

27 กุมภาพันธ์ 2566

ที่ ZEN 2566-004
เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของฝ่ายจัดการ สำหรับไตรมาสที่ 4 ปี 2565 และปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565
เรียน กรรมการผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท เซ็น คอร์ปอเรชั่น กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ขอนำส่งคำอธิบายและวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของฝ่ายจัดการ สำหรับไตรมาสที่ 4 ปี 2565 และปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 ดังนี้

ภาพรวมของการดำเนินธุรกิจ

ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 บริษัทมีรายได้รวมทั้งสิ้น 946 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 21% เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักจากรายได้ธุรกิจร้านอาหารจาก 1) การฟื้นตัวของธุรกิจหลังสถานการณ์ Covid-19 คลี่คลาย 2) การขยายสาขาใหม่โดยเฉพาะสาขาที่บริษัทเป็นเจ้าของ รวมถึงการออกโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและการบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งรายได้ธุรกิจอาหารค้าปลีกเติบโตจากการเข้าลงทุนในบริษัท คิง มารีน ฟู้ดส์ จำกัด ส่งผลให้บริษัทมีกำไรสุทธิรวม 61 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 51 ล้านบาท เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีที่ผ่านมา จากความพยายามของบริษัทในการปรับโมเดลธุรกิจสำหรับปี 2565 บริษัทมีรายได้รวม 3,413 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 51% เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน และมีกำไรสุทธิรวม 172 ล้านบาท พลิกจากขาดทุนสุทธิ 89 ล้านบาทในปี 2564 หรือเพิ่มขึ้น 261 ล้านบาท และนับเป็นผลประกอบการที่บริษัททำได้สูงสุดเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ก่อนเกิดสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19

สรุปผลการดำเนินงาน

งบกำไรขาดทุน หน่วย : ล้านบาท	ไตรมาสที่ 4				ปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม			
	2564	2565	เพิ่มขึ้น (ลดลง)		2564	2565	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	
รายได้จากการขายและบริการ (รายได้หลัก)	765	938	173	23%	2,209	3,383	1,175	53%
รายได้อื่น	15	8	(7)	(59%)	47	30	(17)	(36%)
รวมรายได้	781	946	165	21%	2,255	3,413	1,158	51%
ต้นทุนขายและบริการ	399	513	114	29%	1,243	1,838	595	48%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	226	213	(13)	(6%)	687	853	166	24%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	131	138	7	5%	398	477	79	20%
รวมค่าใช้จ่าย	756	865	109	14%	2,328	3,167	839	36%
กำไร (ขาดทุน) จากกิจกรรมดำเนินงาน	24	81	58	233%	(73)	246	319	438%
ต้นทุนทางการเงิน	9	7	(2)	(28%)	38	33	(5)	(13%)
ส่วนแบ่งขาดทุนของบริษัทร่วมที่ใช้อิสรส่วนได้เสีย	0	1	1	59%	2	2	0	22%
กำไร (ขาดทุน) ก่อนภาษีเงินได้	14	74	57	408%	(112)	211	323	289%
ค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้	4	13	9	189%	(23)	39	62	266%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิของกลุ่มบริษัท	10	61	51	505%	(89)	172	261	295%
<i>กำไร (ขาดทุน) ส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่</i>	<i>9</i>	<i>55</i>	<i>46</i>	<i>487%</i>	<i>(92)</i>	<i>154</i>	<i>245</i>	<i>268%</i>
<i>กำไร (ขาดทุน) ส่วนที่ไม่มีอำนาจควบคุม</i>	<i>1</i>	<i>6</i>	<i>5</i>	<i>729%</i>	<i>3</i>	<i>18</i>	<i>16</i>	<i>518%</i>

การวิเคราะห์งบกำไรขาดทุนของบริษัท

รายได้รวม หน่วย : ล้านบาท	ไตรมาสที่ 4				ปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม			
	2564	2565	เพิ่มขึ้น (ลดลง)		2564	2565	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	
รายได้จากการขาย	748	915	167	22%	2,146	3,306	1,161	54%
▪ รายได้จากธุรกิจร้านอาหาร	603	728	124	21%	1,582	2,510	928	59%
▪ รายได้จากบริการจัดส่งอาหารและจัดเลี้ยง	72	52	(20)	(27%)	321	252	(68)	(21%)
▪ รายได้จากการขายวัตถุดิบให้กับแฟรนไชส์	41	37	(4)	(10%)	143	154	11	8%
▪ รายได้ธุรกิจอาหารค้าปลีก	32	98	66	210%	100	390	290	290%
รายได้จากการให้สิทธิแฟรนไชส์	17	23	5	31%	63	77	14	22%
รายได้จากการขายและบริการ (รายได้หลัก)	765	938	173	23%	2,209	3,383	1,175	53%
รายได้อื่น	15	8	(7)	(59%)	47	30	(17)	(36%)
รายได้รวม	781	946	165	21%	2,255	3,413	1,158	51%

ไตรมาส 4/2565 เทียบกับ ไตรมาส 4/2564

ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 บริษัทมีรายได้รวมจำนวน 946 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 165 ล้านบาท หรือ 21% จากงวดเดียวกันของปีก่อน และมีอัตราการเติบโตของรายได้ธุรกิจร้านอาหารของสาขาเดิมของบริษัท +0.4% โดยมีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงของรายได้จากการดำเนินงานธุรกิจต่างๆ ดังนี้

- รายได้จากธุรกิจร้านอาหาร เพิ่มขึ้น 124 ล้านบาท หรือ 21% หลังการปลดข้อจำกัดในการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 และการกลับมารับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น ประกอบกับการเปิดสาขาใหม่บนทำเลที่มีศักยภาพ
- รายได้จากบริการจัดส่งอาหารและบริการจัดเลี้ยง ลดลง 20 ล้านบาท หรือ 27% เนื่องจากธุรกิจร้านอาหารได้กลับมาฟื้นตัวแล้ว ส่งผลกระทบให้รายได้จากบริการจัดส่งอาหารลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงให้ความสำคัญกับการขายผ่านช่องทางบริการจัดส่งอาหารอย่างต่อเนื่อง ทั้งผ่านผู้ให้บริการจัดส่งอาหาร และผ่านทางแอปพลิเคชัน “Zen Group Member”
- รายได้จากการขายวัตถุดิบให้แฟรนไชส์ ลดลง 4 ล้านบาท หรือ 10% จากสาขาแฟรนไชส์ซื้อวัตถุดิบกับบริษัทลดลง
- รายได้จากธุรกิจอาหารค้าปลีก เพิ่มขึ้น 66 ล้านบาท หรือ 210% โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเข้าลงทุน 51% ในบริษัท คิง มารีน ฟู้ดส์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้นำเข้าและจำหน่ายอาหารทะเลและอาหารแปรรูป ทั้งรูปแบบอาหารสดและอาหารแช่แข็ง ในเดือนมีนาคม ปี 2565 และจากการที่บริษัท เช่น แอนด์ โกลูม อินเตอร์ฟู้ดส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ขยายตลาดสินค้าเครื่องปรุงรส โดยร่วมมือกับบริษัทจัดจำหน่ายมีออาซีฟ ช่วยผลักดันยอดขายให้เติบโตขึ้น
- รายได้จากการให้สิทธิแฟรนไชส์ เพิ่มขึ้น 5 ล้านบาท หรือ 31% มาจากรายได้ค่าแรกเข้าสาขาแฟรนไชส์ที่เปิดเพิ่มขึ้น รายได้ค่าสิทธิ์และค่าการตลาดเพิ่มมากขึ้นจากจำนวนสาขาแฟรนไชส์ที่เพิ่มขึ้น และค่าต่อสัญญาแฟรนไชส์เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา

ปี 2565 เทียบกับ ปี 2564

ในปี 2565 บริษัทมีรายได้รวมจำนวน 3,413 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,158 ล้านบาท หรือ 51% จากงวดเดียวกันของปีก่อน และมีอัตราการเติบโตของรายได้ธุรกิจร้านอาหารของสาขาเดิมของบริษัท +25.5% โดยมีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงของรายได้จากการดำเนินงานธุรกิจต่างๆ ดังนี้

- รายได้จากธุรกิจร้านอาหาร เพิ่มขึ้น 928 ล้านบาท หรือ 59% หลังการปลดข้อจำกัดในการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 และการกลับมารับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น ประกอบกับการเปิดสาขาใหม่บนทำเลที่มีศักยภาพ
- รายได้จากบริการจัดส่งอาหารและบริการจัดเลี้ยง ลดลง 68 ล้านบาท หรือ 21% เนื่องจากธุรกิจร้านอาหารได้กลับมาฟื้นตัวแล้ว ส่งผลกระทบให้รายได้จากบริการจัดส่งอาหารลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงให้ความสำคัญกับการขายผ่านช่องทางบริการจัดส่งอาหารอย่างต่อเนื่อง ทั้งผ่านผู้ให้บริการจัดส่งอาหาร และผ่านทางแอปพลิเคชัน “Zen Group Member”
- รายได้จากการขายวัตถุดิบให้แฟรนไชส์ เพิ่มขึ้น 11 ล้านบาท หรือ 8% จากสาขาแฟรนไชส์ซื้อวัตถุดิบกับบริษัทมากขึ้น
- รายได้จากธุรกิจอาหารค้าปลีก เพิ่มขึ้น 290 ล้านบาท หรือ 290% โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเข้าลงทุน 51% ในบริษัท คิง มารีน ฟู้ดส์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้นำเข้าและจำหน่ายอาหารทะเลและอาหารแปรรูป ทั้งรูปแบบอาหารสดและอาหารแช่แข็ง ในเดือนมีนาคม ปี 2565 และจากการที่บริษัท เช่น แอนด์ โกลูม อินเตอร์ฟู้ดส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ขยายตลาดสินค้าเครื่องปรุงรส โดยร่วมมือกับบริษัทจัดจำหน่ายมีออาซีฟ ช่วยผลักดันยอดขายให้เติบโตขึ้น
- รายได้จากการให้สิทธิแฟรนไชส์ เพิ่มขึ้น 14 ล้านบาท หรือ 22% มาจากรายได้ค่าสิทธิ์และค่าการตลาดที่เก็บจากแฟรนไชส์เพิ่มขึ้น และค่าต่อสัญญาแฟรนไชส์เพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา

ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 บริษัทเปิดร้านอาหารใหม่จำนวน 18 สาขา เป็นสาขาที่บริษัทเป็นเจ้าของ 9 สาขา และสาขาแฟรนไชส์ 9 สาขา หากนับรวมทั้งปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทเปิดร้านอาหารใหม่จำนวนทั้งหมด 45 สาขา เป็นสาขาที่บริษัทเป็นเจ้าของ 25 สาขา และสาขาแฟรนไชส์ 20 สาขา

ทั้งนี้ ณ สิ้นปี 2565 บริษัทมีจำนวนสาขาร้านอาหารทั้งสิ้น 345 สาขา แบ่งเป็นสาขาที่บริษัทเป็นเจ้าของ 155 สาขา และสาขาแฟรนไชส์ 190 สาขา หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45:55

กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น	ไตรมาสที่ 4				ปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม			
	หน่วย : ล้านบาท	2564	2565	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	2564	2565	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	
รายได้จากการขายและบริการ	765	938	173	23%	2,209	3,383	1,175	53%
ต้นทุนขายและบริการ	399	513	114	29%	1,243	1,838	595	48%
กำไรขั้นต้น	366	425	58	16%	966	1,546	580	60%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	47.9%	45.3%	-2.6%		43.7%	45.7%	2.0%	

กำไรขั้นต้นของบริษัท มาจาก รายได้จากการขายสินค้าและบริการ (รายได้หลัก) หักด้วย ต้นทุนขายและบริการ

ต้นทุนขายและบริการของบริษัท ประกอบไปด้วย ต้นทุนวัตถุดิบอาหาร ค่าใช้จ่ายพนักงานในส่วนพื้นที่ครัว ค่าเช่าค่าบริการและค่าสาธารณูปโภคในส่วนพื้นที่ครัว โดยในไตรมาสที่ 4 และปี 2565 บริษัทมีต้นทุนขายและบริการเพิ่มขึ้น 29% และ 48% ตามลำดับ จากงวดเดียวกันของปีที่ผ่านมา ซึ่งสอดคล้องกับรายได้จากรูกรักร้านอาหารและธุรกิจค้าปลีกที่เพิ่มมากขึ้น

ไตรมาส 4/2565 เทียบกับ ไตรมาส 4/2564

ในไตรมาส 4 ปี 2565 บริษัทมีกำไรขั้นต้นจำนวน 425 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 58 ล้านบาท หรือ 16% จากงวดเดียวกันของปีที่ผ่านมา เป็นผลจากการบริหารจัดการต้นทุนวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบกับการใช้วัตถุดิบบางชนิดร่วมกันในหลายแบรนด์ ตามหลักของการประหยัดต่อขนาด ทำให้การจัดซื้อวัตถุดิบที่ใช้ร่วมกันนั้น ทำได้จำนวนมากขึ้นในราคาที่ประหยัดขึ้น อย่างไรก็ตาม อัตรากำไรขั้นต้นลดลงเพียงเล็กน้อยจาก 47.9% ในไตรมาสที่ 4 ปี 2564 เป็น 45.3% ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 หรือลดลง 2.6%

ปี 2565 เทียบกับ ปี 2564

ในปี 2565 บริษัทมีกำไรขั้นต้นจำนวน 1,546 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 580 ล้านบาท หรือ 60% จากงวดเดียวกันของปีที่ผ่านมา และมีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นจาก 43.7% ในปี 2564 เป็น 45.7% ในปี 2565 เนื่องจากการบริหารจัดการต้นทุนวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบกับการใช้วัตถุดิบบางชนิดร่วมกันในหลายแบรนด์ ทำให้การจัดซื้อวัตถุดิบทำได้จำนวนมากขึ้นในราคาที่ประหยัดขึ้น อีกทั้งการฟื้นตัวของรายได้จากการดำเนินงานธุรกิจต่างๆ หลังการผ่อนคลายและปลดข้อจำกัดในการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19

ค่าใช้จ่ายในการขาย



ค่าใช้จ่ายในการขายของบริษัทที่สำคัญ ประกอบไปด้วย ค่าใช้จ่ายทางการตลาด ค่าใช้จ่ายคอมมิชชั่นที่ให้กับผู้ประกอบการจัดส่งอาหาร ค่าใช้จ่ายพนักงานในส่วนพื้นที่บริการลูกค้า ค่าเช่าค่าบริการและค่าสาธารณูปโภคในส่วนพื้นที่บริการลูกค้า

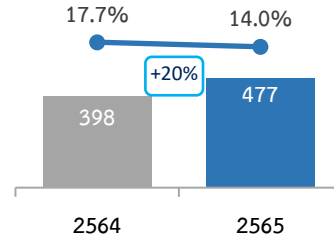
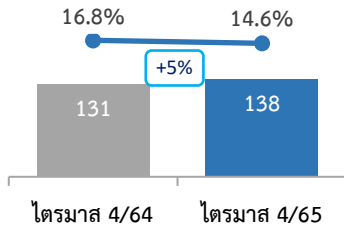
ไตรมาส 4/2565 เทียบกับ ไตรมาส 4/2564

ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายจำนวน 213 ล้านบาท ลดลง 13 ล้านบาท หรือคิดเป็น 6% จากงวดเดียวกันของปีก่อน จากการใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ อัตราร้อยของค่าใช้จ่ายในการขายลดลงจาก 29% ของรายได้รวมในไตรมาส 4 ปี 2564 เป็น 22.6% ในไตรมาส 4 ปี 2565

ปี 2565 เทียบกับ ปี 2564

ในปี 2565 บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายจำนวน 853 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 166 ล้านบาท หรือคิดเป็น 24% จากปี 2564 เป็นผลมาจากการฟื้นตัวของธุรกิจ ขณะที่ในปี 2564 มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้รายได้หยุดชะงัก จำเป็นต้องควบคุมค่าใช้จ่าย อย่างไรก็ตาม อัตราร้อยค่าใช้จ่ายในการขายลดลงจาก 30.4% ของรายได้รวมในปี 2564 เป็น 25.0% ในปี 2565

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร



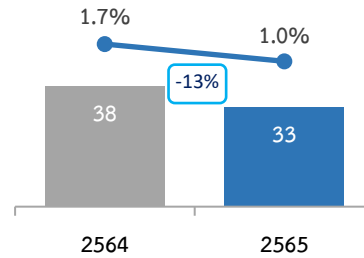
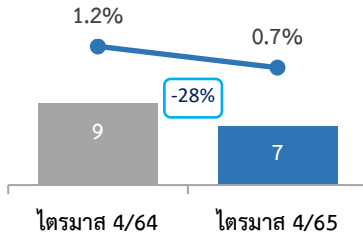
ไตรมาส 4/2565 เทียบกับ ไตรมาส 4/2564

ในไตรมาส 4 ปี 2565 บริษัทมีค่าใช้จ่ายบริหารจำนวน 138 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7 ล้านบาท หรือ 5% จากปีที่ผ่านมา สอดคล้องกับการเติบโตของธุรกิจ เนื่องจากค่าใช้จ่ายพนักงาน สวัสดิการและผลประโยชน์พนักงานเพิ่มขึ้น ค่าธรรมเนียมธนาคารเพิ่มขึ้นจากการที่มีลูกค้าเข้าใช้บริการรับประทานอาหารในร้านเพิ่มขึ้น และการรับรู้ค่าใช้จ่ายของบริษัททยอย อย่างไรก็ตาม อัตราส่วนค่าใช้จ่ายบริหารต่อรายได้รวมลดลงจาก 16.8% ในไตรมาส 4 ปี 2564 เป็น 14.6% ในไตรมาส 4 ปี 2565

ปี 2565 เทียบกับ ปี 2564

ในปี 2565 บริษัทมีค่าใช้จ่ายบริหารจำนวน 477 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 79 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 20% จากปี 2564 เนื่องจากค่าใช้จ่ายของหน่วยงานสนับสนุนการดำเนินงานธุรกิจของบริษัทเพิ่มขึ้น และมีการรับรู้ค่าใช้จ่ายของบริษัททยอย สอดคล้องกับการเติบโตของธุรกิจ ถึงแม้ค่าใช้จ่ายในการบริหารของบริษัทเป็นจำนวนเงินเพิ่มขึ้น แต่โดยภาพรวมค่าใช้จ่ายบริหารลดลงจากอัตรา 17.7% ของรายได้รวมในปี 2564 เป็น 14.0% ในปี 2565

ต้นทุนทางการเงิน



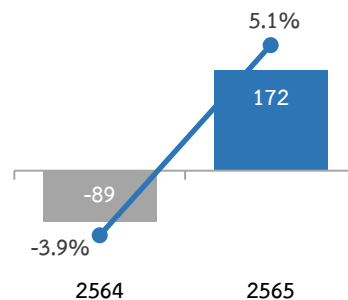
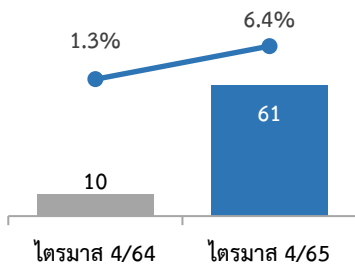
ไตรมาส 4/2565 เทียบกับ ไตรมาส 4/2564

ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 บริษัทมีต้นทุนทางการเงินจำนวน 7 ล้านบาท ลดลง 2 ล้านบาท หรือ 28% จากงวดเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยบริษัทมีการรับรู้ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยจ่ายของหนี้สินตามสัญญาเช่าลดลง ตามมาตรฐานทางการเงินฉบับที่ 16 เรื่องสัญญาเช่า (IFRS 16) และการรับรู้ดอกเบี้ยจ่ายของบริษัททยอย

ปี 2565 เทียบกับ ปี 2564

ในปี 2565 บริษัทมีต้นทุนทางการเงินจำนวน 33 ล้านบาท ลดลง 5 ล้านบาท หรือ 13% จากปี 2564 โดยบริษัทมีการรับรู้ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยจ่ายของหนี้สินตามสัญญาเช่าลดลง ตามมาตรฐานทางการเงินฉบับที่ 16 เรื่องสัญญาเช่า (IFRS 16) และการรับรู้ดอกเบี้ยจ่ายของบริษัททยอย

กำไร (ขาดทุน) สุทธิ และอัตรากำไร (ขาดทุน) สุทธิ



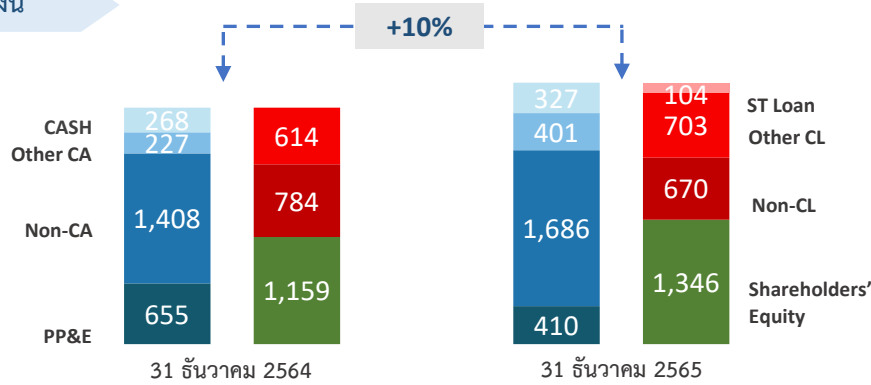
ไตรมาส 4/2565 เทียบกับ ไตรมาส 4/2564

ในไตรมาส 4 ปี 2565 บริษัทมีกำไรสุทธิ 61 ล้านบาท (แบ่งเป็นส่วนของบริษัทใหญ่ 55 ล้านบาท และส่วนที่ไม่มีอำนาจควบคุม 6 ล้านบาท) หรือเพิ่มขึ้น 51 ล้านบาท จากงวดเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยมีปัจจัยหลักมาจากการเติบโตของรายได้จากธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจแฟรนไชส์ และธุรกิจค้าปลีก ตลอดจนการบริหารต้นทุนค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง มีอัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจาก 1.3% ในไตรมาส 4 ปี 2564 เป็น 6.4% ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565

ปี 2565 เทียบกับ ปี 2564

ในปี 2565 บริษัทมีกำไรสุทธิ 172 ล้านบาท (แบ่งเป็นส่วนของบริษัทใหญ่ 154 ล้านบาท และส่วนที่ไม่มีอำนาจควบคุม 18 ล้านบาท) โดยพลิกจากขาดทุน 89 ล้านบาท หรือหรือเพิ่มขึ้น 261 ล้านบาท จากปี 2564 มีอัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจาก ติดลบ 3.9% ในปี 2564 เป็นบวก 5.1% ในปี 2565

การวิเคราะห์ฐานะการเงิน



สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 และ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทมีสินทรัพย์รวม 2,557 ล้านบาท และ 2,824 ล้านบาทตามลำดับ เพิ่มขึ้น 267 ล้านบาท หรือ 10% มาจากสินค้าคงเหลือและสินทรัพย์หมุนเวียนอื่นเพิ่มขึ้น

หนี้สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 และ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทมีหนี้สินรวม 1,398 ล้านบาท และ 1,478 ล้านบาทตามลำดับ เพิ่มขึ้น 81 ล้านบาท หรือ 6% โดยมีสาเหตุหลักมาจากหนี้สินหมุนเวียนเพิ่มขึ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 และ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้น 1,159 ล้านบาท และ 1,346 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 187 ล้านบาท หรือ 16% ส่วนของผู้ถือหุ้นที่เพิ่มขึ้นนี้เกิดจาก (1) กำไรเบ็ดเสร็จส่วนที่เป็นของบริษัทสำหรับปี เพิ่มขึ้น 155 ล้านบาท (2) ส่วนต่างจากการรวมธุรกิจภายใต้การควบคุมเดียวกันเพิ่มขึ้น 3 ล้านบาท และ (3) การได้มาซึ่งส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมจากการซื้อบริษัทย่อย เพิ่มขึ้น 29 ล้านบาท

สภาพคล่องและโครงสร้างเงินทุน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่องเท่ากับ 0.9 เพิ่มขึ้นจาก ณ สิ้นปี 2564 ซึ่งเท่ากับ 0.81 อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 เท่ากับ 1.1 ลดลงจาก ณ สิ้นปี 2564 ซึ่งเท่ากับ 1.21

ความคืบหน้าของการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (ESG)

E: Environment

- ลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก โดยทางกลุ่มบริษัทได้ซื้อคาร์บอนเครดิตจากโครงการลดก๊าซเรือนกระจกที่เอื้อประโยชน์ต่อชุมชน
- บริษัทได้เข้าร่วมประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นขององค์กร ภายใต้แบรนด์ ZEN และได้รับการรับรองจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2565

S: Social

- บริษัทมีการเลือกใช้ผลผลิตของเกษตรกรชุมชนมาเป็นหนึ่งในวัตถุดิบสำคัญของร้าน ตำมั่ว ลาวญวน และเชียง
- คณะทำงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนของบริษัท ได้เดินทางไปเยี่ยมชมโรงเรียนและการดำเนินงานพัฒนาโภชนาการเด็ก ภายใต้โครงการ FOOD FOR GOOD เพื่อส่งเสริมโภชนาการที่ดีให้กับเด็กไทย โดยผ่านการร่วมสมทบทุนบริจาคเป็นจำนวนเงิน 249,800 บาท จำนวน 2 โรงเรียน ในจังหวัดเลย

G: Governance

- บริษัทมุ่งมั่นที่จะดูแลให้มีการเปิดเผยข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบริษัท และบริษัทย่อย ทั้งข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่มีใช้ข้อมูลทางการเงินอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา โปร่งใส ผ่านช่องทางที่เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย มีความเท่าเทียมกันและน่าเชื่อถือ ปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับ และระเบียบที่เกี่ยวข้อง ในการเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสอย่างเคร่งครัด

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นางยุพาพรรณ เอกสิทธิกุล)
รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารการเงินและบัญชี