

1. รายได้

ในไตรมาส 2/2552 บริษัทและบริษัทย่อยมีรายได้รวม 1,992.8 ล้านบาท (ไตรมาส 2/2551: 1,946.7 ล้านบาท) เพิ่มขึ้น 46.1 ล้านบาท หรือ 2.4% ประกอบด้วย รายได้รวมของธุรกิจโรงแรมเพิ่มขึ้น 4.1% และรายได้รวมของธุรกิจอาหารเพิ่มขึ้น 1.3% ดังนี้

ธุรกิจโรงแรม: รายได้รวมของธุรกิจโรงแรมสูงขึ้น 4.1% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักเนื่องจาก

1. โรงแรมใหม่ (New Hotels): รายได้ของโรงแรมใหม่เพิ่มขึ้นประมาณ 117 ล้านบาท จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน (หรือประมาณ 134%) เนื่องจาก โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ เซ็นทรัลเวิลด์ เริ่มเปิดให้บริการโรงแรมบางส่วน (soft opening) ในเดือนพฤษภาคม 2551 และเปิดให้บริการเต็มโครงการ (grand opening) ในเดือนธันวาคม 2551
2. โรงแรมเดิม (Existing Hotels): รายได้ของโรงแรมเดิมต่ำลงประมาณ 75 ล้านบาท หรือประมาณ 12% เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ซึ่งได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลก และสถานการณ์การเมืองไทยในปัจจุบัน ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง โดยในไตรมาส 2/2552 โรงแรมเดิมมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยเท่ากับ 57.2% ลดลง 4.6% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ในขณะที่มีอัตราค่าห้องพักเฉลี่ยลดลง 2.5% ทั้งนี้ โรงแรมที่ได้รับผลกระทบมาก ได้แก่ โรงแรมในเขตกรุงเทพฯ ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากความไม่แน่นอนของสถานการณ์การเมืองในประเทศในช่วงไตรมาส 2/2552 ที่ผ่านมา

ธุรกิจอาหาร: รายได้รวมของธุรกิจอาหารเพิ่มขึ้น 1.3% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักเนื่องจากการขยายสาขา อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาอัตราการเพิ่มของยอดขายของสาขาเดียวกัน (Same-Store-Sales Growth) ซึ่งเท่ากับ -2.5% ลดลงเนื่องจากได้รับผลกระทบจากปัจจัยลบด้านภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว และสถานการณ์ด้านการเมืองที่ยังคงมีความไม่แน่นอน ส่งผลให้ความเชื่อมั่นในการใช้จ่ายของผู้บริโภคลดลง โดย ณ สิ้นไตรมาส 2/2552 ธุรกิจอาหารมีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 493 สาขา (จาก 511 สาขา ณ สิ้นปี 2551) จำนวนสาขาลดลงสุทธิ 18 สาขา ประกอบด้วย การเปิดสาขาใหม่ 22 สาขา และการปิดสาขาที่ไม่ทำกำไร 40 สาขา (รวมการปิดดำเนินการในภายใต้อัตราการดำเนินงานที่ต่ำกว่าเป้าหมาย 25 สาขา) นอกจากนี้ ในเดือนเมษายน 2552 ธุรกิจอาหารได้เปิดดำเนินการธุรกิจภายใต้เครื่องหมายการค้าใหม่ “เบียร์ด ปาปาส” อีก 1 สาขา เพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ในธุรกิจอาหาร

2. ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

ในไตรมาส 2/2552 บริษัทและบริษัทย่อยมีต้นทุนขายจำนวน 909.2 ล้านบาท (ไตรมาส 2/2551: 893.0 ล้านบาท) โดยคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้น 53.8% (ไตรมาส 2/2551: 53.3%) โดยสามารถแยกแสดงตามธุรกิจหลักได้ดังนี้

ประเภทธุรกิจ	ไตรมาส 2/2552			ไตรมาส 2/2551			% เปลี่ยนแปลง ของต้นทุนขาย
	ต้นทุนขาย (ล้านบาท)	กำไรขั้นต้น (ล้านบาท)	อัตรากำไร ขั้นต้น (%)	ต้นทุนขาย (ล้านบาท)	กำไรขั้นต้น (ล้านบาท)	อัตรากำไร ขั้นต้น (%)	
ธุรกิจโรงแรม	330.5	415.3	55.7%	301.6	402.2	57.2%	+9.6%
ธุรกิจอาหาร	578.7	643.8	52.7%	591.5	615.6	51.0%	-2.2%
รวม*	909.2	1,059.0	53.8%	893.0	1,017.8	53.3%	+1.8%

*หมายเหตุ: ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้นไม่รวมค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายส่วนที่เป็นส่วนเป็นต้นทุนขาย

ธุรกิจโรงแรม

ในไตรมาส 2/2552 บริษัทและบริษัทย่อยมีต้นทุนขายจากธุรกิจโรงแรมจำนวน 330.5 ล้านบาท โดยเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้น 55.7% ของรายได้จากการขายและบริการ (ไตรมาส 2/2551: 57.2%) อัตรากำไรขั้นต้นของไตรมาส 2/2552 ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักเนื่องจาก รายได้จากการขายและบริการลดลงตามที่ได้อธิบายข้างต้น

ธุรกิจอาหาร

ในไตรมาส 2/2552 บริษัทและบริษัทย่อยมีต้นทุนขายจากธุรกิจอาหารจำนวน 578.7 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้น 52.7% ของรายได้จากการขาย (ไตรมาส 2/2551: 51.0%) อัตรากำไรขั้นต้นของไตรมาส 2/2552 เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่วนใหญ่เนื่องจาก การบริหารและควบคุมค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ การปิดดำเนินงานพิซซา ฮัท ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนด้วย

3. กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ค่าตัดจำหน่าย ดอกเบี้ยจ่าย และภาษีเงินได้ (EBITDA) และกำไรสุทธิ

ในไตรมาส 2/2552 บริษัทและบริษัทย่อยมี EBITDA จำนวน 303.6 ล้านบาท ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อน 18.2 ล้านบาท หรือ 5.6% โดยมีสัดส่วน EBITDA ต่อรายได้รวมเท่ากับ 15.2% ลดลงจากไตรมาส 2/2551 ซึ่งเท่ากับ 16.5% สาเหตุหลักเนื่องจาก รายได้ลดลง ซึ่งได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลก และสถานการณ์การเมืองไทยที่ยังคงมีความไม่แน่นอน นอกจากนี้ ในไตรมาส 2/2552 บริษัทได้บันทึกค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงานของโรงแรมเซ็นทาราแกรนด์มิราจ บีชีริสอร์ท พัทยา จำนวนประมาณ 19 ล้านบาท (รวมอยู่ในรายการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร) โดยโรงแรมจะเริ่มเปิดให้บริการบางส่วนในเดือนสิงหาคม 2552 และคาดว่าจะสามารถเปิดให้บริการเต็มโครงการได้ภายในปลายปี 2552 นี้

ในด้านของกำไร (ขาดทุน) สุทธิ บริษัทและบริษัทย่อยมีกำไรสุทธิ (ก่อนรายการพิเศษ) จำนวน 4.8 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนซึ่งมีกำไรสุทธิ 29.4 ล้านบาท หรือลดลง 83.7% ทั้งนี้ เมื่อหักขาดทุนจากการขายสินทรัพย์จากการปิดดำเนินงานพิซซาฮัท จำนวน 2.3 ล้านบาท ขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์ของบาสกิ้น รอปบิ้นส์ จำนวน 50.2 ล้านบาท และบวกด้วยส่วนแบ่งกำไรจากการลงทุนในกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ (จากรายการกำไรจากการประเมินราคาสินทรัพย์ของกองทุนรวม) จำนวน 69.2 ล้านบาท บริษัทและบริษัทย่อยมีกำไรสุทธิเท่ากับ 21.5 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน 26.8%

จากสถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจและการเมืองที่ยังคงมีความไม่แน่นอนในปัจจุบัน กลุ่มบริษัทได้พยายามหามาตรการต่างๆ เพื่อลดต้นทุนและค่าใช้จ่าย เช่น การเจรจากับ Supplier การใช้สาธารณูปโภคอย่างประหยัด การบริหารและควบคุมค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทมีแผนการ ในหารายได้เพิ่ม โดยมุ่งเน้นการขายธุรกิจบริหารโรงแรมให้มากขึ้น ในส่วนของธุรกิจอาหาร ก็ยังคงเน้นกลยุทธ์ในการขยายสาขาและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ



(ดร.รณชิต มหาจักรพะฤทธิ)

รองประธานอาวุโสฝ่ายการเงินและบริหาร

1. REVENUES

During Q2/2009, the Company and its Subsidiaries earned total revenues of Baht 1,992.8 million (Q2/2008: Baht 1,946.7 million). An increase in total revenues of Baht 46.1 million or 2.4% YOY comprised an increase in total revenues of Hotel Business by 4.1% and Food Business by 1.3%.

HOTEL Business: Total revenues of Hotel Business increased by 4.1% YOY primarily resulted from

1. New Hotels: Revenues generated by new hotels increased amounting to approximately Baht 117 million (or 134% YOY) from the same quarter last year due to the soft opening of the new Centara Grand at Central World (CGCW) in May 2008 and the grand opening in December 2008.
2. Existing Hotels: Revenues of existing hotels reduced by approximately Baht 75 million (or 12% YOY) from the same quarter last year which were negatively affected by current World economic crisis as well as Thai political situation resulting a drop in tourist arrivals. During the second quarter, average occupancy rate (%OCC) of existing hotels declined by 4.6% from the same period last year to 57.2% OCC, while average room rate (ARR) dropped by 2.5% YOY. Furthermore, the hotel in Bangkok was highly impacted, as a result of the uncertain Thai political situation during the quarter.

FOOD Business: Total revenues of Food Business increased by 1.3% YOY primarily as a result of outlet expansion. However, the Same-Store-Sales (SSS) growth was -8.7%, decreased mainly due to current economic recession and uncertain political situation resulting decrease of consumer confidence in spending. Total number of Food Business outlets at the end of the quarter is 493 outlets (from 511 outlets at the end of year 2008). A net decrease of 18 outlets contributed by 22 new outlets and 40 closes of non-profitable outlets (including closure due to discontinued operation of Pizza Hut of 25 outlets). Additionally, during April 2009 the Food Business had opened its new brand concept outlet "Beard Papa's" which is to add product variety in Food Business.

2. COSTS OF SALES & GROSS MARGINS

In Q2/2009, costs of sales of the Company and its Subsidiaries totaled Baht 909.2 million (Q2/2008: Baht 893.0 million), thus achieving an overall gross margin of 53.8% (versus 53.3% for Q2/2008) with details as follows:

Business Group	Q2/2009			Q2/2008			% YOY Change in Cost of Sales
	Cost of Sales (Mil. Baht)	Gross Profit Margin (Mil. Baht)	% GP	Cost of Sales (Mil. Baht)	Gross Profit Margin (Mil. Baht)	% GP	
Hotel Business	330.5	415.3	55.7%	301.6	402.2	57.2%	+9.6%
Food Business	578.7	643.8	52.7%	591.5	615.6	51.0%	-2.2%
TOTAL*	909.2	1,059.0	53.8%	893.0	1,017.8	53.3%	+1.8%

* Note: Costs of Sales EXCLUDES depreciation and amortization that are allocated as costs of sales

HOTEL Business: In Q2/2009, the Company and its Subsidiaries had total cost of sales of Baht 330.5 million; thus, as a percentage of total sales, achieving a gross profit margin of 55.7% (compared to 57.2% for Q2/2008). A decrease in % gross margin from last year was primarily because revenues from sales and services decreased (as explained above).

FOOD Business: During Q2/2009, the Company and its Subsidiaries had total cost of sales of Baht 578.7 million. The gross profit margin when compared to total Foods Business revenues equals to 52.7%, increased from 51.0% GP for Q2/2008. The increase was primarily resulted from costs & expenses control and reduction of overhead costs (being allocated expenses relating to selling and administrative activities) due to the discontinued operation of Pizza Hut during the quarter.

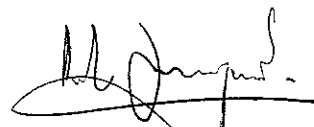
3. EARNINGS BEFORE DEPRECIATION & AMORTIZATION, INTEREST EXPENSES AND INCOME TAX (EBITDA) AND NET PROFIT

In Q2/2009, the Company and its Subsidiaries earned EBITDA of Baht 303.6 million – a decrease by Baht 18.2 million or 5.6% YOY, or as a percentage of total revenues %EBITDA was 15.2%, dropped from 16.5% during Q2/2008. This was primarily due to a drop in revenues which were negatively affected by current World economic crisis as well as uncertain Thai political situation. Moreover, the Company had recorded pre-opening expenses of the new Centara Grand Mirage Beach Resort Pattaya (CMBR) amounting to approximately Baht 19 million in Q2/2009 (presented in selling, general and administrative expenses). CMBR will partially open (soft opening) its hotels for operation in August 2009 and is expected to fully operate within this year.

The Company and its Subsidiaries achieved NET PROFIT (before extra-ordinary items) of Baht 4.8 million – a decrease of 83.7% YOY from the same quarter last year (which is amounting to Baht 29.4 million). Further, with consideration of extra-loss from disposal of assets from discontinuation of Pizza Hut of Baht 2.3 million, extra-loss from impairment of asset of Baskin- Robbins of Baht 50.2 million and extra-equity gain from investment in property fund (regarding the fund's gain from asset revaluation) of Baht 69.2 million, the Company and its Subsidiaries earned NET PROFIT of Baht 21.5 million, dropped 26.8% from the same period last year.

As uncertain current economic and political situation, the Group has implemented various measures to reduce costs and expenses such as price negotiation with suppliers, utilities saving, and costs & expenses control. Additionally, the Group had planed to increase revenues by expanding its managed-hotels portfolio. Whereby, the Food Business had continued its strategy in outlet expansion and product development.

Respectfully yours,



Dr. Ronnachit Mahattanapreut
Senior Vice President – Finance & Administration