

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1. ประวัติความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

1.1.1. ความเป็นมา

บริษัท มัดแมน จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “มัดแมน”) จัดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2549 ในนามบริษัท มัดแมน จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 10.00 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจหลักคือการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) ที่ประกอบธุรกิจร้านอาหารบริการด่วน (Quick Service Restaurant หรือ QSR) ในขณะนั้นบริษัทฯ มีเงินลงทุนใน บริษัท โกลเด้น โดนต์ (ประเทศไทย) จำกัด (“GDT”) บริษัท เอบีพี คาเฟ่ (ประเทศไทย) จำกัด (“ABP”) และ บริษัท โกลเด้น ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด (“GFS”) อยู่ในสัดส่วนร้อยละ 25 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้วในทั้ง 3 บริษัท

ต่อมาในปี 2551 บริษัทฯ ได้เพิ่มเงินลงทุนในทั้ง 3 บริษัทดังกล่าว ทำให้สัดส่วนการถือหุ้นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 25 เป็นร้อยละ 41 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้วในทั้ง 3 บริษัท โดยในปี 2552 บริษัทฯ ได้มีการปรับโครงสร้างภายในกลุ่มบริษัทเพื่อ ลดการซ้ำซ้อนในการดำเนินกิจการผลิตและจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม โดยการโอนกิจการทั้งหมดของ GFS ซึ่งรวมถึง กระบวนการผลิตและจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมาให้กับ ABP และมีมติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ให้ GFS ยกเลิก บริษัทและชำระบัญชี โดยให้ GFS จัดประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อลงมติในการโอนกิจการทั้งหมด ยกเลิกบริษัทและทำการชำระบัญชีโดยให้กระบวนการดังกล่าวแล้วเสร็จ

จากศักยภาพและโอกาสในการเติบโตของธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม บริษัท ทรัพย์ศรีไทย จำกัด (มหาชน) (“ทรัพย์ศรีไทย”) ได้เล็งเห็นโอกาสในการลงทุนเพื่อต่อยอดทางธุรกิจให้ทรัพย์ศรีไทยสามารถเติบโตได้อย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน ทรัพย์ศรีไทยจึงได้เข้าซื้อหุ้นทั้งหมดของบริษัทฯ เมื่อวันที่ 6 มกราคม 2555 คิดเป็นมูลค่าเงินลงทุนรวมทั้งสิ้น (หลังหักเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดของบริษัทย่อยที่ซื้อ) เท่ากับ 1,327.5 ล้านบาท ซึ่งประกอบด้วย หุ้นสามัญและหุ้นบุริมสิทธิของบริษัทฯ จำนวน 0.8 ล้านหุ้น หรือ คิดเป็นร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้วทั้งหมดของบริษัทฯ (โดยแบ่งออกเป็น หุ้นบุริมสิทธิ ร้อยละ 51 และหุ้นสามัญร้อยละ 49 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้วทั้งหมดของบริษัทฯ) ซึ่งในขณะนั้นบริษัทฯ ถือหุ้นอยู่ใน GDT และ ABP คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 41 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้วทั้งหมดของบริษัทฯ ทรัพย์ศรีไทยจึงได้เข้าซื้อหุ้นส่วนที่เหลือ จากกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิมของ GDT และ ABP จำนวน 8.2 ล้านหุ้น และจำนวน 13.3 ล้านหุ้น หรือคิดสัดส่วน ร้อยละ 59 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้วทั้งหมดของ GDT และ ABP ตามลำดับ

ทั้งนี้ เพื่อความคล่องตัวในการบริหารจัดการและเพิ่มความชัดเจนในโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มขีดความสามารถของบริษัทฯ ในการระดมทุนในอนาคต ต่อมา เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2555 ทรัพย์ศรีไทยได้ขายเงินลงทุนทั้งหมดที่ถืออยู่ใน GDT และ ABP ตามลำดับให้แก่บริษัทฯ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการปรับโครงสร้างภายในของกลุ่มบริษัท ทั้งนี้ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2559 GDT และ ABP มีสาขาทั้งหมดจำนวน 284 และ 70 สาขา ตามลำดับ

นอกจากนี้ ในช่วงปีเดียวกัน บริษัทฯ ยังเดินทางขยายโอกาสในการประกอบธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม บริษัทฯ โดย บริษัท โกลเด้น สตูปี จำกัด (“GS”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ได้เข้าซื้อธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มภายใต้แบรนด์ “Baskin Robbins” และสิทธิในการประกอบธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มภายใต้แบรนด์ “Baskin Robbins” แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2555 โดย GS เป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายไอศกรีมและเครื่องดื่ม ภายใต้แบรนด์ “Baskin Robbins” โดย GS ให้ความสำคัญในการจำหน่ายสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามที่เจ้าของแบรนด์กำหนด GS จึงได้มีนโยบายในการนำเข้าไอศกรีมจากประเทศสหรัฐอเมริกาแทน

การผลิตไอศกรีมในประเทศซึ่งให้คุณภาพและรสชาติของไอศกรีมที่แตกต่างกัน การนำเข้าไอศกรีมแทนการผลิตในประเทศจึงเป็นหนึ่งในแนวทางการทำตลาดของ GS เพื่อที่จะคงไว้ซึ่งคุณภาพและผลิตภัณฑ์ให้เหมือนต้นตำรับมากที่สุด โดย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2559 GS มีสาขาทั้งหมดจำนวน 30 สาขา

จากความสำเร็จและการเติบโตในการประกอบธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มภายใต้รูปแบบของสิทธิแฟรนไชส์ บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญเพื่อสร้างโอกาสในการเติบโตอย่างยั่งยืน และสามารถต่อยอดทางธุรกิจเพื่อการเติบโตได้อย่างไม่มีข้อจำกัด บริษัทฯ จึงมองหาโอกาสการลงทุนทางธุรกิจภายใต้แบรนด์ของตัวเองเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงเจ้าของสิทธิแฟรนไชส์ในต่างประเทศ จากแนวทางดังกล่าวข้างต้น บริษัทฯ ได้เข้าซื้อหุ้นสามัญทั้งหมด ของ บริษัท เกรฮาร์ด จำกัด (“GHF”) ซึ่งดำเนินธุรกิจแพซันและไลฟ์สไตล์ จำนวน 1.0 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท และ และหุ้นสามัญและหุ้นบุริมสิทธิทั้งหมดของ บริษัท เกรฮาร์ด คาเฟ่ จำกัด (“GHC”) ซึ่งดำเนินธุรกิจร้านอาหารแบบบริการเต็มรูปแบบ (Full Service Restaurant) จำนวน 0.1 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท จากผู้ถือหุ้นเดิมของกลุ่มบริษัทเกรฮาร์ด ในมูลค่ารวมทั้งสิ้น 1,853.8 ล้านบาท โดยการชำระเงินแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ เงินสดจำนวน 1,265.8 ล้านบาท และการแลกหุ้นของบริษัทฯ จำนวน 588.0 ล้านบาทซึ่งประกอบไปด้วยหุ้นสามัญ จำนวน 1.3 ล้านหุ้นในราคาหุ้นละ 444.6 บาท ซึ่งการซื้อกิจการดังกล่าวเป็นจุดเริ่มต้นของบริษัทฯ ในการดำเนินธุรกิจภายใต้แบรนด์ของตัวเอง โดย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2559 GHF มีสาขาทั้งหมด 16 สาขา และ GHC มีสาขาทั้งหมด 24 สาขา ทั้งในและต่างประเทศ แบ่งเป็น 13 สาขาในประเทศไทย และ 11 สาขาในต่างประเทศ

จากการขยายธุรกิจการลงทุนในธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มและธุรกิจไลฟ์สไตล์อย่างต่อเนื่อง และโอกาสในการลงทุนและการเติบโตในอนาคต ทำให้บริษัทฯ มีความประสงค์ที่จะเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เพื่อระดมทุนในการสร้างความแข็งแกร่งให้ฐานทุนของบริษัทฯ โดยที่ประชุมคณะกรรมการของหลักทรัพย์ฯ เมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2559 ได้มีมติอนุมัติแผนการนำบริษัทย่อยเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดย บริษัทฯ จะยังคงเป็นผู้ถือหุ้นที่มีอำนาจควบคุมในบริษัทฯ ในสัดส่วนที่ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียนภายหลังการเพิ่มทุน และได้แจ้งข่าวต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รายละเอียดตามหนังสือเลขที่ 022/2559 ลงวันที่ 10 มีนาคม 2559 เรื่อง แจ้งมติคณะกรรมการเกี่ยวกับการจ่ายเงินปันผล/กำหนดวันประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2559 กำหนดวันปิดสมุดทะเบียน การเพิ่มทุนแบบ General Mandate และแผนการนำบริษัทย่อยเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และต่อมา เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2559 ที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ได้มีมติแปรสภาพบริษัทฯ ให้เป็นบริษัทมหาชนเพื่อเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดย ที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 843,923,000 ล้านบาท เป็น 1,054,903,750 ล้านบาท เพื่อนำหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวนไม่เกิน 210,980,750 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เสนอขายต่อประชาชนเป็นการทั่วไป ซึ่งภายหลังการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนครั้งนี้ บริษัทฯ จะถือหุ้นในบริษัทฯ ลดลงเหลือไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้วทั้งหมดของบริษัทฯ (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนที่ “[2.3.9] ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น”)

1.1.2. ประวัติความเป็นมาและการพัฒนาการที่สำคัญของบริษัทฯ

ปี	เหตุการณ์
2549	บริษัทฯ จดทะเบียนก่อตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2549 ด้วยทุนจดทะเบียน 10.00 ล้านบาท (ประกอบด้วย หุ้นสามัญ 49,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท และหุ้นบุริมสิทธิ 51,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการลงทุน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 บริษัทฯ มีเงินลงทุนในบริษัท 3 บริษัท ได้แก่ GDT ABP และ GFS ซึ่งประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม โดยบริษัทฯ มีเงินลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 25 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้วทั้งหมดของทั้ง 3 บริษัท โดยคิดเป็นเงินลงทุนตามวิธีราคาทุนที่

	มูลค่าประมาณ 131.93 ล้านบาท 131.87 ล้านบาท และ 25.00 ล้านบาท ตามลำดับ
2551	<p>ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ มีมติอนุมัติในการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นเมื่อวันที่ 14 มกราคม 2551 และ 29 มกราคม 2551 ให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 10 ล้านบาท (แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 49,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท และหุ้นบุริมสิทธิ 51,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท) เป็น 75 ล้านบาท (แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 367,500 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท และ หุ้นบุริมสิทธิ 382,500 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท) โดยบริษัทฯ ได้จดทะเบียนเพิ่มทุนต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ณ วันที่ 31 มกราคม 2551</p> <p>บริษัทฯ เพิ่มเงินลงทุนในทั้ง 3 บริษัทได้แก่ GDT ABP และ GFS จากเดิม 131.93 ล้านบาท 131.87 ล้านบาท และ 25.00 ล้านบาท ตามลำดับ เป็น 173.55 ล้านบาท 157.42 ล้านบาท และ 36.01 ล้านบาท ตามลำดับ ทำให้บริษัทฯ มีสัดส่วนการถือหุ้นในทั้ง 3 บริษัท เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 25 เป็นร้อยละ 41 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้วทั้งหมดของทั้ง 3 บริษัท</p> <p>ต่อมา ที่ประชุมผู้ถือหุ้นของ GDT มีมติอนุมัติให้ทำการลดทุนจดทะเบียนของ GDT เพื่อการปรับโครงสร้างเงินทุนของบริษัท ณ วันที่ 4 พฤศจิกายน 2551 จาก 289.64 ล้านบาทเป็น 246.20 ล้านบาท โดย GDT ได้จดทะเบียนลดทุนต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ณ วันที่ 9 ธันวาคม 2551</p>
2552	GFS โอนกิจการทั้งหมดซึ่งรวมถึงกระบวนการผลิตและจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มให้กับ ABP GFS ได้จดทะเบียนเลิกกิจการและชำระบัญชีหลังทำการโอนกิจการทั้งหมดให้กับ ABP
2553	<p>ที่ประชุมผู้ถือหุ้นของ GDT มีมติอนุมัติให้ทำการลดทุนจดทะเบียนของ GDT เพื่อการปรับโครงสร้างเงินทุนของบริษัท ณ วันที่ 24 พฤศจิกายน 2553 โดยลดทุนจดทะเบียนจาก 246.20 ล้านบาทเป็น 226.20 ล้านบาท โดย GDT ได้จดทะเบียนลดทุนต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ณ วันที่ 27 ธันวาคม 2553</p> <p>GDT ได้รับรางวัล “แฟรนไชส์แห่งปี (Dunkin’ Brand Franchisee and Enterprise Awards International Partners of the Year)” และ “Dunkin’ Donuts International Above and Beyond Award” จาก Dunkin Donuts ประเทศสหรัฐอเมริกา เจ้าของแฟรนไชส์</p>
2554	GHC ขยายสาขาไปยังต่างประเทศเป็นครั้งแรก ผ่านการให้สิทธิแฟรนไชส์กับบริษัทในเขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน โดย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2559 ร้านอาหาร Greyhound Café ในเขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน มีทั้งหมด 5 สาขา
2555	<p>ทรพีศรีไทย ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้มีมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 6 มกราคม 2555 ให้เข้าซื้อหุ้นร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้วของบริษัทฯ ที่ขณะนั้นมีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 41 ใน GDT และ ABP ตามลำดับนอกจากนี้ ทรพีศรีไทยได้เข้าซื้อหุ้นร้อยละ 59 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้วของ GDT และ ABP จากกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิม ทั้งนี้ ภายหลังการเข้าทำรายการดังกล่าวทั้ง 2 รายการ บริษัทฯ GDT และ ABP จึงมีสถานะเป็นบริษัทย่อยที่ถือหุ้นทั้งหมดในทางตรงและทางอ้อมของทรพีศรีไทย</p> <p>ต่อมา ทรพีศรีไทยได้มีการปรับโครงสร้างการถือหุ้นในบริษัทย่อยเพื่อการบริหารจัดการที่คล่องตัวและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยทรพีศรีไทยมีมติให้ขายหุ้นร้อยละ 59 ที่ทรพีศรีไทยถืออยู่ใน GDT และ ABP ให้กับบริษัทฯ ซึ่งเป็นผลให้บริษัทฯ มีสัดส่วนการถือหุ้นทางตรงใน GDT และ ABP ในสัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้วของ GDT และ ABP ตามลำดับ</p>

	<p>เมื่อ วันที่ 22 มิถุนายน 2555 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ได้มีมติเพิ่มทุนโดยการเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทฯ เป็นจำนวนเงิน 263.25 ล้านบาท ซึ่งบริษัทฯ ได้จดทะเบียนเพิ่มทุนต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ในวันที่ 26 มิถุนายน 2555 เป็นผลให้ทุนชำระแล้วของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นจาก 75.00 ล้านบาทเป็น 338.25 ล้านบาท</p> <p>บริษัทฯ ได้จดทะเบียนจัดตั้ง GS ขึ้น เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2555 ด้วยทุนจดทะเบียน 5.00 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มภายใต้แบรนด์ "Baskin Robbins" ต่อมา เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2555 GS ได้เข้าซื้อสิทธิที่ใช้ในการประกอบกิจการจำหน่ายไอศกรีมภายใต้แบรนด์ Baskin Robbins และสิทธิในการประกอบธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มภายใต้แบรนด์ "Baskin Robbins" แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย จากเจ้าของกิจการเดิม</p> <p>ต่อมา เมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2555 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นมีมติให้บริษัทฯ ทำการลดทุนจดทะเบียนชำระแล้วจากเดิม 338.25 ล้านบาท เป็น 300.00 ล้านบาท โดยการลดหุ้นบุริมสิทธิลง 38.25 ล้านบาท (หุ้นบุริมสิทธิ 382,500 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท) ซึ่งเป็นการลดทุนจากหุ้นบุริมสิทธิทั้งหมด โดยมีวัตถุประสงค์ในการปรับโครงสร้างเงินทุน บริษัทฯ ได้จดทะเบียนลดทุนต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ในวันเดียวกัน</p> <p>GDT ได้รับรางวัล Excellence in Trade Certificate Outstanding Partner จาก Dunkin' Donuts ประเทศสหรัฐอเมริกา เจ้าของแฟรนไชส์</p>
2556	<p>ณ วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2556 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ จากเดิม 300.00 ล้านบาทเป็น 450.00 ล้านบาท โดยการออกหุ้นเพิ่มทุนให้กับผู้ถือหุ้นเดิม โดยบริษัทฯ ได้จดทะเบียนเพิ่มทุนต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ณ วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2556</p> <p>ณ วันที่ 11 กรกฎาคม 2556 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ จากเดิม 450.00 ล้านบาทเป็น 525.00 ล้านบาท โดยการออกหุ้นเพิ่มทุนให้กับผู้ถือหุ้นเดิม โดยบริษัทฯ ได้จดทะเบียนเพิ่มทุนต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ณ วันที่ 12 กรกฎาคม 2556 โดยการเพิ่มทุนจดทะเบียนทั้ง 2 ครั้งดังกล่าวมีจุดประสงค์เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของเงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ</p> <p>GHC ขยายสาขาไปยังประเทศจีนเป็นครั้งแรก โดยการทำสัญญาให้สิทธิแฟรนไชส์กับบริษัทคู่ค้าเดิมที่เป็นผู้ได้รับสิทธิแฟรนไชส์ในฮ่องกง โดย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2559 สาขาร้านอาหาร GHC ในประเทศจีนมีทั้งหมด 5 สาขา</p>
2557	<p>ณ วันที่ 18 กรกฎาคม 2557 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ มีมติให้บริษัทฯ ออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 3,189,230 หุ้นจากเดิม 5,250,000 หุ้น เพิ่มขึ้นเป็น 8,439,230 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท ในราคาหุ้นละ 444.62 บาท ซึ่งบริษัทฯ ได้จดทะเบียนการเพิ่มทุนดังกล่าวต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2557 โดยมีการจัดสรรหุ้นเพิ่มทุน ดังนี้</p> <p>จัดสรรให้ทรัพย์สินไทย 1,079,571 หุ้นคิดเป็นมูลค่ารวม 480.00 ล้านบาท</p> <p>จัดสรรให้ บมจ.น้ำตาลขอนแก่น จำนวน 787,186 หุ้นคิดเป็นมูลค่ารวม 350.00 ล้านบาท</p> <p>จัดสรรให้ผู้ถือหุ้นเดิมของกลุ่มบริษัท เกรฮาร์ด 1,322,473 หุ้นคิดเป็นมูลค่ารวม 588.00 ล้านบาท เพื่อใช้สำหรับการแลกหุ้น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการชำระค่าหุ้นสำหรับการเข้าซื้อหุ้นของกลุ่มบริษัท เกรฮาร์ด</p> <p>จากการเพิ่มทุนในบริษัทฯ ข้างต้นทำให้ทรัพย์สินไทยมีสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทฯ ลดลงจากร้อยละ 100 เป็นร้อยละ 75 ทั้งนี้ บริษัทฯ จะมีทุนจดทะเบียนเพิ่มขึ้นจาก 525.00 ล้านบาทเป็น 843.92 ล้านบาท</p>

	<p>ต่อมา เมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2557 บริษัทฯ ได้เข้าซื้อหุ้นของ กลุ่มบริษัท เกรฮาร์ด (“GHF”) ซึ่งประกอบด้วย หุ้นสามัญ 969,900 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท และหุ้นบุริมสิทธิของบริษัท เกรฮาร์ด คาเฟ่ จำกัด (“GHC”) จำนวน 107,843 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท จากผู้ถือหุ้นเดิมของกลุ่มบริษัท เกรฮาร์ด ในมูลค่ารวมทั้งสิ้น 1,853.80 ล้านบาท โดยการชำระเงินแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วยเงินสดจำนวน 1,265.80 ล้านบาทและการแลกหุ้นของบริษัทฯ จำนวน 588.00 ล้านบาท (ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 1,322,473 หุ้นในราคาหุ้นละ 444.62 บาท) ทั้งนี้ ทรัพย์ศรีไทยมีสิทธิซื้อหุ้นของบริษัทฯ คืนจากผู้ถือหุ้นเดิมของกลุ่มบริษัท เกรฮาร์ด จำนวน 499,821 หุ้นตามราคาซื้อคืนที่กำหนดไว้ภายในระยะเวลา 2 ปี</p> <p>และเมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2557 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 6/2557 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทฯ เข้าซื้อหุ้นในบริษัท โกลเด้น กูร์เมต์ จำกัด (“GGC”) ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นโดยผู้บริหารของบริษัทฯ เพื่อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ในขณะนั้น และเพื่อความคล่องตัวในการดำเนินการเพื่อสร้างโอกาสในการเติบโตทางธุรกิจ โดย GGC ได้รับสิทธิพิเศษเฉพาะสำหรับพรีเมียม เบเกอรี่ คาเฟ่ ภายใต้แบรนด์ โควา (COVA) ประเทศอิตาลี แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย</p> <p>ต่อมา เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2557 บริษัทฯ ได้เข้าทำรายการดังกล่าว โดยการเข้าซื้อหุ้นจำนวน 99,998 หุ้น ที่ราคาหุ้นละ 10 บาท (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท) มูลค่าขนาดรายการรวม 999,980 บาท คิดเป็นสัดส่วนการลงทุนร้อยละ 99.99 จากผู้ถือหุ้นเดิมของ GGC</p>
2558	<p>เมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2558 ทรัพย์ศรีไทยได้ซื้อหุ้นของบริษัทฯ จากผู้ถือหุ้นเดิมของกลุ่มบริษัทเกรฮาร์ด จำนวน 449,821 หุ้น หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณ ร้อยละ 5 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้วของบริษัทฯ ที่ราคา 464.92 บาทต่อหุ้น คิดเป็นมูลค่ารวมประมาณ 209.00 ล้านบาท การเข้าทำรายการดังกล่าวทำให้ทรัพย์ศรีไทยมีสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทฯ เพิ่มขึ้นจากเดิม ร้อยละ 75 เป็นร้อยละ 80 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้วของบริษัทฯ</p> <p>เมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ ได้ยกหนี้ยกเว้นหนี้ระหว่างกันของ GS จำนวน 120 ล้านบาท โดยบริษัทฯ umentเงินลงทุนใน GS จำนวน 120 ล้านบาท และเป็นผลให้ทุนจดทะเบียนใน GS เพิ่มขึ้นเป็น 125 ล้านบาท ในราคาหุ้นละ 10 บาท</p> <p>GHC ขยายสาขาไปยังประเทศมาเลเซียแห่งแรก ผ่านการให้สิทธิแฟรนไชส์กับบริษัทในประเทศมาเลเซีย</p> <p>ABP ได้รับรางวัล “Au Bon Pain the bakery Café Franchise of the Year ABP Thailand 2015” จาก [ABP Corporation ประเทศสหรัฐอเมริกา เจ้าของแฟรนไชส์</p> <p>GS ได้รับรางวัล “Retail Food Safety Excellent 2015” และ “Innovation Excellence 2015” จาก Baskin Robbins Franchising LLC (ประเทศสหรัฐอเมริกา)</p>
2559	<p>เมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2559 ที่ประชุมคณะกรรมการของทรัพย์ศรีไทย ครั้งที่ 1/2559 ได้มีมติเห็นชอบและอนุมัติแผนการเพิ่มทุนและเสนอขายหุ้นสามัญที่ออกใหม่ของบริษัทฯ ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของทรัพย์ศรีไทย ต่อประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) และการนำบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (MAI) เพื่อเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ให้แก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) และผู้ถือหุ้นของทรัพย์ศรีไทยตามสัดส่วนการถือหุ้นในทรัพย์ศรีไทย (Pre-emptive Right) โดยทรัพย์ศรีไทยจะยังคงเป็นผู้ถือหุ้นที่มีอำนาจควบคุมในบริษัทฯ ในสัดส่วนที่ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียนภายหลังการเพิ่มทุนเสนอขายหุ้นสามัญที่ออกใหม่ของบริษัทฯ (รายละเอียดตามสารสนเทศที่ทรัพย์ศรีไทยได้เปิดเผยต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2559 และสารสนเทศฉบับแก้ไขเพิ่มเติมเมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2559)</p>

	ต่อมา เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2559 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2559 ของบริษัทฯ ได้มีมติเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ จาก 843.92 ล้านบาทเป็น 1,054.90 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 210.98 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท หรือคิดเป็นสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 20 ของทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ โดยที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นมีมติให้ทำการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนดังกล่าว สำหรับการเสนอขายให้ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (Initial Public Offering) และและผู้ถือหุ้นของทรัพย์สินไทยตามสัดส่วนการถือหุ้นในทรัพย์สินไทย (Pre-emptive Right) โดยบริษัทฯ ได้จดทะเบียนเพิ่มทุนที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ณ วันที่ 19 เมษายน 2559
--	--

1.1.3. การพิจารณาขนาดของบริษัทในการขออนุญาตเข้าจดทะเบียนในลักษณะ Holding Company

เนื่องจากบริษัทฯ ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) บริษัทฯ จำเป็นต้องพิจารณาคุณสมบัติให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดในประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน ที่ ทจ. 28/2551 เรื่อง การขออนุญาตและการอนุญาตให้เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่ ลงวันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ. 2551 และประกาศสำนักงาน ก.ล.ต. ที่ สจ. 20/2555 เรื่องการพิจารณาขนาดของบริษัทในส่วนที่เกี่ยวกับการอนุญาตให้บริษัทที่ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่ ลงวันที่ 27 สิงหาคม พ.ศ. 2555 รวมทั้งที่ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติม (รวมเรียกว่า “ประกาศ Holding Company”) ซึ่งกำหนดให้บริษัทที่จะเข้าจดทะเบียนในลักษณะ Holding Company มีคุณสมบัติตามประกาศ Holding Company ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้ว บริษัทฯ มีคุณสมบัติครบถ้วนตามประกาศทุกประการ โดย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2559 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

วิธีการคำนวณ	ข้อกำหนดตามประกาศ Holding Company	คุณสมบัติของบริษัท
ขนาดบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจหลักเปรียบเทียบกับขนาดของบริษัทฯ <u>วิธีการคำนวณ</u> $\frac{(\text{สินทรัพย์รวมของบริษัทฯ} - \text{หักเงินลงทุนในบริษัทร่วมและบริษัทอื่น})}{\text{สินทรัพย์รวมของบริษัทฯ}}$	\geq ร้อยละ 25.0	ร้อยละ 94.7
ขนาดบริษัทที่ประกอบธุรกิจหลักเปรียบเทียบกับขนาดของบริษัทฯ <u>วิธีการคำนวณ</u> $\frac{(\text{สินทรัพย์รวมของบริษัทฯ} - \text{หักเงินลงทุนในบริษัทอื่น})}{\text{สินทรัพย์รวมของบริษัทฯ}}$	\geq ร้อยละ 75.0	ร้อยละ 94.7
ขนาดบริษัทอื่นเปรียบเทียบกับขนาดของบริษัทฯ <u>วิธีการคำนวณ</u> $\frac{(\text{เงินลงทุนในบริษัทอื่น})}{\text{สินทรัพย์รวมของบริษัทฯ}}$	\leq ร้อยละ 25.0	ร้อยละ 5.3

1.1.4. ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

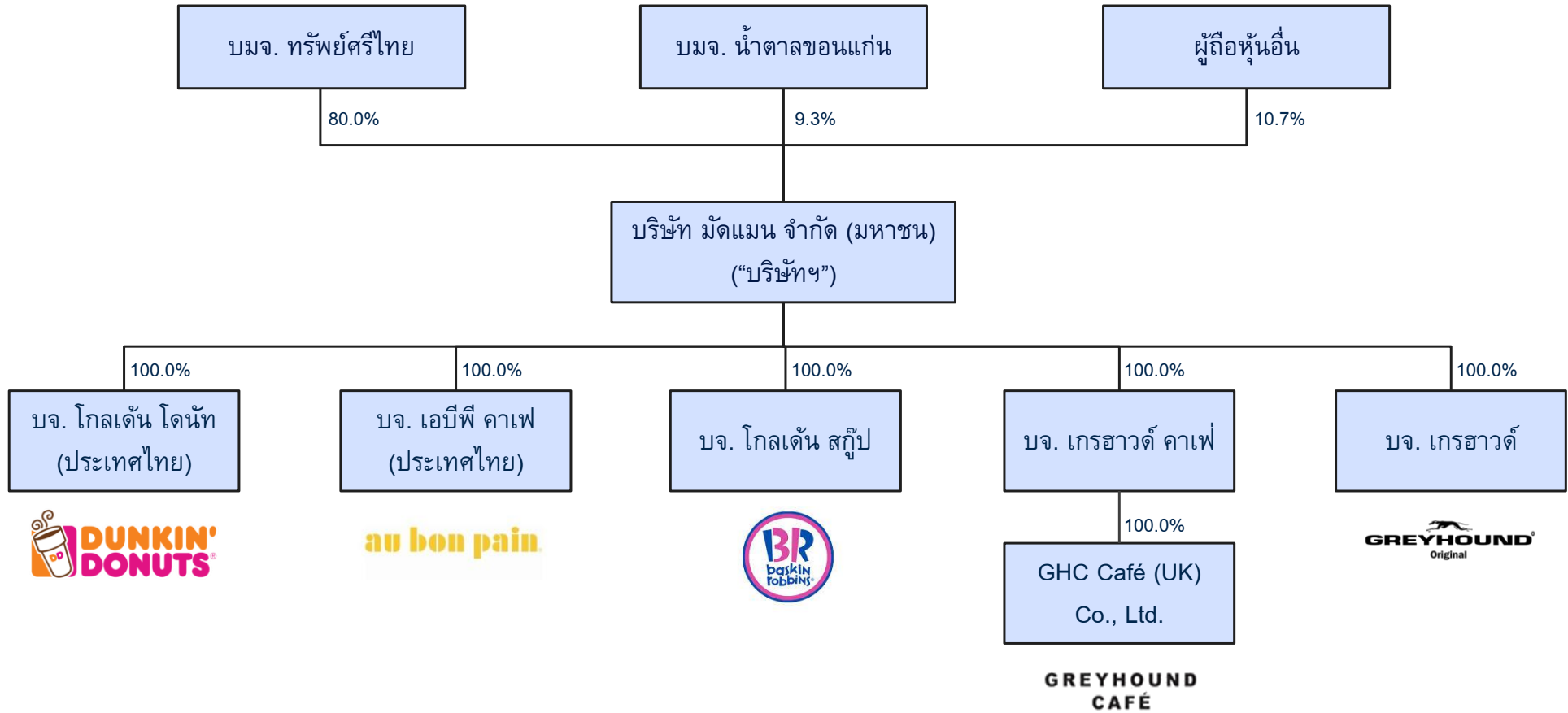
-ไม่มี-

1.2. ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจลงทุนในบริษัทอื่น (Holding Company) เพื่อดำเนินธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจไลฟ์สไตล์ โดยในปัจจุบันบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผ่านบริษัทย่อยใน 3 ธุรกิจหลักได้แก่

- 1) ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มภายใต้สิทธิแฟรนไชส์
- 2) ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มภายใต้แบรนด์ของตัวเอง
- 3) ธุรกิจไลฟ์สไตล์

โครงสร้างของบริษัทฯ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2559



บริษัท	เครื่องหมายการค้า (ตัวย่อ)	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)	ลักษณะการประกอบธุรกิจ
กิจการอาหารและเครื่องดื่มภายใต้สิทธิแฟรนไชส์			
บริษัท โกลเด้น โดนัท (ประเทศไทย) จำกัด	DD	100.00	ผลิตและจำหน่ายโดนัทและเครื่องดื่ม ภายใต้แบรนด์ ดังกิ้น โดนัท ("Dunkin' Donuts" หรือ "DD")
บริษัท เอบีพี คาเฟ่(ประเทศไทย) จำกัด	ABP	100.00	ผลิตและจำหน่ายเบเกอรี่ ภายใต้แบรนด์ โอ ปอง แปะง ("ABP")
บริษัท โกลเด้น สก็๊ป จำกัด	BR	100.00	นำเข้าและจำหน่ายไอศกรีม ภายใต้แบรนด์ Baskin Robbins ("BR")
ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มภายใต้แบรนด์ของตัวเอง			
บริษัท เกรฮาวด์ คาเฟ่ จำกัด	GHC	100.00	ผลิตและจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มแบบบริการเต็มรูปแบบภายใต้แบรนด์ต่อไปนี้ เกรฮาวด์ คาเฟ่ (Greyhound Café) อะนาเตอร์ฮาวด์ (Another Hound Café) สวีทฮาวด์ (Sweet hound)
บริษัท GHC Café (UK)	GHC (UK)	100.00 (บริษัทย่อย ทางอ้อมผ่าน การถือหุ้น GHC)	ผลิตและจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มแบบบริการเต็มรูปแบบภายใต้คอนเซ็ปต์ (Concept) ของ GHC "Basic with a Creative Twist" โดยทำการตลาดที่ต่างประเทศ
ธุรกิจไลฟ์สไตล์			
บริษัท เกรฮาวด์ จำกัด	GH	100.00	ผลิตและจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่น เครื่องประดับและสินค้าไลฟ์สไตล์ ภายใต้แบรนด์ต่อไปนี้ เกรฮาวด์ ออริจินอล (Greyhound Original) เพลย์ฮาวด์ (Playhound)

สไมล์ฮาวด์ (Smileyhound)
 แอนนิมอล เฮ้าส์ (Animal House)
 เอเวอร์ริงฮาวด์ (Everything-Hound)

ภาพรวมธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2559 บริษัทฯ และบริษัทย่อยดำเนินธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ดังต่อไปนี้

1. ธุรกิจร้านโดนัทและเครื่องดื่ม ภายใต้แบรนด์ Dunkin' Donuts	284 สาขา
2. ธุรกิจร้านเบเกอรี่ ภายใต้แบรนด์ Au Bon Pain	70 สาขา
3. ธุรกิจร้านไอศกรีม ภายใต้แบรนด์ Baskin Robbins	30 สาขา
4. ธุรกิจร้านอาหารรูปแบบแพชชั่น คาเฟ่ ภายใต้แบรนด์ Greyhound	24 สาขา
5. ธุรกิจร้านอาหารตามสั่ง ภายใต้แบรนด์ M-Kitchen	1 สาขา

หมายเหตุ: จำนวนสาขาของร้านอาหาร ภายใต้แบรนด์ Greyhound แบ่งเป็นร้านอาหารภายใต้การบริหารงานของบริษัทย่อย จำนวน 13 สาขาและร้านอาหารภายใต้การให้สิทธิแฟรนไชส์แก่พันธมิตรทางธุรกิจในประเทศ จำนวน 11 สาขา

1) ธุรกิจร้านโดนัทและเครื่องดื่ม ภายใต้แบรนด์ Dunkin' Donuts

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายโดนัทและเครื่องดื่มโดยลงทุนผ่าน GDT ในสัดส่วนร้อยละ 100 โดยของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว โดย GDT ได้รับสิทธิภายใต้สัญญาแม่สเตอร์แฟรนไชส์เพื่อผลิตและจำหน่ายโดนัทและเครื่องดื่มภายใต้แบรนด์ "Dunkin' Donuts" ในประเทศไทย โดยมีสิทธิในการเปิดร้าน Dunkin' Donuts ในประเทศไทยแต่เพียงผู้เดียว (Exclusivity Right) ทั้งนี้ GDT สามารถให้ช่วงสิทธิแก่บุคคลที่ 3 ได้โดยมีหน้าที่จัดหาพื้นที่เช่าให้แก่ผู้รับช่วงสิทธิ (โปรดพิจารณารายละเอียดสัญญาที่เปิดเผยในส่วนที่ 2.5)

ในส่วนของกระบวนการผลิต GDT มีครัวกลางและครัวย่อยจำนวน 22 สาขาโดยสามารถแบ่งออกเป็นครัวในกรุงเทพฯและปริมณฑล 5 สาขา ซึ่งสามารถรองรับการผลิตได้สูงถึง จำนวน 3.4 ล้านชิ้นต่อเดือน โดยปัจจุบันมีการผลิตโดนัทอยู่ที่ร้อยละ 87 ของกำลังการผลิตทั้งหมด และครัวย่อยในต่างจังหวัดจำนวน 17 สาขาซึ่งสามารถรองรับการผลิตได้สูงถึง จำนวน 2.7 ล้านชิ้น โดยปัจจุบันการผลิตโดนัทในครัวย่อยต่างจังหวัดอยู่ที่ร้อยละ 71 ของกำลังการผลิตทั้งหมด ที่กระจายอยู่ทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด โดยบริษัทฯ มีกลยุทธ์ในการรักษาคุณภาพที่สดใหม่ของโดนัทโดยนำเทคโนโลยีการแช่แข็ง (Frozen Donuts) มาใช้ในการรักษาคุณภาพที่สดใหม่ของโดนัทเพื่อให้สามารถขนส่งโดนัทจากครัวกลางไปยังศูนย์ครัวย่อยหรือสาขาย่อยที่ห่างไกลได้

GDT มีช่องทางการจำหน่ายหลัก 2 ช่องทางดังนี้ 1) ร้านขนาดเล็ก (Kiosk) มีพื้นที่ประมาณ 10 - 30 ตารางเมตร โดย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2559 มีจำนวน 222 สาขา (รวมสาขาชั่วคราว) คิดเป็นสัดส่วนรายได้ร้อยละ 76.7 ของสัดส่วนรายได้ทั้งหมด ของ GDT และ 2) ร้านขนาดใหญ่ (Standalone) ที่มีพื้นที่ 50 - 150 ตารางเมตร โดย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2559 มีจำนวน 62 สาขา (รวมสาขาชั่วคราว) คิดเป็นสัดส่วนรายได้ร้อยละ 23.3 ของสัดส่วนรายได้ทั้งหมดของ GDT

ในด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ Dunkin' Donuts มีโดนัทมากกว่า 50 ชนิด เพื่อครอบคลุมความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย นอกจากนี้ ที่ผ่านมาร้าน Dunkin' Donuts ยังได้นำเสนอโดนัทรูปแบบใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ปัจจุบันโดนัทของร้าน Dunkin' Donuts มีส่วนผสมที่แตกต่างจากโดนัทของ

ร้านทั่วไป ทั้งในส่วนของผู้โดนต์ ไอซิ่ง และทอปปิง ตัวอย่างเช่น โดนต์ที่มีส่วนผสมของซาร์โคล โดนต์ที่มีส่วนผสมของข้าวไรซ์เบอร์รี่ และมีเครสซิ่งที่เปลี่ยนไปตามเทศกาลต่างๆ ที่สำคัญ เช่น เทศกาลวาเลนไทน์ ปีใหม่ คริสมาสต์ เป็นต้น

2) ธุรกิจร้านเบเกอรี่ ภายใต้แบรนด์ Au Bon Pain

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายเบเกอรี่โดยลงทุนผ่าน ABP ในสัดส่วนร้อยละ 100.0 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว โดย ABP ได้รับสิทธิภายใต้สัญญาแม่ข่ายแฟรนไชส์เพื่อผลิตและจำหน่ายเบเกอรี่ภายใต้แบรนด์ "Au Bon Pain" ในประเทศไทย โดยมีสิทธิในการเปิดร้าน Au Bon Pain ในประเทศไทยแต่เพียงผู้เดียว (Exclusivity Right)

ABP มีโรงงานครัวกลางตั้งอยู่ที่ นิคมอุตสาหกรรมบางปู โดยมีกำลังการผลิตที่ 367,000 ชิ้นต่อเดือน โดยปัจจุบัน ABP มีการผลิตอยู่ที่ร้อยละ 91 ของกำลังการผลิตทั้งหมด โดยกำลังการผลิตส่วนที่เหลือสามารถรองรับสาขาใหม่ได้เพิ่มอีกประมาณ 4 สาขา ทั้งนี้ ABP มีแผนในการขยายโรงงานครัวกลางในอนาคตเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต โรงงานครัวกลางเป็นศูนย์กลางในการผลิตและกระจายสินค้าไปยังครัวสาขาย่อยและสาขาหน้าร้านทั้งหมด 70 สาขา (ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2559)

ABP มีช่องทางการจำหน่ายหลัก คือ การขายสินค้าในรูปแบบร้าน Stand alone ที่มีพื้นที่ประมาณ 50-300 ตารางเมตร ตั้งอยู่บนทำเลสำคัญ ๆ ในแหล่งธุรกิจและแหล่งที่มีการสัญจรไปมาพหลุกพลาณ อาทิ อาคารสำนักงาน โรงพยาบาล และห้างสรรพสินค้า นอกจากนี้ ยังมีการให้บริการอื่น ๆ ได้แก่ บริการจัดเลี้ยง (Catering) และบริการจัดส่งให้ที่บ้าน (Delivery) ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2559 ร้าน Au Bon Pain มีจำนวนทั้งหมด 70 สาขา โดยสาขาส่วนใหญ่จะอยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล นอกจากนั้นจะเป็นสาขาในพัทยาและภูเก็ต อย่างไรก็ดี บริษัทได้พิจารณาโอกาสทางธุรกิจในการเพิ่มสาขาในอีกหลายแห่ง อาทิ เชียงใหม่ เกาะสมุย กระบี่ หัวหินและชานเมืองกรุงเทพมหานคร เป็นต้น ซึ่งเป็นการสร้างโอกาสในการเติบโตเพิ่มเติมสอดคล้องตามนโยบายภาครัฐที่มีการส่งเสริมการกระจายรายได้และสนับสนุนการท่องเที่ยวไปยังหัวเมืองรองมากขึ้น

3) ธุรกิจร้านไอศกรีม ภายใต้แบรนด์ Baskin Robbins

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายไอศกรีมโดยลงทุนผ่าน GS ในสัดส่วนร้อยละ 100.0 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว โดย GS ได้เข้าซื้อกิจการที่ดำเนินธุรกิจการนำเข้าและจำหน่ายไอศกรีมภายใต้แบรนด์ Baskin Robbins จากเจ้าของสิทธิ์เดิม และได้รับสิทธิในการดำเนินกิจการร้านไอศกรีมภายใต้แบรนด์ Baskin Robbins ในประเทศไทยแต่เพียงผู้เดียว (Exclusivity Right)

ปัจจุบันร้านไอศกรีม Baskin Robbins มีไอศกรีมคุณภาพระดับพรีเมียมที่นำเข้ามาจากสหรัฐอเมริกาให้เลือกมากกว่า 40 ชนิด จากระชาติไอศกรีมของแบรนด์ Baskin Robbins ทั่วโลกซึ่งมีมากกว่า 1,000 ชนิด นอกจากนี้ บริษัทยังได้เริ่มผลิตและจำหน่ายไอศกรีมเค้กเอง รวมถึงการออกแบบและพัฒนาารูปแบบไอศกรีมเค้กแบบใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าซึ่งต้องการความแปลกใหม่และหลากหลายมากขึ้น โดยศูนย์กลางการผลิตไอศกรีมเค้ก (Cake Center) ตั้งอยู่ย่านถนนพระรามเก้า สามารถรองรับการผลิตไอศกรีมเค้กได้ทั้งหมดประมาณ 470 ชิ้นต่อปี โดยปัจจุบันมีการผลิต (Utilization rate) อยู่ที่ร้อยละ 90 ต่อปี ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงส่งผลให้ไอศกรีมเค้กเป็นผลิตภัณฑ์ของ GS ที่มีการเติบโตเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากในช่วงเวลาที่ผ่านมา

GS มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลักคือ การขายสินค้าในรูปแบบร้าน Standalone ที่มีพื้นที่ประมาณ 45-80 ตารางเมตร โดยตั้งอยู่บนทำเลสำคัญที่มีการสัญจรไปมาของลูกค้ำเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติซึ่งมีความคุ้นเคยกับแบรนด์ Baskin Robbins เป็นอย่างดี โดย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2559 GS มีสาขาทั้งหมด จำนวน 30 สาขาโดย 24 สาขากระจายอยู่ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำและสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพและปริมณฑล และ 6 สาขาในต่างจังหวัด อาทิ พัทยา ระยอง ประจวบคีรีขันธ์ ภูเก็ต และ หาดใหญ่ เป็นต้น ซึ่งเป็นทำเลที่ตอบรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติได้เป็นอย่างดี

4) ธุรกิจร้านอาหารรูปแบบแฟรนไชส์ กาแฟ ภายใต้แบรนด์ Greyhound

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจร้านอาหารแบบร้านอาหารบริการเต็มรูปแบบ ในรูปแบบแฟรนไชส์ กาแฟ โดยลงทุนผ่าน GHC ในสัดส่วนร้อยละ 100.0 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว โดย GHC ได้พัฒนาแบรนด์ “Greyhound Café” ด้วยตัวเอง โดยมีสาขาแรกที่ห้างสรรพสินค้า ดิเอ็มโพเรียมในปี 2537 ซึ่งเป็นร้านอาหารรูปแบบสไตล์แฟรนไชส์ กาแฟ ที่มีเอกลักษณ์ในตัวเองสูง ซึ่งนับว่าเป็นร้านอาหารแฟรนไชส์ กาแฟแห่งแรกในกรุงเทพฯ ต่อมา ร้านอาหาร Greyhound Café มีการขยายสาขาไปยังห้างสรรพสินค้าไลฟ์สไตล์ชั้นนำทั่วกรุงเทพฯ และปริมณฑล และมีการแตกแบรนด์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในหลากหลายรูปแบบ โดยแต่ละแบรนด์มีรายละเอียดโดยสังเขปดังนี้

แบรนด์	ลักษณะการประกอบธุรกิจ
เกรฮาวด์ คาเฟ่ (Greyhound Café)	ร้านอาหารสไตล์ฟิวชั่นผสมผสานระหว่างอาหารไทยและนานาชาติ ที่มีบริการอาหารและเครื่องดื่มหลากหลายประเภทกว่า 90 เมนู ตั้งแต่ อาหารไทยฟิวชั่น ผสมผสานระหว่างอาหารไทยและนานาชาติ อาหารมังสวิรัตินิยม และ เครื่องดื่ม ภายใต้คอนเซ็ปต์ “Basic with a Creative Twist” โดย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2559 ร้านอาหาร Greyhound Café มีสาขาทั้งหมด 11 สาขาในกรุงเทพฯ และปริมณฑล
อณาเธอร์ฮาวด์ (Another-hound)	ร้านอาหารสไตล์ฟิวชั่นที่ผสมผสานระหว่างอาหารอิตาเลียนและรสชาติจัดจ้านของอาหารไทย รวมทั้งบรรยากาศร้านอาหาร ที่ถ่ายถอดไลฟ์สไตล์ที่พิถีพิถันในการใช้ชีวิตของคนเมืองที่มีสไตล์ ภายใต้คอนเซ็ปต์ “Chic and Glamorous Italian Gourmet with a Thai Twist” มีบริการอาหารและของหวานที่หลากหลายกว่า 70 เมนู ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2559 ร้านอาหารอณาเธอร์ฮาวด์ มีสาขาทั้งหมด 1 สาขาในกรุงเทพฯ
สวีทฮาวด์ (Sweet hound)	มุขขนมที่มีพื้นที่ 40-50 ตร.ม. ตั้งอยู่ภายในร้านอาหารในเครือ GHC โดยมีเมนูขนมกว่า 38 เมนู โดยมีเมนูวาฟเฟิล เป็นเมนูยอดนิยม ซึ่งมีรสชาติที่หลากหลาย อาทิ Waffle Red Velvet, Waffle Banana Choc Cheese, Waffle Tower-fresh Fruit Salad เป็นต้น ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2559 มีร้านอาหารในเครือ GHC ที่มีมุขขนมสวีทฮาวด์ภายในร้าน ทั้งหมด 2 สาขาในกรุงเทพฯ

ร้านอาหาร Greyhound Café มีการจัดซื้อวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารในครัวย่อยจาก 2 แหล่ง คือ 1) วัตถุดิบในการประกอบอาหารจากผู้ผลิตและจำหน่ายวัตถุดิบ และ 2) วัตถุดิบอาหารแปรรูปจากผู้ผลิตและจำหน่ายวัตถุดิบอาหารแปรรูป วัตถุดิบในการประกอบอาหารบางส่วนจะถูกนำมาแปรรูปที่ศูนย์จัดเตรียมและจัดเก็บวัตถุดิบของ GHC ซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางในการแปรรูปและจัดเก็บวัตถุดิบที่ต้องใช้ในการปรุงอาหารในครัวสาขาหน้าร้าน ก่อนกระจายไปยังสาขาหน้าร้านต่าง ๆ โดยวัตถุดิบที่ต้องผ่านการแปรรูปจากศูนย์จัดเตรียมและจัดเก็บวัตถุดิบของ GHC นั้นจะเป็นการแปรรูปด้วยสูตรลับเฉพาะของทางร้านอาหาร Greyhound Café

ปัจจุบัน ร้านอาหาร Greyhound Café มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก 2 ช่องทาง คือ 1) การรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร Greyhound Café และ 2) การซื้ออาหารกลับไปรับประทานที่บ้าน ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2559 ร้านอาหาร Greyhound Café มีสาขาทั้งหมด รวม 24 สาขา แบ่งเป็น สาขาภายใต้การบริหารจัดการของ GHC รวม 13 สาขาในประเทศไทย และสาขาภายใต้การให้สิทธิแฟรนไชส์แก่พันธมิตรทางธุรกิจ在不同ประเทศ รวม 11 สาขา อาทิ สาธารณรัฐประชาชนจีน เขตบริหารพิเศษฮ่องกง แห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน มาเลเซีย เป็นต้น ซึ่งร้านอาหาร Greyhound Café จะตั้งอยู่ใน ศูนย์การค้า และ คอมมูนิตี้ออลล์ ในทำเลที่มีการสัญจรสูงของผู้บริโภคที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงสูง โดยร้านอาหารในเครือ GHC จะมีขนาด 250-400 ตารางเมตรโดยประมาณ

5) ธุรกิจร้านอาหารตามสั่ง ภายใต้แบรนด์ เอ็ม คิซเซ่น

มีการดำเนินธุรกิจ 2 รูปแบบได้แก่ 1) ร้านอาหารตามสั่งสำเร็จรูป และ 2) บริการอาหารสำหรับผู้ป่วยใน (IPD) โดยปัจจุบัน ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2559 มี 1 สาขา โดยมีพื้นที่ประมาณ 170 ตร.ม. ตั้งอยู่ที่โรงพยาบาลรามคำแหง ซึ่งบริษัทฯ มีแผนในการแสวงหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารตามสั่งไม่เพียงแต่ในโรงพยาบาลเท่านั้น แต่ยังคงแสวงหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารตามสั่งในสถานที่อื่น ๆ อีกด้วย เช่น โรงเรียนและโรงพยาบาลอื่น ๆ เป็นต้น

1.3. แนวทางการบริหารธุรกิจของบริษัท

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจหลักในการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) ที่ประกอบธุรกิจหลักด้านการผลิตและจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มผ่านช่องทางร้านอาหารในรูปแบบต่าง ๆ ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย มีในรูปแบบบริการเต็มรูปแบบ (Full Service Restaurant) และแบบบริการด่วน (Quick Service Restaurant) รวมถึงการลงทุนในธุรกิจอื่น เช่น ธุรกิจไลฟ์สไตล์ซึ่งเป็นการต่อยอดธุรกิจจากแบรนด์ร้านอาหารและเครื่องดื่มของตัวเองที่มีความแข็งแกร่งทั้งในด้านภาพลักษณ์ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการ

บริษัทฯ มีวิสัยทัศน์ที่จะเป็นบริษัทชั้นนำในการประกอบธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มภายใต้แบรนด์ของตัวเองและสิทธิแฟรนไชส์ รวมถึงการเป็นบริษัทที่ได้รับความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสียซึ่งรวมถึง ผู้ถือหุ้น ลูกค้า ผู้บริโภค พนักงาน สังคม และคู่ค้า บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะเป็นบริษัทที่มีความแข็งแกร่งในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและเป็นผู้นำทางธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ภายใต้แบรนด์ของตัวเองและภายใต้สิทธิแฟรนไชส์ ทั้งนี้ บริษัทฯ วางแผนที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการเติบโตและขยายธุรกิจในอนาคตซึ่งมีรายละเอียดโดยย่อต่อไปนี้

การขยายธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มจากสิทธิแฟรนไชส์และแบรนด์ของตัวเองที่มีอยู่ในปัจจุบัน

1. ขยายธุรกิจจากการดำเนินธุรกิจภายใต้สิทธิแฟรนไชส์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน

บริษัทฯ มีแผนในการขยายสาขาร้านอาหารภายใต้สิทธิแฟรนไชส์อย่างต่อเนื่อง โดยมีการพิจารณาและวิเคราะห์โอกาสในการลงทุนอย่างสม่ำเสมอ นอกเหนือจากการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ยังมีนโยบายในการกระตุ้นยอดขายภายในร้าน จากการนำเสนอโปรโมชั่นใหม่ ๆ การปรับรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการให้ตอบรับกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค และการปรับปรุงภาพลักษณ์ของร้านค้าให้เป็นที่ดึงดูดต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2. การขยายธุรกิจจากแบรนด์ของตัวเองโดยการให้สิทธิแฟรนไชส์ในต่างประเทศ

บริษัทฯ พิจารณาการขยายสาขาที่ตั้งร้านอาหารภายใต้แบรนด์ของตัวเองอย่างต่อเนื่อง โดยพิจารณาทั้งโอกาสในการประกอบธุรกิจ ทั้งในเรื่องของทำเลที่ตั้งศักยภาพ และความสามารถของบริษัทฯ ในการลงทุน ตลอดจนผลตอบแทนจากการลงทุน นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการขยายสาขาไปยังต่างประเทศ ผ่านการให้สิทธิแฟรนไชส์ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มภายใต้แบรนด์

“Greyhound Café” โดยบริษัทมีรายได้ในรูปแบบของรายได้จากการทำสัญญาให้สิทธิแฟรนไชส์ รายได้จากการขายน้ำจิ้มและซอส และส่วนแบ่งรายได้จากการให้สิทธิแฟรนไชส์ตามอัตราที่กำหนดในสัญญาให้สิทธิแฟรนไชส์ การขยายสาขาผ่านการให้สิทธิแฟรนไชส์ในต่างประเทศเป็นการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนจากการลงทุนที่สูง (Return on Investment) และช่วยลดภาระในการลงทุน และยังสามารถลดความเสี่ยงในการขยายสาขาและการดำเนินงานในต่างประเทศได้อีกด้วย

3. การขยายธุรกิจไลฟ์สไตล์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน

บริษัทฯ มีแผนในการขยายโอกาสในการดำเนินธุรกิจภายใต้ธุรกิจไลฟ์สไตล์ โดยใช้แบรนด์ “เกรฮาวด์” ซึ่งเป็นแบรนด์ของตัวเองที่มีการพัฒนาอย่างยาวนาน ในการต่อยอดธุรกิจต่าง ๆ เช่น การทำคอนเซ็ปต์สโตร์ (Concept Store) ภายใต้ชื่อ “Everything Hound” ที่รวมสินค้าต่าง ๆ ภายใต้แบรนด์ “Greyhound” ที่ไม่จำกัดเพียงแค่อินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นเท่านั้น และการร่วมมือกับแบรนด์ต่าง ๆ ในการสร้างสรรค์สินค้าใหม่ ๆ ภายใต้แบรนด์ “Greyhound” เป็นต้น นอกจากนี้ เมื่อปี 2559 บริษัทได้มีการปรับปรุงร้าน Greyhound Original ที่สาขาสยามพารากอน โดยปรับปรุงให้เป็นร้านคอนเซ็ปต์สโตร์โดยการนำสินค้าไลฟ์สไตล์ ไม่ว่าจะเป็น เสื้อผ้า เครื่องประดับ ของตกแต่งบ้าน ที่เป็นการร่วมมือกันระหว่างพันธมิตรทางธุรกิจและเกรฮาวด์ในการสร้างสรรค์สินค้า ภายใต้แบรนด์เกรฮาวด์ ทั้งนี้ บริษัทยังมีการคัดสรรสินค้าซึ่งมีสไตล์ที่ตอบโจทย์ความมีไลฟ์สไตล์แบบ Greyhound จากแบรนด์ชั้นนำต่าง ๆ มาวางขาย

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจในกลุ่มมัดแมน

1. ทีมผู้บริหารที่มีประสบการณ์และความชำนาญในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ภายใต้การนำของทีมนักบริหารที่มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี และมีทีมงานมืออาชีพ ที่มีความเชี่ยวชาญและมีความมุ่งมั่นในการเตรียมอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพพร้อมบริการลูกค้าอย่างเต็มความสามารถ บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะก้าวเดินไปสู่ความเป็นเลิศ โดยมีมาตรฐานสากลในทุกๆ รายละเอียดของธุรกิจ ตั้งแต่การกำหนดทิศทางการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ (Road Map) การจัดซื้อ ด้านการผลิต การให้บริการ โดยทีมนักบริหารทำงานร่วมกันโดยมีทัศนคติที่มุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ และก็มีมีความสามารถในการปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจในทุกสถานการณ์ ทั้งนี้ทีมนักบริหารยังได้ทำการบ่มเพาะพนักงานที่มีศักยภาพ เพื่อพัฒนาให้ดำรงตำแหน่งผู้บริหารในอนาคต

2. การมีนวัตกรรมเพื่อสนับสนุนการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

กลุ่มมัดแมนให้ความสำคัญในให้พนักงานทุกคนร่วมกันคิดสร้างสรรค์และพัฒนาวัตกรรมใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอเพื่อ

- 2.1. พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย แปลกใหม่ และตอบโจทย์ผู้บริโภค เช่น ชาร์โคลโดนัท (Charcoal Donut) โดนัทพันธุ์ใหม่กับ 12 รสชาติแปลกแหวกแนวจากดั่งกินโดนัทที่ทำจากแป้งผสมผงถ่านที่ได้รับการตอบรับอย่างดี จากกลุ่มผู้บริโภค เมนูชาลมอน วาซาบิ เบเกิล จากร้าน โอ บอง แปะ ที่นำวาซาบิมาเป็นส่วนผสมได้อย่างลงตัว การสร้างสรรค์หน้าเค้กไอศกรีมของบาสกัน ร้อบิ้นส์ ให้เหมาะสมกับช่วงเทศกาล และกระแสความนิยมในแต่ละช่วง
- 2.2. พัฒนารูปแบบร้านให้มีความทันสมัย เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไปของกลุ่มเป้าหมาย โดยทำให้บรรยากาศในร้านตกแต่งสไตล์โมเดิร์น ทันสมัย เหมาะกับการนั่งจิบเครื่องดื่ม และทานอาหารเฟลิดเฟลิน และอยู่ในการศึกษาการนำเสนอรูปแบบร้านค้าแบบใหม่ ที่มีบริการ Wifi และรูปแบบร้านค้าแบบร้านไอร์แลนด์
- 2.3. พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดแบบใหม่ เช่น การนำเสนอโปรโมชั่น Wow Day ของดั่งกินโดนัท ที่จะเสนอขายโดนัทเซต 12 ชิ้น ด้วยราคาพิเศษ ที่ประสบความสำเร็จด้วยยอดขายเกินเท่าตัวของวันธรรมดา

3. สร้างคุณค่าให้แบรนด์เพื่อยกระดับแบรนด์ และพัฒนาต่อยอดธุรกิจในอนาคต

กลุ่มมัดแมนมีความมุ่งมั่นที่จะสร้างแบรนด์ที่อยู่ในใจลูกค้า โดยทางกลุ่มได้ให้ความสำคัญกับเรื่องคุณภาพของสินค้าและมาตรฐานการบริการ ทางกลุ่มยังมีกิจกรรมต่างๆมากมาย เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกกระตือรือร้นที่จะมีส่วนร่วมในแบบ

รนต์ ไม่ว่าจะผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค ไม่ว่าจะเป็น Line Facebook หรือ Instagram หรือผ่านกิจกรรมที่ทางหน้าร้านจัดก็ตาม นอกจากนี้ ทางกลุ่มยังพยายามสร้างความภักดีต่อแบรนด์ ด้วยบัตรสมาชิกประเภทต่างๆ ที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการจากแบรนด์นั้นซ้ำต่อเนื่องไปเรื่อยๆ ทั้งนี้ ทางกลุ่มอยู่ในช่วงการศึกษาการขยายความครอบคลุมของแบรนด์ (Brand Leveraging) ไปยังสินค้าและบริการอื่นๆในอนาคต โดยใช้อิทธิพลของแบรนด์ที่แข็งแกร่งของบริษัทฯ ที่ช่วยส่งเสริมการขายสินค้าใหม่ๆ