

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมายหรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท

เป็นผู้นำในธุรกิจที่ส่งมอบประสบการณ์อันยอดเยี่ยม เน้นความคุ้มค่า เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดและผลกระทบเชิงบวกให้กับลูกค้าและทุกฝ่ายที่มีส่วนในความสำเร็จของเรา

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี 2562 เป็นอีกปีแห่งการเปลี่ยนแปลงเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งของบริษัทในการแข่งขันในเวทีโลก ด้วยโลกในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ไมเนอร์อินเตอร์เนชั่นแนลจะเริ่มก้าวสู่ช่วงของการเปลี่ยนแปลงและปฏิรูปองค์กร จากโรงแรมเพียงแห่งเดียวและร้านอาหารหนึ่งสาขาในพม่า บริษัทได้ขยายธุรกิจจนปัจจุบันมีโรงแรมในเครือทั้งหมด 535 แห่ง ร้านอาหาร 2,377 สาขา และจุดจำหน่ายสินค้า 485 แห่งภายใต้แบรนด์ที่หลากหลายใน 65 ประเทศ ในปี 2562 ที่ผ่านมา บริษัทยังคงสร้างรากฐานเพื่อการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยธุรกิจโรงแรมมุ่งขยายแบรนด์ที่หลากหลายของบริษัทไม่ใช่เฉพาะในประเทศที่บริษัทดำเนินธุรกิจอยู่ แต่รวมถึงประเทศใหม่ ๆ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ในการเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าและเพิ่มความสามารถในการขายห้องพักระหว่างโรงแรมในเครือของบริษัท ในปี 2562 บริษัทได้เปิดตัวโรงแรม 32 แห่งภายใต้แบรนด์อันตรา, อวานี, เอ็นเอช คอลเลกชั่น, เอ็นเอช โฮเทลส์, โฮคัส และนาอ ในประเทศไทย, มาเลเซีย, เกาหลีใต้, กัมพูชา, อินโดนีเซีย, เยอรมนี, เนเธอร์แลนด์, สเปน, ไอร์แลนด์, เบลเยียม, โปรตุเกส, อิตาลี, สหราชอาณาจักร, มอริเชียส, สหราชอาณาจักรเอมิเรตส์, ตูนิเซีย, ซิลี, อาร์เจนตินา, เม็กซิโก, ออสเตรเลีย, นิวซีแลนด์, แคนาดา และเคนยา นอกจากนี้ ครึ่งนี้เป็นครั้งแรกที่บริษัทเลือกใช้กลยุทธ์การหมุนเวียนสินทรัพย์เพื่อที่จะนำเงินทุนไปใช้สำหรับโครงการที่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่า โดยในระหว่างปี ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนลประสบความสำเร็จในการเข้าทำ 2 ธุรกิจ ซึ่งได้แก่ การขายและเช่ากลับโรงแรม 3 แห่งในเมืองลิสบอน และการขายเงินลงทุนในโรงแรมอีก 3 แห่งในประเทศมัลดีฟส์ ทั้งนี้ แม้ว่าบริษัทจะไม่ได้ถือกรรมสิทธิ์ในโรงแรมทั้ง 6 แห่งอีกต่อไป แต่โรงแรมดังกล่าวจะยังคงเป็นส่วนหนึ่งของไมเนอร์ โฮเทลส์ ในฐานะโรงแรมเช่าบริหารและโรงแรมภายใต้สัญญาบริหารจัดการ ในขณะเดียวกัน การรวมการดำเนินงานของเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป ได้เปิดโอกาสเชิงกลยุทธ์ในการร่วมมือกันให้กับทั้ง 2 บริษัท ยกตัวอย่างเช่น แปรนติโรงแรมหรือนันตรา ช่วยให้เอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ปประสบความสำเร็จในการเข้าทำการเช่าบริหารกลุ่มโรงแรมอันตราเกียรดิในทวีปยุโรป ซึ่งเคยบริหารภายใต้ชื่อ Boscolo อีกทั้งด้วยความสัมพันธ์เชิงธุรกิจของเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ปกับนักลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ ส่งผลให้บริษัทประสบความสำเร็จในการทำธุรกรรมการขายและเช่ากลับโรงแรมทีโวลี สำหรับธุรกิจร้านอาหาร บริษัทเสริมสร้างความแข็งแกร่งในฐานะผู้ประกอบการร้านอาหารในประเทศไทยด้วยการเข้าซื้อบอนซอน ซึ่งเป็นแบรนด์ภัตตาคารสไตล์เกาหลียอดนิยม บริษัทเล็งเห็นถึงศักยภาพในการเติบโตของตลาดอาหารประเภทไก่ในประเทศไทย บอนซอนจะเป็นหนึ่งในแรงขับเคลื่อนหลักของผลการดำเนินงานของไมเนอร์ ฟู้ดในปี 2563 และปีต่อไป โดยแบรนด์บอนซอนช่วยเพิ่มความหลากหลายให้กับเครือร้านอาหารของไมเนอร์ ฟู้ด ทั้งในแง่ของแบรนด์และแนวคิดร้านอาหาร ในทางกลับกัน บอนซอนจะสามารถใช้ประโยชน์จากฐานการดำเนินงานที่แข็งแกร่งของไมเนอร์ ฟู้ด เพื่อเร่งแผนการขยายสาขา ในขณะที่ยังสามารถรักษาคุณภาพของอาหารไว้ได้

ทั้งนี้ บริษัทพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจจัดจำหน่ายและผลิตสินค้า โดยมีรายละเอียดที่สำคัญในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ดังนี้

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 - ขายหุ้นในแบรนดเปเปอร์ อควัม ซึ่งบริษัทถือหุ้นอยู่ร้อยละ 50 - เปิดตัวโจเซฟ โจเซฟ แบรนดผลิตภัณฑ์เครื่องครัวดีไซน์อันทันสมัยจากสหราชอาณาจักร ในประเทศไทย
เมษายน	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดตัวแบรนดอนันตราและอวานีในทวีปยุโรป ด้วยการรีแบรนดโรงแรมทิวาลี 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 สวิต ภายใต้สัญญาบริหารจัดการห้องชุด (Management Letting Rights Contract) ในเมืองไฮคแลนด์ ประเทศนิวซีแลนด์ - เข้าลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 50 ร่วมกับบริษัท คาจิมา คอร์ปอเรชั่น เพื่อพัฒนาและบริหาร โครงการบ้านพักตากอากาศ ภายใต้ชื่อ อวาคินา ฮิลล์ บาย อนันตรา ในจังหวัดภูเก็ต - เข้าลงทุนในโครงการพัฒนาศถานที่พักผ่อนเพื่อรองรับสมาชิกของโครงการอนันตรา 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 เตินท์ แคมปี ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัท เพื่อปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพในประเทศกัมพูชา
กันยายน	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดตัวแบรนดทิวาลีในภูมิภาคตะวันออกกลาง ด้วยการเปิดให้บริการโรงแรมซุค วาคิฟ บูติก โฮเทลส์ บาย ทิวาลี ในเมืองโดฮา ประเทศกาตาร์ - เปลี่ยนชื่อธุรกิจ ไมเนอร์ เอ็ดดูเคชั่น ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายสื่อในการเรียนรู้และหนังสือเด็ก ในประเทศไทย เป็น “ไมเนอร์ สมาร์ท คิดส์”

	<ul style="list-style-type: none"> - 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 เรสซิเดนเซส
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 เรสซิเดนเซส ภายใต้สัญญาบริหารจัดการห้องชุด (Management Letting Rights Contract) ในรัฐควีนส์แลนด์ ประเทศออสเตรเลีย - เปิดร้านอาหารเบอร์เกอร์ คิง และเดอะ คอฟฟี่ คลับสาขาแรกในประเทศเซเชลส์ - เปิดตัวโอวีเอส คิตส์ แบรินด์เสื้อผ้าอันดับหนึ่งจากประเทศอิตาลี ในท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง อาคาร 2 กรุงเทพฯ ประเทศไทย
2561	
กุมภาพันธ์	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดโรงแรมชันเซิร์ท โคสต์ สมุย รีสอร์ท แอนด์ วิลล่าส์ บายอวานี ในสมุย ประเทศไทย ซึ่งบริษัทได้เข้าซื้อโรงแรมและปิดปรับปรุงตั้งแต่เดือนตุลาคมปี 2559
มีนาคม	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดโรงแรมโรงแรมอวานี เซ็นทรัล เมลเบิร์น เรสซิเดนเซส 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 ในเบนียานา โฮลดิ้ง ซึ่งเป็นผู้นำในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารเทปายากิสไตล์ญี่ปุ่นใน 12 ประเทศ - เปิดตัวโรงแรมคาฟาวู เฮ้าส์ ซึ่งเป็นที่พักชาวฟารีหูลู 5 ห้อง บริหารโดยเอเลวาน่า คอลเลคชั่น ในประเทศเคนยา
พฤษภาคม	<ul style="list-style-type: none"> - เข้าถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 8.6 ในเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป ซึ่งเป็นผู้นำในการดำเนินธุรกิจโรงแรมในทวีปยุโรป ด้วยโรงแรมทั้งหมด 350 แห่ง ในเกือบ 30 ประเทศ
มิถุนายน	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นในเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป เป็นร้อยละ 29.8 และประกาศทำคำเสนอซื้อหุ้นของ เอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป โดยสมัครใจ - ได้รับสิทธิให้เป็นตัวแทนจำหน่ายโบเด็ม ซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องชงกาแฟและเครื่องครัวจากประเทศเดนมาร์ก แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย

กรกฎาคม	- บริหารโรงแรมทิวาลี เอโวร่า ฮิลล์ รีสอร์ท ซึ่งมีห้องพักเพื่อให้บริการจำนวน 56 ห้อง ในประเทศโปรตุเกส
สิงหาคม	- เปิดให้บริการโรงแรมไฮคัส รีสอร์ท แอนด์ สปา ฮาร์วี เบย์ ภายใต้สัญญาบริหารจัดการห้องชุด ในรัฐควีนส์แลนด์ ประเทศออสเตรเลีย
กันยายน	- เข้าร่วมทุนกับบริษัท ศรีฟ้าโพธิ์พุด จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 51 เพื่อลงทุนในโรงงานผลิตสินค้าเบเกอรี่ในประเทศไทย - เข้าบริหารโรงแรมซูด อัล วาครา กาตาร์ บาย ทิวาลี ซึ่งมีห้องพักเพื่อให้บริการจำนวน 101 ห้อง ในประเทศกาตาร์ - เข้าบริหารโรงแรมอัล นาจาดา โดฮา บาย ทิวาลี ซึ่งมีห้องพักเพื่อให้บริการจำนวน 151 ห้อง ในประเทศกาตาร์ - ออกหุ้นกู้ด้อยสิทธิที่มีลักษณะคล้ายหุ้นสกุลเงินบาทจำนวน 15,000 ล้านบาท
ตุลาคม	- ทำคำเสนอซื้อหุ้นของเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป เสร็จสิ้น ส่งผลให้บริษัทถือหุ้นในเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป ทั้งสิ้นในสัดส่วนร้อยละ 94.1 ในปัจจุบัน - เข้าร่วมทุนกับบริษัท Vietnam Investments Group เพื่อเป็นผู้รับสิทธิดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์หลักของแบรนด์เดอะ คอฟฟี่ คลับในประเทศเวียดนาม - เปิดตัวเซฟ มาย แบค แบรินด์กระเป๋าสตางค์และเครื่องประดับจากประเทศอิตาลี ในประเทศไทย - ออกหุ้นกู้สกุลเงินยูโร ประเภทไม่ด้อยสิทธิและไม่มีประกัน จำนวน 80 ล้านยูโร
พฤศจิกายน	- เปิดให้บริการโรงแรมไฮคัส แซนไท รีสอร์ท แอนด์ คาเฟ่ วิลลา โดยมีห้องพักเพื่อให้บริการจำนวน 26 ห้อง ในประเทศเวียดนาม - เข้าร่วมในสัดส่วนร้อยละ 10 ใน Global Hotel Alliance (GHA) ซึ่งเป็นกลุ่มพันธมิตรโรงแรมชั้นนำระดับโลก - ออกหุ้นกู้สกุลเงินเหรียญสหรัฐ ประเภทไม่ด้อยสิทธิและไม่มีประกัน ที่มีลักษณะคล้ายหุ้น ไก่กอนเมื่อเลิกบริษัทจำนวน 300 ล้านเหรียญสหรัฐ
ธันวาคม	- เปิดให้บริการโรงแรมอนันตรา กวีเอน วิลล่า ซึ่งมีห้องพักเพื่อให้บริการจำนวน 26 ห้อง ในประเทศเวียดนาม - เปิดให้บริการโรงแรมไฮคัส รีสอร์ท พอร์ต ดักลาส ภายใต้สัญญาบริหารจัดการห้องชุด ในรัฐควีนส์แลนด์ ประเทศออสเตรเลีย - เปิดร้าน เดอะ คอฟฟี่ คลับ สาขาแรกในประเทศกาตาร์ ัมบูซา และจีน
2562	
กุมภาพันธ์	- เปิดตัวแอปพลิเคชันมือถือ 1112 เดลิเวอรี่ ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่ให้บริการจัดส่งอาหารของทุกแบรนด์ในเครือไมเนอร์ ฟู้ด มารวมไว้ที่เดียวเพื่อรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้น - เปิดร้านเดอะคอฟฟี่คลับสาขาแรกในประเทศซาอุดีอาระเบีย - ขายเงินลงทุนในบริษัทร่วมทุน ซึ่งเป็นผู้ดำเนินธุรกิจภายใต้แบรนด์เบรดทอล์คในประเทศไทย
มีนาคม	- ออกหุ้นกู้สกุลเงินไทยบาท จำนวน 3.3 หมื่นล้านบาท ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 2 ปี ถึง 15 ปี โดยได้นำเงินที่ได้รับจากการจำหน่ายหุ้นกู้ดังกล่าว จำนวน 2.4 หมื่นล้านบาท ไปใช้คืนเงินกู้ Bridge Finance ซึ่งใช้ในการลงทุนในเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป
เมษายน	- เบิกถอนเงินกู้ร่วม (Syndicated Loan) ระยะเวลา 5 ปีจำนวน 380 ล้านยูโร เพื่อชำระคืนเงินกู้ Bridge Finance ที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป

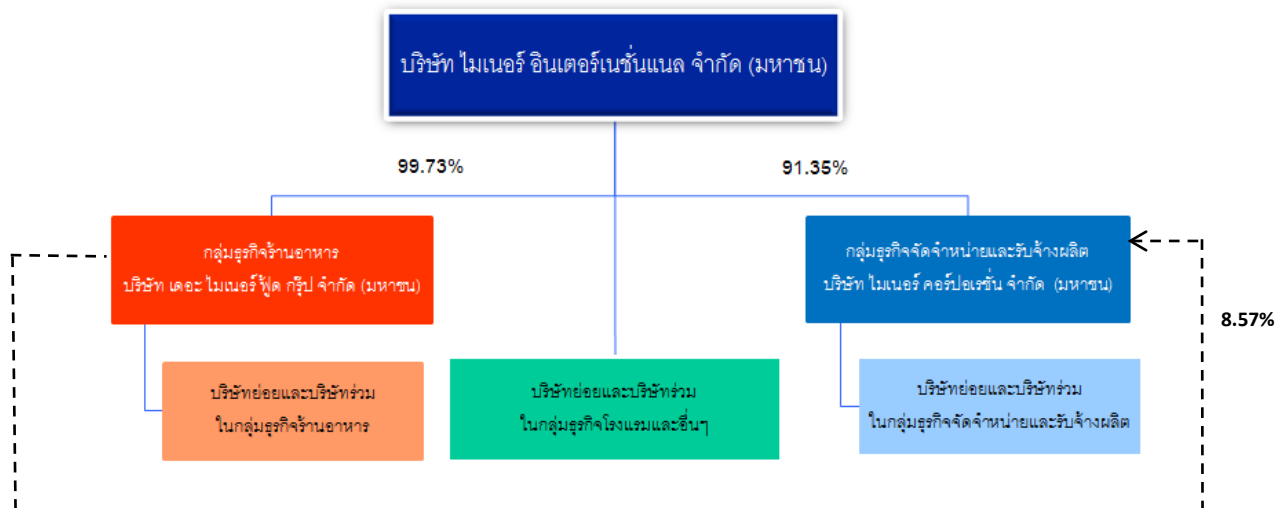
พฤษภาคม	- ไมเนอร์ โฮเทลส์ ร่วมกับ เลส์ โรชส์ โกลบอล ฮอสปิเทลลิตี้ เอ็ดดูเคชั่นประกาศจัดตั้ง Asian Institute of Hospitality Management in Academic Association with Les Roches Global Hospitality Education (AIHM)
กรกฎาคม	- เปิดให้บริการโรงแรมอนันตรา วิลล่า ปาเดียร์นา พาเลซ เบนอาวีส์ มาร์เบลลา รีสอร์ท (โรงแรมเช่าบริหาร) ซึ่งเป็นโรงแรมภายใต้แบรนด์อนันตราแห่งแรกในประเทศสเปน - โอนการดำเนินงานของโรงแรมภายใต้แบรนด์ทิโวลีในโปรตุเกสให้อยู่ภายใต้การบริหารของเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป
สิงหาคม	- เข้าทำการขายและเช่ากลับ (ผ่านเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป) โรงแรม 3 แห่งในเมืองลิสบอน ประเทศโปรตุเกส - ขยายธุรกิจในประเทศเกาหลีใต้เป็นครั้งแรก ด้วยการเปิดให้บริการโรงแรมอวานี เซ็นทรัล ปูซาน (โรงแรมรับจ้างบริหาร) - เปิดให้บริการโรงแรม NH Andorra la Vella (โรงแรมรับจ้างบริหาร) ในประเทศอันดอร์รา - เปิดร้านเดอะ คอฟฟี่ คลับสาขาแรกในประเทศลาว - เปิดร้านเดอะ คอฟฟี่ คลับสาขาแรกในประเทศเวียดนาม
กันยายน	- ขยายธุรกิจในประเทศมอริเชียสเป็นครั้งแรก ด้วยการเปิดให้บริการโรงแรม Anantara Iko Mauritius Resort & Villas (โรงแรมรับจ้างบริหาร)
ตุลาคม	- ประกาศจับมือกับ เฮอร์ตา เฮลท์แคร์ กรุ๊ป ทั่วโลก โดยเปิดศูนย์บริการสุขภาพแห่งแรก ณ อนันตรา ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ รีสอร์ท - เบิกถอนเงินกู้ (Bilateral Loan) ระยะเวลา 7 ปีจำนวน 74 ล้านยูโร เพื่อชำระคืนเงินกู้ Bridge Finance ที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป
พฤศจิกายน	- เข้าซื้อกิจการร้านบอนซอน ในประเทศไทย - ขาย 3 โรงแรมที่บริษัทร่วมลงทุนในมัลดีฟส์ซึ่งได้แก่ อนันตรา เวลี, อนันตรา ดิห์กู และนาลาดู ไพรเวท โฮสเทลแลนด์ ในขณะที่ทั้ง 3 แห่งยังคงอยู่ภายใต้สัญญาจ้างบริหาร - ขยายธุรกิจในประเทศเม็กซิโกเป็นครั้งแรก ด้วยการเปิดร้านเบนนิฮานาซึ่งเป็นสาขาแฟรนไชส์
ธันวาคม	- ขยายธุรกิจในประเทศตูนิเซียเป็นครั้งแรก ด้วยการเปิดให้บริการโรงแรมอนันตรา โทเซอร์รีสอร์ท (โรงแรมรับจ้างบริหาร)

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เป็นผู้นำในการดำเนินธุรกิจระดับสากล โดยประกอบ 3 ธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจโรงแรม และธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าแฟชั่น บริษัทเป็นผู้นำในธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งมีขนาดใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในเอเชีย โดยมีร้านอาหารกว่า 2,300 สาขา ใน 26 ประเทศ ภายใต้เครื่องหมายการค้าเดอะ พิชซ่า คอมปะนี, สเวนเซ่นส์, ซิซซ์เลอร์, แครี ควีน, เบอร์เกอร์ คิง, ไทย เอ็กซ์เพรส, เดอะ คอฟฟี่ คลับ, บอนซอน, ริเวอร์ไซด์ และเบนนิฮานา อีกทั้งยังมีโรงงานผลิตชีสและไอศกรีม ส่วนผสมไอศกรีมและท็อปปิ้ง และโรงงานผลิตคั่วกาแฟ บริษัทเป็นผู้นำในการดำเนินธุรกิจโรงแรมทั้งในรูปแบบเป็นเจ้าของ เช่าบริหาร บริหารจัดการ และร่วมลงทุน โดยมีโรงแรมและเชอร์วิส สวีท ทั้งสิ้นกว่า 530 โรงแรม ภายใต้เครื่องหมายการค้าอนันตรา, อวานี, ไอเคส, ทิโวลี, เอ็นเอช คอลเลคชั่น, เอ็นเอช โฮเทล, นาว, เอเลวาน่า คอลเลคชั่น, โพธิ์ชันส์, เซ็นต์ รีจิส, เจ ดับบลิว แมริออท, เวดิสัน บลู และโรงแรมในกลุ่มไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล ใน 57 ประเทศในเอเชียแปซิฟิก ตะวันออกกลาง แอฟริกา คาบสมุทรอินเดีย ยุโรป อเมริกาเหนือ และอเมริกาใต้ อีกทั้งบริษัทประกอบธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการโรงแรม (Mixed-use Business) ประกอบด้วยธุรกิจขายอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งรวมถึงโครงการพัฒนาที่อยู่อาศัยเพื่อขายและโครงการพักผ่อนแบบปันส่วน

เวลา อนันตรา เวเคชั่น คลับ ธุรกิจให้เช่าศูนย์การค้าและอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจบันเทิง นอกจากนี้ บริษัทยังเป็นผู้นำด้านการจัดจำหน่ายสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์จากต่างประเทศ โดยเครื่องหมายการค้าที่บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายในปัจจุบัน ได้แก่ อเนลโล่, โบเด็ม, บอสสินี, บรูคส์ บราเธอร์ส, ชาร์ล แอนด์ คีธ, เอสปรี, เอแตรม, โจเซฟ โจเซฟ, โอวีเอส, แรทลีย์, สวีตลิ่ง เจ.เอ. เอ็งเคิลส์, สโกมาติ และ ไมเนอร์ สมาร์ท คิตส์ อีกทั้งยังมีธุรกิจรับจ้างผลิตสินค้า ซึ่งผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคตามสัญญาว่าจ้างผลิต โดยมีโรงงานเป็นของตัวเอง

แผนภาพแสดงการถือหุ้นของกลุ่มธุรกิจหลักของบริษัท มีดังนี้



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทและบริษัทย่อย มีรายได้จากการประกอบธุรกิจหลัก ได้แก่ รายได้จากการประกอบธุรกิจขายอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจจัดจำหน่ายและผลิตสินค้า และรายได้อื่นๆ ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

กลุ่มธุรกิจ	ดำเนินการโดย	2560		2561 (ปรับปรุงใหม่)		2562	
		รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ
ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม ¹	บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย บริษัทร่วม ในกลุ่มธุรกิจโรงแรม และอื่นๆ	29,265.19	50.84	48,476.08	62.04	91,439.77	70.85
ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ²	บริษัท เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย บริษัทร่วม ในกลุ่มธุรกิจอาหาร	21,680.96	37.66	22,080.50	28.26	22,665.78	17.56
ธุรกิจจัดจำหน่ายและผลิตสินค้า	บริษัท ไมเนอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย บริษัทร่วม ในกลุ่มธุรกิจจัดจำหน่ายและรับจ้างผลิต	4,054.87	7.04	4,380.96	5.61	4,917.11	3.81
รายได้อื่น ³		2,568.41	4.46	3,194.53	4.09	10,038.95	7.78
รวมรายได้		57,569.43	100.00	78,132.06	100.00	129,061.60	100.00

หมายเหตุ 1. รายได้จากธุรกิจโรงแรม รวมรายได้จากการบริหารจัดการ รายได้จากธุรกิจขายอสังหาริมทรัพย์ การให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจบันเทิง ดังนี้

กลุ่มธุรกิจ	2560		2561 (ปรับปรุงใหม่)		2562	
	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ
ธุรกิจโรงแรมและบริการที่เกี่ยวข้อง	24,558.69	42.66	44,245.96	56.63	85,550.65	66.29
ธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม	4,706.50	8.18	4,230.12	5.41	5,889.12	4.56
รวมรายได้ธุรกิจโรงแรม	29,265.19	50.84	48,476.08	62.04	91,439.77	70.85

2. รายได้จากธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มรวมรายได้จากการให้สิทธิแฟรนไชส์

3. รายได้อื่น รวมเงินปันผลรับจากบริษัทอื่น และดอกเบี้ยรับ

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

จากการขยายการลงทุนอย่างต่อเนื่องของบริษัท ปัจจุบันบริษัทมีจำนวนห้องพักของโรงแรมทั้งสิ้น 77,761 ห้อง โดย

โรงแรมที่บริษัทลงทุนเองและโรงแรมภายใต้สัญญาเช่าบริหาร ได้แก่

- | | |
|--|--|
| 1. อนันตรา สยาม กรุงเทพฯ | 17. อวานี กาโบโรเน |
| 2. อนันตรา ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ | 18. อวานี วินด์ฮ็อก |
| 3. อนันตรา หัวหิน | 19. อวานี คาเลทรา |
| 4. อนันตรา สามเหลี่ยมทองคำ แคมป์ช้าง | 20. อวานี กวีญิน |
| 5. อนันตรา ปอตุต เกาะสมุย | 21. อวานี วิคตอเรีย ฟอลล์ |
| 6. อนันตรา ไม้ขาว ภูเก็ต วิลล่าส์ | 22. อวานี ชันแซ็ท โคสต์ สมุย |
| 7. อนันตรา ลายัน ภูเก็ต | 23. ไอ้คส์ แกรนด์ แกลดสโตน |
| 8. อนันตรา อังกอร์ | 24. ไอ้คส์ อีแลนด์ ดาวัน |
| 9. อนันตรา คิฮาวาห์ มัลดีฟส์ วิลล่าส์ | 25. ทิโวลี โมฟาร์เรจ – เซาเปาลู |
| 10. อนันตรา คาเลทรา | 26. ทิโวลี อีโคริสอร์ท โปรอา ดู ฟอร์เต้ บาเฮีย |
| 11. อนันตรา ฮอยอัน | 27. เดอะ เซ็นต์ รีจิส กรุงเทพฯ |
| 12. เดอะ รอยัล ลิฟวิ่งสโตน วิคตอเรีย ฟอลล์ แซมเบีย บาย อนันตรา | 28. ไฟร์ซีซั่นส์ เชียงใหม่ |
| 13. อนันตรา กวีญิน วิลล่าส์ | 29. ไฟร์ซีซั่นส์ เตินท์ แคมป์ สามเหลี่ยมทองคำ |
| 14. อนันตรา เดซารู โคสต์ รีสอร์ท แอนด์ วิลล่าส์ | 30. ไฟร์ซีซั่นส์ เกาะสมุย |
| 15. อวานี ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ | 31. เจ ดับบลิว แมริออท ภูเก็ต |
| 16. อวานี พัทยา | 32. เอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป จำนวน 314 แห่ง |

โรงแรมที่บริษัทลงทุนผ่านการร่วมทุน ได้แก่

- | | |
|--|---|
| 33. อนันตรา บาซารูโต โฮสแลนด์ | 40. อวานี ไฮฟง ฮาร์เบอร์วิว |
| 34. อนันตรา เมดจ์มเบ โฮสแลนด์ | 41. นิยามา มัลดีฟส์ |
| 35. อนันตรา ฟิช เฮเวน แทงเกิล | 42. เเรดิสัน บลู มาปูโต |
| 36. อวานี เพมบา บีช | 43. กลุ่มโรงแรม เอลเวอาน่า แอฟริกา จำนวน 7 แห่ง |
| 37. อวานี เลโซโท | 44. กลุ่มโรงแรม เคลี แอนด์ ฟิค็อก จำนวน 4 แห่ง |
| 38. อวานี มาเซรู | 45. อวานี หัวหิน รีสอร์ท & วิลล่าส์ |
| 39. กลุ่มโรงแรมเซเนดิม ศรีลังกา จำนวน 3 แห่ง ซึ่งรวมถึงโรงแรม
อวานี เบนโทพา | 46. ไอ้คส์ พุทธคยา |

โรงแรมที่บริษัทรับจ้างบริหาร ได้แก่

- | | |
|---|-----------------------------|
| 47. อนันตรา ลาวาณา เกาะสมุย | 70. อวานี เอเทรียม กรุงเทพฯ |
| 48. อนันตรา สาทร กรุงเทพฯ | 71. อวานี ขอนแก่น |
| 49. อนันตรา รสานันดา เกาะพะงัน วิลล่าส์ | 72. อวานี เซปัง โกลด์โคสต์ |
| 50. อนันตรา เชียงใหม่ | 73. อวานี เดรา ดูไบ |
| 51. อนันตรา สิบสองปันนา | 74. อวานี เซเชลส์ บาबारอนส์ |

- | | |
|--|--|
| 52. อนันตรา กุ้ยหยาง | 75. อวานี อ่าวนาง คลิฟ กระบี่ |
| 53. อนันตรา เซมินยัค บาห์ลี | 76. อวานี สุขุมวิท กรุงเทพฯ |
| 54. อนันตรา อูลูวาตู บาห์ลี | 77. อวานี พลัส หลวงพระบาง |
| 55. อนันตรา อัล จาบาล อัล อัคตาร์ | 78. อวานี เซมินยัค |
| 56. อัล บาห์ลี รีสอร์ท ซาลาลาห์ บาย อนันตรา | 79. อวานี อิบน์ บัตตุตา ดูไบ ไฮเทล |
| 57. บานาน่า โฮสแลนด์ โดฮา บาย อนันตรา | 80. เอฟซีซี อังคอร์ บาย อวานี |
| 58. อนันตรา เซอร์ บานี ยาส โฮสแลนด์ อัล ซาเฮล วิลล่า | 81. อวานี ปูซาน |
| 59. อนันตรา เซอร์ บานี ยาส โฮสแลนด์ อัล ยามม์ วิลล่า | 82. ไอส์ ลีวา เอ็กเซคคูทีฟ สวีท |
| 60. อนันตรา เดอะ ปาล์ม ดูไบ | 83. อัล นาจาตา โดฮา ไฮเทล อพาร์ทเมนต์ บาย ไอส์ |
| 61. เดสเลิร์ท โฮแลนด์ บาย อนันตรา | 84. ชุค วาติฟ บูติค บาย ทิโวลี |
| 62. คัสส์ อัล ซาราฟ เดสเลิร์ท บาย อนันตรา | 85. ชุค อัล วาครา กาตาร์ บาย ทิโวลี |
| 63. อีสเทิร์น แมนโกรฟส์ บาย อนันตรา | 86. อัล นาจาตา โดฮา บาย ทิโวลี |
| 64. อนันตรา มูยเน่ | 87. ลอยซาบา เทนท์ แคมป์ |
| 65. อนันตรา โทเซอร์ รีสอร์ท | 88. ลอยซาบา สตาร์ เบดส์ |
| 66. อนันตรา อีโค มอริเชียส รีสอร์ท แอนด์ วิลล่าส์ | 89. เลวา ซาฟารี แคมป์ |
| 67. อนันตรา เวลี มัลดีฟส์ | 90. คาฟรุ เฮ้าส์ |
| 68. อนันตรา ดิห์กู มัลดีฟส์ | 91. ลอยซาบา โลโด แคมป์ |
| 69. นาลาดู มัลดีฟส์ | 92. เอ็นเอช ไฮเทล กรุ๊ป จำนวน 55 แห่ง |

ธุรกิจบริหารเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ ได้แก่

93. กลุ่มโรงแรมในเครือ ไอส์ ไฮเทล แอนด์ รีสอร์ท ในประเทศออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และดูไบ จำนวน 54 แห่ง
94. อวานี เรสซิเดนเชียล ในประเทศออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ จำนวน 5 แห่ง

โรงแรมที่บริษัทลงทุนเองและโรงแรมภายใต้สัญญาเช่าบริหาร

1) อนันตรา สยาม กรุงเทพฯ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 354 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 8 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ร้านอาหารและบาร์	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัด สัมมนา	ขนาดความจุ (คน)	ห้องจัดเลี้ยงและ ห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)
Madison	99	Ballroom	1,000	Suriyanchandra	140
Biscotti	82	Montathip 1- 4	700	Suriyan	50
Lobby Lounge	114	Montathip 1	150	Dara	50
Shintaro	54	Montathip 2	60	Napa	50
The Spice Market	72	Montathip 3	154	Amorn	40
Terrace	88	Montathip 4	60	Ratanakosin	100

ร้านอาหารและบาร์	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัด สัมมนา	ขนาดความจุ (คน)	ห้องจัดเลี้ยงและ ห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)
Aqua	76	Montathip Boardroom	12	Ratana	40
Mocha & Muffins	67	Pimarnman Room	300	Kosin	40
		Chandra/ Chandra Foyer	50	Busaba	60

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	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)
The Riverside Terrace	250	Ballroom A	200
The Market	130	Ballroom B	60
Brio	140	Ballroom C	60
Trader Vic's	180	Ballroom D	60
Benihana	136	Charoennakorn	100
Loy Nam	50	Thonburi	50
Elephant	60	Jasmine	40
Numero Uno Café	80	Poppy	10
Manohra	150	Bamboo	10
Longtail Bar	80	Lotus	12
		Garden	220
		Chao Phraya Ballroom	600
		Business Centre	13

3) อนันตรา หัวหิน มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 187 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 7 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ร้านอาหารและบาร์	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)
Issara Café	120	Ruen Thon	60
Baan Thalia	38	Ruen Thai	40
Sala Siam	62	Ruen Anantara	140
Rim Nam	28	Ruen Nok	100
Loy Nam	50		

ร้านอาหารและบาร์	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)
Sai Thong	34		
Lagoon Bar	20		

4) อนันตรา สามเหลี่ยมทองคำ แคมป์ช้าง มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 61 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 3 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ร้านอาหารและบาร์	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)
Sala Mae Nam Thai	90	Rim Khong	64
Baan Dahlia Italian	30	Mae Khong	144
Elephant Bar & Opium	45		

5) อนันตรา บ่อผุด เกาะสมุย มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 106 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 4 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ร้านอาหารและบาร์	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)
High Tide	88	Koh Samui Ballroom	200
Eclipse Thai Bistro & Bar	42	Koh Samui Room	100
Full Moon	40	Koh Phangan Room	100
Ocean's Edge	26	Koh Tao Boardroom	12

6) อนันตรา ไม้ขาว ภูเก็ต วิลล่าส์ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 83 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหาร จำนวน 5 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ร้านอาหารและบาร์	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)
La Sala	70	Andaman East	50
The Tree House	35	Andaman West	50

ร้านอาหารและบาร์	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)
Infinity Bar	12	Sarasin Boardroom	12
The Tasting Room	8	Andaman	100
Sea Fire Salt	80		

7) อนันตรา ลายัน ภูเก็ต (เดิมชื่อ “บุญทริกา วิลล่า แอนด์ สวีท”) มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 77 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 4 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการอื่นๆ ได้แก่

- สปา
- บริการอุปกรณ์กีฬาทางน้ำ
- ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา
- คลับสำหรับเด็ก
- ฟิตเนส
- คลาสเรียนทำอาหาร

ร้านอาหารและบาร์	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)
Dee Plee	135	The Boardroom	10
Breeze	30		
Age	50		
Mojito Factory	50		

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
Gallery	40

9) อนันตรา คิซาวาห์ มัลดีฟส์ วิลล่าส์ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 79 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 7 ร้าน

ร้านอาหารและบาร์	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ร้านอาหารและบาร์	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)
Manzaru Restaurant	34	Spice Restaurant	80
Manzaaru Pool Bar	40	Fire Restaurant	18

ร้านอาหารและบาร์	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ร้านอาหารและบาร์	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)
Plates Restaurant	116	Sky Bar	56
Sea Restaurant	12		

การให้บริการด้านอื่นๆ

โรงแรมให้บริการอื่นๆ ได้แก่

- บริการอุปกรณ์กีฬาทางน้ำ
- ศูนย์บริการเพื่อสุขภาพและสามารถให้บริการสปาในห้องพักได้
- คลับสำหรับเด็ก
- คลาสเรียนทำอาหาร
- โรงภาพยนตร์ส่วนตัวแบบเปิดโล่ง
- สวนน้ำ (เฉพาะฤดูกาล)
- สนามเทนนิส แบดมินตัน และวอลเลย์บอล

10) อนันตรา คาเลทารา มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 141 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 4 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ร้านอาหารและบาร์	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)
Olu	138	Ballroom	400
Spice Traders	108	Nelum	80
Acquolina	78	Pichcha	80
Upper Deck Sports Bar and Lounge	40	Araliya	12

11) อนันตรา ฮอยอัน มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 94 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 4 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ร้านอาหารและบาร์	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)
Hoi An Riverside	60	Chua Ong	20
Lanterns	120	Chua Phuc Kien	20
Reflections Pool Bar	40	Chua Cau	60
art space	80	Grand Ball Room	120

12) เดอะ รอยัล ลิฟวิ่งสโตน วิกตอเรีย ฟอลส์ แคมเบีย บาย อนันตรา มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยวการให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 173 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 8 ร้าน ได้แก่ The Old Drift Restaurant, Kubu, Boma Dinner, High Tea, The Travellers Bar, The Royal Livingstone Lounge, The Sundecks และ The Royal Livingstone Express

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

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

13) อนันตรา กวีญิน วิลล่าส์ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยวการให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 25 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 2 ร้าน ได้แก่ Sea Fire Salt และ Pool Bar & Lounge

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการเรือคายัค, คลาสเรียนทำอาหาร, คลับสำหรับเด็ก, ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา รองรับผู้ร่วมประชุมได้ 120 คน

14) อนันตรา เดอะรู โคสต์ รีสอร์ท แอนด์ วิลล่าส์ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยวการให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 103 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 5 ร้าน ได้แก่ Turmeric, Sea Fire Salt & Beach Bar, Observatory Bar, Lagoon Pool Bar และ The Lounge

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการอื่นๆ ได้แก่

- สวนน้ำ
- ศูนย์กีฬาทางน้ำ
- คลับสำหรับเด็ก
- ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา ประกอบด้วย:	ขนาดความจุ (คน)
Johor Ballroom	200
Johor I, II	100
Lebam	12

15) อวานี ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยวการให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 248 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 4 ร้าน ได้แก่ SEEN Restaurant and Bar Bangkok, The Pantry, Longbar และ Skyline
การให้บริการอื่น ๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)
Grand Riverside Ballroom	1,200	Sky	120
Lunar	300	Air	192
Moon	300	Air 1	40
Galaxy	300	Air 2	60
Galaxy 1	150	Air 3	50
Galaxy 2	150	Horizon	30
Wind	120	Breeze	30

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

17) **อวานี กาโบโรเน** มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 196 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

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

การให้บริการอื่น ๆ

โรงแรมให้บริการคาสีโน, ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)
Conference 1	250	Seminar 2	12
Conference 2	100	Seminar 3	10
Conference 3	125	Seminar 4	10
Seminar 1	12	Seminar 5	40

18) อวานี วินด์ฮ็อก มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยวการให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 173 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 3 ร้าน ได้แก่ Dunes Restaurant, Stratos Restaurant and Bar และ The Pantry.

การให้บริการอื่น ๆ

โรงแรมให้บริการคาสีโน, ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)
Camelthorn	30	Wild Olive	15
Fever Tree	18	Mapone	20
Naukluft	60	Black Thorn	18
Sossusvlei	140	Marula	9
Stratos Ballroom	140		

19) อวานี คาลูทารา (เดิมชื่อ คานี ลังกา รีสอร์ท แอนด์ สปา) คานี ลังกา บริหารงานโดย บริษัท เซเรนดิบไฮเทิล มีฐานการดำเนินงานธุรกิจ

ในประเทศศรีลังกา ซึ่งบริษัทได้เข้าลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 80 ตั้งในปี 2553

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 105 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 3 ร้าน

การให้บริการอื่น ๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

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

20) อวานี กวีญู มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยวการให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 63 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ 2 แห่ง ได้แก่ Tre และ Gio

การให้บริการอื่น ๆ

โรงแรมให้บริการ สปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา รองรับผู้ร่วมประชุมได้ 120 คน

21) อวานี วิคตอเรีย ฟอลส์ มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยวการให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 212 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 5 ร้าน ได้แก่ The Theatre of Food, The Royal Livingstone Express, Teddys Restaurant and Bar, Shungu Pool Terrace และ Mukuni Boma

การให้บริการอื่น ๆ

โรงแรมให้บริการอื่นๆ ได้แก่

- สปา
- ทัวร์ Victoria Falls
- เฮลิคอปเตอร์
- เครื่องบินเบาขนาดเล็ก
- ล่องแก่งน้ำเชี่ยว
- ล่องเรือในแม่น้ำ
- ประสบการณ์ในหมู่บ้าน Zambian
- ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา

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

22) อวานี ชันเซ็ท โคสต์ สมุย มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 58 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

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

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปาและอุปกรณ์กีฬาทางน้ำแก่ลูกค้าที่มาพัก

23) ไฮคัส แกรนด์ แกลดส์โตน (ในกลุ่มไฮคัส) มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักธุรกิจ และนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 144 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 2 ร้าน ได้แก่ Oak & Vine และ Coffee Club

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)
MacArthur	200	Rockefeller	80
Vanderbilt	100	Grand Ballroom	500

24) ไฮคัส อีแลน ดาร์วิน (ในกลุ่มไฮคัส) มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักธุรกิจ และนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 301 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหาร จำนวน 1 ร้าน ได้แก่ The Original Australian Kitchen

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)
Mataranka	152	Tolmer	61
Jim Jim	61	Wangi	103
Florence	42	Desert Rose	410

25) ทิโวลี โมฟาร์เรจ – เซาเปาลู มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 217 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 2 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ร้านอาหารและบาร์	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)
SEEN	90	Jardins A	450	Pinheiros A	30
MUST	60	Jardins B	200	Pinheiros B	30
		Itaim	250	Paraíso	10
		Liberdade	300	Foyer Jardins	350
		Ipiranga	80	Bela Vista	250
				Paulista	30

26) ทิโวลี ฮิลทรีสอร์ท ปิราอู ดู ฟอร์เต บาเฮีย มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 287 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 5 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ร้านอาหารและบาร์	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)
Goa Restaurant	550	Garcia d'Álvia - A	150
Tabaréu Restaurant	140	Garcia d'Álvia - B	100
À Sombra do Coqueiral	130	A Casa da Torre – A	150
Dendê Bar	242	A Casa da Torre – B	150
Ice Bar	60	A Casa da Torre – C	170

27) เดอะ เซ็นต์ รีจิส กรุงเทพฯ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 224 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์จำนวน 6 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ร้านอาหารและบาร์	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)
Zuma	210	Astor Ballroom	500
Pool Bar	30	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
		Rajadamri III	32
		Rajadamri IV	32

28) โฟร์ซีซั่นส์ เชียงใหม่ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าระดับบนประเภทนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 76 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์จำนวน 5 ร้าน ได้แก่ Khao by Four Seasons, North by Four Seasons, Rim Tai Kitchen, Ratree Bar and Lounge และ Rice Barn

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการคลับสำหรับเด็ก, คลาสเรียนทำอาหาร, สปา, ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)
Kasalong Pavillion	40	The Lawn	350
Orchid Nursery	350	Rachawadee Residence	230

29) โฟร์ซีซั่นส์ เติ้นท์แคมป์ สามเหลี่ยมทองคำ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าระดับบนประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 15 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์จำนวน 3 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา, ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพัก

ร้านอาหารและบาร์	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)
Nong Yao	50	Camp Peak	40
Burma Bar	20	Camp Garden	6
Wine Cellar	4	Nong Yao	40
		Elephant Camp	50

30) **โฟร์ซีซั่นส์ เกาะสมุย** มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าระดับบนประเภทนักท่องเที่ยวการให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 60 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 5 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา, ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพัก

ร้านอาหารและบาร์	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)
Koh Thai Kitchen and Bar	96	Khob Fah	500
Pla Pla	55	Beach House	60
CoCoRum Restaurant	68		
Koh Bar	20		
CoCoRum Bar	24		

31) **เจ ดับบลิว แมริออท ภูเก็ต** มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทการให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 265 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 11 ห้อง

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา, คลาสเรียนทำอาหาร, ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ร้านอาหารและบาร์	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	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		

32) **เอ็นเอช โฮเทลส์ กรุ๊ป** มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

ในปี 2561 บริษัทได้เข้าถือหุ้นในจำนวนร้อยละ 94.1 ของเอ็นเอช โฮเทลส์ กรุ๊ป ซึ่งดำเนินธุรกิจโรงแรมภายใต้แบรนด์เอ็นเอช โฮเทลส์ เอ็นเอช คอลเลคชั่น และนาวา โรงแรมที่เอ็นเอช โฮเทลส์ กรุ๊ป เป็นเจ้าของและโรงแรมภายใต้สัญญาเช่าบริหารประกอบไปด้วยโรงแรมทั้งหมด 314 แห่ง มีห้องพักทั้งสิ้น 48,784 ห้อง ทั่วทั้งทวีปยุโรป, อเมริกา และแอฟริกา ซึ่งรวมไปถึงเมืองที่เป็นจุดหมายระดับต้น อาทิ อัมสเตอร์ดัม บาร์เซโลนา เบอรลิน แฟรงเฟิร์ต ลอนดอน มาดริด เม็กซิโก ซิดนีย์ มิลาน มินนิส โนวยอร์ก โรม และเวียนนา

โรงแรมที่เอ็นเอช โฮเทลส์ กรุ๊ป เป็นเจ้าของและโรงแรมภายใต้สัญญาเช่าบริหารจำแนกตามแบรนด์:

แบรนด์	ทวีป	จำนวนโรงแรม	จำนวนห้องพัก
เอ็นเอช โฮเทลส์	อเมริกา	26	3,313
	ยุโรป	201	31,035
	แอฟริกา	1	198
เอ็นเอช คอลเลคชั่น	อเมริกา	17	2,295
	ยุโรป	52	8,374
นาว	ยุโรป	3	828
เอ็นเอช - อื่นๆ	อเมริกา	1	129
อนันตรา – เอ็นเอช โฮเทล	ยุโรป	3	599
อวานี – เอ็นเอช โฮเทล	ยุโรป	1	119
ทีโวลี – เอ็นเอช โฮเทล	ยุโรป	9	1,894

โรงแรมที่บริษัทลงทุนผ่านการร่วมทุน

33) อนันตรา บาฮารูโต โฮสแลนด์ มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 44 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 3 ร้าน ได้แก่ Clube Naval, Golfniho และ Tartaruga

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา, คลาสเรียนทำอาหาร, ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา รองรับผู้ร่วมประชุมได้ 60 คน

34) อนันตรา เมตจุมเบ โฮสแลนด์ มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 12 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 2 ร้าน ได้แก่ Jahazi Restaurant และ Bahari Lounge Bar

การให้บริการอื่นๆ

- กิจกรรมดำน้ำลึก, ดำน้ำตื้น, ตกปลา และนั่งเรือ
- บริการอุปกรณ์กีฬาทางน้ำ
- สปา

35) อนันตรา พิช เฮเวน แทงเกิล มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 152 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

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

36) อวานี เพมบา บีช มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยวการให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 185 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

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

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา, อุทยานน้ำพุทางน้ำ, ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

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

37) อวานี เลโซโท มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยวการให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 158 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 6 ร้าน ได้แก่ Nala Café, Ying Tao Grill, Leifo Bar and Fire Place Lounge, Hotsoma Hunting Man's Bar, The Pantry และ Letamong Pool Bar

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการคาสีโน, สปา, กิจกรรมขี่ม้า, ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)
Khanya Boardroom	12
Khotla Room	30
Pisto 1	200
Pisto 2	100
Senqu Room	30
Seotlong Room	10

38) อวานี มาเซรู มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยวการให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 105 ห้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

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

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการคาสีโน, กิจกรรมขี่ม้า, กอล์ฟคลับ, คลับสำหรับเด็ก, ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

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

- 39) **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

- 40) **อวานี ไฮฟง ฮาร์เบอร์ วิว** (เดิมชื่อ “ฮาร์เบอร์วิว โฮเทล เวียดนาม”) (เป็นบริษัทร่วมทุน โดยบริษัทลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 30.39)

มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 122 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 4 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

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

- 41) **นิยามา มัลดีฟส์** มุ่งเน้นให้บริการลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 134 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

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

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการสปา, กิจกรรมทางน้ำ, คลาสเรียนทำอาหาร, คลับสำหรับเด็ก และห้องจัดสัมมนา รองรับผู้ร่วมประชุมได้ 20 คน

- 42) **เรดิสัน บลู มาปูโต** มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 154 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

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

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา รองรับผู้ร่วมประชุมได้ 300 คน

43) กลุ่มโรงแรม เอลอวาน่า แอฟริกา

กลุ่มโรงแรม เอลอวาน่า แอฟริกา บริหารงานโดยบริษัท เอลอวาน่า แอฟริกา มีฐานการดำเนินงานธุรกิจในประเทศแทนซาเนีย ซึ่งบริษัทเข้าถือหุ้นสัดส่วนร้อยละ 50 ตั้งแต่ปี 2551 บริษัท เอลอวาน่า แอฟริกา มีชื่อเสียงในด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงซาฟารีในทวีปแอฟริกา โดยให้บริการที่พักหลายแห่งที่มีความหรูหราและกลมกลืนกับสิ่งแวดล้อมที่งดงามอย่างเป็นธรรมชาติของทวีปแอฟริกา ที่พักในเครือของเอลอวาน่า ประกอบด้วย

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

44) กลุ่มโรงแรม เคลิ แอนด์ พิค็อก

กลุ่มโรงแรม เคลิ แอนด์ พิค็อก มีฐานการดำเนินงานธุรกิจในประเทศเคนยาและแทนซาเนีย โดยบริษัทร่วมทุน เอลอวาน่า แอฟริกา ได้เข้าซื้อกลุ่มโรงแรม เคลิ แอนด์ พิค็อก ในปี 2558 ต่อมาได้มีการบริหารงานโดยกลุ่มเอลอวาน่า แอฟริกา ซึ่งถือเป็นกรขยายฐานธุรกิจเชิงซาฟารีในทวีปแอฟริกาอย่างลงตัว ที่พักในเครือของเคลิ แอนด์ พิค็อก ประกอบด้วย

	โรงแรม	ประเทศ	กลุ่มลูกค้า	จำนวนห้องพัก
1	เซเรนเกติ ไฟโอเนียร์ แคมป์	แทนซาเนีย	นักท่องเที่ยว	12
2	ทอทิลิส แคมป์ แอมโบเซลิ	เคนยา	นักท่องเที่ยว	18
3	เอลซา คอปปี เมรุ	เคนยา	นักท่องเที่ยว	11
4	เอลเฟนท์ เพเพอร์ แคมป์ มาไซ มารา	เคนยา	นักท่องเที่ยว	10

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

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 196 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหารและบาร์ จำนวน 5 ร้าน

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ร้านอาหารและบาร์	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	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

ร้านอาหารและบาร์	ขนาดความจุ (ที่นั่ง)	ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)
Aqua	30	Ratchaphreuk 3A	80
		Ratchaphreuk 3B	80
		Ratchaphreuk 3C	80
		Foyer	600
		Event Lawn	800
		Villa Lawn	80

46) **ไอคส์ พุทธศยา** (เป็นบริษัทร่วมทุนในสัดส่วนร้อยละ 50) มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 78 ห้อง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมให้บริการร้านอาหาร จำนวน 2 ร้าน ได้แก่ Oaks Café และ The Kiosk

การให้บริการอื่นๆ

โรงแรมให้บริการห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนาแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป

ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดสัมมนา	ขนาดความจุ (คน)
Ballroom	120
Lotus 1	60
Lotus 2	60
Bodhi Lounge	70
Open Lawn	700

โรงแรมที่บริษัทรับจ้างบริหาร

	โรงแรม	ประเทศ	กลุ่มลูกค้า	จำนวนห้องพัก
47)	อนันตรา ลาวาณา เกาะสมุย	ไทย	นักท่องเที่ยว	122
48)	อนันตรา สาทร กรุงเทพฯ	ไทย	นักท่องเที่ยว	310
49)	อนันตรา รสานันดา เกาะพะงัน วิลล่าส์	ไทย	นักท่องเที่ยว	64
50)	อนันตรา เชียงใหม่	ไทย	นักท่องเที่ยว	84
51)	อนันตรา สิบสองปันนา	จีน	นักท่องเที่ยว	103
52)	อนันตรา กุ้ยหยาง	จีน	นักท่องเที่ยว	218
53)	อนันตรา เซมินยัค บาห์ลี	บาห์ลี	นักท่องเที่ยว	60
54)	อนันตรา อูลูวาตู บาห์ลี	บาห์ลี	นักท่องเที่ยว	74
55)	อนันตรา อัล จาบาล อัล อัคดาร์	โอมาน	นักท่องเที่ยว	115
56)	อัล บาดี รีสอร์ท ซาลาลาห์ บาย อนันตรา	โอมาน	นักท่องเที่ยว	136
57)	บานาน่า โฮสเทลแลนด์ ไดฮา บาย อนันตรา	กาตาร์	นักท่องเที่ยว	141
58)	อนันตรา เซอร์ บานี ยาส โฮสเทลแลนด์ อัล ซาเฮด วิลล่า	อาบูดาบี, UAE	นักท่องเที่ยว	30
59)	อนันตรา เซอร์ บานี ยาส โฮสเทลแลนด์ อัล ยามม์ วิลล่า	อาบูดาบี, UAE	นักท่องเที่ยว	30
60)	อนันตรา เดอะ ปาล์ม ดูไบ	อาบูดาบี, UAE	นักท่องเที่ยว	293

	โรงแรม	ประเทศ	กลุ่มลูกค้า	จำนวนห้องพัก
61)	เคสเลอร์ ไฮแลนด์ บาย อนันตรา	อาบูดาบี, UAE	นักท่องเที่ยว	64
62)	คัสส์ อัล ซาราย เคสเลอร์ บาย อนันตรา	อาบูดาบี, UAE	นักท่องเที่ยว	206
63)	อีสเทิร์น แมนโกรฟส์ บาย อนันตรา	UAE	นักท่องเที่ยว	222
64)	อนันตรา มูเยเน่	เวียดนาม	นักท่องเที่ยว	90
65)	อนันตรา โทเซอร์ รีสอร์ท	ตุนิเซีย	นักท่องเที่ยว	93
66)	อนันตรา อีโค มอริเชียส รีสอร์ท แอนด์ วิลล่าส์	มอริเชียส	นักท่องเที่ยว	164
67)	อนันตรา เวลี มัลดีฟส์	มัลดีฟส์	นักท่องเที่ยว	67
68)	อนันตรา ดิห์กู มัลดีฟส์	มัลดีฟส์	นักท่องเที่ยว	110
69)	นาลาดู มัลดีฟส์	มัลดีฟส์	นักท่องเที่ยว	20
70)	อวานี เอเทรียม กรุงเทพฯ	ไทย	นักท่องเที่ยว	568
71)	อวานี ขอนแก่น	ไทย	นักท่องเที่ยว	196
72)	อวานี เซปัง โกลด์โคสต์	มาเลเซีย	นักท่องเที่ยว	315
73)	อวานี เดรา ดูไบ	UAE	นักท่องเที่ยว	216
74)	อวานี เซเชลส์ บาบาร์อนส์	เซเชลส์	นักท่องเที่ยว	124
75)	อวานี อ่าวนาง คลิฟ กระบี่	ไทย	นักท่องเที่ยว	178
76)	อวานี สุขุมวิท กรุงเทพฯ	ไทย	นักท่องเที่ยว	382
77)	อวานี พลัส หลวงพระบาง	ลาว	นักท่องเที่ยว	53
78)	อวานี เสมีนยัค	อินโดนีเซีย	นักท่องเที่ยว	37
79)	อวานี อิบน์ บัตตุตา ดูไบ ไฮเทล	UAE	นักท่องเที่ยว	372
80)	เอฟซีซี อังกฤษ บาย อวานี	กัมพูชา	นักท่องเที่ยว	80
81)	อวานี ปูซาน	เกาหลี	นักธุรกิจ	289
82)	ไอคัส ลีวา เอ็กเซ็กคูทีฟ สวีท	UAE	นักท่องเที่ยว	54
83)	อัล นาจาดา โดฮา ไฮเทล อพาร์ทเมนต์ บาย ไอคัส	กาตาร์	นักท่องเที่ยว	100
84)	ซุค วาคิฟ นูติค บาย ทิโวลี	กาตาร์	นักท่องเที่ยว	183
85)	ซุค อัล วาครา กาตาร์ บาย ทิโวลี	กาตาร์	นักท่องเที่ยว	101
86)	อัล นาจาดา โดฮา บาย ทิโวลี	กาตาร์	นักท่องเที่ยว	151
87)	ลอยซาบา เทนท์ แคมป์	เคนยา	นักท่องเที่ยว	12
88)	ลอยซาบา สตาร์ เบดส์	เคนยา	นักท่องเที่ยว	4
89)	เลวา ซาฟารี แคมป์	เคนยา	นักท่องเที่ยว	13
90)	คาฟารู เฮ้าส์	เคนยา	นักท่องเที่ยว	5
91)	ลอยซาบา โลโด แคมป์	เคนยา	นักท่องเที่ยว	8

92) **เอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป – โรงแรมที่รับจ้างบริหาร** มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท เอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป รับจ้างบริหารโรงแรมจำนวน 55 โรงแรม รวมทั้งหมด 8,872 ห้องพัก ทั่วทวีปยุโรปและอเมริกา

โรงแรมในเครือของเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป ที่รับจ้างบริหาร จำแนกตามแบรนด์:

แบรนด์	ทวีป	จำนวนโรงแรม	จำนวนห้องพัก
เอ็นเอช โฮเทลส์	อเมริกา	9	1,407
	ยุโรป	23	2,482
เอ็นเอช คอลเลคชั่น	อเมริกา	6	823
	ยุโรป	8	1,224
นาว	ยุโรป	2	340
เอ็นเอช - อื่นๆ	อเมริกา	5	2,437
ทีโวลี – เอ็นเอช โฮเทล	ยุโรป	2	159

ธุรกิจบริหารเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์

93) **กลุ่มโรงแรม ไคส์ โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท** ตั้งอยู่ในประเทศออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น และประเทศไทย รวมจำนวนโรงแรมทั้งหมด 54 แห่ง โดยในประเทศออสเตรเลียมีจำนวน 49 แห่ง ซึ่งอยู่ในเมืองท่องเที่ยวและเมืองเศรษฐกิจที่สำคัญ, ในประเทศนิวซีแลนด์มีจำนวน 4 แห่ง และในสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์ ประเทศดูไบ มีจำนวน 1 แห่ง ซึ่งโดยรวมทั้งกลุ่มมีบริการห้องพักทั้งสิ้น 6,624 ห้อง

เนื่องจากทำเลที่ตั้งของไคส์ส่วนใหญ่อยู่ในย่านธุรกิจ และเมืองใหญ่ ไคส์จึงมุ่งเน้นการบริการไปที่นักธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทภายในประเทศ นักท่องเที่ยวต่างประเทศจึงเป็นลำดับรองลงมา ซึ่งส่งผลให้ลักษณะของห้องพักและอุปกรณ์เครื่องใช้ภายในห้องพักที่เอื้ออำนวยความสะดวกให้กับผู้พักอาศัยที่เป็นนักธุรกิจ

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการในการประกอบธุรกิจโรงแรมนั้น นอกจากห้องพัก อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ และคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหารและเครื่องดื่มแล้ว พนักงานที่ให้บริการถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่ง บริษัทมีนโยบายหลักที่จะรับคนท้องถิ่นเพื่อให้เกิดการจ้างงานในระดับท้องถิ่นนั้นๆ โดยจัดให้มีการฝึกสอนและอบรมแก่พนักงานเหล่านั้นให้มีความรู้และความสามารถในการทำงาน นอกจากนี้ การส่งพนักงานคนไทยไปเรียนรู้งานในต่างประเทศและการรับผู้เชี่ยวชาญมาฝึกสอน การจ้างชาวต่างชาติมาทำงาน ก็เป็นวิธีที่จะสามารถถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ให้แก่พนักงานคนไทยเพื่อจะปฏิบัติได้เองในอนาคต

94) **อวานี เรสซิเดนเซส** มุ่งเน้นให้บริการแก่นักธุรกิจและกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท ประกอบไปด้วยโรงแรมทั้งหมดจำนวน 5 แห่ง ห้องพักทั้งหมดจำนวน 523 ห้อง โดยในประเทศออสเตรเลีย มีจำนวน 4 แห่ง ห้องพักจำนวน 412 ห้อง และในประเทศนิวซีแลนด์มีจำนวน 1 แห่ง ห้องพักจำนวน 111 ห้อง

การตลาดและการแข่งขัน (ธุรกิจโรงแรม)

ข้อมูลด้านการตลาดและการแข่งขันเป็นข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 โดยได้มีการรวบรวมข้อมูลเผยแพร่จากส่วนราชการและภาคอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและโรงแรม

ตลาดหลักของบริษัทในปัจจุบัน ได้แก่ ไทย ยุโรป ออสเตรเลีย ลาตินอเมริกา มัลดีฟส์ แอฟริกา และตะวันออกกลาง

- ประเทศไทย

ด้วยทำเลที่ตั้งอยู่ในใจกลางของทวีปเอเชีย สะดวกต่อการเดินทางจากทั่วทุกมุมโลก มรดกวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา นาน สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าดึงดูด พร้อมทั้งโครงสร้างด้านคมนาคมและโครงสร้างพื้นฐานที่ดี ทำให้ประเทศไทยยังคงสถานะการ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวชั้นนำระดับโลก ด้วยการส่งเสริมของทั้งภาครัฐและเอกชนในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของ ประเทศไทยไปยังต่างประเทศทั่วโลก ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้กลายมาเป็นหนึ่งในแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ ที่สำคัญที่สุดของประเทศ โดยมีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 21 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศในปี 2562 จากรายงาน ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมีจำนวน 39.8 ล้านคนในปี 2562 เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จาก 38.2 ล้านคนในปี 2561 จากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจากทวีปเอเชียและประเทศสหรัฐอเมริกาเป็น หลัก ในขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวเติบโตร้อยละ 2 เป็น 3 ล้านล้านบาทในปี 2562 ทั้งนี้ สำหรับปี 2563 กระทรวงการ ท่องเที่ยวและกีฬา มีการคาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 เป็นจำนวน 40.8 ล้านคน จากการยกเว้นค่าธรรมเนียมการขอวีซ่าจากรัฐบาลในกรณียื่นขอรับการตรวจลงตรา ณ ช่องทางอนุญาตของด่าน ตรวจคนเข้าเมือง (Visa-On-Arrival) รวมทั้งแผนกระตุ้นการท่องเที่ยวต่างๆของรัฐบาล อย่างไรก็ตาม การคาดการณ์ ดังกล่าวน่าจะได้รับการประเมินใหม่หลังจากมีการพิจารณาผลกระทบจากการระบาดของโรค COVID-19 ตั้งแต่นั้นปี 2563

	2560	2561	2562
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ล้านคน)	35.4	38.2	39.8
อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)	9.0	7.9	4.2
อัตราการเข้าพักโรงแรม (ร้อยละ)	68.5	71.4	71.4

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และธนาคารแห่งประเทศไทย

	นักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	ล้านคน	เพิ่มขึ้นร้อยละ
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	38.18	+7.9%
2562	39.80	+4.2%

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

- ทวีปยุโรป

ไมเนอร์ โฮเทลส์ดำเนินธุรกิจโรงแรมในยุโรปผ่านเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป ซึ่งปัจจุบันรวมถึงโรงแรมในเครือทิวลิปที่ประสบความสำเร็จในประเทศโปรตุเกส และเนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ของ เอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ปเป็นนักท่องเที่ยวธุรกิจในภูมิภาค ส่งผลให้รายได้ของเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ปมีความสัมพันธ์ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับแนวโน้มเศรษฐกิจโดยรวมของทวีป ยุโรป

ในปี 2562 ทวีปยุโรปมีการเติบโตของกิจกรรมทางเศรษฐกิจในอัตราร้อยละ 1.1 (ข้อมูลและประมาณการโดย E.C. "European Economic Forecast - Autumn 2019" เดือนพฤศจิกายนปี 2562) เศรษฐกิจยุโรปยังคงมีการเติบโตแม้ว่าอัตรา

ของการเติบโตจะชะลอตัวลง โดย 4 ประเทศที่มีสัดส่วนรายได้มากที่สุดของเอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป ได้แก่ ประเทศสเปน (เติบโตร้อยละ 1.9 ในปี 2562 เทียบกับร้อยละ 2.6 ในปี 2561) ประเทศเนเธอร์แลนด์ (เติบโตร้อยละ 1.7 ในปี 2562 เทียบกับร้อยละ 2.8 ในปี 2561) ประเทศเยอรมนี (เติบโตร้อยละ 0.4 ในปี 2562 เทียบกับร้อยละ 1.7 ในปี 2561) และประเทศอิตาลี (เติบโตร้อยละ 0.1 ในปี 2562 เทียบกับร้อยละ 1.1 ในปี 2561) ซึ่งประเทศดังกล่าวมีการเติบโตในอัตราที่ช้ากว่าปีที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในทวีปยุโรปมีจำนวน 742 ล้านคนในปี 2562 เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 4 จากปี 2561 ซึ่งมีฐานของการเติบโตที่สูง ดังนั้น ในปี 2562 จึงมีการเติบโตในอัตราที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ซึ่งการเติบโตดังกล่าวถูกขับเคลื่อนโดยยุโรปตอนใต้และยุโรปแถบเมดิเตอร์เรเนียน (เติบโตร้อยละ 6) ยุโรปตอนกลางและยุโรปตะวันออก (เติบโตร้อยละ 4) และยุโรปตะวันตก (เติบโตร้อยละ 2) ประเทศสเปนได้กลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของโลก เช่นเดียวกับประเทศฝรั่งเศสและสหรัฐอเมริกา ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศสเปนสูงเป็นประวัติการณ์จำนวน 83 ล้านคนในปี 2562 คิดเป็นการเพิ่มขึ้นที่ร้อยละ 1

- ประเทศออสเตรเลีย

ประเทศออสเตรเลียยังคงเป็นประเทศที่สำคัญของบริษัท และเป็นประเทศที่ไมเนอร์ โฮเทลส์ประกอบธุรกิจบริหารจัดการห้องชุด (Management Letting Rights) เศรษฐกิจของประเทศออสเตรเลียเติบโตร้อยละ 1.7 ในปี 2562 ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตที่ต่ำกว่าการเติบโตเฉลี่ยในระยะยาว โดยประเทศออสเตรียมีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศจำนวน 8.6 ล้านคน สิ้นสุดเดือนมิถุนายน 2562 คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 3 จากปีก่อน นักท่องเที่ยวจากเอเชียยังคงเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด ซึ่งมีสัดส่วนถึงร้อยละ 51 ของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศ ทั้งนี้ ถึงแม้ว่าจะมีความตึงเครียดทางการค้าระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกาและจีน ประเทศจีนยังคงเป็นตลาดนักท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุดของออสเตรเลีย โดยที่คาดว่าตลาดเอเชียอื่น ๆ ซึ่งรวมถึงประเทศอินเดีย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย จะมีการเติบโตที่สูงขึ้นในอนาคต

ศูนย์วิจัยข้อมูลการท่องเที่ยวของประเทศออสเตรเลียคาดการณ์ว่าจำนวนคืนเข้าพักของนักท่องเที่ยวภายในประเทศจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.4 สิ้นสุดเดือนมิถุนายน 2563 ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในอดีตเนื่องจากการใช้จ่ายที่ถูกจำกัดด้วยค่าจ้างที่มีการเติบโตที่ชะลอตัวลง

- ลาตินอเมริกา

ไมเนอร์ โฮเทลส์ มีโรงแรมในประเทศต่างๆ ในลาตินอเมริกา 65 แห่ง ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ภายใต้การบริหารโดย เอ็นเอช โฮเทล กรุ๊ป โดยประเทศเม็กซิโก โคลัมเบีย ชิลีและอาร์เจนตินาเป็นประเทศที่สร้างรายได้หลักให้กับบริษัท ในปี 2562 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในลาตินอเมริกาได้รับผลกระทบจากปัจจัยหลายประการ รวมถึงความตึงเครียดทางการค้าและความตึงเครียดด้านสังคมและการเมือง ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในอเมริกาใต้ลดลงร้อยละ 3.2 ในปี 2562 แม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในอเมริกากลางจะเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 2.2 โดยการเติบโตในอัตราที่ต่ำในปี 2562 มีสาเหตุมาจากการชะลอตัวของการลงทุนและการบริโภคภาคเอกชนในประเทศเม็กซิโก รวมถึงเงื่อนไขในการระดมทุนจากภายนอกที่เข้มงวดขึ้นในประเทศอาร์เจนตินา อย่างไรก็ตาม มีการคาดการณ์ว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจในลาตินอเมริกาจะฟื้นตัวเป็นร้อยละ 1.6 ในปี 2563 และร้อยละ 2.3 ในปี 2564

- ประเทศมัลดีฟส์

ด้วยแนวคิด “หนึ่งเกาะ หนึ่งรีสอร์ท” อันเป็นเอกลักษณ์ ทำให้ประเทศมัลดีฟส์เป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวในฝันที่มีราคาแพงที่สุดระดับโลก โดยในปี 2562 ประเทศมัลดีฟส์มีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.9 เป็น 1.5 ล้านคนจากการเติบโตของนักท่องเที่ยวจากทุกภูมิภาค โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป (เติบโตร้อยละ 15) และทวีปเอเชียและแปซิฟิก (เติบโตร้อยละ 14) ทั้งนี้ การท่องเที่ยวของประเทศมัลดีฟส์มีแนวโน้มที่ดี โดยมีการคาดการณ์ว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 2.5 ล้านคนภายในปี 2566 เนื่องจากการขยายท่าอากาศยานนานาชาติเวลลัน นอกจากนี้ รัฐบาลได้ประกาศ

ยุทธศาสตร์ใหม่สำหรับปี 2563 โดยเน้นการสนับสนุนกิจกรรมการประชุม การจัดแสดงสินค้า และสัมมนา (MICE) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและกีฬา

- ทวีปแอฟริกา

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในทวีปแอฟริกาเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 ในปี 2562 ซึ่งเป็นอัตราที่ต่ำกว่าในหลายปีที่ผ่านมา โดยการเติบโตดังกล่าวมาจากแอฟริกาเหนือเป็นหลัก องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติคาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 - 5 ในปี 2562 และเพิ่มขึ้นเกือบ 2 เท่าจาก 71 ล้านคนในปี 2562 เป็น 134 ล้านคนในปี 2573 ด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่หลากหลาย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ยังด้อยพัฒนาของทวีปแอฟริกายังมีโอกาสในการเติบโตอย่างมากมาย ประเทศส่วนใหญ่ในภูมิภาคได้ตระหนักถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และได้เริ่มวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นตัวขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจต่อไป

- ภูมิภาคตะวันออกกลาง

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในภูมิภาคตะวันออกกลางโดยรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 8 ในปี 2562 และคาดการณ์ว่าจะเติบโตร้อยละ 4 - 6 ในปี 2563 โดยดูไบเป็นเมืองที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามามากที่สุดในภูมิภาคและติดอันดับ 1 ใน 10 ของเมืองท่องเที่ยวที่มีผู้เดินทางเข้ามามากที่สุดในโลก เนื่องจากได้รับประโยชน์จากการยกเลิกค่าธรรมเนียมวีซ่าสำหรับการเดินทางผ่านประเทศ (Transit Visa) เป็นเวลา 2 วัน อีกทั้งเมืองดูไบมีสวนสนุกต่างๆ มากมาย นอกจากนี้ เมืองดูไบยังได้รับรางวัลการจัดกิจกรรมการประชุม การจัดแสดงสินค้า และสัมมนา (MICE) ชำนาญของโลกในปี 2562 ติดต่อกันเป็นครั้งที่ 2 ทั้งนี้ มีการคาดการณ์ว่านิทรรศการ World Expo 2020 จะดึงดูดผู้เข้าชมถึง 25 ล้านคนในช่วงเดือนตุลาคม 2563 ถึงเมษายน 2564

คู่แข่งและสภาพในการแข่งขัน (ธุรกิจโรงแรม)

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

- อนันตรา

อนันตราเป็นแบรนด์โรงแรมหรูแบรนด์แรกที่เป็นของบริษัทเอง มุ่งเน้นไปที่กลุ่มนักท่องเที่ยวระดับบนที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ท้องถิ่น โดยแบรนด์โรงแรมระดับนานาชาติที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกับอนันตรา ได้แก่ ไฟร์ชี่ชั่นส์, เจ ดับบลิว แมริออท, แกรนด์ ไฮแอท, แมนดาริน โอเรียนเต็ล, แชนกรี-ลา และซิกแซกซ์ ซึ่งแบรนด์อนันตราจะนำเอาวัฒนธรรมท้องถิ่นมารวมไว้ในโรงแรมแต่ละแห่ง ทั้งจากการออกแบบโรงแรมไปจนถึงประสบการณ์ที่แขกที่ได้รับ ซึ่งทำให้แบรนด์อนันตรามีความแตกต่างจากโรงแรมแบรนด์อื่นๆ ปัจจุบัน โรงแรมในเครืออนันตราทั้งหมด 42 แห่งใน 18 ประเทศ

- อวานี

อวานีจัดอยู่ในกลุ่มโรงแรมระดับบน นำเสนอบรรยากาศที่ร่วมสมัยและผ่อนคลาย อีกทั้งยังผสมผสานการออกแบบที่ทันสมัยและบริการที่เป็นเลิศ อวานีแข่งขันกับแบรนด์โรงแรมทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ โดยแบรนด์โรงแรมระดับนานาชาติที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกับอวานี ได้แก่ แมริออท, ไฮแอท, ฮิลตัน และพูลแมน ในขณะที่คู่แข่งภายในประเทศจะแตกต่างกันตามสถานที่ตั้งของแต่ละโรงแรม ปัจจุบัน โรงแรมในเครืออวานีมีทั้งหมด 32 แห่งใน 18 ประเทศ

- ไคส์

ไคส์ให้บริการห้องพักหลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่ห้องพักโรงแรมไปจนถึงเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์พร้อมการตกแต่งภายใน โดยไคส์มีชื่อเสียงทั้งในด้านทำเลที่ตั้งของโรงแรมที่อยู่ในใจกลางเมือง และราคาที่เข้าถึงได้ ผู้ประกอบการที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกับไคส์ ได้แก่ กลุ่มโรงแรมแอดคอร์ท กลุ่มโรงแรมไอเอสจี และกลุ่มโรงแรมมันตรา

- กลุ่มโรงแรมแอดคอร์ต มีแบรนด์ภายใต้การบริหาร คือ โซฟีเทล, พูลแมน, เอ็มแกลเลอดี, โนวเทล, เมอเคียว, ไอบิสฮอลซีซั่น, อีแทป, เปปเปอร์, มันทรา, เบรกฟรี และอาร์ท ซีรีส์ โดยปัจจุบันแอดคอร์ตมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุดในประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์
- กลุ่มโรงแรมไอเอสจี มีแบรนด์ภายใต้การบริหาร คือ อินเตอร์คอนติเนนตัล, คราวน์พลาซ่า, ฮอลิเดย์ อินน์, ฮอลิเดย์ อินน์ เอ็กเพรส และสเตย์บริด สวีท

- ทิวาลี

ทิวาลีนำเสนอความงดงามและประวัติศาสตร์อันยาวนานของยุโรป แบรินด์ทิวาลิจัดอยู่ในกลุ่มโรงแรมหรูและโรงแรมระดับบน ดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยความสะดวกสบายและสถานที่ตั้งเชิงกลยุทธ์ทั้งในตัวเมืองไปจนถึงชายหาดอันงดงาม โดยโรงแรมทิวาลีส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในประเทศโปรตุเกส และได้ขยายไปในภูมิภาคตะวันออกกลาง ทั้งนี้ ทิวาลิถือเป็นหนึ่งใน 5 ผู้ดำเนินธุรกิจโรงแรมที่ใหญ่ที่สุดในประเทศโปรตุเกส โดยผู้ประกอบการที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกับทิวาลิ ได้แก่ กลุ่มผู้ดำเนินธุรกิจโรงแรมระดับนานาชาติ เช่น แมริออท โฮเทลส์ แอนด์ รีสอร์ท และ แอดคอร์ต โฮเทลส์ และกลุ่มผู้ดำเนินธุรกิจโรงแรมระดับภูมิภาคเช่น Pestana Hotels & Resorts และ Vila Galé Hotéis ในประเทศโปรตุเกส

- เอ็นเอช คอลเลคชั่น

เอ็นเอช คอลเลคชั่นให้บริการโรงแรมระดับพรีเมียมในสถานที่ที่สำคัญเพื่อความทรงจำอันแสนพิเศษสำหรับแขกที่เข้าพัก เอ็นเอช คอลเลคชั่นมุ่งให้บริการที่เหนือความคาดหมายแก่แขกที่เข้าพัก ด้วยมาตรฐานที่พักที่สะดวกสบาย การให้บริการอย่างใกล้ชิดเพื่อตอบสนองความต้องการของแขกแต่ละคน และความใส่ใจในทุกรายละเอียดอย่างลึกซึ้ง โดยแบรนด์โรงแรมระดับนานาชาติที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกับเอ็นเอช คอลเลคชั่น ได้แก่ เซอราตัน, แมริออท, ไฮแอท และฮิลตัน ในขณะที่คู่แข่งจะแตกต่างกันตามสถานที่ตั้งของแต่ละโรงแรม ปัจจุบัน โรงแรมในเครือเอ็นเอช คอลเลคชั่นมีทั้งหมด 83 แห่งใน 15 ประเทศ

- เอ็นเอช โฮเทลส์

เอ็นเอช โฮเทลส์ให้บริการโรงแรมระดับกลางถึงระดับบนในตัวเมือง เหมาะสำหรับแขกที่มองหาที่พักทำเลดี ในราคาที่คุ้มค่า นอกจากนี้ เอ็นเอช โฮเทลส์ยังเหมาะสำหรับการจัดประชุมและการจัดกิจกรรมทางธุรกิจ เนื่องจากมีห้องพักที่สะดวกสบายและเต็มไปด้วยประโยชน์ใช้สอย พร้อมทั้งการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกตามความต้องการของลูกค้า โดยแบรนด์โรงแรมระดับนานาชาติที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกับเอ็นเอช โฮเทลส์ได้แก่ ฮอลิเดย์อินน์ เบสท์ เวสเทิร์นและโนโวเทล ปัจจุบัน โรงแรมในเครือเอ็นเอช โฮเทลส์มีทั้งหมด 266 แห่งใน 27 ประเทศ

- นาว

นาวให้บริการโรงแรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสไตล์ร่วมสมัย ด้วยทำเลที่ตั้งอยู่ตามเมืองหลักต่างๆ โรงแรมภายใต้แบรนด์นาวมีบรรยากาศที่มีพลัง มีแรงบันดาลใจและน่าตื่นตาตื่นใจ เหมาะสำหรับแขกที่มองหาประสบการณ์การพักผ่อนที่น่าจดจำในโรงแรมที่สร้างสรรค์ไม่เหมือนใคร โดยแบรนด์โรงแรมระดับนานาชาติที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกับนาว ได้แก่ คิมปตัน ดับเบิลยู โฮเทลส์ และมี บาเย มีเลีย ปัจจุบัน โรงแรมในเครือนาวมีทั้งหมด 5 แห่งใน 5 ประเทศ

การดำเนินงานของบริษัทกระจายตัวอยู่ในหลากหลายภูมิภาค โดยบริษัทมีมุมมองในระยะกลางซึ่งไม่รวมผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการระบาดของโรค COVID-19 ซึ่งคาดว่าจะเป็นการชั่วคราวต่อการแข่งขันในแต่ละประเทศหลัก ดังนี้

- ประเทศไทย

การแข่งขันในอุตสาหกรรมโรงแรมภายในประเทศไทยมีความแตกต่างกันระหว่างในกรุงเทพฯและต่างจังหวัด โดยในกรุงเทพฯ แรงกดดันจากการแข่งขันที่รุนแรงจากการเปิดตัวของโรงแรมหรูในอดีตได้ปรับตัวดีขึ้นเรื่อย ๆ จากจำนวน

นักท่องเที่ยวจากตลาดเอเชียและยุโรปที่เพิ่มขึ้นอย่างแข็งแกร่ง รวมถึงจำนวนโรงแรมที่มีแผนที่จะเปิดใหม่ซึ่งมีจำกัด ดังนั้น ข้อจำกัดในการเพิ่มราคาห้องพักได้คลี่คลายลง ทั้งนี้ ด้วยจำนวนโรงแรมระดับบนที่จะเปิดใหม่ซึ่งมีไม่มากในช่วงไม่กี่ปีข้างหน้า บริษัทจึงคาดว่าจะสามารถเพิ่มราคาห้องพักของโรงแรมในกรุงเทพฯ ได้ ส่วนในต่างจังหวัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ จะยังคงมีการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง ถึงแม้จะมีการคาดการณ์ว่าการเปิดตัวของโรงแรมจะเพิ่มขึ้น แต่โรงแรมใหม่ส่วนใหญ่จะเป็นโรงแรมระดับกลาง ทั้งนี้ นอกเหนือจากการมุ่งเน้นในการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการแล้ว บริษัทยังคงมองหาโอกาสที่จะขยายธุรกิจโรงแรมในสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อรักษาตำแหน่งผู้นำตลาดภายในประเทศต่อไป ปัจจุบัน บริษัทเป็นผู้ดำเนินกิจการโรงแรมชั้นนำของประเทศไทย ในกลุ่มโรงแรมระดับบนและโรงแรมหรู โดยมีโรงแรมทั้งหมด 28 แห่งที่กระจายตัวอยู่ตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ

- ทวีปยุโรป

อุตสาหกรรมโรงแรมในทวีปยุโรปเป็นธุรกิจที่มีการกระจายตัว โดยโรงแรมส่วนใหญ่บริหารงานโดยผู้ประกอบการอิสระและผู้ประกอบการรายย่อย และมีจำนวนโรงแรมที่บริหารงานโดยผู้ดำเนินธุรกิจโรงแรมระดับนานาชาติไม่มาก สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมโรงแรมในทวีปยุโรปอยู่ในระดับปานกลาง ตลาดส่วนใหญ่มีโรงแรมที่มีแผนที่จะเปิดใหม่ไม่มากนัก เว้นแต่เมืองแฟรงค์เฟิร์ต ทั้งนี้ ด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ดี ประกอบกับชื่อเสียงของแบรนด์และฐานการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง บริษัทคาดว่าจะสามารถดึงดูดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นและสร้างผลการดำเนินงานให้เติบโตต่อไปในอนาคต ปัจจุบัน บริษัทเป็นผู้ดำเนินกิจการโรงแรมชั้นนำของทวีปยุโรป โดยมีโรงแรมทั้งหมด 300 แห่งกระจายตัวอยู่ตามเมืองที่สำคัญ

- ออสเตรเลีย

การแข่งขันในอุตสาหกรรมโรงแรมภายในประเทศออสเตรเลียมีแนวโน้มที่สูงขึ้น ด้วยการเพิ่มขึ้นของจำนวนโรงแรมที่มีแผนที่จะเปิดใหม่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นโรงแรมที่อยู่ในเมืองหลักๆ ทั้งนี้ ด้วยผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีและได้มาตรฐาน ประกอบกับอัตราค่าห้องพักที่ไม่สูงมากเมื่อเทียบกับโรงแรมระดับบน บริษัทจึงคาดว่าจะสามารถดึงดูดลูกค้าและรักษาผลการดำเนินงานให้เติบโตต่อไป

- ลาตินอเมริกา

อุตสาหกรรมโรงแรมในลาตินอเมริกามีการกระจายตัว โดยตลาดส่วนใหญ่ที่บริษัทมีการดำเนินธุรกิจมีจำนวนโรงแรมที่เปิดใหม่จำกัด ทั้งนี้ แผนการเปิดโรงแรมของตลาดส่วนใหญ่ในลาตินอเมริกามีแนวโน้มลดลง ในปัจจุบันประเทศเม็กซิโกเป็นประเทศที่มีแผนการเปิดโรงแรมมากที่สุดในลาตินอเมริกา ตามมาด้วยบราซิล เปรู โคลอมเบีย และสาธารณรัฐโดมินิกัน 5 ประเทศเหล่านี้คิดเป็นเกือบร้อยละ 70 ของแผนการเปิดโรงแรมทั้งหมดในลาตินอเมริกา โดยผู้ดำเนินธุรกิจโรงแรมชั้นนำระดับนานาชาติที่จะมีการขยายธุรกิจนำโดย แมริออท อินเตอร์เนชั่นแนล, แอคคอร์ โฮเทลส์, ฮิลตัน และอินเตอร์คอนติเนนตัล โฮเทล กรุ๊ป ทั้งนี้ ด้วยความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ และราคาเที่ยวบินที่ไม่แพงซึ่งช่วยขับเคลื่อนจำนวนการเดินทาง ทำให้ภูมิภาคนี้มีความน่าดึงดูด อีกทั้งรัฐบาลในหลายประเทศภายในภูมิภาคมีความมุ่งมั่นที่จะสนับสนุนภาคการท่องเที่ยว ดังนั้น จึงมีการคาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะเติบโตเร็วกว่าการเพิ่มขึ้นของจำนวนโรงแรมที่เปิดใหม่ ซึ่งจะช่วยให้บริษัทสามารถเพิ่มอัตราค่าห้องพักของโรงแรมและเติบโตผลการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต

- ประเทศมัลดีฟส์

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ประเทศมัลดีฟส์มีจำนวนโรงแรมเปิดใหม่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้มีการแข่งขันด้านราคาระหว่างผู้ดำเนินธุรกิจโรงแรมที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่ลดลง ซึ่งนักท่องเที่ยวจีนมีส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศมัลดีฟส์สูงที่สุด นอกจากนี้ ราคาห้องพักในประเทศมัลดีฟส์ยังถือว่าสูงเมื่อเทียบกับจุดหมายปลายทางอื่นๆ ส่งผลให้ผู้ประกอบการโรงแรมประสบปัญหาการลดลงของอัตราการเข้าพักและราคาห้องพัก

อย่างไรก็ตาม ตลาดอุปสงค์และอุปทานได้ปรับตัวดีขึ้นจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนโรงแรมใหม่ที่เข้าลง และจำนวนนักท่องเที่ยวใน 10 ตลาดหลักที่เพิ่มขึ้นอย่างมากโดยเฉพาะประเทศอินเดีย ประเทศในทวีปยุโรป และสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้ เพื่อรักษาการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รัฐบาลจึงได้กำหนดกลยุทธ์ใหม่ โดยเน้นการส่งเสริมมรดกวัฒนธรรมของประเทศมัลดีฟส์ การสนับสนุนกิจกรรมการประชุม การจัดแสดงสินค้า และสัมมนา (MICE) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและกีฬา อีกทั้ง การขยายท่าอากาศยานนานาชาติเวลลันนาซึ่งจะเสร็จสิ้นในปี 2565 จะส่งผลให้ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นมากกว่า 7 ล้านคน เมื่อเทียบกับประมาณ 2 ล้านคนในปัจจุบัน

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 โดยห้องที่จำหน่ายผ่านบริษัทท่องเที่ยวมีส่วนในการสำรองห้องพักที่สูงที่สุดของบริษัท
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	2560	2561*	2562*
ประเทศไทย	6%	6%	6%
เอเชียตะวันออก	26%	31%	30%
เอเชียใต้	4%	5%	6%
ตะวันออกกลาง	10%	11%	12%
ยุโรป	34%	25%	25%
อเมริกา	11%	6%	6%
ออสเตรเลีย	3%	3%	3%
อื่น ๆ	6%	7%	6%
รวม	100%	100%	100%

* ไม่รวมโรงแรมในยุโรปและโอเชียเนีย

สัดส่วนของลูกค้าแยกตามรายประเทศ 5 อันดับแรก ดังนี้

ลำดับที่	ประเทศ	2560	2561*	2562*
1	จีน	12%	14%	13%
2	สหราชอาณาจักร	9%	6%	6%
3	อเมริกา	5%	6%	6%
4	เยอรมนี	6%	6%	6%
5	ไทย	6%	5%	5%

* ไม่รวมโรงแรมในยุโรปและโอเชียเนีย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (ธุรกิจโรงแรม) แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. นักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน
2. นักธุรกิจ
3. กลุ่มการประชุม การจัดแสดงสินค้าและสัมมนาในภาครัฐและเอกชน (MICE)

ทั้งนี้ สัดส่วนของกลุ่มลูกค้าจะแตกต่างกันไปตามที่ตั้งและนโยบายของแต่ละโรงแรม

นโยบายด้านราคา (ธุรกิจโรงแรม)

ธุรกิจโรงแรมได้รับผลกระทบจากฤดูกาลค่อนข้างสูง โดยในอดีต บริษัทมีจำนวนลูกค้าเข้าพักสูงในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม และเดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคม ตามฤดูกาลท่องเที่ยวของตลาดหลักของบริษัท เช่น ประเทศไทย มหาสมุทรอินเดีย ซึ่งรวมถึงประเทศมัลดีฟส์ และสหรัฐอเมริกาเม็กซิโก 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, โฮเทล, ทิโวลี, เอ็นเอช คอลเลกชั่น, เอ็นเอช โฮเทลส์, นาว และเอลิอาน่า คอลเลกชั่น ซึ่งทำให้บริษัทสามารถใช้แบรนด์เพื่อบริหารจัดการโรงแรมซึ่งจะช่วยขยายธุรกิจให้เร็วขึ้นและเพิ่มอัตราการทำการกำไรให้กับบริษัท

การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย (ธุรกิจโรงแรม)

ช่องทางการจัดจำหน่ายแบ่งได้ 3 ทางคือ

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

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทมุ่งมั่นอย่างเต็มที่ในการใช้พลังงานและน้ำอย่างมีความรับผิดชอบและยั่งยืน การออกแบบโรงแรมของบริษัทคำนึงถึงการประหยัดพลังงาน อาทิ การติดตั้งอุปกรณ์บนหลังคาเพื่อกักเก็บน้ำฝน การเลือกใช้โครงสร้างที่มีน้ำหนักเบาเพื่อลดการใช้ซีเมนต์และประหยัดพลังงาน การติดตั้งเซ็นเซอร์ในการปิดเครื่องปรับอากาศ เมื่อแขกเปิดประตูหรือหน้าต่างเป็นระยะเวลานาน และการติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียและระบบรีไซเคิล ในระหว่างดำเนินงาน โรงแรมของบริษัทยังคงคำนึงถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร ด้วยการติดตั้งระบบรีไซเคิลที่มีประสิทธิภาพ การประหยัดพลังงานและการจัดการของเสีย นอกจากนี้ บริษัทยังติดตั้งระบบไฟฟ้าที่ประหยัดพลังงาน มีการรีไซเคิลน้ำเพื่อนำไปใช้ในการรดน้ำต้นไม้ ใช้ผลิตภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ เช่น ขวดแก้วและกระดาษ และการใช้พลังงานจากแสงอาทิตย์หรือความร้อนเท่าที่บริษัทจะทำได้ นอกจากนี้ บริษัทยังใช้ขวดแก้วในการบรรจุน้ำดื่มในเกือบทุกพื้นที่ และกำลังทดลองใช้ระบบกรองและบรรจุใหม่สำหรับน้ำดื่มในโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกล เพื่อที่จะลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และของเสียที่เกิดจากการขนส่ง ในช่วงสองปีที่ผ่านมา บริษัทริเริ่มเป้าหมายในการลดการใช้พลังงาน น้ำ และก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ของไมเนอร์ โฮเทลส์ลงร้อยละ 20 ภายในปี 2566 จากปีเริ่มต้นที่ปี 2559 และได้เพิ่มเป้าหมายระยะยาวในการลดการใช้พลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวในประเทศไทยลงร้อยละ 75 ภายในปี 2567 ทั้งนี้ สำหรับรายละเอียดเพิ่มเติมอยู่ในรายงานการพัฒนายั่งยืน 2562

ลักษณะการประกอบธุรกิจ (โครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลา อนันตรา เวเคชั่น คลับ)

ความสำเร็จจากการเข้าร่วมทุนกับกลุ่มแมริออท ในการพัฒนาโครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลา ภูเก็ต เวเคชั่น คลับนั้น ช่วย
ให้บริษัทสามารถพัฒนาโครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลาภายใต้แบรนด์ของบริษัทเองเป็นครั้งแรก คือ อนันตรา เวเคชั่น คลับ โดย
บริษัทได้เริ่มพัฒนาโครงการอนันตรา เวเคชั่น คลับแห่งแรกที่ปอตุเกส เกาะสมุย เป็นผลให้บริษัทมีห้องพักของโครงการเพื่อรองรับการขาย
สิทธิในการเข้าพักอาศัยตั้งแต่ปลายปี 2553 โดย ณ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีห้องพักและวิลล่าของโครงการอนันตรา เวเคชั่น คลับ
ทั้งสิ้น 251 ห้อง อยู่ที่เกาะสมุย ภูเก็ต ควีนส์ทาวน์ ประเทศนิวซีแลนด์ บาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย ซานย่า ประเทศจีน เชียงใหม่ และ
กรุงเทพฯ

สภาพการแข่งขันและคู่แข่ง (โครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลา อนันตรา เวเคชั่น คลับ)

ปัจจุบัน จำนวนคู่แข่งที่ดำเนินธุรกิจโครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลายังมีจำนวนไม่มากนัก เนื่องจากต้องอาศัยแบรนด์ที่
เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับ อีกทั้งยังต้องอาศัยเครือข่ายและจำนวนห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกที่พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวทั้ง
ในและต่างประเทศ โดยคู่แข่งสำคัญของโครงการอนันตรา เวเคชั่น คลับ ได้แก่ กลุ่มโรงแรมชั้นนำระดับโลก เช่น กลุ่มแมริออท เป็นต้น

นโยบายราคา (โครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลา อนันตรา เวเคชั่น คลับ)

โครงการอนันตรา เวเคชั่น คลับ เน้นจับกลุ่มลูกค้าตลาดบน ซึ่งแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดในปัจจุบัน จึงไม่มีความเสี่ยง
ทางการแข่งขันด้านราคา

การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย (โครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลา อนันตรา เวเคชั่น คลับ)

บริษัทได้จัดตั้งที่ปรึกษาเพื่อให้ความเข้าใจในโครงการอนันตรา เวเคชั่น คลับจำนวน 5 แห่ง ได้แก่ ภูเก็ต สมุย เชียงใหม่
บาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย และกรุงเทพฯ อีกทั้งบริษัทยังได้จัดตั้ง Call Center เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าของโครงการที่ประเทศจีนและ
ภูเก็ตอีกด้วย

กลุ่มเป้าหมาย (โครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลา อนันตรา เวเคชั่น คลับ)

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโครงการอนันตรา เวเคชั่น คลับ อยู่ในภูมิภาคเอเชียเป็นส่วนใหญ่ ดังจะเห็นได้จากข้อมูลลูกค้า
จำแนกรายประเทศดังต่อไปนี้

ประเทศ	2561	2562
จีน	38%	39%
ไทย	12%	11%
สิงคโปร์	8%	8%
ฮ่องกง	8%	8%
มาเลเซีย	7%	7%
ไต้หวัน	4%	4%
ญี่ปุ่น	4%	4%
อื่น ๆ	19%	18%
รวม	100%	100%

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ (โครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลา อนันตรา เวเคชั่น คลับ)

เนื่องจากบริษัทมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการพัฒนาโรงแรมและอสังหาริมทรัพย์ บริษัทจึงเป็นผู้พัฒนาห้องพัก
และวิลล่าเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า โดยห้องพักในโครงการอนันตรา เวเคชั่น คลับ ส่วนใหญ่ จะอยู่ติดกับโรงแรมที่บริษัทเป็น
เจ้าของหรือเป็นผู้รับจ้างบริหาร ส่งผลให้บริษัทสามารถบริหารจัดการห้องพักได้มีประสิทธิภาพ และช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน

โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

ลักษณะธุรกิจ (โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์)

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

กลยุทธ์ทางการตลาด (โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์)

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

นโยบายราคา (โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์)

บริษัทคำนึงถึงคุณค่าของแบรนด์ ทำเลที่ตั้ง ดีไซน์ที่สวยงาม การออกแบบพื้นที่ใช้สอยที่ลงตัว การก่อสร้างที่มีคุณภาพ สิ่งอำนวยความสะดวกในส่วนของโรงแรม จำนวนอสังหาริมทรัพย์ที่พอเหมาะ ในการกำหนดราคาขายอสังหาริมทรัพย์ของกลุ่มบริษัท ไมเนอร์ โดยมีการเปรียบเทียบกับราคาอสังหาริมทรัพย์ในบริเวณใกล้เคียง เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน สำหรับเดอะ เรสซิเดนซ์ บาย อนันตรา ลายัน ภูเก็ต มีราคาขายต่อหลังประมาณ 6 – 15 ล้านบาทสุทธิ

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 21,446 ตารางเมตร ซึ่งประกอบด้วย พื้นที่ให้เช่าสำหรับค้าปลีก (Retail area) 12,827.31 ตารางเมตร Entertainment (Bulk area) 3,530.20 ตารางเมตร มินิ แองเคอร์ (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 ริบลิส์ เชื่อหรือไม่ (Ripley's Believe It or Not! Museum), โกดังผีสิง (Haunted Adventure), มหัศจรรย์เขาวงกต (Infinity Maze), โรงภาพยนตร์ทะลุมิติ (12D Moving Theater), พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง หลุยส์ทุสซอตต์ แวกซ์เวิร์ค (Louis Tussaud's Waxworks), เกมสึตตะลุยเลเซอร์ (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 80.57% ของรายได้จากค่าเช่าพื้นที่รวมของงวดปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562
 2. Revenue Sharing เป็นลักษณะการจัดเก็บค่าเช่าจากสัดส่วนของรายได้จากผู้เช่า โดยขึ้นอยู่กับลักษณะของการประกอบธุรกิจแต่ละอย่าง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19.43 ของค่าเช่าพื้นที่รวมของงวดปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562

นโยบายราคา

บริษัทมีการปรับราคาขึ้นทุกครั้งที่มีการต่อสัญญาใหม่กับผู้เช่าโดยจะปรับราคาขึ้นโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 5-10 ต่อการต่อสัญญาแต่ละครั้ง ซึ่งในปีที่ผ่านมาการปรับราคาไม่เป็นไปตามที่ได้กำหนดไว้ เนื่องจากมีคู่แข่งรายใหญ่เปิดในพื้นที่ใกล้เคียงและจากสถานการณ์การเมืองที่มีความไม่แน่นอนสูง ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจตกต่ำโดยรวม ทำให้ผู้เช่ามีการขอส่วนลด (Discount) เป็นจำนวนมาก โดยมีอัตราการเช่าพื้นที่เฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 91.74 ของพื้นที่ทั้งหมด รายได้ของศูนย์การค้า รอยัล การ์เด้น พลาซ่า พัทยา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60.23% ของรายได้ทั้งหมดจากธุรกิจศูนย์การค้า

รายได้ในงวดปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 สามารถจำแนกได้เป็น

- | | |
|-------------------------------|---|
| — ค่าเช่าพื้นที่ ร้อยละ 62.70 | — รายได้จากการประกอบธุรกิจร้านอาหาร ร้อยละ 5.70 |
| — ค่าบริการ ร้อยละ 16.19 | — ค่าที่จอดรถ ร้อยละ 2.23 |
| — ค่าน้ำและค่าไฟ ร้อยละ 11.25 | — อื่นๆ ร้อยละ 1.93 |

ศูนย์การค้า Turtle Village Shopping Plaza

ศูนย์การค้า Turtle Village Shopping Plaza ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท รอยัล การ์เด้น พลาซ่า จำกัด ดำเนินธุรกิจให้เช่าพื้นที่เพื่อการพาณิชย์เป็นอาคาร 2 ชั้น ตั้งอยู่เลขที่ 889 หมู่ 3 อาคารเทอร์วิลวิลเลจ ตำบลไม้ขาว อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต บนพื้นที่ 2 ไร่ 1 งาน 98 ตารางวา มีพื้นที่ให้เช่า 3,031 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 68.03 ของรายได้จากค่าเช่าพื้นที่รวมในงวดปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562
 2. Revenue sharing ลักษณะการจัดเก็บค่าเช่าจากสัดส่วนของรายได้จากผู้เช่า โดยขึ้นอยู่กับลักษณะของการประกอบธุรกิจแต่ละอย่าง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 31.97 ของค่าเช่าพื้นที่รวมของงวดปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562

นโยบายราคา

บริษัทได้มีการปรับราคาให้เหมาะสมเพื่อดำเนินตามนโยบายในการทำราคาพื้นที่ให้เช่า และในปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 อัตราการเช่าพื้นที่เฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 92.73 ของพื้นที่ทั้งหมด

รายได้ในงวดปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 สามารถจำแนกได้เป็น

- ค่าเช่าพื้นที่ ร้อยละ 70.75
- ค่าบริการ ร้อยละ 12.07
- ค่าน้ำและค่าไฟ ร้อยละ 14.94
- อื่นๆ ร้อยละ 2.25

ศูนย์การค้า รอยัล การ์เด้น พลาซ่า กรุงเทพ

ศูนย์การค้า รอยัล การ์เด้น พลาซ่า กรุงเทพ ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท เจ้าพระยา รัชชวรท์ จำกัด ซึ่งบริษัทถือหุ้นอยู่ร้อยละ 100 ตั้งอยู่บนพื้นที่ของ โรงแรมอนันตรา ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ เลขที่ 257/6 ถนนเจริญนคร เขตธนบุรี กรุงเทพฯ ในช่วงปี 2556 -2557 ได้กลับมาเปิดดำเนินการใหม่ อีกครั้งในเดือนธันวาคม ปี 2558 ซึ่งประกอบด้วยศูนย์การค้าและโรงแรมบนอาคารเดียวกัน สูง 26 ชั้น ศูนย์การค้าใหม่ภายใต้ชื่อ "RIVERSIDE PLAZA" และโรงแรมใหม่ ชื่อ "AVANI" อยู่ด้านบน ทั้ง 2 ธุรกิจอยู่ในเครือของบริษัท Minor ทั้งนี้ พื้นที่บนอาคารได้ถูกจัดแบ่งดังนี้ ชั้นที่ 1-3 เป็นพื้นที่ศูนย์การค้า ชั้น 4-8 เป็นพื้นที่ลานจอดรถ ชั้น 9 เป็นส่วนของพื้นที่สำนักงาน ชั้น 10 เป็นพื้นที่ Convention hall ขนาดใหญ่ และตั้งแต่ชั้น 11 ขึ้นไป จะเป็นพื้นที่ของโรงแรม AVANI โดยส่วนของศูนย์การค้าใหม่ ซึ่งรวมกับส่วนของสำนักงาน มีพื้นที่เช่ารวมทั้งสิ้น 11,143 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 56.32 ของรายได้จากค่าเช่าพื้นที่รวมในงวดปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562
2. Revenue Sharing เป็นลักษณะการจัดเก็บค่าเช่าจากสัดส่วนของรายได้จากผู้เช่า โดยขึ้นอยู่กับลักษณะของการประกอบธุรกิจแต่ละอย่าง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.68 ของค่าเช่าพื้นที่รวมของงวดปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562

นโยบายราคา

บริษัทได้มีการปรับราคาให้เหมาะสมเพื่อดำเนินตามนโยบายในการทำราคาพื้นที่ให้เช่า และในปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 อัตราการเช่าพื้นที่เฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 83.33 ของพื้นที่ทั้งหมด

รายได้ในงวดปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 สามารถจำแนกได้เป็น

- ค่าเช่าพื้นที่ ร้อยละ 54.73
- ค่าบริการ ร้อยละ 26.27
- ค่าน้ำและค่าไฟ ร้อยละ 14.67
- อื่นๆ ร้อยละ 4.33

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, ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี โลตัส และคาร์ฟูร์ ศูนย์การค้าประเภท IT เช่น ดิจิตอลคอม และศูนย์การค้าคอมมูนิตี้มอลล์ เช่น มิโมซ่า จะมีเป้าหมายกลุ่มลูกค้าท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวในอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกัน ในขณะที่ศูนย์การค้า รอยัล การ์เด้น พลาซ่า พัทยา จะมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักคือ นักท่องเที่ยวและลูกค้าที่เข้าพักโรงแรม

ภาวะการแข่งขันของศูนย์การค้าในพัทยายังคงมีการแข่งขันกันรุนแรงตลอดปีที่ผ่านมา จากการพัฒนาพื้นที่เพื่อสร้างศูนย์การค้าใหม่ รวมถึงแข่งขันทางด้านการจัดการส่งเสริมการขายมากขึ้น ทั้งนี้การแข่งขันดังกล่าวมีผลกระทบต่อศูนย์การค้า รอยัล การ์เด้น พลาซ่า พัทยา ค่อนข้างมากทางด้านราคาเช่าพื้นที่ที่ต่อตารางเมตร แต่เนื่องจากตั้งอยู่ในทำเลที่ดี โดยเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเช่าพื้นที่ของศูนย์การค้า รอยัล การ์เด้น พลาซ่า พัทยาแล้วยังคงเป็นที่น่าสนใจสำหรับผู้เช่ามาก สังเกตได้จากอัตราการเช่าพื้นที่ที่มีอยู่สูงถึงอัตราร้อยละ 91.70

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

ธุรกิจให้เช่าศูนย์การค้า รอยัล การ์เด้น พลาซ่า กรุงเทพฯ

เนื่องจากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ประเภทคอนโด แถบริมแม่น้ำ 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 ได้กลับมาเปิดดำเนินการอีกครั้งเมื่อเดือนธันวาคม 2558 ซึ่งประกอบด้วยศูนย์การค้าและโรงแรมบนอาคารเดียวกัน ศูนย์การค้าใหม่ภายใต้ชื่อ “RIVERSIDE PLAZA” และโรงแรมใหม่ AVANI อยู่ด้านบน

ศูนย์การค้าใหม่ได้เปลี่ยนโฉมใหม่ไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิง ดูทันสมัย และครบวงจร มีความหลากหลายของร้านค้าแฟชั่น ร้านอาหาร บริการและร้านค้าอื่นๆ มากที่สุดบนถนนเจริญนคร และยังถือว่าเป็นโครงการแห่งเดียวที่มีการผนวกทั้งศูนย์การค้ากับโรงแรมระดับ 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 และสมาคมที่พักในเขตไม้ขาว จึงทำให้จำนวนลูกค้าค่อยๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นอีกอย่างมีนัยสำคัญในระยะเวลาอันใกล้ หลังจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมในละแวกนั้น

ธุรกิจบันเทิง

ลักษณะธุรกิจ (ธุรกิจบันเทิง)

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

พิพิธภัณฑ์ Ripley's Believe It or Not!

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

ในประเทศไทย บริษัทได้ซื้อใบอนุญาตในการดำเนินการโดยลงนามในข้อตกลง (Franchise Agreement) และเริ่มจัดสร้างพิพิธภัณฑ์ Ripley's Believe It or Not! ที่พัทยาเมื่อปลายปี 2537 โดยเช่าพื้นที่ขนาด 824 ตารางเมตร บนชั้น 2 ของศูนย์การค้ารอยัลการ์เด้น พลาซ่า พัทยา 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 รอยัล การ์เด้น เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ได้เปิดตัว Ripley's Haunted Adventure โกดังผีสิงที่ใหญ่ที่สุดในจำนวน 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! ดันรับเหล่าบรรดาคนรักความท้าทายแบบสยองขวัญ 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 เข้าสู่ห้องปฏิบัติการที่สุดแสนจะลึกลับ ดังเขาวงกต โดยผู้เล่นจะต้องผ่านเขาวงกตเลเซอร์ไปให้ได้ไวที่สุด โดยไม่ต้องลบลำแสงสีเขียวเหล่านั้น และ 2) Beam Buster ซึ่งเป็นเครื่องเล่นใหม่ของ Ripley's World Pattaya ที่นำเข้ามาเปิดตัวในเดือนธันวาคม 2558 เพื่อให้ผู้เล่นสวมวิญญาณนักจารกรรมเหมือนในภาพยนตร์เช่นกัน แต่ผู้เล่นจะต้องลบลำแสงสีเขียวให้ได้มากที่สุดและไวสุดถึงจะได้คะแนนมากที่สุด

ในงวดปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 มีอัตราการเข้าชมประมาณ 235,606 รายได้รวมมาจาก

- | | |
|---|---|
| ● พิพิธภัณฑ์ Ripley's Believe It or Not! ร้อยละ 18.88 | ● พิพิธภัณฑ์หลุยส์ทุสซอตต์แวกซ์เวิร์ค ร้อยละ 9.61 |
| ● โรงภาพยนตร์ 12 มิติ ร้อยละ 11.65 | ● สวนสนุกสยองขวัญ สครีม อิน เดอะ ดาร์ค ร้อยละ 11.78 |
| ● โกดังผีสิง ร้อยละ 15.66 | ● เกมส์ตะลุยเลเซอร์ ร้อยละ 7.25 |
| ● มหัศจรรย์เขาวงกต ร้อยละ 14.67 | ● รายได้อื่นๆ ร้อยละ 10.50 |

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 สปาเพื่อความผ่อนคลายและการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ปัจจุบันกลุ่มบริษัท เอ็มสปา เปิดดำเนินการในประเทศจำนวน 2 แห่งและในต่างประเทศจำนวน 5 แห่งดังนี้

ธุรกิจสปาในประเทศผ่านบริษัท เอ็มสปา อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด จำนวน 2 แห่ง

เจ ดับบลิว แมริออท ภูเก็ต รีสอร์ท แอนด์ สปา เดอะ เซ็นต์ รีจิส กรุงเทพฯ

ธุรกิจสปาในต่างประเทศผ่านบริษัท MSpa Ventures Limited จำนวน 3 แห่ง

อนันตรา เวิลด์วีลด์ รีสอร์ท นาลาดู มัลดีฟส์ บาย อนันตรา
อนันตรา ดิห์กู มัลดีฟส์ รีสอร์ท

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

เอมิเรตส์พาลาส

ธุรกิจสปาในต่างประเทศผ่านบริษัท Mspa International Cairo LLM จำนวน 1 แห่ง

โรงแรมเจดับบลิว แมริออท ไคโร

การตลาดและภาวะการแข่งขัน (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 สปาเพื่อความผ่อนคลายและการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือลูกค้าที่เข้าพักในโรงแรมและกลุ่มลูกค้าที่เห็นความสำคัญในเรื่องสุขภาพ ธุรกิจการให้บริการเพื่อสุขภาพ โดยเฉพาะธุรกิจสปาได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน จำนวนผู้ประกอบการได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทได้เปิดดำเนินการเป็นรายแรกๆ และปัจจุบันมีสาขาทั้งหมด 2 แห่งทั่วประเทศ และอีก 5 แห่งในต่างประเทศ คู่แข่งที่อาจจัดระดับเพื่อการเปรียบเทียบคือ (1) บันยันทรี สปา และ อังสนา สปา ซึ่งดำเนินการภายใต้กลุ่มเจ้าของเดียวกัน (2) ดุสิต เทวาลัย 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” เป็นแบรนด์ที่มีพิซซ่าหลากหลายชนิดให้เลือกมากที่สุดในธุรกิจอาหารประเภทนี้ โดยเน้นถึงคุณภาพของพิซซ่าที่อร่อยเยี่ยม ถึงรสถึงเครื่อง จากการคัดสรรวัตถุดิบอย่างดีในทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นชีสที่ผลิตจากโรงงานของบริษัทเอง เครื่องปรุงรสน้ำพิซซ่าที่มีความสดใหม่ แป้งพิซซ่าที่มีสูตรเฉพาะตัว และพิซซ่าทอสที่มีส่วนผสมของมะเขือเทศสดๆ และมีรสชาติเข้มข้น

บริษัทเป็นผู้ถือสิทธิในเครื่องหมายการค้า “The Pizza Company” แต่เพียงผู้เดียว โดยสิทธิดังกล่าวถือโดย MFG IP Holding (Singapore) Pte., Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัท เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 100

ลักษณะของธุรกิจและจำนวนสาขา

ในปี 2547 บริษัทได้เริ่มเปิดขายสิทธิแฟรนไชส์ให้แก่ผู้ลงทุนในประเทศไทยที่สนใจลงทุนในร้าน “The Pizza Company”

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 มีร้านค้าที่บริษัทลงทุนเอง (Own equity) ในประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 258 สาขา รวมสาขาในสนามบินในประเทศ จำนวน 2 สาขา และในต่างประเทศ 2 สาขา สาขาที่อยู่ในระบบแฟรนไชส์ในประเทศจำนวน 172 สาขา และสาขาในต่างประเทศจำนวน 138 สาขา ทั้งนี้ ท่าเลที่ตั้งของร้านค้าส่วนใหญ่จะอยู่ในเขตศูนย์การค้า ย่านธุรกิจและย่านชุมชน เป็นต้น โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นลูกค้าระดับกลางขึ้นไป ในส่วนของการให้บริการในรูปแบบแฟรนไชส์กับลูกค้าในต่างประเทศนั้น ปัจจุบันบริษัทได้ให้แฟรนไชส์ธุรกิจพิซซ่า “The Pizza Company” ใน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ บาร์เรน โอมาน กัมพูชา ลาว เวียดนามและพม่า เป็นต้น

ลักษณะการให้บริการ

การให้บริการภายใต้เครื่องหมายการค้า “The Pizza Company” มีทั้งการให้บริการแบบรับประทานที่ร้าน (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 มีรสชาติที่ยอดเยี่ยม

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 2562 บริษัทได้เปิดดำเนินการร้าน Burger King ทั้งสิ้นจำนวน 115 สาขาทั่วประเทศไทย (รวมสาขาในสนามบิน 17 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 แปรนด์แรกของประเทศไทย และปัจจุบันยังคงความเป็นอันดับหนึ่ง ด้วยความหลากหลายของไอศกรีมชั้นเดียว ไอศกรีมเค้ก บิงซู และบรรยากาศการตกแต่งร้าน รวมถึงการให้บริการที่คำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้าอย่างสูงสุด

ลักษณะของธุรกิจและจำนวนสาขา

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

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทได้เปิดสาขาโดยการลงทุนเองในประเทศทั้งสิ้นจำนวน 116 สาขา และต่างประเทศ 1 สาขา ปัจจุบันมีสาขาที่อยู่ในระบบแฟรนไชส์ในประเทศจำนวน 178 สาขา และต่างประเทศจำนวน 27 สาขา ร้านค้าส่วนใหญ่ตั้งอยู่ตามย่านศูนย์การค้า แหล่งธุรกิจและแหล่งชุมชน เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล แฟรนไชส์ โฮลดิ้ง (ลาบวน) จำกัด ยังสามารถให้แฟรนไชส์กับลูกค้าในต่างประเทศได้ โดยปัจจุบันบริษัทได้ให้แฟรนไชส์ธุรกิจไอศกรีม “Swensen’s” แก่ผู้ให้บริการในประเทศไทย พม่า กัมพูชา สาธารณรัฐประชาชนลาว และเวียดนาม และปาเกีสถาน

ลักษณะการให้บริการ

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

ซอฟต์แวร์ไอศกรีม

ภายใต้แบรนด์ “Dairy Queen” เป็นไอศกรีมซอฟต์แวร์ มีการจัดจำหน่ายในรูปแบบของ Kiosk มีสินค้าที่เป็นที่นิยมคือ “Blizzard” ที่มีความหลากหลายและรสชาติเข้มข้น 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 2562 บริษัทได้เปิดสาขาโดยการลงทุนเองทั้งสิ้นในประเทศจำนวน 257 สาขา (รวมสาขาในสนามบิน 16 สาขา) สาขาในต่างประเทศจำนวน 2 สาขา และมีที่อยู่ในระบบแฟรนไชส์ในประเทศจำนวน 263 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 2562 บริษัทได้เปิดดำเนินการธุรกิจทั้งสิ้นจำนวน 65 สาขา โดยมี 8 สาขาในต่างประเทศ และ 57 สาขาในประเทศไทย โดยส่วนใหญ่ร้านค้าจะตั้งอยู่ในย่านศูนย์การค้า แหล่งธุรกิจและแหล่งชุมชน

ลักษณะการให้บริการ

Sizzler ให้บริการสำหรับการรับประทานอาหารในร้าน (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 เป็นร้านอาหารสเต็กเข้าสู่ในประเทศออสเตรเลีย 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 ซึ่งเป็นหนึ่งในธุรกิจกาแฟที่ทำรายได้ในประเทศออสเตรเลีย

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 2562 บริษัทได้เปิดบริการรวมทั้งสิ้น 460 สาขา โดยการลงทุนเองทั้งสิ้นจำนวน 111 สาขา ซึ่งเป็นสาขาที่ลงทุนในประเทศไทย 62 สาขา และลงทุนเองในต่างประเทศ 49 สาขา ในประเทศออสเตรเลีย มัลดีฟส์ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซาอุดีอาระเบีย เซเชลส์ กатар สาธารณรัฐประชาชนลาว และเวียดนาม 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 เป็นผู้นำในด้านการให้บริการด้านอาหารที่หลากหลายรูปแบบภายใต้การให้บริการหลายแบรนด์ ได้แก่ Thai Express, Xin Wang Hong Kong Café, Kiseki Japanese Buffet Restaurant, Buffet Town, Poulet, Basil, Riverside 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 2562 The Minor Food Group Singapore มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 90 สาขา โดยการลงทุนเองทั้งสิ้นจำนวน 67 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 เป็นผู้ประกอบการร้านอาหารประเภท CASUAL DINING ในประเทศจีน ภายใต้แบรนด์ RIVERSIDE & COURTYARD ซึ่งมีความเชี่ยวชาญในอาหารจานปลาเสฉวน บาร์บีคิว RIVERSIDE เปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2548 และประสบความสำเร็จในการสร้างแบรนด์ร้านอาหารที่แข็งแกร่งและสร้างฐานลูกค้าหลักที่ชื่นชอบในอาหารกระทะร้อนประเภทปลา ประกอบกับการผสมผสานกันอย่างลงตัวระหว่างอาหารพื้นบ้าน การบริการที่ได้รับการฝึกฝนมาอย่างดี และการตกแต่งร้านอาหารแบบร่วมสมัย เป็นผลให้ RIVERSIDE ขยายสาขาอย่างรวดเร็ว

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 เปิดบริการโดยการลงทุนเองทั้งสิ้นจำนวน 91 สาขา เป็นสาขาในกรุงปักกิ่ง 37 สาขา สาขาในเซี่ยงไฮ้ 25 สาขา และเมืองอื่นๆ จำนวน 29 สาขา

เครือข่ายร้านอาหารของกลุ่มบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 มีดังนี้

ร้าน	จำนวนสาขา	บริษัทลงทุนเอง		แฟรนไชส์	
		ในประเทศ	ต่างประเทศ	ในประเทศ	ต่างประเทศ
The Pizza Company	570	258	2	172	138
Burger King	121	115	6	-	-
Swensen's	322	116	1	178	27
Dairy Queen	522	257	2	263	-
Sizzler	65	57	8	-	-
The Coffee Club	460	62	49	-	349
Thai Express	90	8	59	-	23
Riverside	91	-	91	-	-
อื่นๆ	136	89	18	3	26
รวมทั้งสิ้น	2,377	962	236	616	563

การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางการจำหน่ายแบ่งได้ 3 ช่องทาง คือ

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

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 2562 เป็นการรวบรวมข้อมูลเผยแพร่จากส่วนราชการและภาคอุตสาหกรรม ข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งซึ่งเป็นข้อมูลที่บริษัทว่าจ้างหน่วยงานภายนอกเป็นผู้จัดทำเป็นรายปี

ธุรกิจร้านอาหารที่มีสาขาในประเทศไทย

ในปี 2562 บริษัทคาดว่าตลาดโดยรวมของธุรกิจอาหารบริการด่วนจะยังคงมีการแข่งขันที่รุนแรงและเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งบริษัทคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตที่ดีกว่าปีที่ผ่านมา เนื่องจากผลกระทบเชิงบวกจากการเปิดเสรีการค้าของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC (ASEAN Economic Community) และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคของประเทศไทยในปัจจุบัน

ตารางเปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจร้านอาหารบริการด่วนสไตล์ตะวันตกในประเทศไทย						
(ล้านบาท)	2560		2561		2562 (ประมาณการ)	
	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ
คาเฟ่	9,543	15.8	10,313	17.8	21,012	19.4
ร้านอาหาร	25,152	41.7	23,174	40.0	23,843	38.5
ร้านอาหารจานด่วน	19,768	32.8	18,115	31.2	19,401	31.4
ไอศกรีมและเบเกอรี่	5,818	9.7	6,362	11.0	6,610	10.7
ตลาดรวม	60,282	100.0	57,964	100.0	61,687	100.0
บมจ. เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป	20,909	34.7	21,743	37.5	21,913	35.4

ที่มา: บริษัทในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มขนาดใหญ่ที่สุด 500 บริษัทแรก จากกระทรวงพาณิชย์ และประมาณการของบริษัท

หมายเหตุ: รายได้ของไมเนอร์ ฟู้ด ประเทศไทย รวมรายได้ของแฟรนไชส์ในประเทศไทย

สภาพการแข่งขันและคู่แข่ง

สภาพการแข่งขันและคู่แข่งในอุตสาหกรรมอาหารสไตล์ตะวันตก แยกตามประเภทอาหาร มีดังนี้

1. คาเฟ่

- ตลาดรวมของคาเฟ่ มีมูลค่ากว่า 25,800 ล้านบาท
- ปัจจุบัน คาเฟ่ อเมซอน ร้านกาแฟของ ปตท.เป็นผู้นำในตลาดร้านกาแฟ ด้วยส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 40

2. ร้านอาหาร (Casual Dining)

2.1 พิซซ่า มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ประมาณ 7,800 ล้านบาท

- ในปี 2562 อัตราการเติบโตร้อยละ 7
- แนวโน้มตลาดในอนาคตสำหรับพิซซ่าจะเน้นเรื่องนวัตกรรมใหม่ และการคิดค้นและพัฒนาเมนูใหม่ๆ ควบคู่กับการทำการส่งเสริมการขายและการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มพูนการรับรู้ของแบรนด์ และทำให้ผู้ที่ไม่ทานพิซซ่าหันมาบริโภคพิซซ่ามากขึ้น พร้อมกันนี้บริษัทได้ดำเนินการปรับปรุงร้านให้มีความทันสมัย และยังมีการขายผ่านระบบออนไลน์
- ณ 31 ธันวาคม 2562 เดอะ พิซซ่า คอมปะนี มีสาขาในประเทศไทยทั้งสิ้นจำนวน 430 สาขา เป็นเจ้าของเองจำนวน 258 สาขา (รวมสาขาที่อยู่ในสนามบิน 2 สาขา) และแฟรนไชส์จำนวน 172 สาขาโดยคู่แข่งหลักคือ พิซซ่า ฮัท มีสาขาจำนวน 147 แห่ง และโดมิโน พิซซ่า มีสาขาจำนวน 27 แห่ง

2.2 สด็ก ซีฟู้ด และสลัด มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ประมาณ 2,860 ล้านบาท

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

2.3 อาหารและกาแฟ มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ประมาณ 1,060 ล้านบาท

- Signature Blend คือความโดดเด่นของรสชาติกาแฟที่ The Coffee Club ใช้ดึงดูดลูกค้า โดยการผสมเมล็ดกาแฟสองสายพันธุ์ ระหว่างอาราบิก้าที่ให้รสชาติเข้มข้นออกเปรี้ยว เพิ่มความสดชื่นจากโคลัมเบีย และจากบราซิลที่มีกลิ่นหอมรสชาติปานกลาง นำมาผสมกับโรบัสต้า ที่ใช้ของพรีเมียมจากอินเดีย ช่วยให้การรสชาติกลมกล่อมเข้ากันอย่างลงตัวโดยใช้มาตรฐานเดียวกับที่ออสเตรเลีย และ All Day Breakfast ที่ให้ลูกค้าเข้ามาทานอาหารประเภทอาหารเช้าในเวลาใดก็ได้
- ปัจจุบัน The Coffee Club มีสาขาทั้งสิ้นจำนวน 62 สาขา ตั้งอยู่ใน พัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่ สมุย หัวหิน สนามบินดอนเมือง สนามบินภูเก็ต สนามบินสุวรรณภูมิ และกรุงเทพฯ โดยเป็นเจ้าของเองทั้งหมด ร้านค้าส่วนใหญ่ตั้งอยู่ตามย่านศูนย์การค้า แหล่งธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยว ในทำเลที่เดินทางสะดวก ปัจจุบันคู่แข่ง อาทิเช่น Greyhound มีทั้งหมด 16 สาขาอยู่ในกรุงเทพฯ และบริมณฑล ส่วน Dean & DeLuca มี 9 สาขา
- ในปี 2562 มีอัตราการเติบโตโดยยอดขายร้อยละ 21

3. ร้านอาหารจานด่วน หรือ ฟาสต์ฟู้ด

- ปัจจุบัน ธุรกิจอาหารจานด่วนในประเทศไทยมีมูลค่าราว 35,000 ล้านบาท โดยเบอร์เกอร์ คิง มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ประมาณ 2,100 ล้านบาทในปี 2562
- ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 เบอร์เกอร์ คิง มีสาขาทั้งสิ้นจำนวน 115 สาขา (รวมสาขาที่อยู่ในสนามบิน 17 สาขา) ส่วนคู่แข่ง อาทิเช่น เค เอฟ ซี มีสาขาทั้งสิ้นจำนวน 739 สาขา และแมคโดนัลด์ มีสาขาจำนวน 228 สาขา

4. ไอศกรีม และเบเกอรี่

ภาพรวมสินค้าประเภทไลฟ์สไตล์ อาทิเช่น เบเกอรี่ ขนมปัง ไอศกรีม โดนัท ยังคงเติบโตเพิ่มขึ้น จากกิจกรรมทางการตลาด รายการส่งเสริมการขาย แนะนำเมนูใหม่ และการเปิดสาขาใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องของทุกกลุ่มสินค้า ธุรกิจไอศกรีม มีมูลค่ารวมมากกว่า 9,600 ล้านบาท โดย สเวนเซนส์ และแดรี่ควีน ยังคงรักษาตำแหน่งผู้นำตลาดไอศกรีมไว้ได้อย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2562 ไอศกรีมสเวนเซนส์ มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณ 3,500 ล้านบาท และแดรี่ควีน มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณ 2,400 ล้านบาท

- ปัจจุบัน สเวนเซนส์ มีสาขาในประเทศไทยทั้งสิ้นจำนวน 294 สาขา (เป็นเจ้าของตนเอง 116 สาขา และขายแฟรนไชส์ในประเทศ 178 สาขา ส่วนคู่แข่งอย่างบาสกิน รอบิ้น มีสาขาทั้งสิ้นจำนวน 33 แห่ง ฮาเก้น ดาส มีสาขาทั้งสิ้นจำนวน 27 แห่ง และโคลด์สโตนมี 17 สาขา
- ปัจจุบัน แดรี่ควีนในประเทศไทยมีสาขาทั้งสิ้นจำนวน 520 สาขา เป็นเจ้าของตนเอง 257 สาขา (รวมสาขาที่อยู่ในสนามบิน 16 สาขา) และขายแฟรนไชส์ในประเทศ 263 สาขา ส่วนคู่แข่ง เช่น เค เอฟ ซี ซอฟท์ไอศกรีม มีสาขาทั้งสิ้นจำนวน 739 สาขา และแมคโดนัลด์ ซอฟท์ไอศกรีม มีสาขาทั่วประเทศทั้งสิ้น จำนวน 228 สาขา

กลยุทธ์ทางการตลาด

บริษัทมีกลยุทธ์ทางตลาดและการขาย ดังนี้

1. เน้นการบริการลูกค้าให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจอย่างสูงสุด (100% customer satisfaction) ใช้กลยุทธ์เพื่อยกมาตรฐานการบริการ 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 2562 และได้วางแผนในเรื่องการเตรียมความพร้อมในการทำสัญญาซื้อวัตถุดิบกับคู่ค้า (Suppliers) เพื่อกำหนดราคาหรือจำนวนและคุณภาพของวัตถุดิบในระยะยาว

วัตถุดิบและแหล่งที่มา

วัตถุดิบในการผลิตของบริษัท แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. วัตถุดิบที่เป็นอาหารแช่แข็ง ได้แก่ เนื้อไก่แปรรูป เนื้อหมูแปรรูป เนื้อวัวแปรรูป อาหารทะเลประเภทต่างๆ เนยแข็ง ไอศกรีม มันทิ้งแช่แข็ง ผักและผลไม้แช่แข็ง เป็นต้น

- วัตถุดิบที่เป็นอาหารสด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์นม ไข่ไก่ ผักและผลไม้สด เป็นต้น
- วัตถุดิบอื่นๆ ได้แก่ นมผง แป้ง ขนมอบ้าง เครื่องเทศ อาหารกระป๋อง ผลไม้แปรรูป น้ำมันพืช กาแฟ น้ำตาล เครื่องดื่มและบรรจุภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ เป็นต้น

ที่มาของวัตถุดิบแต่ละประเภท มาจาก 2 แหล่งด้วยกัน คือ

- แหล่งที่มาภายในประเทศ ได้แก่ นมสด ไข่ไก่ ไข่ไก่สด เนื้อสัตว์แปรรูปประเภทต่าง ๆ ผัก ผลไม้ แป้ง น้ำตาล อาหารกระป๋อง เครื่องดื่มและบรรจุภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 70-75 ของวัตถุดิบทั้งหมดโดยประมาณ
- แหล่งที่มาจากต่างประเทศ แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ
 - การซื้อผ่านตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย ได้แก่ มันฝรั่งแช่แข็ง ผักและผลไม้แช่แข็ง เครื่องเทศ อัลมอนต์ เมล็ดกาแฟ ส่วนประกอบต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตและแต่งหน้าไอศกรีม เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 5-10 ของวัตถุดิบทั้งหมดโดยประมาณ
 - การนำเข้าจากต่างประเทศโดยตรง ได้แก่ เนยแข็ง นมผงพว่องมันเนย ส่วนประกอบอื่นๆ ที่ใช้ในการผลิตไอศกรีม อาหารกระป๋อง เนื้อวัวแปรรูปบางประเภท เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 15-20 ของวัตถุดิบทั้งหมดโดยประมาณ

วัตถุดิบหลักในการผลิตสินค้าของแต่ละแบรนด์ มีดังนี้

- The Pizza Company วัตถุดิบหลักคือ แป้งพิซซ่า เนยแข็ง เนื้อหมูแปรรูป เนื้อไก่แปรรูป และอาหารทะเล ซึ่งบริษัทจัดซื้อจากต่างประเทศ บริษัทในกลุ่มเดียวกันและผู้จำหน่ายภายในประเทศ
- Burger King มีวัตถุดิบหลักคือ ขนมอบ้าง มันฝรั่งแช่แข็ง เนยแข็ง และเนื้อวัวแปรรูป เนื้อหมูแปรรูป เนื้อไก่แปรรูป ซึ่งบริษัทสั่งซื้อจากต่างประเทศและผู้จำหน่ายในประเทศ
- Swensen's, Dairy Queen และบริษัท ไมเนอร์ แดรี่ จำกัด มีวัตถุดิบหลักในการผลิตไอศกรีมคือ นมผงพว่องมันเนย ผลิตภัณฑ์จากนม และส่วนประกอบต่างๆ ที่ใช้ในการแต่งหน้าไอศกรีม (Topping) ซึ่งสั่งซื้อจากต่างประเทศโดยตรง และผ่านตัวแทนจำหน่ายในประเทศ
- Sizzler มีวัตถุดิบหลักคือ เนื้อวัวแปรรูป เนื้อหมูแปรรูป เนื้อไก่แปรรูป อาหารทะเลแช่แข็ง ขนมอบ้าง ข้าว เนยแข็ง ผักและผลไม้ชนิดต่างๆ โดยเนื้อสัตว์บางประเภทนั้น ทำการสั่งซื้อจากต่างประเทศโดยตรง และผ่านผู้จำหน่ายในประเทศ
- The Coffee Club มีวัตถุดิบหลักคือ เมล็ดกาแฟ เนื้อวัวแปรรูป เนื้อหมูแปรรูป เนื้อไก่แปรรูป อาหารทะเลแช่แข็ง ขนมอบ้าง เครื่องปรุงอาหาร ผลิตภัณฑ์นม และเครื่องดื่มประเภทต่างๆ ซึ่งบริษัทสั่งซื้อผ่านผู้จำหน่ายในประเทศ
- The Minor Food Group Singapore มีวัตถุดิบหลักคือ เนื้อวัวแปรรูป เนื้อหมูแปรรูป เนื้อไก่แปรรูป อาหารทะเลแช่แข็ง และเครื่องปรุงอาหารต่างๆ โดยส่วนใหญ่แล้ว บริษัททำการสั่งซื้อจากต่างประเทศผ่านผู้จำหน่ายในประเทศ

2.3 ธุรกิจจัดจำหน่ายและรับจ้างผลิตสินค้า

2.3.1 ลักษณะธุรกิจ

บริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.92 ในบริษัท ไมเนอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ("MINOR") (รวมส่วนที่ถือหุ้นโดย MFG ร้อยละ 8.57) ซึ่งเป็นผู้นำในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายสินค้านำเข้าจากต่างประเทศและธุรกิจการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การจัดจำหน่ายสินค้าประเภทเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม กระเป๋า และรองเท้า

- แบรินด์เอสปริ (Esprit) ประกอบด้วยเสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับและเครื่องแต่งกายสำหรับสุภาพบุรุษ สุภาพสตรี วัยรุ่น เป็นสินค้าจากประเทศสหรัฐอเมริกา

- **แบรนด์บอสสินี (Bossini)** ประกอบด้วยเสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับสุภาพบุรุษ สุภาพสตรี วัยรุ่นและเด็ก เป็นสินค้าจากประเทศฮ่องกง
- **แบรนด์ชาร์ลส์ แอนด์ คีธ (Charles and Keith)** ประกอบด้วยรองเท้า กระเป๋า และเครื่องประดับ สำหรับสุภาพสตรี เป็นสินค้าจากประเทศสิงคโปร์
- **แบรนด์บรู๊คส์ บราเธอร์ส (Brooks Brothers)** ประกอบด้วยเสื้อผ้าสำเร็จรูปชั้นนำสำหรับสุภาพบุรุษ และสุภาพสตรี เป็นสินค้าจากประเทศสหรัฐอเมริกา
- **แบรนด์เอแตม (ETAM)** ประกอบด้วยชุดชั้นใน และชุดนอนสำหรับสุภาพสตรี เป็นสินค้าจากประเทศฝรั่งเศส
- **แบรนด์แรดลีย์ ลอนดอน (Radley London)** ประกอบด้วยกระเป๋า และเครื่องประดับ สำหรับสุภาพสตรี เป็นสินค้าจากประเทศอังกฤษ
- **แบรนด์อนเนลโล่ (Anello)** ประกอบด้วยกระเป๋า เป็นสินค้าจากประเทศญี่ปุ่น
- **แบรนด์โอวีเอส (OVS)** ประกอบด้วยเสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับและเครื่องแต่งกายสำหรับสุภาพบุรุษ สุภาพสตรี วัยรุ่นและเด็ก เป็นสินค้าจากประเทศอิตาลี
- **แบรนด์เซฟ มาย แบค (Save My Bag)** ประกอบด้วยกระเป๋า และเครื่องประดับ เป็นสินค้าจากประเทศอิตาลี

การจัดจำหน่ายสินค้าเครื่องใช้ในบ้านและเครื่องครัว

- **แบรนด์ซวิลลิง (ZWILLING)** ประกอบด้วยเครื่องใช้เสตนเลส สตีล คุณภาพสูง อาทิเช่น มีด หม้อ ช้อน กระทะ อุปกรณ์ประกอบอาหาร ภาชนะเครื่องครัวต่างๆ และอุปกรณ์ตกแต่งโต๊ะ ซึ่งเป็นแบรนด์จากประเทศเยอรมัน
- **แบรนด์โจเซฟ โจเซฟ (Joseph Joseph)** ประกอบด้วยอุปกรณ์ที่ใช้ในครัวเรือน เน้นการออกแบบที่มีฟังก์ชันในการแก้ปัญหาต่างๆ และง่ายต่อการใช้สอยด้วยรูปแบบที่ทันสมัย ซึ่งเป็นแบรนด์จากประเทศอังกฤษ
- **แบรนด์โบเด็ม (Bodum)** ประกอบด้วยเครื่องชงกาแฟและชาแบบ ทั้งแบบเฟรนช์เพรส ดริป และไซฟอน นอกจากนี้ยังมี แก้ว ดับเบิ้ลวอล และเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดเล็ก ที่มาพร้อมดีไซน์อันเป็นเอกลักษณ์ ง่ายต่อการใช้งานและเน้นเรื่องความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นแบรนด์จากประเทศเดนมาร์ก

การจัดจำหน่ายสินค้าและอุปกรณ์ทางการศึกษา

- อีทีแอล (ETL) อุปกรณ์และหนังสือ Interactive เพื่อการศึกษาเกี่ยวกับภาษาอังกฤษ ภาษาไทย ภาษาจีนกลาง และภาษา บาหลี เพื่อให้เกิดมีทักษะโดยครบเป็นองค์รวม (Total Development Program) เป็นทักษะทางด้านความรู้ (Knowledge) ทักษะในการใช้ชีวิต (Skill) และทักษะทางด้านคุณธรรมและจริยธรรม (Value) ผ่านหลักสูตรจากประเทศ สิงคโปร์ ซึ่งประกอบด้วยทักษะก่อนวัยเรียน (Soft Skills) ภาษาศาสตร์ วิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ ความรู้ทั่วไป และ จริยธรรม โดยมีอุปกรณ์ที่สามารถโต้ตอบ (Interact) กับเด็ก และ Learning by Doing เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ
- ไมเนอร์สมาร์ทคิดส์ (MSK) สื่อการเรียนรู้สำหรับเด็กโดยมีหนังสือ Interactive และอุปกรณ์เสริมที่ทันสมัย ปากกาพูดได้เพื่อ ใช้ในการเรียนรู้แบบ Interactive เพิ่มทักษะทางด้านภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีนกลาง และความรู้รอบตัวของเด็ก
- หงเฮ็น (Hongen) สื่อการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ ภาษาจีนกลาง ภาษาไทย โดยมีหนังสือ Interactive และอุปกรณ์เสริมที่ ทันสมัย ปากกาพูดได้เพื่อใช้ในการเรียนรู้แบบ Interactive เป็นการเตรียมความพร้อมทางด้านภาษาให้เด็กไทยเข้าสู่สากล
- เบรนเช็กเกอร์ (BrainChecker) ศาสตร์การวิเคราะห์ ค้นหาศักยภาพ จากการสแกนลายนิ้วมือ
- โปรเจ็คเลป (Minor Mojobot) นวัตกรรมใหม่ในการเรียนรู้ศตวรรษที่ 21 เรียนรู้และทำความเข้าใจทักษะด้านการเขียน โปรแกรม (Coding) โดยการเรียนรู้ผ่าน Unplugged Coding Robot & Boardgame

การผลิตสินค้าอุปโภค

บริษัทดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตสินค้าอุปโภคและสินค้าในครัวเรือน ได้แก่ น้ำหอมปรับอากาศในรถยนต์ ผลิตภัณฑ์ น้ำยาขัดรถยนต์ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด น้ำยาปรับผ้านุ่ม และน้ำยาล้างจาน ภายใต้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียง เช่น GLADE ALFA, CARGLO, MAGIC CLEAN, PED, ALPO, DAILY FRESH, FARCENT, SUNLIGHT เป็นต้น ลูกค้าสำคัญคือบริษัทต่างประเทศที่ผลิตสินค้าอุปโภคและจัดจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ เช่น บริษัท เอส.ซี.จอห์นสัน แอนด์ซัน (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท คาโอ อินดัสเตรียล (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท ยูนิลีเวอร์ เอเชีย ไพรวเท จำกัด เป็นต้น รวมทั้งรับผลิต ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่ใช้ในอุตสาหกรรมบริการให้กับ Diversey Hygiene

การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

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

บริษัทเห็นว่าผู้ใช้งานทางอินเทอร์เน็ตและทำธุรกรรมซื้อขายสินค้าออนไลน์มีจำนวนที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ในปี 2562 ได้พัฒนาการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัท

กลุ่มเป้าหมาย

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

สำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า ลูกค้าหลักของบริษัทเป็นบริษัทต่างชาติที่มียอดการสั่งซื้อสินค้าอุปโภคเป็นจำนวนมาก ทั้งเพื่อใช้ในประเทศและส่งออกไปยังประเทศใกล้เคียง

2.3.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

แบรนด์เอสปริ (Esprit)

ถึงแม้ธุรกิจแฟชั่นมีคู่แข่งจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงหลายปีที่ผ่านมา Fast fashion หลายแบรนด์ เข้ามาทำตลาดอย่างรวดเร็วด้วยการลงทุนที่สูง ทั้งขนาดของร้านค้า สินค้าที่มีความหลากหลาย และการปรับราคาเพื่อเป็นการดึงดูดกลุ่มลูกค้า ส่งผลกระทบต่อแบรนด์ที่เคยมีความแข็งแกร่งในตลาด เพราะผู้บริโภคมีทางเลือกในเรื่องของสินค้าที่มีความโดดเด่นทางด้านรูปแบบที่ทันสมัย แต่อย่างไรก็ตาม แบรนด์เอสปริยังมีจุดเด่นที่แตกต่างจากแบรนด์ fast fashion ใหม่ ๆ ในเรื่องการรักษาคุณภาพสินค้าที่สูง และยังคงการผลิตสินค้าที่ตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่พอใจในเรื่องคุณภาพสินค้าและความทนทาน ไม่เน้นความแฟชั่นจนเกินไป ใส่สบายเหมาะกับสรีระสำหรับคนวัยทำงานอายุ 30 ปีขึ้นไป ดังนั้น การทำโปรแกรมบริหารความพึงพอใจของลูกค้าสมาชิก (Minor Plus) เพื่อรักษากลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ได้มีการทำอย่างต่อเนื่อง เช่น การติดต่อจูงใจสินค้าใหม่ การให้ส่วนลดพิเศษ การดูแลลูกค้าในวันสำคัญ และ ณ สิ้นปี 2562 แบรนด์เอสปริมีจำนวนจุดจำหน่ายในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 85 แห่ง

แบรนด์บอสสินี (Bossini)

กลุ่มสินค้าที่อยู่ในระดับเดียวกันกับแบรนด์บอสสินีนั้น มีทั้งที่นำเข้าจากต่างประเทศ เช่น Giordano, Body Glove และผลิตในประเทศ เช่น Portland ซึ่งล้วนแต่อยู่ในตลาดมาเป็นเวลานาน และแม้ว่าจะมีการแข่งขันค่อนข้างสูงทั้งในด้านราคา และการส่งเสริมการขายในรูปแบบใหม่ๆ แบรนด์บอสสินี ยังคงเป็นแบรนด์ที่มีจุดแข็งในเรื่องผลิตภัณฑ์กันหนาวที่มีคุณภาพ เช่น เสื้อกันหนาวขนเป็ด และเสื้อแจ็คเก็ต รวมไปถึงเสื้อยืดใส่สบายที่มีรูปแบบสวยและคุณภาพดี บริษัทคาดว่าแบรนด์บอสสินียังมีโอกาสเติบโตไปกับการ

ขยายตัวของห้างสรรพสินค้าทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ณ สิ้นปี 2562 แบรินด์บรูคส์ มีจำนวนจุดจำหน่ายในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 80 แห่ง

แบรินด์บรูคส์ บราเธอร์ส (Brooks Brothers)

เสื้อผ้าชั้นน้ำ ที่มีมาร่วมสองศตวรรษ ได้ก่อตั้งขึ้นมาเมื่อปี 2361 ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา บรูคส์ บราเธอร์สเป็นแบรนด์แรกที่จำหน่ายสูทแบบเรดี้ ทูแวร์ จนกลายเป็นแบรนด์ที่ได้รับความนิยมจากประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาคนที่ 44 อย่างบารัก โอบามา ด้วยพัฒนาการของงานออกแบบเสื้อผ้าสุภาพบุรุษและสุภาพสตรีทั้งแบบเป็นทางการและแบบไลฟ์สไตล์ ทำให้บรูคส์ บราเธอร์สประสบความสำเร็จในประเทศสหรัฐอเมริกา และได้ขยายตลาดสู่ต่างประเทศ ณ สิ้นปี 2562 แบรินด์บรูคส์ บราเธอร์ส มีจำนวนจุดจำหน่ายในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 6 แห่ง

แบรินด์ชาร์ลส์ แอนด์ คีธ (Charles & Keith)

ตลาดรองเท้าและกระเป๋าสำหรับสุภาพสตรีในประเทศไทยมีทั้งแบรนด์ที่นำเข้า และแบรนด์ที่ผลิตในประเทศ โดยรองเท้าที่นำเข้ามักจะได้รับความนิยมในรูปแบบที่ทันสมัย มีวัสดุที่แตกต่างซึ่งหาไม่ได้ในประเทศ และการออกแบบที่สวยงาม กลุ่มรองเท้านำเข้าส่วนใหญ่จะเป็นแบรนด์ที่มีการวางตำแหน่งระดับบนและราคาสูง ในขณะที่แบรินด์ชาร์ลส์ แอนด์ คีธ ยังคงเน้นการตลาดในลูกค้าระดับกลาง โดยนำเสนอสินค้านำเข้าที่มีการออกแบบที่ทันสมัยเทียบเท่าสินค้าในกลุ่มระดับบน ในราคาที่จับต้องได้ แม้ว่าจะมีแบรนด์กระเป๋าสตรีที่ผลิตในประเทศเป็นคู่แข่ง แต่แบรินด์ชาร์ลส์ แอนด์ คีธ ยังคงเน้นการออกแบบ ใช้วัสดุที่มีคุณภาพ และปรับกลยุทธ์ด้านราคา ซึ่งทำให้แบรนด์ยังคงรักษาสวนแบ่งตลาดของสินค้ากลุ่มนี้ไว้ได้ การเติบโตของแบรนด์ เน้นการรักษาและสร้างฐานลูกค้าใหม่ คุณภาพการบริการของพนักงานขายให้เป็นที่หนึ่งในการดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และเมื่อปลายปี 2562 ที่ผ่านมานี้ แบรินด์ชาร์ลส์ แอนด์ คีธ ได้เพิ่มช่องทางการขายบนโลกออนไลน์ด้วยเว็บไซต์ของตัวเอง www.charleskeith.co.th โดยในสิ้นปี 2562 ชาร์ลส์ แอนด์ คีธ มีจำนวนจุดจำหน่ายในประเทศไทยทั้งสิ้น 44 แห่ง

แบรินด์แรดลีย์ ลอนดอน (Radley London)

แบรินด์กระเป๋าและเครื่องประดับ สำหรับสุภาพสตรี ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2541 ด้วยผลงานการออกแบบอันโดดเด่น และฟังก์ชันการใช้งานที่ดีเยี่ยม จึงทำให้แบรินด์แรดลีย์ ลอนดอน ได้รับความนิยมและกลายเป็นแบรนด์ชั้นนำระดับโลก ประกอบกับตลาดกระเป๋าสุภาพสตรีในประเทศไทยนั้น ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง แบรินด์แรดลีย์ ลอนดอน จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง โดยเน้นการตลาดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นนักศึกษา กลุ่มวัยทำงานทั้งคนไทยและต่างชาติ ณ สิ้นปี 2562 แบรินด์แรดลีย์ ลอนดอน มีจำนวนจุดจำหน่ายในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 31 แห่ง ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด

แบรินด์อเนลโล่ (Anello)

แบรินด์กระเป๋าแฟชั่นนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งถือกำเนิดขึ้นในปี 2548 ภายใต้แนวคิดที่อยากให้อินดี้มีรายละเอียดที่น่าสนใจด้วยลักษณะของสินค้าที่มีความโดดเด่นในเรื่องการออกแบบที่เรียบง่ายเน้นประโยชน์การใช้สอย และราคาที่ไม่วิเศษ őrสร้างสรรค์เป็นกระเป๋าที่มีความหลากหลายทั้งรูปแบบและวัตถุดิบที่ใช้ผลิต เพื่อให้เหมาะกับทุกความต้องการและกิจกรรม จนกลายเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน โดยเน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักเรียน นักศึกษา และวัยเริ่มทำงาน ทั้งสุภาพสตรีและสุภาพบุรุษ ณ สิ้นปี 2562 แบรินด์อเนลโล่มีจำนวนจุดจำหน่ายทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 116 แห่ง

แบรินด์เอแตม (ETAM)

แบรินด์ชุดชั้นในสุภาพสตรีที่มีมานานร่วม 100 ปี ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2459 ด้วยเอกลักษณ์การออกแบบให้ความสำคัญกับโครงสร้างหน้าอกที่แตกต่างของผู้หญิง ความสวยงามจากลูกไม้ฝรั่งเศส มีความยืดหยุ่นและสวมใส่สบาย จนเป็นแบรนด์ที่ได้รับความนิยมจากสุภาพสตรีทั้งในฝรั่งเศสและทั่วโลก เอแตมได้เข้ามาเป็นทางเลือกใหม่ในตลาดชุดชั้นในสุภาพสตรี ด้วยความสวยงาม และราคาที่แข่งขันได้ให้กับลูกค้ากลุ่มนักศึกษา และคนทำงานในประเทศไทย ที่ให้ความสำคัญกับการแต่งกายแฟชั่นทั้งภายนอกและภายใน ณ สิ้นปี 2562 แบรินด์เอแตมมีจำนวนจุดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าชั้นนำในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 27 แห่ง

แบรนด์โอวีเอส (OVS)

แบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่นอันดับหนึ่งจากประเทศอิตาลี ที่มีการออกสินค้าใหม่ทุกเดือนด้วยรูปแบบล้ำทันสมัยตามกระแสเทรนด์แฟชั่นสินค้าประกอบด้วยเสื้อผ้าและเครื่องประดับ ที่ตอบสนองครบทุกความต้องการของลูกค้าทุกเพศและวัย ตั้งแต่วัยแรกเกิด วัยเด็ก วัยรุ่น ไปจนถึงวัยทำงาน และครอบคลุมไลฟ์สไตล์ทุกโอกาสทั้งชุดลำลองในวันว่างและวันทำงาน เป็นแบรนด์ที่เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของบริษัทในตลาดกลุ่มใหม่คือ Fast Fashion ที่นำเสนอสินค้าแฟชั่นคุณภาพดีในราคาที่ย่อมเยาตามเทรนด์ของผู้บริโภคยุคใหม่ ณ สิ้นปี 2562 แบรนด์โอวีเอสมีจำนวนจุดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าชั้นนำในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 13 แห่ง

แบรนด์เซฟ มาย แบค (Save My Bag)

แบรนด์กระเป๋าและเครื่องประดับจากประเทศอิตาลี ที่ปฏิวัติวงการของแฟชั่นกระเป๋าตั้งแต่ปี 2556 ด้วยออกแบบสินค้าที่โดดเด่นทั้งสไตล์และฟังก์ชัน การเลือกใช้วัสดุนวัตกรรมล้ำสมัยอย่างผ้าโพลีแฟบบริคผสมไลคร่า (Poly-Fabric with Lycra®) ซึ่งผสมผสานความทนทานและน้ำหนักที่เบา เป็นวัสดุที่สามารถซักได้และมีความยืดหยุ่น ปรับให้เข้ากับทุกความต้องการในทุกๆ วัน ด้วยการใช้งานที่หลากหลาย เป็นสินค้าที่ผลิตในประเทศอิตาลี 100% บริษัทได้ยกเลิกการเป็นผู้จัดจำหน่าย ในปี 2562

แบรนด์อีทีแอล (ETL) ไมเนอร์ สมาร์ท คิดส์ (MSK) หงเฮ็น (Hongen) เบรนเช็คเกอร์ (BrainChecker) และโปรเจ็ค แลป (Minor Mojobot)

อีทีแอล (ETL) เป็นสินค้าเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับภาษาอังกฤษ ภาษาไทย ภาษาจีนกลาง และภาษาบาฮาซา และความรู้รอบตัวของเด็ก ถึงแม้ว่าการเติบโตของสื่อออนไลน์จะมีผลกระทบต่อธุรกิจประเภทนี้ แต่อีทีแอลเป็นสินค้าที่มีความโดดเด่นในเรื่องการวิจัยและพัฒนา คุณภาพรูปเล่มของหนังสือ อุปกรณ์เสริมที่ทันสมัย ช่วยกระตุ้นให้เด็กเกิดความสนใจในการเรียนรู้อยู่เสมอ อีทีแอลจึงเป็นผู้นำตลาดในผลิตภัณฑ์การศึกษาสำหรับเด็กที่มีคุณภาพสูง โดยสินค้าแต่ละชุดจะใช้เวลาในการพัฒนาและออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

ไมเนอร์ สมาร์ท คิดส์ (MSK) สื่อการเรียนรู้สำหรับเด็กโดยมีหนังสือ Interactive และอุปกรณ์เสริมที่ทันสมัย มีความโดดเด่นในเรื่องความหลากหลายทางด้านภาษา จึงเป็นที่สนใจสำหรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการพัฒนาเด็กทางด้านภาษา

หงเฮ็น (Hongen) สื่อการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ ภาษาจีนกลาง ภาษาไทย เป็นสินค้าที่มีความโดดเด่นด้านภาษา มีอุปกรณ์เสริมเป็นปากกาพูดได้กระตุ้นให้เด็กสนใจและง่ายต่อการเรียนรู้

เบรนเช็คเกอร์ (BrainChecker) การศึกษารูปแบบของลายนิ้วมือทั้ง 10 นิ้ว (Dermatoglyphics Analysis) เป็นศาสตร์การวิเคราะห์ ค้นหาศักยภาพของบุคคลที่ติดตัวมาแต่กำเนิด เป็นสินค้านวัตกรรมใหม่ที่สร้างความสนใจต่อพ่อแม่ ผ่านการสแกนค่าลายนิ้วมือและนำไปแปลงผลเป็นสถิติ เป็นที่นิยมในหลายประเทศ สินค้านี้ในประเทศไทยมีคู่แข่งน้อย อีกทั้งราคาที่ยังเป็นกลุ่มลูกค้าเดียวกับสินค้าหลัก ทำให้สามารถต่อยอดการขายได้

โปรเจ็คแลป (Minor Mojobot) นวัตกรรมใหม่ในการเรียนรู้ศตวรรษที่ 21 เรียนรู้และทำความเข้าใจทักษะด้านการเขียนโปรแกรม (Coding) โดยการเรียนรู้ผ่าน Unplugged Coding Robot & Boardgame จึงเป็นที่สนใจของกลุ่มลูกค้าและกลุ่มโรงเรียน

ช่องทางการจำหน่ายโดยผ่านระบบการขายตรง มีการชำระค่าสินค้าทั้งระบบเงินสด ระบบเงินผ่อนผ่านบัตรเครดิต ผ่านการหักบัญชีบัตรเครดิต และหักบัญชีธนาคาร ปัจจุบันมีช่องทางการจำหน่ายหลัก 3 ช่องทาง คือการขายตามบ้าน หรือที่พักรออาศัย การขายโดยผ่านการจัดสัมมนา การจัดกิจกรรมตามสถานศึกษา และการเปิดจุดขายชั่วคราวที่มีลูกค้าพลุกพล่าน เช่น ไฮเปอร์มาร์เก็ต งานแสดงสินค้าเด็ก โรงพยาบาล งานบู๊ตแฟร์ หรืองานกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เป็นต้น

แบรนด์สวิลลิง (ZWILLING)

ตลาดเครื่องครัวพรีเมียมที่มีราคาระดับสูงเริ่มมีความอึดตัวของฐานลูกค้าเดิม เนื่องจากสินค้ามีข้อจำกัดและตอบโจทย์ลูกค้าที่มีความต้องการเฉพาะกลุ่ม โดยตลาดหลักยังคงอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร การเติบโตและทิศทางของสวิลลิงในอนาคตคือ การปรับกลยุทธ์ของสินค้าและราคาให้มีภาวะการแข่งขันที่เหมาะสมกับคู่แข่งในตลาด เพื่อที่จะรองรับการขยายฐานลูกค้าใหม่ๆ พร้อมกับการทำการตลาดเชิงรุกเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดจากธุรกิจในกลุ่มเดียวกันทั้งรายใหญ่และรายเล็ก อีกทั้งการมุ่งเน้นทำการตลาดเชิงกิจกรรมและการใช้สื่อดิจิทัล เพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ เป็นแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก

และยอมรับในวงกว้าง แบนด์สวิลล์ยังได้เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าทางทีวีโฮมชอปปิง ซึ่งมีศักยภาพในการเติบโตสูงในกลุ่มสินค้าประเภทเครื่องครัว ณ สิ้นปี 2562 แบนด์สวิลล์ มีจำนวนจุดจำหน่ายในประเทศไทยรวม 29 แห่ง

แบนด์โจเซฟ โจเซฟ (Joseph Joseph)

ด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนไปลูกค้ากลุ่มมิลเลนเนียลต้องการสินค้าที่มีมากกว่าแค่ฟังก์ชันการใช้งานเพียงอย่างเดียว หรือ Single function แต่ลูกค้ากลุ่มนี้ต้องการสินค้าที่มีฟังก์ชันการใช้งานมากกว่าหนึ่งอย่างหรือที่เราเรียกว่ามัลติฟังก์ชัน (Multifunction) และทุกๆ ผลิตภัณฑ์ต้องมาพร้อมการออกแบบที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ โจเซฟ โจเซฟ แบนด์ Kitchenware Gadget สัญชาติอังกฤษที่ก่อตั้งตั้งแต่ปี 2546 โดยสองพี่น้อง แอนโทนีและริชาร์ด โจเซฟ โดยทั้งสองออกแบบผลิตภัณฑ์ของโจเซฟ โจเซฟโดยมีรากฐานจากการสังเกตรอบตัว สังเกตปัญหาหลายๆ อย่างภายในบ้าน และจุดนั้นเองทำให้พวกเขาคิดค้นการแก้ปัญหาเหล่านี้ สร้างสรรค์ออกมาในรูปแบบเครื่องครัวที่เป็นเอกลักษณ์และงานดีไซน์ที่โดดเด่น รวมนวัตกรรมการออกแบบให้เข้ากับไลฟ์สไตล์ที่ร่วมสมัย การเน้นไปที่ประสบการณ์การใช้งานจากผู้ใช้และนำปัญหามาออกแบบเพื่อแก้ไขในจุดบกพร่องนั้น คือ จุดเด่นและจุดขายสำคัญของแบนด์ โจเซฟ โจเซฟ ที่การันตีด้วยรางวัลในด้านการออกแบบจากทั่วโลก แบนด์โจเซฟ โจเซฟมีวางขายมากกว่า 100 ประเทศ และหนึ่งจุดขายคือประเทศไทย ที่มีจุดขายทั้งหมด 28 จุดขาย และยังเพิ่มช่องทางการจำหน่ายที่โฮมชอปปิงและช่องทางขายสินค้าออนไลน์ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด อีกทั้งยังคงใส่ใจในการสร้างการรับรู้ของแบนด์และการสร้างแคมเปญทางการตลาดเพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มคนรุ่นใหม่ให้มากยิ่งขึ้น

แบนด์โบเด็ม (Bodum)

จากการที่พฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่นิยมดื่มกาแฟเพิ่มมากขึ้น รวมถึงวัฒนธรรมการดื่มกาแฟที่กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของคนไทย ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกาแฟ ชา โกโก้มีการขยายตัวและเติบโตอย่างรวดเร็ว ขณะที่ร้านขายกาแฟทั้งในกรุงเทพมหานคร ต่างจังหวัดทุกภูมิภาคก็มีปริมาณเพิ่มขึ้นมาก จึงทำให้ “โบเด็ม” เครื่องทำกาแฟสัญชาติเดนมาร์ก มีโอกาสขยายตัวในการสร้างแบรนด์และจุดขายเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน โดยจุดเด่นของโบเด็มนั้น คือการชงกาแฟแบบสโลว์คอฟฟี่ (Slow Coffee) ซึ่งเป็นวิธีการชงกาแฟด้วยมือที่สามารถดึงรสชาติกาแฟออกมาได้มากที่สุด ซึ่งเป็นความตั้งใจของตระกูลโบเด็ม “มร. ยอร์เกน โบเด็ม” ที่ “เน้นรสชาติ ไม่สิ้นเปลือง” ทำให้ “โบเด็ม” เป็นที่นิยมและมีชื่อเสียงทั่วโลก และโบเด็มได้เข้ามาจำหน่ายในประเทศไทยอย่างเป็นทางการในปี 2019 และมีจุดขายทั้งหมด 26 จุดขายทั่วประเทศ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าคนรุ่นใหม่ที่ชอบดื่มกาแฟที่มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง

ธุรกิจเกี่ยวกับการรับผลิตสินค้าอุปโภค ภายใต้บริษัทย่อย นวศรี แมนูแฟคเจอร์ จำกัด

บริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคและสินค้าในครัวเรือนใหญ่ๆ หลายแห่งในประเทศไทย จะมีการว่าจ้างบริษัทอื่นให้เป็นผู้ผลิตสินค้าให้ เนื่องจากบริษัทนั้นๆ ไม่มีนโยบายดำเนินการผลิตเอง หรือมีกำลังการผลิตที่ไม่เพียงพอ ซึ่งคาดว่าแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมนี้จะเพิ่มขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคมีการใช้สินค้าในครัวเรือนเพิ่มมากขึ้น เช่น น้ำหอมปรับอากาศในรถยนต์ ผลิตภัณฑ์น้ำยาซักดรายด์ 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 แต่อาจกลายเป็นความเสี่ยงที่สำคัญในอนาคต เป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จและความยั่งยืนของธุรกิจ ปัจจัยความเสี่ยงต่อไปนี้ได้พิจารณาครอบคลุมทั้งความเสี่ยงปัจจุบัน และความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ของบริษัท ดังนั้น ผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดควรได้รับทราบถึงผลกระทบและโอกาสที่อาจเกิดขึ้นของความเสี่ยง รวมถึงการพิจารณาอย่างรอบคอบถึงปัจจัยอื่นที่อาจเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับบริษัท นอกเหนือจากปัจจัยความเสี่ยงที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ด้วย

1. ความเสี่ยงของการหยุดชะงักในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นผลกระทบจากความไม่แน่นอนด้านเศรษฐกิจ การเมือง ภัยธรรมชาติ และเหตุการณ์ร้ายแรง

รายได้กำไร และแผนการพัฒนาของบริษัท ล้วนต้องพึ่งพิงภาคการใช้จ่ายของผู้บริโภคและ ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจได้รับผลกระทบด้านลบจากปัจจัยภายนอกหลายประการ ปัจจัยที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัท เช่น ภาวะเศรษฐกิจถดถอย ความไม่สงบทางการเมือง โรคระบาด หรือภัยธรรมชาติ เป็นต้น แม้ว่าปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ เหล่านี้เป็นความเสี่ยงโดยทั่วไปที่ผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆ รายต้องเผชิญ แต่บริษัทได้จัดทำมาตรการบริหารความเสี่ยง เพื่อลดผลกระทบด้านลบต่อการดำเนินธุรกิจและผลประกอบการของบริษัทจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดให้ได้มากที่สุด ซึ่งมาตรการดังกล่าวรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียง

- สร้างความสมดุลของโครงสร้างรายได้จากการประกอบธุรกิจหลายประเภท อันประกอบไปด้วยธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจจัดจำหน่ายและรับจ้างผลิต
- สร้างความแข็งแกร่งและความหลากหลายของกลุ่มแบรนด์ของบริษัท เพื่อให้ครอบคลุมหลากหลายตลาด จากเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ จนถึงโรงแรมระดับหรู และจากแอมเบอร์เกอร์ จนถึงฟิชซ่าและอาหารไทย
- ขยายฐานธุรกิจให้ครอบคลุมทั้งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ซึ่งรวมถึงประเทศออสเตรเลีย ตลอดจนทวีปแอฟริกา ตะวันออกกลาง ยุโรป และอเมริกา เพื่อลดการพึ่งพาธุรกิจในประเทศใดประเทศหนึ่งเพียงประเทศเดียว
- ขยายธุรกิจที่บริษัทได้รับผลตอบแทนเป็นค่าธรรมเนียมการให้บริการ (Fee-Based Model) ได้แก่ การรับจ้างบริหารโรงแรม และการให้สิทธิแฟรนไชส์ ทั้งในประเทศที่บริษัทดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบันและตลาดใหม่ๆ ที่บริษัทยังไม่ได้ค้นเคย
- จัดเตรียมการวางแผนสำรองสำหรับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด (Contingency Plan) ในขณะที่ความท้าทายต่างๆ ที่บริษัทได้เผชิญในอดีต มีส่วนสำคัญในการช่วยพัฒนาความสามารถในการรับมือกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยเพิ่มความสามารถในการฟื้นตัวของธุรกิจของบริษัท

2. ความเสี่ยงจากการแข่งขันกับคู่แข่งในธุรกิจหลัก

2.1 การแข่งขันในธุรกิจโรงแรม

การเพิ่มขึ้นของจำนวนโรงแรมระดับบนในแหล่งท่องเที่ยวที่บริษัทดำเนินธุรกิจโรงแรมอยู่ อาจส่งผลให้เกิดการแข่งขันในด้านราคา ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อรายได้และกำไรของบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งจะได้รับความกดดันทั้งในเรื่องของราคาจากอัตราการเข้าพักที่ต่ำ และจากลักษณะการประกอบธุรกิจโรงแรมซึ่งมีค่าใช้จ่ายคงที่สูง (Low Operating Leverage) อย่างไรก็ดี บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพของการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าโรงแรมของบริษัทจะมีคุณภาพและการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งในตลาดนั้นๆ นอกจากนี้ บริษัทยังมีมาตรการในการลดความเสี่ยง โดยการเพิ่มความหลากหลายของธุรกิจขยายครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง มีประเภทและระดับการให้บริการของโรงแรม มีแบรนด์ ตลอดจนเครือข่ายของแขกที่เข้ามาเข้าพักโรงแรมที่หลากหลาย ซึ่งนอกจากแบรนด์อนันตรา, อวานี, โคลด์, ทิโวลี และเอเลวน่า คอลเลกชัน ซึ่งเป็นแบรนด์ระดับกลางถึงระดับบนของบริษัทเองแล้ว บริษัทยังได้เข้าจ้างบริษัทชั้นนำให้บริหารโรงแรมภายใต้การลงทุนของบริษัท โดยใช้แบรนด์โฟร์ซีซั่นส์, เจ

ดัลลาส แมริออท, เซ็นต์ริจิส และเรดิสัน บลู อีกทั้งการกระจายธุรกิจโรงแรมในกว่า 50 ประเทศ ในหลากหลายภูมิภาค ทั้งเอเชีย แอฟริกา ตะวันออกกลาง ยุโรป และทวีปอเมริกา ตลอดจนประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ ยังช่วยให้แบรนด์ของบริษัทเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และลดความผันผวนของรายได้จากธุรกิจโรงแรมที่ผันแปรตามฤดูกาลท่องเที่ยวตลอดทั้งปี นอกจากนี้ บริษัทยังมีการลงทุนในธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม เช่น ธุรกิจสปา ธุรกิจให้เช่าศูนย์การค้า ธุรกิจบันเทิง และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ส่งผลให้บริษัทสามารถให้บริการแก่ผู้บริโภคได้อย่างครบวงจร

2.2 การแข่งขันในธุรกิจร้านอาหาร

ธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจากคู่แข่งธุรกิจรายใหม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้ง่าย โดยมีปัจจัยที่สำคัญได้แก่ ราคาและคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหาร การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การมีส่วนร่วมทางดิจิทัล ระดับการโฆษณาและการริเริ่มส่งเสริมการขาย การบริการลูกค้า ชื่อเสียงขององค์กร และที่ตั้งร้านอาหาร โดยบริษัทต้องแข่งขันกับผู้ประกอบการร้านอาหารรายอื่นๆ ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม บริษัทวางเป้าหมายในการคงความเป็นผู้นำของธุรกิจร้านอาหาร โดยการพัฒนาทั้งสินค้าเดิมและสินค้าใหม่ๆ รวมถึงรูปแบบร้านใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนมุ่งเน้นการตอบสนองให้ทันความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค ส่งผลให้บริษัทสามารถรักษาความเป็นผู้นำและมีส่วนแบ่งการตลาดที่เหนือกว่าคู่แข่ง ด้วยฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่งและขนาดของธุรกิจที่ส่งผลให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบายกระจายธุรกิจ เพิ่มความหลากหลายของประเภทร้านอาหาร ซึ่งครอบคลุมทั้งอาหารตะวันตก เช่น พิซซ่า สเต็ก แฮมเบอร์เกอร์ ไส้กรอก ตลอดจนอาหารไทย จีน เกาหลี และกาแฟ และการขยายธุรกิจไปในหลากหลายประเทศ ทำให้บริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มได้มากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจในกลุ่มนี้มีการกระจายความเสี่ยงและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

2.3 การแข่งขันในธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้า

ธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าซึ่งบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าไลฟ์สไตล์ในประเทศไทย เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตาม ธุรกิจปัจจุบันของบริษัท มีความหลากหลายเพื่อรองรับผู้บริโภคชาวไทยเป็นส่วนใหญ่ ทั้งในกรุงเทพ ปริมณฑลและต่างจังหวัด ในขณะที่คู่แข่งหลักรองรับเฉพาะในกรุงเทพฯ นอกจากนี้ บริษัท ได้เปิดตัวแบรนด์ที่ไม่ใช่เครื่องแต่งกายซึ่งสามารถสร้างกำไรที่มากกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับแบรนด์เครื่องแต่งกายและสามารถเจาะกลุ่มผู้บริโภคที่ใหญ่กว่าทั่วประเทศ ธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทยังคงเป็นหนึ่งในผู้จำหน่ายอิสระรายใหญ่ที่สุดในประเทศไทย นอกจากนี้การมุ่งเน้นที่โครงการการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าชื่อ “ไมเนอร์พลัส” (MinorPlus) ส่งผลให้จำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นจาก 814,000 รายในปี 2561 เป็น 998,823 รายในปี 2562 นอกจากนี้บริษัทได้นำแนวคิดของบัตรสะสมคะแนนมาใช้ ซึ่งช่วยในการวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการคาดการณ์การจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแม่นยำ

3. ความเสี่ยงจากการลงทุนในธุรกิจใหม่

บริษัทมีแผนการขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่องทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่งผลให้บริษัทมีความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนใหม่ๆ อาทิเช่น การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการลงทุน ความสำเร็จในการริเริ่มโครงการใหม่ ภาระผูกพันตามสัญญา การขอใบอนุญาตและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงความเสี่ยงโดยทั่วไปในแต่ละประเทศ อีกทั้งการประสบความสำเร็จในการเข้าซื้อกิจการ มีส่วนขึ้นอยู่กับความสามารถของบริษัทในการทำให้เกิดประโยชน์จากการรวมกลุ่มธุรกิจที่ซื้อเข้ามาใหม่กับธุรกิจที่มีอยู่ในปัจจุบัน

อย่างไรก็ดี บริษัทมีมาตรการที่หลากหลายในการติดตามดูแลการพัฒนาโครงการใหม่อย่างใกล้ชิด เช่น การทำ Due Diligence การจัดทำแผนงานและขั้นตอนมาตรฐาน และการวางหลักเกณฑ์ในการลงทุนที่รอบคอบ เป็นต้น โดยบริษัทจะว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และความชำนาญในประเทศนั้นๆ อาทิ ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมในประเทศนั้นๆ ที่ปรึกษาด้านกฎหมาย และที่ปรึกษาด้านบัญชี ซึ่งจะทำงานร่วมกับทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญของบริษัทเพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทจะประสบความสำเร็จในการพัฒนาหรือเข้าซื้อโครงการนั้นๆ ต่อไป และสามารถบริหารเพื่อให้มีผลกำไรที่น่าพอใจ รวมถึงมีการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ บริษัทมีมาตรการลดความเสี่ยงสำหรับการลงทุนในประเทศที่บริษัทไม่เคยดำเนินธุรกิจมาก่อน โดยในช่วงแรก บริษัทจะร่วมลงทุนกับคู่ค้าทางธุรกิจที่มีความรู้ความชำนาญในการดำเนินธุรกิจในประเทศดังกล่าว เพื่อศึกษาสถานะตลาด กฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ การแข่งขัน และเรียนรู้การ

ดำเนินกิจการ จนกว่าจะมีความมั่นใจในการดำเนินธุรกิจในประเทศนั้นๆ เพียงพอ จึงจะมีการตัดสินใจลงทุนในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น ดังเช่นการลงทุนของบริษัทที่ผ่านมาในภูมิภาคแอฟริกา ประเทศมัลดีฟส์ ศรีลังกา เวียดนาม จีน สิงคโปร์ และออสเตรเลีย นอกจากนี้ สำหรับตลาดใหม่ของบริษัทเข้าลงทุนโดยเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ เช่น ยุโรปและลาตินอเมริกา บริษัทจะคงไว้ซึ่งคณะผู้บริหาร ซึ่งมีความรู้ความชำนาญในประเทศนั้นๆ

4. ความเสี่ยงจากความสามารถในการได้มาซึ่งที่ตั้งในการประกอบธุรกิจที่ต้องการ

โรงแรมบางแห่งของบริษัทตั้งอยู่บนที่ดินที่บริษัทเช่าจากเจ้าของที่ดิน สำหรับโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่เช่านั้น ส่วนใหญ่มีสัญญาเช่าระยะยาว 30 ปี หรือมากกว่า โดยบริษัทมีสิทธิต่ออายุสัญญา ด้วยอัตราค่าเช่าตามที่ตกลงกัน ยกเว้นในกรณีที่บริษัทตกลงที่จะไม่ต่ออายุสัญญา และจากการที่บริษัทได้ปฏิบัติตามสัญญาเช่าและมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเจ้าของที่ดินตลอดมา บริษัทจึงเชื่อมั่นว่า ความเสี่ยงดังกล่าวจะไม่เกิดขึ้นในระยะเวลาอันใกล้

สำหรับธุรกิจร้านอาหารและธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้า ท่าเลที่ตั้งเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น จึงอาจเกิดความเสี่ยงหากบริษัทไม่สามารถต่อสัญญาเช่าของพื้นที่นั้นๆ หรือมีการเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดและเงื่อนไขในสัญญาเช่าหรือไม่สามารถได้สถานที่ที่ต้องการตามอัตราค่าเช่าที่เหมาะสม อย่างไรก็ตาม เนื่องจากบริษัทมีร้านอาหารและจุดจัดจำหน่ายสินค้ามากมาย อีกทั้งแบรนด์ร้านอาหารและสินค้าแฟชั่นของบริษัทเป็นแบรนด์ยอดนิยม ซึ่งมีส่วนช่วยดึงดูดลูกค้าเข้ามาใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้า จึงทำให้บริษัทมีอำนาจต่อรองกับห้างสรรพสินค้าและเจ้าของพื้นที่ และสามารถทำสัญญาเช่าระยะยาวได้

5. ความเสี่ยงในการไม่ต่ออายุสัญญาและการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญในเงื่อนไขของสัญญาแฟรนไชส์และสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า

บริษัทดำเนินงานร้านอาหารบางส่วนภายใต้แบรนด์ที่ได้รับสิทธิแฟรนไชส์จากต่างประเทศตามข้อตกลงภายใต้สัญญาแฟรนไชส์ จึงอาจมีความเสี่ยงจากการที่มีได้รับการต่อสัญญาหรือมีการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดในสัญญาแฟรนไชส์ บริษัทได้ลดความเสี่ยงดังกล่าวโดยการขอต่ออายุสัญญาแฟรนไชส์ล่วงหน้า โดยมีระยะเวลาของสัญญา 10 - 20 ปี (ขึ้นอยู่กับประเภทของสัญญา) อีกทั้งการที่บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจภายใต้แบรนด์ที่บริษัทได้รับสิทธิแฟรนไชส์จนเป็นผู้นำตลาดในประเภทอาหารนั้นๆ ได้ เป็นผลให้บริษัทมีโอกาสสูงที่จะได้รับการต่อสัญญา อีกทั้งบริษัทได้ลดการพึ่งพาแบรนด์ที่บริษัทได้รับสิทธิแฟรนไชส์จากต่างประเทศ โดยการเพิ่มสัดส่วนรายได้จากแบรนด์ร้านอาหารที่เป็นของตนเอง ได้แก่ แบรนด์เดอะ พิชซ่า คอมปะนี, กลุ่มไทยเอกซ์เพรส, กลุ่มเดอะ คอฟฟี่ คลับ, ริเวอร์ไซด์ และ เบนีสานา

สำหรับธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้า การได้เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวเป็นปัจจัยสำคัญ สัญญาของบริษัทมี 2 ลักษณะ ได้แก่ แบบที่ต่อสัญญาโดยอัตโนมัติ และแบบที่มีกำหนดเวลา สำหรับสัญญาในลักษณะที่มีการกำหนดระยะเวลาในการต่อสัญญา บริษัทมีความเสี่ยงจากการที่คู่สัญญาจะไม่ต่อสัญญาเมื่อถึงกำหนด ซึ่งจะเป็นผลให้บริษัทมีโอกาสสูญเสียรายได้จากการเป็นตัวแทนจำหน่าย อย่างไรก็ตาม จากการที่ทางบริษัทได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุในสัญญาและการดำเนินธุรกิจร่วมกันมาเป็นเวลานานส่งผลให้บริษัทได้รับความไว้วางใจให้ต่ออายุสัญญา ยกเว้นในกรณีที่บริษัทตกลงที่จะไม่ต่ออายุสัญญา นอกจากนั้น หากคู่สัญญาขอเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขข้อตกลง โดยเฉพาะอัตราค่าตอบแทน บริษัทจะเจรจาต่อรองเพื่อให้การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นไปในทิศทางที่บริษัทและคู่สัญญาได้รับผลประโยชน์ร่วมกันทั้ง 2 ฝ่าย นอกจากนี้ บริษัทยังคงหาโอกาสเพื่อที่จะเพิ่มแบรนด์ใหม่ๆ ในธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าอย่างต่อเนื่อง

6. ความเสี่ยงจากการยกเลิกสัญญาจ้างบริหารโรงแรมและจ้างผลิตสินค้า

บริษัทมีการขยายธุรกิจโรงแรมภายใต้แบรนด์อันตรา, อวานี, โฮเทล, ทิโวลี, เอเลวาน่า, คอลเลคชั่น เอ็นเอช, คอลเลคชั่น เอ็นเอช โฮเทลส์ และนาว ซึ่งเป็นแบรนด์ของบริษัทเอง ภายใต้การรับจ้างบริหารจัดการโรงแรมที่บริษัทไม่ได้เป็นเจ้าของและได้รับผลตอบแทนเป็นค่าธรรมเนียมการให้บริการ ทั้งนี้ รายได้ค่าบริหารจัดการแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ค่าธรรมเนียมในการให้คำปรึกษาและคำแนะนำในการออกแบบและการก่อสร้างในช่วงก่อนโรงแรมจะเปิดดำเนินการ และค่าธรรมเนียมในการบริหารเมื่อโรงแรมได้เปิดดำเนินการแล้ว โดยค่าธรรมเนียมในการบริหารจะขึ้นอยู่กับรายได้และผลกำไรจากการดำเนินงานของโรงแรมที่บริษัทบริหารงาน โดยทั่วไป สัญญาว่าจ้างบริหารโรงแรมจะมีอายุ 10 - 20 ปี ในกรณีที่ลูกค้ายกเลิกสัญญาก่อนครบกำหนด บริษัทสามารถเรียกเก็บค่าเสียหายในรูปของ

ค่าธรรมเนียมการยกเลิกสัญญา (Cancellation Fee) ได้ ทั้งนี้ ประสบการณ์จากการบริหารธุรกิจโรงแรมในหลายปีที่ผ่านมา ส่งผลให้กลุ่มธุรกิจโรงแรมของบริษัทเป็นที่รู้จักในด้านความหลากหลายและคุณภาพของแบรนด์ ความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ตลอดจนความมุ่งมั่นในการสร้างความพึงพอใจสูงสุดของทั้งผู้ว่าจ้างบริษัทและแขกที่มาพัก

สำหรับธุรกิจรับจ้างผลิตสินค้าอุปโภค บริษัท นวศรี แมนูแฟคเจอริ่ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท รับจ้างผลิตสินค้าให้กับบริษัทสินค้าอุปโภคบริโภคระดับสากล ปัจจุบัน ธุรกิจดังกล่าวมีการแข่งขันไม่มากนัก เนื่องจากยังมีผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตให้ผลิตน้อยราย แต่ราคาและคุณภาพเป็นตัวแปรที่สำคัญในการที่จะได้รับคำสั่งซื้อ อย่างไรก็ตาม จากการที่บริษัทได้ดำเนินธุรกิจรับจ้างผลิตสินค้าอุปโภคมาเป็นเวลานานมากกว่า 30 ปี บริษัทให้ความสำคัญต่อการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม นอกจากนี้ การปรับปรุงสายการผลิตอย่างต่อเนื่องยังสามารถช่วยลดต้นทุนการผลิตได้ ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น เป็นผลให้บริษัทได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก และได้รับการว่าจ้างผลิตสินค้าในระยะยาว

7. ความเสี่ยงจากการหยุดชะงักของธุรกิจอันเนื่องมาจากการพึ่งพาบริการของผู้รับเหมา ผู้ผลิต และพันธมิตร

การดำเนินธุรกิจของบริษัทขึ้นอยู่กับการจัดหาสินค้าและบริการโดยผู้ให้บริการและผู้ผลิตจากภายนอก ตัวอย่างเช่น ผู้ผลิตอาหารและเครื่องดื่ม ตัวแทนท่องเที่ยว ผู้รับเหมาก่อสร้าง ผู้ผลิตสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องน้ำของโรงแรม ผู้ให้บริการด้านเทคนิคและไอที ผู้ให้บริการด้านการชำระเงิน ผู้ให้บริการด้านการจัดส่งสินค้า ตลอดจนผู้ให้บริการด้านการทำความสะอาดและซักผ้า ถ้าหากผู้ผลิตและผู้ให้บริการเหล่านี้ไม่สามารถให้บริการได้อย่างน่าพอใจ ย่อมส่งผลกระทบต่อความสามารถในการส่งมอบประสบการณ์การบริการที่ดีและเพียงพอแก่แขกและลูกค้าของบริษัทได้

บริษัทมีการติดตามการดำเนินงานของผู้ผลิตและผู้ให้บริการเหล่านี้อย่างต่อเนื่องเพื่อให้แน่ใจว่าพวกเขาเหล่านี้ให้บริการในระดับที่น่าพอใจและสอดคล้องกับข้อตกลงในการให้บริการที่ตกลงกันไว้ นอกจากนี้ บริษัทยังมีแผนฉุกเฉินเพื่อให้มั่นใจว่าธุรกิจสามารถดำเนินได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการจัดหาผู้ผลิตสำรองเพื่อลดความเสี่ยงจากการหยุดชะงักของธุรกิจในการจัดซื้อและการกระจายสินค้า

8. ความเสี่ยงด้านการเงิน

8.1 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทและบริษัทในเครือในประเทศไทยมีรายได้บางส่วนเป็นเงินสกุลต่างประเทศ เช่น รายได้จากการให้สิทธิแฟรนไชส์ รายได้จากการรับจ้างบริหารโรงแรม เงินปันผลรับ และรายได้จากตัวแทนท่องเที่ยวในต่างประเทศและอื่นๆ ซึ่งรายได้ดังกล่าวผันแปรตามอัตราแลกเปลี่ยน แต่ในขณะเดียวกัน บริษัทก็มีค่าใช้จ่ายบางประเภทเป็นเงินสกุลต่างประเทศ เช่น ค่าบริหารจัดการธุรกิจโรงแรม ค่าการใช้สิทธิสิทธิแฟรนไชส์/เครื่องหมายการค้าสำหรับธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และค่าสินค้าของธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้า ดังนั้น บริษัทและบริษัทในเครือจึงสามารถลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนนี้ได้ โดยการหักกลบรายได้และค่าใช้จ่ายบางส่วนที่เป็นเงินสกุลต่างประเทศ (Natural Hedging) อีกทั้งบริษัทและบริษัทในเครือยังลดความเสี่ยงเพิ่มเติม โดยกำหนดราคาค่าห้องพักในประเทศเป็นเงินสกุลบาทแทนราคาอ้างอิงเงินสกุลอื่นๆ เพื่อให้รายได้และค่าใช้จ่ายเป็นสกุลเงินเดียวกัน นอกจากนี้ จากการที่บริษัทขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศมากขึ้น ส่งผลให้บริษัทมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน เมื่อมีการแปลงผลการดำเนินงานของธุรกิจในประเทศเป็นสกุลเงินบาทในงบการเงินรวมของบริษัท ในส่วนของการจัดหาเงินนั้น โดยทั่วไป บริษัทจะกู้ยืมเงินในสกุลเดียวกับสินทรัพย์ที่บริษัทลงทุน รวมถึงกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้มาจากสินทรัพย์เหล่านั้น เพื่อให้เกิดการหักกลบหรือการป้องกันความเสี่ยงแบบธรรมชาติจากอัตราแลกเปลี่ยนให้ได้มากที่สุด อีกทั้งบริษัทยังได้ติดตามความเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนในตลาดอันเนื่องมาจากความผันผวนของสภาพเศรษฐกิจโลกและเหตุการณ์ต่างๆ อย่างใกล้ชิด และบริษัทได้บริหารความเสี่ยงเพิ่มเติมโดยการเข้าทำสัญญาซื้อขายเงินต่างประเทศล่วงหน้าเพื่อรองรับความผันผวนของตลาดในกรณีที่จำเป็น

8.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ย

ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยเกิดจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยในตลาด ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อกระแสเงินสดของบริษัท โดยบริษัทและบริษัทในเครือได้ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าวและมีการบริหารจัดการความเสี่ยงข้างต้นให้สอดคล้องตามนโยบายการบริหารความเสี่ยงของบริษัท เพื่อลดผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์จากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยและสถานะของตลาดการเงิน เป็นผลให้บริษัทสามารถรักษาสถิติของอัตราดอกเบี้ยให้สอดคล้องกับสถานะตลาดการเงิน

8.3 ความเสี่ยงจากความมั่นคงทางการเงิน ความสามารถในการกู้ยืมเงินและการปฏิบัติตามสัญญากู้ยืมเงิน

ในการขยายกิจการของบริษัท บริษัทอาจต้องการเงินลงทุนเพิ่มเติมเพื่อการลงทุน พัฒนา ริเริ่มโครงการใหม่ๆ รวมถึงการเข้าซื้อกิจการอื่น ซึ่งส่งผลให้บริษัทและบริษัทในเครือต้องรักษาสภาพคล่องและสำรองวงเงินกู้จากสถาบันการเงินให้เพียงพอ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน อีกทั้งยังต้องจัดหาแหล่งเงินทุนระยะยาวล่วงหน้าและกระจายแหล่งที่มาของเงินทุนให้มีความหลากหลาย อย่างไรก็ตาม บริษัทและบริษัทในเครือมีการดำรงฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่งเพื่อที่จะปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดในสัญญากู้ยืมเงิน และบริษัทได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขดังกล่าวด้วยดีเสมอมา

9. ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี

9.1 ความเสี่ยงจากการพัฒนาของเทคโนโลยี

บริษัทต้องอาศัยเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ ไม่เพียงแต่เพื่อการรองรับระบบการทำงานของหน่วยงานสนับสนุน (Back Office) เท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงฝ่ายขายและการตลาดอีกด้วย เทคโนโลยีนั้นไม่ได้เป็นเพียงแค่เครื่องมือในการดำเนินธุรกิจอีกต่อไป แต่ยังทำให้เกิดคู่แข่งในรูปแบบใหม่ๆ และเปลี่ยนแปลงช่องทางและวิธีการในการสร้างความผูกพันกับลูกค้า ซึ่งหากบริษัทไม่สามารถปรับตัวตามเทคโนโลยีหรือความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง จะส่งผลให้บริษัทสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน ทั้งนี้ บริษัทตระหนักดีถึงความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงได้จัดให้หน่วยงานดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของแผนกลยุทธ์ระยะยาวของบริษัท และด้วยฐานะทางการเงินที่มีความมั่นคงและขนาดของธุรกิจที่ส่งผลให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) ส่งผลให้บริษัทสามารถพัฒนาความสามารถในการแข่งขันด้วยการลงทุนในระบบเทคโนโลยีใหม่ๆ ด้วยการคิดริเริ่มหลากหลายประการ ตัวอย่างเช่น การพัฒนาระบบจองห้องพักส่วนกลางของแบรนด์อนันตรา ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถติดตามการขายห้องพักและห้องพักคงเหลือได้ทันที สามารถคิดราคาห้องพักให้เท่าเทียมกันในทุกระบบ (Rate Parity) รับจองห้องพักบนเว็บไซต์ที่สามารถรองรับได้หลายภาษา สามารถบริหารและเพิ่มผลตอบแทน ตลอดจนรวบรวมข้อมูลของแขกที่เข้าพัก หรือเว็บไซต์และระบบแอปพลิเคชันบนมือถือของแบรนด์โคะ พิชซ่า คอมปะนี ซึ่งได้พัฒนามาเพื่อให้ลูกค้ามีประสบการณ์ในการสั่งอาหารที่ดีขึ้น ลดระยะเวลาในการสั่งอาหารออนไลน์ และลูกค้าสามารถติดตามสถานะการจัดส่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์ได้อีกด้วย

ด้วยการขยายตลาดจากการให้บริการอาหารภายในร้านไปจนถึงการให้บริการจัดส่งอาหาร บริษัทได้ขยายการให้บริการเชิงรุกสำหรับทั้งสองช่องทางในทุกแบรนด์ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าสามารถเข้าถึงร้านอาหารประเภทต่างๆ ได้ในทุกโอกาสอย่างง่ายดาย

นอกจากนี้ บริษัทยังมีการจัดทำแผนกลยุทธ์ 5 ปี สำหรับการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อรองรับแผนการขยายธุรกิจที่ไดวางไว้ และเพื่อการเปลี่ยนแปลงสู่การเป็นองค์กรที่มีโครงสร้างแบบอจิล (Agile Organization) เพื่อรับมือกับการแทรกแซงของเทคโนโลยี เช่น การเปลี่ยนภูมิทัศน์ทางธุรกิจ การพัฒนาศักยภาพ การรักษาทรัพยากรขององค์กร และอื่นๆ

9.2 ความเสี่ยงจากความปลอดภัยของข้อมูลในโลกไซเบอร์ (Cyber Security) การป้องกันข้อมูลและความเป็นส่วนตัว (Data Protection and Privacy)

ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทนั้น ได้มีการใช้งาน การสื่อสาร และการจัดเก็บข้อมูลบนระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมากขึ้น ซึ่งข้อมูลดังกล่าวมีข้อมูลที่เป็นความลับของบริษัท ลูกค้า และคู่ค้าทางธุรกิจ อีกทั้งข้อมูลดังกล่าวสามารถระบุได้ถึงตัวตนของบุคคลได้อีกด้วย เช่นเดียวกับบริษัทระดับโลกอื่นๆ บริษัทอยู่ภายใต้การคุกคามด้านความปลอดภัยในโลกไซเบอร์ (Cybersecurity Threats) ตั้งแต่การที่พนักงานบันทึกข้อมูลผิดพลาดหรือการนำข้อมูลไปใช้อย่างไม่ถูกต้อง การพยายามเข้าถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศโดยมิได้

รับอนุญาตโดยบุคคลใดบุคคลหนึ่ง จนถึงการถูกคุกคามความปลอดภัยทางด้านไซเบอร์อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ การละเมิดความปลอดภัยทางไซเบอร์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เหตุการณ์ความปลอดภัยข้อมูลทั่วไป การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการปกป้องข้อมูล หรือแม้แต่ความล้มเหลวในการปฏิบัติตามข้อผูกพันทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการปกป้องข้อมูล อาจมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานฐานะการเงินและกระแสเงินสดของบริษัท

บริษัทได้ร่วมกับหน่วยงานภายนอกในการพัฒนาแนวทางการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อให้เป็นไปตามมาตรการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคล (General Data Protection Regulation) และข้อมูลทั่วไป ไม่เพียงแต่ให้สอดคล้องกับกฎหมาย แต่ยังรวมถึงให้มั่นใจว่าสิทธิของลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับการปกป้องข้อมูลนั้นได้รับการปฏิบัติตามหลักการของกฎหมายการปกป้องข้อมูลความเป็นส่วนตัว บริษัทยังคงมีการลงทุนในระบบการรักษาความปลอดภัยเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกันการละเมิดระบบไอทีของบริษัท โดยใช้เทคโนโลยีการรักษาความปลอดภัยแบบอัตโนมัติและแบบปรับตัว โดยร่วมมือกับพันธมิตรด้านความปลอดภัยระดับโลกหลายแห่ง

9.3 ความเสี่ยงด้านชื่อเสียงจากความคิดเห็นของลูกค้าที่ไม่พึงประสงค์

โซเชียลมีเดียได้ถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวางในการสื่อสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อตัวสินค้า บริการ และองค์กร ในกรณีที่บริษัทถูกพาดพิงในเชิงลบบนหัวข้อข่าวบนสังคมออนไลน์ ย่อมส่งผลกระทบในวงกว้างต่อแบรนด์สินค้าและชื่อเสียงของบริษัท ด้วยเหตุนี้ บริษัทจึงมีทรัพยากรที่จำเป็นทั้งทรัพยากรดิจิทัลและทรัพยากรมนุษย์ในการติดตามความคิดเห็นของลูกค้าที่ไม่พึงประสงค์ รวมไปถึงการเตรียมกระบวนการชี้แจงและระบบการสื่อสาร เพื่อให้ตอบสนองต่อความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นดังกล่าวได้อย่างทันท่วงที นอกจากนี้ บริษัทได้ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการนำเครื่องมือที่หลากหลายมาใช้ในการประเมินแนวโน้มของตลาดในเชิงรุก ตลอดจนความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอีกด้วย

10. ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

10.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ

บริษัทดำเนินกิจการครอบคลุมภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ตะวันออกกลาง คาบสมุทรอินเดีย แอฟริกา ยุโรป และทวีปอเมริกา จึงมีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยเฉพาะจากการเปลี่ยนแปลงทางภูมิทัศน์ ภัยธรรมชาติ และสภาวะขาดแคลนอาหาร ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ออสเตรเลีย และยุโรป ซึ่งเป็นภูมิภาคสำคัญที่บริษัทดำเนินกิจการอยู่ได้ประสบภัยพิบัติทางธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ภัยแล้ง และไฟป่าอย่างรุนแรงและบ่อยครั้ง ซึ่งความเสี่ยงเหล่านี้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและเกษตรกรรมโดยรวม และส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจและการจัดซื้อและกระจายสินค้าของธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารของบริษัท บริษัทมีการติดตามดูแลความเสี่ยงเหล่านี้อย่างใกล้ชิด เพื่อประเมินผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัท และได้มีการจัดทำแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินจากภัยพิบัติที่อาจเกิดขึ้น เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของแผนบริหารความต่อเนื่อง (Business Continuity Plan) ของบริษัท นอกจากนี้บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะให้ทั้งบริษัทและลูกค้าปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อลดการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุด ด้วยการจัดการทรัพยากรและของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ และการอนุรักษ์ธรรมชาติ และแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์ บริษัทยังคงแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นโดยการสร้างเป้าหมายระยะยาวที่มุ่งเน้นการลดการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรและการปล่อยมลพิษ ส่งเสริมการอนุรักษ์ ตลอดจนมุ่งเน้นการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน อีกทั้งการตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศกำลังมีความสำคัญมากขึ้น บริษัทจึงเล็งเห็นถึงโอกาสในการส่งเสริมและนำเสนอสิ่งที่บริษัทได้ปฏิบัติต่อลูกค้าเช่นกัน

10.2 ความเสี่ยงจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงสู่การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการดำเนินชีวิตที่เน้นสุขภาพและการเพื่อสุขภาพ

การตระหนักถึงปัญหาสภาวะโลกร้อนและปัญหาด้านสุขภาพต่างๆที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพมากขึ้น ดังนั้นความต้องการให้บริษัทดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้นและนำเสนอสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและดีต่อสุขภาพมากขึ้น จึงเพิ่มขึ้นเช่นกัน

บริษัทติดตามแนวโน้มที่เกิดขึ้นใหม่เหล่านี้เพื่อประเมินผลกระทบและโอกาสที่อาจเกิดขึ้นต่อธุรกิจโดยบริษัทมุ่งมั่นเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนและทำงานอย่างใกล้ชิดกับลูกค้าและภายในในการดำเนินงานบริษัท เพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินการ

และนำเสนอสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและดีต่อสุขภาพให้แก่ลูกค้า เพื่อแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นนี้ บริษัทได้กำหนดเป้าหมายระยะยาวด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งรวมถึงการลดก๊าซเรือนกระจก ตลอดจนการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว อีกทั้ง บริษัทยังคงให้ความมั่นใจในความปลอดภัยของอาหารในทุกขั้นตอนของการดำเนินงานและสนับสนุนการปรับปรุงพัฒนาส่วนผสมหลักในอาหารเหล่านั้น นอกจากนี้ บริษัทยังได้ริเริ่มดำเนินการในโครงการที่หลากหลาย เช่น ไมเนอร์โฮเทลส์ ไม่ใช้หลอดพลาสติก ใช้เครื่องใช้ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีการจัดซื้อจัดจ้างในท้องถิ่นอย่างยั่งยืน และโครงการสุขสมมูล ส่วนแบรนด์ต่างๆของไมเนอร์ฟู้ด มีการนำเสนอทางเลือกต่างๆให้กับลูกค้า เช่น โปรตีนจากพืช ผลผลิตจากอินทรีย์ และไอศกรีมน้ำตาลน้อย บริษัทเล็งเห็นพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงเหล่านี้เป็นโอกาสในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ดีขึ้นและยั่งยืนมากขึ้นให้แก่ลูกค้า

10.3 ความเสี่ยงจากการละเมิดความปลอดภัยและอาชีวอนามัย และข้อกำหนดทางกฎหมายแรงงานภายในห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท

ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย ตลอดจนการปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมายเป็นสิ่งที่บริษัทมุ่งเน้นมาโดยตลอด อย่างไรก็ตาม กลุ่มของผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ เริ่มมีความสนใจมากขึ้นเกี่ยวกับวิธีการที่องค์กรจะมีอิทธิพลต่อปัญหาต่างๆเหล่านี้ในห่วงโซ่คุณค่าของพวกเขา องค์กรถูกคาดหวังให้เป็นผู้รับผิดชอบต่ออาชีวอนามัยและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้อื่นในห่วงโซ่คุณค่าของพวกเขา และการล้มเหลวในหน้าที่ดังกล่าวอาจก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบ

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญในการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับสิทธิแรงงานซึ่งรวมถึงความปลอดภัยและอาชีวอนามัยที่เพิ่มขึ้น บริษัทได้ปลูกฝังหลักสิทธิมนุษยชนในการดำเนินงานของบริษัทและสนับสนุนให้พันธมิตรทางธุรกิจของบริษัทปฏิบัติเช่นเดียวกัน บริษัทมีนโยบายสิทธิมนุษยชน ซึ่งได้ถูกปรับใช้โดยอ้างอิงจากหลักปฏิบัติของสหประชาชาติว่าด้วยการดำเนินธุรกิจและสิทธิมนุษยชน สิทธิเด็กและหลักปฏิบัติทางธุรกิจขององค์กรยูนิเซฟ ข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ องค์กรช่วยเหลือเด็ก รวมทั้งระเบียบปฏิบัติระดับประเทศและระดับสากลที่เกี่ยวข้อง

บริษัทมีแนวทางด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยและความเป็นอยู่ที่ดี เพื่อเสริมสร้างขวัญกำลังใจและความเชื่อมั่นของพนักงาน ตลอดจนเพื่อช่วยลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากเหตุการณ์ที่คาดไม่ถึง กลุ่มธุรกิจของบริษัทได้กำหนดมาตรการและโครงการสนับสนุนด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย และความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานซึ่งครอบคลุมประเด็นด้านสถานที่ทำงานที่ปลอดภัยและมีสุขภาวะและสุขภาพที่ดี ไม่ว่าจะเป็นทางกายภาพ การเงิน และสุขภาพจิตของพนักงานและครอบครัว

นอกเหนือจากแนวทางปฏิบัติของคู่ค้าทางธุรกิจ และการตรวจสอบคู่ค้าแล้ว บริษัทยังคงทำงานร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งรวมไปถึงแฟรนไชส์และคู่ค้าเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการนำหลักการของนโยบายสิทธิมนุษยชนไปประยุกต์ใช้และปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

บริษัทเล็งเห็นและให้ความสำคัญกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากความเสี่ยงข้างต้น จึงได้มอบหมายให้ฝ่ายตรวจสอบภายในทำหน้าที่ประเมินความเสี่ยงและตรวจสอบประสิทธิภาพในการบริหารความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ โดยหน่วยงานทุกหน่วยจะทำการประเมินความเสี่ยง เพื่อหาปัจจัยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงาน และทำงานร่วมกับฝ่ายตรวจสอบภายใน ในการวิเคราะห์โอกาสที่อาจเกิดขึ้น ศึกษาผลกระทบ และร่วมกันหาแนวทางหรือมาตรการในการป้องกัน หรือลดความเสียหายจากความเสี่ยงดังกล่าว ตลอดจนร่วมกันติดตามและประเมินความเสี่ยงเป็นระยะ โดยบริษัทได้มีการจัดทำนโยบายและขั้นตอนบริหารความเสี่ยงของกลุ่มอย่างเป็นทางการ และกลุ่มธุรกิจทั้งหมดได้ปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ทั้งยังมีการรายงานประสิทธิภาพของการบริหารความเสี่ยงต่อคณะกรรมการบริหารและกำกับความเสี่ยง คณะกรรมการตรวจสอบและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทเป็นรายไตรมาส

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลักของบริษัท และบริษัทย่อย

กลุ่มบริษัทที่มีทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ โดยแยกเป็นธุรกิจได้ดังนี้

ธุรกิจโรงแรม

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2562	ณ 31 ธ.ค. 2561	
บมจ. ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล	11	218/2-3 หมู่ 10 เมือง พทยา	สิทธิการเช่า 6 ปี (สิ้นสุดปี 2567)	- อาคารโรงแรม 2 หลัง 4 ชั้น และ 10 ชั้น จำนวน 298 ห้อง - สิทธิการเช่าที่ดิน	53.21 9.24	55.59 -	-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	137.21	140.55	-ไม่มี-
บจก. บ้านโบราณ เชียงราย	800	229 หมู่ 1 ต.เวียง อ.เชียงแสน จ.เชียงราย	สิทธิการเช่าทำประโยชน์ 5 ปี (สิ้นสุดปี 2566)	- อาคารโรงแรม 2 ชั้น 2 หลัง มี ห้องพัก 61 ห้อง	92.03	111.37	-ไม่มี-
		499 หมู่ 1 ต.เวียง อ.เชียงแสน จ. เชียงราย		- เต้นท์แคมป์ 15 หลัง	30.26	35.85	-ไม่มี-
บจก. สมุย รีสอร์ท แอนด์ สปา	14	99/9 หาดบ่อผุด เกาะสมุย	เป็นเจ้าของ	- ที่ดินและอาคารโรงแรม 3 ชั้น ห้องพัก 106 ห้อง	355.38	371.47	-ไม่มี-

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2562	ณ 31 ธ.ค. 2561	
บจก. เจ้าพระยา รัชชอร์ท (เฉพาะส่วนของโรงแรม)	27	257/1-3 ถ.เจริญนคร แขวงสำเหร่ เขตธนบุรี กรุงเทพฯ	สิทธิการเช่า 38 ปี (สิ้นสุดปี 2592)	- อาคารโรงแรม 7 ชั้น 2 หลัง จำนวน 408 ห้อง และอาคาร ที่จอดรถ 7 ชั้น 1 หลัง	339.38	371.55	-ไม่มี-
		- สิทธิการเช่าที่ดิน		138.20	143.22	-ไม่มี-	
		- อาคารโรงแรม 26 ชั้น 1 หลัง จำนวน 248 ห้อง		1,204.43	1,184.74	-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	428.32	468.83	-ไม่มี-
				- สิทธิการเช่าที่ดิน	927.69	967.70	-ไม่มี-
บจก. แมริม เทอเรซ รัชชอร์ท	37	อ. แมริม จ. เชียงใหม่	สิทธิการเช่า 30 ปี (สิ้นสุดปี 2567)	- อาคารโรงแรม 3 ชั้น 1 หลัง และอาคาร 2 ชั้น 17 หลัง จำนวน 76 ห้อง	367.84	391.58	-ไม่มี-
				- สิทธิการเช่าที่ดิน	7.11	8.68	-ไม่มี-
บจก. เอ็ม ไอ สแควร์	46	หาดไม้ขาว อ. ถลาง จ. ภูเก็ต	เป็นเจ้าของ	- ที่ดินและอาคารวิลล่า 1 ชั้น 83 หลัง	1,212.45	1,238.28	-ไม่มี-
	37	หาดไม้ขาว อ. ถลาง จ. ภูเก็ต	เป็นเจ้าของ	- ที่ดินและอาคารโรงแรม 3 ชั้น 8 หลัง จำนวน 265 หลัง และ อาคาร 1 ชั้น 3 หลัง	726.95	765.30	-ไม่มี-
				- สำนักงานขาย	24.54	33.73	-ไม่มี-
Minor International (Labuan) Ltd.	-	เกาะ Kihavah Huravlhu	สิทธิการเช่า 23 ปี (สิ้นสุดปี 2573)	- สิทธิการเช่าเกาะ	175.22	206.10	-ไม่มี-
				- อาคารวิลล่า 1 ชั้น 79 หลัง	1,131.93	1,264.39	-ไม่มี-

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2562	ณ 31 ธ.ค. 2561	
Jada Resort and Spa (Private) Ltd.	21	ประเทศศรีลังกา	สิทธิการเช่า 30 ปี (สิ้นสุดปี 2586)	- อาคารโรงแรม 2 ชั้นและ 3 ชั้น จำนวน 6 หลัง จำนวน 105 ห้อง	1,100.67	202.53	-ไม่มี-
	26	ประเทศศรีลังกา	เป็นเจ้าของ	- สิทธิการเช่าที่ดิน	4.36	5.03	-ไม่มี-
บจก. ราชดำริ ลอดจิจิ	3	159 ถ.ราชดำริ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ	สิทธิการเช่า 30 ปี (สิ้นสุดปี 2584)	- อาคารโรงแรม 22 ชั้น จำนวน 224 ห้อง	1,754.84	1,843.60	-ไม่มี-
	72	หาดแหลมใหญ่ เกาะสมุย	เป็นเจ้าของ	- ที่ดิน	-	62.47	-ไม่มี-
Oaks Hotels & Resort Limited	-	ประเทศนิวซีแลนด์ และ ประเทศออสเตรเลีย	เป็นเจ้าของ เป็นเจ้าของ/ สิทธิการเช่า	- ที่ดิน อาคารโรงแรม ห้องพัก อาศัย สำนักงาน ส่วนปรับปรุงอาคาร และ ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า	2,492.54	2,631.89	2,009
บจก. สมุย บีช คลับ อินเนอร์	-	หาดไม้ขาว อ.กลาง จ.ภูเก็ต	เป็นเจ้าของ	- สำนักงานขาย สำนักงาน ต้อนรับร้านอาหาร และสระ ว่ายน้ำ	1,922.13	447.61	-ไม่มี-
			สิทธิการเช่าที่ดิน 30 ปี (สิ้นสุดปี 2592)	- สิทธิการเช่าที่ดิน	81.03	81.03	-ไม่มี-
บจก. เอ็มเอชจี ภูเก็ต	68	ต.เชิงทะเล อ.กลาง จ.ภูเก็ต	เป็นเจ้าของ	- ที่ดินเปล่า	267.12	266.16	-ไม่มี-
	1	219 หมู่ 5 ต.อ่างทอง อ.เกาะสมุย สุราษฎร์ธานี 53/5 หมู่ 4 ต.ดลิ่งงาม อ.เกาะสมุย สุราษฎร์ธานี	เป็นเจ้าของ	- อาคารโรงแรม จำนวน 77 ห้อง	788.65	827.56	-ไม่มี-
				- ที่ดิน และอาคารวิลล่า 1 ชั้น 60 หลัง	664.04	617.02	-ไม่มี-
				- อาคารโรงแรม จำนวน 34 ห้อง	323.11	204.24	-ไม่มี-

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2562	ณ 31 ธ.ค. 2561	
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	865.90	965.96	-ไม่มี-
Hoi An Riverpark Hotel Company Limited	-	ประเทศเวียดนาม	เป็นเจ้าของ	อาคารโรงแรม 2 ชั้น 2 หลัง จำนวน 94 ห้อง	264.55	271.34	-ไม่มี-
Bai Dai Tourism Company Limited	-	ประเทศเวียดนาม	เป็นเจ้าของ	- อาคารโรงแรม 2 ชั้น 3 หลัง จำนวน 63 ห้อง	473.17	159.75	-ไม่มี-
Sothea Pte. Ltd	-	ประเทศกัมพูชา	เป็นเจ้าของ	- อาคารโรงแรม 3 ชั้น 1 หลัง จำนวน 39 ห้อง	179.29	200.90	-ไม่มี-
				- สิทธิการเช่า	-	24.76	-ไม่มี-
Sands Hotels Holdings (Namibia) (Proprietary) Limited	-	ประเทศนามิเบีย	เป็นเจ้าของ	- อาคารโรงแรม จำนวน 173 ห้อง	633.80	699.99	-ไม่มี-
Minor Hotel Group Gaborone (Proprietary) Limited	12.3088 เอเคอร์	ประเทศบอตสวานา	เป็นเจ้าของ	- ที่ดิน และอาคารโรงแรม จำนวน 196 ห้อง	1,794.36	1,877.51	-ไม่มี-
Pojuca S.A	291,400 ตารางเมตร	ประเทศบราซิล	เป็นเจ้าของ	- ที่ดิน และอาคารโรงแรม 2 แห่ง จำนวน 504 ห้อง	1,394.52	1,517.37	-ไม่มี-
Minor Continental Portugal, S.A.	-	ประเทศโปรตุเกส	เป็นเจ้าของ	- ที่ดิน และอาคารโรงแรม	5,877.42	11,691.40	-ไม่มี-
Minor Hotels Zambia Limited	-	ประเทศแซมเบีย	เป็นเจ้าของ	- ที่ดิน และอาคารโรงแรม 2 แห่งจำนวน 385 ห้อง	1,467.11	1,908.92	-ไม่มี-

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2562	ณ 31 ธ.ค. 2561	
Corbin & King Limited	-	ประเทศอังกฤษ	เป็นเจ้าของ สิทธิการเช่า 15-25 ปี	- ร้านอาหาร - สิทธิการเช่าที่ดินและอาคาร	610.16 323.23	523.54 371.04	- ไม่มี- - ไม่มี-
บริษัท โกโก้ รีครีเอชัน จำกัด	-	ตำบลบ่อผุด อำเภอ เกาะสมุย จังหวัด สุราษฎร์ธานี	สิทธิการเช่า 30 ปี (สิ้นสุดปี 2593)	- สิทธิการเช่าที่ดิน และ ร้านอาหาร	158.61	89.20	-ไม่มี-
MHG Desaru Hotel Sdn. Bhd and MHG Desaru Villas Sdn. Bhd.	100,368 ตาราง เมตร	ประเทศมาเลเซีย	สิทธิการเช่า 99 ปี	- ที่ดิน สิทธิการเช่าที่ดิน และ อาคารโรงแรม จำนวน 90 ห้อง	922.44	262.46	-ไม่มี-
Rajadamri Residence Co., Ltd.	-	แขวงลุมพินี เขตปทุม วัน กรุงเทพมหานคร	เป็นเจ้าของ	- ส่วนปรับปรุงอาคาร	220.17	230.53	-ไม่มี-
NH Hotel Group S.A.	-	ประเทศสเปน	เป็นเจ้าของ	- ที่ดิน และอาคารโรงแรม และส่วนปรับปรุงอาคาร	72,002.82	77,960.99	6,738
รวม					104,233.74	113,990.07	
อื่นๆ					16.99	200.32	
รวมธุรกิจโรงแรม					104,250.74	114,190.39	

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2562	ณ 31 ธ.ค. 2561	
บมจ. เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป	3,188 ตร.ม.	ชั้น 15 – 17 อาคาร เบอร์ลียูเคเกอร์ คลองเตย กรุงเทพฯ	สิทธิการเช่า 30 ปี (สิ้นสุดปี 2567)	- สิทธิการเช่าพื้นที่และส่วนปรับปรุง สิทธิการเช่า	67.20	79.97	-ไม่มี-
	-	สิทธิการเช่า ร้านอาหาร	สิทธิการเช่า 3-30 ปี	- สิทธิการเช่าพื้นที่ - ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่าร้านอาหาร	25.96 706.00	43.25 755.52	-ไม่มี- -ไม่มี-
	45 ตรว.	66/71-73 หมู่ที่ 2 ต.บ่อผุด อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี	เป็นเจ้าของ	- ที่ดินและอาคาร 4 ชั้น	70.03	69.11	-ไม่มี-
บจก. สเวนเซนส์ (ไทย)	-	สิทธิการเช่า ร้านอาหารประเทศ ไทย	สิทธิการเช่า 3-28 ปี	- สิทธิการเช่า - ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่าร้านอาหาร	9.86 183.66	12.85 244.65	-ไม่มี- -ไม่มี-
บจก. เอส.แอล.อาร์.ที	-	สิทธิการเช่า ร้านอาหารประเทศ ไทย	สิทธิการเช่า 3-22 ปี	- สิทธิการเช่า - ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่าร้านอาหาร	6.28 302.53	8.92 336.51	-ไม่มี- -ไม่มี-
บจก. เบอร์เกอร์ ประเทศไทย	-	สิทธิการเช่า ร้านอาหารประเทศ ไทย	สิทธิการเช่า 12-15 ปี	- สิทธิการเช่า - ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่าร้านอาหาร	37.15 521.71	44.66 509.64	-ไม่มี- -ไม่มี-
บจก. ไมเนอร์ ซีต	29	อ. ปากช่อง จ. นครราชสีมา	เป็นเจ้าของ	- ที่ดิน และอาคารโรงงาน และ ส่วน ปรับปรุงอาคาร	25.31	26.87	-ไม่มี-
บจก. ไมเนอร์ แดรี่	-	อ. ปากช่อง จ. นครราชสีมา	เป็นเจ้าของ	- อาคารโรงงาน	99.76	95.04	-ไม่มี-

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2562	ณ 31 ธ.ค. 2561	
บจก. เดอะ คอฟฟี่ คลับ (ประเทศไทย)	-	ประเทศไทย	สิทธิการเช่า 9 ปี (สิ้นสุดปี 2569) ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า 3 ปี (สิ้นสุดปี 2564)	- สิทธิการเช่า - ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า	13.75 246.39	21.61 261.50	-ไม่มี- -ไม่มี-
บจก. ไมเนอร์ ดีคิว	-	ประเทศไทย	ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า 14 ปี (สิ้นสุดปี 2571)	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า	69.01	89.19	-ไม่มี-
Minor Food Group (Singapore) Pte. Ltd.	-	ประเทศสิงคโปร์	เป็นเจ้าของ	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่าร้านอาหาร	68.61	72.63	-ไม่มี-
The Minor Food Group (China) Limited	-	ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน	เป็นเจ้าของ	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่าร้านอาหาร	112.12	119.00	-ไม่มี-
Over Success Enterprise	-	ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน	เป็นเจ้าของ	- สิทธิการเช่า - ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า ร้านอาหาร	3.11 254.68	6.81 240.53	-ไม่มี- -ไม่มี-
Minor DKL Food Group Pty. Ltd.	-	ประเทศออสเตรเลีย	เป็นเจ้าของ	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า ร้านอาหาร	133.43	156.11	-ไม่มี-
The Minor Food Group (Myanmar) Limited	-	ประเทศพม่า	เป็นเจ้าของ	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า ร้านอาหาร	10.95	15.93	-ไม่มี-
Primacy Investment Limited	-	ประเทศมัลดีฟส์	เป็นเจ้าของ	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า ร้านอาหาร	37.74	47.76	-ไม่มี-
Minor Food (Seychelles) Limited	-	ประเทศเซเชลส์	เป็นเจ้าของ	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า ร้านอาหาร	9.37	8.10	-ไม่มี-
Benihana (U.K.) Limited	-	ประเทศอังกฤษ	เป็นเจ้าของ	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า ร้านอาหาร	22.80	22.00	ไม่มี
บจก ชิคเก้น ไทม์	-	ประเทศไทย	สิทธิการเช่า	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่า ร้านอาหาร	142.41	-	-ไม่มี-
รวม					3,179.78	3,288.16	
อื่นๆ					51.47	81.82	
รวมธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม					3,231.25	3,369.98	

ธุรกิจจัดจำหน่ายและรับจ้างผลิต

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาระผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2562	ณ 31 ธ.ค. 2561	
บจก. นวศรี แมนูแฟคเจอร์ริง	-	60/185 หมู่ 19 ซอย 17 นิคมอุตสาหกรรม นวนคร อำเภอคลอง หลวง จังหวัดปทุมธานี	เป็นเจ้าของ	- ที่ดินและอาคาร	79.12	84.81	-ไม่มี-
บมจ.ไมเนอร์ คอร์ปอเรชั่น	-	ศูนย์การค้า เซ็นทรัล ซิตี้ บางนา ห้องเลขที่ 117	สิทธิการเช่า 16 ปี 10 เดือน (สิ้นสุดปี 2566)	- สิทธิการเช่าพื้นที่	0.24	1.65	-ไม่มี-
บจก. เอสมิโด แฟชั่น	-	ศูนย์การค้า เอ็มโพเรียม ห้องเลขที่ 2S23 และ 2P24	สิทธิการเช่า 24 ปี (สิ้นสุดปี 2564)	- สิทธิการเช่าพื้นที่	2.05	2.96	-ไม่มี-
				- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่าใน ศูนย์การค้า	21.70	21.13	-ไม่มี-
บจก. อาร์มิน ซิสเต็มส์	-	99 อาคาร เบอร์ลิญค เกอร์ ชั้น 16 ซ. รุเบีย ถ. สุขุมวิท 42 แขวงพระ โขนง เขตคลองเตย	สิทธิการเช่า	- ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่าใน ศูนย์การค้า	219.31	298.56	-ไม่มี-
บจก. ไมเนอร์ แฟชั่น	-	38,39 หมู่ 6, ถ.บางนา- ตราด ต.บางแก้ว อ.บาง พลี จ.สมุทรปราการ	สิทธิการเช่า	- สิทธิการเช่าพื้นที่ - ส่วนปรับปรุงสิทธิการเช่าใน ศูนย์การค้า	12.58	-	-ไม่มี-
รวม					334.99	409.11	
อื่นๆ					5.00	6.44	
รวมธุรกิจจัดจำหน่ายและรับจ้างผลิต					339.99	415.55	

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนของบริษัท และบริษัทย่อย

บริษัท	ขนาดที่ดิน (ไร่)	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)		ภาวะผูกพัน (ล้านบาท)
					ณ 31 ธ.ค. 2562	ณ 31 ธ.ค. 2561	
บจก. รอยัล การ์เด้น พลาซ่า	8	218 หมู่ 10 เมืองพัทยา	สิทธิการเช่า 6 ปี (สิ้นสุดปี 2567)	- อาคารศูนย์การค้า 1 หลัง 3 ชั้น	60.30	45.49	-ไม่มี-
	2	889 หมู่ 3 หาดไม้ขาว จ.ภูเก็ต	เป็นเจ้าของ	- อาคารศูนย์การค้า 1 หลัง 2 ชั้น	86.66	91.41	-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	7.99	7.98	-ไม่มี-
บจก.เจ้าพระยา รีซอร์ท ส่วนอาคารศูนย์การค้า	-	257/6 ถ.เจริญนคร แขวง สำเหร่ เขตธนบุรี กรุงเทพฯ	เป็นเจ้าของ	- อาคารศูนย์การค้า	906.54	948.13	-ไม่มี-
บจก. เอ็ม ไอ สแควร์	1 ไร่ 122 ตรว.	889/1 ต.ไม้ขาว อ.ถลาง จ.ภูเก็ต	เป็นเจ้าของ	- อาคารศูนย์การค้า	90.87	93.23	-ไม่มี-
NH Hotel Group S.A.	-	ประเทศสเปน	เป็นเจ้าของ	- ที่ดินและอาคาร	99.98	-	-ไม่มี-
รวมอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน					1,252.33	1,186.24	

มูลค่าสุทธิทางบัญชีของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ มีดังนี้

หน่วย: ล้านบาท

ทรัพย์สินของบริษัท และบริษัทย่อย	ราคาทุน ณ วันที่		อายุการใช้งาน* (ปี)	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่	
	31 ธ.ค. 62	31 ธ.ค. 61		31 ธ.ค. 62	31 ธ.ค. 61
ที่ดินและส่วนปรับปรุง ที่ดิน	46,538.09	51,600.78	-	46,003.91	51,230.00
อาคารและปรับปรุง อาคาร	108,330.85	116,009.19	อายุสัญญาเช่า และ 5-60 ปี	59,643.38	64,352.24
เครื่องจักร เครื่อง ตกแต่งติดตั้งและ อุปกรณ์อื่น	36,469.89	37,951.01	3-15 ปี	11,473.63	11,293.59
ยานพาหนะ	482.17	458.95	4-5 ปี	136.29	122.61
งานระหว่างก่อสร้าง	5,871.85	6,048.71	-	5,871.85	6,048.71
รวม	197,692.85	212,068.64		123,129.06	133,047.15

* ยกเว้นที่ดินซึ่งมีอายุการให้ประโยชน์ไม่จำกัด

มูลค่าสุทธิทางบัญชีของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนมีดังนี้

หน่วย: ล้านบาท

ทรัพย์สินของบริษัท และบริษัทย่อย	ราคาทุน ณ วันที่		อายุการใช้งาน (ปี)	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่	
	31 ธ.ค. 62	31 ธ.ค. 61		31 ธ.ค. 62	31 ธ.ค. 61
ที่ดินและส่วนปรับปรุง ที่ดิน	66.69	24.36	อายุสัญญาเช่า	65.42	23.10
อาคารและส่วนปรับปรุง อาคาร	2,671.12	2,470.59	อายุสัญญาเช่า และ 20 ปี	1,186.91	1,163.14
รวม	2,737.81	2,494.95		1,252.33	1,186.24

มูลค่าสุทธิทางบัญชีของสิทธิการเช่ามีดังนี้

หน่วย: ล้านบาท

ทรัพย์สินของบริษัท และบริษัทย่อย	ราคาทุน ณ วันที่		อายุการใช้งาน (ปี)	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่	
	31 ธ.ค. 62	31 ธ.ค. 61		31 ธ.ค. 62	31 ธ.ค. 61
สิทธิการเช่า	4,838.08	4,995.24	อายุสัญญาเช่า	2,174.69	2,393.68
รวม	4,838.08	4,995.24		2,174.69	2,393.68

บริษัทใช้นโยบายการบัญชีเกี่ยวกับค่าความนิยมและการรวมธุรกิจตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 3 เรื่องการรวมธุรกิจ โดยการเปรียบเทียบต้นทุนการซื้อเงินลงทุนกับมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์และหนี้สินที่กำหนดได้ ณ วันที่เกิดรายการ อันมีผลทำให้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 และ 2561 บริษัทและบริษัทย่อยมีมูลค่าสุทธิของทรัพย์สินถาวรรวมการปรับมูลค่ายุติธรรมสุทธิ 24,335.34 ล้านบาท และ 27,263.21 ล้านบาท ตามลำดับ

4.2 ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญในการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย

ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญในการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย มีดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตน	ราคาทุน ณ วันที่		อายุการใช้งาน (ปี)	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่	
	31 ธ.ค. 62	31 ธ.ค. 61		31 ธ.ค. 62	31 ธ.ค. 61
สิทธิในการบริหารสินทรัพย์	11,889.57	9,721.93	ไม่มากกว่า 40 ปี	8,992.06	6,454.24
ทรัพย์สินทางปัญญา	540.43	586.36	20 ปี และ 40 ปี	431.63	468.84
ต้นทุนการพัฒนาแฟรนไชส์	171.34	166.93	3-20 ปี	8.13	2.80
ค่าลิขสิทธิ์แฟรนไชส์	253.00	240.90	10-20 ปี	82.68	80.00
ค่าความนิยม	9,954.44	8,522.48	-	9,557.95	8,125.98
เครื่องหมายการค้า	38,565.82	46,313.48	-	38,420.88	46,278.04
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	5,088.88	4,663.91	3-10 ปี	1,912.51	1,496.67
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ระหว่างติดตั้ง	300.98	321.10	-	300.98	321.10
รวม	66,764.47	70,537.09		59,706.82	63,227.68

4.3 นโยบายการลงทุน

จากงบการเงินเฉพาะของบริษัทสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วมและกิจการร่วมค้า ในธุรกิจโรงแรม อาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เป็นจำนวนรวม 10,855 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 8.41 ของสินทรัพย์รวม ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายลงทุนผ่านบริษัทย่อย บริษัทร่วม และกิจการร่วมค้า โดยบริษัทจะพิจารณาลงทุนในธุรกิจที่สนับสนุนให้บริษัทสามารถพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับสินค้าและบริการในระดับที่สมบูรณ์ เห็นความพึงพอใจของลูกค้า

สำหรับการกำกับดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม บริษัทได้แต่งตั้งผู้บริหารของบริษัทเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการและผู้บริหารในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม เพื่อร่วมดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม นอกจากนี้ บริษัทยังมอบหมายให้ตัวแทนของบริษัทในฐานะผู้ถือหุ้น เข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาออกเสียงในที่ประชุมผู้ถือหุ้นตามนโยบายและหลักการของบริษัท

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทและบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทและบริษัทย่อย ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ

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

เป็นผู้ดำเนินธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม ซึ่งรวมถึงโครงการพัฒนาที่อยู่อาศัยเพื่อขาย โครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลา และให้คำศูนย์การค้าและอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจบันเทิง และธุรกิจจัดจำหน่าย

สำนักงานใหญ่

เลขทะเบียนบริษัท 0107536000919 (เดิม บมจ. 165)

เลขที่ 99 อาคารเบอร์ลิอุคเกอร์ ชั้นที่ 16 ซอยสุขุมวิท 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 2562

ทุนจดทะเบียน : 4,849,860,006 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 4,849,860,006 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท

ทุนที่ออกจำหน่ายและชำระแล้ว : 4,619,004,550 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 4,619,004,550 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท

นายทะเบียนหลักทรัพย์**นายทะเบียนหุ้นสามัญและใบสำคัญแสดงสิทธิ (MINT-W6)**

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

เว็บไซต์ : <http://www.set.or.th>

โทรศัพท์ : +66 (0) 2009 9000

โทรสาร : +66 (0) 2009 9991

E-mail : SETContactCenter@set.or.th

นายทะเบียนหุ้นกู้

หุ้นกู้สกุลไทยบาท ครั้งที่ 1/2555 ชุดที่ 2

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ฝ่ายบริการธุรกิจหลักทรัพย์

อาคารสำนักงานใหญ่ พหลโยธิน ชั้นที่ 11

เลขที่ 400/22 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน

เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

หุ้นกู้สกุลไทยบาท

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

ครั้งที่ 1/2562 ชุดที่ 1 - 12

หุ้นกู้ด้อยสิทธิที่มีลักษณะคล้ายทุนสกุลไทยบาท ครั้งที่ 1/2561

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 9 ถนนรัชดาภิเษก เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

หุ้นกู้สกุลไทยบาท ครั้งที่ 2/2554 ชุดที่ 2

หุ้นกู้สกุลเหรียญสหรัฐ ครั้งที่ 1/2560

หุ้นกู้สกุลยูโร ครั้งที่ 1/2561

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 1222 ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง

เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120

หุ้นกู้ด้อยสิทธิที่มีลักษณะคล้ายทุนสกุลเหรียญสหรัฐ 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 ไพร่ทวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอเปเอส จำกัด

โดยนางอนันต์ย ลีกิจวัฒน์ และ/หรือ นายไพบูล์ ตันกุล และ/หรือ นายชาญชัย ชัยประสิทธิ์

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3442, 4298 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 สำนักงานกฎหมายสยามซิตี้ จำกัด

ชั้นที่ 20 อาคารรัตนการ

เลขที่ 3 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**

	บริษัท	ประเภทธุรกิจ	จัดตั้งขึ้นใน ประเทศ	จำนวนหุ้นที่ ออกจำหน่าย แล้ว (หุ้น)	ถือหุ้นโดย	สัดส่วนการ ถือหุ้น	
1	บริษัท เจ้าพระยา ริชชอร์ท จำกัด	โรงแรมและศูนย์การค้า	ประเทศไทย	12,000,000	MINT	81.2%	
2	บริษัท หัวหิน ริชชอร์ท จำกัด ("HHR")	ขายอสังหาริมทรัพย์	ประเทศไทย	2,000,000	MINT	100.0%	
3	บริษัท เอ็มเอชจี เอ็นพาร์ค ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด	ขายอสังหาริมทรัพย์	ประเทศไทย	10,000,000	HHR	50.0%	*
4	บริษัท ลายัน บางเทา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด	ขายอสังหาริมทรัพย์	ประเทศไทย	500,000	HHR	50.0%	*
รวมหุ้นที่ถือโดย PBCO							
5	บริษัท แมริม เทอเรซ ริชชอร์ท จำกัด	โรงแรม	ประเทศไทย	3,000,000	MINT	45.3%	
6	บริษัท สมุย ริชชอร์ท แอนด์ สปา จำกัด	โรงแรม	ประเทศไทย	100,000	MINT	100.0%	
7	บริษัท โรงแรม ราชดำริ จำกัด (มหาชน)	โรงแรม	ประเทศไทย	45,000,000	MINT	99.2%	
8	บริษัท เอ็มไอ สแควร์ จำกัด ("MI")	โรงแรม	ประเทศไทย	100,000	MINT	100.0%	
9	บริษัท หัวหิน วิลเลจ จำกัด	โรงแรม	ประเทศไทย	3,500,000	MINT	100.0%	
10	บริษัท บ้านโบราณ เชียงราย จำกัด ("BBC")	โรงแรม	ประเทศไทย	1,650,000	MINT	100.0%	
11	บริษัท เฮชแอนด์โอ พาร์ค จำกัด	โรงแรม	ประเทศไทย	4,000,000	BBC	50.0%	*
12	บริษัท โคโค ปาล์ม โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท จำกัด	โรงแรม	ประเทศไทย	1,730,000	MINT	100.0%	
13	บริษัท โกโก้ ริครีเอชัน จำกัด	โรงแรม	ประเทศไทย	10,000	MINT	100.0%	
14	บริษัท สมุย บีช คลับ อินเนอร์ จำกัด	โรงแรมและให้เช่า อสังหาริมทรัพย์	ประเทศไทย	10,000	MINT	100.0%	
15	บริษัท รอยัล การ์เด้น พลาซ่า จำกัด ("RGP")	ศูนย์การค้า	ประเทศไทย	750,000	MINT	100.0%	

	บริษัท	ประเภทธุรกิจ	จัดตั้งขึ้นใน ประเทศ	จำนวนหุ้นที่ ออกจำหน่าย แล้ว (หุ้น)	ถือหุ้นโดย	สัดส่วนการ ถือหุ้น	
16	บริษัท นายณ์ แอนด์ อาร์จีพี ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด	ขายอสังหาริมทรัพย์	ประเทศไทย	100,000	RGP	40.0%	*
17	บริษัท เอ็มสเปา อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	ธุรกิจสปา	ประเทศไทย	410,000	MINT	100.0%	
18	บริษัท สมุย บีช เรสซิเดนซ์ จำกัด ("SBR")	ขายอสังหาริมทรัพย์	ประเทศไทย	10,000	MINT	100.0%	
19	บริษัท ลายัน อิลล์ เรสซิเดนซ์ จำกัด	ขายอสังหาริมทรัพย์	ประเทศไทย	500,000	SBR	50.0%	*
รวมหุ้นที่ถือโดย PBCO							
20	บริษัท โกโก้ เรสซิเดนซ์ จำกัด	ขายอสังหาริมทรัพย์	ประเทศไทย	10,000	MINT	100.0%	
21	บริษัท ไมเนอร์ โฮเทล กรุ๊ป จำกัด ("MHG")	บริหารโรงแรม	ประเทศไทย	1,079,307	MINT	100.0%	
22	บริษัท ไมเนอร์ ซัพพลาย เซน โซลูชันส์ จำกัด	บริหารงานจัดซื้อ	ประเทศไทย	262,515	MINT	100.0%	
23	บริษัท เจ้าพระยา ริซอร์ท แอนด์ เรสซิเดนซ์ จำกัด	โรงแรมและขายอสังหาริมทรัพย์	ประเทศไทย	10,000	MINT	100.0%	
24	RGR International Limited ("RGRI")	บริหารจัดการ	หมู่เกาะบริติช เวอร์จิน	100,000	MINT	100.0%	
25	Eutopia Private Holding Limited	โรงแรม	ประเทศ สาธารณรัฐมัลดีฟส์	1,000,000	RGRI	50.0%	*
26	Harbour View Corporation Limited	โรงแรม	ประเทศเวียดนาม	8,383,476	RGRI	30.4%	*
27	R.G.E. (HKG) Limited	บริหารจัดการ	ประเทศฮ่องกง	100,000	MINT	100.0%	
28	M & H Management Limited	บริหารจัดการ	ประเทศสาธารณรัฐ มอริเชียส	1,000	MINT	100.0%	
29	Lodging Investment (Labuan) Limited ("LIL")	ลงทุนในบริษัทอื่น	ประเทศมาเลเซีย	1,000	MINT	100.0%	
30	Serendib Hotels Pcl.	โรงแรม	ประเทศศรีลังกา	75,514,738	LIL	25.0%	*
31	Minor International (Labuan) Limited	โรงแรม	ประเทศมาเลเซีย	12,501,000	MINT	100.0%	
32	AVC Club Developer Limited	ขายหน่วยการเข้าพักใน สถานที่พักผ่อน	ประเทศสาธารณรัฐ มอริเชียส	1,000	MINT	100.0%	
33	AVC Vacation Club Limited ("AVC V")	ขายหน่วยการเข้าพักใน สถานที่พักผ่อน	ประเทศสาธารณรัฐ มอริเชียส	1,000	MINT	100.0%	
34	Anantara Vacation Club (HK) Limited ("AVC (HK)")	บริการด้านการตลาด	ประเทศฮ่องกง	10,000	AVC V	100.0%	
35	Sanya Anantara Consulting Limited	บริการให้คำปรึกษา	ประเทศสาธารณรัฐ ประชาชนจีน	USD 500,000	AVC (HK)	100.0%	
36	บริษัท ภูเก็ต บีช คลับ อินเนอร์ จำกัด ("PBCO")	บริหารจัดการ	ประเทศไทย	10,000	MINT	100.0%	
37	บริษัท เอ็มเอชจี ภูเก็ต จำกัด	โรงแรม	ประเทศไทย	17,443,000	MINT	100.0%	
38	บริษัท ไมเนอร์ สกาย ไรเดอร์ จำกัด	ธุรกิจบันเทิง	ประเทศไทย	290,000	MINT	100.0%	
39	บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)	ขายอาหารและเครื่องดื่ม	ประเทศไทย	490,408,365	MINT	35.9%	*
40	Minor Continental Holding (Mauritius) ("MCHM")	ลงทุนในบริษัทอื่น	ประเทศสาธารณรัฐ มอริเชียส	EUR 13,500	MINT	100.0%	
41	Minor Continental Holding (Luxembourg) S.A.R.L. ("MCHL")	ลงทุนในบริษัทอื่น	ประเทศ ลักเซมเบิร์ก	EUR 12,500	MCHM	100.0%	

	บริษัท	ประเภทธุรกิจ	จัดตั้งขึ้นใน ประเทศ	จำนวนหุ้นที่ ออกจำหน่าย แล้ว (หุ้น)	ถือหุ้นโดย	สัดส่วนการ ถือหุ้น	
42	Pojuca S.A.	โรงแรม	ประเทศสหพันธ์ สาธารณรัฐ บราซิล	หุ้นสามัญ 91,138,377 หุ้นบุริมสิทธิ 68,505,744	MCHL	100.0%	
43	Minor Hotels Portugal, S.A. ("MHP")	โรงแรม	ประเทศสาธารณรัฐ โปรตุเกส	1,000,000	MCHL	100.0%	
44	Marinoteis S.A.	โรงแรม	ประเทศสาธารณรัฐ โปรตุเกส	6,300,000	MHP	100.0%	
45	Coimbra Jardim Hotel S.A.	โรงแรม	ประเทศสาธารณรัฐ โปรตุเกส	3,650,000	MHP	100.0%	
46	บริษัท ราชดำริ เรสซิเดนซ์ จำกัด ("RRL")	ขายอสังหาริมทรัพย์	ประเทศไทย	5,000,000	MI	100.0%	
47	บริษัท ราชดำริ ลอดจิ้ง จำกัด	โรงแรม	ประเทศไทย	300,000	MI	100.0%	
48	บริษัท สตาร์ เทรเวลเลอร์ จำกัด	จัดการด้านการ ท่องเที่ยว	ประเทศไทย	10,000	MI	49.0%	
49	บริษัท ชูมา กรุงเทพฯ จำกัด	ขายอาหารและ เครื่องดื่ม	ประเทศไทย	160,000	MI	51.0%	*
50	Corbin and King Limited และบริษัทย่อย	ลงทุนในบริษัทอื่น	สหราชอาณาจักร	23,335,391	MI	74.0%	
51	บริษัท อวาตินะ ฮิลล์ จำกัด	ขายอสังหาริมทรัพย์	ประเทศไทย	50,000	RRL	50.0%	*
รวมหุ้นที่ถือโดย SBR							
52	Arabian Spas (Dubai) (LLC)	ธุรกิจสปา	ประเทศสาธารณรัฐ อาหรับเอมิเรตส์	300	MST	49.0%	*
53	Hospitality Investment International Limited ("HIIL")	ลงทุนในบริษัทอื่น	หมู่เกาะบริติช เวอร์จิน	10,000,000	MHG	100.0%	
54	MHG International Holding (Singapore) Pte. Ltd. ("MHGIH")	บริหารจัดการ	ประเทศสิงคโปร์	59,059,572	MHG	100.0%	
55	MHG International Holding (Mauritius) ("MHGIHM")	ลงทุนในบริษัทอื่น	ประเทศสาธารณรัฐ มอริเชียส	1,000	MHG	100.0%	
56	บริษัท เอ็มเอชจี โฮลดิ้ง จำกัด	ลงทุนในบริษัทอื่น	ประเทศไทย	1,000	MHG	100.0%	
57	MHG Deep Blue Financing	บริหารจัดการ	ประเทศสาธารณรัฐ มอริเชียส	200,000	MHG	50.0%	*
58	Cardamom Tented Camp Co., Ltd.	โรงแรม	ประเทศกัมพูชา	100,000	MHG	35.0%	*
59	Lodging Management (Labuan) Limited	บริหารโรงแรม	ประเทศมาเลเซีย	1,000	HIIL	100.0%	
60	Lodging Management (Mauritius) Limited ("LMM")	บริหารโรงแรม	ประเทศสาธารณรัฐ มอริเชียส	1,000	HIIL	100.0%	
61	PT Lodging Management (Indonesia) Limited	บริหารโรงแรม	ประเทศสาธารณรัฐ อินโดนีเซีย	1,500	HIIL	93.3%	
62	Jada Resort and Spa (Private) Limited ("Jada")	โรงแรม	ประเทศศรีลังกา	412,877,494	HIIL	87.0%	
63	Paradise Island Resorts (Private) Limited	โรงแรม	ประเทศศรีลังกา	6,000,000	Jada	100.0%	

บริษัท	ประเภทธุรกิจ	จัดตั้งขึ้นใน ประเทศ	จำนวนหุ้นที่ ออกจำหน่าย แล้ว (หุ้น)	ถือหุ้นโดย	สัดส่วนการ ถือหุ้น	
64 Kalutara Luxury Hotel and Resort (Private) Limited	โรงแรม	ประเทศศรีลังกา	193,709,415	Jada	100.0%	
65 PH Resort (Private) Ltd.	โรงแรม	ประเทศศรีลังกา	271,767	HIIL	49.9%	*
66 Zanzibar Tourism and Hospitality Investment Limited	ลงทุนในบริษัทอื่น	หมู่เกาะบริติช เวอร์จิน	2	HIIL	50.0%	*
67 Tanzania Tourism and Hospitality Investment Limited	ลงทุนในบริษัทอื่น	หมู่เกาะบริติช เวอร์จิน	2	HIIL	50.0%	*
68 Sothea Pte. Ltd.	โรงแรม	ราชอาณาจักรกัมพูชา	1,450	LMM	80.0%	
69 Minor Hotel Group South Africa (PTY) Limited	บริหารจัดการ	ประเทศสาธารณรัฐ แอฟริกาใต้	1,000	LMM	100.0%	
70 O Plus E Holdings Private Limited	ลงทุนในบริษัทอื่น	ประเทศ สาธารณรัฐมัลดีฟส์	1,050,000	LMM	50.0%	*
71 MHG IP Holding (Singapore) Pte. Ltd.	บริหารจัดการ	ประเทศสิงคโปร์	1	MHGIH	100.0%	
72 Vietnam Hotel Projekt B.V. ("VHP")	ลงทุนในบริษัทอื่น	ราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์	EUR 22,863	MHGIH	100.0%	
73 Bai Dai Tourism Company Limited	โรงแรม	ประเทศเวียดนาม	VND 282,761,507,975	VHP	100.0%	
74 Hoi An Riverpark Hotel Company Limited	โรงแรม	ประเทศเวียดนาม	USD 1,080,000	VHP	91.0%	
75 MHG Management (India) Private Limited	โรงแรม	ประเทศสาธารณรัฐ อินเดีย	10,000	MHGIH	100.0%	
76 Rani Minor Holding Limited ("Rani")	โรงแรม	ประเทศสาธารณรัฐ อาหรับเอมิเรตส์	50,000,000	MHGIH	25.0%	*
77 MHG Australia Holding Pte. Ltd. ("MHGAH")	บริหารจัดการ	ประเทศสิงคโปร์	1	MHGIH	100.0%	
78 MHG Australia Investments Pty. Ltd.	บริหารสินทรัพย์	ประเทศออสเตรเลีย	100	MHGIP	100.0%	
79 PT Wika Realty Minor Development	โรงแรม	ประเทศอินโดนีเซีย	260,000	MHGIH	50.0%	*
80 MHG GP Pte. Ltd.	ลงทุนในบริษัทอื่น	ประเทศสิงคโปร์	5,150,002	MHGIH	50.0%	*
81 Plexus Maldives Private Limited	โรงแรม	ประเทศ สาธารณรัฐมัลดีฟส์	471,600	MHGIH	50.0%	*
82 MHG Continental Holding (Singapore) Pte. Ltd. ("MHGCHS")	ลงทุนในบริษัทอื่น	ประเทศสิงคโปร์	162,000	MHGIH	100.0%	
83 NH Hotel Group S.A. และบริษัทย่อย	โรงแรม	ประเทศในยุโรปและ ละตินอเมริกา	392,180,243	MHGCHS	94.1%	
84 Sands Hotels (Pty) Limited	โรงแรม	ประเทศนามิเบีย	NAD 100	MHGIHM	100.0%	
85 Minor Hotel Group Gaborone (Proprietary) Limited ("Gaborone")	โรงแรม	ประเทศบอตสวานา	500,000	MHGIHM	80.0%	
86 Letsatsi Casino (Pty) Ltd.	โรงแรม	ประเทศบอตสวานา	3,000	Gaborone	80.0%	

	บริษัท	ประเภทธุรกิจ	จัดตั้งขึ้นใน ประเทศ	จำนวนหุ้นที่ ออกจำหน่าย แล้ว (หุ้น)	ถือหุ้นโดย	สัดส่วนการ ถือหุ้น
87	Minor Hotel Group MEA DMCC ("MHG DMCC")	บริหารโรงแรม	ประเทศสาธารณรัฐ อาหรับเอมิเรตส์	50	MHGIHM	100.0%
88	MHG Desaru Hotel Sdn. Bhd.	โรงแรม	ประเทศมาเลเซีย หุ้นบุริมสิทธิแปลงสภาพที่สามารถ เรียกคืนได้ 74,000,012	หุ้นสามัญ 7,000,000	MHGIHM	60.0%
89	MHG Desaru Villas Sdn. Bhd.	ขายอสังหาริมทรัพย์	ประเทศมาเลเซีย หุ้นบุริมสิทธิแปลงสภาพที่สามารถ เรียกคืนได้ 37,000,008	หุ้นสามัญ 3,000,000	MHGIHM	60.0%
90	MHG Lesotho (Proprietary) Limited	โรงแรม	ประเทศเลโซโท	12,628	MHGIHM	46.9% *
91	MHG Signity Assets Holding (Mauritius) Limited	ลงทุนในบริษัทอื่น	ประเทศสาธารณรัฐ มอริเชียส	100,000	MHGIHM	50.0% *
92	Minor Hotels Zambia Limited	โรงแรม	ประเทศแซมเบีย	50,000	MHGIHM	100.0%
93	Barbarons Beach Hotel MHG Limited	แอร์พอร์ตเล้าจ์	ประเทศสาธารณรัฐ เซเชลส์	100	MHG DMCC	40.0% *

* สัดส่วนในหุ้นได้เสียของกลุ่มกิจการ

ไมเนอร์ ฟู้ด

	บริษัท	ประเภทธุรกิจ	จัดตั้งขึ้นใน ประเทศ	จำนวนหุ้นที่ ออกจำหน่ายแล้ว (หุ้น)	ถือหุ้นโดย	สัดส่วนการ ถือหุ้น
1	บริษัท เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ("MFG")	ขายอาหารและเครื่องดื่ม	ประเทศไทย	32,730,684	MINT	99.7%
2	บริษัท สเวนเซนส์ (ไทย) จำกัด	ขายอาหารและเครื่องดื่ม	ประเทศไทย	1,000,000	MFG	100.0%
3	บริษัท ไมเนอร์ ซีส์ จำกัด	ผลิตและขายเนย	ประเทศไทย	600,000	MFG	100.0%
4	บริษัท ไมเนอร์ แดรี่ จำกัด	ผลิตและขายไอศกรีม	ประเทศไทย	600,000	MFG	100.0%
5	บริษัท ไมเนอร์ ดีคิว จำกัด	ขายอาหารและเครื่องดื่ม	ประเทศไทย	160,000	MFG	100.0%
6	บริษัท เบอร์เกอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	ขายอาหารและเครื่องดื่ม	ประเทศไทย	3,700,000	MFG	97.0%
7	บริษัท เอสแอลอาร์ที จำกัด	ขายอาหารและเครื่องดื่ม	ประเทศไทย	4,000,000	MFG	100.0%
8	บริษัท เดอะ คอฟฟี่ คลับ (ประเทศไทย) จำกัด	ขายอาหารและเครื่องดื่ม	ประเทศไทย	5,220,000	MFG	100.0%
9	บริษัท พีแคน เดอลูกซ์ (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตส่วนผสมอาหาร	ประเทศไทย	1,050,000	MFG	49.9% *
10	บริษัท ซีเลค เซอร์วิส พาร์تنเนอร์ จำกัด	ขายอาหารและเครื่องดื่ม	ประเทศไทย	450,000	MFG	51.0% *
11	บริษัท เอ็มเอสซี ไทย คูซีน จำกัด	โรงเรียนสอนทำอาหาร	ประเทศไทย	800,000	MFG	43.8% *
12	International Franchise Holding (Labuan) Limited ("IFH")	เจ้าของลิขสิทธิ์	ประเทศ มาเลเซีย	1,800,000	MFG	100.0%

บริษัท	ประเภทธุรกิจ	จัดตั้งขึ้นใน ประเทศ	จำนวนหุ้นที่ ออกจำหน่ายแล้ว (หุ้น)	ถือหุ้นโดย	สัดส่วนการ ถือหุ้น
13 Primacy Investment Limited ("Primacy")	ลงทุนในบริษัทอื่น	ประเทศสาธารณรัฐ มอริเชียส	79,972,745	MFG	100.0%
14 The Pizza Company Ltd.	เจ้าของลิขสิทธิ์	ประเทศสาธารณรัฐ มอริเชียส	1	MFG	100.0%
15 บริษัท อาร์ต ออฟ เบคกิง จำกัด	ผลิตส่วนประกอบอาหาร	ประเทศไทย	1,581,002	MFG	51.0%
16 MFG IP Holding (Singapore) Pte. Ltd.	เจ้าของลิขสิทธิ์	ประเทศสิงคโปร์	SGD 1 USD 63,500	MFG	100.0%
17 บริษัท ไมเนอร์ ฟู้ด โฮลดิ้ง จำกัด ("MF Holding")	ลงทุนในบริษัทอื่น	ประเทศไทย	2,000,000	MFG	100.0%
18 Franchise Investment Corporation of Asia Ltd. ("FICA")	เจ้าของลิขสิทธิ์	หมู่เกาะบริ ติช เวอร์จิน	6,494,250	IFH	100.0%
19 Sizzler China Pte. Ltd.	เจ้าของลิขสิทธิ์	ประเทศสิงคโปร์	2	IFH	50.0% *
20 The Minor (Beijing) Restaurant Management Co., Ltd.	ขายอาหารและ เครื่องมือ	ประเทศสาธารณรัฐ ประชาชนจีน	RMB 135,000,000	FICA	100.0%
21 Delicious Food Holding (Singapore) Pte. Ltd. ("DFHS")	ลงทุนในบริษัทอื่น	ประเทศสิงคโปร์	9,201,000	Primacy	100.0%
22 MFG International Holding (Singapore) Pte. Ltd. ("MFGIHS")	ลงทุนในบริษัทอื่น	ประเทศ สิงคโปร์	72,483,745	Primacy	100.0%
23 Minor Food Group (Singapore) Pte. Ltd. ("MFGS") และบริษัทย่อย	ขายอาหารและเครื่องมือ	ประเทศ สิงคโปร์	326,086	Primacy	92.0%
24 Liwa Minor Food & Beverage LLC	ขายอาหารและเครื่องมือ	ประเทศสาธารณรัฐ อาหรับเอมิเรตส์	3,000	Primacy	49.0% *
25 BreadTalk Group Limited	ขายอาหารและเครื่องมือ	ประเทศสิงคโปร์	281,890,148	Primacy	14.2% *
26 Minor Food (Seychelles) Limited	ขายอาหารและ เครื่องมือ	ประเทศ สาธารณรัฐเซเชลส์	1,500,000	Primacy	100.0%
27 The Food Theory Group Pte. Ltd. ("Food Theory")	ขายอาหารและเครื่องมือ	ประเทศสิงคโปร์	338,000	MFGS	100.0%
28 Dining Collective Pte. Ltd.	ขายอาหารและเครื่องมือ	ประเทศสิงคโปร์	200,000	MFGS	50.0% *
29 Ya Hua International Pte. Ltd.	ขายอาหารและเครื่องมือ	ประเทศสิงคโปร์	700,000	Food Theory	50.0% *
30 Delicious Food Australia Finance Pty. Ltd.	บริหารจัดการ	ประเทศออสเตรเลีย	59,000,100	DFHS	100.0%
31 MHG Hotel Holding Australia Pty. Ltd. ("MHH")	ลงทุนในบริษัทอื่น	ประเทศออสเตรเลีย	15,300,100	DFHS	100.0%
32 Delicious Food Holding (Australia) Pty. Ltd. ("DFHA")	ลงทุนในบริษัทอื่น	ประเทศ ออสเตรเลีย	10	DFHS	100.0%
33 Oaks Hotels & Resorts Limited และบริษัท ย่อย	บริหารด้านที่พักอาศัย	ประเทศ ออสเตรเลียและ ประเทศนิวซีแลนด์	189,131,898	MHH	70.0%

บริษัท	ประเภทธุรกิจ	จัดตั้งขึ้นใน ประเทศ	จำนวนหุ้นที่ ออกจำหน่ายแล้ว (หุ้น)	ถือหุ้นโดย	สัดส่วนการ ถือหุ้น
34 Minor DKL Food Group Pty. Ltd. ("DKL") หมายเหตุ	ลงทุนในบริษัทอื่น	ประเทศ ออสเตรเลีย	46,000,000	DFHA	70.0%
35 The Minor Food Group (India) Private Limited	ขายอาหารและเครื่องดื่ม	ประเทศ สาธารณรัฐอินเดีย	24,077,144	MFGIHS	70.0%
36 Over Success Enterprise Pte. Ltd. และ บริษัทย่อย	ขายอาหารและเครื่องดื่ม	ประเทศสาธารณรัฐ ประชาชนจีน	10,000	MFGIHS	100.0%
37 Patara Fine Thai Cuisine Limited	ขายอาหารและเครื่องดื่ม	สหราชอาณาจักร	13,700,000	MFGIHS	50.0% *
38 The Minor Food Group (Myanmar) Limited	ขายอาหารและเครื่องดื่ม	ประเทศ สาธารณรัฐแห่ง สหภาพเมียนมาร์	2,000,000	MFGIHS	100.0%
39 Grab Food Ltd.	ขายอาหารและเครื่องดื่ม	สหราชอาณาจักร	1,572,500	MFGIHS	70.0%
40 TCC Holding Joint Stock Company	ขายอาหารและเครื่องดื่ม	ประเทศเวียดนาม	2,500,000	MFGIHS	50.0% *
41 Benihana Holding Pte. Ltd.	ขายอาหารและเครื่องดื่ม	ประเทศสิงคโปร์	16,560,380	MFGIHS	75.0%
42 บริษัท ชิคเก้น ไทม์ จำกัด	ขายอาหารและเครื่องดื่ม	ประเทศไทย	1,000,000	MF Holding	100.0%

* สัดส่วนในส่วนได้เสียของกลุ่มกิจการ

หมายเหตุ: สามารถค้นหาบริษัทในกลุ่ม DKL เพิ่มเติมได้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 15

ไมเนอร์ โลฟส์ไคล์

บริษัท	ประเภทธุรกิจ	จัดตั้งขึ้นใน ประเทศ	จำนวนหุ้นที่ ออกจำหน่ายแล้ว (หุ้น)	ถือหุ้นโดย	สัดส่วนการถือหุ้น
1 บริษัท ไมเนอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ("MCL")	จำหน่ายสินค้า	ประเทศไทย	489,770,722	MINT	99.9% รวมหุ้นที่ถือโดย MFG
2 บริษัท อาร์มิน ซิสเต็มส์ จำกัด	จัดจำหน่ายสินค้า	ประเทศไทย	1,100,000	MCL	100.0%
3 บริษัท นวศรี แมนูแฟคเจอร์ จำกัด	ผลิตสินค้าอุปโภค	ประเทศไทย	100,000	MCL	100.0%
4 บริษัท ไมเนอร์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์	ประเทศไทย	40,000	MCL	100.0%
5 บริษัท เดอะ กู๊ด โลฟ โกลบอล จำกัด	จัดจำหน่ายสินค้า	ประเทศไทย	700,000	MCL	100.0% รวมหุ้นที่ถือโดย MLL
6 บริษัท ไมเนอร์โลฟส์ไคล์ จำกัด ("MLL")	จัดจำหน่ายสินค้า	ประเทศไทย	350,000	MCL	100.0%
7 บริษัท เอสมิโด แฟชั่นส์ จำกัด	จัดจำหน่ายสินค้า	ประเทศไทย	13,000,000	MCL	90.8%
8 บริษัท ไมเนอร์ แฟชั่น จำกัด	จำหน่ายสินค้า	ประเทศไทย	300,000	MCL	100.0%