

11 พฤศจิกายน 2565

ที่ ZEN 2565-012
เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของฝ่ายจัดการ สำหรับไตรมาสที่ 3 ปี 2565 และงวด 9 เดือนแรก ปี 2565
เรียน กรรมการผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท เซ็น คอร์ปอเรชั่น กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ขอนำส่งคำอธิบายและวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของฝ่ายจัดการ สำหรับไตรมาสที่ 3 ปี 2565 และงวด 9 เดือนแรก ปี 2565 ดังนี้

ภาพรวมของการดำเนินธุรกิจ

ภาพรวมธุรกิจร้านอาหารภายในประเทศมีสัญญาณฟื้นตัวที่ชัดเจนขึ้น ตามภาวะเศรษฐกิจไทยที่ฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องจากอุปสงค์ในประเทศที่มีแนวโน้มขยายตัวหลังเปิดประเทศ โดยประชาชนสามารถปรับตัวดำเนินชีวิตท่ามกลางการแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้

สำหรับผลการดำเนินงานของบริษัทในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 รายได้รวมของบริษัทเพิ่มขึ้น 154% เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักจากรายได้ธุรกิจร้านอาหารที่ปรับตัวดีขึ้น 266% เติบโตต่อเนื่องจากความพยายามของบริษัทในการปรับโมเดลธุรกิจรวมถึงการออกโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าในการรับประทานอาหารที่ร้านให้มากขึ้น อีกทั้งบริษัทมีการบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลให้บริษัทมีกำไรสุทธิอยู่ที่ 54 ล้านบาท พลิกจากขาดทุนสุทธิ 60 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 114 ล้านบาท เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีที่ผ่านมา

สรุปผลการดำเนินงาน

งบกำไรขาดทุน	ไตรมาสที่ 3				9 เดือนแรก			
	2564	2565	เพิ่มขึ้น (ลดลง)		2564	2565	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	
หน่วย : ล้านบาท								
รายได้จากการขายและบริการ (รายได้หลัก)	346	900	554	160%	1,443	2,445	1,002	69%
รายได้อื่น	12	11	(1)	(12%)	31	22	(9)	(29%)
รวมรายได้	359	911	552	154%	1,475	2,468	993	67%
ต้นทุนขายและบริการ	237	480	244	103%	844	1,324	480	57%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	104	236	131	126%	460	639	179	39%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	82	118	37	45%	268	339	71	27%
รวมค่าใช้จ่าย	423	834	412	97%	1,572	2,303	731	46%
กำไร (ขาดทุน) จากกิจกรรมดำเนินงาน	(64)	76	141	219%	(97)	165	262	270%
ต้นทุนทางการเงิน	10	8	(2)	(19%)	28	26	(2)	(8%)
ส่วนแบ่งขาดทุนของบริษัทร่วมที่วิธีส่วนได้เสีย	0	1	0	17%	1	1	0	12%
กำไร (ขาดทุน) ก่อนภาษีเงินได้	(75)	68	143	190%	(126)	138	264	209%
ค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้	(15)	13	28	191%	(28)	26	54	194%
กำไร (ขาดทุน)	(60)	54	114	190%	(99)	112	210	213%

ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 บริษัทเปิดร้านอาหารใหม่จำนวน 12 สาขา แบ่งเป็นสาขาที่บริษัทเป็นเจ้าของ 8 สาขา และสาขาแฟรนไชส์ 4 สาขา หากนับรวมในงวด 9 เดือนแรก ปี 2565 บริษัทเปิดร้านอาหารใหม่จำนวนทั้งหมด 27 สาขา แบ่งเป็นสาขาที่บริษัทเป็นเจ้าของ 16 สาขา เป็นและสาขาแฟรนไชส์ 11 สาขา

ทั้งนี้ ณ วันที่ 30 กันยายน 2565 บริษัทมีสาขาร้านอาหารทั้งสิ้น 356 สาขา แบ่งเป็นสาขาที่บริษัทเป็นเจ้าของ 146 สาขา และสาขาแฟรนไชส์ 210 สาขา หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 41:59

การขยายสาขา

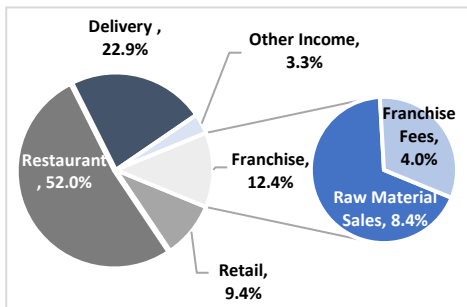
	ไตรมาสที่ 3		9 เดือนแรก	
	2564	2565	2564	2565
จำนวนสาขาที่บริษัทเป็นเจ้าของเปิดใหม่ระหว่างงวด	3	8	4	16
จำนวนสาขาที่บริษัทเป็นเจ้าของ ณ วันสิ้นงวด	144	146	144	146
จำนวนสาขาแฟรนไชส์ที่เปิดใหม่ระหว่างงวด	12	4	32	11
จำนวนสาขาแฟรนไชส์ ณ วันสิ้นงวด	206	210	206	210
รวม จำนวนสาขาเปิดใหม่ระหว่างงวด	15	12	36	27
จำนวนสาขาทั้งหมด ณ วันสิ้นงวด	350	356	350	356
อัตราเติบโตของรายได้ธุรกิจร้านอาหารของสาขาเดิม: SSSG (%) ⁽¹⁾	-32.5%	+75.2%	-7.2%	+39.9%

หมายเหตุ: ⁽¹⁾คำนวณจากรายได้จากการขายอาหารและเครื่องดื่มของสาขาเดิมเฉลี่ยต่อจำนวนวันที่เปิดดำเนินการจริงของสาขาเดิม

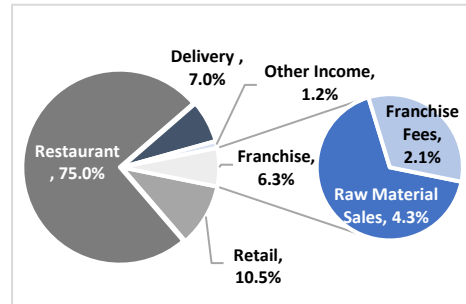
การวิเคราะห์ห้วงกำไรขาดทุนของบริษัท

รายได้รวม

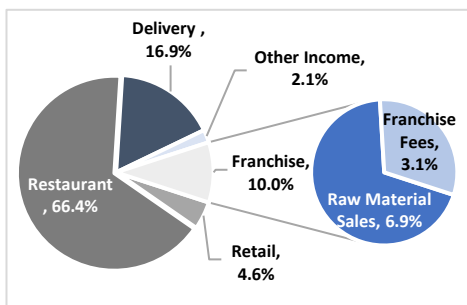
โครงสร้างรายได้ใน 3Q2564



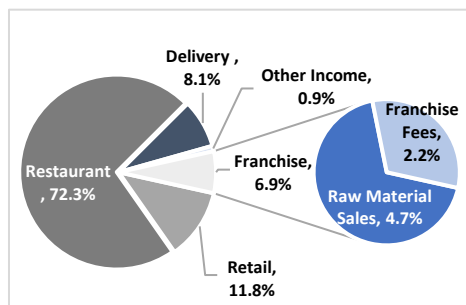
โครงสร้างรายได้ใน 3Q2565



โครงสร้างรายได้ใน 9M2564



โครงสร้างรายได้ใน 9M2565



หมายเหตุ : ร้อยละของรายได้รวม

รายได้รวม	ไตรมาสที่ 3				9 เดือนแรก			
	2564	2565	เพิ่มขึ้น (ลดลง)		2564	2565	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	
หน่วย : ล้านบาท								
รายได้จากการขาย	332	881	549	165%	1,398	2,391	994	71%
▪ รายได้จากธุรกิจร้านอาหาร	186	683	496	266%	979	1,783	805	82%
▪ รายได้จากบริการจัดส่งอาหารและจัดเลี้ยง	82	64	(18)	(22%)	249	200	(49)	(20%)
▪ รายได้จากการขายวัตถุดิบให้กับแฟรนไชส์	30	39	9	29%	102	117	15	15%
▪ รายได้ธุรกิจอาหารค้าปลีก	34	96	62	184%	68	291	223	326%
รายได้จากการให้สิทธิแฟรนไชส์	14	19	5	33%	46	54	8	18%
รายได้จากการขายและบริการ (รายได้หลัก)	346	900	554	160%	1,443	2,445	1,002	69%
รายได้อื่น	12	11	(1)	(12%)	31	22	(9)	(29%)
รายได้รวม	359	911	552	154%	1,475	2,468	993	67%

3Q2565 VS 3Q2564

ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 บริษัทมีรายได้รวมจำนวน 911 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 552 ล้านบาท หรือ 154% จากงวดเดียวกันของปีก่อน และมีอัตราการเติบโตของรายได้ธุรกิจร้านอาหารของสาขาเดิม (SSSG) ของบริษัท +75.2% โดยมีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงของรายได้จากการดำเนินธุรกิจต่างๆ ดังนี้

- รายได้จากธุรกิจร้านอาหาร เพิ่มขึ้น 496 ล้านบาท หรือ 266% หลังการปลดข้อจำกัดในการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 และการกลับมารับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น ประกอบกับการเปิดสาขาใหม่บนทำเลที่มีศักยภาพ
- รายได้จากบริการจัดส่งอาหารและบริการจัดเลี้ยง ลดลง 18 ล้านบาท หรือ 22% เนื่องจากในช่วงไตรมาสที่ 3 ของปีที่ผ่านมา มีคำสั่งปิดห้างสรรพสินค้าช่วง 20 ก.ค. ถึง 2 ส.ค. 2564 หลังจากนั้น มีคำสั่งควบคุมเวลาประกอบกิจการ เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19 บริษัทจึงผลักดันยอดขายผ่านช่องทางเดลิเวอรี่มากขึ้น เพื่อทดแทนการสูญเสียรายได้จากธุรกิจร้านอาหาร โดยแม้ธุรกิจร้านอาหารได้กลับมาฟื้นตัวแล้ว บริษัทยังคงให้ความสำคัญกับการขายผ่านช่องทางบริการจัดส่งอาหารอย่างต่อเนื่อง ทั้งผ่านผู้ให้บริการจัดส่งอาหาร และผ่านแอปพลิเคชัน “Zen Group Member”
- รายได้จากการขายวัตถุดิบให้กับแฟรนไชส์ เพิ่มขึ้น 9 ล้านบาท หรือ 29% จากการทำร้านอาหารกลุ่มแฟรนไชส์มียอดขายเพิ่มขึ้น จึงทำให้มีการซื้อวัตถุดิบกับบริษัทมากขึ้น
- รายได้ธุรกิจอาหารค้าปลีก เพิ่มขึ้น 62 ล้านบาท หรือ 184% โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลงทุนในบริษัท คิง มารีน ฟู้ดส์ จำกัด ในเดือนมีนาคม ปี 2565 และจากการที่บริษัท เซ็น แอนด์ โกลูม อินเตอร์ฟู้ดส์ จำกัด ออกสินค้าใหม่และการขายผ่านช่องทาง Modern Trade และออนไลน์มากขึ้น
- รายได้จากการให้สิทธิแฟรนไชส์ เพิ่มขึ้น 5 ล้านบาท หรือ 33% มาจากรายได้ค่าสิทธิ์และค่าการตลาดที่เก็บจากแฟรนไชส์ เพิ่มขึ้นจากจำนวนสาขาแฟรนไชส์ที่เพิ่มขึ้น และค่าต่อสัญญาแฟรนไชส์เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา
- รายได้อื่น ลดลง 1 ล้านบาท หรือ 12% โดยมีสาเหตุมาจาก (1) รายได้ค่าบัตรสมาชิกตัดจ่ายลดลง และ (2) รายได้ค่าติดตั้งระบบให้กับร้านแฟรนไชส์ลดลง

9M2565 VS 9M2564

ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2565 บริษัทมีรายได้รวมจำนวน 2,468 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 993 ล้านบาท หรือ 67% จากงวดเดียวกันของปีก่อน และมีอัตราการเติบโตของรายได้ธุรกิจร้านอาหารของสาขาเดิม (SSSG) ของบริษัท +39.9% โดยมีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงของรายได้จากการดำเนินธุรกิจต่างๆ ดังนี้

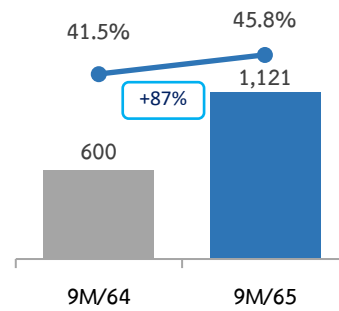
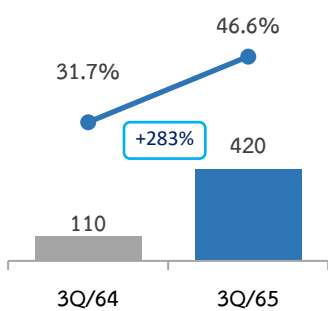
- รายได้จากธุรกิจร้านอาหาร เพิ่มขึ้น 805 ล้านบาท หรือ 82% หลังการปลดข้อจำกัดในการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 และการกลับมารับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น ประกอบกับการเปิดสาขาใหม่บนทำเลที่มีศักยภาพ
- รายได้จากบริการจัดส่งอาหารและบริการจัดเลี้ยง ลดลง 49 ล้านบาท หรือ 20% เนื่องจากในช่วงไตรมาสที่ 2 ถึง 3 ของปีที่ผ่านมา มีคำสั่งจำกัดจำนวนที่นั่งทานอาหารในร้าน คำสั่งปิดห้างสรรพสินค้า 2 สัปดาห์ และคำสั่งควบคุมเวลาประกอบกิจการ เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้บริษัท ผลักดันยอดขายผ่านช่องทางเดลิเวอรี่มากขึ้นเพื่อทดแทนการสูญเสียรายได้จากธุรกิจร้านอาหาร โดยแม้ธุรกิจร้านอาหารได้กลับมาฟื้นตัวแล้ว บริษัทยังคงให้ความสำคัญกับการขายผ่านช่องทางบริการจัดส่งอาหารอย่างต่อเนื่อง ทั้งผ่านผู้ให้บริการจัดส่งอาหาร และผ่านแอปพลิเคชัน “Zen Group Member”
- รายได้จากการขายวัตถุดิบให้กับแฟรนไชส์ เพิ่มขึ้น 15 ล้านบาท หรือ 15% จากการทำร้านอาหารกลุ่มแฟรนไชส์มียอดขายเพิ่มขึ้น จึงทำให้มีการซื้อวัตถุดิบกับบริษัทมากขึ้น
- รายได้ธุรกิจอาหารค้าปลีก เพิ่มขึ้น 223 ล้านบาท หรือ 326% โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลงทุนในบริษัท คิง มารีน ฟู้ดส์ จำกัด ในเดือนมีนาคม ปี 2565 และจากการที่บริษัท เซ็น แอนด์ โกลูม อินเตอร์ฟู้ดส์ จำกัด ออกสินค้าใหม่ และการขายผ่านช่องทาง Modern Trade และออนไลน์มากขึ้น
- รายได้จากการให้สิทธิแฟรนไชส์ เพิ่มขึ้น 8 ล้านบาท หรือ 18% มาจากรายได้ค่าสิทธิ์และค่าการตลาดที่เก็บจากแฟรนไชส์ เพิ่มขึ้นจากจำนวนสาขาแฟรนไชส์ที่เพิ่มขึ้น และค่าต่อสัญญาแฟรนไชส์เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา
- รายได้อื่น ลดลง 9 ล้านบาท หรือ 29% โดยมีสาเหตุมาจาก (1) รายได้ค่าบัตรสมาชิกตัดจ่ายลดลง และ (2) รายได้ค่าติดตั้งระบบให้กับร้านแฟรนไชส์ลดลง

กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

หน่วย : ล้านบาท	ไตรมาสที่ 3				9 เดือนแรก			
	2564	2565	เพิ่มขึ้น (ลดลง)		2564	2565	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	
รายได้จากการขายและบริการ	346	900	554	160%	1,443	2,445	1,002	69%
ต้นทุนขายและบริการ	237	480	244	103%	844	1,324	480	57%
กำไรขั้นต้น	110	420	310	283%	600	1,121	522	87%

กำไรขั้นต้นของบริษัท มาจาก รายได้จากการขายสินค้าและบริการ (รายได้หลัก) หักด้วย ต้นทุนขายและบริการ

ต้นทุนขายและบริการของบริษัท ประกอบไปด้วย ต้นทุนวัตถุดิบอาหาร ค่าใช้จ่ายพนักงานในส่วนพื้นที่ครัว ค่าเช่าค่าบริการและค่าสาธารณูปโภคในส่วนพื้นที่ครัว โดยในไตรมาสที่ 3 และงวด 9 เดือนแรก ปี 2565 บริษัทมีต้นทุนขายและบริการเพิ่มขึ้น 103% และ 57% ตามลำดับ จากงวดเดียวกันของปีที่ผ่านมา ซึ่งสอดคล้องกับรายได้จากธุรกิจร้านอาหารและธุรกิจค้าปลีกที่เพิ่มมากขึ้น



3Q2565 VS 3Q2564

ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 บริษัทมีกำไรขั้นต้นจำนวน 420 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 310 ล้านบาท หรือ 283% จากงวดเดียวกันของปีที่ผ่านมา และมีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นจาก 31.7% ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 เป็น 46.6% ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก

- การฟื้นตัวของรายได้จากการดำเนินธุรกิจต่างๆ โดยเฉพาะ รายได้จากธุรกิจร้านอาหาร หลังการผ่อนคลายและปลดข้อจำกัดในการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในช่วงไตรมาส 3 ของปีนี้
- การบริหารจัดการต้นทุนวัตถุดิบ ด้วยการรังสรรค์เมนูตามเทศกาล และจัดโปรโมชั่นของแต่ละแบรนด์ ให้เหมาะสมกับต้นทุนวัตถุดิบ ประกอบกับการใช้วัตถุดิบบางชนิดร่วมกันในหลายแบรนด์ ตามหลักของการประหยัดต่อขนาด ซึ่งทำให้การจัดซื้อวัตถุดิบที่ใช้ร่วมกันได้จำนวนมากในราคาที่ประหยัดขึ้น
- สัดส่วนรายได้จากบริการจัดส่งอาหาร ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นน้อยกว่าธุรกิจร้านอาหารลดน้อยลง
- สัดส่วนรายได้จากธุรกิจอาหารค้าปลีก ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นน้อยกว่าธุรกิจร้านอาหารเพิ่มขึ้น

9M2565 VS 9M2564

ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2565 บริษัทมีกำไรขั้นต้นจำนวน 1,121 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 522 ล้านบาท หรือ 87% จากงวดเดียวกันของปีที่ผ่านมา และมีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นจาก 41.5% ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2564 เป็น 45.8% ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2565 โดยสาเหตุหลักมาจาก

- การฟื้นตัวของรายได้จากการดำเนินธุรกิจต่างๆ โดยเฉพาะ รายได้จากธุรกิจร้านอาหาร หลังการผ่อนคลายและปลดข้อจำกัดในการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19
- การบริหารจัดการต้นทุนวัตถุดิบ นอกจากการปรับราคาขายของเมนูบุฟเฟ่ต์ในช่วงต้นปีแล้ว มีการออกเมนูตามเทศกาล และจัดโปรโมชั่นของแต่ละแบรนด์ ให้เหมาะสมกับต้นทุนวัตถุดิบ ประกอบกับการใช้วัตถุดิบบางชนิดร่วมกันในหลายแบรนด์ ตามหลักของการประหยัดต่อขนาด ทำให้การจัดซื้อวัตถุดิบที่ใช้ร่วมกันได้จำนวนมากขึ้นในราคาที่ประหยัดขึ้น
- สัดส่วนรายได้จากบริการจัดส่งอาหาร ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นน้อยกว่าธุรกิจร้านอาหารลดน้อยลง
- สัดส่วนรายได้จากธุรกิจอาหารค้าปลีก ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นน้อยกว่าธุรกิจร้านอาหารเพิ่มขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการขาย



ค่าใช้จ่ายในการขายของบริษัทที่สำคัญ ประกอบไปด้วย ค่าใช้จ่ายทางการตลาด ค่าใช้จ่ายคอมมิชชั่นที่ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจจัดส่งอาหาร ค่าใช้จ่ายพนักงานในส่วนพื้นที่บริการลูกค้า ค่าเช่าค่าบริการและค่าสาธารณูปโภคในส่วนพื้นที่บริการลูกค้า

3Q2565 VS 3Q2564

ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายจำนวน 236 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 131 ล้านบาท หรือคิดเป็น 126% จากงวดเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยมีสาเหตุหลักมาจาก

- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด เพิ่มขึ้นจากการจัดกิจกรรมการตลาด และส่งเสริมการขาย ภายหลังการปลดมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19
- ค่าใช้จ่ายคอมมิชชั่น ลดลงเนื่องจากยอดขายผ่านช่องทางเดลิเวอรี่ลดลง เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีที่ผ่านมา
- ค่าเช่า ค่าบริการ และค่าสาธารณูปโภค เพิ่มขึ้นจาก 1) การเปิดสาขาใหม่เพิ่มขึ้น และ 2) ในไตรมาสที่ 3 ของปีที่ผ่านมา บริษัทได้รับส่วนลดจากการเปิดดำเนินการไม่เต็มเวลา เนื่องจากมาตรการควบคุมโรคโควิด-19

โดยรวม ค่าใช้จ่ายในการขายลดลงจาก 29.1% ของรายได้รวมในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 เป็น 25.8% ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565

9M2565 VS 9M2564

สำหรับงวด 9 เดือนแรกปี 2565 บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายจำนวน 639 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 179 ล้านบาท หรือคิดเป็น 39% จากปีที่ผ่านมา โดยมีสาเหตุหลักมาจาก

- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด เพิ่มขึ้นจากการจัดกิจกรรมการตลาด และส่งเสริมการขาย ภายหลังการผ่อนคลายและปลดมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19
- ค่าใช้จ่ายคอมมิชชั่น ลดลงเนื่องจากยอดขายผ่านช่องทางเดลิเวอรี่ลดลง เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีที่ผ่านมา
- ค่าเช่า ค่าบริการ และค่าสาธารณูปโภค เพิ่มขึ้นจาก 1) การเปิดสาขาใหม่เพิ่มขึ้น และ 2) ในช่วง 9 เดือนแรกของปีที่ผ่านมา บริษัทได้รับส่วนลดจากการเปิดดำเนินการไม่เต็มเวลา เนื่องจากมาตรการควบคุมโรคโควิด-19

โดยรวม ค่าใช้จ่ายในการขายลดลงจาก 31.2% ของรายได้รวมในงวด 9 เดือนแรก ปี 2564 เป็น 25.9% ใน 9 เดือนแรก ปี 2565

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร



3Q2565 VS 3Q2564

ในไตรมาส 3 ปี 2565 บริษัทมีค่าใช้จ่ายบริหารจำนวน 118 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 36 ล้านบาท หรือ 44% จากปีที่ผ่านมา มีสาเหตุมาจาก

- ค่าใช้จ่ายพนักงาน สวัสดิการและผลประโยชน์พนักงานเพิ่มขึ้น
- การรับรู้ค่าใช้จ่ายพนักงานของบริษัทน้อย
- ค่าธรรมเนียมธนาคารเพิ่มขึ้น เนื่องจากลูกค้า Dine-in เพิ่มขึ้น

ถึงแม้ค่าใช้จ่ายในการบริหารของบริษัทเป็นจำนวนเงินเพิ่มขึ้น แต่โดยภาพรวมค่าใช้จ่ายบริหารลดลงจากอัตรา 22.8% ของรายได้รวมในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 เป็น 12.9% ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 สอดคล้องกับการเติบโตของธุรกิจ

9M2565 VS 9M2564

ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2565 บริษัทมีค่าใช้จ่ายบริหารจำนวน 339 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 71 ล้านบาท หรือ 26% จากปีที่ผ่านมา มีสาเหตุมาจาก

- ค่าใช้จ่ายพนักงาน สวัสดิการ และผลประโยชน์พนักงานเพิ่มขึ้น
- การรับรู้ค่าใช้จ่ายพนักงานของบริษัทน้อย
- ค่าธรรมเนียมธนาคารเพิ่มขึ้น เนื่องจากลูกค้า Dine-in เพิ่มขึ้น

ถึงแม้ค่าใช้จ่ายในการบริหารของบริษัทเป็นจำนวนเงินเพิ่มขึ้น โดยภาพรวมค่าใช้จ่ายบริหารลดลงจากอัตรา 18.1% ของรายได้รวมในงวด 9 เดือนแรก ปี 2564 เป็น 13.7% ในงวด 9 เดือนแรกของปี 2565 สอดคล้องกับการเติบโตของธุรกิจ

ต้นทุนทางการเงิน



3Q2565 VS 3Q2564

ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 บริษัทมีต้นทุนทางการเงินจำนวน 8 ล้านบาท ลดลง 2 ล้านบาท หรือ 19% จากงวดเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยมีสาเหตุหลักมาจาก

- บริษัทมีการรับรู้ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยจ่ายของหนี้สินตามสัญญาเช่าลดลงซึ่งเกี่ยวข้องกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 16 เรื่องสัญญาเช่า (IFRS 16)
- การรับรู้ดอกเบี้ยจ่ายของบริษัทน้อย

9M2565 VS 9M2564

สำหรับงวด 9 เดือนแรก ปี 2565 บริษัทมีต้นทุนทางการเงินจำนวน 26 ล้านบาท ลดลง 2 ล้านบาท หรือ 8% จากงวดเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยมีสาเหตุหลักมาจาก

- บริษัทมีการรับรู้ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยจ่ายของหนี้สินตามสัญญาเช่าลดลงซึ่งเกี่ยวข้องกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 16 เรื่องสัญญาเช่า (IFRS 16)
- การรับรู้ดอกเบี้ยจ่ายของบริษัทน้อย

กำไร (ขาดทุน) สุทธิ และอัตรากำไร (ขาดทุน) สุทธิ



3Q2565 VS 3Q2564

ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 บริษัทมีกำไรสุทธิ 54 ล้านบาท พลิกจากขาดทุน 60 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 114 ล้านบาท จากงวดเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยมีสาเหตุหลักมาจาก

- การฟื้นตัวของรายได้จากการดำเนินธุรกิจต่างๆ โดยเฉพาะรายได้จากธุรกิจร้านอาหาร และการเติบโตของธุรกิจค้าปลีก
- การบริหารต้นทุนค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

อัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจาก -16.8% ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 เป็น 5.9% ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565

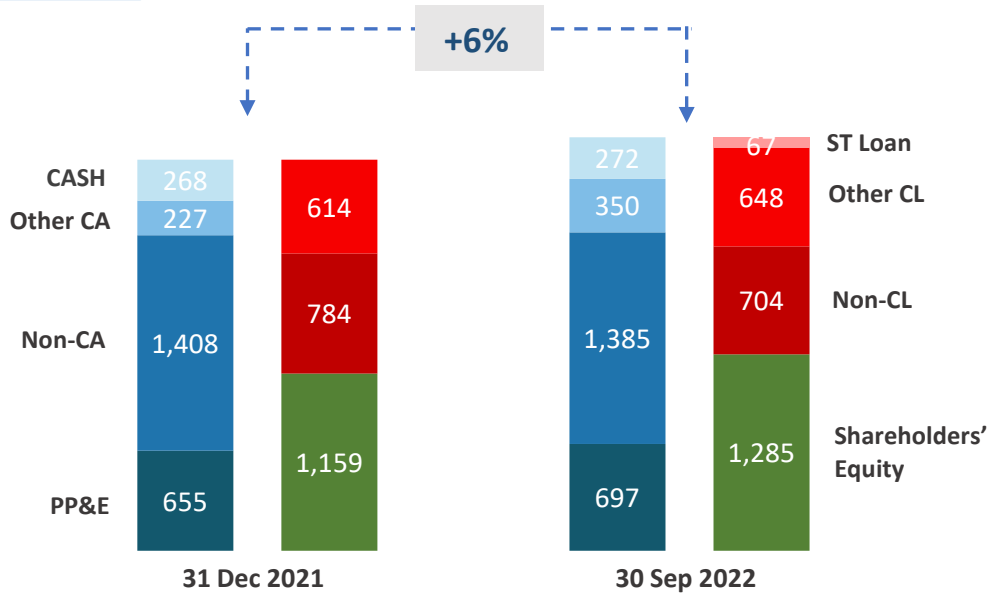
9M2565 VS 9M2564

ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2565 บริษัทมีกำไรสุทธิ 112 ล้านบาท พลิกจากขาดทุน 99 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 210 ล้านบาท จากงวดเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยมีสาเหตุหลักมาจาก

- การฟื้นตัวของรายได้จากการดำเนินธุรกิจต่างๆ โดยเฉพาะรายได้จากธุรกิจร้านอาหาร และการเติบโตของธุรกิจค้าปลีก
- การบริหารต้นทุนค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

อัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจาก -6.7% ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2564 เป็น 4.5% ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2565

การวิเคราะห์ฐานะการเงิน



สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 และ 30 กันยายน 2565 บริษัทมีสินทรัพย์รวม 2,557 ล้านบาท และ 2,704 ล้านบาทตามลำดับ เพิ่มขึ้น 146 ล้านบาท หรือ 6% มาจากสินค้าคงเหลือและสินทรัพย์หมุนเวียนอื่นเพิ่มขึ้น

หนี้สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 และ 30 กันยายน 2565 บริษัทมีหนี้สินรวม 1,398 ล้านบาทและ 1,419 ล้านบาทตามลำดับ เพิ่มขึ้น 21 ล้านบาท หรือ 2% โดยมีสาเหตุหลักมาจากการหนี้สินหมุนเวียนเพิ่มขึ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 และ 30 กันยายน 2565 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้น 1,159 ล้านบาท และ 1,285 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 126 ล้านบาท หรือ 11% ส่วนของผู้ถือหุ้นที่เพิ่มขึ้นนี้เกิดจาก (1) กำไรเบ็ดเสร็จส่วนที่เป็นของบริษัทสำหรับปี เพิ่มขึ้น 100 ล้านบาท (2) ส่วนต่างจากการรวมธุรกิจภายใต้การควบคุมเดียวกันเพิ่มขึ้น 3 ล้านบาท และ (3) การได้มาซึ่งส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมจากการซื้อบริษัทย่อย เพิ่มขึ้น 23 ล้านบาท

สภาพคล่องและโครงสร้างเงินทุน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2565 บริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่องเท่ากับ 0.87 เพิ่มขึ้นจาก ณ สิ้นปี 2564 ซึ่งเท่ากับ 0.81 อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นลดลงเล็กน้อยเป็น 1.10 ณ วันที่ 30 กันยายน 2565 เมื่อเทียบกับ 1.21 ณ สิ้นปี 2564

ความคืบหน้าของการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน

ทางบริษัทฯ ได้รับการคัดเลือกเป็นหนึ่งในรายชื่อ ‘หุ้นยั่งยืน’ THSI (Thailand Sustainability Investment) ประจำปี 2565 ในกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร (Agro & Food Industry) จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยบริษัทฯ เดินหน้าผลักดันนโยบาย ZEN CARE โดยให้ความสำคัญกับ 3P คือ Planet Care - ใส่ใจสิ่งแวดล้อม, People Care - พัฒนาชุมชนและสังคม, Prosperity Care - เศรษฐกิจยั่งยืน ผ่านร้านอาหาร เพื่อคืนคุณค่าสู่สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ ESG (Environmental, Social, Governance) ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่เป็นมาตรฐานในการดำเนินธุรกิจขององค์กร ผ่านการดำเนินงานดังต่อไปนี้



ENVIRONMENT (PLANET)	SOCIAL (PEOPLE)	GOVERNMENT (PROSPERITY)
ลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก โดยซื้อคาร์บอนเครดิตจากโครงการลดก๊าซเรือนกระจกที่เอื้อประโยชน์ต่อชุมชน	มีการเลือกใช้ผลผลิตของเกษตรกรชุมชนมาเป็นหนึ่งในวัตถุดิบสำคัญของร้าน ตำมั่วลาวญวน และเชียง โดยผลผลิตของเกษตรกรชุมชน กับ 3 เมนูพิเศษ ใน 3 ร้านอาหารแบรนด์ไทยในเครือ เช่น กรู๊ป ได้แก่ แตงโมไร้เมล็ด : เมนู “แตงโมปั่น” จากร้าน ตำมั่ว เนื้อแตงโม 100% โดยเลือกใช้แตงโมไร้เมล็ดจากไร่โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม เต้าหู้ : เมนูเด็ดจากร้านลาวญวน “เต้าหู้ทอด (คลอแจงะ)” โดยนำของดีของชุมชนคลอแจงะ จังหวัดสงขลา ทุเรียนและข้าว : ร้านเชียงได้รังสรรค์เมนูใหม่ “กะเพราทุเรียน” โดยนำวัตถุดิบทุเรียน ส่งตรงจากภาคตะวันออก จังหวัดจันทบุรี ระยอง และตราด ส่วนวัตถุดิบข้าวจากชุมชนโคกนาสัย จังหวัดสระบุรี	- มีการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ปลอดภัยและมีส่วนที่สามารถนำมารีไซเคิลเพื่อลดปริมาณขยะได้ โดยให้พนักงานภายในร้าน เช่น เรสเทอรัรอง และร้านอาหารอื่นๆ ในเครือทุกคน ช่วยกันคัดแยกขยะอย่างเป็นระบบเพื่อนำส่งให้โครงการวน และการแยกขวดพลาสติก เพื่อเข้ากระบวนการนำไปรีไซเคิลต่อไป - ทำชุดพนักงานใหม่ภายใต้แนวคิด SAVE THE WORLD ด้วยกระบวนการรีไซเคิลขวดพลาสติกชนิด PET กว่า 230,000 ขวดนำมาผลิตเป็นเส้นด้ายคุณภาพสูงโดยโรงงานที่ได้มาตรฐานระดับโลก แล้วนำมาทอเป็นผ้า เพื่อตัดเย็บเป็นชุดพนักงานได้ทั้งหมด 6,100 ชุด ที่มีคุณสมบัติในการสวมใส่ที่สบายและยืดหยุ่น

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นางยุพาพรรณ เอกสิทธิกุล)

รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารการเงินและบัญชี