดจำหน่าย

บทสรุปผู้บริหาร

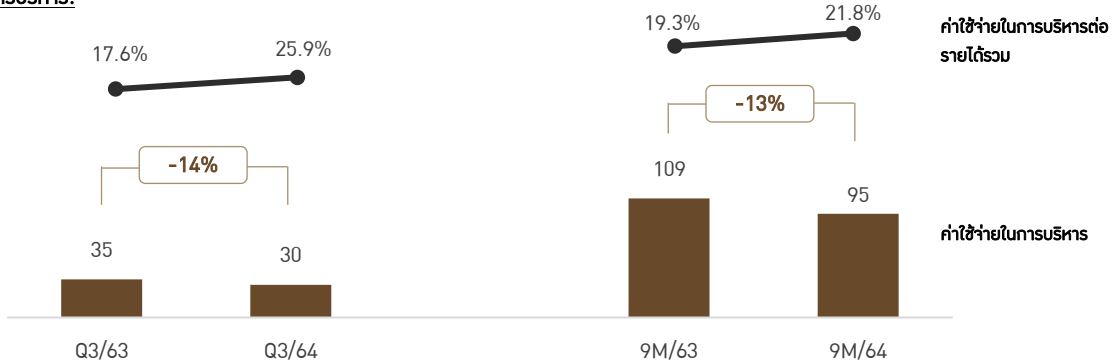
เหตุการณ์สำคัญ



การวิเคราะห์ทางการเงิน

4. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร:

หน่วย: ล้านบาท



ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ประกอบด้วยเงินเดือนและค่าแรงแปณิกงานสำนักงานใหญ่ ค่าซ่อมแซมบำรุงรักษา ค่าที่ปรึกษาและค่าธรรมเนียมวิชาชีพ ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์และค่าตัดจำหน่าย การขาดทุนจากการยกเลิกสัญญาเช่าก่อนกำหนด และค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่น ๆ เช่น ค่าเช่าอาคารสำนักงาน โรงงาน และคลังเก็บสินค้า ค่าสาธารณูปโภค ค่าใช้จ่ายสำนักงานและเบ็ดเตล็ด ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับภาษีอากร

YoY

ไตรมาส 3 ปี 2564 vs ไตรมาส 3 ปี 2563

- **ค่าใช้จ่ายในการบริหาร** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 มีมูลค่า 30 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวลดลง 5 ล้านบาท หรือร้อยละ 14 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2563 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานส่วนกลางลงในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด -19
- **ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 เท่ากับร้อยละ 25.9 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 17.6 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2563 เนื่องจากรายได้จากการขายที่ลดลงในสัดส่วนที่มากกว่าการลดลงของค่าใช้จ่ายในการบริหาร

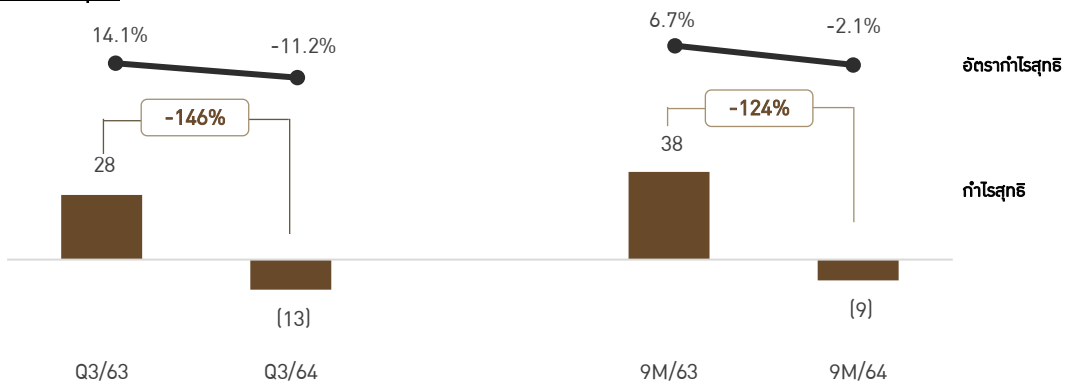
9M

งวด 9 เดือนปีแรก 2564 vs งวด 9 เดือนปีแรก ปี 2563

- งวด 9 เดือนแรก ปี 2564 บริษัทฯ มี**ค่าใช้จ่ายในการบริหาร** เท่ากับ 95 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวลดลง 14 ล้านบาท หรือร้อยละ 13 จากงวด 9 เดือนแรก ปี 2563 เป็นผลมาจากการลดลงของค่าใช้จ่ายในการบริหารเพื่อตอบสนองต่อการแพร่ระบาดของโควิด-19 ระบาดใหม่
- **ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม** ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2564 เท่ากับร้อยละ 21.8 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 19.3 ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2563 เนื่องจากรายได้จากการขายที่ลดลงในสัดส่วนที่มากกว่าการลดลงของค่าใช้จ่ายในการบริหารโดยรวม

5. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ:

หน่วย: ล้านบาท



YoY

ไตรมาส 3 ปี 2564 vs ไตรมาส 3 ปี 2563

- บริษัทฯ มี**ผลขาดทุนสุทธิ** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 มูลค่า 13 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวลดลง 41 ล้านบาท หรือร้อยละ 146 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2563 ซึ่งสอดคล้องกับรายได้จากการขายที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ จากมาตรการในการควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด -19 ในขณะที่บริษัทฯ ยังคงรับรู้ต้นทุนคงที่จากการดำเนินงานธุรกิจ
- **อัตราขาดทุนสุทธิ** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 เท่ากับร้อยละ 11.2 ปรับตัวลดลงจากอัตรากำไรสุทธิที่ร้อยละ 14.1 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2563 การปรับตัวลดลงของอัตราขาดทุนสุทธิมีสาเหตุหลักมาจากรายได้จากการขายที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญในสัดส่วนที่มากกว่าการลดลงของค่าใช้จ่ายโดยรวม

9M

งวด 9 เดือนปีแรก 2564 vs งวด 9 เดือนปีแรก ปี 2563

- งวด 9 เดือนแรก ปี 2564 บริษัทฯ มี**ผลขาดทุนสุทธิ** เท่ากับ 9 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 47 ล้านบาท หรือร้อยละ 124 จากงวด 9 เดือนแรก ปี 2563 เนื่องจากรับรู้ผลขาดทุนในไตรมาส 2 และ ในไตรมาส 3 ปี 2564 ซึ่งมีปัจจัยหลักจากยอดขายที่ลดลงจากการแพร่ระบาดของโควิด -19
- **อัตราขาดทุนสุทธิ** ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2564 เท่ากับร้อยละ 2.1 ปรับตัวลดลงจากอัตรากำไรสุทธิที่ร้อยละ 6.7 ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2563 เนื่องจากรายได้จากการขายที่ลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปี 2563 รวมถึงการรับรู้ผลขาดทุนในไตรมาส 2 และไตรมาส 3 ปี 2564

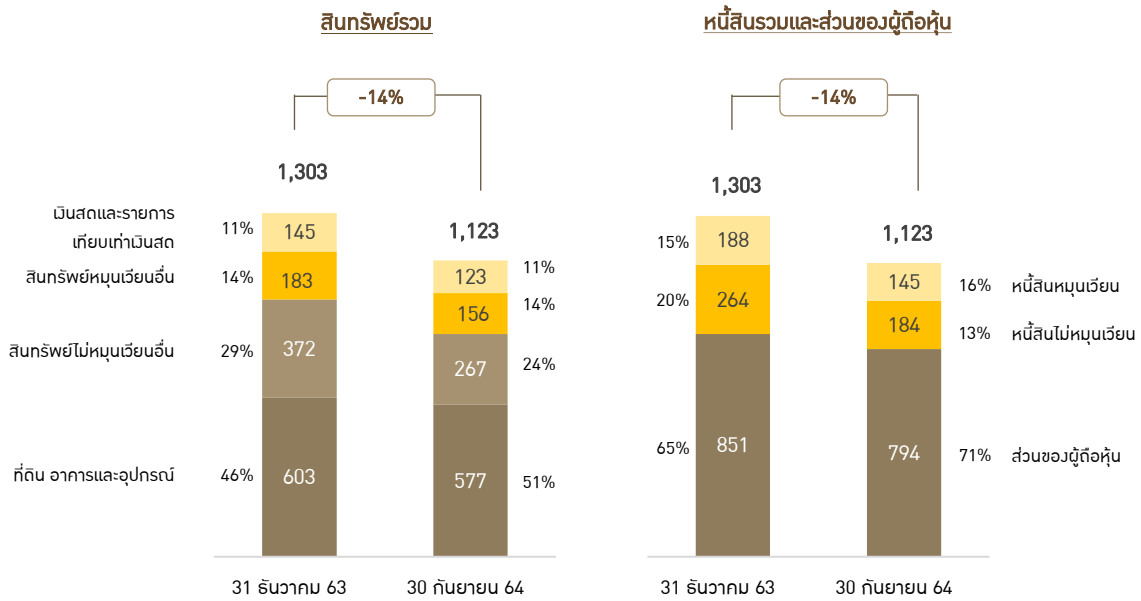


6. ต้นทุนทางการเงิน:

ต้นทุนทางการเงิน เกิดจากการรับรู้ดอกเบี้ยหนี้สินตามสัญญาเช่า จากการบันทึกบัญชีตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 บริษัทฯ ไม่มีเงินกู้ยืมที่มีดอกเบี้ย

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของบริษัทฯ

หน่วย: ล้านบาท



A สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 กันยายน 2564 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมมูลค่า 1,123 ล้านบาท ลดลง 180 ล้านบาท หรือร้อยละ 14 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 โดยรายละเอียดของการลดลงมีดังนี้

- **เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด:** ลดลง 22 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการจ่ายเป็นผลประจำปี ในไตรมาส 2 ปี 2564
- **ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์:** ลดลง 26 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการรับรู้ค่าเสื่อมราคาตามรอบบัญชีปกติ
- **สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น:** ลดลง 105 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการรับรู้ค่าตัดจำหน่ายสินทรัพย์สิทธิการใช้ตามมาตรฐานการบันทึกบัญชีตามรอบปกติ
- **สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น:** ลดลง 27 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการขายสินทรัพย์ทางการเงิน การรับชำระหนี้จากลูกหนี้การค้าและการลดลงของสินค้าคงเหลือ

L หนี้สิน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2564 บริษัทฯ มีหนี้สินรวมมูลค่า 329 ล้านบาท ลดลง 123 ล้านบาท หรือร้อยละ 27 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 โดยรายละเอียดของการลดลงมีดังนี้

- **หนี้สินหมุนเวียน:** ลดลง 43 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น เนื่องจากการจ่ายชำระค่าสินค้าและจ่ายโบนัสค้างจ่าย รวมถึงการจ่ายภาษีเงินได้ค้างจ่ายสำหรับปี 2563
- **หนี้สินไม่หมุนเวียน:** ลดลง 80 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่มีระยะมากกว่า 12 เดือน เนื่องจากการตัดจำหน่ายหนี้สินตามมาตรฐานการบันทึกบัญชีตามรอบปกติ

E ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 กันยายน 2564 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมมูลค่า 794 ล้านบาท ลดลง 57 ล้านบาท หรือร้อยละ 7 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เป็นผลมาจากการจ่ายเงินปันผลประจำปี 2563 ในช่วงไตรมาส 2 ปี 2564 จำนวน 49 ล้านบาท รวมถึงการรับรู้ผลขาดทุนจากการดำเนินงานในไตรมาส 2 และไตรมาส 3 ปี 2564