

บริษัท ออฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน)



คำอธิบายและการ วิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

ประจำไตรมาส 1 ปี 2565





บทสรุป ผู้บริหาร:



สรุปผลการดำเนินงาน ในไตรมาสที่ 1 ปี 2565	Q1/64	Q1/65	เปลี่ยนแปลง + / (-)
หน่วย: ล้านบาท			%YoY
รายได้จากการขาย	179	198	11%
กำไรขั้นต้น	105	120	14%
EBITDA	57	58	2%
กำไร(ขาดทุน)สุทธิของกลุ่มบริษัทฯ	12	15	25%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	58.7%	60.6%	1.9%
EBITDA margin ¹ (%)	31.5%	29.0%	(2.5%)
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ ¹ (%)	6.6%	7.5%	0.9%
จำนวนสาขาที่เปิดดำเนินการ ณ วันที่ 31 มี.ค.	39	39	-

¹EBITDA Margin และอัตรากำไรสุทธิคำนวณมาจากรายได้รวม

สรุปผลประกอบการสำคัญในไตรมาสที่ 1 ปี 2565



รายได้:

- บริษัท ออฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) มีรายได้จากการขายเท่ากับ 198 ล้านบาทในไตรมาสที่ 1 ปี 2565 และ 179 ล้านบาทในไตรมาสที่ 1 ปี 2564 ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 11 การปรับตัวเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายของบริษัทฯ มีสาเหตุหลักมาจากการเติบโตของรายได้จากร้านขนมหวานซึ่งเป็นผลมาจากการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19 รวมถึงการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบให้กับร้านแฟรนไชส์มิกกา (Mikka Cafe)



กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น:

- กำไรขั้นต้นของบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 1 ปี 2565 และในไตรมาสที่ 1 ปี 2564 มีมูลค่า 120 ล้านบาท และ 105 ล้านบาทตามลำดับ ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 14 สอดคล้องกับยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากการผ่อนคลายมาตรการในการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐบาล
- อัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาสที่ 1 ปี 2565 ที่ร้อยละ 60.6 ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 58.7 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2564 โดยมีสาเหตุหลักมาจากสัดส่วนรายได้จากร้านขนมหวานซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงกว่ารายได้จากการขายสินค้าผ่านบริการส่งอาหาร (Delivery) และซื้อกลับบ้าน (Take home) เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการปรับราคาขายสินค้าบางรายการเพิ่มขึ้นในเดือนมีนาคม



EBITDA และ EBITDA MARGIN:

- EBITDA ของบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 1 ปี 2565 และในไตรมาสที่ 1 ปี 2564 มีมูลค่า 58 ล้านบาท และ 57 ล้านบาทตามลำดับ ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 2% สอดคล้องกับกำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้นของบริษัทฯ
- EBITDA margin ในไตรมาสที่ 1 ปี 2565 ที่ร้อยละ 29.0 ซึ่งปรับตัวลดลงร้อยละ 2.5 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2564



กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ:

- บริษัทฯ รายงานผลกำไรสุทธิ ในไตรมาสที่ 1 ปี 2565 และในไตรมาสที่ 1 ปี 2564 มีมูลค่า 15 ล้านบาท และ 12 ล้านบาทตามลำดับ ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 25 ซึ่งสอดคล้องกับรายได้รวมที่เพิ่มขึ้นจากการผ่อนคลายมาตรการในการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐบาล
- อัตรากำไรสุทธิในไตรมาสที่ 1 ปี 2565 ที่ร้อยละ 7.5 ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นจากอัตรากำไรสุทธิที่ร้อยละ 6.6 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2564 เนื่องจากรายได้รวมที่เพิ่มขึ้นจากการผ่อนคลายมาตรการในการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐบาลและสัดส่วนรายได้จากร้านขนมหวานเพิ่มขึ้น รวมถึงรายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบให้กับร้านแฟรนไชส์มิกกา (Mikka Cafe) ที่เพิ่มขึ้น



เหตุการณ์สำคัญ

ในไตรมาสที่ 1 ปี 2565:



มุ่งหน้าขยายร้านค้ารูปแบบ “After You Marketplace”

ในไตรมาสที่ 1 ปี 2565 บริษัทฯ ดำเนินการเปิด After You Marketplace ในรูปแบบ Standalone แห่งแรกที่ถนนประดิพัทธ์ โดยเน้นการขายสินค้าผ่านช่องทางการจัดส่งผ่านบริการส่งอาหารและการซื้อกลับบ้าน นอกจากนี้ ยังมีสินค้าที่วางขายในส่วนพื้นที่ Marketplace ของสาขาปศิวาจำหน่ายที่สาขานี้อีกด้วย

นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง

- ในไตรมาสที่ 1 ปี 2565 บริษัทฯ ได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นเมนูใหม่ตามเทศกาล อย่างเช่น ZEN Mousse Cake หรือ Giftset Valentine's Chocolate Bar Box Set ในช่วงวันวาเลนไทน์ที่ผ่านมา รวมถึงเมนูตามฤดูกาลอย่างมะยงชิดที่ยังคงมีกระแสตอบรับอย่างดีเยี่ยม

การขยายการเติบโตไปยังต่างประเทศ

ในวันที่ 25 มกราคม 2565 บริษัทฯ ดำเนินการเปิดให้บริการร้านขนมหวาน After You สาขาต่างประเทศแห่งแรกที่คอสเวย์ เมย์, อ่องกง ซึ่งเป็นอีก 1 กลยุทธ์ในการสร้างการเติบโตระยะยาวและการกระจายความเสี่ยงของบริษัทฯ นอกจากนี้ยังได้รับกระแสตอบรับที่ดีอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากรัฐบาลของอ่องกงเริ่มมีการผ่อนคลายมาตรการ

มุมมองต่อภาพรวม

ในไตรมาสที่ 2 ปี 2565:

AU Projects



เปิดตัวแบรนด์สินค้าใหม่ “ลูกก๊อ (Luggaw)”



ช่วงต้นไตรมาสที่ 2 ปี 2565 บริษัทฯ มีแผนที่จะเริ่มเปิดให้บริการร้านผลไม้ ลูกก๊อ (LUGGAW) สาขาแรกที่คอมมูนิตี้มอลล์ มาร์เก็ตเพลส นาวาลีนจี เพื่อตอบสนองกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบันที่ให้ความสำคัญต่อการดูแลสุขภาพ โดยใช้กลยุทธ์ขยายธุรกิจด้วยการเพิ่ม Brand Portfolio เพื่อเพิ่มการเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายใหม่และสร้างโอกาสในการเติบโตอย่างยั่งยืน



ขยายสาขาในรูปแบบป๊อปอัพ สโตร์ (Pop-Up Store)



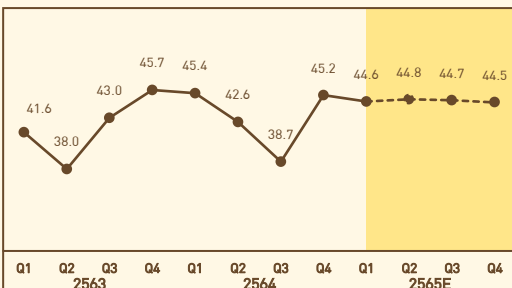
ช่วงต้นไตรมาสที่ 2 ปี 2565 บริษัทฯ มีแผนดำเนินการเปิด Pop-up store After You on the beach จำนวน 2 สาขา ได้แก่ Cave Beach Club พัทยา และ โรงแรมโซ โฮฟเทล หัวหิน ซึ่งเป็นแคมเปญการตลาดรับซัมเมอร์ โดยเป็นการเรียนรู้ตลาดและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ไปเที่ยวริมทะเล นอกจากนี้ ยังมีเมนูพิเศษ เช่น คากิโทริปลาแห้งแตงโม, คากิโทริมะพร้าวอ่อนใส่ทุกดีด และฝรั่งวัยขบ เป็นต้น



ขยายสาขาร้านขนมหวานและสาขาขนาดเล็กภายใต้ชื่อ After You Marketplace



ช่วงกลางไตรมาสที่ 2 ปี 2565 บริษัทฯ มีแผนที่จะเริ่มเปิดให้บริการร้านขนมหวาน After You สาขาเดอะมอลล์ รามวงค์วาน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทั่วถึง นอกจากนี้ บริษัทฯ มองเห็นโอกาสในการสร้างรายได้ โดยมีแผนในการเปิดสาขา After You Marketplace ที่ปิ่นน้ามันปตท. จำนวนทั้งสิ้น 3 สาขาในปี 2565 โดยสาขาที่พัฒนาการก่อสร้างเสร็จเรียบร้อยแล้ว



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

มุมมองต่อการใช้จ่ายของผู้บริโภค

จากดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นในไตรมาส 1 ปี 2565 เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยปี 2564 เป็นผลมาจากภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น จากการผ่อนคลายมาตรการในการควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ซึ่งส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัว โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยวในประเทศที่เพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจต่าง ๆ ของภาครัฐ ยังเป็นตัวส่งเสริมให้กำลังซื้อของผู้บริโภคเพิ่มสูงขึ้น



ผลประกอบการ

ขอบริษัทฯ:

ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ไตรมาสที่ 1 ปี 2565

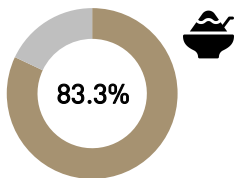
	Q1/64	Q1/65	เปลี่ยนแปลง + / (-)
หน่วย: ล้านบาท			%YoY
รายได้จากการขาย	179	198	11%
ต้นทุนขาย	(74)	(78)	5%
กำไรขั้นต้น	105	120	14%
รายได้อื่น	2	3	50%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	(57)	(62)	9%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(33)	(40)	21%
ต้นทุนทางการเงิน	(3)	(2)	(33%)
กำไร(ขาดทุน)ก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	14	19	36%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(2)	(4)	100%
กำไร(ขาดทุน)สุทธิของกลุ่มบริษัทฯ	12	15	25%

การวิเคราะห์งบกำไรขาดทุนของบริษัทฯ

1. รายได้

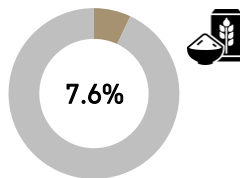
บริษัท ออฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจจำหน่ายขนมหวานและเบเกอรี่ โดยบริษัทฯ แบ่งธุรกิจออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

โครงสร้างรายได้ ในไตรมาส 1 ปี 2565



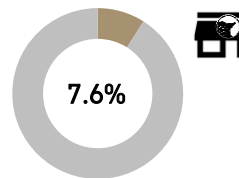
ร้านขนมหวาน
และเครื่องดื่ม

- สินค้าปรุงสดขายในสาขา จำนวนทั้งสิ้น 39 สาขา ซึ่งดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อ "ออฟเตอร์ ยู"
- สินค้าซื้อกลับบ้าน (Take-home product) ที่ขายภายใต้สาขา ร้านขนมหวานและภายใต้ "After You Marketplace" ตลอดจนการสั่งซื้อผ่านบริการส่งอาหาร (Food delivery services) (สัดส่วนสินค้าปรุงสดต่อสินค้าซื้อกลับบ้าน¹ ประมาณร้อยละ 55 ต่อร้อยละ 45)
- การขายเครื่องดื่มและขนมหวานในสาขา ร้านกาแฟขนาดเล็ก จำนวนทั้งสิ้น 10 สาขา ซึ่งดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อ "Mikka"



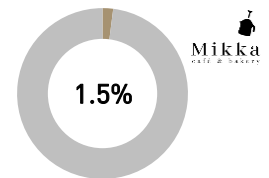
การขายสินค้า
และวัตถุดิบ

- การขายวัตถุดิบให้กับร้านแฟรนไชส์ซีของมิคก้า (Mikka Cafe) ในประเทศไทย และร้านขนมหวาน After You ที่ฮ่องกง
- การรับจ้างผลิตสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ หรือตามความต้องการของลูกค้า
- สินค้าที่ขายผ่านช่องทางออนไลน์ และที่ขายผ่านสำนักงานใหญ่



การขายและการจัดวาง
นอกสถานที่

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



ค่าธรรมเนียม
แฟรนไชส์

- รายได้จากการรับรู้ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมอื่น ๆ รวมทั้งส่วนแบ่งจากการขายค่าสิทธิ (royalty fee) จากแฟรนไชส์ซี ของ "After You" ที่ฮ่องกงและแบรนด์ "Mikka"

¹สัดส่วนสินค้าปรุงสดต่อสินค้าซื้อกลับบ้านคำนวณสำหรับช่วง 3 เดือนแรกปี 2565

บทสรุปผู้บริหาร

เหตุการณ์สำคัญ



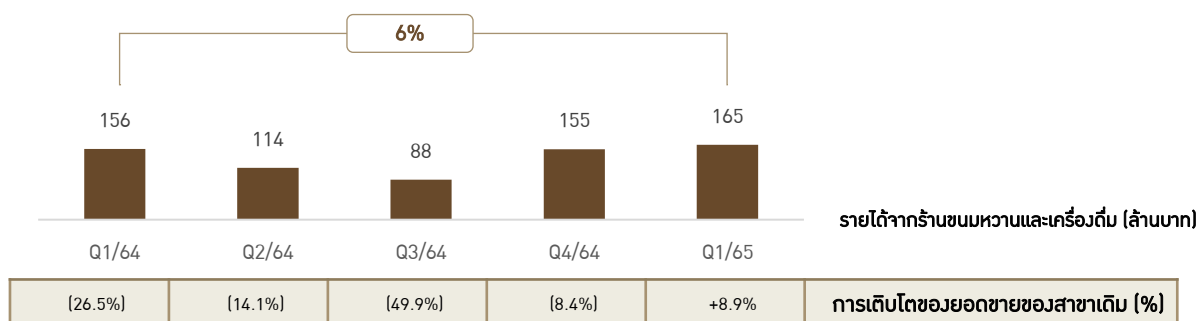
การวิเคราะห์ทางการเงิน

โครงสร้างรายได้	Q1/64	Q1/65	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท			%YoY
รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม	156	165	6%
รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ	9	15	67%
รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่	12	15	25%
รายได้จากแฟรนไชส์	2	3	50%
รายได้จากการขาย	179	198	11%
รายได้อื่น	2	3	50%
รายได้รวม	181	201	11%

Key Drivers

	Q1/64	Q1/65	เปลี่ยนแปลง +/-
จำนวนสาขาที่เปิดดำเนินการ ณ วันที่ 31 มี.ค.	39	39	-
การเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (SSSG)	(26.5%)	8.9	35.4%

หน่วย: ล้านบาท



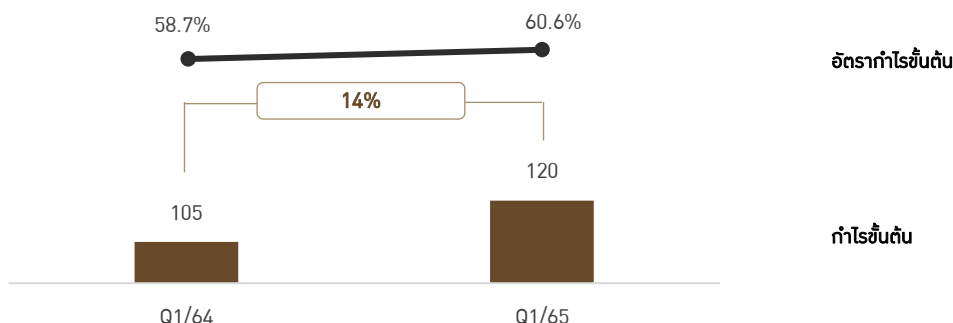
YoY

ไตรมาส 1 ปี 2564 vs ไตรมาส 1 ปี 2565

- **รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม** ในไตรมาสที่ 1 ปี 2565 มีมูลค่า 165 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 9 ล้านบาท หรือร้อยละ 6 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2564 เนื่องจากการเติบโตของยอดขายสาขาเดิมที่เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับจำนวนลูกค้าที่รับประทานในร้าน (Dine in) มากขึ้น เนื่องจากการผ่อนคลายมาตรการในการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐบาล
- **รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ** ในไตรมาสที่ 1 ปี 2565 มีมูลค่า 15 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 6 ล้านบาท หรือร้อยละ 67 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2564 โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการขายวัตถุดิบให้กับร้านแฟรนไชส์มิคคา (Mikka Cafe) โดยในไตรมาสที่ 1 ปี 2565 มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 83 สาขา ซึ่งเพิ่มขึ้น 41 สาขาจากไตรมาสที่ 1 ปี 2564
- **รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่** ในไตรมาสที่ 1 ปี 2565 มีมูลค่า 15 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 3 ล้านบาท หรือร้อยละ 25 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2564 สาเหตุจากยอดขายเฉลี่ยต่อบูธที่เพิ่มขึ้น รวมถึงจำนวนการจัดงานนอกสถานที่เพิ่มขึ้น

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น:

หน่วย: ล้านบาท





กำไรขั้นต้น = รายได้จากการขาย - ต้นทุนขาย

ต้นทุนขาย ประกอบด้วยวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ สินค้าสำเร็จรูป วัสดุและอุปกรณ์ต่าง ๆ เงินเดือนและค่าแรงพนักงานฝ่ายผลิต ค่าเสื่อมราคาโรงงาน อุปกรณ์เครื่องจักรเครื่องใช้ และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสถานที่ของฝ่ายผลิต โดยต้นทุนขายหลักของบริษัทฯ คือ วัตถุดิบ

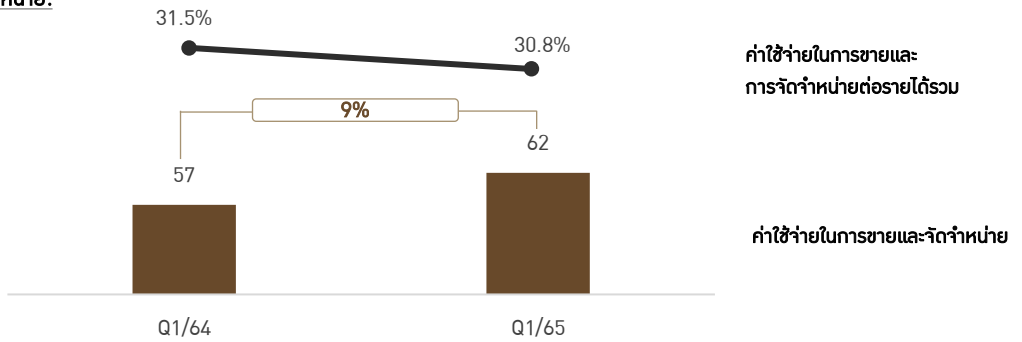
YoY

ไตรมาส 1 ปี 2564 vs ไตรมาส 1 ปี 2565

- **กำไรขั้นต้น** ในไตรมาสที่ 1 ปี 2565 มีมูลค่า 120 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 15 ล้านบาท หรือร้อยละ 14 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2564 สอดคล้องกับยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากการผ่อนคลายมาตรการในการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐบาล
- **อัตรากำไรขั้นต้น** ในไตรมาสที่ 1 ปี 2565 เท่ากับร้อยละ 60.6 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 58.7 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2564 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเติบโตของสัดส่วนรายได้จากร้านขายขนมหวานเพิ่มขึ้นซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงกว่ารายได้จากการขายสินค้าผ่านบริการส่งอาหาร (Delivery) และซื้อกลับบ้าน (Take home) นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการปรับราคาขายสินค้าบางรายการเพิ่มขึ้นในเดือนมีนาคม

3. ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย:

หน่วย: ล้านบาท



ค่าใช้จ่ายในการขายและการจัดจำหน่ายต่อรายได้รวม

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายพนักงานประจำสาขา ค่าเช่าสถานที่ของร้านขนมหวาน ค่าเช่าอุปกรณ์ ค่าสาธารณูปโภค และค่าใช้จ่ายในการขายอื่น ๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการตลาดและการส่งเสริมการขาย และค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ในสาขา

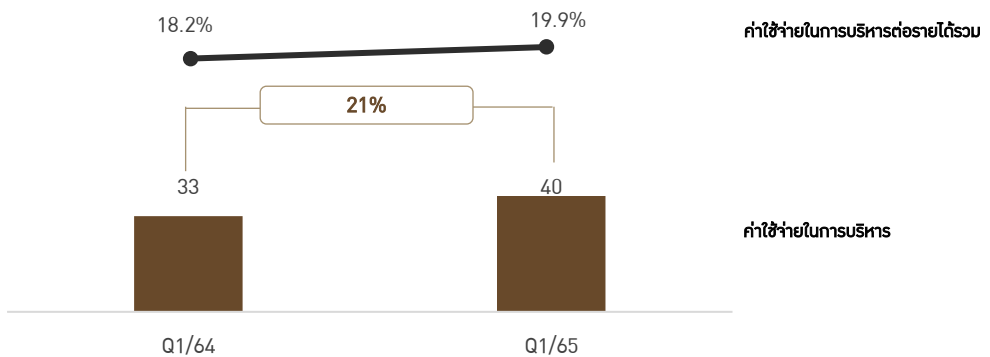
YoY

ไตรมาส 1 ปี 2564 vs ไตรมาส 1 ปี 2565

- **ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย** ในไตรมาสที่ 1 ปี 2565 มีมูลค่า 62 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 5 ล้านบาท หรือร้อยละ 9 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2564 เนื่องจากค่าใช้จ่ายผันแปรที่เพิ่มขึ้นตามยอดขาย เช่น ค่าน้ำค่าไฟ ค่าขนส่งสินค้า และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานขาย เป็นต้น รวมถึงค่าเช่าพื้นที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากการดำเนินการแพร่ระบาดโควิด-19 ที่เริ่มคลายตัว ส่งผลให้ได้รับส่วนลดค่าเช่าพื้นที่ลดลง
- **ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายต่อรายได้รวม** ในไตรมาสที่ 1 ปี 2565 เท่ากับร้อยละ 30.8 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 31.5 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2564 เนื่องจากสัดส่วนรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นมากกว่าค่าใช้จ่ายในการขายและการจัดจำหน่าย รวมถึงความสามารถในการบริหารค่าใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพขึ้น

4. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร:

หน่วย: ล้านบาท



ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ประกอบด้วยเงินเดือนและค่าแรงพนักงานสำนักงานใหญ่ ค่าซ่อมแซมบำรุงรักษา ค่าที่ปรึกษาและค่าธรรมเนียมวิชาชีพ ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์และค่าจัดจำหน่าย การขาดทุนจากการยกเลิกสัญญาเช่าก่อนกำหนด และค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่น ๆ เช่น ค่าเช่าอาคารสำนักงาน โรงงาน และคลังเก็บสินค้า ค่าสาธารณูปโภค ค่าใช้จ่ายสำนักงานและเบ็ดเตล็ด ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับภาษีอากร

YoY

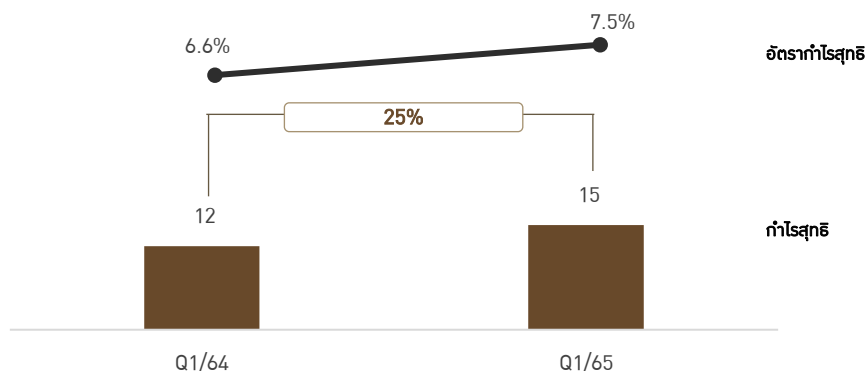
ไตรมาส 1 ปี 2564 vs ไตรมาส 1 ปี 2565

- **ค่าใช้จ่ายในการบริหาร** ในไตรมาสที่ 1 ปี 2565 มีมูลค่า 40 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 7 ล้านบาท หรือร้อยละ 21 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2564 โดยมีสาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานเพิ่มขึ้น รวมถึงค่าใช้จ่ายภาษีโรงเรือนที่เพิ่มขึ้นจากการประกาศยกเลิกการปรับลดค่าใช้จ่ายภาษีโรงเรือนจากภาครัฐบาล
- **ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม** ในไตรมาสที่ 1 ปี 2565 เท่ากับร้อยละ 19.9 ปรับตัวเพิ่มเล็กน้อยจากร้อยละ 18.2 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2564 เนื่องจากรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่น้อยกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการบริหารโดยรวม



5. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ:

หน่วย: ล้านบาท



YoY

ไตรมาส 1 ปี 2564 vs ไตรมาส 1 ปี 2565

- บริษัทฯ มีผล**กำไรสุทธิ** ในไตรมาสที่ 1 ปี 2565 มูลค่า 15 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 3 ล้านบาท หรือร้อยละ 25 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2564 ซึ่งสอดคล้องกับรายได้รวมที่เพิ่มขึ้นจากการผ่อนคลายมาตรการในการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐบาล
- **อัตรากำไรสุทธิ** ในไตรมาสที่ 1 ปี 2565 เท่ากับร้อยละ 7.5 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากอัตรากำไรสุทธิที่ร้อยละ 6.6 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2564 เนื่องจากรายได้รวมที่เพิ่มขึ้นจากการผ่อนคลายมาตรการในการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐบาลและการเติบโตของสัดส่วนรายได้จากร้านขายขนมหวาน รวมถึงรายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบให้กับร้านแฟรนไชส์มิกกา (Mikka Cafe)

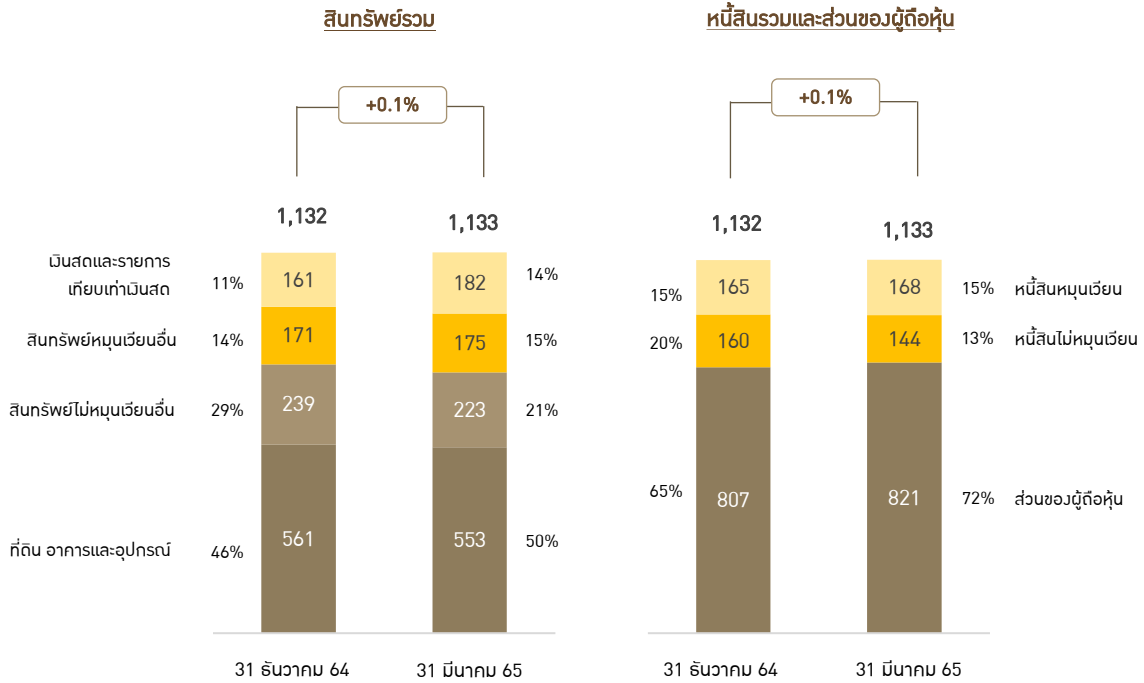
6. ต้นทุนทางการเงิน:

ต้นทุนทางการเงิน เกิดจากการรับรู้ดอกเบี้ยหนี้สินตามสัญญาเช่า จากการบันทึกบัญชีตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 บริษัทฯ ไม่มีเงินกู้ยืมที่มีดอกเบี้ย



การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของบริษัทฯ

หน่วย: ล้านบาท



A สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2565 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมมูลค่า 1,133 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.1 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 โดยรายละเอียดของการเพิ่มขึ้นมีดังนี้

- **เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด:** เพิ่มขึ้น 21 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการดำเนินงานที่ดีขึ้นจากการคลายตัวของสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19
- **สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น:** ลดลง 16 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการรับรู้ค่าตัดจำหน่ายของสินทรัพย์สิทธิการใช้ตามรอบบัญชี
- **สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น:** เพิ่มขึ้น 4 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของ ลูกหนี้การค้า สินค้าคงเหลือ และสินทรัพย์หมุนเวียนอื่น
- **ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์:** ลดลง 8 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการรับรู้ค่าเสื่อมราคาตามรอบบัญชี

L หนี้สิน

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2565 บริษัทฯ มีหนี้สินรวมมูลค่า 312 ล้านบาท ลดลง 13 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.3 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 โดยรายละเอียดของการลดลงมีดังนี้

- **หนี้สินหมุนเวียน:** เพิ่มขึ้น 3 ล้านบาท โดยบริษัทฯ มีเจ้าหนี้การค้าที่ลดลง แต่มีภาษีเงินได้ค้างจ่ายและหนี้สินหมุนเวียนอื่นเพิ่มขึ้น
- **หนี้สินไม่หมุนเวียน:** ลดลง 16 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการชำระหนี้สินตามสัญญาเช่าที่มีระยะเวลามากกว่า 12 เดือน

E ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2565 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมมูลค่า 821 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 14 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.7 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 เป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของกำไรไตรมาส 1 ปี 2565