

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมายหรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท

เป็นผู้นำในธุรกิจเพื่อการพักผ่อน ร้านอาหาร และสินค้าไลฟ์สไตล์ ด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่สร้างความพึงพอใจ 100% ให้กับลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น และคู่ค้า

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี 2560 ถือเป็นปีแห่งการเฉลิมฉลองครบรอบ 50 ปีของกลุ่มไมเนอร์ และเป็นการครบรอบ 40 ปีของการดำเนินงานของบริษัท จากโรงแรมเพียงแห่งเดียวและร้านอาหารหนึ่งสาขาในพม่า บริษัทได้ขยายธุรกิจจนปัจจุบันมีโรงแรมในเครือทั้งหมด 158 แห่ง ร้านอาหาร 2,064 สาขา และจุดจำหน่ายสินค้า 398 แห่งภายใต้แบรนด์ที่หลากหลายใน 32 ประเทศ ในปีที่ผ่านมา บริษัทยังคงสร้างรากฐานเพื่อการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยธุรกิจโรงแรมของบริษัทมุ่งขยายแบรนด์ที่หลากหลายของบริษัทในตลาดที่บริษัทดำเนินธุรกิจอยู่ ซึ่งเป็นกลยุทธ์เพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าและขยายเครือข่ายแบรนด์ของบริษัท นอกจากนี้ ธุรกิจโรงแรมได้เข้าดำเนินธุรกิจในตลาดใหม่ 2 แห่ง โดยเมื่อต้นปี บริษัทได้เข้าดำเนินธุรกิจในประเทศอินเดีย ด้วยการเปิดโรงแรมไอศค์ พุทธคยา ซึ่งเป็นโรงแรมร่วมทุนในสัดส่วนร้อยละ 25 ในรัฐพิหาร ประเทศอินเดีย ต่อมา บริษัทได้เข้าดำเนินธุรกิจในสหราชอาณาจักร ผ่านการลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 74 ในคอร์บิน แอนด์ คิง ซึ่งดำเนินธุรกิจร้านอาหารจำนวน 6 สาขาทั่วลอนดอน ซึ่งรวมถึงแบรนด์เดอะ วูสเตอร์ ในย่านพิกคาเดิลลี (Piccadilly) และโรงแรมภายใต้สัญญาบริหารจัดการ คือ โรงแรมเดอะ โบรมอนต์ ซึ่งเป็นโรงแรมหรูระดับ 5 ดาว ตั้งอยู่ใจกลางย่านเมย์แฟร์ (Mayfair) การลงทุนดังกล่าวจะช่วยสร้างฐานให้กับบริษัทในการขยายธุรกิจในสหราชอาณาจักรต่อไป สำหรับธุรกิจร้านอาหาร บริษัทยังคงดำเนินธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยในประเทศไทย บริษัทยังคงเป็นผู้นำในตลาดด้วยผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ พร้อมกับแคมเปญการตลาดเชิงรุกและการขยายสาขาอย่างมีระเบียบวินัย นอกจากนี้ ในต่างประเทศ บริษัทได้เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นในริเวอร์ไซด์ ซึ่งเป็นแบรนด์หลักของบริษัทในประเทศจีน จากร้อยละ 69 เป็นร้อยละ 85 นอกจากนี้ บริษัทยังได้แปลงเงินให้กู้เป็นหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 70 ในแกรบปี้ ฟู้ด ซึ่งเป็นธุรกิจร้านอาหารไทยในสหราชอาณาจักร สำหรับธุรกิจไลฟ์สไตล์ บริษัทยังคงสร้างเครือข่ายด้วยการเปิดตัวแบรนด์ใหม่ ในปี 2560 บริษัทได้เปิดตัวแบรนด์โจเซฟ โจเซฟ ซึ่งเป็นแบรนด์ผลิตภัณฑ์เครื่องครัวดีไซน์ทันสมัยจากสหราชอาณาจักร และแบรนด์โอวีเอส ซึ่งเป็นแบรนด์เสื้อผ้าจากประเทศอิตาลี สำหรับสุภาพบุรุษ สุภาพสตรี และเด็ก นอกจากนี้ บริษัทประสบความสำเร็จในจากโครงการใบสำคัญแสดงสิทธิ MINT-W5 ซึ่งสิ้นสุดลงในเดือนพฤศจิกายนปี 2560 ส่งผลให้บริษัทได้รับเงินทุนจากการแปลงสภาพทั้งสิ้น 7.9 พันล้านบาท

ทั้งนี้ บริษัทพัฒนาการทางธุรกิจ ทั้งธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจจัดจำหน่ายและผลิตสินค้า โดยมีรายละเอียดที่สำคัญในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ดังนี้

2558	
มกราคม	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดให้บริการโรงแรม บานาน่า โฮสเทลส์ รีสอร์ท โดฮา บาย อนันตรา เป็นโรงแรมภายใต้สัญญาบริหารจัดการแห่งแรกในประเทศกาตาร์ มีห้องพักเพื่อให้บริการจำนวน 141 ห้อง และเป็นโรงแรมที่สร้างเหนือน้ำแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศ - เข้าลงทุนใน ทิโวลี โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท ประกอบด้วยโรงแรม 2 แห่งในประเทศบราซิล พร้อมฐานปฏิบัติงานและแบรนด์ ทิโวลี โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท (Tivoli Hotels & Resorts) และโรงแรม 4 แห่งในประเทศโปรตุเกส มีห้องพักเพื่อให้บริการทั้งหมดจำนวน 1,685 ห้อง
กุมภาพันธ์	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดให้บริการโรงแรมอวานี เซเชลส์ บาबारอนส์ รีสอร์ท แอนด์ สปา มีห้องพักเพื่อให้บริการจำนวน 124 ห้อง ภายใต้สัญญาบริหารจัดการ

มีนาคม	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดตัวโรงแรมอนันตรา สยาม กรุงเทพฯ โฮเทล ซึ่งเป็นโรงแรมอนันตราต้นแบบในประเทศไทย มีห้องพักเพื่อให้บริการจำนวน 354 ห้อง - เปิดร้านต้นแบบบานาน่า รีพับลิคที่ศูนย์การค้าเอ็มควอเทียร์
เมษายน	<ul style="list-style-type: none"> - เข้าร่วมลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 50 กับบริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ภายใต้ชื่อ “บริษัท ภัทราไพน์ ไทย คูซีน” เพื่อพัฒนาธุรกิจร้านอาหารภายใต้แบรนด์ภัทราและสุดาในประเทศอังกฤษ - เปิดให้บริการโฮคส์ คาร์โรล์ ในเมืองแมคเคย์ รัฐควีนส์แลนด์ ซึ่งมีห้องพักเพื่อให้บริการจำนวน 52 ห้อง ภายใต้สัญญาการเช่าบริหารจัดการห้องชุด (Management Letting Rights) - เข้าลงทุนในเคลิ แอนด์ พิค็อก รวม 6 แคมป์ (4 แคมป์ที่เป็นเจ้าของเองและ 2 แคมป์ภายใต้การบริหาร) มีห้องพักเพื่อให้บริการจำนวนรวม 68 ห้อง ในประเทศเคนยา ผ่านเอเลวาน่า คอลเลคชั่น - เพิ่มสัดส่วนการลงทุนในร้านอาหารริเวอร์ไซด์ ในประเทศจีน จากร้อยละ 49 เป็นร้อยละ 69.2
พฤษภาคม	<ul style="list-style-type: none"> - ออกหุ้นกู้ 2 ชุด ประกอบด้วยหุ้นกู้ชุดที่ 1 จำนวน 4,000 ล้านบาท อายุ 5 ปี และหุ้นกู้ชุดที่ 2 จำนวน 4,000 ล้านบาท อายุ 10 ปี
กรกฎาคม	<ul style="list-style-type: none"> - เข้าลงทุนใน โฮคส์ อีแลนด์ ดาร์วิน ซึ่งมีห้องพักเพื่อให้บริการจำนวน 301 ห้อง เป็นโรงแรมแห่งแรกของโฮคส์ในรัฐนอร์เทิร์นเทรริทอรีของประเทศออสเตรเลีย - เปิดตัว เดอะเรสซิเดนเชส บาย อนันตรา ลายัน ภูเก็ต ซึ่งเป็นโครงการอสังหาริมทรัพย์ระดับหรู - เปิดร้านสวิลลิ่ง เจ. เอ. เฮ็งเคิลส์ ที่ศูนย์การค้าเมกาบางนา ซึ่งเป็นการเริ่มขยายสินค้าประเภทไลฟ์สไตล์ไปสู่รูปแบบของร้านค้าในศูนย์การค้ามากยิ่งขึ้น
ตุลาคม	<ul style="list-style-type: none"> - เข้าลงทุนในโรงแรมทีโวลี โอเรียนเต็ล ซึ่งมีห้องพักเพื่อให้บริการจำนวน 279 ห้อง และเป็นโรงแรมแห่งที่ 5 ในประเทศโปรตุเกส - เข้าบริหารโรงแรมซูด วาคีฟ บูทีค โฮเทล จำนวน 9 แห่ง มีห้องพักเพื่อให้บริการรวมจำนวน 183 ห้องในประเทศกาตาร์ - เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท ไมเนอร์ ดี เค แอล ฟู๊ด กรุ๊ป จำกัด ในประเทศออสเตรเลีย จากร้อยละ 50 เป็นร้อยละ 70
พฤศจิกายน	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดให้บริการเดอะ มิลตัน บริสเบน ในรัฐควีนส์แลนด์ ซึ่งมีห้องพักเพื่อให้บริการจำนวน 73 ห้อง ภายใต้สัญญาการเช่าบริหารจัดการห้องชุด (Management Letting Rights)
ธันวาคม	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดให้บริการโรงแรมอนันตรา ฟิช เฮเวน แทงเกิล ริสอร์ท มีห้องพักเพื่อให้บริการจำนวน 152 ห้อง ภายใต้การเข้าร่วมลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 50 ในประเทศศรีลังกา - เปิดให้บริการริเวอร์ไซด์ พลาซ่า อย่างไม่เป็นทางการ - เปิดให้บริการร้านอาหาร 13 ร้าน ที่สนามบินดอนเมือง ณ อาคารผู้โดยสารภายในประเทศ อาคาร 2 ภายใต้ความร่วมมือกับบริษัท ซีเลค เซอร์วิส พาร์تنอร์ (ประเทศไทย) - ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจศูนย์บริหารเงิน (Treasury Center) จากกระทรวงการคลัง
2559	
มกราคม	<ul style="list-style-type: none"> - ได้รับการรับรองเป็นสมาชิกของแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต
กุมภาพันธ์	<ul style="list-style-type: none"> - เข้าซื้อชื้อกลุ่มโรงแรมทีโวลีเสิร์ฟชั่น ประกอบด้วย 14 โรงแรม ในประเทศโปรตุเกสและบราซิล พร้อมฐานปฏิบัติงานและแบรนด์ทีโวลี โฮเทล แอนด์ ริสอร์ท

	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดบริการโรงแรมอวานี ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ โฮเทล ซึ่งเป็นโรงแรมอวานีดั้งแบบในประเทศไทย มีห้องพักเพื่อให้บริการจำนวน 248 ห้อง - ออกหุ้นกู้ 2 ชุด ประกอบด้วยหุ้นกู้ชุดที่ 1 จำนวน 2,800 ล้านบาท อายุ 5 ปี และหุ้นกู้ชุดที่ 2 จำนวน 1,200 ล้านบาท อายุ 15 ปี - ลงนามในสัญญาเช่าพื้นที่ระยะยาว สำหรับแปลงที่ดินบนถนนสีลม เพื่อพัฒนาอาคารสำนักงานและพลาซ่า - ได้รับการอนุมัติจัดตั้งสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ (International Headquarters: IHQ) ของบริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) จากกรมสรรพากร
มีนาคม	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดให้บริการ ไอคิส วูล์ฟกับบา ในเมืองบรีเบน ประเทศออสเตรเลีย ซึ่งมีห้องพักให้บริการจำนวน 61 ห้อง ภายใต้สัญญาการเช่าบริหารจัดการห้องชุด (Management Letting Rights Contract) - เข้าซื้อหุ้นร้อยละ 25 ของบริษัท โพธิ โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท จำกัด ในประเทศอินเดีย เพื่อสร้างโรงแรมไอคิส พุทธคยา ในประเทศอินเดีย
เมษายน	<ul style="list-style-type: none"> - เข้าบริหารโรงแรมลอยชาบา เทนท์ แคมป์ และลอยชาบา สตาร์ เบดส์ มีห้องพักให้บริการจำนวนรวม 16 ห้อง ในประเทศเคนยา ภายใต้แบรนด์เอเลวาน่า คอลเลคชั่น - เปิดตัวบุคส์ บราเธอร์ส แบรินด์แฟชั่นจากประเทศสหรัฐอเมริกา ในประเทศไทย
มิถุนายน	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดบริการร้านอาหารแบรนดริเวอร์ไซด์ ซึ่งเป็นร้านอาหารประเภทปลาบาร์บีคิวสไตล์เซฉวน จากประเทศจีน ในประเทศสิงคโปร์ - เปลี่ยนสถานะเงินลงทุนในกลุ่มเบร็ดทอลล์ ประเทศสิงคโปร์ จาก “เงินลงทุนในหลักทรัพย์เผื่อขาย” เป็น “เงินลงทุนในบริษัทร่วม” - ได้รับการอนุมัติจัดตั้งสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ (International Headquarters: IHQ) ของบริษัท ไมเนอร์ โฮเทล กรุ๊ป จำกัด จากกรมสรรพากร
กรกฎาคม	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดให้บริการ ไอคิส เซาท์แบงค์ ในเมืองเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย ซึ่งมีห้องพักให้บริการจำนวน 116 ห้อง ภายใต้สัญญาการเช่าบริหารจัดการห้องชุด (Management Letting Rights Contract) - เปิดโรงแรมอนันตรา คาเลทรา ริสอร์ท มีห้องพักให้บริการรวมจำนวน 141 ห้อง ในประเทศศรีลังกา - เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นในโรงแรมเดอะ รอยัล ลิฟวิ่งสโตน วิกตอเรีย ฟอลส์ โฮเทล แซมเบีย บาย อนันตรา และโรงแรม อวานี วิกตอเรีย ฟอลส์ ริสอร์ท ในประเทศแซมเบีย จากร้อยละ 50 เป็นร้อยละ 100 - เข้าบริหารโรงแรมอวานี เดรา ดูไบ โฮเทล ซึ่งมีห้องพักเพื่อให้บริการจำนวนรวม 216 ห้อง ในประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ - เข้าบริหารโรงแรมอวานี ขอนแก่น โฮเทล แอนด์ คอนเวนชั่น เซ็นเตอร์ ซึ่งมีห้องพักเพื่อให้บริการ จำนวนรวม 196 ห้อง ในประเทศไทย - เปิดร้านอาหารที่บริษัทลงทุนเองจำนวน 4 สาขา ที่สนามบินนานาชาติย่างกุ้ง ประเทศเมียนมา
กันยายน	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดให้บริการร้านอาหาร 9 ร้าน ที่สนามบินนานาชาติภูเก็ต ณ อาคารผู้โดยสารต่างประเทศ อาคาร 2 ภายใต้ความร่วมมือกับบริษัท ซีเลค เซอร์วิส พาร์ทเนอร์ (ประเทศไทย) - เปิดตัวแอดัม แบรินด์ชุดชั้นในสตรีจากประเทศฝรั่งเศส ในประเทศไทย
ตุลาคม	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดให้บริการโรงแรมอนันตรา อัล จาบาล อัล อัคดาร์ ริสอร์ท ในประเทศโอมาน ซึ่งมีห้องพักเพื่อให้บริการจำนวนรวม 115 ห้อง ภายใต้สัญญาการบริหาร

	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดตัวอนันตรา เชียงใหม่ เซอร์วิส สวีท ซึ่งเป็นโครงการอสังหาริมทรัพย์ ตั้งอยู่ตรงข้ามกับโรงแรมอนันตรา เชียงใหม่ รีสอร์ท แอนด์ สปา - เปิดตัวแรพลีย์ แบรนด์กระเป๋าสตางค์และเครื่องประดับจากประเทศอังกฤษ ในประเทศไทย
พฤศจิกายน	<ul style="list-style-type: none"> - เปลี่ยนชื่อโรงแรมพัทยา แมริออท รีสอร์ท แอนด์ สปา เป็นโรงแรมอวานี พัทยา รีสอร์ท แอนด์ สปา มีห้องพักเพื่อให้บริการรวมจำนวน 298 ห้อง ในประเทศไทย - เปิดให้บริการโรงแรมอัล บาสิด รีสอร์ท ซาลาลาห์ บาย อนันตรา ในประเทศโอมาน มีห้องพักเพื่อให้บริการจำนวนรวม 136 ห้อง ภายใต้สัญญาบริหารจัดการ - เข้าลงทุนในโรงแรมเอเลเมนต์ บูทีค รีสอร์ท แอนด์ สปา ไฮด์อเวย์ บนเกาะสมุย ประเทศไทย ซึ่งมีห้องพักให้บริการจำนวน รวม 34 ห้อง - เปิดตัวเนลโล่ แบรนด์กระเป๋าสตางค์จากประเทศญี่ปุ่น โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย
ธันวาคม	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดให้บริการห้องพักแห่งใหม่ของโครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลา อนันตรา เวคชั่น คลับ ที่จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
2560	
มกราคม	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดให้บริการไอส์ พุททคยา ซึ่งเป็นโรงแรมร่วมทุนในสัดส่วนร้อยละ 25 ในรัฐพิหาร ประเทศอินเดีย - เปิดร้านอาหารไทย เอ็กซ์เพรส ในรูปแบบแฟรนไชส์สาขาแรกในท่าอากาศยานนานาชาติ บักกิง ประเทศจีน
มีนาคม	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นในโรงแรมอวานี วินด์ฮ็อก โฮเทล แอนด์ คาสิโน ในประเทศนามิเบีย จากร้อยละ 80 เป็นร้อยละ 100 - ขายหุ้นในแบรนด์เปอร์ อควัม ซึ่งบริษัทถือหุ้นอยู่ร้อยละ 50 - เปิดตัวโจเซฟ โจเซฟ แบรนด์ผลิตภัณฑ์เครื่องครัวดีไซน์อันทันสมัยจากสหราชอาณาจักร ในประเทศไทย
เมษายน	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดตัวแบรนด์อนันตราและอวานีในทวีปยุโรป ด้วยการรีแบรนด์โรงแรมทีโวลี 2 แห่ง และเปลี่ยนชื่อเป็นโรงแรมอนันตรา วิลลามัวร์ อัลการ์ฟ รีสอร์ท และโรงแรมอวานี อเวนิดา ลิเบอร์ตาดเด ลิสบอน โฮเทล ในประเทศโปรตุเกส
พฤษภาคม	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นในโรงแรมอวานี กาโบโรเน โฮเทล แอนด์ คาสิโน ในประเทศบอตสวานา จากร้อยละ 64 เป็นร้อยละ 80 - เข้าบริหารโรงแรมเมโทร สวีท ภายใต้สัญญาบริหารจัดการห้องชุด (Management Letting Rights Contract) ในเมืองโอ๊คแลนด์ ประเทศนิวซีแลนด์ - เข้าลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 50 ร่วมกับบริษัท คาจิม่า คอร์ปอเรชั่น เพื่อพัฒนาและบริหาร โครงการบ้านพักตากอากาศ ภายใต้ชื่อ อวาดีนา ฮิลล์ บาย อนันตรา ในจังหวัดภูเก็ต - เข้าลงทุนในโครงการพัฒนาศูนย์ที่พักผ่อนเพื่อรองรับสมาชิกของโครงการอนันตรา เวคชั่น คลับ จำนวน 97 ยูนิต โดยมีทำเลตั้งอยู่ใกล้กับโครงการอนันตรา เวคชั่น คลับ ไม้ขาวเดิม ในจังหวัดภูเก็ต ประเทศไทย - เข้าลงทุนเพื่อขยายศูนย์การค้าเทอเทิล วิลเลจ ซึ่งตั้งอยู่ทางตอนเหนือของจังหวัดภูเก็ต ประเทศไทย - แปรเปลี่ยนให้หุ้นในแกรบ บัฟเฟ่ ซึ่งเป็นธุรกิจร้านอาหารไทยในสหราชอาณาจักร ในสัดส่วนร้อยละ 70
มิถุนายน	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดให้บริการโรงแรมอนันตรา กุ้ยหยาง รีสอร์ท ภายใต้สัญญาบริหารจัดการ มีห้องพักเพื่อให้บริการ จำนวน 218 ห้อง ในประเทศจีน - เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นในริเวอร์ไซด์ ร้านอาหารจานปลาเสฉวนบาร์บีคิวจากประเทศจีน จากร้อยละ 69 เป็นร้อยละ 85 - ออกหุ้นกู้สกุลเงินเหรียญสหรัฐจำนวน 50 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อายุ 10 ปี

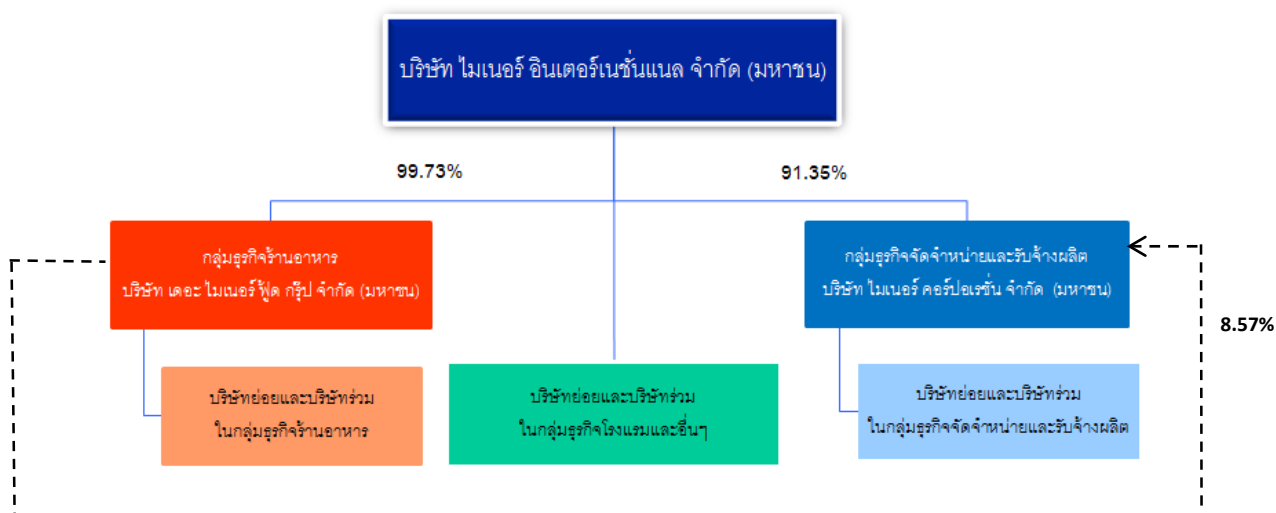
สิงหาคม	<ul style="list-style-type: none"> - เข้าลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 50 เพื่อพัฒนาโรงแรมอวานี ฟาเรส รีสอร์ท ในประเทศมัลดีฟส์ - เปิดตัวครีตามอม เตินท์ แคมป์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัท เพื่อปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพในประเทศกัมพูชา
กันยายน	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดตัวแบรนด์ทีโวลีในภูมิภาคตะวันออกกลาง ด้วยการเปิดให้บริการโรงแรมซุค วาคิฟ บูติก โฮเทลส์ ในเมืองโดฮา ประเทศกาตาร์ - เปลี่ยนชื่อธุรกิจ ไมเนอร์ เอ็ดดูเคชั่น ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายสื่อในการเรียนรู้และหนังสือเด็ก ในประเทศไทยเป็น “ไมเนอร์ สมาร์ท คิดส์” - ออกหุ้นกู้ 2 ชุด ประกอบด้วยหุ้นกู้ชุดที่ 1 จำนวน 1,000 ล้านบาท อายุ 7 ปี และหุ้นกู้ชุดที่ 2 จำนวน 1,000 ล้านบาท อายุ 15 ปี
ตุลาคม	<ul style="list-style-type: none"> - เข้าลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 50 เพื่อเข้าถือหุ้นและบริหารโรงแรมอวานี หัวหิน รีสอร์ท แอนด์ วิลล่าส์ ซึ่งมีห้องพักเพื่อให้บริการจำนวน 196 ห้อง - เปิดตัวแบรนด์อวานีในประเทศนิวซีแลนด์ ด้วยการรีแบรนด์โรงแรมเมโทร สวีท เป็นโรงแรมอวานี เมโทรโพลิส โฮเทลแลนด์ เรสซิเดนเชส
พฤศจิกายน	<ul style="list-style-type: none"> - รับโอนธุรกิจร้านอาหารภัทราจำนวน 4 สาขา และได้รับสิทธิแฟรนไชส์ในการพัฒนา และบริหารร้านอาหารภายใต้แบรนด์ภัทราและสุดาในสหราชอาณาจักร - สิ้นสุดระยะเวลาการใช้สิทธิแปลงสภาพใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ MINT-W5 รวมเงินทุนที่ได้รับจากการแปลงสภาพทั้งสิ้น 7.9 พันล้านบาท
ธันวาคม	<ul style="list-style-type: none"> - เข้าลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 74 ในคอร์บิน แอนด์ คิง จากสหราชอาณาจักร ซึ่งดำเนินธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มสไตล์ยุโรป (Brasserie) จำนวน 6 สาขา และบริหารโรงแรม 5 ดาว คือ โรงแรมเดอะ โบมอนต์ ในลอนดอน สหราชอาณาจักร - เปิดโรงแรมอวานี บรอดบีช เรสซิเดนเชส ภายใต้สัญญาบริหารจัดการห้องชุด (Management Letting Rights Contract) ในรัฐควีนส์แลนด์ ประเทศออสเตรเลีย - เปิดร้านอาหารเบอร์เกอร์ คิง และเดอะ คอฟฟี่ คลับสาขาแรกในประเทศเซเชลส์ - เปิดตัวโอวีเอส คิดส์ แแบรนด์เสื้อผ้าอันดับหนึ่งจากประเทศอิตาลี ในท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง อาคาร 2 กรุงเทพฯ ประเทศไทย

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เป็นผู้นำในการดำเนินธุรกิจระดับสากล โดยประกอบ 3 ธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจโรงแรม และธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าแฟชั่น บริษัทเป็นผู้นำในธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งมีขนาดใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในเอเชีย โดยมีร้านอาหารกว่า 2,064 สาขา ใน 19 ประเทศ ภายใต้เครื่องหมายการค้า เดอะ พิชซ่า คอมปะนี, สเวนเซนต์, ซิชซ์เลอร์, แดร์ควีน, เบอร์เกอร์ คิง, ไทย เอ็กซ์เพรส, เดอะ คอฟฟี่ คลับ, เบิร์ดทอลล์ (ประเทศไทย) และริเวอร์ไซด์ อีกทั้งยังเป็นผู้ดำเนินการดำเนินธุรกิจโรงแรมทั้งในรูปแบบเป็นเจ้าของ บริหารจัดการ และร่วมลงทุน โดยมีโรงแรมและเซอร์วิส สวีท ทั้งสิ้น 158 โรงแรม ภายใต้เครื่องหมายการค้า อนันตรา, อวานี, โฮลิส, ทีโวลี, เอเลวาน่า คอลเลคชั่น, โฟร์ ซีซั่นส์, เซนต์ รีจิส, เจ ดับบลิว แมริออท, เบริดจ์ วิลโลว, เดอะ โบมอนต์ และโรงแรมในกลุ่มไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล ใน 25 ประเทศ ในเอเชียแปซิฟิก ตะวันออกกลาง แอฟริกา มหาสมุทรอินเดีย ยุโรปและอเมริกาใต้ อีกทั้งบริษัทประกอบธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม (Mixed-Use Business) ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจขายอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งรวมถึงโครงการพัฒนาที่อยู่อาศัยเพื่อขาย และโครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลานอนันตรา เวเคชั่น คลับ ธุรกิจให้เช่าศูนย์การค้าและอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจบันเทิง นอกจากนี้ บริษัทยังเป็นผู้ดำเนินการ

จัดจำหน่ายสินค้าไลฟ์สไตล์จากต่างประเทศ โดยเครื่องหมายการค้าที่บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายในปัจจุบัน ได้แก่ แก๊ป, บานานา รีพับลิก, บรูคส์ บราเธอร์ส, เอสปรี, บอสสตัน, เอแตม, แรทลีย์, อเนลโล่, โอวีเอส, ชาร์ล แอนด์ คีธ, เพโดร, สวิลลิง เจ. เอ. เฮ็งเคิลส์, โจเซฟ โจเซฟ และไมเนอร์ สมาร์ท คิดส์ บริษัทมีธุรกิจรับจ้างผลิตสินค้า ซึ่งผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคตามสัญญาว่าจ้างผลิต โดยมีโรงงานเป็นของตัวเอง

แผนภาพแสดงการถือหุ้นของกลุ่มธุรกิจหลักของบริษัท มีดังนี้



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทและบริษัทย่อย มีรายได้จากการประกอบธุรกิจหลัก ได้แก่ รายได้จากการประกอบธุรกิจขายอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจจัดจำหน่ายและผลิตสินค้า และรายได้อื่นๆ ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

กลุ่มธุรกิจ	ดำเนินการโดย	2558		2559		2560	
		รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ
ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม ¹	บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย บริษัทร่วม ในกลุ่มธุรกิจโรงแรม และอื่นๆ	21,470.55	45.92	26,089.05	46.27	29,265.19	50.84
ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ²	บริษัท เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย บริษัทร่วม ในกลุ่มธุรกิจอาหาร	17,453.94	37.33	21,588.28	38.29	21,680.96	37.66
ธุรกิจจัดจำหน่ายและผลิตสินค้า	บริษัท ไมเนอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย บริษัทร่วม ในกลุ่มธุรกิจจัดจำหน่ายและรับจ้างผลิต	3,420.56	7.32	3,474.30	6.16	4,054.87	7.04
รายได้อื่น ³		4,415.23	9.44	5,229.29	9.27	2,568.41	4.46
รวมรายได้		46,760.28	100.00	56,380.92	100.00	57,569.43	100.00

หมายเหตุ 1. รายได้จากธุรกิจโรงแรม รวมรายได้จากการบริหารจัดการ รายได้จากธุรกิจขายอสังหาริมทรัพย์ การให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจบันเทิง ดังนี้

กลุ่มธุรกิจ	2558		2559		2560	
	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ
ธุรกิจโรงแรมและบริการที่เกี่ยวข้อง	17,268.28	36.93	22,474.20	39.86	24,558.70	42.66
ธุรกิจขายอสังหาริมทรัพย์	3,687.35	7.89	3,137.82	5.57	4,258.26	7.40
ธุรกิจให้เช่าอสังหาริมทรัพย์	380.02	0.81	363.72	0.65	345.18	0.16
ธุรกิจบันเทิง	134.89	0.29	113.31	0.20	103.05	0.18
รวมรายได้ธุรกิจโรงแรม	21,470.54	45.92	26,089.05	46.27	29,265.19	50.84

2. รายได้จากธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มรวมรายได้จากการให้สิทธิแฟรนไชส์

3. รายได้อื่น รวมเงินปันผลรับจากบริษัทอื่น และดอกเบี้ยรับ

2.1 ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม**ธุรกิจโรงแรม****ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ (ธุรกิจโรงแรม)**

จากการขยายการลงทุนอย่างต่อเนื่องของบริษัท ปัจจุบันบริษัทมีจำนวนห้องพักของโรงแรมทั้งสิ้น 20,209 ห้อง โดยโรงแรมที่บริษัทลงทุนเอง ได้แก่

1. อนันตรา สยาม กรุงเทพฯ
2. อนันตรา ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ
3. อนันตรา หัวหิน
4. อนันตรา สามเหลี่ยมทองคำ แคมป์ช้าง
5. อนันตรา บ่อผุด เกาะสมุย
6. อนันตรา ไม้ขาว ภูเก็ต วิลล่าส์
7. อนันตรา ลายัน ภูเก็ต
8. อนันตรา อังกอร์
9. อนันตรา คิฮาวาร์ มัลดีฟส์ วิลล่าส์
10. อนันตรา คาเลทารา
11. อนันตรา ฮอยอัน
12. เดอะ รอยัล ลิฟวิ่งสโตน วิกตอเรีย ฟอลส์ แซมเบีย บาย อนันตรา
13. อวานี ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ
14. อวานี พัทยา
15. อวานี กาโบโรเน
16. อวานี วินด์ฮ็อก
17. อวานี คาเลทารา
18. อวานี กวีเบิน
19. อวานี วิกตอเรีย ฟอลส์
20. ไฮคส์ แกรนด์ แกลดสโตน
21. ไฮคส์ อีแลนด์ ดาร์วิน
22. ทิโวลี อวานิดา ลิเบอร์ตาดเด ลิสบัว
23. ทิโวลี มาร์รีนา วิลามัวร์รา อัลกราฟ
24. ทิโวลี มาร์รีนา ปอร์ติเมา อัลกราฟ
25. ทิโวลี คาร์โวเอโร อัลกราฟ
26. ทิโวลี ออเรียนเต้ ลิสบัว
27. อวานี อเวนิดา ลิเบอร์ตาดเด ลิสบอน
28. ทิโวลี ปาลาซิโอ เด เซเตียส ซินตรา
29. ทิโวลี ซินตรา
30. ทิโวลี โคอิมบรา
31. อนันตรา วิลามัวร์รา อัลกราฟ
32. ทิโวลี ลากอส อัลกราฟ
33. ทิโวลี โมฟาร์เรจ – เซาเปาลู

34. ทิโวลี ฮิลล์สพอร์ท ไปรอา ดู ฟอร์เต้ บาเฮีย
35. เดอะ เซ็นต์ รีจิส กรุงเทพฯ
36. ไฟร์ชี่ชั่นส์ เชียงใหม่
37. ไฟร์ชี่ชั่นส์ เด็นท์ แคมป์ สามเหลี่ยมทองคำ
38. ไฟร์ชี่ชั่นส์ เกาะสมุย
39. เจ ดับบลิว แมริออท ภูเก็ต
40. อวานี ชันเช็ท โคสต์ สมุย

โรงแรมที่บริษัท ลงทุนผ่านการร่วมทุน ได้แก่

41. อนันตรา เวิลด์มัลดีฟส์
42. อนันตรา ดิห์กู มัลดีฟส์
43. นาลาดู มัลดีฟส์
44. อนันตรา บาซารูโต ไอส์แลนด์
45. อนันตรา เมตจุมเบ ไอส์แลนด์
46. อนันตรา มาเตโม ไอส์แลนด์
47. อนันตรา พีช เฮเวน แทงเกิล
48. อวานี เพมบา บีช
49. อวานี เลโซโท
50. อวานี มาเซรู
51. กลุ่มโรงแรมเซเรนดิบ ศรีลังกา จำนวน 3 แห่ง ซึ่งรวมถึงโรงแรม อวานี เบนโททา
52. อวานี ไฮฟง ฮาร์เบอร์ วิล
53. นิยามา มัลดีฟส์
54. เรดิสัน บลู มาปูโต
55. กลุ่มโรงแรม เอเลวาน่า แอฟริกา จำนวน 7 แห่ง
56. กลุ่มโรงแรม เคลิ แอนด์ พีค็อก จำนวน 5 แห่ง
57. อวานี หัวหิน รีสอร์ท & วิลล่าส์
58. ไอเคส์ พุทธคยา

โรงแรมที่บริษัท รั้งบริหาร ได้แก่

59. อนันตรา ลีเกา
60. อนันตรา บ้านราชประสงค์ กรุงเทพฯ
61. อนันตรา ลาวาณา เกาะสมุย
62. อนันตรา สาทร กรุงเทพฯ
63. อนันตรา รสานันดา เกาะพะงัน
64. อนันตรา เชียงใหม่
65. อนันตรา ชานย่า
66. อนันตรา ลิบสของปันนา
67. อนันตรา กุ้ยหยาง
68. อนันตรา เซมินยัค บาห์ลี
69. อนันตรา อูลูวาตู บาห์ลี
70. อนันตรา อัล จาบาล อัล อัคดาร์

71. อัล บาลีด รัสออร์ท ซาลาลาห์ บาย อนันตรา
72. บานาน่า ไฮส์แลนด์ โดฮา บาย อนันตรา
73. อนันตรา เซอร์ บานี ยาส ไฮส์แลนด์ อัล ซาเฮล วิลล่า
74. อนันตรา เซอร์ บานี ยาส ไฮส์แลนด์ อัล ยามม์ วิลล่า
75. อนันตรา เดอะ ปาล์ม ดูไบ
76. เดสเลิร์ท ไฮแลนด์ บาย อนันตรา
77. คัสร์ อัล ซาราบ เดสเลิร์ท บาย อนันตรา
78. อีสเทิร์น แมนโกรฟส์ บาย อนันตรา
79. อนันตรา มูเยเน่
80. อวานี เอเทรียม กรุงเทพฯ
81. อวานี ขอนแก่น
82. อวานี เซปัง โกลด์โคสต์
83. อวานี เดรา ดูไบ
84. อวานี เซเชลส์ บาบาร์อนส์
85. ไอเคส์ กรุงเทพฯ สาทร
86. ไอเคส์ ลิวา เอ็กเซ็คคูทีฟ สวีท
87. เดอะ เรสซิเดนเซส แอท วิกตอเรีย อัลการ์ฟ
88. ซุค วาคีฟ บูติค
89. เลวา ซาฟารี แคมป์
90. คิทีซ แคมป์ ฟอเรสต์
91. ลอยซาบา เทนท์ แคมป์
92. ลอยซาบา สตาร์ เบดส์
93. เดอะ โบมอนต์

ธุรกิจบริหารเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์

94. กลุ่มโรงแรมในเครือ ไอเคส์ ไฮเทล แอนด์ รัสออร์ท ในประเทศออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และดูไบ

โรงแรมที่อยู่ภายใต้การบริหารงานของกลุ่มบริษัท

- 1) **อนันตรา สยาม กรุงเทพฯ** มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มนักธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท มีลักษณะการให้บริการดังนี้

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 354 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารจำหน่ายอาหารไทยและต่างประเทศ บาร์ ค็อกเทลเล้าจ์ และห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ภัตตาคารและคิอพีฟี่ช็อป ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Madison	99	Ballroom	840
Biscotti	100	Montathip 1- 4	700
Lobby Lounge	104	Montathip 1	150

ภัตตาคารและค็อฟฟี่ช็อป ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Shintaro	64	Montathip 2	50
The Spice Market	72	Montathip 3	120
Terrace	88	Montathip 4	50
Aqua	59	Montathip Boardroom	14
Mocha & Muffins	29	Pimarnman Room	300
		Chandra/ Chandra Foyer	50
		Suriyanchandra	120
		Suriyan	50
		Dara	50
		Napa	50
		Amorn	40
		Ratanakosin	100
		Ratana	40
		Kosin	40
		Busaba	20
		Mullika	16

หมายเหตุ: โรงแรม โฟร์ ซีซั่นส์ กรุงเทพฯ ได้เปลี่ยนชื่อเป็น อนันตรา สยาม กรุงเทพฯ ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2558)

- 2) **อนันตรา ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ** มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มนักธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทมีลักษณะการให้บริการดังนี้

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 408 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหารไทยและต่างประเทศ บาร์ ค็อกเทลเล้าจ์ และห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ภัตตาคารและค็อฟฟี่ช็อป ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
The Riverside Terrace	250	Ballroom A	200
The Market	130	Ballroom B	60
Brio	140	Ballroom C	60
Trader Vic's	126	Ballroom D	60
Benihana	132	Charoennakorn	100
Loy Nam	50	Thonburi	50
Elephant	60	Jasmine	40
Numero	70	Poppy	10
Manohra	150	Bamboo	10
Longtail	50	Lotus	12
		Garden	220
		Chao Phraya Ballroom	600

- 3) **อนันตรา หัวหิน** มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าระดับบนประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท มีลักษณะการให้บริการดังนี้

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 187 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารจำหน่ายอาหารไทยและต่างประเทศ บาร์ ค็อกเทลเล้าจ์ และห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ภัตตาคารและค็อกฟีช็อป ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Issara Café	140	Ruen Thon	60
Baan Thalia	60	Ruen Thai	40
Sala Siam	40	Ruen Anantara	120
Rim Nam	40	Ruen Nok	100
Loy Nam	50		
Saithong	70		
Lagoon	20		

- 4) **อนันตรา สามเหลี่ยมทองคำ แคมป์ช้าง** มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท มีลักษณะการให้บริการดังนี้

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 61 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารจำหน่ายอาหารไทยและต่างประเทศ บาร์ ค็อกเทลเล้าจ์ และห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ภัตตาคารและค็อกฟีช็อป ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัด สัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Sala Mae Nam Thai	120	Rim Khong	64
Baan Dahlia Italian	30	Mae Khong	144
Elephant Bar & Opium	20		

- 5) **อนันตรา บ่อผุด เกาะสมุย** มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท มีลักษณะการให้บริการดังนี้

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 106 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารจำหน่ายอาหารไทยและต่างประเทศ บาร์ ค็อกเทลเล้าจ์ และห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ภัตตาคารและค็อกฟีช็อป ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัด สัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
High Tide	84	Koh Samui Ballroom	200
Eclipse Bar	38	Koh Samui Room	100
Full Moon	54	Koh Phangan Room	100
Ocean's Edge	60	Koh Tao Boardroom	25

6) **อนันตรา ไม้ขาว ภูเก็ต วิลล่าส์** มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว มีลักษณะการให้บริการดังนี้
การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 83 ห้อง
การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคาร บาร์ ค็อกเทลเล้าจ์ และห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ภัตตาคารและค็อกเทลช็อป ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
La Sala	72	Andaman East	50
The Tree House	28	Andaman West	50
The Tasting Room	8	Sarasin Boardroom	12
Sea Fire Salt	100	Andaman	100

7) **อนันตรา ลายัน ภูเก็ต** (เดิมชื่อ “บุญทริกา วิลล่า แอนด์ สวีท”) มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว
การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 77 ห้อง
การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคารอาหาร 3 ห้องอาหาร ได้แก่ Sala Layan, Dee Plee และ Breeze
การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมยังให้บริการสปาและห้องประชุม รองรับผู้ร่วมประชุมได้ 10 คน

8) **อนันตรา อังกอร์** มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว
การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 39 ห้อง
การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคารอาหาร 3 ห้องอาหาร ได้แก่ Chi Restaurant & Bar, L Lounge และ Salt
การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมยังให้บริการสปาและห้องประชุม รองรับผู้ร่วมประชุมได้ 120 คน

9) **อนันตรา คิฮาวาห์ มัลดีฟส์ วิลล่าส์** มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว มีลักษณะการให้บริการ ดังนี้
การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 79 ห้อง
การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารและบาร์ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพัก

ภัตตาคารและค็อกเทลช็อป ประกอบด้วย:	รวมจำนวน (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Manzaru Restaurant	34	Sendaa	16
Manzaaru Pool Bar	40	Mariyadou	12
Plates Restaurant	116	Salla'	12
Sea Restaurant	18	Bodhu Ashi	12
Salt Restaurant	46		

ภัตตาคารและค็อกเทลบาร์ ประกอบด้วย:	รวมจำนวน (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Fire Restaurant	12		
Sky Bar	56		

การให้บริการด้านอื่นๆ ได้แก่

- บริการอุปกรณ์กีฬาทางน้ำ
- ศูนย์บริการเพื่อสุขภาพและสามารถให้บริการสปาในห้องพักได้
- ร้านค้าย่อย ขายสินค้าและของที่ระลึกต่างๆ เช่น เครื่องประดับ ร้านขายเสื้อผ้า
- ชั้นเรียนทำอาหาร

10) อนันตรา คาเลทรา มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 141 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคารอาหาร 4 ห้องอาหาร ได้แก่ Olu dining restaurant, Acquolina Italian restaurant, Spice Traders Asian restaurant และ Upper Deck bar

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมยังให้บริการสปาและห้องประชุม รองรับผู้ร่วมประชุมได้ 400 คน

11) อนันตรา ฮอยอัน มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 94 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคารอาหาร 3 ห้องอาหาร ได้แก่ Lantern, Hoi An Riverside และ Reflections

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมยังให้บริการสปาและห้องประชุม รองรับผู้ร่วมประชุมได้ 200 คน

12) เดอะ รอยัล ลิฟวิ่งสโตน วิกตอเรีย ฟอลส์ แซมเบีย บาย อนันตรา มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 173 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคารอาหาร 5 ห้องอาหาร ได้แก่ The Travellers Bar, The Royal Livingstone Dining Room, The Royal Livingstone Lounge, The Sundecks, The Royal Livingstone Express และ Boma Dinners

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องประชุมและห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุแบบห้องเรียน (คน)
Royal Livingstone Boardroom	12
The Stanley Boardroom	10
Royal Livingstone Lawns	300
The Sundeck	60

13) อวานี ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 248 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคารอาหาร 3 ห้องอาหาร ได้แก่ Attitude, Long Bar และ

Skyline

การให้บริการอื่น ๆ

โรงแรมให้บริการห้องประชุมและห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุแบบห้องเรียน (คน)
Chaophraya Ballroom	520
Lunar	170
Moon	170
Galaxy	170
Galaxy 1-2	80
Wind	50
Sky	65
Air	90
Air 1-3	35
Horizon	20
Breeze	20
Pre-Function Area Ozone 1	800
Pre-Function Area Ozone 2-3	400
The Terrace	200

14) อวานี พัทยา (เดิมชื่อ พัทยา แมริออท) มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยวและกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

มีลักษณะการให้บริการดังนี้

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 298 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหารไทยและต่างประเทศ บาร์ ค็อกเทลเล้าจ์และห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ภัตตาคารและค็อกเทลเล้าจ์ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุแบบห้องเรียน (คน)
Garden Café	140	Ballroom	150
Benihana	100	Orchid Garden	130
Sala Rim Nam	120	Rose Garden	100
Manao	40	Rice Mill	30
Elephant	60	Chaba	15
		Sala Rim Nam	120

15) อวานี กาโบโรเน มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 196 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคารอาหาร 5 ห้องอาหาร ได้แก่ Mahogany, Savuti Grill, Pool Bar, Conservatory and Pool Terrace

การให้บริการคาสิโน

โรงแรมให้บริการ คาสิโน โดยมี slot machines 150 เครื่อง คาสิโน 10 โต๊ะ

การให้บริการอื่น ๆ

โรงแรมให้บริการห้องประชุมและห้องจัดเลี้ยงรองรับผู้ร่วมประชุมได้ 500 คน เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

16) อวานี วินด์ฮ็อก มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 173 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคารอาหาร 3 ห้องอาหาร ได้แก่ Dunes Restaurant, Oasis Bar Lounge และ Casino Bar

การให้บริการคาสิโน

โรงแรมให้บริการ คาสิโน โดยมี slot machines 137 เครื่อง คาสิโน 10 โต๊ะ

การให้บริการอื่น ๆ

โรงแรมให้บริการห้องประชุมและห้องจัดเลี้ยงรองรับผู้ร่วมประชุมได้ 140 คน เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพัก และลูกค้าทั่วไป และมีบริการสปา

17) อวานี คาเลทุรา (เดิมชื่อ คานี ลังกา รีสอร์ท แอนด์ สปา)

คานี ลังกา บริหารงานโดย บริษัท เซเรนดิบิเฮอร์ มีฐานการดำเนินงานธุรกิจในประเทศศรีลังกา ซึ่งบริษัทได้เข้าลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 80 ตั้งแต่วันที่ 2553

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 105 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ และห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ภัตตาคารและคิอพีฟิซซอพ ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัด สัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Karadiya	40	Cinnamon	80
Miridiya	60		
Moya	40		
Mangrove	120		

18) อวานี กวีเญิน มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยวการให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 63 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคารอาหาร 3 ห้องอาหาร ได้แก่ Tre, Gio และ Tre Lobby Bar

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องประชุม รองรับผู้ร่วมประชุมได้ 120 คน และยังมีกิจกรรมต่างๆ มากมาย อาทิ

- ตกปลา นั่งเรือชมปลาโลมา Scuba Diving, Snorkeling
- สนามเทนนิส สควอช แบดมินตัน วอลเลย์บอล ชีมน้ำ และ ปั่นจักรยาน
- บริการอุปกรณ์กีฬาทางน้ำ
- เข้าคลาสเรียนทำอาหาร
- บริการสปา

19) อวานี วิคตอเรีย ฟอลส์ มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยวการให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 212 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคารอาหาร 3 ห้องอาหาร ได้แก่ The theatre of food, Poolside Grill and Pool Bar, และ Boma dinners

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องประชุมและห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุแบบห้องเรียน (คน)
Kafue Boardroom	10
Luangwa Boardroom	10
Lozi Meeting Space	20
Tonga Meeting Space	20
Zebra	45
Giraffe	40
Elephant	40
Lion	45

20) ไอคัส แกรนด์ แกลดสโตน (ในกลุ่มไอคัส) มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักธุรกิจ และนักท่องเที่ยวการให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 144 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป 2 ห้องอาหาร ได้แก่ Ribs & Rump Steakhouse และ Coffee Club

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องประชุมและห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุแบบห้องเรียน (คน)
MacArthur	100
Vanderbilt	60

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุแบบห้องเรียน (คน)
Rockefeller	70
Grand Ballroom	230

21) โอ๊คส์ อีแลน ดาร์วิน (ในกลุ่มโอ๊คส์) มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักธุรกิจ และนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 301 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป 1 ห้องอาหารได้แก่ The Original Australian Kitchen

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องประชุมและห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุสูงสุด (คน)
Mataranka	110
Jim Jim	40
Florence	30
Tolmer	40
Wangi	50
Desert Rose	103

22) ทิวาลี อวานิตา ลิเบอร์ตาดเด ลิสบัว มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยวและกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท มี

ลักษณะการให้บริการดังนี้

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 285 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคาร ค็อกเทลเล้าจ์ และห้องจัดเลี้ยงเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป 6 ห้องอาหาร ได้แก่

Cervejaria Liberdade, Terraço Rui Paula, Sky Bar Lisboa, Café Liberdade, Lobby Bar และ Pool Bar

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องประชุมและห้องจัดเลี้ยงรองรับผู้ร่วมประชุมได้ถึง 400 คน เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุสูงสุด (คน)
Avenida	40
Barata Salgueiro	150
Castello Lopes	300
Condes Sucena 1+2+3	400
Condes Sucena 1 or 3	98
Condes Sucena 2	72
Lounge Beatriz Costa	110
Norte Junior	70
Pardal Monteiro	90
Parque Mayer	60
Sintra	90
Tivoli	250

23) ทิโวลี มารินา วิลามัвра อัลกราฟ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยวและกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท มีลักษณะการให้บริการดังนี้

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 383 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคาร ค็อกเทลเล้าจ์ และห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ภัตตาคารและค็อกเทลเล้าจ์ ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัด สัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุสูงสุด (คน)
Pepper's Steakhouse	70	Aquarius	180
Chili Restaurant	600	Gemini	480
Oregano	300	Gemini I	170
Purobeach	1,500	Gemini I & II	320
Canela Bar & Side Bar	260	Gemini II	180
Açucar Bar	50	Gemini III	170
		Vega	170

24) ทิโวลี มารินา ปอร์ติเมา อัลกราฟ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว มีลักษณะการให้บริการดังนี้

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 196 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคาร ค็อกเทลเล้าจ์ และห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ภัตตาคารและค็อกเทลเล้าจ์ ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัด สัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุสูงสุด (คน)
Deck Restaurant & Bar	150	Tirreno	100
Acqua Lounge Restaurant & Bar	220		
Snack Bar Ithaka	20		
Loft Bar	45		

25) ทิโวลี คาร์โวเอโร อัลกราฟ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว มีลักษณะการให้บริการดังนี้

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 246 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคาร 6 ห้องอาหาร ได้แก่ Mare Bistro, Med Food & Wine, The One Gourmet, Sky Bar Carvoeiro, Azur Bar และ Turquoise Bar

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องประชุมและห้องจัดเลี้ยงรองรับผู้ร่วมประชุมได้ 1,100 คน เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุสูงสุด (คน)
Porches	120
Algar Seco	120
Alfanzina	120
Centeanes	100
Almansor	1,100

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุสูงสุด (คน)
Carvoeiro	450
Lagoa	150

26) ทิวาลี ออเรียนเต้ ลิสบัว มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยวและกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท มีลักษณะการให้บริการดังนี้

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 279 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคาร ค็อกเทลเลาจ์ และห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ภัตตาคารและค็อกเทลเลาจ์ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุสูงสุด (คน)
T-Bone	170	Alcântara	40
Tivoli Caffè Oriente	80	Alfama	50
Sky Bar Oriente	50	Chiado	50
		Castelo	40
		Campolide	50
		Olivais	50
		Lisboa Antiga	550
		Graça	16
		Madredeus	16
		Madragoa	12
		Marvila	30
		Lapa	36
		Oriente	300

27) อวานี อวานิตา ลิเบอร์ตาดเด ลิสบอน

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 119 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคารอาหารได้แก่ Terraco Rui Paula, Cervejaria Liberdade, Sky Bar Lisboa, Olivier Avenida

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องประชุมและห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุสูงสุด (คน)
Condes Sucena 1-3	400
Condes Sucena 1	98
Condes Sucena 2	72
Condes Sucena 3	98
Castello Lopes	300
Avenida	40

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุสูงสุด (คน)
Norte Junior	70
Barata Salgueiro	150

28) ทิโวลี ปาลาซิโอ เด เซเตียส ซินตรา

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 30 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคารอาหารได้แก่ Seteais Restaurant และ Bar

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องประชุมและห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุสูงสุด (คน)
Guildmeester/Royal	100
Pillement	40
Oval Room	60
Seteais	150
Seteais + Oval Room	190
Seteais + Oval Room	320

29) ทิโวลี ซินตรา

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 77 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคารอาหารได้แก่ Monserrate Restaurant

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องประชุมและห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุสูงสุด (คน)
Byron	60
Eça de Queiroz A + B	220
Eça de Queiroz A	100
Eça de Queiroz B	120
Gil Vicente	40

30) ทิโวลี โคอิมบรา

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 100 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคารอาหาร 1 ห้องอาหาร ได้แก่ Caffè' Coimbra

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องประชุมและห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุสูงสุด (คน)
Mondego	14
Porto	130
Sintra	50
Tejo	18
Tivoli	120

31) อนันตรา วิลามัวร์า อัลกราฟ

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 280 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคารอาหาร 6 ห้องอาหาร ได้แก่ Emo Restaurant, Ria Restaurant, Victoria Restaurant, Anantara Lounge & Bar, Palms Pool Bar และ Cascades Pool Bar

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องประชุมและห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุสูงสุด (คน)
Continental	300
Continental A, B, C, D	70
Continental A+B / C+D	140
Continental A+B+C / B+C+D	230
Global	700
Global A, B, C	230
Global A + B	500
Global A1, A2	80
Global B + C	500

32) ทิโวลี ลากอส อัลกราฟ

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 324 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคารอาหาร 4 ห้องอาหาร ได้แก่ Duna Beach, Laco'briga Restaurant, Luna Bar & Lounge และ PÁTEO VELHO Restaurant

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องประชุมและห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุสูงสุด (คน)
Burgau	14
Canavial	60
Conference Room	120
Sagres	20

33) ทิโวลี โมฟาร์เรจ - เซาเปาลู เดิมชื่อ ทิโวลี เซาเปาลู-โมฟาร์เรจ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท มีลักษณะการให้บริการดังนี้

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 217 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคาร ค็อกเทลเล้าจ์ และห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ภัตตาคารและค็อกเทลเล้าจ์ ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัด สัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุสูงสุด (คน)
SEE	90	Jardins	600
Tivoli Bistrô	120	Itaim	180
Must Bar	60	Liberdade	250
		Ipiranga	80
		Pinheiros	40
		Paraíso	10
		Foyer Jardins	250
		Beta Vista	250
		Paulista	30

34) ทิโวลี ฮิโคริสอร์ท โปรอา ดู ฟอร์เต บาเฮีย มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยวและกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท มีลักษณะการให้บริการดังนี้

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 287 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคาร ค็อกเทลเล้าจ์ และห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ภัตตาคารและค็อกเทลเล้าจ์ ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัด สัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุสูงสุด (คน)
Goa Restaurant	550	Garcia d'Álvia	200
Tabaréu Restaurant	140	A Casa da Torre	375
À Sombra do Coqueiral	130		
Dendê Bar	242		
Ice Bar	60		

35) เดอะ เซ็นต์ รีจิส กรุงเทพฯ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มนักธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท มีลักษณะการให้บริการดังนี้

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 224 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารจำหน่ายอาหารไทยและต่างประเทศ บาร์ และห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ภัตตาคารและบาร์ ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัด สัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุแบบห้องเรียน (คน)
Zuma	210	Astor Ballroom	200
Jojo	40	Astor I	70

ภัตตาคารและบาร์ ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัด สัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุแบบห้องเรียน (คน)
Viu	120	Astor II	60
The St. Regis Bar & Drawing	40	Astor III	60
Decanter	30	Rajadamri I	24
The Lounge	30	Rajadamri II	30
Pool Bar	30	Rajadamri III	20
		Rajadamri IV	20

36) โฟร์ซีซั่นส์ เชียงใหม่ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าระดับบนประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท มีลักษณะการให้บริการดังนี้

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพัก 64 ห้อง และพูลวิลล่า 12 หลัง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารจำหน่ายอาหารไทยและต่างประเทศ บาร์ ค็อกเทลเลาจ์ และห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ภัตตาคารและคิอพีซ็อพ ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัด สัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Khao	120	Kasalong Pavillion	18-40
Terraces	60	Rachawadee Residence	50-230
Ratree Bar	28		

37) โฟร์ซีซั่นส์ เดนต์แคมป์ สามเหลี่ยมทองคำ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าระดับบนประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว มีลักษณะการให้บริการดังนี้

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 15 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารจำหน่ายอาหารไทยและต่างประเทศ บาร์ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพัก

ภัตตาคารและบาร์ ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)
Nong Yao	50
Burma Bar	20
Wine Cellar	4

38) โฟร์ซีซั่นส์ เกาะสมุย มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าระดับบนประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว มีลักษณะการให้บริการดังนี้

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 60 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารจำหน่ายอาหารไทยและต่างประเทศ บาร์ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพัก

ภัตตาคารและบาร์ ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)
Koh Thai Kitchen and Bar	96
Pla Pla	55

ภัตตาคารและบาร์ ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)
CoCoRum Restaurant	68
Koh Bar	20
CoCoRum Bar	24

39) เจ ดับบลิว แมริออท ภูเก็ต มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท
การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 265 ห้อง
การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารจำหน่ายอาหารไทยและต่างประเทศ บาร์ ค็อกเทลเลิฟ และห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ภัตตาคารและคิฟฟี่ช็อป ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัด สัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Marriott Café	180	Mai Khao Ballroom	576
Cucina	110	Salon A or B or D or E	70
Andaman Grill	90	Salon C	260
Kabuki	77	Salon A+B+C or C+D+E	336
Siam Deli	92	Salon A+B or D+E	182
Ginja Taste	130	Layan 1, 2 or Rawai 1, 2	40
Sala Sawasdee Lobby Bar	92	Layan 1+2 or Rawai 1+2	96
Rim Nam Pool Bar	20	Kamala Boardroom	10
Out of the Blue Drink	110	Lotus Pavilion	250
Zest	88		
Delight	60		

40) อวานี ชันเซ็ท โคสต์ สมุย มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท
การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 34 ห้อง
การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการห้องอาหาร Pantry แก่ลูกค้าทั่วไป
การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมมีห้องประชุม ห้องจัดเลี้ยง และสปา เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

โรงแรมที่บริษัทลงทุนผ่านการร่วมทุน

41) อนันตรา เวลี มัลดีฟส์ (เดิมชื่อ โรงแรมโบดูสุรา มัลดีฟส์) (เป็นบริษัทร่วมทุนกับชาวมัลดีฟส์ โดยบริษัทลงทุนใน
 สัดส่วนร้อยละ 50) มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว มีลักษณะการให้บริการ ดังนี้
การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 67 ห้อง
การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารและบาร์ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักดังนี้ Baan Huraa, 73 Degrees, Origami, Dhoni, Fushi Cafe',
 Sea. Fire. Salt, Terrazzo, Aqua

การให้บริการด้านอื่นๆ ได้แก่

- ตกปลา นั่งเรือชมปลาโลมา Scuba Diving, Snorkeling
- สนามเทนนิส สควอช แบดมินตัน และวอลเลย์บอล
- บริการอุปกรณ์กีฬาทางน้ำ
- ศูนย์บริการเพื่อสุขภาพและสามารถให้บริการสปาในห้องพักได้
- ร้านค้าย่อย ขายสินค้าและของที่ระลึกต่างๆ เช่น เครื่องประดับ ร้านขายเสื้อผ้า
- จัดทัวร์นอกสถานที่ บริการรับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริการซักอบรีด รับส่งไปรษณีย์ โทรเลข โทรศัพท์ เป็นต้น
- ห้องเที่ยวและช้อปปิ้งในเมืองหลวงที่เกาะ Male
- มีเรือไว้คอยบริการลูกค้าที่มีความประสงค์จะไปทานอาหารที่ห้องอาหารไทยหรือห้องอาหารระหว่างเกาะ เช่น แซกที่พักรออยู่ที่โรงแรมอนันตรา เวลี มัลดีฟส์ ต้องการไปทานอาหารที่ห้องอาหารที่โรงแรม อนันตรา ดิกู มัลดีฟส์
- มีบริการสปา

42) อนันตรา ดิห์กู มัลดีฟส์ (เป็นบริษัทร่วมทุนกับชาวมัลดีฟส์ โดยบริษัทลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 50) มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว มีลักษณะการให้บริการ ดังนี้

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 110 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารและบาร์ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักดังนี้ Baan Huraa, 73 Degrees, Origami, Dhoni, Fushi Cafe', Sea. Fire. Salt, Terrazzo, Aqua

การให้บริการด้านอื่นๆ ได้แก่

- ตกปลา นั่งเรือชมปลาโลมา Scuba Diving, Snorkeling
- ห้องออกกำลังกาย (มีผู้ดูแลให้คำแนะนำ)
- บริการอุปกรณ์กีฬาทางน้ำ
- ศูนย์บริการเพื่อสุขภาพและสามารถให้บริการสปาในห้องพักได้
- ร้านค้าย่อย ขายสินค้าและของที่ระลึกต่างๆ เช่น เครื่องประดับ ร้านขายเสื้อผ้า
- จัดทัวร์นอกสถานที่ บริการรับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริการซักอบรีด รับส่งไปรษณีย์ โทรเลข โทรศัพท์ เป็นต้น
- ห้องเที่ยวและช้อปปิ้งในเมืองหลวงที่เกาะ Male
- มีเรือไว้คอยบริการลูกค้าที่มีความประสงค์จะไปทานอาหารที่ห้องอาหารไทย หรือห้องอาหารระหว่างเกาะ เช่น แซกที่พักรออยู่ที่โรงแรมอนันตรา ดิกู มัลดีฟส์ ต้องการไปทานอาหารที่ห้องอาหารที่โรงแรมอนันตรา เวลี มัลดีฟส์
- มีบริการสปา

43) นาลาดู มัลดีฟส์ (เป็นบริษัทร่วมทุนกับชาวมัลดีฟส์ โดยบริษัทลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 50) มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว มีลักษณะการให้บริการ ดังนี้

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 20 ห้อง มีสระว่ายน้ำส่วนตัวทุกห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคารอาหาร 3 ห้องอาหาร ได้แก่ The Living Room, Intimate Dining Affairs, Baan Huraa

การให้บริการด้านอื่นๆ ได้แก่

- ตกปลา นั่งเรือชมปลาโลมา Scuba Diving Snorkeling
- สนามเทนนิส สควอช แบดมินตัน และวอลเลย์บอล
- บริการอุปกรณ์กีฬาทางน้ำ

- ศูนย์บริการเพื่อสุขภาพ และสามารถให้บริการสปาในห้องพักได้
- ร้านค้าย่อย ขายสินค้าและของที่ระลึกต่างๆ เช่น เครื่องประดับ ร้านขายเสื้อผ้า
- จัดทัวร์นอกสถานที่ บริการรับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริการซักอบรีด รับส่งไปรษณีย์ โทรเลข โทรศัพท์ เป็นต้น
- ห้องเที่ยวและช้อปปิ้งในเมืองหลวงที่เกาะ Male
- มีเรือไว้คอยบริการลูกค้าที่มีความประสงค์จะไปทานอาหารที่ห้องอาหารไทยหรือห้องอาหารระหว่างเกาะ เช่น แซกที่ปักอยู่ที่โรงแรมนาลาดู มัลดีฟส์ ต้องการไปทานอาหารที่ห้องอาหารที่โรงแรมอนันตรา เวลี หรือโรงแรมอนันตรา ดิห์กู มัลดีฟส์

44) อนันตรา บาฮารูโต ไอส์แลนด์ มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 44 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคารอาหาร 3 ห้องอาหาร ได้แก่ Clube Naval, Golfniho และ Tartaruga

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องประชุมและห้องจัดเลี้ยงรองรับผู้ร่วมประชุมได้ 60 คน เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป และมีบริการสปา

45) อนันตรา เมตัจุมเบ ไอส์แลนด์ มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 12 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคารอาหาร 2 ห้องอาหาร ได้แก่ Jahazi Restaurant และ Bahari Lounge Bar

การให้บริการอื่นๆ

มีบริการสปา

46) อนันตรา มาเตโม ไอส์แลนด์ มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 24 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคารอาหาร 2 ห้องอาหาร ได้แก่ Jahazi Restaurant และ Bahari Lounge Bar

การให้บริการอื่นๆ

มีบริการสปา

47) อนันตรา ฟิช เฮเวน แทงเกล มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 152 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคารอาหาร 6 ห้องอาหาร ได้แก่ Journeys, Il Mare, Verele, Pool side Bar, The Lobby Lounge และ El Vino

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องประชุมและห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

48) อวานี เพมบา บีช มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 185 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคารอาหาร 3 ห้องอาหาร ได้แก่ Quirimbas, Clube Naval และ The Niassa Bar

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องประชุมและห้องจัดเลี้ยง ดังนี้

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุสูงสุด (คน)
Cabo Delgado Conference Room	160
Mussoma Meeting Room	50
Mueda Boardroom	14

49) อวานี เลโซโท มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 158 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคารอาหาร 5 ห้องอาหาร ได้แก่ Nala Café Restaurant, Ying Tao Grill, Leifo Bar and Fire Place Lounge, Hotsoma Hunting Man's Bar และ Letamong Pool Bar

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องประชุมและห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุสูงสุด (คน)
Khanya Boardroom	12
Khotla Room	30
Pisto	300
Senqu Room	30
Seotlong Room	10

50) อวานี มาเซรู มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 105 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคารอาหาร 3 ห้องอาหาร ได้แก่ Mohokare Restaurant, Katse Terrace และ Mohope Bar & Lounge

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องประชุมและห้องจัดเลี้ยง เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาประกอบด้วย:	ขนาดความจุสูงสุด (คน)
Pula Convention Centre	600
Naleli Room	120
Molepe Room	30
Qiloane Room	12
Leseli Room	16

51) กลุ่มโรงแรมเซเรนดิบ ศรีลังกา

กลุ่มโรงแรมเซเรนดิบ ในประเทศศรีลังกา บริหารงานโดย บริษัท เซเรนดิบโฮเทล ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ Hemas Holdings Limited (Hemas) เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศศรีลังกา ซึ่งบริษัทได้เข้าลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 20 ในบริษัท เซเรนดิบโฮเทล ตั้งแต่วันที่ 2550 โดยโรงแรมในเครือของเซเรนดิบ โฮเทล ประกอบด้วย

	โรงแรม	ประเทศ	กลุ่มลูกค้า	จำนวนห้องพัก
1	อวานี เบนโททา (เดิมชื่อ โฮเทล เซเรนดิบ)	ศรีลังกา	กลุ่มนักท่องเที่ยว	75
2	คลับ โฮเทล ดอลฟิน	ศรีลังกา	กลุ่มนักท่องเที่ยว	154
3	โฮเทล ลิกิริยา	ศรีลังกา	กลุ่มนักท่องเที่ยว	79

52) อวานี ไฮฟง ฮาร์เบอร์ วิว (เดิมชื่อ “ฮาร์เบอร์วิว โฮเทล เวียดนาม”) (เป็นบริษัทร่วมทุน โดยบริษัทลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 30.39) มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มนักธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท มีลักษณะการให้บริการ ดังนี้

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 122 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารจำหน่ายอาหารไทยและต่างประเทศ บาร์ ค็อกเทลเล้าจ์ และห้องจัดเลี้ยงเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพัก และลูกค้าทั่วไป

ภัตตาคารและค็อกเทลบาร์ ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุสูงสุด (คน)
Cheer Pub	34	Hanoi	180
The La Terrasse	30	Saigon	180
The Harbour Café	72	Haiphong	140
The Nam Phuong	90	Danang	230
		Boardroom	10

การให้บริการด้านอื่นๆ ได้แก่

- ศูนย์บริหารร่างกาย
- ร้านค้าขายสินค้าและของที่ระลึกต่างๆ
- บริการอื่นๆ เช่น บริการสำรองที่นั่ง Business Center แพทย์ทางโทรศัพท์ บริการ Limousine บริการจัดทัวร์นอกสถานที่ บริการรับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริการซักอบรีด รับส่งไปรษณีย์ โทรศัพท์ โทรเลข โทรศัพท์ เป็นต้น

53) นิยามา มัลดีฟส์ มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 134 วิลล่า

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคารอาหาร 9 ห้องอาหาร ได้แก่ Blu, Nest, Edge, Tribal, Epicure, Subsix, Fahrenheit, Dune และ The Deli

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา

54) เรดิสัน บลู มาปูโต มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยวและกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 154 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหาร บาร์ ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป โดยมีภัตตาคารอาหาร 3 ห้องอาหาร ได้แก่ Filini Bar & Restaurant, Azul Restaurant, และ Palmeira Lounge

55) กลุ่มโรงแรม เอลาวาน่า แอฟริกา

กลุ่มโรงแรม เอลาวาน่า แอฟริกา บริหารงานโดยบริษัท เอลาวาน่า แอฟริกา มีฐานการดำเนินธุรกิจในประเทศแทนซาเนีย ซึ่งบริษัทเข้าถือหุ้นสัดส่วนร้อยละ 50 ตั้งแต่ปี 2551 บริษัท เอลาวาน่า แอฟริกา มีชื่อเสียงในด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงซาฟารีในทวีปแอฟริกา โดยให้บริการที่พักหลายแห่งที่มีความหรูหราและกลมกลืนกับสิ่งแวดล้อมที่งดงามอย่างเป็นธรรมชาติของทวีปแอฟริกา ที่พักในเครือของเอลาวาน่า ประกอบด้วย

	โรงแรม	ประเทศ	กลุ่มลูกค้า	จำนวนห้องพัก
1	อารูชา คอฟฟี ลอดจ์	แทนซาเนีย	กลุ่มนักท่องเที่ยว	30
2	เซเรนเกติ ไมเกรชั่น แคมป์	แทนซาเนีย	กลุ่มนักท่องเที่ยว	20
3	ทาวรากีวี ทรีท็อปส์	แทนซาเนีย	กลุ่มนักท่องเที่ยว	20
4	เดอะ แมนเนอร์ แอท โกรงโกโร	แทนซาเนีย	กลุ่มนักท่องเที่ยว	20
5	คิลินดิ แซนชิบาร์	แทนซาเนีย	กลุ่มนักท่องเที่ยว	14
6	แอฟโรซิค ไดอานี บีช	เคนยา	กลุ่มนักท่องเที่ยว	10
7	แซนด์รีเวอร์ มาไซ มาร์ว	เคนยา	กลุ่มนักท่องเที่ยว	16

56) กลุ่มโรงแรม เคลิ แอนด์ ฟิค็อก

กลุ่มโรงแรม เคลิ แอนด์ ฟิค็อก มีฐานการดำเนินธุรกิจในประเทศเคนยาและแทนซาเนีย โดยบริษัทร่วมทุน เอลาวาน่า แอฟริกา ได้เข้าซื้อกลุ่มโรงแรม เคลิ แอนด์ ฟิค็อก ในปี 2558 ต่อมาได้มีการบริหารงานโดยกลุ่มเอลาวาน่า แอฟริกา ซึ่งถือเป็นการขยายฐานธุรกิจเชิงซาฟารีในทวีปแอฟริกาอย่างลงตัว ประกอบด้วย

	โรงแรม	ประเทศ	กลุ่มลูกค้า	จำนวนห้องพัก
1	เซเรนเกติ ไฟโอเนียร์ แคมป์	แทนซาเนีย	กลุ่มนักท่องเที่ยว	12
2	ทอทิลิส แคมป์ แอมโบเซลิ	เคนยา	กลุ่มนักท่องเที่ยว	18
3	เอลซา คอปปี เมรุ	เคนยา	กลุ่มนักท่องเที่ยว	11
4	จอยส์ แคมป์ ซาบา	เคนยา	กลุ่มนักท่องเที่ยว	10
5	เอลเฟนท์ เพพเพอร์ แคมป์ มาไซ มาร์ว	เคนยา	กลุ่มนักท่องเที่ยว	10

57) อวานี หัวหิน รีสอร์ท & วิลล่าส์ (เดิมชื่อ โรงแรมอนันดา หัวหิน) (เป็นบริษัทร่วมทุนในสัดส่วนร้อยละ 50) มุ่งเน้น

ให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มนักธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท มีลักษณะการให้บริการ ดังนี้

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 196 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารจำหน่ายอาหารไทยและต่างประเทศ บาร์ ค็อกเทลเล้าจ์ และห้องจัดเลี้ยงเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ภัตตาคารและค็อกฟีช็อป ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุสูงสุด (คน)
STAA'S	180	Grand Ballroom	800
Brezza	80	Ratchaphreuk	250
Blue Biscuit	80	Foyer	600
Terrace Bar	30	Event Lawn	800
Aqua	30	Villa Lawn	80

58) **ไอคัส พุทธศยา** (เป็นบริษัทร่วมทุนในสัดส่วนร้อยละ 50) มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มนักธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท มีลักษณะการให้บริการ ดังนี้

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 78 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารจำหน่ายอาหารไทยและต่างประเทศ บาร์ ค็อกเทลเล้าจ์ และห้องจัดเลี้ยงเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ภัตตาคารและค็อกฟีช็อป ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุสูงสุด (คน)
Oak's Café	94	Lotus	150
Roof Top	50		

โรงแรมที่บริษัทรับจ้างบริหาร

	โรงแรม	ประเทศ	กลุ่มลูกค้า	จำนวนห้องพัก
59)	อนันตรา ดิเกา	ไทย	กลุ่มนักท่องเที่ยว	139
60)	อนันตรา บ้านราชประสงค์ กรุงเทพฯ	ไทย	กลุ่มนักท่องเที่ยว	97
61)	อนันตรา ลาวานา เกาะสมุย	ไทย	กลุ่มนักท่องเที่ยว	122
62)	อนันตรา สาทร กรุงเทพฯ	ไทย	กลุ่มนักท่องเที่ยว	310
63)	อนันตรา รสานันดา เกาะพัง วิลล่าส์	ไทย	กลุ่มนักท่องเที่ยว	64
64)	อนันตรา เชียงใหม่	ไทย	กลุ่มนักท่องเที่ยว	84
65)	อนันตรา ซานย่า	จีน	กลุ่มนักท่องเที่ยว	122
66)	อนันตรา ลิบสองปันนา	จีน	กลุ่มนักท่องเที่ยว	103
67)	อนันตรา กุ้ยหยาง	จีน	กลุ่มนักท่องเที่ยว	218
68)	อนันตรา เซมินยัค บาห์ลี	บาห์ลี	กลุ่มนักท่องเที่ยว	60
69)	อนันตรา อูลูวาตู บาห์ลี	บาห์ลี	กลุ่มนักท่องเที่ยว	74
70)	อนันตรา อัล จาบาล อัล อัคดาร์	โอมาน	กลุ่มนักท่องเที่ยว	115
71)	อัล บาดี รีสอร์ท ซาลาลาห์ บาย อนันตรา	โอมาน	กลุ่มนักท่องเที่ยว	136
72)	บานาน่า โฮสเทลแลนด์ ไดฮา บาย อนันตรา	กาตาร์	กลุ่มนักท่องเที่ยว	141
73)	อนันตรา เซอร์ บานี ยาส โฮสเทลแลนด์ อัล ซาเฮล วิลล่า	อาบูดาบี, UAE	กลุ่มนักท่องเที่ยว	30

	โรงแรม	ประเทศ	กลุ่มลูกค้า	จำนวนห้องพัก
74)	อนันตรา เซอร์ บานี ยาส ไอสแลนด์ อัล ยามม์ วิลล่า	อาบูดาบี, UAE	กลุ่มนักท่องเที่ยว	30
75)	อนันตรา เดอะ ปาล์ม ดูไบ	อาบูดาบี, UAE	กลุ่มนักท่องเที่ยว	293
76)	เคสเลอร์ โอแลนด์ บาย อนันตรา	อาบูดาบี, UAE	กลุ่มนักท่องเที่ยว	64
77)	คัสส์ อัล ซาราย เคสเลอร์ บาย อนันตรา	อาบูดาบี, UAE	กลุ่มนักท่องเที่ยว	206
78)	อีสเทิร์น แมนโกรฟส์ บาย อนันตรา	UAE	กลุ่มนักท่องเที่ยว	222
79)	อนันตรา มุยเน่	เวียดนาม	กลุ่มนักท่องเที่ยว	90
80)	อวานี เอเทรียม กรุงเทพฯ	ไทย	กลุ่มนักท่องเที่ยว	568
81)	อวานี ขอนแก่น	ไทย	กลุ่มนักท่องเที่ยว	196
82)	อวานี เซี่ยง โกลด์โคส	มาเลเซีย	กลุ่มนักท่องเที่ยว	315
83)	อวานี เดรา ดูไบ	UAE	กลุ่มนักท่องเที่ยว	216
84)	อวานี เซเชลส์ บาบาร์อนส์	เซเชลส์	กลุ่มนักท่องเที่ยว	124
85)	ไอคส์ กรุงเทพฯ สาทร	ไทย	กลุ่มนักท่องเที่ยว	115
86)	ไอคส์ ลิวา เอ็คเซ็กคูทีฟ สวีท	UAE	กลุ่มนักท่องเที่ยว	54
87)	เดอะ เรสซิเดนเชส แอท วิคตอเรีย	โปรตุเกส	กลุ่มนักท่องเที่ยว	93
88)	ซูด วาคิฟ	กาตาร์	กลุ่มนักท่องเที่ยว	183
89)	เลวา ซาฟารี แคมป์	เคนยา	กลุ่มนักท่องเที่ยว	13
90)	คิทีซ แคมป์ มาเซล ฟอเรสต์	เคนยา	กลุ่มนักท่องเที่ยว	6
91)	ลอยซาบา เทนท์ แคมป์	เคนยา	กลุ่มนักท่องเที่ยว	12
92)	ลอยซาบา สตาร์ เบดส์	เคนยา	กลุ่มนักท่องเที่ยว	4
93)	เดอะ โบมอนต์	สหราชอาณาจักร	กลุ่มนักท่องเที่ยว	73

ธุรกิจบริหารเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์

94) กลุ่มโรงแรม ไอคส์ โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท ตั้งอยู่ในประเทศออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ดูไบ และประเทศไทย รวมจำนวนโรงแรมทั้งหมด 51 โรงแรม โดยในประเทศออสเตรเลียมีจำนวน 47 โรงแรม ซึ่งอยู่ในเมืองท่องเที่ยวและเมืองเศรษฐกิจที่สำคัญ โดยตั้งอยู่ในนิวเซาท์เวลส์ 10 โรงแรม วิคตอเรีย 7 โรงแรม ควีนส์แลนด์ 23 โรงแรม ออสเตรเลียใต้ 5 โรงแรม และออสเตรเลียตะวันตก 2 โรงแรม ในประเทศนิวซีแลนด์รวม 4 โรงแรม ตั้งอยู่ที่ไอร์แลนด์เหนือ 2 โรงแรม และไอร์แลนด์ใต้ 2 โรงแรม ในดูไบ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ 1 โรงแรม ซึ่งโดยรวมทั้งกลุ่มมีบริการห้องพักทั้งสิ้น 6,418 ห้อง

เนื่องจากทำเลที่ตั้งของไอคส์ส่วนใหญ่อยู่ในย่านธุรกิจ และเมืองใหญ่ ไอคส์จึงมุ่งเน้นการบริการไปที่กลุ่มนักธุรกิจ และกลุ่มบริษัทภายในประเทศ กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศจึงเป็นลำดับรองลงมา ซึ่งส่งผลให้ลักษณะของห้องพักและอุปกรณ์เครื่องใช้ภายในห้องพักที่เอื้ออำนวยความสะดวกให้กับผู้พักอาศัยที่เป็นนักธุรกิจอีกด้วย

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการในการประกอบธุรกิจโรงแรมนั้น นอกจากห้องพัก อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ และคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหารและเครื่องดื่มแล้ว พนักงานที่ให้บริการถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่ง บริษัทมีนโยบายหลักที่จะรับคนท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการจ้างแรงงานในระดับท้องถิ่นนั้นๆ โดยจัดให้มีการฝึกสอนและอบรมแก่พนักงานเหล่านั้นให้มีความรู้และความสามารถในการทำงาน นอกจากนี้ การส่งพนักงานคนไทยไปเรียนรู้งานในต่างประเทศและการรับผู้เชี่ยวชาญมาฝึกสอน การจ้างชาวต่างชาติมาทำงาน ก็เป็นวิธีที่จะสามารถถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ให้แก่พนักงานคนไทยเพื่อจะปฏิบัติได้เองในอนาคต

การตลาดและภาวะการแข่งขัน (ธุรกิจโรงแรม)

ข้อมูลด้านการตลาดและภาวะการแข่งขันเป็นข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 โดยได้มีการรวบรวมข้อมูลเผยแพร่จากส่วนราชการและภาคอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและโรงแรม

ตลาดหลักของบริษัทในปัจจุบัน ได้แก่ ประเทศไทย ออสเตรเลีย โปรตุเกส บราซิล และมัลดีฟส์

- ประเทศไทย

ด้วยการส่งเสริมของทั้งภาครัฐและเอกชนในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยไปยังต่างประเทศทั่วโลก ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้กลายมาเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่สำคัญที่สุดของประเทศ โดยมีสัดส่วนมูลค่ามากกว่าร้อยละ 20 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศในปี 2560 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้รายงานนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยจำนวน 35.4 ล้านคนในปี 2560 ซึ่งเป็นสถิติที่สูงที่สุด เพิ่มขึ้นร้อยละ 9 จาก 32.6 ล้านคนในปี 2559 โดยในปี 2560 อัตราการเข้าพักเฉลี่ยทั่วประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.9 จากปีก่อนเป็นร้อยละ 68.5 ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ซึ่งมีสัดส่วนมากที่สุดคิดเป็นเกือบร้อยละ 30 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยทั้งหมด ยังคงเป็นแรงผลักดันหลักด้วยการเติบโตในอัตราร้อยละ 12 ในปี 2560 เมื่อเทียบกับปีก่อน ในขณะที่เดียวกัน รายได้จากการท่องเที่ยวเติบโตในอัตราร้อยละ 9 เป็น 2.8 ล้านล้านบาทในปี 2560 จาก 2.5 ล้านล้านบาทในปี 2559 ทั้งนี้ ในปี 2561 มีการคาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 7 เป็น 38 ล้านคน และด้วยการที่ภาครัฐให้ความสำคัญในคุณภาพของนักท่องเที่ยว จึงมีการคาดการณ์ว่ารายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2561 จะเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 9 จากปี 2560 เป็นจำนวนมากกว่า 3 ล้านล้านบาท

	2559	2560
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ล้านคน)	32.6	35.4
อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)	9.0	9.0
อัตราการเข้าพักโรงแรม (ร้อยละ)	66.6	68.5

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และธนาคารแห่งประเทศไทย

	นักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	ล้านคน	เพิ่มขึ้นร้อยละ
2550	14.46	+4.6%
2551	14.58	+0.8%
2552	14.15	-3.0%
2553	15.94	+12.4%
2554	19.09	+19.8%
2555	22.30	+16.8%
2556	26.73	+19.9%
2557	24.78	-7.3%
2558	29.94	+20.6%
2559	32.60	+8.9%
2560	35.38	+8.5%

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

- ประเทศออสเตรเลีย

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา การท่องเที่ยวของประเทศออสเตรเลียเติบโตจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะจากตลาดเอเชีย โดยศูนย์วิจัยข้อมูลการท่องเที่ยวของประเทศออสเตรเลีย (Tourism Research Australia) คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศจะเติบโตในอัตราร้อยละ 9.2 ในปี 2560 โดยตลาดที่มีการเติบโตสูงสุดได้แก่ประเทศจีน ตามด้วยประเทศอินเดีย จากความร่ำรวยที่เพิ่มขึ้นและการเติบโตของชนชั้นกลางซึ่งมีกำลังใช้จ่ายและความต้องการในการท่องเที่ยวที่สูงขึ้น ทั้งนี้ มีการคาดการณ์ว่าภายในปี 2560-2561 สัดส่วนของนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางเข้ามาในประเทศออสเตรเลียจะสูงที่สุด นำหน้าประเทศนิวซีแลนด์ ส่วนภายในประเทศ การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศออสเตรเลียยังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยในอดีต ในขณะที่ค่าใช้จ่ายพุ่งเพื่อยจะได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของอัตราการเติบโตของราคาอสังหาริมทรัพย์ในเมืองหลวงและอัตราการเติบโตของค่าจ้าง ดังนั้นจึงมีการคาดการณ์ว่าจำนวนคืนเข้าพักของนักท่องเที่ยวภายในประเทศจะเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 3.8 ในปี 2560

- ประเทศโปรตุเกส

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศโปรตุเกสมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2554 ซึ่งช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและลดภาระหนี้สินของประเทศ โดยองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติได้รายงานมูลค่าจากการท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศในปี 2559 และคาดการณ์ว่าสัดส่วนดังกล่าวจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 20 ภายในปี 2570 ประเทศโปรตุเกสมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศมากกว่า 20 ล้านคน ในปี 2559 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จากปีก่อน และยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2560 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.2 เป็น 16.4 ล้านคนจากปีก่อน ซึ่งทวีปยุโรปเป็นแหล่งที่มาของนักท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดของประเทศโปรตุเกส โดยแม้ว่าจะมีความกังวลต่อการแยกตัวออกจากสหภาพยุโรปของสหราชอาณาจักร (Brexit) แต่สหราชอาณาจักรยังคงเป็นแหล่งที่มาของนักท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุดของประเทศโปรตุเกส ตามด้วยประเทศเยอรมนี ฝรั่งเศส และสเปน นอกจากนี้ ความกังวลต่อความไม่แน่นอนทางการเมืองและเหตุก่อการร้ายในบริเวณแถบทะเลเมดิเตอร์เรเนียน ส่งผลให้นักเดินทางหันมาท่องเที่ยวในประเทศโปรตุเกสมากขึ้นแทน

- ประเทศบราซิล

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศบราซิลประสบปัญหาการลดลงของอัตราการเข้าพักตั้งแต่ปี 2555 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการชะลอตัวของอัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ อย่างไรก็ตาม สถานการณ์การท่องเที่ยวเริ่มมีสัญญาณการฟื้นตัวตั้งแต่ปลายปี 2559 ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศจำนวน 6.6 ล้านคนในปี 2559 เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.8 จากปีก่อน ส่วนในปี 2560 การท่องเที่ยวยังคงมีแนวโน้มที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีสเถียรภาพและมีจำนวนโรงแรมที่เปิดใหม่ไม่มาก นอกจากนี้ สภาพเศรษฐกิจและสถานการณ์ทางการเมืองที่ดีขึ้นยังช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ด้วยการฟื้นตัวของการบริโภคภายในครัวเรือน การลงทุนที่เพิ่มขึ้น อัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ ความเชื่อมั่นทางธุรกิจที่สูงขึ้น และตลาดแรงงานที่ปรับตัวดีขึ้น ดังนั้น เมื่อสิ้นปี 2560 รัฐบาลของประเทศบราซิลได้มีการปรับการประมาณการอัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศให้สูงขึ้นในปี 2560 และ 2561 เป็นร้อยละ 1.1 และร้อยละ 3.0 ตามลำดับ ภายหลังจากที่เศรษฐกิจมีการฟื้นตัวจากภาวะเศรษฐกิจถดถอยในกว่า 10 ปีที่ผ่านมาเร็วกว่าที่คาดการณ์ไว้

- ประเทศมัลดีฟส์

ประเทศมัลดีฟส์มีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.0 เป็น 1.4 ล้านคนในปี 2560 โดยเฉพาะจากการเติบโตของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวยุโรปในช่วงเวลาดังกล่าวช่วยลดผลกระทบจากการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ในหลายปีที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวจีนมีสัดส่วนของจำนวน

นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศมัลดีฟส์ที่สูงที่สุด โดยมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 22 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด ในปี 2560 อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางเข้ามาในประเทศมีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา โดยมีสาเหตุหลักมาจากการชะลอตัวของสภาพเศรษฐกิจในประเทศจีน ทั้งนี้ ด้วยราคาที่สูงมาก การท่องเที่ยวในประเทศมัลดีฟส์ของนักท่องเที่ยวจีนจึงมีความอ่อนไหวต่อการอ่อนตัวของสภาพเศรษฐกิจ สำหรับในปี 2560 และ 2561 ประเทศมัลดีฟส์ได้เปิดตัวโครงการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว “Story of Maldives” โดยให้ความสำคัญในกระแสการท่องเที่ยวใหม่ๆ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อเจาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ติดตามติดกระแสเทคโนโลยีผ่านทางอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย นอกจากนี้ รัฐบาลยังอยู่ระหว่างปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงการขยายและปรับปรุงท่าอากาศยานนานาชาติเวลลามา ซึ่งเป็นสนามบินหลักของประเทศ และสร้างสนามบินภายในประเทศใหม่เพิ่มอีก 5 แห่ง ซึ่งคาดว่าจะเสร็จสิ้นในปลายปี 2561

คู่แข่งและสถานภาพในการแข่งขัน (ธุรกิจโรงแรม)

แบรนด์หลักของบริษัท ได้แก่ อนันตรา อวานี ไฮคัส และทีโวลี โดยแต่ละแบรนด์มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวและจุดแข็งที่เป็นของตัวเอง และมีคู่แข่งที่ต่างกันไป

- อนันตรา

อนันตราเป็นแบรนด์โรงแรมหรูแบรนด์แรกที่เป็นของบริษัทเอง มุ่งเน้นไปที่กลุ่มนักท่องเที่ยวระดับบนที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ท้องถิ่น โดยแบรนด์โรงแรมระดับนานาชาติที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกับอนันตรา ได้แก่ โพรซีชั่นส์, เจ ดับบลิว แมริออท, แกรนด์ ไฮแอท, แมนดาริน โอเรียนเต็ล, แชนกรี-ลา และซิกแซก ซึ่งแบรนด์อนันตราจะนำเอาวัฒนธรรมท้องถิ่นมารวมไว้ในโรงแรมแต่ละแห่ง ทั้งจากการออกแบบโรงแรมไปจนถึงประสบการณ์ที่แขกที่ได้รับ ซึ่งทำให้แบรนด์อนันตรามีความแตกต่างจากโรงแรมแบรนด์อื่นๆ ปัจจุบัน โรงแรมในเครืออนันตรามีทั้งหมด 40 แห่งใน 13 ประเทศ

- อวานี

อวานีจัดอยู่ในกลุ่มโรงแรมระดับบน นำเสนอบรรยากาศที่ร่วมสมัยและผ่อนคลาย อีกทั้งยังผสมผสานการออกแบบที่ทันสมัยและบริการที่เป็นเลิศ อวานีแข่งขันกับแบรนด์โรงแรมทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ โดยแบรนด์โรงแรมระดับนานาชาติที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกับอวานี ได้แก่ แมริออท, ไฮแอท, ฮิลตัน และพูลแมน ในขณะที่คู่แข่งภายในประเทศจะแตกต่างกันตามสถานที่ตั้งของแต่ละโรงแรม ปัจจุบัน โรงแรมในเครืออวานีมีทั้งหมด 34 แห่งใน 12 ประเทศ

- ไฮคัส

ไฮคัสให้บริการห้องพักหลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่ห้องพักโรงแรมไปจนถึงเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์พร้อมเฟอร์นิเจอร์ โดยไฮคัสมีชื่อเสียงทั้งในด้านทำเลที่ตั้งของโรงแรมที่อยู่ใจกลางเมือง และราคาที่เข้าถึงได้ ผู้ประกอบการที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกับไฮคัส ได้แก่ กลุ่มโรงแรมแอคคอร์ กลุ่มโรงแรมไอเฮชจี และกลุ่มโรงแรมมันตรา

- กลุ่มโรงแรมแอคคอร์ มีแบรนด์ภายใต้การบริหาร คือ โซฟีเทล, พูลแมน, เอ็มแกเลลลี่, โนวเทล, เมอเคียว, ไอบิส ออลซีซั่น และอีแทป โดยปัจจุบันแอคคอร์มีส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุดในประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์
- กลุ่มโรงแรมไอเฮชจี มีแบรนด์ภายใต้การบริหาร คือ อินเตอร์คอนติเนนตัล, คราวน์พลาซ่า, ฮอลลิเดย์ อินน์, ฮอลลิเดย์ อินน์ เอ็กเพรส และสเตย์บริด สวีท
- กลุ่มโรงแรมมันตรา มีแบรนด์ภายใต้การบริหาร คือ เปปเปอร์, มันตรา, เบรกฟรี และอาร์ท ซีรีส์

- ทีโวลี

ทีโวลีนำเสนอความงดงามและประวัติศาสตร์อันยาวนานของยุโรป แบรนด์ทีโวลีจัดอยู่ในกลุ่มโรงแรมหรูและโรงแรมระดับบน ดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยความสะดวกสบายและสถานที่ตั้งเชิงกลยุทธ์ทั้งในตัวเมืองไปจนถึงชายหาดอันงดงาม โดยโรงแรมทีโวลีส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในประเทศโปรตุเกส ทั้งนี้ ทีโวลีถือเป็นหนึ่งใน 5 ผู้ดำเนินธุรกิจโรงแรมที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ

โปรตุเกส โดยผู้ประกอบการที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกับทิวาลี ได้แก่ กลุ่มผู้ดำเนินธุรกิจโรงแรมระดับนานาชาติ เช่น แมริออท โฮเทลส์ แอนด์รีสอร์ท และ แอคคอร์ โฮเทลส์ และกลุ่มผู้ดำเนินธุรกิจโรงแรมระดับภูมิภาคเช่น Pestana Hotels & Resorts และ Vila Galé Hotéis ในประเทศโปรตุเกส

การดำเนินงานของบริษัทกระจายตัวอยู่ในหลากหลายภูมิภาค โดยบริษัทมีมุมมองต่อการแข่งขันในแต่ละประเทศ ดังนี้:

- ประเทศไทย

การแข่งขันในอุตสาหกรรมโรงแรมภายในประเทศไทยมีความแตกต่างกันระหว่างในกรุงเทพฯและต่างจังหวัด โดยใน กรุงเทพฯ มีการแข่งขันที่รุนแรงจากการเปิดตัวของโรงแรมหรูในอดีต ซึ่งยังคงเป็นอุปสรรคต่อการขึ้นราคาค่าห้องพัก ถึงแม้ว่าแรงกดดันดังกล่าวจะลงน้อยลง จากจำนวนนักท่องเที่ยวจากตลาดเอเชียที่เพิ่มขึ้นอย่างแข็งแกร่ง รวมถึงจำนวน โรงแรมที่มีแผนที่จะเปิดใหม่ซึ่งมีจำกัด ทั้งนี้ ด้วยจำนวนโรงแรมระดับบนที่จะเปิดใหม่ซึ่งมีไม่มากในช่วงไม่กี่ปีข้างหน้า บริษัทจึงคาดว่าจะสามารถเพิ่มราคาค่าห้องพักของโรงแรมในกรุงเทพฯ ได้ ส่วนในต่างจังหวัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งตาม สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ จะยังคงมีการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวยังคงเติบโตในอัตราที่ เร็วกว่าการเพิ่มขึ้นของจำนวนโรงแรมที่เปิดใหม่ โดยนอกเหนือจากการมุ่งเน้นในการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ แล้ว บริษัทยังคงมองหาโอกาสที่จะขยายธุรกิจโรงแรมในสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อรักษาตำแหน่งผู้นำตลาด ภายในประเทศต่อไป ปัจจุบัน บริษัทเป็นผู้ดำเนินกิจการโรงแรมชั้นนำของประเทศไทย ในกลุ่มโรงแรมระดับบนและโรงแรม หู โดยมีโรงแรมทั้งหมด 25 แห่งที่กระจายตัวอยู่ตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ

- ประเทศโปรตุเกส

อุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศโปรตุเกสเป็นธุรกิจที่มีการกระจายตัวและมีจำนวนผู้ดำเนินธุรกิจโรงแรมระดับนานาชาติน้อย ราย โรงแรมส่วนใหญ่ในประเทศโปรตุเกสจะตั้งอยู่ในพื้นที่แถบอัลการ์ฟและลิสบอน โดยมากกว่าร้อยละ 30 ของโรงแรม ทั้งหมดจัดอยู่ในกลุ่มโรงแรมระดับ 4 ดาว เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวจากทั้งในประเทศและจากทวีปยุโรปเติบโตอย่าง แข็งแกร่ง ส่งผลให้อุตสาหกรรมโรงแรมมีราคาค่าห้องพักที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ ด้วยแนวโน้มของอุตสาหกรรมที่ดี จึงมีการคาดการณ์ว่าจะมีจำนวนโรงแรมเปิดใหม่เพิ่มขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในพื้นที่แถบอัลการ์ฟและลิสบอน โดยบริษัทได้ ทำการปรับปรุงโรงแรมในเครือเพื่อเตรียมรับมือกับการแข่งขัน ทั้งนี้ ด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีขึ้น ประกอบ กับชื่อเสียงของแบรนด์ที่แข็งแกร่ง บริษัทคาดว่าจะสามารถดึงดูดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นในประเทศโปรตุเกสได้

- ประเทศบราซิล

อุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศบราซิลมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีเสถียรภาพและมีจำนวนโรงแรมที่เปิดใหม่ไม่มาก เนื่องจาก สภาพเศรษฐกิจที่ปรับตัวดีขึ้น ประเทศบราซิลคาดว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวจะค่อยๆเพิ่มขึ้นจากตลาดภายในประเทศ ในส่วน ของจำนวนโรงแรมที่เปิดใหม่ในอนาคต ประเทศบราซิลคาดว่าจะมีผู้ดำเนินธุรกิจโรงแรมชั้นนำระดับนานาชาติจะมีการขยาย ธุรกิจอย่างรวดเร็ว ซึ่งนำโดย แอคคอร์ โฮเทลส์, แมริออท อินเตอร์เนชั่นแนล และฮิลตัน ปัจจุบัน บริษัทมีโรงแรมระดับ 5 ดาว จำนวน 2 แห่งภายใต้การดำเนินงานของแบรนด์ทิวาลีในเซาเปาลูและซัลวาดอร์ ทั้งนี้ ด้วยชื่อเสียงที่มีมายาวนานและโรงแรม ที่ปรับปรุงแล้ว บริษัทคาดว่าจะมีผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งต่อไปในอนาคต

- ประเทศมัลดีฟส์

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ประเทศมัลดีฟส์มีจำนวนโรงแรมเปิดใหม่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้มีการแข่งขันด้านราคาระหว่าง ผู้ดำเนินธุรกิจโรงแรมที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่ลดลง ซึ่งนักท่องเที่ยวจีนมีส่วนของจำนวน นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศมัลดีฟส์สูงที่สุด นอกจากนี้ ราคาค่าห้องพักในประเทศมัลดีฟส์ยังถือว่าสูงเมื่อเทียบกับ จุดหมายปลายทางอื่นๆ ส่งผลให้ผู้ประกอบการโรงแรมประสบปัญหาการลดลงของอัตราการเข้าพักและราคาค่าห้องพัก ทั้งนี้ เพื่อรักษาการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รัฐบาลจึงได้กำหนดกลยุทธ์ใหม่ ซึ่งรวมถึงการชะลอการให้เช่าเกาะ

สำหรับการพัฒนารีสอร์ท และการลงทุนในการขยายโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว ส่งผลให้มีการชะลอตัวของการเปิดตัวโรงแรมใหม่ นอกจากนี้ การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกจะช่วยสนับสนุนการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยด้วย ดังนั้น บริษัทจึงคาดว่าจะมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นในอนาคต

กลยุทธ์ทางการตลาด (ธุรกิจโรงแรม)

บริษัทมีระบบการรวมศูนย์ด้านการขายและการตลาด โดยรวบรวมข้อมูลของลูกค้าและโรงแรมไว้ที่ส่วนกลางเพื่อรองรับการดำเนินงานของบริษัท โดยระบบดังกล่าวช่วยเพิ่มประสิทธิภาพทั้งในการจัดการข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics) และการสื่อสารกับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างการเติบโต

โดยบริษัทมีกลยุทธ์การขายและการตลาด ดังนี้

1. เสริมสร้างความสัมพันธ์กับคู่ค้าทางธุรกิจ ได้แก่ บริษัทนำเที่ยว สายการบิน ห้างสรรพสินค้า และบริษัทบัตรเครดิตเพื่อขยายฐานลูกค้า
2. มุ่งเน้นการกระจายฐานลูกค้าทั้งในตลาดหลัก เช่น ยุโรปและจีน และตลาดเกิดใหม่ที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง เช่น ประเทศอินเดีย เกาหลี และตะวันออกกลาง
3. สร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าเดิม ด้วยการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อผลักดันให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าและใช้บริการอีก รวมถึงการสร้างความภักดีต่อแบรนด์
4. ปรับปรุงประสิทธิภาพของศูนย์กลางสำรองห้องพักและสำนักงานตัวแทนขาย เพื่อให้แน่ใจว่าลูกค้าจะสามารถสำรองห้องพักได้อย่างราบรื่น
5. พัฒนาระบบสำรองห้องพักทางอินเทอร์เน็ต โดยผ่านเว็บไซต์ www.minorhotels.com เพื่อผลักดันการสำรองห้องพักโดยตรงกับโรงแรม
6. ประชาสัมพันธ์แบรนด์ของบริษัทไปทั่วโลก ผ่านการรับจ้างบริหารโรงแรม

ลักษณะของลูกค้า

ลูกค้าของธุรกิจโรงแรม มีทั้งลูกค้าที่เป็นคนไทยและต่างชาติ ซึ่งแบ่งได้ เป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. บริษัทท่องเที่ยวทั้งแบบดั้งเดิมและแบบออนไลน์ โดยบริษัทท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการสำรองห้องพักระหว่างบริษัทกับลูกค้า ห้องที่จำหน่ายผ่านบริษัทท่องเที่ยวมีสัดส่วนในการสำรองห้องพักที่สูงที่สุดของบริษัท
2. กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป เป็นลูกค้าที่ทำการสำรองห้องพักโดยตรงกับโรงแรม ผ่านทั้งช่องทางออฟไลน์ เช่น โทรศัพท์ และการติดต่อเข้าพักที่โรงแรมด้วยตนเองโดยไม่ได้ทำการสำรองห้องพักล่วงหน้า และช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ และอีเมลของบริษัท
3. กลุ่มการประชุม การจัดแสดงสินค้าและสัมมนาในภาครัฐและเอกชน (MICE) เป็นกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหญ่ ซึ่งโดยปกติแล้วจะมีการวางแผนการจองไว้ล่วงหน้า โดยลูกค้าประเภทนี้จะสร้างรายได้อื่นๆ เช่น รายได้จัดเลี้ยง นอกเหนือจากรายได้ค่าห้องพัก

บริษัทมีฐานลูกค้าที่มีความหลากหลาย และไม่มีลูกค้าจากประเทศใดประเทศหนึ่งที่มีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 30 สัดส่วนของลูกค้าที่เข้าพักแบ่งตามทวีป มีรายละเอียด ดังนี้

ประเทศ/ทวีป	2558	2559	2560
ประเทศไทย	6%	5%	6%
เอเชียตะวันออก	32%	25%	26%
เอเชียใต้	5%	4%	4%

ประเทศ/ทวีป	2558	2559	2560
ตะวันออกกลาง	11%	10%	10%
ยุโรป	26%	37%	34%
อเมริกา	11%	11%	11%
ออสเตรเลีย	4%	3%	3%
อื่นๆ	5%	5%	6%
รวม	100%	100%	100%

สัดส่วนของลูกค้าแยกตามรายประเทศ 5 อันดับแรก ดังนี้

ลำดับที่	ประเทศ	2558	2559	2560
1	จีน	14%	12%	12%
2	อังกฤษ	7%	12%	9%
3	เยอรมนี	6%	6%	6%
4	ไทย	6%	5%	6%
5	อเมริกา	6%	6%	5%

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (ธุรกิจโรงแรม) แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. นักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน
 2. นักธุรกิจ
 3. กลุ่มการประชุม การจัดแสดงสินค้าและสัมมนาในภาครัฐและเอกชน (MICE)
- ทั้งนี้ สัดส่วนของกลุ่มลูกค้าจะแตกต่างกันไปตามที่ตั้งและนโยบายของแต่ละโรงแรม

นโยบายด้านราคา (ธุรกิจโรงแรม)

ธุรกิจโรงแรมได้รับผลกระทบจากฤดูกาลค่อนข้างสูง โดยในอดีต บริษัทมีจำนวนลูกค้าเข้าพักสูงในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม และเดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคม ตามฤดูกาลท่องเที่ยวของตลาดหลักของบริษัท เช่น ประเทศไทย มหาสมุทรอินเดีย ซึ่งรวมถึงประเทศมัลดีฟส์ และสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์ ซึ่งปัจจัยของช่วงฤดูกาลมีผลต่อการกำหนดราคา อย่างไรก็ตาม ธุรกิจโรงแรมในประเทศโปรตุเกส มีฤดูกาลท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจากตลาดดังกล่าว โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าพักสูงในช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนกันยายน ส่งผลให้บริษัทสามารถลดความผันผวนของอัตราการเข้าพักและราคาค่าห้องพักโดยรวมได้ สำหรับไอล์ส โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท ธุรกิจโรงแรมในประเทศออสเตรเลีย ได้รับผลกระทบจากฤดูกาลที่ต่ำกว่า เนื่องจากฐานลูกค้าส่วนใหญ่ คือ นักธุรกิจภายในประเทศ ทั้งนี้ ในการกำหนดราคาค่าห้องพัก บริษัทจะคำนึงถึงอัตราการเข้าพักในขณะนั้น ฤดูกาล ต้นทุนการดำเนินงานของโรงแรม ตลอดจนราคาตลาดของคู่แข่งในโรงแรมระดับเดียวกันในแต่ละจุดหมายปลายทาง อย่างไรก็ตาม ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวหรือช่วงที่มีนักท่องเที่ยวไม่มาก โรงแรมจะใช้กลยุทธ์ในการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคาในโอกาสพิเศษ การเสนอโปรแกรมขายร่วมกับโรงแรมในเครือในราคาพิเศษ การให้บริการพิเศษโดยไม่คิดราคาเพิ่ม การร่วมส่งเสริมการขายกับบริษัทบัตรเครดิต เป็นต้น

บริษัทมีความสามารถในการแข่งขันที่สำคัญคือ

1. มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจโรงแรมมายาวนาน
2. มีแบรนด์ที่หลากหลายเป็นที่รู้จักในระดับสากล
3. มีความเป็นเลิศในด้านบริการ

4. มีโรงแรมในเครือ ซึ่งตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ
5. มีระบบสำรองห้องพักที่ทันสมัยและรวดเร็ว
6. เป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับผู้ดำเนินธุรกิจโรงแรมชั้นนำระดับนานาชาติ ที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในธุรกิจโรงแรมมายาวนาน ได้แก่ เจ ดับบลิว แมริออท, โพรซีชั่นส์ และ เซ็นต์ รีจิส
7. มีมาตรฐานและควมมีเอกลักษณ์ที่สำคัญของแบรนด์ โดยเฉพาะแบรนด์โรงแรมที่บริษัทเป็นเจ้าของ ได้แก่ อนันตรา, อวานี, ไอส์, ทีโวลี และเอลิอาน่า คอลเลคชั่น ซึ่งทำให้บริษัทสามารถใช้แบรนด์เพื่อรับจ้างบริหารโรงแรมซึ่งจะช่วยขยายธุรกิจให้เร็วยิ่งขึ้นและเพิ่มอัตราการกำไรให้กับบริษัท

การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย (ธุรกิจโรงแรม)

ช่องทางการจัดจำหน่ายแบ่งได้ 3 ทางคือ

1. ขายโดยตรงผ่านเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายของบริษัทและเว็บไซต์ของบริษัท โดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายของบริษัทจะเสนอสินค้าให้ลูกค้าโดยตรงหรือผ่านตัวแทนขาย และกลุ่มลูกค้าจัดประชุมและสัมมนาทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในขณะที่เว็บไซต์ของบริษัทมีระบบรับรองการสำรองห้องพักถึง 7 ภาษา เพื่อให้ข้อมูลของโรงแรมในเครืออย่างครบถ้วนและเป็นศูนย์กลางรับจองห้องพักที่มีประสิทธิภาพแก่กลุ่มลูกค้า โดยเฉพาะในต่างประเทศ
2. ขายผ่านตัวแทนจำหน่าย บริษัทท่องเที่ยว และเว็บไซต์ให้บริการด้านการจองที่พัก (OTAs) โดยตัวแทนเหล่านี้จะทำหน้าที่เป็นคนกลางในการจัดจำหน่ายห้องพักให้กับบริษัท ทั้งนี้ ตัวแทนจำหน่ายและบริษัทท่องเที่ยวดังกล่าวจะมีอยู่ทั้งในเอเชีย, ออสเตรเลีย, ยุโรป และสหรัฐอเมริกา และทำธุรกิจประเภทรับสำรองห้องพัก จำหน่ายตั๋วเครื่องบิน รวมถึงตั๋วเครื่องบินพร้อมแพคเกจห้องพักโรงแรม โดยบริษัทจะเลือกตัวแทนจำหน่ายหรือบริษัทท่องเที่ยวที่มีเครือข่ายที่กว้างขวาง มีประวัติและชื่อเสียงที่ดี มีประสบการณ์ในการดำเนินงาน และสามารถจ่ายยอดขายที่สูง นอกจากนี้ บริษัทยังจัดจำหน่ายห้องพักผ่าน OTAs ขึ้นมา เช่น Agoda.com, Expedia.com และ Booking.com เป็นต้น เพื่อขยายฐานลูกค้าและขยายธุรกิจในตลาดใหม่ทั่วโลกจากประโยชน์ของอินเทอร์เน็ต
3. อื่นๆ ได้แก่ การติดต่อเข้าพักที่โรงแรมโดยที่ไม่ได้ทำการสำรองห้องพักล่วงหน้า และการจองห้องพักซึ่งรู้จักโรงแรมผ่านสื่อต่างๆ เพื่อนฝูง หรือกลุ่มลูกค้าเดิม

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทมุ่งมั่นอย่างเต็มที่ในการใช้พลังงานและน้ำอย่างมีความรับผิดชอบและยั่งยืน การออกแบบโรงแรมของบริษัทคำนึงถึงการประหยัดพลังงาน อาทิ การติดตั้งอุปกรณ์บนหลังคาเพื่อกักเก็บน้ำฝน การเลือกใช้โครงสร้างที่มีน้ำหนักเบาเพื่อลดการใช้ซีเมนต์และประหยัดพลังงาน การติดตั้งเซ็นเซอร์ในการเปิดเครื่องปรับอากาศ เมื่อแขกเปิดประตูหรือหน้าต่างเป็นระยะเวลานาน และการติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียและระบบรีไซเคิล ในระหว่างดำเนินงาน โรงแรมของบริษัทยังคงคำนึงถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร ด้วยการติดตั้งระบบรีไซเคิลที่มีประสิทธิภาพ การประหยัดพลังงานและการจัดการของเสีย นอกจากนี้ บริษัทยังติดตั้งระบบไฟฟ้าที่ประหยัดพลังงาน มีการรีไซเคิลน้ำเพื่อนำไปใช้ในการรดน้ำต้นไม้ ใช้ผลิตภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ เช่น ขวดแก้วและกระดาษ และการใช้พลังงานจากแสงอาทิตย์หรือความร้อนเท่าที่บริษัทจะทำได้ นอกจากนี้ บริษัทยังใช้ขวดแก้วในการบรรจุน้ำดื่มในเกือบทุกพื้นที่ และกำลังทดลองใช้ระบบกรองและบรรจุใหม่สำหรับน้ำดื่มในโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกล เพื่อที่จะลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และของเสียที่เกิดจากการขนส่ง ทั้งนี้ สำหรับรายละเอียดเพิ่มเติมอยู่ในรายงานการพัฒนายั่งยืน 2560

ลักษณะการประกอบธุรกิจ (โครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลา อนันตรา เวเคชั่น คลับ)

ความสำเร็จจากการเข้าร่วมทุนกับกลุ่มแมริออท ในการพัฒนาโครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลา ภูเก็ต เวเคชั่นคลับนั้น ช่วยให้บริษัทสามารถพัฒนาโครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลาภายใต้แบรนด์ของบริษัทเองเป็นครั้งแรก คือ อนันตรา เวเคชั่น คลับ โดยบริษัทได้เริ่มพัฒนาโครงการอนันตรา เวเคชั่น คลับแห่งแรกที่บ่อผุด เกาะสมุย เป็นผลให้บริษัทมีห้องพักของโครงการเพื่อรองรับ

การขยายสิทธิในการเข้าพักอาศัยตั้งแต่ปลายปี 2553 โดย ณ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีห้องพักและวิลล่าของโครงการอนันตรา เวเคชั่น คลับ ทั้งสิ้น 186 ห้อง อยู่ที่เกาะสมุย ภูเก็ต ควีนส์ทาวน์ ประเทศนิวซีแลนด์ บาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย ซานย่า ประเทศจีน และ กรุงเทพฯ

สภาพการแข่งขันและคู่แข่ง (โครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลา อนันตรา เวเคชั่น คลับ)

ปัจจุบัน จำนวนคู่แข่งที่ดำเนินธุรกิจโครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลายังมีจำนวนไม่มากนัก เนื่องจากต้องอาศัยแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับ อีกทั้งยังต้องอาศัยเครือข่ายและจำนวนห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกที่พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ โดยคู่แข่งสำคัญของโครงการอนันตรา เวเคชั่น คลับ ได้แก่ กลุ่มโรงแรมชั้นนำระดับโลก เช่น กลุ่มเมริออท เป็นต้น

นโยบายราคา (โครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลา อนันตรา เวเคชั่น คลับ)

โครงการอนันตรา เวเคชั่น คลับ เน้นจับกลุ่มลูกค้าตลาดบน ซึ่งแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดในปัจจุบัน จึงไม่มีความเสี่ยงทางการแข่งขันด้านราคา

การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย (โครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลา อนันตรา เวเคชั่น คลับ)

บริษัทได้จัดตั้งที่ปรึกษาเพื่อให้ความเข้าใจในโครงการอนันตรา เวเคชั่น คลับจำนวน 5 แห่ง ได้แก่ ภูเก็ต สมุย เชียงใหม่ บาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย และซานย่า ประเทศจีน อีกทั้งบริษัทยังได้จัดตั้ง Call Center เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าของโครงการที่ประเทศฮ่องกง และจีนอีกด้วย

กลุ่มเป้าหมาย (โครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลา อนันตรา เวเคชั่น คลับ)

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโครงการอนันตรา เวเคชั่น คลับ อยู่ในภูมิภาคเอเชียเป็นส่วนใหญ่ ดังจะเห็นได้จากข้อมูลลูกค้าจำแนกรายประเทศดังต่อไปนี้

ประเทศ	2559	2560
จีน	48%	41%
ไทย	6%	13%
ไต้หวัน	4%	8%
สิงคโปร์	5%	5%
มาเลเซีย	7%	5%
ฮ่องกง	6%	5%
ญี่ปุ่น	6%	4%
อื่น ๆ	17%	20%
รวม	100%	100%

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ (โครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลา อนันตรา เวเคชั่น คลับ)

เนื่องจากบริษัทมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการพัฒนาโรงแรมและอสังหาริมทรัพย์ บริษัทจึงเป็นผู้พัฒนาห้องพักและวิลล่าเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า โดยห้องพักในโครงการอนันตรา เวเคชั่น คลับ ส่วนใหญ่ จะอยู่ติดกับโรงแรมที่บริษัทเป็นเจ้าของหรือเป็นผู้รับจ้างบริหาร ส่งผลให้บริษัทสามารถบริหารจัดการห้องพักได้มีประสิทธิภาพ และช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน

โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

ลักษณะธุรกิจ (โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์)

ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ของบริษัทเป็นการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยเพื่อขายควบคู่ไปกับการดำเนินกิจการโรงแรมในพื้นที่เดียวกัน โดยบริษัทได้พัฒนาโครงการแห่งแรกที่เกาะสมุย ชื่อโครงการดีเอสเตท สมุย ตั้งอยู่ติดกับโรงแรมโฟร์ ซีซั่นส์ เกาะสมุย โดยโครงการดังกล่าวมีบ้านพักตากอากาศจำนวน 14 หลัง และพัฒนาโครงการที่สอง คือ โครงการ เซ็นต์ริจิส เรสซิเดนส์ ในกรุงเทพฯ ซึ่งเป็น

โครงการคอนโดมิเนียมจำนวน 53 ยูนิตในอาคารเดียวกับโรงแรมภายใต้การบริหารงานโดย แบรินด์ เซ็นทรัลจีเอส โครงการล่าสุด คือ เดอะ เรสซิเดนซ์ บาย อนันตรา ลายัน ภูเก็ต ซึ่งมีบ้านพักตากอากาศจำนวน 15 หลัง ตั้งอยู่ติดกับโรงแรมอนันตรา ลายัน ภูเก็ต โดยมีการเปิดตัวในช่วงครึ่งหลังของปี 2558 นอกจากนี้ บริษัทมีโครงการอนันตรา เชียงใหม่ เซอร์วิส สวีท ซึ่งเป็นโครงการที่บริษัทลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 50 ร่วมกับบริษัท ยู ซิตี้ จำกัด (มหาชน) และได้เปิดตัวในไตรมาส 4 ปี 2559

สภาพการแข่งขันและคู่แข่ง (โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์)

ตลาดอสังหาริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ระดับบน รวมถึงการพัฒนาแบรินด์และที่พักอาศัย โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่ก่อสร้างแล้วเสร็จสามารถสร้างยอดขายได้อย่างต่อเนื่องและผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ต่างจัดกิจกรรมการขายในช่วงโครงการเริ่มก่อสร้างในเฟสแรก ซึ่งโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อพักอาศัยของบริษัทจัดเป็นโครงการอสังหาริมทรัพย์ระดับบนในลำดับต้นๆ สำหรับโครงการล่าสุด คือ เดอะ เรสซิเดนซ์ บาย อนันตรา ลายัน ภูเก็ต จัดเป็นโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์แบบ Mixed-Use ที่มีบ้านพักตากอากาศตั้งอยู่ติดกับโรงแรม เพื่อให้ผู้พักอาศัยสามารถใช้งานในส่วนพื้นที่อำนวยความสะดวกต่างๆ ในโรงแรมได้ ซึ่งต่างจากโครงการอสังหาริมทรัพย์อื่นๆ ซึ่งไม่ได้ให้บริการในส่วนของโรงแรม แบรินด์ที่จัดเป็นคู่แข่งหลักของโครงการ เดอะ เรสซิเดนซ์ บาย อนันตรา ลายัน ภูเก็ต ได้แก่ Banyan Tree Grand Residences, Andara Signature และ Point Yamu by COMO

กลยุทธ์ทางการตลาด (โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์)

กลุ่มลูกค้าของเดอะ เรสซิเดนซ์ บาย อนันตรา ลายัน ภูเก็ต ให้ความสนใจในโครงการอสังหาริมทรัพย์ของบริษัท เนื่องจากมีความเชื่อมั่นในแบรนด์อนันตรา ซึ่งมีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ ควบคู่ไปกับแผนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพโดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายโดยตรงทั้งในประเทศและต่างประเทศ การมีเครือข่ายที่แข็งแกร่งของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การมีเครือข่ายที่แข็งแกร่งของกลุ่มบริษัทอสังหาริมทรัพย์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และจากการบอกต่อ โดยเฉพาะจากฐานลูกค้าโครงการเซ็นทรัลวีจีเอสเดิม

นโยบายราคา (โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์)

บริษัทคำนึงถึงคุณค่าของแบรินด์ ทำเลที่ตั้ง ดีไซน์ที่สวยงาม การออกแบบพื้นที่ใช้สอยที่ลงตัว การก่อสร้างที่มีคุณภาพ สิ่งอำนวยความสะดวกในส่วนของโรงแรม จำนวนอสังหาริมทรัพย์ที่พอเหมาะ ในการกำหนดราคาขายอสังหาริมทรัพย์ของกลุ่มบริษัท ไมเนอร์ โดยมีการเปรียบเทียบกับราคาอสังหาริมทรัพย์ในบริเวณใกล้เคียงเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน สำหรับเดอะ เรสซิเดนซ์ บาย อนันตรา ลายัน ภูเก็ต มีราคาขายต่อหลังประมาณ 6 – 15 ล้านบาทสหรัฐ

กลุ่มเป้าหมาย (โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์)

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของเดอะ เรสซิเดนซ์ บาย อนันตรา ลายัน ภูเก็ต คือ กลุ่มผู้มีรายได้สูงและครอบครัวที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์การพักผ่อนที่ดีที่สุดในทำเลที่มีทัศนียภาพสวยงามในจังหวัดภูเก็ต บริษัทไม่มุ่งเน้นกลุ่มนักลงทุนหรือกลุ่มผู้ซื้อเพื่อเก็งกำไร เนื่องจากโครงการนี้ถูกพัฒนามาเพื่อสุนทรีย์ภาพการอยู่อาศัยและการมีความสุขในการใช้ชีวิตอย่างแท้จริง

ธุรกิจศูนย์การค้า

ลักษณะธุรกิจ (ธุรกิจศูนย์การค้า)

ศูนย์การค้ารอยัล การ์เด้น พลาซ่า พัทยา

ศูนย์การค้ารอยัล การ์เด้น พลาซ่า พัทยา ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท รอยัล การ์เด้น พลาซ่า จำกัด ซึ่งบริษัทถือหุ้นอยู่ร้อยละ 10 ดำเนินธุรกิจให้เช่าพื้นที่เพื่อการพาณิชย์เป็นอาคารขนาด 4 ชั้น ตั้งอยู่เลขที่ 218 หมู่ 10 ถนนเลียบชายหาด อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี บนเนื้อที่ 8 ไร่ 3 งาน 88 ตารางวา โดยมีสัญญาเช่าที่ดินระยะยาว 30 ปี หมดอายุปี 2561 มีพื้นที่ให้เช่ารวมทั้งสิ้น 20,379.87 ตารางเมตร ซึ่งประกอบด้วย พื้นที่ให้เช่าสำหรับค้าปลีก (Retail area) 11,761.18 ตารางเมตร Entertainment (Bulk area) 3,530.20 ตารางเมตร มินิ แอชคอร์ (Mini Anchor) 3,655.49 ตารางเมตร และศูนย์อาหาร (Food Wave) 1,433 ตารางเมตร

ภายในศูนย์การค้าประกอบด้วยร้านค้า ร้านอาหารชั้นนำ อาทิ Charles & Keith, Gap, Guess, F Fashion, VNC, Jaspal, LYN, Esprit, Bossini, CC-OO, AILZ, Play boy, City Chain, Adidas, Crocs, ESP, Hush puppies, Converse, Hom, Triumph, Boots, Hass, Zein, Pena House, Ten & Co, Capisa, Ferera, The Pizza Company, Burger King, Sizzlers, KFC, Benihana, Sukishi, Bon Chon, Starbucks, Haagen-Dazs, Swensen's, The coffee club, Coffee World, Sport World, Van Superga, Pandora, Mothercare, Black Pearl และ Kidzoon และแหล่งเอนเตอร์เทนเมนท์ พิพิธภัณฑ์ริบลิส์ เชื่อหรือไม่ว่า (Ripley's Believe It or Not! Museum), โกดังผีสิง (Haunted Adventure), มหัศจรรย์เขาวงกต (Infinity Maze), โรงภาพยนตร์ทะลุมิติ (12D Moving Theater), พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง หลุยส์ทูลซัดส์ แวกซ์เวิร์ค (Louis Tussaud's Waxworks), เกมสึตะลุยเลเซอร์ (The Vault: Laser Maze และ Beam Buster) และสวนสนุกสยองขวัญ (Ripley's Scream in the Dark!)

- สัญญาการให้เช่าพื้นที่เป็นสัญญาระยะสั้น มีอายุสัญญาไม่เกิน 3 ปี
- ลักษณะรายได้จากค่าเช่า ประเภทของค่าเช่าพื้นที่มี 2 ประเภทหลัก คือ
 1. Fixed Rent คือการคิดค่าเช่าพื้นที่รายเดือน คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 79.79% ของรายได้จากค่าเช่าพื้นที่รวมของงวดปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560
 2. Revenue Sharing เป็นลักษณะการจัดเก็บค่าเช่าจากสัดส่วนของรายได้จากผู้เช่า โดยขึ้นอยู่กับลักษณะของการประกอบธุรกิจแต่ละอย่าง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.21 ของค่าเช่าพื้นที่รวมของงวดปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560

นโยบายราคา

บริษัทมีการปรับราคาขึ้นทุกครั้งที่มีการต่อสัญญาใหม่กับผู้เช่าโดยจะปรับราคาขึ้นโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 5-10 ต่อการต่อสัญญาแต่ละครั้ง ซึ่งในปีที่ผ่านมาการปรับราคาไม่เป็นไปตามที่ได้กำหนดไว้ เนื่องจากมีคู่แข่งรายใหญ่เปิดในพื้นที่ใกล้เคียงและจากสถานการณ์การเมืองที่มีความไม่แน่นอนสูง ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจตกต่ำโดยรวม ทำให้ผู้เช่ามีการขอส่วนลด (Discount) เป็นจำนวนมาก โดยมีอัตราการเช่าพื้นที่เฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 92.40 ของพื้นที่ทั้งหมด รายได้ของศูนย์การค้า รอยัล การ์เด้น พลาซ่า พัทยา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 83.18 ของรายได้ทั้งหมดจากธุรกิจศูนย์การค้า

รายได้ในงวดปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 สามารถจำแนกได้เป็น

- ค่าเช่าพื้นที่ ร้อยละ 65.84
- ค่าบริการ ร้อยละ 15.48
- ค่าน้ำและค่าไฟ ร้อยละ 9.15
- รายได้จากการประกอบธุรกิจร้านอาหาร ร้อยละ 6.48
- ค่าที่จอดรถ ร้อยละ 1.72
- อื่นๆ ร้อยละ 1.34

ศูนย์การค้า Turtle Village Shopping Plaza

ศูนย์การค้า Turtle Village Shopping Plaza ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท รอยัล การ์เด้น พลาซ่า จำกัด ดำเนินธุรกิจให้เช่าพื้นที่เพื่อการพาณิชย์เป็นอาคาร 2 ชั้น ตั้งอยู่เลขที่ 889 หมู่ 3 อาคารเทอร์เทิลวิลล์เจด ตำบลไม้ขาว อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต บนพื้นที่ 2 ไร่ 1 งาน 98 ตารางวา มีพื้นที่ให้เช่า 2,772.62 ตารางเมตร

ภายในศูนย์การค้าประกอบด้วยร้านค้า ร้านอาหารชั้นนำ อาทิ Jim Thomson, Swensen's, The Coffee Club, Bill Bentley Pub, Thai Express, Hai Qing Xiao Shu, Esprit (outlet), Triumph, Private Collection, Tanya Living, นารายณ์ภัณฑ์, Turtle Mart, Surfer paradise, Tara, MT Saphola, Ferera, Unique Art, Thai Suvenior and The Handmade Shop

- สัญญาการให้เช่าพื้นที่ เป็นสัญญาระยะสั้น มีอายุไม่เกิน 3 ปี
- ลักษณะรายได้จากค่าเช่า มี 2 ประเภทหลักคือ

1. Fix rent การคิดค่าเช่าพื้นที่รายเดือนโดยคิดเป็นรายได้ประมาณร้อยละ 69.72 ของรายได้จากค่าเช่าพื้นที่รวมในงวดปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560
2. Revenue sharing ลักษณะการจัดเก็บค่าเช่าจากสัดส่วนของรายได้จากผู้เช่า โดยขึ้นอยู่กับลักษณะของการประกอบธุรกิจแต่ละอย่าง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.28 ของค่าเช่าพื้นที่รวมของงวดปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560

นโยบายราคา

บริษัทได้มีการปรับราคาให้เหมาะสมเพื่อดำเนินตามนโยบายในการทำราคาพื้นที่ให้เช่า และในปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 อัตราการเช่าพื้นที่เฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 93.78 ของพื้นที่ทั้งหมด

รายได้ในงวดปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 สามารถจำแนกได้เป็น

- ค่าเช่าพื้นที่ ร้อยละ 74.36
- ค่าบริการ ร้อยละ 10.82
- ค่าน้ำและค่าไฟ ร้อยละ 14.30
- อื่นๆ ร้อยละ 0.52

ศูนย์การค้า รอยัล การ์เด้น พลาซ่า กรุงเทพ

ศูนย์การค้า รอยัล การ์เด้น พลาซ่า กรุงเทพ ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท เจ้าพระยา รัชชวรท จำกัด ซึ่งบริษัทถือหุ้นอยู่ร้อยละ 100 ตั้งอยู่บนพื้นที่ของ โรงแรมอนันตรา ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ เลขที่ 257/6 ถนนเจริญนคร เขตธนบุรี กรุงเทพฯ ในช่วงปี 2556 -2557 ได้กลับมาเปิดดำเนินการใหม่ อีกครั้งในเดือนธันวาคม ปี 2558 ซึ่งประกอบด้วยศูนย์การค้าและโรงแรมบนอาคารเดียวกัน สูง 26 ชั้น ศูนย์การค้าใหม่ภายใต้ชื่อ "RIVERSIDE PLAZA" และโรงแรมใหม่ ชื่อ "AVANI" อยู่ด้านบน ทั้ง 2 ธุรกิจอยู่ในเครือของบริษัท Minor ทั้งนี้ พื้นที่บนอาคารได้ถูกจัดแบ่งดังนี้ ชั้นที่ 1-3 เป็นพื้นที่ศูนย์การค้า ชั้น 4-8 เป็นพื้นที่ลานจอดรถ ชั้น 9 เป็นส่วนของพื้นที่สำนักงาน ชั้น 10 เป็นพื้นที่ Convention hall ขนาดใหญ่ และตั้งแต่ชั้น 11 ขึ้นไป จะเป็นพื้นที่ของโรงแรม AVANI โดยส่วนของศูนย์การค้าใหม่ ซึ่งรวมกับส่วนของสำนักงาน มีพื้นที่เช่ารวมทั้งสิ้น 11,288.23 ตารางเมตร

ภายในศูนย์การค้าประกอบด้วยร้านค้า ร้านอาหารชั้นนำ อาทิ Sizzler, Burger King, The Coffee Club, Starbucks, Swensen's, The Pizza Company, Thai Express, S&P, BreadTalk, Charles & Keith, Bossini, Esprit, Zwilling's, Sushi Hiro, Boots, Better Vision, Sara Kashmir Carpet, Nailuxury, MK และ Yayoi

- สัญญาการให้เช่าพื้นที่ มี 2 ประเภท คือ
 1. สัญญาระยะสั้น มีอายุสัญญาไม่เกิน 3 ปี
 2. สัญญาเช่าพื้นที่ชั่วคราว Openplan มีอายุสัญญาไม่เกิน 1 ปี
- ลักษณะรายได้จากค่าเช่า: ประเภทของค่าเช่าพื้นที่หลักๆ มี 2 ประเภทคือ
 1. Fixed Rent คือ การคิดค่าเช่าพื้นที่รายเดือนโดยคิดเป็นรายได้ประมาณร้อยละ 54.17 ของรายได้จากค่าเช่าพื้นที่รวมในงวดปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560
 2. Revenue Sharing เป็นลักษณะการจัดเก็บค่าเช่าจากสัดส่วนของรายได้จากผู้เช่า โดยขึ้นอยู่กับลักษณะของการประกอบธุรกิจแต่ละอย่าง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45.83 ของค่าเช่าพื้นที่รวมของงวดปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560

นโยบายราคา

บริษัทได้มีการปรับราคาให้เหมาะสมเพื่อดำเนินตามนโยบายในการทำราคาพื้นที่ให้เช่า และในปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 อัตราการเช่าพื้นที่เฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 83.85 ของพื้นที่ทั้งหมด

รายได้ในงวดปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 สามารถจำแนกได้เป็น

- ค่าเช่าพื้นที่ ร้อยละ 55.94

- ค่าบริการ ร้อยละ 24.63
- ค่าน้ำและค่าไฟ ร้อยละ 15.43
- อื่นๆ ร้อยละ 4.00

การตลาดและการแข่งขัน (ธุรกิจศูนย์การค้า)

ธุรกิจให้เช่าศูนย์การค้า รอยัล การ์เด้น พลาซ่า พัทยา

จากภาวะการขยายตัวของตลาดค้าปลีกในเมืองพัทยาในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มีการพัฒนาและสร้างศูนย์การค้าใหม่มากขึ้น ทำให้พื้นที่ค้าปลีกในเมืองพัทยามีเพิ่มขึ้น โดยมีผู้ประกอบการที่จัดอยู่ในระดับเดียวกันประมาณ 4-5 ราย แต่จะมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกันไป เช่น ธุรกิจห้างสรรพสินค้า Central Festival Pattaya Beach, Central Marina, Harbor Mall, Factory Outlet, The Bay, ไฮเปอร์ มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี โลตัส และคาร์ฟูร์ ศูนย์การค้าประเภท IT เช่น ดิจคอม และศูนย์การค้าคอมมูนิตี้มอลล์ เช่น มิโมซ่า จะมีเป้าหมายกลุ่มลูกค้าท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวในอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกัน ในขณะที่ศูนย์การค้า รอยัล การ์เด้น พลาซ่า พัทยา จะมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักคือ นักท่องเที่ยวและลูกค้าที่เข้าพักโรงแรม

ภาวะการแข่งขันของศูนย์การค้าในพัทยายังคงมีการแข่งขันกันรุนแรงตลอดปีที่ผ่านมา จากการพัฒนาพื้นที่เพื่อสร้างศูนย์การค้าใหม่ รวมถึงแข่งขันทางด้านการจัดการส่งเสริมการขายมากขึ้น ทั้งนี้การแข่งขันดังกล่าวมีผลกระทบต่อศูนย์การค้า รอยัล การ์เด้น พลาซ่า พัทยา ค่อนข้างมากทางด้านราคาเช่าพื้นที่ต่อตารางเมตร แต่เนื่องจากตั้งอยู่ในทำเลที่ดี โดยเมื่อเปรียบเทียบกับเช่าพื้นที่ของศูนย์การค้า รอยัล การ์เด้น พลาซ่า พัทยาแล้วยังคงเป็นที่น่าสนใจสำหรับผู้เช่ามาก สังเกตได้จากอัตราการเช่าพื้นที่ที่มีอยู่สูงถึงอัตราร้อยละ 96.44

ตลอดปีที่ผ่านมา ศูนย์การค้า รอยัล การ์เด้น พลาซ่า พัทยา ได้มีการปรับตัวเพื่อให้มีความแตกต่าง (Differentiate) จากคู่แข่งโดยปรับเปลี่ยนร้านค้าและเพิ่มธุรกิจบันเทิง คือ เกมสตั๊ดดี้เลเซอร์บีม บัสเตอร์ นอกจากนี้ เพิ่มร้านค้าแฟชั่นแบรนด์ชั้นนำต่างๆ พร้อมทั้งรูปแบบของการนำเสนอสินค้าและบริการในส่วนของการให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage) สินค้าประเภทไลฟ์สไตล์ (Lifestyle) เพื่อให้ทางศูนย์รองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง

ธุรกิจให้เช่าศูนย์การค้า รอยัล การ์เด้น พลาซ่า กรุงเทพฯ

เนื่องจากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ประเภทคอนโด แอพาร์ตเมนต์ มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว จึงส่งผลให้ตั้งแต่กลางปี 2555 เป็นต้นมาเริ่มมีศูนย์การค้าเปิดบริการในพื้นที่มากขึ้น อาทิ ศูนย์การค้าประเภท Community Mall ขนาดเล็ก เช่น The Light House และ The view หรือแม้กระทั่งคู่แข่งขนาดใหญ่ในพื้นที่ อย่าง AsiaTique และในอนาคต จะมีศูนย์การค้า THE ICON SIAM ซึ่งจะส่งผลให้มีการแข่งขันกันมากขึ้น

ศูนย์การค้า รอยัล การ์เด้น พลาซ่า ได้กลับมาเปิดดำเนินการอีกครั้งเมื่อ เดือนธันวาคม 2558 ที่ผ่านมานี้ ซึ่งประกอบด้วยศูนย์การค้าและโรงแรมบนอาคารเดียวกัน ศูนย์การค้าใหม่ภายใต้ชื่อ “RIVERSIDE PLAZA” และโรงแรมใหม่ AVANI อยู่ด้านบน

ศูนย์การค้าใหม่นี้ได้เปลี่ยนโฉมใหม่ไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิง ดูทันสมัย และครบวงจร มีความหลากหลายของร้านค้าแฟชั่นร้านอาหาร บริการและร้านค้าอื่นๆ มากที่สุดบนถนนเจริญนคร และยังถือได้ว่าเป็นโครงการแห่งเดียวที่มีการผนวกทั้งศูนย์การค้ากับโรงแรมระดับ world class 2 โรงแรม เรียกได้ว่าเป็นจุดแข็งของ RIVERSIDE PLAZA เมื่อเทียบกับคู่แข่งในพื้นที่ โดยคาดว่าจะสามารถตอบสนองแก่กลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ กลุ่มเป้าหมายหลักยังคงเป็นกลุ่มชุมชนบริเวณใกล้เคียง โดยเน้นที่กลุ่มครอบครัว คนทำงานรุ่นใหม่ทำงานในย่านเจริญนคร และผู้ที่อาศัยอยู่คอนโดริมแม่น้ำ รวมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรม ทั้งอนันตรา ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ และโรงแรม AVANI ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ

ธุรกิจให้เข้าศูนย์การค้าเทอเทิล วิลเลจ ภูเก็ต

เนื่องจากศูนย์การค้าเทอเทิล วิลเลจ ภูเก็ต ซึ่งตั้งอยู่บนหาดไม้ขาว ท่ามกลางโรงแรมระดับห้าดาว กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักคือ นักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมในเขตไม้ขาว และลูกค้าที่อาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียง โดยภายในศูนย์การค้าเทอเทิล วิลเลจ ภูเก็ต มีร้านค้าหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร อาทิ The Coffee Club, Swensen's, Thai Express, Hai Qing Xiao Shu และ Bill Bentley Pub ร้านค้าแฟชั่น อาทิเช่น ร้าน Esprit outlet, Surfer Paradise และ Triumph และร้านค้าของที่ระลึก อาทิ Jim Thompson, นารายณ์มณัฏ, Tanya living, Private collection, Mt Saphola และอื่นๆ อีกหลากหลาย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ศูนย์การค้าเทอเทิล วิลเลจ ภูเก็ต เป็นศูนย์การค้าแห่งเดียวบนหาดไม้ขาว ซึ่งในบริเวณใกล้เคียงกันไม่มีคู่แข่งทางตรง ประกอบกับอยู่ท่ามกลางโรงแรมระดับห้าดาว อาทิเช่น JW Marriott, Anantara, Anantara Vacation Club, Marriott Vacation Club, Sala Phuket Renaissance และยังมีโรงแรมอื่นในเขตใกล้เคียงอีกมากมาย ด้วยทำเลที่ตั้ง และการคัดสรรร้านค้าที่ดีและมีคุณภาพ ตรงกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อเปิดบริการภายในศูนย์ฯ ประกอบกับการทำการตลาดอย่างต่อเนื่องกับทั้งลูกค้านักท่องเที่ยว และเพิ่มการบริการต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพันธมิตรโรงแรม และกลยุทธ์เพิ่มแรงจูงใจแก่พันธมิตรโรงแรมต่างๆ และสมาคมแท็กซี่ในเขตไม้ขาว จึงทำให้จำนวนลูกค้าค่อยๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นอีกอย่างมีนัยสำคัญในระยะเวลาอันใกล้ หลังจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมในละแวกนั้น

ธุรกิจสปา**ลักษณะธุรกิจ (ธุรกิจสปา)**

ธุรกิจสปา อยู่ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท เอ็มสเปา อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด บริษัท MSpa Ventures Limited บริษัท Minor Hotel Group Management (Shanghai) Limited บริษัท Arabian Spa (Dubai) (LLC) และ บริษัท Mspa International Cairo LLM โดยดำเนินกิจการให้บริการด้านสถานเสริมความงาม สถานออกกำลังกาย การบำบัดความเครียดอย่างครบวงจร ปัจจุบันกลุ่มบริษัท เอ็มสเปา เปิดดำเนินการในประเทศจำนวน 4 แห่งและในต่างประเทศจำนวน 13 แห่งดังนี้

ธุรกิจสปาในประเทศผ่านบริษัท เอ็มสเปา อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด จำนวน 4 แห่ง

เจ ดับบลิว แมริออท ภูเก็ต รีสอร์ท แอนด์ สปา	รอยัล ออคิด เชอราตัน โฮเทล แอนด์ ทาวเวอร์ส
ดุสิตธานี กระบี่ บีช รีสอร์ท	เดอะ เซ็นต์ รีเจิส กรุงเทพฯ

ธุรกิจสปาในต่างประเทศผ่านบริษัท MSpa Ventures Limited จำนวน 4 แห่ง

อนันตรา เวิลด์ มัลดีฟส์ รีสอร์ท	นาลาดู มัลดีฟส์ บาย อนันตรา
อนันตรา ดิห์กู มัลดีฟส์ รีสอร์ท	เชอราตัน โฮเทล ดี คูบ ซิตี โฮเทล

ธุรกิจสปาในต่างประเทศผ่านบริษัท Minor Hotel Group Management (Shanghai) Limited จำนวน 2 แห่ง

เชอราตัน ซานย่า รีสอร์ท	เดอะปูลี โฮเทล แอนด์ สปา
-------------------------	--------------------------

ธุรกิจสปาในต่างประเทศผ่าน Joint Ventures Arabian Spas (Dubai) (LLC) จำนวน 6 แห่ง

ไฮแอท รีเจนซี ดาร์ เอส ซาลาม เดอะ คีลิ์มันจาโร	เอมิเรตส์พาลาส
เมเลียซานชิบาร์	เดสเลิร์ท โอแลนด์ บาย อนันตรา
ปาร์ค ไฮแอท ซานชิบาร์	คัลส์ อัล ซาราบ เดสเลิร์ท บาย อนันตรา

ธุรกิจสปาในต่างประเทศผ่านบริษัท Mspa International Cairo LLM จำนวน 1 แห่ง

โรงแรมเจดับบลิว แมริออท ไคโร

การตลาดและการแข่งขัน (ธุรกิจสปา)

บริษัท เอ็มสปา อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด บริษัท MSpa Ventures Limited บริษัท Minor Hotel Group Management (Shanghai) Limited บริษัท Arabian Spa (Dubai) (LLC) และบริษัท Mspa International Cairo LLM ดำเนินกิจการและบริหารจัดการศูนย์บริการเพื่อสุขภาพ ให้บริการด้านสถานเสริมความงาม สถานออกกำลังกาย การบำบัดความเครียดอย่างครบวงจร โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือลูกค้าที่เข้าพักในโรงแรมและกลุ่มลูกค้าที่เห็นความสำคัญในเรื่องสุขภาพ ธุรกิจการให้บริการเพื่อสุขภาพ โดยเฉพาะธุรกิจสปาได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน จำนวนผู้ประกอบการได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทได้เปิดดำเนินการเป็นรายแรกๆ และปัจจุบันมีสาขาทั้งหมด 4 แห่งทั่วประเทศ และอีก 13 แห่งในต่างประเทศ คู่แข่งที่อาจจัดระดับเพื่อการเปรียบเทียบคือ (1) บันยันทรี สปา และ อังสนา สปา ซึ่งดำเนินการภายใต้กลุ่มเจ้าของเดียวกัน (2) ดุสิต เทวารีย์ สปา (3) Centara Spa ซึ่งจะตั้งอยู่ตามโรงแรมของกลุ่มธุรกิจ Central Hotels and Resort และ (4) Six Senses ซึ่งจะตั้งอยู่ตามโรงแรมของกลุ่มธุรกิจ Soneva และ Six Senses Resort and Spa

ธุรกิจบันเทิง

ลักษณะธุรกิจ (ธุรกิจบันเทิง)

กลุ่มธุรกิจบันเทิงของบริษัท ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) สามารถแบ่งออกเป็น 7 กลุ่ม ประกอบด้วย 2 พิพิธภัณฑ์ 5 เครื่องเล่น

พิพิธภัณฑ์ Ripley's Believe It or Not!

พิพิธภัณฑ์ Ripley's Believe It or Not! เป็นเครือข่ายธุรกิจพิพิธภัณฑ์เพื่อความรู้และบันเทิงที่ใหญ่ที่สุด มีอัตราการเติบโตที่รวดเร็ว และประสบความสำเร็จสูงสุด โดยพิพิธภัณฑ์แห่งแรกเปิดบริการในเมืองเซนต์ออกัสติน รัฐฟลอริดา สหรัฐอเมริกา เมื่อปี 2498 โดยสิ่งที่จัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์ Ripley's Believe It or Not! จะเป็นสิ่งมหัศจรรย์อันลึกลับและน่าพิศวงที่รวบรวมจากทั่วทุกมุมโลก ตามแนวคิด “เชื่อหรือไม่” ปัจจุบันพิพิธภัณฑ์ Ripley's Believe It or Not! เปิดดำเนินการอยู่ 30 แห่งทั่วโลก โดย Ripley's Entertainment Inc. ซึ่งเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ และเป็นผู้ดำเนินการเอง 10 แห่ง ที่เหลือเป็นการขายใบอนุญาตประกอบการ (license) ให้กับบริษัทอื่น

ในประเทศไทย บริษัทได้ซื้อใบอนุญาตในการดำเนินการโดยลงนามในข้อตกลง (Franchise Agreement) และเริ่มจัดสร้างพิพิธภัณฑ์ Ripley's Believe It or Not! ที่พัทยาเมื่อปลายปี 2537 โดยเช่าพื้นที่ขนาด 824 ตารางเมตร บนชั้น 2 ของศูนย์การค้ารอยัลการ์เด้น พลาซ่า พัทยา ใบอนุญาตในการประกอบการจะหมดอายุเมื่อครบหกปีจากข้อตกลงกับเจ้าของลิขสิทธิ์

โรงภาพยนตร์ 12D (12D Moving Theater)

Ripley's 12D Moving Theater เป็นโรงฉายภาพยนตร์ 4 มิติ 12 เอฟเฟกต์ ด้วยระบบเก้าอี้ Simulator ที่เคลื่อนไหวได้ 8 ทิศทาง พร้อมระบบเสียงรอบทิศทางและสเปเชียลเอฟเฟกต์ที่ล้ำสมัยจนทำให้ผู้ชมรู้สึกเหมือนได้ผจญภัยไปกับเหตุการณ์จริง

โกดังผีสิง (Haunted Adventure)

เมื่อปลายเดือนตุลาคม 2547 บริษัท รอยัลการ์เด้น เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ได้เปิดตัว Ripley's Haunted Adventure โกดังผีสิงที่ใหญ่ที่สุดในโลก ซึ่งได้รับความนิยมและประสบความสำเร็จในสหรัฐอเมริกาแล้ว ภายในโกดังประกอบไปด้วยสเปเชียลเอฟเฟกต์อันทันสมัยที่นำเข้ามาจากสหรัฐอเมริกาและนักแสดงจริงที่จะทำให้กลุ่มขวัญหายตลอดระยะเวลาที่ผจญภัย ซึ่งได้รับความสนใจในหมู่วัยรุ่นไทยและนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก

มหัศจรรย์เขาวงกต (Infinity Maze)

เครื่องเล่นที่เปิดให้บริการเป็นแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทย ภายในตกแต่งด้วยกระจกเงาและจัดแบ่งออกเป็นโซนต่างๆ เช่น โซนแห่งจินตนาการที่ถูกเนรมิตด้วยแสง สี เสียง และ “สเปเชียลเอฟเฟกต์” อันทันสมัย ทำให้ผู้เล่นได้สนุกสนานเพลิดเพลิน ผ่อนคลาย อีกทั้งผู้เล่นจะต้องผ่านด่านที่ตื่นเต้นระทึกใจไปตลอดเส้นทางจนกว่าจะค้นพบทางออกสู่โลกแห่งความเป็นจริง

พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง หลุยส์ ทุสซอตต์ แวกซ์เวิร์ค (Louis Tussaud's Waxworks)

พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง หลุยส์ ทุสซอตต์ แวกซ์เวิร์ค พัทยา ได้เปิดดำเนินการกลางเดือนพฤศจิกายน 2552 เป็นสาขาที่ 5 ของโลก และเป็นพิพิธภัณฑ์ที่จัดแสดงหุ่นขี้ผึ้งเสมือนจริงของบุคคลสำคัญและคนดังระดับโลก ทั้งไทยและเทศกว่า 71 ตัว หุ่นขี้ผึ้งของหลุยส์ ทุสซอตต์ ไม่ได้เป็นเพียงแค่ “หุ่น” ที่ใช้จัดแสดงตามพิพิธภัณฑ์เท่านั้น หากแต่เป็นงานประติมากรรมที่มีชีวิตเสมือนคน ทุกครั้งที่เข้าชมเสมือนกับว่าได้เดินคล้อยตามอยู่รอบๆกับซูเปอร์สตาร์ตัวจริง และเพิ่มความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ด้วยการใส่ “กลิ่น” เข้าไปในแต่ละห้อง ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไปตามหมวดหมู่ของห้อง เพื่อเพิ่มอรรถรสในการเข้าชมมากยิ่งขึ้น นอกเหนือจากการตกแต่งด้วยแสงไฟ และการใช้เสียงเพื่อสร้างบรรยากาศที่สมจริง ยิ่งไปกว่านั้นผู้ชมสามารถเข้าชมหุ่นทุกตัวได้อย่างใกล้ชิดโดยไม่มีการกั้นระหว่างผู้ชมและหุ่น ทำให้ผู้ชมได้ความรู้ความเพลิดเพลินนับตั้งแต่ก้าวแรกกระทั่งก้าวสุดท้ายที่ออกจากพิพิธภัณฑ์ไปพร้อมกับรอยยิ้มและความประทับใจไม่รู้ลืม

สวนสนุกของขวัญ สครีม อิน เดอะ ดาร์ค (Scream in the Dark!)

Scream in the Dark! ต้อนรับเหล่าบรรดาคนรักความท้าทายแบบสยองขวัญ โดย Scream in the Dark เป็นสวนสนุกที่โด่งดังมากในอดีต แต่ก็ปิดตัวลงอย่างไม่ทราบสาเหตุ บ้างก็ว่า พบวิญญาณตัวตลก ล่องลอย ตอนกลางคืน หรือไม่กี่ได้ยินเสียงกรีดร้องในความมืด โดยผู้เล่นจะรอดพ้นออกไปจากสวนสนุกสุดสยองแห่งนี้ได้ด้วยความแม่นยำในการยิงปืนและเสียงกรีดร้องของผู้เล่นเท่านั้น

เกมส์ตะลุยเลเซอร์ (The Vault: Laser Maze และ Beam Buster)

เกมส์ตะลุยเลเซอร์ ซึ่งมี 2 เกมส์ให้ผู้เล่นเลือก ได้แก่ 1) Laser Maze ซึ่งเป็นเครื่องเล่นที่ให้ผู้เล่นสวมวิญญาณนักจารกรรมเหมือนในภาพยนตร์ เข้าสู่ห้องปฏิบัติการสุดแสนจะลึกลับ ตั้งเขาวงกต โดยผู้เล่นจะต้องผ่านเขาวงกตเลเซอร์ไปให้ได้ไวที่สุด โดยไม่ต้องลบลำแสงสีเขียวเหล่านั้น และ 2) Beam Buster ซึ่งเป็นเครื่องเล่นใหม่ของ Ripley's World Pattaya ที่เพิ่งนำเข้ามาเปิดตัวเมื่อเดือนธันวาคม 2558 เพื่อให้ผู้เล่นสวมวิญญาณนักจารกรรมเหมือนในภาพยนตร์เช่นกัน แต่ผู้เล่นจะต้องลบลำแสงสีเขียวให้ได้มากที่สุดและไวสุดถึงจะได้คะแนนมากที่สุด

ในงวดปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 มีอัตราการเข้าชมประมาณ 266,848 คน รายได้รวมของไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) มาจาก

- พิพิธภัณฑ์ Ripley's Believe It or Not! ร้อยละ 21.32
- โรงภาพยนตร์ 12 มิติ ร้อยละ 10.93
- โกดังผีสิง ร้อยละ 14.60
- มหัศจรรย์เขาวงกต ร้อยละ 15.14
- พิพิธภัณฑ์หลุยส์ทุสซอตต์แวกซ์เวิร์ค ร้อยละ 10.00
- สวนสนุกของขวัญ สครีม อิน เดอะ ดาร์ค ร้อยละ 10.73
- เกมส์ตะลุยเลเซอร์ ร้อยละ 5.60
- และรายได้อื่นๆ 11.68

2.2 ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

2.2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.73 ในบริษัท เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“MFG”) ซึ่งเป็นผู้นำด้านการให้บริการด้านอาหารหลากหลายรูปแบบ เป็นแบรนด์ที่เป็นผู้นำในตลาดและเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางในปัจจุบันและมีผลิตภัณฑ์ที่มีจุดเด่นที่หลากหลายครอบคลุมทุกประเภท ดังนี้

พิซซ่า

ภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง “The Pizza Company” เป็นแบรนด์ที่มีพิซซ่าหลากหลายชนิดให้เลือกมากที่สุดที่สุดในธุรกิจประเภทนี้ โดยเน้นถึงคุณภาพของพิซซ่าที่ดีเยี่ยม ถึงรสถึงเครื่อง จากการคัดสรรวัตถุดิบอย่างดีในทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นชีสที่ผลิตจากโรงงานของบริษัทเอง เครื่องปรุง หน้าพิซซ่าที่มีความสดใหม่ แป้งพิซซ่าที่มีสูตรเฉพาะตัว และพิซซ่าซอสที่มีส่วนผสมของมะเขือเทศสดๆ มีรสชาติเข้มข้น

บริษัทเป็นผู้ถือสิทธิในเครื่องหมายการค้า “The Pizza Company” แต่เพียงผู้เดียว โดยสิทธิดังกล่าวถือโดย บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล แฟรนไชส์ โฮลดิ้ง (ลาบวน) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัท เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 100

ลักษณะของธุรกิจและจำนวนสาขา

ในปี 2547 บริษัทได้เริ่มเปิดขายสิทธิแฟรนไชส์ให้แก่ผู้ลงทุนในประเทศไทยที่สนใจลงทุนในร้าน “The Pizza Company”

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 มีร้านค้าที่บริษัทลงทุนเอง (Own equity) ในประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 249 สาขา (รวมสาขาในสนามบิน จำนวน 3 สาขา) สาขาในต่างประเทศ 2 สาขา สาขาที่อยู่ในระบบแฟรนไชส์ในประเทศจำนวน 88 สาขา และสาขาในต่างประเทศจำนวน 108 สาขา ทั้งนี้ ท่าเลที่ตั้งของร้านค้าส่วนใหญ่จะอยู่ในเขตศูนย์การค้า ย่านธุรกิจและย่านชุมชน เป็นต้น โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นลูกค้าระดับกลางขึ้นไป ในส่วนของการให้บริการในรูปแบบแฟรนไชส์กับลูกค้าในต่างประเทศนั้น ปัจจุบันบริษัทได้ให้แฟรนไชส์ธุรกิจพิซซ่า “The Pizza Company” ในประเทศซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ บาร์เรน โอมาน กัมพูชา ลาว เวียดนามและพม่า เป็นต้น

ลักษณะการให้บริการ

การให้บริการภายใต้เครื่องหมายการค้า “The Pizza Company” มีทั้งการให้บริการแบบการรับประทานที่ร้าน (Dine in) การจัดส่งที่บ้านหรือสำนักงาน (Delivery) และการรับกลับบ้าน (Take Away) โดยอาหารหลักที่ให้บริการ คือ พิซซ่า พาสต้า อาหารจานหลักและอาหารรองท้อง เช่น ไก่ สลัด และอื่นๆ

เบอร์เกอร์

ภายใต้เครื่องหมายการค้า “Burger King” เป็นแบรนด์เบอร์เกอร์ที่มีชื่อเสียงระดับโลก เช่น “Whopper” และเป็นที่รู้จักกันดีในการใช้กรรมวิธีการผลิตแบบย่างด้วยไฟ ทำให้เบอร์เกอร์ของ Burger King มีรสชาติที่อร่อยเยี่ยม

ลักษณะของธุรกิจและจำนวนสาขา

บริษัท เบอร์เกอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งบริษัท เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 97 เป็นผู้ดำเนินธุรกิจ Burger โดยการซื้อแฟรนไชส์มาจากประเทศสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้ บริษัทมีสิทธิในการเปิดร้าน Burger King ในประเทศไทยเพียงผู้เดียวเท่านั้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทได้เปิดดำเนินการร้าน Burger King ทั้งสิ้นจำนวน 74 สาขาทั่วประเทศไทย สาขาในสนามบิน 14 สาขา และได้ลงทุนในต่างประเทศเป็นจำนวน 5 สาขา โดยร้านค้าส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในเขตศูนย์การค้าและแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เนื่องจาก Burger King มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นลูกค้าระดับกลางขึ้นไปรวมถึงชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยว

ลักษณะการให้บริการ

ปัจจุบัน Burger King ให้บริการสำหรับการรับประทานที่ร้าน (Dine in) รับกลับบ้าน (Take Away) ไดรฟ์ท루 (Drive Thru) และการบริการจัดส่งให้ที่บ้านหรือสำนักงาน (Delivery) โดยอาหารหลักได้แก่ เบอร์เกอร์ (Burger) และมันฝรั่งทอด (French Fries)

ไอศกรีมพรีเมียม

ภายใต้เครื่องหมายการค้า “Swensen’s” ซึ่งเป็นไอศกรีมคุณภาพระดับพรีเมียม แปรนดแรกของประเทศไทย และปัจจุบันยังคงความเป็นอันดับหนึ่ง ด้วยความหลากหลายของไอศกรีมชั้นดี และบรรยากาศการตกแต่งร้าน รวมถึงการให้บริการที่คำนึงถึงความพอใจของลูกค้าอย่างสูงสุด

ลักษณะของธุรกิจและจำนวนสาขา

บริษัท สเวนเซนส์ (ไทย) จำกัด ซึ่งบริษัท เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 100 เป็นผู้ดำเนินธุรกิจไอศกรีม “Swensen’s” โดยบริษัทได้รับแฟรนไชส์ในการดำเนินงานจาก บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล แฟรนไชส์ โฮลดิ้ง (ลาบวน) จำกัด ซึ่งบริษัท เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 100 เช่นกัน โดย บริษัท สเวนเซนส์ (ไทย) จำกัด ได้รับสิทธิในการเปิดร้านไอศกรีมโดยการลงทุนเอง (Own Equity) และการเปิดขายในระบบแฟรนไชส์ในประเทศไทย พม่า กัมพูชา สาธารณรัฐประชาชนลาว และเวียดนาม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทได้เปิดสาขาโดยการลงทุนเองในประเทศทั้งสิ้นจำนวน 126 สาขา (รวมสาขาในสนามบิน 1 สาขา) และต่างประเทศจำนวน 13 สาขา ปัจจุบันมีสาขาที่อยู่ในระบบแฟรนไชส์ในประเทศจำนวน 167 สาขา และต่างประเทศจำนวน 22 สาขา ร้านค้าส่วนใหญ่ตั้งอยู่ตามย่านศูนย์การค้า แหล่งธุรกิจและแหล่งชุมชน เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล แฟรนไชส์ โฮลดิ้ง (ลาบวน) จำกัด ยังสามารถให้แฟรนไชส์กับลูกค้าในต่างประเทศได้ โดยปัจจุบันบริษัทได้ให้แฟรนไชส์ธุรกิจไอศกรีม “Swensen’s” แก่ผู้ให้บริการใน กัมพูชา เวียดนาม อินเดีย ลาว ฟิลิปปินส์ และพม่า

ลักษณะการให้บริการ

Swensen’s เปิดให้บริการทั้งการรับประทานที่ร้าน (Dine in) การซื้อกลับบ้าน (Take away) และการบริการจัดส่งให้ที่บ้านหรือสำนักงาน (Delivery) โดยลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าระดับกลางขึ้นไป ทั้งกลุ่มวัยรุ่นและครอบครัว ทั้งนี้ สินค้าหลัก ได้แก่ ไอศกรีมชั้นดี ไอศกรีมสตู๊ป ไอศกรีมเค้ก และไอศกรีมควอท เป็นต้น

ซอฟต์แวร์ไอศกรีม

ภายใต้แบรนด์ “Dairy Queen” เป็นไอศกรีมซอฟต์แวร์ มีการจัดจำหน่ายในรูปแบบของ Kiosk มีสินค้าที่เป็นที่นิยมคือ “Blizzard” ที่มีรสชาติเข้มข้น จนเป็นที่ชื่นชอบ และได้รับความนิยมจนถือได้ว่าเป็น signature product

ลักษณะของธุรกิจและจำนวนสาขา

บริษัท ไมเนอร์ ดีควี จำกัด ซึ่งบริษัท เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 100 เป็นผู้ดำเนินธุรกิจไอศกรีม “Dairy Queen” โดยบริษัทได้รับสิทธิแฟรนไชส์ในการดำเนินงานจากผู้ประกอบการในสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้ บริษัทได้รับสิทธิในการเปิดร้านทั้งโดยการลงทุนเอง (Own Equity) และการเปิดขายในระบบแฟรนไชส์ในประเทศไทยเพียงผู้เดียวเท่านั้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทได้เปิดสาขาโดยการลงทุนเองทั้งสิ้นในประเทศจำนวน 213 สาขา สาขาในสนามบิน 12 สาขา สาขาในต่างประเทศจำนวน 2 สาขา และมีที่อยู่ในระบบแฟรนไชส์ในประเทศจำนวน 220 สาขา โดยสาขาส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในศูนย์การค้า แหล่งธุรกิจและแหล่งชุมชน

ลักษณะการให้บริการ

บริษัทจำหน่ายไอศกรีมในรูปแบบของการ Take away และบริการจัดส่ง (Delivery) เท่านั้น โดยสินค้าหลักได้แก่ Blizzard ไอศกรีมปั่น (Moolatte) และไอศกรีมเค้ก เป็นต้น โดยลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าตั้งแต่ระดับล่างขึ้นไป

สเต็ก ซีฟู้ด และสลัด

ภายใต้เครื่องหมายการค้า “Sizzler” เป็นร้านอาหารที่ประกอบด้วยสเต็กหลากหลายชนิด และสลัดบาร์ที่ใหญ่และมีความหลากหลายมากที่สุดในร้านอาหารประเภทนี้

ลักษณะของธุรกิจและจำนวนสาขา

บริษัท เอสแอลอาร์ที จำกัด และ Sizzler China Pte. Limited ซึ่งบริษัท เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 100 และ 50 ตามลำดับ เป็นผู้ดำเนินการธุรกิจร้านอาหาร “Sizzler” โดยบริษัทได้รับสิทธิแฟรนไชส์ในการดำเนินธุรกิจจากผู้ประกอบการในสหรัฐอเมริกา โดยได้รับสิทธิในการเปิดร้านโดยการลงทุนด้วยตนเองในประเทศไทยและจีน และสามารถให้แฟรนไชส์กับลูกค้าในประเทศจีน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทได้เปิดดำเนินการธุรกิจทั้งสิ้นจำนวน 66 สาขา โดยมี 13 สาขาในต่างประเทศ และ 53 สาขาทั่วประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 31 สาขาในกรุงเทพ และอีก 22 สาขาในต่างจังหวัดตามหัวเมืองใหญ่ เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต หาดใหญ่นครราชสีมา อุตรดิตถ์ พัทธยา หัวหิน ชลบุรี ขอนแก่นและเชียงราย โดยส่วนใหญ่ร้านค้าจะตั้งอยู่ในย่านศูนย์การค้า แหล่งธุรกิจและแหล่งชุมชน

ลักษณะการให้บริการ

Sizzler ให้บริการสำหรับการรับประทานในร้าน (Dine in) บริการจัดส่งและซื้อกลับบ้านสำหรับสลัดเท่านั้น โดยสินค้าหลักได้แก่ สเต็ก ซีฟู้ด และสลัด เนื่องจาก Sizzler เน้นการให้บริการด้วยสินค้าที่มีคุณภาพสูง จึงมีกลุ่มเป้าหมายหลักคือกลุ่มลูกค้าระดับกลางขึ้นไป

นอกจากการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร Sizzler แล้ว บริษัท เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้ลงทุนซื้อหุ้นในร้านอาหาร Ribs and Rumps ผ่านบริษัทร่วม The Coffee Club Holding Pty Ltd. โดย Ribs and Rumps เป็นร้านอาหารเสิร์ฟในประเทศออสเตรเลีย ซึ่งปัจจุบัน มีอยู่ 8 สาขาในประเทศออสเตรเลีย

กาแฟ

บริษัท เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้ลงทุนซื้อหุ้นร้อยละ 50 ใน บริษัท ไมเนอร์ ดีเคแอล ฟู้ด กรุ๊ป (ชื่อเดิม The Coffee Club Holding Pty Ltd) ในเดือนมกราคม 2551 ผ่านบริษัทย่อย Delicious Food Holding (Australia) Pty Ltd. โดย ไมเนอร์ ดีเคแอล เป็นผู้ประกอบการร้านอาหารและกาแฟ ในประเทศออสเตรเลีย นิวซีแลนด์และต่างประเทศภายใต้แบรนด์ The Coffee Club ซึ่งเป็นธุรกิจกาแฟที่ทำรายได้สูงสุดเป็นอันดับหนึ่งในประเทศออสเตรเลีย

ในเดือนตุลาคม 2558 บริษัท เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้ลงทุนซื้อหุ้นเพิ่มอีกร้อยละ 20 ใน บริษัท ไมเนอร์ ดีเคแอล ฟู้ด กรุ๊ป ผ่านบริษัทย่อย Delicious Food Holding (Australia) Pty Ltd. ทำให้บริษัท เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีสัดส่วนการถือหุ้นรวมร้อยละ 70

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทได้เปิดบริการรวมทั้งสิ้น 410 สาขา โดยการลงทุนเองทั้งสิ้นจำนวน 49 สาขา ซึ่งเป็นสาขาที่ลงทุนในประเทศไทย 34 สาขา และลงทุนเองในต่างประเทศ 17 สาขา ในประเทศออสเตรเลีย มัลดีฟส์ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และเซเชลส์ และมีสาขาที่อยู่ในระบบแฟรนไชส์จำนวน 349 สาขาในประเทศออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และอินโดนีเซีย

อาหารไทยและอาหารนานาชาติ

บริษัท เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้ลงทุนซื้อหุ้นทั้งหมดใน Thai Express Concepts Pte Ltd ผ่านบริษัทย่อย Primacy Investment Limited ซึ่งภายหลังในปี 2556 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น The Minor Food Group Singapore (“MFGS”) โดย The Minor Food Group Singapore เป็นผู้นำในด้านการให้บริการด้านอาหารที่หลากหลายรูปแบบภายใต้การให้บริการทั้งสิ้น 8 แบรินด์ได้แก่

Thai Express, Xin Wang Hong Kong Café, Kiseki Japanese Buffet Restaurant, Buffet Town, Poulet, Basil, Riverside และ Thai Super Bowl

ปัจจุบัน The Minor Food Group Singapore ดำเนินกิจการใน 7 ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย เวียดนาม พม่า จีน และมัลดีฟส์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 The Minor Food Group Singapore มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 80 สาขา โดยการลงทุนเองทั้งสิ้นจำนวน 59 สาขา และมีสาขาที่อยู่ในระบบแฟรนไชส์จำนวน 21 สาขา

อาหารประเภทปลา

บริษัท เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้ลงทุนซื้อหุ้นร้อยละ 49 ใน BEIJING RIVERSIDE & COURTYARD Investment Management Co., Ltd. ("RIVERSIDE") ในเดือนธันวาคม 2555 และลงทุนเพิ่มอีกร้อยละ 20.18 ในเดือนเมษายน 2558 ต่อมาในเดือนมิถุนายน 2560 บริษัทได้ลงทุนเพิ่มอีกร้อยละ 16.7 รวมสัดส่วนการถือหุ้นเป็นร้อยละ 85.88 ผ่านบริษัทย่อย MFG International Holding (Singapore) Pte. Ltd. โดย RIVERSIDE เป็นผู้ประกอบการร้านอาหารประเภท CASUAL DINING ในประเทศจีน ภายใต้แบรนด์ RIVERSIDE & COURTYARD ซึ่งมีความเชี่ยวชาญในอาหารจานปลาเสฉวนบาร์บีคิว RIVERSIDE เปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2548 และประสบความสำเร็จในการสร้างแบรนด์ร้านอาหารที่แข็งแกร่งและสร้างฐานลูกค้าหลักที่ชื่นชอบในอาหารทะเลร้อนประเภทปลา ประกอบกับการผสมผสานกันอย่างลงตัวระหว่างอาหารพื้นบ้าน การบริการที่ได้รับการฝึกฝนมาอย่างดี และการตกแต่งร้านอาหารแบบร่วมสมัย เป็นผลให้ RIVERSIDE ขยายสาขาอย่างรวดเร็ว

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เปิดบริการโดยการลงทุนเองทั้งสิ้นจำนวน 56 สาขา เป็นสาขาในกรุงเทพฯ 20 สาขา สาขาในเชียงใหม่ 10 สาขา และเมืองอื่นๆ จำนวน 26 สาขา

คาเฟ่ และเบเกอรี่

ในปี 2558 บริษัทได้มีโอกาสเพิ่มแบรนด์ร้านเบเกอรี่ซึ่งเป็นหนึ่งในแบรนด์ที่มีความน่าสนใจที่สุดในกลุ่มร้านอาหารในประเทศไทย โดยไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ปได้ร่วมลงทุนจัดตั้งบริษัท BTM Thailand กับกลุ่มบริษัท BreadTalk ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในประเทศสิงคโปร์ เพื่อดำเนินธุรกิจเบเกอรี่ภายใต้แบรนด์เบร็ดทอล์คในประเทศไทย โดยการร่วมทุนครั้งนี้ถือเป็นการร่วมมือกันครั้งแรกระหว่างไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป และ กลุ่มบริษัท BreadTalk นับตั้งแต่ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ปเข้าถือหุ้นในกลุ่มบริษัท BreadTalk ในประเทศสิงคโปร์ในสัดส่วนร้อยละ 11 เมื่อปี 2556 ปัจจุบัน บริษัทร่วมทุนนี้มีร้านอาหารภายใต้แบรนด์เบร็ดทอล์คจำนวน 46 สาขาในประเทศไทย ทั้งนี้ ด้วยแบรนด์เบร็ดทอล์คที่แข็งแกร่ง ประกอบกับความรู้ความชำนาญในประเทศไทย และระบบการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศของไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป BTM Thailand จึงมีศักยภาพที่จะเติบโตอย่างแข็งแกร่งต่อไปในอนาคต ด้วยการขยายสาขาใหม่ โดยจะเริ่มจากสาขาที่บริษัทเป็นเจ้าของและหลังจากนั้นจะขยายในรูปแบบสาขาแฟรนไชส์ต่อไป

เครือข่ายร้านสาขาของกลุ่มบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 มีดังนี้

ร้าน	จำนวนสาขา	บริษัทลงทุนเอง		แฟรนไชส์	
		ในประเทศ	ต่างประเทศ	ในประเทศ	ต่างประเทศ
The Pizza Company	447	249	2	88	108
Burger King	93	88	5	-	-
Swensen's	328	126	13	167	22
Dairy Queen	447	225	2	220	-
Sizzler	66	53	13	-	-
The Coffee Club	410	34	27	-	349

ร้าน	จำนวนสาขา	บริษัทลงทุนเอง		แฟรนไชส์	
		ในประเทศ	ต่างประเทศ	ในประเทศ	ต่างประเทศ
Thai Express	66	7	38	-	21
Riverside	56	-	56	-	-
BreadTalk	46	46	-	-	-
อื่นๆ	105	38	52	-	17
รวมทั้งสิ้น	2,064	866	206	475	517

การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางการจำหน่ายแบ่งได้ 3 ช่องทาง คือ

1. การรับประทานในร้าน (Dine-in)
2. การบริการจัดส่งถึงบ้าน (Delivery) ได้แก่ The Pizza Company, Swensen's, Burger King, Sizzler และ Dairy Queen ทั้งนี้ ในส่วนของ "The Pizza Company" บริษัทได้จัดตั้งสาขาเพื่อให้บริการจัดส่งถึงบ้านเพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วกรุงเทพฯ และปริมณฑล รวมทั้งตามต่างจังหวัดที่บริษัทมีสาขาตั้งอยู่ โดยกำหนดให้มีเวลาตั้งแต่การสั่งสินค้าจนถึงการรับสินค้าภายใน 30 นาที
3. การซื้อกลับบ้าน (Take away) ได้แก่ The Pizza Company, Swensen's, Dairy Queen, Burger King, Breadtalk, Sizzler (เฉพาะสลัด)

ทั้งนี้ ช่องทางการจำหน่ายส่วนใหญ่จะเป็นการรับประทานในร้านและการจัดส่งถึงบ้าน โดยสาขาส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในย่านศูนย์การค้า แหล่งธุรกิจ และย่านชุมชน

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นลูกค้าระดับกลางขึ้นไป ยกเว้นสำหรับไอศกรีม Dairy Queen ซึ่งเจาะกลุ่มลูกค้าตั้งแต่ระดับล่างขึ้นไป โดยลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นทั้ง เด็ก วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่ กลุ่มครอบครัวและกลุ่มคนทำงาน

2.2.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

ข้อมูลด้านการตลาดและภาวะการแข่งขัน ส่วนหนึ่งเป็นข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เป็นการรวบรวมข้อมูลเผยแพร่จากส่วนราชการและภาคอุตสาหกรรม ข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งซึ่งเป็นข้อมูลที่บริษัทว่าจ้างหน่วยงานภายนอกเป็นผู้จัดทำเป็นรายปี

ธุรกิจร้านอาหารที่มีสาขาในประเทศไทย

ในปี 2560 บริษัทคาดว่าตลาดโดยรวมของธุรกิจอาหารบริการด่วนจะยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งบริษัทคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตที่ดีกว่าปีที่ผ่านมา เนื่องจากผลกระทบเชิงบวกจากการเปิดเสรีการค้าของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC (ASEAN Economic Community) และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคของประเทศไทยในปัจจุบัน โดยคาดว่าอัตราการเติบโตของยอดขายร้านสาขาเดิม (Same Store Sales) จะอยู่ระดับเดียวกับการเติบโตของ GDP ซึ่งจะขยายตัวอยู่ในช่วงร้อยละ 2.5-3.0 โดยบริษัทได้เล็งเห็นถึงความเสี่ยงในด้านอัตราเงินเฟ้อในปี 2560 และได้วางแผนในเรื่องการเตรียมความพร้อมในการทำสัญญาซื้อวัตถุดิบกับคู่ค้า (Suppliers) เพื่อกำหนดราคาหรือจำนวนและคุณภาพของวัตถุดิบในระยะยาว

ตารางเปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจร้านอาหารบริการด่วนสโตร์ตะวันตกในประเทศไทย						
รายได้ (ล้านบาท)	2558		2559		2560 (ประมาณการ)	
	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ
คาเฟ่	6,912	12.6	8,314	13.6	10,063	15.1

ตารางเปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจร้านอาหารบริการด่วนสไตล์ตะวันตกในประเทศไทย						
รายได้ (ล้านบาท)	2558		2559		2560 (ประมาณการ)	
	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ
ร้านอาหาร	22,143	40.3	24,166	39.7	25,236	37.9
ร้านอาหารจานด่วน	20,441	37.2	22,759	37.4	25,223	37.9
ไอศกรีมและเบเกอรี่	5,426	9.9	5,693	9.3	6,063	9.1
ตลาดรวม	54,922	100.0	60,931	100.0	66,585	100.0
บมจ. เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป	17,177	31.3	19,644	32.2	20,909	31.4

ที่มา: บริษัทในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มขนาดใหญ่ที่สุด 500 บริษัทแรก จากกระทรวงพาณิชย์ และประมาณการของบริษัท

หมายเหตุ: รายได้ของบริษัท เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) รวมรายได้ของแฟรนไชส์ในประเทศไทย

สภาพการแข่งขันและคู่แข่ง

สภาพการแข่งขันและคู่แข่งในอุตสาหกรรมอาหารสไตล์ตะวันตก แยกตามประเภทอาหาร มีดังนี้

1. คาเฟ่

- ตลาดรวมของคาเฟ่ มีมูลค่ากว่า 10,000 ล้านบาท คิดเป็นส่วนแบ่งในธุรกิจร้านอาหารสไตล์ตะวันตกร้อยละ 15.1
- ปัจจุบัน สตาร์บัค ยังคงเป็นผู้นำในตลาดคาเฟ่อยู่ ด้วยมูลค่าส่วนแบ่งตลาดเป็นทีหนึ่งและจำนวนสาขาที่มากถึง 321 สาขาทั่วประเทศไทย

2. ร้านอาหาร (Casual Dining)

ปัจจุบัน ธุรกิจอาหารแคชวล ได้นำมีมูลค่ารวมมากกว่า 25,000 ล้านบาท โดยเดอะ พิชซ่า คอมปะนี ชิซซ์เลอว์ และ The Coffee Club รวมกันแล้วมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 39

2.1 พิชซ่า มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ประมาณ 7,000 ล้านบาท

- ในปี 2560 อัตราการเติบโตร้อยละ 3
- แนวโน้มตลาดในอนาคตสำหรับพิชซ่าจะเน้นเรื่องนวัตกรรมใหม่ และการคิดค้นและพัฒนาเมนูใหม่ๆ ควบคู่กับการทำการส่งเสริมการขายและการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มพูนการรับรู้แบรนด์ของพิชซ่าของผู้บริโภค และทำให้ผู้ที่ไม่ทานพิชซ่าหันมาบริโภคพิชซ่ามากขึ้น พร้อมกันนี้บริษัทได้ดำเนินการปรับปรุงร้านให้มีความทันสมัย และยังได้เพิ่มช่องทางการขายผ่านระบบออนไลน์
- ณ 31 ธันวาคม 2560 เดอะ พิชซ่า คอมปะนี มีสาขาในประเทศไทยทั้งสิ้นจำนวน 337 สาขา เป็นเจ้าของเองจำนวน 249 สาขา (รวมสาขาที่อยู่ในสนามบิน 3 สาขา) และแฟรนไชส์จำนวน 88 สาขา โดยคู่แข่งหลักคือ พิชซ่า อัท มีสาขาจำนวน 110 แห่ง และโดมิโน่ พิชซ่า มีสาขาจำนวน 32 แห่ง

2.2 สเติร์ก ชีฟู้ด และสลัด มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ประมาณ 2,780 ล้านบาท

- ชิซซ์เลอว์ ใช้กลยุทธ์ในการให้ความสำคัญกับกระแสสุขภาพตามพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง และคิดค้นพัฒนาเมนูอาหารใหม่ๆ ตามฤดูกาลวัตถุดิบ ผักและผลไม้
- ในแง่การแข่งขัน ชิซซ์เลอว์ ไม่มีคู่แข่งโดยตรงในร้านอาหารประเภทเดียวกัน แต่จะเป็นในรูปแบบของส่วนแบ่งการตลาดในการทานอาหารของผู้บริโภคจากพฤติกรรมการทานอาหารนอกบ้าน ทั้งจากร้านอาหารสุกี้ร้านอาหารนานาชาติ อิตาลี ญี่ปุ่น จีน หรือร้านอาหารไทยทั่วไป

2.3 อาหารและกาแฟ มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ประมาณ 700 ล้านบาท

- Signature Blend คือความโดดเด่นของรสชาติกาแฟที่ The Coffee Club ใช้ดึงดูดลูกค้า โดยการผสมเมล็ดกาแฟสองสายพันธุ์ ระหว่างอาราบิก้าที่ให้รสชาติเข้มข้นออกเปรี้ยว เพิ่มความสดชื่นจากโคลัมเบีย และจากบราซิลที่มีกลิ่นหอมรสชาติปานกลาง นำมาผสมกับโรบัสต้า ที่ใช้ของพรีเมียมจากอินเดีย ช่วยให้รสชาติกลมกล่อมเข้ากันอย่างลงตัวโดยใช้มาตรฐานเดียวกับที่ออสเตรเลีย และ All Day Breakfast ที่ให้ลูกค้าเข้ามาทานอาหารประเภทอาหารเช้าในเวลาใดก็ได้
- ปัจจุบัน The Coffee Club มีสาขาทั้งสิ้นจำนวน 34 สาขา ตั้งอยู่ใน พัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่ สมุย หัวหิน สยามบิณฑอนเมือง สยามบิณฑอนภูเก็ต สยามบิณฑอนสุพรรณบุรี และกรุงเทพฯ โดยเป็นเจ้าของเองทั้งหมด ร้านค้าส่วนใหญ่ตั้งอยู่ตามย่านศูนย์การค้า แหล่งธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยว ในทำเลที่เดินทางสะดวก ปัจจุบันคู่แข่งชั้นนำ อาทิเช่น Greyhound มีทั้งหมด 14 สาขาอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ส่วน Dean & DeLuca มี 12 สาขา
- ในปี 2560 มีอัตราการเติบโตโดยยอดขายร้อยละ 36

3. ร้านอาหารจานด่วน หรือ ฟาสต์ฟู้ด

- ปัจจุบัน ธุรกิจอาหารจานด่วนในประเทศไทยมีมูลค่าราว 25,000 ล้านบาท โดยเบอร์เกอร์ คิง มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ประมาณ 1,600 ล้านบาทในปี 2560
- ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เบอร์เกอร์ คิง มีสาขาทั้งสิ้นจำนวน 88 สาขา (รวมสาขาที่อยู่ในสยามบิณฑอน 14 สาขา) ส่วนคู่แข่งชั้นนำ อาทิเช่น เค เอฟ ซี มีสาขาทั้งสิ้นจำนวน 600 สาขา และแมคโดนัลด์ มีสาขาจำนวน 252 สาขา

4. ไอศกรีม และเบเกอรี่

ภาพรวมสินค้าประเภทไลฟ์สไตล์ฟู้ดส์ อาทิเช่น เบเกอรี่ ขนมปัง ไอศกรีม โดนัท ยังคงเติบโตเพิ่มขึ้นจากกิจกรรมทางการตลาดรายการส่งเสริมการขาย แนะนำเมนูใหม่ และการเปิดสาขาใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องของทุกกลุ่มสินค้า ธุรกิจไอศกรีม และเบเกอรี่ มีมูลค่ารวมมากกว่า 6,000 ล้านบาท โดย สเวนเซนส์ และแคร์วีน ยังคงรักษาตำแหน่งผู้นำตลาดไอศกรีมไว้ได้อย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2560 ไอศกรีมสเวนเซนส์ มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณ 3,900 ล้านบาท และแคร์วีน มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณ 2,300 ล้านบาท

- ปัจจุบัน สเวนเซนส์ มีสาขาในประเทศไทยทั้งสิ้นจำนวน 293 สาขา (เป็นเจ้าของเอง 126 สาขา (รวมสาขาที่อยู่ในสยามบิณฑอน 1 สาขา) และขายแฟรนไชส์ในประเทศ 167 สาขา) ส่วนคู่แข่งอย่างบาสกิ้น รอบบิ้น มีสาขาทั้งสิ้นจำนวน 36 แห่ง ฮาเก้น ดาส มีสาขาทั้งสิ้นจำนวน 25 แห่ง และโคลด์สโตนมี 19 สาขา
- ปัจจุบัน แคร์วีนในประเทศไทยมีสาขาทั้งสิ้นจำนวน 445 สาขา (เป็นเจ้าของเอง 225 สาขา (รวมสาขาที่อยู่ในสยามบิณฑอน 12 สาขา) และขายแฟรนไชส์ในประเทศ 220 สาขา) ส่วนคู่แข่งเช่น เค เอฟ ซี ซอฟท์ไอศกรีม มีสาขาทั้งสิ้นจำนวน 600 สาขา และแมคโดนัลด์ ซอฟท์ไอศกรีม มีสาขาทั่วประเทศทั้งสิ้น จำนวน 252 สาขา

กลยุทธ์ทางการตลาด

บริษัทมีกลยุทธ์ทางตลาดและการขาย ดังนี้

1. เน้นการบริการลูกค้าให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจอย่างสูงสุด (100% customer satisfaction) ใช้กลยุทธ์เพื่อยกระดับมาตรฐานการบริการ หาทำเลที่ตั้งร้าน คุณภาพผลิตภัณฑ์
2. เน้นในการให้บริการด้วยสินค้าที่มีคุณภาพ พร้อมทั้งการพัฒนาสินค้าใหม่และเมนูอาหารใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง
3. เน้นการเปิดสาขาในศูนย์การค้า แหล่งธุรกิจ และย่านชุมชน
4. ในส่วนของการบริการจัดส่งถึงบ้าน ได้กำหนดให้จัดส่งภายในเวลา 30 นาที
5. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับพันธมิตรและบัตรเครดิตต่าง ๆ

6. เน้นการขยายสาขาด้วยระบบแฟรนไชส์สำหรับ The Pizza Company, Swensen's, Dairy Queen, The Coffee Club และ Thai Express โดย The Minor Food Group Singapore ทั้งนี้ รวมถึงการขยายธุรกิจแฟรนไชส์ในตลาดประเทศไทยและต่างประเทศ
7. มีการจัดตั้งเมนูหรือการปรับราคาเพื่อให้เกิดความคุ้มค่าแก่ลูกค้า (Price Value)

นโยบายราคา

เนื่องจากธุรกิจอาหารบริการด่วนเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง การตั้งราคาสินค้าของบริษัทได้คำนึงถึงต้นทุนของสินค้าและการบริการรวมถึงราคาของคู่แข่งในตลาดและสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน

2.2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่เป็นการผลิตและจำหน่ายอาหารบริการด่วน ผ่านรูปแบบของสาขา จำนวนมากกว่า 2,000 แห่ง โดยบริษัทได้ลงทุนใน โรงงานผลิตชีสและไอศกรีม เพื่อรองรับธุรกิจร้านอาหารในเครือตลอดจนบริษัทคู่ค้าอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มบริษัทอีกด้วย

วัตถุดิบและแหล่งที่มา

วัตถุดิบในการผลิตของบริษัท แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. วัตถุดิบที่เป็นอาหารแช่แข็ง ได้แก่ เนื้อไก่แปรรูป เนื้อหมูแปรรูป เนื้อวัวแปรรูป อาหารทะเลประเภทต่างๆ เนยแข็ง ไอศกรีม มันทิ้งแช่แข็ง ผักและผลไม้แช่แข็ง เป็นต้น
2. วัตถุดิบที่เป็นอาหารสด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์นม ไข่ไก่ ผักและผลไม้สด เป็นต้น
3. วัตถุดิบอื่นๆ ได้แก่ นมผง แป้ง ขนมอบี เครื่องเทศ อาหารกระป๋อง ผลไม้แปรรูป น้ำมันพืช กาแฟ น้ำตาล เครื่องดื่มและบรรจุภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ เป็นต้น

ที่มาของวัตถุดิบแต่ละประเภท มาจาก 2 แหล่งด้วยกัน คือ

1. แหล่งที่มาภายในประเทศ ได้แก่ นมสด ไข่ไก่ ไข่กรอก เนื้อสัตว์แปรรูปประเภทต่าง ๆ ผัก ผลไม้ แป้ง น้ำตาล อาหารกระป๋อง เครื่องดื่มและบรรจุภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 60-65 ของวัตถุดิบทั้งหมดโดยประมาณ
2. แหล่งที่มาจากต่างประเทศ แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ
 1. การซื้อผ่านตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย ได้แก่ มันทิ้งแช่แข็ง ผักและผลไม้แช่แข็ง เครื่องเทศ อัลมอนต์ เมล็ดกาแฟ ส่วนประกอบต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตและแต่งหน้าไอศกรีม เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 15-20 ของวัตถุดิบทั้งหมดโดยประมาณ
 2. การนำเข้าจากต่างประเทศโดยตรง ได้แก่ เนยแข็ง นมผงพว่องมันเนย ส่วนประกอบอื่นๆ ที่ใช้ในการผลิตไอศกรีม อาหารกระป๋อง เนื้อวัวแปรรูปบางประเภท เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 15-20 ของวัตถุดิบทั้งหมดโดยประมาณ

วัตถุดิบหลักในการผลิตสินค้าของแต่ละแบรนด์ มีดังนี้

1. The Pizza Company วัตถุดิบหลักคือ แป้งพิซซ่า เนยแข็ง เนื้อหมูแปรรูป เนื้อไก่แปรรูป และอาหารทะเล ซึ่งบริษัทจัดซื้อจากต่างประเทศ บริษัทในกลุ่มเดียวกันและผู้จำหน่ายภายในประเทศ
2. Burger King มีวัตถุดิบหลักคือ ขนมอบี มันทิ้งแช่แข็ง เนยแข็ง และเนื้อวัวแปรรูป เนื้อหมูแปรรูป เนื้อไก่แปรรูป ซึ่งบริษัทสั่งซื้อจากต่างประเทศและผู้จำหน่ายในประเทศ
3. Swensen's, Dairy Queen และบริษัท ไมเนอร์ แคร์ จำกัด มีวัตถุดิบหลักในการผลิตไอศกรีมคือ นมผงพว่องมันเนย ผลิตภัณฑ์จากนม และส่วนประกอบต่างๆ ที่ใช้ในการแต่งหน้าไอศกรีม (Topping) ซึ่งสั่งซื้อจากต่างประเทศโดยตรง และผ่านตัวแทนจำหน่ายในประเทศ

4. Sizzler มีวัตถุดิบหลักคือ เนื้อวัวแปรรูป เนื้อหมูแปรรูป เนื้อไก่แปรรูป อาหารทะเลแช่แข็ง ขนมปัง ข้าว เนยแข็ง ผักและผลไม้ชนิดต่างๆ โดยเนื้อสัตว์บางประเภคนั้น ทำการสั่งซื้อจากต่างประเทศโดยตรง และผ่านผู้จำหน่ายในประเทศ
5. The Coffee Club มีวัตถุดิบหลักคือ เมล็ดกาแฟ เนื้อวัวแปรรูป เนื้อหมูแปรรูป เนื้อไก่แปรรูป อาหารทะเลแช่แข็ง ขนมเค้ก เครื่องปรุงอาหาร ผลิตภัณฑ์นม และเครื่องดื่มประเภทต่างๆ ซึ่งบริษัทสั่งซื้อผ่านผู้จำหน่ายในประเทศ
6. The Minor Food Group Singapore มีวัตถุดิบหลักคือ เนื้อวัวแปรรูป เนื้อหมูแปรรูป เนื้อไก่แปรรูป อาหารทะเลแช่แข็ง และเครื่องปรุงอาหารต่างๆ โดยส่วนใหญ่บริษัททำการสั่งซื้อจากต่างประเทศผ่านผู้จำหน่ายในประเทศ

2.3 ธุรกิจจัดจำหน่ายและรับจ้างผลิตสินค้า

2.3.1 ลักษณะธุรกิจ

บริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.92 ในบริษัท ไมเนอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ("MINOR") (รวมส่วนที่ถือหุ้นโดย MFG ร้อยละ 8.35) ซึ่งเป็นผู้นำในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายสินค้าซึ่งนำเข้ามาจากต่างประเทศและรับผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การจัดจำหน่ายสินค้าประเภทเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม กระเป๋า และรองเท้า

- แบรินด์เอสปริ (Esprit) ประกอบด้วยเสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับและเครื่องแต่งกายสำหรับสุภาพบุรุษ สุภาพสตรี วัยรุ่นและเด็ก นำเข้าจากประเทศฮ่องกง
- แบรินด์บอสินี (Bossini) ประกอบด้วยเสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับสุภาพบุรุษ สุภาพสตรี วัยรุ่นและเด็ก ซึ่งนำเข้าจากประเทศฮ่องกง
- แบรินด์แก๊ป (GAP) ประกอบด้วยเสื้อผ้าสำเร็จรูปแนวร่วมสมัยสำหรับสุภาพบุรุษ สุภาพสตรี วัยรุ่นและเด็ก ซึ่งนำเข้าจากประเทศสหรัฐอเมริกา
- แบรินด์บานาน่า รีพับลิค (Banana Republic) ประกอบด้วยเสื้อผ้าสำเร็จรูป และเครื่องประดับแนวร่วมสมัยสำหรับสุภาพบุรุษ สุภาพสตรี นำเข้าจากประเทศสหรัฐอเมริกา
- แบรินด์ชาร์ลส์ แอนด์ คีธ (Charles and Keith) ประกอบด้วยรองเท้า กระเป๋า และเครื่องประดับ สำหรับสุภาพสตรี นำเข้าจากประเทศสิงคโปร์
- แบรินด์เพโดร (Pedro) ประกอบด้วยรองเท้า และเครื่องประดับ สำหรับสุภาพบุรุษ และสุภาพสตรี นำเข้าจากประเทศสิงคโปร์
- แบรินด์บรูคส์ บราเธอร์ส (Brooks Brothers) ประกอบด้วยเสื้อผ้าสำเร็จรูปชั้นนำสำหรับสุภาพบุรุษ และสุภาพสตรี นำเข้าจากประเทศสหรัฐอเมริกา
- แบรินด์เอแตม (ETAM) ประกอบด้วยชุดชั้นใน และชุดนอนสำหรับสุภาพสตรี นำเข้าจากประเทศฝรั่งเศส
- แบรินด์แรดลีย์ ลอนดอน (Radley London) ประกอบด้วยกระเป๋า และเครื่องประดับ สำหรับสุภาพสตรี นำเข้าจากประเทศอังกฤษ
- แบรินด์อเนลโล (Anello) ประกอบด้วยกระเป๋าแฟชั่นวัยรุ่น กระเป๋าเดินทาง นำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น
- แบรินด์โอวีเอส (OVS) ประกอบด้วยเสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับและเครื่องแต่งกายสำหรับสุภาพบุรุษ สุภาพสตรี วัยรุ่นและเด็ก นำเข้าจากประเทศอิตาลี

การจัดจำหน่ายสินค้าเครื่องใช้ในบ้านและเครื่องครัว

- แบรินด์สวิลลิง เจเอ เฮงเคิลส์ (Zwilling J.A. Henckels) ประกอบด้วยเครื่องใช้สแตนเลส สตีล คุณภาพสูง อาทิ เช่น มีด ช้อน หม้อ กระทะ อุปกรณ์ประกอบอาหาร ภาชนะเครื่องครัวต่างๆ และอุปกรณ์ตกแต่งเล็บ ซึ่งนำเข้าจากประเทศเยอรมนี
- แบรินด์โจเซฟ โจเซฟ (Joseph Joseph) ประกอบด้วยของอุปกรณ์ที่ใช้ในครัวเรือน เน้นการออกแบบที่ง่ายต่อการใช้สอยและรูปแบบที่ทันสมัย จากประเทศอังกฤษ

การจัดจำหน่ายสินค้าและอุปกรณ์ทางการศึกษา

- อีทีแอล (ETL) อุปกรณ์และหนังสือเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับภาษาอังกฤษ ไทย และความรู้รอบตัวของเด็กที่มีความทันสมัย โดยเป็นอุปกรณ์ที่สามารถโต้ตอบ (Interact) กับเด็ก และ Learning by Doing เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ
- เอ็มไอเอส (MIS) สื่อการเรียนรู้สำหรับเด็กโดยมีหนังสือและอุปกรณ์เสริมที่ทันสมัย ปากกาพูดได้เพื่อใช้ในการเรียนรู้แบบ Interactive เพิ่มทักษะทางด้านภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และความรู้รอบตัวของเด็ก
- ฮัลโล เทดดี้ (Hello Teddy) สื่อการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ไทย โดยมีหนังสือและอุปกรณ์เสริมที่ทันสมัย ปากกาพูดได้ เพื่อใช้ในการเรียนรู้แบบ Interactive เป็นการเตรียมความพร้อมทางด้านภาษาให้เด็กไทยเข้าสู่ AEC
- เบรนเช็กเกอร์ (BrainChecker) ศาสตร์การวิเคราะห์ ค้นหาศักยภาพ จากลายนิ้วมือ

การรับผลิตสินค้าอุปโภค

บริษัทดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการรับผลิตสินค้าอุปโภคและสินค้าในครัวเรือน ได้แก่ น้ำหอมปรับอากาศในรถยนต์ ยาฆ่ารถยนต์ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด น้ำยาปรับผ้านุ่ม และน้ำยาล้างจาน ภายใต้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียง เช่น WET ONES, GLADE ALFA, CARGLO, MAGIC CLEAN, PED, ALPO, DAILY FRESH, FARCENT เป็นต้น ลูกค้าสำคัญคือบริษัทต่างประเทศที่ผลิตสินค้าอุปโภคและจัดจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ เช่น บริษัท เอส.ซี.จอห์นสัน แอนด์ซัน (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท คอลเกต ปาล์ม-โอลิฟ (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท คาโอ อินดัสเตรียล (ประเทศไทย) จำกัด เป็นต้น รวมทั้งรับผลิตผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่ใช้ในอุตสาหกรรมบริการให้กับ Diversey Hygiene

การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

ลักษณะการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์กลุ่มเสื้อผ้าและเครื่องสำอางแบ่งเป็น 3 ช่องทางคือ 1) ช่องทางจำหน่ายปลีกให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยวางจำหน่ายในร้านค้าของบริษัทเองหรือจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าต่างๆ 2) ช่องทางจำหน่ายให้ลูกค้าองค์กรที่มีงบประมาณเพื่อให้พนักงานและผู้บริหาร และมีงบประมาณทางการตลาดเพื่อจัดหาของแถมและของกำนัลแก่ลูกค้า และ 3) ช่องทางการจำหน่ายสินค้าทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce)

บริษัทเห็นว่าผู้ใช้งานทางอินเทอร์เน็ตและทำธุรกรรมซื้อขายสินค้าออนไลน์มีจำนวนที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ในปลายปี 2560 ได้มีการเปิดดำเนินการธุรกิจเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ www.anello.co.th ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าแบรนด์ออนไลน์

กลุ่มเป้าหมาย

เนื่องจากสินค้าเสื้อผ้าและเครื่องสำอางมีความหลากหลาย ครอบคลุมทุกเพศ ทุกวัย ดังนั้น ฐานลูกค้าของธุรกิจที่เกี่ยวกับการจัดจำหน่ายสินค้าจึงครอบคลุมทั้งหญิงและชาย ในทุกช่วงอายุ โดยกลุ่มลูกค้าหลักคือ นักศึกษา กลุ่มคนทำงานรุ่นใหม่ แม้บ้านตลอดจนนักธุรกิจ ผู้ที่สนใจในเรื่องแฟชั่นและการแต่งตัว มีรายได้อยู่ในระดับ B ขึ้นไป

สำหรับธุรกิจที่เกี่ยวกับการรับผลิตสินค้า ลูกค้าหลักของบริษัทเป็นบริษัทต่างชาติ ที่มียอดการสั่งซื้อสินค้าอุปโภคเป็นจำนวนมาก ทั้งเพื่อใช้ในประเทศและส่งออกไปยังประเทศใกล้เคียง

2.3.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

แบรนด์เอสปรี (Esprit)

ถึงแม้ธุรกิจแฟชั่นมีคู่แข่งชั้นอยู่ในตลาดเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงหลายปีที่ผ่านมา Fast fashion หลายแบรนด์ เข้ามาทำตลาดอย่างรวดเร็วและนำกลด้วยการลงทุนที่สูง ทั้งขนาดร้านค้าและมีสินค้าที่มีความหลากหลาย และการตั้งราคาที่ต่ำน่าดึงดูด ทำให้มีผลกระทบต่อแบรนด์ที่เคยมีความแข็งแกร่งในตลาด เพราะผู้บริโภคมีทางเลือกในเรื่องของสินค้าที่มีความโดดเด่นทางด้านรูปแบบที่ทันสมัย แต่อย่างไรก็ตาม แบรนด์เอสปรียังมีจุดเด่นที่แตกต่างในเรื่องการรักษาคุณภาพที่สูง และยังคงการผลิตสินค้าที่ตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่พอใจในเรื่องคุณภาพสินค้าและความทนทาน ไม่แพ้แบรนด์อื่นใดในไทย สบายเหมาะกับสรีระสำหรับคนวัยทำงานอายุ 30 ปีขึ้นไป ในขณะที่หาไม่ได้จากแบรนด์ fast fashion ใหม่ ๆ ในตลาด ซึ่งแบรนด์ดังกล่าวมีคุณภาพต่ำกว่าและหมดสมัยเร็ว ดังนั้น การทำโปรแกรมบริหารความพึงพอใจของลูกค้าสมาชิก (Minor Plus) เพื่อรักษากลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ได้มีการทำอย่างต่อเนื่อง เช่น การติดต่อของสินค้าใหม่ การให้ส่วนลดพิเศษ การดูแลลูกค้าในวันสำคัญ และ ณ สิ้นปี 2560 แบรนด์เอสปรีมีจำนวนจุดจำหน่ายในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 81 แห่ง

แบรนด์แก๊ป (GAP)

แบรนด์แก๊ปเป็นหนึ่งในสินค้าอเมริกันแบรนด์ที่มีประวัติอันยาวนาน ซึ่งนำเสนอสินค้าที่มีรูปแบบเบสิก สวมใส่ได้ในทุกโอกาสสไตล์อเมริกัน เสน่ห์ของโลกที่กลายเป็นสัญลักษณ์สำคัญบนเสื้อยืดยังเป็นจุดขายตลอดมา การทำตลาดของแก๊ปคือ มุ่งเน้นหาทำเลขายใจกลางกรุงเทพในแหล่งช้อปปิ้งของคนเมืองและชาวต่างประเทศ รวมถึงต่างจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวของชาวต่างประเทศ ณ สิ้นปี 2560 แบรนด์แก๊ปมีจำนวนจุดจำหน่ายในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 14 แห่ง

แบรนด์บานาน่า รีพับลิค (Banana Republic)

แบรนด์บานาน่า รีพับลิค ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2521 ที่เมืองซานฟรานซิสโก ประเทศสหรัฐอเมริกา ปัจจุบันมีสาขากว่า 600 แห่งทั่วโลก เป็นเสื้อผ้าร่วมสมัยสไตล์โมเดิร์นอเมริกันสำหรับบุรุษและสตรี มีการออกแบบที่เน้นความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ลงตัวในทุกโอกาส ทั้งในวันทำงาน วันหยุด และในโอกาสพิเศษ (Everyday American Wear) การตลาดมุ่งเน้นหาทำเลขายใจกลางกรุงเทพมหานครในแหล่งช้อปปิ้งของคนเมืองและชาวต่างประเทศ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือ คนวัยทำงานอายุ 25-45 ปี แบรนด์บานาน่า รีพับลิค มีจำนวนจุดจำหน่ายในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 6 แห่ง

แบรนด์บอสสินี (Bossini)

กลุ่มสินค้าที่อยู่ในระดับเดียวกับแบรนด์บอสสินีนั้น มีทั้งที่นำเข้าจากต่างประเทศ เช่น Giordano, Body Glove และผลิตในประเทศ เช่น Portland ซึ่งล้วนแต่อยู่ในตลาดมาเป็นเวลานาน และแม้ว่าจะมีการแข่งขันค่อนข้างสูงทั้งในด้านราคา และการส่งเสริมการขายในรูปแบบใหม่ๆ แบรนด์บอสสินี ยังเป็นแบรนด์ที่มีจุดแข็งในเรื่องผลิตภัณฑ์กันหนาวที่มีคุณภาพ เช่น เสื้อกันหนาวขนเป็ดและเสื้อแจ็คเก็ต รวมไปถึงเสื้อยืดใส่สบายที่มีรูปแบบสวยและคุณภาพดี บริษัทคาดการณ์ว่าแบรนด์บอสสินียังมีโอกาสเติบโตไปกับการขยายตัวของห้างสรรพสินค้าทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ณ สิ้นปี 2560 แบรนด์บอสสินี มีจำนวนจุดจำหน่ายในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 82 แห่ง

แบรนด์บรูคส์ บราเธอร์ส (Brooks Brothers)

เสื้อผ้าชั้นนำ ที่มีมาร่วมสองศตวรรษ ได้ก่อตั้งขึ้นมาเมื่อปี 2361 ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา บรูคส์ บราเธอร์สเป็นแบรนด์แรกที่จำหน่ายสูทแบบเรดี้ ทูแวร์ จนกลายเป็น แบรนด์ที่ได้รับความนิยมจากประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา รวมถึงคนที่ 44 อย่างบารัก โอบามา ด้วยพัฒนาการของงานออกแบบเสื้อผ้าสุภาพบุรุษและสุภาพสตรีทั้งแบบเป็นทางการและแบบไลฟ์สไตล์ ทำให้บรูคส์บราเธอร์สประสบ

ความสำเร็จในประเทศสหรัฐอเมริกา และได้ขยายตลาดสู่ต่างประเทศ ณ สิ้นปี 2560 แบรินด์บรู๊คส์ บราเธอร์ส มีจำนวนจุดจำหน่ายในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 7 แห่ง

แบรินด์ชาร์ลส์ แอนด์ คีธ (Charles & Keith)

ตลาดรองเท้าและกระเป๋าสำหรับสุภาพสตรี ในประเทศไทยมีทั้งแบรนด์ยี่ห้อที่นำเข้า และแบรนด์ยี่ห้อที่ผลิตในประเทศ รองเท้าที่นำเข้ามักจะได้รับความนิยมในรูปแบบที่ทันสมัย มีวัสดุที่แตกต่างซึ่งหาไม่ได้ในประเทศ และการออกแบบที่สวยงาม กลุ่มรองเท้านำเข้าส่วนใหญ่จะเป็นแบรนด์ที่มีการวางตำแหน่งระดับบนและราคาสูง ดังนั้น แบรินด์ชาร์ลส์ แอนด์ คีธ ยังคงเน้นการตลาดในกลุ่มค้าระดับกลาง โดยนำเสนอสินค้านำเข้าที่มีการออกแบบที่ไม่น้อยไปกว่าสินค้าในกลุ่มระดับบน แต่ไม่ถึงการเป็นแบรนด์นำเข้า และการทำราคาที่ต้องสนองความต้องการของผู้บริโภคเป้าหมาย แม้ว่าจะมีแบรนด์ยี่ห้อกระเป๋าสตรีที่ผลิตในประเทศเป็นคู่แข่ง แต่ แบรินด์ชาร์ลส์ แอนด์ คีธ ยังคงเน้นการออกแบบ และปรับกลยุทธ์ด้านราคา ซึ่งทำให้แบรนด์ยังคงรักษาส่วนแบ่งตลาดของสินค้ากลุ่มนี้ไว้ได้ การเติบโตของแบรนด์ เน้นการรักษาฐานลูกค้า คุณภาพการบริการของพนักงานขายให้เป็นหนึ่งในการดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และการใช้โปรแกรมบริหารความพึงพอใจลูกค้าสมาชิก (Minor Plus) ณ สิ้นปี 2560 ชาร์ลส์ แอนด์ คีธ มีจำนวนจุดจำหน่ายในประเทศไทยทั้งสิ้น 34 แห่ง

แบรินด์เพโดร (Pedro)

เนื่องจากในปัจจุบันสุภาพบุรุษได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับภาพลักษณ์และการแต่งตัวเพิ่มสูงขึ้น จึงทำให้ตลาดรองเท้าและเครื่องประดับของสุภาพบุรุษนั้น ถูกจับตามองว่าเป็นตลาดใหม่ เพื่อสุภาพบุรุษที่รักการแต่งตัวด้วยดีไซน์ และไม่ชอบการซื้อรองเท้าในห้างสรรพสินค้าที่มีความหลากหลายแต่ไม่มีความแตกต่าง โดยจุดเด่นของแบรินด์เพโดรนั้น คือ เป็นเครื่องหนังคุณภาพที่ผสมผสานระหว่างความหรูหราและดีไซน์ที่โดดเด่นร่วมสมัยในราคาที่เหมาะสม ในขณะที่คอลเลกชันสำหรับผู้หญิงก็มีลูกเล่นอันทันสมัยเช่นเดียวกัน การสร้างส่วนแบ่งการตลาดจึงช้ากว่าคู่แข่งอย่างแบรินด์อัลโด (Aldo) และแบรินด์แดปเปอร์ (Dapper) ที่อยู่ในตลาดมานาน การจัดหาทำเลขายในใจกลางกรุงเทพตามแหล่งช้อปปิ้งของคนเมืองและชาวต่างประเทศซึ่งเป็นกลยุทธ์สำคัญ ณ สิ้นปี 2560 แบรินด์เพโดรมีจำนวนจุดจำหน่ายในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 5 แห่ง

แบรินด์แรทลีย์ ลอนดอน (Radley London)

แบรินด์กระเป๋าและเครื่องประดับ สำหรับสุภาพสตรี ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2541 ด้วยผลงานการออกแบบอันโดดเด่น และฟังก์ชันการใช้งานที่ดีเยี่ยม จึงทำให้แบรินด์แรทลีย์ ลอนดอน ได้รับความนิยมและกลายเป็นแบรนด์ชั้นนำระดับโลก อีกทั้งตลาดกระเป๋าสุภาพสตรีในประเทศไทยนั้น ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง แบรินด์แรทลีย์ ลอนดอน จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง โดยเน้นการตลาดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นนักศึกษา วัยทำงานทั้งคนไทยและต่างชาติ ณ สิ้นปี 2560 แบรินด์แรทลีย์ ลอนดอน มีจำนวนจุดจำหน่ายในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 19 แห่ง และมีแผนเปิดสาขาเพิ่มอย่างต่อเนื่องในปี 2561 ทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด

แบรินด์แอนโล (Anello)

แบรินด์กระเป๋าแฟชั่นวัยรุ่นจากประเทศญี่ปุ่น ที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ด้วยลักษณะสินค้าที่มีความโดดเด่นเรื่องประโยชน์ใช้สอย และราคาที่ไม่สูง เน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักเรียน นักศึกษา และวัยเริ่มทำงาน ทั้งสุภาพสตรีและสุภาพบุรุษ ณ สิ้นปี 2560 แบรินด์แอนโลมีจำนวนจุดจำหน่ายทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 96 แห่ง

แบรนด์เอแตม (ETAM)

แบรนด์ชุดชั้นในสุภาพสตรีที่มีมานานร่วม 100 ปี ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2459 ด้วยเอกลักษณ์การออกแบบให้ความสำคัญกับโครงสร้างหน้าอกที่แตกต่างของผู้หญิง ความสวยงามจากลูกไม้ฝรั่งเศส มีความยืดหยุ่นและสวมใส่สบาย จนเป็นแบรนด์ที่ได้รับความนิยมจากสุภาพสตรีทั้งในฝรั่งเศสและทั่วโลก เอแตมได้เข้ามาเป็นทางเลือกใหม่ในตลาดชุดชั้นในสุภาพสตรี ด้วยความสวยงาม และราคาที่แข่งขันได้ให้กับลูกค้ากลุ่มนักศึกษา และคนทำงานในประเทศไทย ที่ให้ความสำคัญกับการแต่งกายแฟชั่นทั้งภายนอกและภายใน ณ สิ้นปี 2560 แบรนด์เอแตมมีจำนวนจุดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าชั้นนำในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 19 แห่ง

แบรนด์โอวีเอส (OVS)

แบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่นอันดับหนึ่งจากประเทศอิตาลี ที่มีการออกสินค้าใหม่ทุกเดือนด้วยรูปแบบล้ำทันสมัยตามกระแสเทรนด์แฟชั่น โอวีเอสได้เปิด “โอวีเอส คิดส์” เป็นร้านแรกที่สนามบินนานาชาติดอนเมือง อาคาร 2 เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2560 สินค้าประกอบด้วยเสื้อผ้าและเครื่องประดับ ตอบสนองครบทุกความต้องการของลูกค้าทุกเพศและวัย ตั้งแต่วัยแรกเกิด วัยเด็ก วัยรุ่น ไปจนถึงวัยทำงาน และครอบคลุมไลฟ์สไตล์ทุกการสวมใส่ทุกโอกาสทั้งลาล่องในวันว่างและวันทำงาน เป็นแบรนด์ที่เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของบริษัทในตลาดกลุ่มใหม่คือ Fast Fashion ที่นำเสนอสินค้าแฟชั่นคุณภาพดีในราคาที่ย่อมเยาตามเทรนด์ของผู้บริโภคยุคใหม่

แบรนด์อีทีแอล (ETL) เอ็มไอเอส (MIS) ฮัลโหล เท็ดดี้ (Hello Teddy) และ เบรนเช็คเกอร์ (BrainChecker)

อีทีแอล (ETL) เป็นสินค้าเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับภาษาอังกฤษ วิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ และความรู้รอบตัวของเด็ก ถึงแม้ว่าการเติบโตของสื่อออนไลน์จะมีผลกระทบต่อธุรกิจประเภทนี้ แต่อีทีแอลเป็นสินค้าที่มีความโดดเด่นในเรื่องการวิจัยและพัฒนาคุณภาพรูปแบบของหนังสือ อุปกรณ์เสริมที่ทันสมัย ช่วยกระตุ้นให้เด็กเกิดความสนใจในการเรียนรู้อยู่เสมอ อีทีแอลจึงเป็นผู้นำตลาดในผลิตภัณฑ์การศึกษาสำหรับเด็กที่มีคุณภาพสูง โดยสินค้าแต่ละชุดจะใช้เวลานานในการพัฒนาและออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

เอ็มไอเอส (MIS) เป็นสินค้าเพื่อการศึกษาสำหรับเด็กด้านภาษาอังกฤษ ภาษาไทย ภาษาจีน ความรู้รอบตัว และพัฒนาไอคิว เอ็มไอเอสมีความโดดเด่นในเรื่องความหลากหลายทางด้านภาษาและมีราคาต่ำ จึงเป็นที่สนใจสำหรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการพัฒนาเด็กทางด้านภาษา

ฮัลโหล เท็ดดี้ (Hello Teddy) เป็นสินค้าที่มีความโดดเด่นด้านภาษาจีนที่ผลิตจากเจ้าของภาษา มีอุปกรณ์เสริมเป็นปากกาพูดได้กระตุ้นให้เด็กสนใจและง่ายต่อการเรียนรู้และมีราคาต่ำ

เบรนเช็คเกอร์ (BrainChecker) การศึกษารูปแบบของลายนิ้วมือทั้ง 10 นิ้ว (Dermatoglyphics Analysis) เป็นศาสตร์การวิเคราะห์ ค้นหาศักยภาพของบุคคลที่ติดตัวมาแต่กำเนิด เป็นสินค้านวัตกรรมใหม่ที่สร้างความสนใจต่อพ่อแม่ ผ่านการสแกนค่าลายนิ้วมือและนำไปแปลงผลเป็นสถิติ เป็นที่นิยมมากกว่า 17 ประเทศ สินค้านี้ในประเทศไทยมีคู่แข่งน้อย อีกทั้งราคาที่จำหน่ายยังเป็นกลุ่มลูกค้าเดียวกับสินค้าหลัก ทำให้สามารถต่อยอดการขายได้

อีทีแอล เอ็มไอเอส ฮัลโหล เท็ดดี้ และ เบรนเช็คเกอร์ มีการขายผ่านระบบการขายตรง มีการชำระค่าสินค้าทั้งระบบเงินสด ระบบเงินผ่อนผ่านบัตรเครดิต และผ่านการหักบัญชีธนาคาร ปัจจุบันมีช่องทางการจำหน่ายหลัก 3 ช่องทาง คือการขายตามบ้าน หรือที่พักรออาศัย การขายโดยผ่านการจัดสัมมนา และการเปิดจุดขายชั่วคราวที่มีลูกค้าพลุกพล่าน เช่น ไฮเปอร์มาร์เก็ต งานแสดงสินค้า เด็ก โรงพยาบาล งานนิทรรศการ หรืองานกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เป็นต้น

แบรนด์สวิลลิง เจเอ เฮงเคิลส์ (Zwilling J.A. Henckels)

ตลาดเครื่องครัวพรีเมียมที่มีราคาในระดับสูงเริ่มมีความอึดตัวของฐานลูกค้าเดิม เนื่องจากสินค้ามีข้อจำกัดและตอบโจทย์ลูกค้าที่มีความต้องการเฉพาะกลุ่ม โดยตลาดหลักยังคงอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร การเติบโตและทิศทางของสวิลลิง เจเอ เฮงเคิลส์ในอนาคตคือ การปรับกลยุทธ์ของสินค้าและราคาให้มีภาวะการแข่งขันที่เหมาะสมกับคู่แข่งในตลาด เพื่อที่จะรองรับการขยายฐานลูกค้าใหม่ๆ พร้อมกับการทำการตลาดเชิงรุกเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดจากธุรกิจในกลุ่มเดียวกันทั้งรายใหญ่และรายเล็ก อีกทั้งการ

มุ่งเน้นทำการตลาดเชิงกิจกรรมและการใช้สื่อดิจิทัล เพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ เป็นแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในวงกว้าง แบรินด์เฮงเคลส์ยังได้เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าทางทีวีโฮมช้อปปิ้ง ซึ่งมีศักยภาพในการเติบโตสูงในกลุ่มสินค้าประเภทเครื่องครัว ในปี 2560 มีการเปิดสาขาใหม่ที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัล เฟสติวัล อีสวิลล์ บนพื้นที่ 117 ตารางเมตร แบรินด์สวิลล์ เจเอ เฮงเคลส์ รวมมีจำนวนจุดจำหน่ายในประเทศไทยรวม 23 แห่ง

แบรินด์โจเซฟ โจเซฟ (Joseph Joseph)

ด้วยคุณสมบัติที่เปลี่ยนไป ลูกค้านักกลุ่มมิลเลนเนียลต้องการสินค้ามากกว่าแค่ฟังก์ชันการใช้งานเพียงอย่างเดียว (Single function) แต่ลูกค้ากลุ่มนี้ต้องการสินค้าที่มีฟังก์ชันการใช้งานมากกว่าหนึ่งอย่างหรือที่เราเรียกว่ามัลติฟังก์ชัน (Multifunction) และทุกๆ ผลิตภัณฑ์ต้องมาพร้อมการออกแบบที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ โจเซฟโจเซฟ แบรินด์ Kitchenware Gadget สัญชาติอังกฤษที่ก่อตั้งตั้งแต่ปี 2546 โดยสองพี่น้อง แอนโทนีและริชาร์ด โจเซฟ โดยทั้งสองออกแบบทุกๆ ผลิตภัณฑ์ของโจเซฟโจเซฟโดยมีรากฐานจากการสังเกตง่ายๆ รอบตัว สังเกตปัญหาต่างๆ อย่างภายในบ้าน และจุดนั้นเองทำให้พวกเขาคิดค้นการแก้ปัญหาเหล่านี้สร้างสรรค์ออกมาในรูปแบบเครื่องครัวที่เป็นเอกลักษณ์และงานดีไซน์ที่โดดเด่น รวมนวัตกรรมการออกแบบให้เข้ากับสไตล์ที่ร่วมสมัย การเน้นไปที่ประสบการณ์การใช้งานจากผู้ใช้และนำปัญหามาออกแบบเพื่อแก้ไขในจุดบกพร่องนั้น คือจุดเด่นและจุดขายสำคัญของแบรินด์โจเซฟโจเซฟที่การันตีด้วยรางวัลในด้านการออกแบบจากทั่วโลก โจเซฟโจเซฟมีวางขายมากกว่า 100 ประเทศ และหนึ่งจุดขายคือประเทศไทย ที่มีจุดขายทั้งหมด 11 จุดขาย และยังเพิ่มช่องทางการจำหน่ายที่โฮมช้อปปิ้งและช่องทางขายสินค้าออนไลน์ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด อีกทั้งยังคงใส่ใจในการสร้างการรับรู้ของแบรนด์และการสร้างแคมเปญทางการตลาดเพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มคนรุ่นใหม่ให้มากยิ่งขึ้น

ธุรกิจเกี่ยวกับการรับผลิตสินค้าอุปโภค ภายใต้บริษัทย่อย นวศรี แมนูแฟคเจอร์ จำกัด

บริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคและสินค้าในครัวเรือนใหญ่ๆ หลายแห่งในประเทศไทย จะมีการว่าจ้างบริษัทอื่นให้เป็นผู้ผลิตสินค้าให้ เนื่องจากบริษัทนั้นๆ ไม่มีนโยบายดำเนินการผลิตเอง หรือมีกำลังการผลิตที่ไม่เพียงพอ ซึ่งคาดว่าแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมนี้จะเพิ่มขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคมีการใช้สินค้าในครัวเรือนเพิ่มมากขึ้น เช่น น้ำหอมปรับอากาศในรถยนต์ น้ำยาขัดรถยนต์ น้ำยาทำความสะอาดสุขภัณฑ์ น้ำยาทำความสะอาดพื้น น้ำยาปรับผ้านุ่ม และผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด เป็นต้น เพื่อความสะดวกสบายและประหยัดเวลาในการทำทำความสะอาด บริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการรับผลิตสินค้าอุปโภค เช่นเดียวกับบริษัท นวศรี แมนูแฟคเจอร์ จำกัด มีอยู่ประมาณ 6-7 ราย โดยมีส่วนแบ่งการตลาดในสินค้าแต่ละชนิดไม่เท่ากัน การแข่งขันในธุรกิจจะเน้นเรื่องต้นทุนการผลิตเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งอำนาจต่อรองราคาจะเป็นของเจ้าของสินค้า เนื่องจากปัจจุบันกำลังการผลิตของผู้รับผลิตสินค้าแต่ละรายยังมีเหลืออยู่มาก ทำให้การแข่งขันด้านราคาเพิ่มสูงขึ้น ในขณะเดียวกัน การส่งออกไปยังต่างประเทศก็เป็นโอกาสที่ทำให้บริษัทเพิ่มยอดขายได้ เนื่องจากต้นทุนการผลิตยังอยู่ในระดับต่ำสำหรับบริษัทผู้ว่าจ้างในต่างประเทศ ประกอบกับคุณภาพของสินค้าที่ผลิตนั้น ดีกว่าผู้ผลิตในภูมิภาคนี้ จึงเป็นข้อได้เปรียบให้บริษัทสามารถผลิตสินค้าให้แก่ลูกค้าเพื่อการส่งออกได้

นโยบายราคา

นโยบายราคาของสินค้ากลุ่มแฟชั่นจะพิจารณาจากต้นทุนและการวางตำแหน่งแบรนด์และสินค้าในตลาดที่เข้าแข่งขัน โดยการเปรียบเทียบกับคู่แข่งในสินค้าแต่ละประเภท และเปรียบเทียบราคาในประเทศใกล้เคียงเพราะสินค้าบางกลุ่มเป็นที่สนใจจากนักท่องเที่ยว

2.3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

สำหรับธุรกิจจัดจำหน่าย บริษัทนำเข้าผลิตภัณฑ์มาจากต่างประเทศ ทั้งจากภูมิภาคเอเชีย ยุโรป ตลอดจนสหรัฐอเมริกา ตามมาตรฐานของบริษัทเจ้าของแบรนด์ (Principal)

วัตถุดิบและแหล่งที่มา

เนื่องจากรูปแบบการทำธุรกิจของบริษัท คือ เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าแบรนด์เนมจากต่างประเทศ จึงเป็นการจัดหาสินค้าสำเร็จรูปนำเข้าและจำหน่ายในประเทศ ผู้ที่เป็นผู้ผลิตสินค้าก็คือเจ้าของแบรนด์สินค้าในสหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ ฮองกง เยอรมันนี ฝรั่งเศส อังกฤษ และญี่ปุ่น จะเลือกลงทุนสร้างฐานการผลิตในต่างประเทศที่มีการจัดหาวัตถุดิบได้ง่ายและประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง รวมไปถึงค่าแรงที่ต่ำกว่าที่จะผลิตในประเทศต้นกำเนิด ดังนั้น ฐานการผลิตจะอยู่ในประเทศจีน อินเดีย บังคลาเทศ และบางชนิดของสินค้าก็จะเป็นประเทศไทย

ยกเว้นกลุ่มโรงงานที่รับผลิตสินค้าอุปโภค วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าอุปโภคต่างๆ ที่บริษัทรับผลิตนั้น เป็นวัตถุดิบที่บริษัทสั่งซื้อจากผู้แทนจำหน่ายในประเทศ ซึ่งวัตถุดิบดังกล่าวมีแหล่งที่มาทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ โดยผู้ว่าจ้างผลิตจะเป็นผู้จัดหาแหล่งวัตถุดิบ ตลอดจนต่อราคาวัตถุดิบกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบโดยตรง ทั้งนี้ บริษัทจะจัดหาวัตถุดิบบางส่วนเอง เพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิต

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทต้องเผชิญความเสี่ยงและความไม่แน่นอนต่างๆ ในการประกอบธุรกิจ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อรายได้ ผลกำไร มูลค่าสินทรัพย์ สภาพคล่อง มูลค่าหุ้น และชื่อเสียงของบริษัท

การจัดการกับความเสี่ยงปัจจุบัน และการกำหนดความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ ซึ่งไม่มีนัยสำคัญในปัจจุบัน แต่อาจมีความสำคัญต่อไปในอนาคต จึงเป็นปัจจัยสำคัญในความสำเร็จและความยั่งยืนของธุรกิจ ปัจจัยความเสี่ยงต่อไปนี้ ได้พิจารณาครอบคลุมทั้งความเสี่ยง ปัจจุบันและความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ของบริษัท ดังนั้น ผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ควรพิจารณาผลกระทบและความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้น รวมถึงพิจารณาถึงปัจจัยความเสี่ยงอื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้นกับบริษัท นอกเหนือจากปัจจัยความเสี่ยงที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ด้วย

1. ความเสี่ยงจากผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจจากความไม่แน่นอนด้านเศรษฐกิจ การเมือง ภาวะภัยธรรมชาติ และเหตุการณ์ร้ายแรง

รายได้ กำไร และแผนการขยายงานของบริษัท ล้วนต้องอาศัยภาคการใช้จ่ายของลูกค้า ผู้บริโภค ตลอดจนความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจได้รับผลกระทบด้านลบจากปัจจัยภายนอกหลายๆ ปัจจัยที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัท เช่น ภาวะเศรษฐกิจถดถอย ความไม่สงบทางการเมือง โรคระบาด หรือภัยธรรมชาติ เป็นต้น และแม้ว่าปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ เหล่านี้เป็นความเสี่ยงโดยทั่วไป ที่ผู้ประกอบการธุรกิจทุกๆ รายต้องเผชิญ แต่บริษัทได้จัดทำมาตรการบริหารความเสี่ยง เพื่อลดผลกระทบด้านลบต่อการดำเนินธุรกิจ และผลประกอบการของบริษัทจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดให้ได้มากที่สุด ซึ่งมาตรการดังกล่าวรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียง

- สร้างความสมดุลของโครงสร้างรายได้ อันประกอบไปด้วยธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจจัดจำหน่ายและรับจ้างผลิต
- สร้างความแข็งแกร่งและความหลากหลายของกลุ่มแบรนด์ของบริษัท เพื่อให้ครอบคลุมหลากหลายตลาด จากเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ จนถึงโรงแรมระดับหรู และจากแฮมเบอร์เกอร์ จนถึงพืชผักและอาหารไทย
- ขยายฐานธุรกิจให้หลากหลายครอบคลุมทั้งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ซึ่งรวมถึงประเทศออสเตรเลีย ตลอดจนภูมิภาคแอฟริกา ตะวันออกกลาง ยุโรป และอเมริกาใต้ เพื่อลดการพึ่งพาธุรกิจในประเทศใดประเทศหนึ่งเพียงประเทศเดียว
- ขยายธุรกิจที่บริษัทได้รับผลตอบแทนเป็นค่าธรรมเนียมการให้บริการ (Fee-Based Model) ได้แก่ การรับจ้างบริหารโรงแรม และการให้สิทธิแฟรนไชส์ ทั้งในประเทศที่บริษัทดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบันและตลาดใหม่ๆ ที่บริษัทยังไม่ได้ค้นเคย
- เตรียมวางแผนสำรองสำหรับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด (Contingency Plan) โดยความท้าทายต่างๆ ที่บริษัทต้องเผชิญในอดีต มีส่วนสำคัญในการช่วยพัฒนาความสามารถในการรับมือกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยเพิ่มความสามารถในการฟื้นตัวของธุรกิจของบริษัท

2. ความเสี่ยงจากการแข่งขันกับคู่แข่งในธุรกิจหลัก

2.1 การแข่งขันในธุรกิจโรงแรม

การเพิ่มขึ้นของจำนวนโรงแรมระดับบนในแหล่งท่องเที่ยวที่บริษัทดำเนินธุรกิจโรงแรมอยู่ อาจส่งผลให้เกิดการแข่งขันในด้านราคา ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อรายได้และกำไรของบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งจะได้รับความกดดันทั้งในเรื่องของราคาจากอัตราการเข้าพักที่ต่ำ และจากลักษณะการประกอบธุรกิจโรงแรมซึ่งมีค่าใช้จ่ายคงที่สูง (Operating Leverage) อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพของการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าโรงแรมของบริษัทจะมีคุณภาพและการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งในตลาดนั้นๆ นอกจากนี้ บริษัทยังมีมาตรการในการลดความเสี่ยง โดยการเพิ่มความหลากหลายของธุรกิจ ขยายครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวหลายๆ แห่ง มีประเภทและระดับการให้บริการของโรงแรม มีแบรนด์ ตลอดจน

เชื้อชาติของแขกที่มาเข้าพักโรงแรมที่หลากหลาย ซึ่งนอกจากแบรนด์คอนันตรา, อวานี, ไฮคส์, ทิโวลี และเอลเวาน่า คอลเลกชั่น ซึ่งเป็นแบรนด์ระดับบนของบริษัทเองแล้ว บริษัทยังได้ว่าจ้างบริษัทชั้นนำให้บริหารโรงแรมภายใต้การลงทุนของบริษัท โดยใช้แบรนด์โพธิ์ซันส์, เจดับบลิว แมริออท, เซ็นต์รีจิส และเรดิสัน บลู อีกทั้งการกระจายธุรกิจโรงแรมในหลากหลายภูมิภาค ทั้งในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก แอฟริกา ตะวันออกกลาง ยุโรป และอเมริกาใต้ ตลอดจนประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ ยังช่วยให้แบรนด์ของบริษัทเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และลดความผันผวนของรายได้จากธุรกิจโรงแรมตลอดทั้งปี นอกจากนี้ บริษัทยังมีการลงทุนในธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง กับธุรกิจโรงแรม เช่น ธุรกิจสปา ธุรกิจให้เช่าศูนย์การค้า ธุรกิจบันเทิง และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ส่งผลให้บริษัทสามารถให้บริการแก่ผู้บริโภคได้อย่างครบวงจร

2.2 การแข่งขันในธุรกิจร้านอาหาร

ธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจากคู่แข่งธุรกิจรายใหม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้ง่ายกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจโรงแรม โดยบริษัทต้องแข่งขันกับผู้ประกอบการร้านอาหารรายอื่นๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม บริษัทวางเป้าหมายในการคงความเป็นผู้นำของธุรกิจร้านอาหาร โดยการพัฒนาทั้งสินค้าเดิมและสินค้าใหม่ รวมถึงรูปแบบร้านใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนมุ่งเน้นการตอบสนองให้ทันความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค ผ่านการทำการตลาดในรูปแบบต่างๆ ทำให้บริษัทสามารถรักษาความเป็นผู้นำและมีส่วนแบ่งการตลาดที่เหนือกว่าคู่แข่งด้วยฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่งและขนาดของธุรกิจที่ส่งผลให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบายกระจายธุรกิจ เพิ่มความหลากหลายของประเภทร้านอาหาร ซึ่งครอบคลุมทั้งอาหารตะวันตก เช่น พิซซ่า สเต็ก แฮมเบอร์เกอร์ ไอศกรีม ตลอดจนอาหารไทย จีน กาแฟ และเบเกอรี่ และการขยายธุรกิจไปในหลากหลายประเทศ ทำให้บริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มได้มากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจในกลุ่มนี้มีการกระจายความเสี่ยงและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

2.3 การแข่งขันในธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้า

ธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าซึ่งบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าไลฟ์สไตล์ในประเทศไทย เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง ถึงแม้ว่าจะมีผู้ประกอบการจัดจำหน่ายสินค้าแฟชั่นระดับโลกเข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทยมากขึ้น หากแต่ยังกระจุกตัวอยู่เพียงในกรุงเทพมหานครและเมืองใหญ่เท่านั้น ในขณะที่แบรนด์ส่วนใหญ่ที่บริษัทจัดจำหน่ายสินค้า มีการกระจายตัวมากกว่า โดยเฉพาะในต่างจังหวัด ซึ่งมีแนวโน้มในการเติบโตของภาคการอุปโภคบริโภคที่สูงกว่าในระยะยาว นอกจากนี้ บริษัทได้คัดสรรแบรนด์ใหม่ๆ เพื่อสร้างความหลากหลายของกลุ่มแบรนด์ในเครือและตามกระแสผู้บริโภค ส่งผลให้บริษัทยังคงเป็นหนึ่งในผู้ประกอบการจัดจำหน่ายสินค้าอิสระ (Independent Operator) ที่ใหญ่ที่สุดรายหนึ่งของประเทศ ทั้งนี้ เนื่องจากธุรกิจจัดจำหน่ายเป็นธุรกิจแกนของกลุ่มบริษัท ไมเนอร์ บริษัทจึงได้ประโยชน์จากความชำนาญและเครือข่ายที่กว้างขวางของทีมผู้บริหาร นอกจากนี้ บริษัทยังคงพัฒนาการให้บริการเพื่อตอบสนองกระแสความต้องการของลูกค้าและมีการสื่อสารกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องผ่านระบบสมาชิก ไมเนอร์ พลัส การ์ด

3. ความเสี่ยงจากการลงทุนในธุรกิจใหม่

บริษัทมีแผนการขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่องทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่งผลให้บริษัทมีความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนใหม่ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลงทุนในต่างประเทศ อาทิ การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการลงทุน ความสำเร็จในการริเริ่มโครงการ ภาระผูกพันตามสัญญา การขอใบอนุญาต และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง นอกเหนือไปจากความเสี่ยงโดยทั่วไปในแต่ละประเทศ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีมาตรการในการควบคุมดูแลการพัฒนาโครงการใหม่ๆ อย่างใกล้ชิด ทั้งผ่านการทำ Due Diligence อย่างละเอียด การจัดทำแผนงานและขั้นตอนมาตรฐาน การวางหลักเกณฑ์ในการลงทุนที่รอบคอบ เป็นต้น โดยบริษัทจะว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และความชำนาญในประเทศนั้นๆ อาทิ ที่ปรึกษาด้านกฎหมาย ที่ปรึกษาด้านบัญชี ซึ่งจะทำงานร่วมกับทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญของบริษัท เพื่อให้มั่นใจว่า บริษัทจะประสบความสำเร็จในการพัฒนาหรือเข้าซื้อโครงการนั้นๆ ต่อไป เพื่อให้มีผลกำไรที่น่าพอใจรวมถึงการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ บริษัทมีมาตรการลดความเสี่ยงสำหรับการลงทุนในประเทศที่บริษัทไม่เคยดำเนินธุรกิจมาก่อน โดยในช่วงแรก บริษัทจะร่วมลงทุนกับคู่ค้าทางธุรกิจที่มีความรู้ความชำนาญในการดำเนินธุรกิจในประเทศดังกล่าว เพื่อศึกษาสภาวะตลาด กฎหมาย และกฎระเบียบต่างๆ และเรียนรู้การดำเนินงานกิจการ จนกว่าจะมีความมั่นใจในการดำเนินธุรกิจในประเทศนั้นๆ เพียงพอ

จึงจะมีการตัดสินใจลงทุนในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น ดังเช่นการลงทุนของบริษัทที่ผ่านมาในภูมิภาคแอฟริกา ประเทศมัลดีฟส์ ศรีลังกา เวียดนาม จีน สิงคโปร์ และออสเตรเลีย นอกจากนี้ สำหรับประเทศใหม่ที่มีบริษัทเข้าลงทุนโดยเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ เช่น ประเทศโปรตุเกส และบราซิล บริษัทจะคงไว้ซึ่งคณะผู้บริหาร ซึ่งมีความรู้ความชำนาญในประเทศนั้นๆ

4. ความเสี่ยงจากความสามารถในการได้มาซึ่งที่ดินในการประกอบธุรกิจที่ต้องการ

โรงแรมบางแห่งของบริษัทตั้งอยู่บนที่ดินที่บริษัทเช่าจากเจ้าของที่ดิน โดยบริษัทมีสิทธิต่ออายุสัญญา ด้วยอัตราค่าเช่าตามที่จะตกลงกัน ยกเว้นในกรณีที่บริษัทตกลงที่จะไม่ต่ออายุสัญญา และจากการที่บริษัทได้ปฏิบัติตามสัญญาเช่าและมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเจ้าของที่ดินตลอดมา บริษัทจึงเชื่อมั่นว่า ความเสี่ยงดังกล่าวจะไม่เกิดขึ้นในระยะเวลาอันใกล้

สำหรับธุรกิจร้านอาหารและธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้า ท่าเลที่ตั้งเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของแต่ละสาขา ดังนั้น จึงอาจเกิดความเสี่ยงหากบริษัทไม่สามารถต่อสัญญาเช่าพื้นที่นั้นๆ หรือมีการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขในสัญญาเช่าอย่างใดก็ตาม เนื่องจากบริษัทมีร้านอาหารและจุดจัดจำหน่ายสินค้ามากมาย อีกทั้งแบรนด์ร้านอาหารและสินค้าแฟชั่นของบริษัทเป็นแบรนด์ยอดนิยม ซึ่งมีส่วนช่วยดึงดูดลูกค้าเข้ามาใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้า ส่งผลให้บริษัทมีอำนาจต่อรองกับห้างสรรพสินค้าและเจ้าของพื้นที่ และสามารถทำสัญญาเช่าระยะยาวได้

5. ความเสี่ยงในการต่อสัญญาและเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขและข้อตกลงของสัญญาแฟรนไชส์ และสัญญาตัวแทนจำหน่ายสินค้า

บริษัทดำเนินงานร้านอาหารบางส่วนภายใต้แบรนด์ที่ได้รับสิทธิแฟรนไชส์จากต่างประเทศตามข้อตกลงภายใต้สัญญาแฟรนไชส์ จึงอาจมีความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการที่มิได้รับอนุญาตให้ต่อสัญญาหรือหากมีการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดในสัญญาแฟรนไชส์ บริษัทได้ลดความเสี่ยงดังกล่าวโดยการขอต่ออายุสัญญาแฟรนไชส์ล่วงหน้า โดยมีระยะเวลาของสัญญา 10-20 ปี (ขึ้นอยู่กับประเภทของสัญญา) อีกทั้งการที่บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจภายใต้แบรนด์ที่บริษัทได้รับสิทธิแฟรนไชส์จนเป็นผู้นำตลาดในประเภทอาหารนั้นๆ จึงเป็นผลให้บริษัทมีโอกาสที่จะได้รับการต่อสัญญามากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ลดการพึ่งพาแบรนด์ที่บริษัทได้รับสิทธิแฟรนไชส์จากต่างประเทศ โดยการเพิ่มแบรนด์ร้านอาหารที่เป็นของตนเอง ซึ่ง ณ ปัจจุบัน ประกอบไปด้วยแบรนด์เดอะ พิชซ่า คอมปะนี, กลุ่มไทย เอ็กซ์เพรส, กลุ่มเดอะ คอฟฟี่ คลับ และริเวอร์ไซด์

สำหรับธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้า การได้เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวเป็นปัจจัยสำคัญ สัญญาของบริษัทมี 2 ลักษณะ ได้แก่ แบบที่ต่อสัญญาโดยอัตโนมัติ และแบบที่มีกำหนดเวลา สำหรับสัญญาในลักษณะที่มีการกำหนดระยะเวลาในการต่อสัญญา บริษัทมีความเสี่ยงจากการที่คู่สัญญาจะไม่ต่อสัญญาเมื่อถึงกำหนด ซึ่งจะเป็นผลให้บริษัทมีโอกาสสูญเสียรายได้จากการเป็นตัวแทนจำหน่าย อย่างไรก็ตาม จากการดำเนินธุรกิจระหว่างกันมาเป็นเวลานานและบริษัทได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุในสัญญามาโดยตลอด ส่งผลให้บริษัทได้รับความไว้วางใจให้ต่ออายุสัญญา ยกเว้นในกรณีที่บริษัทตกลงที่จะไม่ต่ออายุสัญญา นอกจากนั้น หากคู่สัญญาขอเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขข้อตกลง โดยเฉพาะอัตราค่าตอบแทน บริษัทจะเจรจาต่อรองเพื่อให้การเปลี่ยนแปลงอัตราค่าตอบแทนดังกล่าวเป็นไปในอัตราที่บริษัทและคู่สัญญาได้รับผลประโยชน์ร่วมกันทั้ง 2 ฝ่าย นอกจากนี้ บริษัทยังคงหาโอกาสเพื่อที่จะเพิ่มแบรนด์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง

6. ความเสี่ยงจากการที่ลูกค้าจะไม่ต่อสัญญาจ้างบริหารโรงแรมและจ้างผลิตสินค้า

บริษัทมีการขยายธุรกิจโรงแรมภายใต้แบรนด์ค่อนันตรา, อวานี, โฮเทล, ทิโวลี และเอเลวาน่า คอลเลกชัน ซึ่งเป็นแบรนด์ของบริษัทเอง โดยรับจ้างบริหารจัดการโรงแรมที่บริษัทไม่ได้เป็นเจ้าของและได้รับผลตอบแทนเป็นค่าธรรมเนียมการให้บริการ ทั้งนี้ รายได้ค่าบริหารจัดการ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ค่าธรรมเนียมในการให้คำปรึกษาและคำแนะนำในการออกแบบและการก่อสร้าง ซึ่งเป็นรายได้ที่เกิดขึ้นในช่วงก่อนโรงแรมจะเปิดดำเนินการ และค่าธรรมเนียมในการบริหารเมื่อโรงแรมเปิดดำเนินการ โดยจะขึ้นอยู่กับรายได้และผลกำไรจากการดำเนินงานของโรงแรมที่บริษัทบริหารงาน โดยทั่วไป สัญญาว่าจ้างบริหารโรงแรมจะมีอายุ 10-20 ปี ในกรณีที่ลูกค้าบอกเลิกสัญญาก่อนครบกำหนด บริษัทสามารถเรียกเก็บค่าเสียหายในรูปของค่าธรรมเนียมการยกเลิกสัญญา (Cancellation

Fee) ได้ ทั้งนี้ ประสบการณ์จากการบริหารธุรกิจโรงแรมในหลายปีที่ผ่านมา ส่งผลให้กลุ่มธุรกิจโรงแรมของบริษัท เป็นที่รู้จักในความหลากหลายและคุณภาพในการให้บริการของแบรนด์ ความสามารถในการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ตลอดจนความมุ่งมั่นในการพัฒนาการดำเนินงานของโรงแรมที่รับจ้างบริหารอย่างต่อเนื่อง เพื่อความพึงพอใจสูงสุดของทั้งผู้ว่าจ้างบริษัทและแขกที่มาพัก

สำหรับธุรกิจรับจ้างผลิตสินค้าอุปโภค โดยบริษัท นวศรี แมนูแฟคเจอร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท รับจ้างผลิตสินค้าให้กับบริษัทสินค้าอุปโภคระดับสากล ปัจจุบัน ธุรกิจดังกล่าวมีการแข่งขันไม่มากนัก เนื่องจากยังมีผู้ประกอบการที่ได้มาตรฐานและได้รับอนุญาตให้ผลิตน้อยราย แต่ราคาและคุณภาพเป็นตัวแปรที่สำคัญในการที่จะได้รับคำสั่งซื้อ อย่างไรก็ตาม จากการที่บริษัทได้ดำเนินธุรกิจรับจ้างผลิตสินค้าอุปโภคมาเป็นเวลานานมากกว่า 30 ปี บริษัทให้ความสำคัญต่อการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสมนอกจากนี้ การปรับปรุงสายการผลิตอย่างต่อเนื่องยังสามารถช่วยลดต้นทุนการผลิตได้ ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นเป็นผลให้บริษัทได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก และได้รับการว่าจ้างผลิตสินค้าในระยะยาว

7. ความเสี่ยงด้านการเงิน

7.1 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทและบริษัทในเครือมีรายได้บางส่วนเป็นเงินสกุลต่างประเทศ เช่น รายได้จากการให้สิทธิแฟรนไชส์ รายได้จากการรับจ้างบริหารโรงแรม เงินปันผลรับ และรายได้จากเอเยนต์ท่องเที่ยวในต่างประเทศและอื่นๆ ซึ่งรายได้ดังกล่าวผันแปรตามอัตราแลกเปลี่ยน แต่ในขณะเดียวกัน บริษัทก็มีค่าใช้จ่ายบางประเภท เช่น ค่าบริหารจัดการธุรกิจโรงแรม ค่าการใช้สิทธิ/เครื่องมือทางการค้าสำหรับธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (Franchise Fee) และค่าสินค้าของธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้า เป็นเงินสกุลต่างประเทศ ดังนั้น บริษัทและบริษัทในเครือจึงสามารถลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนนี้ได้ โดยการหักกลบรายได้และค่าใช้จ่ายบางส่วนที่เป็นเงินสกุลต่างประเทศ (Natural Hedging) อีกทั้งบริษัทและบริษัทในเครือยังลดความเสี่ยงเพิ่มเติม โดยกำหนดราคาค่าห้องพักในประเทศเป็นเงินสกุลบาท แทนราคาอ้างอิงเงินสกุลอื่นๆ เพื่อให้รายได้และค่าใช้จ่ายเป็นสกุลเงินเดียวกัน นอกจากนี้ จากการที่บริษัทขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศมากขึ้น ส่งผลให้บริษัทมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน เมื่อมีการแปลงผลการดำเนินงานของธุรกิจในประเทศเป็นสกุลเงินบาทในงบการเงินรวมของบริษัท ในส่วนของกำไรขาดทุนนั้น โดยทั่วไป บริษัทจะกู้ยืมเงินในสกุลเดียวกับสินทรัพย์ที่บริษัทลงทุนรวมถึงกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้มาจากสินทรัพย์เหล่านั้น เพื่อให้เกิดการหักกลบหรือการป้องกันความเสี่ยงแบบธรรมชาติจากอัตราแลกเปลี่ยน (Natural Currency Hedging) ให้ได้มากที่สุด บริษัทยังได้ติดตามความเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนในตลาดอันเนื่องมาจากความผันผวนของสภาพเศรษฐกิจโลกและเหตุการณ์ต่างๆ อย่างใกล้ชิด และบริษัทได้บริหารความเสี่ยงเพิ่มเติมโดยการเข้าทำสัญญาซื้อขายเงินต่างประเทศล่วงหน้าเพื่อรองรับความผันผวนของตลาดในกรณีที่เป็น

7.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ย

ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยเกิดจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยในตลาด ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อกระแสเงินสดของบริษัท บริษัทและบริษัทในเครือได้ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าวและบริหารจัดการความเสี่ยงข้างต้นให้เป็นไปตามนโยบายและคู่มือการบริหารความเสี่ยงของบริษัทที่วางไว้ เพื่อลดผลกระทบในด้านลบที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยและสภาวะของตลาดการเงิน ณ ขณะนั้นๆ ดังนั้น บริษัทจึงรักษาดุลยภาพระหว่างการกู้ยืมด้วยอัตราดอกเบี้ยคงที่และอัตราดอกเบี้ยลอยตัวให้สอดคล้องกับสภาพของตลาดการเงิน

7.3 ความเสี่ยงจากความมั่นคงทางการเงิน ความสามารถในการกู้ยืมเงินและปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดในสัญญากู้ยืมเงิน

นอกเหนือจากการขยายธุรกิจโดยทั่วไปแล้ว บริษัทอาจต้องการเงินทุนเพิ่มเติม เพื่อลงทุนพัฒนาโครงการใหม่ๆ และเข้าซื้อกิจการอื่น ส่งผลให้บริษัทและบริษัทในเครือต้องรักษาสภาพคล่องและสำรองวงเงินกู้จากสถาบันการเงินให้เพียงพอเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน อีกทั้งยังต้องจัดหาแหล่งเงินทุนระยะยาวล่วงหน้าและกระจายแหล่งที่มาของเงินทุนให้มีความหลากหลาย อย่างไรก็ตาม

บริษัทและบริษัทในเครือมีการดำรงฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่งเพื่อที่จะปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดในสัญญากู้ยืมเงิน และบริษัทได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขดังกล่าวด้วยดีเสมอมา

8. ความเสี่ยงจากการพัฒนาของเทคโนโลยี

บริษัทต้องอาศัยเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ ไม่เพียงแต่เพื่อการรองรับระบบการทำงานของหน่วยงานสนับสนุน (Back Office) เท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงฝ่ายขายและการตลาดอีกด้วย เรากำหนดความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่จากการพัฒนาของเทคโนโลยีเนื่องจากเทคโนโลยีไม่ได้เป็นเพียงแค่เครื่องมือในการดำเนินธุรกิจของเราอีกต่อไป แต่ยังทำให้เกิดคู่แข่งในรูปแบบใหม่ๆ และเปลี่ยนแปลงช่องทางและวิธีการตอบสนองกับลูกค้า ซึ่งหากบริษัทไม่สามารถปรับตัวตามเทคโนโลยีหรือความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงจะส่งผลให้บริษัทสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน ทั้งนี้ บริษัทตระหนักดีถึงความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงได้จัดให้หน่วยงานดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของแผนกลยุทธ์ระยะยาวของบริษัท และด้วยฐานะทางการเงินที่มีความมั่นคงและขนาดของธุรกิจที่ส่งผลให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) ส่งผลให้บริษัทสามารถพัฒนาความสามารถในการแข่งขันด้วยการลงทุนในระบบเทคโนโลยีใหม่ๆ ตัวอย่างเช่น การพัฒนาระบบจองห้องพักส่วนกลางของแบรนด์อนันตรา ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถติดตามการขายห้องพักและห้องพักคงเหลือได้ทันที การคิดราคาห้องพักให้เท่าเทียมกันในทุกระบบ (Rate Parity) การรับรองห้องพักบนเว็บไซต์ที่สามารถรองรับได้หลายภาษา การบริหารและเพิ่มผลตอบแทน ตลอดจนการรวบรวมข้อมูลของแขกที่เข้าพัก หรือเว็บไซต์และระบบแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือใหม่ของแบรนด์เดอะ พิชชา คอมปะนี ซึ่งได้พัฒนามาเพื่อให้ลูกค้ามีประสบการณ์ในการสั่งอาหารที่ดีขึ้น ลดระยะเวลาในการสั่งอาหารออนไลน์ และลูกค้าสามารถติดตามสถานะการจัดส่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์ได้อีกด้วย นอกจากนี้ บริษัทยังมีการจัดทำแผนกลยุทธ์ 5 ปี สำหรับการพัฒนาระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีโดยเฉพาะเพื่อรองรับแผนการขยายธุรกิจที่ได้วางไว้

9. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ

บริษัทดำเนินกิจการครอบคลุมภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ตะวันออกกลาง คาบสมุทรมินเดีย แอฟริกา ยุโรป และอเมริกาใต้ จึงมีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยเฉพาะจากการเปลี่ยนแปลงทางภูมิทัศน์ ภัยธรรมชาติ และภาวะอาหารขาดแคลน ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และออสเตรเลีย ซึ่งเป็นภูมิภาคสำคัญที่บริษัทมีการดำเนินกิจการอยู่ได้ประสบภัยพิบัติทางธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ภัยแล้ง และไฟป่าอย่างรุนแรงและบ่อยครั้ง ซึ่งความเสี่ยงเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและเกษตรกรรมโดยรวม และต่อการดำเนินงาน การจัดซื้อและกระจายสินค้าของธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารของบริษัท บริษัทมีการติดตามดูแลความเสี่ยงเหล่านี้อย่างใกล้ชิด เพื่อประเมินผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัท และมีการจัดทำแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินจากภัยพิบัติที่อาจเกิดขึ้น เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของแผนบริหารความต่อเนื่อง (Business Continuity Plan) ของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทยังคงมุ่งปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม มุ่งลดการส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุด ด้วยการจัดการทรัพยากรและของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ และการอนุรักษ์ธรรมชาติและแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์

บริษัทเล็งเห็นและให้ความสำคัญกับผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นจากความเสี่ยงข้างต้น จึงได้มอบหมายให้ฝ่ายตรวจสอบภายใน ทำหน้าที่ประเมินความเสี่ยงและตรวจสอบประสิทธิภาพในการบริหารความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ โดยหน่วยงานทุกหน่วยจะทำการประเมินความเสี่ยง เพื่อหาปัจจัยความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจากการดำเนินงาน และทำงานร่วมกับฝ่ายตรวจสอบภายใน ในการวิเคราะห์โอกาสที่อาจเกิดขึ้น ศึกษาผลกระทบ และร่วมกันหาแนวทางหรือมาตรการในการป้องกัน หรือลดความเสียหายจากความเสี่ยงดังกล่าว ตลอดจนร่วมกันติดตามและประเมินความเสี่ยงเป็นระยะ โดยบริษัทได้มีการจัดทำนโยบายและขั้นตอนบริหารความเสี่ยงของกลุ่มอย่างเป็นทางการ และกลุ่มธุรกิจทั้งหมดได้ปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ทั้งยังมีการรายงานประสิทธิภาพของการบริหารความเสี่ยงต่อคณะกรรมการตรวจสอบและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทเป็นรายไตรมาส

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลักของบริษัท และบริษัทย่อย

กลุ่มบริษัทมีทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ประกอบด้วย ที่ดินและอาคาร อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน และสิทธิการเช่าที่ดิน โดยแยกเป็นธุรกิจได้ดังนี้

ธุรกิจโรงแรม

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2560	ณ 31 ธ.ค. 2559	
บมจ. ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล	11	218/2-3 หมู่ 10 เมือง พทยา	สิทธิการเช่า 30 ปี (สิ้นสุดปี 2561)	- อาคารโรงแรม 2 หลัง 4 ชั้น และ 10 ชั้น จำนวน 298 ห้อง	62.04	92.92	-ไม่มี-
				- สิทธิการเช่าที่ดิน	0.62	1.24	-ไม่มี-
<u>บริษัทย่อย</u> บจก. หัวหิน วิลเลจ	36	43/1 ถนนเพชรเกษม หัว หิน	สิทธิการเช่า 30 ปี (สิ้นสุดปี 2573)	- อาคารโรงแรม 2 ชั้น 12 หลัง จำนวน 187 ห้อง -	144.12	150.85	-ไม่มี-
บจก. บ้านโบราณ เชียงราย	800	229 หมู่ 1 ต.เวียง อ.เชียงแสน จ.เชียงราย	สิทธิการเช่าทำประโยชน์ 30 ปี (สิ้นสุดปี 2561)	- อาคารโรงแรม 2 ชั้น 2 หลัง มี ห้องพัก 61 ห้อง	108.14	118.75	-ไม่มี-
		499 หมู่ 1 ต.เวียง อ.เชียงแสน จ. เชียงราย		- เต้นท์แคมป์ 15 หลัง	39.04	51.95	-ไม่มี-
บจก. สมุย ริชชอร์ธ แอนด์ สปา	14	99/9 หาดบ่อผุด เกาะสมุย	เป็นเจ้าของ	- ที่ดินและอาคารโรงแรม 3 ชั้น ห้องพัก 106 ห้อง	387.59	404.01	-ไม่มี-

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาวะผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2560	ณ 31 ธ.ค. 2559	
บจก. เจ้าพระยา รัชชอร์ท (เฉพาะส่วนของโรงแรม)	27	257/1-3 ถ.เจริญนคร แขวงสำเหร่ เขตธนบุรี กรุงเทพฯ	สิทธิการเช่า 38 ปี (สิ้นสุดปี 2592)	- อาคารโรงแรม 7 ชั้น 2 หลัง จำนวน 408 ห้อง และอาคารที่ จอดรถ 7 ชั้น 1 หลัง	550.00	618.77	-ไม่มี-
		- สิทธิการเช่าที่ดิน		177.46	201.22	-ไม่มี-	
		- อาคารโรงแรม 26 ชั้น 1 หลัง จำนวน 248 ห้อง		1,141.11	1,145.81	-ไม่มี-	
		257 ถ.เจริญนคร แขวง สำเหร่ เขตธนบุรี กรุงเทพฯ					
บมจ. โรงแรมราชดำริ	10	ถนนราชดำริ กรุงเทพฯ	สิทธิการเช่า 30 ปี (สิ้นสุดปี 2586)	- อาคารโรงแรม 7 ชั้น 1 หลัง 8 ชั้น 1 หลัง และ 9 ชั้น 1 หลัง จำนวน 354 ห้อง	510.01	511.58	-ไม่มี-
				- สิทธิการเช่าที่ดิน	1,007.71	1,035.13	-ไม่มี-
บจก. แมริม เทอเรซ รัชชอร์ท	37	อ. แมริม จ. เชียงใหม่	สิทธิการเช่า 30 ปี (สิ้นสุดปี 2567)	- อาคารโรงแรม 3 ชั้น 1 หลัง และ อาคาร 2 ชั้น 17 หลัง จำนวน 76 ห้อง	417.97	425.53	-ไม่มี-
				- สิทธิการเช่าที่ดิน	10.84	12.51	-ไม่มี-
บจก. เอ็ม ไอ สแควร์	46	หาดไม้ขาว อ. กลาง จ. ภูเก็ต	เป็นเจ้าของ	- ที่ดินและอาคารวิลล่า 1 ชั้น 83 หลัง	1,239.44	1,269.91	-ไม่มี-
	37	หาดไม้ขาว อ. กลาง จ. ภูเก็ต	เป็นเจ้าของ	- ที่ดินและอาคารโรงแรม 3 ชั้น 8 หลัง จำนวน 265 หลัง และ อาคาร 1 ชั้น 3 หลัง	813.46	852.24	-ไม่มี-
				- สำนักงานขาย	37.76	42.13	-ไม่มี-

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2560	ณ 31 ธ.ค. 2559	
บจก. สมุย วิลเลจ	1	219 หมู่ 5 ต.อ่างทอง อ. เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี 53/5 หมู่ 4 ต.ดลิ่งงาม อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ ธานี	เป็นเจ้าของ	- อาคารวิลล่า 1 ชั้น 60 หลัง	647.01	666.24	-ไม่มี-
				- อาคารโรงแรม จำนวน 34 ห้อง	181.93	176.21	-ไม่มี-
Minor International (Labuan) Ltd.	-	เกาะ Kihavah Huravlu	สิทธิการเช่า 23 ปี (สิ้นสุดปี 2573)	- สิทธิการเช่าเกาะ	276.23	266.31	-ไม่มี-
				- อาคารวิลล่า 1 ชั้น 79 หลัง	1,234.16	1,453.53	-ไม่มี-
Jada Resort and Spa (Private) Ltd.	21	ประเทศศรีลังกา	สิทธิการเช่า (สิ้นสุดปี 2561)	- อาคารโรงแรม 2 ชั้นและ 3 ชั้น จำนวน 6 หลัง จำนวน 105 ห้อง	293.88	212.31	-ไม่มี-
	26	ประเทศศรีลังกา	เป็นเจ้าของ	- สิทธิการเช่าที่ดิน - ที่ดิน	6.26 -	7.48 143.28	-ไม่มี- -ไม่มี-
บจก. ราชดำริ ลอดจิจิง	3	159 ถ.ราชดำริ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ	สิทธิการเช่า 30 ปี (สิ้นสุดปี 2584)	- อาคารโรงแรม 22 ชั้น จำนวน 224 ห้อง	1,947.77	2,017.99	-ไม่มี-
	72	หาดแหลมใหญ่ เกาะสมุย	เป็นเจ้าของ	- ที่ดิน	62.47	62.47	-ไม่มี-
Oaks Hotels & Resort Limited	-	ประเทศนิวซีแลนด์ และ ประเทศออสเตรเลีย	เป็นเจ้าของ เป็นเจ้าของ/ สิทธิการเช่า	- ห้องพักอาศัย สำนักงาน ส่วนปรับปรุงอาคาร และ ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า	3,010.99	3,037.08	2,545

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาวะผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2560	ณ 31 ธ.ค. 2559	
บจก. สมุย บีช คลับ โอนเนอร์	-	หาดไม้ขาว อ.กลาง จ.ภูเก็ต	เป็นเจ้าของ สิทธิการเช่าที่ดิน 30 ปี (สิ้นสุดปี 2592)	- สำนักงานขาย สำนักงานต้อนรับ ร้านอาหาร และสระว่ายน้ำ - สิทธิการเช่าที่ดิน	304.68 83.92	312.37 86.42	-ไม่มี- -ไม่มี-
บจก. เอ็มเอชจี ภูเก็ต	68	ต.เชิงทะเล อ.กลาง จ.ภูเก็ต	เป็นเจ้าของ	- ที่ดินเปล่า - อาคารโรงแรม จำนวน 77 ห้อง	264.03 853.83	264.03 890.94	-ไม่มี- -ไม่มี-
บจก. โคโค ปาล์ม ไฮเต็ล แอนด์ รีสอร์ท	60	ต.บางม่วง อ.ตะกั่วป่า จ. พังงา	เป็นเจ้าของ	- ที่ดินเปล่า	286.30	286.30	-ไม่มี-
MHG Australia Investment Pty. Ltd	-	ประเทศออสเตรเลีย	เป็นเจ้าของ	- อาคารโรงแรม จำนวน 301 ห้อง	1,106.83	1,156.68	-ไม่มี-
Hoi An Riverpark Hotel Company Limited	-	ประเทศเวียดนาม	เป็นเจ้าของ	อาคารโรงแรม 2 ชั้น 2 หลัง จำนวน 94 ห้อง	255.18	249.36	-ไม่มี-
Bai Dai Tourism Company Limited	-	ประเทศเวียดนาม	เป็นเจ้าของ	- อาคารโรงแรม 2 ชั้น 3 หลัง จำนวน 63 ห้อง	171.05	223.82	-ไม่มี-
Sothea Pte. Ltd	-	ประเทศกัมพูชา	เป็นเจ้าของ	- อาคารโรงแรม 3 ชั้น 1 หลัง จำนวน 39 ห้อง - สิทธิการเช่า	208.35 26.45	212.32 31.01	-ไม่มี-
Sands Hotels Holdings (Namibia) (Proprietary) Limited	-	ประเทศนามิเบีย	เป็นเจ้าของ	- อาคารโรงแรม จำนวน 173 ห้อง	860.41	969.23	-ไม่มี-

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาวะผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2560	ณ 31 ธ.ค. 2559	
Minor Hotel Group Gaborone (Proprietary) Limited	12,3088 เอเคอร์	ประเทศบอตสวานา	เป็นเจ้าของ	- ที่ดิน และอาคารโรงแรม จำนวน 196 ห้อง	2,095.51	1,965.88	-ไม่มี-
Pojuca S.A	291,400 ตารางเมตร	ประเทศบราซิล	เป็นเจ้าของ	- ที่ดิน และอาคารโรงแรม 2 แห่ง จำนวน 504 ห้อง	1,794.40	1,953.33	-ไม่มี-
Minor Continental Portugal, S.A.	-	ประเทศโปรตุเกส	เป็นเจ้าของ	- ที่ดิน และอาคารโรงแรม 12 แห่ง จำนวน 2,319 ห้อง	12,466.73	11,417.17	-ไม่มี-
Minor Hotels Zambia Limited	-	ประเทศแซมเบีย	เป็นเจ้าของ	- ที่ดิน และอาคารโรงแรม 2 แห่ง จำนวน 385 ห้อง	2,394.64	2,687.52	-ไม่มี-
Corbin & King Limited	-	ประเทศอังกฤษ	เป็นเจ้าของ	- ร้านอาหาร 6 แห่ง	752.12	-	- ไม่มี-
บริษัท โกโก้ รีคริสเอนซ์ จำกัด	-	ตำบลบ่อผุด อำเภอ เกาะสมุย จังหวัดสุ ราษฎร์ธานี	สิทธิการเช่า 30 ปี (สิ้นสุดปี 2593)	- สิทธิการเช่าที่ดิน	87.34	-	-ไม่มี-
MHG Desaru Hotel Sdn. Bhd and MHG Desaru Villas Sdn. Bhd.	100,368 ตารางเมตร	ประเทศมาเลเซีย	เป็นเจ้าของ	- ที่ดิน	274.81	-	-ไม่มี-

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2560	ณ 31 ธ.ค. 2559	
บมจ. เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป	3,188 ตร.ม.	ชั้น 15 – 17 อาคาร เบอร์ลีย์เคอร์ คลองเตย กรุงเทพฯ	สิทธิการเช่า 30 ปี (สิ้นสุดปี 2567)	- สิทธิการเช่าพื้นที่และส่วน ปรับปรุงสิทธิการเช่า	84.01	96.75	-ไม่มี-
	-	สิทธิการเช่าร้านอาหาร จำนวน 32 สาขา	สิทธิการเช่า 3-30 ปี	- สิทธิการเช่าพื้นที่ - ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า ร้านอาหารจำนวน 249 สาขา	47.85 612.25	43.46 514.75	-ไม่มี- -ไม่มี-
	45 ตรว.	66/71-73 หมู่ที่ 2 ต.ป่อเตุ อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี	เป็นเจ้าของ	- ที่ดินและอาคาร 4 ชั้น	69.25	69.39	-ไม่มี-
บจก. สเวนเซนส์ (ไทย)	-	สิทธิการเช่าร้านอาหาร จำนวน 14 สาขา	สิทธิการเช่า 3-28 ปี	- สิทธิการเช่า - ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า ร้านอาหารจำนวน 127 สาขา	15.98 192.67	17.45 181.06	-ไม่มี- -ไม่มี-
บจก. เอส.แอล.อาร์.ที	-	สิทธิการเช่าร้านอาหาร จำนวน 3 สาขา	สิทธิการเช่า 3-22 ปี	- สิทธิการเช่า - ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า ร้านอาหารจำนวน 48 สาขา	11.57 273.61	14.51 248.45	-ไม่มี- -ไม่มี-
บจก. เบอร์เกอร์ ประเทศไทย	-	สิทธิการเช่าร้านอาหาร จำนวน 8 สาขา	สิทธิการเช่า 12-15 ปี	- สิทธิการเช่า - ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า ร้านอาหารจำนวน 72 สาขา	39.34 431.40	32.70 315.72	-ไม่มี- -ไม่มี-
บจก. ไมเนอร์ ซีต	29	อ. ปากช่อง จ. นครราชสีมา	เป็นเจ้าของ	- อาคารโรงงาน	29.54	32.20	-ไม่มี-
บจก. ไมเนอร์ แดรี่	-	อ. ปากช่อง จ. นครราชสีมา	เป็นเจ้าของ	- อาคารโรงงาน	104.47	113.74	-ไม่มี-

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2560	ณ 31 ธ.ค. 2559	
บจก. เดอะ คอฟฟี่ คลับ (ประเทศไทย)	-	สิทธิการเช่าร้านอาหาร จำนวน 6 สาขา	สิทธิการเช่า 10 ปี (สิ้นสุดปี 2562) ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า 3 ปี (สิ้นสุดปี 2563) ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า 15 ปี (สิ้นสุดปี 2576)	- สิทธิการเช่า - ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า จำนวน 34 สาขา	23.72 172.33	14.74 119.79	-ไม่มี- -ไม่มี-
บจก. ไมเนอร์ ดีเคิวิ	-		ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า 14 ปี (สิ้นสุดปี 2571)	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า จำนวน 242 สาขา	68.37	65.39	-ไม่มี-
Minor Food Group (Singapore) Pte. Ltd.	-	ประเทศสิงคโปร์	เป็นเจ้าของ	- สิทธิการเช่า - ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า ร้านอาหาร จำนวน 2 สาขา	0.82 80.16	1.83 128.93	-ไม่มี- -ไม่มี-
The Minor Food Group (China) Limited	-	ประเทศสาธารณรัฐ ประชาชนจีน	เป็นเจ้าของ	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า ร้านอาหาร	113.18	122.67	-ไม่มี-
Over Success Enterprise	-	ประเทศสาธารณรัฐ ประชาชนจีน	เป็นเจ้าของ	- สิทธิการเช่า - ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า ร้านอาหาร	10.85 265.94	14.53 355.24	-ไม่มี- -ไม่มี-
Minor DKL Food Group Pty. Ltd.	-	ประเทศออสเตรเลีย	เป็นเจ้าของ	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า ร้านอาหาร	140.90	185.96	-ไม่มี-
The Minor Food Group (Myanmar) Limited	-	ประเทศพม่า	เป็นเจ้าของ	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า ร้านอาหาร	22.09	30.69	-ไม่มี-
Primacy Investment Limited	-	ประเทศมัลดีฟส์	เป็นเจ้าของ	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า ร้านอาหาร	36.77	30.38	-ไม่มี-

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2560	ณ 31 ธ.ค. 2559	
The Minor Food Group (India) Private Limited	-	ประเทศอินเดีย	เป็นเจ้าของ	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า ร้านอาหาร	17.90	15.67	-ไม่มี-
Minor Food (Seychelles) Limited	-	ประเทศเซเชลส์	เป็นเจ้าของ	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า ร้านอาหาร	8.13	-	-ไม่มี-

ธุรกิจจัดจำหน่ายและรับจ้างผลิต

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2560	ณ 31 ธ.ค. 2559	
บจก. นวศรี แมนูแฟคเจอร์ริง	ที่ดิน + อาคาร	60/185 หมู่ 19 ซอย 17 นิคมอุตสาหกรรม นวนคร อำเภอคลอง หลวง จังหวัดปทุมธานี	เป็นเจ้าของ	- ที่ดินและอาคาร	88.47	95.38	-ไม่มี-
บมจ. ไมเนอร์ คอร์ปอเรชั่น	-	ศูนย์การค้า เซ็นทรัล ซิตี้ บางนา ห้องเลขที่ 117	สิทธิการเช่า 16 ปี 10 เดือน (สิ้นสุดปี 2566)	- สิทธิการเช่าพื้นที่	3.06	4.47	-ไม่มี-
บจก. เอสมิโด แพชั่น	-	ศูนย์การค้า เอ็มโพเรียม ห้องเลขที่ 2S23 และ 2P24	สิทธิการเช่า 24 ปี (สิ้นสุดปี 2564)	- สิทธิการเช่าพื้นที่ - ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า จำนวน 103 แห่ง ในศูนย์การค้า	4.40 18.47	5.44 40.16	-ไม่มี- -ไม่มี-
บจก. อาร์มิน ซิสเต็มส์	-			- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า จำนวน 326 แห่ง ในศูนย์การค้า	250.64	160.93	-ไม่มี-

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนของบริษัท และบริษัทย่อย

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาวะผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2560	ณ 31 ธ.ค. 2559	
บจก. รอยัล การ์เด้น พลาซ่า	8	218 หมู่ 10 เมืองพัทยา	สิทธิการเช่า 30 ปี (สิ้นสุดปี 2561)	- อาคารศูนย์การค้า 1 หลัง 3 ชั้น	44.25	77.88	-ไม่มี-
	2	889 หมู่ 3 หาดไม้ขาว จ.ภูเก็ต	เป็นเจ้าของ	- อาคารศูนย์การค้า 1 หลัง 2 ชั้น	98.43	105.88	-ไม่มี-
บจก ไมเนอร์ ดีเวลลอปเม้นท์	ที่ดิน และ อาคาร 3 ไร่ 30 ตรว.	101/97 นิคมอุตสาหกรรม นวนคร หมู่ 20 ตำบลคลอง หนึ่ง อำเภอกลองหลวง จังหวัดปทุมธานี	เป็นเจ้าของ	- ที่ดินและอาคาร	7.98	7.98	-ไม่มี-
	ที่ดิน 2 ไร่ 3 งาน 64 ตรว.	ถ.พระราม 9 ห้วยขวาง กรุงเทพฯ	เป็นเจ้าของ	- ที่ดินเปล่า	32.87	32.87	-ไม่มี-
บจก.เจ้าพระยา รีซอร์ท	-	257/6 ถ.เจริญนคร แขวง สำเหร่ เขตธนบุรี กรุงเทพฯ	เป็นเจ้าของ	- อาคารศูนย์การค้า	988.10	698.43	-ไม่มี-
บริษัท เอสเค 2 อินเวสต์เม้นท์ ฟิฟตี แอลทีดี	273 ตรม.	889 ถ.เจริญนคร แขวง คลองตันใต้ เขตคลองสาน กรุงเทพฯ	เป็นเจ้าของ	- ห้องชุด 1 ห้อง	18.08	-	-ไม่มี-

มูลค่าสุทธิทางบัญชีของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ มีดังนี้

หน่วย ล้านบาท

ทรัพย์สินของบริษัท และบริษัทย่อย	ราคาทุน ณ วันที่		อายุการใช้งาน* (ปี)	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่	
	31 ธ.ค. 60	31 ธ.ค. 59		31 ธ.ค. 60	31 ธ.ค. 59
ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	11,359.83	10,852.92	อายุสัญญาเช่า 5 ปี 20 ปี และ 30 ปี	11,001.97	10,535.85
อาคารและอุปกรณ์ประกอบ	34,907.07	33,540.41	อายุสัญญาเช่า 5, 10 , 20 , 30, 40 และ 60 ปี	23,654.11	23,237.13
สิ่งปรับปรุงอาคาร	10,539.02	10,025.38	อายุสัญญาเช่า และ 10 ปี	5,646.67	5,547.42
เครื่องตกแต่งติดตั้งและ อุปกรณ์สำนักงาน และอุปกรณ์ อื่น	16,488.82	15,470.88	4 – 15 ปี	6,079.80	5,950.30
ยานพาหนะ	395.34	378.47	4 - 5 ปี	121.90	132.61
เครื่องใช้ในการดำเนินงาน	4,722.16	3,688.14	-	1,978.57	1,263.09
งานระหว่างก่อสร้าง	2,788.84	2,032.47	-	2,788.84	2,032.47
รวม	81,201.08	75,988.66		51,271.86	46,698.89

* ยกเว้นที่ดินซึ่งมีอายุการให้ประโยชน์ไม่จำกัด

มูลค่าสุทธิทางบัญชีของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนมีดังนี้

หน่วย ล้านบาท

ทรัพย์สินของบริษัท และบริษัทย่อย	ราคาทุน ณ วันที่		อายุการใช้งาน (ปี)	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่	
	31 ธ.ค. 60	31 ธ.ค. 59		31 ธ.ค. 60	31 ธ.ค. 59
ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	57.23	57.23		56.07	56.07
อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	2,392.36	2,014.05		1,133.74	866.97
รวม	2,449.59	2,071.28		1,189.71	923.04

มูลค่าสุทธิทางบัญชีของสิทธิการเช่ามีดังนี้

หน่วย ล้านบาท

ทรัพย์สินของบริษัท และบริษัทย่อย	ราคาทุน ณ วันที่		อายุการใช้งาน (ปี)	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่	
	31 ธ.ค. 60	31 ธ.ค. 59		31 ธ.ค. 60	31 ธ.ค. 59
สิทธิการเช่า	4,405.90	4,377.04	อายุสัญญาเช่า	2,012.67	1,984.70
รวม	4,405.90	4,377.04		2,012.67	1,984.70

บริษัทใช้นโยบายการบัญชีเกี่ยวกับค่าความนิยมและการรวมธุรกิจตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 3 เรื่องการรวมธุรกิจ โดยการเปรียบเทียบต้นทุนการซื้อเงินลงทุนกับมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์และหนี้สินที่กำหนดได้ ณ วันที่เกิดรายการ อันมีผลทำให้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 และ 2559 บริษัทและบริษัทย่อยมีมูลค่าสุทธิของทรัพย์สินถาวรรวมการปรับมูลค่ายุติธรรมสุทธิ 6,092.15 ล้านบาท และ 6,605.32 ล้านบาท ตามลำดับ

4.2 ที่ดินและโครงการระหว่างการพัฒนาของบริษัท และบริษัทย่อย

กลุ่มบริษัทที่มีที่ดินและโครงการระหว่างการพัฒนา เพื่อใช้เป็นทรัพย์สินหลักในการประกอบกิจการ ดังนี้

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินระหว่างพัฒนา	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2560	ณ 31 ธ.ค. 2559	
บริษัทย่อย							
บจก. สมุย บีช เรสซิเดนซ์	15-1-35	เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี	เป็นเจ้าของ	ที่ดินและอาคารระหว่างก่อสร้าง	93.89	-	-ไม่มี-
บจก. ภูเก็ต บีช คลับ โอนเนอร์	0-1-24	เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี	เป็นเจ้าของ	ที่ดินและอาคารระหว่างก่อสร้าง	6.92	-	-ไม่มี-
บจก. เอ็มเอชจี โฮลดิ้ง	0-1-05	เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี	เป็นเจ้าของ	ที่ดินและอาคารระหว่างก่อสร้าง	3.52	-	-ไม่มี-

4.3 ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญในการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย

ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญในการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย มีดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตน	ราคาทุน ณ วันที่		อายุการใช้งาน (ปี)	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่	
	31 ธ.ค. 60	31 ธ.ค. 59		31 ธ.ค. 60	31 ธ.ค. 59
ต้นทุนการพัฒนาแฟรนไชส์	166.93	166.04	1-3 ปี	2.89	3.10
ค่าลิขสิทธิ์	222.29	199.80	3-20 ปี	76.23	66.09
ค่าความนิยม	9,168.65	8,195.03	-	8,776.85	7,649.45
เครื่องหมายการค้า	5,581.91	5,670.45	-	5,581.91	5,670.45
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	1,668.20	1,281.04	3-10 ปี	587.23	436.50
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ระหว่างติดตั้ง	229.61	300.91	-	229.61	300.91
สิทธิในการบริหารสินทรัพย์	4,700.18	4,569.30	40 ปี	3,907.68	3,867.98
ทรัพย์สินทางปัญญา	601.05	585.17	-	502.42	489.01
รวม	22,338.82	20,967.74		19,664.82	18,483.50

4.4 นโยบายการลงทุน

จากงบการเงินเฉพาะของบริษัทสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วมและกิจการร่วมค้า ในธุรกิจโรงแรม อาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เป็นจำนวนรวม 8,846 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 13.1 ของสินทรัพย์รวม ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายลงทุนผ่านบริษัทย่อย บริษัทร่วม และกิจการร่วมค้า โดยบริษัทจะพิจารณาลงทุนในธุรกิจที่สนับสนุนให้บริษัทสามารถพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับสินค้าและบริการในระดับที่สมบูรณ์ เหนือความพึงพอใจของลูกค้า

สำหรับการกำกับดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม บริษัทได้แต่งตั้งผู้บริหารของบริษัทเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการและผู้บริหารในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม เพื่อร่วมดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม นอกจากนี้ บริษัทยังมอบหมายให้ตัวแทนของบริษัทในฐานะผู้ถือหุ้น เข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาออกเสียงในที่ประชุมผู้ถือหุ้นตามนโยบายและหลักการของบริษัท

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทและบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทและบริษัทย่อย ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น**ข้อมูลทั่วไป****ธุรกิจหลัก**

เป็นผู้ดำเนินธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม ซึ่งรวมถึงโครงการพัฒนาที่อยู่อาศัยเพื่อขาย โครงการพักผ่อนแบบบั้นสวนเวลา และให้เข้าศูนย์การค้าและอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจบันเทิง และธุรกิจจัดจำหน่าย

สำนักงานใหญ่

เลขทะเบียนบริษัท 0107536000919 (เดิม บมจ. 165)

เลขที่ 99 อาคารเบอร์ลิคเกอร์ ชั้นที่ 16

ซอยรุมเปีย ถนนสุขุมวิท 42

แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ : +66(0) 2381 5151

โทรสาร : +66(0) 2381 5777-8

เว็บไซต์ : <http://www.minor.com>

ทุนเรือนหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560

ทุนจดทะเบียน :

4,621,828,347 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 4,621,828,347 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท

ทุนที่ออกจำหน่ายและชำระแล้ว

4,618,914,291 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 4,618,914,291 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท

นายทะเบียนหลักทรัพย์**นายทะเบียนหุ้นสามัญ**

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง

เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ : +66(0) 2009 0999

โทรสาร : +66(0) 2009 9991

อีเมล : SETContactCenter@set.or.th

เว็บไซต์ : <http://www.set.or.th>

นายทะเบียนหุ้นกู้

นายทะเบียนหุ้นกู้

นายทะเบียนหุ้นกู้ MINT ครั้งที่ 1/2554

ครั้งที่ 1/2555 ชุดที่ 2

บมจ. ธนาคารกสิกรไทย

ฝ่ายบริการธุรกิจหลักทรัพย์

อาคารสำนักงานใหญ่ พหลโยธิน ชั้นที่ 11

เลขที่ 400/22 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน
เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

นายทะเบียนหุ้นกู้ MINT ครั้งที่ 2/2554 ชุดที่ 1 และชุดที่ 2 ครั้งที่ 1/2560
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 1222 ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง
เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120

นายทะเบียนหุ้นกู้ MINT ครั้งที่ 1/2557
ครั้งที่ 1/2558 ชุดที่ 1 และชุดที่ 2
ครั้งที่ 1/2559 ชุดที่ 1 และชุดที่ 2
ครั้งที่ 1/2560 ชุดที่ 1 และชุดที่ 2
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 9 ถนนรัชดาภิเษก เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

ผู้สอบบัญชี

บริษัท ไพร์ซวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอพีเอส จำกัด

โดยนางอโนทัย ลีกิจวัฒน์ และ/หรือ นายจรรยาเกียรติ อรุณไพโรจน์กุล และ/หรือ นายชาญชัย ชัยประสิทธิ์

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3442, 3445 และ 3760 ตามลำดับ

ชั้นที่ 15 บางกอกซิตีทาวเวอร์

เลขที่ 179/74-80 ถนนสาทรใต้ กรุงเทพฯ 10120

โทรศัพท์ : +66(0) 2286 9999

โทรสาร : +66(0) 2286 5050

ที่ปรึกษากฎหมาย

บริษัท สำนักงานกฎหมายสยามคดี จำกัด

ชั้นที่ 20 อาคารวีณาการ

เลขที่ 183 ถนนสาทรใต้

แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120

โทรศัพท์ : +66(0) 2676 6667-8

โทรสาร : +66(0) 2676 6188

บริษัทย่อย บริษัทร่วม และกิจการร่วมค้าไมเนอร์ โฮเทลส์

สามารถตรวจสอบสถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่และประเภทธุรกิจได้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 13

บริษัท	จำนวนหุ้น ที่ออกจำหน่ายแล้ว (หุ้น)	ถือหุ้นโดย	สัดส่วน การถือหุ้น
1. บริษัท เจ้าพระยา ริชเชิร์ท จำกัด	12,000,000	MINT	81.2%
2. บริษัท หัวหิน ริชเชิร์ท จำกัด ("HHR")	2,000,000	MINT	100.0%
3. บริษัท เซ็มเซิร์ช เอ็นพาร์ค ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด	10,000,000	HHR	50.0%*
4. บริษัท ลายัน บางเทา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด	500,000	HHR	50.0%*
รวมหุ้นที่ถือโดย PBCO			
5. บริษัท แมริม เทอเรซ ริชเชิร์ท จำกัด	3,000,000	MINT	45.3%
6. บริษัท สมุย ริชเชิร์ท แอนด์ สปา จำกัด	100,000	MINT	100.0%
7. บริษัท โรงแรม ราชดำริ จำกัด (มหาชน) ("RHC")	45,000,000	MINT	99.2%
8. บริษัท เซ็มไฮ สแควร์ จำกัด ("MI")	100,000	MINT	100.0%
9. บริษัท หัวหิน วิลเลจ จำกัด ("HHV")	3,500,000	MINT	100.0%
10. บริษัท บ้านโบราณ เชียงราย จำกัด ("BBC")	1,650,000	MINT	100.0%
11. บริษัท เซอร์แซนด์เฮ พาร์ค จำกัด	4,000,000	BBC	50.0%*
12. บริษัท สมุย วิลเลจ จำกัด	375,000	MINT	100.0%
13. บริษัท โคโค ปาล์ม โฮเทลแอนด์ รีสอร์ท จำกัด	1,730,000	MINT	100.0%
14. บริษัท โกโก้ ริคิรีเชชั่น จำกัด	10,000	MINT	100.0%
15. บริษัท สมุย บีช คลับ โฮมเมอร์ จำกัด	10,000	MINT	100.0%
16. บริษัท รัชต์ การ์เด้น พลาซ่า จำกัด	750,000	MINT	100.0%
17. บริษัท นายณ์ แอนด์ ซาวีจีที ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด	100,000	RGP	40.0%*
18. บริษัท เซ็มสปา อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ("MST")	410,000	MINT	100.0%
รวมหุ้นที่ถือโดย HIIL			
19. บริษัท สมุย บีช เรสซิเดนซ์ จำกัด ("SBR")	10,000	MINT	100.0%
20. บริษัท ลายัน ฮิลล์ เรสซิเดนซ์ จำกัด	500,000	SBR	50.0%
รวมหุ้นที่ถือโดย PBCO			
21. บริษัท โกโก้ เรสซิเดนซ์ จำกัด	10,000	MINT	100.0%

* สัดส่วนในส่วนได้เสีย

บริษัท	จำนวนหุ้น ที่ออกจำหน่ายแล้ว (หุ้น)	ถือหุ้นโดย	สัดส่วน การถือหุ้น
22. บริษัท ไมเนอร์ โฮเทล กรุ๊ป จำกัด ("MHG")	1,079,307	MINT	100.0%
		รวมหุ้นที่ถือโดย MGS	
23. บริษัท ไมเนอร์ ซัพพลายเชน โซลูชันส์ จำกัด	282,515	MINT	100.0%
24. บริษัท ไมเนอร์ โกลบอล โซลูชันส์ จำกัด ("MGS")	500,000	MINT	100.0%
25. บริษัท เจ้าพระยา ริชเชิร์ท แอนด์ เรสซิเดนซ์ จำกัด	10,000	MINT	100.0%
26. RGR International Limited ("RGR")	100,000	MINT	100.0%
27. Eutopia Private Holding Limited	1,000,000	RGR	50.0%*
28. Harbour View Corporation Limited	8,383,476	RGR	30.4%*
29. R.G.E. (HKG) Limited	100,000	MINT	100.0%
30. M & H Management Limited	1,000	MINT	100.0%
31. Lodging Investment (Labuan) Limited ("LIL")	1,000	MINT	100.0%
32. Serendib Hotels Pol.	111,525,794	LIL	25.0%*
33. Minor International (Labuan) Limited	1,000	MINT	100.0%
34. AVC Club Developer Limited	1,000	MINT	100.0%
35. AVC Vacation Club Limited ("AVC V")	1,000	MINT	100.0%
36. บริษัท ภูเก็ต บีช คลับ โฮมเมอส์ จำกัด ("PBCO")	10,000	MINT	100.0%
37. บริษัท เอ็มเซจี้ ภูเก็ต จำกัด	1,900,000	MINT	100.0%
38. บริษัท ไมเนอร์ สกาย โรดเดอร์ จำกัด	70,000	MINT	100.0%
39. บริษัท เซล แอนด์ พี ซินดิเคต จำกัด (มหาชน)	490,408,365	MINT	35.7%*
40. Minor Continental Holding (Mauritius) ("MCHM")	EUR 18,000	MINT	100.0%
41. Minor Continental Holding (Luxembourg) S.A.R.L ("MCHL")	EUR 12,500	MCHM	100.0%
42. Minor Continental Portugal, SGPS, S.A. ("MCP")	EUR 38,000,000	MCHL	100.0%
43. Pojosa S.A. ("Pojosa")	หุ้นสามัญ 91,138.377 หุ้นบุริมสิทธิ 68,505.744	MCHL	100.0%
44. Marinoteis - Sociedade de Promocao e Construcão de Hotéis S.A. ("Marinoteis")	6,300,000	MCP	100.0%
45. Coimbra Jardim Hotel - Sociedade de Gestao Hoteleira, S.A.	3,650,000	MCP	100.0%
46. Tivoli Gave do Oriente - Sociedade de Gestao Hoteleira, S.A.	500,000	MCP	100.0%
47. Sotal - Sociedade de Gestao Hoteleira, S.A.	10,000	Marinoteis	100.0%
48. Hotelagos S.A.	1,885,000	Marinoteis	100.0%
49. บริษัท วารดารี เรสซิเดนซ์ จำกัด ("RRL")	5,000,000	MI	100.0%

* สัดส่วนในหุ้นได้เสีย

บริษัท	จำนวนหุ้น ที่ออกจำหน่ายแล้ว (หุ้น)	ถือหุ้นโดย	สัดส่วน การถือหุ้น
50. บริษัท ขาวดิมะ ฮิลล์ จำกัด	50,000	RRL	50.0%*
		รวมหุ้นที่ถือโดย SBR	
51. บริษัท วาสดารี ลชดจีจิง จำกัด	300,000	MI	100.0%
52. บริษัท สตาร์ เทรเวลเลอร์ จำกัด	10,000	MI	49.0%
53. Corbin & King Limited	23,335,391	MI	74.0%
54. บริษัท ชูมา กรุงเทพ จำกัด	160,000	MI	51.0%*
55. Arabian Spas (Dubai) (LLC)	300	MST	49.0%*
56. Hospitality Investment International Limited ("HIIL")	10,000,000	MHG	100.0%
57. MHG International Holding (Singapore) Pte. Ltd. ("MHGIH")	57,083,072	MHG	100.0%
58. MHG International Holding (Mauritius) ("MHGIHM")	1,000	MHG	100.0%
59. MHG Holding Limited	1,000	MHG	100.0%
60. MHG Deep Blue Financing	200,000	MHG	50.0%*
61. 2015 CM Investors Corporation	44,600,000	MHG	50.0%*
62. Cardamom Tented Camp Co., Ltd.	100,000	MHG	35.0%*
63. Anantara Vacation Club (HK) Limited ("AVC V (HK)")	10,000	AVC V	100.0%
64. AVC Vacation Club (Singapore) Pte. Ltd.	16,200	AVC V	100.0%
65. Sanya Anantara Consulting Limited	USD 500,000	AVC V (HK)	100.0%
66. Lodging Management (Labuan) Limited	1,000	HIIL	100.0%
67. Lodging Management (Mauritius) Limited ("LMM")	1,000	HIIL	100.0%
68. PT Lodging Management (Indonesia) Limited	1,500	HIIL	93.3%
69. Jada Resort and Spa (Private) Limited ("Jada")	412,877,494	HIIL	87.0%
70. PH Resort (Private) Ltd.	271,767	HIIL	49.9%*
71. Zanzibar Tourism and Hospitality Investment Limited ("ZTHIL")	2	HIIL	50.0%*
72. Tanzania Tourism and Hospitality Investment Limited ("TTHIL")	2	HIIL	50.0%*
73. Sothea Pte. Ltd.	1,450	LMM	80.0%
74. Minor Hotel Group South Africa (PTY) Limited	1,000	LMM	100.0%
75. O Plus E Holdings Private Limited	1,050,000	LMM	50.0%*
77. Kalutara Luxury Hotel and Resort (Private) Limited	193,709,415	Jada	87.0%
78. Avani Ambalangoda (Private) Limited	-	Paradise	87.0%
79. MHG IP Holding (Singapore) Pte. Ltd.	1	MHGIH	100.0%
80. Vietnam Hotel Projekt B.V. ("VHP")	EUR 22,883	MHGIH	100.0%
81. MHG Management (India) Private Limited	10,000	MHGIH	100.0%

* สัดส่วนในส่วนนี้ได้เสีย

บริษัท	จำนวนหุ้น ที่ออกจำหน่ายแล้ว (หุ้น)	ถือหุ้นโดย	สัดส่วน การถือหุ้น
82. Rani Minor Holding Limited ("Rani")	50,000,000	MHGIH	25.0%*
83. MHG Australia Holding Pte. Ltd. ("MHGAH")	1	MHGIH	100.0%
84. Plexus Maldives Private Limited	471,600	MHGIH	50.0%*
85. MHG Australia Investments Pty, Ltd.	100	MHGAH	100.0%
86. Bai Dai Tourism Company Limited	VND 118,941,730,169	VHP	100.0%
87. Hoi An Riverpark Hotel Company Limited	USD 1,080,000	VHP	91.0%
88. Sands Hotels (Proprietary) Limited	NAD 100	MHGIHM	100.0%
89. Minor Hotel Group Gaborone (Proprietary) Limited ("Gaborone")	500,000	MHGIHM	80.0%
90. Minor Hotel Group MEA DMCC ("MHG MEA")	50	MHGIHM	100.0%
91. MHG Management Tunisia	118,000	MHG MEA	100.0%
รวมหุ้นที่ถือโดย MHG			
92. MHG Desaru Hotel Sdn. Bhd.	หุ้นสามัญ 7,000,000 หุ้นบริบทที่แปลงสภาพ ที่สามารถเรียกคืนได้ 569,943,332	MHGIHM	60.0%
93. MHG Desaru Villas Sdn. Bhd.	หุ้นสามัญ 3,000,000 หุ้นบริบทที่แปลงสภาพ ที่สามารถเรียกคืนได้ 30,836,923	MHGIHM	60.0%
94. MHG Lesotho (Proprietary) Limited	12,628	MHGIHM	46.9%*
95. Rani Minor Holding II Ltd.	50,000	MHGIHM	49.0%*
96. MHG Signity Assets Holding (Mauritius) Limited	100,000	MHGIHM	50.0%*
97. Minor Hotels Zambia Limited	50,000	MHGIHM	100.0%
98. Letsatsi Casino (Pty) Ltd.	3,000	Gaborone	64.0%
99. PT Wika Realty Minor Development	260,000	MHGIH	50.0%*
100. MHG GP Pte. Ltd.	5,150,002	MHGIH	50.0%*

* สัดส่วนในหุ้นได้เฉลี่ย

บริษัท	จำนวนหุ้น ที่ออกจำหน่ายแล้ว (หุ้น)	ถือหุ้นโดย	สัดส่วน การถือหุ้น
1. Boathouse Management Pty. Ltd.	3,058,996	OAKS	100.0%
2. Calypso Plaza Management Pty. Ltd.	9,420,142	OAKS	100.0%
3. Concierge Apartments Australia Pty. Ltd.	3,479,414	OAKS	100.0%
4. Goldsbrough Management Pty. Ltd.	14,433,119	OAKS	100.0%
5. MINT Residential Pty. Ltd.	1	OAKS	100.0%
6. MH Management (Qld) Pty. Ltd. ("QLD")	2,912,614	OAKS	100.0%
7. Oaks Hotels & Resorts (NSW) No. 1 Pty. Ltd.	8,979,457	OAKS	100.0%
8. MH Management (NSW) Pty. Ltd. ("NSW2")	14,830,219	OAKS	100.0%
9. MH Management (SA) Pty. Ltd.	10,513,471	OAKS	100.0%
10. MH Management (VIC) Pty. Ltd. ("VIC")	1,871,380	OAKS	100.0%
11. Queensland Accommodation Corporation Pty. Ltd.	6	OAKS	100.0%
12. Seaforth Management Pty. Ltd.	4,041,019	OAKS	100.0%
13. The Oaks Resorts & Hotels Management Pty. Ltd. ("ORHM")	8,606,418	OAKS	100.0%
14. Furniture Services Australia Pty. Ltd.	120	OAKS	100.0%
15. Brisbane Apartment Management Pty. Ltd.	1	OAKS	100.0%
16. Housekeepers Pty. Ltd.	2	OAKS	100.0%
17. Oaks Hotels & Resorts NZ Ltd. ("NZ")	13,290,430	OAKS	100.0%
18. Oaks Hotels & Resorts DMCC	300	MHG MEA	100.0%
19. Oaks Hotels & Resorts Investments Pty. Ltd.	100	OAKS	100.0%
20. Oaks Hotels and Resorts No. 4 Pty. Ltd. ("No. 4")	100	OAKS	100.0%
21. Oaks Hotels & Resorts (Management) Pty. Ltd.	100	OAKS	100.0%
22. Oaks Hotels & Resorts Leasing (Collins) Pty. Ltd.	100	OAKS	100.0%
23. Oaks Hotels and Resorts (NT) Pty. Ltd.	15,300,100	OAKS	100.0%
24. Oaks Hotels & Resorts Asset Holding Pty. Ltd.	100	OAKS	100.0%
25. Queen Street Property Management Pty. Ltd.	2	QLD	100.0%
26. Mon Komo Management Pty. Ltd.	100	QLD	100.0%
รวมหุ้นที่ถือโดย OakQ			
27. Oasis Caloundra Management Pty. Ltd.	100	QLD	100.0%
28. Oaks Hotels & Resorts (Regis Towers) Pty. Ltd.	100	QLD	100.0%
29. Emerald Holdings Investments Pty. Ltd. ("EHI")	100	QLD	100.0%
30. ACN 153 970 944 Pty. Ltd.	100	QLD	100.0%
31. Oaks Hotels & Resorts (Mon Komo) Pty. Ltd.	100	QLD	100.0%

บริษัท	จำนวนหุ้น ที่ออกจำหน่ายแล้ว (หุ้น)	ถือหุ้นโดย	สัดส่วน การถือหุ้น
32. Oaks Hotels & Resorts (Carlyle Maokay) Pty. Ltd. ("CM")	100	QLD	100.0%
33. Oaks Hotels & Resorts (Milton) Pty. Ltd. ("Milton")	100	QLD	100.0%
34. Oaks Hotels & Resorts (Carlyle Lessee) Pty. Ltd. ("CL")	100	QLD	100.0%
35. Oaks Hotels & Resorts (Radius) Pty. Ltd. ("Radius")	100	QLD	100.0%
36. Oaks Hotels & Resorts (Rivermarque) Pty. Ltd. ("RM")	100	QLD	100.0%
37. Oaks (M on Palmer) Management Pty. Ltd. ("M on P")	100	QLD	100.0%
38. Oaks Hotels & Resorts (Prince Place) Pty. Ltd. ("PP")	100	QLD	100.0%
39. Oaks Hotels & Resorts (Moranbah) Pty. Ltd. ("Mor")	100	QLD	100.0%
40. Oaks Hotels & Resorts (Mews) Pty. Ltd. ("Mew")	100	QLD	100.0%
41. Oaks Queensland Holdings Pty. Ltd. ("OaksQ")	100	QLD	100.0%
42. ACN 153 490 227 Pty. Ltd.	100	QLD	100.0%
43. Oaks Hotels & Resorts (M on Palmer Apartments) Pty. Ltd.	100	QLD	100.0%
44. Queensland Nominee Management Pty. Ltd.	100	OaksQ	100.0%
		รวมหุ้นที่ถือโดย ORHM	
45. Wrap No. 1 Pty. Ltd. ("Wrap No. 1")	10	OaksQ	100.0%
46. Emerald Management Pty. Ltd.	100	EHI	100.0%
		รวมหุ้นที่ถือโดย OaksQ	
47. Maokay (Carlyle) Management Pty. Ltd.	100	EHI	100.0%
		รวมหุ้นที่ถือโดย OaksQ	
48. Brisbane (Milton) Management Pty. Ltd. ("B Milton")	100	Milton	100.0%
		รวมหุ้นที่ถือโดย OaksQ	
49. The Milton Residences Pty. Ltd.	100	B Milton	100.0%
50. Maokay (Carlyle) Lessee Pty. Ltd.	100	CL	100.0%
		รวมหุ้นที่ถือโดย OaksQ	
51. Brisbane (Radius) Management Pty. Ltd.	100	Radius	100.0%
		รวมหุ้นที่ถือโดย OaksQ	
52. Maokay (Rivermarque) Management Pty. Ltd.	100	RM	100.0%
		รวมหุ้นที่ถือโดย OaksQ	
53. Middlemount (Prince Place) Management Pty. Ltd.	100	PP	100.0%
		รวมหุ้นที่ถือโดย OaksQ	
54. Moranbah Management Pty. Ltd.	100	Mor	100.0%
		รวมหุ้นที่ถือโดย OaksQ	
55. Mews Management Pty. Ltd.	100	Mews	100.0%
		รวมหุ้นที่ถือโดย OaksQ	

บริษัท	จำนวนหุ้น ที่ออกจำหน่ายแล้ว (หุ้น)	ถือหุ้นโดย	สัดส่วน การถือหุ้น
56. Oaks Hotels & Resorts (NSW) Pty. Ltd. ("NSW")	49,309	NSW2	100.0%
57. Pacific Blue Management Pty. Ltd.	2	NSW2	100.0%
58. Regis Towers Management Pty. Ltd.	100	NSW2	100.0%
59. Oaks Hotels & Resorts (Hunter Valley) Pty. Ltd. ("HV")	100	NSW2	100.0%
60. 163 on Kent Management Pty. Ltd.	2	NSW	100.0%
61. 167 Kent Pty. Ltd.	2	NSW	100.0%
62. Oaks Hotels and Resorts (Cable Beach) Pty. Ltd. ("CB")	10	NSW	100.0%
63. 361 Kent Pty. Ltd.	10	CB	100.0%
64. Hunter Valley (CL) Management Pty. Ltd. ("CLMa")	100	HV	100.0%
รวมหุ้นที่ถือโดย OaksQ			
65. Hunter Valley (CL) Leases Pty. Ltd.	100	HV	100.0%
66. Hunter Valley (CL) Memberships Pty. Ltd.	100	CLMa	100.0%
67. Pacific Hotel Market Street Pty. Ltd.	2	VIC	100.0%
68. Cable Beach Management Pty. Ltd.	100	VIC	100.0%
รวมหุ้นที่ถือโดย CB			
69. MH Residential (Leasing) Pty. Ltd.	100	VIC	100.0%
70. Oaks Hotels & Resorts (Pinnacle) Pty. Ltd. ("Pinnacle")	100	VIC	100.0%
71. Oaks Hotels & Resorts Operator (VIC) Pty. Ltd.	100	VIC	100.0%
72. Oaks Hotels & Resorts (VIC) Letting Pty. Ltd. ("VIC Letting")	100	VIC	100.0%
73. Oaks Hotels & Resorts Leasing (VIC) Pty. Ltd. ("Leasing VIC")	100	VIC	100.0%
74. Exclusive Pinnacle Management Pty. Ltd.	100	Pinnacle	100.0%
รวมหุ้นที่ถือโดย OaksQ			
75. 167 Cashel Management Limited	100	NZ	100.0%
76. 167 Cashel Apartments Ltd.	100	NZ	100.0%
77. Oaks Cashel Management Ltd.	100	NZ	100.0%
78. Housekeepers (NZ) Ltd.	100	NZ	100.0%
79. Tidal Swell Pty. Ltd.	4	Inv	100.0%
80. Grand (Gladstone) Management Pty. Ltd.	100	NO. 4	100.0%
81. Aocom (VIC) Pty. Ltd. ("Aocom VIC")	10	Leasing VIC	100.0%
82. Aocom Melbourne Pty. Ltd.	10	Aocom VIC	100.0%
83. Wrap Management Pty. Ltd.	10	Wrap No. 1	100.0%
84. Wrap No. 2 Pty. Ltd. ("Wrap No. 2")	10	VIC Letting	100.0%
85. Wrap Letting Pty. Ltd.	10	Wrap No. 2	100.0%
86. Harbour Residences Oaks Ltd.	980,000	NZ	50.0%*

* สัดส่วนในส่วนได้เสีย

ไมเนอร์ ฟู้ด

สามารถตรวจสอบสถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่และประเภทธุรกิจได้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 13

บริษัท	จำนวนหุ้น ที่ออกจำหน่ายแล้ว (หุ้น)	ถือหุ้นโดย	สัดส่วน การถือหุ้น
1. บริษัท เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ("MFG")	32,730,684	MINT	99.7%
2. บริษัท สเวนเซนส์ (ไทย) จำกัด	1,000,000	MFG	100.0%
3. บริษัท ไมเนอร์ ซิส จำกัด	600,000	MFG	100.0%
4. บริษัท ไมเนอร์ แครี่ จำกัด	600,000	MFG	100.0%
5. บริษัท ไมเนอร์ ดีเควี จำกัด	160,000	MFG	100.0%
6. บริษัท เบิร์ทเกอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	3,700,000	MFG	97.0%
7. บริษัท เฮลแอลชาร์ที จำกัด	4,000,000	MFG	100.0%
8. บริษัท เดอะ คอฟฟี่ คลับ (ประเทศไทย) จำกัด	1,220,000	MFG	100.0%
9. บริษัท เคเพอร์รี่ แอสโซซิเอตส์ จำกัด	50,000	MFG	51.0%
10. บริษัท พีแคน เดอลูซ์ (ประเทศไทย) จำกัด	1,050,000	MFG	49.9%*
11. บริษัท บีทีเอ็ม (ไทยแลนด์) จำกัด	2,532,614	MFG	50.0%*
12. บริษัท ซิลิค เซอร์วิส พาร์تنเนอร์ จำกัด	450,000	MFG	51.0%*
13. บริษัท แฮมเชลซี ไทย คูซีน จำกัด	800,000	MFG	43.8%*
14. International Franchise Holding (Labuan) Limited ("IFH")	1,800,000	MFG	100.0%
15. Primacy Investment Limited ("Primacy")	79,972,745	MFG	100.0%
16. The Pizza Company Ltd.	1	MFG	100.0%
17. Franchise Investment Corporation of Asia Ltd. ("FICA")	6,494,250	IFH	100.0%
18. The Minor (Beijing) Restaurant Management Co., Ltd.	RMB 135,000,000	FICA	100.0%
19. Sizzler China Pte. Ltd.	2	IFH	50.0%*
20. Delicious Food Holding (Singapore) Pte. Ltd. ("DFHS")	9,201,000	Primacy	100.0%
21. MFG International Holding (Singapore) Pte. Ltd. ("MFGIHS")	55,753,745	Primacy	100.0%
22. Minor Food Group (Singapore) Pte. Ltd. ("MFGS")	300,000	Primacy	100.0%
23. Liwa Minor Food & Beverage LLC	3,000	Primacy	49.0%*
24. BreadTalk Group Limited	281,890,148	Primacy	14.1%*
25. Minor Food (Seychelles) Limited	1,500,000	Primacy	100.0%
26. Delicious Food Australia Finance Pty. Ltd.	59,000,100	DFHS	100.0%
27. MHG Hotel Holding Australia Pty. Ltd. ("MHH")	15,300,100	DFHS	100.0%
28. Oaks Hotels & Resorts Limited ("OAKS")	189,131,898	MHH	100.0%
29. Delicious Food Holding (Australia) Pty. Ltd. ("DFHA")	10	DFHS	100.0%
30. Minor DKL Food Group Pty. Ltd. ("DKL")	46,000,000	DFHA	70.0%

* สัดส่วนในส่วนได้เสีย

บริษัท	จำนวนหุ้น ที่ออกจำหน่ายแล้ว (หุ้น)	ถือหุ้นโดย	สัดส่วน การถือหุ้น
31. Espresso Pty. Ltd.	100	DKL	70.0%
32. The Coffee Club Investment Pty. Ltd.	28,616,600	DKL	70.0%
33. The Coffee Club Franchising Company Pty. Ltd.	17,282,200	DKL	70.0%
34. The Coffee Club (NSW) Pty. Ltd.	2	DKL	70.0%
35. The Coffee Club (Vic) Pty. Ltd.	2	DKL	70.0%
36. The Coffee Club (Properties) Pty. Ltd.	100	DKL	70.0%
37. The Coffee Club Properties (NSW) Pty. Ltd.	2	DKL	70.0%
38. The Coffee Club Pty. Ltd.	2	DKL	70.0%
39. The Coffee Club (International) Pty. Ltd.	100	DKL	70.0%
40. The Coffee Club (Korea) Pty. Ltd.	100	DKL	70.0%
41. The Coffee Club (Mena) Pty. Ltd.	100	DKL	70.0%
42. The Coffee Club (NZ) Pty. Ltd.	100	DKL	70.0%
43. First Avenue Company Pty. Ltd.	100	DKL	70.0%
44. Ribs and Rumps Holding Pty. Ltd. ("R&R")	1	DKL	70.0%
45. Ribs and Rumps Operating Company Pty. Ltd.	1	R&R	70.0%
46. Ribs and Rumps Properties Pty. Ltd.	1	R&R	70.0%
47. Ribs and Rumps International Pty. Ltd.	1	R&R	70.0%
48. Ribs and Rumps System Pty. Ltd.	100	R&R	70.0%
49. Minor DKL Construction Pty. Ltd.	100	DKL	70.0%
50. Minor DKL Management Pty. Ltd.	100	DKL	70.0%
51. Minor DKL Stores Pty. Ltd.	100	DKL	70.0%
52. TCC Operations Pty. Ltd.	100	DKL	70.0%
53. TGT Operations Pty. Ltd.	100	DKL	70.0%
54. The Coffee Club (Technology) Pty. Ltd.	100	DKL	70.0%
55. VGC Food Group Pty. Ltd. ("VGC")	13,200,000	DKL	49.0%*
56. Veneziano Coffee Roasters Holdings Pty. Ltd. ("VCRH")	8,900,000	VGC	49.0%*
57. Groove Train Holdings Pty. Ltd. ("GTH")	2,100,000	VGC	49.0%*
58. Coffee Hit Holdings Pty. Ltd. ("CHH")	700,000	VGC	49.0%*
59. VGC Management Pty. Ltd.	1	VGC	49.0%*
60. Veneziano Coffee Roasters Pty. Ltd.	3	VCRH	49.0%*
61. Groove Train System Pty. Ltd.	1	GTH	49.0%*
62. Veneziano Coffee Assets Pty. Ltd.	100	VCRH	49.0%*
63. Groove Train Properties Pty. Ltd.	1	GTH	49.0%*

* สัดส่วนในส่วนได้เสีย

บริษัท	จำนวนหุ้น ที่ออกจำหน่ายแล้ว (หุ้น)	ถือหุ้นโดย	สัดส่วน การถือหุ้น
64. Coffee Hit System Pty. Ltd.	100	CHH	49.0%*
65. Coffee Hit Properties Pty. Ltd.	1	CHH	49.0%*
66. Black Bag Roasters Pty. Ltd.	100	VCRH	49.0%*
67. Veneziano (SA) Pty. Ltd.	1,000	VCRH	28.2%*
68. The Minor Food Group (India) Private Limited	24,077,144	MFGIHS	70.0%
69. The Food Theory Group Pte. Ltd. ("Food Theory")	300,000	MFGIHS	50.0%*
70. Over Success Enterprise Pte. Ltd. ("Over Success")	10,000	MFGIHS	95.9%
71. Patara Fine Thai Cuisine Limited ("PFTC")	12,300,000	MFGIHS	50.0%*
72. Suda Limited	4,100,000	PFTC	50.0%*
73. The Minor Food Group (Myanmar) Limited	2,000,000	MFGIHS	100.0%
74. Beijing Qian Bai Ye Investment Consultation Ltd.	USD 100,000	Over Success	95.9%
75. Beijing Riverside & Courtyard Investment Management Ltd.	RMB 7,000,000	Over Success	95.9%
76. Beijing Riverside & Courtyard Catering Management Co., Ltd.	RMB 2,030,000	Over Success	95.9%
77. Beijing Longkai Catering Ltd.	RMB 100,000	Over Success	95.9%
78. Beijing Three Two One Fastfood Ltd.	RMB 100,000	Over Success	95.9%
79. Beijing JiangShang Catering Ltd.	RMB 100,000	Over Success	95.9%
80. Beijing Yunyu Catering Ltd.	RMB 1,000,000	Over Success	95.9%
81. Beijing Jiangshan Rundai Catering Ltd.	RMB 500,000	Over Success	95.9%
82. Beijing Xielejia Catering Ltd.	RMB 500,000	Over Success	95.9%
83. Beijing Dejianhua Catering Ltd.	RMB 100,000	Over Success	95.9%
84. Beijing Bashu Chun Qiu Restaurant	-	Over Success	95.9%
85. Feng Sheng Ge Restaurant	-	Over Success	95.9%
86. Beijing Tiankong Catering Co., Ltd.	RMB 100,000	Over Success	95.9%
87. Shanghai Riverside & Courtyard Ltd.	RMB 2,000,000	Over Success	95.9%
88. Shanghai Riverside & Courtyard & Gongning Catering Ltd.	RMB 100,000	Over Success	95.9%
89. Shanghai Yi Ye Qing Zhou Catering Co., Ltd.	RMB 100,000	Over Success	95.9%
90. Shanghai Riverside & Courtyard Zhenbai Catering Co., Ltd.	RMB 100,000	Over Success	95.9%
91. Beijing Yangguang Catering Management Co., Ltd.	RMB 100,000	Over Success	95.9%
92. Jinan Riverside & Courtyard Catering Co., Ltd.	RMB 100,000	Over Success	95.9%
93. Tianjin Riverside & Courtyard Catering Management Co., Ltd.	RMB 100,000	Over Success	95.9%
94. Suzhou Riverside & Courtyard Catering Management Co., Ltd.	RMB 100,000	Over Success	95.9%
95. Nanjing Riverside & Courtyard Catering Management Co., Ltd.	RMB 100,000	Over Success	95.9%
96. Shenyang Riverside & Courtyard Catering Management Co., Ltd.	RMB 100,000	Over Success	95.9%

* สัดส่วนในวงเล็บ

บริษัท	จำนวนหุ้น ที่ออกจำหน่ายแล้ว (หุ้น)	ถือหุ้นโดย	สัดส่วน การถือหุ้น
97. Wuhan Riverside & Courtyard Catering Management Co., Ltd.	RMB 30,000	Over Success	85.9%
98. Nantong Riverside & Courtyard Catering Management Co., Ltd.	RMB 100,000	Over Success	85.9%
99. Yangzhou Riverside & Courtyard Catering Management Co., Ltd.	RMB 100,000	Over Success	85.9%
100. Red Matches Catering Ltd.	RMB 100,000	Over Success	85.9%
101. Hangzhou Riverside & Courtyard Catering Management Co., Ltd.	RMB 100,000	Over Success	85.9%
102. Dalian Riverside & Courtyard Catering Management Co., Ltd.	RMB 100,000	Over Success	85.9%
103. Zhenjiang Riverside & Courtyard Catering Management Co., Ltd.	RMB 100,000	Over Success	85.9%
104. BBZ Design International Pte. Ltd.	400,000	MFGS	100.0%
105. Element Spice Café Pte. Ltd.	400,000	MFGS	100.0%
106. YTF Pte. Ltd.	400,000	MFGS	100.0%
107. PS07 Pte. Ltd.	100,000	MFGS	100.0%
108. TES07 Pte. Ltd.	500,000	MFGS	100.0%
109. XWS Pte. Ltd.	441,000	MFGS	100.0%
110. Shokudo Concepts Pte. Ltd.	100,000	MFGS	100.0%
111. Shokudo Heeren Pte. Ltd.	100,000	MFGS	100.0%
112. TEC Malaysia Sdn Bhd	RM 500,000	MFGS	100.0%
113. Riverside & Courtyard (International) Pte. Ltd.	350,000	MFGS	100.0%
114. Grab Food Ltd.	1,572,500	MFGIHS	70.0%

ไมเนอร์ไลฟ์สไตล์

สามารถตรวจสอบสถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่และประเภทธุรกิจได้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 13

บริษัท	จำนวนหุ้น ที่ออกจำหน่ายแล้ว (หุ้น)	ถือหุ้นโดย	สัดส่วน การถือหุ้น
1. บริษัท ไมเนอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ("MCL")	499,770,722	MINT	91.4%
2. บริษัท ขาวมิน ซิสเต็มส์ จำกัด	1,100,000	MCL	100.0%
3. บริษัท นวศรี แมงูแพคเจริง จำกัด	100,000	MCL	100.0%
4. บริษัท ไมเนอร์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด	40,000	MCL	100.0%
5. บริษัท ไมเนอร์ คอนซัลแต้นส์ แอนด์ เซอร์วิส จำกัด	700,000	MCL	100.0%
รวมหุ้นที่ถือโดย MLL			
6. บริษัท ไมเนอร์ไลฟ์สไตล์ จำกัด ("MLL")	350,000	MCL	100.0%
7. บริษัท เฮลมิโด แฟชั่นส์ จำกัด	13,000,000	MCL	90.8%
8. Marvelous Wealth Limited	1	MCL	100.0%
9. บริษัท มายเซล คชท ซีโอ คชท ทีเอส จำกัด	300,000	MCL	50.1%