

AU

บริษัท ออฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน)
After You Public Company LimitedHead Office : 1319/9 ซอยพัฒนาการ 25 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง
กรุงเทพฯ 10250

Contact : 0-2318-4488

Website : www.afteryoudessertcafe.com

CG Report Score :

THSI List : -

MD

แม่ทัพ ต.สุวรรณ
กรรมการผู้จัดการ

Tel : 02-318-4488

DMD

กุลพัชร นกวัฒนวรรณ
รองกรรมการผู้จัดการ

Tel : 02-318-4488

Stock Data

(21/08/2020)

	YTD	2019	2018
Paid-up (MB.)	8156	8156	8156
Listed share (M.)	815.62	815.62	815.62
Par (B.)	0.10	0.10	0.10
Market Cap (MB.)	7,136.71	8,156.24	4,893.74
Price (B./share)	8.75	10.00	6.00
EPS (B.)	0.01	0.29	0.18

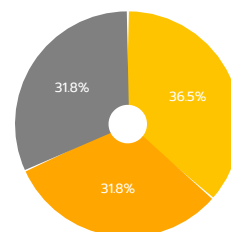
Statistics

(21/08/2020)

	P/E	P/BV	Div.Yield
AU (x)	57.34	8.84	3.31
AGRO - mai (x)	43.25	2.56	2.80
AGRO - SET (x)	22.35	1.94	2.49
mai (x)	32.48	1.58	2.87
SET (x)	21.57	1.47	3.89

Shareholder Structure

(08/06/2020)



● กลุ่มนางสาวกุลพัชร นกวัฒนวรรณ (36.5%)
● กลุ่มนายแม่ทัพ ต.สุวรรณ (31.8%)
● อื่นๆ (31.8%)

Financial Ratios

	6M/2020	6M/2019	2019	2018
ROE (%)	14.37	23.42	23.76	15.61
ROA (%)	13.41	25.48	25.54	16.92
D/E (x)	0.58	0.17	0.16	0.15
GP Margin (%)	59.43	65.03	64.68	66.83
EBIT Margin (%)	4.54	25.21	24.34	20.47
NP Margin (%)	2.80	20.34	19.67	16.74

Company Background

บริษัทเป็นผู้ประกอบการร้านขนมหวานภายใต้เครื่องหมายการค้า "ออฟเตอร์ ยู" ซึ่งมีแนวทางการตกแต่งร้านที่ให้บรรยากาศอบอุ่นเหมือนอยู่กับครอบครัว โดยมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นของหวานและเครื่องดื่มรวมกว่า 100 รายการ แบ่งเป็นประเภทหลักๆ ดังนี้

- ของหวาน เช่น ฮันนี่โทส ช็อคโกแลตลาวา น้ำแข็งไสคากิโริ เมนูอาหารเข้าที่ทำจากแพนเค้ก เค้ก ไอศกรีม
- เครื่องดื่ม เช่น ชา กาแฟ ช็อคโกแลต น้ำผลไม้ปั่น
- ของที่ระลึก เช่น เสื้อ สมุด และอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการทำขนม แก้วน้ำ
- สินค้าสำหรับการซื้อกลับบ้านหรือเป็นของขวัญ เช่น คุกกี้ ขนมปัง ทอฟฟี่เค้ก เครื่องดื่มบรรจุขวด

นอกจากนี้ บริษัทยังดำเนินธุรกิจรับจ้างผลิตสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทให้กับลูกค้ากลุ่มต่างๆ เช่น ธนาคารและสถาบันการเงิน ผู้ประกอบการสายการบิน และร้านอาหาร ซึ่งมีผลิตภัณฑ์หลักที่จำหน่าย อาทิ พาย คุกกี้ ขนมปัง และมีบริการจัดอาหารว่าง หรือ snack box สำหรับลูกค้าในโอกาสต่างๆ รวมถึงมีการขายสินค้าและวัตถุดิบให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารภายใต้เครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการนี้ๆ เอง บริษัทได้มีการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าไปสู่การบริการจัดงานเลี้ยงนอกสถานที่ เช่น งานสังสรรค์ งานแต่งงาน งานจัดกิจกรรมต่างๆ ซึ่งมีผลิตภัณฑ์หลักที่ให้บริการ เช่น ชูชุกฮันนี่โทส ช็อคโกแลตลาวา สตอว์เบอร์รี่ครัมเบิล

Key Development of Company

2559 เริ่มดำเนินการผลิตที่โรงงานใหม่ในนิคมอุตสาหกรรมสินสาคร จังหวัดสมุทรสาคร
เข้าจดทะเบียนซื้อขายหลักทรัพย์วันแรกในตลาดหลักทรัพย์ MAI ในวันที่ 23 ธันวาคม 2559

2560 โรงงานผลิตได้ผ่าน Certificate of Good Manufacturing Practice (GMP) และ Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP) for Food Safety Management System

2561 เพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับสินค้าซื้อกลับบ้านในกลุ่มขนมปัง คือ ขนมปังเนยสอด และขนมปังเนยสอด

โรงงานผลิตได้รับมาตรฐานฮาลาล ในสินค้าของหวาน และเครื่องดื่ม เลขทะเบียนที่ I 420 / 2018

2562 เริ่มการก่อสร้างอาคารโรงงานหลังใหม่เพิ่ม เพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต โดยเฉพาะการส่งออกและงานต่างประเทศ

2563 ขยายสาขาร้านกาแฟ "Mikka" ซึ่งดำเนินงานโดยบริษัทย่อย

Revenue Structure

(Unit : MB)

	6M/2020	%	6M/2019	%	2019	%	2018	%
รายได้จากร้านขนมหวาน	334.94	91.76	558.34	92.79	1,111.13	92.19	832.23	94.49

รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ	7.65	2.09	29.76	4.94	46.68	3.87	24.84	2.82
รายได้จากการขายและการจัดจำหน่ายนอกสถานที่	19.59	5.37	10.65	1.77	35.60	2.95	14.02	1.59
รายได้จากแฟรนไชส์*	0.95	0.26	-	-	0.90	0.08	-	-
รายได้อื่น	1.90	0.52	3.00	0.50	10.94	0.91	9.64	1.10
รายได้รวม	365.03	100.00	601.75	100.00	1,205.25	100.00	880.73	100.00

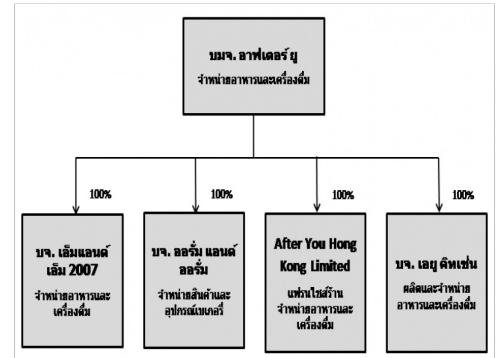
*รายได้จากค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ของบริษัทย่อย

Capital Structure

(Unit : MB)

	6M/2020	6M/2019	2019	2018
Current Liabilities	168.47	127.96	124.83	116.41
Non-Current Liabilities	296.75	27.44	36.81	23.91
Shareholders' Equity	807.07	924.98	1,038.59	957.10

Company Structure



Company Image



Business Plan

บริษัทมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารของหวานที่มีคุณภาพมาตรฐาน และรักษาความนิยมของผู้บริโภคในสินค้าของ “อาฟเตอร์ ยู” ให้มีความต่อเนื่อง ด้วยความใส่ใจในรายละเอียดรวมถึงการสร้างสรรค์เมนูใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มความแปลกใหม่ หลากหลาย และรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการพัฒนาโอกาสทางธุรกิจเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ต่อไป โดยบริษัทฯ ได้วางแผนการเพิ่มสาขาร้านขนมอบอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการทั่วกรุงเทพฯ ปริมณฑล และตามหัวเมืองใหญ่ในต่างจังหวัดที่มีศักยภาพและมีกำลังซื้อสูง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังแสวงหาโอกาสในการขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศ รวมถึงขยายช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและขยายสายผลิตภัณฑ์สินค้าอีกด้วย

Investment Highlight

2558	ก่อสร้างโรงงานใหม่ในนิคมอุตสาหกรรมสินสาคร จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อตอบสนองการขยายตัวของธุรกิจและรองรับการเติบโตในอนาคต
2559	ก่อสร้างสำนักงานแห่งใหม่ เพื่อใช้เป็นอาคารสำนักงาน สถานที่ฝึกอบรมพนักงาน และศูนย์กระจายสินค้า เพื่อรองรับการขยายธุรกิจของบริษัทในอนาคต
2562	ลงทุนเพิ่มในเครื่องจักรเพื่อให้โรงงานสามารถรองรับกำลังการผลิตที่เพิ่มขึ้นสำหรับการผลิตสินค้ากลุ่มช็อกโกแลต โดยเฉพาะขนมปังซึ่งมีการออกรสชาติใหม่ๆ เพิ่มเติม รวมถึงรับจ้างผลิตเพื่อขายให้กับบริษัทต่างๆ ในลักษณะของงาน OEM
	เริ่มการก่อสร้างอาคารโรงงานหลังใหม่เพิ่ม เพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต โดยเฉพาะการส่งออกและงานต่างประเทศ

Risk Factor

ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจและการป้องกันความเสี่ยงที่สำคัญ มีดังนี้

- การขาดวัตถุดิบและความผันผวนของราคาวัตถุดิบ** เนื่องจากวัตถุดิบหลักของบริษัทประกอบด้วย แป้ง ไข่ไก่ เนย นม น้ำตาล และผลไม้ต่างๆ ซึ่งอาจมีความผันผวนในด้านราคาและปริมาณที่สามารถจัดหาได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการวิเคราะห์และประเมินปริมาณวัตถุดิบที่จะใช้ล่วงหน้า และทำสัญญากำหนดปริมาณหรือราคาของผู้จัดหาวัตถุดิบต้องจำหน่ายให้กับบริษัทสำหรับวัตถุดิบบางประเภทที่มีความผันผวนสูงหรือมีความต้องการใช้ในปริมาณมาก
- ภาวะการแข่งขันสูงของอุตสาหกรรมรวมถึงการลอกเลียนแบบ** ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในปัจจุบันมีการแข่งขันที่รุนแรงทั้งจากผู้ประกอบการเดิมและผู้ประกอบการรายใหม่ๆ อย่างไรก็ตาม บริษัทเชื่อว่าการควบคุมคุณภาพและการให้บริการที่ดี อีกทั้งรสชาติที่ไม่มีผู้ประกอบการรายอื่นสามารถลอกเลียนแบบได้ รวมถึงการออกเมนูใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง จะช่วยให้บริษัทสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นในอุตสาหกรรมได้
- การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค** ผู้บริโภคอาจเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการรับประทานอาหารตามภาวะเศรษฐกิจ สังคม และความนิยมที่เปลี่ยนไป รวมถึงความใส่ใจในสุขภาพของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม บริษัทให้ความสำคัญกับความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า จึงให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย แปลกใหม่ ทันสมัย อยู่เสมอ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในอนาคตได้
- โรคระบาด** การเกิดโรคระบาดส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของประชาชนในการไปยังสถานที่ปิดหรือสถานที่ที่มีคนอยู่เป็นจำนวนมาก จึงอาจทำให้จำนวนลูกค้าของบริษัทลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทเชื่อว่าลูกค้าส่วนหนึ่งจะหันมาใช้บริการส่งสินค้าแบบ Food Delivery แทนการไปรับประทานอาหารที่ร้านสาขา และจากการที่บริษัทให้ความสำคัญกับเรื่องความสะอาดของร้านเสมอมา ทำให้ลูกค้าสามารถมั่นใจในความสะอาดและความปลอดภัยในการไปใช้บริการที่ร้านสาขาของบริษัทได้