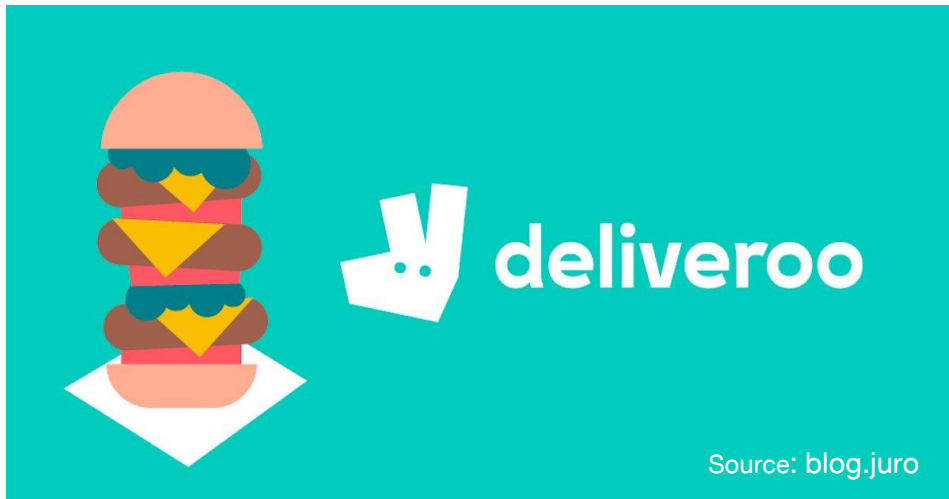




Source: blog.juro

Last Price : GBP251.4

Cons. Target Price: GBP325.22

Cons. Rating: **BUY**

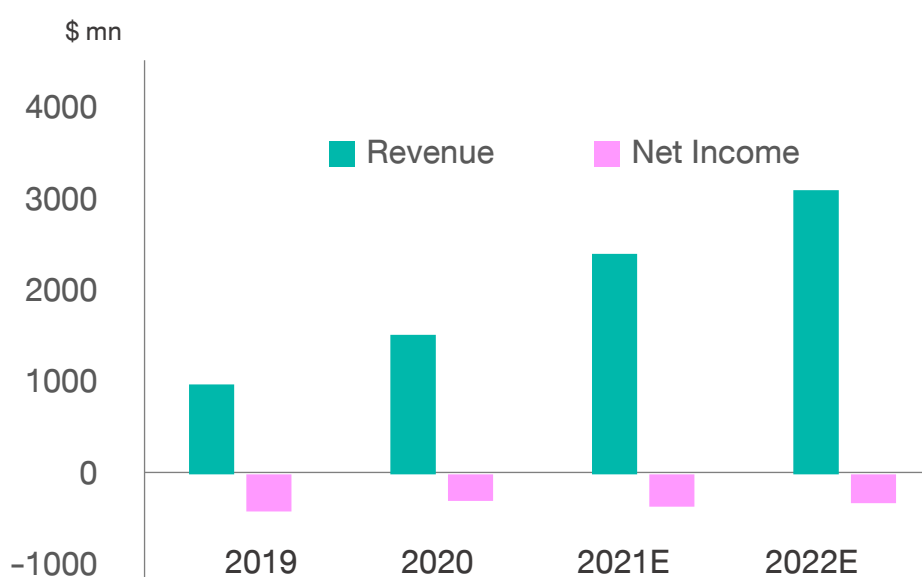
Upside: +29.4%

Stock Exchange: London

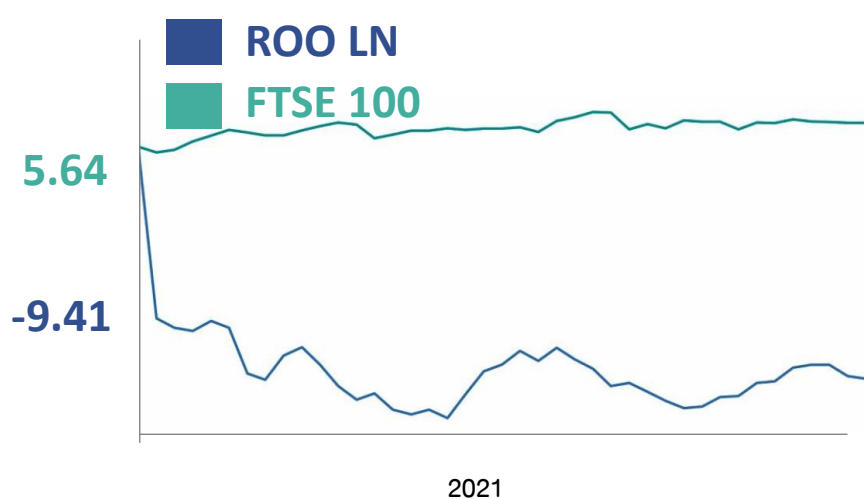
Key Information

Market Cap:	GBP4,423 mn
PE 22E:	-
EPS Growth 22E:	34.43%
ROE 22E:	52.31%
Dividend Yield 22E:	-

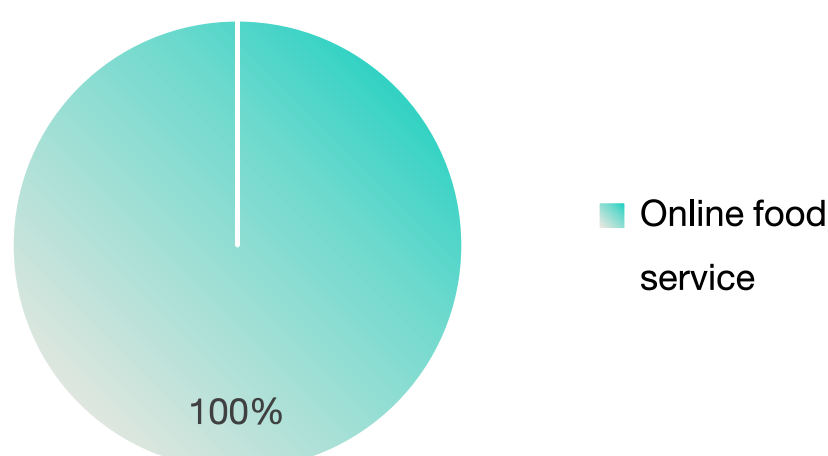
Financials



Performance YTD VS. S&P500



Revenue Breakdown



Deliveroo (ROO LN)

3 เหตุผล.. ทำไม Deliveroo ถึงน่าสนใจ

- 1) จับกลุ่มตลาดไม่เหมือนใคร กลุ่มลูกค้าน้อยแต่มีกำลังซื้อสูง
- 2) เน้นรุกตลาดเอเชีย เจาะฐานผู้มีกำลังซื้อสูง
- 3) อัตราการเข้าถึงธุรกิจการส่งอาหารในประเทศที่บริการยังต่ำอยู่ สะท้อนถึงการเติบโต

Company Profile

บริษัท Startup ผู้ให้บริการ Online Food delivery จากประเทศอังกฤษ เปิดบริการครั้งแรกในปี 2013 กรุงลอนดอน ให้บริการจัดส่งอาหารระดับ Gourmet จากร้านอาหารระดับพรีเมียม มีส่วนแบ่งการตลาดใน London อยู่ที่ 70% โดยวัดจากยอดการสั่งอาหาร

ปัจจุบันเปิดให้บริการ 12 ตลาดทั่วโลกทั้งใน UK & Ireland, Europe, Asia และ Middle East โดยมีร้านอาหารที่เข้าร่วมในปัจจุบันกว่า 117,000 ร้านอาหาร และกำลังขยายไปยังฐานสินค้า On-demand Grocery อื่นๆ ศูนย์อาหารที่จัดส่งแต่อาหารร้านดัง รวมถึงเปิดบริการในรูปแบบของการสมัครสมาชิก

กลยุทธ์โดดเด่นไม่เหมือนใคร ไม่เน้นตลาด Mass

กลยุทธ์การจับตลาด Niche market สร้างความโดดเด่นให้ Deliveroo ไม่เหมือนกับแอปส่งอาหารเจ้าอื่น เนื่องจาก Deliveroo เข้ามาแก้ปัญหของร้านอาหารระดับพรีเมียมที่มักจะมีสาขาเดียว และบางร้านอาจจะไม่มีบริการจัดส่งหรือให้ลูกค้าซื้อกลับบ้าน เนื่องจากกลัวว่าอาหารจะเสียรสชาติจากการเดินทาง ซึ่งส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของร้าน โดย Deliveroo การันตีว่าจะสามารถส่งได้ทันเวลา ภายใน 30 นาที ทำให้ดึงดูดทั้งลูกค้าและร้านอาหารที่อยากจะมาเป็นคู่ค้า

รุกเอเชีย สวรรค์ของนักกิน

49% ของรายได้มาจากการให้บริการในต่างประเทศ โดย Deliveroo เริ่มรุกตลาดเอเชียมากขึ้น อย่างฮ่องกงและสิงคโปร์ที่เป็นสวรรค์ของนักกิน มี Deliveroo Food Market ซึ่งเป็นศูนย์รวมของร้านอาหารชื่อดังบริการอาหารนานาชาติ ครบ จบในที่เดียว ด้านจำนวนฐานผู้ใช้งานที่ใช้บริการเพิ่มขึ้นทุกปี ณ 1Q21 ยอดผู้ใช้งาน Active Users อยู่ที่ 7 ล้านคน เพื่อขึ้นประมาณ 1 ล้านคนจากไตรมาสก่อน

รายได้เติบโตอย่างก้าวกระโดด

รายได้ส่วนใหญ่มาจากค่าธรรมเนียมที่เก็บจากร้านอาหารและลูกค้า โดยคิดเป็นส่วนแบ่งจากราคาอาหารที่ลูกค้าสั่ง ซึ่งด้วยการวางสถานะของ Deliveroo ที่จับกลุ่มร้านอาหารระดับพรีเมียม ทำให้ค่าธรรมเนียมที่ได้สูงตามไปด้วย ด้านรายได้เติบโตอย่างก้าวกระโดดทุกปี โดยปี 2020 มีรายได้ 1,528.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้นถึง 54.3%YoY อย่างไรก็ดี ปัจจุบันบริษัทยังไม่สร้างกำไร แต่ด้าน Goldman Sachs คาดการณ์ว่าบริษัทจะเริ่มรับรู้กำไรในปี 2024

นอกจากนี้ยังมีรายได้จาก Deliveroo Plus ซึ่งเป็นการสมัครสมาชิกรายเดือนโดยผู้ที่สมัครจะได้สิทธิประโยชน์ส่งฟรีทุกรายการและส่วนลดจากร้านคู่ค้าซึ่ง Deliveroo Plus จะช่วยให้เกิด Customer Loyalty และเพิ่มอัตราการซื้อซ้ำอีกด้วย

Source: Company, Goldman Sachs, Statista, Company data, Bloomberg as of 2/6/21

2 JUN 2021



เปรียบเทียบคู่แข่งสำคัญโซนยุโรปอย่าง Just Eats และ Uber Eats

Just Eat (JET LN) เป็นธุรกิจ Online Food delivery สัญชาติเดนมาร์ก ปัจจุบันมีส่วนแบ่งการตลาดในอังกฤษที่ 28% ซึ่งน้อยกว่า Deliveroo ที่มีส่วนแบ่งการตลาดที่ 50.3% โดยเมื่อต้นปี 2021 Just Eat ได้ออกมาประกาศที่จะลงทุนใน UK มากขึ้น พร้อมทั้งขยายร้านอาหารและผู้ส่งอาหารให้มากขึ้น และปรับราคาให้ถูกกว่าคู่แข่งเพื่อหวังว่าจะได้ก้าวขึ้นมาเป็น Market Share อันดับ 1 ใน UK

Uber (UBER US) ให้บริการส่งอาหารผ่านแบรนด์ Uber Eats เช่นกัน โดยปัจจุบันรายได้ของ Uber Eats คิดเป็นเพียง 10% ของรายได้รวม และการบริการนั้นเน้นจับกลุ่ม Mass market มากกว่า

หากเปรียบเทียบแล้วถึงแม้ Deliveroo จะมีมูลค่าตลาดน้อยกว่า Just Eat และ Uber แต่ด้วยจุดเด่นกลยุทธ์การจับตลาด Niche Market ทำให้บริษัทสามารถเติบโตได้อย่างก้าวกระโดด และแก้ปัญหาระดับพรีเมียมได้ดี

ความเสี่ยงที่ต้องจับตา

- ปัจจุบันยังไม่สร้างกำไร
- คู่แข่งจำนวนมากและส่วนใหญ่เรียกเก็บค่าคอมมิชชั่นต่ำกว่า



Disclaimer

ข้อมูลในเอกสารฉบับนี้ รวบรวมมาจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ อย่างไรก็ดี บริษัทหลักทรัพย์ เอเชีย พลัส จำกัด ไม่สามารถที่จะยืนยันหรือรับรองความถูกต้องของข้อมูลเหล่านี้ได้ ไม่ว่าประการใดๆ บทวิเคราะห์ในเอกสารนี้ จัดทำขึ้นโดยอ้างอิงหลักเกณฑ์ทางวิชาการเกี่ยวกับหลักการวิเคราะห์ และมีได้เป็นการชี้แนะ หรือเสนอแนะให้ซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ การตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ ของผู้อ่าน ไม่ว่าจะเกิดจากการอ่านบทความในเอกสารนี้หรือไม่ก็ตาม ล้วนเป็นผลจากการใช้วิจารณญาณของผู้อ่าน โดยไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหรือผูกพันใดๆ กับ บริษัทหลักทรัพย์ เอเชีย พลัส จำกัด ไม่ว่ากรณีใด

Source: Company, Goldman Sachs, Statista, Company data, Bloomberg as of 2/6/21