

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับผลการดำเนินงานงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

ภาพรวมผลการดำเนินงาน

บริษัท เอส โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) และบริษัทย่อย (“กลุ่มบริษัทฯ”) รายงานรายได้จากการขายและการให้บริการในไตรมาส 2 ปี 2569 จำนวน 2,266.4 ล้านบาท ปรับตัวลดลงในระดับจำกัดที่ร้อยละ 6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากสถานการณ์สงครามและความตึงเครียดด้านภูมิรัฐศาสตร์ในภูมิภาคตะวันออกกลาง ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ประกอบกับปัจจัยด้านฤดูกาลในตลาดท่องเที่ยวหลักบางแห่ง โดยเฉพาะโรงแรมในสาธารณรัฐมัลดีฟส์ ซึ่งได้รับผลกระทบจากอุปสงค์การเดินทางที่ชะลอตัวลง รวมถึงการยกเลิกเที่ยวบิน ส่งผลให้ผลการดำเนินงานในไตรมาสนี้น้อยกว่าเมื่อเทียบกับปีก่อน แม้ว่าสภาพแวดล้อมทางธุรกิจจะยังมีความท้าทาย โรงแรมในสาธารณรัฐฟีจียังคงมีผลการดำเนินงานโดดเด่นจากการเริ่มเข้าสู่ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) โดยมีรายได้เติบโตร้อยละ 9 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่รายได้เฉลี่ยต่อห้องพัก (RevPAR) ทำสถิติสูงสุดสำหรับไตรมาส 2 และอัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate) เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 86 จากร้อยละ 78 ในปีก่อน สะท้อนถึงอุปสงค์การเดินทางที่ยังคงแข็งแกร่ง ควบคู่กับประสิทธิภาพของกลยุทธ์ด้านการขาย การตลาด และการบริหารรายได้สำหรับโรงแรมที่บริษัทฯ บริหารจัดการเองในประเทศไทย แม้จะเข้าสู่ช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวและได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอก โรงแรม ทวาย ลาгуна ภูเก็ต และ ทวาย เกาะสมุย วิลล่าส์ ยังคงมีผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง โดย RevPAR เติบโตร้อยละ 22 และ 14 ตามลำดับ จากกลยุทธ์การตลาดเชิงรุก การบริหารช่องทางการขายอย่างมีประสิทธิภาพ และความแข็งแกร่งของแบรนด์ SAii ที่ช่วยขยายฐานลูกค้าให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้พอร์ตโฟลิโอโรงแรมที่บริษัทฯ บริหารจัดการเองในประเทศไทยสามารถรักษาระดับ RevPAR ไว้ได้ใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อนที่ประมาณ 4,896 บาท

แม้ว่ารายได้จะได้รับแรงกดดันจากปัจจัยภายนอกดังกล่าว กลุ่มบริษัทฯ ยังคงดำเนินมาตรการเพิ่มประสิทธิภาพด้านต้นทุนและการควบคุมค่าใช้จ่าย ควบคู่กับการบริหารโครงสร้างเงินทุนอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ในไตรมาส 2 ปี 2569 บริษัทฯ รายงานผลขาดทุนสุทธิจำนวน 93.9 ล้านบาท ทั้งนี้ หากไม่รวมผลกระทบจากรายการที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว (Non-recurring Items) กลุ่มบริษัทฯ จะมีผลขาดทุนสุทธิอยู่ที่ 55.5 ล้านบาท ซึ่งสะท้อนว่าผลการดำเนินงานหลักของกลุ่มบริษัทฯ ได้รับผลกระทบในระดับที่จำกัด แต่ต้องเผชิญกับความท้าทายดังกล่าว

สำหรับช่วง 6 เดือนแรกของปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและการให้บริการจำนวน 4,900.3 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อยร้อยละ 2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับแรงกดดันหลักจากสถานการณ์ภูมิรัฐศาสตร์ในช่วงไตรมาส 2 ซึ่งกระทบต่ออุปสงค์การเดินทางจากตลาดนักท่องเที่ยวหลัก อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของการดำเนินกลยุทธ์ปรับปรุงคุณภาพสินทรัพย์ (Asset Enhancement) และการบริหารรายได้ (Revenue Management) อย่างต่อเนื่อง สะท้อนให้เห็นผ่านอัตราค่าห้องพักเฉลี่ย (ADR) ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน มาอยู่ที่ 6,775 บาท ขณะที่อัตราการเข้าพักเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 66 ส่งผลให้รายได้เฉลี่ยต่อห้องพัก (RevPAR) ของพอร์ตโฟลิโอโดยรวมเพิ่มขึ้นเป็น 4,452 บาท จาก 4,446 บาท ในช่วงเดียวกันของปี 2568 นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ผ่านการบริหารต้นทุนการขายและการให้บริการ การควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างมีวินัย ตลอดจนการบริหารโครงสร้างเงินทุนและต้นทุนทางการเงินอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้กลุ่มบริษัทฯ รายงานกำไรสุทธิสำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 จำนวน 170.6 ล้านบาท

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและสถานการณ์ดำเนินงาน

ภาพรวมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 ได้รับแรงกดดันจากสงคราม และความตึงเครียดด้านภูมิรัฐศาสตร์ในภูมิภาคตะวันออกกลาง ซึ่งผลักดันให้ราคาพลังงานและต้นทุนเชื้อเพลิงอากาศยานปรับตัวสูงขึ้น ขณะเดียวกัน สายการบินหลายแห่งต้องปรับเปลี่ยนเส้นทางบินเพื่อหลีกเลี่ยงพื้นที่ความขัดแย้ง รวมถึงยกเลิกเที่ยวบินใน

บางเส้นทาง ส่งผลให้ต้นทุนการเดินทางและค่าโดยสารเครื่องบินปรับตัวสูงขึ้น อีกทั้งลดความสะดวกในการเดินทางของนักท่องเที่ยวบางตลาด นักท่องเที่ยวในหลายภูมิภาคจึงมีความระมัดระวัง ในการใช้จ่ายมากขึ้น โดยให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าในการเดินทาง วางแผนการเดินทางในระยะเวลาสั้นลง และบางส่วนชะลอการตัดสินใจเดินทางระยะไกล

นอกจากนี้ ความไม่แน่นอนด้านภูมิรัฐศาสตร์ยังส่งผลให้รูปแบบการเดินทางระหว่างประเทศเปลี่ยนแปลงไป โดยนักท่องเที่ยวบางส่วนหันมาเลือกจุดหมายปลายทางที่มีความเสี่ยงต่ำกว่า เดินทางได้สะดวก และมีความคุ้มค่าในการใช้จ่ายมากขึ้น รวมถึงให้ความสำคัญกับการเดินทางระยะใกล้ (Short-haul Travel) มากกว่าการเดินทางระยะไกลในบางช่วงเวลา ขณะที่อุปสงค์การเดินทางจากตลาดยุโรปยังเป็นแรงสนับสนุนสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในหลายภูมิภาค รวมถึงประเทศไทยและสาธารณรัฐมัลดีฟส์ ซึ่งเป็นตลาดหลักของบริษัท

อย่างไรก็ตาม ในช่วงปลายไตรมาส สถานการณ์ความตึงเครียดในภูมิภาคตะวันออกกลางเริ่มมีสัญญาณผ่อนคลาย ประกอบกับราคาพลังงานที่ทยอยปรับตัวลดลง ส่งผลให้แรงกดดันต่อต้นทุนการเดินทางและค่าโดยสารเครื่องบินเริ่มผ่อนคลายลง ซึ่งช่วยสนับสนุนการฟื้นตัวของความเชื่อมั่นในการเดินทางและกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวในช่วงครึ่งหลังของปี นอกจากนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังคงได้รับแรงสนับสนุนจากอุปสงค์การเดินทางเพื่อการพักผ่อนที่มีความยืดหยุ่น การฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องของการเดินทางเพื่อธุรกิจ และกิจกรรมการประชุม สัมมนา และนิทรรศการ (MICE) รวมถึงการเพิ่มจำนวนเที่ยวบินของสายการบินในหลายเส้นทาง โดยเฉพาะในช่วงไตรมาส 4 ซึ่งเป็นฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) ของตลาดหลักอย่างประเทศไทยและสาธารณรัฐมัลดีฟส์

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศที่บริษัท มีการดำเนินธุรกิจอยู่

(หน่วย: ล้านคน)	2562	2567	2568	คาดการณ์ปี 2569*
ประเทศไทย	39.9	35.5	33.0	33.2
สาธารณรัฐมัลดีฟส์	1.7	2.0	2.2	2.4
สหราชอาณาจักร	40.9	38.7	44.3	45.5
สาธารณรัฐหมู่เกาะฟีจี	0.9	1.0	1.0	1.0
สาธารณรัฐมอริเชียส	1.4	1.4	1.4	1.5

หมายเหตุ

- (1) คาดการณ์ปี 2569 สำหรับประเทศไทย อ้างอิงประมาณการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ประเทศมัลดีฟส์ อ้างอิงจากสมาคมตัวแทนการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการท่องเที่ยวมัลดีฟส์ (MATATO), สหราชอาณาจักร อ้างอิงประมาณการจาก VisitBritain, ประเทศฟีจี อ้างอิงประมาณการจากกระทรวงพาณิชย์สาธารณรัฐหมู่เกาะฟีจี, ประเทศมอริเชียส อ้างอิงประมาณการจากสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวมอริเชียส

ประเทศไทย

ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 ภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับแรงกดดันจากความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก ประกอบกับความตึงเครียดด้านภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลาง ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนพลังงานและค่าโดยสารเครื่องบินปรับตัวสูงขึ้น รวมถึงการปรับเปลี่ยนเส้นทางและความถี่ของเที่ยวบินของสายการบินบางส่วน ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นและการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ระบุว่า ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศจำนวน 6.5 ล้านคน ลดลงร้อยละ 8 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่ในช่วง 6 เดือนแรกของปี มีนักท่องเที่ยวต่างชาติสะสมจำนวน 16.0 ล้านคน ลดลงร้อยละ 4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้ประมาณ 7.8 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงการยกระดับคุณภาพของรายได้จากภาคการท่องเที่ยว (Tourism Yield) ผ่านการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อการเดินทาง (Average Spend per Trip) การดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มกำลังซื้อสูง (High-Spending Tourists) และระยะเวลาพำนักระยะที่ยาวนานขึ้น ซึ่งช่วยชดเชยผลกระทบจากการชะลอตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีสัดส่วนสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน มาเลเซีย อินเดีย รัสเซีย และ

เกาหลีใต้ สะท้อนบทบาทของตลาดระยะใกล้ (Short-haul Markets) ที่เป็นฐานสำคัญของการฟื้นตัว ขณะที่ตลาดระยะไกล จากยุโรปและสหรัฐอเมริกา ยังคงมีความสำคัญต่อการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อการเดินทางและระยะเวลาพำนักในระดับสูง

ทั้งนี้ ททท. ยังคงประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2569 ที่ประมาณ 33 ล้านคน และคาดว่าประเทศไทยจะสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวรวมประมาณ 2.76 ล้านล้านบาท โดยแนวโน้มการท่องเที่ยวในช่วงครึ่งหลังของปี โดยเฉพาะไตรมาสที่ 4 คาดว่าจะได้รับแรงสนับสนุนจากการเข้าสู่ฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) ควบคู่กับการผลักดันประเทศไทยสู่การเป็นศูนย์กลางการจัดงานและเทศกาลระดับโลก (Global Event Hub) ผ่านการจัดกิจกรรมและอีเวนต์ระดับนานาชาติ ตลอดจนมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ อาทิ โครงการไทยเที่ยวไทยพลัส แคมเปญ Amazing Thailand Grand Sale 2026 และการเพิ่มขีดความสามารถด้านการเชื่อมโยงทางอากาศ ผ่านการเพิ่มเที่ยวบินตรง การเปิดเส้นทางบินใหม่ และการเพิ่มความถี่ของเที่ยวบินจากตลาดศักยภาพ พร้อมทั้งส่งเสริมกลุ่มการท่องเที่ยวศักยภาพ เช่น Wellness Tourism, MICE, Sports Tourism และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Soft Power) เพื่อยกระดับคุณภาพและความหลากหลายของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยยังคงมุ่งสู่การเติบโตบนพื้นฐานของแนวคิด “Value over Volume” โดยให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวคุณภาพมากกว่าการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ผ่านการพัฒนาประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่า (Meaningful Travel Experiences) การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการขยายฐานตลาดศักยภาพ ทั้งตลาดระยะใกล้ในเอเชีย เช่น จีน อินเดีย และมาเลเซีย รวมถึงการรักษาความแข็งแกร่งของตลาดระยะไกลจากยุโรปและสหรัฐอเมริกา ควบคู่กับการนำเสนอสินค้าและประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ เพื่อเพิ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อการเดินทาง และกระจายรายได้สู่เมืองท่องเที่ยวรอง ซึ่งคาดว่าจะช่วยสนับสนุนการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวไทย และยกระดับศักยภาพการสร้างรายได้ของอุตสาหกรรมในช่วงครึ่งหลังของปี

สาธารณรัฐมัลดีฟส์

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2569 ภาคการท่องเที่ยวของสาธารณรัฐมัลดีฟส์เผชิญแรงกดดันจากความตึงเครียดด้านภูมิรัฐศาสตร์ในภูมิภาคตะวันออกกลาง ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนการเดินทางและราคาพลังงานปรับตัวสูงขึ้น รวมถึงข้อจำกัดด้านเส้นทางการบินผ่านตะวันออกกลาง ซึ่งเป็นศูนย์กลางการเชื่อมต่อเที่ยวบินหลักของนักท่องเที่ยวระยะไกล โดยเฉพาะจากยุโรปและตะวันออกกลาง ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงครึ่งแรกของปีอยู่ที่ประมาณ 1.0 ล้านคน ลดลงร้อยละ 6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้ ยุโรปยังคงเป็นฐานตลาดนักท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยมีรัสเซีย สหราชอาณาจักร อิตาลี และเยอรมนีเป็นตลาดหลัก ขณะที่ตลาดจีนปรับตัวขึ้นเป็นตลาดนักท่องเที่ยวอันดับหนึ่ง ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณ 169,800 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 16 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด และเติบโตร้อยละ 20 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ตามมาด้วยรัสเซียและสหราชอาณาจักรที่มีสัดส่วนร้อยละ 14 และร้อยละ 8 ตามลำดับ การฟื้นตัวของตลาดจีนช่วยให้โครงสร้างตลาดนักท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากขึ้น และเสริมความยืดหยุ่นต่อความผันผวนของอุปสงค์จากตลาดยุโรป ทั้งนี้ รัสเซียยังคงเป็นรูปแบบที่พิกหลัก โดยรองรับนักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 72 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด สะท้อนถึงสถานะของมัลดีฟส์ในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวระดับพรีเมียมและลักซ์ชูรีของโลก

สำหรับแนวโน้มในช่วงครึ่งหลังของปี 2569 คาดว่าภาคการท่องเที่ยวของสาธารณรัฐมัลดีฟส์จะทยอยฟื้นตัว โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการดำเนินกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกในตลาดหลัก อาทิ จีน อินเดีย รัสเซีย และยุโรป ควบคู่กับการเพิ่มขีดความสามารถด้านการเชื่อมโยงทางอากาศ (Air Connectivity) และความร่วมมือกับสายการบินและพันธมิตรด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้ การทยอยรับรู้ประโยชน์จากอาคารผู้โดยสารระหว่างประเทศแห่งใหม่ของ Velana International Airport ซึ่งเปิดให้บริการตั้งแต่ช่วงครึ่งหลังของปี 2568 คาดว่าจะช่วยเพิ่มศักยภาพในการรองรับผู้โดยสารระหว่างประเทศ สนับสนุนการเพิ่มเที่ยวบิน และเอื้อต่อการฟื้นตัวของอุปสงค์การเดินทางระยะไกลในระยะยาว ด้วยจุดแข็งของมัลดีฟส์ในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวระดับลักซ์ชูรีของโลก (World-class Luxury Destination) ที่มุ่งเน้น

นักท่องเที่ยวคุณภาพและการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการท่องเที่ยว ทั้งนี้ คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะทยอยฟื้นตัวในช่วงไตรมาสที่ 3 ก่อนเร่งตัวขึ้นในช่วงไตรมาสที่ 4 จากการเข้าสู่ฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) อย่างไรก็ตาม ยังต้องติดตามความไม่แน่นอนของสถานการณ์ภูมิรัฐศาสตร์ ภาวะเศรษฐกิจโลก และต้นทุนการเดินทางอย่างใกล้ชิด

สหราชอาณาจักร

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2569 ภาคการท่องเที่ยวของสหราชอาณาจักรยังคงได้รับแรงสนับสนุนจากอุปสงค์การเดินทางระหว่างประเทศ ควบคู่กับการท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) ที่ยังคงมีเสถียรภาพ อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ช่วงปลายไตรมาสที่ 1 ภาคการท่องเที่ยวเริ่มเผชิญแรงกดดันจากความตึงเครียดด้านภูมิรัฐศาสตร์ในภูมิภาคตะวันออกกลาง ซึ่งส่งผลให้การเดินทางจากตลาดระยะไกลบางส่วนชะลอตัวลง จากข้อจำกัดด้านเส้นทางการบินและต้นทุนการเดินทางที่สูงขึ้น แม้แรงกดดันด้านเงินเฟ้อจะทยอยผ่อนคลายลง แต่ค่าครองชีพและต้นทุนการเดินทางที่ยังอยู่ในระดับสูงยังคงส่งผลต่อความเชื่อมั่นและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวบางส่วน โดยกระแสการท่องเที่ยวภายในประเทศ (Staycation) ยังคงเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ช่วยพยุงอุปสงค์ของภาคการท่องเที่ยว ท่ามกลางต้นทุนการเดินทางระหว่างประเทศที่อยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะในช่วงวันหยุด Easter และช่วงเริ่มต้นฤดูกาลท่องเที่ยวฤดูร้อน แม้ภาวะตลาดโดยรวมยังคงมีความท้าทาย

สำหรับแนวโน้มในปี 2569 VisitBritain คาดว่าสหราชอาณาจักรจะต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 45.5 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จากปีก่อน และสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 35.7 พันล้านปอนด์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 จากปีก่อน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการฟื้นตัวของอุปสงค์นักท่องเที่ยวระยะไกล ควบคู่กับการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านแคมเปญ "Starring GREAT Britain" ซึ่งใช้สถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์และซีรีส์ระดับนานาชาติเป็นจุดขาย รวมถึงความร่วมมือกับสายการบินและพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากตลาดหลักทั่วโลก นอกจากนี้ การฟื้นตัวของเส้นทางเพื่อธุรกิจและการจัดประชุมยังคงเป็นปัจจัยสนับสนุนอุปสงค์ของโรงแรมในเมืองหลัก อย่างไรก็ตาม ยังต้องติดตามความไม่แน่นอนของสถานการณ์ภูมิรัฐศาสตร์ ภาวะเศรษฐกิจโลก และต้นทุนการเดินทาง ซึ่งอาจส่งผลต่อการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระยะต่อไป

สาธารณรัฐหมู่เกาะฟีจี

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2569 ภาคการท่องเที่ยวของสาธารณรัฐหมู่เกาะฟีจียังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าสู่ประเทศจำนวน 460,628 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้ เดือนมิถุนายนมีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 98,522 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และเป็นระดับสูงสุดเป็นประวัติการณ์สำหรับเดือนมิถุนายน สะท้อนถึงอุปสงค์การเดินทางจากตลาดหลักที่ยังคงแข็งแกร่ง นักท่องเที่ยว 3 อันดับแรกยังคงมาจากออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และสหรัฐอเมริกา คิดเป็นสัดส่วนรวมกันประมาณร้อยละ 79 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด โดยได้รับแรงสนับสนุนจากนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียและสหรัฐอเมริกา ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และ 7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ตามลำดับ ควบคู่กับการเชื่อมต่อเที่ยวบินระหว่างประเทศ (Air Connectivity) และการดำเนินกลยุทธ์การตลาดของ Tourism Fiji อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การฟื้นฟาทลาดหลักจากออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ ซึ่งเป็นตลาดระยะไกล ควบคู่กับตลาดสหรัฐอเมริกาที่มีเที่ยวบินตรงและอุปสงค์ที่แข็งแกร่ง ช่วยจำกัดผลกระทบจากความไม่แน่นอนด้านภูมิรัฐศาสตร์และการหยุดชะงักของเส้นทางการบินระหว่างประเทศ เมื่อเทียบกับจุดหมายปลายทางที่พึ่งพาทลาดระยะไกลและการเชื่อมต่อผ่านศูนย์กลางการบินในตะวันออกกลางเป็นหลัก

สำหรับแนวโน้มในปี 2569 คาดว่าสาธารณรัฐหมู่เกาะฟีจีจะต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมากกว่า 1 ล้านคน ซึ่งจะเป็นระดับสูงสุดเป็นประวัติการณ์ โดยได้รับแรงสนับสนุนจากอุปสงค์การเดินทางระหว่างประเทศที่ยังคงแข็งแกร่ง การเชื่อมต่อเที่ยวบินระหว่างประเทศ (Air Connectivity) จากตลาดหลัก ได้แก่ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และสหรัฐอเมริกา รวมถึงการดำเนินกลยุทธ์การตลาดของ Tourism Fiji ผ่านแคมเปญ "Be Fiji" ซึ่งมุ่งยกระดับภาพลักษณ์ของประเทศใน

ฐานะจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวคุณภาพ ควบคู่กับการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพ (High-value Visitors) และการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)

สาธารณรัฐมอริเชียส

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2569 สาธารณรัฐมอริเชียสต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 668,471 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน อย่างไรก็ตาม แม้ภาคการท่องเที่ยวจะเริ่มฟื้นตัวได้บ้าง โดยจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 1 เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน แต่โมเมนตัมการเติบโตเริ่มชะลอตัวลงตั้งแต่เดือนเมษายน ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 2 ลดลงร้อยละ 4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งเป็นการปรับตัวลดลงต่อเนื่องจากอุปสงค์ที่อ่อนตัวของตลาดยุโรป โดยเฉพาะสหราชอาณาจักร เยอรมนี และฝรั่งเศส ประกอบกับความตึงเครียดด้านภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลางที่ส่งผลกระทบต่อเที่ยวบินและความเชื่อมั่นในการเดินทาง รวมถึงการเข้าสู่ช่วงฤดูหนาวของมอริเชียส ซึ่งเป็นช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) ของตลาดท่องเที่ยวพักผ่อนริมชายหาด แม้ว่าการเติบโตของตลาดแอฟริกา โดยเฉพาะแอฟริกาใต้ รวมถึงตลาดจีนและอินเดีย จะยังช่วยบรรเทาผลกระทบจากการชะลอตัวของตลาดหลักได้บางส่วนก็ตาม

สาธารณรัฐมอริเชียสยังคงตั้งเป้าต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนประมาณ 1.5 ล้านคน ตลอดทั้งปี โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการขยายฐานนักท่องเที่ยวสู่ตลาดใหม่ ได้แก่ จีน เกาหลีใต้ กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง รัสเซีย และยุโรปตะวันออก ควบคู่กับการเพิ่มขีดความสามารถด้านการเชื่อมต่อเที่ยวบินระหว่างประเทศ และการยกระดับประสบการณ์การเดินทางผ่านการพัฒนา Smart Gates, e-Visa และแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ มอริเชียสยังคงเดินหน้าผลักดันยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้น คุณภาพ มูลค่าเพิ่ม และความยั่งยืน (Quality, Value-added and Sustainable Tourism) พร้อมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชุมชนและเชิงวัฒนธรรม เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของประเทศในฐานะ Green Destination ภายในปี 2573 ทั้งนี้ แม้ภาคการท่องเที่ยวยังคงได้รับแรงสนับสนุนจากนโยบายดังกล่าว แต่ยังคงต้องติดตามการฟื้นตัวของอุปสงค์จากตลาดยุโรป ความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจโลก และความตึงเครียดด้านภูมิรัฐศาสตร์ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการเดินทางระหว่างประเทศในช่วงที่เหลือของปี

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) ที่ประกอบธุรกิจบริหารจัดการโรงแรม และลงทุนในธุรกิจโรงแรมระดับนานาชาติ ซึ่งมุ่งเน้นการเติบโตทั้งจากการประกอบธุรกิจของตนเอง (Organic Growth) และการเข้าซื้อกิจการจากบุคคลอื่น (Inorganic Growth) ควบคู่ไปกับการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำกำไร เพื่อให้บริษัทฯ สามารถเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว โดยมีกลุ่มทรัพย์สินที่มีลักษณะเฉพาะประกอบด้วยโรงแรมที่ตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็น ที่นิยมระดับโลก ได้แก่

(1) โรงแรม 5 แห่งที่บริษัทฯ บริหารจัดการภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ เอง ประกอบไปด้วย โรงแรม 4 แห่งในประเทศไทย อันได้แก่ โรงแรมสันติบุรี เกาะสมุย โรงแรม ทราฟ พีพี ไอส์แลนด์ วิลเลจ โรงแรม ทราฟ ลาгуна ภูเก็ต โรงแรม ทราฟ เกาะสมุย วิลล่าส์ และอีก 1 แห่งในสาธารณรัฐมัลดีฟส์ ได้แก่ โรงแรม โคนอตตา มัลดีฟส์ รีสอร์ท (“โรงแรมที่บริษัทฯ บริหารจัดการเอง”)

(2) โรงแรม 3 แห่งซึ่งดำเนินการภายใต้แบรนด์ Outrigger โดยโรงแรมเหล่านี้ได้รับการบริหารจัดการภายใต้สัญญาบริหารจัดการโรงแรม ซึ่งประกอบด้วย โรงแรม 2 แห่งในสาธารณรัฐหมู่เกาะฟีจี ได้แก่ โรงแรม Outrigger Fiji Beach Resort และโรงแรม Castaway Island, Fiji และโรงแรมอีก 1 แห่งในสาธารณรัฐมอริเชียส ได้แก่ โรงแรม Outrigger Mauritius Beach Resort (“โรงแรม Outrigger”)

(3) โรงแรม 2 แห่งซึ่งได้พัฒนาเสร็จเรียบร้อยแล้วซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการ CROSSROADS ใน Emboodhoo Lagoon ในสาธารณรัฐมัลดีฟส์ ได้แก่ SAii Lagoon Maldives, Curio Collection by Hilton และ Hard Rock Hotel Maldives (“โรงแรมในโครงการ CROSSROADS”)

(4) โรงแรมระดับกลางก่อนไประดับบน จำนวน 21 แห่งในสหราชอาณาจักร ซึ่งบริหารจัดการโดย Aimbridge Hospitality EMEA (ชื่อเดิม Interstate Hotels & Resorts) โดยดำเนินงานภายใต้แฟรนไชส์แบรนด์ Mercure และ โรงแรมระดับบน จำนวน 1 แห่งในสหราชอาณาจักร ซึ่งบริหารจัดการโดย The Ascott Limited ดำเนินงานภายใต้แฟรนไชส์แบรนด์ The Unlimited Collection (“โรงแรมของบริษัท ในสหราชอาณาจักร”)

(5) โรงแรมที่มีการดำเนินงานในลักษณะการร่วมค้า คือโรงแรม SO/ Maldives ที่ดำเนินงานภายใต้สัญญาบริหารจัดการโรงแรมกับแอนนิสมอร์ (Ennismore) ซึ่งเป็น ส่วนหนึ่งของโครงการ CROSSROADS ในสาธารณรัฐมัลดีฟส์ ซึ่งบริษัท และ Wai Eco World Developer ถือสัดส่วนเงินลงทุนฝั่งร้อยละ 50 ในการร่วมค้า (“โรงแรมภายใต้กิจการร่วมค้า”) ซึ่งรายได้จากโรงแรมที่มีการดำเนินงานในลักษณะการร่วมค้าจะไม่ถูกบันทึกบัญชีในแบบงบการเงินรวมของบริษัท แต่จะบันทึกบัญชีโดยใช้วิธีส่วนได้เสีย (Equity Method) ซึ่งบริษัท จะรับรู้ผลการดำเนินงานในรูปแบบของส่วนแบ่งกำไรหรือขาดทุนจากการลงทุนในการร่วมค้า

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัท มีโรงแรมที่เปิดดำเนินการเชิงพาณิชย์แล้วทั้งหมด 33 แห่ง ประกอบด้วย โรงแรมที่บริษัท บริหารจัดการเอง โรงแรม Outrigger โรงแรมในโครงการ CROSSROADS โรงแรมของบริษัท ในสหราชอาณาจักร และโรงแรมภายใต้กิจการร่วมค้า ซึ่งมีจำนวนห้องพักรวมกันทั้งสิ้น 4,035 ห้อง โดยโรงแรมเกือบทั้งหมดของบริษัท เปิดให้บริการ คิดเป็นจำนวนโรงแรมที่เปิดให้บริการทั้งสิ้น 31 แห่ง จาก 33 แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 98 ของจำนวนห้องทั้งหมด (3,938 ห้องจากทั้งหมด 4,035 ห้อง)

สัดส่วนรายได้จากการขายและการให้บริการตามรูปแบบการบริหาร

(หน่วย: ล้านบาท)	งวด 6 เดือน ปี 2568	% สัดส่วน รายได้	งวด 6 เดือน ปี 2569	% สัดส่วน รายได้	% เปลี่ยน แปลง	ไตรมาส 2 ปี 2568	% สัดส่วน รายได้	ไตรมาส 2 ปี 2569	% สัดส่วน รายได้	% เปลี่ยน แปลง
โรงแรมที่บริษัท บริหารจัดการเองใน ประเทศไทย	1,238.5	24.7%	1,279.1	26.1%	3.3%	425.0	17.7%	415.2	18.3%	(2.3%)
โรงแรม Outrigger	869.9	17.3%	879.8	18.0%	1.1%	501.6	20.9%	529.8	23.4%	5.6%
โรงแรมในโครงการ CROSSROADS	1,395.1	27.8%	1,297.3	26.5%	(7.0%)	547.8	22.8%	451.0	19.9%	(17.7%)
โรงแรมของบริษัท ใน สหราชอาณาจักร	1,519.8	30.3%	1,444.1	29.5%	(5.0%)	926.7	38.6%	870.4	38.4%	(6.1%)
รวมรายได้	5,023.2	100.0%	4,900.3	100.0%	(2.4%)	2,401.1	100.0%	2,266.4	100.0%	(5.6%)

ภาพรวมผลประกอบการในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัท มีรายได้จากการขายและการให้บริการจำนวน 2,266.4 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน แม้ว่าสภาพแวดล้อมทางธุรกิจจะยังมีความท้าทายพอร์ตโฟลิโอโรงแรมที่บริษัท บริหารจัดการเองในประเทศไทยมีรายได้ลดลงเพียงเล็กน้อยร้อยละ 2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งสามารถรักษาระดับ RevPAR ได้ใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งของโรงแรมภายใต้แบรนด์ SAii ในประเทศไทย แม้อยู่ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว จากกลยุทธ์การบริหารรายได้และช่องทางการขายที่มีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกัน โรงแรมภายใต้แบรนด์ Outrigger มีรายได้เติบโตร้อยละ 6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีแรงขับเคลื่อนหลักจากโรงแรมในสาธารณรัฐฟีจีที่เริ่มเข้าสู่ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ส่งผลให้รายได้เติบโตร้อยละ 9 และ RevPAR ทำสถิติสูงสุดเป็นประวัติการณ์สำหรับไตรมาสที่ 2 สะท้อนถึงอุปสงค์การเดินทางที่ยังคงแข็งแกร่ง อีกทั้งฟีจียังได้รับผลกระทบจากความตึงเครียดด้านภูมิรัฐศาสตร์ในระดับจำกัดเมื่อเทียบกับจุดหมาย

ปลายทางอื่น ในทางกลับกัน โครงการ CROSSROADS Maldives เป็นปัจจัยหลักที่กระตุ้นรายได้ของกลุ่มบริษัท โดยรายได้ลดลงร้อยละ 18 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากอุปสงค์การเดินทางที่อ่อนตัวลงภายหลังความตึงเครียดด้านภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลาง ซึ่งส่งผลกระทบต่ออุปสงค์จากตลาดนักท่องเที่ยวหลัก ประกอบกับการยกเลิกเที่ยวบิน และการเข้าสู่ช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว (Low Season) ของมัลดีฟส์ ขณะที่รายได้จากโรงแรมในสหราชอาณาจักร ลดลงร้อยละ 6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นผลจากการปิดปรับปรุงโรงแรมบางส่วนในช่วงระหว่างงวด

สำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 สัดส่วนรายได้ของพอร์ตโฟลิโอโรงแรมที่บริษัท บริหารจัดการเอง ในประเทศไทยเพิ่มขึ้นจาก ร้อยละ 24.7 เป็น ร้อยละ 26.1 ของรายได้จากการขายและการให้บริการทั้งหมด พร้อมมีรายได้เติบโต ร้อยละ 3 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงความแข็งแกร่งของผลการดำเนินงานของโรงแรมภายใต้แบรนด์ SAii แม้ อยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเผชิญความท้าทายจากปัจจัยภายนอก โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลัก จากการตอบรับที่ดีต่อห้องพักรูปแบบใหม่อย่างต่อเนื่อง ภายหลังการปรับปรุงของโรงแรม ทราาย ลาгуна ภูเก็ต ซึ่งส่งผลให้ RevPAR เติบโตร้อยละ 20 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการดำเนินกลยุทธ์การตลาดเชิงรุก การบริหารช่องทางการขาย และการบริหารอัตราค่าห้องพัก (Yield Management) อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่ ทราาย เกาะสมุย วิลล่าส์ มีผลการดำเนินงานปรับตัวดีขึ้นจากการเพิ่มขึ้นของ ADR ส่งผลให้ RevPAR เติบโตร้อยละ 9 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับ แรงหนุนจากอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่ยังคงแข็งแกร่ง ซึ่งช่วยยกระดับอัตราค่าห้องพักเฉลี่ยของโรงแรมได้อย่าง ต่อเนื่อง

ตัวชี้วัดที่สำคัญสำหรับผลการดำเนินงานโรงแรม

โรงแรมที่บริษัท บริหารจัดการเอง

ตัวชี้วัด	งวด 6 เดือน ปี 2568	งวด 6 เดือน ปี 2569	% เปลี่ยนแปลง	ไตรมาส 2 ปี 2568	ไตรมาส 2 ปี 2569	% เปลี่ยนแปลง
จำนวนโรงแรม	4 ⁽²⁾	4 ⁽²⁾	-	4 ⁽²⁾	4 ⁽²⁾	-
จำนวนห้องพัก	604	604	-	604	604	-
อัตราการเข้าพัก (ร้อยละ)	75.6%	76.7%	1.1%	64.3%	66.9%	2.6%
ADR (บาท)	10,618	11,046	4.0%	7,699	7,322	-4.9%
RevPAR (บาท)	8,025	8,468	5.5%	4,950	4,896	-1.1%

หมายเหตุ

- (2) เนื่องจากโรงแรมโคโหนดตา มัลดีฟส์ อยู่ระหว่างปิดให้ดำเนินการ ทางบริษัท จึงได้นำจำนวนห้องของโรงแรมดังกล่าวออกไปเพื่อให้สะท้อนถึงตัวชี้วัดที่เป็นจริงมากขึ้น

แม้ภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยในช่วงไตรมาสที่ 2 จะได้รับแรงกดดันจากสงครามและความตึงเครียดด้านภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลาง ประกอบกับการเข้าสู่ช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว (Low Season) แต่โรงแรมที่บริษัท บริหารจัดการเองในประเทศไทยยังคงรักษาผลการดำเนินงานได้ในระดับที่น่าพอใจ โดยอัตราการเข้าพักเฉลี่ย เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 67 จากร้อยละ 64 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่งผลให้ RevPAR อยู่ที่ 4,896 บาท ซึ่งยังคงอยู่ในระดับใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากการดำเนินงานของโรงแรมหลักในจังหวัดภูเก็ตและเกาะสมุย โดยโรงแรม ทราาย ลาгуна ภูเก็ต ซึ่งเปิดให้บริการเต็มรูปแบบภายหลังการปรับปรุงตั้งแต่ปีก่อน ยังคงได้รับการตอบรับที่ดีจากห้องพัก รูปแบบใหม่ ส่งผลให้อัตราการเข้าพักเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 74 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 13 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่ โรงแรมทราาย เกาะสมุย วิลล่าส์ และโรงแรมสันติบุรี เกาะสมุย มีอัตราการเข้าพักเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 71 และ 72 ตามลำดับ จากอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Leisure ที่ยังคงแข็งแกร่ง ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของการจองห้องพักแบบ Last-minute Booking และความสำเร็จของกลยุทธ์การตลาดที่ช่วยขยายฐานลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม โรงแรมทราาย ฟิฟิ โฮสเทลล์ วิลเลจ ได้รับผลกระทบจากอุปสงค์การเดินทางที่ชะลอตัว ประกอบกับสภาพอากาศในช่วงฤดูมรสุม ซึ่งส่งผล กดดันผลการดำเนินงานบางส่วนในไตรมาสดังกล่าว

สำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 โรงแรมที่บริษัทฯ บริหารจัดการเองในประเทศไทยมี RevPAR เติบโตร้อยละ 6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการเพิ่มขึ้นของ ADR ร้อยละ 4 มาอยู่ที่ 11,046 บาท จากความสำเร็จของกลยุทธ์การบริหารรายได้ โดยเฉพาะโรงแรมทราย Laguna ภูเก็ต ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีต่อห้องพักรูปแบบใหม่ภายหลังการปรับปรุง และสามารถยกระดับอัตราค่าห้องพักได้อย่างมีนัยสำคัญในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ขณะที่โรงแรมในเกาะสมุยยังคงได้รับแรงหนุนจากอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ส่งผลให้สามารถรักษาระดับ ADR ในระดับสูงได้อย่างต่อเนื่อง

โรงแรม Outrigger

ตัวชี้วัด	งวด 6 เดือน ปี 2568	งวด 6 เดือน ปี 2569	% เปลี่ยนแปลง	ไตรมาส 2 ปี 2568	ไตรมาส 2 ปี 2569	% เปลี่ยนแปลง
จำนวนโรงแรม	3	3	-	3	3	-
จำนวนห้องพัก	499	501	2	499	501	2
อัตราการเข้าพัก (ร้อยละ)	68.7%	68.0%	-0.7%	74.4%	77.0%	2.6%
ADR (บาท)	8,366	8,267	-1.2%	9,115	8,889	-2.5%
RevPAR (บาท)	5,744	5,618	-2.2%	6,777	6,843	1.0%

หมายเหตุ

- (3) อัตราแลกเปลี่ยนสำหรับงวด 6 เดือนแรกปี 2568 คือ 14.63 THB/FJD, 0.73 THB/MUR, สำหรับงวด 6 เดือนแรกปี 2569 คือ 14.51 THB/FJD, 0.69 THB/MUR, สำหรับไตรมาส 2 ปี 2568 คือ 14.59 THB/FJD, 0.73 THB/MUR, และสำหรับไตรมาส 2 ปี 2569 คือ 14.71 THB/FJD, 0.69 THB/MUR

ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 กลุ่มโรงแรม Outrigger มีรายได้เฉลี่ยต่อห้องพัก (RevPAR) อยู่ที่ 6,843 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 77 จากร้อยละ 74 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน แม้ว่าราคาห้องพักเฉลี่ย (ADR) จะลดลงร้อยละ 3 มาอยู่ที่ 8,889 บาทต่อคืน ผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งได้รับแรงสนับสนุนจากกลุ่มโรงแรมในสาธารณรัฐฟีจี ซึ่งมี RevPAR อยู่ที่ 9,190 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และเมื่อพิจารณาในสกุลเงินท้องถิ่น RevPAR อยู่ที่ 625 ดอลลาร์ฟีจี ซึ่งเป็นระดับสูงสุดเป็นประวัติการณ์สำหรับไตรมาสที่ 2 โดยมีอัตราการเข้าพักเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 86 จากร้อยละ 78 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน แม้ ADR จะลดลงเล็กน้อยมาอยู่ที่ 10,707 บาทต่อคืน ผลการดำเนินงานดังกล่าวสะท้อนถึงอุปสงค์ที่แข็งแกร่งในช่วงเริ่มเข้าสู่ High Season ควบคู่กับประสิทธิภาพในการบริหารรายได้ ซึ่งช่วยสนับสนุนการเติบโตของรายได้จากห้องพัก รวมถึงธุรกิจที่ไม่ใช่ห้องพัก ในขณะที่โรงแรม Outrigger Mauritius มี RevPAR อยู่ที่ 2,695 บาท ลดลงร้อยละ 15 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากอุปสงค์จากตลาดดั้งเดิมที่ชะลอตัวและการยกเลิกการเดินทางภายหลังความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ และการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนนักท่องเที่ยวไปสู่ตลาดระยะใกล้และตลาดภายในประเทศมากขึ้น

สำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 กลุ่มโรงแรม Outrigger มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 68 ใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่ ADR ลดลงเล็กน้อยร้อยละ 1 มาอยู่ที่ 8,267 บาทต่อคืน ส่งผลให้ RevPAR อยู่ที่ 5,618 บาท ลดลงร้อยละ 2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาผลการดำเนินงานในสกุลเงินท้องถิ่น กลุ่มโรงแรมในสาธารณรัฐฟีจีมี RevPAR เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่โรงแรม Outrigger Mauritius มี ADR เติบโตร้อยละ 5 แม้อัตราการเข้าพักเฉลี่ยจะปรับลดลง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการบริหารรายได้และการกำหนดราคาอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้ภาวะอุปสงค์ที่ชะลอตัว

โรงแรมของบริษัทฯ ในโครงการ CROSSROADS

ตัวชี้วัด	งวด 6 เดือน ปี 2568	งวด 6 เดือน ปี 2569	% เปลี่ยนแปลง	ไตรมาส 2 ปี 2568	ไตรมาส 2 ปี 2569	% เปลี่ยนแปลง
จำนวนโรงแรม	2	2	-	2	2	-
จำนวนห้องพัก	376	348	(28)	376	348	(28)
อัตราการเข้าพัก (ร้อยละ)	77.5%	72.2%	-5.3%	65.3%	55.6%	-9.7%
ADR (บาท)	13,954	15,030	7.7%	12,068	12,277	1.7%

ตัวชี้วัด	งวด 6 เดือน ปี 2568	งวด 6 เดือน ปี 2569	% เปลี่ยนแปลง	ไตรมาส 2 ปี 2568	ไตรมาส 2 ปี 2569	% เปลี่ยนแปลง
RevPAR (บาท)	10,808	10,845	0.3%	7,875	6,821	-13.4%

หมายเหตุ

- (4) อัตราแลกเปลี่ยนสำหรับงวด 6 เดือนแรกปี 2568 คือ 33.71 THB/USD, สำหรับงวด 6 เดือนแรกปี 2569 คือ 31.85 THB/USD, สำหรับไตรมาส 2 ปี 2568 คือ 33.26 THB/USD, และสำหรับไตรมาส 2 ปี 2569 คือ 32.55 THB/USD
- (5) โรงแรม SAii Lagoon Maldives มีการรวมบางส่วนของห้องพักเพื่อเพิ่มขนาดห้องและนำเสนอผลิตภัณฑ์ห้องพักขนาดใหญ่ขึ้น จำนวน 28 ห้อง ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2568

ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 โรงแรม 2 แห่งในโครงการ CROSSROADS ได้แก่ โรงแรม Hard Rock Maldives และโรงแรม SAii Lagoon Maldives มีอัตราการเข้าพักลดลงร้อยละ 10 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการชะลอตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศมัลดีฟส์ ประกอบกับการยกเลิกเที่ยวบินในบางเส้นทาง อันเป็นผลจากสงครามและสถานการณ์ความไม่แน่นอนในภูมิภาคตะวันออกกลาง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงสามารถเพิ่ม ADR ได้ร้อยละ 2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับแรงหนุนจากกลยุทธ์ด้านการตลาดและการยกระดับผลิตภัณฑ์ ห้องพักของโรงแรม SAii Lagoon Maldives ผ่านการปรับรวมห้องพักบางส่วนเพื่อเพิ่มขนาดห้อง และรองรับความต้องการของกลุ่มลูกค้าระดับบน ส่งผลให้ ADR ของโรงแรม SAii Lagoon Maldives เติบโตอย่างต่อเนื่องที่ร้อยละ 10 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

สำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 โรงแรมในโครงการ CROSSROADS มี RevPAR อยู่ที่ 10,845 บาท อยู่ในระดับใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แม้จะเผชิญแรงกดดันจากปัจจัยภายนอกที่ส่งผลให้อุปสงค์การเดินทางชะลอตัวและอัตราการเข้าพักปรับลดลง อย่างไรก็ตาม การดำเนินกลยุทธ์ยกระดับคุณภาพห้องพักอย่างต่อเนื่องช่วยสนับสนุนการเติบโตของ ADR ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 8 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยเฉพาะโรงแรม SAii Lagoon Maldives ที่มี ADR เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

โรงแรมของบริษัทฯ ในสหราชอาณาจักร

ตัวชี้วัด	งวด 6 เดือน ปี 2568	งวด 6 เดือน ปี 2569	% เปลี่ยนแปลง	ไตรมาส 2 ปี 2568	ไตรมาส 2 ปี 2569	% เปลี่ยนแปลง
จำนวนโรงแรม	22	22	-	22	22	-
จำนวนห้องพัก	2,449	2,449	-	2,449	2,449	-
อัตราการเข้าพัก (ร้อยละ)	62.7%	61.6%	-1.1%	70.1%	67.0%	-3.1%
ADR (บาท)	3,700	3,755	1.5%	4,158	4,270	2.7%
RevPAR (บาท)	2,321	2,314	-0.3%	2,913	2,862	-1.8%

หมายเหตุ

- (6) อัตราแลกเปลี่ยนสำหรับงวด 6 เดือนแรกปี 2568 คือ 43.67 THB/GBP, สำหรับงวด 6 เดือนแรกปี 2569 คือ 43.31 THB/GBP, สำหรับไตรมาส 2 ปี 2568 คือ 44.21 THB/GBP, และสำหรับไตรมาส 2 ปี 2569 คือ 43.72 THB/GBP
- (7) ผลประกอบการสำหรับงวด 6 เดือนแรกปี 2569 ได้รวมผลการดำเนินงานของโรงแรมจำนวน 15 แห่งในสหราชอาณาจักร ภายใต้สัญญาการจำหน่ายหุ้นทั้งหมดใน Jupiter Hotels Limited ("JHL") ซึ่งปัจจุบันผู้ซื้ออยู่ระหว่างกระบวนการดำเนินการให้แล้วเสร็จ (Completion Process) ตามเงื่อนไขที่กำหนดในสัญญา (Conditions Precedent)

ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 โรงแรมของบริษัทฯ ในสหราชอาณาจักรมีรายได้เฉลี่ยต่อห้องพัก (RevPAR) อยู่ที่ 2,862 บาท ลดลงเล็กน้อยร้อยละ 2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากอัตราการเข้าพักเฉลี่ยที่ปรับลดลงร้อยละ 3 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยหลักๆ เป็นผลมาจากการปิดปรับปรุงบางส่วนของโรงแรม Mercure Glasgow และ Mercure Manchester Piccadilly เพื่อยกระดับแบรนด์และตำแหน่งทางการตลาด อย่างไรก็ตาม กลุ่มโรงแรมในสหราชอาณาจักรยังสามารถเพิ่ม ADR ได้ร้อยละ 3 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และเมื่อพิจารณาในสกุลเงินปอนด์สเตอร์ลิง ซึ่งเป็นสกุลเงินท้องถิ่น ADR เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 มาอยู่ที่ประมาณ 98 ปอนด์ต่อคืน โดยได้รับแรงหนุนจากการดำเนินกลยุทธ์ปรับเปลี่ยนแบรนด์และยกระดับตำแหน่งทางการตลาด (Rebranding and Repositioning) ของโรงแรมภายใต้แบรนด์ The Unlimited Collection by Ascott

สำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 ผลการดำเนินงานของกลุ่มโรงแรมในสหราชอาณาจักรมีทิศทางสอดคล้องกับผลการดำเนินงานในไตรมาสที่ 2 โดย RevPAR อยู่ที่ 2,314 บาท ใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการเติบโตของ ADR ร้อยละ 2 แม้อัตราการเข้าพักเฉลี่ยจะปรับลดลงเล็กน้อย ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าดำเนินแผนเพิ่มประสิทธิภาพพอร์ตสินทรัพย์ (Portfolio Optimization) อย่างต่อเนื่อง ผ่านการรีแบรนด์โรงแรมบางแห่งภายใต้แบรนด์ lyf เพื่อยกระดับการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) และประสบการณ์การเข้าพัก โดยคาดว่าจะเมื่อโครงการแล้วเสร็จจะช่วยสนับสนุนการเติบโตของ ADR และ RevPAR ในระยะยาว

สรุปผลการดำเนินงาน

ตารางเปรียบเทียบผลการดำเนินงานงวด 6 เดือนแรกของปี 2568 และงวด 6 เดือนแรกของปี 2569

	งวด 6 เดือนแรก ปี 2568		งวด 6 เดือนแรก ปี 2569		เปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้จากการให้บริการ	5,023.20	100.0%	4,900.3	100.0%	(122.9)	(2.4%)
ต้นทุนการให้บริการ	3,111.0	61.9%	3,110.4	63.5%	(0.6)	(0.0%)
กำไรขั้นต้น	1,912.2	38.1%	1,789.9	36.5%	(122.3)	(6.4%)
ค่าใช้จ่ายในการขาย	250.1	4.9%	258.7	5.3%	8.6	3.4%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	1,062.8	21.2%	1,000.7	20.4%	(62.1)	(5.8%)
กำไร (ขาดทุน) จากการดำเนินงานหลัก	599.2	11.9%	530.5	10.8%	(68.7)	(11.5%)
กำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน	(9.4)	(0.2%)	14.9	0.3%	24.3	258.3%
รายได้อื่น	92.1	1.8%	98.9	2.0%	6.8	7.4%
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากบริษัทร่วมและการร่วมค้า	32.3	0.6%	-	-	(32.3)	(100.0%)
กำไร (ขาดทุน) ก่อนดอกเบี้ยและภาษี	714.2	14.2%	644.2	13.1%	(70.0)	(9.8%)
ต้นทุนทางการเงิน	462.9	9.2%	443.8	9.1%	(19.1)	(4.1%)
รายได้ (ค่าใช้จ่าย) ภาษีเงินได้	(51.6)	(1.0%)	(29.9)	(0.6%)	(21.7)	(42.1%)
กำไร (ขาดทุน) สำหรับงวด	199.8	4.0%	170.6	3.5%	(29.2)	(14.6%)
รายการปรับปรุง						
(กำไร/ขาดทุน) ที่ยังไม่เกิดขึ้นจริงจากอัตราแลกเปลี่ยน	11.9	0.2%	(12.5)	(0.3%)	(24.4)	(205.3%)
รายการที่ไม่ได้เกิดขึ้นเป็นประจำ ¹	(20.3)	(0.4%)	(1.7)	(0.0%)	18.6	91.5%
EBITDA ที่ปรับปรุงแล้ว (Normalized EBITDA) ²	1,315.1	26.2%	1,197.2	24.4%	(117.9)	(9.0%)
กำไร (ขาดทุน) สำหรับงวดที่ปรับปรุงแล้ว	236.8	4.7%	203.6	4.2%	(33.2)	(14.0%)

เปรียบเทียบผลการดำเนินงานงวดไตรมาสที่ 2 ของปี 2568 และไตรมาสที่ 2 ของปี 2569

	ไตรมาสที่ 2 ปี 2568		ไตรมาสที่ 2 ปี 2569		เปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้จากการให้บริการ	2,401.1	100.0%	2,266.4	100.0%	(134.7)	(5.6%)
ต้นทุนการให้บริการ	1,528.0	63.6%	1,552.8	68.5%	24.8	1.6%
กำไรขั้นต้น	873.1	36.4%	713.6	31.5%	(159.5)	(18.3%)
ค่าใช้จ่ายในการขาย	126.7	5.3%	127.7	5.6%	1.0	0.8%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	559.2	23.3%	504.5	22.3%	(54.7)	(9.8%)
กำไร (ขาดทุน) จากการดำเนินงานหลัก	187.1	7.8%	81.4	3.6%	(105.7)	(56.5%)
กำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน	(8.4)	(0.3%)	7.3	0.3%	15.7	186.7%
รายได้อื่น	48.8	2.0%	51.0	2.3%	2.2	4.5%
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากบริษัทร่วมและการร่วมค้า	32.7	1.4%	-	-	(32.7)	(100.0%)
กำไร (ขาดทุน) ก่อนดอกเบี้ยและภาษี	260.2	10.8%	139.6	6.2%	(120.6)	(46.3%)
ต้นทุนทางการเงิน	221.2	9.2%	240.4	10.6%	19.2	8.7%
รายได้ (ค่าใช้จ่าย) ภาษีเงินได้	(14.8)	(0.6%)	6.9	0.3%	21.7	146.6%
กำไร (ขาดทุน) สำหรับงวด	24.2	1.0%	(93.9)	(4.1%)	(118.1)	(487.7%)
รายการปรับปรุง						
(กำไร)ขาดทุน ที่ยังไม่เกิดขึ้นจริงจากอัตราแลกเปลี่ยน	10.3	0.4%	(8.4)	(0.4%)	(18.7)	(181.3%)
รายการที่ไม่ได้เกิดขึ้นเป็นประจำ ¹	(23.5)	(1.0%)	(0.5)	(0.0%)	23.0	97.7%
EBITDA ที่ปรับปรุงแล้ว (Normalized EBITDA) ²	540.2	22.5%	421.1	18.6%	(119.1)	(22.0%)
กำไร (ขาดทุน) สำหรับงวดที่ปรับปรุงแล้ว	11.0	0.5%	(55.5)	(2.5%)	(66.6)	(604.0%)

(1) รายการที่ไม่ได้เกิดขึ้นเป็นประจำ ได้แก่ กำไร(ขาดทุน) จากการจำหน่ายสินทรัพย์, ค่าธรรมเนียมที่เกิดขึ้นครั้งเดียวจากการยกเลิกสัญญาจ้างบริหาร, กำไร(ขาดทุน) จากการตีมูลค่ายุติธรรมจากอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน, ตราสารอนุพันธ์ป้องกันความเสี่ยงอัตราดอกเบี้ย, ผลขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์ และรายการปรับปรุงทางบัญชี

(2) Normalized EBITDA คำนวณจากกำไรก่อนภาษี บวก ต้นทุนทางการเงิน ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย และรายได้จากดอกเบี้ย หัก กำไร(ขาดทุน) ที่ยังไม่เกิดขึ้นจากอัตราแลกเปลี่ยน และรายการที่ไม่ได้เกิดขึ้นเป็นประจำ

รายได้จากการขายและการให้บริการ

กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและการให้บริการในไตรมาส 2 ปี 2569 จำนวน 2,266.4 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และสำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 มีรายได้จากการขายและการให้บริการจำนวน 4,900.3 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อยที่ร้อยละ 2 จากงวดเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากสงครามและความตึงเครียดด้านภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลางที่ทวีความรุนแรงในช่วงไตรมาส 2 แม้จะเผชิญกับแรงกดดันจากปัจจัยภายนอกดังกล่าว กลุ่มโรงแรมที่บริษัทฯ บริหารจัดการเองในประเทศไทยยังคงมีผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง จากการดำเนินกลยุทธ์ยกระดับคุณภาพสินทรัพย์ (Asset Enhancement) และการบริหารรายได้ (Revenue Management) อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้อัตราค่าห้องพักเฉลี่ย (ADR) ปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะโรงแรมที่ผ่านการปรับปรุงห้องพักภายใต้แนวคิดใหม่ ซึ่งสนับสนุนให้รายได้ของกลุ่มโรงแรมดังกล่าวเติบโตร้อยละ 3 จากงวดเดียวกันของปีก่อน ขณะเดียวกัน กลุ่มโรงแรมในสาธารณรัฐฟิลิปปินส์ยังคงมีผลการดำเนินงานโดดเด่นส่งผลให้รายได้เติบโตร้อยละ 9 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

ต้นทุนการให้บริการ

ต้นทุนการให้บริการของกลุ่มบริษัทฯ ในไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ 1,552.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเล็กน้อยร้อยละ 2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากต้นทุนสาธารณูปโภคที่ปรับตัวสูงขึ้น โดยเฉพาะต้นทุนพลังงานซึ่งได้รับผลกระทบจากความผันผวนของราคาพลังงานในตลาดโลก อันเป็นผลจากสงครามและความตึงเครียดด้านภูมิรัฐศาสตร์ใน

ตะวันออกกลาง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ สามารถบริหารต้นทุนการให้บริการในส่วนที่สามารถควบคุมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ต้นทุนดังกล่าวปรับตัวลดลง และช่วยลดผลกระทบจากต้นทุนพลังงานที่เพิ่มสูงขึ้นได้บางส่วน สำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 ต้นทุนการให้บริการอยู่ที่ 3,110.4 ล้านบาท ทรงตัวใกล้เคียงกับงวดเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารจัดการต้นทุนของกลุ่มบริษัทฯ ควบคู่กับการได้รับประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) แม้จะเผชิญกับแรงกดดันจากต้นทุนพลังงานที่เพิ่มสูงขึ้นในช่วงไตรมาสที่ 2

กำไรขั้นต้น

กลุ่มบริษัทฯ บันทึกกำไรขั้นต้นในไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ 713.6 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 18 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และสำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 มีกำไรขั้นต้นจำนวน 1,789.9 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 6 จากงวดเดียวกันของปีก่อน โดยเป็นผลจากรายได้จากการขายและการให้บริการที่ปรับตัวลดลง ประกอบกับต้นทุนพลังงานที่ยังอยู่ในระดับสูงในไตรมาสที่ 2 ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) อยู่ที่ร้อยละ 31 สำหรับไตรมาส 2 ปี 2569 และร้อยละ 37 สำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของกลุ่มบริษัทฯ ในไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ 632.2 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 8 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และสำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 อยู่ที่ 1,259.4 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 4 จากงวดเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงผลสำเร็จของการดำเนินมาตรการ Cost Optimization และการควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารทรัพยากรและกำลังคน ควบคู่กับการบริหารค่าใช้จ่ายด้านการตลาด และค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ

ต้นทุนทางการเงิน

กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินในไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ 240.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากการรับรู้รายการค่าใช้จ่ายที่ไม่ได้เกิดขึ้นเป็นประจำ (Non-recurring Expense) อันเป็นผลจากการชำระคืนเงินต้นทั้งจำนวนของวงเงินกู้สกุลเงินต่างประเทศก่อนกำหนด ทั้งนี้ หากไม่รวมผลกระทบจากรายการดังกล่าว ต้นทุนทางการเงินในไตรมาส 2 ปี 2569 จะลดลงร้อยละ 13 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และสำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 ต้นทุนทางการเงินอยู่ที่ 443.8 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 4 จากงวดเดียวกันของปีก่อน และหากไม่รวมผลกระทบจากรายการพิเศษดังกล่าว ต้นทุนทางการเงินจะลดลงร้อยละ 14 จากงวดเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงผลสำเร็จของการบริหารต้นทุนทางการเงินอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการเจรจากับสถาบันการเงินเพื่อลดอัตราดอกเบี้ยของเงินกู้สกุลเงินบาท การชำระคืนเงินกู้สกุลเงินดอลลาร์สหรัฐบางส่วนก่อนกำหนดในช่วงไตรมาส 1 ปี 2569 ซึ่งช่วยลดภาระดอกเบี้ยจ่าย รวมถึงการได้รับประโยชน์จากแนวโน้มอัตราดอกเบี้ยโลกที่ทยอยปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง

รายได้อื่น

กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้อื่นในไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ 51.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และสำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 อยู่ที่ 98.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 จากงวดเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากการรับรู้กำไรจากการปรับมูลค่ายุติธรรมของตราสารอนุพันธ์ที่เพิ่มขึ้น

ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากบริษัทร่วมและกิจการร่วมค้า

กลุ่มบริษัทฯ ได้หยุดการรับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนของโรงแรม SO/ Maldives ตามมาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 28 เรื่อง เงินลงทุนในบริษัทร่วมและการร่วมค้า เนื่องจากบริษัทย่อยได้รับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนจนมูลค่าตามบัญชีตามวิธีส่วนได้เสียเท่ากับ 0 ตั้งแต่วงไตรมาส 4 ของปี 2567

EBITDA ที่ปรับปรุงแล้ว (Normalized EBITDA)

กลุ่มบริษัท รายงาน EBITDA ที่ปรับปรุงแล้ว (Normalized EBITDA) ในไตรมาส 2 ปี 2569 จำนวน 421.1 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 22 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และสำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 อยู่ที่ 1,197.2 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 9 จากงวดเดียวกันของปีก่อน สอดคล้องกับผลการดำเนินงานที่ได้รับแรงกดดันจากการชะลอตัวของรายได้ในบางตลาด ประกอบกับต้นทุนพลังงานที่ยังอยู่ในระดับสูงในไตรมาสที่ 2 อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าดำเนินมาตรการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Operational Efficiency) การบริหารต้นทุน และการควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาความสามารถในการทำกำไรและเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินงานในระยะยาว

กำไร (ขาดทุน) สำหรับงวด

กลุ่มบริษัท บันทึกผลขาดทุนสุทธิสำหรับไตรมาส 2 ปี 2569 จำนวน 93.9 ล้านบาท เทียบกับกำไรสุทธิ 24.2 ล้านบาท ในช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากผลการดำเนินงานที่ชะลอตัวลงจากผลกระทบของสงครามและสถานการณ์ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ ประกอบกับการรับรู้รายการค่าใช้จ่ายที่ไม่ได้เกิดขึ้นเป็นประจำ (Non-recurring Expense) และสำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 บริษัทฯ บันทึกกำไรสุทธิจำนวน 170.6 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 15 จากงวดเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้ หากไม่รวมรายการพิเศษดังกล่าว บริษัทฯ จะมีผลขาดทุนสุทธิในไตรมาส 2 ปี 2569 จำนวน 55.5 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิสำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 จำนวน 203.6 ล้านบาท

ฐานะทางการเงินรวมและโครงสร้างเงินลงทุน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัท มีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 34,062.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,059.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 3 จาก ณ สิ้นปี 2568 ขณะที่หนี้สินรวมอยู่ที่ 19,950.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 320.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 2 จาก ณ สิ้นปี 2568 โดยมีหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจำนวน 12,673.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจาก 12,488.3 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2568 ส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ 14,112.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 13,373.2 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2568 โดยมีปัจจัยหลักจากกำไรสุทธิที่รับรู้ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2569 รวมถึงการเปลี่ยนแปลงขององค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น ทั้งนี้ อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Interest-Bearing Debt to Equity: IBD/E) ปรับตัวลดลงมาอยู่ที่ 0.90 เท่า ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 ซึ่งยังคงอยู่ในระดับต่ำกว่าเงื่อนไขทางการเงินของบริษัทฯ สะท้อนถึงฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่ง ความสามารถในการบริหารโครงสร้างเงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพ และความยืดหยุ่นทางการเงินในการรองรับการลงทุนและการเติบโตในอนาคต

	31 ธ.ค. 68	30 มิ.ย. 69	เปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	2,294.8	2,415.3	120.5	5.2%
สินทรัพย์หมุนเวียน	3,705.6	4,011.3	305.7	8.2%
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ สุทธิ	26,875.5	27,799.2	923.7	3.4%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	29,297.8	30,051.4	753.6	2.6%
รวมสินทรัพย์	33,003.4	34,062.7	1,059.3	3.2%
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย	12,488.3	12,673.5	185.2	1.5%
หนี้สินอื่น	7,141.9	7,277.2	135.3	1.9%
รวมหนี้สิน	19,630.2	19,950.7	320.5	1.6%
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	13,373.2	14,112.0	738.7	5.5%
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (IBD/E) (เท่า)	0.93	0.90	(0.03)	

การดำเนินงานด้านความยั่งยืน

ในไตรมาส 2 ปี 2569 บริษัทฯ ยังคงขับเคลื่อนธุรกิจภายใต้แนวทางด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) โดยบูรณาการแนวคิดด้านความยั่งยืนเข้ากับการบริหารจัดการโรงแรมและห่วงโซ่อุปทาน เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางธุรกิจ การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว ทั้งนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการน้ำและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การลดขยะอาหารและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ตลอดจนการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศในพื้นที่ดำเนินงาน

ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงาน ลูกค้า และชุมชนโดยรอบ ผ่านการนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตท้องถิ่น รวมถึงสนับสนุนการจัดหาวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการในพื้นที่ เพื่อกระจายประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสร้างคุณค่าร่วมกับชุมชนควบคู่กับการดำเนินธุรกิจตามหลักการค้ากับดูแลกิจการที่ดี มีความโปร่งใสและความรับผิดชอบ ตลอดจนบริหารจัดการความเสี่ยงด้านความยั่งยืนอย่างเหมาะสม

บริษัทฯ มุ่งมั่นยกระดับการดำเนินงานด้านความยั่งยืนให้เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มความพร้อมในการรับมือกับความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศและการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ตลอดจนสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ขอแสดงความนับถือ

บริษัท เอส โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท จำกัด (มหาชน)

- // -

(นายอิศรินทร์ ภัทรมัย)

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารการเงิน

Investor Relations Contact

Tel: +66 (0) 2058 9888

Email: ir@shotelsresorts.com