บริษัท อาฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

ประจำไตรมาส 3 ปี 2567

บทสรุป ผู้บริหาร:

สรุปผลการดำเนินงาน ในไตรมาสที่ 3 ปี 2567	Q3/66	Q3/67	เปลี่ยนแปลง +/(-)	9M/66	9M/67	เปลี่ยนแปลง +/(-)
หน่วย: ล้านบาท			%YoY			%YoY
รายได้จากการขาย	338	428	27%	900	1,144	27%
กำไรขั้นต้น	223	280	26%	583	756	30%
EBITDA	111	148	33%	288	396	38%
กำไร(ขาดทุน)สุทธิของกลุ่มบริษัทฯ	**54**	**83**	**54%**	**131**	**210**	60%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	**66.0%**	**65.4%**	**(0.6%)**	**64.8%**	**66.1%**	**1.3%**
EBITDA margin[1] (%)	**32.6%**	**34.3%**	**1.7%**	**31.6%**	**34.3%**	**2.7%**
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ[1] (%)	**15.8%**	**19.2%**	**3.4%**	**14.4%**	**18.2%**	**3.8%**
จำนวนสาขาร้านอาฟเตอร์ ยู ที่เปิดดำเนินการ ณ วันที่ 30 ก.ย.	**59**	**61**	**3.4%**	**59**	**61**	**3.4%**

[1]EBITDA Margin และอัตรากำไรสุทธิคำนวณมาจากรายได้รวม

สรุปผลประกอบการสำคัญในไตรมาสที่ 3 ปี 2567

รายได้:

- บริษัท อาฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน) ("บริษัทฯ") มีรายได้จากการขายเท่ากับ 428 ล้านบาทในไตรมาสที่ 3 ปี 2567 และ 1,144 ล้านบาท ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2567 ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 27 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2566 และ จากงวด 9 เดือนแรกปี 2566 โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่มที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม(SSSG) และยอดขายต่อบิลที่สูงขึ้น ประกอบกับจำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งยังมีการเติบโตของยอดขายผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) โดยเฉพาะช่องทางร้านสะดวกซื้อ 7-11 ซึ่งเริ่มวางขายสินค้าในเดือนกรกฎาคม ปี 2567

กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น:

- กำไรขั้นต้นของบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 3 ปี 2567 และในงวด 9 เดือนแรกปี 2567 มีมูลค่า 280 ล้านบาท และ 756 ล้านบาท ตามลำดับ ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 26 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2566 และร้อยละ 30 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2566 สอดคล้องกับรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น
- อัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาสที่ 3 ปี 2567 อยู่ที่ร้อยละ 65.4 ลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 66.0 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2566 เนื่องจากสัดส่วนรายได้จากการขายสินค้าผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรดเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำกว่ารายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม อัตรากำไรขั้นต้น ในงวด 9 เดือนแรกปี 2567 อยู่ที่ร้อยละ 66.1 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 64.8 ในงวด 9 เดือนแรกปี 2566 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเติบโตของรายได้และต้นทุนต่อหน่วยที่ลดลงเนื่องจากปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นเป็นผลให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale)

EBITDA และ EBITDA MARGIN:

- EBITDA ของบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 3 ปี 2567 และในงวด 9 เดือนแรกปี 2567 มีมูลค่า 148 ล้านบาท และ 396 ล้านบาท ตามลำดับ ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 33 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2566 และร้อยละ 38 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2566 สอดคล้องกับกำไรขั้นต้นของบริษัทฯ ที่เพิ่มขึ้นและการบริหารค่าใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพ
- EBITDA margin ในไตรมาสที่ 3 ปี 2567 ที่ร้อยละ 34.3 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 32.6 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2566 และ ในงวด 9 เดือนแรกปี 2567 ที่ร้อยละ 34.3 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 31.6 ในงวด 9 เดือนแรกปี 2566 โดยมีสาเหตุหลักมาจากกำไรขั้นต้นของบริษัทฯ ที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับความสามารถของบริษัทฯ ในการบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ:

- บริษัทฯ รายงานผลกำไรสุทธิ ในไตรมาสที่ 3 ปี 2567 และในงวด 9 เดือนแรกปี 2567 มีมูลค่า 83 ล้านบาท และ 210 ล้านบาทตามลำดับ ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 54 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2566 และร้อยละ 60 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2566 ตามลำดับ สอดคล้องกับรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น
- อัตรากำไรสุทธิในไตรมาสที่ 3 ปี 2567 ที่ร้อยละ 19.2 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากอัตรากำไรสุทธิที่ร้อยละ 15.8 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2566 และในงวด 9 เดือนแรกปี 2567 ที่ร้อยละ 18.2 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากอัตรากำไรสุทธิที่ร้อยละ 14.4 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2566 เนื่องจากรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับความสามารถของบริษัทฯ ในการบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เหตุการณ์สำคัญ ในไตรมาสที่ 3 ปี 2567:

ขยายการขายสินค้าผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรด โดยวางขายสินค้าผ่านร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven

ในเดือนกรกฎาคม 2567 บริษัทฯ เริ่มวางจำหน่ายสินค้าผลิตเองคือ "ขนมปังเนยโสด" ในสาขาร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ครอบคลุมพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล และภาคใต้ บริษัทฯ มีแผนที่จะเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อวางจำหน่ายให้ครอบคลุมสาขาทั่วประเทศ นอกจากนี้ในเดือนกันยายน 2567 บริษัทฯ ร่วมมือกับแบรนด์อีซีเบค จำหน่ายสินค้าใหม่ "ปังชั้น" หรือ "Layer Toast" ในสาขาร้าน 7-Eleven 14,000 สาขาทั่วประเทศ

เปิดตัวแบรนด์สินค้าใหม่ "Good Grobb" และผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่มขนมขบเคี้ยว (Snacks)

ในช่วงไตรมาสที่ 3 ปี 2567 บริษัทฯ ได้เปิดตัวแบรนด์สินค้าใหม่ "Good Grobb" เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มขนมขบเคี้ยว (Snacks) และได้ออกสินค้าใหม่คือ เห็ดชิตาเกะอบกรอบ และเต้าหู้อบกรอบรสดั้งเดิม และรสหมาล่า โดยเริ่มต้นวางจำหน่ายในร้านอาฟเตอร์ ยู ทุกสาขา

เปิดร้านอาฟเตอร์ ยู สาขาเยาวราช ในรูปแบบ Concept Store ที่มีรูปแบบร้านและเมนูพิเศษเฉพาะสาขา

ในช่วงเดือนสิงหาคมปี 2567 บริษัทฯ ได้เปิดร้านอาฟเตอร์ ยู สาขาเยาวราช ซึ่งตั้งอยู่ที่ซอยผดุงด้าว (เท็กซัส สุกี้) ใกล้กับ MRT วัดมังกร พร้อมเปิดตัวเมนูพิเศษสำหรับสาขานี้โดยเฉพาะ เช่น เฟรนช์โทสต์รสชาติต่างๆ ขนมเทียนโมจิคุกกี้ และเครื่องดื่มจากร้านกาแฟทรงวาด

เหตุการณ์สำคัญ และทิศทางในการดำเนินธุรกิจ:

มุ่งเน้นขยายสาขาร้านอาฟเตอร์ ยู และแบรนด์ลูกต่างๆอย่างต่อเนื่องตามเป้าหมาย

ในช่วงไตรมาส 4 ปี 2567 บริษัทฯ มีแผนขยายสาขาร้านอาฟเตอร์ ยู เพิ่มเติมรวมทั้งสิ้น 1-2 สาขา โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นการขยายสาขาไปยังพื้นที่ที่เป็นศูนย์กลางของนักท่องเที่ยว และย่านที่พักอาศัยที่มีกำลังซื้อและมีลูกค้าจำนวนมากเพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

ขยายการเติบโตไปยังต่างประเทศ เปิดร้าน อาฟเตอร์ ยู สาขาแรกที่พนมเปญ

ในช่วงเดือนตุลาคม ปี 2567 บริษัทฯ ได้เปิดให้บริการร้านขนมหวาน อาฟเตอร์ ยู สาขาแรกในประเทศกัมพูชา ณ กรุงพนมเปญ โดยได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากลูกค้า บริษัทฯ ยังคงมองหาโอกาสเติบโตในต่างประเทศเพิ่มเติม เพื่อกระจายความเสี่ยงจากการพึ่งพารายได้จากในประเทศเพียงอย่างเดียว รวมถึงเพื่อสร้างการเติบโตในระยะยาว

การรีแบรนด์ร้านกาแฟมิกก้า (Mikka Cafe)

ในช่วงไตรมาส 4 ปี 2567 บริษัทฯ มีแผนรีแบรนด์ร้านกาแฟมิกก้าจาก Mikka Café เป็น Mikka Coffee Roasters เพื่อพัฒนา และส่งเสริมแบรนด์ในการต่อยอดให้มิกก้าเป็นผู้นำตลาด และครองใจลูกค้าอย่างยั่งยืน โดยการเพิ่มความหลากหลายของเมนู เพื่อให้ครอบคลุมลูกค้าทุกกลุ่มมากยิ่งขึ้น

การขยายสาขาร้านรูปแบบป๊อปอัพสโตร์ (Pop-up Store) ตามสถานที่ท่องเที่ยว

บริษัทฯ มีแผนเปิดร้านภายใต้คอนเซ็ปต์ After You Dairy Farm ที่ร้านอาหาร Midwinter เขาใหญ่ ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน 2567 ถึงวันที่ 31 มกราคม 2568 โดยเมนูเครื่องดื่มบางเมนูเป็นการใช้ผลิตภัณฑ์ Grass Fed Milk จากร้าน Dairy Home และมีสินค้าพิเศษที่ขายในร้านได้แก่ Dairy Home Honeycomb และ Dairy Home Chocolate Malt

After You ร่วมกับ "การบินไทย" ให้บริการเสิร์ฟขนมปังอาฟเตอร์ยู 4 รสชาติ บนเครื่องบิน

ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2567 ถึง วันที่ 31 พฤษภาคม 2568 การบินไทย ให้บริการเสิร์ฟขนมปังจาก อาฟเตอร์ ยู บนเครื่องบินในชั้นประหยัด และพรีเมียม บนเส้นทางขาออกในประเทศ และเส้นทางขาออกสู่ประเทศจีน ลาว พม่า เวียดนาม และญี่ปุ่น โดยมีทั้งหมด 4 รสชาติ ได้แก่ 1) ขนมปังเนยโสดชาไทยโบราณ 2) ขนมปังเปียกปูนกระทิสด 3) ขนมปังหม้อแกงเผือก 4) ขนมปังเนยโสดน้ำตาลโตนด

ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ

กลยุทธ์และแผนการดำเนินการ ปี 2567:

การขยายสาขา

- การขยายสาขาอย่างต่อเนื่องของ After You Dessert Café, Luggaw และ SCR (Song Wat Coffee Roaster)
- พัฒนารูปแบบใหม่ของร้าน Pop-up ภายใต้แนวคิดที่แตกต่างกัน
- ขยายธุรกิจ Mikka Café สู่ต่างจังหวัดเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่

การสร้างการรับรู้ในแบรนด์และความภักดีของลูกค้า

- เข้าร่วมงานแสดงสินค้าอาหาร
- สื่อสารเนื้อหาทางการตลาดผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
- โปรแกรมสมาชิก After You
- การรีแบรนด์ร้านกาแฟ Mikka

วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และสำรวจช่องทางใหม่ ๆ

- วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับซื้อกลับบ้านและรับประทานในร้าน
- สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ผ่านการร่วมมือเชิงกลยุทธ์
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับช่องทางโมเดิร์นเทรด
- นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ออกแบบมาสำหรับลูกค้า OEM แต่ละราย

มองหาตลาดใหม่อย่างต่อเนื่อง

- เจาะตลาดต่างประเทศโดยมุ่งเน้นที่ฮ่องกง กลุ่มประเทศ CLMV และตลาดตะวันออกกลาง

พัฒนาการด้านความยั่งยืน:

E Environment

- ติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ เพื่อลดการพึ่งพาพลังงานหรือเชื้อเพลิงที่ใช้แล้วหมดไป ภายในโรงงานและสำนักงานใหญ่
- ตรวจสอบคุณภาพน้ำเสีย และติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียโดยวิธีทางชีวภาพ
- เน้นการจัดการของเหลือจากการผลิตให้เกิดประโยชน์สูงสุด และใช้บริการผู้รับกำจัดขยะที่ใช้วิธีการกำจัดขยะแบบไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
- วางแผนการปฏิบัติงานที่ดี เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

S Social

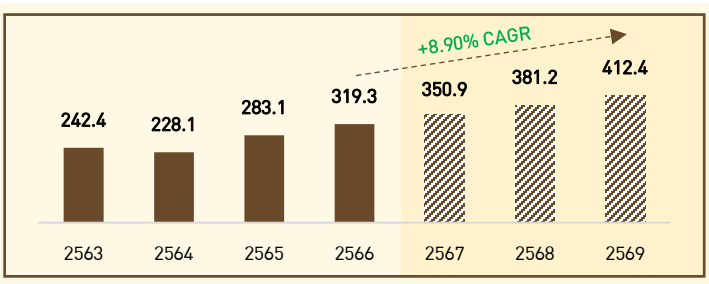
- ประกอบธุรกิจด้วยความดูแลเอาใจใส่ต่อผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ
- ช่วยเหลือและพัฒนาสังคมโดยมุ่งเน้นการบริจาค และการสนับสนุนการศึกษา
- เข้าร่วมโครงการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี กับวิทยาลัยต่างๆ
- ให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ กับชุมชนโดยรอบในพื้นที่ดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

G Governance

- การรับรองมาตรฐานระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหารISO 22000:2018
- ใบรับรองระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร
- ใบรับรองหลักเกณฑ์การปฏิบัติที่ดีในการผลิต
- มาตรฐานฮาลาล

สถานการณ์อุตสาหกรรมธุรกิจเครือข่ายบริการร้านอาหาร:

มูลค่าและแนวโน้มธุรกิจเครือข่ายบริการร้านอาหารในประเทศไทย (พันล้านบาท)



คาดการณ์ตลาดธุรกิจเครือข่ายบริการร้านอาหารไทยปี 2566-2569

ภาคการบริการร้านอาหารในประเทศไทยเริ่มมีการฟื้นตัวหลังจากการเปิดประเทศอย่างเต็มรูปแบบ ตลาดธุรกิจบริการร้านอาหารมีแนวโน้มฟื้นตัวต่อเนื่อง โดยในปี 2566 มูลค่าตลาดอยู่ที่ 319.3 พันล้านบาท และคาดการณ์ว่าระหว่างปี 2566 ถึง ปี 2569 จะเติบโตเฉลี่ยรายปีอยู่ที่ ร้อยละ 8.90 ส่งผลให้ในปี 2569 ตลาดธุรกิจบริการร้านอาหารมีมูลค่าอยู่ที่ 412.4 พันล้านบาท

ในไตรมาสที่ 3 ปี 2567 บริษัทฯ มีสัดส่วนของลูกค้าต่างชาติ ร้อยละ 40.5 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 31.0 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2566 โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนหลักจากการเพิ่มขึ้นของกลุ่มลูกค้าชาวมาเลเซีย

หมายเหตุ : ธุรกิจบริการร้านอาหารประกอบไปด้วย ร้านชนมหวาน คาเฟ่ บาร์ ร้านอาหารแบบจำกัดเวลา ร้านอาหารแบบบริการตนเอง

ผลประกอบการ ของบริษัทฯ:

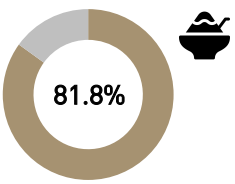
ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ไตรมาสที่ 3 ปี 2567	Q3/66	Q3/67	เปลี่ยนแปลง +/(-)	9M/66	9M/67	เปลี่ยนแปลง +/(-)
หน่วย: ล้านบาท			%YoY			%YoY
รายได้จากการขาย	338	428	27%	900	1,144	27%
ต้นทุนขาย	(115)	(148)	29%	(317)	(388)	22%
กำไรขั้นต้น	**223**	**280**	**26%**	**583**	**756**	**30%**
รายได้อื่น	3	4	33%	10	11	10%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	(100)	(115)	15%	(275)	(319)	16%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(57)	(64)	12%	(151)	(183)	21%
ต้นทุนทางการเงิน	(2)	(1)	(50%)	(3)	(3)	0%
กำไร(ขาดทุน)ก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	**67**	**104**	**55%**	**164**	**262**	**60%**
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(13)	(21)	62%	(33)	(52)	58%
กำไร(ขาดทุน)สุทธิของกลุ่มบริษัทฯ	**54**	**83**	**54%**	**131**	**210**	**60%**

การวิเคราะห์งบกำไรขาดทุนของบริษัทฯ

1. รายได้

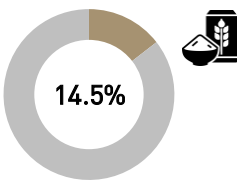
บริษัท อาฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจจำหน่ายขนมหวานและเบเกอรี่ โดยบริษัทฯ แบ่งธุรกิจออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

โครงสร้างรายได้ ในไตรมาส 3 ปี 2567



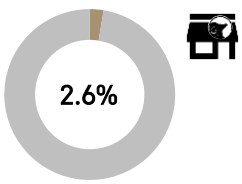
ร้านขนมหวาน และเครื่องดื่ม

- สินค้าปรุงสดขายในสาขา จำนวนทั้งสิ้น 61 สาขา ซึ่งดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อ “อาฟเตอร์ ยู”
- สินค้าซื้อกลับบ้าน (Take-home product) ที่ขายภายใต้สาขาร้านขนมหวานและการสั่งซื้อผ่านบริการส่งอาหาร (Food delivery services) (สัดส่วนสินค้าปรุงสดต่อสินค้าซื้อกลับบ้าน[1]ประมาณร้อยละ 61 ต่อร้อยละ 39)
- การขายเครื่องดื่มและขนมหวานในสาขาร้านกาแฟขนาดเล็ก จำนวนทั้งสิ้น 5 สาขา ซึ่งดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อ “Mikka”
- การขายผลิตภัณฑ์จากผลไม้สดในร้านลูกก๊อ จำนวนทั้งสิ้น 14 สาขา
- ร้านกาแฟ Specialty จำนวนทั้งสิ้น 2 สาขา



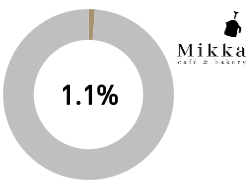
การขายสินค้า และวัตถุดิบ

- การขายวัตถุดิบให้กับร้านแฟรนไชส์ของมิกก้า (Mikka Cafe) ในประเทศไทย และร้านขนมหวาน After You ที่ฮ่องกง
- การรับจ้างผลิตสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ หรือตามความต้องการของลูกค้า
- สินค้าที่ขายผ่านช่องทางออนไลน์และที่ขายผ่านสำนักงานใหญ่



การขายและการจัดงาน นอกสถานที่

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



ค่าธรรมเนียม แฟรนไชส์

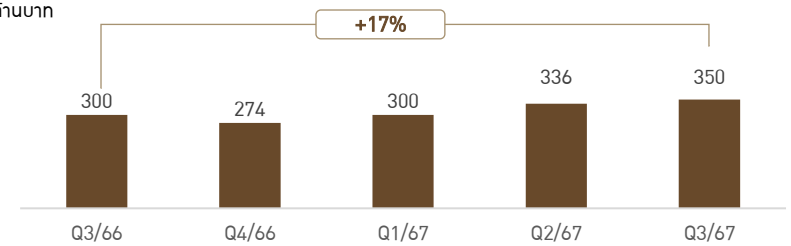
- รายได้จากการรับรู้ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมอื่น ๆ รวมทั้งส่วนแบ่งจากการขายค่าสิทธิ (royalty fee) จากแฟรนไชส์ ของ “After You” ที่ฮ่องกง และแบรนด์“Mikka”

[1] สัดส่วนสินค้าปรุงสดต่อสินค้าซื้อกลับบ้านคำนวณสำหรับไตรมาส 3 ปี 2567

โครงสร้างรายได้	Q3/66	Q3/67	เปลี่ยนแปลง +/(-)	9M/66	9M/67	เปลี่ยนแปลง +/(-)
หน่วย: ล้านบาท			%YoY			%YoY
รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม	300	350	17%	790	986	25%
รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ	22	62	182%	62	106	71%
รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่	11	11	0%	34	37	9%
รายได้จากแฟรนไชส์	5	5	0%	14	15	7%
รายได้จากการขาย	**338**	**428**	**27%**	**900**	**1,144**	**27%**
รายได้อื่น	3	4	33%	10	11	10%
รายได้รวม	**341**	**432**	**27%**	**910**	**1,155**	**27%**

Key Drivers	Q3/66	Q3/67	เปลี่ยนแปลง +/(-)	9M/66	9M/67	เปลี่ยนแปลง +/(-)
จำนวนสาขาร้านอาฟเตอร์ ยู ที่เปิดดำเนินการ ณ วันที่ 30 ก.ย.	**59**	**61**	3%	**59**	**61**	3%
การเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (SSSG)	**23.0%**	**4.5%**	(18.5%)	**21.1%**	**10.5%**	(10.6%)
จำนวนสาขาร้านอื่น ๆ ที่เปิดดำเนินการ ณ วันที่ 30 ก.ย.	**14**	**21**	50%	**14**	**21**	50%

หน่วย: ล้านบาท



รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม (ล้านบาท)

+23.0%	+5.0%	+15.2%	+14.9%	+4.5%	**การเติบโตของยอดขายของสาขาเดิม (%)**

YoY ไตรมาส 3 ปี 2567 vs ไตรมาส 3 ปี 2566

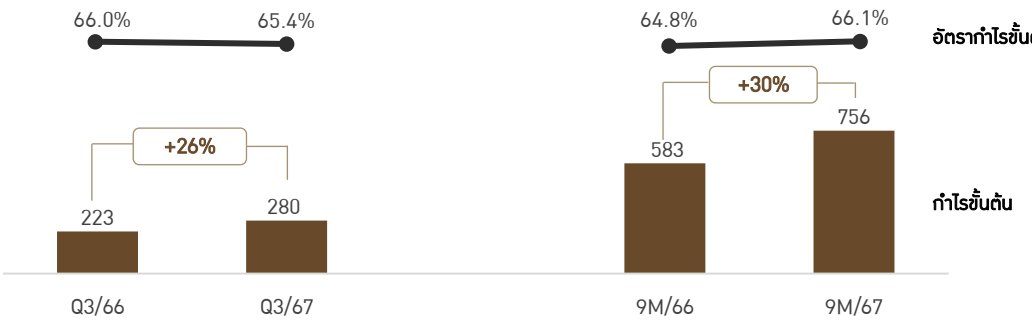
- **รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2567 มีมูลค่า 350 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 50 ล้านบาท หรือร้อยละ 17 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2566 จากการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม(SSSG) ยอดขายต่อบิลที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ประกอบกับจำนวนสาขาร้านอาฟเตอร์ ยู ที่เพิ่มขึ้น 2 สาขา โดยในไตรมาส 3 ปี 2566 มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 59 สาขา ในขณะที่ไตรมาส 3 ปี 2567 มีจำนวน 61 สาขา
- **รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2567 มีมูลค่า 62 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 40 ล้านบาท หรือร้อยละ 182 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2566 โดยมีสาเหตุมาจากการเติบโตของยอดขายผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) โดยเฉพาะช่องทางร้านสะดวกซื้อ 7-11 ซึ่งเริ่มวางขายสินค้าในเดือนกรกฎาคม ปี 2567
- **รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2567 มีมูลค่า 11 ล้านบาท ไม่เปลี่ยนแปลงจากไตรมาสที่ 3 ปี 2566
- **รายได้จากค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2567 มีมูลค่า 5 ล้านบาท ไม่เปลี่ยนแปลงจากไตรมาสที่ 3 ปี 2566

9M งวด 9 เดือนแรกปี 2567 vs งวด 9 เดือนแรกปี 2566

- **รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม** ในงวด 9 เดือนแรกปี 2567 มีมูลค่า 986 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 196 ล้านบาท หรือร้อยละ 25 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2566 เนื่องจากการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม(SSSG) ยอดขายต่อบิลที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน และจำนวนสาขาร้านอาฟเตอร์ ยู ที่เพิ่มขึ้น 2 สาขา โดยในงวด 9 เดือนแรก ปี 2566 มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 59 สาขา ในขณะที่งวด 9 เดือนแรก ปี 2567 มีจำนวน 61 สาขา
- **รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ** ในงวด 9 เดือนแรกปี 2567 มีมูลค่า 106 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 44 ล้านบาท หรือร้อยละ 71 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2566 โดยมีสาเหตุมาจากรายได้จากลูกค้าเดิมเพิ่มขึ้นและการเติบโตของยอดขายผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) โดยเฉพาะช่องทางร้านสะดวกซื้อ 7-11 ซึ่งเริ่มวางขายสินค้าในเดือนกรกฎาคม ปี 2567
- **รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่** ในงวด 9 เดือนแรกปี 2567 มีมูลค่า 37 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3 ล้านบาท หรือร้อยละ 9 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2566 เนื่องจากการเติบโตของยอดขายต่อบูธที่เพิ่มขึ้น
- **รายได้จากค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์** ในงวด 9 เดือนแรกปี 2567 มีมูลค่า 15 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1 ล้านบาท หรือร้อยละ 7 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2566 เนื่องจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากส่วนแบ่งค่าธรรมเนียมในส่วนของร้านขนมหวาน After You สาขาฮ่องกง

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น:

หน่วย: ล้านบาท



กำไรขั้นต้น = รายได้จากการขาย – ต้นทุนขาย

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

YoY ไตรมาส 3 ปี 2567 vs ไตรมาส 3 ปี 2566

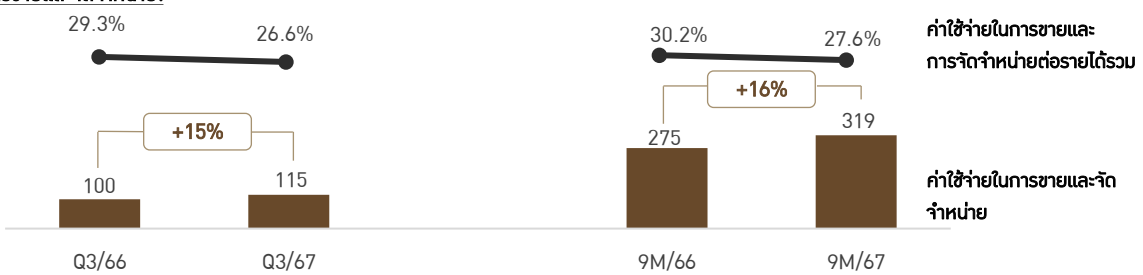
- **กำไรขั้นต้น** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2567 มีมูลค่า 280 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 57 ล้านบาท หรือร้อยละ 26 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2566 สอดคล้องกับรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น
- **อัตรากำไรขั้นต้น** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2567 เท่ากับร้อยละ 65.4 ลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 66.0 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2566 เนื่องจากในไตรมาสนี้บริษัทฯ มีสัดส่วนรายได้จากการขายสินค้าผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรด(Modern Trade) เพิ่มขึ้น ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำกว่ารายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม

9M งวด 9 เดือนแรกปี 2567 vs งวด 9 เดือนแรกปี 2566

- ในงวด 9 เดือนแรกปี 2567 บริษัทฯ มี**กำไรขั้นต้น** เท่ากับ 756 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 173 ล้านบาท หรือร้อยละ 30 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2566 สอดคล้องกับรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น
- **อัตรากำไรขั้นต้น** ในงวด 9 เดือนแรกปี 2567 เท่ากับร้อยละ 66.1 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 64.8 ในงวด 9 เดือนแรกปี 2566 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเติบโตของรายได้ รวมถึงต้นทุนต่อหน่วยที่ลดลงเนื่องจากปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นเป็นผลให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of scale) ประกอบกับความสามารถในการบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพของบริษัทฯ

3. ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย:

หน่วย: ล้านบาท



ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายพนักงานประจำสาขา ค่าเช่าสถานที่ของร้านขนมหวาน ค่าเช่าอุปกรณ์ ค่าสาธารณูปโภค และค่าใช้จ่ายในการขายอื่น ๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการตลาดและการส่งเสริมการขาย และค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ในสาขา

YoY ไตรมาส 3 ปี 2567 vs ไตรมาส 3 ปี 2566

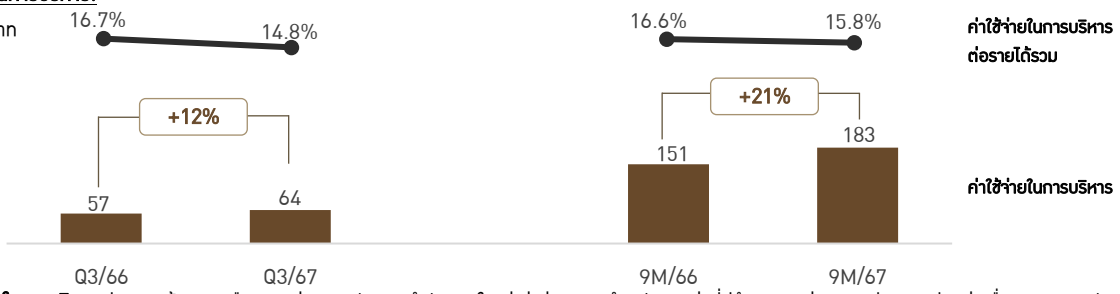
- **ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2567 มีมูลค่า 115 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 15 ล้านบาท หรือร้อยละ 15 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2566 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายพนักงาน ค่าเช่าพื้นที่สาขา และค่าขนส่ง
- **ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายต่อรายได้รวม** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2567 เท่ากับร้อยละ 26.6 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 29.3 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2566 เนื่องจากสัดส่วนของรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นมากกว่าสัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการขาย และความสามารถในการบริหารค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพของบริษัทฯ

9M งวด 9 เดือนแรกปี 2567 vs งวด 9 เดือนแรกปี 2566

- ในงวด 9 เดือนแรกปี 2567 บริษัทฯ มี**ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย** เท่ากับ 319 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 44 ล้านบาท หรือร้อยละ 16 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2566 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายพนักงานและค่าเช่าพื้นที่สาขา
- **ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายต่อรายได้รวม** ในงวด 9 เดือนแรกปี 2567 เท่ากับร้อยละ 27.6 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 30.2 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2566 เนื่องจากสัดส่วนของรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นมากกว่าสัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการขาย และความสามารถในการบริหารค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพของบริษัทฯ

4. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร:

หน่วย: ล้านบาท



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

YoY ไตรมาส 3 ปี 2567 vs ไตรมาส 3 ปี 2566

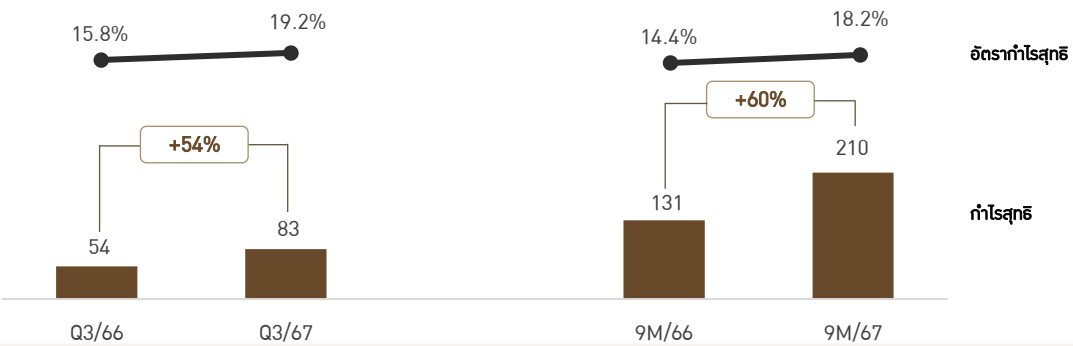
- **ค่าใช้จ่ายในการบริหาร** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2567 มีมูลค่า 64 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7 ล้านบาท หรือร้อยละ 12 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2566 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายพนักงาน
- **ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2567 เท่ากับร้อยละ 14.8 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 16.7 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2566 เนื่องจากสัดส่วนของรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้นมากกว่าสัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการบริหาร ประกอบกับความสามารถในการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

9M งวด 9 เดือนแรกปี 2567 vs งวด 9 เดือนแรกปี 2566

- ในงวด 9 เดือนแรกปี 2567 บริษัทฯ มี**ค่าใช้จ่ายในการบริหาร** เท่ากับ 183 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 32 ล้านบาท หรือร้อยละ 21 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2566 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายพนักงานและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอื่นๆ ตามการขยายตัวของธุรกิจ
- **ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม** ในงวด 9 เดือนแรกปี 2567 เท่ากับร้อยละ 15.8 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 16.6 ในงวด 9 เดือนแรกปี 2566 เนื่องจากสัดส่วนของรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้นมากกว่าสัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการบริหาร ประกอบกับความสามารถในการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายได้ อย่างมีประสิทธิภาพ

5. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ:

หน่วย: ล้านบาท



YoY ไตรมาส 3 ปี 2567 vs ไตรมาส 3 ปี 2566

- บริษัทฯ มีผล**กำไรสุทธิ** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2567 มูลค่า 83 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 29 ล้านบาท หรือร้อยละ 54 จากไตรมาสที่ 3 ปี 2566 สอดคล้องกับรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น
- **อัตรากำไรสุทธิ** ในไตรมาสที่ 3 ปี 2567 เท่ากับร้อยละ 19.2 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 15.8 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2566 เนื่องจากรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับความสามารถของบริษัทฯ ในการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

9M งวด 9 เดือนแรกปี 2567 vs งวด 9 เดือนแรกปี 2566

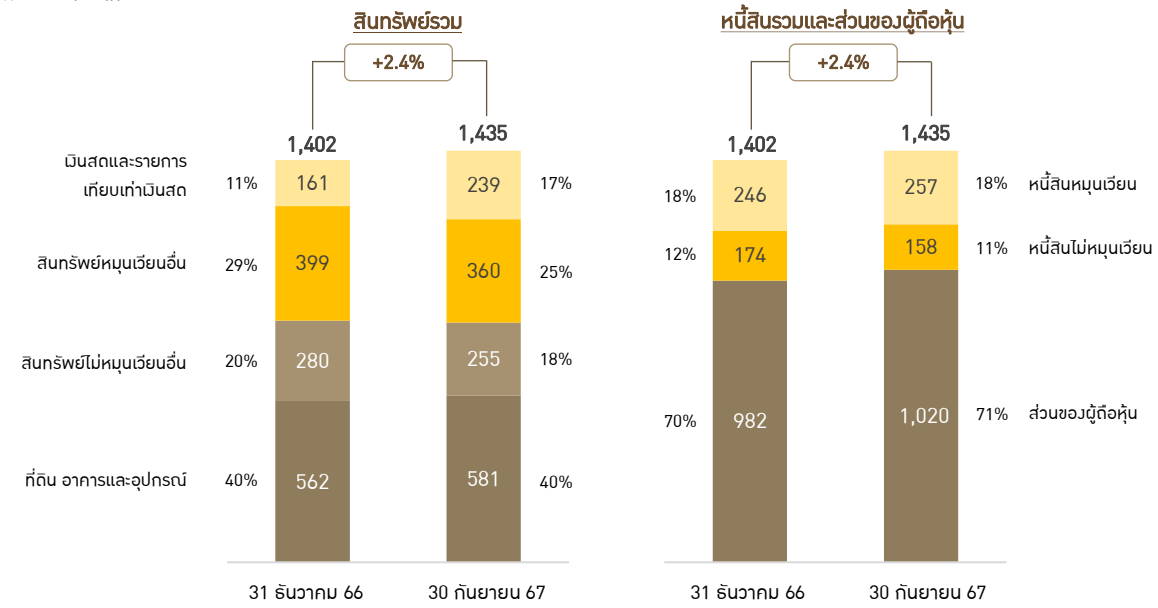
- ในงวด 9 เดือนแรกปี 2567 บริษัทฯ มีผล**กำไรสุทธิ** เท่ากับ 210 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 79 ล้านบาท หรือร้อยละ 60 จากในงวด 9 เดือนแรกปี 2566 สอดคล้องกับรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น
- **อัตรากำไรสุทธิ** ในงวด 9 เดือนแรกปี 2567 เท่ากับร้อยละ 18.2 เพิ่มขึ้นจากอัตรากำไรสุทธิที่ร้อยละ 14.4 ในงวด 9 เดือนแรกปี 2566 เนื่องจากรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น รวมถึงต้นทุนต่อหน่วยที่ลดลงเนื่องจากปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นเป็นผลให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of scale) ประกอบกับความสามารถของบริษัทฯ ในการบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. ต้นทุนทางการเงิน:

ต้นทุนทางการเงิน เกิดจากการรับรู้ดอกเบี้ยหนี้สินตามสัญญาเช่า จากการบันทึกบัญชีตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 บริษัทฯ ไม่มีเงินกู้ยืมที่มีดอกเบี้ย

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของบริษัทฯ

หน่วย: ล้านบาท



A สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 กันยายน 2567 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมมูลค่า 1,435 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 33 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.4 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 โดยรายละเอียดของการเพิ่มขึ้น มีดังนี้

- **เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด:** เพิ่มขึ้น 78 ล้านบาท จากรายได้จากการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น และเงินสดรับจากการขายเงินลงทุนที่ครบกำหนด หักด้วยการจ่ายเงินปันผลประจำปี
- **สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น:** ลดลง 39 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการขายเงินลงทุนที่ครบกำหนด 82 ล้านบาท หักด้วยลูกหนี้การค้าและสินค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้น 35 ล้านบาท และ 7 ล้านบาท ตามลำดับ
- **สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น:** ลดลง 25 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการตัดจำหน่ายค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์สิทธิการใช้

L หนี้สิน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2567 บริษัทฯ มีหนี้สินรวมมูลค่า 415 ล้านบาท ลดลง 5 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.2 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 โดยรายละเอียดของการลดลง มีดังนี้

- **หนี้สินหมุนเวียน:** เพิ่มขึ้น 11 ล้านบาท จากเจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น 14 ล้านบาท เจ้าหนี้อื่น ๆ และค่าใช้จ่ายค้างจ่าย 18 ล้านบาท หักด้วยหนี้สินตามสัญญาเช่า และภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่ลดลง 17 ล้านบาท และ 5 ล้านบาท ตามลำดับ
- **หนี้สินไม่หมุนเวียน:** ลดลง 16 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของหนี้สินตามสัญญาเช่า

E ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 กันยายน 2567 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมมูลค่า 1,020 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 38 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.9 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 มีสาเหตุหลักจากกำไรที่เพิ่มขึ้นจำนวน 210 ล้านบาท ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2567 หักด้วยการจ่ายเงินปันผลประจำปี 2566 มูลค่ารวม 171 ล้านบาท ในเดือนพฤษภาคม ปี 2567