

MUD AND HOUND PUBLIC COMPANY LIMITED
206 SOI PATTANAKARN 20,
SUAN LUANG SUB-DISTRICT, SUAN LUANG DISTRICT,
BANGKOK 10250, THAILAND
TEL +66 2079 9765 FAX +66 2079 9755

ที่ MUD-SET 2/2566

27 กุมภาพันธ์ 2566

เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการประจำไตรมาส 4 ปี 2565 และประจำปี 2565 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท มัด แอนด์ ฮาวด์ จำกัด(มหาชน) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานของปี 2565 ที่เปลี่ยนแปลงจากงวดเดียวกันของปี 2564 เกินร้อยละ 20 ดังนี้

ผลการดำเนินงานของบริษัทและบริษัทย่อยตามงบการเงินรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทฯ มีกำไร (ขาดทุน) สุทธิ จำนวน 4 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2564 มีกำไร (ขาดทุน) สุทธิ จำนวน (111) ล้านบาท บริษัทฯ มีกำไร (ขาดทุน) สุทธิ เพิ่มขึ้นจากปี 2564 จำนวน 115 ล้านบาท หรือกำไรเพิ่มขึ้นอัตราร้อยละ 103.3 เนื่องจากรายการที่สำคัญดังต่อไปนี้

รายการ	งบการเงินรวม					
	2564		2565		เปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	% ต่อรายได้	ล้านบาท	% ต่อรายได้	ล้านบาท	%เปลี่ยนแปลง
รายได้						
รายได้จากการขายและบริการ	2,170	93.7%	3,062	96.6%	893	41.1%
รายได้อื่น	147	6.3%	106	3.4%	(41)	(27.6%)
รวมรายได้	2,316	100.0%	3,168	100.0%	852	36.8%
ค่าใช้จ่าย						
ต้นทุนขายและบริการ	849	36.6%	1,225	38.7%	376	44.3%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	1,182	51.0%	1,563	49.3%	381	32.2%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	303	13.1%	292	9.2%	(12)	(3.8%)
รวมค่าใช้จ่าย	2,334	100.7%	3,079	97.2%	745	31.9%
กำไร (ขาดทุน) จากการดำเนินงาน	(17)	(0.7%)	89	2.8%	107	618.9%
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	(99)	(4.3%)	(113)	(3.6%)	14	14.3%
กำไร (ขาดทุน) ก่อนภาษีเงินได้	(116)	(5.0%)	(23)	(0.7%)	93	79.8%
ภาษีเงินได้	5	0.2%	27	0.9%	22	473.3%
กำไร (ขาดทุน) สำหรับปี	(111)	(4.8%)	4	0.1%	115	103.3%

MUD AND HOUND PUBLIC COMPANY LIMITED

206 SOI PATTANAKARN 20,
SUAN LUANG SUB-DISTRICT, SUAN LUANG DISTRICT,
BANGKOK 10250, THAILAND
TEL +66 2079 9765 FAX +66 2079 9755

- รายได้จากการขายและบริการ ในปี 2565 มีจำนวน 3,062 ล้านบาท เทียบกับปี 2564 จำนวน 2,170 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 893 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 41.1 โดยสาเหตุหลักเกิดจากการผ่อนคลายมาตรการของภาครัฐบาลเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) รวมทั้งบริษัทฯ มีจำนวนสาขาเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ยอดขายสูงขึ้น
- ต้นทุนขายและบริการ ในปี 2565 มีจำนวน 1,225 ล้านบาท เทียบกับปี 2564 จำนวน 849 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 376 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 44.3 ถ้าเทียบเป็นสัดส่วนร้อยละของรายได้รวม ปี 2565 และ ปี 2564 มีสัดส่วนร้อยละ 38.7 และ 36.6 ของรายได้รวม ตามลำดับ โดยมีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากราคาต้นทุนวัตถุดิบปรับตัวเพิ่มมากขึ้นตามราคาตลาด รวมทั้งต้นทุนพลังงานขึ้นราคาอย่างต่อเนื่อง
- ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย ในปี 2565 มีจำนวน 1,563 ล้านบาท เทียบกับปี 2564 จำนวน 1,182 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 381 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 32.2 ถ้าเทียบเป็นสัดส่วนร้อยละของรายได้รวม ปี 2565 และ ปี 2564 มีสัดส่วนร้อยละ 49.3 และ 51.0 ของรายได้รวม ตามลำดับ หรือ มีสัดส่วนร้อยละของรายได้รวม ลดลงร้อยละ 1.7 สาเหตุหลักมาจากบริษัทฯ ปิดสาขาจำนวน 31 สาขา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสาขาที่มีผลดำเนินการที่ไม่ก่อให้เกิดกำไรแก่บริษัทฯ
- ค่าใช้จ่ายทางการเงิน ในปี 2565 มีจำนวน 113 ล้านบาท เทียบกับปี 2564 จำนวน 99 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 14 ล้านบาท โดยสาเหตุมาจากการเพิ่มขึ้นของเงินกู้ยืมระยะสั้นและระยะยาว จำนวน 175 ล้านบาท ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายทางการเงินสูงขึ้น รวมทั้งในปี 2563 บริษัทฯ มีการปรับนโยบายการบัญชี เรื่อง สิทธิการเช่า ตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 เรื่อง สัญญาเช่า ทำให้บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายทางการเงินที่เกิดจากหนี้สินตามสัญญาเช่าเพิ่มสูงขึ้นด้วย

งบกำไรขาดทุน

รายได้รวม

บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีรายได้รวมในไตรมาส 4 ปี 2564 และปี 2565 เท่ากับ 755 ล้านบาท และ 909 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 20.3 และบริษัทฯ และบริษัทย่อย มีรายได้รวม ในปี 2564 และปี 2565 เท่ากับ 2,316 ล้านบาท และ 3,168 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 36.8 โดยสาเหตุหลักเกิดจากการผ่อนคลายมาตรการของภาครัฐบาลเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) รวมทั้งบริษัทฯ มีจำนวนสาขาเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ยอดขายสูงขึ้น

ต้นทุนขายและบริการ

บริษัทฯ มีต้นทุนขายและบริการในไตรมาส 4 ปี 2564 และปี 2565 เท่ากับ 278 ล้านบาท และ 339 ล้านบาท ตามลำดับ และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36.9 และ 37.4 ของรายได้รวมตามลำดับ ทั้งนี้บริษัทฯ มีต้นทุนขายและบริการ ในปี 2564 และปี 2565 เท่ากับ 848 ล้านบาท และ 1,224 ล้านบาท ตามลำดับ และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36.6 และ 38.7 ของรายได้รวมตามลำดับ โดยสัดส่วนดังกล่าวเพิ่มขึ้นเนื่องจากราคาต้นทุนวัตถุดิบปรับตัวเพิ่มมากขึ้นตามราคาตลาด รวมทั้งต้นทุนพลังงานขึ้นราคาอย่างต่อเนื่อง

MUD AND HOUND PUBLIC COMPANY LIMITED
 206 SOI PATTANAKARN 20,
 SUAN LUANG SUB-DISTRICT, SUAN LUANG DISTRICT,
 BANGKOK 10250, THAILAND
 TEL +66 2079 9765 FAX +66 2079 9755

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร

ในไตรมาส 4 ปี 2564 และปี 2565 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารจำนวน 439 ล้านบาท และ 530 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อรายได้รวมเท่ากับร้อยละ 58.1 และร้อยละ 58.3 ตามลำดับ ทั้งนี้ในปี 2564 และปี 2565 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารจำนวน 1,485 ล้านบาท และ 1,854 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อรายได้รวมเท่ากับร้อยละ 64.1 และร้อยละ 58.5 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารจำแนกตามประเภท

	งวด 3 เดือน (ต.ค. – ธ.ค.)			งวด 12 เดือน (ม.ค. – ธ.ค.)		
	Q4/2564	Q4/2565	อัตราการเปลี่ยนแปลง	12M/2564	12M/2565	อัตราการเปลี่ยนแปลง
ค่าตัดจำหน่ายสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนที่ได้มาจากการรวมธุรกิจ ⁽¹⁾	10	9	(10.0%)	34	36	5.8%
ค่าใช้จ่ายในการขายอื่น ⁽²⁾	349	436	24.9%	1,148	1,527	33.0%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ⁽³⁾	80	85	6.2%	303	291	(3.9%)
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	439	530	20.7%	1,485	1,854	24.8%

หมายเหตุ

- ค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่ตัวเงิน (Non-cash item) ที่เกิดจากการรวมธุรกิจที่เกิดขึ้น โดยแบ่งเป็น ค่าตัดจำหน่ายแฟรนไชส์ Dunkin' Donut, Au Bon Pain, Greyhound Café เท่ากับ 2 ล้านบาท 2 ล้านบาท และ 5 ล้านบาทในไตรมาส 4 ปี 2565
- บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ค่าเช่าและค่าบริการเพิ่มขึ้น เนื่องจากการขยายสาขาเพิ่มขึ้น
- ค่าใช้จ่ายในการบริหารประกอบด้วย ค่าตอบแทนผู้บริหารและพนักงานในสำนักงาน ค่าใช้จ่ายในการบริหาร และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องอื่นๆ โดยค่าใช้จ่ายดังกล่าวลดลงเนื่องจากนโยบายการควบคุมค่าใช้จ่ายในการบริหารต่างๆ

กำไรก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย ภาษีและค่าเสื่อมราคา (EBITDA)

บริษัทฯ มีกำไรก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย ภาษีและค่าเสื่อมราคา (EBITDA) ในไตรมาส 4 ปี 2564 และปี 2565 เท่ากับ 153 ล้านบาท และ 148 ล้านบาท ตามลำดับ และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.2 และร้อยละ 16.3 ของรายได้รวม ตามลำดับ

ในปี 2564 และปี 2565 บริษัทฯ มี EBITDA เท่ากับ 424 ล้านบาท และ 502 ล้านบาท ตามลำดับ และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 18.3 และร้อยละ 15.9 ของรายได้รวม ตามลำดับ

	งวด 3 เดือน (ต.ค. – ธ.ค.)		งวด 12 เดือน (ม.ค. – ธ.ค.)	
	Q4/2564	Q4/2565	2564	2565
EBITDA	153	148	424	502
%EBITDA	20.2%	16.3%	18.3%	15.9%

MUD AND HOUND PUBLIC COMPANY LIMITED
 206 SOI PATTANAKARN 20,
 SUAN LUANG SUB-DISTRICT, SUAN LUANG DISTRICT,
 BANGKOK 10250, THAILAND
 TEL +66 2079 9765 FAX +66 2079 9755

ค่าใช้จ่ายทางการเงิน

ในไตรมาส 4 ปี 2564 และปี 2565 บริษัท มีค่าใช้จ่ายทางการเงินเป็นจำนวน 27 ล้านบาท และ 28 ล้านบาท ตามลำดับ โดยในปี 2564 และปี 2565 บริษัท มีค่าใช้จ่ายทางการเงินเป็นจำนวน 99 ล้านบาท และ 113 ล้านบาท ตามลำดับ

กำไร (ขาดทุน) สุทธิ

ในปี 2564 และปี 2565 บริษัท มีกำไร (ขาดทุน) สุทธิ จำนวน 11 ล้านบาท และ 28 ล้านบาท ตามลำดับ หรืออัตรากำไร (ขาดทุน) สุทธิของบริษัท ร้อยละ 1.5 และร้อยละ 3.1 ตามลำดับ

โดยในปี 2564 และปี 2565 บริษัท มีกำไร (ขาดทุน) สุทธิ จำนวน (111) ล้านบาท และ 3.7 ล้านบาท ตามลำดับ หรืออัตรากำไร (ขาดทุน) สุทธิของบริษัท ร้อยละ (4.8) และร้อยละ 0.1 ของรายได้รวม ตามลำดับ

	งวด 3 เดือน (ต.ค. – ธ.ค.)		งวด 12 เดือน (ม.ค. – ธ.ค.)	
	Q4/2564	Q4/2565	2564	2565
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	11	28	(111)	3.7
%กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	1.5%	3.1%	(4.8%)	0.1%

งบแสดงฐานะการเงิน

สินทรัพย์

ณ สิ้นไตรมาส 3 และไตรมาส 4 ปี 2565 บริษัท มีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 5,015 ล้านบาท และ 5,252 ล้านบาท ตามลำดับ ทั้งนี้ สินทรัพย์ส่วนใหญ่ของบริษัท ได้แก่ สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน โดย ณ สิ้นไตรมาส 3 ปี 2565 บริษัท มีสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนประมาณร้อยละ 90.6 ของสินทรัพย์รวม และสินทรัพย์หมุนเวียนร้อยละ 9.4 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ และ ณ สิ้นไตรมาส 4 ปี 2565 บริษัท มีสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนประมาณร้อยละ 89.0 ของสินทรัพย์รวม และสินทรัพย์หมุนเวียนร้อยละ 11.0 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ

สินทรัพย์รวม	30 กันยายน 2565 (Q3/2565)		31 ธันวาคม 2565 (Q4/2565)	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
สินทรัพย์หมุนเวียน	473	9.4	579	11.0
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	4,542	90.6	4,673	89.0
สินทรัพย์รวม	5,015	100.0	5,252	100.0

MUD AND HOUND PUBLIC COMPANY LIMITED
 206 SOI PATTANAKARN 20,
 SUAN LUANG SUB-DISTRICT, SUAN LUANG DISTRICT,
 BANGKOK 10250, THAILAND
 TEL +66 2079 9765 FAX +66 2079 9755

1. สินทรัพย์หมุนเวียน

บริษัทฯ มีสินทรัพย์หมุนเวียนรวม 473 ล้านบาท และ 579 ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาส 3 และไตรมาส 4 ปี 2565 หรือคิดเป็นร้อยละ 9.4 และร้อยละ 11.0 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ โดยบริษัทฯ มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดจำนวน 132 ล้านบาทและ 224 ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาส 3 และไตรมาส 4 ปี 2565 ตามลำดับ นอกจากนี้บริษัทฯ มีลูกหนี้การค้าจำนวน 104 ล้านบาท และ 113 ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาส 3 และไตรมาส 4 ปี 2565 ตามลำดับ และมีสินค้าคงเหลือจำนวน 184 ล้านบาท และ 200 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 3.6 และร้อยละ 3.8 ของสินทรัพย์รวม ณ สิ้นไตรมาส 3 และไตรมาส 4 ปี 2565 ตามลำดับ โดยสินค้าคงเหลือส่วนใหญ่ ประกอบด้วย สินค้าสำเร็จรูป ซึ่งเป็นสินค้าประเภทเสื้อผ้าของธุรกิจไลฟ์สไตล์

2. สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน

ณ สิ้นไตรมาส 3 และไตรมาส 4 ปี 2565 บริษัทฯ มีสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนรวม 4,542 ล้านบาท และ 4,673 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 90.6 และร้อยละ 89.0 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ มีรายการสำคัญ คือ ส่วนปรับปรุงอาคารและอุปกรณ์ ค่าความนิยมและสินทรัพย์ไม่มีตัวตน บริษัทฯ มีส่วนปรับปรุงอาคารและอุปกรณ์รวมเป็นจำนวน 711 ล้านบาท และ 779 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 14.2 และ ร้อยละ 14.8 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ มีค่าความนิยมจากการรวบรวมธุรกิจคงที่ จำนวน 1,940 ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาส 3 และไตรมาส 4 ปี 2565 ซึ่งประกอบไปด้วย ค่าความนิยมธุรกิจร้านโดนัทจำนวน 484 ล้านบาท ค่าความนิยมธุรกิจร้านเบเกอรี่ จำนวนรวม 298 ล้านบาท และค่าความนิยมธุรกิจร้านอาหารจำนวน 1,158 ล้านบาทจากการรวมธุรกิจกลุ่มบริษัท เกรสการ์ด นับตั้งแต่ปี 2557 และ Le Grand Véfour ในไตรมาสที่ 4 ปี 2560 และมีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่นเป็นจำนวน 1,749 ล้านบาท และ 1,807 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 34.9 และร้อยละ 34.4 ของสินทรัพย์รวม ซึ่งรวมสินทรัพย์สิทธิการใช้ จำนวน 1,064 ล้านบาท และ 1,130 ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาส 3 และไตรมาส 4 ปี 2565 ตามลำดับ

หนี้สิน

หนี้สินรวม	30 กันยายน 2565 (Q3/2565)		31 ธันวาคม 2565 (Q4/2565)	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
หนี้สินหมุนเวียน	1,148	39.3	1,662	53.6
หนี้สินไม่หมุนเวียน	1,771	60.7	1,462	46.4
หนี้สินรวม	2,919	100.0	3,124	100.0

1. หนี้สินหมุนเวียน

ณ สิ้นไตรมาส 3 และไตรมาส 4 ปี 2565 บริษัทฯ มีหนี้สินหมุนเวียนรวมจำนวน 1,148 ล้านบาท และ 1,662 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 39.3 และร้อยละ 53.6 ของหนี้สินรวม ซึ่งไตรมาส 3 และไตรมาส 4 ปี 2565 มีส่วนของหุ้นกู้ระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี จำนวน 217 ล้านบาท และ 516 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 7.4 และร้อยละ 16.5 ของหนี้สินรวม ตามลำดับ ณ สิ้นไตรมาส 3 และไตรมาส 4 ปี 2565 รวมทั้งมีส่วนของเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี จำนวน 140 ล้านบาท และ 169 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 4.8 และร้อยละ 5.4 ของหนี้สินรวม ตามลำดับ ณ สิ้นไตรมาส 3 และไตรมาส 4 ปี 2565 บริษัทฯ มีเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินจำนวน 152 ล้านบาทและ 220 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.2 และร้อยละ 7.0 ของหนี้สินรวม ตามลำดับ

MUD AND HOUND PUBLIC COMPANY LIMITED

206 SOI PATTANAKARN 20,
SUAN LUANG SUB-DISTRICT, SUAN LUANG DISTRICT,
BANGKOK 10250, THAILAND
TEL +66 2079 9765 FAX +66 2079 9755

2. หนี้สินไม่หมุนเวียน

ณ สิ้นไตรมาส 3 และไตรมาส 4 ปี 2565 บริษัทฯ มีหนี้สินไม่หมุนเวียนจำนวน 1,771 ล้านบาท และ 1,462 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 60.7 และร้อยละ 46.4 ของหนี้สินรวม ตามลำดับ โดยหนี้สินไม่หมุนเวียนส่วนใหญ่ คือ เงินกู้ระยะยาวจากสถาบันการเงิน ซึ่งบริษัทฯ มีเงินกู้ระยะยาวจากสถาบันการเงินสุทธิจากส่วนที่กำหนดชำระภายในหนึ่งปีเท่ากับ 312 ล้านบาท และ 295 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.7 และร้อยละ 9.4 ของหนี้สินรวม ตามลำดับ และหุ้นกู้ระยะยาวสุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี จำนวน 587 ล้านบาท และ 298 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.1 และร้อยละ 9.5 ของหนี้สินรวม ณ สิ้นไตรมาส 3 และไตรมาส 4 ปี 2565 ตามลำดับ

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ สิ้นไตรมาส 3 และไตรมาส 4 ปี 2565 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน 2,096 ล้านบาท และ 2,128 ล้านบาท ตามลำดับ

แนวโน้มในอนาคต

บริษัทฯ เป็นผู้จำหน่ายในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจไลฟ์สไตล์ ภายใต้แบรนด์ของตัวเอง ได้แก่ เกรฮาวด์ คาเฟ่ อนาคตโฮม คาเฟ่ เกรฮาวด์ ออริจินอล ครัวเอ็ม และ เลอ กรองด์ เวฟ ตลอดจนเป็นผู้ได้รับสิทธิแฟรนไชส์แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยของแบรนด์ชั้นนำระดับโลก ได้แก่ ดังกันโดนัท และ โอ บอง แปง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเป็นผู้ให้สิทธิแฟรนไชส์ร้านอาหาร เกรฮาวด์ คาเฟ่ ในหลายเมือง/ประเทศ เช่น ยองกง สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทฯ มีสาขารวมมากกว่า 476 สาขา ภายใต้การบริหารงานของทีมงานมืออาชีพที่มากด้วยประสบการณ์ เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ บริการที่ประทับใจ และการเติบโตอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างการเติบโตที่ยั่งยืนของบริษัทฯ ได้แก่

- **การสร้างนวัตกรรมของสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง** โดยทีมงานได้พัฒนา ปรับปรุงและคิดค้นสินค้าและบริการ ตลอดจนการนำเสนอในรูปแบบที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เช่น การเพิ่มความคุ้มค่าในการซื้อสินค้าและบริการ การคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ตามเทศกาลและความนิยม เช่น เมฆวันแม่ เป็นต้น
- **การขยายสาขาในทำเลศักยภาพ** การขยายสาขาถือเป็นหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญของบริษัทฯ ในการสร้างการเติบโตที่ยั่งยืน ด้วยเหตุดังกล่าว บริษัทฯ มีแผนการขยายสาขาแบรนด์ของตัวเองและแบรนด์ที่ได้รับสิทธิแฟรนไชส์ในทำเลศักยภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการเติบโตที่ยั่งยืนและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยบริษัทฯ มีทีมงานที่เข้าใจสภาวะตลาดและการแข่งขัน ตลอดจนการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับเจ้าของพื้นที่ในปัจจุบันและสร้างการเข้าถึงเจ้าของพื้นที่ใหม่ตลอดเวลา
- **การเติบโตในต่างประเทศ** บริษัทฯ มีความตั้งใจและเล็งเห็นโอกาสในการนำร้านอาหารไทยที่มีเอกลักษณ์และบรรยากาศเฉพาะตัวไปสู่ตลาดต่างประเทศ โดยบริษัทฯ ได้เร่งขยายแบรนด์เกรฮาวด์ คาเฟ่ ไม่เพียงแคในภูมิภาคเอเชีย ที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก โดยในไตรมาสที่ 4 ปี 2560 บริษัทฯ ได้เปิดร้าน Greyhound Cafe สาขาแรกในทวีปยุโรป ที่กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ เพื่อสร้างการรับรู้ของแบรนด์และเปิดสาขาต่อไป ในภูมิภาคยุโรปต่อไป นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เปิดร้านอาหาร ในกรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส แล้วจำนวน 4 ร้าน

MUD AND HOUND PUBLIC COMPANY LIMITED

206 SOI PATTANAKARN 20,
SUAN LUANG SUB-DISTRICT, SUAN LUANG DISTRICT,
BANGKOK 10250, THAILAND
TEL +66 2079 9765 FAX +66 2079 9755

- **การสร้างรายได้เปรียบในด้านต้นทุนและค่าใช้จ่าย** บริษัทฯ ไม่เพียงแต่มุ่งเน้นการสร้างการเติบโตของรายได้ที่ยั่งยืน แต่ยังคงให้ความสำคัญในการสร้างรายได้เปรียบด้านต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆ โดยที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบหน่วยงานกลางที่คอยสนับสนุนการทำงานของแต่ละแบรนด์ เช่น บัญชีและการเงิน การสารสนเทศ การจัดซื้อ และทรัพยากรบุคคล เป็นต้น โดยการดำเนินงานของระบบหน่วยงานกลางนอกจากจะช่วยให้แต่ละแบรนด์สามารถให้ความสำคัญกับลูกค้าได้อย่างเต็มที่ ยังเพิ่มประสิทธิภาพในด้านต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆ เช่น การรวบรวมการสั่งซื้อวัตถุดิบของทุกแบรนด์ เป็นต้น
- **การเติบโตอย่างก้าวกระโดด** บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในการเติบโตที่ต่อเนื่องทั้งจากการดำเนินงานปกติ (Organic growth) และการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เพื่อสร้างการเติบโตอย่างก้าวกระโดด (Inorganic growth)

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

-สมศักดิ์ แต่งประกอบ-

(นายสมศักดิ์ แต่งประกอบ)

รองประธานบริหารฝ่ายบัญชีและการเงิน