



aFter You
Dessert Café



Nikka
COFFEE ROASTERS

ลูกก๊อ
FRIEND

SGR

SOMEDAY IN COPENHAGEN

Sam
Roasters

คำอธิบายและการวิเคราะห์ ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

ประจำไตรมาส 1 ปี 2569



บทสรุปผู้บริหาร:

สรุปผลการดำเนินงาน
ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569

	Q1/68	Q4/68	Q1/69	เปลี่ยนแปลง + / (-)	
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ
รายได้จากการขาย	421	414	419	0%	1%
กำไรขั้นต้น	268	239	256	(4%)	7%
EBITDA	130	93	117	(10%)	26%
กำไรสุทธิของกลุ่มบริษัท	65	34	54	(17%)	59%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	63.7%	57.7%	61.1%	(2.6%)	3.4%
EBITDA margin ¹ (%)	30.6%	22.3%	27.7%	(2.9%)	5.4%
อัตรากำไรสุทธิ ¹ (%)	15.3%	8.2%	12.8%	(2.5%)	4.6%
จำนวนสาขาร้านกาแฟที่เปิดดำเนินการ ณ วันที่ 31 มี.ค. และ 31 ธ.ค.	61	59	59	(3.3%)	0.0%

¹EBITDA Margin และอัตรากำไรสุทธิคำนวณมาจากรายได้รวม
หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดทศนิยม

สรุปผลประกอบการสำคัญในไตรมาสที่ 1 ปี 2569



รายได้:

- บริษัท อาฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน) ("บริษัท") มีรายได้จากการขายเท่ากับ 419 ล้านบาท ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569ใกล้เคียงกับไตรมาสที่ 1 ปี 2568 และไตรมาสที่ 4 ปี 2568



กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น:

- กำไรขั้นต้นของบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 มีมูลค่า 256 ล้านบาท ลดลง 12 ล้านบาท หรือร้อยละ 4 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของรายได้ และเพิ่มขึ้น 17 ล้านบาท หรือร้อยละ 7 จากไตรมาสที่ 4 ปี 2568 โดยมีสาเหตุมาจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม
- อัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 61.1 ลดลงจากร้อยละ 63.7 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการขึ้นต้นทุนสินค้าบางตัวมีราคาสูงกว่าต้นทุนเฉลี่ยเดิมโดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มมัทฉะ และปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 57.7 ในไตรมาสที่ 4 ปี 2568 เนื่องจากในเดือนตุลาคม ปี 2568 บริษัทฯ ได้เริ่มจำหน่ายสินค้าใหม่ในกลุ่มเครื่องดื่มพร้อมดื่ม หรือ Ready-to-Drink ซึ่งมีต้นทุนสูงกว่าสินค้าเดิมของบริษัทฯ เนื่องจากเป็นการจ้างผลิต (OEM)



กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ:

- กำไรสุทธิของบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เท่ากับ 54 ล้านบาท ลดลง 11 ล้านบาท หรือร้อยละ 17 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการขึ้นต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น และเพิ่มขึ้น 20 ล้านบาท หรือร้อยละ 59 จากไตรมาสที่ 4 ปี 2568 สอดคล้องกับรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้นในขณะที่ดินทุนขายและค่าใช้จ่ายลดลง
- อัตรากำไรสุทธิในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 12.8 ลดลงจากร้อยละ 15.3 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายในขณะที่รายได้ลดลง และเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 8.2 ในไตรมาสที่ 4 ปี 2568 เนื่องจากรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้นในขณะที่ต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายลดลง



เหตุการณ์สำคัญ ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569:



การออกผลิตภัณฑ์ใหม่

ในช่วงไตรมาส 1 ปี 2569 บริษัทฯ เปิดตัวเมนูใหม่ และเมนูตามฤดูกาลเพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยมีทั้งเมนูรับประทานในร้านและซื้อกลับบ้าน เช่น นามะ คัสตาร์ด ชีสเค้ก, ขนมปังทุกที่ บัตเตอร์ ช็อกโกแลต, ขนมปังชุบข้าวโพด, น้ำแข็งไสโยเกิร์ต รสลิ้นจี่ ราสเบอร์รี่ (อัสปาวอจ คาทิกอรี) สำหรับเทศกาลวาเลนไทน์, มะยงชิดคาทิกอรี, นามะ มะยงชิด ชีสเค้ก, พาย บานอฟฟี (มะลิ x ออฟเตอร์ยู), โม่จิ ทุกที่ เฝือกหิมะ, และโม่จิทุกที่ กุ้ง คัสตาร์ดเนื้อมะเขือ (ออฟเตอร์ยู x @thanaerngnin) สำหรับเทศกาลตรุษจีน ซึ่งสะท้อนกลยุทธ์การพัฒนาเมนูใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างสีสันให้กับแบรนด์และกระตุ้นการใช้บริการในทุกช่องทาง



ออฟเตอร์ยู ร่วมกับแมตติ๊ก Little Monster เปิดตัวเมนู Matcha แมตติ๊ก x ออฟเตอร์ยู Ep.2

จากกระแสตอบรับเป็นอย่างดีจากลูกค้าสำหรับสินค้าในกลุ่มมัคคะ ในเดือนมีนาคม ปี 2569 บริษัทฯ ร่วมกับแมตติ๊ก Little Monster เปิดตัวเมนู Matcha แมตติ๊ก x ออฟเตอร์ยู Ep.2 โดยเปิดตัวเมนูใหม่ที่สานความหอมของมัคคะเข้ากับรสชาติแบบไทย ได้แก่ มัคคะลอดช่อง ซอฟท์ครีม แฟรปเป้ มัคคะ พิสตาชิโอมะพร้าวปั่น และน้ำแมตติ๊ก มะพร้าวโมจิ ใบเตย กลับมาขายอีกครั้ง



ออฟเตอร์ยู x มิสเตอร์โดนัท เปิดตัวโดนัท 6 รสชาติใหม่ วางขายที่ร้านมิสเตอร์โดนัททุกสาขา

ในช่วงเดือนมกราคม ปี 2569 บริษัทฯ ร่วมมือกับร้านมิสเตอร์โดนัท เปิดตัวคอลเลกชันพิเศษ มิสเตอร์โดนัท x ออฟเตอร์ยู นำเมนูของหวานชิกเก้นเจอร์ซี้ของออฟเตอร์ยู มาต่อยอดเป็นโดนัท 6 รสชาติ ได้แก่ โดนัทนมโสด, ช็อกโกแลตมอลต์กรีนซี, ซิยูย่าฮันนี่โทสต์ พอนเดอร์ริ, ครีมทรามิสุ, ครีมเลมอนพาย และพิสตาชิโอมัคคะ พอนเดอร์ริ วางจำหน่ายที่ร้านมิสเตอร์โดนัททุกสาขา



การจำหน่ายสินค้าผ่านร้านสะดวกซื้อ

ในเดือนกุมภาพันธ์ ปี 2569 บริษัทฯ ออกสินค้าใหม่สำหรับจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ได้แก่ ขนมปังนมโสด สตรอว์เบอร์รี่

ทิศทางในการดำเนินงานธุรกิจ ในปี 2569:



มุ่งเน้นขยายสาขาร้านออฟเตอร์ยู และแบรนด์ลูกต่างๆ

ในปี 2569 บริษัทฯ มีแผนขยายสาขาเพิ่มเติมได้แก่ ร้านขนมหวานออฟเตอร์ยู จำนวน 5 สาขา ร้านผลไม้ลูกท้อ จำนวน 15 สาขา และร้านกาแฟ Specialty จำนวน 3 สาขา โดยมุ่งเน้นการขยายสาขาไปยังพื้นที่ที่มีศักยภาพสูง อาทิ ศูนย์กลางการค้าท่องเที่ยว เมืองเศรษฐกิจสำคัญ เช่น หาดใหญ่ ภูเก็ต เชียงใหม่ และพิกะยา รวมถึงย่านที่พิกาศัยที่มีกำลังซื้อและมีฐานลูกค้าจำนวนมากในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

ในช่วงไตรมาส 1 ปี 2569 บริษัทฯ ได้เปิดร้านออฟเตอร์ยู สาขาใหม่จำนวน 2 สาขา ได้แก่ สาขาหาดใหญ่วิลเลจ จังหวัดสงขลา และสาขานิคมาน ซอย 17 จังหวัดเชียงใหม่



ขยายการเติบโตไปยังต่างประเทศ

ในปี 2569 บริษัทฯ ยังคงมองหาโอกาสเติบโตในต่างประเทศเพิ่มเติมทั้งในรูปแบบการเปิดร้านขนมหวานออฟเตอร์ยู และการจำหน่ายสินค้าผ่านผู้แทนจำหน่ายเพื่อสร้างการเติบโตในระยะยาว ปัจจุบัน บริษัทฯ อยู่ระหว่างการเจรจากับพันธมิตรทางธุรกิจ ในหลายประเทศ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้และรูปแบบการขยายธุรกิจที่เหมาะสมในแต่ละตลาด ซึ่งยังคงเป็นไปตามแผนการดำเนินงานที่บริษัทฯ วางไว้

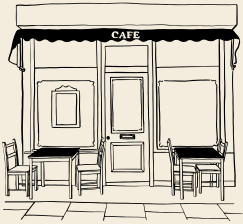
บริษัทฯ อยู่ระหว่างการเจรจาเซ็นสัญญาแฟรนไชส์กับพันธมิตรในเมืองดูไบ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ แต่เนื่องจากสถานการณ์ความขัดแย้งในภูมิภาคตะวันออกกลาง บริษัทฯ และพาร์ตเนอร์ในดูไบ ได้พักการเจรจาชั่วคราว เพื่อรอดูสถานการณ์

เนื่องจากสถานการณ์ชายแดนไทยกัมพูชาที่ยังไม่คลี่คลาย สาขากัมพูชาได้ปิดชั่วคราวตั้งแต่วันที่ 15 มกราคม 2569 ทั้งนี้ รายได้จากสาขาดังกล่าวไม่ส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

ภาพรวมการดำเนินงานธุรกิจ

กลยุทธ์และแผนการดำเนินงาน ปี 2569 :

1



1. การขยายช่องทางการขายใหม่ และเพิ่มศักยภาพสาขาเดิม

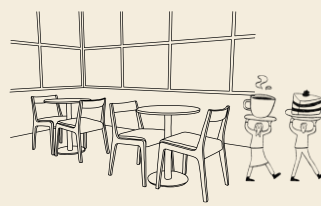
- เพิ่มจำนวนสาขาแบบดรอพโพล์ ในทำเลยุทธศาสตร์
- ขยายสาขาแบบดรอพโพล์และแบบดักแพ ให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย
- เปิดตัวแบรนด์ใหม่สำหรับกลุ่มอาหารและของหวานประเภทอื่น
- ขยายช่องทางการขายผ่านออนไลน์และแพลตฟอร์มดิจิทัล
- พัฒนาโครงการ Pop-up Store

2



2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ่านนวัตกรรมที่โดดเด่น

- เพิ่มการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในทุกช่องทางการขาย
- เพิ่มเครือข่ายการให้บริการสินค้า OEM
- เพิ่มโอกาสการทำการค้า Collaboration
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับช่องทางโมเดิร์นเทรด



3. การยกระดับประสบการณ์ผู้บริโภค

- ยกระดับประสบการณ์ในร้านผ่านการปรับปรุงพื้นที่และรูปแบบสาขา
- นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการหน้าร้าน
- ขยายและพัฒนาช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ในหลากหลายรูปแบบ

4



4. การขยายธุรกิจเชิงกลยุทธ์ในระดับภูมิภาค

- ขยายตลาดไปยังต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นภูมิภาคเอเชีย ตะวันออกกลาง และประเทศศักยภาพสูงอื่น
- เพิ่มความครอบคลุมของเครือข่ายจัดจำหน่ายในประเทศฟิลิปปินส์
- แสวงหาโอกาสการเติบโตผ่านการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายสินค้าเข้าสู่รูปแบบในประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาค

พัฒนาการด้านความยั่งยืน :

E

Environment

- ติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ เพื่อลดการพึ่งพาพลังงานหรือเชื้อเพลิงที่ใช้แล้วหมดไป
- ตรวจสอบคุณภาพน้ำเสีย และติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียโดยวิธีทางชีวภาพ
- เป็นการจัดการของเสียจากการผลิตให้เกิดประโยชน์สูงสุด และใช้บริการผู้รับกำจัดขยะที่ใช้วิธีการกำจัดขยะแบบไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
- เข้าร่วมโครงการสะสม carbon credit และมีการวางแผนการปฏิบัติงานที่ดี เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

S

Social

- ประกอบธุรกิจด้วยความดูแลเอาใจใส่ต่อผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และธรรมาบรรณ
- ช่วยเหลือและพัฒนาสังคมโดยมุ่งเน้นการบริจาค และการสนับสนุนการศึกษา ตลอดจนสนับสนุนการสร้างงานให้แก่คนพิการ
- เข้าร่วมโครงการอาสาสมัครบำเพ็ญประโยชน์กับวิทยาลัยต่าง ๆ
- ให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่าง ๆ กับชุมชนโดยรอบในพื้นที่ดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

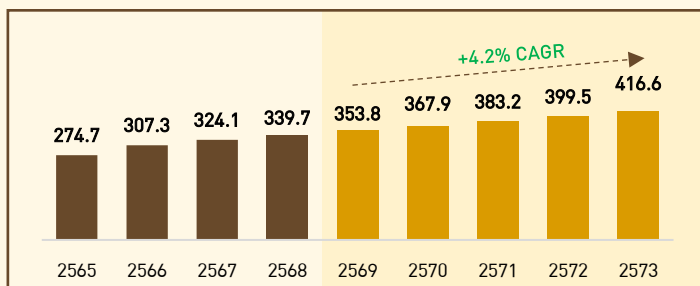
G

Governance

- ใ้รับรองระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร
- ใ้รับรองหลักเกณฑ์การปฏิบัติที่ดีในการผลิต
- มาตรฐานฮาลาล

สถานการณ์อุตสาหกรรมธุรกิจบริการร้านอาหาร :

มูลค่าและแนวโน้มธุรกิจเครือข่ายบริการร้านอาหารในประเทศไทย (พันล้านบาท)



คาดการณ์ตลาดธุรกิจเครือข่ายบริการร้านอาหารไทยปี 2569-2573

ภาคบริการร้านอาหารในประเทศไทยมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากปัจจัยด้านการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยว ความหลากหลายของพฤติกรรมผู้บริโภค และการพัฒนาแพลตฟอร์มบริการจัดส่งอาหารที่มีประสิทธิภาพภายในปี 2569 มูลค่าตลาดธุรกิจเครือข่ายบริการร้านอาหารอยู่ที่ 353.8 พันล้านบาท และคาดการณ์ว่าระหว่างปี 2569 ถึงปี 2573 จะเติบโตเฉลี่ยรายปีอยู่ที่ ร้อยละ 4.2 ส่งผลให้ในปี 2573 ตลาดธุรกิจเครือข่ายบริการร้านอาหารมีมูลค่าอยู่ที่ 416.6 พันล้านบาท ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 บริษัทฯ มีสัดส่วนรายได้รวมลูกค้าต่างชาติ ร้อยละ 24.2 ลดลงจากร้อยละ 31.6 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 และร้อยละ 30.8 ในไตรมาสที่ 4 ปี 2568 (คำนวณจากยอดขาย)

ผลประกอบการ

ขอมบรืษัษกข :

ผลการดำเนินงานของบริษัษกข ไตรมาสที่ 1 ปี 2569

	Q1/68	Q4/68	Q1/69	เปลี่ยนแปลง + / (-)	
				%YoY	%QoQ
หน่วย: ล้านบาท					
รายได้จากการขาย	421	414	419	0%	1%
ต้นทุนขาย	(153)	(175)	(163)	7%	(7%)
กำไรขั้นต้น	268	239	256	(4%)	7%
รายได้อื่น	4	3	4	0%	33%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	(113)	(123)	(121)	7%	(2%)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(74)	(75)	(69)	(7%)	(8%)
ต้นทุนทางการเงิน	(2)	(2)	(2)	0%	0%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	83	42	68	(18%)	62%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(18)	(8)	(14)	(22%)	75%
กำไรสุทธิของกลุ่มบริษัษกข	65	34	54	(17%)	59%

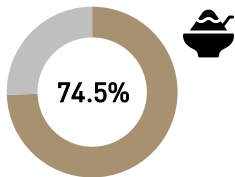
หมายเหตุ: อาจมีการคลาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดทศนิยม

การวิเคราะห์งบกำไรขาดทุนของบริษัษกข

1. รายได้

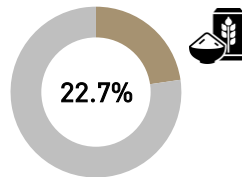
บริษัษก ออฟฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจจำหน่ายขนมหวานและเบเกอรี่ โดยบริษัษกข แบ่งธุรกิจออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

โครงสร้างรายได้ ไตรมาสที่ 1 ปี 2569



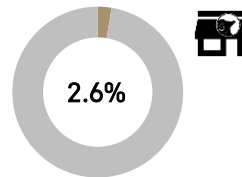
ร้านขนมหวาน และเครื่องดื่ม

- สินค้าปรุงสดขายในสาขา จำนวนทั้งสิ้น 59 สาขา ซึ่งดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อ “ออฟฟเตอร์ ยู”
- สินค้าซื้อกลับบ้าน (Take-home product) ที่ขายภายใต้สาขาร้านขนมหวานและการส่งซื้อผ่านบริการส่งอาหาร (Food delivery services) (สัดส่วนสินค้าปรุงสดต่อสินค้าซื้อกลับบ้านประมาณร้อยละ 55 ต่อร้อยละ 45 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569)
- การขายเครื่องดื่มและขนมหวานในสาขาร้านกาแฟขนาดเล็ก จำนวนทั้งสิ้น 4 สาขา ซึ่งดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อ “มิก้า คอฟฟี่ โรสเตอร์”
- การขายผลิตภัณฑ์จากผลไม้สดในร้านลูกท้อ จำนวนทั้งสิ้น 18 สาขา
- ร้านกาแฟ Specialty จำนวนทั้งสิ้น 4 สาขา



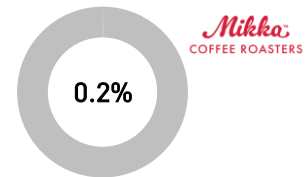
การขายสินค้า และวัตถุดิบ

- การขายวัตถุดิบให้กับร้านแฟรนไชส์ของมิก้า ในประเทศไทย รวมถึงร้านขนมหวาน ออฟฟเตอร์ ยู ในต่างประเทศ
- การรับจ้างผลิตสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัษกข หรือตามความต้องการของลูกค้า
- สินค้าที่ขายผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรด ช่องทางออนไลน์และที่ขายผ่านสำนักงานใหญ่



การขายและการจัดวาง นอกสถานที่

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



ค่าธรรมเนียม แฟรนไชส์

- รายได้จากการรับรู้ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมอื่น ๆ รวมทั้งส่วนแบ่งจากการขายค่าสิทธิ (royalty fee) จากแฟรนไชส์ ของ “ออฟฟเตอร์ ยู” ในต่างประเทศ และแบรนด์ “มิก้า”



โครงสร้างรายได้	Q1/68	Q4/68	Q1/69	เปลี่ยนแปลง +/(−)	
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ
รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม	295	275	312	6%	13%
รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ	109	124	95	(13%)	(23%)
รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่	13	13	11	(15%)	(15%)
รายได้จากแฟรนไชส์	4	2	1	(75%)	(50%)
รายได้จากการขาย	421	414	419	0%	1%
รายได้อื่น	4	3	4	0%	33%
รายได้รวม	425	417	423	0%	1%

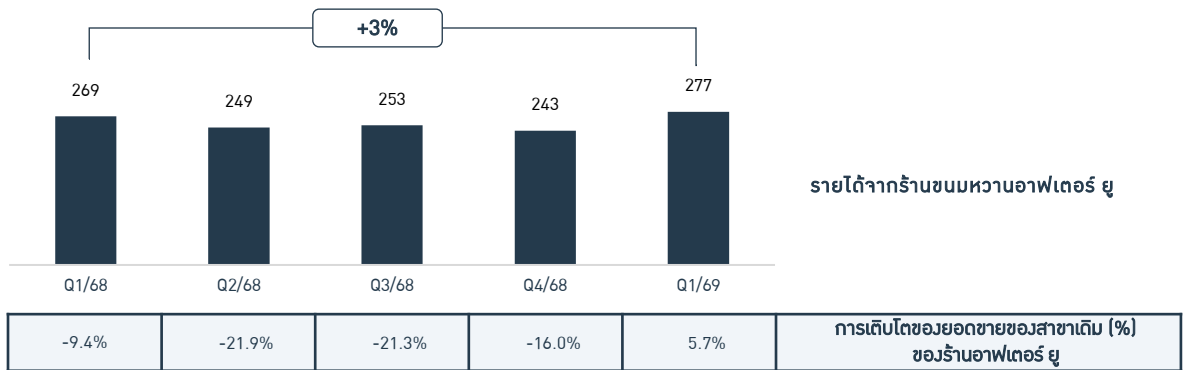
Key Drivers	Q1/68	Q4/68	Q1/69	เปลี่ยนแปลง +/(−)	
				%YoY	%QoQ
จำนวนสาขาร้านกาแฟเตอร์ ยู ที่เปิดดำเนินการ ณ วันที่ 31 มี.ค. และ 31 ธ.ค.	61	59	59	(3.3%)	0%
การเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (SSSG) ร้านกาแฟเตอร์ยู	(9.4%)	(16.0%)	5.7%	15.1%	21.7%
จำนวนสาขาร้านอื่น ๆ ^{1/} ที่เปิดดำเนินการ ณ วันที่ 31 มี.ค. และ 31 ธ.ค.	23	26	26	13.0%	0%

หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปิดฤดูกาลนิยม

หมายเหตุ: 1/ ร้านอื่น ๆ ได้แก่ แบรินตัมิก้า, ร้านลูกก๊อ และร้านกาแฟ Specialty

1. รายได้จากการขาย:

หน่วย: ล้านบาท



YoY

ไตรมาส 1 ปี 2569 vs ไตรมาส 1 ปี 2568

- รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 มีมูลค่า 312 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 17 ล้านบาท หรือร้อยละ 6 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2568 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของยอดขายสาขาเดิม (SSSG) ของร้านกาแฟเตอร์ ยู (ประมาณร้อยละ 5.7)
- รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 มีมูลค่า 95 ล้านบาท ลดลง 14 ล้านบาท หรือร้อยละ 13 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักจากภาวะเศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ชะลอตัว ส่งผลให้ยอดขายผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) ปรับตัวลดลง และการปิดสาขากาแฟเตอร์ยูในต่างประเทศ ทำให้ยอดขายสินค้าและวัตถุดิบลดลง
- รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่ ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 มีมูลค่า 11 ล้านบาท ลดลง 2 ล้านบาท หรือร้อยละ 15 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2568 เนื่องจากการลดลงของจำนวนบูธ และยอดขายต่อบูธ
- รายได้จากค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 มีมูลค่า 1 ล้านบาท ลดลง 3 ล้านบาท หรือร้อยละ 75 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการยุติสัญญาแฟรนไชส์สำหรับร้านกาแฟเตอร์ยูในฮ่องกงและยุติสัญญาชั่วคราวสำหรับร้านกาแฟเตอร์ยูในพม่าและญี่ปุ่น

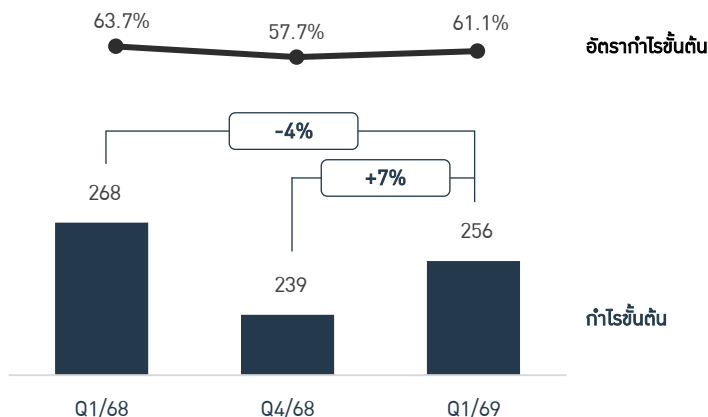
QoQ

ไตรมาส 1 ปี 2569 vs ไตรมาส 4 ปี 2568

- รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 มีมูลค่า 312 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 37 ล้านบาท หรือร้อยละ 13 จากไตรมาสที่ 4 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของยอดขายสาขาเดิม (SSSG) ของร้านกาแฟเตอร์ยู (ประมาณร้อยละ 11.5)
- รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 มีมูลค่า 95 ล้านบาท ลดลง 29 ล้านบาท หรือร้อยละ 23 จากไตรมาสที่ 4 ปี 2568 เนื่องจากในไตรมาสที่ 4 ปี 2568 บริษัทฯ มีการจำหน่ายสินค้าเครื่องดื่มพร้อมดื่ม (Ready-to-Drink) เป็นครั้งแรก จึงมีปริมาณการสั่งซื้อและมูลค่ารายได้สูงกว่ารอบการสั่งซื้อปกติ
- รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่ ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 มีมูลค่า 11 ล้านบาท ลดลง 2 ล้านบาท หรือร้อยละ 15 จากไตรมาสที่ 4 ปี 2568 เนื่องจากในไตรมาสที่ 4 ปี 2568 บริษัทฯ มีรายได้จากกิจกรรมจำหน่ายสินค้าที่บูธ มิดวันเตอร์ เขาใหญ่ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวและสิ้นสุดการให้บริการในวันที่ 31 มกราคม 2569
- รายได้จากการค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 มีมูลค่า 1 ล้านบาท ลดลง 1 ล้านบาท หรือร้อยละ 50 จากไตรมาสที่ 4 ปี 2568 เนื่องจากรายได้ที่ลดลงจากยุติสัญญาชั่วคราวสำหรับร้านกาแฟเตอร์ยูในพณมเปญ ประมาณ 0.5 ล้านบาท ขณะที่ส่วนต่างที่เหลือเป็นผลจากการปิดเลขตัวเลข

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น:

หน่วย: ล้านบาท



กำไรขั้นต้น = รายได้จากการขาย - ต้นทุนขาย

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

YoY

ไตรมาส 1 ปี 2569 vs ไตรมาส 1 ปี 2568

- กำไรขั้นต้น ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 มีมูลค่า 256 ล้านบาท ลดลง 12 ล้านบาท หรือร้อยละ 4 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2568 โดยมีสาเหตุมาจากการลดลงของรายได้
- อัตรากำไรขั้นต้น ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เท่ากับร้อยละ 61.1 ลดลงจากร้อยละ 63.7 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 เนื่องจากต้นทุนสินค้าใหม่บางตัวมีราคาสูงกว่าต้นทุนเฉลี่ยเดิม โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มมัทฉะ

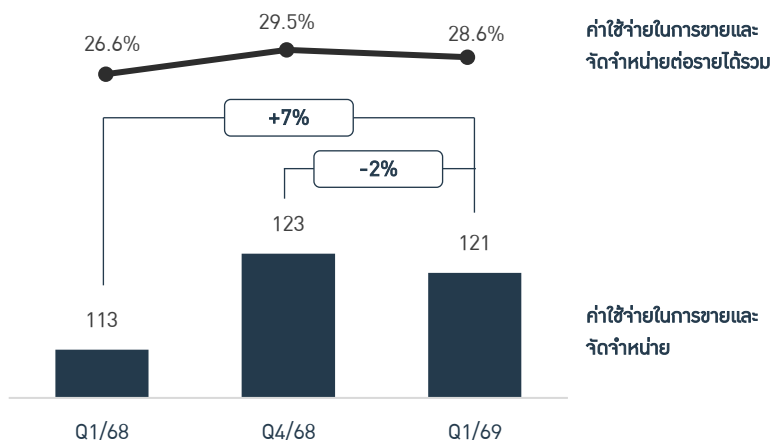
QoQ

ไตรมาส 1 ปี 2569 vs ไตรมาส 4 ปี 2568

- กำไรขั้นต้น ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 มีมูลค่า 256 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 17 ล้านบาท หรือร้อยละ 7 จากไตรมาสที่ 4 ปี 2568 โดยมีสาเหตุมาจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม
- อัตรากำไรขั้นต้น ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เท่ากับร้อยละ 61.1 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 57.7 ในไตรมาสที่ 4 ปี 2568 เนื่องจากในเดือนตุลาคม ปี 2568 บริษัทฯ ได้เริ่มจำหน่ายสินค้าใหม่ในกลุ่มเครื่องดื่มพร้อมดื่ม หรือ Ready-to-Drink ซึ่งมีต้นทุนสูงกว่าสินค้าเดิมของบริษัทฯ เนื่องจากการจ้างผลิต (OEM)

3. ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย:

หน่วย: ล้านบาท



ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายพนักงานประจำสาขา ค่าเช่าสถานที่ที่ซื้อร้านขนมหวาน ค่าเช่าอุปกรณ์ ค่าสาธารณูปโภค และค่าใช้จ่ายในการขายอื่น ๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการตลาดและการส่งเสริมการขาย และค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ในสาขา

YoY

ไตรมาส 1 ปี 2569 vs ไตรมาส 1 ปี 2568

- **ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย** ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 มีมูลค่า 121 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8 ล้านบาท หรือร้อยละ 7 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายการตลาด ค่าโฆษณา และค่าใช้จ่ายที่จ่ายให้แก่แพลตฟอร์มเดลิเวอรี่ ซึ่งเพิ่มขึ้นตามการเติบโตของยอดขายผ่านช่องทางเดลิเวอรี่
- **ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายต่อรายได้รวม** ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เท่ากับร้อยละ 28.6 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 26.6 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 เนื่องจากรายได้จากการขายลดลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น

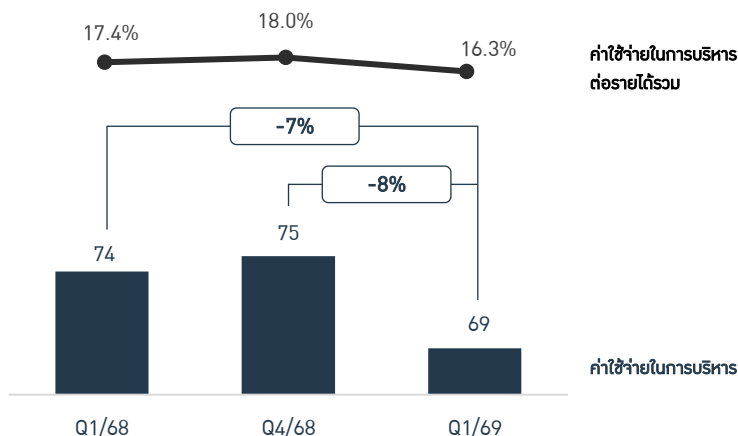
QoQ

ไตรมาส 1 ปี 2569 vs ไตรมาส 4 ปี 2568

- **ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย** ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 มีมูลค่า 121 ล้านบาท ลดลง 2 ล้านบาท หรือร้อยละ 2 จากไตรมาสที่ 4 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของค่าใช้จ่ายพนักงาน
- **ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายต่อรายได้รวม** ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เท่ากับร้อยละ 28.6 ลดลงจากร้อยละ 29.5 ในไตรมาสที่ 4 ปี 2568 เนื่องจากรายได้จากการขายเพิ่มขึ้น ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายลดลง

4. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร:

หน่วย: ล้านบาท



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

YoY

ไตรมาส 1 ปี 2569 vs ไตรมาส 1 ปี 2568

- **ค่าใช้จ่ายในการบริหาร** ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 มีมูลค่า 69 ล้านบาท ลดลง 5 ล้านบาท หรือร้อยละ 7 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการตั้งสำรองทวงบัญชีที่เกี่ยวข้องกับการปิดสาขาในฮ่องกง
- **ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม** ไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เท่ากับร้อยละ 16.3 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 17.4 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 เนื่องจากรายได้จากการขายลดลงในสัดส่วนที่น้อยกว่าการลดลงของค่าใช้จ่ายในการบริหาร

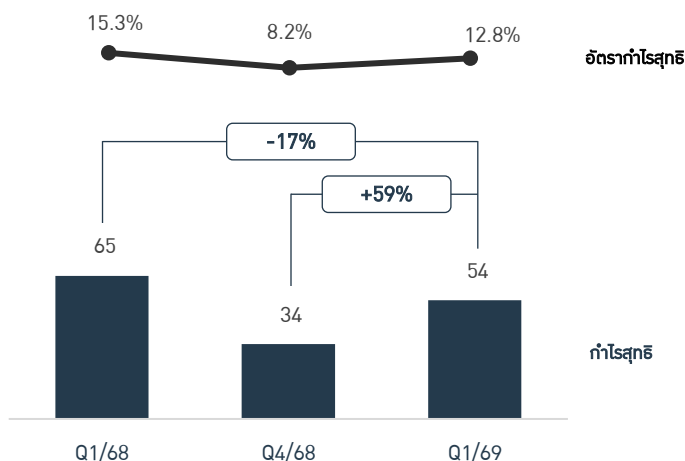
QoQ

ไตรมาส 1 ปี 2569 vs ไตรมาส 4 ปี 2568

- **ค่าใช้จ่ายในการบริหาร** ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 มีมูลค่า 69 ล้านบาท ลดลง 6 ล้านบาท หรือร้อยละ 8 จากไตรมาสที่ 4 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของค่าใช้จ่ายพนักงาน การตั้งสำรองค่าใช้จ่ายทวงบัญชี และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด
- **ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม** ไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เท่ากับร้อยละ 16.3 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 18.0 ในไตรมาสที่ 4 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเติบโตของรายได้ ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการบริหารลดลง

5. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ:

หน่วย: ล้านบาท



YoY

ไตรมาส 1 ปี 2569 vs ไตรมาส 1 ปี 2568

- **กำไรสุทธิ** ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 มีมูลค่า 54 ล้านบาท ลดลง 11 ล้านบาท หรือร้อยละ 17 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น
- **อัตรากำไรสุทธิ** ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เท่ากับร้อยละ 12.8 ลดลงจากร้อยละ 15.3 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนขายและค่าใช้จ่าย ในขณะที่รายได้ลดลง

QoQ

ไตรมาส 1 ปี 2569 vs ไตรมาส 4 ปี 2568

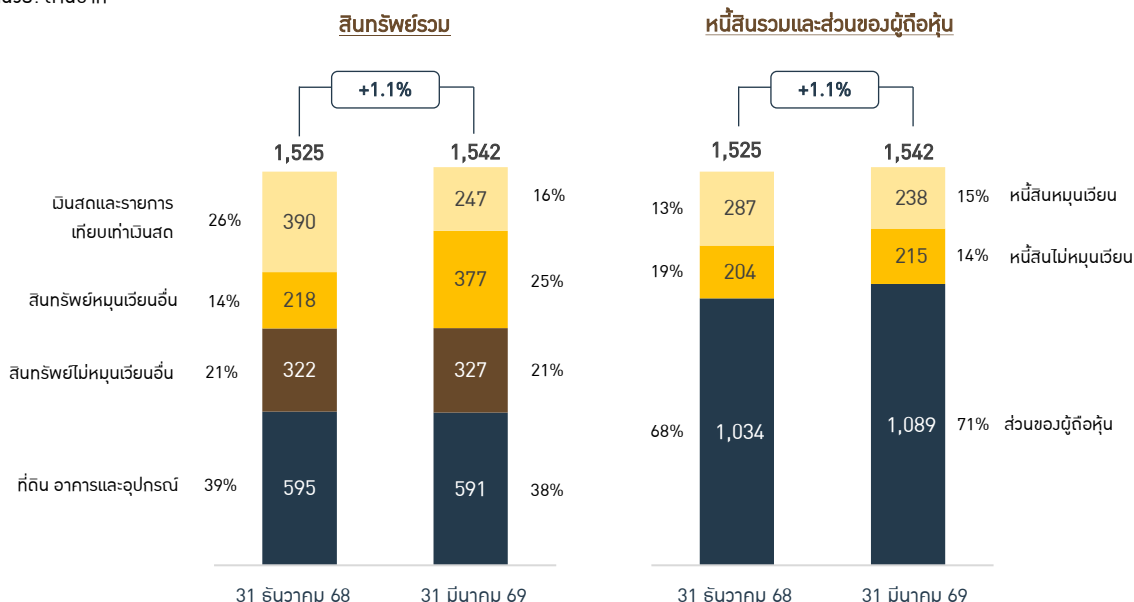
- **กำไรสุทธิ** ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 มีมูลค่า 54 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 20 ล้านบาท หรือร้อยละ 59 จากไตรมาสที่ 4 ปี 2568 สอดคล้องกับรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่ต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายลดลง
- **อัตรากำไรสุทธิ** ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เท่ากับร้อยละ 12.8 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 8.2 ในไตรมาสที่ 4 ปี 2568 เนื่องจากรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่ต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายลดลง

6. ต้นทุนทางการเงิน:

ต้นทุนทางการเงิน เกิดจากการรับรู้ดอกเบี้ยหนี้สินตามสัญญาเช่า จากการบันทึกบัญชีตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 บริษัทฯ ไม่มีเงินกู้ยืมที่มีดอกเบี้ย

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของบริษัทฯ

หน่วย: ล้านบาท



หมายเหตุ: อาจมีการกลั่นกรองตัวเลขเนื่องจากการปัดทศนิยม

A

สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมมูลค่า 1,542 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 17 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.1 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยรายละเอียดของการเพิ่มขึ้น มีดังนี้

- **เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด:** ลดลง 143 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการนำเงินสดไปลงทุนในเงินลงทุนระยะสั้นจำนวน 150 ล้านบาท
- **สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น:** เพิ่มขึ้น 159 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของเงินลงทุนระยะสั้นจำนวน 150 ล้านบาท
- **สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น:** เพิ่มขึ้น 5 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์สิทธิการใช้

L

หนี้สิน

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีหนี้สินรวมมูลค่า 453 ล้านบาท ลดลง 38 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.7 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยรายละเอียดของการลดลง มีดังนี้

- **หนี้สินหมุนเวียน:** ลดลง 49 ล้านบาท มีสาเหตุมาจากการชำระค่าใช้จ่ายค้างจ่าย
- **หนี้สินไม่หมุนเวียน:** เพิ่มขึ้น 11 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของหนี้สินตามสัญญาเช่า

E

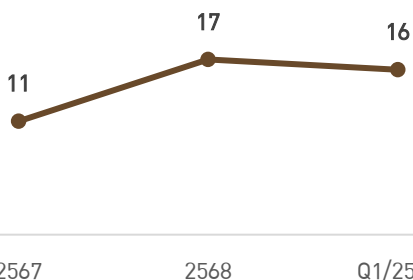
ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมมูลค่า 1,089 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 55 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.3 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 มีสาเหตุหลักจากการกำไรที่เพิ่มขึ้นในไตรมาสที่ 1 ปี 2569

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

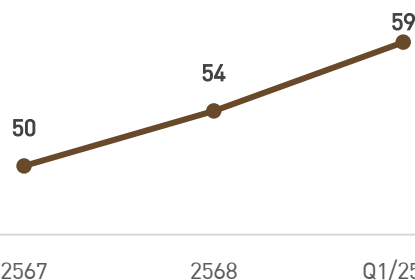
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย

หน่วย: วัน



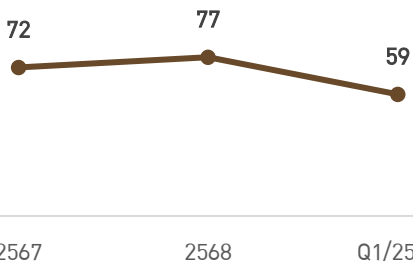
ระยะเวลาการถือสินค้าคงคลัง

หน่วย: วัน



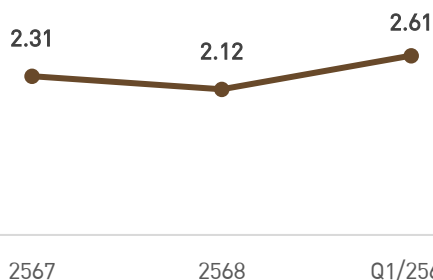
ระยะเวลาชำระหนี้เจ้าหนี้การค้า

หน่วย: วัน



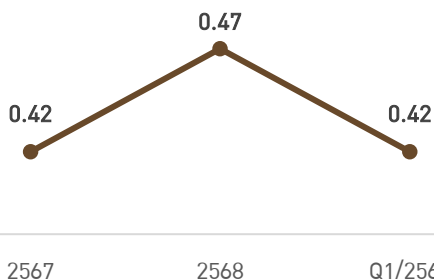
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio)

หน่วย: เท่า



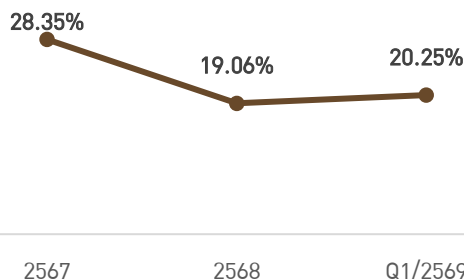
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E)

หน่วย: เท่า



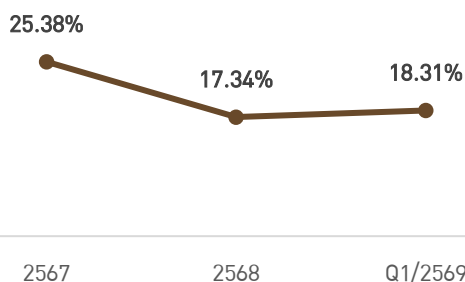
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)

หน่วย: %



อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)

หน่วย: %



กำไรต่อหุ้น (EPS)

หน่วย: บาทต่อหุ้น

