

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 9/2566

11 สิงหาคม 2566

เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการประจำไตรมาส 2 ปี 2566 สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

งบกำไรขาดทุน

รายได้รวม

บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีรายได้รวมในไตรมาส 2 ปี 2565 และปี 2566 เท่ากับ 1,463 ล้านบาท และ 1,778 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 21.5 โดยสาเหตุหลักเกิดจากการผ่อนคลายมาตรการของภาครัฐบาลเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) รวมทั้งบริษัทฯ มีจำนวนสาขาเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ยอดขายสูงขึ้น

ต้นทุนขายและบริการ

บริษัทฯ มีต้นทุนขายและบริการในไตรมาส 2 ปี 2565 และปี 2566 เท่ากับ 584 ล้านบาท และ 687 ล้านบาท ตามลำดับ และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39.9 และ 38.7 ของรายได้รวมตามลำดับ โดยมีสัดส่วนที่ลดลง เนื่องจากการควบคุมสินค้าคงเหลือ (Inventory Management) รวมทั้งมีการเจรจาต่อรองส่วนลดการค้ากับซัพพลายเออร์วัตถุดิบหลักรายใหญ่หลายราย

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร

ในไตรมาส 2 ปี 2565 และปี 2566 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารจำนวน 869 ล้านบาท และ 1,021 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อรายได้รวมเท่ากับร้อยละ 59.4 และร้อยละ 57.4 ตามลำดับ โดยมีสัดส่วนลดลงร้อยละ 2.0 เนื่องจากบริษัทฯ ปิดสาขา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสาขาที่มีผลดำเนินงานที่ไม่ก่อให้เกิดกำไรแก่บริษัทฯ

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารจำแนกตามประเภท

	งวด 3 เดือน (เม.ย. – มิ.ย.)			งวด 6 เดือน (ม.ค. – มิ.ย.)		
	Q2/2565	Q2/2566	อัตราการเปลี่ยนแปลง	6M/2565	6M/2566	อัตราการเปลี่ยนแปลง
ค่าตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ได้มาจากการรวมธุรกิจ ⁽¹⁾	9	10	11.1%	18	19	5.5%
ค่าใช้จ่ายในการขายอื่น ⁽²⁾	376	434	15.4%	712	848	19.1%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ⁽³⁾	56	76	35.7%	139	154	10.7%
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	441	520	17.9%	869	1,021	17.4%

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

หมายเหตุ

- (1) ค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่ตัวเงิน (Non-cash item) ที่เกิดจากการรวมธุรกิจที่เกิดขึ้น โดยแบ่งเป็น ค่าตัดจำหน่ายแฟรนไชส์ Dunkin' Donut, Au Bon Pain, Greyhound Café เท่ากับ 4 ล้านบาท 4 ล้านบาท และ 11 ล้านบาทในไตรมาส 2 ปี 2566
- (2) บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ค่าเช่าและค่าบริการ ลดลง เนื่องจากการควบคุมค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
- (3) ค่าใช้จ่ายในการบริหารประกอบด้วย ค่าตอบแทนผู้บริหารและพนักงานในสำนักงาน ค่าใช้จ่ายในการบริหาร และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องอื่นๆ โดยค่าใช้จ่ายดังกล่าวเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีจำนวนสาขาเพิ่มขึ้น

กำไรก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย ภาษีและค่าเสื่อมราคา (EBITDA)

บริษัทฯ มีกำไรก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย ภาษีและค่าเสื่อมราคา (EBITDA) ในไตรมาส 2 ปี 2565 และปี 2566 เท่ากับ 207 ล้านบาท และ 303 ล้านบาท ตามลำดับ และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.2 และร้อยละ 17.1 ของรายได้รวม ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายทางการเงิน

ในไตรมาส 2 ปี 2565 และปี 2566 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายทางการเงินเป็นจำนวน 52 ล้านบาท และ 62 ล้านบาท ตามลำดับ

กำไร (ขาดทุน) สุทธิ

ในไตรมาส 2 ปี 2565 และปี 2566 บริษัทฯ มีกำไร (ขาดทุน) สุทธิ จำนวน (41) ล้านบาท และ (1) ล้านบาท ตามลำดับ หรืออัตรากำไร (ขาดทุน) สุทธิของบริษัทฯ ร้อยละ (2.8) และร้อยละ (0.1) ตามลำดับ

งบแสดงฐานะการเงิน

สินทรัพย์

ณ สิ้นไตรมาส 1 ปี 2566 และไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 5,173 ล้านบาท และ 5,179 ล้านบาท ตามลำดับ ทั้งนี้สินทรัพย์ส่วนใหญ่ของบริษัทฯ ได้แก่ สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน โดย ณ สิ้นไตรมาส 1 ปี 2566 บริษัทฯ มีสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนประมาณร้อยละ 90.0 ของสินทรัพย์รวม และสินทรัพย์หมุนเวียนร้อยละ 10.0 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ และ ณ สิ้นไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนประมาณร้อยละ 90.8 ของสินทรัพย์รวม และสินทรัพย์หมุนเวียนร้อยละ 9.2 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ

สินทรัพย์รวม	31 มีนาคม 2566 (Q1/2566)		30 มิถุนายน 2566 (Q2/2566)	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
สินทรัพย์หมุนเวียน	518	10.0	476	9.2
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	4,655	90.0	4,703	90.8
สินทรัพย์รวม	5,173	100.0	5,179	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. สิ้นทรัพย์หมุนเวียน

บริษัทฯ มีสิ้นทรัพย์หมุนเวียนรวม 518 ล้านบาท และ 475 ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาส 1 ปี 2566 และไตรมาส 2 ปี 2566 หรือคิดเป็นร้อยละ 10.0 และร้อยละ 9.2 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ โดยบริษัทฯ มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดจำนวน 165 ล้านบาท และ 131 ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาส 1 ปี 2566 และไตรมาส 2 ปี 2566 ตามลำดับ นอกจากนี้บริษัทฯ มีลูกหนี้การค้าจำนวน 99 ล้านบาท และ 95 ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาส 1 ปี 2566 และไตรมาส 2 ปี 2566 ตามลำดับ และมีสินค้าคงเหลือจำนวน 217 ล้านบาท และ 214 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 4.2 และร้อยละ 4.1 ของสินทรัพย์รวม ณ สิ้นไตรมาส 1 ปี 2566 และไตรมาส 2 ปี 2566 ตามลำดับ โดยสินค้าคงเหลือส่วนใหญ่ ประกอบด้วย สินค้าสำเร็จรูป ซึ่งเป็นสินค้าประเภทเสื้อผ้าของธุรกิจไลฟ์สไตล์

2. สิ้นทรัพย์ไม่หมุนเวียน

ณ สิ้นไตรมาส 1 ปี 2566 และไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีสิ้นทรัพย์ไม่หมุนเวียนรวม 4,655 ล้านบาท และ 4,703 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 90.0 และร้อยละ 90.8 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ มีรายการสำคัญ คือ ส่วนปรับปรุงอาคารและอุปกรณ์ ค่าความนิยม และสิ้นทรัพย์ไม่มีตัวตน บริษัทฯ มีส่วนปรับปรุงอาคารและอุปกรณ์รวมเป็นจำนวน 802 ล้านบาท และ 832 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 15.5 และ ร้อยละ 16.1 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ มีค่าความนิยมจากการควบรวมธุรกิจคงที่ จำนวน 1,940 ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาส 1 ปี 2566 และไตรมาส 2 ปี 2566 ซึ่งประกอบไปด้วย ค่าความนิยมธุรกิจร้านโดนัทจำนวน 484 ล้านบาท ค่าความนิยมธุรกิจร้านเบเกอรี่ จำนวนรวม 298 ล้านบาท และค่าความนิยมธุรกิจร้านอาหารจำนวน 1,158 ล้านบาทจากการรวมธุรกิจกลุ่มบริษัท เกรซวอร์ดนับตั้งแต่ปี 2557 และ Le Grand Véfour ในไตรมาสที่ 4 ปี 2560 และมีสิ้นทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่นเป็นจำนวน 1,761 ล้านบาท และ 1,727 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 34.0 และร้อยละ 33.4 ของสินทรัพย์รวม ซึ่งรวมสิ้นทรัพย์สิทธิการใช้ จำนวน 1,092 ล้านบาท และ 1,066 ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาส 1 ปี 2566 และไตรมาส 2 ปี 2566 ตามลำดับ

หนี้สิน

หนี้สินรวม	31 มีนาคม 2566 (Q1/2566)		30 มิถุนายน 2566 (Q2/2566)	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
หนี้สินหมุนเวียน	1,655	54.2	1,190	38.7
หนี้สินไม่หมุนเวียน	1,400	45.8	1,886	61.3
หนี้สินรวม	3,055	100.0	3,076	100.0

1. หนี้สินหมุนเวียน

ณ สิ้นไตรมาส 1 ปี 2566 และไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีหนี้สินหมุนเวียนรวมจำนวน 1,655 ล้านบาท และ 1,190 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 54.2 และร้อยละ 38.7 ของหนี้สินรวม ซึ่งไตรมาส 1 ปี 2566 และไตรมาส 2 ปี 2566 มีเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น จำนวน 407 ล้านบาท และ 400 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 13.3 และร้อยละ 13.0 ของหนี้สินรวม ตามลำดับ ณ สิ้นไตรมาส 1 ปี 2566 และไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินจำนวน 246 ล้านบาทและ 229 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 8.0 และร้อยละ 7.5 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 1 ปี 2566 และไตรมาส 1 ปี 2566 บริษัทฯ มีหนี้สินไม่หมุนเวียนจำนวน 1,401 ล้านบาท และ 1,886 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 45.8 และร้อยละ 61.3 ของหนี้สินรวม ตามลำดับ โดยหนี้สินไม่หมุนเวียนส่วนใหญ่ คือ เงินกู้ระยะยาวจากสถาบันการเงิน ซึ่งบริษัทฯ มีเงินกู้ระยะยาวจากสถาบันการเงินสุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปีเท่ากับ 215 ล้านบาท และ 195 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.1 และร้อยละ 6.3 ของหนี้สินรวม ตามลำดับ และหุ้นกู้ระยะยาวสุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี จำนวน 289 ล้านบาท และ 832 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.5 และร้อยละ 27.1 ของหนี้สินรวม ณ สิ้นไตรมาส 1 ปี 2566 และไตรมาส 2 ปี 2566 ตามลำดับ

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ สิ้นไตรมาส 1 ปี 2566 และไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน 2,118 ล้านบาท และ 2,102 ล้านบาท ตามลำดับ

แนวโน้มในอนาคต

บริษัทฯ เป็นผู้จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจไลฟ์สไตล์ ภายใต้แบรนด์ของตัวเอง ได้แก่ เกรฮาวด์ คาเฟ่ อนาคตฮาร์ด คาเฟ่ เกรฮาวด์ ออริจินอล ครัวเอ็ม และ เลอ กรองด์ เวฟู ตลอดจนเป็นผู้ได้รับสิทธิแฟรนไชส์แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยของแบรนด์ชั้นนำระดับโลก ได้แก่ ดังกิ้นโดนัท และ โอ บอง แปง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเป็นผู้ให้สิทธิแฟรนไชส์ร้านอาหาร เกรฮาวด์ คาเฟ่ ในหลายเมือง/ประเทศ เช่น ฮองกง สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทฯ มีสาขา รวมมากกว่า 487 สาขา ภายใต้การบริหารงานของทีมงานมืออาชีพที่มากด้วยประสบการณ์ เพื่อสรรสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ บริการที่ประทับใจ และการเติบโตอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างการเติบโตที่ยั่งยืนของบริษัทฯ ได้แก่

- **การสร้างนวัตกรรมของสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง** โดยทีมงานได้พัฒนา ปรับปรุงและคิดค้นสินค้าและบริการ ตลอดจนการนำเสนอในรูปแบบที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เช่น การเพิ่มความคุ้มค่าในการซื้อสินค้าและบริการ การคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ตามเทศกาลและความนิยม เช่น เค้กไอศกรีมรูปแบบต่างๆ และเมนูวันแม่ 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 แล้ว จำนวน 5 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