

บริษัท ออฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน)



คำอธิบายและการ วิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

ประจำไตรมาส 4 ปี 2565





บทสรุปผู้บริหาร

เหตุการณ์สำคัญ

การวิเคราะห์ทางการเงิน

บทสรุป ผู้บริหาร:



สรุปผลการดำเนินงาน ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565	Q4/64	Q4/65	เปลี่ยนแปลง + / (-)	2564	2565	เปลี่ยนแปลง + / (-)
หน่วย: ล้านบาท			%YoY			%YoY
รายได้จากการขาย	188	264	40%	620	938	51%
กำไรขั้นต้น	112	166	48%	355	592	67%
EBITDA	58	83	43%	172	306	78%
กำไร(ขาดทุน)สุทธิของกลุ่มบริษัท	13	36	177%	4	118	2,850%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	59.6%	62.9%	3.3%	57.3%	63.1%	5.8%
EBITDA margin ¹ (%)	30.1%	30.9%	0.8%	27.4%	32.1%	4.7%
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ ¹ (%)	6.7%	13.4%	6.7%	0.6%	12.4%	11.8%
จำนวนสาขาร้านอาหารที่อยู่ในเครือที่ดำเนินการ ณ วันที่ 31 ธ.ค.	40	51	27.5%	40	51	27.5%

¹EBITDA Margin และอัตรากำไรสุทธิคำนวณมาจากรายได้รวม

สรุปผลประกอบการสำคัญในไตรมาสที่ 4 ปี 2565



รายได้:

- บริษัท ออฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน) ("บริษัท") มีรายได้จากการขายเท่ากับ 264 ล้านบาทในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 และ 938 ล้านบาทในปี 2565 ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 40 จากไตรมาสที่ 4 ปี 2564 และร้อยละ 51 จากในปี 2564 ตามลำดับ
- การปรับตัวเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายของบริษัท มีสาเหตุหลักมาจากการเติบโตของยอดขายร้านขนมหวานซึ่งมีส่วนรายได้มากที่สุด อันเป็นผลมาจาก การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เริ่มกลับมารับประทานอาหารที่ร้านมากขึ้น ประกอบกับรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เริ่มกลับมาฟื้นตัว หลังจากที่สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่เริ่มคลี่คลาย



กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น:

- กำไรขั้นต้นของบริษัท ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 และในปี 2565 มีมูลค่า 166 ล้านบาท และ 592 ล้านบาทตามลำดับ ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 48 จากไตรมาสที่ 4 ปี 2564 และร้อยละ 67 จากในปี 2564 สอดคล้องกับยอดขาย รวมถึงความสามารถในการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพของบริษัทฯ ส่งผลให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of scale)
- อัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 ที่ร้อยละ 62.9 ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 59.6 ในไตรมาสที่ 4 ปี 2564 และในปี 2565 ที่ร้อยละ 63.1 ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 57.3 จากในปี 2564
- การเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นมีสาเหตุหลักมาจากสัดส่วนยอดขายจากร้านขนมหวาน (Dine-in) เพิ่มขึ้นซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นสูงกว่ากำไรจากการขายสินค้าผ่านบริการส่งอาหาร (Delivery) และซื้อกลับบ้าน (Take-home)



EBITDA และ EBITDA MARGIN:

- EBITDA ของบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 และ ในปี 2565 มีมูลค่า 83 ล้านบาท และ 306 ล้านบาทตามลำดับ ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 43 จาก ไตรมาสที่ 4 ปี 2564 และร้อยละ 78 จากในปี 2564 สอดคล้องกับกำไรขั้นต้นที่ปรับตัวสูงขึ้น
- EBITDA margin ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 ที่ร้อยละ 31.4 ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 30.1 ในไตรมาสที่ 4 ปี 2564 และ ในปี 2565 ที่ร้อยละ 32.6 ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 27.4 จากในปี 2564 โดยการปรับตัวเพิ่มขึ้นของ EBITDA margin มีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของรายได้รวมในสัดส่วนที่มากกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายรวม



กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ:

- บริษัทฯ รายงานผลกำไรสุทธิ ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 และ ในปี 2565 มีมูลค่า 36 ล้านบาท และ 118 ล้านบาทตามลำดับ ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 177 จากไตรมาสที่ 4 ปี 2564 และร้อยละ 2,850 จากในปี 2564 ตามลำดับ
- อัตรากำไรสุทธิในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 ที่ร้อยละ 13.6 ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นจากอัตรากำไรสุทธิที่ร้อยละ 6.7 ในไตรมาสที่ 4 ปี 2564 และในปี 2565 ที่ร้อยละ 12.6 ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นจากอัตรากำไรสุทธิที่ร้อยละ 0.6 จากในปี 2564
- การปรับตัวเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ สอดคล้องกับรายได้รวมที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะรายได้จากร้านขนมหวาน ในขณะที่ค่าใช้จ่ายรวมเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่น้อยกว่า อันเป็นผลมาจากความสามารถในการบริหารต้นทุนของบริษัทฯ และการประหยัดต่อขนาด (Economies of scale)

บทสรุปผู้บริหาร

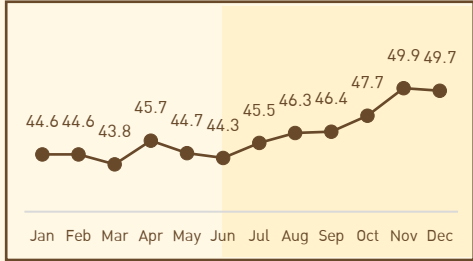


เหตุการณ์สำคัญ

การวิเคราะห์ทางการเงิน

มุมมองต่อภาพรวมปี 2566:

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค



ที่มา : สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.)

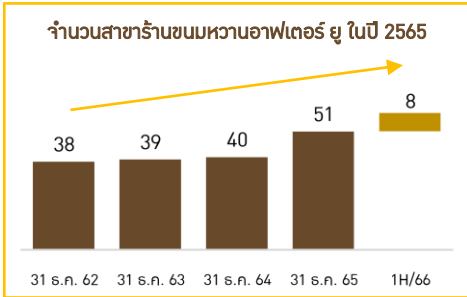
มุมมองต่อการใช้จ่ายของผู้บริโภค

ปี 2565 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เดือนมิถุนายน อันเป็นผลต่อเนื่องมาจากการฟื้นตัวทางด้านเศรษฐกิจหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่เริ่มคลี่คลาย ซึ่งส่งผลต่อการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น ส่งผลให้มีการใช้จ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ราคาน้ำมันซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อต้นทุนการผลิตที่อยู่ในระดับค่อนข้างทรงตัว ยังเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สนับสนุนให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นต่อเศรษฐกิจในประเทศ

ดังนั้น จากปัจจัยข้างต้นส่งผลเชิงบวกต่ออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงอุตสาหกรรมอาหารและธุรกิจค้าปลีกโดยรวม

เหตุการณ์สำคัญ และทิศทางในการดำเนินธุรกิจปี 2566

กลยุทธ์ในปี 2566



ร้านขนมหวานกลับมาเปิดให้บริการทุกสาขาและมีการขยายสาขาเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องตามความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น

ณ สิ้นปี 2565 บริษัทฯ มีจำนวนสาขาที่เปิดดำเนินการทั้งสิ้น 51 สาขา โดยในปี 2565 บริษัทฯ ได้มีการดำเนินการเปิดสาขาเพิ่มเติมทั้งหมด 11 สาขาจากปี 2564 แบ่งเป็นสาขาขนมหวาน 6 สาขา และ AU Marketplace 5 สาขา

นอกจากนี้ ภายในกลางปี 2566 บริษัทฯ มีแผนในการเปิดสาขาเพิ่มเติมอีกประมาณ 8 สาขา ในพื้นที่กรุงเทพฯ 7 สาขา และต่างจังหวัด 1 สาขา แบ่งเป็นสาขาขนมหวาน 3 สาขา และ AU Marketplace 5 สาขา เพื่อเพิ่มจุดในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น รวมถึงตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น

การขยายสาขาในรูปแบบป๊อปอัพ สโตร์ (Pop-up Store)

บริษัทฯ มุ่งเน้นในการขยายการออกบูธ (Pop-up store) ในรูปแบบใหม่นอกเหนือไปจากการออกบูธแบบเดิม ซึ่งเป็นการออกบูธตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่สอดคล้องกับฤดูกาล ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีคนหนาแน่นและเมนูสินค้าที่ขายจะเป็นเมนูพิเศษที่เหมาะสมกับบรรยากาศ โดยในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 บริษัทฯ ดำเนินการขยายการออกบูธ (Pop-up store) ภายใต้คอนเซ็ปต์ After You into the woods เพิ่มเติมทั้งหมด 2 สาขา ได้แก่ ที่ร้านอาหาร Midwinter ชาติใหญ่ และที่นิมมาน ซอย 3 จังหวัด เชียงใหม่

นอกจากนี้ ในปี 2566 บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการขยายการออกบูธ (Pop-up store) ในรูปแบบดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงฤดูร้อนจะเน้นการออกบูธภายใต้คอนเซ็ปต์ After You on the beach และในช่วงฤดูหนาวจะเน้นการออกบูธภายใต้คอนเซ็ปต์ After You into the woods เพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการสร้างรายได้ รวมถึงเรียนรู้ตลาดและกำลังซื้อของผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่

การขยายแฟรนไชส์มิคก้า (Mikka Cafe)

ณ สิ้นปี 2565 บริษัทฯ มีร้านกาแฟมิคก้า (Mikka Cafe) ภายใต้การบริหารและดำเนินการของบริษัทฯ ทั้งหมด 10 สาขา บริษัทฯ จะดำเนินการเปิดสาขาตามแผนในอนาคตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2566 บริษัทฯ มีแผนที่จะขยายสาขาแฟรนไชส์มิคก้า (Mikka Cafe) เพิ่มเติมอีก 4-5 สาขา

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการขยายสาขาแฟรนไชส์มิคก้า (Mikka Cafe) ในประเทศร้านสาขาแฟรนไชส์อย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งกระจายสาขาทั้งในเขตพื้นที่กรุงเทพฯและต่างจังหวัด เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงของผู้บริโภค โดย ณ สิ้นปี 2565 ร้านกาแฟมิคก้า (Mikka Cafe) มีสาขาแฟรนไชส์ทั้งหมด 109 สาขา นอกจากนี้ บริษัทฯ มีเป้าหมายขยายสาขาแฟรนไชส์จำนวน 150 สาขาในปี 2566

การขยายสาขา “ลูกก๊อ (Luggaw)”

ณ สิ้นปี 2565 บริษัทฯ มีร้านผลไม้ภายใต้แบรนด์ลูกก๊อ (Laggaw) จำนวนทั้งหมด 5 สาขา โดยในช่วงไตรมาสที่ 4 ปี 2565 บริษัทฯ ดำเนินการเปิดสาขาเพิ่มเติมอีก 4 สาขา ได้แก่สาขา Central world โซนสำนักงาน (office) สาขาเทอมินอล 21 พระราม 3 สาขาศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และสาขาสานามินสวรรค์ ภูมิ นอกจากนี้ในปี 2566 บริษัทฯ ยังคงมองหาโอกาสในการเติบโตสำหรับร้านผลไม้ภายใต้แบรนด์ลูกก๊อ (Laggaw) ผ่านการขยายสาขาเพิ่มเติมครอบคลุมเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล





ผลประกอบการ

ขอบริษัทฯ:

ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ไตรมาสที่ 4 ปี 2565	Q4/64	Q4/65	เปลี่ยนแปลง + / (-)	2564	2565	เปลี่ยนแปลง + / (-)
หน่วย: ล้านบาท			%YoY			%YoY
รายได้จากการขาย	188	264	40%	620	938	51%
ต้นทุนขาย	(76)	(98)	29%	(265)	(346)	31%
กำไรขั้นต้น	112	166	48%	355	592	67%
รายได้อื่น	3	6	100%	8	15	88%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	(57)	(82)	44%	(213)	(289)	36%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(40)	(45)	13%	(135)	(165)	22%
ต้นทุนทางการเงิน ¹	(2)	-	(200%)	(11)	(6)	(45%)
กำไร(ขาดทุน)ก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	16	45	181%	4	147	3,575%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(3)	(9)	200%	-	(29)	N/A
กำไร(ขาดทุน)สุทธิของกลุ่มบริษัทฯ	13	36	177%	4	118	2,850%

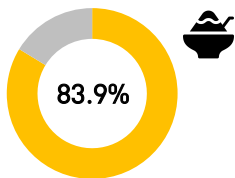
¹ ต้นทุนทางการเงินแสดงเป็นยอดสุทธิต่อรายการทางการเงิน

การวิเคราะห์งบกำไรขาดทุนของบริษัทฯ

1. รายได้

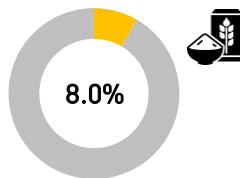
บริษัท ออฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจจำหน่ายขนมหวานและเบเกอรี่ โดยบริษัทฯ แบ่งธุรกิจออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

โครงสร้างรายได้ ในปี 2565



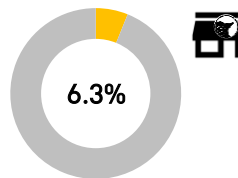
ร้านขนมหวาน และเบรื่องดีม

- สินค้าปรุงสดขายในสาขา จำนวนทั้งสิ้น 51 สาขา ซึ่งดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อ "ออฟเตอร์ ยู"
- สินค้าซื้อกลับบ้าน (Take-home product) ที่ขายภายใต้สาขา ร้านขนมหวานและภายใต้ "After You Marketplace" ตลอดจนการสั่งซื้อผ่านบริการส่งอาหาร (Food delivery services) (สัดส่วนสินค้าปรุงสดต่อสินค้าซื้อกลับบ้าน¹ ประมาณร้อยละ 63 ต่อร้อยละ 37)
- การขายเบรื่องดีมและขนมหวานในสาขา ร้านกาแฟขนาดเล็ก จำนวนทั้งสิ้น 10 สาขา ซึ่งดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อ "Mikka"



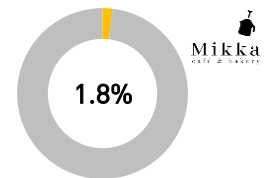
การขายสินค้า และเบรื่องดีม

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



การขายและการจัดจวน นอกสถานที่

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



ค่าธรรมเนียม แฟรนไชส์

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

¹ สัดส่วนสินค้าปรุงสดต่อสินค้าซื้อกลับบ้านคำนวณสำหรับช่วง 12 เดือนปี 2565

บทสรุปผู้บริหาร

เหตุการณ์สำคัญ

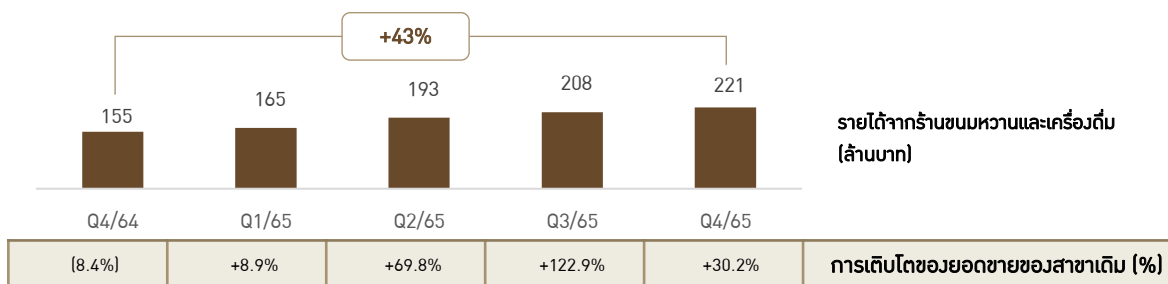


การวิเคราะห์ทางการเงิน

โครงสร้างรายได้	Q4/64	Q4/65	เปลี่ยนแปลง +/-	2564	2565	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท			%YoY			%YoY
รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม	155	221	43%	514	787	53%
รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ	16	22	38%	43	75	74%
รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่	14	16	14%	53	59	11%
รายได้จากแฟรนไชส์	3	5	67%	10	17	70%
รายได้จากการขาย	188	264	40%	620	938	51%
รายได้อื่น	3	6	100%	8	15	88%
รายได้รวม	191	269	41%	628	953	52%

Key Drivers	Q4/64	Q4/65	เปลี่ยนแปลง +/-	2564	2565	เปลี่ยนแปลง +/-
จำนวนสาขาที่ดำเนินการ ณ วันที่ 31 ธ.ค.	40	51	27.5%	40	51	27.5%
การเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (SSSG)	(8.4%)	30.2%	38.6%	(26.9%)	48.3%	75.2%

หน่วย: ล้านบาท



รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม (ล้านบาท)

การเติบโตของยอดขายของสาขาเดิม (%)

YoY ไตรมาส 4 ปี 2565 vs ไตรมาส 4 ปี 2564

- **รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม** ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 มีมูลค่า 221 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 66 ล้านบาท หรือร้อยละ 43 จากไตรมาสที่ 4 ปี 2564 เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 ที่เริ่มคลี่คลายทั้งในและต่างประเทศ ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เริ่มกลับมารับประทานอาหารที่ร้านมากขึ้น รวมถึงรายได้จากลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้น
- **รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ** ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 มีมูลค่า 22 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 6 ล้านบาท หรือร้อยละ 38 จากไตรมาสที่ 4 ปี 2564 มีสาเหตุหลักมาจากการขยายที่เพิ่มขึ้นจากการขายวัตถุดิบให้แก่ร้านแฟรนไชส์มิกกา (Mikka Cafe) และร้านแฟรนไชส์ซอฟต์เออร์ ยู ที่ประเทศฮ่องกง
- **รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่** ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 มีมูลค่า 16 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 2 ล้านบาท หรือร้อยละ 14 จากไตรมาสที่ 4 ปี 2564 เนื่องจากยอดขายจากการเปิดตัวโปรเจกต์ใหม่ After You into the wood ที่เขาใหญ่และเชียงใหม่ และการขายนอกสถานที่ที่ Bluport หัวหิน
- **รายได้จากค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์** ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 มีมูลค่า 5 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 2 ล้านบาท หรือร้อยละ 67 จากไตรมาสที่ 4 ปี 2564 เนื่องจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากค่าธรรมเนียมแรกเข้าและส่วนแบ่งค่าธรรมเนียมในส่วนของบริษัทแฟรนไชส์มิกกา (Mikka Cafe) ที่เพิ่มขึ้น รวมถึงรายได้จากร้านแฟรนไชส์ซอฟต์เออร์ ยู ที่ประเทศฮ่องกง

12M ปี 2565 vs ปี 2564

- **รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม** ในปี 2565 มีมูลค่า 787 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 273 ล้านบาท หรือร้อยละ 53 จากในปี 2564 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนสาขา ซึ่งเพิ่มขึ้น 11 สาขา เมื่อเทียบกับปี 2564 และการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม ซึ่งเพิ่มขึ้น 75.2% เมื่อเทียบกับปี 2564 อันเป็นผลมาจากความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในช่วงปี 2565 ต่อเศรษฐกิจภายในประเทศเริ่มปรับตัวเพิ่มขึ้น ส่งผลกระทบเชิงบวกต่ออุตสาหกรรมอาหารโดยรวม
- **รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ** ในปี 2565 มีมูลค่า 75 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 32 ล้านบาท หรือร้อยละ 74 จากในปี 2564 เนื่องจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากการขายวัตถุดิบที่ใช้สำหรับการผลิตสินค้าแก่ร้านแฟรนไชส์มิกกา (Mikka Cafe) โดยจำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้นจาก 40 สาขา โดยเพิ่มขึ้นจาก 69 สาขา ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 เป็น 109 สาขา ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 รวมถึงรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากร้านแฟรนไชส์ขนมหวานสาขาฮ่องกง
- **รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่** ในปี 2565 มีมูลค่า 59 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 6 ล้านบาท หรือร้อยละ 11 จากในปี 2564 เนื่องจากยอดขายเฉลี่ยต่อบูธเพิ่มขึ้น
- **รายได้จากค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์** ในปี 2565 มีมูลค่า 17 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 7 ล้านบาท หรือร้อยละ 70 จากในปี 2564 เนื่องจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากค่าธรรมเนียมแรกเข้าและส่วนแบ่งค่าธรรมเนียมในส่วนของบริษัทแฟรนไชส์มิกกา (Mikka Cafe) ที่เพิ่มขึ้น รวมถึงรายได้จากร้านแฟรนไชส์ซอฟต์เออร์ ยู ที่ประเทศฮ่องกง

บทสรุปผู้บริหาร

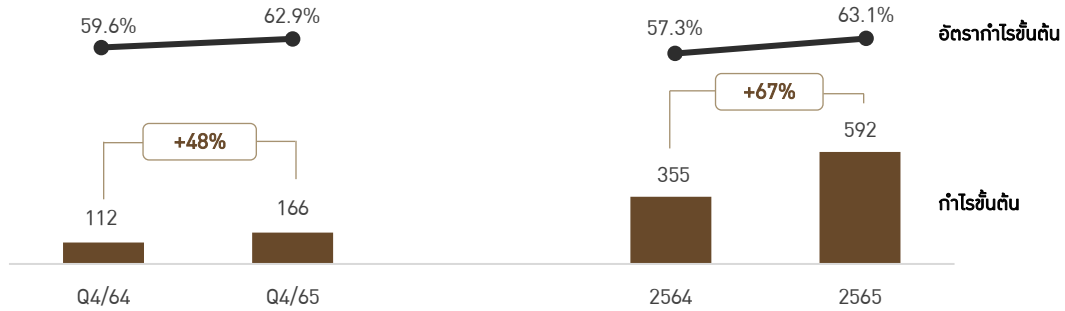
เหตุการณ์สำคัญ



การวิเคราะห์ทางการเงิน

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น:

หน่วย: ล้านบาท



กำไรขั้นต้น = รายได้จากการขาย - ต้นทุนขาย

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

YoY

ไตรมาส 4 ปี 2565 vs ไตรมาส 4 ปี 2564

- **กำไรขั้นต้น** ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 มีมูลค่า 166 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 54 ล้านบาท หรือร้อยละ 48 จากไตรมาสที่ 4 ปี 2564 สอดคล้องกับยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ดีขึ้น รวมถึงความสามารถในการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพของบริษัทฯ ส่งผลให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of scale)
- **อัตรากำไรขั้นต้น** ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 เท่ากับร้อยละ 62.9 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 59.6 ในไตรมาสที่ 4 ปี 2564 เนื่องจากสัดส่วนยอดขายจากร้านขนมหวาน (Dine-in) เพิ่มขึ้นซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นสูงกว่ากำไรจากการขายสินค้าผ่านบริการส่งอาหาร (Delivery) และซื้อกลับบ้าน (Take-home)

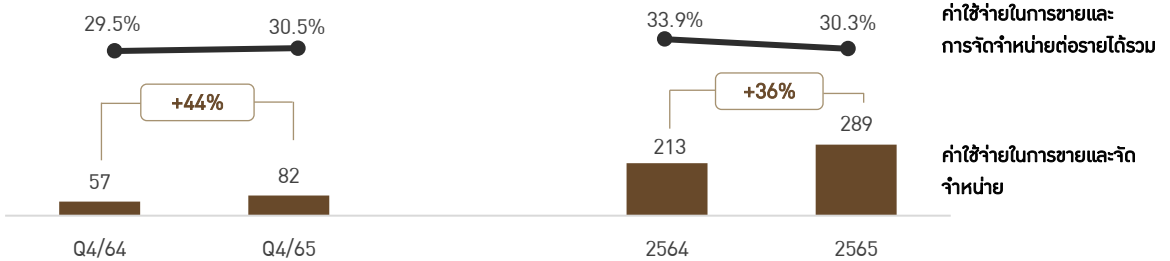
12M

ปี 2565 vs ปี 2564

- ในปี 2565 บริษัทฯ มี**กำไรขั้นต้น** เท่ากับ 592 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 237 ล้านบาท หรือร้อยละ 67 จากในปี 2564 ซึ่งการเพิ่มขึ้นดังกล่าว เกิดจากการเพิ่มขึ้นของกำไรขั้นต้นในทุกไตรมาสภายในปี 2565 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน สอดคล้องกับยอดขายที่เพิ่มขึ้นโดยเป็นผลมาจากสาขาที่เพิ่มขึ้น 11 สาขา รวมถึงการออกเมนูใหม่และเมนูตามฤดูกาลอย่างต่อเนื่องในปี 2565
- **อัตรากำไรขั้นต้น** ในปี 2565 เท่ากับร้อยละ 63.1 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 57.3 ในปี 2564 โดยมีสาเหตุหลักมาจากสัดส่วนยอดขายจากร้านขนมหวาน (Dine-in) เพิ่มขึ้นซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงกว่า ในขณะที่สัดส่วนยอดขายสินค้าผ่านบริการส่งอาหาร (Delivery) และซื้อกลับบ้าน (Take home) ลดลง รวมถึงยอดขายที่เพิ่มขึ้นทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of scale) เนื่องจากการมีการผลิตเพิ่มขึ้น

3. ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย:

หน่วย: ล้านบาท



ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายพนักงานประจำสาขา ค่าเช่าสถานที่ของร้านขนมหวาน ค่าเช่าอุปกรณ์ ค่าสาธารณูปโภค และค่าใช้จ่ายในการขายอื่น ๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการตลาดและการส่งเสริมการขาย และค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ในสาขา

YoY

ไตรมาส 4 ปี 2565 vs ไตรมาส 4 ปี 2564

- **ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย** ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 มีมูลค่า 82 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 25 ล้านบาท หรือร้อยละ 44 จากไตรมาสที่ 4 ปี 2564 สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายพนักงานประจำสาขา เนื่องจากร้านขนมหวานสามารถเปิดให้บริการได้ตามปกติ ประกอบกับส่วนลดค่าเช่าสถานที่ร้านขนมหวานลดลง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีค่าใช้จ่ายในส่วนของการเช่าสาธารณูปโภค และค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับปริมาณการขายที่เพิ่มขึ้น
- **ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายต่อรายได้รวม** ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 เท่ากับร้อยละ 30.5 ปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 29.5 ในไตรมาสที่ 4 ปี 2564 เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่มากกว่าการเพิ่มขึ้นของรายได้รวม อันเป็นผลมาจากการตั้งสำรองค่าใช้จ่ายโบนัสพิเศษ และค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมแก่พนักงานที่ทำงานในช่วงวันหยุดเทศกาลปีใหม่

12M

ปี 2565 vs ปี 2564

- ในปี 2565 บริษัทฯ มี**ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย** เท่ากับ 289 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 76 ล้านบาท หรือร้อยละ 36 จากในปี 2564 โดยค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่มาจากค่าใช้จ่ายในส่วนพนักงานประจำสาขาที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับส่วนลดค่าเช่าสถานที่ร้านขนมหวานที่ลดลง
- **ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายต่อรายได้รวม** ในปี 2565 เท่ากับร้อยละ 30.3 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 33.9 ในปี 2564 เนื่องจากรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่มากกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย นอกจากนี้ยอดขายที่เพิ่มขึ้นทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of scale) สำหรับค่าใช้จ่ายบางรายการ เช่น ค่าขนส่ง

บทสรุปผู้บริหาร

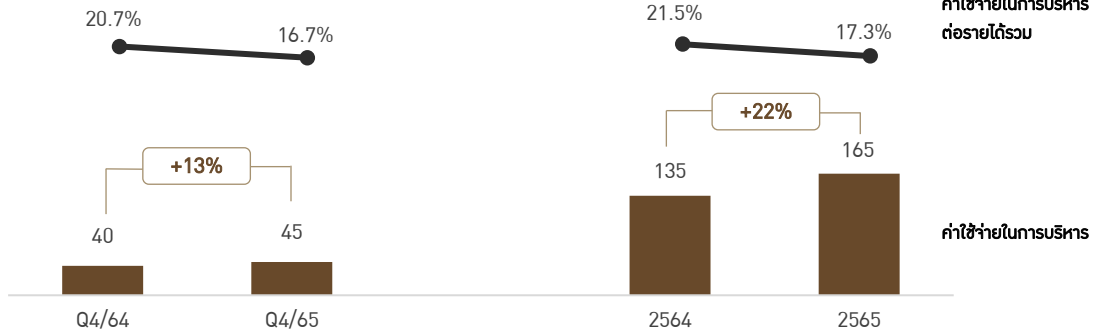
เหตุการณ์สำคัญ



การวิเคราะห์ทางการเงิน

4. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร:

หน่วย: ล้านบาท



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

YoY

ไตรมาส 4 ปี 2565 vs ไตรมาส 4 ปี 2564

- **ค่าใช้จ่ายในการบริหาร** ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 มีมูลค่า 45 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 5 ล้านบาท หรือร้อยละ 13 จากไตรมาสที่ 4 ปี 2564 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในส่วนของพนักงานสำนักงานใหญ่
- **ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม** ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 เท่ากับร้อยละ 16.7 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 20.7 ในไตรมาสที่ 4 ปี 2564 เนื่องจากรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่มากกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการบริหารรวม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายคงที่

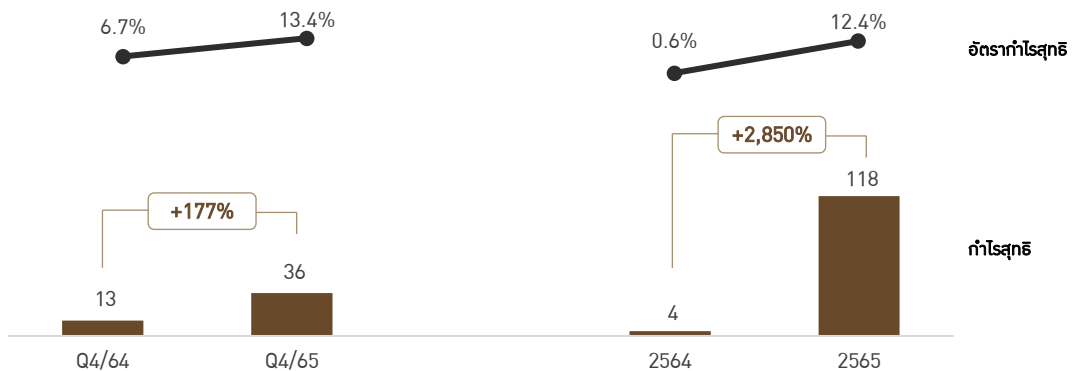
12M

ปี 2565 vs ปี 2564

- ในปี 2565 บริษัทฯ มี**ค่าใช้จ่ายในการบริหาร** เท่ากับ 165 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 30 ล้านบาท หรือร้อยละ 22 จากในปี 2564 โดยมีสาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายในส่วนของเงินเดือนและค่าแรงแพนักงานสำนักงานใหญ่ที่เพิ่มขึ้น
- **ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม** ในปี 2565 เท่ากับร้อยละ 17.3 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 21.5 ในปี 2564 เนื่องจากรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่มากกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการบริหารรวม

5. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ:

หน่วย: ล้านบาท



YoY

ไตรมาส 4 ปี 2565 vs ไตรมาส 4 ปี 2564

- บริษัทฯ มี**ผลกำไรสุทธิ** ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 มูลค่า 36 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 23 ล้านบาท หรือร้อยละ 177 จากไตรมาสที่ 4 ปี 2564 สอดคล้องกับรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้นจากการผ่อนคลายมาตรการในการควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 รวมถึงรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เริ่มฟื้นตัว
- **อัตรากำไรสุทธิ** ในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 เท่ากับร้อยละ 13.4 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากอัตรากำไรสุทธิที่ร้อยละ 6.7 ในไตรมาสที่ 4 ปี 2564 เนื่องจากรายได้รวมที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการเติบโตของรายได้จากร้านขนมหวาน นอกจากนี้บริษัทฯ สามารถบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of scale)

12M

ปี 2565 vs ปี 2564

- ในปี 2565 บริษัทฯ มี**ผลกำไรสุทธิ** เท่ากับ 118 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 114 ล้านบาท หรือร้อยละ 2,850 จากในปี 2564 สอดคล้องกับรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับการบริหารจัดการที่ดีและผลจากการประหยัดต่อขนาด (Economies of scale) จากจำนวนสาขาและยอดขายที่เพิ่มขึ้น
- **อัตรากำไรสุทธิ** ในปี 2565 เท่ากับร้อยละ 12.4 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากอัตรากำไรสุทธิที่ร้อยละ 0.6 ในปี 2564 เนื่องจากรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่มากกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายรวม อันเป็นผลมาจากการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ

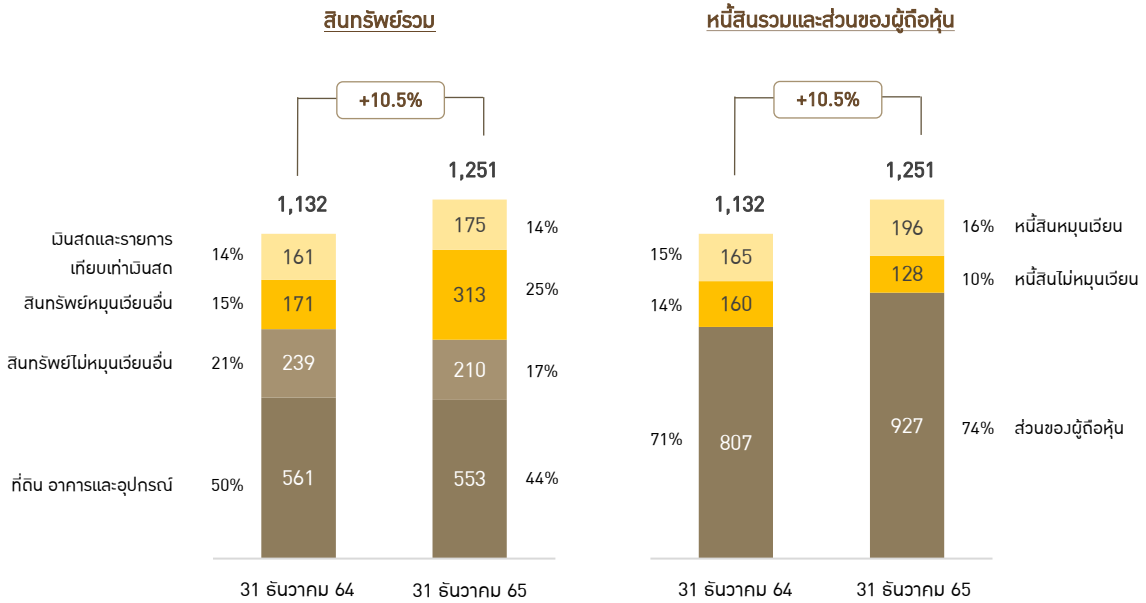


6. ต้นทุนทางการเงิน:

ต้นทุนทางการเงิน เกิดจากการรับรู้ดอกเบี้ยหนี้สินตามสัญญาเช่า จากการบันทึกบัญชีตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 บริษัทฯ ไม่มีเงินกู้ยืมที่มีดอกเบี้ย

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของบริษัทฯ

หน่วย: ล้านบาท



A สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมมูลค่า 1,251 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 119 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.5 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 โดยรายละเอียดของการเพิ่มขึ้น (ลดลง) มีดังนี้

- **เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด:** เพิ่มขึ้น 14 ล้านบาท สอดคล้องกับรายได้ที่เพิ่มขึ้น
- **สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น :** เพิ่มขึ้น 142 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น เช่น เงินลงทุนระยะสั้นจำนวน 124 ล้านบาท ประกอบกับสินค้าคงเหลือและลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของยอดขาย
- **สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น:** ลดลง 29 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการรับรู้ค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์สิทธิการใช้ตามรอบบัญชี
- **ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์:** ลดลง 8 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการรับรู้ค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ที่มีจำนวนสูงกว่าสินทรัพย์ที่ซื้อเพิ่มระหว่างงวด

L หนี้สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทฯ มีหนี้สินรวมมูลค่า 324 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อยที่ 1 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.3 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 โดยรายละเอียดของการเพิ่มขึ้น (ลดลง) ของหนี้สินมีดังนี้

- **หนี้สินหมุนเวียน:** เพิ่มขึ้น 31 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของโบนัสค้างจ่ายและภาษีเงินได้ค้างจ่าย
- **หนี้สินไม่หมุนเวียน:** ลดลง 32 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการชำระหนี้สินตามสัญญาเช่าที่มีระยะเวลามากกว่า 12 เดือน

E ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมมูลค่า 927 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 120 ล้านบาท หรือร้อยละ 14.9 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 สาเหตุหลักมาจากกำไรที่เพิ่มขึ้นในงวด 12 เดือน ปี 2565