

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

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 อันนี่โทส 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 ชูซ่าอันนี่โทส ช็อคโกแลตลาวา สตอว์เบอร์รี่ครีมเนื้

ในเดือนธันวาคม 2562 บริษัทเอ็ม แอนด์ อีเอ็ม 2007 จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้เริ่มดำเนินธุรกิจร้านกาแฟขนาดเล็กลงภายใต้เครื่องหมายการค้า "มิกก้า" ซึ่งมีแนวทางการตกแต่งร้านที่ให้บริการที่เรียบง่ายสบายตา มีบรรยากาศอบอุ่นเป็นกันเอง โดยร้านเน้นการให้บริการในลักษณะซื้อกลับ (Grab & Go) โดยมีผลิตภัณฑ์ที่ขาย ได้แก่ เครื่องดื่มเย็นต่างๆ เช่น กาแฟ โทโก้ ชา ไซดา และขนมหวาน ของขบเคี้ยวต่างๆ

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 "มิกก้า" ซึ่งดำเนินงานโดยบริษัทย่อย และเพิ่มโมเดลธุรกิจใหม่ ในชื่อ ออฟเตอร์ ยู มาร์เก็ตเพลส

CG Report Score :

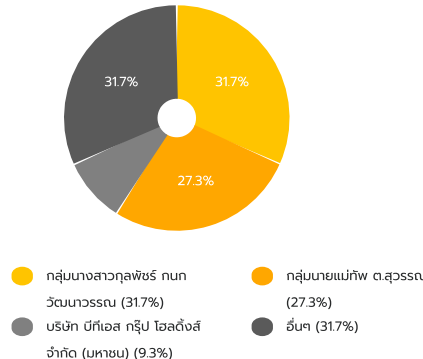
THSI List : -

Stock Data (31/03/2021)

	YTD	2020	2019
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)	9,461.23	8,727.17	8,156.24
Price (B./share)	11.60	10.70	10.00
EPS (B)	0.01	0.07	0.29

Statistics (20/05/2021)

	P/E	P/BV	Div.Yield
AU (x)	152.76	9.55	0.59
AGRO - mai (x)	68.68	3.73	1.97
AGRO - SET (x)	25.53	2.03	2.59
mai (x)	58.75	2.43	1.77
SET (x)	29.70	0.67	2.35

Shareholder Structure (10/03/2021)

Financial Ratios

	3M/2021	3M/2020	2020	2019
ROE (%)	6.45	20.88	5.87	23.76
ROA (%)	5.30	17.70	6.05	25.54
D/E (x)	0.44	0.89	0.53	0.16
GP Margin (%)	59.03	62.42	60.89	64.68
EBIT Margin (%)	9.40	8.75	9.77	24.34
NP Margin (%)	6.48	6.04	7.16	19.67

Revenue Structure

(Unit : MB)

รอบบัญชี : 31 มี.ค.

	3M/2021	%	3M/2020	%	2020	%	2019	%
รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม	156.18	86.23	203.72	92.59	699.95	90.50	1,111.13	92.44
รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ	8.90	4.92	3.38	1.54	20.39	2.64	46.68	3.88
รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่	12.25	6.76	11.59	5.27	44.32	5.73	35.61	2.96
รายได้จากแฟรนไชส์ *	2.16	1.19	0.47	0.21	3.28	0.42	0.90	0.08
รายได้อื่น	163	0.90	0.86	0.39	5.50	0.71	7.65	0.64
รายได้รวม	181.12	100.00	220.02	100.00	773.44	100.00	1,201.97	100.00

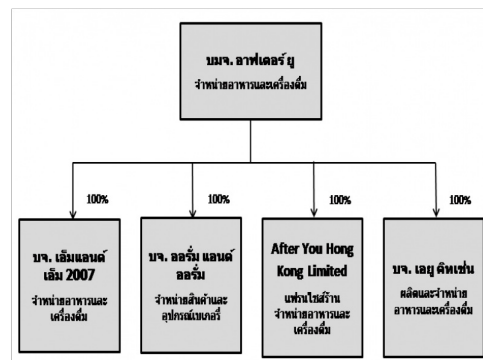
* รายได้จากค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ของบริษัทย่อย

Capital Structure

(Unit : MB)

	3M/2021	3M/2020	2020	2019
Current Liabilities	159.27	413.66	188.07	124.83
Non-Current Liabilities	223.05	305.12	264.45	36.81
Shareholders' Equity	862.57	810.24	850.70	1,038.59

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 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
------	---