

บริษัท อาฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน)



คำอธิบายและการ วิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

ประจำไตรมาส 3 ปี 2565





บทสรุปผู้บริหาร

เหตุการณ์สำคัญ

การวิเคราะห์ทางการเงิน

บทสรุป ผู้บริหาร:

สรุปผลการดำเนินงาน ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565	Q3/64	Q3/65	เปลี่ยนแปลง + / (-)	9M/64	9M/65	เปลี่ยนแปลง + / (-)
หน่วย: ล้านบาท			%YoY			%YoY
รายได้จากการขาย	115	246	114%	431	674	56%
กำไรขั้นต้น	60	159	165%	242	426	76%
EBITDA	24	81	238%	114	223	96%
กำไร(ขาดทุน)สุทธิของกลุ่มบริษัทฯ	(13)	34	362%	(9)	82	1,011%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	52.2%	64.6%	12.5%	56.1%	63.2%	7.1%
EBITDA margin ¹ (%)	20.7%	32.8%	12.1%	26.2%	32.6%	6.4%
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ ¹ (%)	(11.2%)	13.7%	24.9%	(2.1%)	12.0%	14.1%
จำนวนสาขาที่เปิดดำเนินการ ณ วันที่ 30 ก.ย.	39	44	12.8%	39	44	12.8%

¹EBITDA Margin และอัตรากำไรสุทธิคำนวณมาจากรายได้รวม

สรุปผลประกอบการสำคัญในไตรมาสที่ 3 ปี 2565

รายได้:

- บริษัท ออฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) มีรายได้จากการขายเท่ากับ 246 ล้านบาทในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 และ 674 ล้านบาทในงวด 9 เดือนแรกปี 2565 ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 114 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2564 และร้อยละ 56 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2564 ตามลำดับ
- การปรับตัวเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายของบริษัทฯ มีสาเหตุหลักมาจากการเติบโตของยอดขายร้านขนมหวานซึ่งมีส่วนรายได้มากที่สุด อันเป็นผลมาจากสถานการณ์โควิด-19 ในประเทศที่เริ่มคลี่คลาย ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เริ่มกลับมาจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น รวมถึงจำนวนสาขาและรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เพิ่มขึ้น

กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น:

- กำไรขั้นต้นของบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 และในงวด 9 เดือนแรกปี 2565 มีมูลค่า 159 ล้านบาท และ 426 ล้านบาทตามลำดับ ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 165 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2564 และร้อยละ 76 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2564 สอดคล้องกับยอดขาย และการปรับราคาสินค้าขึ้นบางรายการตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม
- อัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 ที่ร้อยละ 64.6 ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 52.2 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 และในงวด 9 เดือนแรกปี 2565 ที่ร้อยละ 63.2 ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 56.1 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2564
- การเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นมีสาเหตุหลักมาจากสัดส่วนยอดขายจากร้านขนมหวาน (Dine-in) เพิ่มขึ้นซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นสูงกว่ากำไรจากการขายสินค้าผ่านบริการส่งอาหาร (Delivery) และซื้อกลับบ้าน (Take home)

EBITDA และ EBITDA MARGIN:

- EBITDA ของบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 และ ในงวด 9 เดือนแรกปี 2565 มีมูลค่า 81 ล้านบาท และ 223 ล้านบาทตามลำดับ ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 238 จาก ไตรมาสที่ 3 ปี 2564 และร้อยละ 96 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2564 สอดคล้องกับกำไรขั้นต้นที่ปรับตัวสูงขึ้น
- EBITDA margin ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 ที่ร้อยละ 32.8 ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 20.7 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 และ ในงวด 9 เดือนแรกปี 2565 ที่ร้อยละ 32.6 ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 26.2 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2564 โดยการปรับตัวเพิ่มขึ้นของ EBITDA margin มีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของรายได้รวมในสัดส่วนที่มากกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายรวม อันเป็นผลมาจากการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ

กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ:

- บริษัทฯ รายงานผลกำไรสุทธิ ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 และ ในงวด 9 เดือนแรกปี 2565 มีมูลค่า 34 ล้านบาท และ 82 ล้านบาทตามลำดับ ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 362 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2564 และร้อยละ 1,011 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2564 ตามลำดับ
- อัตรากำไรสุทธิในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 ที่ร้อยละ 13.7 ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นจากอัตรากำไรสุทธิที่ติดลบร้อยละ 11.2 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 และในงวด 9 เดือนแรกปี 2565 ที่ร้อยละ 12.0 ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นจากอัตรากำไรสุทธิที่ติดลบร้อยละ 2.1 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2564
- การปรับตัวเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ สอดคล้องกับรายได้รวมที่เพิ่มขึ้นจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ดีขึ้น โดยเฉพาะการเติบโตของรายได้จากร้านขนมหวานและรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ประกอบกับความสามารถในการบริหารต้นทุนของบริษัทฯ

บทสรุปผู้บริหาร



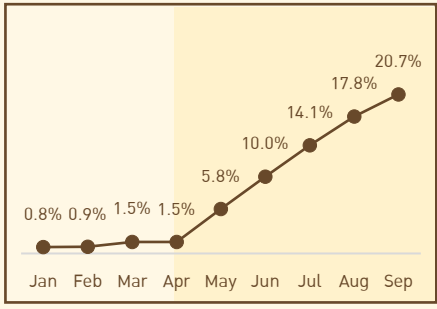
เหตุการณ์สำคัญ

การวิเคราะห์ทางการเงิน

มุมมองต่อภาพรวมปี 2566:



สัดส่วนจำนวนลูกค้าต่างชาติของ AU ต่อจำนวนทั้งหมดปี 2565 (%)



ที่มา : Company Information

มุมมองต่อโอกาสในการฟื้นตัวจากการผ่อนคลายมาตรการโควิด-19

ในปัจจุบันสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เริ่มมีสัญญาณที่ดีขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งมีสาเหตุหลักมาจากจำนวนผู้ได้รับวัคซีนที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่จำนวนผู้ติดเชื้อมีแนวโน้มลดลง ส่งผลให้รัฐบาลของประเทศไทยเริ่มเปิดประเทศให้นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถเดินทางเข้าประเทศได้มากขึ้น จากมาตรการดังกล่าวส่งผลให้ในช่วง 5 เดือนที่ผ่านมา บริษัทฯ มีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้น จากร้อยละ 1.5 ในเดือนเมษายน ปี 2565 มาเป็นร้อยละ 20.7 ในเดือนกันยายน ปี 2565 โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม มาเลเซีย และสิงคโปร์

นอกจากนี้ บริษัทฯ คาดการณ์ว่าในปี 2566 รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติยังคงมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีสาเหตุหลักมาจตุสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เริ่มฟื้นตัว สอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เพิ่มขึ้นสูงขึ้น

เหตุการณ์สำคัญ และทิศทางในการดำเนินธุรกิจ :

AU projects

การขยายสาขาในรูปแบบป๊อปอัพ สโตร์ (Pop-up Store)

บริษัทฯ มีแผนที่จะดำเนินการเปิดโปรเจกต์ใหม่ภายใต้คอนเซ็ปต์ After You into the woods ในช่วงเดือนตุลาคม ปี 2565 ถึงเดือนมกราคม ปี 2566 ที่ร้านอาหาร Midwinter เขาใหญ่ โดยมีเมนูพิเศษที่เหมาะสมกับบรรยากาศอย่างเช่น S'mores และ Butter beer เป็นต้น เพื่อต่อยอดจากร้าน After You on the beach ที่เปิดให้บริการไปในช่วงฤดูร้อน และเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตามสถานที่ต่างๆ ที่เป็นที่ยอมรับในแต่ละฤดูกาล

การขยายสาขา “ลูกท้อ (Luggaw)” เพื่อตอบสนองกระแสตอบรับที่ดีเยี่ยม
 ช่วงไตรมาสที่ 3 ปี 2565 บริษัทฯ ดำเนินการเปิดให้บริการร้านผลไม้ภายใต้แบรนด์ลูกท้อ (Luggaw) เพิ่มขึ้น 1 สาขาที่ Central World ไซนส์สำนักงาน (Office) ซึ่งเป็นการเปิดร้านแทนที่ร้านขนมหวาน After You ที่เพิ่งปิดปรับปรุงไปในช่วงต้นปี นอกจากนี้ บริษัทฯ มีแผนที่จะดำเนินการเปิดสาขาเพิ่มขึ้นอีก 3 สาขาในช่วงไตรมาสที่ 4 ปี 2565 ได้แก่ สาขาเทอมินอล 21 พระราม 3, สาขาศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และสาขาสนามบินสุวรรณภูมิ ทำให้ภายในสิ้นปี บริษัทฯ สามารถขยายร้านผลไม้ลูกท้อ (Luggaw) ได้มากถึง 5 สาขา

การขยายสาขาร้านขนมหวาน After You ตามความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น
 ช่วงไตรมาสที่ 3 ปี 2565 บริษัทฯ ดำเนินการเปิดให้บริการร้านขนมหวาน After You สาขาเซ็นทรัล เฟสติวัล อีสทวิลล์หลังจากที่มีการทดลองตลาดด้วยรูปแบบ “Pop-up Store” นอกจากนี้ บริษัทฯ มีแผนที่จะดำเนินการเปิดสาขาขนมหวาน After You อีก 5 สาขา ภายในปี 2565 ได้แก่ สาขาเทอมินอล 21 พระราม 3, สาขาศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์, สาขาสนามบินสุวรรณภูมิ, สาขาเซ็นทรัลพลาซ่า และสาขาเซ็นทรัลพลาซ่าขอนแก่น สำหรับปี 2566 บริษัทฯ ตั้งเป้าไว้ว่าจะดำเนินการขยายสาขาขนมหวาน After You เพิ่มขึ้นประมาณ 5 สาขา ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด

มุ่งเน้นขยายสาขา After You Marketplace

ปัจจุบันบริษัทฯ ได้เปิดดำเนินการร้าน After You Marketplace ในรูปแบบ Standalone ทั้งหมด 4 สาขา และบริษัทฯ มีแผนในการเปิดสาขา After You Marketplace เพิ่มขึ้นอีก 1 สาขาภายในสิ้นปีนี้ที่คอสโม บาซาร์ โลฟิสโตล มอลล์ นอกจากนี้บริษัทฯ ตั้งเป้าไว้ว่าในปี 2566 บริษัทฯ จะดำเนินการขยายสาขาร้าน After You Marketplace เพิ่มขึ้นอีกไม่น้อยกว่า 15 สาขา เพื่อเพิ่มจุดในการเข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น และเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการสร้างรายได้จากการจัดส่งสินค้าผ่านบริการส่งอาหารและซื้อกลับบ้าน โดยสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปหลังจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

การขยายการเติบโตไปยังต่างประเทศ

บริษัทฯ ยังคงมองหาโอกาสในการเติบโตที่ต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการเติบโตในระยะยาวและกระจายความเสี่ยงในด้านรายได้ ส่งผลให้ภายในปีนี้บริษัทฯ มีแผนดำเนินการเซ็นสัญญากับพันธมิตรในแถบประเทศกลุ่ม CLMV เพื่อเปิดร้านขนมหวาน After You และในปี 2566 บริษัทฯ มีแผนที่จะดำเนินการเปิดให้บริการร้านขนมหวาน After You สาขา 2 ที่ฮ่องกง

ในปี 2565



ในปี 2566





ผลประกอบการ

ขอบริษัทฯ:

ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ไตรมาสที่ 3 ปี 2565	Q3/64	Q3/65	เปลี่ยนแปลง + / (-)	9M/64	9M/65	เปลี่ยนแปลง + / (-)
หน่วย: ล้านบาท			%YoY			%YoY
รายได้จากการขาย	115	246	114%	431	674	56%
ต้นทุนขาย	(55)	(87)	58%	(189)	(248)	31%
กำไรขั้นต้น	60	159	165%	242	426	76%
รายได้อื่น	1	2	100%	4	9	125%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	(45)	(74)	64%	(156)	(207)	33%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(30)	(43)	43%	(95)	(120)	26%
ต้นทุนทางการเงิน ¹	(3)	(2)	(33%)	(8)	(6)	(25%)
กำไร(ขาดทุน)ก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(17)	42	347%	(13)	102	885%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	4	(8)	300%	4	(20)	600%
กำไร(ขาดทุน)สุทธิของกลุ่มบริษัทฯ	(13)	34	362%	(9)	82	1,011%

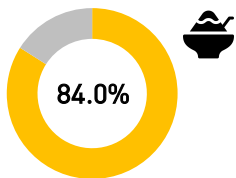
¹ ต้นทุนทางการเงินแสดงเป็นยอดสุทธิต่อรายการได้จากการเงิน

การวิเคราะห์งบกำไรขาดทุนของบริษัทฯ

1. รายได้

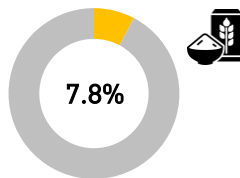
บริษัท ออฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจจำหน่ายขนมหวานและเบเกอรี่ โดยบริษัทฯ แบ่งธุรกิจออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

โครงสร้างรายได้ ในปี 2565



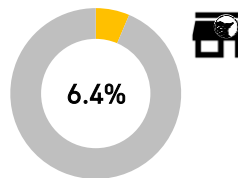
ร้านขนมหวาน และเครื่องดื่ม

- สินค้าปรุงสดขายในสาขา จำนวนทั้งสิ้น 44 สาขา ซึ่งดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อ "ออฟเตอร์ ยู"
- สินค้าซื้อกลับบ้าน (Take-home product) ที่ขายภายใต้สาขา ร้านขนมหวานและภายใต้ "After You Marketplace" ตลอดจนการสั่งซื้อผ่านบริการส่งอาหาร (Food delivery services) (สัดส่วนสินค้าปรุงสดต่อสินค้าซื้อกลับบ้าน¹ ประมาณร้อยละ 61 ต่อร้อยละ 39)
- การขายเครื่องดื่มและขนมหวานในสาขา ร้านกาแฟขนาดเล็ก จำนวนทั้งสิ้น 10 สาขา ซึ่งดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อ "Mikka"



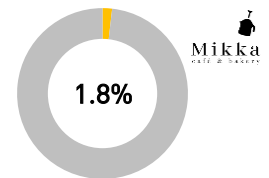
การขายสินค้า และวัตถุดิบ

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



การขายและการจัดงาน นอกสถานที่

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



ค่าธรรมเนียม แฟรนไชส์

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



¹ สัดส่วนสินค้าปรุงสดต่อสินค้าซื้อกลับบ้านคำนวณสำหรับช่วง 9 เดือนแรกปี 2565

บทสรุปผู้บริหาร

เหตุการณ์สำคัญ

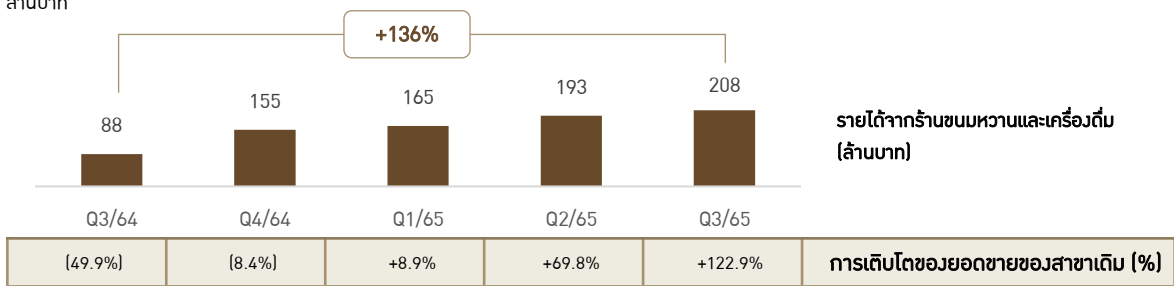


การวิเคราะห์ทางการเงิน

โครงสร้างรายได้	Q3/64	Q3/65	เปลี่ยนแปลง +/-	9M/64	9M/65	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท			%YoY			%YoY
รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม	88	208	136%	358	566	58%
รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ	12	21	75%	28	53	89%
รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่	13	12	(8%)	38	43	13%
รายได้จากแฟรนไชส์	2	5	150%	7	12	71%
รายได้จากการขาย	115	246	114%	431	674	56%
รายได้อื่น	1	2	100%	4	9	125%
รายได้รวม	116	248	114%	435	683	57%

Key Drivers	Q3/64	Q3/65	เปลี่ยนแปลง +/-	9M/64	9M/65	เปลี่ยนแปลง +/-
จำนวนสาขาที่เปิดดำเนินการ ณ วันที่ 30 ก.ย.	39	44	12.8%	39	44	12.8%
การเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (SSSG)	(49.9%)	122.9%	172.8%	(32.2%)	56.2%	88.4%

หน่วย: ล้านบาท



YoY

ไตรมาส 3 ปี 2565 vs ไตรมาส 3 ปี 2564

- **รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 มีมูลค่า 208 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 120 ล้านบาท หรือร้อยละ 136 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2564 เนื่องจากการเติบโตของยอดขายสาขาเดิมที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการเพิ่มขึ้นของจำนวนลูกค้าที่รับประทานในร้าน (Dine-in) เนื่องจากการผ่อนคลายมาตรการในการควบคุมการแพร่ของไวรัสโควิด-19 ของรัฐบาล รวมถึงจำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้น
- **รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 มีมูลค่า 21 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 9 ล้านบาท หรือร้อยละ 75 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2564 มีสาเหตุหลักมาจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากการขายวัตถุดิบให้แก่ร้านแฟรนไชส์มิกกา (Mikka Cafe) และร้านแฟรนไชส์อาฟเตอร์ ยู ที่ประเทศฮ่องกง
- **รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 มีมูลค่า 12 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวลดลงเล็กน้อย 1 ล้านบาท หรือร้อยละ 8 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2564 เนื่องจากยอดขายเฉลี่ยต่อบูธที่ลดลงเล็กน้อย
- **รายได้จากค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 มีมูลค่า 5 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 3 ล้านบาท หรือร้อยละ 150 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2564 เนื่องจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากค่าธรรมเนียมแรกเข้าและส่วนแบ่งค่าธรรมเนียมในส่วนจอร์นแฟรนไชส์มิกกา (Mikka Cafe) ที่เพิ่มขึ้น รวมถึงรายได้จากร้านแฟรนไชส์อาฟเตอร์ ยู ที่ประเทศฮ่องกง

9M

งวด 9 เดือนแรกปี 2565 vs ในงวด 9 เดือนแรกปี 2564

- **รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม** ในงวด 9 เดือนแรกปี 2565 มีมูลค่า 566 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 208 ล้านบาท หรือร้อยละ 58 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2564 โดยมีสาเหตุหลักมาจากยอดขายสาขาเดิมที่เริ่มฟื้นตัวตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2565 โดยเป็นผลมาจากสถานการณ์โควิด-19 ในประเทศที่เริ่มคลี่คลาย ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เริ่มกลับมาจับจ่ายซื้อของในร้านมากขึ้น รวมถึงจำนวนสาขาและรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เพิ่มสูงขึ้น
- **รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ** ในงวด 9 เดือนแรกปี 2565 มีมูลค่า 53 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 25 ล้านบาท หรือร้อยละ 89 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2564 เนื่องจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากการขายวัตถุดิบที่ใช้สำหรับการผลิตสินค้าแก่ร้านแฟรนไชส์มิกกา (Mikka Cafe) โดยจำนวนสาขาแฟรนไชส์มิกกา (Mikka Cafe) เพิ่มขึ้น 43 สาขา โดยเพิ่มขึ้นจาก 61 สาขา ณ วันที่ 30 กันยายน 2564 เป็น 104 สาขา ณ วันที่ 30 กันยายน 2565 และรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากร้านแฟรนไชส์ขนมหวานสาขาฮ่องกง
- **รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่** ในงวด 9 เดือนแรกปี 2565 มีมูลค่า 43 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 5 ล้านบาท หรือร้อยละ 13 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2564 เนื่องจากยอดขายเฉลี่ยต่อบูธเพิ่มขึ้น
- **รายได้จากค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์** ในงวด 9 เดือนแรกปี 2565 มีมูลค่า 12 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 5 ล้านบาท หรือร้อยละ 71 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2564 เนื่องจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากค่าธรรมเนียมแรกเข้าและส่วนแบ่งค่าธรรมเนียมในส่วนจอร์นแฟรนไชส์มิกกา (Mikka Cafe) ที่เพิ่มขึ้น รวมถึงรายได้จากร้านแฟรนไชส์อาฟเตอร์ ยู ที่ประเทศฮ่องกง

บทสรุปผู้บริหาร

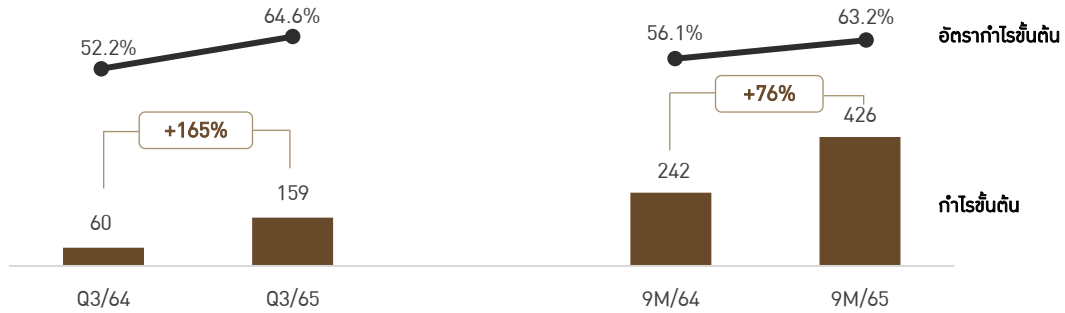
เหตุการณ์สำคัญ



การวิเคราะห์ทางการเงิน

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น:

หน่วย: ล้านบาท



กำไรขั้นต้น = รายได้จากการขาย - ต้นทุนขาย

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

YoY

ไตรมาส 3 ปี 2565 vs ไตรมาส 3 ปี 2564

- **กำไรขั้นต้น** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 มีมูลค่า 159 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 99 ล้านบาท หรือร้อยละ 165 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2564 สอดคล้องกับยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ดีขึ้น ประกอบกับการปรับราคาเพิ่มขึ้นบางรายการตั้งแต่ช่วงต้นปีจนถึงปัจจุบัน
- **อัตรากำไรขั้นต้น** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 เท่ากับร้อยละ 64.6 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 52.2 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 โดยมีสาเหตุหลักมาจากสัดส่วนยอดขายจากร้านขนมหวาน (Dine-in) เพิ่มขึ้นซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงกว่ากำไรจากการขายสินค้าผ่านบริการส่งอาหาร (Delivery) และซื้อกลับบ้าน (Take home)

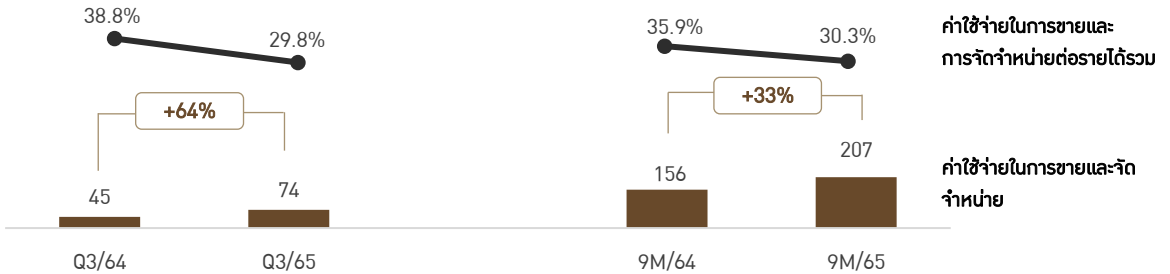
9M

งวด 9 เดือนแรกปี 2565 vs ในงวด 9 เดือนแรกปี 2564

- ในงวด 9 เดือนแรกปี 2565 บริษัทฯ มี**กำไรขั้นต้น** เท่ากับ 426 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 184 ล้านบาท หรือร้อยละ 76 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2564 สอดคล้องกับยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากการผ่อนคลายมาตรการในการควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
- **อัตรากำไรขั้นต้น** ในงวด 9 เดือนแรกปี 2565 เท่ากับร้อยละ 63.2 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 56.1 ในในงวด 9 เดือนแรกปี 2564 โดยมีสาเหตุหลักมาจากสัดส่วนยอดขายจากร้านขนมหวาน (Dine-in) เพิ่มขึ้นซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงกว่า ในขณะที่สัดส่วนยอดขายสินค้าผ่านบริการส่งอาหาร (Delivery) และซื้อกลับบ้าน (Take home) ลดลง นอกจากนี้บริษัทฯ ยังสามารถบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น จากการผลิตที่เพิ่มขึ้น

3. ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย:

หน่วย: ล้านบาท



ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายพนักงานประจำสาขา ค่าเช่าสถานที่ของร้านขนมหวาน ค่าเช่าอุปกรณ์ ค่าสาธารณูปโภค และค่าใช้จ่ายในการขายอื่น ๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการตลาดและการส่งเสริมการขาย และค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ในสาขา

YoY

ไตรมาส 3 ปี 2565 vs ไตรมาส 3 ปี 2564

- **ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 มีมูลค่า 74 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 29 ล้านบาท หรือร้อยละ 64 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2564 สาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายในส่วนของพนักงานประจำสาขาที่ปรับตัวสูงขึ้น เนื่องจากร้านขนมหวานสามารถเปิดให้บริการได้ตามปกติ ประกอบกับค่าเช่าพื้นที่ที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่เริ่มคลี่คลาย จึงส่งผลให้ได้รับส่วนลดค่าเช่าพื้นที่ที่ลดลง
- **ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายต่อรายได้รวม** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 เท่ากับร้อยละ 29.8 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 38.8 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่น้อยกว่าการเพิ่มขึ้นของรายได้รวม นอกจากนี้ ยอดขายที่เพิ่มขึ้นทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) สำหรับค่าใช้จ่ายบางรายการ เช่น ค่าขนส่ง

9M

งวด 9 เดือนแรกปี 2565 vs ในงวด 9 เดือนแรกปี 2564

- ในงวด 9 เดือนแรกปี 2565 บริษัทฯ มี**ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย** เท่ากับ 207 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 51 ล้านบาท หรือร้อยละ 33 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2564 โดยค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่มาจากค่าใช้จ่ายในส่วนของพนักงานประจำสาขาที่เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่เริ่มคลี่คลาย ซึ่งทำให้ร้านขนมหวานสามารถเปิดให้บริการได้ตามปกติ ประกอบกับส่วนลดค่าเช่าพื้นที่ที่ร้านขนมหวานที่ลดลง
- **ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายต่อรายได้รวม** ในงวด 9 เดือนแรกปี 2565 เท่ากับร้อยละ 30.3 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 35.9 ในงวด 9 เดือนแรกปี 2564 เนื่องจากรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่มากกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย นอกจากนี้บริษัทฯ สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

บทสรุปผู้บริหาร

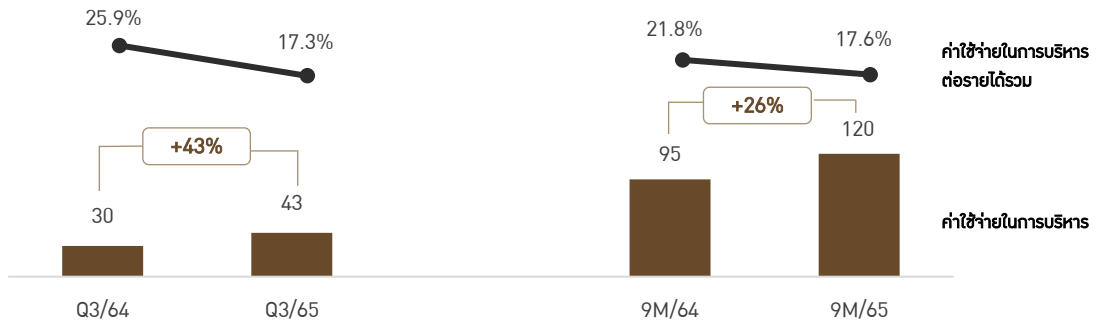
เหตุการณ์สำคัญ



การวิเคราะห์ทางการเงิน

4. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร:

หน่วย: ล้านบาท



ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ประกอบด้วยเงินเดือนและค่าแรงพนักงานสำนักงานใหญ่ ค่าซ่อมแซมบำรุงรักษา ค่าที่ปรึกษาและค่าธรรมเนียมวิชาชีพ ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์และค่าตัดจำหน่าย การขาดทุนจากการยกเลิกสัญญาเช่าก่อนกำหนด และค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่นๆ เช่น ค่าเช่าอาคารสำนักงาน โรงงาน และคลังเก็บสินค้า ค่าสาธารณูปโภค ค่าใช้จ่ายสำนักงานและเบ็ดเตล็ด ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับภาษีอากร

YoY

ไตรมาส 3 ปี 2565 vs ไตรมาส 3 ปี 2564

- **ค่าใช้จ่ายในการบริหาร** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 มีมูลค่า 43 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 13 ล้านบาท หรือร้อยละ 43 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2564 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในส่วนของพนักงานสำนักงานใหญ่ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ค่าภาษีโรงเรือน ค่าซ่อมแซมบำรุงรักษา และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด เป็นต้น
- **ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 เท่ากับร้อยละ 17.3 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 25.9 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 เนื่องจากรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่มากกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการบริหารรวมที่ส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายคงที่

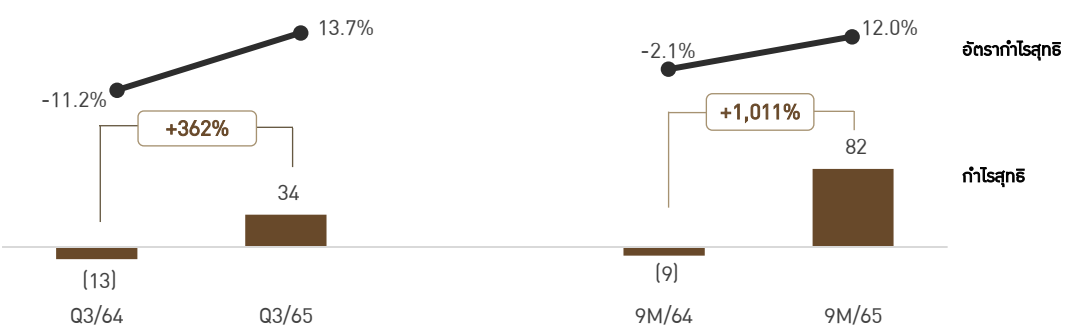
9M

งวด 9 เดือนแรกปี 2565 vs ในงวด 9 เดือนแรกปี 2564

- ในงวด 9 เดือนแรกปี 2565 บริษัทฯ มี**ค่าใช้จ่ายในการบริหาร** เท่ากับ 120 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 25 ล้านบาท หรือร้อยละ 26 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2564 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในส่วนของพนักงานสำนักงานใหญ่ ค่าภาษีโรงเรือน ซึ่งสอดคล้องกับค่าเช่าสาขาที่เพิ่มขึ้น และค่าซ่อมแซมบำรุงรักษา ซึ่งเลื่อนมาจากการช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
- **ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม** ในงวด 9 เดือนแรกปี 2565 เท่ากับร้อยละ 17.6 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 21.8 ในงวด 9 เดือนแรกปี 2564 เนื่องจากรายได้จากการขายรวมเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่น้อยกว่าการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขาย

5. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ:

หน่วย: ล้านบาท



YoY

ไตรมาส 3 ปี 2565 vs ไตรมาส 3 ปี 2564

- บริษัทฯ มี**ผลกำไรสุทธิ** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 มูลค่า 34 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 47 ล้านบาท หรือร้อยละ 362 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2564 สอดคล้องกับรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้นจากการผ่อนคลายมาตรการในการควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จึงส่งผลให้บริษัทฯ สามารถกลับมาดำเนินงานได้ตามปกติ
- **อัตรากำไรสุทธิ** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565 เท่ากับร้อยละ 13.7% ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากอัตรากำไรสุทธิที่ติดลบร้อยละ 11.2 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2564 เนื่องจากรายได้รวมที่เพิ่มขึ้นจากการผ่อนคลายมาตรการในการควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 โดยเฉพาะการเติบโตของรายได้จากร้านขายขนมหวาน นอกจากนี้บริษัทฯ สามารถบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of scale)

9M

งวด 9 เดือนแรกปี 2565 vs ในงวด 9 เดือนแรกปี 2564

- ในงวด 9 เดือนแรกปี 2565 บริษัทฯ มี**ผลกำไรสุทธิ** เท่ากับ 82 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 91 ล้านบาท หรือร้อยละ 1,011 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2564 สอดคล้องกับรายได้รวมที่เริ่มฟื้นตัว ตามสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่เริ่มคลี่คลาย โดยเฉพาะรายได้จากร้านกึ่งท่องเที่ยวต่างชาติที่เริ่มปรับตัวสูงขึ้น
- **อัตรากำไรสุทธิ** ในงวด 9 เดือนแรกปี 2565 เท่ากับร้อยละ 12.0 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากอัตรากำไรสุทธิที่ติดลบร้อยละ 2.1 ในงวด 9 เดือนแรกปี 2564 เนื่องจากรายได้รวมที่เพิ่มขึ้น และความสามารถในการบริหารต้นทุนของบริษัทฯ ที่ส่งผลทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of scale)

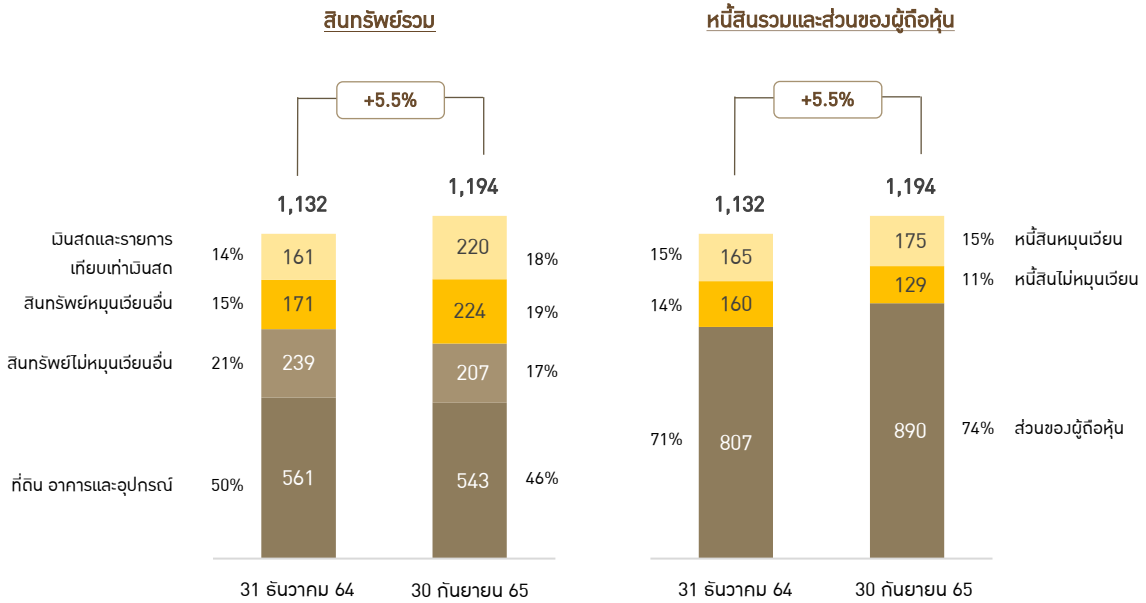


6. ต้นทุนทางการเงิน:

ต้นทุนทางการเงิน เกิดจากการรับรู้ดอกเบี้ยหนี้สินตามสัญญาเช่า จากการบันทึกบัญชีตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 บริษัทฯ ไม่มีเงินกู้ยืมที่มีดอกเบี้ย

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของบริษัทฯ

หน่วย: ล้านบาท



A สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 กันยายน 2565 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมมูลค่า 1,194 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 62 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.5 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 โดยรายละเอียดของการเพิ่มขึ้น (ลดลง) มีดังนี้

- **เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด:** เพิ่มขึ้น 59 ล้านบาท สอดคล้องกับการดำเนินงานที่ดีขึ้นจากการคลายตัวของสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
- **สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น:** เพิ่มขึ้น 53 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น
- **สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น:** ลดลง 32 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการรับรู้ค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์สิทธิการใช้ตามรอบบัญชี
- **ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์:** ลดลง 18 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการรับรู้ค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ที่มีจำนวนสูงกว่าสินทรัพย์ที่ซื้อเพิ่มระหว่างงวด

L หนี้สิน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2565 บริษัทฯ มีหนี้สินรวมมูลค่า 304 ล้านบาท ลดลง 21 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.5 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 โดยรายละเอียดของการลดลงมีดังนี้

- **หนี้สินหมุนเวียน:** เพิ่มขึ้น 10 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของภาษีเงินได้ค้างจ่าย
- **หนี้สินไม่หมุนเวียน:** ลดลง 31 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการชำระหนี้สินตามสัญญาเช่าที่มีระยะเวลามากกว่า 12 เดือน

E ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 กันยายน 2565 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมมูลค่า 890 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 83 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.3 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 เป็นผลมาจากกำไรที่เพิ่มขึ้นในงวด 9 เดือน ปี 2565