

วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2567

บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและการวิเคราะห์ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

ภาพรวมธุรกิจ

ผลการดำเนินงานในไตรมาส 4 ปี 2566 และ ปี 2566

ภาพรวม: บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) รายงานผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งในปี 2566 ส่งผลให้กำไรจากการดำเนินงานเติบโตสูงกว่าระดับปี 2562 อย่างมาก ทั้งก่อนและหลังการใช้หลักเกณฑ์มาตรฐานการรายงานทางการเงิน (TFRS) (เมื่อเปรียบเทียบบนฐานก่อนการใช้หลักเกณฑ์มาตรฐานทางการเงินมีการเติบโต 11% โดยประมาณ) ท่ามกลางความท้าทายรอบด้าน การรายงานผลที่ดียิ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถของบริษัทในการค้นหาโอกาสเชิงกลยุทธ์และขับเคลื่อนการเติบโตให้มีคุณภาพสูงและเป็นไปอย่างยั่งยืน รวมไปถึงถึงภาคการท่องเที่ยวและร้านอาหารที่มีความสามารถในการฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่ง

ในปี 2566 รายได้จากการดำเนินงานโดยรวมของทั้งกลุ่ม อยู่ที่ 153,486 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 22 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยการเติบโตดังกล่าวเป็นผลมาจากการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องของกลุ่มธุรกิจโรงแรมที่มาจากความต้องการการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น และกลยุทธ์การตั้งราคาของบริษัท อีกทั้งการฟื้นตัวของ การรับประทานอาหารภายในร้านและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมใหม่ส่งผลให้การดำเนินงานของกลุ่มร้านอาหารเติบโตขึ้น บริษัทมีกำไรจากการดำเนินงานก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อม (EBITDA) เติบโตร้อยละ 30 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน อยู่ที่ 42,742 ล้านบาท ซึ่งมีอัตราการเติบโตมากกว่ารายได้จากการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพของทั้ง ไมเนอร์ โฮเทลส์ และ ไมเนอร์ ฟู้ด รวมไปถึงความคล่องตัวของกลยุทธ์การบริหารค่าใช้จ่ายและการเพิ่มประสิทธิภาพของบริษัทช่วยให้บริษัทสามารถก้าวผ่านสถานการณ์เงินเฟ้อที่อยู่ในระดับสูงมาได้ด้วยดี อีกทั้งยังมีการเติบโตของ EBITDA จากการดำเนินงานที่สูงขึ้น

บริษัทมีผลกำไรสุทธิจากการดำเนินงานในปี 2566 เพิ่มขึ้นมากกว่า 3 เท่า เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งเพิ่มขึ้นเป็น 7,132 ล้านบาท สูงกว่าระดับของปี 2562 โดยมีกลุ่มธุรกิจโรงแรมร้านอาหาร รวมไปถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานและความสามารถในการเปลี่ยนรายได้เป็นกำไรของบริษัท เป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตในส่วนของกำไรบริษัท ส่งผลให้บริษัทมีผลกำไรสุทธิจากการดำเนินงานในปี 2566 สูงสุดทำลายสถิติที่ผ่านมา

ในไตรมาส 4 ปี 2566 บริษัทรายงานการเติบโตของรายได้จากการดำเนินงานที่ร้อยละ 9 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน อยู่ที่ 39,985 ล้านบาท จากสาเหตุคล้ายกันกับที่ได้กล่าวถึงปี 2566 กลยุทธ์การ

กำหนดราคา การบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ และผลผลิตจากการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจากกลุ่มธุรกิจโรงแรม ส่งผลให้ EBITDA จากการดำเนินงานเติบโตที่อัตราร้อยละ 17 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน อยู่ที่ 12,516 ล้านบาท ในขณะเดียวกันกำไรสุทธิจากการดำเนินงานของปี 2566 อยู่ที่ 2,501 ล้านบาท เทียบกับจำนวน 2,379 ล้านบาทในช่วงเดียวกันของปีก่อน

หากไม่นับรวมผลกระทบจากฐานที่สูงขึ้นซึ่งมาจากปัจจัยดังนี้ 1) การได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐบาล 2) การปรับปรุงทางบัญชีที่เป็นบวกที่เกี่ยวข้องกับสัญญาเช่าซึ่งโดยปกติจะถูกจัดทำในช่วงเริ่มต้นของสัญญาเช่า (การปรับปรุงดังกล่าวถูกดำเนินการในช่วงที่ธุรกิจยังไม่กลับมาอยู่ในสถานะปกติในปี 2565 โดยบริษัทได้รับความยืดหยุ่นในการบันทึกค่าใช้จ่ายจากการเช่า จากโครงสร้างการปรับปรุงที่ได้กล่าวถึง) และ 3) สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีของโรงแรมกลุ่มเอ็น เอช โดยบริษัทได้ใช้ประโยชน์จากการขาดทุนทางภาษีในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ในช่วงไตรมาส 4 ปี 2565 รายได้จากการดำเนินงาน EBITDA และผลกำไรสุทธิในไตรมาส 4 ปี 2566 จะมีอัตราการเติบโตที่สูงกว่าที่อัตราร้อยละ 11, 28 และ 77 ตามลำดับ

หากนับรวมรายการที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวตามรายละเอียดในภาคผนวก ในไตรมาส 4 ปี 2566 บริษัทมีอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 9 และ 9 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สำหรับรายได้ตามงบการเงินและ EBITDA เป็นจำนวน 40,013 ล้านบาท และ 11,084 ล้านบาทตามลำดับ บริษัทมีผลกำไรตามงบการเงินต่ำลงโดยมีผลเพียงจากความผันผวนด้านค่าเงิน ส่งผลให้เกิดการขาดทุนที่เพิ่มขึ้นจากการป้องกันความเสี่ยงและจากสัญญาอนุพันธ์ ในช่วงปี สำหรับปี 2566 บริษัทมีรายได้เติบโตร้อยละ 22 เป็นจำนวน 153,630 ล้านบาท และ EBITDA ตามงบการเงินเติบโตร้อยละ 17 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นจำนวน 41,253 ล้านบาท ในขณะที่บริษัทมีผลกำไรตามงบการเงินที่แข็งแกร่งเป็นจำนวน 5,407 ล้านบาท เติบโตในอัตราร้อยละ 26 จากจำนวน 4,286 ล้านบาท ในปี 2565 แม้ว่าจะมีผลขาดทุนจากการป้องกันความเสี่ยงและจากสัญญาอนุพันธ์ เมื่อเทียบกับผลกำไรในปีก่อน

ผลการดำเนินงาน

หน่วย: ล้านบาท

	ไตรมาส 4 ปี 2566	ไตรมาส 4 ปี 2565 (ปรับปรุง)	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
จากการดำเนินงาน*			
รายได้รวม**	39,985	36,526	9
EBITDA รวม	12,516	10,681	17
EBITDA Margin (ร้อยละ)	31.3	29.2	
กำไรสุทธิรวม	2,501	2,379	5
อัตราการทำกำไรสุทธิ (ร้อยละ)	6.3	6.5	

ตามที่รายงาน

รายได้รวม**	40,013	36,640	9
EBITDA รวม	11,084	10,161	9
EBITDA Margin (ร้อยละ)	27.7	27.7	
กำไรสุทธิรวม	984	1,911	-48
อัตราการทำกำไรสุทธิ (ร้อยละ)	2.5	5.2	

หน่วย: ล้านบาท

	ปี 2566	ปี 2565 (ปรับปรุง)	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
จากการดำเนินงาน*			
รายได้รวม**	153,486	125,910	22
EBITDA รวม	42,742	32,919	30
EBITDA Margin (ร้อยละ)	27.8	26.1	
กำไรสุทธิรวม	7,132	2,019	253
อัตราการทำกำไรสุทธิ (ร้อยละ)	4.6	1.6	
ตามที่รายงาน			
รายได้รวม**	153,630	126,442	22
EBITDA รวม	41,253	35,208	17
EBITDA Margin (ร้อยละ)	26.9	27.8	
กำไรสุทธิรวม	5,407	4,286	26
อัตราการทำกำไรสุทธิ (ร้อยละ)	3.5	3.4	

* ไม่นับรวมรายการที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว ตามรายละเอียดในภาคผนวก

** รวมส่วนแบ่งกำไรและรายได้อื่น

สัดส่วนผลการดำเนินงาน*

ปี 2566

(ร้อยละ)	รายได้	EBITDA	กำไร
โรงแรมและอื่นๆ	78	84	69
ร้านอาหาร	20	16	29
จัดจำหน่าย	1	1	2
รวม	100	100	100

* ไม่นับรวมรายการที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว ตามรายละเอียดในภาคผนวก

พัฒนาการที่สำคัญในไตรมาส 4 ปี 2566

พัฒนาการ

- เปิดร้านอาหารสุทธิจำนวน 38 สาขา โดยส่วนใหญ่เป็นแตรี่ ครีน สเวนเซินส์ เดอะ พิชซ่า คอมปะนี และกาก้าในประเทศไทย
- เปิดโรงแรม 2 แห่ง ในช่วงไตรมาส 4 ปี 2566
 - เอ็นเอช คอลเลคชั่น: โรงแรมเช่าบริหาร 1 แห่ง ในประเทศเยอรมัน
 - ทีโวลี: โรงแรมรับจ้างบริหาร 1 แห่ง ในประเทศสเปน
- ปิดโรงแรม 4 แห่ง ในช่วงไตรมาส 4 ปี 2566
 - อวานี: โรงแรมรับจ้างบริหาร 1 แห่ง ในประเทศโอมาน
 - อนันตรา: โรงแรมรับจ้างบริหาร 1 แห่ง ในประเทศอินโดนีเซีย
 - เอ็น เอช: โรงแรมเช่าบริหาร 2 แห่ง ในประเทศสเปน
- รีแบรนด์โรงแรม 1 แห่ง ในช่วงไตรมาส 4 ปี 2566
 - อวานี: จากแบรนด์เอ็นเอช ในประเทศโคลัมเบีย

ผลการดำเนินงานจำแนกรายธุรกิจ

ธุรกิจร้านอาหารและธุรกิจสัญญาการผลิต

ณ สิ้นไตรมาส 4 ปี 2566 บริษัทมีสาขาร้านอาหารทั้งสิ้น 2,645 สาขา แบ่งเป็นสาขาที่บริษัทลงทุนเอง 1,337 สาขา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51 ของสาขาทั้งหมด และสาขาแฟรนไชส์ 1,308 สาขา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 49 โดยเป็นสาขาภายใต้กลุ่มธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย 2,005 สาขา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 76 และเป็นสาขาภายใต้กลุ่มธุรกิจร้านอาหารอื่น 640 สาขา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24 ครอบคลุม 23 ประเทศครอบคลุมทั่วทวีปเอเชีย โอเชียเนีย ตะวันออกกลาง ยุโรป ประเทศเม็กซิโก และประเทศแคนาดา

ร้านอาหารจำแนกตามบริษัทลงทุนเองและแฟรนไชส์

จำนวนร้านสาขา	ไตรมาส 4 ปี 2566	เปลี่ยนแปลง (q-q)	เปลี่ยนแปลง (y-y)
บริษัทลงทุนเอง	1,337	28	73
สาขาแฟรนไชส์	1,308	10	41
รวมสาขาร้านอาหาร	2,645	38	114
ประเทศไทย*	2,005	31	101
ประเทศจีน	138	-2	-2
ประเทศออสเตรเลีย	326	1	-9
อื่นๆ	176	8	24
รวมสาขาร้านอาหาร	2,645	38	114

* กลุ่มธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยรวมสาขาร้านอาหารในประเทศกัมพูชา ลาว เวียดนาม เวียดนาม และญี่ปุ่น

ร้านอาหารจำแนกตามแบรนด์

จำนวนร้านสาขา	ไตรมาส 4 ปี 2566	เปลี่ยนแปลง (q-q)	เปลี่ยนแปลง (y-y)
เดอะ พิชซ่า คอมปะนี	588	4	14
สเวนเซ่นส์	358	4	10
ซีซซเลอว์	73	0	7
แดรี่ ครีน	518	10	13
เบอร์เกอร์ คิง	130	3	3
เดอะ คอฟฟี่ คลับ	404	6	-1
ไทย เอ็กซ์เพรส	106	1	15
ริเวอร์ไซด์	145	-2	0
เบนิฮานา	21	1	2
บอนซอน	118	3	4
คอฟฟี่ เจอเน่	94	2	9
กาก้า	41	5	41
อื่นๆ*	49	1	-3
รวมสาขาร้านอาหาร	2,645	38	114

* อื่นๆ คือ ร้านอาหารในสนามบิน ซึ่งอยู่ภายใต้บริษัทร่วมทุนในสัดส่วนร้อยละ 51 บริษัท ซีล็ค เซอร์วิส พาร์เทเนอร์ ร้านอาหารในสหราชอาณาจักรภายใต้ แบรนด์ "ภัทรา" และแบรนด์ "พุลเล่"

ผลประกอบการตามกลุ่มร้านอาหาร

โดยภาพรวม ในปี 2566 ยอดขายโดยรวมทุกสาขาเติบโตร้อยละ 10.8 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยเป็นผลมาจากการเติบโตของทุกกลุ่มธุรกิจร้านอาหารในทุกประเทศ ส่วนยอดขายต่อร้านเดิมเติบโตร้อยละ 3.4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงกิจกรรมการขายที่เพิ่มขึ้นจากความสำเร็จของกลยุทธ์ทางธุรกิจในการเพิ่มยอดขายของไมเนอร์ ฟู้ด

ในไตรมาส 4 ปี 2566 ยอดขายโดยรวมทุกสาขา (Total-System-Sales) ซึ่งรวมยอดขายสาขาแฟรนไชส์เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน การเติบโตดังกล่าวได้รับแรงหนุนหลักจากการขยายสาขาที่ทำการของร้านอาหารในประเทศไทยและสิงคโปร์ แม้ว่ายอดขายต่อร้านเดิมโดยรวมของทุกกลุ่มธุรกิจลดลงเล็กน้อยที่ร้อยละ 2.2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน แต่แบรนด์ร้านอาหารหลักบางแบรนด์ของบริษัทยังคงมีการเติบโตของยอดขายต่อร้านเดิมเป็นบวก ทั้งนี้ การฟื้นตัวของผลการดำเนินงานในประเทศไทยสามารถชดเชยผลของกิจกรรมการขายที่อ่อนด้อยลงในประเทศอื่นๆ ได้บางส่วน

ร้านอาหารในประเทศไทยรายงานยอดขายโดยรวมทุกสาขาในไตรมาส 4 ปี 2566 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.9 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งเป็นผลมาจากการขยายสาขาในแบรนด์ต่างๆ เช่น เดอะ พิชซ่า คอมปะนี สเวนเซ่นส์ แดรี่ ครีน และคอฟฟี่ เจอเน่ ยอดขายต่อร้านเดิมลดลงที่ร้อยละ 2.5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน หากไม่นับรวมกลุ่มประเทศ CLMV ร้านอาหารในประเทศไทยมียอดขายต่อร้านเดิมอยู่ในระดับใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา ในระหว่างไตรมาสร้านอาหารในประเทศไทยมีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ เมนูประจำฤดูกาล และรูปแบบร้านใหม่ๆ ที่เพิ่มการมีส่วนร่วมของลูกค้าและออกแบบเพื่อเพิ่มความตื่นเต้นให้กับตลาด ตัวอย่างเช่น แดรี่ ครีน

ที่คิดค้นผลิตภัณฑ์รูปแบบหลากหลาย อาทิ โอวัลติน ภูเขาไฟ, บราวนีกรอบ, สลัดชีสไทย และเมนูพรีเมียมสำหรับเด็กโดยกลยุทธ์ดังกล่าวได้ช่วยขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มความหลากหลายมากขึ้นและเพิ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อใบเสร็จให้สูงขึ้น นอกจากนี้ สเวนเซ่นส์ ยังได้เปิดตัวสาขารูปแบบใหม่ที่สัมผัสประสบการณ์ใหม่สาขาแรกโดยสาขามีการนำเสนอรสชาติไอศกรีมให้ลองถึง 101 รส เพื่อสร้างชื่อเสียงให้แบรนด์ให้เป็นที่รู้จักยิ่งขึ้น รวมถึงดึงดูดให้ลูกค้าเข้าร้านมากขึ้น

กลุ่มธุรกิจร้านอาหารในประเทศจีนมียอดขายต่อร้านเดิมเติบโตที่อัตราร้อยละ 3.3 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แม้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคยังคงอ่อนแอ ขณะที่ยอดขายโดยรวมทุกสาขาลดลงเล็กน้อยที่ร้อยละ 1.7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากจำนวนสาขาที่ลดลง อย่างไรก็ตามกลุ่มธุรกิจร้านอาหารในประเทศจีนมีกลยุทธ์ในการดึงดูดกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหญ่ผ่านการทำการตลาดและส่งเสริมสิทธิประโยชน์สำหรับลูกค้าที่มีความภักดี ส่งผลให้กลุ่มลูกค้าดังกล่าวกลับมาใช้บริการเพิ่มขึ้น

กลุ่มธุรกิจร้านอาหารในประเทศออสเตรเลียรายงานยอดขายโดยรวมทุกสาขาและยอดขายต่อร้านเดิมลดลงที่ร้อยละ 5.2 และ 3.5 ตามลำดับ จากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากกิจกรรมทางธุรกิจที่ลดลงในไตรมาสและการปิดสาขาที่มีผลประกอบการไม่ถึงเกณฑ์บริษัทยังคงใช้กลยุทธ์เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าผ่านการออกแบบร้าน การทำการตลาดผ่านสื่อ การผสมผสานเมล็ดกาแฟ และการนำเสนอเมนูรูปแบบใหม่

ผลการดำเนินงานธุรกิจร้านอาหาร

(ร้อยละ)	ไตรมาส 4 ปี 2566	ไตรมาส 4 ปี 2565	ปี 2566	ปี 2565
อัตราเติบโตของยอดขายต่อร้านเฉลี่ย Average Same-Store-Sales Growth	-2.2	4.4	3.4	8.0
อัตราเติบโตของยอดขายรวมเฉลี่ย Average Total-System-Sales	3.0	17.1	10.8	20.1

หมายเหตุ: การเติบโตของยอดขายคำนวณจากยอดขายที่เป็นสกุลเงินท้องถิ่น เพื่อจัดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน

ผลการดำเนินงาน

สำหรับปี 2566 บริษัทมีรายได้รวมจากการดำเนินงานของธุรกิจร้านอาหารเติบโตร้อยละ 13 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งเป็นผลมาจากการเติบโตของยอดขายของกลุ่มธุรกิจร้านอาหารโดยรวมทุกสาขาและผลประกอบการจากกิจการร่วมค้าที่แข็งแกร่ง นอกจากนี้ การเพิ่มประสิทธิภาพจากการดำเนินงาน และการบริหารจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพโดยเฉพาะในประเทศไทยและประเทศจีนส่งผลให้ EBITDA จากการดำเนินงานของกลุ่มเติบโตอย่างรวดเร็วในอัตราร้อยละ 24 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน อยู่ที่ 6,746 ล้านบาท อีกทั้งอัตราการทำกำไร EBITDA จากการดำเนินงานเติบโตเป็นร้อยละ 21.8 ในปี 2566 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนที่ร้อยละ 19.8

ในไตรมาส 4 ปี 2566 บริษัทมีรายได้รวมจากการดำเนินงานของธุรกิจร้านอาหารเติบโตในอัตราร้อยละ 9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งเป็นผลมาจากรายได้โดยรวมทุกสาขาที่เพิ่มขึ้น รวมถึงกำไรจากกิจการร่วมค้าที่เติบโตขึ้น ร้านอาหารในประเทศไทยและประเทศสิงคโปร์มีผลการดำเนินงานที่เติบโตจากจำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่การจำกัดการให้ส่วนลดเป็นส่วนสำคัญของผลการดำเนินงานที่เติบโตในประเทศจีน นอกจากนี้ประเทศออสเตรเลียมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากกำลังการผลิตในการคั่วเมล็ดกาแฟที่สูงขึ้น ในส่วนของรายได้จากการให้สิทธิแฟรนไชส์ลดลงเล็กน้อยในอัตราร้อยละ 5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการลดจำนวนสาขาแฟรนไชส์ในประเทศออสเตรเลีย และจากผลประกอบการที่ลดลงของสาขาแฟรนไชส์ในประเทศออสเตรเลีย และ CLMV

ในไตรมาส 4 ปี 2566 EBITDA จากการดำเนินงานเติบโตในอัตราร้อยละ 4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน อยู่ที่ 1,685 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจากราคาปลาและต้นทุนวัตถุดิบอื่นๆ ที่ลดลง ประกอบกับการควบคุมค่าใช้จ่ายด้านแรงงานอย่างมีประสิทธิภาพในประเทศจีน อย่างไรก็ตามอัตราการหักค่า EBITDA จากการดำเนินงานมีการเติบโตที่ชะลอลงเล็กน้อยในอัตราร้อยละ 21.5 ในไตรมาส 4 ปี 2566 จาก ร้อยละ 22.4 ในไตรมาส 4 ปี 2565

ผลการดำเนินงาน*			
หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 4 ปี 2566	ไตรมาส 4 ปี 2565	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
รายได้จากผลการดำเนินงาน**	7,432	6,848	9
รายรับจากการให้แฟรนไชส์	397	418	-5
รวมรายได้	7,830	7,266	8
EBITDA	1,685	1,625	4
EBITDA Margin (ร้อยละ)	21.5	22.4	
หน่วย: ล้านบาท	ปี 2566	ปี 2565	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
รายได้จากผลการดำเนินงาน**	29,399	25,759	14
รายรับจากการให้แฟรนไชส์	1,593	1,641	-3
รวมรายได้	30,992	27,401	13
EBITDA	6,746	5,423	24
EBITDA Margin (ร้อยละ)	21.8	19.8	

* ไม่นับรวมรายการที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว ตามรายละเอียดในภาคผนวก

** รวมส่วนแบ่งกำไรและรายได้อื่น

ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ธุรกิจโรงแรม

ณ สิ้นไตรมาส 4 ปี 2566 บริษัทมีโรงแรมที่ลงทุนเอง จำนวน 365 แห่ง และมีโรงแรมและเซอร์วิสรีเทลที่รับจ้างบริหารอีก 167 แห่งใน 55 ประเทศ มีจำนวนห้องพักทั้งสิ้น 78,253 ห้อง ซึ่งเป็นห้องพักของบริษัทลงทุนเองและเช่าบริหาร จำนวน 56,736 ห้อง และห้องพักของบริษัทรับจ้างบริหาร จำนวน 21,517 ห้อง ภายใต้แบรนด์ค่อนดรา, อวานี, ไลค์ส, ทิโวลี, เอ็นเอช คอลเลคชั่น, เอ็นเอช, นาว และ เอเลวานา คอลเลคชั่น โดยจากห้องพักทั้งหมด เป็นห้องพักในประเทศไทย 5,124 ห้อง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7 และเป็นห้องพัก

ในต่างประเทศ 73,129 ห้อง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 93 ในอีก 54 ประเทศ ครอบคลุมทวีปเอเชีย โอเชียเนีย ยุโรป อเมริกา และ แอฟริกา

ห้องพักจำแนกตามบริษัทลงทุนเองและรับจ้างบริหาร

จำนวนห้องพัก	ไตรมาส 4 ปี 2566	เปลี่ยนแปลง (q-q)	เปลี่ยนแปลง (y-y)
บริษัทลงทุนเอง*	56,736	214	315
- ประเทศไทย	3,596	0	0
- ต่างประเทศ	53,140	214	315
รับจ้างบริหาร	21,517	-549	942
- ประเทศไทย	1,528	-595	-447
- ต่างประเทศ	19,989	46	1,389
รวมห้องพัก	78,253	-335	1,257

* จำนวนห้องพักที่บริษัทลงทุนเองรวมโรงแรมที่บริษัทลงทุนเอง เช่าบริหาร และ รวมลงทุน

ห้องพักจำแนกตามการลงทุน

จำนวนห้องพัก	ไตรมาส 4 ปี 2566	เปลี่ยนแปลง (q-q)	เปลี่ยนแปลง (y-y)
ลงทุนเอง	19,078	-30	-156
เช่าบริหาร	35,629	244	271
ร่วมทุน	2,029	0	200
รับจ้างบริหาร	14,924	-543	788
MLRs*	6,593	-6	154
รวมห้องพัก	78,253	-335	1,257

* การบริหารโรงแรมภายใต้สิทธิบริหารจัดการห้องชุด (Management Letting Rights) ในประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์

ผลประกอบการตามประเภทของการลงทุน

โรงแรมที่บริษัทเป็นเจ้าของเองและเช่าบริหาร

กลุ่มโรงแรมที่บริษัทเป็นเจ้าของเองและเช่าบริหาร (รวมเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป) มีสัดส่วนรายได้คิดเป็นร้อยละ 84 ของรายได้จากการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมและอื่นๆ ในไตรมาส 4 ปี 2566 โดยรายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืน (Revenue per Available Room – RevPar) ของกลุ่มโรงแรมทั้งหมด (System-wide) ที่บริษัทเป็นเจ้าของเองและเช่าบริหารเติบโตร้อยละ 19 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน นำโดยการฟื้นตัวของกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวและการเพิ่มขึ้นของราคาห้องพักเฉลี่ยของโรงแรมในทวีปยุโรป ลาตินอเมริกา และประเทศไทยจากปีก่อน กลยุทธ์การขึ้นราคาที่เหมาะสมความสำเร็จของ ไมเนอร์ โฮเทลส์เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตของรายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืนในไตรมาสนี้ ซึ่งเป็นระดับที่สูงกว่าระดับของปี 2562 ในอัตราร้อยละ 43

ในไตรมาส 4 ปี 2566 โรงแรมที่บริษัทเป็นเจ้าของเองในทวีปยุโรปและลาตินอเมริกามีรายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืนของกลุ่มโรงแรมทั้งหมดในสกุลเงินยูโร เติบโตร้อยละ 15 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน นอกจากนี้อัตราการเข้าพักเฉลี่ยที่ร้อยละ 68 ในไตรมาส 4 ปี 2566 มาจากความต้องการด้านการท่องเที่ยวที่แข็งแกร่งและเติบโตสูงกว่าเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนที่อัตราการเข้าพักเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 64 ในขณะที่ราคาห้องพักเฉลี่ยต่อห้อง

ต่อคืนที่สูงขึ้น เติบโตร้อยละ 8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นสกุลเงินยูโร 139 ยูโร ต่อห้องต่อคืน ทั้งนี้โรงแรมในประเทศ สเปนมีการเติบโตของรายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืนสูงสุดตามด้วย เบนเนลักซ์ อิตาลี ทวีปยุโรปกลาง และลาตินอเมริกา จากการเพิ่ม ราคาห้องพักที่สูงส่งผลให้รายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืนของโรงแรม เติบโตสูงกว่าระดับก่อนการระบาดของโรค COVID-19 ที่อัตราร้อยละ 27

ในไตรมาส 4 ปี 2566 โรงแรมที่บริษัทเป็นเจ้าของเองในประเทศไทยมีการฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งและมีรายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืนของกลุ่มโรงแรมทั้งหมด เติบโตร้อยละ 15 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มากขึ้น ซึ่งมีผลมาจากจำนวนเที่ยวบินที่เพิ่มขึ้น รวมถึงกลยุทธ์การขายประเภทห้องพักที่สูงขึ้นของไมเนอร์ โฮเทลส์ ส่งผลให้ราคาห้องพักสูงขึ้น แม้ตัวเลขนักท่องเที่ยวต่างชาติจะยังคงตามหลังระดับก่อนการระบาดของโรค COVID-19 แต่รายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืนของโรงแรมในประเทศไทยสามารถเติบโตสูงกว่าระดับก่อนการระบาดของโรค COVID-19 ที่อัตราร้อยละ 23 หนุนโดยโรงแรมทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด นอกจากนี้รายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืนในเดือนธันวาคม ปี 2566 เติบโตสูงกว่าระดับก่อนการระบาดของโรค COVID-19 ที่อัตราร้อยละ 43 รวมถึงรายงานอัตราเข้าพักเฉลี่ยที่สูงกว่าปี 2562 เป็นครั้งแรกของโรงแรมในประเทศไทย

การกลับสู่ฤดูกาลปกติของมัลดีฟส์ทำให้มีรายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืนในไตรมาส 4 ปี 2566 เป็นสกุลเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงที่ร้อยละ 24 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และลดลงร้อยละ 7 เมื่อเทียบกับปี 2562 ส่วนหนึ่งจากการเผชิญกับการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากการกลับมาเปิดพรมแดนของประเทศอื่นๆ ในขณะที่ปี 2565 มัลดีฟส์มีฐานของผลดำเนินงานที่สูงทั้งปี อย่างไรก็ตาม ราคาห้องพักเฉลี่ยต่อห้องต่อคืนยังคงอยู่ในระดับที่สูงกว่าระดับก่อนการระบาดของโรค COVID-19 แม้อยู่ท่ามกลางการแข่งขัน

กลุ่มโรงแรมภายใต้สิทธิบริหารจัดการห้องชุด

กลุ่มโรงแรมภายใต้สิทธิบริหารจัดการห้องชุด ซึ่งมีสัดส่วนรายได้คิดเป็นร้อยละ 9 ของรายได้จากการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมและอื่นๆ ในไตรมาส 4 ปี 2566 มีรายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืน เป็นสกุลดอลลาร์เฉลี่ยดอลลาร์ เติบโตอย่างต่อเนื่องและสูงกว่าระดับก่อนการระบาดของโรคในอัตราร้อยละ 32 นอกจากนี้ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 อัตราการเข้าพักอยู่ที่ร้อยละ 82 จากร้อยละ 78 และราคาห้องพักเฉลี่ยต่อห้องต่อคืนปรับเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญที่ร้อยละ 26 โดยได้รับแรงผลักดันจากความต้องการด้านการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนที่แข็งแกร่ง จากการมาชมคอนเสิร์ตวันหยุดปิดภาคเรียนของโรงเรียน และเทศกาลต่างๆ รวมถึงการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ นำโดย กลุ่ม MICE โดยเฉพาะอย่างยิ่งในท่าเลใจกลางเมือง แม้ปีก่อนเป็นปีที่มีผลการดำเนินงานสูงรายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืนในสกุลดอลลาร์เฉลี่ยดอลลาร์ลดลงเพียงเล็กน้อยที่ร้อยละ 2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

โรงแรมภายใต้สัญญาจ้างบริหาร

รายได้จากการรับจ้างบริหารโรงแรมในกลุ่มโรงแรมทั้งหมดในไตรมาส 4 ปี 2566 มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 2 ของรายได้จากการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมและอื่นๆ รายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืนเติบโตในอัตราร้อยละ 3 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และในอัตราร้อยละ 31 เมื่อเทียบกับปี 2562 นอกจากนี้ กลุ่มโรงแรมภายใต้สิทธิบริหารจัดการห้องชุดยังคงมีผลการดำเนินงานที่เติบโตอย่างแข็งแกร่งจากการฟื้นตัวของความต้องการด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในทวีปยุโรป เอเชีย มัลดีฟส์ และตะวันออกกลาง

ภาพรวมของโรงแรมทั้งหมด

สำหรับภาพรวมในไตรมาส 4 ปี 2566 รายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืนของกลุ่มโรงแรมทั้งหมดเติบโตในอัตราร้อยละ 12 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และสูงกว่าระดับก่อนการระบาดของโรค COVID-19 ในอัตราร้อยละ 41 โดยการเติบโตอย่างแข็งแกร่งดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการฟื้นตัวของความต้องการในการเดินทางที่สูงขึ้นทั่วโลก ประกอบกับกลยุทธ์การขายและการตั้งราคาห้องพักที่ประสบความสำเร็จของไมเนอร์ โฮเทลส์

สำหรับ ปี 2566 รายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืนของกลุ่มโรงแรมทั้งหมดเติบโตอย่างมีนัยสำคัญในอัตราร้อยละ 22 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และสูงกว่าระดับก่อนการระบาดของโรค COVID-19 ในอัตราร้อยละ 28 จากเหตุผลเดียวกันดังกล่าวข้างต้น

ผลการดำเนินงานธุรกิจโรงแรมจำแนกตามการลงทุน

(System-Wide) อัตราการเข้าพัก (ร้อยละ)				
	ไตรมาส 4 ปี 2566	ไตรมาส 4 ปี 2565 (ปรับปรุง)	ปี 2566	ปี 2565 (ปรับปรุง)
ลงทุนเองและ เช่าบริหาร*	68	63	67	59
ร่วมทุน	42	42	38	40
รับจ้างบริหาร*	62	60	58	52
MLR**	82	80	80	80
เฉลี่ย	67	64	66	59
(System-Wide) ค่าห้องเฉลี่ย (บาท/คืน)				
	ไตรมาส 4 ปี 2566	ไตรมาส 4 ปี 2565 (ปรับปรุง)	ปี 2566	ปี 2565 (ปรับปรุง)
ลงทุนเองและ เช่าบริหาร*	5,563	5,010	5,448	4,735
ร่วมทุน	7,342	7,725	7,005	7,847
รับจ้างบริหาร*	6,198	6,320	5,642	5,655
MLR**	5,377	5,753	5,373	5,430
เฉลี่ย	5,670	5,326	5,489	4,984
(System-Wide) รายได้เฉลี่ยต่อห้อง (บาท/คืน)				
	ไตรมาส 4 ปี 2566	ไตรมาส 4 ปี 2565 (ปรับปรุง)	ปี 2566	ปี 2565 (ปรับปรุง)
ลงทุนเองและ เช่าบริหาร*	3,765	3,174	3,639	2,801
ร่วมทุน	3,047	3,244	2,690	3,174
รับจ้างบริหาร*	3,870	3,768	3,267	2,947
MLR**	4,395	4,616	4,275	4,364
เฉลี่ย	3,823	3,400	3,610	2,965

* จำนวนห้องรวมเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป

** การบริหารโรงแรมภายใต้สิทธิบริหารจัดการห้องชุด (Management Letting Rights) ในประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์

ผลการดำเนินงานของธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม

หนึ่งในธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม คือ ธุรกิจศูนย์การค้าและบันเทิง บริษัทเป็นเจ้าของและบริหารศูนย์การค้า 3 แห่งในกรุงเทพฯ ภูเก็ต และพัทยา นอกจากนี้ บริษัทยังดำเนินธุรกิจบันเทิงในเมืองพัทยาจำนวน 7 กลุ่ม ซึ่งรวมถึงฟิฟธ์ธ์ Ripley's Believe It or Not! และฟิฟธ์ธ์หุ่นขี้ผึ้ง หลุยส์ ทุสโซตส์ แวกซ์เวิร์คที่มีชื่อเสียง

บริษัทดำเนินธุรกิจการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยเพื่อขาย ซึ่งบริษัทจะพัฒนาโครงการควบคู่ไปกับการดำเนินกิจการโรงแรมในพื้นที่เดียวกัน โดยบริษัทมีโครงการที่อยู่ในระหว่างการขายทั้งหมด 2 โครงการทั้งในประเทศและมาเลเซีย และอีกหนึ่งโครงการอาคารสำนักงาน นอกจากนี้ บริษัทได้ประกาศโครงการที่อยู่อาศัยเพื่อขายแห่งใหม่ซึ่งอยู่ระหว่างการก่อสร้างอีก 3 โครงการเพื่อให้มีโครงการที่อยู่อาศัยเพื่อขายอย่างต่อเนื่องในอนาคต

อีกส่วนหนึ่งของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ คือ โครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลา ภายใต้แบรนด์ของบริษัท ชื่อ อนันตรา เวเคชั่น คลับ โครงการเพื่อรองรับการขายสิทธิในการเข้าพักอาศัย และ ณ สิ้นไตรมาส 4 ปี 2566 อนันตรา เวเคชั่น คลับมีห้องพักทั้งหมด 322 ยูนิต ในประเทศไทย นิวซีแลนด์ อินโดนีเซีย และจีน โดย อนันตรา

เวเคชั่น คลับมีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นร้อยละ 6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน อยู่ที่ 18,342 คน ณ สิ้นไตรมาส 4 ปี 2566

ผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมและอื่นๆ

สำหรับปี 2566 บริษัทมีรายได้รวมของธุรกิจโรงแรมและอื่นๆ ที่โดดเด่น เติบโตร้อยละ 25 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน แสดงให้เห็นถึงการฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งของธุรกิจทุกภาคส่วน EBITDA จากการดำเนินงาน เติบโตอย่างแข็งแกร่งที่อัตราร้อยละ 32 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนอยู่ที่ 35,730 ล้านบาท การเติบโตดังกล่าวมาจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากราคาห้องพักที่สูงขึ้นและการเติบโตของรายได้รวมทั้งหมดส่งผลให้อัตราการทำกำไร EBITDA จากการดำเนินงาน เติบโตเป็นร้อยละ 29.7 ในปี 2566 เพิ่มขึ้นจากอัตราร้อยละ 28.1 ในปี 2565

ในไตรมาส 4 ปี 2566 รายได้รวมจากการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมและอื่นๆ เติบโตในอัตราร้อยละ 11 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน มาจากการฟื้นตัวของธุรกิจโรงแรมที่สามารถขดเชยรายได้ที่อ่อนตัวลงของธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม รายได้จาก การดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมและบริการที่เกี่ยวข้องเติบโตในอัตราร้อยละ 13 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากความต้องการการท่องเที่ยวที่สูงและการใช้กลยุทธ์การตั้งราคาได้อย่างดี ส่งผลให้ผลการดำเนินงานของโรงแรมในทวีปยุโรป ลาตินอเมริกา และประเทศไทยดียิ่งขึ้น

รายได้จากการรับจ้างบริหารโรงแรมลดลงร้อยละ 18 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน มาจากการปิดโรงแรมที่อัมตวในระหว่างที่โรงแรมใหม่ยังอยู่ในช่วงเพ่งเปิดให้บริการ หากไม่นับรวมปัจจัยดังกล่าว รายได้จากการรับจ้างบริหารจะเติบโตซึ่งมีผลจากรายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืนที่เติบโตขึ้นและจากการขยายจำนวนห้องพักสำหรับรายได้จากธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรมในไตรมาส 4 ปี 2566 ลดลงที่อัตราร้อยละ 6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน แม้ว่าผลการดำเนินงานของธุรกิจอนันตรา เวเคชั่น คลับ และร้านอาหารในประเทศอังกฤษจะดีขึ้นก็ตาม การเติบโตของธุรกิจที่กล่าวข้างต้นสามารถขดเชยรายได้เพียงบางส่วนที่ลดลงจากธุรกิจศูนย์การค้าและบันเทิง และจากการขายอสังหาริมทรัพย์ที่มีการรับรู้รายได้จากการขายที่ไม่ตรงกับจำนวนที่ขายได้ในไตรมาสให้เป็นไปตามมาตรฐานบัญชี นอกจากนี้ธุรกิจอนันตรา เวเคชั่น คลับมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากจำนวนแอดมัยและราคาเฉลี่ยต่อแอดมัยที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่ เดอะ โวลล์สีย์ กรุ๊ป มีผลประกอบการที่ดีขึ้นจากจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นและการเพิ่มจำนวนสาขา

EBITDA จากการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมและอื่นๆ ในไตรมาส 4 ปี 2566 เติบโตที่อัตราร้อยละ 20 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน อยู่ที่ 10,747 ล้านบาท ซึ่งเป็นอัตราที่เร็วกว่าการเติบโตของรายได้ส่งผลให้อัตราการทำกำไร EBITDA จากการดำเนินงานเพิ่มขึ้นอยู่ที่ร้อยละ 34.1 ในไตรมาส 4 ปี 2566 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 31.4 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน การขยายตัวของอัตราส่วนทำกำไรเป็น

ผลมาจากความสามารถในการทำกำไรของโรงแรมในประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นและจากการปรับปรุงบัญชีต้นทุนในด้านบวกของโอคส์ตามมาตรฐานบัญชี IFRS 16

หากไม่นับรวมผลกระทบจากฐานที่สูงขึ้นของโรงแรมกลุ่มเอ็น เอช ในไตรมาส 4 ปี 2565 ซึ่งมาจากการได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐบาล อันเนื่องจากการระบาดของโรค COVID-19 และการปรับปรุงทางบัญชีที่เป็นบวกที่เกี่ยวข้องกับสัญญาเช่าในช่วงที่ธุรกิจยังไม่กลับมาอยู่ในสภาวะปกติ และผลประโยชน์จากการขาดทุนทางภาษีในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 จากสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี จะทำให้อัตราการเติบโตของรายได้รวมจากการดำเนินงานและ EBITDA ของธุรกิจโรงแรมและอื่นๆ สูงขึ้นกว่ามากที่ร้อยละ 13 และ 34 ตามลำดับ

ผลการดำเนินงาน*

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 4 ปี 2566	ไตรมาส 4 ปี 2565 (ปรับปรุง)	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
ธุรกิจโรงแรมและบริการที่เกี่ยวข้อง**	29,167	25,904	13
ธุรกิจรับจ้างบริหารโรงแรม	593	722	-18
ธุรกิจอื่นๆ	1,786	1,896	-6
รวมรายได้	31,546	28,522	11
EBITDA	10,747	8,945	20
EBITDA Margin (ร้อยละ)	34.1	31.4	

หน่วย: ล้านบาท	ปี 2566	ปี 2565 (ปรับปรุง)	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
ธุรกิจโรงแรมและบริการที่เกี่ยวข้อง**	110,819	88,551	25
ธุรกิจรับจ้างบริหารโรงแรม	2,128	2,020	5
ธุรกิจอื่นๆ	7,328	5,416	35
รวมรายได้	120,276	95,987	25
EBITDA	35,730	27,012	32
EBITDA Margin (ร้อยละ)	29.7	28.1	

* ไม่นับรวมรายการที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว ตามรายละเอียดในภาคผนวก
** รวมส่วนแบ่งกำไรและรายได้อื่น

ธุรกิจไลฟ์สไตล์

ณ สิ้นไตรมาส 4 ปี 2566 บริษัทมีร้านค้าและจุดจำหน่ายจำนวนทั้งสิ้น 286 แห่ง ลดลง 11 แห่งจาก 297 แห่ง ณ สิ้นไตรมาส 4 ปี 2565 โดยการลดลงดังกล่าวเป็นผลมาจากการปิดสาขาของแบรนด์เอสปรี และแรทลีย์ เพื่อมุ่งเน้นประสิทธิภาพของสาขา และมาจากการปิดสาขาบางส่วนแบรนด์บอสลี และอเนลโล่ สุธิต ด้วยการเปิดร้านค้าใหม่ของกลุ่มเครื่องใช้ในบ้านและครัวเรือนภายใต้แบรนด์สวิลลิ่ง เจ.เอ. เอ็งเคิลส์ โจเซฟ โจเซฟ และเบิร์กชอฟ ทั้งนี้ ร้อยละ 66 ของจำนวนร้านค้าและจุดจำหน่ายทั้งหมด 286 แห่ง เป็นของกลุ่มแฟชัน ภายใต้แบรนด์อเนลโล่ บอสลี และชาร์ล แอนด์ คีธ ในขณะที่ร้อยละ 34 เป็นของกลุ่มเครื่องใช้ในบ้านและครัวเรือน ภายใต้แบรนด์โจเซฟ โจเซฟ สวิลลิ่ง เจ.เอ. เอ็งเคิลส์ และเบิร์กชอฟ

จำนวนสาขาและจุดจำหน่ายของธุรกิจจัดจำหน่าย

จำนวนสาขา / จุดจำหน่าย	ไตรมาส 4 ปี 2566	เปลี่ยนแปลง (q-q)	เปลี่ยนแปลง (y-y)
กลุ่มสินค้าแฟชั่น	190	-1	-15
กลุ่มเครื่องใช้ในบ้านและครัวเรือน	96	9	4
รวม	286	8	-11

ในไตรมาส 4 ปี 2566 ไมเนอร์ ไลฟ์สไตล์มีรายได้จากการดำเนินงานลดลงร้อยละ 18 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากจำนวนร้านค้ากลุ่มแฟชั่นที่ลดลง รวมถึงการปิดทุกสาขาของแบรนด์เอสปรี และแรทลีย์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การปิดสาขาที่ไม่ทำกำไร อย่างไรก็ตามรายได้ของกลุ่มเครื่องใช้ในบ้านและครัวเรือนทุกแบรนด์ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องจากการขายให้กับกลุ่มธุรกิจและการประสบความสำเร็จในการทำแคมเปญการขายในห้างสรรพสินค้า รวมถึงได้รับส่วนแบ่งกำไรจากป๊อปปูล่าร์ มาเสริมรายได้ของกลุ่ม

ในไตรมาส 4 ปี 2566 EBITDA จากการดำเนินงานของ ไมเนอร์ ไลฟ์สไตล์ลดลงร้อยละ 25 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน อยู่ที่ 83 ล้านบาท ส่วนใหญ่มาจากการตั้งค่าใช้จ่ายสำรองสำหรับสินค้าคงเหลือที่ล้าสมัยตามมาตรฐานการบัญชี และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการปิดสาขาบางแบรนด์ ส่งผลให้อัตราการทำกำไร EBITDA ของไมเนอร์ ไลฟ์สไตล์ลดลงอยู่ที่ร้อยละ 13.7 ในไตรมาส 4 ปี 2566 จากร้อยละ 15.0 ในไตรมาส 4 ปี 2565

ในปี 2566 ไมเนอร์ ไลฟ์สไตล์มีรายได้จากการดำเนินงานลดลงร้อยละ 12 แม้ไมเนอร์ สมาร์ท คิสส์ จะมีผลการดำเนินงานที่ปรับตัวดีขึ้นแต่ไม่สามารถชดเชยผลการดำเนินงานที่ด้อยลงของแบรนด์อื่นในกลุ่ม และผลกระทบจากการลดจำนวนสาขาของแบรนด์แฟชั่นนอกจากนี้ EBITDA จากการดำเนินงานของปี 2566 ลดลงร้อยละ 45 อยู่ที่ 267 ล้านบาทเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากสาเหตุเดียวกันกับที่ได้กล่าวมาข้างต้น ส่งผลให้อัตราการทำกำไร EBITDA ของไมเนอร์ ไลฟ์สไตล์ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 19.2 ในปี 2565 เป็นร้อยละ 12.0 ในปี 2566

ผลการดำเนินงาน*

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 4 ปี 2566	ไตรมาส 4 ปี 2565	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
รวมรายได้**	609	739	-18
EBITDA	83	111	-25
EBITDA Margin (ร้อยละ)	13.7	15.0	

หน่วย: ล้านบาท	ปี 2566	ปี 2565	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
รวมรายได้**	2,218	2,521	-12
EBITDA	267	485	-45
EBITDA Margin (ร้อยละ)	12.0	19.2	

* ไม่นับรวมรายการที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว ตามรายละเอียดในภาคผนวก
** รวมส่วนแบ่งกำไรและรายได้อื่น

งบดุลและกระแสเงินสด

ณ สิ้นปี 2566 บริษัทมีสินทรัพย์รวม 359,196 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 986 ล้านบาทจาก 358,210 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2565 โดยการเพิ่มขึ้นดังกล่าวมีสาเหตุหลักมาจาก (1) การเพิ่มขึ้นของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นจำนวน 1,191 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลมาจากยอดขายที่เพิ่มขึ้น (2) การเพิ่มขึ้นจำนวน 3,785 ล้านบาทของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ มาจากการเพิ่มสินทรัพย์และการเข้าซื้อกิจการของรีสอร์ทในมัลดีฟส์ รวมถึงกำไรจากการแปลงค่าเงิน (3) การเพิ่มขึ้นของสิทธิการใช้สินทรัพย์จากการต่อสัญญาเช่าบริหารโรงแรมในทวีปยุโรปจำนวน 4,089 ล้านบาท (4) การเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนจำนวน 3,153 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการปรับมูลค่าดีดของเดอะ โวลล์สลิย์ ค่าความนิยมจากการเข้าซื้อรีสอร์ทที่มัลดีฟส์ และจากสิทธิในการเป็นเจ้าของแฟรนไชส์แบรนด์ ชิซซ์เลอร์ รวมไปถึงกำไรจากการแปลงค่าเงินสุทธิด้วย (1) การลดลงของเงินสดจำนวน 8,706 ล้านบาทจากการชำระคืนเงินกู้ยืม (2) การลดลงของที่ดินและโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อขายจำนวน 278 ล้านบาทจากกิจกรรมการขายอสังหาริมทรัพย์ (3) การลดลงของสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนที่ถือไว้เพื่อขายจำนวน 332 ล้านบาท จากการขายโรงแรมในออสเตรเลียในไตรมาส 2 ปี 2566

บริษัทมีหนี้สินรวม 271,901 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2566 ลดลงจำนวน 3,699 ล้านบาท จาก 275,601 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2565 โดยการลดลงดังกล่าวมีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของเงินกู้ยืมสุทธิจำนวน 15,795 ล้านบาท จากการชำระคืนเงินกู้ยืมระยะสั้น ระยะยาวและหุ้นกู้ สุทธิด้วย (1) การเพิ่มขึ้นของหนี้สินภายใต้สัญญาเช่าจำนวน 5,011 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการเพิ่มสัญญาเช่าใหม่และการต่อสัญญาเช่าบริหารโรงแรมในทวีปยุโรป (2) การเพิ่มขึ้นของหนี้สินอนุพันธ์จำนวน 3,294 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทเพิ่มขึ้นจำนวน 4,686 ล้านบาท จาก 82,609 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2565 เป็น 87,295 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2566 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลมาจาก (1) ผลกำไรสุทธิของปี 2566 จำนวน 5,407 ล้านบาท (2) การใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิจำนวน 7,894 ล้านบาท สุทธิด้วย (1) ผลขาดทุนจากการแปลงค่าเงินจำนวน 1,995 ล้านบาท (2) ดอกเบี้ยจ่ายของหุ้นกู้ที่มีลักษณะคล้ายทุนจำนวน 1,552 ล้านบาท (3) จากการจ่ายปันผลให้กับผู้ถือหุ้นในปี 2566 จำนวน 2,729 ล้านบาท และ (4) การเปลี่ยนแปลงของดอกเบี้ยการลงทุน จากการเพิ่มเงินลงทุนในบริษัทย่อย เช่น กลุ่มโรงแรมเอ็น เอช บอนซอน และไมเนอร์ ฟู้ด สิงคโปร์ จำนวน 1,229 ล้านบาท

สำหรับปี 2566 บริษัทและบริษัทย่อยมีกระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงานเป็นบวกจำนวน 38,017 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 7,878 ล้านบาทจากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการดำเนินงานที่ฟื้นตัวอย่างมีนัยสำคัญ

บริษัทมีกระแสเงินสดใช้ในกิจกรรมการลงทุน จำนวน 8,264 ล้านบาท ในปี 2566 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก (1) การลงทุนตามปกติของธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร และธุรกิจอื่นๆ จำนวน 7,864 ล้านบาท (2) การเข้าซื้อรีสอร์ทที่มัลดีฟส์ และสิทธิในการเป็นเจ้าของแฟรนไชส์แบรนด์ ชิซซ์เลอร์ จำนวน 1,418 ล้านบาท

บริษัทมีเงินสดจ่ายสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงินจำนวน 38,918 ล้านบาท ในปี 2566 โดยส่วนใหญ่เป็นผลมาจาก (1) การชำระคืนหนี้สินภายใต้สัญญาเช่าจำนวน 10,866 ล้านบาท (2) ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยจ่ายจำนวน 10,691 ล้านบาท (3) ดอกเบี้ยจ่ายของหุ้นกู้ที่มีลักษณะคล้ายทุนสุทธิจำนวน 1,552 ล้านบาท (4) การชำระคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นและระยะยาวจากสถาบันการเงิน หุ้นกู้ และหุ้นกู้ที่มีลักษณะคล้ายทุนสุทธิจำนวน 17,768 ล้านบาท (5) การจ่ายปันผลให้กับผู้ถือหุ้นจำนวน 2,729 ล้านบาท และ (6) เงินสดจ่ายจำนวน 3,144 ล้านบาท เพื่อเพิ่มการลงทุนในกลุ่มโรงแรมเอ็น เอช บอนซอน และไมเนอร์ ฟู้ด สิงคโปร์ สุทธิด้วยการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิจำนวน 7,894 ล้านบาท

โดยภาพรวม กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน การลงทุน และการจัดหาเงิน ส่งผลให้เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดสุทธิของบริษัทลดลงจำนวน 9,165 ล้านบาท ในปี 2566

กระแสเงินสดอิสระ (Free cash flow) ซึ่งคำนวณมาจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน สุทธิด้วยเงินชำระคืนหนี้สินตามสัญญาเช่า ดอกเบี้ยจ่าย ซึ่งรวมถึงดอกเบี้ยจ่ายของหุ้นกู้ที่มีลักษณะคล้ายทุน และเงินจ่ายสำหรับการลงทุนสุทธิเป็นบวกอยู่ที่จำนวน 2.0 พันล้านบาทในปี 2566 โดยมีสาเหตุหลักมาจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

บริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 42.8 ในปี 2565 เป็นร้อยละ 44.6 ในปี 2566 ซึ่งผลส่วนใหญ่มาจากการเติบโตจากด้านการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร ส่งผลให้อัตราผลกำไรจากการดำเนินงานของบริษัทปรับตัวดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญที่ร้อยละ 4.6 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.6 จากปีก่อนหน้า

อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ซึ่งไม่นับรวมรายการที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว) เพิ่มขึ้นมาที่ร้อยละ 8.4 ในปี 2566 มีสาเหตุมาจากการฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งของธุรกิจโรงแรม และการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจร้านอาหารจากจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ซึ่งไม่นับรวมรายการที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว) ที่เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 0.6 ในปี 2565 เป็นร้อยละ 2.0 ในปี 2566 แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มที่ดีของผลการดำเนินงาน

ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยของบริษัทลดลงจาก 38 วันในปี 2565 เป็น 37 วันในปี 2566 ซึ่งเป็นผลมาจากความพยายามของบริษัทในการเก็บเงินจากลูกหนี้การค้าได้เร็วขึ้น ส่วนอัตราส่วนค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญต่อยอดลูกหนี้การค้ายังลดลงจากร้อยละ 9.9 ปี 2565 เป็น

ร้อยละ 8.8 ในปี 2566 โดยมีสาเหตุหลักจาก การพัฒนาทางธุรกิจ โรงแรมโดยเพิ่มปริมาณและคุณภาพของการขายให้สูงขึ้น

สินค้าคงเหลือของบริษัทส่วนใหญ่ประกอบด้วย วัตถุดิบ สินค้าระหว่างผลิต และสินค้าสำเร็จรูปของธุรกิจร้านอาหารและธุรกิจจัดจำหน่ายและรับจ้างผลิต โดยอายุเฉลี่ยของสินค้าคงเหลือลดลงจาก 25 วันในปี 2565 เป็น 21 วันในปี 2566 เนื่องจากยอดขายที่สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญและการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือเชิงรุก ในส่วนของอายุเฉลี่ยของเจ้าหนี้การค้ำลดจาก 79 วันในปี 2565 เป็น 69 วันในปี 2566 เนื่องจากบริษัทกลับมาดำเนินงานตามปกติโดยไม่ทำการยืดอายุการชำระหนี้

บริษัทมีอัตราส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนต่อหนี้สินหมุนเวียนอยู่ที่ 0.6 เท่า ณ สิ้นปี 2566 เทียบกับ 0.7 เท่า ณ สิ้นปี 2565 โดยมีสาเหตุหลักมาจากจำนวนเงินสดที่ลดลงจากการชำระคืนหนี้สินระยะยาว และหุ้นกู้

ตามเงื่อนไขทางการเงินใหม่ของพันธสัญญาหนี้ ซึ่งไม่รวมหนี้สินภายใต้สัญญาเช่า อัตราส่วนหนี้สินส่วนที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นสุทธิลดลงจาก 1.17 เท่า ณ สิ้นปี 2565 เป็น 1.01 เท่า ณ สิ้นปี 2566 โดยมีสาเหตุมาจากจำนวนหนี้สินส่วนที่มีภาระดอกเบี้ยที่ลดลงจากการชำระหนี้สุทธิ และฐานส่วนของผู้ถือหุ้นที่เพิ่ม ซึ่งต่ำกว่าเงื่อนไขของพันธสัญญาหนี้ที่ 1.75 เท่า และต่ำกว่าเกณฑ์กำหนดภายในของบริษัทที่ 1.3 เท่า อย่างมีนัยสำคัญ ในส่วนของอัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจาก 4.6 เท่า ในปี 2565 เป็น 4.7 เท่า ในปี 2566 โดยมีสาเหตุหลักมาจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงานปรับตัวดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

อัตราส่วนทางการเงิน

ความสามารถในการทำกำไร	31 ธ.ค. 66	31 ธ.ค. 65 (ปรับปรุง)
อัตรากำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	44.6	42.8
อัตรากำไรสุทธิ (ร้อยละ)	3.5	3.4
อัตรากำไรสุทธิจากผลการดำเนินงาน* (ร้อยละ)	4.6	1.6
ความมีประสิทธิภาพ	31 ธ.ค. 66	31 ธ.ค. 65 (ปรับปรุง)
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น* (ร้อยละ)	8.4	2.5
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์* (ร้อยละ)	2.0	0.6
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	37	38
อายุเฉลี่ยของสินค้าคงเหลือ (วัน)	21	25
อายุเฉลี่ยของเจ้าหนี้การค้า (วัน)	69	79
ความสามารถในการดำรงสภาพคล่อง	31 ธ.ค. 66	31 ธ.ค. 65
สินทรัพย์หมุนเวียนต่อหนี้สินหมุนเวียน (เท่า)	0.6	0.7
ภาระหนี้สินต่อทุน	31 ธ.ค. 66	31 ธ.ค. 65
อัตราส่วนหนี้สินส่วนที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	1.17	1.44

อัตราส่วนหนี้สินส่วนที่มีภาระดอกเบี้ยสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	1.01	1.17
	31 ธ.ค. 66	30 ธ.ค. 65 (ปรับปรุง)
อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย (เท่า)	4.7	4.6

*ไม่นับรวมรายการที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว ตามรายละเอียดในภาคผนวก

แนวโน้มในอนาคต

บริษัทเริ่มต้นอย่างแข็งแกร่งในปี 2567 โดยมีรายได้จากห้องพักในเดือนมกราคมและรายได้จากการจองห้องพักล่วงหน้าในเดือนกุมภาพันธ์และมีนาคมสูงกว่าระดับของปี 2566 ถึงร้อยละ 39 สำหรับประเทศไทยและที่ร้อยละ 20 สำหรับทวีปยุโรป แนวทางของบริษัทในการสร้างผลกำไรและการเติบโตที่มีความยืดหยุ่นในปี 2567 ได้รับการสนับสนุนจากความมุ่งมั่นในการเพิ่มมูลค่าที่สูงให้กับผู้ถือหุ้น รวมไปถึงลูกค้าอีกด้วยบริษัทยังเห็นถึงการกลับมาอย่างแข็งแกร่งของนักท่องเที่ยวชาวจีน แม้ในประเทศจีนจะพบกับความท้าทายด้านเศรษฐกิจ ทั้งนี้ การท่องเที่ยวทั่วโลกจะกลับมาเติบโตอย่างแข็งแกร่งต่อเนื่องด้วยปัจจัยสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวจากรัฐบาลในบางประเทศ เสริมด้วยจำนวนเที่ยวบินที่เพิ่มขึ้น

บริษัทยังคงหนักแน่นในวิสัยทัศน์ที่จะเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมโดยการมอบประสบการณ์ที่เหนือกว่าไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่เล็งเห็นถึงการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า บริษัทได้มีการวางแผนกลยุทธ์ 3 ปีใหม่สำหรับ ปี 2566 - 2569 และได้มองเห็นถึงโอกาสการเติบโตอย่างแข็งแกร่งแม้จะมีฐานของผลประกอบการที่สูงแล้วก็ตาม บริษัทตั้งเป้าการเติบโตของรายได้ที่ร้อยละ 8-10 ต่อปี ในวิธีคำนวณแบบ CAGR ในระหว่างที่การเติบโตของผลกำไรจะอยู่ที่ร้อยละ 15-20 ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตที่สูงกว่าอัตราการเติบโตของรายได้ เหตุผลมาจากการขยายเพิ่มของอัตรากำไรสุทธิและจากการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ในปี 2569 บริษัทมีเป้าหมายที่จะรักษา ROIC ให้อยู่เหนือร้อยละ 10

เป้าหมายของบริษัทสะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นที่มีต่อการเติบโตอย่างยั่งยืน รวมถึงพอร์ตโฟลิโอธุรกิจที่มีความยืดหยุ่นในการฟื้นตัวในอีก 3 ปีข้างหน้า บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะขยายขอบเขตทางธุรกิจให้อยู่ในกว่า 63 ประเทศ มีโรงแรมกว่า 780 แห่ง (จาก 532 โรงแรม) และมีร้านอาหารกว่า 3,700 สาขา (จาก 2,645 สาขา) ทั่วโลก การขยายส่วนใหญ่จะมาจากการขยายผ่านแผนธุรกิจ Asset - Light และร่วมมือกับพันธมิตรทางกลยุทธ์ ลดปริมาณการลงทุนและความเสี่ยง โดยมุ่งเน้นการขยายในระดับโลก

กลยุทธ์หลักในการมุ่งสู่เป้าหมายดังกล่าวมีดังต่อไปนี้:

การผลักดันกลุ่มธุรกิจปัจจุบัน

การสร้างแบรนด์โดยใช้กลยุทธ์ Flagship: บริษัท มุ่งเน้นที่จะผลักดันรายได้ให้สูงสุด เพิ่มความครอบคลุมของตลาด และเติบโตอย่างยั่งยืนผ่านแบรนด์ชั้นนำที่มีอยู่ในปัจจุบันของบริษัท รวมไปถึง

การเพิ่มสถานที่ที่โดดเด่นในจุดหมายใหม่ๆ อาทิ Anantara Palazzo Naiadi ในกรุงโรมและร้าน Flagship ประจำจังหวัดร้านที่หกของสเวนเซนส์ที่หาดใหญ่ที่สร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับลูกค้าได้สัมผัสประสบการณ์ในแบบท้องถิ่น ร้าน Flagship เหล่านี้เป็นตัวแทนสำคัญของแบรนด์ เผยถึงความเป็นตัวตนและความหมายที่โดดเด่นของแต่ละแบรนด์ผ่านประสบการณ์ตรงที่จะเพิ่มความภักดีและขยายตลาดในวงกว้าง

การเพิ่มมูลค่าสูงสุดให้กับสินทรัพย์: ในปี 2566 บริษัท ประสบความสำเร็จในการรีแบรนด์ 19 โรงแรม และอีกกว่า 30 โรงแรมที่อยู่ในแผนการรีแบรนด์ในปี 2567 และ 2568 ยกเว้นด้วยแบรนด์ในกลุ่มระดับสูงเช่น อนันตราและทิวลิปให้กับกลุ่มระดับบนในทวีปยุโรป การรีแบรนด์ไม่เพียงแต่เพิ่มมูลค่าให้กับสินทรัพย์แต่เป็นการใช้สินทรัพย์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดผ่านการยกระดับแบรนด์สู่ตลาดพรีเมียมและสามารถเพิ่มราคาห้องพักได้

บริษัทมุ่งเน้นที่จะพัฒนาในด้านมูลค่าซึ่งรวมไปถึงสินทรัพย์ทางปัญญา เช่นแบรนด์ บริษัทยังคงมุ่งเน้นในการเพิ่มมูลค่าให้กับแบรนด์ด้วยการทำให้ลูกค้าสัมผัสถึงความพิเศษที่ได้รับเพิ่มขึ้นในทุกครั้งที่ได้มาใช้บริการที่ร้าน ตัวอย่างเช่น แดรี่ ครีน ที่มีกลยุทธ์การขยายประเภทสินค้าไปยังกลุ่มพรีเมียมขึ้นเคยที่ได้รับความนิยมควบคู่ไปกับไอศกรีมซอฟต์เสิร์ฟดั้งเดิมซึ่งสามารถเพิ่มอัตราการเติบโตของยอดขายจ่ายจากลูกค้า ความภักดี และการกลับมาใช้บริการ

กลยุทธ์ Cross-selling: ไมเนอร์ โฮเทลส์ และ ไมเนอร์ ฟู้ด ยังคงใช้กลยุทธ์ Cross-selling เพื่อขยายความครอบคลุมให้มากกว่าในตลาดเดิม ตัวอย่างเช่น ไมเนอร์ โฮเทลส์มีความภูมิใจนำเสนอ เอ็นเอช คอลเลคชั่น สู่สหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์และประเทศมัลดีฟส์ และไอคส์ ได้เปิดตัวครั้งแรกในประเทศจีน ในขณะที่ไมเนอร์ ฟู้ด ประสบความสำเร็จในการนำแบรนด์ฟูลท์จากประเทศสิงคโปร์ คาเฟ่ โวลล์ส จากประเทศอังกฤษ และริเวอร์ไซด์จากประเทศจีนสู่ประเทศไทย รวมไปถึงเปลี่ยนรูปแบบร้านในการนำเสนอของเบนีสานา ในประเทศสิงคโปร์ กลยุทธ์ดังกล่าวเพิ่มมูลค่าให้กับแบรนด์และความสามารถของแบรนด์ที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าในวงกว้างขึ้น ยืนยันความเป็นผู้นำระดับโลกในอุตสาหกรรมบริการและด้านอาหาร

การผลักดันผลกำไร: การจัดสรรการลงทุนเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับสถานการณ์ที่เงินเฟ้อสูง บริษัทได้ดำเนินการหลากหลายรูปแบบเพื่อเพิ่มผลกำไรให้กับธุรกิจทั้งโรงแรมและอาหาร ด้านไมเนอร์ โฮเทลส์ ได้มีการเพิ่มราคาห้องพักให้สูงสุด ปรับเปลี่ยนระดับโรงแรมเชิงกลยุทธ์ รีแบรนด์และอัปเดตสินทรัพย์ เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทยังเน้นช่องทางการจองที่มีอัตราผลกำไรสูงเพื่อลดการพึ่งพาบุคคลที่สามและเพิ่มประสบการณ์ให้กับผู้เข้าพัก ในขณะที่ไมเนอร์ ฟู้ด ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบร้านให้เล็กลงเพื่อขยายตลาดและลดระยะเวลาการคืนทุนให้สั้นลง นอกจากนี้ ประสิทธิภาพ

เป็นส่วนสำคัญของการทำกำไร บริษัทจึงมุ่งเน้นในการสร้างศูนย์รวมการให้บริการ และการลงทุนในนวัตกรรมที่สนับสนุนการขยายตัวของสาขาในอนาคตและเพื่อลดขั้นตอนในการดำเนินงานลง

แผนการลดหนี้ที่แข็งแกร่ง

บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะสร้างความแข็งแกร่งให้กับสถานะทางการเงินควบคู่ไปกับกลยุทธ์การเติบโตของบริษัทผ่านการลดอัตราส่วนโครงสร้างทางการเงิน กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานร่วมกับสถานะเงินสดปัจจุบันจะเป็นแหล่งสำคัญในการชำระหนี้และขยายธุรกิจ เป้าหมายในการลดอัตราส่วนหนี้สินส่วนที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นสุทธิ จาก 1.02 เท่า ณ สิ้นปี 2566 สู่ 0.8 เท่า ภายใน 12 เดือน รวมถึงโอกาสในการบริหารสินทรัพย์ซึ่งจะยิ่งทำให้ถึงเป้าหมายของการลดหนี้ได้เร็วยิ่งขึ้น

การขยายผ่านการทำโมเดลธุรกิจรูปแบบ Asset-Light

เครือข่ายที่กว้างขวางในอุตสาหกรรมของบริษัท และผู้ร่วมธุรกิจทำให้บริษัทมีความสามารถในการเติบโตสูง มุ่งเน้นไปกับการค้นหาตลาดใหม่ แนะนำแบรนด์โรงแรมและร้านอาหาร และขยายฐานลูกค้าในโปรแกรมความภักดี โรงแรมเปิดใหม่มีแผนที่จะเปิดในภูมิภาคเชิงกลยุทธ์เช่น ปารีส และเฮลซิงกิ ในขณะที่แบรนด์ร้านอาหารจะขยายไปสู่ประเทศในทวีปเอเชียที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง นอกจากนี้ บริษัทยังคงมองหาโอกาสที่จะเพิ่มแบรนด์ใหม่เพื่อรองรับลูกค้าหลายระดับในอุตสาหกรรมบริการอีกด้วย

การดำเนินงานเพื่อความยั่งยืน

ในขณะที่บริษัท มุ่งมั่นในเส้นทางการเติบโต บริษัทยังคงให้ความสำคัญด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม และบริษัทยังคงคำนึงถึงแผนการอนุรักษ์ การลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมให้ได้มากที่สุด รวมถึงมุ่งมั่นที่จะบริหารผ่านโมเดลธุรกิจด้วยความยั่งยืนที่ส่งผลต่อการเติบโตในระยะยาว

นายชัยพัฒน์ ไพฑูรย์

ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน

			(รายได้และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร)
ไตรมาส 1 ปี 2566	11 รายได้ 137 กำไรสุทธิ	ไมเนอร์ โฮเทลส์	รายการที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวของ เอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป (รายได้และ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร)
	-139	ไมเนอร์ โฮเทลส์	ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนจาก สัญญาแลกเปลี่ยนสกุลเงินเหรียญ สหรัฐ (ค่าใช้จ่ายในการขายและ บริหาร)
	13	ไมเนอร์ โฮเทลส์	การปรับมูลค่าค่าธรรมเนียมของอนุพันธ์ อัตราดอกเบี้ย (ค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร)
	-167	ไมเนอร์ โฮเทลส์	การป้องกันความเสี่ยงที่ไม่มี ประสิทธิภาพ (ขาดทุนอื่น)
	46	ไมเนอร์ โฮเทลส์	ภาษีเงินได้รอตัดบัญชีตามมาตรฐาน การบัญชี IFRS9 (ภาษีจ่าย)
	-314	ไมเนอร์ โฮเทลส์	ขาดทุนที่ไม่ได้เกิดขึ้นจริงจากสัญญา อนุพันธ์อนุพันธ์ (ขาดทุนอื่น)
	66	ไมเนอร์ โฮเทลส์	กำไรที่ไม่ได้เกิดขึ้นจริงจากสัญญา ซื้อขายล่วงหน้าของหุ้นกู้ที่มีลักษณะ คล้ายทุนจำนวน 300 ล้านเหรียญ สหรัฐ (กำไรอื่น)
	1 รายได้ 29 กำไรสุทธิ	ไมเนอร์ ฟู้ด	การจำหน่ายสินทรัพย์ถาวร, ค่าใช้จ่ายสำรองสำหรับการด้อยค่า ของสินทรัพย์และการตัดจำหน่าย ของรายได้รอตัดบัญชีตามมาตรฐาน การบัญชี IFRS15 (รายได้และ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร)
ไตรมาส 2 ปี 2566	103 รายได้ 86 กำไรสุทธิ	ไมเนอร์ โฮเทลส์	รายการที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวของ เอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป (รายได้และ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร)
	447	ไมเนอร์ โฮเทลส์	กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนจากสัญญา แลกเปลี่ยนสกุลเงินเหรียญสหรัฐ (ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร)
	-60	ไมเนอร์ โฮเทลส์	การปรับมูลค่าค่าธรรมเนียมของอนุพันธ์ อัตราดอกเบี้ย (ขาดทุนอื่น)
	-237	ไมเนอร์ โฮเทลส์	การป้องกันความเสี่ยงที่ไม่มี ประสิทธิภาพ (ขาดทุนอื่น)
	-41	ไมเนอร์ โฮเทลส์	ภาษีเงินได้รอตัดบัญชีตามมาตรฐาน การบัญชี IFRS9 (ภาษีจ่าย)
	-73 EBITDA -201 กำไร สุทธิ	ไมเนอร์ โฮเทลส์	ขาดทุนที่ไม่ได้เกิดขึ้นจริงจากสัญญา อนุพันธ์อนุพันธ์ (ขาดทุนอื่นและ ดอกเบี้ยจ่าย)
	347	ไมเนอร์ โฮเทลส์	กำไรที่เกิดขึ้นจริงจากสัญญาซื้อขาย ล่วงหน้าของหุ้นกู้ที่มีลักษณะคล้าย ทุนจำนวน 300 ล้านเหรียญสหรัฐ (กำไรอื่น)
	-70	ไมเนอร์ โฮเทลส์	ขาดทุนที่ไม่ได้เกิดขึ้นจริงจากสัญญา ซื้อขายล่วงหน้าของหุ้นกู้ที่มีลักษณะ คล้ายทุนจำนวน 300 ล้านเหรียญ สหรัฐ (ขาดทุนอื่น)
	1 รายได้ -22 กำไรสุทธิ	ไมเนอร์ ฟู้ด	การจำหน่ายสินทรัพย์ถาวร, ค่าใช้จ่ายสำรองสำหรับการด้อยค่า ของสินทรัพย์และการตัดจำหน่าย ของรายได้รอตัดบัญชีตามมาตรฐาน การบัญชี IFRS15 (รายได้และ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร)

ไตรมาส 3 ปี 2566	0.2 รายได้ 10 กำไรสุทธิ	ไมเนอร์ โฮเทลส์	รายการที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวของ เอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป (รายได้และ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร)
	291	ไมเนอร์ โฮเทลส์	กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนจากสัญญา แลกเปลี่ยนสกุลเงินเหรียญสหรัฐ (ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร)
	-135	ไมเนอร์ โฮเทลส์	การปรับมูลค่าค่าธรรมเนียมของอนุพันธ์ อัตราดอกเบี้ย (ค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร)
	-162	ไมเนอร์ โฮเทลส์	การป้องกันความเสี่ยงที่ไม่มี ประสิทธิภาพ (ขาดทุนอื่น)
	-121 EBITDA -91 กำไรสุทธิ	ไมเนอร์ โฮเทลส์	ขาดทุนที่ไม่ได้เกิดขึ้นจริงจากสัญญา อนุพันธ์อนุพันธ์ (ขาดทุนอื่นและ ดอกเบี้ยจ่าย)
	-43	ไมเนอร์ โฮเทลส์	ภาษีเงินได้รอตัดบัญชีตามมาตรฐาน การบัญชี IFRS9 (ภาษีจ่าย)
	1	ไมเนอร์ ฟู้ด	การจำหน่ายสินทรัพย์ถาวร, ค่าใช้จ่ายสำรองสำหรับการด้อยค่า ของสินทรัพย์และการตัดจำหน่าย ของรายได้รอตัดบัญชีตามมาตรฐาน การบัญชี IFRS15 (รายได้และ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร)
ไตรมาส 4 ปี 2566	28 รายได้ -159 กำไรสุทธิ	ไมเนอร์ โฮเทลส์	รายการที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวของ เอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป (รายได้และ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร)
	-701	ไมเนอร์ โฮเทลส์	ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนจาก สัญญาแลกเปลี่ยนสกุลเงินเหรียญ สหรัฐ (ค่าใช้จ่ายในการขายและ บริหาร)
	18	ไมเนอร์ โฮเทลส์	การปรับมูลค่าค่าธรรมเนียมของอนุพันธ์ อัตราดอกเบี้ย (ขาดทุนอื่น)
	49	ไมเนอร์ โฮเทลส์	การป้องกันความเสี่ยงที่ไม่มี ประสิทธิภาพ (ขาดทุนอื่น)
	-781 EBITDA -772 กำไรสุทธิ	ไมเนอร์ โฮเทลส์	ขาดทุนที่ไม่ได้เกิดขึ้นจริงจากสัญญา อนุพันธ์อนุพันธ์ (ขาดทุนอื่นและ ดอกเบี้ยจ่าย)
	35	ไมเนอร์ โฮเทลส์	ภาษีเงินได้รอตัดบัญชีตามมาตรฐาน การบัญชี IFRS9 (ภาษีจ่าย)
	-0.3 รายได้ 12 กำไรสุทธิ	ไมเนอร์ ฟู้ด	การจำหน่ายสินทรัพย์ถาวร, ค่าใช้จ่ายสำรองสำหรับการด้อยค่า ของสินทรัพย์และการตัดจำหน่าย ของรายได้รอตัดบัญชีตามมาตรฐาน การบัญชี IFRS15 (รายได้และ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร)