

AU

บริษัท ออฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน)

After You Public Company Limited

Head Office : 1319/9 ซอยพัฒนาการ 25 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250

Contact : 0-2318-4488

Website : [www.afteryoudessertcafe.com](http://www.afteryoudessertcafe.com)

## MD

แม่ทัพ ต.สุวรรณ  
กรรมการผู้จัดการ

Tel : 02-318-4488

## DMD

กุลพัชร นกวัฒนวรรณ  
รองกรรมการผู้จัดการ

Tel : 02-318-4488

## Company Background

บริษัทเป็นผู้ประกอบการร้านขนมหวานภายใต้เครื่องหมายการค้า "ออฟเตอร์ ยู" ซึ่งมีแนวทางการตกแต่งร้านที่ให้บรรยากาศอบอุ่นเหมือนอยู่กับครอบครัว โดยมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นของหวานและเครื่องดื่มรวมกว่า 100 รายการ แบ่งเป็นประเภทหลักๆ ดังนี้

- ของหวาน เช่น อันนี้โทส ช็อคโกแลตลาวา น้ำแข็งไสคากิโร เมอูอาหารเข้าที่ทำจากแพนเค้ก 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 รวมถึงมีการขายสินค้าและวัตถุดิบให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารภายใต้เครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการอื่นๆ เอง

บริษัทได้มีการขยายช่องทางทางการจัดจำหน่ายสินค้าไปสู่การบริการจัดงานเลี้ยงนอกสถานที่ เช่น งานสังสรรค์ งานแต่งงาน งานจัดกิจกรรมต่างๆ ซึ่งมีผลิตภัณฑ์หลักที่ให้บริการ เช่น ชูซ่าอันนี้โทส ช็อคโกแลตลาวา สตอว์เบอร์รี่ครีมเนื้ล

## 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 และเพิ่มโมเดลธุรกิจใหม่ ในชื่อ ออฟเตอร์ ยู มาร์เก็ตเพลส

CG Report Score : 

THSI List : -

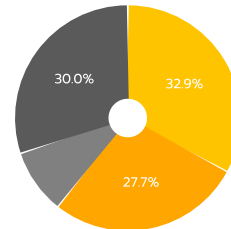
## Stock Data (31/12/2020)

	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.)	8,727.17	8,156.24	4,893.74
Price (B./share)	10.70	10.00	6.00
EPS (B.)	0.07	0.29	0.18

## Statistics (02/03/2021)

	P/E	P/BV	Div.Yield
AU (x)	155.86	10.16	0.57
AGRO - mai (x)	68.34	3.06	2.34
AGRO - SET (x)	26.24	2.07	2.61
mai (x)	75.19	1.94	2.38
SET (x)	39.26	1.71	2.66

## Shareholder Structure (06/01/2021)



- กลุ่มนายกุลพัชร นกวัฒนวรรณ (32.9%)
- กลุ่มนายแม่ทัพ ต.สุวรรณ (27.7%)
- บริษัท บิทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) (9.3%)
- อื่นๆ (30.0%)

## Financial Ratios

	2020	2019	2018
ROE (%)	5.87	23.76	15.61
ROA (%)	6.05	25.54	16.92
D/E (x)	0.53	0.16	0.15
GP Margin (%)	60.89	64.68	66.83
EBIT Margin (%)	9.77	24.34	20.47
NP Margin (%)	7.16	19.67	16.74

## Revenue Structure

(Unit : MB)

สอบบัญชี : 31 ส.ค.

2020 % 2019 % 2018 %

รายได้จากร้านขนมหวาน	699.95	90.50	1,111.13	92.44	832.23	94.73
รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ	20.39	2.64	46.68	3.88	24.84	2.83
รายได้จากการขายและการจัดจำหน่ายนอกสถานที่	44.32	5.73	35.61	2.96	14.02	1.60
รายได้จากแฟรนไชส์ *	3.28	0.42	0.90	0.08	-	-
รายได้อื่น	5.50	0.71	7.65	0.64	7.39	0.84
รายได้รวม	773.44	100.00	1,201.97	100.00	878.48	100.00

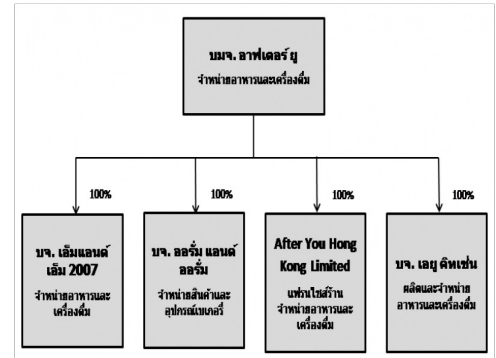
\* รายได้จากค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ของบริษัทย่อย

## Capital Structure

(Unit : MB)

	2020	2019	2018
Current Liabilities	188.07	124.83	116.41
Non-Current Liabilities	264.45	36.81	23.91
Shareholders' Equity	850.70	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	ลงทุนเพิ่มในเครื่องจักรเพื่อให้โรงงานสามารถรองรับกำลังการผลิตที่เพิ่มขึ้นสำหรับการผลิตสินค้ากลุ่มซ็อกกลับบ้าน โดยเฉพาะขนมอบซึ่งมีการออกรสชาติใหม่ๆ 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 ซึ่งอาจทำให้จำนวนลูกค้าของบริษัทลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทเชื่อว่าลูกค้าส่วนหนึ่งจะหันมาใช้บริการส่งสินค้าแบบ Food Delivery แทนการไปรับประทานอาหารสาขา และจากการที่บริษัทให้ความสำคัญกับเรื่องความสะอาดของร้านเสมอมา ทำให้ลูกค้าสามารถมั่นใจในความสะอาดและความปลอดภัยในการไปใช้บริการที่ร้านสาขาของบริษัทได้

## Award and Recognition

2563	รางวัล Best Company Performance Award และ Best CEO Award สำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ MAI ในการประกาศรางวัล SET Award 2020
------	---