CS-02/2026/013 วันที่ 16 พฤศจิกายน 2569

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับผลการดำเนินงานงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569

ภาพรวมผลการดำเนินงาน

บริษัท เอส โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) และบริษัทย่อย (“กลุ่มบริษัทฯ”) รายงานรายได้จากการขายและการให้บริการในไตรมาส 3 ปี 2569 จำนวน 2,629.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ท่ามกลางสถานการณ์สงครามในตะวันออกกลางและความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ที่ยังคงดำเนินอยู่ในหลายภูมิภาคทั่วโลก การเติบโตดังกล่าวมีแรงขับเคลื่อนหลักจากโรงแรมในประเทศไทย สาธารณรัฐมัลดีฟส์ และสาธารณรัฐหมู่เกาะฟิจิ สะท้อนผลจากการยกระดับคุณภาพห้องพักและการให้บริการ ควบคู่กับการดำเนินกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม สนับสนุนให้รายได้เฉลี่ยต่อห้องพัก (RevPAR) ของโรงแรมหลายแห่งทำสถิติสูงสุดสำหรับไตรมาส 3 โดยกลุ่มโรงแรมที่บริษัทฯ บริหารจัดการเองในประเทศไทยมี RevPAR เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน นำโดยโรงแรมทราย ลากูน่า ภูเก็ต ซึ่งมีอัตราค่าห้องพักเฉลี่ยรายวัน (ADR) เพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 10 และผลักดันให้ RevPAR เติบโตร้อยละ 17 จากการตอบรับที่ดีต่อห้องพักที่ปรับปรุงใหม่ ความต้องการที่ต่อเนื่องจากกลุ่มลูกค้าประชุม สัมมนา และจัดกิจกรรม (MICE) ตลอดจนกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกที่ช่วยขยายโอกาสในการสร้างรายได้ ขณะที่โรงแรมทราย เกาะสมุย วิลล่าส์ และโรงแรมสันติบุรี เกาะสมุย มีอัตราการเข้าพักและ ADR สูงขึ้นจากความต้องการเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวของเกาะสมุย ส่งผลให้ RevPAR เพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 25 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2568 สำหรับโรงแรมในโครงการ CROSSROADS Maldives อันได้แก่ SAii Lagoon Maldives และ Hard Rock Maldives สามารถผลักดันให้ RevPAR เพิ่มขึ้นได้ถึงร้อยละ 10 โดยได้แรงหนุนจากการขยายฐานลูกค้าไปยังตลาดต้นทางที่หลากหลายขึ้น และการรักษาระดับราคาห้องพักได้อย่างแข็งแกร่ง ท่ามกลางสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลางที่ยังคงดำเนินอยู่ แม้จะมีแนวโน้มผ่อนคลายลง ขณะที่กลุ่มโรงแรมในฟิจิยังคงมีผลการดำเนินงานโดดเด่นต่อเนื่องในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) โดยมี RevPAR เติบโตร้อยละ 4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ RevPAR ของพอร์ตโฟลิโอโดยรวมในไตรมาส 3 ปี 2569 อยู่ที่ 4,696.0 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

การเติบโตของรายได้จากโรงแรมในตลาดหลัก โดยเฉพาะประเทศไทยและมัลดีฟส์ ประกอบกับต้นทุนทางการเงินที่ลดลงสนับสนุนให้กำไรสุทธิของกลุ่มบริษัทฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน มาอยู่ที่ 136.1 ล้านบาท ทั้งนี้ ในไตรมาสที่ 3 ปี 2569 บริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการออกและเสนอขายหุ้นกู้มูลค่ารวม 1,700 ล้านบาท อายุ 2 ปี 9 เดือน อัตราดอกเบี้ยคงที่ร้อยละ 4.50 ต่อปี เพื่อนำเงินที่ได้รับไปชำระคืนหุ้นกู้ที่ครบกำหนดและสนับสนุนการลงทุนเพื่อยกระดับสินทรัพย์ของกลุ่มบริษัทฯ

สำหรับงวด 9 เดือนแรกของปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและการให้บริการจำนวน 7,529.3 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อยร้อยละ 1 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีแรงกดดันหลักจากความขัดแย้งในตะวันออกกลางที่กระทบต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวในไตรมาส 2 ประกอบกับการปิดให้บริการบางส่วนของโรงแรม Mercure Glasgow และ Mercure Manchester Piccadilly ในสหราชอาณาจักรเพื่อปรับปรุงและเตรียมเปิดให้บริการภายใต้แบรนด์ใหม่ ทั้งนี้ โรงแรมในกลาสโกว์ได้เปิดให้บริการภายใต้แบรนด์ lyf George Square Glasgow เมื่อปลายเดือนกันยายน นับเป็นก้าวสำคัญในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันและวางรากฐานการเติบโตของพอร์ตโรงแรมในสหราชอาณาจักรในระยะยาว ขณะเดียวกันส่งผลให้ ADR ของพอร์ตโฟลิโอโดยรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 6 เป็น 6,727.9 บาท และ RevPAR เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 เป็น 4,533.9 บาท จาก 4,427.9 บาทในงวดเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ รายงานกำไรสุทธิสำหรับช่วง 9 เดือนแรกของปี 2569 จำนวน 306.7 ล้านบาท

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและสถานการณ์ดำเนินงาน

ภาพรวมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศในไตรมาส 3 ปี 2569 มีสัญญาณฟื้นตัวจากแนวโน้มการผ่อนคลายของสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลาง และการทยอยกลับมาให้บริการของเส้นทางบินบางส่วน ซึ่งช่วยลดข้อจำกัดในการเดินทางและสนับสนุนความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การฟื้นตัวยังมีความแตกต่างกันระหว่างภูมิภาคและตลาดต้นทาง ภายใต้ความไม่แน่นอนด้านเศรษฐกิจและภูมิรัฐศาสตร์ รวมถึงต้นทุนการเดินทางที่ยังอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้ รายงานขององค์การการท่องเที่ยวแห่งสหประชาชาติ (UN Tourism) ที่เผยแพร่ในเดือนกันยายน 2569 ระบุว่า จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในช่วงครึ่งแรกของปีอยู่ที่ประมาณ 690 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยจำนวนนักท่องเที่ยวในแอฟริกา ยุโรป ทวีปอเมริกา และเอเชียแปซิฟิกเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 ร้อยละ 3 ร้อยละ 2 และร้อยละ 1 ตามลำดับ

สำหรับไตรมาส 4 ปี 2569 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีแนวโน้มได้รับแรงสนับสนุนจากความต้องการเดินทางเพื่อการพักผ่อนในช่วงเทศกาลเฉลิมฉลองส่งท้ายปี ตลอดจนการเดินทางเพื่อธุรกิจและกิจกรรมการประชุม สัมมนา และนิทรรศการ (MICE) ประกอบกับแนวโน้มการเพิ่มเที่ยวบินในหลายเส้นทางเพื่อรองรับความต้องการเดินทางช่วงปลายปี และการเข้าสู่ฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) ของประเทศไทยและสาธารณรัฐมัลดีฟส์ ซึ่งคาดว่าจะช่วยสนับสนุนความต้องการเข้าพักในตลาดหลักของกลุ่มบริษัทฯ ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของ UN Tourism สำหรับช่วงเดือนกันยายนถึงธันวาคม 2569 สะท้อนมุมมองเชิงบวกอย่างระมัดระวังต่อแนวโน้มการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ อย่างไรก็ดี UN Tourism ได้ปรับลดประมาณการการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกในปี 2569 มาอยู่ที่ร้อยละ 1–2 จากเดิมร้อยละ 3–4 โดยแนวโน้มในระยะถัดไปยังขึ้นอยู่กับสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลางและผลกระทบต่อราคาน้ำมัน เงินเฟ้อ และต้นทุนการเดินทาง

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศที่บริษัทฯ 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	44.2
สาธารณรัฐหมู่เกาะฟิจิ	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, ประเทศฟิจิ อ้างอิงประมาณการจากกระทรวงพาณิชย์สาธารณรัฐหมู่เกาะฟิจิ, ประเทศมอริเชียส อ้างอิงประมาณการจากสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวมอริเชียส

ประเทศไทย

ภาพรวมภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยในไตรมาส 3 ปี 2569 ปรับตัวดีขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้า โดยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศประมาณ 7.1 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จากไตรมาสก่อน ภายหลังสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลางเริ่มมีแนวโน้มผ่อนคลาย และการให้บริการเที่ยวบินและการเชื่อมโยงทางอากาศเริ่มทยอยฟื้นตัว อย่างไรก็ตาม จำนวนนักท่องเที่ยวยังลดลงร้อยละ 5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ท่ามกลางความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก ต้นทุนการเดินทางที่ยังอยู่ในระดับสูง และการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้มข้นขึ้น โดยเฉพาะจากประเทศจุดหมายปลายทางอื่นในภูมิภาคเอเชีย ในไตรมาสดังกล่าว จีนเป็นตลาดต้นทางขนาดใหญ่ที่สุดด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณ 1.3 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 12 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 18 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด ขณะที่นักท่องเที่ยวจากรัสเซียและไต้หวันเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และร้อยละ 15 ตามลำดับ

นอกจากนี้ ตลาดตะวันออกกลางบางประเทศขยายตัวอย่างโดดเด่น โดยนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์และซาอุดีอาระเบียเพิ่มขึ้นร้อยละ 30 และร้อยละ 21 ตามลำดับ สะท้อนการฟื้นตัวของตลาดที่มีระยะเวลาพำนักนานและค่าใช้จ่ายต่อการเดินทางในระดับสูง ซึ่งการเติบโตของตลาดเหล่านี้ช่วยชดเชยการลดลงของตลาดหลักได้บางส่วน ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2569 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 23.2 ล้านคน ลดลงร้อยละ 4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่รายได้เฉลี่ยต่อนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติรวมประมาณ 1.1 ล้านล้านบาท จีนยังเป็นตลาดต้นทางอันดับหนึ่งด้วยนักท่องเที่ยวประมาณ 3.9 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 15 และคิดเป็นร้อยละ 17 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด ขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวจากอุซเบกิสถาน คาซัคสถาน โปแลนด์ และอิสราเอลเพิ่มขึ้นร้อยละ 31 ร้อยละ 13 ร้อยละ 12 และร้อยละ 7 ตามลำดับ ทั้งนี้ ตลาดระยะใกล้ในเอเชียยังเป็นฐานหลักด้านจำนวนนักท่องเที่ยว ส่วนตลาดระยะไกลจากยุโรปและสหรัฐอเมริกายังคงมีบทบาทสำคัญต่อรายได้จากการท่องเที่ยว เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อทริปสูงและมีระยะเวลาพำนักนาน

ในช่วงที่เหลือของปี 2569 ภาคการท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มได้รับแรงหนุนจากวันหยุดต่อเนื่องของตลาดระยะใกล้ โดยเฉพาะ Golden Week ของจีน รวมถึงฮ่องกงและเกาหลีใต้ ตลอดจนการเข้าสู่ฤดูกาลท่องเที่ยวที่สนับสนุนการเดินทางจากตลาดระยะไกล โดยเฉพาะยุโรป ประกอบกับสายการบินทยอยเพิ่มความถี่ เปิดเส้นทางใหม่ และจัดรายการส่งเสริมการขาย ขณะที่ค่าโดยสารในหลายเส้นทางเริ่มปรับลดลงจากระดับสูงในไตรมาส 2 แม้ยังสูงกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อน นอกจากนี้ ภาคการท่องเที่ยวไทยยังมีแรงหนุนเพิ่มเติมจากมาตรการกระตุ้นการเดินทางภายในประเทศของภาครัฐ ผ่าน 3 โครงการ ได้แก่ “บินเที่ยวทั่วไทย ฮีลใจทุกทริป” ซึ่งสนับสนุนส่วนลดบัตรโดยสารเครื่องบินภายในประเทศ “Amazing Thailand เที่ยวทั่วไทยไปกับทัวร์” ซึ่งสนับสนุนค่าเดินทางสำหรับการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ และ “SINGLE JOURNEY 2026” ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามความสนใจเฉพาะกลุ่ม เสริมด้วยโครงการ “100 เดียว เที่ยวทั่วไทย” ที่มีกำหนดเริ่มในเดือนธันวาคม เพื่อกระตุ้นการเดินทางในวันธรรมดา มาตรการดังกล่าวคาดว่าจะช่วยลดภาระค่าเดินทาง เพิ่มโอกาสในการพักค้างคืนและการใช้จ่าย ตลอดจนกระจายความต้องการใช้บริการท่องเที่ยวสู่วันธรรมดาและพื้นที่ต่างๆ ควบคู่กับกิจกรรมระดับนานาชาติและเทศกาลส่งท้ายปี ซึ่งจะช่วยเสริมแรงส่งให้ภาคการท่องเที่ยวในช่วงปลายปีต่อเนื่องถึงต้นปี 2570 ขณะเดียวกัน ภาครัฐยังคงส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพตามแนวทาง “Value over Volume” โดยมุ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง ผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การเดินทางเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) และการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและวัฒนธรรม ควบคู่กับการพัฒนาการเชื่อมโยงทางอากาศกับตลาดศักยภาพ เพื่อเพิ่มรายได้เฉลี่ยต่อการเดินทางและกระจายรายได้สู่พื้นที่ท่องเที่ยว

สาธารณรัฐมัลดีฟส์

ในไตรมาส 3 ปี 2569 ภาคการท่องเที่ยวของสาธารณรัฐมัลดีฟส์ปรับตัวดีขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้า โดยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศจำนวน 527,310 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 28 จากไตรมาสก่อน และอยู่ในระดับใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงการฟื้นตัวของการเดินทางภายหลังได้รับผลกระทบจากความขัดแย้งในตะวันออกกลางในไตรมาส 2 โดยจีนและรัสเซียเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญ ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 และร้อยละ 9 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ตามลำดับ ขณะที่การเพิ่มบริการเที่ยวบินจากรัสเซียและการส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่องในจีน รัสเซีย และเอเชียกลาง ช่วยสนับสนุนการขยายฐานนักท่องเที่ยวและกระจายความเสี่ยงด้านตลาดต้นทาง อย่างไรก็ตาม สำหรับช่วง 9 เดือนแรกของปี 2569 มัลดีฟส์ต้อนรับนักท่องเที่ยวรวม 1.6 ล้านคน ลดลงร้อยละ 4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการหยุดชะงักของเที่ยวบินและเส้นทางเชื่อมต่อผ่านตะวันออกกลางในไตรมาส 2 โดยการเติบโตของตลาดจีนและรัสเซียช่วยชดเชยการลดลงของนักท่องเที่ยวจากตลาดยุโรปหลัก ได้แก่ สหราชอาณาจักร เยอรมนี และอิตาลี ได้บางส่วน ทั้งนี้ รีสอร์ตยังคงเป็นรูปแบบที่พักหลัก โดยรองรับนักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 74 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด สะท้อนจุดแข็งของมัลดีฟส์ในฐานะจุดหมายปลายทางสำหรับการพักผ่อนในรีสอร์ตระดับพรีเมียมและลักชัวรี

สำหรับแนวโน้มทั้งปี 2569 ภาครัฐยังคงประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติไว้ที่ 2.4 ล้านคน โดยคาดว่าการเดินทางในไตรมาส 4 จะได้รับแรงหนุนจากการเข้าสู่ฤดูกาลท่องเที่ยวและวันหยุดปลายปี ประกอบกับการขยายเครือข่ายและเพิ่มความถี่เที่ยวบิน ทั้งการเพิ่มเที่ยวบินของ Qatar Airways ตั้งแต่เดือนตุลาคม แผนเปิดเส้นทางบินจากรัสเซียและเวียดนามของ S7 Airlines และ VietJet Air ตามลำดับ รวมถึงการกลับมาให้บริการเที่ยวบินตรงตามฤดูกาลของ Virgin Atlantic จากสหราชอาณาจักร ซึ่งคาดว่าจะช่วยรองรับความต้องการเดินทางจากตลาดยุโรปและเอเชีย ขณะเดียวกัน Visit Maldives เดินหน้าส่งเสริมการตลาดผ่านงานแสดงสินค้าและเจรจาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวระดับนานาชาติ ได้แก่ TTG Travel Experience ในอิตาลีและ WTM London ในสหราชอาณาจักร เพื่อขยายความร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยว สายการบิน และแพลตฟอร์มท่องเที่ยว พร้อมเปิดตัวแคมเปญ “Visit Maldives Year 2027 – Celebrate the Sunny Side” สู่ตลาดต่างประเทศในงาน WTM London เดือนพฤศจิกายน เพื่อเสริมสร้างการรับรู้และกระตุ้นความต้องการเดินทางต่อเนื่องสู่ปี 2570 อย่างไรก็ตาม การฟื้นตัวในระยะถัดไปยังขึ้นอยู่กับสถานการณ์ภูมิรัฐศาสตร์ ความต่อเนื่องของบริการเที่ยวบิน ภาวะเศรษฐกิจในตลาดต้นทาง และต้นทุนการเดินทาง

สหราชอาณาจักร

ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2569 ภาคการท่องเที่ยวของสหราชอาณาจักรมีทิศทางการฟื้นตัวแตกต่างกันระหว่างตลาดต้นทาง โดยตลาดยุโรปมีแนวโน้มดีกว่าตลาดระยะไกล ซึ่งได้รับแรงกดดันจากความไม่แน่นอนด้านภูมิรัฐศาสตร์ ข้อจำกัดด้านการเชื่อมต่อเที่ยวบิน และต้นทุนการเดินทางที่อยู่ในระดับสูง ทั้งนี้ VisitBritain ประเมินว่าจำนวนการเดินทางเข้าประเทศในช่วงครึ่งแรกของปีเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 1 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยไตรมาส 1 เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ก่อนลดลงร้อยละ 1 ในไตรมาส 2 ขณะที่ข้อมูลการเดินทางในเดือนกรกฎาคมและสิงหาคมยังมีแนวโน้มอ่อนตัวเมื่อเทียบกับปีก่อน ก่อนเริ่มมีสัญญาณปรับตัวดีขึ้นตั้งแต่เดือนกันยายน สอดคล้องกับการจองเที่ยวบินจากตลาดระยะไกลที่เร่งตัวขึ้น ด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศยังช่วยพยุงอุปสงค์ของภาคโรงแรม ควบคู่กับกิจกรรมขนาดใหญ่ในช่วงฤดูร้อน ทั้งคอนเสิร์ตของศิลปินระดับนานาชาติและเทศกาลศิลปวัฒนธรรมที่ช่วยกระตุ้นความต้องการเข้าพักในเมืองที่จัดงาน แม้ผู้บริโภคยังระมัดระวังการใช้จ่ายจากแรงกดดันด้านค่าครองชีพ

สำหรับแนวโน้มทั้งปี 2569 VisitBritain ได้ปรับลดประมาณการจำนวนการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าประเทศจาก 45.5 ล้านครั้ง เป็น 44.2 ล้านครั้ง และปรับประมาณการมูลค่าการใช้จ่ายจาก 35.7 พันล้านปอนด์ เป็น 33.9 พันล้านปอนด์ โดยทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้คาดว่าจะเติบโตร้อยละ 2 จากปีก่อน การปรับลดประมาณการมีสาเหตุหลักจากตลาดระยะไกลที่อ่อนตัวกว่าคาด ท่ามกลางผลกระทบจากความขัดแย้งในตะวันออกกลางและต้นทุนเชื้อเพลิงอากาศยานที่สูงขึ้น ซึ่งสร้างแรงกดดันให้ค่าโดยสารปรับสูงขึ้นและจำกัดกำลังซื้อของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การจองเที่ยวบินจากอินเดีย ออสเตรเลีย ตะวันออกกลาง และอเมริกาเหนือที่ปรับตัวดีขึ้น ประกอบกับความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศที่เพิ่มขึ้น เป็นสัญญาณสนับสนุนการฟื้นตัวในช่วงที่เหลือของปี ขณะที่การเดินทางเพื่อธุรกิจและการจัดประชุมยังเป็นอีกปัจจัยสนับสนุนความต้องการเข้าพักในเมืองหลัก ทั้งนี้ ความต่อเนื่องของการฟื้นตัวยังขึ้นอยู่กับสถานการณ์ภูมิรัฐศาสตร์ ทิศทางต้นทุนการเดินทาง และแรงกดดันด้านเงินเฟ้อที่อาจส่งผลต่อความเชื่อมั่นและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

สาธารณรัฐหมู่เกาะฟิจิ

ในไตรมาส 3 ปี 2569 ภาคการท่องเที่ยวของสาธารณรัฐหมู่เกาะฟิจิเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศจำนวน 301,724 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ตลาดต้นทางหลัก ได้แก่ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และสหรัฐอเมริกา คิดเป็นสัดส่วนรวมกันประมาณร้อยละ 81 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดในไตรมาส และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ร้อยละ 2 และร้อยละ 5 ตามลำดับ ทั้งนี้ เดือนกรกฎาคมมีนักท่องเที่ยว 105,791 คน สูงสุดเป็นประวัติการณ์และเป็นครั้งแรกที่จำนวนนักท่องเที่ยวรายเดือนเกิน 100,000 คน ขณะที่เดือนสิงหาคมและกันยายนต่างทำสถิติสูงสุดสำหรับเดือนดังกล่าว สะท้อนอุปสงค์การเดินทางเพื่อพักผ่อนจากตลาดหลักที่แข็งแกร่ง โดย

ได้รับแรงสนับสนุนจากการขยายเครือข่ายเที่ยวบินจากออสเตรเลีย ความสะดวกในการเดินทาง และความหลากหลายของที่พักและกิจกรรมที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว การเติบโตในไตรมาสนี้ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติสะสมในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2569 อยู่ที่ 762,352 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีแรงขับเคลื่อนสำคัญจากตลาดออสเตรเลียและสหรัฐอเมริกา ซึ่งเติบโตร้อยละ 5 และร้อยละ 7 ตามลำดับ

สำหรับแนวโน้มทั้งปี 2569 กระทรวงการคลังฟิจิคาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะอยู่ที่ประมาณ 1 ล้านคน ซึ่งจะเป็นระดับสูงสุดเป็นประวัติการณ์ โดยได้รับแรงสนับสนุนจากอุปสงค์การเดินทางจากตลาดหลัก การเชื่อมต่อเที่ยวบินระหว่างประเทศ และความร่วมมือด้านการตลาดระหว่าง Tourism Fiji และ Fiji Airways ขณะเดียวกัน ภาครัฐมุ่งขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและยกระดับคุณภาพประสบการณ์ ควบคู่กับการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยว ผ่านการพัฒนาสินค้าและบริการที่สะท้อนเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ และการต้อนรับแบบฟิจิ เพื่อสร้างความแตกต่างจากจุดหมายปลายทางคู่แข่งและส่งเสริมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว พร้อมสนับสนุนการลงทุนในที่พักและโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนการกระจายประโยชน์สู่ชุมชน เพื่อรองรับการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

สาธารณรัฐมอริเชียส

ภาครวมภาคการท่องเที่ยวของสาธารณรัฐมอริเชียสในไตรมาส 3 ปี 2569 กลับมาขยายตัวภายหลังการชะลอตัวในไตรมาสก่อนหน้า โดยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศจำนวน 373,770 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน การขยายตัวดังกล่าวได้รับแรงสนับสนุนจากการเติบโตของตลาดต้นทางที่หลากหลาย โดยเฉพาะแอฟริกาใต้ เยอรมนี อินเดีย และซาอุดีอาระเบีย ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 16 ร้อยละ 13 ร้อยละ 15 และร้อยละ 45 ตามลำดับ ช่วยชดเชยการลดลงของตลาดฝรั่งเศสและเกาะเรอูนียง ขณะที่ตลาดสหราชอาณาจักรเริ่มฟื้นตัว โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.4 เทียบกับการลดลงร้อยละ 16 ในช่วงครึ่งแรกของปี นอกจากนี้ การเปิดเส้นทางบินตรงระหว่างแอดดิสอาบาบาและมอริเชียสของ Ethiopian Airlines ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม จำนวน 3 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ยังช่วยเพิ่มทางเลือกในการเดินทางและเสริมการเชื่อมต่อกับเครือข่ายเที่ยวบินระหว่างประเทศ ทั้งนี้ ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2569 มอริเชียสมีนักท่องเที่ยวต่างชาติรวม 1.0 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยฝรั่งเศสยังคงเป็นตลาดต้นทางขนาดใหญ่ที่สุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือสหราชอาณาจักร เกาะเรอูนียง เยอรมนี และแอฟริกาใต้

ในไตรมาส 4 ปี 2569 การเข้าสู่ฤดูกาลท่องเที่ยวของมอริเชียสคาดว่าจะช่วยหนุนความต้องการเดินทาง โดยเฉพาะจากนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาพักผ่อนในช่วงฤดูหนาว ขณะที่ภาครัฐคาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งปีจะอยู่ที่ประมาณ 1.5 ล้านคน ในระยะยาว มอริเชียสมุ่งยกระดับการเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวคุณภาพตลอดปี โดยต่อยอดจากการท่องเที่ยวชายทะเลสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและการผจญภัย ตลอดจนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการรองรับกลุ่มผู้ทำงานทางไกล (Digital Nomads) ควบคู่กับการขยายฐานนักท่องเที่ยวจากอินเดีย จีน และแอฟริกา และการเพิ่มการเชื่อมโยงเที่ยวบินระหว่างประเทศ นอกจากนี้ มอริเชียสยังส่งเสริมการเดินทางในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงกันยายนสำหรับนักท่องเที่ยวจากยุโรป เอเชีย และตะวันออกกลางที่มองหาจุดหมายปลายทางที่มีอากาศเย็นกว่า เพื่อลดความผันผวนตามฤดูกาล โดยให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) ที่ประกอบธุรกิจบริหารจัดการโรงแรมและลงทุนในธุรกิจโรงแรมระดับนานาชาติ ซึ่งมุ่งเน้นการเติบโตทั้งจากการประกอบธุรกิจของตนเอง (Organic Growth) และการเข้าซื้อกิจการจากบุคคลอื่น (Inorganic Growth) ควบคู่ไปกับการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำกำไร เพื่อให้บริษัทฯ สามารถเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว โดยมีกลุ่มทรัพย์สินที่มีลักษณะเฉพาะประกอบด้วยโรงแรมที่ตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็น ที่นิยมระดับโลก ได้แก่

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

(2) โรงแรม 3 แห่งซึ่งดำเนินการภายใต้แบรนด์ Outrigger โดยโรงแรมเหล่านี้ได้รับการบริหารจัดการภายใต้สัญญาบริหารจัดการโรงแรม ซึ่งประกอบด้วย โรงแรม 2 แห่งในสาธารณรัฐหมู่เกาะฟิจิ 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) โรงแรมระดับกลางค่อนไประดับบน จำนวน 19 แห่งในสหราชอาณาจักร ซึ่งบริหารจัดการโดย Aimbridge Hospitality EMEA (ชื่อเดิม Interstate Hotels & Resorts) โดยดำเนินงานภายใต้แฟรนไชส์แบรนด์ Mercure และ โรงแรมระดับบน จำนวน 2 แห่งในสหราชอาณาจักร ซึ่งบริหารจัดการโดย The Ascott Limited ดำเนินงานภายใต้แฟรนไชส์แบรนด์ The Unlimited Collection และอีก 1 แห่งภายใต้แฟรนไชส์แบรนด์ lyf **(“โรงแรมของบริษัทฯ ในสหราชอาณาจักร”)**

(5) โรงแรมที่มีการดำเนินงานในลักษณะการร่วมค้า คือโรงแรม SO/ Maldives ที่ดำเนินงานภายใต้สัญญาบริหารจัดการโรงแรมกับแอนนิสมอร์ (Ennismore) ซึ่งเป็น ส่วนหนึ่งของโครงการ CROSSROADS ในสาธารณรัฐมัลดีฟส์ ซึ่งบริษัทฯ และ Wai Eco World Developer ถือสัดส่วนเงินลงทุนฝั่งละร้อยละ 50 ในการร่วมค้า **(“โรงแรมภายใต้กิจการร่วมค้า”)** ซึ่งรายได้จากโรงแรมที่มีการดำเนินงานในลักษณะการร่วมค้าจะไม่ถูกบันทึกบัญชีในแบบงบการเงินรวมของบริษัทฯ แต่จะบันทึกบัญชีโดยใช้วิธีส่วนได้เสีย (Equity Method) ซึ่งบริษัทฯ จะรับรู้ผลการดำเนินงานในรูปแบบของส่วนแบ่งกำไรหรือขาดทุนจากการลงทุนในการร่วมค้า ทั้งนี้ ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2569 โรงแรม SO/ Maldives ได้เปลี่ยนจากสัญญาบริหารจัดการโรงแรม (Hotel Management Agreement: HMA) เป็นสัญญาแฟรนไชส์ (Franchise Agreement) บริหารจัดการโดยบริษัทฯ เพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการดำเนินงานและประสิทธิภาพการบริหารต้นทุน โดยยังคงใช้แบรนด์ ระบบการจอง และเครือข่ายการตลาดและการจัดจำหน่ายของพันธมิตร

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีโรงแรมที่เปิดดำเนินการเชิงพาณิชย์แล้วทั้งหมด 33 แห่ง ประกอบด้วย โรงแรมที่บริษัทฯ บริหารจัดการเอง โรงแรม Outrigger โรงแรมในโครงการ CROSSROADS โรงแรมของบริษัทฯ ในสหราชอาณาจักร และโรงแรมภายใต้กิจการร่วมค้า ซึ่งมีจำนวนห้องพักรวมกันทั้งสิ้น 4,035 ห้อง โดยโรงแรมเกือบทั้งหมดของบริษัทฯ เปิดให้บริการ คิดเป็นจำนวนโรงแรมที่เปิดให้บริการทั้งสิ้น 31 แห่ง จาก 33 แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 98 ของจำนวนห้องทั้งหมด (3,938 ห้องจากทั้งหมด 4,035 ห้อง)

สัดส่วนรายได้จากการขายและการให้บริการตามรูปแบบการบริหาร

(หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาส 3 ปี 2568	% สัดส่วนรายได้	ไตรมาส 3 ปี 2569	% สัดส่วนรายได้	% เปลี่ยนแปลง	งวด 9 เดือน ปี 2568	% สัดส่วนรายได้	งวด 9 เดือน ปี 2569	% สัดส่วนรายได้	% เปลี่ยนแปลง
โรงแรมที่บริษัทฯ บริหารจัดการเองในประเทศไทย	416.2	16.1%	427.6	16.3%	2.7%	1,654.7	21.8%	1,706.7	22.7%	3.1%
โรงแรม Outrigger	607.0	23.5%	648.7	24.7%	6.9%	1,476.9	19.4%	1,528.5	20.3%	3.5%
โรงแรมในโครงการ CROSSROADS	525.4	20.4%	551.0	21.0%	4.9%	1,920.4	25.3%	1,848.2	24.5%	(3.8%)
โรงแรมของบริษัทฯ ใน สหราชอาณาจักร	1,029.7	39.9%	1,001.8	38.1%	(2.7%)	2,549.5	33.5%	2,445.9	32.5%	(4.1%)
รวมรายได้	**2,578.3**	**100.0%**	**2,629.1**	**100.0%**	**2.0%**	**7,601.5**	**100.0%**	**7,529.3**	**100.0%**	**(1.0%)**

ในไตรมาสที่ 3 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและการให้บริการจำนวน 2,629.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้เฉลี่ยต่อห้องพัก (RevPAR) โดยมีแรงขับเคลื่อนจากผลการดำเนินงานของโรงแรมในประเทศไทย ฟิจิ และมัลดีฟส์ ทั้งนี้ โรงแรมที่บริษัทฯ บริหารจัดการเองในประเทศไทยมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ได้รับแรงหนุนจากการทยอยฟื้นตัวของการเดินทางจากตลาดระยะไกล โดยเฉพาะอิสราเอล รัสเซีย และเยอรมนี ภายหลังสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลางเริ่มมีแนวโน้มคลี่คลายลง ขณะที่ประเทศจีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 42 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ประกอบกับผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งของโรงแรมภายใต้แบรนด์ SAii จากการยกระดับคุณภาพห้องพักควบคู่กับการบริหารรายได้และช่องทางการขาย รวมถึงการเปิดตัว SunRay Social & Swim Club เพื่อเสริมประสบการณ์การเข้าพัก ดึงดูดทั้งผู้เข้าพักและลูกค้าภายนอก และเพิ่มโอกาสสร้างรายได้จากห้องพัก อาหาร เครื่องดื่ม และกิจกรรมภายในโรงแรม สำหรับโรงแรมในสาธารณรัฐหมู่เกาะฟิจิมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 9 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับแรงหนุนจากฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) และกลยุทธ์ด้านราคาที่ช่วยขับเคลื่อนการเติบโตของอัตราค่าห้องพักเฉลี่ย (ADR) ด้านโครงการ CROSSROADS Maldives มีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการขยายและกระจายฐานลูกค้าในตลาดต้นทาง การดำเนินกลยุทธ์การตลาด และการยกระดับคุณภาพห้องพัก ประกอบกับการทยอยกลับมาของนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางภายหลังสถานการณ์ความขัดแย้งเริ่มมีแนวโน้มคลี่คลายลง ส่วนโรงแรมในสหราชอาณาจักรมีรายได้ลดลงร้อยละ 3 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการปิดปรับปรุงพื้นที่บางส่วนของโรงแรมระหว่างงวดเพื่อรองรับการปรับแบรนด์ ภายใต้กลยุทธ์การยกระดับศักยภาพสินทรัพย์ (Asset Enhancement) ซึ่งมุ่งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างโอกาสในการเติบโตของรายได้ในระยะยาว

สำหรับงวด 9 เดือนแรกของปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและการให้บริการ 7,529.3 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 1 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักจากสถานการณ์ความขัดแย้งที่กระทบต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวในไตรมาส 2 และการปิดให้บริการบางส่วนของโรงแรมในสหราชอาณาจักรเพื่อปรับปรุงและเตรียมเปิดให้บริการภายใต้แบรนด์ใหม่ พร้อมยกระดับตำแหน่งทางการตลาด อย่างไรก็ดี โรงแรมที่บริษัทฯ บริหารจัดการเองในประเทศไทยยังเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญ โดยมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และมีสัดส่วนรายได้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 23 ของรายได้จากการขายและการให้บริการของกลุ่มบริษัทฯ โรงแรมทราย ลากูน่า ภูเก็ต ได้รับการตอบรับที่ดีต่อห้องพักที่ปรับปรุงใหม่ ประกอบกับการดำเนินกลยุทธ์การตลาดและการบริหารราคา ส่งผลให้ ADR เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 พร้อมรักษาอัตราการเข้าพักที่ร้อยละ 80 ขณะที่โรงแรมสันติบุรี เกาะสมุย และโรงแรมทราย เกาะสมุย วิลล่าส์ มี ADR สูงขึ้นจากความต้องการเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในช่วงวันหยุดฤดูร้อนของไตรมาส 3 หนุนให้รายได้ของโรงแรมทั้งสองแห่งเติบโตต่อเนื่อง ส่วนโรงแรมในสาธารณรัฐหมู่เกาะฟิจิมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของทั้งอัตราการเข้าพักและ ADR สอดคล้องกับการเติบโตของภาคการท่องเที่ยวในฟิจิ ทั้งนี้ บริษัทฯ

ยังคงยกระดับคุณภาพห้องพักและประสบการณ์การเข้าพัก เพื่อเสริมความสามารถในการแข่งขันและสนับสนุนการเติบโตของรายได้ในระยะยาว

ตัวชี้วัดที่สำคัญสำหรับผลการดำเนินงานโรงแรม

โรงแรมที่บริษัทฯ บริหารจัดการเอง

ตัวชี้วัด	ไตรมาส 3 ปี 2568	ไตรมาส 3 ปี 2569	% เปลี่ยนแปลง	งวด 9 เดือน ปี 2568	งวด 9 เดือน ปี 2569	% เปลี่ยนแปลง
จำนวนโรงแรม	4[(2)]	4[(2)]	-	4[(2)]	4[(2)]	-
จำนวนห้องพัก	604	604	-	604	604	-
อัตราการเข้าพัก (ร้อยละ)	67.8%	65.8%	-2.0%	72.9%	73.0%	0.1%
ADR (บาท)	7,245	8,014	10.6%	9,562	10,120	5.8%
RevPAR (บาท)	4,910	5,269	7.3%	6,976	7,390	5.9%

หมายเหตุ

(2) เนื่องจากโรงแรมโคนอตตา มัลดีฟส์ อยู่ระหว่างปิดให้ดำเนินการ ทางบริษัทฯ จึงได้นำจำนวนห้องของโรงแรมดังกล่าวออกไปเพื่อให้สะท้อนถึงตัวชี้วัดที่เป็นจริงมากขึ้น

ในไตรมาส 3 ปี 2569 โรงแรมที่บริษัทฯ บริหารจัดการเองในประเทศไทยมีผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง แม้ภาพรวมการท่องเที่ยวของประเทศชะลอตัวจากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อห้อง (RevPAR) อยู่ที่ 5,269 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนหลักจากการยกระดับคุณภาพห้องพักควบคู่กับกลยุทธ์การกำหนดราคาที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มกำลังซื้อสูง และสนับสนุนให้อัตราค่าห้องพักเฉลี่ย (ADR) เพิ่มขึ้นร้อยละ 11 สู่ระดับ 8,014 บาท การเติบโตดังกล่าวได้รับแรงสนับสนุนจากโรงแรมทราย ลากูน่า ภูเก็ต ด้วยห้องพักรูปแบบใหม่ยังคงได้รับการตอบรับที่ดีอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับความต้องการจากลูกค้ากลุ่ม MICE ส่งผลให้โรงแรมมีอัตราการเข้าพักอยู่ที่ร้อยละ 74 และอัตราค่าห้องพักเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่โรงแรมทราย เกาะสมุย วิลล่าส์ และโรงแรมสันติบุรี เกาะสมุย ยังคงได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวยุโรป โดยมีอัตราการเข้าพักเพิ่มขึ้นสู่ระดับร้อยละ 84 และร้อยละ 78 ตามลำดับ พร้อมกับอัตราค่าห้องพักเฉลี่ยที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 16 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน นอกจากนี้ ในเดือนสิงหาคม 2569 บริษัทฯ ได้เปิดตัว SunRay Social & Swim Club แห่งแรกบนเกาะสมุย เพื่อเพิ่มทางเลือกในการพักผ่อนและยกระดับประสบการณ์ของผู้เข้าพัก ทั้งนี้ การเติบโตอย่างโดดเด่นของโรงแรมในภูเก็ตและเกาะสมุยช่วยชดเชยการลดลงของ RevPAR ของโรงแรมทราย พีพี ไอส์แลนด์ วิลเลจ ได้มากกว่าผลกระทบที่เกิดขึ้นจากความต้องการเดินทางที่ชะลอตัวและสภาพอากาศในช่วงฤดูมรสุม

สำหรับงวด 9 เดือนแรกของปี 2569 โรงแรมที่บริษัทฯ บริหารจัดการเองในประเทศไทยมี RevPAR เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักจาก ADR ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 สะท้อนถึงความสามารถในการกำหนดราคาและสร้างมูลค่าเพิ่มจากการยกระดับผลิตภัณฑ์และบริการ ทั้งนี้ อุปสงค์จากนักท่องเที่ยวกลุ่ม Leisure และกลุ่ม MICE การเพิ่มขึ้นของการจองห้องพักแบบ Last-minute Booking ตลอดจนการดำเนินกลยุทธ์การตลาดเพื่อขยายฐานลูกค้า เป็นปัจจัยสนับสนุนผลการดำเนินงานในงวดดังกล่าว

โรงแรม Outrigger

ตัวชี้วัด	ไตรมาส 3 ปี 2568	ไตรมาส 3 ปี 2569	% เปลี่ยนแปลง	งวด 9 เดือน ปี 2568	งวด 9 เดือน ปี 2569	% เปลี่ยนแปลง
จำนวนโรงแรม	3	3	-	3	3	-
จำนวนห้องพัก	499	501	2	499	501	2
อัตราการเข้าพัก (ร้อยละ)	85.2%	82.0%	-3.3%	74.2%	72.7%	-1.6%
ADR (บาท)	9,481	10,205	7.6%	8,798	9,004	2.3%
RevPAR (บาท)	8,081	8,365	3.5%	6,532	6,544	0.2%

หมายเหตุ

(3) อัตราแลกเปลี่ยนสำหรับไตรมาส 3 ปี 2568 คือ 14.34 THB/FJD, 0.71 THB/MUR, สำหรับไตรมาส 3 ปี 2569 คือ 14.90 THB/FJD, 0.70 THB/MUR, สำหรับงวด 9 เดือนแรกปี 2568 คือ 14.50 THB/FJD, 0.73 THB/MUR, และสำหรับงวด 9 เดือนแรกปี 2569 คือ 14.68 THB/FJD, 0.69 THB/MUR

ในไตรมาสที่ 3 ปี 2569 กลุ่มโรงแรม Outrigger มีรายได้เฉลี่ยต่อห้องพัก (RevPAR) อยู่ที่ 8,365 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนหลักจากอัตราค่าห้องพักเฉลี่ย (ADR) ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 8 ซึ่งช่วยชดเชยอัตราการเข้าพักที่ลดลง การเติบโตดังกล่าวได้รับแรงสนับสนุนจากกลุ่มโรงแรมในสาธารณรัฐหมู่เกาะฟิจิ ซึ่งมี RevPAR อยู่ที่ 11,391 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดย ADR เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 จากการบริหารราคาให้สอดคล้องกับอุปสงค์ในแต่ละช่วงเวลา ควบคู่กับการเพิ่มสัดส่วนการจองผ่านช่องทางตรง ส่งผลให้สามารถชดเชยผลกระทบจากอัตราการเข้าพักที่ลดลงได้ ขณะที่โรงแรม Outrigger Mauritius มี RevPAR อยู่ที่ 3,014 บาท ลดลงเล็กน้อยร้อยละ 2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากอัตราการเข้าพักที่ปรับตัวลดลง อย่างไรก็ตาม การเติบโตของ ADR ช่วยชดเชยผลกระทบดังกล่าวได้บางส่วน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการบริหารช่องทางการขายผ่านการจองตรง ตัวแทนท่องเที่ยวออนไลน์ และลูกค้ากลุ่ม

สำหรับงวด 9 เดือนแรกของปี 2569 กลุ่มโรงแรม Outrigger มี RevPAR อยู่ที่ 6,544 บาท ใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดย ADR เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 ขณะที่อัตราการเข้าพักลดลงเล็กน้อยมาอยู่ที่ร้อยละ 73 ทั้งนี้ กลุ่มโรงแรมในสาธารณรัฐหมู่เกาะฟิจิยังคงเป็นแรงสนับสนุนสำคัญ โดยมี RevPAR เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 จากการเติบโตของทั้งอัตราการเข้าพักและอัตราค่าห้องพักเฉลี่ย ขณะที่โรงแรม Outrigger Mauritius มีอัตราการเข้าพักลดลง และอัตราค่าห้องพักเฉลี่ยอยู่ในระดับใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

โรงแรมของบริษัทฯ ในโครงการ CROSSROADS

ตัวชี้วัด	ไตรมาส 3 ปี 2568	ไตรมาส 3 ปี 2569	% เปลี่ยนแปลง	งวด 9 เดือน ปี 2568	งวด 9 เดือน ปี 2569	% เปลี่ยนแปลง
จำนวนโรงแรม	2	2	-	2	2	-
จำนวนห้องพัก	369	348	(21)	374	348	(26)
อัตราการเข้าพัก (ร้อยละ)	74.9%	72.8%	-2.1%	76.59%	72.36%	-4.2%
ADR (บาท)	10,067	11,375	13.0%	12,688	13,791	8.7%
RevPAR (บาท)	7,536	8,276	9.8%	9,718	9,979	2.7%

หมายเหตุ

(4) อัตราแลกเปลี่ยนสำหรับไตรมาส 3 ปี 2568 คือ 32.34 THB/USD และสำหรับไตรมาส 3 ปี 2569 คือ 33.24 THB/USD, สำหรับงวด 9 เดือนแรกปี 2568 คือ 33.35 THB/USD, และสำหรับงวด 9 เดือนแรกปี 2569 คือ 32.23 THB/USD

(5) โรงแรม SAii Lagoon Maldives มีการรวมบางส่วนของห้องพักเพื่อเพิ่มขนาดห้องและนำเสนอผลิตภัณฑ์ห้องพักขนาดใหญ่ขึ้น จำนวน 28 ห้อง ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2568

ในไตรมาส 3 ปี 2569 โรงแรมทั้งสองแห่งในโครงการ CROSSROADS ได้แก่ โรงแรม Hard Rock Maldives และโรงแรม SAii Lagoon Maldives มีรายได้เฉลี่ยต่อห้องพักที่มีให้บริการ (RevPAR) กลับมาเติบโตอย่างแข็งแกร่ง อยู่ที่ 8,276 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนหลักมาจากอัตราค่าห้องพักเฉลี่ย (ADR) ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 13 ซึ่งสามารถชดเชยอัตราการเข้าพักโดยรวมที่ชะลอกว่าปีก่อนได้ ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งกระจายฐานลูกค้าในตลาดต้นทางและบริหารช่องทางการขาย โดยตลาดต้นทางที่เติบโตโดดเด่น ได้แก่ ออสเตรเลีย อุซเบกิสถาน และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ขณะที่ตลาดจีน คาซัคสถาน ซาอุดีอาระเบีย และอิตาลีขยายตัวจากช่วงเดียวกันของปีก่อนเช่นกัน การขยายฐานตลาดดังกล่าวดำเนินควบคู่กับการส่งเสริมการตลาดและการยกระดับคุณภาพห้องพัก ซึ่งช่วยสนับสนุนการเติบโตของ ADR โดยเฉพาะโรงแรม SAii Lagoon Maldives ที่มี ADR เพิ่มขึ้นร้อยละ 22 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่โรงแรม Hard Rock Maldives มีการเติบโตของทั้งอัตราการเข้าพักและอัตราค่าห้องพักเฉลี่ย

สำหรับงวด 9 เดือนแรกของปี 2569 โรงแรมในโครงการ CROSSROADS มี RevPAR อยู่ที่ 9,979 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน แม้สงครามและความขัดแย้งในตะวันออกกลางจะส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การเดินทางและการให้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศ และกดดันอัตราการเข้าพัก อย่างไรก็ตาม การยกระดับคุณภาพห้องพักควบคู่กับการ

บริหารราคาและช่องทางการขายช่วยสนับสนุนให้ ADR โดยรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 9 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยเฉพาะโรงแรม SAii Lagoon Maldives ซึ่งมี ADR เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 และเป็นแรงสนับสนุนสำคัญต่อการเติบโตของผลการดำเนินงานในงวดดังกล่าว

โรงแรมของบริษัทฯ ในสหราชอาณาจักร

ตัวชี้วัด	ไตรมาส 3 ปี 2568	ไตรมาส 3 ปี 2569	% เปลี่ยนแปลง	งวด 9 เดือน ปี 2568	งวด 9 เดือน ปี 2569	% เปลี่ยนแปลง
จำนวนโรงแรม	22	22	-	22	22	-
จำนวนห้องพัก	2,449	2,449	-	2,449	2,449	-
อัตราการเข้าพัก (ร้อยละ)	75.9%	69.3%	-6.7%	67.2%	64.2%	-3.0%
ADR (บาท)	4,443	4,755	7.0%	3,983	4,119	3.4%
RevPAR (บาท)	3,374	3,295	-2.3%	2,676	2,645	-1.2%

หมายเหตุ

(6) อัตราแลกเปลี่ยนสำหรับไตรมาส 3 ปี 2568 คือ 43.56 THB/GBP, สำหรับไตรมาส 3 ปี 2569 คือ 44.70 THB/GBP, สำหรับงวด 9 เดือนแรกปี 2568 คือ 43.63 THB/GBP, และสำหรับงวด 9 เดือนแรกปี 2569 คือ 43.88 THB/GBP

(7) ผลประกอบการสำหรับงวด 9 เดือนแรกปี 2569 ได้รวมผลการดำเนินงานของโรงแรมจำนวน 15 แห่งในสหราชอาณาจักร ภายใต้สัญญาการจำหน่ายหุ้นทั้งหมดใน Jupiter Hotels Limited ("JHL") ซึ่งปัจจุบันผู้ซื้อยังอยู่ระหว่างกระบวนการดำเนินการให้แล้วเสร็จ (Completion Process) ตามเงื่อนไขที่กำหนดในสัญญา (Conditions Precedent)

ในไตรมาสที่ 3 ปี 2569 กลุ่มโรงแรมของบริษัทฯ ในสหราชอาณาจักรมีรายได้เฉลี่ยต่อห้องพัก (RevPAR) อยู่ที่ 3,295 บาท ลดลงร้อยละ 2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยร้อยละ 69 เทียบกับร้อยละ 76 ในปีก่อน โดยหลักเป็นผลจากการปิดปรับปรุงพื้นที่และห้องพักบางส่วนของโรงแรม Mercure Glasgow และ Mercure Manchester Piccadilly เพื่อยกระดับคุณภาพสินทรัพย์และปรับตำแหน่งทางการตลาด โดยในช่วงปลายเดือนกันยายน โรงแรม Mercure Manchester Piccadilly ได้ปิดให้บริการทั้งโรงแรมเพื่อดำเนินงานปรับปรุงตามแผน อย่างไรก็ดี กลุ่มโรงแรมยังสามารถเพิ่มอัตราค่าห้องพักเฉลี่ย (ADR) ได้ร้อยละ 7 เป็น 4,755 บาท ช่วยชดเชยผลกระทบจากอัตราการเข้าพักที่ลดลงได้บางส่วน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากกลยุทธ์การปรับเปลี่ยนแบรนด์และยกระดับตำแหน่งทางการตลาด (Rebranding and Repositioning) รวมถึงการดำเนินงานของโรงแรมภายใต้แบรนด์ The Unlimited Collection by Ascott ขณะที่โรงแรมในเมืองท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ Inverness, Brighton และ Edinburgh มีอัตราการเข้าพักอยู่ในระดับสูง โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากความต้องการเดินทางในช่วงฤดูร้อน สภาพอากาศที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว และกิจกรรมส่งเสริมการขาย ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ปรับปรุงโรงแรม Mercure Glasgow แล้วเสร็จและเปิดให้บริการภายใต้ชื่อ Iyf George Square Glasgow ในช่วงปลายไตรมาส เพื่อขยายฐานลูกค้าและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน โดยคาดว่าจะสนับสนุนการเติบโตของ ADR และ RevPAR ในระยะยาว

สำหรับงวด 9 เดือนแรกของปี 2569 โรงแรมของบริษัทฯ ในสหราชอาณาจักรมี RevPAR อยู่ที่ 2,645 บาท ลดลงร้อยละ 1 จากงวดเดียวกันของปีก่อน โดยอัตราการเข้าพักเฉลี่ยลดลงจากร้อยละ 67 เป็นร้อยละ 64 เนื่องจากผลกระทบชั่วคราวจากการปิดปรับปรุงโรงแรม ขณะที่ ADR เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 เป็น 4,119 บาท ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงดำเนินกลยุทธ์เพิ่มประสิทธิภาพพอร์ตสินทรัพย์ (Portfolio Optimization) ควบคู่กับการบริหารต้นทุนและปรับปรุงการดำเนินงาน เพื่อเสริมความสามารถในการทำกำไรและเพิ่มมูลค่าสินทรัพย์ในระยะยาว

สรุปผลการดำเนินงาน

เปรียบเทียบผลการดำเนินงานงวดไตรมาสที่ 3 ของปี 2568 และไตรมาสที่ 3 ของปี 2569

	ไตรมาสที่ 3 ปี 2568		ไตรมาสที่ 3 ปี 2569		เปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	*%*	*ล้านบาท*	*%*	*ล้านบาท*	*%*
รายได้จากการให้บริการ	2,578.3	*100.0%*	2,629.1	*100.0%*	50.8	*2.0%*
ต้นทุนการให้บริการ	1,544.7	*59.9%*	1,643.1	*62.5%*	98.4	*6.4%*
กำไรขั้นต้น	**1,033.6**	***40.1%***	**986.0**	***37.5%***	**(47.6)**	***(4.6%)***
ค่าใช้จ่ายในการขาย	118.9	*4.6%*	142.4	*5.4%*	23.5	*19.8%*
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	554.3	*21.5%*	545.5	*20.7%*	(8.8)	*(1.6%)*
กำไร (ขาดทุน) จากการดำเนินงานหลัก	**360.4**	***14.0%***	**298.1**	***11.3%***	**(62.3)**	***(17.3%)***
กำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน	(26.2)	*(1.0%)*	(4.5)	*(0.2%)*	21.7	*82.8%*
รายได้อื่น	42.6	*1.7%*	35.5	*1.4%*	(7.1)	*(16.7%)*
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากบริษัทร่วมและการร่วมค้า	(0.4)	*(0.0%)*	-	-	0.4	*100.0%*
กำไร (ขาดทุน) ก่อนดอกเบี้ยและภาษี	**376.4**	***14.6%***	**329.1**	***12.5%***	**(47.3)**	***(12.6%)***
ต้นทุนทางการเงิน	214.3	*8.3%*	185.3	*7.0%*	(29.0)	*(13.5%)*
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	33.5	*1.3%*	7.6	*0.3%*	(25.9)	*(77.3%)*
กำไร (ขาดทุน) สำหรับงวด	**128.6**	***5.0%***	**136.1**	***5.2%***	**7.5**	***5.8%***
รายการปรับปรุง						
(กำไร)/ขาดทุน ที่ยังไม่เกิดขึ้นจริงจากอัตราแลกเปลี่ยน	20.3	*0.8%*	(4.9)	*(0.2%)*	(25.2)	(124.1%)
รายการที่ไม่ได้เกิดขึ้นเป็นประจำ [1]	0.3	*0.0%*	1.6	*0.1%*	1.3	*394.6%*
EBITDA ที่ปรับปรุงแล้ว (Normalized EBITDA) [2]	**679.5**	***26.4%***	**617.4**	***23.5%***	**(62.1)**	***(9.1%)***
รายการพิเศษจากต้นทุนทางการเงิน ค่าเสื่อมราคา และภาษี[3]	36.7	*1.4%*	9.9	*0.4%*	(26.8)	*(73.0%)*
กำไร (ขาดทุน) สำหรับงวดที่ปรับปรุงแล้ว	**185.9**	***7.2%***	**142.7**	***5.4%***	**(43.2)**	***(23.2%)***

ตารางเปรียบเทียบผลการดำเนินงานงวด 9 เดือนแรกของปี 2568 และงวด 9 เดือนแรกของปี 2569

	งวด 9 เดือนแรก ปี 2568		งวด 9 เดือนแรก ปี 2569		เปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	*%*	*ล้านบาท*	*%*	*ล้านบาท*	*%*
รายได้จากการให้บริการ	7,601.5	*100.0%*	7,529.3	*100.0%*	(72.2)	*(0.9%)*
ต้นทุนการให้บริการ	4,655.7	*61.2%*	4,753.5	*63.1%*	97.8	*2.1%*
กำไรขั้นต้น	**2,945.8**	***38.8%***	**2,775.9**	***36.9%***	**(169.9)**	***(5.8%)***
ค่าใช้จ่ายในการขาย	363.1	*4.8%*	401.2	*5.3%*	38.1	*10.5%*
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	1,623.1	*21.4%*	1,546.2	20.5%	(76.9)	(4.7%)
กำไร (ขาดทุน) จากการดำเนินงานหลัก	**959.6**	***12.6%***	**828.5**	**11.0%**	**(131.1)**	**(13.7%)**
กำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน	(35.6)	*(0.5%)*	10.4	*0.1%*	46.0	*129.2%*
รายได้อื่น	134.7	*1.8%*	134.4	*1.8%*	(0.3)	*(0.2%)*
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากบริษัทร่วมและการร่วมค้า	31.9	*0.4%*	0.0	*0.0%*	(31.9)	*(100.0%)*
กำไร (ขาดทุน) ก่อนดอกเบี้ยและภาษี	**1,090.6**	***14.3%***	**973.2**	***12.9%***	**(117.4)**	***(10.8%)***
ต้นทุนทางการเงิน	677.2	*8.9%*	629.1	*8.4%*	(48.1)	*(7.1%)*
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	85.1	*1.1%*	37.5	*0.5%*	(47.6)	*(55.9%)*
กำไร (ขาดทุน) สำหรับงวด	**328.4**	***4.3%***	**306.7**	***4.1%***	**(21.7)**	***(6.6%)***
รายการปรับปรุง						
(กำไร)/ขาดทุน ที่ยังไม่เกิดขึ้นจริงจากอัตราแลกเปลี่ยน	32.2	*0.4%*	(17.4)	*(0.2%)*	(49.6)	(154.1%)
รายการที่ไม่ได้เกิดขึ้นเป็นประจำ [1]	(20.0)	*(0.3%)*	(0.1)	*(0.0%)*	19.9	*99.5%*
EBITDA ที่ปรับปรุงแล้ว (Normalized EBITDA) [2]	**1,994.6**	***26.2%***	**1,814.6**	***24.1%***	**(180.0)**	***(9.0%)***
รายการพิเศษจากต้นทุนทางการเงิน ค่าเสื่อมราคา และภาษี[3]	82.1	*1.1%*	57.2	*0.8%*	(24.9)	*(30.3%)*
กำไร (ขาดทุน) สำหรับงวดที่ปรับปรุงแล้ว	**422.7**	***5.6%***	**346.3**	***4.6%***	**(76.4)**	***(18.1%)***

(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

(3) รายการพิเศษอันเกิดจากการปรับปรุงสัญญากู้ยืม การย้ายประเภทสินทรัพย์ และรายการทางภาษี

รายได้จากการขายและการให้บริการ

กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและการให้บริการในไตรมาส 3 ปี 2569 จำนวน 2,629.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ท่ามกลางสถานการณ์สงครามในตะวันออกกลางที่ยังคงดำเนินอยู่ แม้จะมีแนวโน้มผ่อนคลายลง การเติบโตของรายได้ดังกล่าวมีแรงขับเคลื่อนหลักจากโรงแรมในประเทศไทย ฟิจิ และมัลดีฟส์ ซึ่งมีรายได้เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 3 ร้อยละ 9 และร้อยละ 5 ตามลำดับ สำหรับงวด 9 เดือนแรกของปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและการให้บริการจำนวน 7,529.3 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 1 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักจากความตึงเครียดด้านภูมิรัฐศาสตร์ที่ส่งผลต่อการเดินทางในไตรมาสที่ 2 และการปิดให้บริการโรงแรมบางแห่งในสหราชอาณาจักร เพื่อปรับปรุงและเตรียมเปิดให้บริการภายใต้แบรนด์ใหม่ อย่างไรก็ดี การยกระดับคุณภาพสินทรัพย์ควบคู่กับการบริหารรายได้อย่างมีประสิทธิภาพช่วยให้รายได้ของโรงแรมที่บริษัทฯ บริหารจัดการเองในประเทศไทยและโรงแรมในฟิจิเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 และร้อยละ 6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ตามลำดับ

ต้นทุนการให้บริการ

ต้นทุนการให้บริการของกลุ่มบริษัทฯ ในไตรมาส 3 ปี 2569 อยู่ที่ 1,643.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่อัตราส่วนต้นทุนการให้บริการต่อรายได้จากการขายและการให้บริการเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 60 เป็นร้อยละ 62 ปัจจัยหลักมาจากต้นทุนพลังงานที่ยังอยู่ในระดับสูงท่ามกลางความผันผวนของราคาพลังงานในตลาดโลก ประกอบกับอัตราเงินเฟ้อและต้นทุนบุคลากรที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ดี การบริหารจัดการต้นทุนอย่างต่อเนื่องช่วยให้ต้นทุนสาธารณูปโภคลดลงได้ร้อยละ 7 จากไตรมาสก่อน สำหรับงวด 9 เดือนแรกของปี 2569 ต้นทุนการให้บริการอยู่ที่ 4,753.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยการควบคุมต้นทุนในส่วนที่บริหารจัดการได้ควบคู่กับการได้รับประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) ซึ่งช่วยบรรเทาแรงกดดันจากต้นทุนพลังงานที่ปรับสูงขึ้นตั้งแต่ไตรมาส 2 ของปี 2569

กำไรขั้นต้น

ในไตรมาสที่ 3 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 986.0 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน อย่างไรก็ดี อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 31 ในไตรมาสก่อนเป็นร้อยละ 38 ในไตรมาสนี้ สำหรับงวด 9 เดือนแรกของปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 2,775.9 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 6 จากงวดเดียวกันของปีก่อน โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 37 ทั้งนี้ กำไรขั้นต้นในงวดดังกล่าวได้รับแรงกดดันจากต้นทุนพลังงานที่ปรับสูงขึ้นตั้งแต่ไตรมาสที่ 2

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ในไตรมาส 3 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารจำนวน 687.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักจากค่าใช้จ่ายด้านการขายและการตลาดที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการขายและการให้บริการ (SG&A to Sales) อยู่ที่ร้อยละ 26 ใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนว่าค่าใช้จ่ายโดยรวมเพิ่มขึ้นในอัตราที่สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้ สำหรับงวด 9 เดือนแรกของปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารจำนวน 1,947.4 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 2 จากงวดเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังคงควบคุมค่าใช้จ่ายตามแผนงานอย่างต่อเนื่อง โดยจัดสรรทรัพยากรและกำลังคนให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจ

ต้นทุนทางการเงิน

กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินในไตรมาส 3 ปี 2569 จำนวน 185.3 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 14 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่งผลให้ต้นทุนทางการเงินสำหรับงวด 9 เดือนแรกของปี 2569 อยู่ที่ 629.1 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน การลดลงดังกล่าวสะท้อนถึงผลสำเร็จของการบริหารต้นทุนทางการเงินอย่างต่อเนื่อง จากการจัดหาเงินกู้ใหม่ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำลง ประกอบกับการชำระคืนเงินกู้สกุลดอลลาร์สหรัฐบางส่วนก่อนกำหนด รวมทั้งการเจรจากับสถาบันการเงินเพื่อลดอัตราดอกเบี้ยของเงินกู้สกุลเงินบาท นอกจากนี้ แนวโน้มอัตราดอกเบี้ยโลกที่ทยอยปรับลดลงยังเป็นปัจจัยเสริมให้ต้นทุนทางการเงินลดลงอีกด้วย

ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากบริษัทร่วมและกิจการร่วมค้า

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

EBITDA ที่ปรับปรุงแล้ว (Normalized EBITDA)

กลุ่มบริษัทฯ รายงาน EBITDA ที่ปรับปรุงแล้ว (Normalized EBITDA) ในไตรมาส 3 ปี 2569 จำนวน 617.4 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 9 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน แม้รายได้จากการขายและการให้บริการจะเติบโตขึ้น แต่ต้นทุนพลังงานที่ยังอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับปีก่อนยังคงกดดันความสามารถในการทำกำไร สำหรับงวด 9 เดือนแรกของปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มี Normalized EBITDA จำนวน 1,814.6 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 9 จากงวดเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักจากต้นทุนพลังงานที่สูงขึ้น ประกอบกับรายได้จากการขายและการให้บริการที่ลดลงเล็กน้อย ส่วนหนึ่งจากการปิดปรับปรุงโรงแรมบางแห่งในสหราชอาณาจักรตามแผนยกระดับสินทรัพย์ และความขัดแย้งในตะวันออกกลางที่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางในช่วงไตรมาส 2 ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังคงมุ่งเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ควบคู่กับการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการทำกำไรในระยะยาว

กำไร (ขาดทุน) สำหรับงวด

ในไตรมาส 3 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 136.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 จาก 128.6 ล้านบาทในช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับแรงหนุนจากการเติบโตของรายได้จากโรงแรมในประเทศไทย มัลดีฟส์ และฟิจิ ประกอบกับต้นทุนทางการเงินที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง สำหรับงวด 9 เดือนแรกของปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 306.7 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 7 จากงวดเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักจากสงครามและความขัดแย้งในตะวันออกกลางที่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว กดดันรายได้จากการให้บริการ และต้นทุนพลังงานของกลุ่มบริษัทฯ

ฐานะทางการเงินรวมและโครงสร้างเงินลงทุน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 35,709.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2,706.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 8 จาก ณ สิ้นปี 2568 ขณะที่หนี้สินรวมอยู่ที่ 21,357.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,727.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 9 จากสิ้นปี 2568 โดยหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นจาก 12,488.3 ล้านบาท เป็น 14,064.6 ล้านบาท ซึ่งมีสาเหตุหลักจากการออกหุ้นกู้ชุดใหม่ในเดือนกันยายน 2569 จำนวนรวม 1,700 ล้านบาท จากเงินจำนวนนี้บริษัทฯ ได้มีการชำระคืนหุ้นกู้ที่ครบกำหนดชำระในเดือนตุลาคม 2569 ไปแล้วจำนวน 1,300 ล้านบาท ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นจาก 13,373.2 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2569 เป็น 14,351.8 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักมาจากกำไรสุทธิในงวด 9 เดือนแรกของปี 2569 ประกอบกับผลต่างจากการแปลงค่างบการเงินอันเนื่องมาจากการอ่อนค่าของเงินบาทในช่วงปี 2569 ทั้งนี้ อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Interest-Bearing Debt to Equity Ratio: IBD/E) ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 อยู่ที่ 0.98 เท่า ซึ่งยังคงอยู่ในระดับต่ำกว่าเงื่อนไขทางการเงินของบริษัทฯ สะท้อนถึงฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่ง ความสามารถในการบริหารโครงสร้างเงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพ และความยืดหยุ่นทางการเงินในการรองรับการลงทุนและการเติบโตในอนาคต

	31 ธ.ค. 68	30 ก.ย. 69	เปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	*ล้านบาท*	*ล้านบาท*	*%*
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	2,294.8	3,659.2	1,364.4	59.5%
สินทรัพย์หมุนเวียน	3,705.6	5,436.5	1,730.9	46.7%
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ สุทธิ	26,875.5	27,951.4	1,076.0	4.0%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	29,297.8	30,272.8	975.0	3.3%
รวมสินทรัพย์	**33,003.4**	**35,709.4**	**2,706.0**	**8.2%**
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย	12,488.3	14,064.6	1,576.3	12.6%
หนี้สินอื่น	7,141.9	7,292.9	151.0	2.1%
รวมหนี้สิน	**19,630.2**	**21,357.6**	**1,727.4**	**8.8%**
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	**13,373.2**	**14,351.8**	**978.6**	**7.3%**
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (IBD/E) (เท่า)	**0.93**	**0.98**	**0.05**	

การดำเนินงานด้านความยั่งยืน

ในไตรมาส 3 ปี 2569 บริษัทฯ เดินหน้าบูรณาการหลักการด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) เข้ากับการบริหารจัดการโรงแรมและห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้ธุรกิจเติบโตควบคู่กับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการสร้างคุณค่าแก่ผู้มีส่วนได้เสีย โดยให้ความสำคัญกับการใช้พลังงานและน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การลดและจัดการขยะอาหาร ตลอดจนการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศทางทะเล ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้เข้าร่วมงาน ESG Forum – Net Water Positive Company เพื่อแลกเปลี่ยนแนวทางการจัดการทรัพยากรน้ำและการบริหารความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ นอกจากนี้ บริษัทฯ และคู่ค้าได้เข้าร่วมงานเสวนา “ไฟ ฝุ่น แล้ง น้ำ – มหันตภัยทวีคูณ” เพื่อแลกเปลี่ยนแนวทางรับมือกับความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อมและเสริมสร้างความร่วมมือในการขับเคลื่อนความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน

ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของการเคารพสิทธิมนุษยชน โดยประเมินและบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง ควบคู่กับการพัฒนาศักยภาพพนักงานและส่งเสริมความปลอดภัยในการทำงาน นอกจากนี้ บริษัทฯ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยรอบโรงแรมและสนับสนุนการจัดซื้อสินค้าและวัตถุดิบจากผู้ประกอบการในพื้นที่ เพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชนและสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น ในด้านบรรษัทภิบาล บริษัทฯ ยึดหลักความโปร่งใสและความรับผิดชอบในการดำเนินธุรกิจ โดยให้ความสำคัญกับการคุ้มครองสิทธิและการเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นมีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียม ซึ่งสะท้อนจากผลการประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้น (AGM Checklist) ประจำปี 2569 ของสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย ซึ่งบริษัทฯ ได้รับคะแนนเต็ม 100 คะแนนต่อเนื่องเป็นปีที่ 7

ทั้งนี้ บริษัทฯ ติดตามผลการดำเนินงานของโรงแรมในกลุ่มเทียบกับเป้าหมายด้านความยั่งยืนประจำปี 2569 และนำผลการประเมินมาใช้ปรับปรุงการดำเนินงานและจัดลำดับความสำคัญของมาตรการในระยะถัดไปให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การเติบโตระยะยาวของบริษัทฯ

ขอแสดงความนับถือ
บริษัท เอส โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท จำกัด (มหาชน)
- // -
(นายอิศรินทร์ ภัทรมัย)

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารการเงิน

Investor Relations Contact
Tel: +66 (0) 2058 9888
Email: ir@shotelsresorts.com