

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมายหรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท

เป็นผู้นำในธุรกิจที่ส่งมอบประสบการณ์อันยอดเยี่ยม เน้นความคุ้มค่า เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดและผลกระทบเชิงบวกให้กับลูกค้าและทุกฝ่ายที่มีส่วนในความสำเร็จของเรา

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี 2561 ถือเป็นปีแห่งการเฉลิมฉลองครบรอบ 50 ปีของกลุ่มไมเนอร์ และเป็นการครบรอบ 40 ปีของการดำเนินงานของบริษัทจากโรงแรมเพียงแห่งเดียวและร้านอาหารหนึ่งสาขาในพหุภาค บริษัทได้ขยายธุรกิจจนปัจจุบันมีโรงแรมในเครือทั้งหมดกว่า 510 แห่ง ร้านอาหารกว่า 2,200 สาขา และจุดจำหน่ายสินค้า 490 แห่งภายใต้แบรนด์ที่หลากหลายในกว่า 60 ประเทศ ในปี 2561 ที่ผ่านมา บริษัทยังคงสร้างรากฐานเพื่อการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยธุรกิจโรงแรมของบริษัทมุ่งขยายแบรนด์ที่หลากหลายของบริษัทในตลาดที่บริษัทดำเนินธุรกิจอยู่ ซึ่งเป็นกลยุทธ์เพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าและขยายเครือข่ายแบรนด์ของบริษัท โดยได้เปิดตัวโรงแรม 10 แห่งภายใต้แบรนด์อันตรา อวานี ทิโวลี โฮเทล และเอลวานา คอลเลกชั่นในประเทศไทย เวียดนาม ออสเตรเลีย กาตาร์ โปรตุเกส และเคนยา นอกจากนี้ บริษัทได้เข้าลงทุนในเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ปในสัดส่วนร้อยละ 94.1 ซึ่งเป็นผู้ดำเนินธุรกิจโรงแรมใหญ่ที่สุดอันดับ 3 ในประเทศสเปน มีโรงแรมและรีสอร์ทจำนวน 350 แห่ง ห้องพักรวมกว่า 50,000 ห้องในเกือบ 30 ประเทศทั่วทวีปยุโรป อเมริกา และแอฟริกา การลงทุนดังกล่าวเป็นไปตามกลยุทธ์ของบริษัทในการต่อยอดธุรกิจโรงแรมในตลาดที่บริษัทมีการดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งรวมถึงภูมิภาคเอเชีย ออสเตรเลีย ตะวันออกกลาง และยุโรป โดยช่วยส่งเสริมธุรกิจภูมิภาคยุโรปและอเมริกา ด้วยเครือข่ายธุรกิจของเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ปที่ไม่ซ้ำซ้อนกับเครือข่ายโรงแรมเดิมของบริษัท โดยภายหลังจากการรวมเครือข่ายโรงแรมของทั้ง 2 บริษัท มีผลให้บริษัทก้าวขึ้นเป็นหนึ่งใน 20 บริษัทโรงแรมที่ใหญ่ที่สุดระดับโลก ประกอบด้วยโรงแรมมากกว่า 510 แห่ง และห้องพักรวมกว่า 75,000 ห้อง สำหรับธุรกิจร้านอาหาร บริษัทยังคงดำเนินธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยในประเทศไทย บริษัทยังคงเป็นผู้นำในตลาดด้วยผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ พร้อมกับแคมเปญการตลาดเชิงรุกและการขยายสาขาอย่างมีระเบียบวินัย แม้ว่าจะเผชิญกับความท้าทายของสภาพเศรษฐกิจภายในประเทศ นอกจากนี้ ในต่างประเทศ บริษัทได้เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นในริเวอร์ไซด์ ซึ่งเป็นแบรนด์หลักของบริษัทในประเทศจีน เป็นผลให้ปัจจุบันบริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 และยังได้เข้าลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 75 ในเบนฮานา โฮลดิ้ง ซึ่งเป็นผู้นำในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารเพปายากิสโตลญี่ปุ่น ประกอบด้วยร้านอาหารในเครือจำนวน 20 สาขาใน 12 ประเทศในทวีปยุโรป เอเชีย ตะวันออกกลาง และประเทศแคนาดา สำหรับธุรกิจไลฟ์สไตล์ บริษัทยังคงสร้างเครือข่ายด้วยการเปิดสาขาเพิ่มและเปิดตัวแบรนด์ใหม่ ในปี 2561 บริษัทได้รับสิทธิให้เป็นตัวแทนจำหน่ายโบเดม ซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องชงกาแฟและเครื่องครัวจากประเทศเดนมาร์ก แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย และได้เปิดตัวเซฟ มาย แบค แบรนด์กระเป๋าและเครื่องประดับจากประเทศอิตาลี ในประเทศไทย

ทั้งนี้ บริษัทพัฒนาการทางธุรกิจ ทั้งธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจจัดจำหน่ายและผลิตสินค้า โดยมีรายละเอียดที่สำคัญในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ดังนี้

2559	
มกราคม	- ได้รับการรับรองเป็นสมาชิกของแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต
กุมภาพันธ์	- เข้าซื้อชื้อกลุ่มโรงแรมทิโวลีเสิร์จลีน ประกอบด้วย 14 โรงแรม ในประเทศโปรตุเกสและบราซิล พร้อมฐานปฏิบัติงานและแบรนด์ทิโวลี โฮเทล แอนด์รีสอร์ท

	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดบริการโรงแรมอวานี พลัส 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 ในเมืองบรัสเซล ประเทศเบลเยียม ซึ่งมีห้องพักให้บริการจำนวน 61 ห้อง ภายใต้สัญญาการเช่าบริหารจัดการห้องชุด (Management Letting Rights Contract) - เข้าซื้อหุ้นร้อยละ 25 ของบริษัท โพธิ์ 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 แบรินดแฟชั่นจากประเทศสหรัฐอเมริกา ในประเทศไทย
มิถุนายน	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดบริการร้านอาหารแบรนดิเวอรี่ไซด์ ซึ่งเป็นร้านอาหารประเภทปลาบาร์บีคิวสไตล์เซวอน 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 รีสอร์ท มีห้องพักให้บริการรวมจำนวน 141 ห้อง ในประเทศศรีลังกา - เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นในโรงแรมเดอะ รอยัล ลิฟวิงสโตน วิกตอเรีย พอลส์ โฮเทล แซมเบีย บาย อนันตรา และโรงแรม อวานี วิกตอเรีย พอลส์ รีสอร์ท 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) - เปิดตัวแอมแบรอนด์ชุดชั้นในสตรีจากประเทศฝรั่งเศส ในประเทศไทย
ตุลาคม	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดให้บริการโรงแรมอนันตรา อัล จาบาล อัล อัคดาร์ รีสอร์ท ในประเทศโอมาน ซึ่งมีห้องพักเพื่อให้บริการจำนวนรวม 115 ห้อง ภายใต้สัญญาบริหารจัดการ

	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดตัวอนันตรา เชียงใหม่ เซอร์วิส สวีท ซึ่งเป็นโครงการอสังหาริมทรัพย์ ตั้งอยู่ตรงข้ามกับโรงแรมอนันตรา เชียงใหม่ รีสอร์ท แอนด์ สปา - เปิดตัวแวลีย์ แบรินด์กระเป๋าสตางค์และเครื่องประดับจากประเทศอังกฤษ 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 แบรินด์กระเป๋าสตางค์จากประเทศญี่ปุ่น โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย
ธันวาคม	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดให้บริการห้องพักแห่งใหม่ของโครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลา อนันตรา เวเคชั่น คลับ ที่จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
2560	
มกราคม	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดให้บริการไอส์ พุทธคยา ซึ่งเป็นโรงแรมร่วมทุนในสัดส่วนร้อยละ 25 ในรัฐพิหาร ประเทศอินเดีย - เปิดร้านอาหารไทย เอ็กซ์เพรส ในรูปแบบแฟรนไชส์สาขาแรกในท่าอากาศยานนานาชาติ ปักกิ่ง ประเทศจีน
มีนาคม	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นในโรงแรมอวานี วินด์ฮ็อก โฮเทล แอนด์ คาสีโน ในประเทศนามิเบีย จากร้อยละ 80 เป็นร้อยละ 100 - ขายหุ้นในแบรินด์เปอร์ อควัม ซึ่งบริษัทถือหุ้นอยู่ร้อยละ 50 - เปิดตัวโจเซฟ โจเซฟ แบรินด์ผลิตภัณฑ์เครื่องครัวดีไซน์อันทันสมัยจากสหราชอาณาจักร ในประเทศไทย
เมษายน	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดตัวแบรินด์อนันตราและอวานีในทวีปยุโรป ด้วยการรีแบรนด์โรงแรมทิวาลี 2 แห่ง และเปลี่ยนชื่อเป็นโรงแรมอนันตรา วิลลามัวร์ อัลการ์ฟ รีสอร์ท และโรงแรมอวานี อเวนิดา ลิเบอร์ตาดเด ลิสบอน โฮเทล ในประเทศโปรตุเกส
พฤษภาคม	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นในโรงแรมอวานี กาโบโรเน โฮเทล แอนด์ คาสีโน ในประเทศบอตสวานา จากร้อยละ 64 เป็นร้อยละ 80 - เข้าบริหารโรงแรมเมโทร สวีท ภายใต้สัญญาบริหารจัดการห้องชุด (Management Letting Rights Contract) ในเมืองโอ๊คแลนด์ ประเทศนิวซีแลนด์ - เข้าลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 50 ร่วมกับบริษัท คาลิมา คอร์ปอเรชั่น เพื่อพัฒนาและบริหาร โครงการบ้านพักตากอากาศ ภายใต้ชื่อ อวาตินา ฮิลล์ บาย อนันตรา ในจังหวัดภูเก็ต - เข้าลงทุนในโครงการพัฒนาศูนย์ที่พักผ่อนเพื่อรองรับสมาชิกของโครงการอนันตรา เวเคชั่น คลับ จำนวน 97 ยูนิต โดยมีทำเลตั้งอยู่ใกล้กับโครงการอนันตรา เวเคชั่น คลับ ไม้ขาวเดิม ในจังหวัดภูเก็ต ประเทศไทย - เข้าลงทุนเพื่อขยายศูนย์การค้าเทอเทิล วิลเลจ ซึ่งตั้งอยู่ทางตอนเหนือของจังหวัดภูเก็ต ประเทศไทย
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 - เปิดตัวคาร์ตามอม เต็นท์ แคมป์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัท เพื่อปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพในประเทศกัมพูชา
กันยายน	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดตัวแบรนด์ทีโวลีในภูมิภาคตะวันออกกลาง ด้วยการเปิดให้บริการโรงแรมซูด วาคีฟ บูติก โฮเทลส์ ในเมืองโดฮา ประเทศกาตาร์ - เปลี่ยนชื่อธุรกิจ ไมเนอร์ เอ็ดดูเคชั่น ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายสื่อในการเรียนรู้และหนังสือเด็ก ในประเทศไทย เป็น “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 โอ๊คแลนด์ 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 ในลอนดอน สหราชอาณาจักร - เปิดโรงแรมอวานี บรอดบีช เรสซิเดนเชส ภายใต้สัญญาบริหารจัดการห้องชุด (Management Letting Rights Contract) ในรัฐควีนส์แลนด์ ประเทศออสเตรเลีย - เปิดร้านอาหารเบอร์เกอร์ คิง และเดอะ คอฟฟี่ คลับสาขาแรกในประเทศเซเชลส์ - เปิดตัวโอวีเอส คิดส์ แบรินด์เสื้อผ้าอันดับหนึ่งจากประเทศอิตาลี ในท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง อาคาร 2 กรุงเทพฯ ประเทศไทย
2561	
กุมภาพันธ์	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดโรงแรมชันเช็ท โคสต์ สมุย รีสอร์ท แอนด์ วิลล่าส์ บายอวานี ในสมุย ประเทศไทย ซึ่งบริษัทได้เข้าซื้อโรงแรมและปิดปรับปรุงตั้งแต่เดือนตุลาคมปี 2559
มีนาคม	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดโรงแรมโรงแรมอวานี เซ็นทรัล เมลเบิร์น เรสซิเดนเชส ภายใต้สัญญาบริหารจัดการห้องชุด (Management Letting Rights Contract) ในเมืองเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย - เปิดร้านสเวนเซ่นส์สาขาแรกในประเทศปากีสถาน - เปิดตัวร้านโอวีเอสอย่างเต็มรูปแบบที่ห้างสรรพสินค้าเมกา บางนา ในกรุงเทพฯ - ออกหุ้นกู้สกุลเงินบาทจำนวน 1,000 ล้านบาท
เมษายน	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มสัดส่วนการลงทุนในริเวอร์ไซด์ ในประเทศจีน จากร้อยละ 85.9 เป็นร้อยละ 100 - เข้าลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 75 ในเบนฮานา โฮลดิ้ง ซึ่งเป็นผู้นำในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารเทปันยากิสต์ญี่ปุ่นใน 12 ประเทศ - เปิดตัวโรงแรมคาฟารู แฮ็ส ซึ่งเป็นที่พักชาวฟารีหุ บริหารโดยเอลวาน่า คอลเลกชั่น ในประเทศเคนยา

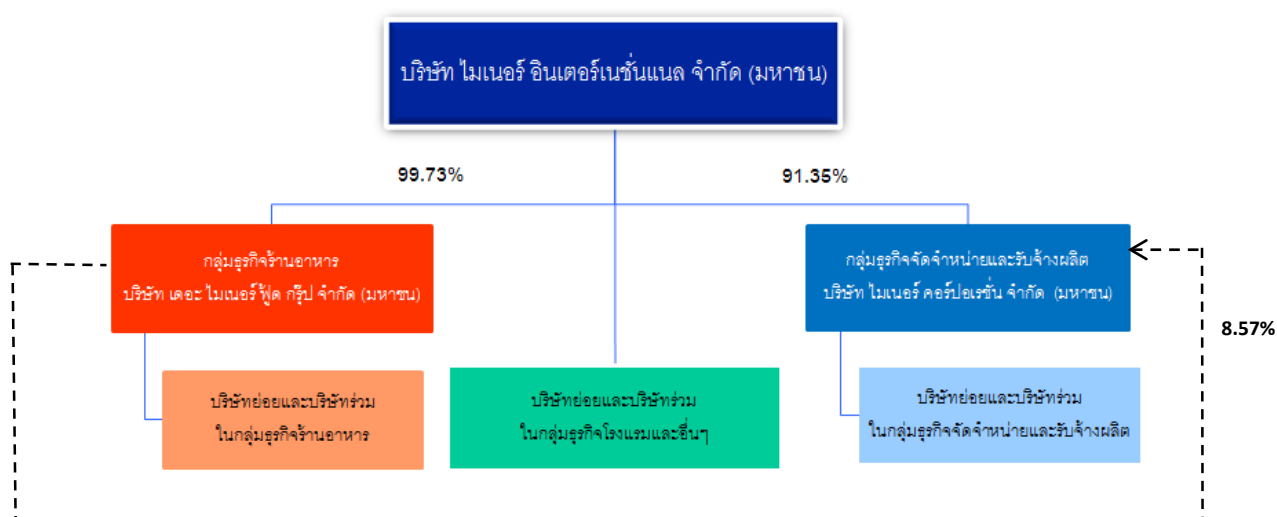
พฤษภาคม	- เข้าถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 8.6 ในเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป ซึ่งเป็นผู้นำในการดำเนินธุรกิจโรงแรมในทวีปยุโรป ด้วยโรงแรมทั้งหมด 350 แห่ง ในเกือบ 30 ประเทศ
มิถุนายน	- เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นในเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป เป็นร้อยละ 29.8 และประกาศทำคำเสนอซื้อหุ้นของเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ปโดยสมัครใจ - ได้รับสิทธิให้เป็นตัวแทนจำหน่ายโบเคม ซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องชงกาแฟและเครื่องครัวจากประเทศเดนมาร์ก แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย
กรกฎาคม	- บริหารโรงแรมทิโวลี เอโวร่า อีโค รีสอร์ท ซึ่งมีห้องพักเพื่อให้บริการจำนวน 56 ห้อง ในประเทศโปรตุเกส
สิงหาคม	- เปิดให้บริการโรงแรมไอคส์ รีสอร์ท แอนด์ สปา ฮาร์วี เบย์ ภายใต้สัญญาบริหารจัดการห้องชุด ในรัฐควีนส์แลนด์ ประเทศออสเตรเลีย
กันยายน	- เข้าร่วมทุนกับบริษัท ศรีฟ้าโพธิ์พุด จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 51 เพื่อลงทุนในโรงงานผลิตสินค้าเบเกอรี่ในประเทศไทย - เข้าบริหารโรงแรมซูด อัล วาครา กาดาร์ บาย ทิโวลี ซึ่งมีห้องพักเพื่อให้บริการจำนวน 101 ห้อง ในประเทศกาตาร์ - เข้าบริหารโรงแรมอัล นาจาดา โดฮา บาย ทิโวลี ซึ่งมีห้องพักเพื่อให้บริการจำนวน 151 ห้อง ในประเทศกาตาร์ - ออกหุ้นกู้ด้อยสิทธิที่มีลักษณะคล้ายหุ้นสกุลเงินบาทจำนวน 15,000 ล้านบาท
ตุลาคม	- ทำคำเสนอซื้อหุ้นของเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ปเสร็จสิ้น ส่งผลให้บริษัทถือหุ้นในเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ปทั้งสิ้นในสัดส่วนร้อยละ 94.1 ในปัจจุบัน - เข้าร่วมทุนกับบริษัท Vietnam Investments Group เพื่อเป็นผู้รับสิทธิดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์หลักของแบรนด์ เดอะ คอฟฟี่ คลับในประเทศไทย - เปิดตัวเซฟ มาย แบค แบรินด์กระเป๋าสตางค์และเครื่องประดับจากประเทศอิตาลี ในประเทศไทย - ออกหุ้นกู้สกุลเงินยูโร ประเภทไม่ด้อยสิทธิและไม่มีประกัน จำนวน 80 ล้านยูโร
พฤศจิกายน	- เปิดให้บริการโรงแรมไอคส์ แชนไท รีสอร์ท แอนด์ สปา ภายใต้อาณัติบริหารจัดการห้องชุด ในรัฐนิวเซาท์เวลส์ ประเทศออสเตรเลีย - เข้าลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 10 ใน Global Hotel Alliance (GHA) ซึ่งเป็นกลุ่มพันธมิตรโรงแรมชั้นนำระดับโลก - ออกหุ้นกู้สกุลเงินเหรียญสหรัฐ ประเภทไม่ด้อยสิทธิและมีประกัน ที่มีลักษณะคล้ายหุ้น ไก่ทองเมื่อเลิกบริษัท จำนวน 300 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
ธันวาคม	- เปิดให้บริการโรงแรมอนันตรา กวีญิน วิลล่าส ซึ่งมีห้องพักเพื่อให้บริการจำนวน 26 ห้อง ในประเทศเวียดนาม - เปิดให้บริการโรงแรมไอคส์ รีสอร์ท พอร์ต ดักลาส ภายใต้อาณัติบริหารจัดการห้องชุด ในรัฐควีนส์แลนด์ ประเทศออสเตรเลีย - เปิดร้าน เดอะ คอฟฟี่ คลับ สาขาแรกในประเทศกาตาร์ กัมพูชา และจีน

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เป็นผู้นำในการดำเนินธุรกิจระดับสากล โดยประกอบด้วย 3 ธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจโรงแรม และธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าแฟชั่น บริษัทเป็นผู้นำในธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งมีขนาดใหญ่มากที่สุดในเอเชีย โดยมีร้านอาหารกว่า 2,200 สาขา ใน 27 ประเทศ ภายใต้เครื่องหมายการค้า เดอะ พิชซ่า คอมปะนี, สเตนเชนส์, ซิชส์เลอร์, แดรี่ควีน, เบอร์เกอร์ คิง, ไทย เอ็กซ์เพรส, เดอะ คอฟฟี่ คลับ, ริเวอร์ไซด์ และเบนฮานา อีกทั้งยังเป็นผู้ดำเนินการดำเนินธุรกิจโรงแรมทั้งในรูปแบบเป็นเจ้าของ บริหารจัดการ และร่วมลงทุน โดยมีโรงแรมและเซอร์วิส สวีท ทั้งหมดกว่า 510 โรงแรม ภายใต้เครื่องหมายการค้า

อนันตรา, อวานี, ไอศ, ทิโวลี, เอ็นเอช คอลเลคชั่น, เอ็นเอช โฮเทลส์, นาว, เอลวาน่า คอลเลคชั่น, โฟร์ ซีซั่นส์, เซนต์รีจิส, เจ ดับบลิว แมริออท, เเรดิสัน บลู และโรงแรมในกลุ่มไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล ใน 51 ประเทศ ในเอเชียแปซิฟิก ตะวันออกกลาง แอฟริกา มหาสมุทรอินเดีย ยุโรปและอเมริกา อีกส่วนหนึ่งของธุรกิจโรงแรม คือธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม (Mixed-Use Business) ประกอบด้วยธุรกิจขายอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งรวมถึงโครงการพัฒนาที่อยู่อาศัยเพื่อขาย และโครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลานันตรา เวเคชั่น คลับ ธุรกิจให้เชาศูนย์การค้าและอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจบันเทิง นอกจากนี้ บริษัทยังเป็นผู้ดำเนินการจัดจำหน่ายสินค้าไลฟ์สไตล์จากต่างประเทศ โดยเครื่องหมายการค้าที่บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายในปัจจุบัน ได้แก่ อเนลโล่, โบเด็ม, บอสสินี, บรูคส์ บราเธอร์ส, ชาร์ล แอนด์ คีธ, เอสปรี, เอแตรม, โจเซฟ โจเซฟ, โอวีเอส, แรทลีย์, เซฟ มาย แบค, สโกมาดิ, สวิลลิ่ง เจ. เอ. เอ็งเคิลส์ และไมเนอร์ สมาร์ท คิดส์ บริษัทมีธุรกิจรับจ้างผลิตสินค้า ซึ่งผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคตามสัญญาว่าจ้างผลิต โดยมีโรงงานเป็นของตัวเอง

แผนภาพแสดงการถือหุ้นของกลุ่มธุรกิจหลักของบริษัท มีดังนี้



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทและบริษัทย่อย มีรายได้จากการประกอบธุรกิจหลัก ได้แก่ รายได้จากการประกอบธุรกิจขายอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจจัดจำหน่ายและผลิตสินค้า และรายได้อื่นๆ ดังนี้

กลุ่มธุรกิจ	ดำเนินการโดย	2559		2560		2561	
		ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม ¹	บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย บริษัทร่วม ในกลุ่มธุรกิจโรงแรมและอื่นๆ	26,089.05	46.27	29,265.19	50.84	48,476.08	61.49
ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ²	บริษัท เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย บริษัทร่วม ในกลุ่มธุรกิจอาหาร	21,588.28	38.29	21,680.96	37.66	22,080.50	28.00
ธุรกิจจัดจำหน่ายและผลิตสินค้า	บริษัท ไมเนอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย บริษัทร่วม ในกลุ่มธุรกิจจัดจำหน่ายและรับจ้างผลิต	3,474.30	6.16	4,054.87	7.04	4,380.96	5.56
รายได้อื่น ³		5,229.29	9.27	2,568.41	4.46	3,902.53	4.95
รวมรายได้		56,380.92	100.00	57,569.43	100.00	78,840.07	100.00

- หมายเหตุ 1. รายได้จากธุรกิจโรงแรม รวมรายได้จากการบริหารจัดการ รายได้จากธุรกิจขายอสังหาริมทรัพย์ การให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจบันเทิง
2. รายได้จากธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มรวมรายได้จากการให้สิทธิแฟรนไชส์
3. รายได้อื่น รวมเงินปันผลรับจากบริษัทอื่น และดอกเบี้ยรับ

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

จากการขยายการลงทุนอย่างต่อเนื่องของบริษัท ปัจจุบันบริษัทมีจำนวนห้องพักของโรงแรมทั้งสิ้น 75,241 ห้อง โดย

โรงแรมที่บริษัทลงทุนเองและโรงแรมภายใต้สัญญาเช่าบริหาร ได้แก่

- | | |
|--|--|
| 1. อนันตรา สยาม กรุงเทพฯ | 22. ทิโวลี อวานิดา ลิเบอร์ตาดิเด ลิสบัว |
| 2. อนันตรา ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ | 23. ทิโวลี มารีน่า วิลามัวร์ อัลกราฟ |
| 3. อนันตรา หัวหิน | 24. ทิโวลี มารีน่า ปอร์ติเมา อัลกราฟ |
| 4. อนันตรา สามเหลี่ยมทองคำ แคมป์ช้าง | 25. ทิโวลี คาร์โวเอโร อัลกราฟ |
| 5. อนันตรา บ่อผุด เกาะสมุย | 26. ทิโวลี ออเรียนเต้ ลิสบัว |
| 6. อนันตรา ไม้ขาว ภูเก็ต วิลล่าส์ | 27. อวานี อเวนิดา ลิเบอร์ตาดิเด ลิสบอน |
| 7. อนันตรา ลายัน ภูเก็ต | 28. ทิโวลี ปาลาซิโอ เด เซเตียส ซินตรา |
| 8. อนันตรา อังกฤษ | 29. ทิโวลี ซินตรา |
| 9. อนันตรา คิฮาวาร์ มัลดีฟส์ วิลล่าส์ | 30. ทิโวลี โคอิมบรา |
| 10. อนันตรา คาเลทารา | 31. อนันตรา วิลามัวร์ อัลกราฟ |
| 11. อนันตรา ฮอยอัน | 32. ทิโวลี ลากอส อัลกราฟ |
| 12. เดอะ รอยัล ลิฟวิ่งสโตน วิคตอเรีย ฟอลส์ แซมเบีย บาย อนันตรา | 33. ทิโวลี โมฟาร์เจ – เซาเปาลู |
| 13. อวานี ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ | 34. ทิโวลี อีโครีสอร์ท โปรอา ดู ฟอร์เต้ บาเฮีย |
| 14. อวานี พัทยา | 35. เดอะ เซนต์ รีจิส กรุงเทพฯ |
| 15. อวานี กาโบโรเน | 36. โฟร์ซีซั่นส์ เชียงใหม่ |
| 16. อวานี วินด์ฮ็อก | 37. โฟร์ซีซั่นส์ เตินท์ แคมป์ สามเหลี่ยมทองคำ |
| 17. อวานี คาเลทารา | 38. โฟร์ซีซั่นส์ เกาะสมุย |
| 18. อวานี กวีญิน | 39. เจ ดับบลิว แมริออท ภูเก็ต |
| 19. อวานี วิคตอเรีย ฟอลส์ | 40. อวานี ชันเช็ท โคสต์ สมุย |
| 20. ไอค์ส แกรนด์ แกลดสโตน | 41. อนันตรา กวีญิน วิลล่าส์ |
| 21. ไอค์ส อีแลนด์ ดาร์วิน | 42. เอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป จำนวน 300 แห่ง |

โรงแรมที่บริษัทลงทุนผ่านความร่วมมือ ได้แก่

- | | |
|--------------------------------|--|
| 43. อนันตรา เวลี มัลดีฟส์ | 51. อวานี มาเซอ |
| 44. อนันตรา ดิห์กู มัลดีฟส์ | 52. กลุ่มโรงแรมเซเรนดิบ ศรีลังกา จำนวน 3 แห่ง ซึ่งรวมถึงโรงแรม อวานี เบนโททา |
| 45. นาลาดู มัลดีฟส์ | 53. อวานี ไฮฟง ฮาร์เบอร์วิว |
| 46. อนันตรา บาซารูโต ไอส์แลนด์ | 54. นิยามา มัลดีฟส์ |
| 47. อนันตรา เมตจุมเบ ไอส์แลนด์ | 55. เรดิสัน บลู มาปูโต |
| 48. อนันตรา ฟิช เฮเวน แทงเกล | 56. กลุ่มโรงแรม เอเลวาน่า แอฟริกา จำนวน 7 แห่ง |
| 49. อวานี เพมบา ปีช | 57. กลุ่มโรงแรม เคลิ แอนด์ ฟิค็อก จำนวน 5 แห่ง |
| 50. อวานี เลโซโท | 58. อวานี หัวหิน รีสอร์ท & วิลล่าส์ |
| | 59. ไอค์ส พุทธคยา |

โรงแรมที่บริษัทบริหารจัดการ ได้แก่

- | | |
|--|---|
| 60. อนันตรา บ้านราชประสงค์ กรุงเทพฯ | 79. อวานี เอเทรียม กรุงเทพฯ |
| 61. อนันตรา ลาวาณา เกาะสมุย | 80. อวานี ชอนแก่น |
| 62. อนันตรา สาทร กรุงเทพฯ | 81. อวานี เซี่ยง โกลด์โคสต์ |
| 63. อนันตรา รสานันดา เกาะพะงัน วิลล่าส์ | 82. อวานี เดรา ดูไบ |
| 64. อนันตรา เชียงใหม่ | 83. อวานี เซเชลส์ บาबारอนส์ |
| 65. อนันตรา ลิบสงปันนา | 84. ไอค์ส กรุงเทพฯ สาทร |
| 66. อนันตรา กุ้ยหยาง | 85. ไอค์ส ลิวา เอ็กเซ็คคิวทีฟ สวีท |
| 67. อนันตรา เซมินยัค บาห์ลี | 86. เดอะ เรสซิเดนเซส แอท วิคตอเรีย อัลการ์ฟ |
| 68. อนันตรา อุลูวาตู บาห์ลี | 87. ชุค วาคิฟ บูติค |
| 69. อนันตรา อัล จาบาล อัล อัคดาร์ | 88. เลวา ซาฟารี แคมป์ |
| 70. อัล บาห์ดี รีสอร์ท ซาลาลาห์ บาย อนันตรา | 89. ลอยซาบา เท็นท์ แคมป์ |
| 71. บานาน่า โฮสแลนด์ โดฮา บาย อนันตรา | 90. ลอยซาบา สตาร์ เบดส์ |
| 72. อนันตรา เซอร์ บานี ยาส โฮสแลนด์ อัล ซาเฮล วิลล่า | 91. อวานี พลัส หลวงพระบาง |
| 73. อนันตรา เซอร์ บานี ยาส โฮสแลนด์ อัล ยามม์ วิลล่า | 92. ไอค์ส อัล นาจาดา โดฮา |
| 74. อนันตรา เดอะ ปาล์ม ดูไบ | 93. ทิโวลี เอโวลรา อีโค รีสอร์ท |
| 75. เดอะเลิฟ โฮแลนด์ บาย อนันตรา | 94. ชุค อัล วาครา กาตาร์ บาย ทิโวลี |
| 76. คัสส์ อัล ซาราบ เดอะเลิฟ บาย อนันตรา | 95. อัล นาจาดา โดฮา บาย ทิโวลี |
| 77. อีสเทิร์น แมนโกรฟส์ บาย อนันตรา | 96. คาฟารู แฮ้าส์ |
| 78. อนันตรา มุยเน่ | 97. เอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป จำนวน 50 แห่ง |

ธุรกิจบริหารเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ ได้แก่

98. กลุ่มโรงแรมในเครือ ไอค์ส โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท ในประเทศออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และดูไบ

โรงแรมที่บริษัทลงทุนเองและโรงแรมภายใต้สัญญาเช่าบริหาร

- 1) อนันตรา สยาม กรุงเทพฯ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 354 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 8 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ร้านอาหารและบาร์ ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Madison	99	Ballroom	840
Biscotti	100	Montathip 1- 4	700
Lobby Lounge	104	Montathip 1	150
Shintaro	64	Montathip 2	60
The Spice Market	72	Montathip 3	154
Terrace	88	Montathip 4	60
Aqua	59	Montathip Boardroom	14
Mocha & Muffins	29	Pimarnman Room	300
		Chandra/ Chandra Foyer	50
		Suriyanchandra	140
		Suriyan	50
		Dara	50
		Napa	50
		Amorn	40
		Ratanakosin	100
		Ratana	40
		Kosin	40
		Busaba	20

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

2) อนันตรา ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 408 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 10 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ร้านอาหารและบาร์ 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 มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทการให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 187 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 7 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ร้านอาหารและบาร์ 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		
Sai Thong	70		
Lagoon Bar	20		

4) อนันตรา สามเหลี่ยมทองคำ แคมป์ช้าง มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทการให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 61 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 3 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ร้านอาหารและบาร์ ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	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 มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทการให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 106 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 4 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ร้านอาหารและบาร์ ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	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	12

6) อนันตรา ไม้ขาว ภูเก็ต วิลล่าส์ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 83 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหาร จำนวน 4 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ร้านอาหารและบาร์ 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”) มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 77 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 3 ร้าน ได้แก่ Sala Layan, Dee Plee และ Breeze

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปาและห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา รองรับผู้ร่วมประชุมได้ 10 คน

8) อนันตรา อังคอร์ มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 39 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 3 ร้าน ได้แก่ Chi Restaurant & Bar, L Lounge และ Salt

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Conference Room	25
Courtyard	80
Pool Terrace	60
Gallery	40

9) อนันตรา คิฮาวาห์ มัลดีฟส์ วิลล่าส์ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 79 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 7 ร้าน

ร้านอาหารและบาร์ ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (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		
Fire Restaurant	12		
Sky Bar	56		

การให้บริการด้านอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา และบริการอื่นๆ ได้แก่

- บริการอุปกรณ์กีฬาทางน้ำ
- ศูนย์บริการเพื่อสุขภาพและสามารถให้บริการสปาในห้องพักได้
- คลาสเรียนทำอาหาร

10) อนันตรา คาเลทารา มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 141 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 4 ร้าน ได้แก่ Olu Dining restaurant, Acquolina Italian restaurant, Spice Traders Asian restaurant และ Upper Deck Lounge and Sports Bar

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Ballroom	400
Ballroom 1	200
Ballroom 2	200
Nelum	80
Pichcha	80
Araliya	12

11) อนันตรา ฮอยอัน มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 94 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 3 ร้าน ได้แก่ Lantern, Hoi An Riverside และ Reflections

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Chua Cau	60
Chua Ong	20
Chua Phuc Kien	20

12) เดอะ รอยัล ลิฟวิ่งสโตน วิกตอเรีย ฟอลส์ แซมเบีย บาย อนันตรา มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 173 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 5 ร้าน ได้แก่ The Travellers Bar, The Royal Livingstone Dining Room, The Royal Livingstone Lounge, The Sundecks และ The Royal Livingstone Express

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Royal Livingstone Boardroom	12
The Stanley Boardroom	10
Banquest Hall	450
Giraffe Room	165
Elephant Room	165
Zebra Room	60
Lion Room	60
Tonga Room	25
Lozi Room	25

13) อวานี ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 248 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 4 ร้าน ได้แก่ SEEN Restaurant and Bar Bangkok, Long Bar, Skyline และ Manohra Cruises

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Grand Riverside Ballroom	1,500
Lunar	460
Moon	460
Galaxy	460
Galaxy 1	220
Galaxy 2	220
Wind	136
Sky	170
Air	265
Air 1	92
Air 2	94
Air 3	76
Horizon	40
Breeze	40
Pre-Function Area Ozone 1	800
Pre-Function Area Ozone 2	400
Pre-Function Area Ozone 3	400
Attitude Rooftop	200

14) **อวานี พัทยา** (เดิมชื่อ พัทยา แมริออท) มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยวและกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 298 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 7 ร้าน ได้แก่ Garden Café, Elephant Bar, Benihana, Dicey Reilly's, Pantry at AVANI, Manao Bar และ Sala Rim Nam

การให้บริการอื่น ๆ

โรงแรมให้บริการสปา คลับสำหรับเด็ก, ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Ballroom	300
Orchid Garden	150
Rose Garden	120
Rice Mill	60
Chaba	40
Sala Rim Nam	300

15) **อวานี กาโบโรเน** มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 196 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 5 ร้าน ได้แก่ Mahogany, Savuti Grill, Pantry at AVANI, Pool Bar and Conservatory and Pool Terrace

การให้บริการคาสิโน

โรงแรมให้บริการคาสิโน โดยมี slot machine 150 เครื่อง และคาสิโน 10 โต๊ะ

การให้บริการอื่น ๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Conference 1	250
Conference 2	125
Conference 3	125
Seminar 1	12
Seminar 2	12
Seminar 3	10
Seminar 4	10
Seminar 5	40

16) **อวานี วินด์ฮ็อก** มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 173 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 2 ร้าน ได้แก่ Dunes Restaurant และ Pantry at AVANI.

การให้บริการคาสิโน

โรงแรมให้บริการคาสิโน โดยมี slot machine 137 เครื่อง และคาสิโน 10 โต๊ะ

การให้บริการอื่น ๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Camelthorn	30
Fever Tree	18
Wild Olive	15
Mapone	20
Black Thorn	18
Marula	9

17) **อวานี คาเลทธารา** (เดิมชื่อ คานี ลังการีสอร์ท แอนด์ สปา) คานี ลังกา บริหารงานโดย บริษัท เซเรนดิบไฮเทิล มีฐานการดำเนินงานธุรกิจ
ในประเทศศรีลังกา ซึ่งบริษัทได้เข้าลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 80 ตั้งในปี 2553

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 105 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 4 ร้าน

การให้บริการอื่น ๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ร้านอาหารและบาร์ ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Karadiya	40	Cinnamon	80
Miridiya	60	Ballroom	400
Moya	40		
Mangrove	120		

18) อวานี กวีญิน มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 63 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ 4 แห่ง ได้แก่ Tre, Gio, Pantry at AVANI และ Tre Lobby Bar

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา รองรับผู้ร่วมประชุมได้ 120 คน และบริการอื่นๆ อาทิ

- ตกปลา นั่งเรือชมปลาโลมา ดำน้ำลึก ดำน้ำตื้น
- สนามเทนนิส สควอช แบดมินตัน วอลเลย์บอล ซี่มบ้า และ บันจ้ายาน
- บริการอุปกรณีกีฬาทางน้ำ
- กอล์ฟ
- สปา

19) อวานี วิคตอเรีย ฟอลส์ มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 212 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 4 ร้าน ได้แก่ The Theatre of Food, Poolside Grill & Pool Bar, The Falls Sports Café และ Boma Dinners

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Kafue Boardroom	10
Luangwa Boardroom	10
Lozi Meeting Space	20
Tonga Meeting Space	20
Zebra	68
Giraffe	168
Elephant	168
Lion	68

20) **ไอคส์ แกรนด์ แกลดสโตน** (ในกลุ่มไอคส์) มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักธุรกิจ และนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 144 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 2 ร้าน ได้แก่ Oak & Vine และ Coffee Club

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
MacArthur	100
Vanderbilt	60
Rockefeller	70
Grand Ballroom	230

21) **ไอคส์ อีแลน ดาร์วิน** (ในกลุ่มไอคส์) มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักธุรกิจ และนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 301 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหาร จำนวน 1 ร้าน ได้แก่ The Original Australian Kitchen

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Mataranka	110
Jim Jim	40
Florence	30
Tolmer	40
Wangi	50
Desert Rose	103

22) **ทีโวลี อวานิดา ลิเบอร์ตาดเด ลิสบัว** มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 285 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 5 ร้าน ได้แก่ Cervejaria Liberdade, SEEN, Sky Bar, Lobby Bar และ Pool Bar

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (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	100

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Norte Junior	70
Pardal Monteiro	90
Parque Mayer	60
Sintra	90
Tivoli	250

23) **ทีโวลี มารินา วิลามัвра อัลกราฟ** มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 383 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 6 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ร้านอาหารและบาร์ ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Pepper's Steakhouse	70	Fénix	3,000
Chili Restaurant	600	Fénix I	240
Oregano	300	Fénix II	272
Purobeach	1,500	Fénix III	272
Canela Bar & Side Bar	260	Fénix IV	272
Açucar Bar	50	Fénix V	254
		Fénix VI	254
		Fénix Foyer	3000
		Floor 1 – Foyer	500
		Floor 1 – Marina View Terrace	100
		Floor 1 – Ocean View Terrace	180
		Floor 1 – Waterfront Terrace	380
		Roof Top	3,500
		Floor 0 – Foyer	700
		Pégaso	430
		Pégaso I	60
		Pégaso II	48
		Pégaso III	48
		Pégaso IV	60
		Pégaso V	60
		Pégaso VI	48
		Pégaso VII	48
		Pégaso VIII	60
		Pégaso Garden	100
		Neptuno	430
		Neptuno I	60
		Neptuno II	48
		Neptuno III	48
		Neptuno IV	60
		Neptuno V	60
		Neptuno VI	48

ร้านอาหารและบาร์ ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
		Neptuno VII	48
		Neptuno VIII	60
		Neptuno Garden	100
		Aquarius	160
		Vega	170
		Gemini	480
		Gemini I	170
		Gemini II	180
		Gemini III	170
		Lakeside	3,000
		Ocean Lounge	200

24) ทิโวลี มารินา ปอร์ติเมา อัลกราฟ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 196 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 2 ร้าน ได้แก่ Deck Restaurant และ Snack-Bar Itaka

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Aqua Lounge	300
Deck	300

25) ทิโวลี คาร์โวเอโร อัลกราฟ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 246 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 6 ร้าน ได้แก่ Mare Bistro, Med Food & Wine, The One Wine Boutique Restaurant, Sky Bar Carvoeiro, Azur Bar, และ Turquoise Bar

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Porches	120
Algar Seco	120
Alfanzina	120
Centeanes	100
Almansor	1,100
Carvoeiro	450
Lagoa	150

26) **ทิวาลี ออเรียนเต้ ลิสบัว** มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 279 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 3 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ร้านอาหารและบาร์ ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัด สัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (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 อวานิดา ลิเบอร์ตาดเด ลิสบอน** มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 119 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 4 ร้าน ได้แก่ SEEN, Cervejaria Liberdade, Sky Bar Lisboa และ Olivier Avenida

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Condes Sucena 1	98
Condes Sucena 2	72
Condes Sucena 3	98
Castello Lopes	300
Avenida	40
Norte Junior	70
Barata Salgueiro	150

28) **ทิโวลี ปาลาซิโอ เด เซเตียส ซินตรา** มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 30 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 2 ร้าน ได้แก่ Seteais Restaurant และ Bar

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Noble Room	100
Pillement	20
Oval Room	20
Seteais Restaurant	150

29) **ทิโวลี ซินตรา** มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 77 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหาร จำนวน 1 ร้าน ได้แก่ Monserrate Restaurant

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Byron	60
Eça de Queiroz A	100
Eça de Queiroz B	120
Gil Vicente	40

30) **ทิโวลี โคอิมบรา** มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 100 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการคอฟฟี่ช็อป 1 ร้าน ได้แก่ Simone Coffee Shop

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Mondego	14
Porto	130
Sintra	50
Oriente	100
Tivoli	120

31) อนันตรา วิลามัวร์ อัลกราฟ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทการให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 280 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 7 ร้าน ได้แก่ Emo Restaurant, Ria Restaurant, Victoria Restaurant, Anantara Lounge & Bar, Purobeach Vilamoura, Palms Pool Bar และ Cascades Pool Bar

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Continental	300
Continental A, B, C, D	70
Global	700
Global A, B, C	230
Global A1, A2	80

32) ทิโวลี ลากอส อัลกราฟ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทการให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 324 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 6 ร้าน ได้แก่ La Terrazza, Duna Beach, Laco'briga, Aroma Bar & Lounge และ PÁTEO VELHO และ Pool Deck

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Burgau	14
Canavial	100
Conference Room	120
Sagres	20

33) ทิโวลี โมฟาร์เจ – เซาเปาลู มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทการให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 217 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 2 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ร้านอาหารและบาร์ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
SEEN	90	Jardins A	450
MUST	60	Jardins B	200
		Itaim	250
		Liberdade	300
		Ipiranga	80

ร้านอาหารและบาร์ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
		Pinheiros A	30
		Pinheiros B	30
		Paraíso	10
		Foyer Jardins	250
		Bela Vista	250
		Paulista	30

34) **ทีโวลี อีโคริสอร์ท โปรอา ดู ฟอร์เต้ บาเฮีย** มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 287 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 5 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ร้านอาหารและบาร์ ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Goa Restaurant	550	Garcia d'Álvia - A	120
Tabaréu Restaurant	140	Garcia d'Álvia - B	92
À Sombra do Coqueiral	130	A Casa da Torre – A	120
Dendê Bar	242	A Casa da Torre – B	92
Ice Bar	60	A Casa da Torre – C	200

35) **เดอะ เซนต์ รีจิส กรุงเทพฯ** มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 224 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 7 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ร้านอาหารและบาร์ ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Zuma	210	Astor Ballroom	400
Jojo	40	Astor I	112
Viu	120	Astor II	96
The St. Regis Bar & Drawing	40	Astor III	96
Decanter	30	Rajadamri I	50
The Lounge	30	Rajadamri II	50
Pool Bar	30	Rajadamri III	32
		Rajadamri IV	32

36) **ฟอร์ซีสันส์ เชียงใหม่** มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าระดับบนประเภทนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพัก 64 ห้อง และพูลวิลล่า 12 หลัง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 5 ร้าน ได้แก่ Khao by Four Seasons, Terraces, Rim Tai Kitchen, Ratree Bar and Lounge และ Rice Barn

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา คลับสำหรับเด็ก, ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Kasalong Pavillion	40
Rachawadee Residence	230

37) โพรซีชั่นส์ เตินท์แคมป์ สามเหลี่ยมทองคำ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าระดับบนประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 15 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 3 ร้าน

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

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปาแก่ลูกค้าที่มาพัก

38) โพรซีชั่นส์ เกาะสมุย มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าระดับบนประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 60 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 5 ร้าน

ร้านอาหารและบาร์ ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)
Koh Thai Kitchen and Bar	96
Pla Pla	55
CoCoRum Restaurant	68
Koh Bar	20
CoCoRum Bar	24

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา รองรับผู้ร่วมประชุมได้ 50 คน

39) เจ ดับบลิว แมริออท ภูเก็ต มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 265 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 11 ห้อง

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ร้านอาหารและบาร์ ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Marriott Café	180	Mai Khao Ballroom	660
Cucina	110	Salon A, B, D, E	72
Andaman Grill	90	Salon C	252
Kabuki	77	Salon A+B+C, C+D+E	430
Siam Deli	92	Salon A+B, D+E	210
Ginja Taste	130	Layan 1, 2, Rawai 1, 2	48
Sala Sawasdee Lobby Bar	92	Layan 1+2, Rawai 1+2	96
Rim Nam Pool Bar	20	Kamala Boardroom	11
Out of the Blue Splash	110	Lotus Pavilion	280
Zest	88		
Delight	60		

40) อวานี ชันเซิร์ท โคสต์ สมุย มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 34 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 3 ร้าน ได้แก่ Essence Restaurant, Pantry at AVANI และ The Beverage Pool Truck

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา อุปกรณ์กีฬาทางน้ำแก่ลูกค้าที่มาพัก

41) อนันตรา กวีญิน วิลล่าส์ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 25 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 2 ร้าน ได้แก่ Sea Fire Salt และ Pool Bar

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา รองรับผู้ร่วมประชุมได้ 120 คน และบริการอื่นๆ อาทิ

- สปา
- กอล์ฟ
- ตกปลา ดำน้ำตื้น และเรือคายัค
- คลับสำหรับเด็ก

42) เอ็นเอช โฮเทลส์ กรุ๊ป มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

ในปี พ.ศ. 2561 บริษัทได้เข้าถือหุ้นในจำนวนร้อยละ 94.1 ของเอ็นเอช โฮเทลส์ กรุ๊ป ซึ่งดำเนินธุรกิจโรงแรมภายใต้แบรนด์ เอ็นเอช โฮเทลส์ เอ็นเอช คอลเลคชั่น และนาว โรงแรมที่เอ็นเอช โฮเทลส์ กรุ๊ปเป็นเจ้าของและโรงแรมภายใต้สัญญาเช่าบริหารประกอบไปด้วยโรงแรมทั้งหมด 300 โรงแรม มีห้องพักทั้งสิ้น 45,881 ห้อง ทั่วทั้งทวีปยุโรป, อเมริกา และแอฟริกา ซึ่งรวมไปถึง

เมืองที่เป็นจุดหมายระยะต้น อาทิ อัมสเตอร์ดัม บาร์เซโลนา เบอร์ลิน แฟรงเฟิร์ต ลอนดอน มาดริด เม็กซิโก ซิดนีย์ มิลาน มวนิค
นิวยอร์ก โรม และเวียนนา

โรงแรมที่เอ็นเอช โฮเทลส์ กรุ๊ป เป็นเจ้าของและโรงแรมภายใต้สัญญาเช่าบริหารจำแนกตามแบรนด์:

แบรนด์	ทวีป	จำนวนโรงแรม	จำนวนห้องพัก
เอ็นเอช โฮเทลส์	อเมริกา	27	3,605
	ยุโรป	205	31,215
	แอฟริกา	1	198
เอ็นเอช คอลเลคชั่น	อเมริกา	15	2,079
	ยุโรป	48	7,827
นาว	ยุโรป	3	828
เอ็นเอช - อื่นๆ	อเมริกา	1	129

โรงแรมที่บริษัทลงทุนผ่านการร่วมทุน

43) **อนันตรา เวลี มัลดีฟส์** (เดิมชื่อ โรงแรมโบดูสุรา มัลดีฟส์) (เป็นบริษัทร่วมทุนกับชาวมัลดีฟส์ โดยบริษัทลงทุนในสัดส่วนร้อยละ

50) มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 67 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 8 ร้าน ได้แก่ Baan Huraa, 73 Degrees, Origami, Dhoni, Fushi Cafe', Sea. Fire. Salt, Terrazzo และ Aqua

การให้บริการด้านอื่นๆ

- ตกปลา นั่งเรือชมปลาโลมา ดำน้ำลึก ดำน้ำตื้น
- บริการอุปกรณ์กีฬาทางบกและทางน้ำ
- มีบริการเรือรับส่งระหว่างเกาะสำหรับลูกค้าที่มีความประสงค์จะไปรับประทานอาหารที่ร้านอาหารของโรงแรมอื่น ยกตัวอย่างเช่น ลูกค้าที่พักอยู่ที่โรงแรมอนันตรา เวลี มัลดีฟส์ ต้องการไปรับประทานอาหารที่ร้านอาหารของโรงแรม อนันตรา ดิฌู มัลดีฟส์ เป็นต้น
- สปา
- คลาสเรียนทำอาหาร

44) **อนันตรา ดิฌู มัลดีฟส์** (เป็นบริษัทร่วมทุนกับชาวมัลดีฟส์ โดยบริษัทลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 50) มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 110 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 8 ร้าน ได้แก่ Baan Huraa, 73 Degrees, Origami, Dhoni, Fushi Cafe', Sea. Fire. Salt, Terrazzo และ Aqua

การให้บริการด้านอื่นๆ

- ตกปลา นั่งเรือชมปลาโลมา ดำน้ำลึก ดำน้ำตื้น
- ห้องออกกำลังกาย (พร้อมกับบริการผู้ฝึกส่วนตัว)
- บริการอุปกรณ์กีฬาทางน้ำ

- มีบริการเรือรับส่งระหว่างเกาะสำหรับลูกค้าที่มีความประสงค์จะไปรับประทานอาหารที่ร้านอาหารของโรงแรมอื่น ยกตัวอย่างเช่น ลูกค้าที่พักอยู่ที่โรงแรมอนันตรา เวิลด์มัลดีฟส์ ต้องการไปรับประทานอาหารที่ร้านอาหารของโรงแรม อนันตรา ดิโก มัลดีฟส์ เป็นต้น
- สปา
- คลาสเรียนทำอาหาร

45) นาลาดู มัลดีฟส์ (เป็นบริษัทร่วมทุนกับชาวมัลดีฟส์ โดยบริษัทลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 50) มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภท นักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 20 ห้อง พร้อมสระว่ายน้ำส่วนตัว

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 3 ร้าน ได้แก่ The Living Room, Intimate Dining Affairs และ Baan Huraa

การให้บริการอื่นๆ

- ตกปลา นั่งเรือชมปลาโลมา ดำน้ำลึก ดำน้ำตื้น
- บริการอุปกรณ์กีฬาทางบกและทางน้ำ
- มีบริการเรือรับส่งระหว่างเกาะสำหรับลูกค้าที่มีความประสงค์จะไปรับประทานอาหารที่ร้านอาหารของโรงแรมอื่น ยกตัวอย่างเช่น ลูกค้าที่พักอยู่ที่โรงแรมอนันตรา เวิลด์มัลดีฟส์ ต้องการไปรับประทานอาหารที่ร้านอาหารของโรงแรม อนันตรา ดิโก มัลดีฟส์ เป็นต้น
- สปา
- คลาสเรียนทำอาหาร

46) อนันตรา บาฮารูโต ไอล์แลนด์ มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 44 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 3 ร้าน ได้แก่ Clube Naval, Golfniho และ Tartaruga

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา รองรับผู้ร่วมประชุมได้ 60 คน

47) อนันตรา เมตัจุมเบ ไอล์แลนด์ มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 12 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 2 ร้าน ได้แก่ Jahazi Restaurant และ Bahari Lounge Bar

การให้บริการอื่นๆ

- ดำน้ำลึก ดำน้ำตื้น ตกปลา นั่งเรือ
- บริการอุปกรณ์กีฬาทางน้ำ
- สปา

48) อนันตรา พิช เฮเวน แทงเกิล มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยวการให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 152 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ 6 ร้าน ได้แก่ Journeys, Il Mare, Verele, Pool side Bar, The Lobby Lounge และ El Vino

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องประชุม รองรับผู้ร่วมประชุมได้ 12 คน และบริการอื่นๆ ได้แก่

- บริการอุปกรณ์กีฬาทางน้ำ
- คลาสโยคะ
- คลาสเรียนทำอาหาร
- สปา

49) อวานี เพมบา บีช มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยวการให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 185 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ 3 ร้าน ได้แก่ Quirimbas, Clube Naval และ The Niassa Bar

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Cabo Delgado Conference Room	160
Mussoma Meeting Room	50
Mueda Boardroom	14

50) อวานี เลโซโท มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยวการให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 158 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 5 ร้าน ได้แก่ Nala Café, Ying Tao Grill, Leifo Bar and Fire Place Lounge, Hotsoma Hunting Man's Bar และ Letamong Pool Bar

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Khanya Boardroom	12
Khotla Room	30
Pisto 1	300
Pisto 2	200
Senqu Room	30
Seotlong Room	10

51) **อวานี มาเซรู** มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 105 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 3 ร้าน ได้แก่ Mohokare Restaurant, Katse Terrace และ Mohope Bar & Lounge

การให้บริการอื่น ๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Pula Convention Centre	600
Pula 1	350
Pula 2	250
Naleli Room	120
Molepe Room	60
Qiloane Room	12
Leseli Room	16

52) **กลุ่มโรงแรมเซเรนดิบ ศรีลังกา** กลุ่มโรงแรมเซเรนดิบ ในประเทศศรีลังกา บริหารงานโดย บริษัท เซเรนดิบโฮเทล ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ Hemas Holdings Limited (Hemas) เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศศรีลังกา ซึ่งบริษัทได้เข้าลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 20 ในบริษัทเซเรนดิบโฮเทล ตั้งแต่วันที่ 2550 โดยโรงแรมในเครือของเซเรนดิบ โฮเทล ประกอบด้วย

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

53) **อวานี ไฮฟง ฮาร์เบอร์ วิล** (เดิมชื่อ “ฮาร์เบอร์วิล โฮเทล เวียดนาม”) (เป็นบริษัทร่วมทุน โดยบริษัทลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 30.39)

มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 122 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 5 ร้าน

การให้บริการอื่น ๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

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

54) นิยามา มัลดีฟส์ มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยวการให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 134 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 9 ร้าน ได้แก่ Blu, Nest, Edge, Tribal, Epicure, Subsix, Fahrenheit, Dune และ The Deli

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา กิจกรรมทางน้ำ และคลับสำหรับเด็กแก่ลูกค้าที่มาพัก

55) เรดิสัน บลู มาปูโต มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทการให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 154 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 5 ร้าน ได้แก่ Filini Bar & Restaurant, Restaurant Azul, Palmeira Lounge, Oceano Bar และ Vivo Pool Bar

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา รองรับผู้ร่วมประชุมได้ 360 คน

56) กลุ่มโรงแรม เอลวานา แอฟริกา

กลุ่มโรงแรม เอลวานา แอฟริกา บริหารงานโดยบริษัท เอลวานา แอฟริกา มีฐานการดำเนินธุรกิจในประเทศแทนซาเนีย ซึ่งบริษัท เข้าถือหุ้นสัดส่วนร้อยละ 50 ตั้งในปี 2551 บริษัท เอลวานา แอฟริกา มีชื่อเสียงในด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงซาฟารีในทวีปแอฟริกา โดยให้บริการที่พักหลายแห่งที่มีความหรูหราและกลมกลืนกับสิ่งแวดล้อมที่งดงามอย่างเป็นธรรมชาติของทวีปแอฟริกา ที่พักในเครือของเอลวานา ประกอบด้วย

	โรงแรม	ประเทศ	กลุ่มลูกค้า	จำนวนห้องพัก
1	อารูชา คอฟฟี ลอดจ์	แทนซาเนีย	นักท่องเที่ยว	30
2	เซเรนเกติ ไมเกรชั่น แคมป์	แทนซาเนีย	นักท่องเที่ยว	20
3	ทวารากิริ ทวีทอปส์	แทนซาเนีย	นักท่องเที่ยว	20
4	เดอะ แมนเนอร์ แอท โกรองโกโร	แทนซาเนีย	นักท่องเที่ยว	20
5	คิลินดี แชนซิบาร์	แทนซาเนีย	นักท่องเที่ยว	14
6	แอฟโรซิค ไดอานี บีช	เคนยา	นักท่องเที่ยว	10
7	แซนด์ริเวอร์ มาไซ มารา	เคนยา	นักท่องเที่ยว	16

57) กลุ่มโรงแรม เคลิ แอนด์ พิค็อก

กลุ่มโรงแรม เคลิ แอนด์ พิค็อก มีฐานการดำเนินธุรกิจในประเทศเคนยาและแทนซาเนีย โดยบริษัทร่วมทุน เอลวานา แอฟริกา ได้เข้าซื้อกลุ่มโรงแรม เคลิ แอนด์ พิค็อก ในปี 2558 ต่อมาได้มีการบริหารงานโดยกลุ่มเอลวานา แอฟริกา ซึ่งถือเป็นการขยายฐานธุรกิจเชิงซาฟารีในทวีปแอฟริกาอย่างลงตัว ที่พักในเครือของเคลิ แอนด์ พิค็อก ประกอบด้วย

	โรงแรม	ประเทศ	กลุ่มลูกค้า	จำนวนห้องพัก
1	เซเวนเกติ ไฟโอเนียร์ แคมป์	แทนซาเนีย	นักท่องเที่ยว	12
2	ทอทิลิส แคมป์ แอมโบเซลี	เคนย่า	นักท่องเที่ยว	18
3	เอลซา คอปปี เมรุ	เคนย่า	นักท่องเที่ยว	11
4	เอลเฟนท์ เพพเพอร์ แคมป์ มาไซ มาร่า	เคนย่า	นักท่องเที่ยว	10

58) **อวานี หัวหิน รีสอร์ท & วิลล่าส์** (เดิมชื่อ โรงแรมอนันดา หัวหิน) (เป็นบริษัทร่วมทุนในสัดส่วนร้อยละ 50) มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว กลุ่มนักธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 196 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 5 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ร้านอาหารและบาร์ ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
STAA'S	180	Grand Ballroom	800
Brezza	80	Ratchaphreuk 1	250
Blue Biscuit	80	Ratchaphreuk 2	250
Terrace Bar	30	Ratchaphreuk 3	220
Aqua	30	Ratchaphreuk 3A	80
		Ratchaphreuk 3B	80
		Ratchaphreuk 3C	80
		Foyer	600
		Event Lawn	800
		Villa Lawn	80

59) **ไอล์ส พุทศดา** (เป็นบริษัทร่วมทุนในสัดส่วนร้อยละ 50) มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 78 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหาร จำนวน 1 ร้าน ได้แก่ Oaks Café

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา รองรับผู้ร่วมประชุมได้ 100 คน

โรงแรมที่บริษัทบริหารจัดการ

	โรงแรม	ประเทศ	กลุ่มลูกค้า	จำนวนห้องพัก
60)	อนันตรา บ้านราชประสงค์ กรุงเทพฯ	ไทย	นักท่องเที่ยว	97
61)	อนันตรา ลาวาณา เกาะสมุย	ไทย	นักท่องเที่ยว	122
62)	อนันตรา สาทร กรุงเทพฯ	ไทย	นักท่องเที่ยว	310

	โรงแรม	ประเทศ	กลุ่มลูกค้า	จำนวนห้องพัก
63)	อนันตรา รสานันดา เกาะพะงัน วิลล่าส์	ไทย	นักท่องเที่ยว	64
64)	อนันตรา เชียงใหม่	ไทย	นักท่องเที่ยว	84
65)	อนันตรา สิบสองปันนา	จีน	นักท่องเที่ยว	103
66)	อนันตรา กุ้ยหยาง	จีน	นักท่องเที่ยว	218
67)	อนันตรา เซมินยัค บาห์ลี	บาห์ลี	นักท่องเที่ยว	60
68)	อนันตรา อูลูวาตู บาห์ลี	บาห์ลี	นักท่องเที่ยว	74
69)	อนันตรา อัล จาบาล อัล อัคคาร์	โอมาน	นักท่องเที่ยว	115
70)	อัล บาดีต รัสออร์ท ซาลาลาห์ บาย อนันตรา	โอมาน	นักท่องเที่ยว	136
71)	บานาน่า โฮสแลนด์ โคฮา บาย อนันตรา	กาตาร์	นักท่องเที่ยว	141
72)	อนันตรา เซอร์ บานี ยาล โฮสแลนด์ อัล ซาเฮล วิลล่า	อาบูดาบี, UAE	นักท่องเที่ยว	30
73)	อนันตรา เซอร์ บานี ยาล โฮสแลนด์ อัล ยามม์ วิลล่า	อาบูดาบี, UAE	นักท่องเที่ยว	30
74)	อนันตรา เดอะ ปาล์ม ดูไบ	อาบูดาบี, UAE	นักท่องเที่ยว	293
75)	เดสเลิร์ท โฮแลนด์ บาย อนันตรา	อาบูดาบี, UAE	นักท่องเที่ยว	64
76)	คัสส์ อัล ซาราบ เดสเลิร์ท บาย อนันตรา	อาบูดาบี, UAE	นักท่องเที่ยว	206
77)	อีสเทิร์น แมนโกรฟส์ บาย อนันตรา	UAE	นักท่องเที่ยว	222
78)	อนันตรา มุยเน่	เวียดนาม	นักท่องเที่ยว	90
79)	อวานี เอเทรียม กรุงเทพฯ	ไทย	นักท่องเที่ยว	568
80)	อวานี ขอนแก่น	ไทย	นักท่องเที่ยว	196
81)	อวานี เซปัง โกลด์โคสต์	มาเลเซีย	นักท่องเที่ยว	315
82)	อวานี เดรา ดูไบ	UAE	นักท่องเที่ยว	216
83)	อวานี เซเชลส์ บาบาร์อนส์	เซเชลส์	นักท่องเที่ยว	124
84)	ไอคส์ กรุงเทพฯ สาทร	ไทย	นักท่องเที่ยว	115
85)	ไอคส์ ลีวา เอ็กซ์เชค्यूทีฟ สวีท	UAE	นักท่องเที่ยว	54
86)	เดอะ เรสซิเดนเชส แอท วิกตอเรีย	โปรตุเกส	นักท่องเที่ยว	93
87)	ซุค วาคิฟ	กาตาร์	นักท่องเที่ยว	183
88)	เลวา ซาฟารี แคมป์	เคนยา	นักท่องเที่ยว	13
89)	ลอยซาบา เทนท์ แคมป์	เคนยา	นักท่องเที่ยว	12
90)	ลอยซาบา สตาร์ เบดส์	เคนยา	นักท่องเที่ยว	4
91)	อวานี พลัส หลวงพระบาง	ลาว	นักท่องเที่ยว	53
92)	ไอคส์ อัล นาจาตา โคฮา	กาตาร์	นักท่องเที่ยว	100
93)	ทีโวลี เอโรวา อีโค รัสออร์ท	โปรตุเกส	นักท่องเที่ยว	56
94)	ซุค อัล วาครา กาตาร์ บาย ทีโวลี	กาตาร์	นักท่องเที่ยว	101
95)	อัล นาจาตา โคฮา บาย ทีโวลี	กาตาร์	นักท่องเที่ยว	151
96)	คาฟารู แฮ้าส์	เคนยา	นักท่องเที่ยว	5

97) เอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป – โรงแรมที่รับจ้างบริหาร มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าที่เป็น บริษัท เอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป รับจ้างบริหารโรงแรมจำนวน 50 โรงแรม รวมทั้งหมด 8,493 ห้องพัก ทั่วทวีปยุโรปและอเมริกา

โรงแรมในเครือของเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป ที่รับจ้างบริหาร จำแนกตามแบรนด์:

แบรนด์	ทวีป	จำนวนโรงแรม	จำนวนห้องพัก
เอ็นเอช โฮเทลส์	อเมริกา	9	1,407
	ยุโรป	22	2,439
เอ็นเอช คอลเลคชั่น	อเมริกา	5	738
	ยุโรป	7	1,177
นาว	ยุโรป	1	150
เอ็นเอช - อื่นๆ	อเมริกา	5	2,437
	ยุโรป	1	145

ธุรกิจบริหารเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์

98) กลุ่มโรงแรม ไอคัส โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท ตั้งอยู่ในประเทศออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ดูไบ และประเทศไทย รวมจำนวนโรงแรมทั้งหมด 57 โรงแรม โดยในประเทศออสเตรเลียมีจำนวน 52 โรงแรม ซึ่งอยู่ในเมืองท่องเที่ยวและเมืองเศรษฐกิจที่สำคัญ โดยตั้งอยู่ในนิวซีแลนด์ 8 โรงแรม มณฑลตอนเหนือ 1 โรงแรม วิคตอเรีย 8 โรงแรม ควีนส์แลนด์ 27 โรงแรม ออสเตรเลียใต้ 6 โรงแรม และออสเตรเลียตะวันตก 2 โรงแรม ในประเทศนิวซีแลนด์มีจำนวน 4 โรงแรม ตั้งอยู่ที่ไอร์แลนด์เหนือ 2 โรงแรม และไอร์แลนด์ใต้ 2 โรงแรม และในสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์ ประเทศดูไบ มีจำนวน 1 โรงแรม ซึ่งโดยรวมทั้งกลุ่มมีบริการห้องพักทั้งสิ้น 6,935 ห้อง

เนื่องจากทำเลที่ตั้งของไอคัสส่วนใหญ่อยู่ในย่านธุรกิจ และเมืองใหญ่ ไอคัสจึงมุ่งเน้นการบริการไปที่นักธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทภายในประเทศ นักท่องเที่ยวต่างประเทศจึงเป็นลำดับรองลงมา ซึ่งส่งผลให้ลักษณะของห้องพักและอุปกรณ์เครื่องใช้ภายในห้องพักที่เอื้ออำนวยความสะดวกให้กับผู้พักอาศัยที่เป็นนักธุรกิจ

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

การตลาดและการแข่งขัน (ธุรกิจโรงแรม)

ข้อมูลด้านการตลาดและการแข่งขันเป็นข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 โดยได้มีการรวบรวมข้อมูลเผยแพร่จากส่วนราชการและภาคอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและโรงแรม

ตลาดหลักของบริษัทในปัจจุบัน ได้แก่ ไทย ยุโรป ออสเตรเลีย ลาตินอเมริกา มัลดีฟส์ แอฟริกา และตะวันออกกลาง

● ประเทศไทย

ด้วยการส่งเสริมของทั้งภาครัฐและเอกชนในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยไปยังต่างประเทศทั่วโลก ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้กลายมาเป็นหนึ่งในแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุดของประเทศ โดยคาดว่าจะมีสัดส่วนมูลค่ามากกว่าร้อยละ 20 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศในปี 2561 จากรายงานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมีจำนวน 38.3 ล้านคนในปี 2561 ซึ่งเป็นสถิติที่สูงที่สุดอีกครั้งหนึ่ง โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 8 จาก 35.4 ล้านคนในปี 2560 ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะประสบกับการชะลอตัวชั่วคราวของนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในช่วงครึ่งหลังของปี 2561 จากเหตุการณ์เรือล่มในภูเก็ต แต่ประเทศไทยยังคงมีจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นๆ ทั่วโลกที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างแข็งแกร่ง โดยเฉพาะจากประเทศอื่นๆ ในทวีป

เอเชีย นอกจากนี้ ด้วยความมุ่งมั่นของรัฐบาลในการเพิ่มคุณภาพของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวเติบโตในอัตราที่เร็วกว่า อยู่ที่ร้อยละ 10 เป็น 3.1 ล้านล้านบาทในปี 2561 จาก 2.8 ล้านล้านบาทในปี 2560

	2560	2561
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ล้านคน)	35.4	38.3
อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)	9.0	7.5
อัตราการเข้าพักโรงแรม (ร้อยละ)	68.5	71.4

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และธนาคารแห่งประเทศไทย

	นักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	ล้านคน	เพิ่มขึ้นร้อยละ
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%
2561	38.28	+7.5%

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

- ทวีปยุโรป

ด้วยการเข้าลงทุนในเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ปในปี 2561 และทีโวลี โฮเทลส์ แอนด์ รีสอร์ท ในประเทศโปรตุเกสในปี 2559 บริษัท จึงคาดว่าจะรายได้ของไมเนอร์ โฮเทลส์มากกว่าครึ่งจะมาจากทวีปยุโรปในปี 2562 และเนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ของเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ปเป็นนักเดินทางธุรกิจภายในภูมิภาค ส่งผลให้รายได้ของเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ปมีความสัมพันธ์ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกับแนวโน้มเศรษฐกิจโดยรวมของทวีปยุโรป

ในปี 2561 ทวีปยุโรปมีการเติบโตของกิจกรรมทางเศรษฐกิจในอัตราร้อยละ 2.1 โดยเป็นอัตราที่ช้ากว่าปี 2560 ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 2.2 เพียงเล็กน้อย (ข้อมูลและประมาณการโดย E.C. “European Economic Forecast - Autumn 2018” เดือนพฤศจิกายนปี 2561) แนวโน้มการเติบโตโดยทั่วไปมีความสอดคล้องกับการเติบโตของเศรษฐกิจโลก ซึ่งยังคงมีการเติบโตของการค้าและการลงทุน แม้ว่าจะมีสัญญาณของการเติบโตที่ชะลอตัวลง โดย 4 ประเทศที่มีสัดส่วนรายได้มากที่สุดของเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป ได้แก่ ประเทศสเปน (เติบโตร้อยละ 2.6 ในปี 2561 เทียบกับร้อยละ 3.1 ในปี 2560) ประเทศเยอรมนี (เติบโตร้อยละ 1.7 ในปี 2561 เทียบกับร้อยละ 2.2 ในปี 2560) ประเทศฮอลแลนด์ (เติบโตร้อยละ 2.8 ในปี 2561 เทียบกับร้อยละ 3.2 ในปี 2560) และประเทศอิตาลี (เติบโตร้อยละ 1.1 ในปี 2561 เทียบกับร้อยละ 1.5 ในปี 2560) ซึ่งประเทศดังกล่าวมีอัตราการเติบโตในอัตราที่ช้ากว่าปีที่ผ่านมา ส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของทวีปยุโรป มีการคาดการณ์ว่าจะเติบโตในอัตราร้อยละ 1.9 และร้อยละ 1.7 ในปี 2562 และ 2563 ตามลำดับ ซึ่งเป็นผลมาจากการค้าระหว่างประเทศที่ชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่อง จากกิจกรรมทางเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวลง ความตึงเครียดทางการค้าที่เพิ่มขึ้น การเติบโตของการจ้างงานที่ช้าลง และความไม่แน่นอนที่เพิ่มขึ้นซึ่งส่งผลกระทบต่อการลงทุน อย่างไรก็ตาม มีการคาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมโรงแรมในทวีปยุโรปจะยังคงได้รับประโยชน์จากแนวโน้มการเดินทางทั่วโลกที่เพิ่มขึ้น

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในทวีปยุโรปมีจำนวน 713 ล้านคนในปี 2561 เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในอัตราร้อยละ 6 จากปี 2560 ซึ่งมีฐานของการเติบโตที่สูง โดยการเติบโตดังกล่าวเป็นผลมาจากการเติบโตของยุโรปตอนใต้และแถบยุโรปแถบเมดิเตอร์เรเนียน (เติบโตร้อยละ 7) ยุโรปตอนกลางและยุโรปตะวันออก (เติบโตร้อยละ 6) และยุโรปตะวันตก (เติบโตร้อยละ 6) การท่องเที่ยวทางตอนเหนือของทวีปยุโรปอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับปีก่อน เนื่องจากการชะลอตัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในสหราชอาณาจักร ส่วนประเทศสเปนได้กลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของโลก ในระดับใกล้เคียงกับประเทศฝรั่งเศส และสหรัฐอเมริกา โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 เป็น 82.6 ล้านคน

- ประเทศออสเตรเลีย

ประเทศออสเตรียมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศจำนวน 8.4 ล้านคนในปี 2561 สิ้นสุดเดือนมิถุนายน ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ยอดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก โดยสัดส่วนจากนักท่องเที่ยวเอเชียเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 39 ในปี 2551 เป็นร้อยละ 57 ในปี 2561 ซึ่งตลาดเอเชียที่ใหญ่ที่สุดได้แก่ ประเทศจีน มีสัดส่วนถึงร้อยละ 27 ของยอดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด โดยมีสาเหตุมาจากความมั่งคั่งที่เพิ่มขึ้นและการเติบโตของชนชั้นกลางซึ่งมีกำลังซื้อและมีความต้องการในการท่องเที่ยวที่สูงขึ้นของประเทศจีน นอกจากนี้ ในปี 2561 จำนวนคืนเข้าพักของนักท่องเที่ยวภายในประเทศออสเตรียเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 ซึ่งเป็นผลมาจากการท่องเที่ยวในทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปเยี่ยมเพื่อนและญาติพี่น้อง และการเดินทางเพื่อธุรกิจ

- ลาตินอเมริกา

การลงทุนในเอ็นเอช ไฮเทล กรุ๊ป ส่งผลให้ ณ ปัจจุบันไมเนอร์ ไฮเทลส์ มีโรงแรมทั้งสิ้นกว่า 60 แห่งในลาตินอเมริกา โดยประเทศเม็กซิโก โคลอมเบีย และอาร์เจนตินา เป็นประเทศที่สร้างรายได้ให้กับบริษัทสูงที่สุด เศรษฐกิจในประเทศเกิดใหม่ในลาตินอเมริกาคาดว่าจะยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจะมีความแตกต่างกันในแต่ละประเทศ โดยคาดว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของทั้งลาตินอเมริกาจะเติบโตในอัตราร้อยละ 1 ในปี 2561 (เมื่อเทียบกับร้อยละ 1.2 ในปี 2560) ซึ่งเป็นผลมาจากสภาวะการเงินที่อ่อนตัว จากประเทศอาร์เจนตินาซึ่งประสบปัญหาการอ่อนค่าของสกุลเงิน และประเทศเม็กซิโก ซึ่งมีการเติบโตทางเศรษฐกิจในอัตราที่ช้ากว่าที่คาดการณ์ไว้ อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมโรงแรมในลาตินอเมริกามีการเติบโตในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาและมีแนวโน้มที่ดีต่อไปในอนาคต โดยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในอเมริกาใต้เพิ่มขึ้นร้อยละ 8 ในปี 2560 และร้อยละ 7 ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2561 ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในอเมริกากลางเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ในปี 2560 ทั้งนี้ ถึงแม้ว่าประเทศเม็กซิโกและบราซิลจะเป็นประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุด แต่ประเทศชิลีและโคลอมเบียมีการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ ในอัตรามากกว่าร้อยละ 10 ในปี 2560

- ประเทศมัลดีฟส์

เศรษฐกิจของประเทศมัลดีฟส์ขึ้นอยู่กับการท่องเที่ยวเป็นหลัก ด้วยมูลค่าการท่องเที่ยวที่มีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 70 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในปี 2561 โดยในปี 2561 ประเทศมัลดีฟส์มีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.8 จากการเติบโตของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศรัสเซีย อิตาลี และสหราชอาณาจักร ทั้งนี้ การท่องเที่ยวของประเทศมัลดีฟส์มีแนวโน้มที่ดี เนื่องจากการขยายท่าอากาศยานนานาชาติเวลลันนาซึ่งได้เสร็จสิ้นแล้ว จะส่งผลให้ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เป็นมากกว่า 7 ล้านคน เมื่อเทียบกับประมาณ 1 ล้านคนในปัจจุบัน นอกจากนี้ รัฐบาลจะยังคงลงทุนในการทำแคมเปญการตลาด เพื่อส่งเสริมให้ประเทศมัลดีฟส์เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้น

- ทวีปแอฟริกา

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในทวีปแอฟริกาเพิ่มขึ้นร้อยละ 7 ในปี 2561 โดยการเติบโตดังกล่าวมาจากทั้งแอฟริกาเหนือและประเทศที่ตั้งอยู่ทางใต้ของทะเลทรายสะฮารา ซึ่งเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและสภาพแวดล้อมทางการเมืองที่มีเสถียรภาพและปลอดภัยมากขึ้น องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติคาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้น 2 เท่าจาก 67 ล้านคนในปี 2561 เป็น 134 ล้านคนในปี 2573 ทั้งนี้ ในปี 2560 มูลค่าการท่องเที่ยวมีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 8 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งหมดของทวีปแอฟริกา ด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่อุดมสมบูรณ์ อีกทั้งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งอยู่ในช่วงของการเริ่มต้น ทวีปแอฟริกาจึงมีศักยภาพในการเติบโตอีกมาก

- ภูมิภาคตะวันออกกลาง

ถึงแม้ว่าแนวโน้มการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศในภูมิภาคตะวันออกกลางจะมีความแตกต่างกัน แต่จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในภูมิภาคตะวันออกกลางโดยรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2561 โดยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในเมืองหลักของประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์และประเทศโอมานมีการเติบโตในปี 2561 ในขณะที่ประเทศกาตาร์มีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงกว่าร้อยละ 35 ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2561 จากการคว่ำบาตรตั้งแต่ช่วงกลางปี 2560

คู่แข่งและสถานการณ์ในการแข่งขัน (ธุรกิจโรงแรม)

แบรนด์หลักของบริษัท ได้แก่ อนันตรา, อวานี, ไคส์, ทิโวลี, เอ็นเอช คอลเลกชัน, เอ็นเอช โฮเทลส์ และนาว โดยแต่ละแบรนด์มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวและจุดแข็งที่เป็นของตัวเอง และมีคู่แข่งที่ต่างกันไป

- อนันตรา

อนันตราเป็นแบรนด์โรงแรมหรูแบรนด์แรกที่เป็นของบริษัทเอง มุ่งเน้นไปที่กลุ่มนักท่องเที่ยวระดับบนที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ท้องถิ่น โดยแบรนด์โรงแรมระดับนานาชาติที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกับอนันตรา ได้แก่ ไฟร์ซีซั่นส์, เจ ดับบลิว แมริออท, แกรนด์ ไฮแอท, แมนดาริน โอเรียนเต็ล, แชนกรี-ลา และซิกเซ็นส์ ซึ่งแบรนด์อนันตราจะนำเอาวัฒนธรรมท้องถิ่นมารวมไว้ในโรงแรมแต่ละแห่ง ทั้งจากการออกแบบโรงแรมไปจนถึงประสบการณ์ที่แขกที่ได้รับ ซึ่งทำให้แบรนด์อนันตรามีความแตกต่างจากโรงแรมแบรนด์อื่นๆ ปัจจุบัน โรงแรมในเครืออนันตรามีทั้งหมด 38 แห่งใน 13 ประเทศ

- อวานี

อวานีจัดอยู่ในกลุ่มโรงแรมระดับบน นำเสนอบรรยากาศที่ร่วมสมัยและผ่อนคลาย อีกทั้งยังผสมผสานการออกแบบที่ทันสมัยและบริการที่เป็นเลิศ อวานีแข่งขันกับแบรนด์โรงแรมทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ โดยแบรนด์โรงแรมระดับนานาชาติที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกับอวานี ได้แก่ แมริออท, ไฮแอท, ฮิลตัน และพูลแมน ในขณะที่คู่แข่งภายในประเทศจะแตกต่างกันตามสถานที่ตั้งของแต่ละโรงแรม ปัจจุบัน โรงแรมในเครืออวานีมีทั้งหมด 24 แห่งใน 15 ประเทศ

- ไคส์

ไคส์ให้บริการห้องพักหลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่ห้องพักโรงแรมไปจนถึงเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์พร้อมการตกแต่งภายใน โดยไคส์มีชื่อเสียงทั้งในด้านทำเลที่ตั้งของโรงแรมที่อยู่ใจกลางเมือง และราคาที่เข้าถึงได้ ผู้ประกอบการที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกับไคส์ ได้แก่ กลุ่มโรงแรมแอดคอร์ท กลุ่มโรงแรมไอเอสจี และกลุ่มโรงแรมมันตรา

- กลุ่มโรงแรมแอดคอร์ท มีแบรนด์ภายใต้การบริหาร คือ โซฟีเทล, พูลแมน, เอ็มเกลเลอส์, โนวเทล, เมอเคียว, โอบิส ออลซีซั่น, อีแทป, เปปเปอร์, มันตรา, เบรกฟรี และอาร์ท ซีรีส์ โดยปัจจุบันแอดคอร์ทมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุดในประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์

- กลุ่มโรงแรมไอเอสจี มีแบรนด์ภายใต้การบริหาร คือ อินเทอร์เน็ตคอนติเนนตัล, คราวน์พลาซ่า, ฮอลิเดย์ อินน์, ฮอลิเดย์ อินน์ เอ็กเพรส และสเตย์บริด สวีท

- ทิโวลี

ทิโวลีนำเสนอความงดงามและประวัติศาสตร์อันยาวนานของยุโรป แบรนด์ทิโวลีจัดอยู่ทั้งในกลุ่มโรงแรมหรูและโรงแรมระดับบน ดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยความสะดวกสบายและสถานที่ตั้งเชิงกลยุทธ์ทั้งในตัวเมืองไปจนถึงชายหาดอันงดงาม โดยโรงแรมทิโวลีส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในประเทศโปรตุเกส และได้ขยายไปในภูมิภาคตะวันออกกลาง ทั้งนี้ ทิโวลีถือเป็นหนึ่งใน 5 ผู้ดำเนินธุรกิจโรงแรมที่ใหญ่ที่สุดในประเทศโปรตุเกส โดยผู้ประกอบการที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกับทิโวลี ได้แก่ กลุ่มผู้ดำเนินธุรกิจโรงแรมระดับนานาชาติ เช่น แมริออท โฮเทลส์ แอนด์ รีสอร์ท และ แอคคอร์ โฮเทลส์ และกลุ่มผู้ดำเนินธุรกิจโรงแรมระดับภูมิภาคเช่น Pestana Hotels & Resorts และ Vila Galé Hotéis ในประเทศโปรตุเกส

- เอ็นเอช คอลเลคชั่น

เอ็นเอช คอลเลคชั่นให้บริการโรงแรมระดับพรีเมียมในสถานที่ที่สำคัญเพื่อความทรงจำอันแสนพิเศษสำหรับแขกที่เข้าพัก เอ็นเอช คอลเลคชั่นมุ่งให้บริการที่เหนือความคาดหมายแก่แขกที่เข้าพัก ด้วยมาตรฐานที่พักที่สะดวกสบาย การให้บริการอย่างใกล้ชิดเพื่อตอบสนองความต้องการของแขกแต่ละคน และความใส่ใจในทุกรายละเอียดอย่างลึกซึ้ง โดยแบรนด์โรงแรมระดับนานาชาติที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกับเอ็นเอช คอลเลคชั่น ได้แก่ เซอร่าตัน, แมริออท, ไฮแอท และฮิลตัน ในขณะที่คู่แข่งจะแตกต่างกันตามสถานที่ตั้งของแต่ละโรงแรม ปัจจุบัน โรงแรมในเครือเอ็นเอช คอลเลคชั่นมีทั้งหมด 75 แห่งใน 15 ประเทศ

- เอ็นเอช โฮเทลส์

เอ็นเอช โฮเทลส์ให้บริการโรงแรมระดับกลางถึงระดับบนในตัวเมือง เหมาะสำหรับแขกที่มองหาที่พักทำเลดี ในราคาที่คุ้มค่า นอกจากนี้ เอ็นเอช โฮเทลส์ยังเหมาะสำหรับการจัดประชุมและการจัดกิจกรรมทางธุรกิจ เนื่องจากมีห้องพักที่สะดวกสบายและเต็มไปด้วยประโยชน์ใช้สอย พร้อมทั้งการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกตามความต้องการของลูกค้า โดยแบรนด์โรงแรมระดับนานาชาติที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกับเอ็นเอช โฮเทลส์ได้แก่ ฮอลิเดย์อินน์ เบสท์ เวสเทิร์นและโนโวเทล ปัจจุบัน โรงแรมในเครือเอ็นเอช โฮเทลส์มีทั้งหมด 264 แห่งใน 27 ประเทศ

- นาว

นาวให้บริการโรงแรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสไตล์ร่วมสมัย ด้วยทำเลที่ตั้งอยู่ตามเมืองหลักต่างๆ โรงแรมภายใต้แบรนด์นาวมีบรรยากาศที่มีพลัง มีแรงบันดาลใจและน่าตื่นตาตื่นใจ เหมาะสำหรับแขกที่มองหาประสบการณ์การพักผ่อนที่น่าจดจำในโรงแรมที่สร้างสรรค์ไม่เหมือนใคร โดยแบรนด์โรงแรมระดับนานาชาติที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกับนาว ได้แก่ คิมปตัน ดับเบิลยู โฮเทลส์ และมี บาย มิเลียบ ปัจจุบัน โรงแรมในเครือนาวมีทั้งหมด 4 แห่งใน 4 ประเทศ

การดำเนินงานของบริษัทกระจายตัวอยู่ในหลากหลายภูมิภาค โดยบริษัทมีมุมมองต่อการแข่งขันในแต่ละประเทศหลัก ดังนี้:

- ประเทศไทย

การแข่งขันในอุตสาหกรรมโรงแรมภายในประเทศไทยมีความแตกต่างกันระหว่างในกรุงเทพฯและต่างจังหวัด โดยในกรุงเทพฯ มีการแข่งขันที่รุนแรงจากการเปิดตัวของโรงแรมหรูในอดีต ซึ่งยังคงเป็นอุปสรรคต่อการขึ้นราคาค่าห้องพัก ถึงแม้ว่าแรงกดดันดังกล่าวจะลดน้อยลง จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งจากตลาดเอเชียและยุโรป ที่เพิ่มขึ้นอย่างแข็งแกร่ง รวมถึงจำนวนโรงแรมที่มีแผนที่จะเปิดใหม่ซึ่งมีจำกัด ทั้งนี้ ด้วยจำนวนโรงแรมระดับบนที่จะเปิดใหม่ซึ่งมีไม่มากในช่วงไม่กี่ปีข้างหน้า บริษัทจึงคาดว่าจะสามารถเพิ่มราคาค่าห้องพักของโรงแรมในกรุงเทพฯ ได้ ส่วนในต่างจังหวัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ จะยังคงมีการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวยังคงเติบโตในอัตรา

ที่เร็วกว่าการเพิ่มขึ้นของจำนวนโรงแรมที่เปิดใหม่ โดยนอกเหนือจากการมุ่งเน้นในการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการแล้ว บริษัทยังคงมองหาโอกาสที่จะขยายธุรกิจโรงแรมในสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อรักษาตำแหน่งผู้นำตลาดภายในประเทศต่อไป ปัจจุบัน บริษัทเป็นผู้ดำเนินการโรงแรมชั้นนำของประเทศไทย ในกลุ่มโรงแรมระดับบนและโรงแรมหรู โดยมีโรงแรมทั้งหมด 24 แห่งที่กระจายตัวอยู่ตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ

- ทวีปยุโรป

อุตสาหกรรมโรงแรมในทวีปยุโรปเป็นธุรกิจที่มีการกระจายตัว โดยโรงแรมส่วนใหญ่บริหารงานโดยผู้ประกอบการอิสระและผู้ประกอบการรายย่อย และมีจำนวนโรงแรมที่บริหารงานโดยผู้ดำเนินธุรกิจโรงแรมระดับนานาชาติไม่มาก สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมโรงแรมในทวีปยุโรปอยู่ในระดับปานกลาง ตลาดส่วนใหญ่มีโรงแรมที่มีแผนที่จะเปิดใหม่ไม่มาก โดยมีการคาดการณ์ว่าจะมีจำนวนโรงแรมเปิดใหม่เพิ่มขึ้นในอัตราน้อยกว่าร้อยละ 2 ในปี 2562 ในขณะที่แนวโน้มการท่องเที่ยวยังเติบโตได้ดีและเร็วกว่าการเพิ่มขึ้นของจำนวนโรงแรมที่เปิดใหม่ อันมีผลมาจากอัตราการว่างงานที่ลดลง กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ปรับตัวดีขึ้น และการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้ ด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ดี ประกอบกับชื่อเสียงของแบรนด์และฐานการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง บริษัทคาดว่าจะสามารถดึงดูดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นและสร้างผลการดำเนินงานให้เติบโตต่อไปในอนาคต ปัจจุบัน บริษัทเป็นผู้ดำเนินการโรงแรมชั้นนำของทวีปยุโรป โดยมีโรงแรมทั้งหมด 300 แห่งกระจายตัวอยู่ตามเมืองที่สำคัญ

- ออสเตรเลีย

การแข่งขันในอุตสาหกรรมโรงแรมภายในประเทศออสเตรียมีแนวโน้มที่สูงขึ้น ด้วยการเพิ่มขึ้นของจำนวนโรงแรมที่มีแผนที่จะเปิดใหม่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นโรงแรมระดับบน ทั้งนี้ บริษัทดำเนินธุรกิจบริหารเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ในประเทศออสเตรีย จึงคาดว่าจะไม่ได้รับผลกระทบจากโรงแรมเปิดใหม่มากนัก ด้วยผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีและได้มาตรฐาน ประกอบกับอัตราค่าห้องพักที่สูงมากเมื่อเทียบกับโรงแรมระดับบน บริษัทจึงคาดว่าจะสามารถดึงดูดลูกค้าและรักษาผลการดำเนินงานให้ดีขึ้นต่อไป

- ลาตินอเมริกา

อุตสาหกรรมโรงแรมในลาตินอเมริกามีการกระจายตัว โดยตลาดส่วนใหญ่ที่บริษัทมีการดำเนินธุรกิจมีจำนวนโรงแรมที่เปิดใหม่จำกัด อย่างไรก็ตาม ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ประเทศโคลอมเบียมีจำนวนโรงแรมเปิดใหม่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้มีการกดดันต่อการขึ้นราคาห้องพัก ส่วนในประเทศบราซิล คาดว่าผู้ดำเนินธุรกิจโรงแรมชั้นนำระดับนานาชาติจะมีการขยายธุรกิจอย่างรวดเร็ว ซึ่งนำโดย แอคคอร์ โฮเทลส์, แมริออท อินเตอร์เนชั่นแนล และฮิลตัน ทั้งนี้ ด้วยความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ทำให้ภูมิภาคนี้มีความน่าดึงดูด อีกทั้งรัฐบาลในหลายประเทศภายในภูมิภาคมีความมุ่งมั่นที่จะสนับสนุนภาคการท่องเที่ยว เช่น การปรับปรุงขั้นตอนการขอวีซ่าที่ง่ายขึ้นของประเทศบราซิล เอกวาดอร์ และโคลอมเบีย และสิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศโคลอมเบีย ดังนั้น จึงมีการคาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะเติบโตเร็วกว่าการเพิ่มขึ้นของจำนวนโรงแรมที่เปิดใหม่ ซึ่งจะช่วยให้บริษัทสามารถเพิ่มอัตราค่าห้องพักของโรงแรมและเติบโตผลการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต

- ประเทศมัลดีฟส์

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ประเทศมัลดีฟส์มีจำนวนโรงแรมเปิดใหม่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้มีการแข่งขันด้านราคาระหว่างผู้ดำเนินธุรกิจโรงแรมที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่ลดลง ซึ่งนักท่องเที่ยวจีนมีส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศมัลดีฟส์มากที่สุด นอกจากนี้ ราคาห้องพักในประเทศมัลดีฟส์ยังถือว่าสูงเมื่อเทียบกับจุดหมายปลายทางอื่นๆ ส่งผลให้ผู้ประกอบการโรงแรมประสบปัญหาการลดลงของอัตราการเข้าพักและราคาห้องพัก ทั้งนี้ เพื่อรักษาการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รัฐบาลจึงได้กำหนดกลยุทธ์ใหม่ ซึ่งรวมถึงการชะลอการให้วีซ่าแก่สำหรับการพัฒนา รีสอร์ท การลงทุนในการขยายโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงการขยายท่าอากาศยานนานาชาติเวลลันซึ่งได้เสร็จสิ้นแล้ว และส่งผลให้ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นมากกว่า 7 ล้านคน

เมื่อเทียบกับประมาณ 1 ล้านคนในปัจจุบัน นอกจากนี้ การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกจะช่วยสนับสนุนการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น

กลยุทธ์ทางการตลาด (ธุรกิจโรงแรม)

บริษัทมีระบบการรวมศูนย์ด้านการขายและการตลาด โดยรวบรวมข้อมูลของลูกค้าและโรงแรมไว้ที่ส่วนกลางเพื่อรองรับการดำเนินงานในหลายภูมิภาคของบริษัท 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 รวมถึงการสร้าง ความภักดีต่อแบรนด์
4. ปรับปรุงประสิทธิภาพของศูนย์กลางสำรองห้องพักและสำนักงานตัวแทนขาย เพื่อให้แน่ใจว่าลูกค้าจะสามารถสำรองห้องพักได้อย่างราบรื่น
5. พัฒนาระบบสำรองห้องพักทางอินเทอร์เน็ต โดยผ่านเว็บไซต์ www.minorhotels.com และ brand.com เพื่อผลักดันการสำรองห้องพักโดยตรงกับโรงแรม
6. ประชาสัมพันธ์แบรนด์ของบริษัทไปทั่วโลก ผ่านการรับจ้างบริหารโรงแรม

ลักษณะของลูกค้า

ลูกค้าของธุรกิจโรงแรม มีทั้งลูกค้าที่เป็นคนไทยและต่างชาติ ซึ่งแบ่งได้ เป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. บริษัทท่องเที่ยวทั้งแบบดั้งเดิมและแบบออนไลน์ โดยบริษัทท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการสำรองห้องพักระหว่างบริษัทกับลูกค้า โดยห้องที่จำหน่ายผ่านบริษัทท่องเที่ยวมีสัดส่วนในการสำรองห้องพักที่สูงที่สุดของบริษัท
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	2559	2560	2561
ประเทศไทย	5%	6%	5%
เอเชียตะวันออก	25%	26%	26%
เอเชียใต้	4%	4%	4%
ตะวันออกกลาง	10%	10%	9%

ประเทศ/ทวีป	2559	2560	2561
ยุโรป	37%	34%	34%
อเมริกา	11%	11%	12%
ออสเตรเลีย	3%	3%	3%
อื่น ๆ	5%	6%	7%
รวม	100%	100%	100%

สัดส่วนของลูกค้าแยกตามรายประเทศ 5 อันดับแรก ดังนี้

ลำดับที่	ประเทศ	2559	2560	2561
1	จีน	12%	12%	11%
2	สหราชอาณาจักร	12%	9%	9%
3	อเมริกา	6%	5%	6%
4	เยอรมนี	6%	6%	5%
5	ไทย	5%	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 มาเลเซีย อินโดนีเซีย ซึ่งรวมถึงประเทศมัลดีฟส์ และสหรัฐอเมริกาเป็นต้น ซึ่งปัจจัยของช่วงฤดูกาลมีผลต่อการกำหนดราคา อย่างไรก็ตาม ธุรกิจโรงแรมในทวีปยุโรป มีฤดูกาลท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจากตลาดดังกล่าว โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าพักสูงในช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนกันยายน ส่งผลให้บริษัทสามารถลดความผันผวนของอัตราการเข้าพักและราคาห้องพักโดยรวมได้ สำหรับกลุ่มธุรกิจโรงแรมในประเทศออสเตรเลีย 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, ไอศ, ทิโวลี, เอ็นเอช คอลเลคชั่น, เอ็นเอช โฮเทลส์, นาว และเอเลวาน่า คอลเลคชั่น ซึ่งทำให้บริษัทสามารถใช้แบรนด์เพื่อบริหารจัดการโรงแรมซึ่งจะช่วยขยายธุรกิจให้เร็วขึ้นและเพิ่มอัตราการทำการกำไรให้กับบริษัท

การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย (ธุรกิจโรงแรม)

ช่องทางการจัดจำหน่ายแบ่งได้ 3 ทางคือ

1. ขายโดยตรงผ่านเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายของบริษัทและเว็บไซต์ของบริษัท โดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายของบริษัทจะเสนอสินค้าให้ลูกค้าโดยตรงหรือผ่านตัวแทนขาย และกลุ่มลูกค้าจัดประชุมและสัมมนาทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในขณะที่เว็บไซต์ของบริษัทมีระบบรับรองการสำรองห้องพักถึง 7 ภาษา เพื่อให้ข้อมูลของโรงแรมในเครือข่ายครบถ้วนและเป็นศูนย์กลางรับจองห้องพักที่มีประสิทธิภาพแก่กลุ่มลูกค้า 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 การติดตั้งเซ็นเซอร์ในการปิดเครื่องปรับอากาศ เมื่อแขกเปิดประตูหรือหน้าต่างเป็นระยะเวลานาน และการติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียและระบบรีไซเคิล ในระหว่างดำเนินงาน โรงแรมของบริษัทยังคงคำนึงถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร ด้วยการติดตั้งระบบรีไซเคิลที่มีประสิทธิภาพ การประหยัดพลังงานและการจัดการของเสีย นอกจากนี้ บริษัทยังติดตั้งระบบไฟฟ้าที่ประหยัดพลังงาน มีการรีไซเคิลน้ำเพื่อนำไปใช้ในการรดน้ำต้นไม้ ใช้ผลิตภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ เช่น ขวดแก้วและกระดาษ และการใช้พลังงานจากแสงอาทิตย์หรือความร้อนเท่าที่บริษัทจะทำได้ นอกจากนี้ บริษัทยังใช้ขวดแก้วในการบรรจุน้ำดื่มในเกือบทุกพื้นที่ และกำลังทดลองใช้ระบบกรองและบรรจุใหม่สำหรับน้ำดื่มในโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกล เพื่อที่จะลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และของเสียที่เกิดจากการขนส่ง ทั้งนี้ สำหรับรายละเอียดเพิ่มเติมอยู่ในรายงานการพัฒนายั่งยืน 2561

ลักษณะการประกอบธุรกิจ (โครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลา อนันตรา เวเคชั่น คลับ)

ความสำเร็จจากการเข้าร่วมทุนกับกลุ่มแมริออท ในการพัฒนาโครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลา ภูเก็ต เวเคชั่น คลับนั้น ช่วยให้บริษัทสามารถพัฒนาโครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลาภายใต้แบรนด์ของบริษัทเองเป็นครั้งแรก คือ อนันตรา เวเคชั่น คลับ โดยบริษัทได้เริ่มพัฒนาโครงการอนันตรา เวเคชั่น คลับแห่งแรกที่บ่อผุด เกาะสมุย เป็นผลให้บริษัทมีห้องพักของโครงการเพื่อรองรับการขยายสิทธิในการเข้าพักอาศัยตั้งแต่ปลายปี 2553 โดย ณ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีห้องพักและวิลล่าของโครงการอนันตรา เวเคชั่น คลับทั้งสิ้น 229 ห้อง อยู่ที่เกาะสมุย ภูเก็ต คิวินส์ทาวน์ ประเทศนิวซีแลนด์ บาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย ซานย่า ประเทศจีน และ กรุงเทพฯ

สภาพการแข่งขันและคู่แข่ง (โครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลา อนันตรา เวเคชั่น คลับ)

ปัจจุบัน จำนวนคู่แข่งที่ดำเนินธุรกิจโครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลายังมีจำนวนไม่มากนัก เนื่องจากต้องอาศัยแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับ อีกทั้งยังต้องอาศัยเครือข่ายและจำนวนห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกที่พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ โดยคู่แข่งสำคัญของโครงการอนันตรา เวเคชั่น คลับ ได้แก่ กลุ่มโรงแรมชั้นนำระดับโลก เช่น กลุ่มแมริออท 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	2560	2561
จีน	41%	35%
ไทย	13%	14%
ไต้หวัน	8%	7%
สิงคโปร์	5%	5%
มาเลเซีย	5%	7%
ฮ่องกง	5%	6%
ญี่ปุ่น	4%	5%
อื่น ๆ	20%	22%
รวม	100%	100%

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ (โครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลา อนันตรา เวเคชั่น คลับ)

เนื่องจากบริษัทมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการพัฒนาโรงแรมและอสังหาริมทรัพย์ บริษัทจึงเป็นผู้พัฒนาห้องพักและวิลล่าเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า โดยห้องพักในโครงการอนันตรา เวเคชั่น คลับ ส่วนใหญ่ จะอยู่ติดกับโรงแรมที่บริษัทเป็นเจ้าของหรือเป็นผู้รับจ้างบริหาร ส่งผลให้บริษัทสามารถบริหารจัดการห้องพักได้มีประสิทธิภาพ และช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน

โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

ลักษณะธุรกิจ (โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์)

ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ของบริษัทเป็นการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยเพื่อขายควบคู่ไปกับการดำเนินการโรงแรมในพื้นที่เดียวกัน โดยบริษัทได้พัฒนาโครงการแห่งแรกที่เกาะสมุย ชื่อโครงการดิเอสเตท สมุย ตั้งอยู่ติดกับโรงแรมโฟร์ ซีซั่นส์ เกาะสมุย โดยโครงการดังกล่าวมีบ้านพักตากอากาศจำนวน 14 หลัง และพัฒนาโครงการที่สอง คือ โครงการ เซ็นต์ รีจิส เรสซิเดนส์ ในกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นโครงการคอนโดมิเนียมจำนวน 53 ยูนิตในอาคารเดียวกับโรงแรมภายใต้การบริหารงานโดย แบรินด์ เซ็นต์ รีจิส 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 รวมถึงการพัฒนาแบรนด์และที่พักอาศัย โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่ก่อสร้างแล้วเสร็จสามารถสร้างยอดขายได้อย่างต่อเนื่องและผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ต่างจัดกิจกรรมการขายในช่วงโครงการเริ่มก่อสร้างในแฟลชแรก 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 โดยเฉพาะจากฐานลูกค้าโครงการเซ็นต์ รีจิสเดิม

นโยบายราคา (โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์)

บริษัทคำนึงถึงคุณค่าของแบรนด์ ทำเลที่ตั้ง ดีไซน์ที่สวยงาม การออกแบบพื้นที่ใช้สอยที่ลงตัว การก่อสร้างที่มีคุณภาพ สิ่งอำนวยความสะดวกในส่วนของโรงแรม จำนวนอสังหาริมทรัพย์ที่พอเหมาะ ในการกำหนดราคาขายอสังหาริมทรัพย์ของกลุ่มบริษัท ไมเนอร์ โดยมีการเปรียบเทียบกับราคาอสังหาริมทรัพย์ในบริเวณใกล้เคียง เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน 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 100 ดำเนินธุรกิจให้เช่าพื้นที่เพื่อการพาณิชย์เป็นอาคารขนาด 4 ชั้น ตั้งอยู่เลขที่ 218 หมู่ 10 ถนนเลียบชายหาด อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี บนเนื้อที่ 8 ไร่ 3 งาน 88 ตารางวา โดยมีสัญญาเช่าที่ดินระยะยาว 36 ปี หมดอายุปี 2567 มีพื้นที่ให้เช่ารวมทั้งสิ้น 21,100 ตารางเมตร ซึ่งประกอบด้วย พื้นที่ให้เช่าสำหรับค้าปลีก (Retail area) 12,481.31 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, ALLZ, 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, Sukishi, Wine Connection, Krispy Kreme, Starbucks, Haagen-Dazs, Swensen's, The coffee club, Coffee World, Sport World, Van Superga, Pandora, Black Pearl, Miniso, S&P, Foodland Supermarket และ Thai Town และแหล่งเอนเตอร์เทนเมนท์ พิพิธภัณฑ์ ริปลีย์ส เชื่อหรือไม่ว่า (Ripley's Believe It or Not! Museum), โกดังผีสิง (Haunted Adventure), มหัศจรรย์เขาวงกต (Infinity Maze), โรงภาพยนตร์ทะลุมิติ (12D Moving Theater), พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง หลุยส์ทุสซอตต์ 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 2561
 2. Revenue Sharing เป็นลักษณะการจัดเก็บค่าเช่าจากสัดส่วนของรายได้จากผู้เช่า โดยขึ้นอยู่กับลักษณะของการประกอบธุรกิจแต่ละอย่าง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.21 ของค่าเช่าพื้นที่รวมของงวดปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561

นโยบายราคา

บริษัทมีการปรับราคาขึ้นทุกครั้งที่มีการต่อสัญญาใหม่กับผู้เช่าโดยจะปรับราคาขึ้นโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 5-10 ต่อการต่อสัญญาแต่ละครั้ง ซึ่งในปีที่ผ่านมาการปรับราคาไม่เป็นไปตามที่ได้กำหนดไว้ เนื่องจากมีคู่แข่งรายใหญ่เปิดในพื้นที่ใกล้เคียงและจากสถานการณ์การเมืองที่มีความไม่แน่นอนสูง ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจตกต่ำโดยรวม ทำให้ผู้เช่ามีการขอส่วนลด (Discount) เป็นจำนวนมาก โดยมีอัตราการใช้พื้นที่เฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 90.53 ของพื้นที่ทั้งหมด รายได้ของศูนย์การค้า รอยัล การ์เด้น พลาซ่า พัทยา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 64.87% ของรายได้ทั้งหมดจากธุรกิจศูนย์การค้า

รายได้ในงวดปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 สามารถจำแนกได้เป็น

- ค่าเช่าพื้นที่ ร้อยละ 63.52
- ค่าบริการ ร้อยละ 16.10
- ค่าน้ำและค่าไฟ ร้อยละ 10.07
- รายได้จากการประกอบธุรกิจร้านอาหาร ร้อยละ 6.50
- ค่าที่จอดรถ ร้อยละ 2.27
- อื่นๆ ร้อยละ 1.54

ศูนย์การค้า Turtle Village Shopping Plaza

ศูนย์การค้า Turtle Village Shopping Plaza ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท รอยัล การ์เด้น พลาซ่า จำกัด ดำเนินธุรกิจให้เช่าพื้นที่เพื่อการพาณิชย์เป็นอาคาร 2 ชั้น ตั้งอยู่เลขที่ 889 หมู่ 3 อาคารเทอร์เทิลวิลเลจ 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 2561
 2. Revenue sharing ลักษณะการจัดเก็บค่าเช่าจากสัดส่วนของรายได้จากผู้เช่า โดยขึ้นอยู่กับลักษณะของการประกอบธุรกิจแต่ละอย่าง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.28 ของค่าเช่าพื้นที่รวมของงวดปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561

นโยบายราคา

บริษัทได้มีการปรับราคาให้เหมาะสมเพื่อดำเนินตามนโยบายในการทำราคาพื้นที่ให้เช่า และในปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 อัตราการเช่าพื้นที่เฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 93.54 ของพื้นที่ทั้งหมด

รายได้ในงวดปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 สามารถจำแนกได้เป็น

- ค่าเช่าพื้นที่ ร้อยละ 73.54
- ค่าบริการ ร้อยละ 11.60
- ค่าน้ำและค่าไฟ ร้อยละ 14.68
- อื่นๆ ร้อยละ 0.18

ศูนย์การค้า รอยัล การ์เด้น พลาซ่า กรุงเทพ

ศูนย์การค้า รอยัล การ์เด้น พลาซ่า กรุงเทพ ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท เจ้าพระยา รัชชอร์ท จำกัด ซึ่งบริษัทถือหุ้นอยู่ร้อยละ 100 ตั้งอยู่บนพื้นที่ของ โรงแรมอนันตรา ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพ 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 11,143 ตารางเมตร

ภายในศูนย์การค้าประกอบด้วยร้านค้า ร้านอาหารชั้นนำ อาทิ Sizzler, Burger King, The Coffee Club, Starbucks, Swensen's, The Pizza Company, Thai Express, S&P, Charles & Keith, Bossini, Esprit, Zwilling's, Sushi Hiro, Boots, Better Vision, Sara Kashmir Carpet, Nailuxury, MK, Yayoi และชั้น 3 เป็นพื้นที่เช่าของธนาคารต่างๆ เช่น ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารออมสิน

- 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 2561
2. Revenue Sharing เป็นลักษณะการจัดเก็บค่าเช่าจากสัดส่วนของรายได้จากผู้เช่า โดยขึ้นอยู่กับลักษณะของการประกอบธุรกิจแต่ละอย่าง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45.83 ของค่าเช่าพื้นที่รวมของงวดปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561

นโยบายราคา

บริษัทได้มีการปรับราคาให้เหมาะสมเพื่อดำเนินตามนโยบายในการทำราคาพื้นที่ให้เช่า และในปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 อัตราการเช่าพื้นที่เฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 86.67 ของพื้นที่ทั้งหมด

รายได้ในงวดปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 สามารถจำแนกได้เป็น

- ค่าเช่าพื้นที่ ร้อยละ 55.13
- ค่าบริการ ร้อยละ 26.08
- ค่าน้ำและค่าไฟ ร้อยละ 15.17
- อื่นๆ ร้อยละ 3.62

การตลาดและภาวะการแข่งขัน (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, Terminal 21, ไฮเปอร์ มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี โลตัส และคาร์ฟูร์ ศูนย์การค้าประเภท IT เช่น ดิจิตอล และศูนย์การค้าคอมมูนิตี้ มอลล์ เช่น มิโม่ซ่า จะมีเป้าหมายกลุ่มลูกค้าท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวในอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกัน ในขณะที่ศูนย์การค้า รอยัล การ์เด้น พลาซ่า พัทยา จะมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักคือ นักท่องเที่ยวและลูกค้าที่เข้าพักโรงแรม

ภาวะการแข่งขันของศูนย์การค้าในพัทยายังคงมีการแข่งขันกันรุนแรงตลอดปีที่ผ่านมา จากการพัฒนาพื้นที่เพื่อสร้างศูนย์การค้าใหม่ รวมถึงแข่งขันทางด้านการจัดการส่งเสริมการขายมากขึ้น ทั้งนี้การแข่งขันดังกล่าวมีผลกระทบต่อศูนย์การค้า รอยัล การ์เด้น พลาซ่า พัทยา ค่อนข้างมากทางด้านราคาเช่าพื้นที่ต่อตารางเมตร แต่เนื่องจากตั้งอยู่ในทำเลที่ดี โดยเมื่อเปรียบเทียบค่าเช่าพื้นที่ของศูนย์การค้า รอยัล การ์เด้น พลาซ่า พัทยาแล้วยังคงเป็นที่น่าสนใจสำหรับผู้เช่ามาก สังเกตได้จากอัตราการเช่าพื้นที่ที่มีอยู่สูงถึงอัตราร้อยละ 90.53

ตลอดปีที่ผ่านมา ศูนย์การค้า รอยัล การ์เด้น พลาซ่า พัทยา ได้มีการปรับตัวเพื่อให้มีความแตกต่าง (Differentiate) จากคู่แข่งโดยปรับเปลี่ยนร้านค้าและเพิ่มธุรกิจบันเทิง คือ เกมสโตร์ ลูเลเซอร์บีม บัสเตอร์ นอกจากนี้ เพิ่มร้านค้าแฟชั่นแบรนด์ชั้นนำต่างๆ พร้อมทั้งรูปแบบของการนำเสนอสินค้าและบริการในส่วนของการให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage) สินค้าประเภทไลฟ์สไตล์ (Lifestyle) เพื่อให้ทางศูนย์ฯ รับผิดชอบต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง

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 มีความหลากหลายของร้านค้าแฟชั่น ร้านอาหาร บริการและร้านค้าอื่นๆ มากที่สุดบนถนนเจริญนคร และยังถือได้ว่าเป็นโครงการแห่งเดียวที่มีการผนวกทั้งศูนย์การค้ากับโรงแรมระดับ world class 2 โรงแรม เรียกได้ว่าเป็นจุดแข็งของ RIVERSIDE PLAZA เมื่อเทียบกับคู่แข่งในพื้นที่ โดยคาดว่าจะสามารถตอบสนองแก่กลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ กลุ่มเป้าหมายหลักยังคงเป็นกลุ่มชุมชนบริเวณใกล้เคียง โดยเน้นที่กลุ่มครอบครัว คนทำงานรุ่นใหม่ที่ย้ายมาในย่านเจริญนคร และผู้ที่อาศัยอยู่คอนโดริมน้ำ รวมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรม ทั้งอนันตรา ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ และโรงแรม AVANI ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ

ธุรกิจให้เช่าศูนย์การค้าเทอเทิล 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, นารายณ์ภัณฑ์, 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

ธุรกิจบันเทิง

ลักษณะธุรกิจ (ธุรกิจบันเทิง)

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

พิพิธภัณฑ Ripley's Believe It or Not!

พิพิธภัณฑ Ripley's Believe It or Not! เป็นเครือข่ายธุรกิจพิพิธภัณฑเพื่อความรู้และบันเทิงที่ใหญ่ที่สุด มีอัตราการเติบโตที่รวดเร็ว และประสบความสำเร็จสูงสุด โดยพิพิธภัณฑแห่งแรกเปิดบริการในเมืองเซนต์ออกัสติน รัฐฟลอริดา สหรัฐอเมริกา เมื่อปี 2498 โดยสิ่งที่จัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ Ripley's Believe It or Not! จะเป็นสิ่งมหัศจรรย์อันลึกลับและน่าพิศวงที่รวบรวมจากทั่วทุกมุมโลก ตามแนวคิด “เชื่อหรือไม่” ปัจจุบันพิพิธภัณฑ 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) และเริ่มจัดสร้างพิพิธภัณฑ Ripley's Believe It or Not! ที่พัทยาเมื่อปลายปี 2537 โดยเช่าพื้นที่ขนาด 824 ตารางเมตร บนชั้น 2 ของศูนย์การค้ารอยัลการ์เด้น พลาซ่า พัทยา ใบอนุญาตในการประกอบการจะหมดอายุเมื่อครบหกข้อตกลงกับเจ้าของลิขสิทธิ์

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 รอยัลการ์เดิน เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ได้เปิดตัว Ripley's Haunted Adventure โกดังผีสิงที่ใหญ่ที่สุดในโลก 5 แห่งของโลก ซึ่งได้รับความนิยมและประสบความสำเร็จในสหรัฐอเมริกาแล้ว ภายในโกดังประกอบไปด้วยสเปเชียลเอฟเฟกต์อันทันสมัยที่นำเข้ามาจากสหรัฐอเมริกาและนักแสดงจริงที่จะทำให้กลิ่นขวัญหายตลอดระยะเวลาที่ผจญภัย ซึ่งได้รับความสนใจในหมู่วัยรุ่นไทยและนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก

มหัศจรรย์เขาวงกต (Infinity Maze)

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

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” ที่จัดแสดงตามพิพิธภัณฑ์เท่านั้น หากแต่เป็นงานประติมากรรมที่มีชีวิตเสมือนคน ทุกครั้งที่เข้าชมเสมือนกับว่าได้เดินคล้อยแขนอยู่กับซูเปอร์สตาร์ตัวจริง และเพิ่มความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ด้วยการใส่ “กลิ่น” เข้าไปในแต่ละห้อง ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไปตามหมวดหมู่ของห้อง เพื่อเพิ่มอรรถรสในการเข้าชมมากยิ่งขึ้น นอกเหนือจากการตกแต่งด้วยแสงไฟ และการใช้เสียงเพื่อสร้างบรรยากาศที่สมจริง ยิ่งไปกว่านั้นผู้ชมสามารถเข้าชมหุ่นทุกตัวได้อย่างใกล้ชิดโดยไม่มีการกั้นระหว่างผู้ชมและหุ่น ทำให้ผู้ชมได้ความรู้ความเพลิดเพลินนับตั้งแต่ก้าวแรกกระทั่งก้าวสุดท้ายที่ออกจากพิพิธภัณฑ์ไปพร้อมกับรอยยิ้มและความประทับใจที่ไม่รู้ลืม

สวนสนุกสยองขวัญ 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 เกมส์ให้ผู้ผู้เล่นเลือก ได้แก่ 1) Laser Maze ซึ่งเป็นเครื่องเล่นให้ผู้ผู้เล่นสวมวิญญาณนักจารกรรมเหมือนในภาพยนตร์ เข้าสู่ห้องปฏิบัติการกักขังและลี้ภัย ดังเขาวงกต โดยผู้เล่นจะต้องผ่านเขาวงกตเลเซอร์ให้ได้ไวที่สุด โดยไม่ต้องลบลำแสงสีเขียวเหล่านั้น และ 2) Beam Buster ซึ่งเป็นเครื่องเล่นใหม่ของ Ripley's World Pattaya ที่เพิ่งนำเข้ามาเปิดตัวเมื่อเดือนธันวาคม 2558 เพื่อให้ผู้เล่นสวมวิญญาณนักจารกรรมเหมือนในภาพยนตร์เช่นกัน แต่ผู้เล่นจะต้องลบลำแสงสีเขียวให้ได้มากที่สุดและไวสุดถึงจะได้คะแนนมากที่สุด

ในงวดปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 มีอัตราการเข้าชมประมาณ 236,185 คน รายได้รวมของไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) มาจาก

- พิพิธภัณฑ์ Ripley's Believe It or Not! ร้อยละ 19.63
- โรงภาพยนตร์ 12 มิติ ร้อยละ 11.06
- โกดังผีสิง ร้อยละ 14.68
- มหัศจรรย์เขาวงกต ร้อยละ 14.84

- พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติวัดสุทัศน์ ร้อยละ 9.63
- สวนสนุกสยองขวัญ สครีม อิน เดอะ ดาร์ค ร้อยละ 11.19
- เกมสตั๊ดดี้เลเซอร์ ร้อยละ 6.24
- และรายได้อื่นๆ 12.73

ธุรกิจสปา

ลักษณะธุรกิจ (ธุรกิจสปา)

ธุรกิจสปา อยู่ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท เอ็มสปา 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 เอ็มสปา เปิดดำเนินการในประเทศจำนวน 3 แห่งและในต่างประเทศจำนวน 8 แห่งดังนี้

ธุรกิจสปาในประเทศผ่านบริษัท เอ็มสปา อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด จำนวน 3 แห่ง

เจ ดับบลิว แมริออท ภูเก็ต รีสอร์ท แอนด์ สปา	รอยัล ออคิด เชอราตัน โฮเทล แอนด์ ทาวเวอร์ส
เดอะ เซนต์ รีจิส กรุงเทพฯ	

ธุรกิจสปาในต่างประเทศผ่านบริษัท MSpa Ventures Limited จำนวน 4 แห่ง

อนันตรา เวิลด์พรีเมียร์ รีสอร์ท	นาลาดู มัลดีฟส์ บาย อนันตรา
อนันตรา ดิห์กู มัลดีฟส์ รีสอร์ท	เชอราตัน ไชลด์ คิวบ์ ซิตี้ โฮเทล

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

เชอราตัน ซานย่า รีสอร์ท	เดอะปูลี่ โฮเทล แอนด์ สปา
-------------------------	---------------------------

ธุรกิจสปาในต่างประเทศผ่าน Joint Ventures Arabian Spas (Dubai) (LLC) จำนวน 1 แห่ง

เอมิเรตส์พาลาส

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 3 แห่งทั่วประเทศ และอีก 8 แห่งในต่างประเทศ คู่แข่งที่อาจจัดระดับเพื่อการเปรียบเทียบคือ (1) บันยันทรี สปา และ อังสนา สปา ซึ่งดำเนินการภายใต้กลุ่มเจ้าของเดียวกัน (2) ดุสิต เทวารันย์ สปา (3) Centara Spa ซึ่งจะตั้งอยู่ตามโรงแรมของกลุ่มธุรกิจ Central Hotels and Resort และ (4) Six Senses ซึ่งจะตั้งอยู่ตามโรงแรมของกลุ่มธุรกิจ Soneva และ Six Senses Resort and Spa

2.2 ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

2.2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.73 ในบริษัท เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“MFG”) ซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มหลากหลายรูปแบบ เป็นแบรนด์ที่เป็นผู้นำในตลาดและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในปัจจุบันและมีผลิตภัณฑ์ที่มีจุดเด่นที่หลากหลายครอบคลุมอาหารหลายประเภท ดังนี้

พิซซ่า

ภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง “The Pizza Company” เป็นแบรนด์ที่มีพิซซ่าหลากหลายชนิดให้เลือกมากที่สุดในการบริการประเภทนี้ โดยเน้นถึงคุณภาพของพิซซ่าที่ดีเยี่ยม ถึงรสถึงเครื่อง จากการคัดสรรวัตถุดิบอย่างดีในทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นชีสที่ผลิตจากโรงงานของบริษัทเอง เครื่องปรุง หน้าพิซซ่าที่มีความสดใหม่ แป้งพิซซ่าที่มีสูตรเฉพาะตัว และพิซซ่าซอสที่มีส่วนผสมของมะเขือเทศสดๆ และมีรสชาติเข้มข้น

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

ลักษณะของธุรกิจและจำนวนสาขา

ในปี 2547 บริษัทได้เริ่มเปิดขายสิทธิแฟรนไชส์ให้แก่ผู้ลงทุนในประเทศไทยที่สนใจลงทุนในร้าน “The Pizza Company”

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 มีร้านค้าที่บริษัทลงทุนเอง (Own equity) ในประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 262 สาขา (รวมสาขาในสนามบินในประเทศ จำนวน 3 สาขา) และในต่างประเทศ 2 สาขา สาขาที่อยู่ในระบบแฟรนไชส์ในประเทศจำนวน 133 สาขา และสาขาในต่างประเทศจำนวน 131 สาขา ทั้งนี้ ท่าเลที่ตั้งของร้านค้าส่วนใหญ่จะอยู่ในเขตศูนย์การค้า ย่านธุรกิจและย่านชุมชน เป็นต้น โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นลูกค้าระดับกลางขึ้นไป ในส่วนของการให้บริการในรูปแบบแฟรนไชส์กับลูกค้าในต่างประเทศนั้น ปัจจุบันบริษัทได้ให้แฟรนไชส์ธุรกิจพิซซ่า “The Pizza Company” ในประเทศซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ บาห์เรน 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 2561 บริษัทได้เปิดดำเนินการร้าน Burger King ทั้งสิ้นจำนวน 103 สาขาทั่วประเทศไทย (รวมสาขาในสนามบิน 16 สาขา) และได้ลงทุนในต่างประเทศเป็นจำนวน 6 สาขา โดยร้านค้าส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในเขตศูนย์การค้าและแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เนื่องจาก Burger King มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นลูกค้าระดับกลางขึ้นไปรวมถึงชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยว

ลักษณะการให้บริการ

ปัจจุบัน Burger King ให้บริการสำหรับการรับประทานที่ร้าน (Dine in) รับกลับบ้าน (Take Away) ไดรฟ์ทรู (Drive Thru) และการบริการจัดส่งให้ที่บ้านหรือสำนักงาน (Delivery) โดยอาหารหลักได้แก่ เบอร์เกอร์ (Burger) มันฝรั่งทอด (French Fries) และอื่นๆ

ไอศกรีมพรีเมียม

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

ลักษณะของธุรกิจและจำนวนสาขา

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

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทได้เปิดสาขาโดยการลงทุนเองในประเทศทั้งสิ้นจำนวน 121 สาขา และต่างประเทศ 1 สาขา ปัจจุบันมีสาขาที่อยู่ในระบบแฟรนไชส์ในประเทศจำนวน 168 สาขา และต่างประเทศจำนวน 26 สาขา ร้านค้าส่วนใหญ่ตั้งอยู่ตามย่านศูนย์การค้า แหล่งธุรกิจและแหล่งชุมชน เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล แฟรนไชส์ โฮลดิ้ง (ลาววน) จำกัด ยังสามารถให้แฟรนไชส์กับลูกค้าในต่างประเทศได้ โดยปัจจุบันบริษัทได้ให้แฟรนไชส์ธุรกิจไอศกรีม “Swensen’s” แก่ผู้ให้บริการในประเทศไทย พม่า กัมพูชา สาธารณรัฐประชาชนลาว และเวียดนาม และปาकिสถาน

ลักษณะการให้บริการ

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

ซอฟต์แวร์ไอศกรีม

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

ลักษณะของธุรกิจและจำนวนสาขา

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

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทได้เปิดสาขาโดยการลงทุนเองทั้งสิ้นในประเทศจำนวน 254 สาขา (รวมสาขาในสนามบิน 14 สาขา) สาขาในต่างประเทศจำนวน 2 สาขา และมีที่อยู่ในระบบแฟรนไชส์ในประเทศจำนวน 247 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 เอสแอลเออาร์ที 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 2561 บริษัทได้เปิดดำเนินการธุรกิจทั้งสิ้นจำนวน 66 สาขา โดยมี 11 สาขาในต่างประเทศ และ 55 สาขาทั่วประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 30 สาขาในกรุงเทพและปริมณฑล และอีก 25 สาขาในต่างจังหวัดตามหัวเมืองใหญ่ เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต หาดใหญ่ นครราชสีมา อุตรดิตถ์ พัทลุง หัวหิน ชลบุรี ขอนแก่นและเชียงราย โดยส่วนใหญ่ร้านค้าจะตั้งอยู่ในย่านศูนย์การค้า แหล่งธุรกิจและแหล่งชุมชน

ลักษณะการให้บริการ

Sizzler ให้บริการสำหรับการรับประทานในร้าน (Dine in) บริการจัดส่งและซื้อกลับบ้าน 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 เป็นร้านอาหารสเต็กเ้าส์ในประเทศออสเตรเลีย ซึ่งปัจจุบัน มีอยู่ 6 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 2561 บริษัทได้เปิดบริการรวมทั้งสิ้น 438 สาขา โดยการลงทุนเองทั้งสิ้นจำนวน 89 สาขา ซึ่งเป็นสาขาที่ลงทุนในประเทศไทย 51 สาขา และลงทุนเองในต่างประเทศ 38 สาขา ในประเทศออสเตรเลีย มัลดีฟส์ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เซเชลส์ และกาตาร์ และมีสาขาที่อยู่ในระบบแฟรนไชส์จำนวน 349 สาขาในประเทศออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ อินโดนีเซีย กัมพูชาและจีน

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 เป็นผู้ดำเนินการให้บริการด้านอาหารที่หลากหลายรูปแบบภายใต้การให้บริการหลายแบรนด์ ได้แก่ Thai Express, Xin Wang Hong Kong Café, Kiseki Japanese Buffet Restaurant, Buffet Town, Poulet, Basil Riverside, Ji Charcoal Grill, Let's Meat Up, One Canton และ Ya Hua Bak Kut The

ปัจจุบัน ร้านอาหาร Thai Express ภายใต้ The Minor Food Group Singapore ได้เปิดดำเนินการใน 7 ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย เวียดนาม พม่า จีน และมัลดีฟส์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 The Minor Food Group Singapore มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 95 สาขา โดยการลงทุนเองทั้งสิ้นจำนวน 72 สาขา และมีสาขาที่อยู่ในระบบแฟรนไชส์จำนวน 23 สาขา

อาหารประเภทปลา

บริษัท เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้ลงทุนซื้อหุ้นร้อยละ 49 ใน BEIJING RIVERSIDE & COURTYARD Investment Management Co., Ltd. ("RIVERSIDE") ในเดือนธันวาคม 2555 และบริษัทได้ลงทุนเพิ่มอีกร้อยละ 20.18 ในเดือนเมษายน 2558 ลงทุนเพิ่มร้อยละ 16.7 ในเดือนมิถุนายน 2560 และลงทุนเพิ่มอีกร้อยละ 14.12 ในเดือนเมษายน 2561 รวมเป็นสัดส่วนการถือหุ้นเป็นร้อยละ 100 ผ่านบริษัทย่อย MFG International Holding (Singapore) Pte. Ltd. โดย RIVERSIDE เป็นผู้ประกอบกิจการร้านอาหารประเภท CASUAL DINING ในประเทศจีน ภายใต้แบรนด์ RIVERSIDE & COURTYARD ซึ่งมีความเชี่ยวชาญในอาหารจานปลาเสฉวน บาร์บีคิว RIVERSIDE เปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2548 และประสบความสำเร็จในการสร้างแบรนด์ร้านอาหารที่แข็งแกร่งและสร้างฐานลูกค้าหลักที่ชื่นชอบในอาหารกระทะร้อนประเภทปลา ประกอบกับการผสมผสานกันอย่างลงตัวระหว่างอาหารพื้นบ้าน การบริการที่ได้รับบริการฝึกฝนมาอย่างดี และการตกแต่งร้านอาหารแบบร่วมสมัย เป็นผลให้ RIVERSIDE ขยายสาขาอย่างรวดเร็ว

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 เปิดบริการโดยการลงทุนเองทั้งสิ้นจำนวน 69 สาขา เป็นสาขาในกรุงปักกิ่ง 29 สาขา สาขาในเซี่ยงไฮ้ 15 สาขา และเมืองอื่นๆ จำนวน 25 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 14 เมื่อปี 2556

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทร่วมทุนนี้มีร้านอาหารภายใต้แบรนด์เบร็ดทอล์คจำนวน 47 สาขาในประเทศไทย

เครือข่ายร้านสาขาของกลุ่มบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 มีดังนี้

ร้าน	จำนวนสาขา	บริษัทลงทุนเอง		แฟรนไชส์	
		ในประเทศ	ต่างประเทศ	ในประเทศ	ต่างประเทศ
The Pizza Company	528	262	2	133	131
Burger King	109	103	6	-	-
Swensen's	316	121	1	168	26
Dairy Queen	503	254	2	247	-
Sizzler	66	55	11	-	-
The Coffee Club	438	51	38	-	349
Thai Express	95	14	58	-	23
Riverside	70	-	70	-	-
BreadTalk	47	47	-	-	-
อื่นๆ	98	42	22	3	31
รวมทั้งสิ้น	2,270	949	210	551	560

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, The Coffee Club

ทั้งนี้ ช่องทางการจำหน่ายส่วนใหญ่จะเป็นการรับประทานในร้าน การซื้อกลับบ้านและการจัดส่งถึงบ้าน โดยสาขาส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในย่านศูนย์การค้า แหล่งธุรกิจ และย่านชุมชน

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นลูกค้าระดับกลางขึ้นไป ยกเว้นสำหรับไอศกรีม Dairy Queen ซึ่งเจาะกลุ่มลูกค้าตั้งแต่ระดับล่างขึ้นไป โดยลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นทั้ง เด็ก วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่ กลุ่มครอบครัวและกลุ่มคนทำงาน

2.2.2 การตลาดและการแข่งขัน

ข้อมูลด้านการตลาดและการแข่งขัน ส่วนหนึ่งเป็นข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 เป็นการรวบรวมข้อมูลเผยแพร่จากส่วนราชการและภาคอุตสาหกรรม ข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งซึ่งเป็นข้อมูลที่บริษัทว่าจ้างหน่วยงานภายนอกเป็นผู้จัดทำเป็นรายปี

ธุรกิจร้านอาหารที่มีสาขาในประเทศไทย

ในปี 2561 บริษัทคาดว่าตลาดโดยรวมของธุรกิจอาหารบริการด่วนจะยังคงมีการแข่งขันที่รุนแรงและเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งบริษัทคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตที่ดีกว่าปีที่ผ่านมา เนื่องจากผลกระทบเชิงบวกจากการเปิดเสรีการค้าของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC (ASEAN Economic Community) และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคของประเทศไทยในปัจจุบัน

ตารางเปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจร้านอาหารบริการด่วนสัปดาห์ละวันต่อวันในประเทศไทย						
รายได้ (ล้านบาท)	2559		2560		2561 (ประมาณการ)	
	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ
คาเฟ่	8,316	13.6	9,543	14.2	11,285	15.5
ร้านอาหาร	24,166	39.7	25,152	37.4	25,649	35.3
ร้านอาหารจานด่วน	22,759	37.4	26,768	39.8	29,756	40.9
ไอศกรีมและเบเกอรี่	5,693	9.3	5,818	8.6	6,026	8.3
ตลาดรวม	60,934	100.0	67,282	100.0	72,716	100.0
บมจ. เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป	19,644	32.2	20,909	31.1	21,736	29.9

ที่มา: บริษัทในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มขนาดใหญ่ที่สุด 500 บริษัทจากกระทรวงพาณิชย์ และประมาณการของบริษัท

หมายเหตุ: รายได้ของไมเนอร์ ฟู้ด ประเทศไทย รวมรายได้ของแฟรนไชส์ในประเทศไทย

สภาพการแข่งขันและคู่แข่ง

สภาพการแข่งขันและคู่แข่งในอุตสาหกรรมอาหารสไตล์ตะวันตก แยกตามประเภทอาหาร มีดังนี้

1. คาเฟ่

- ตลาดรวมของคาเฟ่ มีมูลค่ากว่า 25,000 ล้านบาท
- ปัจจุบัน คาเฟ่ อเมซอน ร้านกาแฟของ ปตท.เป็นผู้นำในตลาดร้านกาแฟ ด้วยส่วนแบ่งตลาดประมาณ 40%

2. ร้านอาหาร (Casual Dining)

2.1 พิชซ่า มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ประมาณ 7,300 ล้านบาท

- ในปี 2561 อัตราการเติบโตร้อยละ 4
- แนวโน้มตลาดในอนาคตสำหรับพิชซ่าจะเน้นเรื่องนวัตกรรมใหม่ และการคิดค้นและพัฒนาเมนูใหม่ๆ ควบคู่กับการทำการส่งเสริมการขายและการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการรับประทานพิชซ่าของผู้บริโภค และทำให้ผู้ที่ไม่ทานพิชซ่าหันมาบริโภคพิชซ่ามากขึ้น พร้อมกันนี้บริษัทได้ดำเนินการปรับปรุงร้านให้มีความทันสมัย และยังมีกรขายผ่านระบบออนไลน์
- ณ 31 ธันวาคม 2561 เดอะ พิชซ่า คอมปะนี มีสาขาในประเทศไทยทั้งสิ้นจำนวน 395 สาขา เป็นเจ้าของเองจำนวน 262 สาขา (รวมสาขาที่อยู่ในสนามบิน 3 สาขา) และแฟรนไชส์จำนวน 133 สาขาโดยคู่แข่งหลักคือ พิชซ่า ฮัท มีสาขาจำนวน 137 แห่ง และโดมิโน พิชซ่า มีสาขาจำนวน 30 แห่ง

2.2 สเต็ก ซีฟู้ด และสลัด มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ประมาณ 2,850 ล้านบาท

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

2.3 อาหารและกาแฟ มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ประมาณ 850 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 51 สาขา ตั้งอยู่ใน พัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่ สมุย หัวหิน สนามบินดอนเมือง สนามบินภูเก็ต สนามบินสุวรรณภูมิ และกรุงเทพฯ โดยเป็นเจ้าของเองทั้งหมด ร้านค้าส่วนใหญ่ตั้งอยู่ตามย่านศูนย์การค้า แหล่งธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยว ในทำเลที่เดินทางสะดวก ปัจจุบันคู่แข่งหลักๆ อาทิเช่น Greyhound มีทั้งหมด 15 สาขาอยู่ในกรุงเทพฯ และบริมณฑล ส่วน Dean & DeLuca มี 12 สาขา
- ในปี 2561 มีอัตราการเติบโตโดยยอดขายร้อยละ 26

3. ร้านอาหารจานด่วน หรือ ฟาสต์ฟู้ด

- ปัจจุบัน ธุรกิจอาหารจานด่วนในประเทศไทยมีมูลค่าราว 35,000 ล้านบาท โดยเบอร์เกอร์ คิง มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ประมาณ 1,800 ล้านบาทในปี 2561

- ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 เบอร์เกอร์ คิง มีสาขาทั้งสิ้นจำนวน 103 สาขา (รวมสาขาที่อยู่ในสนามบิน 16 สาขา) ส่วนคู่แข่งเช่น อาทิสัน เค เอฟ ซี มีสาขาทั้งสิ้นจำนวน 701 สาขา และแมคโดนัลด์ มีสาขาจำนวน 252 สาขา

4. ไอศกรีม และเบเกอรี่

ภาพรวมสินค้าประเภทไลฟ์สไตล์ ไอศกรีม เบเกอรี่ ขนมปัง ไอศกรีม โดนัท ยังคงเติบโตเพิ่มขึ้นจากกิจกรรมทางการตลาด รายการส่งเสริมการขาย แนะนำเมนูใหม่ และการเปิดสาขาใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องของทุกกลุ่มสินค้า ธุรกิจไอศกรีม มีมูลค่ารวมมากกว่า 9,000 ล้านบาท โดย สเวนเซนส์ และแดรี่ควีน ยังคงรักษาตำแหน่งผู้นำตลาดไอศกรีมไว้ได้อย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2561 ไอศกรีมสเวนเซนส์ มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณ 3,800 ล้านบาท และแดรี่ควีน มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณ 2,400 ล้านบาท

- ปัจจุบัน สเวนเซนส์ มีสาขาในประเทศไทยทั้งสิ้นจำนวน 289 สาขา (เป็นเจ้าของเอง 121 สาขา และขายแฟรนไชส์ในประเทศ 168 สาขา ส่วนคู่แข่งอย่างบาสกิน รอบบิน มีสาขาทั้งสิ้นจำนวน 24 แห่ง ฮาเก้น ดาส มีสาขาทั้งสิ้นจำนวน 30 แห่ง และโคลด์สโตนมี 17 สาขา
- ปัจจุบัน แดรี่ควีนในประเทศไทยมีสาขาทั้งสิ้นจำนวน 501 สาขา เป็นเจ้าของเอง 254 สาขา (รวมสาขาที่อยู่ในสนามบิน 14 สาขา) และขายแฟรนไชส์ในประเทศ 247 สาขา ส่วนคู่แข่ง เช่น เค เอฟ ซี ซอฟท์ไอศกรีม มีสาขาทั้งสิ้นจำนวน 701 สาขา และแมคโดนัลด์ ซอฟท์ไอศกรีม มีสาขาทั่วประเทศทั้งสิ้น จำนวน 252 สาขา

กลยุทธ์ทางการตลาด

บริษัทมีกลยุทธ์ทางตลาดและการขาย ดังนี้

1. เน้นการบริการลูกค้าให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจอย่างสูงสุด (100% customer satisfaction) ใช้กลยุทธ์เพื่อยกระดับมาตรฐานการบริการ หาท่าเลที่ตั้งร้าน 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 รวมถึงการขายธุรกิจแฟรนไชส์ในตลาดประเทศไทยและต่างประเทศ
7. มีการจัดเซตเมนูหรือการปรับราคาเพื่อให้เกิดความคุ้มค่าแก่ลูกค้า (Price Value)

นโยบายราคา

เนื่องจากธุรกิจอาหารบริการด่วนเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง การตั้งราคาสินค้าของบริษัทได้คำนึงถึงต้นทุนของสินค้าและการบริการรวมถึงราคาของคู่แข่งในตลาดและสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน

2.2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่เป็นการผลิตและจำหน่ายอาหารบริการด่วน ผ่านรูปแบบของสาขา จำนวนมากกว่า 2,000 แห่ง โดยบริษัทได้ลงทุนใน โรงงานผลิตชีสและไอศกรีม เพื่อรองรับธุรกิจร้านอาหารในเครือตลอดจนบริษัทคู่ค้าอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มบริษัทอีกด้วย นอกจากนี้บริษัทได้เล็งเห็นถึงความเสี่ยงในด้านอัตราเงินเฟ้อในปี 2561 และได้วางแผนในเรื่องการเตรียมความพร้อมในการทำสัญญาซื้อวัตถุดิบกับคู่ค้า (Suppliers) เพื่อกำหนดราคาหรือจำนวนและคุณภาพของวัตถุดิบในระยะยาว

วัตถุดิบและแหล่งที่มา

วัตถุดิบในการผลิตของบริษัท แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. วัตถุดิบที่เป็นอาหารแช่แข็ง ได้แก่ เนื้อไก่แปรรูป เนื้อหมูแปรรูป เนื้อวัวแปรรูป อาหารทะเลประเภทต่างๆ เนยแข็ง ไอศกรีม มัฟฟินแช่แข็ง ผักและผลไม้แช่แข็ง เป็นต้น
2. วัตถุดิบที่เป็นอาหารสด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์นม ไข่ไก่ ผักและผลไม้สด เป็นต้น
3. วัตถุดิบอื่นๆ ได้แก่ นมผง แป้ง ขนมอบัง 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 มัฟฟินแช่แข็ง 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 ขนมอบัง มัฟฟินแช่แข็ง 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 ขนมอบัง ข้าว เนยแข็ง ผักและผลไม้ชนิดต่างๆ โดยเนื้อสัตว์บางประเภทนั้น ทำการสั่งซื้อจากต่างประเทศโดยตรง และผ่านผู้จำหน่ายในประเทศ
5. The Coffee Club มีวัตถุดิบหลักคือ เมล็ดกาแฟ เนื้อวัวแปรรูป เนื้อหมูแปรรูป เนื้อไก่แปรรูป อาหารทะเลแช่แข็ง ขนมอบัง 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 8.57) 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
- แบรินด์ชาร์ลส 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
- แบรินด์เนลโล (Anello) ประกอบด้วยกระเป๋าแฟชั่นวัยรุ่น กระเป๋าเดินทาง นำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น
- แบรินด์โอวีเอส (OVS) ประกอบด้วยเสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับและเครื่องแต่งกายสำหรับสุภาพบุรุษ สุภาพสตรี วัยรุ่นและเด็ก นำเข้าจากประเทศอิตาลี
- แบรินด์เซฟ มาย แบค (Save My Bag) ประกอบด้วยกระเป๋า และเครื่องประดับ นำเข้าจากประเทศอิตาลี

การจัดจำหน่ายสินค้าเครื่องใช้ในบ้านและเครื่องครัว

- แบรินด์สวิลลิง เจเอ เฮงเคิลส์ (Zwilling J.A. Henckels) ประกอบด้วยเครื่องใช้แสดงตนเลส สตีล คุณภาพสูง อาทิ เช่น มีด ช้อน หม้อ กระทะ อุปกรณ์ประกอบอาหาร ภาชนะเครื่องครัวต่างๆ และอุปกรณ์ตกแต่งเล็บ ซึ่งนำเข้าจากประเทศเยอรมนี
- แบรินด์โจเซฟ โจเซฟ (Joseph Joseph) ประกอบด้วยอุปกรณ์ที่ใช้ในครัวเรือน เน้นการออกแบบที่ง่ายต่อการใช้สอย และรูปแบบที่ทันสมัย จากประเทศอังกฤษ

- แบรินโดบัม (BODUM) ประกอบด้วยเครื่องชงกาแฟและชาแบบเฟรนช์เพรส แก้วดื่มน้ำผลไม้ อุปกรณ์เครื่องครัวและเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดเล็ก ที่มาพร้อมดีไซน์อันเป็นเอกลักษณ์ง่ายต่อการใช้งานและเน้นเรื่องความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากประเทศเดนมาร์ก

การจัดจำหน่ายสินค้าและอุปกรณ์ทางการศึกษา

- อีทีแอล (ETL) อุปกรณ์และหนังสือ Interactive เพื่อการศึกษาเกี่ยวกับภาษาอังกฤษ ภาษาไทย และภาษาจีน ให้เด็กมีความรู้รอบตัวทั้งด้านภาษา คณิตศาสตร์ ความรู้ทั่วไป และจริยธรรม โดยมีอุปกรณ์ที่สามารถโต้ตอบ (Interact) กับเด็ก และ Learning by Doing เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ
- เอ็มไอเอส (MIS) สื่อการเรียนรู้สำหรับเด็กโดยมีหนังสือ Interactive และอุปกรณ์เสริมที่ทันสมัย ปากกาพูดได้เพื่อใช้ในการเรียนรู้แบบ Interactive เพิ่มทักษะทางด้านภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และความรู้รอบตัวของเด็ก
- ฮัลโล เทดี้ (Hello Teddy) สื่อการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาไทย โดยมีหนังสือ Interactive และอุปกรณ์เสริมที่ทันสมัย ปากกาพูดได้เพื่อใช้ในการเรียนรู้แบบ Interactive เป็นการเตรียมความพร้อมทางด้านภาษาให้เด็กไทยเข้าสู่โลกสากล
- เบรนเช็คเกอร์ (BrainChecker) ศาสตร์การวิเคราะห์ ค้นหาศักยภาพ จากลายนิ้วมือ
- จิมี โรบอท (Jimu Robot) นวัตกรรมใหม่ในการเรียนรู้ศตวรรษที่ 21 เรียนรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับหุ่นยนต์

การผลิตสินค้าอุปโภค

บริษัทดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตสินค้าอุปโภคและสินค้าในครัวเรือน ได้แก่ น้ำหอมปรับอากาศในรถยนต์ ยาฆ่ารถยนต์ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด น้ำยาปรับผ้านุ่ม และน้ำยาล้างจาน ภายใต้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียง เช่น WET ONES, GLADE ALFA, CARGLO, MAGIC CLEAN, PED, ALPO, DAILY FRESH, FARCENT, SUNLIGHT เป็นต้น ลูกค้านำเข้าคือบริษัทต่างประเทศที่ผลิตสินค้าอุปโภคและจัดจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ เช่น บริษัท เอส.ซี.จอห์นสัน แอนด์ซัน (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท คาโอ อินดัสเตรียล (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท ยูนิลีเวอร์ เอเชีย ไพรวเท จำกัด เป็นต้น รวมทั้งรับผลิตผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่ใช้ในอุตสาหกรรมบริการให้กับ Diversey Hygiene

การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

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

บริษัทเห็นว่าผู้ใช้งานทางอินเทอร์เน็ตและทำธุรกรรมซื้อขายสินค้าออนไลน์มีจำนวนที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ในปี 2561 ได้พัฒนาการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัท

กลุ่มเป้าหมาย

เนื่องจากกลุ่มสินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัทมีความหลากหลาย ครอบคลุมทุกเพศ ทุกวัย ดังนั้น ฐานลูกค้าของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายสินค้าจึงครอบคลุมทั้งหญิงและชาย ในทุกช่วงอายุ โดยกลุ่มลูกค้าหลักคือ นักศึกษา กลุ่มคนทำงานรุ่นใหม่ แม่บ้าน ตลอดจนนักธุรกิจ ผู้ที่สนใจในเรื่องแฟชั่นและการแต่งตัว มีรายได้อยู่ในระดับ B ขึ้นไป

สำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า ลูกค้าหลักของบริษัทเป็นบริษัทต่างชาติ ที่มียอดการสั่งซื้อสินค้าอุปโภคเป็นจำนวนมาก ทั้งเพื่อใช้ในประเทศและส่งออกไปยังประเทศใกล้เคียง

2.3.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

แบรนด์เอสปริ (Esprit)

ถึงแม้ธุรกิจแฟชั่นมีคู่แข่งชั้นอยู่ในตลาดเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงหลายปีที่ผ่านมา Fast fashion หลายแบรนด์ เข้ามาทำตลาดอย่างรวดเร็วด้วยการลงทุนที่สูง ทั้งขนาดของร้านค้า สินค้าที่มีความหลากหลาย และการตั้งราคาที่ต่ำเพื่อเป็นการดึงดูดกลุ่มลูกค้า ส่งผลกระทบต่อแบรนด์ที่เคยมีความแข็งแกร่งในตลาด เพราะผู้บริโภคมีทางเลือกในเรื่องของสินค้าที่มีความโดดเด่นทางด้านรูปแบบที่ทันสมัย แต่อย่างไรก็ตาม แบรนด์เอสปริยังมีจุดเด่นที่แตกต่างจากแบรนด์ fast fashion ใหม่ ๆ ในเรื่องการรักษาคุณภาพสินค้าที่สูง และยังคงการผลิตสินค้าที่ตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่พอใจในเรื่องคุณภาพสินค้าและความทนทาน ไม่เน้นความแฟชั่นจนเกินไป ใส่สบายเหมาะกับสรีระสำหรับคนวัยทำงานอายุ 30 ปีขึ้นไป ดังนั้น การทำโปรแกรมบริหารความพึงพอใจของลูกค้าสมาชิก (Minor Plus) เพื่อรักษากลุ่มนี้ได้มีการทำอย่างต่อเนื่อง เช่น การติดต่อของสินค้าใหม่ การให้ส่วนลดพิเศษ การดูแลลูกค้าในวันสำคัญ และ ณ สิ้นปี 2561 แบรนด์เอสปริมีจำนวนจุดจำหน่ายในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 82 แห่ง

แบรนด์แก๊ป (GAP)

แบรนด์แก๊ปเป็นหนึ่งในสินค้าอเมริกันแบรนด์ที่มีประวัติอันยาวนาน ซึ่งนำเสนอสินค้าที่มีรูปแบบเบสิก สวมใส่ง่ายในทุกโอกาสสไตล์อเมริกัน เสน่ห์ของโลกที่กลายเป็นสัญลักษณ์สำคัญบนเสื้อยืดยังเป็นจุดขายตลอดมา บริษัทได้ยกเลิกการเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้า ในปี 2561

แบรนด์บานาน่า รีพับลิค (Banana Republic)

แบรนด์บานาน่า รีพับลิค ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2521 ที่เมืองซานฟรานซิสโก ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นเสื้อผ้าร่วมสมัยสไตล์อเมริกันสำหรับบุรุษและสตรี มีการออกแบบที่เน้นความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ลงตัวในทุกโอกาส ทั้งในวันทำงาน วันหยุด และในโอกาสพิเศษ (Everyday American Wear) บริษัทได้ยกเลิกการเป็นผู้จัดจำหน่าย ในปี 2561

แบรนด์บอสินี (Bossini)

กลุ่มสินค้าที่อยู่ในระดับเดียวกับแบรนด์บอสินีนั้น มีทั้งที่นำเข้าจากต่างประเทศ เช่น Giordano, Body Glove และผลิตในประเทศ เช่น Portland ซึ่งล้วนแต่อยู่ในตลาดมาเป็นเวลานาน และแม้ว่าจะมีการแข่งขันค่อนข้างสูงทั้งในด้านราคา และการส่งเสริมการขายในรูปแบบใหม่ ๆ แบรนด์บอสินี ยังคงเป็นแบรนด์ที่มีจุดแข็งในเรื่องผลิตภัณฑ์กันหนาวที่มีคุณภาพ เช่น เสื้อกันหนาวขนเป็ด และเสื้อแจ็คเก็ต รวมไปถึงเสื้อยืดใส่สบายที่มีรูปแบบสวยและคุณภาพดี บริษัทคาดการณ์ว่าแบรนด์บอสินียังมีโอกาสเติบโตไปกับการขยายตัวของห้างสรรพสินค้าทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ณ สิ้นปี 2561 แบรนด์บอสินี มีจำนวนจุดจำหน่ายในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 83 แห่ง

แบรนด์บรู๊คส์ บราเธอร์ส (Brooks Brothers)

เสื้อผ้าชั้นนำ ที่มีมาร่วมสองศตวรรษ ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2361 ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา บรู๊คส์ บราเธอร์สเป็นแบรนด์แรกที่จำหน่ายสูทแบบเรดี้ ทูแวร์ จนกลายเป็นแบรนด์ที่ได้รับความนิยมจากประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาคนที่ 44 อย่างบารัก โอบามา ด้วยพัฒนาการของงานออกแบบเสื้อผ้าสุภาพบุรุษและสุภาพสตรีทั้งแบบเป็นทางการและแบบไลฟ์สไตล์ ทำให้บรู๊คส์ บราเธอร์สประสบความสำเร็จในประเทศสหรัฐอเมริกา และได้ขยายตลาดสู่ต่างประเทศ ณ สิ้นปี 2561 แบรนด์บรู๊คส์ บราเธอร์ส มีจำนวนจุดจำหน่ายในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 6 แห่ง

แบรนด์ชาร์ลส์ แอนด์ คีธ (Charles & Keith)

ตลาดรองเท้าและกระเป๋าสำหรับสุภาพสตรีในประเทศไทยมีทั้งแบรนด์ที่นำเข้า และแบรนด์ที่ผลิตในประเทศ โดยรองเท้าที่นำเข้ามักจะได้รับคามนิยมในรูปแบบที่ทันสมัย มีวัสดุที่แตกต่างซึ่งหาไม่ได้ในประเทศ และการออกแบบที่สวยงาม กลุ่มรองเท้านำเข้าส่วนใหญ่จะเป็นแบรนด์ที่มีการวางตำแหน่งระดับบนและราคาสูง ในขณะที่แบรนด์ชาร์ลส์ แอนด์ คีธ ยังคงเน้นการตลาดในลูกค้าระดับกลาง โดยนำเสนอสินค้านำเข้าที่มีการออกแบบที่ทันสมัยเทียบเท่าสินค้าในกลุ่มระดับบน ในราคาที่จับต้องได้ แม้ว่าจะมี

แบรนด์กระเป๋าสตริงที่ผลิตในประเทศเป็นคู่แข่ง แต่แบรนด์ชาร์ลส์ แอนด์ คีธ ยังคงเน้นการออกแบบ และปรับกลยุทธ์ด้านราคา ซึ่งทำให้แบรนด์ยังคงรักษาสวนแบ่งตลาดของสินค้ากลุ่มนี้ไว้ได้ การเติบโตของแบรนด์ เน้นการรักษาฐานลูกค้า คุณภาพการบริการของพนักงานขายให้เป็นหนึ่งในการดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และการใช้โปรแกรมบริหารความพึงพอใจลูกค้าสมาชิก (Minor Plus) ณ สิ้นปี 2561 ชาร์ลส์ แอนด์ คีธ มีจำนวนจุดจำหน่ายในประเทศไทยทั้งสิ้น 40 แห่ง

แบรนด์เพโดร (Pedro)

เนื่องจากในปัจจุบันสภาพผู้บริโภคให้ความสนใจเกี่ยวกับภาพลักษณ์และการแต่งตัวเพิ่มสูงขึ้น จึงทำให้ตลาดรองเท้าและเครื่องประดับของสภาพุรุษนั้น ถูกจับตามองว่าเป็นตลาดใหม่ เพื่อสภาพุรุษที่มีความสนใจการแต่งตัวด้วยดีไซน์ และไม่ชอบการซื้อรองเท้าในห้างสรรพสินค้าที่มีความหลากหลายแต่ไม่มีความแตกต่าง โดยจุดเด่นของแบรนด์เพโดรนั้น คือ เป็นเครื่องหนังคุณภาพที่ผสมผสานระหว่างความหรูหราและดีไซน์ที่โดดเด่นร่วมสมัยในราคาที่เหมาะสม ในส่วนคอลเลกชันสำหรับผู้หญิงก็มีลูกเล่นที่ทันสมัยเช่นเดียวกัน การสร้างส่วนแบ่งการตลาดจึงช้ากว่าคู่แข่งอย่างแบรนด์อัลโด (Aldo) และแบรนด์แดปเปอร์ (Dapper) ที่อยู่ในตลาดมานาน บริษัทได้ยกเลิกการเป็นผู้จัดจำหน่าย ในปี 2561

แบรนด์แรดลีย์ ลอนดอน (Radley London)

แบรนด์กระเป๋าและเครื่องประดับ สำหรับสุภาพสตรี ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2541 ด้วยผลงานการออกแบบอันโดดเด่น และฟังก์ชันการใช้งานที่ดีเยี่ยม จึงทำให้แบรนด์แรดลีย์ ลอนดอน ได้รับความนิยมและกลายเป็นแบรนด์ชั้นนำระดับโลก อีกทั้งตลาดกระเป๋าสุภาพสตรีในประเทศไทยนั้น ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง แบรนด์แรดลีย์ ลอนดอน จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง โดยเน้นการตลาดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นนักศึกษา กลุ่มวัยทำงานทั้งคนไทยและต่างชาติ ณ สิ้นปี 2561 แบรนด์แรดลีย์ ลอนดอน มีจำนวนจุดจำหน่ายในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 32 แห่ง ทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด

แบรนด์อเนลโล (Anello)

แบรนด์กระเป๋าแฟชั่นนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่นที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ด้วยลักษณะของสินค้าที่มีความโดดเด่นในเรื่องการออกแบบที่เรียบง่ายเน้นประโยชน์การใช้สอย และราคาที่ต่ำ โดยเน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักเรียน นักศึกษา และวัยเริ่มทำงาน ทั้งสุภาพสตรีและสภาพุรุษ ณ สิ้นปี 2561 แบรนด์อเนลโลมีจำนวนจุดจำหน่ายทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 119 แห่ง

แบรนด์เอแตม (ETAM)

แบรนด์ชุดชั้นในสุภาพสตรีที่มีมานานร่วม 100 ปี ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2459 ด้วยเอกลักษณ์การออกแบบให้ความสำคัญกับโครงสร้างหน้าอกที่แตกต่างของผู้หญิง ความสวยงามจากลูกไม้ฝรั่งเศส มีความยืดหยุ่นและสวมใส่สบาย จนเป็นแบรนด์ที่ได้รับความนิยมจากสุภาพสตรีทั้งในฝรั่งเศสและทั่วโลก เอแตมได้เข้ามาเป็นทางเลือกใหม่ในตลาดชุดชั้นในสุภาพสตรี ด้วยความสวยงาม และราคาที่แข่งขันได้ให้กับลูกค้ากลุ่มนักศึกษา และคนทำงานในประเทศไทย ที่ให้ความสำคัญกับการแต่งกายแฟชั่นทั้งภายนอกและภายใน ณ สิ้นปี 2561 แบรนด์เอแตมมีจำนวนจุดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าชั้นนำในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 27 แห่ง

แบรนด์โอวีเอส (OVS)

แบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่นอันดับหนึ่งจากประเทศอิตาลี ที่มีการออกสินค้าใหม่ทุกเดือนด้วยรูปแบบล้ำทันสมัยตามกระแสเทรนด์แฟชั่น สินค้าประกอบด้วยเสื้อผ้าและเครื่องประดับ ที่ตอบสนองครบทุกความต้องการของลูกค้าทุกเพศและวัย ตั้งแต่วัยแรกเกิด วัยเด็ก วัยรุ่น ไปจนถึงวัยทำงาน และครอบคลุมไลฟ์สไตล์ทุกการสวมใส่ทุกโอกาสทั้งชุดลำลองในวันว่างและวันทำงาน เป็นแบรนด์ที่เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของบริษัทในตลาดกลุ่มใหม่คือ Fast Fashion ที่นำเสนอสินค้าแฟชั่นคุณภาพดีในราคาที่ย่อมเยาตามเทรนด์ของผู้บริโภคยุคใหม่ ณ สิ้นปี 2561 แบรนด์โอวีเอสมีจำนวนจุดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าชั้นนำในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 9 แห่ง

แบรนด์เซฟ มาย แบค (Save My Bag)

แบรนด์กระเป๋าและเครื่องประดับจากประเทศอิตาลี ที่ปฏิวัติวงการของแฟชั่นกระเป๋าตั้งแต่ปี 2556 ด้วยออกแบบสินค้าที่โดดเด่นทั้งสไตล์และฟังก์ชัน การเลือกใช้วัสดุนวัตกรรมล้ำสมัยอย่างผ้าโพลีแฟบบริคผสมไลคร่า (Poly-Fabric with Lycra®) ซึ่งผสมผสานความทนทานและน้ำหนักที่เบา เป็นวัสดุที่สามารถซักได้และมีความยืดหยุ่น ปรับให้เข้ากับทุกความต้องการในทุกๆ วัน ด้วยการใช้งานที่หลากหลาย เป็นสินค้าที่ผลิตในประเทศอิตาลี 100% โดยปัจจุบัน แบรนด์เซฟ มาย แบค มีวางขายอยู่ใน 40 ประเทศ รวมทั้งประเทศไทยที่มีจำนวนจุดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้าชั้นนำทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดรวมทั้งสิ้น 9 แห่ง

แบรนด์อีทีแอล (ETL) เอ็มไอเอส (MIS) ฮัลโล เทดดี้ (Hello Teddy) เบรนเช็คเกอร์ (BrainChecker) และจิมู โรบอท (Jimu Robot)

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

เอ็มไอเอส (MIS) เป็นสินค้าเพื่อการศึกษาสำหรับเด็กด้านภาษาอังกฤษ ภาษาไทย ภาษาจีน ความรู้รอบตัว และพัฒนาไอคิว เอ็มไอเอสมีความโดดเด่นในเรื่องความหลากหลายทางด้านภาษาและมีราคาต่ำ จึงเป็นที่สนใจสำหรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการพัฒนาเด็กทางด้านภาษา

ฮัลโล เทดดี้ (Hello Teddy) เป็นสินค้าที่มีความโดดเด่นด้านภาษาจีนที่ผลิตจากเจ้าของภาษา มีอุปกรณ์เสริมเป็นปากกาพูดได้กระตุ้นให้เด็กสนใจและง่ายต่อการเรียนรู้และมีราคาต่ำ

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

จิมู โรบอท (Jimu Robot) สินค้าที่เป็นนวัตกรรมใหม่ในการเรียนรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับหุ่นยนต์ องค์ประกอบ เป็นหุ่นยนต์ที่สามารถประกอบได้ด้วยตนเองผ่านซอฟต์แวร์สำเร็จรูป 3 มิติ และยังสามารถให้เคลื่อนไหวหรือทำท่าทางต่าง ๆ ผ่านแอปพลิเคชันได้ทั้งหมด จึงเป็นการช่วยพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของเด็กได้แบบบูรณาการ หรือ STEM Education จึงเป็นที่สนใจของกลุ่มลูกค้าและกลุ่มโรงเรียน

อีทีแอล เอ็มไอเอส ฮัลโล เทดดี้ เบรนเช็คเกอร์ และจิมู โรบอท มีการขายโดยผ่านระบบการขายตรง มีการชำระค่าสินค้าทั้งระบบเงินสด ระบบเงินผ่อนผ่านบัตรเครดิต และผ่านการหักบัญชีธนาคาร ปัจจุบันมีช่องทางการจำหน่ายหลัก 3 ช่องทาง คือการขายตามบ้าน หรือที่พักอาศัย การขายโดยผ่านการจัดสัมมนา และการเปิดจุดขายชั่วคราวที่มีลูกค้าพลุกพล่าน เช่น ไฮเปอร์มาร์เก็ต งานแสดงสินค้าเด็ก โรงพยาบาล งานบู๊ตแฟร์ หรืองานกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เป็นต้น

แบรนด์สวิลลิง เจเอ เฮงเคิลส์ (Zwilling J.A. Henckels)

ตลาดเครื่องครัวพรีเมียมที่มีราคาในระดับสูงเริ่มมีความอึมครึมของฐานลูกค้าเดิม เนื่องจากสินค้ามีข้อจำกัดและตอบโจทย์ลูกค้าที่มีความต้องการเฉพาะกลุ่ม โดยตลาดหลักยังคงอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร การเติบโตและทิศทางของสวิลลิง เจเอ เฮงเคิลส์ในอนาคตคือ การปรับกลยุทธ์ของสินค้าและราคาให้มีภาวะการแข่งขันที่เหมาะสมกับคู่แข่งในตลาด เพื่อที่จะรองรับการขายฐานลูกค้าใหม่ๆ พร้อมกับการทำการตลาดเชิงรุกเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดจากธุรกิจในกลุ่มเดียวกันทั้งรายใหญ่และรายเล็ก อีกทั้งการมุ่งเน้นทำการตลาดเชิงกิจกรรมและการใช้สื่อดิจิทัล เพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ เป็นแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในวงกว้าง แบรนด์เฮงเคิลส์ยังได้เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าทางทีวีโฮมช้อปปิ้ง ซึ่งมีศักยภาพในการเติบโตสูงในกลุ่มสินค้าประเภทเครื่องครัว ณ สิ้นปี 2561 แบรนด์สวิลลิง เจเอ เฮงเคิลส์ รวมมีจำนวนจุดจำหน่ายในประเทศไทยรวม 31 แห่ง

แบรนด์โจเซฟ โจเซฟ (Joseph Joseph)

ด้วยคุณสมบัติที่เปลี่ยนไป ลูกค้านักกลุ่มมิลเลนเนียลต้องการสินค้าที่มีมากกว่าแค่ฟังก์ชันการใช้งานเพียงอย่างเดียว (Single function) แต่ลูกค้ากลุ่มนี้ต้องการสินค้าที่มีฟังก์ชันการใช้งานมากกว่าหนึ่งอย่างหรือที่เราเรียกว่ามัลติฟังก์ชัน (Multifunction) และทุกๆ ผลิตภัณฑ์ต้องมาพร้อมการออกแบบที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ โจเซฟ โจเซฟ แบรนด์ Kitchenware Gadget สัญชาติอังกฤษที่ก่อตั้งตั้งแต่ปี 2546 โดยสองพี่น้อง แอนโทนีและริชาร์ด โจเซฟ โดยทั้งสองออกแบบทุกๆ ผลิตภัณฑ์ของโจเซฟ โจเซฟโดยมีรากฐานจากการสังเกตง่ายๆ รอบตัว สังเกตปัญหาหลายๆ อย่างภายในบ้าน และจุดนั้นเองทำให้พวกเขาคิดค้นการแก้ปัญหาเหล่านี้สร้างสรรค์ออกมาในรูปแบบเครื่องครัวที่เป็นเอกลักษณ์และงานดีไซน์ที่โดดเด่น รวมนวัตกรรมการออกแบบให้เข้ากับไลฟ์สไตล์ที่ร่วมสมัย การเน้นไปที่ประสบการณ์การใช้งานจากผู้ใช้งานและนำปัญหามาออกแบบเพื่อแก้ไขในจุดบกพร่องนั้น คือจุดเด่นและจุดขายสำคัญของแบรนด์โจเซฟ โจเซฟที่การันตีด้วยรางวัลด้านการออกแบบจากทั่วโลกแบรนด์โจเซฟ โจเซฟมีวางขายมากกว่า 100 ประเทศ และหนึ่งจุดขายคือประเทศไทย ที่มีจุดขายทั้งหมด 29 จุดขาย และยังเพิ่มช่องทางการจำหน่ายที่โฮมช้อปปิ้งและช่องทางขายสินค้าออนไลน์ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด อีกทั้งยังคงใส่ใจในการสร้างการรับรู้ของแบรนด์และการสร้างแคมเปญทางการตลาดเพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มคนรุ่นใหม่ให้มากยิ่งขึ้น

แบรนด์โบดัม (Bodum)

จากการที่พฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่นิยมดื่มกาแฟเพิ่มมากขึ้น รวมถึงวัฒนธรรมการดื่มกาแฟที่กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของคนไทย ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกาแฟ ชา โกโก้มีการขยายตัวและเติบโตอย่างรวดเร็ว ขณะที่ร้านขายกาแฟทั้งในกรุงเทพมหานคร ต่างจังหวัดทุกภูมิภาคก็มีปริมาณเพิ่มขึ้นมาก จึงทำให้ “โบดัม” เครื่องทำกาแฟสัญชาติเดนมาร์ก มีโอกาสขยายตัวในการสร้างแบรนด์และจุดขายเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน โดยจุดเด่นของโบดัมนั้น คือการชงกาแฟแบบสโลว์คอฟฟี่ (Slow Coffee) ซึ่งเป็นวิธีการชงกาแฟด้วยมือที่สามารถดึงรสชาติกาแฟออกมาได้มากที่สุด ซึ่งเป็นความตั้งใจของตระกูลโบดัม “มร. ยอร์เกน โบดัม” ที่ “เน้นรสชาติ ไม่สิ้นเปลือง” ทำให้ “โบดัม” เป็นที่นิยมและมีชื่อเสียงทั่วโลก และโบดัมได้เข้ามาจำหน่ายในประเทศไทยอย่างเป็นทางการในปี 2018 และมีจุดขายทั้งหมด 21 จุดขายทั่วประเทศ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าคนรุ่นใหม่ที่ชอบดื่มกาแฟที่มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง

ธุรกิจเกี่ยวกับการรับผลิตสินค้าอุปโภค ภายใต้บริษัททยอย นวศรี แมนูแฟคเจอร์ จำกัด

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

นโยบายราคา

นโยบายราคาของสินค้ากลุ่มแฟชั่นจะพิจารณาจากต้นทุนและการวางตำแหน่งแบรนด์และสินค้าในตลาดที่เข้าแข่งขัน โดยการเปรียบเทียบราคากับคู่แข่งในสินค้าแต่ละประเภท และเปรียบเทียบราคาในประเทศใกล้เคียงเพราะสินค้าบางกลุ่มเป็นที่สนใจจากนักท่องเที่ยว

2.3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

สำหรับธุรกิจจัดจำหน่าย บริษัทนำเข้าผลิตภัณฑ์มาจากต่างประเทศ ทั้งจากภูมิภาคเอเชีย ยุโรป ตลอดจนสหรัฐอเมริกา ตามมาตรฐานของบริษัทเจ้าของแบรนด์ (Principal)

วัตถุดิบและแหล่งที่มา

เนื่องจากรูปแบบการทำธุรกิจของบริษัท คือ เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าแบรนด์เนมจากต่างประเทศ จึงเป็นการจัดหาสินค้าสำเร็จรูปนำเข้าและจำหน่ายในประเทศ ผู้ที่เป็นผู้ผลิตสินค้าก็คือเจ้าของแบรนด์สินค้าในสหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ ฮองกง เยอรมนี ฝรั่งเศส อังกฤษ เดนมาร์ก และญี่ปุ่น จะเลือกลงทุนสร้างฐานการผลิตในต่างประเทศที่มีการจัดหาวัตถุดิบได้ง่ายและประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง รวมไปถึงค่าแรงที่ต่ำกว่าที่จะผลิตในประเทศต้นกำเนิด ดังนั้น ฐานการผลิตจะอยู่ในประเทศจีน อินเดีย บังกลาเทศ และบางชนิดของสินค้าก็จะเป็นประเทศไทย

ยกเว้นกลุ่มโรงงานที่รับผลิตสินค้าอุปโภค วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าอุปโภคต่างๆ ที่บริษัทรับผลิตนั้น เป็นวัตถุดิบที่บริษัทสั่งซื้อจากผู้แทนจำหน่ายในประเทศ ซึ่งวัตถุดิบดังกล่าวมีแหล่งที่มาทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ โดยผู้ว่าจ้างผลิตจะเป็นผู้จัดหาแหล่งวัตถุดิบ ตลอดจนต่อราคาวัตถุดิบกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบโดยตรง ทั้งนี้ บริษัทจะจัดหาวัตถุดิบบางส่วนเอง เพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิต

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทต้องเผชิญความเสี่ยงและความไม่แน่นอนต่างๆในการประกอบธุรกิจ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ ผลกำไร มูลค่าสินทรัพย์ สภาพคล่อง มูลค่าหุ้น และชื่อเสียงของบริษัท

การจัดการกับความเสี่ยงที่มีอยู่ปัจจุบันและการระบุถึงความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ ซึ่งอาจไม่มีนัยสำคัญในปัจจุบัน แต่อาจกลายเป็นความเสี่ยงที่สำคัญต่อความสำเร็จและความยั่งยืนของธุรกิจในอนาคต จึงเป็นปัจจัยสำคัญในความสำเร็จและความยั่งยืนของธุรกิจ ปัจจัยความเสี่ยงต่อไปนี้ครอบคลุมทั้งความเสี่ยงปัจจุบันและความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ของบริษัท ดังนั้น ผู้มีส่วนได้เสียควรได้รับทราบถึงผลกระทบและโอกาสที่อาจเกิดขึ้นของความเสี่ยง รวมถึงพิจารณาอย่างรอบคอบถึงปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับบริษัท นอกเหนือจากปัจจัยความเสี่ยงที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ด้วย

1. ความเสี่ยงของการหยุดชะงักในการดำเนินธุรกิจ จากผลกระทบจากความไม่แน่นอนด้านเศรษฐกิจ การเมือง ภัยธรรมชาติ และเหตุการณ์ร้ายแรง

รายได้ กำไร และแผนการพัฒนาของบริษัท ล้วนต้องพึ่งพิงภาคการใช้จ่ายของผู้บริโภคและความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจได้รับผลกระทบด้านลบจากปัจจัยภายนอกหลายประการ ปัจจัยที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัท เช่น ภาวะเศรษฐกิจถดถอย ความไม่สงบทางการเมือง โรคระบาด หรือภัยธรรมชาติ เป็นต้น แม้ว่าปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ เหล่านี้เป็นความเสี่ยงโดยทั่วไปที่ผู้ประกอบการธุรกิจทุกๆ รายต้องเผชิญ แต่บริษัทได้จัดทำมาตรการการบริหารความเสี่ยง เพื่อลดผลกระทบด้านลบต่อการดำเนินธุรกิจและผลประกอบการของบริษัทจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดให้ได้มากที่สุด ซึ่งมาตรการดังกล่าวรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียง

- สร้างความสมดุลของโครงสร้างรายได้จากธุรกิจหลายประเภท ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจจัดจำหน่ายและรับจ้างผลิต
- สร้างความแข็งแกร่งและความหลากหลายของกลุ่มแบรนด์ของบริษัท เพื่อให้ครอบคลุมหลากหลายตลาด จากเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ จนถึงโรงแรมระดับหรู และจากแฮมเบอร์เกอร์ จนถึงพืชชาและอาหารไทย
- ขยายฐานธุรกิจให้ครอบคลุมทั้งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ซึ่งรวมถึงประเทศออสเตรเลีย ตลอดจนภูมิภาคแอฟริกา ตะวันออกกลาง ยุโรป และอเมริกา เพื่อลดการพึ่งพาธุรกิจในประเทศใดประเทศหนึ่งเพียงประเทศเดียว
- ขยายธุรกิจที่บริษัทได้รับผลตอบแทนเป็นค่าธรรมเนียมการให้บริการ (Fee-Based Model) ได้แก่ การรับจ้างบริหารโรงแรม และการให้สิทธิแฟรนไชส์ ทั้งในประเทศที่บริษัทดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบันและตลาดใหม่ๆ ที่บริษัทยังไม่คุ้นเคย
- จัดเตรียมการวางแผนสำรองสำหรับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด (Contingency Plan) โดยความท้าทายต่างๆ ที่บริษัทได้เผชิญในอดีต มีส่วนสำคัญในการช่วยพัฒนาความสามารถในการรับมือกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยเพิ่มความสามารถในการฟื้นตัวของธุรกิจของบริษัท

2. ความเสี่ยงจากการแข่งขันกับคู่แข่งในธุรกิจหลัก

2.1 การแข่งขันในธุรกิจโรงแรม

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

เชื้อชาติของแขกที่มาเข้าพักโรงแรมที่หลากหลาย ซึ่งนอกจากแบรนด์ที่เป็นเจ้าของเองแล้ว ซึ่งมีตั้งแต่โรงแรมระดับกลางไปจนถึงโรงแรมระดับหรู บริษัทยังได้ว่าจ้างบริษัทชั้นนำให้บริหารโรงแรมภายใต้การลงทุนของบริษัท โดยใช้แบรนด์พรีเมียมส์, เจดับบลิว แมริออท, เซนต์ รีจิส และเรดิสัน บลู อีกทั้งการกระจายธุรกิจโรงแรมในกว่า 50 ประเทศ ทั้งในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก แอฟริกา ตะวันออกกลาง ยุโรป และอเมริกา ตลอดจนประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ ยังช่วยให้แบรนด์ของบริษัทเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และลดความผันผวนของรายได้จากธุรกิจโรงแรมตลอดทั้งปี ด้วยฤดูกาลท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ บริษัทยังมีการลงทุนในธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม เช่น ธุรกิจสปา ธุรกิจให้เชาศูนย์การค้า ธุรกิจบันเทิง และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ส่งผลให้บริษัทสามารถให้บริการแก่ผู้บริโภคได้อย่างครบวงจร

2.2 การแข่งขันในธุรกิจร้านอาหาร

ธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจากคู่แข่งธุรกิจรายใหม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้ง่าย โดยมีปัจจัยที่สำคัญได้แก่ ราคาและคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหาร การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การมีส่วนร่วมทางด้านดิจิทัล ระดับการโฆษณาและโครงการส่งเสริมการขาย การบริการลูกค้า ชื่อเสียง และที่ตั้งร้านอาหาร โดยบริษัทต้องแข่งขันกับผู้ประกอบการร้านอาหารรายอื่นๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม บริษัทวางเป้าหมายในการคงความเป็นผู้นำของธุรกิจร้านอาหาร โดยการพัฒนาทั้งสินค้าเดิมและสินค้าใหม่ๆ รวมถึงรูปแบบร้านใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนมุ่งเน้นการตอบสนองให้ทันความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค ทำให้บริษัทสามารถรักษาความเป็นผู้นำและมีส่วนแบ่งการตลาดที่เหนือกว่าคู่แข่ง ด้วยฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่งและขนาดของธุรกิจที่ส่งผลให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบายกระจายธุรกิจ เพิ่มความหลากหลายของประเภทร้านอาหาร ซึ่งครอบคลุมทั้งอาหารตะวันตก เช่น พิซซ่า สเต็ก แฮมเบอร์เกอร์ ไส้กรอก ตลอดจนอาหารไทย จีน และกาแฟ และการขยายธุรกิจไปในหลากหลายประเทศ ทำให้บริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มได้มากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจในกลุ่มนี้มีการกระจายความเสี่ยงและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

2.3 การแข่งขันในธุรกิจจำหน่ายสินค้า

ธุรกิจจำหน่ายสินค้าซึ่งบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าไลฟ์สไตล์ในประเทศไทย เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตาม กลุ่มแบรนด์ของบริษัทในปัจจุบัน มีความหลากหลายเพื่อรองรับผู้บริโภคชาวไทย โดยมีจุดจำหน่ายอยู่ทั่วกรุงเทพฯ ปริมณฑล และต่างจังหวัด ในขณะที่คู่แข่งหลักกระจุกตัวอยู่เพียงในกรุงเทพฯ เท่านั้น นอกจากนี้ บริษัทได้เปิดตัวแบรนด์ใหม่ นอกเหนือจากแบรนด์เครื่องแต่งกาย ซึ่งคาดว่าจะมีอัตราการทำกำไรที่สูงกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับแบรนด์เครื่องแต่งกาย และสามารถเจาะกลุ่มผู้บริโภคได้กว้างกว่าทั่วประเทศ กลุ่มธุรกิจจำหน่ายสินค้าของบริษัทยังคงเป็นหนึ่งในผู้จำหน่ายอิสระรายใหญ่ที่สุดในประเทศไทย นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญอย่างมากกับโครงการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ภายใต้ชื่อ “ไมเนอร์พลัส” (MinorPlus) ซึ่งมีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในปี 2561 เป็นจำนวนทั้งสิ้น 814,000 คน นอกจากนี้ บริษัทได้นำแนวคิดของบัตรสะสมคะแนนมาใช้ ซึ่งช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลของลูกค้า และคาดการณ์ความต้องการของผู้บริโภคและการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างแม่นยำ

3. ความเสี่ยงจากการลงทุนในธุรกิจใหม่

บริษัทมีแผนการขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่องทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่งผลให้บริษัทมีความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนใหม่ๆ อาทิเช่น การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการลงทุน ความสำเร็จในการริเริ่มโครงการใหม่ ภาระผูกพันตามสัญญา การขอใบอนุญาตและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง นอกเหนือไปจากความเสี่ยงโดยทั่วไปในแต่ละประเทศ นอกจากนี้ ความสำเร็จในการเข้าซื้อกิจการส่วนหนึ่งยังขึ้นอยู่กับความสามารถของบริษัทในการได้มาซึ่งประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการรวมกลุ่มธุรกิจที่ซื้อเข้ามาใหม่เข้ากับธุรกิจที่มีอยู่ปัจจุบัน

บริษัทมีการติดตามดูแลความคืบหน้าของการพัฒนาโครงการใหม่ๆ อย่างใกล้ชิดผ่านมาตรการที่หลากหลาย เช่น การทำ Due Diligence การจัดทำแผนงานและขั้นตอนมาตรฐาน และการวางหลักเกณฑ์ในการลงทุนที่รอบคอบ เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทมีการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และความชำนาญในประเทศนั้นๆ อาทิเช่น ที่ปรึกษาด้านกฎหมาย ที่ปรึกษาด้านบัญชี ซึ่งจะทำงาน

ร่วมกับทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญของบริษัทเพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทจะประสบความสำเร็จในการพัฒนาหรือเข้าซื้อโครงการนั้นๆ ต่อไปเพื่อให้มีผลกำไรที่พอใจรวมถึงการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ บริษัทมีมาตรการลดความเสี่ยงสำหรับการลงทุนในประเทศที่บริษัทไม่เคยดำเนินธุรกิจมาก่อน โดยในช่วงแรก บริษัทจะร่วมลงทุนกับคู่ค้าทางธุรกิจที่มีความรู้ความชำนาญในการดำเนินธุรกิจในประเทศดังกล่าว เพื่อศึกษาสภาวะตลาด กฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ และเรียนรู้การดำเนินกิจการ จนกว่าจะมีความมั่นใจในการดำเนินธุรกิจในประเทศนั้นๆ เพียงพอ จึงจะมีการตัดสินใจลงทุนในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น ดังเช่นการลงทุนของบริษัทที่ผ่านมาในภูมิภาคแอฟริกา ประเทศมัลดีฟส์ ศรีลังกา เวียดนาม จีน สิงคโปร์ และออสเตรเลีย นอกจากนี้ สำหรับตลาดใหม่ที่บริษัทเข้าลงทุนโดยเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ เช่น ในทวีปยุโรปและอเมริกา บริษัทจะคงไว้ซึ่งคณะผู้บริหาร ซึ่งมีความรู้ความชำนาญในประเทศนั้นๆ

4. ความเสี่ยงจากความสามารถในการได้มาซึ่งที่ตั้งที่ต้องการในการประกอบธุรกิจ

โรงแรมบางแห่งของบริษัทตั้งอยู่บนที่ดินที่บริษัทเช่าจากเจ้าของที่ดิน สำหรับโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่เช่านั้น ส่วนใหญ่มีสัญญาการเช่าระยะยาว 30 ปีหรือมากกว่า โดยบริษัทมีสิทธิต่ออายุสัญญา ด้วยอัตราค่าเช่าตามที่จะตกลงกัน ยกเว้นในกรณีที่บริษัทตกลงที่จะไม่ต่ออายุสัญญา และจากการที่บริษัทได้ปฏิบัติตามสัญญาเช่าและมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเจ้าของที่ดินตลอดมา บริษัทจึงเชื่อมั่นว่า ความเสี่ยงดังกล่าวจะไม่เกิดขึ้นในระยะเวลาอันใกล้

สำหรับธุรกิจร้านอาหารและธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้า ทำเลที่ตั้งเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของแต่ละสาขา ดังนั้น จึงอาจเกิดความเสี่ยงหากบริษัทไม่สามารถต่อสัญญาเช่าพื้นที่นั้นๆ หรือมีการเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดและเงื่อนไขในสัญญาเช่า หรือไม่สามารถได้สถานที่ที่ต้องการตามอัตราค่าเช่าที่เหมาะสม อย่างไรก็ตาม เนื่องจากบริษัทมีร้านอาหารและจัดจำหน่ายสินค้ามากมาย อีกทั้งแบรนด์ร้านอาหารและสินค้าแฟชั่นของบริษัทเป็น แปรนด์ยอตนิยม ซึ่งมีส่วนช่วยดึงดูดลูกค้าเข้ามาใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้า จึงทำให้บริษัทมีอำนาจต่อรองกับห้างสรรพสินค้าและเจ้าของพื้นที่ และสามารถทำสัญญาเช่าระยะยาวได้

5. ความเสี่ยงในการไม่ต่ออายุสัญญาและการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญในเงื่อนไขของสัญญาแฟรนไชส์และสัญญาตัวแทนจำหน่ายสินค้า

บริษัทดำเนินงานร้านอาหารบางส่วนภายใต้แบรนด์ที่ได้รับสิทธิแฟรนไชส์จากต่างประเทศตามข้อตกลงภายใต้สัญญาแฟรนไชส์ จึงอาจมีความเสี่ยงจากการที่มีได้รับอนุญาตให้ต่อสัญญาหรือเปลี่ยนแปลงรายละเอียดในสัญญาแฟรนไชส์ บริษัทได้ลดความเสี่ยงดังกล่าวโดยการขอต่ออายุสัญญาแฟรนไชส์ล่วงหน้า โดยมีระยะเวลาของสัญญา 10-20 ปี (ขึ้นอยู่กับประเภทของสัญญา) อีกทั้งการที่บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจภายใต้แบรนด์ที่บริษัทได้รับสิทธิแฟรนไชส์จนเป็นผู้นำตลาดในประเภทอาหารนั้นๆ ส่งผลให้บริษัทมีโอกาสที่จะได้รับการต่อสัญญามากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ บริษัทได้ลดการพึ่งพาแบรนด์ที่บริษัทได้รับสิทธิแฟรนไชส์จากต่างประเทศ โดยการเพิ่มแบรนด์ร้านอาหารที่เป็นของตนเอง ซึ่งได้แก่แบรนด์เดอะ พิชซ่า คอมปะนี, กลุ่มไทยเอ็กซ์เพรส, กลุ่มเดอะ คอฟฟี่ คลับ, ริเวอร์ไซด์ และ เบนีฮานา

สำหรับธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้า การได้เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวเป็นปัจจัยสำคัญ สัญญาของบริษัทมี 2 ลักษณะ ได้แก่ แบบที่ต่อสัญญาโดยอัตโนมัติ และแบบที่กำหนดเวลา สำหรับสัญญาในลักษณะที่มีการกำหนดระยะเวลาในการต่อสัญญา บริษัทมีความเสี่ยงจากการที่คู่สัญญาจะไม่ต่อสัญญาเมื่อถึงกำหนด ซึ่งจะเป็นผลให้บริษัทมีโอกาสสูญเสียรายได้จากการเป็นตัวแทนจำหน่าย อย่างไรก็ตาม จากการที่บริษัทได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุในสัญญาโดยตลอด และมีการดำเนินธุรกิจร่วมกับผู้ผลิตมาเป็นเวลานาน ส่งผลให้บริษัทได้รับความไว้วางใจให้ต่ออายุสัญญา ยกเว้นในกรณีที่บริษัทตกลงที่จะไม่ต่ออายุสัญญา นอกจากนั้น หากคู่สัญญาขอเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขข้อตกลง โดยเฉพาะอัตราค่าตอบแทน บริษัทจะเจรจาต่อรองเพื่อให้การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นไปในทิศทางที่บริษัทและคู่สัญญาได้รับผลประโยชน์ร่วมกันทั้ง 2 ฝ่าย นอกจากนี้ บริษัทยังคงหาโอกาสเพื่อที่จะเพิ่มแบรนด์ใหม่ๆ ในธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าอย่างต่อเนื่อง

6. ความเสี่ยงจากการยกเลิกสัญญาจ้างบริหารโรงแรมและรับจ้างผลิตสินค้า

บริษัทมีการขยายธุรกิจโรงแรมภายใต้แบรนด์ของบริษัทเอง ซึ่งรวมถึงแบรนด์ดอนนัตรา, อวานี, ไฮด์ส, ทิโวลี, เฮลวาน่า คอลเลคชั่น, เอ็นเอช คอลเลคชั่น, เอ็นเอช ไฮเทลส์ และนาว ผ่านการรับจ้างบริหารจัดการโรงแรมที่บริษัทไม่ได้เป็นเจ้าของและได้รับ

ผลตอบแทนเป็นค่าธรรมเนียมการให้บริการ ทั้งนี้รายได้ค่าบริหารจัดการแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ค่าธรรมเนียมในการให้คำปรึกษาและคำแนะนำในการออกแบบและการก่อสร้างในช่วงก่อนโรงแรมจะเปิดดำเนินการ และค่าธรรมเนียมในการบริหารเมื่อโรงแรมได้เปิดดำเนินการแล้ว ซึ่งเป็นส่วนแบ่งแปรผันตามรายได้และผลกำไรจากการดำเนินงานของโรงแรมที่บริษัทบริหารงาน โดยทั่วไป สัญญาว่าจ้างบริหารโรงแรมจะมีอายุ 10-20 ปี ในกรณีที่เจ้าของโรงแรมบอกเลิกสัญญาก่อนครบกำหนด บริษัทสามารถเรียกเก็บค่าเสียหายในรูปของค่าธรรมเนียมการยกเลิกสัญญา (Cancellation Fee) ได้ ทั้งนี้ ด้วยประสบการณ์จากการบริหารโรงแรมในหลายปีที่ผ่านมา ส่งผลให้กลุ่มธุรกิจโรงแรมของบริษัทเป็นที่รู้จักในด้านความหลากหลายและคุณภาพของแบรนด์ ความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และที่สำคัญที่สุด ความมุ่งมั่นในการสร้างผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง เพื่อความพึงพอใจสูงสุดของทั้งผู้ว่าจ้างบริษัทและแขกที่มาพัก

สำหรับธุรกิจรับจ้างผลิตสินค้าอุปโภค บริษัท นวศรี แมนูแฟคเจอร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท รับจ้างผลิตสินค้าให้กับบริษัทสินค้าอุปโภคระดับสากล ปัจจุบัน ธุรกิจดังกล่าวมีการแข่งขันไม่มากนัก เนื่องจากยังมีผู้ประกอบการที่ได้มาตรฐานและได้รับอนุญาตให้ผลิตน้อยราย แต่ราคาและคุณภาพเป็นตัวแปรที่สำคัญในการที่จะได้รับคำสั่งซื้อ อย่างไรก็ตาม จากการที่บริษัทได้ดำเนินธุรกิจรับจ้างผลิตสินค้าอุปโภคมาเป็นเวลานานมากกว่า 30 ปี บริษัทให้ความสำคัญต่อการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม นอกจากนี้ การปรับปรุงสายการผลิตอย่างต่อเนื่องยังสามารถช่วยลดต้นทุนการผลิตได้ ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น เป็นผลให้บริษัทได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก ในการว่าจ้างผลิตสินค้าในระยะยาว

7. ความเสี่ยงด้านการเงิน

7.1 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทและบริษัทในเครือมีรายได้บางส่วนเป็นเงินสกุลต่างประเทศ เช่น รายได้จากการให้สิทธิแฟรนไชส์ รายได้จากการรับจ้างบริหารโรงแรม เงินปันผลรับ และรายได้จากตัวแทนการขายห้องพักในต่างประเทศและอื่นๆ ซึ่งรายได้ดังกล่าวผันแปรตามอัตราแลกเปลี่ยน แต่ในขณะเดียวกัน บริษัทก็มีค่าใช้จ่ายบางประเภท เช่น ค่าบริหารจัดการธุรกิจโรงแรม ค่าการใช้สิทธิ/เครื่องหมายการค้าสำหรับธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (Franchise Fee) และค่าสินค้าของธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้า เป็นเงินสกุลต่างประเทศ ดังนั้น บริษัทและบริษัทในเครือจึงสามารถลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนนี้ได้ โดยการหักกลบรายได้และค่าใช้จ่ายบางส่วนที่เป็นเงินสกุลต่างประเทศ (Natural Hedging) อีกทั้งบริษัทและบริษัทในเครือยังลดความเสี่ยงเพิ่มเติม โดยกำหนดราคาค่าห้องพักในประเทศเป็นเงินสกุลบาทแทนราคาอ้างอิงเงินสกุลอื่นๆ เพื่อให้รายได้และค่าใช้จ่ายเป็นสกุลเงินเดียวกัน นอกจากนี้ จากการที่บริษัทขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศมากขึ้น ส่งผลให้บริษัทมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน เมื่อมีการแปลงผลการดำเนินงานของธุรกิจในประเทศเป็นสกุลเงินบาทในงบการเงินรวมของบริษัท อย่างไรก็ตาม ในส่วนของการจัดหาเงิน โดยทั่วไป บริษัทจะกู้ยืมเงินในสกุลเดียวกับสินทรัพย์ที่บริษัทลงทุน รวมถึงกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้มาจากสินทรัพย์เหล่านั้น เพื่อให้เกิดการหักกลบหรือการป้องกันความเสี่ยงแบบธรรมชาติจากอัตราแลกเปลี่ยน (Natural Currency Hedging) ให้ได้มากที่สุด นอกจากนี้ บริษัทมีการติดตามความเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนในตลาดอันเนื่องมาจากความผันผวนของสภาพเศรษฐกิจโลกและเหตุการณ์ต่างๆ อย่างใกล้ชิด และบริษัทได้บริหารความเสี่ยงเพิ่มเติมโดยการเข้าทำสัญญาซื้อขายเงินต่างประเทศล่วงหน้าเพื่อรองรับความผันผวนของตลาดในกรณีที่จำเป็น

7.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ย

ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยเกิดจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยในตลาด ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อกระแสเงินสดของบริษัท บริษัทและบริษัทในเครือได้ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าวและบริหารจัดการความเสี่ยงข้างต้นให้เป็นไปตามนโยบายการบริหารความเสี่ยงของบริษัทที่วางไว้ เพื่อลดผลกระทบเชิงลบจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยและสภาวะของตลาดการเงิน ณ ขณะนั้นๆ ดังนั้น บริษัทจึงรักษาคุณภาพของอัตราดอกเบี้ยให้สอดคล้องกับสภาวะตลาดการเงิน

7.3 ความเสี่ยงจากความเสี่ยงทางการเงิน ความสามารถในการกู้ยืมเงินและการปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดในสัญญากู้ยืมเงิน

ในการขยายกิจการของบริษัท บริษัทอาจต้องการเงินลงทุนเพิ่มเติม เพื่อลงทุนพัฒนาโครงการใหม่ๆ และเข้าซื้อกิจการอื่น ส่งผลให้บริษัทและบริษัทในเครือต้องรักษาสภาพคล่องและ/หรือสำรองวงเงินกู้จากสถาบันการเงินให้เพียงพอเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน อีกทั้งยังต้องจัดหาแหล่งเงินทุนระยะยาวล่วงหน้าและกระจายแหล่งที่มาของเงินทุนให้มีความหลากหลาย อย่างไรก็ตาม บริษัทและบริษัทในเครือมีความมุ่งมั่นที่จะดำรงฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่งเพื่อที่จะปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดในสัญญากู้ยืมเงิน และบริษัทได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขดังกล่าวเสมอมา

8. ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี

8.1 ความเสี่ยงจากการพัฒนาของเทคโนโลยี

บริษัทต้องอาศัยเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ ไม่เพียงแต่เพื่อการรองรับระบบการทำงานของหน่วยงานสนับสนุน (Back Office) เท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงฝ่ายขายและการตลาดอีกด้วย เทคโนโลยีไม่ได้เป็นเพียงแค่เครื่องมือในการดำเนินธุรกิจอีกต่อไป แต่ยังทำให้เกิดคู่แข่งในรูปแบบใหม่ๆ และเปลี่ยนแปลงช่องทางและวิธีการตอบสนองกับลูกค้า ซึ่งหากบริษัทไม่สามารถปรับตัวตามเทคโนโลยีหรือความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง จะส่งผลให้บริษัทสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน ทั้งนี้ บริษัทตระหนักดีถึงความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงได้ให้หน่วยงานดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของแผนกลยุทธ์ระยะยาวของบริษัท และด้วยฐานะทางการเงินที่มีความมั่นคงและขนาดของธุรกิจที่ส่งผลให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) ส่งผลให้บริษัทสามารถพัฒนาความสามารถในการแข่งขันด้วยการลงทุนในระบบเทคโนโลยีใหม่ๆ โดยมีโครงการสำคัญ เช่น การพัฒนาระบบจองห้องพัก ส่วนกลางของแบรนด์ อนันตรา ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถติดตามการขายห้องพักและห้องพักคงเหลือได้ทันที การคิดราคาห้องพักให้เท่าเทียมกันในทุกระบบ (Rate Parity) การรับจองห้องพักบนเว็บไซต์ที่สามารถรองรับได้หลายภาษา การบริหารและเพิ่มผลตอบแทน ตลอดจนการรวบรวมข้อมูลของแขกที่เข้าพัก หรือเว็บไซต์และระบบแอปพลิเคชันบนมือถือใหม่ของบริษัทเดอะ พิซซ่า คอมปะนี ซึ่งได้พัฒนามาเพื่อให้ลูกค้ามีประสบการณ์ในการสั่งอาหารที่ดีขึ้น ลดระยะเวลาในการสั่งอาหารออนไลน์ และลูกค้าสามารถติดตามสถานะการจัดส่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์ได้อีกด้วย นอกจากนี้ บริษัทยังมีการจัดทำแผนกลยุทธ์ 5 ปี สำหรับการพัฒนาระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีโดยเฉพาะเพื่อรองรับแผนการขยายธุรกิจที่ได้วางไว้

8.2 ความเสี่ยงจากความปลอดภัยในโลกไซเบอร์ (Cyber) และความปลอดภัยของข้อมูล (Data Security)

ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทนั้น บริษัทได้มีการรวบรวมใช้งาน ส่งต่อ และจัดเก็บข้อมูลบนระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมากขึ้น ซึ่งข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลลับของบริษัท แขกที่เข้าพัก ลูกค้า และคู่ค้าทางธุรกิจ อีกทั้งยังเป็นข้อมูลที่สามารถระบุตัวตนของบุคคล ซึ่งรวมถึงแขกที่เข้าพัก ลูกค้า และพนักงานได้อีกด้วย เช่นเดียวกับบริษัทอื่นทั่วโลก บริษัทมีความเสี่ยงที่จะถูกคุกคามด้านความปลอดภัยในโลกไซเบอร์ (Cybersecurity Threats) ไม่ว่าจะเป็นการที่พนักงานบันทึกข้อมูลผิดพลาดหรือนำไปใช้ในทางที่ไม่ควร หรือการพยายามเข้าถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศโดยมิได้รับอนุญาตโดยบุคคลใดบุคคลหนึ่ง จนถึงการถูกคุกคามความปลอดภัยทางด้านไซเบอร์อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การละเมิดความปลอดภัยทางด้านไซเบอร์ เหตุการณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของข้อมูลทั่วไป การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการปกป้องข้อมูล หรือแม้แต่ว่าการที่ไม่สามารถปฏิบัติตามข้อผูกพันทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการปกป้องข้อมูลที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต อาจมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงาน ฐานะการเงิน และกระแสเงินสดของบริษัท

บริษัทมีมาตรการสำคัญในการรักษาความปลอดภัยของเครือข่าย การเข้ารหัสข้อมูลและมาตรการอื่นๆ เพื่อปกป้องระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและข้อมูลของบริษัทจากการเข้าถึงข้อมูลโดยมิได้รับอนุญาตหรือการนำไปใช้ในทางที่ไม่ควร นอกจากนี้ บริษัทได้นำเครื่องมือของบริษัทภายนอกมาใช้บางส่วนเพื่อความปลอดภัยในโลกไซเบอร์ ซึ่งรวมถึง ไฟร์วอลล์ (Firewalls) ระบบป้องกันไวรัส (Virus solutions) และระบบการสำรองข้อมูล (Backup Solutions) ทั้งนี้ เนื่องจากภัยคุกคามด้านความปลอดภัยในโลกไซเบอร์ รวมถึงความพยายามของรัฐบาลและหน่วยงานกำกับดูแลควบคุมความเสี่ยงดังกล่าว ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง บริษัทเองจึงมีการดำเนินการแก้ไข ปรับปรุง หรือพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อคุ้มครองความปลอดภัยทางด้านไซเบอร์ และมาตรการรักษาความปลอดภัยเพิ่มเติมจากมาตรการที่บริษัทมีอยู่ในปัจจุบันเช่นกัน

8.3 ความเสี่ยงด้านชื่อเสียงจากความคิดเห็นของลูกค้าที่ไม่พึงประสงค์

โซเชี่ยลมีเดียได้ถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวางในการสื่อสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้า บริการ และองค์กร ในกรณีที่บริษัทถูกพาดพิงเชิงลบบนหัวข้อข่าวบนสังคมออนไลน์ อาจส่งผลกระทบต่อแบรนด์สินค้าและชื่อเสียงของบริษัท ด้วยเหตุนี้ บริษัทจึงมีทรัพยากร ทั้งด้านดิจิทัลและทรัพยากรมนุษย์ เพื่อติดตามความคิดเห็นของลูกค้าที่ไม่พึงประสงค์ รวมไปถึงการเตรียมขั้นตอนการชี้แจงและระบบการสื่อสาร ซึ่งช่วยให้บริษัทตอบสนองต่อความเสี่ยงดังกล่าวนี้ได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ บริษัทมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล โดยนำเครื่องมือที่หลากหลายมาใช้ในการประเมินแนวโน้มของตลาด ตลอดจนความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอีกด้วย

9. ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

9.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ

บริษัทดำเนินกิจการครอบคลุมภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ตะวันออกกลาง คาบสมุทรอินเดีย แอฟริกา ยุโรป และอเมริกา จึงมีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยเฉพาะจากการเปลี่ยนแปลงทางภูมิทัศน์ ภัยธรรมชาติ และสภาวะขาดแคลนอาหาร ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และออสเตรเลีย ซึ่งเป็นภูมิภาคสำคัญที่บริษัทดำเนินกิจการอยู่ ได้ประสบภัยพิบัติทางธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ภัยแล้ง และไฟป่าอย่างรุนแรงและบ่อยครั้ง ซึ่งความเสี่ยงเหล่านี้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและเกษตรกรรมโดยรวม ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการดำเนินงาน การจัดซื้อและกระจายสินค้าของ ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารของบริษัท บริษัทมีการติดตามดูแลความเสี่ยงเหล่านี้อย่างใกล้ชิด เพื่อประเมินผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัท และได้มีการจัดทำแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินจากภัยพิบัติที่อาจเกิดขึ้น เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของแผนบริหารความต่อเนื่อง (Business Continuity Plan) ของบริษัท นอกจากนี้บริษัทมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อลดการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุด ด้วยการจัดการทรัพยากรและของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ และการอนุรักษ์ธรรมชาติและแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์

9.2 ความเสี่ยงจากการหยุดชะงักของธุรกิจ อันเนื่องมาจากการพึ่งพาบริการของผู้รับเหมา ผู้ผลิต และคู่ค้า

บริษัทจัดซื้อสินค้าและบริการจากผู้ผลิตและผู้ให้บริการจากภายนอก เช่น ผู้จัดการร้านอาหารและเครื่องดื่ม ตัวแทนจำหน่าย การท่องเที่ยว ผู้รับเหมาก่อสร้าง ผู้จัดการหน่วยสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักของโรงแรม ผู้ให้บริการด้านเทคนิคและเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้ให้บริการชำระเงิน ผู้ให้บริการจัดส่งสินค้า ตลอดจนผู้ให้บริการทำความสะอาดและซักผ้า ถ้าหากผู้ผลิตและผู้ให้บริการเหล่านี้ไม่สามารถให้บริการได้อย่างน่าพอใจ อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการให้บริการที่ดีแก่แขกและลูกค้าของบริษัท และ/หรืออาจทำให้เกิดข้อขัดข้องในการดำเนินงานได้

บริษัทมีการติดตามการดำเนินงานของผู้ผลิตและผู้ให้บริการเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แน่ใจว่าบริษัทเหล่านี้ให้บริการในระดับที่น่าพอใจและสอดคล้องกับข้อตกลงในการให้บริการที่ตกลงกันไว้ นอกจากนี้ บริษัทยังมีการวางแผนฉุกเฉินเพื่อให้มั่นใจว่าธุรกิจจะสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง และมีการจัดหาผู้ผลิตอื่นสำรองไว้ เพื่อลดความเสี่ยงที่ธุรกิจต้องหยุดชะงักในการจัดซื้อและการกระจายสินค้า

บริษัทเล็งเห็นและให้ความสำคัญกับผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นจากความเสี่ยงข้างต้น จึงได้มอบหมายให้ฝ่ายตรวจสอบภายในทำหน้าที่ประเมินความเสี่ยงและตรวจสอบประสิทธิภาพในการบริหารความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ โดยหน่วยงานทุกหน่วยจะทำการประเมินความเสี่ยง เพื่อหาปัจจัยความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจากการดำเนินงาน และทำงานร่วมกับฝ่ายตรวจสอบภายในในการวิเคราะห์โอกาสที่อาจเกิดขึ้น 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. 2561	ณ 31 ธ.ค. 2560	
บมจ. ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล	11	218/2-3 หมู่ 10 เมืองพัทยา	สิทธิการเช่า 30 ปี (สิ้นสุดปี 2561)	- อาคารโรงแรม 2 หลัง 4 ชั้น และ 10 ชั้น จำนวน 298 ห้อง - สิทธิการเช่าที่ดิน	55.59 -	62.04 0.62	-ไม่มี- -ไม่มี-
<u>บริษัทย่อย</u> บจก. หัวหิน วิลเลจ	36	43/1 ถนนเพชรเกษม หัวหิน	สิทธิการเช่า 30 ปี (สิ้นสุดปี 2573)	- อาคารโรงแรม 2 ชั้น 12 หลัง จำนวน 187 ห้อง	140.55	144.12	-ไม่มี-
บจก. บ้านโบราณ เชียงราย	800	229 หมู่ 1 ต.เวียง อ.เชียงแสน	สิทธิการเช่าทำประโยชน์ 30 ปี (สิ้นสุดปี 2561)	- อาคารโรงแรม 2 ชั้น 2 หลัง มี ห้องพัก 61 ห้อง	111.37	108.14	-ไม่มี-
		จ.เชียงราย 499 หมู่ 1 ต.เวียง อ.เชียงแสน จ.เชียงราย		- เต้นท์แคมป์ 15 หลัง	35.85	39.04	-ไม่มี-
บจก. สมุย รีซอร์ท แอนด์ สปา	14	99/9 หาดบ่อผุด เกาะสมุย	เป็นเจ้าของ	- ที่ดินและอาคารโรงแรม 3 ชั้น ห้องพัก 106 ห้อง	371.47	387.59	-ไม่มี-

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2561	ณ 31 ธ.ค. 2560	
บจก. เจ้าพระยา ริชชอร์ท (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	371.55	550.00	-ไม่มี-
		- สิทธิการเช่าที่ดิน		143.22	177.46	-ไม่มี-	
		- อาคารโรงแรม 26 ชั้น 1 หลัง จำนวน 248 ห้อง		1,184.74	1,141.11	-ไม่มี-	
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	468.83	510.01	-ไม่มี-
				- สิทธิการเช่าที่ดิน	967.70	1,007.71	-ไม่มี-
บจก. แมริม เทอเรซ ริชชอร์ท	37	อ. แมริม จ. เชียงใหม่	สิทธิการเช่า 30 ปี (สิ้นสุดปี 2567)	- อาคารโรงแรม 3 ชั้น 1 หลัง และ อาคาร 2 ชั้น 17 หลัง จำนวน 76 ห้อง	391.58	417.97	-ไม่มี-
				- สิทธิการเช่าที่ดิน	8.68	10.84	-ไม่มี-
บจก. เอ็ม ไอ สแควร์	46	หาดไม้ขาว อ. ถลาง	เป็นเจ้าของ	- ที่ดินและอาคารวิลล่า 1 ชั้น 83 หลัง	1,238.28	1,239.44	-ไม่มี-
	37	จ. ภูเก็ต	เป็นเจ้าของ	- ที่ดินและอาคารโรงแรม 3 ชั้น 8 หลัง จำนวน 265 หลัง และ	765.30	813.46	-ไม่มี-
		หาดไม้ขาว อ. ถลาง จ. ภูเก็ต		- สำนักงานขาย	33.73	37.76	-ไม่มี-

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2561	ณ 31 ธ.ค. 2560	
บจก. สมุย วิลเลจ	1	219 หมู่ 5 ต.อ่างทอง	เป็นเจ้าของ	- อาคารวิลล่า 1 ชั้น 60 หลัง	-	647.01	-ไม่มี-
		อ.เกาะสมุย จ. สุราษฎร์ธานี 53/5 หมู่ 4 ต.ตลิ่งงาม อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี		- อาคารโรงแรม จำนวน 34 ห้อง	-	181.93	-ไม่มี-
Minor International (Labuan) Ltd.	-	เกาะ Kihavah Huravluhu	สิทธิการเช่า 23 ปี (สิ้นสุดปี 2573)	- สิทธิการเช่าเกาะ	206.10	276.23	-ไม่มี-
				- อาคารวิลล่า 1 ชั้น 79 หลัง	1,264.39	1,234.16	-ไม่มี-
Jada Resort and Spa (Private) Ltd.	21	ประเทศศรีลังกา	สิทธิการเช่า (สิ้นสุดปี 2561)	- อาคารโรงแรม 2 ชั้นและ 3 ชั้น จำนวน 6 หลัง จำนวน 105 ห้อง	202.53	293.88	-ไม่มี-
	26	ประเทศศรีลังกา	เป็นเจ้าของ	- สิทธิการเช่าที่ดิน ที่ดิน	5.03	6.26	-ไม่มี-
บจก. ราชดำริ ลอดจิจ	3	159 ถ.ราชดำริ	สิทธิการเช่า 30 ปี (สิ้นสุดปี 2584)	- อาคารโรงแรม 22 ชั้น จำนวน 224 ห้อง	1,843.60	1,947.77	-ไม่มี-
	72	เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ หาดแหลมใหญ่ เกาะสมุย	เป็นเจ้าของ	- ที่ดิน	62.47	62.47	-ไม่มี-
Oaks Hotels & Resort Limited	-	ประเทศนิวซีแลนด์ และ ประเทศออสเตรเลีย	เป็นเจ้าของ เป็นเจ้าของ/ สิทธิการเช่า	- ที่ดิน อาคารโรงแรม ห้องพัก อาศัย สำนักงาน ส่วนปรับปรุงอาคาร และ ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า	2,631.89	3,010.99	2,102

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2561	ณ 31 ธ.ค. 2560	
บจก. สมุย บีช คลับ โฮเทล เนอรั	-	หาดไม้ขาว อ.กลาง จ.ภูเก็ต	เป็นเจ้าของ สิทธิการเช่าที่ดิน 30 ปี (สิ้นสุดปี 2592)	- สำนักงานขาย สำนักงานต้อนรับ ร้านอาหาร และสรวายน้ำ - สิทธิการเช่าที่ดิน	447.61 81.03	304.68	-ไม่มี- -ไม่มี-
บจก. เอ็มเอชจี ภูเก็ต	68	ต.เชิงทะเล อ.กลาง จ.ภูเก็ต	เป็นเจ้าของ	- ที่ดินเปล่า - อาคารโรงแรม จำนวน 77 ห้อง	266.16 827.56	264.03 853.83	-ไม่มี- -ไม่มี-
	1	219 หมู่ 5 ต.อ่าวทอง อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี	เป็นเจ้าของ	- อาคารวิลล่า 1 ชั้น 60 หลัง	617.02	-	-ไม่มี-
		53/5 หมู่ 4 ต.คลังงาม อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี		- อาคารโรงแรม จำนวน 34 ห้อง	204.24	-	-ไม่มี-
บจก. โคโค ปาล์ม โฮเต็ล 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	965.96	1,106.83	-ไม่มี-
Hoi An Riverpark Hotel Company Limited	-	ประเทศเวียดนาม	เป็นเจ้าของ	อาคารโรงแรม 2 ชั้น 2 หลัง จำนวน 94 ห้อง	271.34	255.18	-ไม่มี-
Bai Dai Tourism Company Limited	-	ประเทศเวียดนาม	เป็นเจ้าของ	- อาคารโรงแรม 2 ชั้น 3 หลัง จำนวน 63 ห้อง	159.75	171.05	-ไม่มี-

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2561	ณ 31 ธ.ค. 2560	
Sothea Pte. Ltd	-	ประเทศกัมพูชา	เป็นเจ้าของ	- อาคารโรงแรม 3 ชั้น 1 หลัง จำนวน 39 ห้อง - สิทธิการเช่า	200.90 24.76	208.35 26.45	-ไม่มี-
Sands Hotels Holdings (Namibia) (Proprietary) Limited	-	ประเทศนามิเบีย	เป็นเจ้าของ	- อาคารโรงแรม จำนวน 173 ห้อง	699.99	860.41	-ไม่มี-
Minor Hotel Group Gaborone (Proprietary) Limited	12,3088 เอเคอร์	ประเทศบอตสวานา	เป็นเจ้าของ	- ที่ดิน และอาคารโรงแรม จำนวน 196 ห้อง	1,877.51	2,095.51	-ไม่มี-
Pojuca S.A	291,400 ตาราง เมตร	ประเทศบราซิล	เป็นเจ้าของ	- ที่ดิน และอาคารโรงแรม 2 แห่ง จำนวน 504 ห้อง	1,517.37	1,794.40	-ไม่มี-
Minor Continental Portugal, S.A.	-	ประเทศโปรตุเกส	เป็นเจ้าของ	- ที่ดิน และอาคารโรงแรม 12 แห่ง จำนวน 2,319 ห้อง	11,691.40	12,466.73	-ไม่มี-
Minor Hotels Zambia Limited	-	ประเทศแซมเบีย	เป็นเจ้าของ	- ที่ดิน และอาคารโรงแรม 2 แห่ง จำนวน 385 ห้อง	1,908.92	2,394.64	-ไม่มี-
Corbin & King Limited	-	ประเทศอังกฤษ	เป็นเจ้าของ สิทธิการเช่า 15-25 ปี	- ร้านอาหาร 6 แห่ง - สิทธิการเช่าที่ดินและอาคาร	523.54 371.04	752.12 445.82	- ไม่มี- - ไม่มี-
บริษัท โกโก้ รีครีเอชั่น จำกัด	-	ตำบลบ่อผุด อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี	สิทธิการเช่า 30 ปี (สิ้นสุดปี 2593)	- สิทธิการเช่าที่ดิน	89.20	87.34	-ไม่มี-

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2561	ณ 31 ธ.ค. 2560	
MHG Desaru Hotel Sdn. Bhd and MHG Desaru Villas Sdn. Bhd.	100,368 ตารางเมตร	ประเทศมาเลเซีย	สิทธิการเช่า 99 ปี	- สิทธิการเช่าที่ดิน	262.46	274.81	-ไม่มี-
Rajadamri Residence Co.,Ltd.	-	แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร	เป็นเจ้าของ	- ส่วนปรับปรุงอาคาร	230.53	240.06	-ไม่มี-
NH Hotel Group S.A.	-	ประเทศสเปน	เป็นเจ้าของ	- ที่ดิน และอาคารโรงแรม และ ส่วนปรับปรุงอาคาร	77,960.99	-	8,786
รวม					113,990.07	39,280.47	
อื่นๆ					200.32	180.34	
รวมธุรกิจโรงแรม					114,190.39	39,460.80	

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2561	ณ 31 ธ.ค. 2560	
บมจ. เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป	3,188 ตร.ม.	ชั้น 15 – 17 อาคาร เบอร์ลิคเกอร์ คลองเตย กรุงเทพฯ	สิทธิการเช่า 30 ปี (สิ้นสุดปี 2567)	- สิทธิการเช่าพื้นที่และส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า	79.97	84.01	-ไม่มี-
	-	สิทธิการเช่าร้านอาหาร	สิทธิการเช่า 3-30 ปี	- สิทธิการเช่าพื้นที่	43.25	47.85	-ไม่มี-
	-	-	-	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่าร้านอาหาร	755.52	612.25	-ไม่มี-
	45 ตรว.	66/71-73 หมู่ที่ 2 ต.ป้อมคู อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี	เป็นเจ้าของ	- ที่ดินและอาคาร 4 ชั้น	69.11	69.25	-ไม่มี-

บริษัท	ขนาด ที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2561	ณ 31 ธ.ค. 2560	
บจก. สเวนเซนส์ (ไทย)	-	สิทธิการเช่าร้านอาหาร ประเทศไทย	สิทธิการเช่า 3-28 ปี	- สิทธิการเช่า - ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่าร้านอาหาร	12.85 244.65	15.98 192.67	-ไม่มี- -ไม่มี-
บจก. เอส.แอล.อาร์.ที	-	สิทธิการเช่าร้านอาหาร ประเทศไทย	สิทธิการเช่า 3-22 ปี	- สิทธิการเช่า - ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่าร้านอาหาร	8.92 336.51	11.57 273.61	-ไม่มี- -ไม่มี-
บจก. เบอร์เกอร์ ประเทศไทย	-	สิทธิการเช่าร้านอาหาร ประเทศไทย	สิทธิการเช่า 12-15 ปี	- สิทธิการเช่า - ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่าร้านอาหาร	44.66 509.64	39.34 431.40	-ไม่มี- -ไม่มี-
บจก. ไมเนอร์ ซีต	29	อ. ปากช่อง จ. นครราชสีมา	เป็นเจ้าของ	- อาคารโรงงาน	26.87	29.54	-ไม่มี-
บจก. ไมเนอร์ แคร์	-	อ. ปากช่อง จ. นครราชสีมา	เป็นเจ้าของ	- อาคารโรงงาน	95.04	104.47	-ไม่มี-
บจก. เดอะ คอฟฟี่ คลับ (ประเทศไทย)	-	ประเทศไทย	สิทธิการเช่า 10 ปี (สิ้นสุดปี 2562) ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า 3 ปี (สิ้นสุดปี 2563) ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า 15 ปี (สิ้นสุดปี 2576)	- สิทธิการเช่า - ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า	21.61 261.50	23.72 172.33	-ไม่มี- -ไม่มี-
บจก. ไมเนอร์ ดีคิว	-	ประเทศไทย	ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า 14 ปี (สิ้นสุดปี 2571)	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า	89.19	68.37	-ไม่มี-
Minor Food Group (Singapore) Pte. Ltd.	-	ประเทศสิงคโปร์	เป็นเจ้าของ	- สิทธิการเช่า - ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่าร้านอาหาร	- 72.63	0.82 80.16	-ไม่มี- -ไม่มี-
The Minor Food Group (China) Limited	-	ประเทศสาธารณรัฐ ประชาชนจีน	เป็นเจ้าของ	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่าร้านอาหาร	119.00	113.18	-ไม่มี-

บริษัท	ขนาด ที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2561	ณ 31 ธ.ค. 2560	
Over Success Enterprise	-	ประเทศสาธารณรัฐ ประชาชนจีน	เป็นเจ้าของ	- สิทธิการเช่า - ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า ร้านอาหาร	6.81 240.53	10.85 265.94	-ไม่มี- -ไม่มี-
Minor DKL Food Group Pty. Ltd.	-	ประเทศออสเตรเลีย	เป็นเจ้าของ	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า ร้านอาหาร	156.11	140.90	-ไม่มี-
The Minor Food Group (Myanmar) Limited	-	ประเทศพม่า	เป็นเจ้าของ	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า ร้านอาหาร	15.93	22.09	-ไม่มี-
Primacy Investment Limited	-	ประเทศมัลดีฟส์	เป็นเจ้าของ	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า ร้านอาหาร	47.76	36.77	-ไม่มี-
The Minor Food Group (India) Private Limited	-	ประเทศอินเดีย	เป็นเจ้าของ	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า ร้านอาหาร	-	17.90	-ไม่มี-
Minor Food (Seychelles) Limited	-	ประเทศเซเชลส์	เป็นเจ้าของ	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า ร้านอาหาร	8.10	8.13	-ไม่มี-
Benihana (U.K.) Limited	-	ประเทศอังกฤษ	เป็นเจ้าของ	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า ร้านอาหาร	22.00	-	ไม่มี
รวม					3,288.16	2,873.10	
อื่นๆ					81.82	113.13	
รวมธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม					3,369.98	2,986.23	

ธุรกิจจัดจำหน่ายและรับจ้างผลิต

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2561	ณ 31 ธ.ค. 2560	
บจก. นวศรี แมนูแฟคเจอร์	-	60/185 หมู่ 19 ซอย 17 นิคมอุตสาหกรรม นวนคร อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี	เป็นเจ้าของ	- ที่ดินและอาคาร	84.81	88.47	-ไม่มี-
บมจ. ไมเนอร์ คอร์ปอเรชั่น	-	ศูนย์การค้า เซ็นทรัล ซิตี้ บางนา ห้องเลขที่ 117	สิทธิการเช่า 16 ปี 10 เดือน (สิ้นสุดปี 2566)	- สิทธิการเช่าพื้นที่	1.65	3.06	-ไม่มี-
บจก. เอสมิโด แพชั่น	-	ศูนย์การค้า เอ็มโพเรียม ห้องเลขที่ 2S23 และ 2P24	สิทธิการเช่า 24 ปี (สิ้นสุดปี 2564)	- สิทธิการเช่าพื้นที่	2.96	4.40	-ไม่มี-
				- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่าใน ศูนย์การค้า	21.13	19.22	-ไม่มี-
บจก. อาร์มิน ซิสเต็มส์	-	99 อาคารเบอรี่ลัคเกอร์ ชั้น 16 ซ. รุเปีย ถ. สุขุมวิท 42 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย	สิทธิการเช่า	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่าใน ศูนย์การค้า	298.56	202.7	-ไม่มี-
รวม					409.11	317.85	
อื่นๆ					6.44	2.84	
รวมธุรกิจจัดจำหน่ายและรับจ้างผลิต					415.55	320.69	

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนของบริษัท และบริษัทย่อย

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2561	ณ 31 ธ.ค. 2560	
บจก. รอยัล การ์เด้น พลาซ่า	8	218 หมู่ 10 เมืองพัทยา	สิทธิการเช่า 30 ปี (สิ้นสุดปี 2561)	- อาคารศูนย์การค้า 1 หลัง 3 ชั้น	45.49	44.25	-ไม่มี-
	2	889 หมู่ 3 หาดไม้ขาว จ. ภูเก็ต	เป็นเจ้าของ	- อาคารศูนย์การค้า 1 หลัง 2 ชั้น	91.41	98.43	-ไม่มี-
บจก ไมเนอร์ ดีเวลลอปเม้นท์	ที่ดิน และ อาคาร 3 ไร่ 30 ตรว.	101/97 นิคมอุตสาหกรรม นวนคร หมู่ 20 ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี	เป็นเจ้าของ	- ที่ดินและอาคาร	7.98	7.98	-ไม่มี-
	ที่ดิน 2 ไร่ 3 งาน 64 ตรว.	ถ.พระราม 9 ห้วยขวาง กรุงเทพฯ	เป็นเจ้าของ	- ที่ดินเปล่า	-	32.87	-ไม่มี-
บจก.เจ้าพระยา รีซอร์ท	-	257/6 ถ.เจริญนคร แขวง สำเหร่ เขตธนบุรี กรุงเทพฯ	เป็นเจ้าของ	- อาคารศูนย์การค้า	948.13	988.10	-ไม่มี-
บจก. เอ็ม ไอ สแควร์	1 ไร่ 122 ตรว.	889/1 ต.ไม้ขาว อ.ถลาง จ. ภูเก็ต	เป็นเจ้าของ	- อาคารศูนย์การค้า	93.23	-	-ไม่มี-
บริษัท เอสเค 2 อินเวสต์เม้นท์ ฟิฟตี แอลทีดี	273 ตรม.	889 ถ.เจริญนคร แขวงคลองตันใหม่ เขตคลองสาน กรุงเทพฯ	เป็นเจ้าของ	- ห้องชุด 1 ห้อง	-	18.08	-ไม่มี-
รวมอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน					1,186.24	1,189.71	

มูลค่าสุทธิทางบัญชีของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ มีดังนี้

หน่วย: ล้านบาท

ทรัพย์สินของบริษัท และบริษัทย่อย	ราคาทุน ณ วันที่		อายุการใช้งาน* (ปี)	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่	
	31 ธ.ค. 61	31 ธ.ค. 60		31 ธ.ค. 61	31 ธ.ค. 60
ที่ดินและส่วนปรับปรุง ที่ดิน	51,600.78	11,366.12	อายุสัญญาเช่า 5 ปี 20 ปี และ 30 ปี	51,229.99	11,008.27
อาคารและอุปกรณ์ ประกอบ	104,501.38	34,907.07	อายุสัญญาเช่า 5, 10, 20, 30, 40 และ 60 ปี	58,257.57	23,654.11
สิ่งปรับปรุงอาคาร	11,507.81	10,539.02	อายุสัญญาเช่า และ 10 ปี	6,094.67	5,646.67
เครื่องตกแต่งติดตั้งและ อุปกรณ์สำนักงาน และ อุปกรณ์อื่น	32,550.98	16,488.82	4 – 15 ปี	8,825.91	6,079.80
ยานพาหนะ	458.95	395.34	4 - 5 ปี	122.61	121.90
เครื่องใช้ในการ ดำเนินงาน	5,477.78	4,722.16	-	2,545.43	1,978.57
งานระหว่างก่อสร้าง	6,048.71	2,886.99	-	6,048.71	2,886.99
รวม	212,146.39	81,305.53		133,124.90	51,376.31

* ยกเว้นที่ดินซึ่งมีอายุการให้ประโยชน์ไม่จำกัด

มูลค่าสุทธิทางบัญชีของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนมีดังนี้

หน่วย: ล้านบาท

ทรัพย์สินของบริษัท และบริษัทย่อย	ราคาทุน ณ วันที่		อายุการใช้งาน (ปี)	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่	
	31 ธ.ค. 61	31 ธ.ค. 60		31 ธ.ค. 61	31 ธ.ค. 60
ที่ดินและส่วนปรับปรุง ที่ดิน	24.36	57.23	-	23.10	55.97
อาคารและส่วนปรับปรุง อาคาร	2,470.59	2,392.36	-	1,163.15	1,133.74
รวม	2,494.95	2,449.59		1,186.25	1,189.71

มูลค่าสุทธิทางบัญชีของสิทธิการเช่ามีดังนี้

หน่วย: ล้านบาท

ทรัพย์สินของบริษัท และบริษัทย่อย	ราคาทุน ณ วันที่		อายุการใช้งาน (ปี)	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่	
	31 ธ.ค. 61	31 ธ.ค. 60		31 ธ.ค. 61	31 ธ.ค. 60
สิทธิการเช่า	4,995.24	4,405.90	อายุสัญญาเช่า	2,393.68	2,458.48
รวม	4,995.24	4,405.90		2,393.68	2,458.48

บริษัทใช้นโยบายการบัญชีเกี่ยวกับค่าความนิยมและการรวมธุรกิจตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 3 เรื่องการรวมธุรกิจ โดยการเปรียบเทียบต้นทุนการซื้อเงินลงทุนกับมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์และหนี้สินที่กำหนดได้ ณ วันที่เกิดรายการ อันมีผลทำให้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 และ 2560 บริษัทและบริษัทย่อยมีมูลค่าสุทธิของทรัพย์สินถาวรรวมการปรับมูลค่ายุติธรรมสุทธิ 27,263.21 ล้านบาท และ 6,092.15 ล้านบาท ตามลำดับ

4.2 ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญในการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย

ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญในการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย มีดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตน	ราคาทุน ณ วันที่		อายุการใช้ งาน (ปี)	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่	
	31 ธ.ค. 61	31 ธ.ค. 60		31 ธ.ค. 61	31 ธ.ค. 60
สิทธิในการบริหารสินทรัพย์	9,970.42	4,700.18	40 ปี	6,702.74	3,907.68
ทรัพย์สินทางปัญญา	586.36	601.05	-	468.84	502.42
ต้นทุนการพัฒนาแฟรนไชส์	166.93	166.93	1-3 ปี	2.80	2.89
ค่าลิขสิทธิ์	240.90	222.29	3-20 ปี	80.00	76.23
ค่าความนิยม	7,779.89	9,168.65	-	7,383.39	7,609.59
เครื่องหมายการค้า	45,901.18	5,581.91	-	45,865.75	6,960.08
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	4,663.91	1,668.20	3-10 ปี	1,496.67	587.23
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ระหว่าง ติดตั้ง	321.10	229.61	-	321.10	229.61
รวม	69,630.70	22,338.82		62,321.30	19,875.74

4.3 นโยบายการลงทุน

จากงบการเงินเฉพาะของบริษัทสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วมและกิจการร่วมค้าในธุรกิจโรงแรม อาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เป็นจำนวนรวม 8,951 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.86 ของสินทรัพย์รวม ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายลงทุนผ่านบริษัทย่อย บริษัทร่วม และกิจการร่วมค้า โดยบริษัทจะพิจารณาลงทุนในธุรกิจที่สนับสนุนให้บริษัทสามารถพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับสินค้าและบริการในระดับที่สมบูรณ์ เห็นถึงความพึงพอใจของลูกค้า

สำหรับการกำกับดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม บริษัทได้แต่งตั้งผู้บริหารของบริษัทเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการและผู้บริหารในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม เพื่อร่วมดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม นอกจากนี้ บริษัทยังมอบหมายให้ตัวแทนของบริษัทในฐานะผู้ถือหุ้น เข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาออกเสียงในที่ประชุมผู้ถือหุ้นตามนโยบายและหลักการของบริษัท

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทและบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทและบริษัทย่อย ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ

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

เป็นผู้ดำเนินธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม ซึ่งรวมถึงโครงการพัฒนาที่อยู่อาศัยเพื่อขาย โครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลา และให้เข้าศูนย์การค้าและอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจบันเทิง และธุรกิจจัดจำหน่าย

สำนักงานใหญ่

เลขทะเบียนบริษัท 0107536000919 (เดิม บมจ. 165)

เลขที่ 99 อาคารเบอร์ลิคเกอร์ ชั้นที่ 16

ซอยรุมเปีย ถนนสุขุมวิท 42

แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ : +66 (0) 2365 7500

โทรสาร : +66 (0) 2365 7798-9

เว็บไซต์ : <http://www.minor.com>

ทุนเรือนหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561

ทุนจดทะเบียน : 4,618,914,291 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 4,618,914,291 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 9000

โทรสาร : +66 (0) 2009 9991

E-mail : SETContactCenter@set.or.th

เว็บไซต์ : <http://www.set.or.th>

นายทะเบียนหุ้นกู้

นายทะเบียนหุ้นกู้ MINT ครั้งที่ 1/2555 ชุดที่ 2

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ฝ่ายบริการธุรกิจหลักทรัพย์

อาคารสำนักงานใหญ่ พหลโยธิน ชั้นที่ 11

เลขที่ 400/22 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน

เขตปทุมธานี กรุงเทพฯ 10400

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 ครั้งที่ 1/2561 ชุดที่ 1 และชุดที่ 2

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 9 ถนนรัชดาภิเษก เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

นายทะเบียนหุ้นกู้ MINT ครั้งที่ 2/2554 ชุดที่ 2
ครั้งที่ 1/2560 ครั้งที่ 1/2561
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 1222 ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง
เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120

นายทะเบียนหุ้นกู้ MINT ครั้งที่ 1/2561
The Bank of New York Mellon SA/NV, Luxembourg Branch
Vertigo Building – Polaris
2-4 rue Eugène Ruppert
L-2453 Luxembourg

ผู้สอบบัญชี

บริษัท ไพร์ซวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอเปเอส 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 อาคารวิจารณ์การ

เลขที่ 183 ถนนสาทรใต้

แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120

โทรศัพท์ : +66 (0) 2676 6667-8

โทรสาร : + 66 (0) 2676 6188

บริษัท เคนเนดีส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ชั้นที่ 29 อาคารสาทรสแควร์ ห้องเลขที่ 2901-2904

เลขที่ 98 ถนนสาทรเหนือ

แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

โทรศัพท์: +66 (0) 2491 4800

โทรสาร: +66 (0) 2055 0100

บริษัทย่อย บริษัทร่วม และกิจการร่วมค้า

ไมเนอร์ โฮเทลส์

สามารถตรวจสอบสถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่และประเภทธุรกิจได้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 14

บริษัท	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว (หุ้น)	ถือหุ้นโดย	สัดส่วนการถือหุ้น
1 บริษัท เจ้าพระยา ริชอร์ต จำกัด	12,000,000	MINT	81.2%
2 บริษัท หัวหิน ริชอร์ต จำกัด ("HHR")	2,000,000	MINT	100.0%
3 บริษัท เอ็มเอชจี เอ็นพาร์ค ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด	10,000,000	HHR	50.0% *
4 บริษัท ลายัน บางเทา ดีเวลlopเม้นท์ จำกัด	500,000	HHR	50.0% *
รวมหุ้นที่ถือโดย PBCO			
5 บริษัท แมริม เทอเรซ ริชอร์ต จำกัด	3,000,000	MINT	45.3%
6 บริษัท สมุย ริชอร์ต แอนด์ สปา จำกัด	100,000	MINT	100.0%
7 บริษัท โรงแรม ราชดำริ จำกัด (มหาชน) ("RHC")	45,000,000	MINT	99.2%
8 บริษัท เอ็มไอ 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 เฮลแลนด์เอ พาร์ค จำกัด	4,000,000	BBC	50.0% *
12 บริษัท สมุย วิลเลจ จำกัด ("SVL")	375,000	MINT	100.0%

บริษัท	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว (หุ้น)	ถือหุ้นโดย	สัดส่วนการถือหุ้น	
13 บริษัท โคได้ ปาล์ม โฮลเทล แอนด์ รีสอร์ท จำกัด	1,730,000	MINT	100.0%	
14 บริษัท โกโก้ ริคริเอชั่น จำกัด	10,000	MINT	100.0%	
15 บริษัท สมุย บีช คลับ โอนเนอร์ จำกัด	10,000	MINT	100.0%	
16 บริษัท รอยัล การ์เด้น พลาซ่า จำกัด ("RGP")	750,000	MINT	100.0%	
17 บริษัท นายณ์ แอนด์ อาร์คิฟ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด	100,000	RGP	40.0%	*
18 บริษัท เอ็มสเปา อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ("MST")	410,000	MINT	100.0%	
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%	
22 บริษัท ไมเนอร์ โฮเทล กรุ๊ป จำกัด ("MHG")	1,079,307	MINT	100.0%	
รวมหุ้นที่ถือโดย MGS				
23 บริษัท ไมเนอร์ ชีฟพลาย เซน โซลูชันส์ จำกัด	262,515	MINT	100.0%	
24 บริษัท ไมเนอร์ โกลบอล โซลูชันส์ จำกัด ("MGS")	500,000	MINT	100.0%	
25 บริษัท เจ้าพระยา ริชชอร์ท 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	RGRI	50.0%	*
28 Harbour View Corporation Limited	8,383,476	RGRI	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 Pcl.	75,514,738	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 Anantara Vacation Club (HK) Limited ("AVC V (HK)")	10,000	AVC V	100.0%	
37 Sanya Anantara Consulting Limited	USD 500,000	AVC V (HK)	100.0%	
38 บริษัท ภูเก็ต บีช คลับ โอนเนอร์ จำกัด ("PBCO")	10,000	MINT	100.0%	
39 บริษัท เอ็มเอชจี ภูเก็ต จำกัด	2,443,000	MINT	100.0%	
รวมหุ้นที่ถือโดย SVL				
40 บริษัท ไมเนอร์ สกาย ไรเดอร์ จำกัด	70,000	MINT	100.0%	
41 บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)	490,408,365	MINT	35.8%	*
42 Minor Continental Holding (Mauritius) ("MCHM")	EUR 13,500	MINT	100.0%	
43 Minor Continental Holding (Luxembourg) S.A.R.L ("MCHL")	EUR 12,500	MCHM	100.0%	
44 Minor Continental (Portugal) SGPS, S.A. ("MCP")	EUR 36,000,000	MCHL	100.0%	
45 Pojuca S.A. ("Pojuca")	หุ้นสามัญ 91,138,377 หุ้นบุริมสิทธิ 68,505,744	MCHL	100.0%	
46 Marinoteis S.A. ("Marinoteis")	6,300,000	MCP	100.0%	
47 Coimbra Jardim Hotel S.A.	3,650,000	MCP	100.0%	
48 Tivoli Gave do Oriente S.A.	500,000	MCP	100.0%	
49 บริษัท ราชดำริ เรสซิเดนซ์ จำกัด ("RRL")	5,000,000	MI	100.0%	
50 บริษัท ราชดำริ ลอดจิ้งจิก จำกัด	300,000	MI	100.0%	
51 บริษัท สตาร์ เทรเวลเลอร์ จำกัด	10,000	MI	49.0%	
52 บริษัท ชูมา กรุงเทพ จำกัด	160,000	MI	51.0%	*
53 Corbin & King Limited <small>หมายเหตุ</small>	23,335,391	MI	74.0%	
54 Avadina Hills Co., Ltd.	50,000	RRL	50.0%	*
รวมหุ้นที่ถือโดย SBR				

บริษัท	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว (หุ้น)	ถือหุ้นโดย	สัดส่วนการถือหุ้น	
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")	58,569,572	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 Cardamom Tented Camp Co., Ltd.	100,000	MHG	35.0%	*
62 Lodging Management (Labuan) Limited	1,000	HIIL	100.0%	
63 Lodging Management (Mauritius) Limited ("LMM")	1,000	HIIL	100.0%	
64 PT Lodging Management (Indonesia) Limited	1,500	HIIL	93.3%	
65 Jada Resort and Spa (Private) Limited ("Jada")	412,877,494	HIIL	87.0%	
66 Paradise Island Resorts (Private) Limited	6,000,000	Jada	100.0%	
67 Kalutara Luxury Hotel and Resort (Private) Limited	193,709,415	Jada	87.0%	
68 PH Resort (Private) Ltd.	271,767	HIIL	49.9%	*
69 Zanzibar Tourism and Hospitality Investment Limited	2	HIIL	50.0%	*
70 Tanzania Tourism and Hospitality Investment Limited	2	HIIL	50.0%	*
71 Sothea Pte. Ltd.	1,450	LMM	80.0%	
72 Minor Hotel Group South Africa (PTY) Limited	1,000	LMM	100.0%	
73 O Plus E Holdings Private Limited	1,050,000	LMM	50.0%	*
74 MHG IP Holding (Singapore) Pte. Ltd.	1	MHGIH	100.0%	
75 Vietnam Hotel Projekt B.V. ("VHP")	EUR 22,863	MHGIH	100.0%	
76 Bai Dai Tourism Company Limited	VND 282,761,507,975	VHP	100.0%	
77 Hoi An Riverpark Hotel Company Limited	USD 1,080,000	VHP	91.0%	
78 MHG Management (India) Private Limited	10,000	MHGIH	100.0%	
79 Rani Minor Holding Limited ("Rani")	50,000,000	MHGIH	25.0%	*
80 MHG Australia Holding Pte. Ltd. ("MHGAH")	1	MHGIH	100.0%	
81 MHG Australia Investments Pty, Ltd.	100	MHGIP	100.0%	
82 PT Wika Realty Minor Development	260,000	MHGIH	50.0%	*
83 MHG GP Pte. Ltd.	5,150,002	MHGIH	50.0%	*
84 Plexus Maldives Private Limited	471,600	MHGIH	50.0%	
85 MHG Continental Holding (Singapore) Pte. Ltd. ("MHGCHS")	162,000	MHGIH	100.0%	
86 NH Hotel Group S.A. <small>หมายเหตุ</small>	392,180,243	MHGCHS	94.1%	
87 Sands Hotels (Pty) Limited	NAD 100	MHGIHM	100.0%	
88 Minor Hotel Group Gaborone (Proprietary) Limited ("Gaborone")	500,000	MHGIHM	80.0%	
89 Letsatsi Casino (Pty) Ltd.	3,000	Gaborone	80.0%	
90 Minor Hotel Group MEA DMCC	50	MHGIHM	100.0%	
91 MHG Desaru Hotel Sdn. Bhd.	หุ้นสามัญ 7,000,000	MHGIHM	60.0%	
หุ้นบริมสิทธิแปลงสภาพที่สามารถเรียกคืนได้ 74,000,012				
92 MHG Desaru Villas Sdn. Bhd.	หุ้นสามัญ 3,000,000	MHGIHM	60.0%	
หุ้นบริมสิทธิแปลงสภาพที่สามารถเรียกคืนได้ 37,000,008				
93 MHG Lesotho (Proprietary) Limited	12,628	MHGIHM	46.9%	*
94 MHG Signity Assets Holding (Mauritius) Limited	100,000	MHGIHM	50.0%	*
95 Minor Hotels Zambia Limited	50,000	MHGIHM	100.0%	

* สัดส่วนในส่วนได้เสีย

หมายเหตุ: สามารถค้นหาบริษัทในกลุ่ม Corbin and King, NH Hotel Group เพิ่มเติมได้ในเหตุประกอบงบการเงินข้อ 14

ไมเนอร์ ฟู้ด

สามารถตรวจสอบสถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ และประเภทธุรกิจได้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 14

บริษัท	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว (หุ้น)	ถือหุ้นโดย	สัดส่วนการถือหุ้น
1 บริษัท เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ("MFG")	32,730,684	MINT	99.7%
2 บริษัท สเวนเซ่นส์ (ไทย) จำกัด	1,000,000	MFG	100.0%
3 บริษัท ไมเนอร์ ซีส์ จำกัด	600,000	MFG	100.0%
4 บริษัท ไมเนอร์ แดรี่ จำกัด	600,000	MFG	100.0%
5 บริษัท ไมเนอร์ ดีคิว จำกัด	160,000	MFG	100.0%
6 บริษัท เบอร์เกอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	3,700,000	MFG	97.0%
7 บริษัท เอสแอลอาร์ที จำกัด	4,000,000	MFG	100.0%
8 บริษัท เดอะ คอฟฟี่ คลับ (ประเทศไทย) จำกัด	1,220,000	MFG	100.0%
9 บริษัท เคเทอริง แอสโซซิเอตส์ จำกัด	50,000	MFG	51.0%
10 บริษัท พีแคน เดอลุกซ์ (ประเทศไทย) จำกัด	1,050,000	MFG	49.9% *
11 บริษัท บีทีเอ็ม (ไทยแลนด์) จำกัด	2,532,614	MFG	50.0% *
12 บริษัท ซีเลค เซอร์วิส พาร์تنอร์ จำกัด ("SSP")	450,000	MFG	51.0% *
13 บริษัท เอ็มเอสซี 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 บริษัท อาร์ต ออฟ เบคกิ้ง จำกัด	1,581,002	MFG	99.9% *
18 Franchise Investment Corporation of Asia Ltd. ("FICA")	6,494,250	IFH	100.0%
19 Sizzler China Pte. Ltd.	2	IFH	50.0% *
20 The Minor (Beijing) Restaurant Management Co., Ltd.	RMB 135,000,000	FICA	100.0%
21 Delicious Food Holding (Singapore) Pte. Ltd. ("DFHS")	9,201,000	Primacy	100.0%
22 MFG International Holding (Singapore) Pte. Ltd. ("MFGIHS")	72,483,745	Primacy	100.0%
23 Minor Food Group (Singapore) Pte. Ltd. ("MFGS") <small>หมายเหตุ</small>	326,086	Primacy	92.0%
24 Liwa Minor Food & Beverage LLC	3,000	Primacy	49.0% *
25 BreadTalk Group Limited	281,890,148	Primacy	14.2% *
26 The Food Theory Group Pte. Ltd. ("Food Theory")	338,000	MFGS	100.0%
27 Ya Hua International Pte. Ltd.	700,000	Food Theory	50.0% *
28 Delicious Food Australia Finance Pty. Ltd.	59,000,100	DFHS	100.0%
29 MHG Hotel Holding Australia Pty. Ltd. ("MHH")	15,300,100	DFHS	100.0%
30 Delicious Food Holding (Australia) Pty. Ltd. ("DFHA")	10	DFHS	100.0%
31 Oaks Hotels & Resorts Limited ("Oaks") <small>หมายเหตุ</small>	189,131,898	MHH	70.0%
32 Minor DKL Food Group Pty. Ltd. ("DKL") <small>หมายเหตุ</small>	46,000,000	DFHA	70.0%
33 Nomad Coffee Group Pty. Ltd. ("Nomad") <small>หมายเหตุ</small>	13,200,000	DKL	49.0% *
34 The Minor Food Group (India) Private Limited	24,077,144	MFGIHS	70.0%
35 Over Success Enterprise Pte. Ltd. ("Over Success") <small>หมายเหตุ</small>	10,000	MFGIHS	100.0%
36 Patara Fine Thai Cuisine Limited	13,700,000	MFGIHS	50.0% *
37 The Minor Food Group (Myanmar) Limited	2,000,000	MFGIHS	100.0%
38 Grab Food Ltd.	1,572,500	MFGIHS	70.0%
39 Minor Food (Seychelles) Limited	1,500,000	Primacy	100.0%
40 Benihana Holding Pte. Ltd.	16,560,380	MFGIHS	75.0%

* สัดส่วนในส่วนได้เสีย

หมายเหตุ: สามารถค้นหาบริษัทในกลุ่ม MFGS, Oaks, DKL, Nomad, Over Success เพิ่มเติมได้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 14

ไมเนอร์ ไลฟ์สไตล์

สามารถตรวจสอบสถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ และประเภทธุรกิจได้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 14

บริษัท	จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว (หุ้น)	ถือหุ้นโดย	สัดส่วนการถือหุ้น
1 บริษัท ไมเนอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ("MCL")	489,770,722	MINT	99.9%
รวมหุ้นที่ถือโดย MFG			
2 บริษัท อาร์มิน ซิสเต็มส์ จำกัด	1,100,000	MCL	100.0%
3 บริษัท นวศรี แมนูแฟคเจอร์ส 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 ไมเนอร์ ไลฟ์สไตล์ จำกัด ("MLL")	350,000	MCL	100.0%
7 บริษัท เอสมิโด แพชั่นส์ จำกัด	13,000,000	MCL	90.8%
8 บริษัท ไมเนอร์ แพชั่น จำกัด	300,000	MCL	100.0%