

**คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับผลการดำเนินงานงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569**

**ภาพรวมผลการดำเนินงาน**

บริษัท เอส โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) และบริษัทย่อย (“กลุ่มบริษัท”) รายงานรายได้จากการขายและการให้บริการในไตรมาส 1 ปี 2569 ที่ 2,633.9 ล้านบาท ใกล้เคียงกับงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า แม้ว่าจะได้รับแรงกดดันจากสถานการณ์สงครามและความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลาง ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงในบางภูมิภาค โดยเฉพาะประเทศมัลดีฟส์ ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2569 เป็นต้นมา รวมถึง ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่ส่งผลกระทบต่อค่าการรับรู้รายได้จากต่างประเทศ ทั้งนี้ หากไม่คิดรวมผลกระทบจากการแข็งค่าของเงินบาท รายได้จากการขายและบริการ (อัตราแลกเปลี่ยนคงที่) จากไตรมาส 1 ปี 2569 จะเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 4 จากปี ช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยโรงแรมที่บริษัท บริหารจัดการเองในประเทศไทยมีผลประกอบการที่โดดเด่นในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวหลัก สามารถเพิ่มรายได้เฉลี่ยต่อห้อง (REVPAR) ได้ถึงร้อยละ 8 มาอยู่ที่ระดับมากกว่า 12,000 บาท โดยหลักๆ เป็นผลจากโรงแรมทราย ลากูน่า ภูเก็ต ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืน (RevPAR) เพิ่มขึ้นร้อยละ 19 จากปีก่อนหน้า จากผลตอบรับต่อห้องพักรูปแบบใหม่ที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและการดำเนินกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกที่ช่วยเพิ่มอัตราการเข้าพักและอัตราค่าห้องพักเฉลี่ย ขณะที่โรงแรมทราย เกะสมุย วิลล่าส์ มี RevPAR เดิมโตร้อยละ 6 สะท้อนความสามารถในการบริหารรายได้ (Yield Management) และความแข็งแกร่งของแบรนด์ SAii ที่ช่วยสนับสนุนการเติบโตอย่างต่อเนื่อง อีกทั้ง โรงแรม 2 แห่งในโครงการ CROSSROADS มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ย (Occupancy Rate) ที่สูงถึงเกือบร้อยละ 90 และ ยังรักษาระดับ ADR ได้สูงถึงเฉลี่ยมากกว่า 16,000 บาทต่อคืน สำหรับทั้งสองโรงแรม ส่งผลให้ REVPAR ในสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญถึงร้อยละ 17 จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า แม้จะได้รับผลกระทบบางส่วนจากการยกเลิกห้องพักจากภาวะสงครามในตะวันออกกลางที่ปะทุขึ้นในช่วงเดือนมีนาคม 2569 ก็ตาม อย่างไรก็ตาม โรงแรมในกลุ่ม Outrigger มีรายได้ลดลงเล็กน้อยในไตรมาสนี้ เปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า อันเป็นผลหลักมาจากผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยน นอกจากนี้ ในส่วนของการปรับปรุงโรงแรมบางส่วนในสหราชอาณาจักรในช่วงไตรมาส 1 ปี 2569 โดยเฉพาะส่วนการปรับปรุงส่วนของร้านอาหารในโรงแรม ส่งผลให้รายได้จากอาหารและเครื่องดื่มลดลง ถึงแม้ผลประกอบการส่วนของห้องพักยังรักษาระดับใกล้เคียงกับปีก่อนหน้า ซึ่งหลังจากการปรับปรุงปรับเปลี่ยนแบรนด์ และยกระดับตำแหน่งทางการตลาดแล้วเสร็จ บริษัทฯ มุ่งหวังการเติบโตทั้งในด้านอัตราการเข้าพักเฉลี่ยและอัตราค่าห้องพักเฉลี่ยรายวันอย่างมีนัยสำคัญ

สำหรับภาพรวมทั้งพอร์ตโฟลิโอในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จของการดำเนินกลยุทธ์ปรับปรุงคุณภาพสินทรัพย์อย่างต่อเนื่องของบริษัทฯ ซึ่งผลักดันให้ ADR เดิมโตขึ้นได้ร้อยละ 4 มาอยู่ที่ 7,587 บาท ส่งผลให้ระดับรายได้เฉลี่ยต่อห้อง (RevPAR) ปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 จากงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า อยู่ที่ 4,866 บาท นอกจากนี้ โรงแรม SO/ Maldives สามารถพัฒนาผลการดำเนินงาน ให้มี Occupancy rate เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 72 จากร้อยละ 70 ในช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า แต่ด้วย ADR ที่ลดลงส่งผลให้ RevPAR ในสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่ำลงเล็กน้อยคิดเป็นร้อยละ 2 เทียบกับไตรมาส 1 ปี 2568

ปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้น ส่งผลให้รายได้รวมของบริษัทฯ อยู่ในระดับใกล้เคียงกับปีก่อนหน้า ประกอบกับการควบคุมต้นทุนในการขายและการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลให้กลุ่มบริษัท รายงาน Normalized EBITDA ที่ 776.1 ล้านบาท รักษาระดับใกล้เคียงกับงวดเดียวกันของปีก่อนหน้าถึงแม้จะได้รับผลกระทบจากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลางในช่วงเดือนมีนาคม 2569 ที่ผ่านมา ทั้งนี้ ต้นทุนทางการเงินที่ลดลงถึงร้อยละ 16 ในช่วงไตรมาส 1 ปี 2569 ที่ผ่านมา ส่งผลให้บริษัทฯ รายงานกำไรสุทธิสำหรับงวดจำนวน 264.5 ล้านบาท ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เพิ่มขึ้นร้อยละ 51 จากงวดเดียวกันของปี 2568

## อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและสถานการณ์ดำเนินงาน

ภาพรวมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วง 2 เดือนแรกของปี 2569 และยังมีคาดการณ์อัตราการขยายตัวอยู่ที่ประมาณร้อยละ 3-4 เมื่อเทียบกับปี 2568 ทั้งนี้แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศและรายได้จากภาคการท่องเที่ยว โดยมีสมมติฐานว่าภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกยังคงฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง สภาพเศรษฐกิจโลกยังอยู่ในเกณฑ์ที่เอื้ออำนวย และความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ไม่ทวีความรุนแรงขึ้น การท่องเที่ยวระหว่างประเทศในปี 2569 นี้จะได้รับการขับเคลื่อนโดยอุปสงค์ของผู้บริโภค การเชื่อมต่อด้านการบินที่ดีขึ้น และการเติบโตของการเดินทางออกนอกประเทศจากตลาดเกิดใหม่ นอกจากนี้ มหกรรมระดับนานาชาติขนาดใหญ่ เช่น การแข่งขันกีฬาโอลิมปิกฤดูหนาว มิลาน-คอร์ตินา 2569 (อิตาลี) และการแข่งขันฟุตบอลโลก FIFA ปี 2569 (แคนาดา สหรัฐอเมริกา และเม็กซิโก) ก็มีส่วนช่วยสนับสนุนการเดินทางระหว่างประเทศด้วย

อย่างไรก็ดี ในช่วงปลายไตรมาส 1 ปี 2569 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวมได้รับผลกระทบจากสงครามและความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ระหว่างสหรัฐอเมริกา อิสราเอล และอิหร่านซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกผ่าน 3 ช่องทางหลัก ได้แก่ ต้นทุนการเดินทางที่เพิ่มขึ้นจากราคาน้ำมัน ความเชื่อมั่นนักท่องเที่ยวที่ลดลง และการหยุดชะงักของเครือข่ายการบินระหว่างประเทศ ผลกระทบดังกล่าวทำให้ อุปสงค์การเดินทางระยะไกล (Long-haul travel) ชะลอตัว และส่งผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรม จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในระยะสั้น ซึ่งให้ความสำคัญกับ “ความคุ้มค่า (Value for Money)” มากขึ้น โดยจะพิจารณาจุดหมายการท่องเที่ยวที่เดินทางง่ายและค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่า นอกจากนี้ ในด้านการดำเนินงาน ยังได้รับผลกระทบด้านต้นทุนพลังงาน และต้นทุนวัตถุดิบอาหารที่สูงขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ทั้งด้านราคา ตลาด และต้นทุน เพื่อรักษาความสามารถในการทำกำไรในสถานะที่มีความไม่แน่นอนสูง

## จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศที่บริษัทฯ มีการดำเนินธุรกิจอยู่

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

หมายเหตุ

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

### ประเทศไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยรายงานไว้ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยประมาณ 9.3 ล้านคน ลดลงเล็กน้อยที่ร้อยละ 2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยมีสาเหตุหลักจากแรงกดดันของภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว ความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์ โดยเฉพาะสถานการณ์สงครามในตะวันออกกลาง ตลอดจนต้นทุนการเดินทางที่ปรับตัวสูงขึ้นจากราคาน้ำมัน นอกจากนี้ การฟื้นตัวของตลาดนักท่องเที่ยวจีนที่ยังไม่เต็มศักยภาพ และข้อจำกัดด้านเที่ยวบินในบางเส้นทาง ยังคงเป็นปัจจัยกดดันต่อการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวไทยในระยะสั้น ภาพรวมกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากประเทศจีนที่มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น ในไตรมาส 1 ปี 2569 มีนักท่องเที่ยวจีนจำนวน 1.5 ล้านคนสูงขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 12 รวมถึงนักท่องเที่ยวอินเดียมีจำนวนสูงขึ้นร้อยละ 15 จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจากยุโรปและสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มเติบโต

สูงขึ้นที่ร้อยละ 18 และ 15 ตามลำดับ ภาพรวมกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักที่ลดลง ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก เอเชียใต้ ในไตรมาส 1 ปี 2569 ลดลงราวร้อยละ 19 จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยสาเหตุหลักจากต้นทุนการเดินทางที่สูงขึ้น รวมถึงความขัดแย้งระหว่างไทยและกัมพูชาที่เกิดขึ้นระหว่างปลายปี 2568 ถึงต้นปี 2569 รวมทั้งการแข่งขันจากประเทศในภูมิภาคเอเชียอื่นในการเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วโลก

สำหรับแนวโน้มของทั้งปี 2569 จากสถานการณ์ความตึงเครียดระหว่างสหรัฐอเมริกาและอิหร่านอาจส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวผ่านต้นทุนการเดินทางและราคาพลังงานที่สูงขึ้น รวมถึงความเชื่อมั่นในการเดินทางของนักท่องเที่ยวระยะไกล โดยมีการประเมินว่าหากสถานการณ์ยืดเยื้อ มีแนวโน้มที่จะส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2569 ลดลงจากประมาณการเดิมโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีการปรับลดคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจากประมาณ 36.7 ล้านคน ลงมาเหลือ 33.2 ล้านคน

อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังคงมุ่งเน้นยุทธศาสตร์ “Value over Volume” โดยเพิ่มสัดส่วนรายได้จากนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงและนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มปรับเปลี่ยนจุดหมายปลายทางจากผลกระทบของสงครามในตะวันออกกลาง ซึ่งคาดว่าจะเป็นหนึ่งในแรงหนุนสำคัญของรายได้รวมของปี 2569 ทั้งนี้ บัณฑิตสนับสนุนการเติบโตดังกล่าว นอกเหนือจากการผ่อนปรนวีซ่าสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และแผนการเพิ่ม Seat Capacity ทั้งในเส้นทางบินปัจจุบันและเส้นทางบินใหม่แล้ว ททท.จะเดินหน้าแผนขับเคลื่อนการท่องเที่ยว โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่โดดเด่นมีเอกลักษณ์ของแต่ละ “เมืองนำเที่ยว” เพื่อมอบประสบการณ์ที่แตกต่างหลากหลาย สามารถเลือกเดินทางตามรสนิยมของแต่ละกลุ่ม พร้อมกระตุ้นตลาดระยะไกล เจาะตลาดกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่มีอายุน้อยลง และผลักดันการใช้จ่ายของกลุ่มที่เดินทางแบบครอบครัว โดยเฉพาะตลาดจีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน และฮ่องกง ควบคู่ไปกับการขยายตลาดระยะไกลใหม่ๆ เน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality Leisure) ทั้งกลุ่ม Gen-Z ที่มองหาประสบการณ์ที่ให้ความหมายกับชีวิต กลุ่ม Millennials ที่ต้องการเจาะลึกวัฒนธรรมท้องถิ่น และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ยังตั้งเป้าหมายเพิ่มความถี่ในการเดินทางของคนไทย กระตุ้นการใช้จ่าย รวมทั้งพยายามดึงคนไทยกลุ่มศักยภาพที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศให้กลับมาเที่ยวเมืองไทยเพิ่มขึ้น เพื่อผลักดันให้ภาคการท่องเที่ยวเติบโตได้ตามเป้าหมายท่ามกลางภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นจากประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค

#### สาธารณรัฐมัลดีฟส์

สำหรับไตรมาสที่ 1 ปี 2569 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าสู่สาธารณรัฐมัลดีฟส์จำนวนกว่า 6.3 แสนคน ใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักยังคงมาจากภูมิภาคยุโรป คิดเป็นสัดส่วนรวมกันกว่าร้อยละ 66 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวจากยุโรปหลักๆ มาจากประเทศรัสเซีย และสหราชอาณาจักร ซึ่งนักท่องเที่ยวจากรัสเซียปรับตัวสูงขึ้นกว่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 19 จากปีก่อนหน้า ขณะที่นักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักรลดลงเล็กน้อย ขณะที่นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชีย และแปซิฟิก มีแนวโน้มการขยายตัวที่ดีขึ้น โดยนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนมีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 29 คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 15 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด สะท้อนให้เห็นถึงการเติบโตอย่างต่อเนื่องของภาคการท่องเที่ยวสาธารณรัฐมัลดีฟส์

สำหรับในปี 2569 หน่วยงานด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์มัลดีฟส์ (Maldives Marketing and Public Relations Corporation: MMPRC) ยังคงตั้งเป้าหมายที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นได้อยู่ที่ 2.4 ล้านคน โดยมีบัณฑิตสนับสนุนหลักมาจากการเพิ่มงบประมาณการตลาดเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวขึ้นกว่า 1 เท่าตัว มูลค่า 20 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งจะมุ่งเน้นกลยุทธ์การตลาดมูลค่าสูง (Conversion-driven) ผ่านการทำแคมเปญวีดีโอและแสวงหาความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจต่างๆ เพื่อขยายขอบเขตการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวในวงกว้างมากขึ้น ควบคู่การเดินทางแคมเปญ Visit Maldives Week แบบเฉพาะเจาะจงในกลุ่มตลาดเป้าหมายทั้งจาก เยอรมัน รัสเซีย อินเดีย และตะวันออกกลาง รวมไปถึงอาคารผู้โดยสารใหม่ซึ่งได้เปิดให้บริการเมื่อวันที่ 26 ก.ค. 2568 และเริ่มรับสายการบินต่างประเทศตั้งแต่ช่วงปลายปี 2568 ที่ผ่านมา ในปัจจุบันรองรับกว่า 40 สายการบินทั้งการบินระหว่างประเทศและภายในประเทศหลากหลาย

เส้นทาง จากเอเชีย ยุโรป และตะวันออกกลาง โดยจะช่วยเพิ่มศักยภาพในการรองรับผู้โดยสารเมื่อเปิดให้บริการเต็มรูปแบบ เป็น 7.5 ล้านคน อย่างไรก็ตาม การปรับขึ้นภาษีต่างๆ ทั้งภาษีสินค้าและบริการ ภาษีการเดินทางออกนอกประเทศ และ ภาษีสิ่งแวดล้อม อาจส่งผลกระทบต่อความต้องการตัดสินใจของนักเดินทางที่ให้ความสำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับจุดหมายปลายทางที่ท่องเที่ยวระดับโลกอื่นๆ ทั้งนี้ จึงเป็นความท้าทายของทั้งรัฐบาลมัลดีฟส์และผู้ประกอบการในแสวงหาแนวทางเพื่อรักษาสมดุลการเติบโตให้สามารถบรรลุเป้าหมายที่วางเอาไว้

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวประเทศมัลดีฟส์ได้รับผลกระทบจากสงครามตะวันออกกลางผ่านต้นทุนการเดินทาง และราคาพลังงานที่สูงขึ้น รวมถึงข้อจำกัดด้านเส้นทางการบินผ่านตะวันออกกลาง ซึ่งเป็นศูนย์กลางการเชื่อมต่อหลักของนักท่องเที่ยวระยะไกล ภายใต้สถานการณ์ดังกล่าว การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวมัลดีฟส์ปี 2569 จึงมีแนวโน้มปรับลดลงจากเป้าหมายเดิม โดยเฉพาะในกรณีที่สงครามยืดเยื้อและกระทบเส้นทางบินต่อเนื่อง ทั้งนี้ มัลดีฟส์ยังคงเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวระดับโลกที่ได้รับการยอมรับ และยังคงได้รับแรงสนับสนุนจากตลาดนักท่องเที่ยวเอเชีย ส่งผลให้ผลกระทบโดยรวมยังอยู่ในระดับที่สามารถบริหารจัดการได้ในปัจจุบัน

#### สหราชอาณาจักร

สำหรับปี 2569 คาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าสู่สหราชอาณาจักรจะเติบโตขึ้นร้อยละ 3 จากปี 2568 อยู่ที่ 45.5 ล้านคน และสร้างรายได้การท่องเที่ยวกว่า 35,600 ล้านปอนด์ โดยได้รับแรงหนุนมาจากการส่งเสริมการตลาดจากหน่วยงานรัฐและเอกชน การสนับสนุนจากแคมเปญท่องเที่ยวระดับชาติและเหตุการณ์พิเศษต่าง ๆ การเติบโตของทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, ท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการท่องเที่ยวในภูมิภาค การนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและตอบโจทย์นักท่องเที่ยวยุคใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ซึ่งต้องการประสบการณ์แบบ immersive (ลงลึกทางวัฒนธรรม) และเลือกจุดหมายที่มีความปลอดภัยสูง ซึ่งสหราชอาณาจักรมีศักยภาพตรงนี้อย่างมาก นอกจากนี้ ยังมีแคมเปญการตลาดระยะยาวอย่าง “Starring GREAT Britain” ที่นำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวในสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ ซีรีส์ที่มีชื่อเสียง เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากตลาดสำคัญๆ อาทิ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และภายในภูมิภาคยุโรป

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรมในสหราชอาณาจักร อาจไม่ได้รับผลกระทบทางตรงอย่างมีนัยสำคัญจากภาวะสงครามในตะวันออกกลาง เนื่องจากยังคงได้รับแรงหนุนจากความต้องการการเดินทางภายในประเทศ (Domestic Tourism) และการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Travel) อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งโครงสร้างนักท่องเที่ยวต่างชาติหลักของประเทศยังมาจากภูมิภาคยุโรปเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นการเดินทางระยะไกล และจากทวีปอเมริกาเหนือ ซึ่งมีความยืดหยุ่นต่อปัจจัยภูมิรัฐศาสตร์ค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตาม ความผันผวนของเศรษฐกิจโลก ต้นทุนการเดินทางที่สูงขึ้นจากราคาพลังงาน และประกันภัย รวมถึงความไม่แน่นอนของกำลังซื้อผู้บริโภค อาจกดดันอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวต่างชาติบางส่วนในระยะสั้น ซึ่งยังคงต้องติดตามแรงกดดันทางเศรษฐกิจมหภาคในภาพรวมอย่างใกล้ชิดในระยะต่อไป

#### สาธารณรัฐหมู่เกาะฟีจี

ในไตรมาสแรกของปี 2569 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าสู่สาธารณรัฐหมู่เกาะฟีจี จำนวน 196,977 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยนักท่องเที่ยวหลัก 3 อันดับแรกมาจากออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และสหรัฐอเมริกา คิดเป็นสัดส่วนรวมกันร้อยละ 74 สาเหตุหลักการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวโดยหลักจาก การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวหลักจากประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ที่ระดับ ร้อยละ 8 และ 5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ตามลำดับ เป็นผลจากการเริ่มฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจของทั้ง 2 ประเทศ นอกจากนี้ แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกาและยุโรป ยังเติบโตได้ดีในไตรมาส 1 ปี 2569

สำหรับปี 2569 คาดการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติที่จะเดินทางเข้าสู่สาธารณรัฐหมู่เกาะฟีจี จะเป็นสถิติสูงสุดใหม่อีกครั้งอยู่ที่มากกว่า 1 ล้านคน โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องของอุปสงค์การเดินทางระหว่างประเทศหลังการระบาดของโควิด-19 การขยายการเชื่อมต่อทางอากาศจากตลาดหลัก เช่น ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ สหรัฐอเมริกา และ

ยุโรป แคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงยั่งยืน การจัดกิจกรรมระดับนานาชาติที่จะเกิดขึ้นในปี 2569 และภาพลักษณ์ของ ฟิจิในฐานะแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติสวยงามที่มีชายหาดทรายขาวและทะเลใส ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้เลือกเดินทางมายังฟิจิ นอกจากนี้ ยังมีการขยายขีดความสามารถเชื่อมต่อทางการบิน สำหรับสายการบินอย่าง Fiji Airways และเครือข่ายการบินระหว่างประเทศที่มากขึ้นช่วยให้การเดินทางมายังฟิจิสะดวกขึ้น โดยเฉพาะจากออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ซึ่งเป็นตลาดผู้มาเยือนหลัก

ทั้งนี้ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและโรงแรมในฟิจิ อาจไม่ได้รับผลกระทบทางตรงอย่างมีนัยสำคัญ จากภาวะสงครามในตะวันออกกลาง เนื่องจากฟิจิไม่ได้อยู่ห่างไกลจากพื้นที่ความขัดแย้ง และโครงสร้างอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวพึ่งพาลาดตระยะใกล้เคียงเป็นหลัก ได้แก่ ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ รวมถึงนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็น ตลาดหลักที่มีเส้นทางบินตรงและมีความต่อเนื่องของอุปสงค์ค่อนข้างสูง อีกทั้งยังได้รับแรงหนุนจากการท่องเที่ยวเชิง พักผ่อน (Leisure Travel) และการท่องเที่ยวแบบครอบครัว (Family Travel) ซึ่งมีความยืดหยุ่นต่อบัญญัติรัฐศาสตร์ มากกว่าตลาดระยะไกล ทำให้ผลกระทบจากภาวะสงครามอยู่ในระดับจำกัด และยังคงมีแนวโน้มการฟื้นตัวต่อเนื่องในระยะ กลางถึงระยะยาว

### สาธารณรัฐมอริเชียส

สำหรับในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 สาธารณรัฐมอริเชียสต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 348,445 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าโดยนักท่องเที่ยวหลัก 3 อันดับแรกมาจากฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร และเยอรมนี เติบโต อย่างแข็งแกร่ง โดยในช่วง 2 เดือนแรกของปีเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 8-12 จากปีก่อนหน้า สะท้อนการฟื้นตัวต่อเนื่องของ ตลาดท่องเที่ยวและความต้องการเดินทางระยะไกลที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวจากทวีปแอฟริกาและเอเชีย ยังคงมีแนวโน้มการเติบโตในทิศทางบวก ความสำเร็จของมอริเชียสในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมาจากการกำหนดตำแหน่ง ทางการตลาดที่ชัดเจนในกลุ่ม luxury ที่คุ้มค่า การกระจายตลาดนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาโครงสร้างการ บินและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง รวมถึงความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน ซึ่งช่วยให้ประเทศสามารถเร่งการ เติบโตของนักท่องเที่ยวได้เหนือกว่าหลายจุดหมายปลายทาง

จากแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและยอดการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อทริปที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ส่งผลให้หน่วยงาน ส่งเสริมการท่องเที่ยวของมอริเชียส (Mauritius Tourism Authority: MTA) คาดว่าตลอดปี 2569 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ เดินทางเข้าสู่สาธารณรัฐมอริเชียสอยู่ที่ 1.5 ล้านคน ซึ่งมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากแนวโน้มจำนวนเที่ยวบินและเส้นทาง การบินที่เพิ่มขึ้น รวมถึงเส้นทางอื่นเพื่อขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ ให้เดินทางเข้ามามากขึ้น มอริเชียสมุ่งเน้นให้ประเทศ เป็น จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน มีคุณภาพสูง และเป็น “Green Destination” โดยมุ่งเปลี่ยนจากการเน้น ปริมาณนักท่องเที่ยวไปสู่การสร้างคุณค่าและประสบการณ์ที่มีมูลค่าสูงต่อผู้มาเยือน และตอบโต้ภัยแนวทางการท่องเที่ยว เชิงรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมีเป้าหมายไปสู่สถานะ Green Destination ภายในปี 2030 ประกอบกับ แผนการจัดสรรงบประมาณกว่า 900 ล้านบาท (Rs 900 million) เพื่อสนับสนุนการพัฒนาแผนการท่องเที่ยวที่มุ่งสู่ความยั่งยืน และมีความคล่องตัว รองรับการเดินทางของอุตสาหกรรมในระยะยาว โดยมีเป้าหมายเพื่อสนับสนุนการเติบโตของภาค ท่องเที่ยวควบคู่กับการรักษาความสมบูรณ์ของธรรมชาติ ที่จะช่วยยกระดับการท่องเที่ยวของมอริเชียสในฐานะจุดหมาย ปลายทางการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนซึ่งได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก อย่างไรก็ตาม คาดว่าภาวะสงครามในตะวันออก กลางอาจส่งผลกระทบจำกัดต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวและโรงแรมในมอริเชียส เนื่องจาก โครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยว พึ่งพาลาดนักท่องเที่ยวจากยุโรป (โดยเฉพาะฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร และเยอรมนี) เป็นหลัก ซึ่งนิยมเดินทางด้วย เที่ยวบินตรง จึงได้รับผลกระทบค่อนข้างจำกัด

## ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) ที่ประกอบธุรกิจบริหารจัดการโรงแรม และลงทุนในธุรกิจโรงแรมระดับนานาชาติ ซึ่งมุ่งเน้นการเติบโตทั้งจากการประกอบธุรกิจของตนเอง (Organic Growth) และการเข้าซื้อกิจการจากบุคคลอื่น (Inorganic Growth) ควบคู่ไปกับการพัฒนาประสิทธิภาพในการกำไร เพื่อให้บริษัทฯ สามารถเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว โดยมีกลุ่มทรัพย์สินที่มีลักษณะเฉพาะประกอบด้วยโรงแรมที่ตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นที่นิยมระดับโลก ได้แก่

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

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

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

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

(5) โรงแรมที่มีการดำเนินงานในลักษณะการร่วมค้า คือโรงแรม SO/ Maldives ที่ดำเนินงานภายใต้สัญญาบริหารจัดการโรงแรมกับแอดคอร์ (Accor) ซึ่งเป็น ส่วนหนึ่งของโครงการ CROSSROADS ในสาธารณรัฐมัลดีฟส์ ซึ่งบริษัทฯ และ Wai Eco World Developer ถือสัดส่วนเงินลงทุนฝั่งละร้อยละ 50 ในการร่วมค้า (“โรงแรมภายใต้กิจการร่วมค้า”) ซึ่งรายได้จากโรงแรมที่มีการดำเนินงานในลักษณะการร่วมค้าจะไม่ถูกบันทึกบัญชีในแบบงบการเงินรวมของบริษัทฯ แต่จะบันทึกบัญชีโดยใช้วิธีส่วนได้เสีย (Equity Method) ซึ่งบริษัทฯ จะรับรู้ผลการดำเนินงานในรูปแบบของส่วนแบ่งกำไรหรือขาดทุนจากการลงทุนในการร่วมค้า

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

สัดส่วนรายได้จากการขายและการให้บริการตามรูปแบบการบริหาร

(หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาสที่ 1 ปี 2568	% สัดส่วน รายได้	ไตรมาสที่ 1 ปี 2569	% สัดส่วน รายได้	% เปลี่ยนแปลง
โรงแรมที่บริษัทฯ บริหารจัดการเอง	813.5	31.0%	863.9	32.8%	6.2%
โรงแรม Outrigger	368.2	14.0%	350.0	13.3%	(5.0%)
โรงแรมในโครงการ CROSSROADS	847.3	32.3%	846.3	32.1%	(0.1%)
โรงแรมในสหราชอาณาจักร	593.1	22.6%	573.7	21.8%	(3.3%)
รวมรายได้จากการให้บริการ	2,622.1	100.0%	2,633.9	100.0%	0.4%

สัดส่วนรายได้จากการขายและการให้บริการตามรูปแบบการบริหาร (กรณีอัตราแลกเปลี่ยนคงที่จากปีก่อนหน้า)

(หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาสที่ 1 ปี 2568	% สัดส่วน รายได้	ไตรมาสที่ 1 ปี 2569	% สัดส่วน รายได้	% เปลี่ยนแปลง
โรงแรมในประเทศไทย	813.5	31.0%	863.9	32.8%	6.2%
โรงแรมในต่างประเทศ (อัตราแลกเปลี่ยนคงที่)					
โรงแรม Outrigger	368.2	14.0%	367.1	13.5%	(0.3%)
โรงแรมในโครงการ CROSSROADS	847.3	32.3%	911.6	33.5%	7.6%
โรงแรมในสหราชอาณาจักร	593.1	22.6%	576.1	21.2%	(2.9%)
รวมรายได้จากการให้บริการ	2,622.1	100.0%	2,718.7	100.0%	3.7%

ภาพรวมผลประกอบการในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายและการให้บริการอยู่ที่ 2,633.9 ล้านบาท ใกล้เคียงกับงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า อนึ่ง บริษัทฯ มีการรับรู้รายได้จากกลุ่มโรงแรมที่ดำเนินการในต่างประเทศลดลง อันเป็นผลหลักมาจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน เช่น ดอลลาร์สหรัฐฯ ดอลลาร์ฟิจิ และปอนด์สเตอร์ลิง ซึ่งอ่อนค่าลงเทียบกับเงินบาทในช่วงต้นปีที่ผ่านมา ส่งผลให้การรับรู้รายได้เป็นเงินบาทลดลง แม้จะสามารถสร้างรายได้เป็นสกุลเงินท้องถิ่นเพิ่มขึ้นได้ก็ตาม หากพิจารณารายได้จากโรงแรมในต่างประเทศโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยนคงที่จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า จะพบว่า สำหรับไตรมาส 1 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและการให้บริการเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 4 จากปี 2568 โดยในกลุ่มของโรงแรมที่บริษัทฯ บริหารจัดการเองในประเทศไทยมีผลประกอบการที่โดดเด่น มีอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 6 จากช่วงเดียวกันของปี 2568 เป็นผลหลักจากโรงแรมทราย ลากูน่า ภูเก็ต ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อห้องต่อคืน (RevPAR) เพิ่มขึ้นร้อยละ 19 จากปีก่อนหน้า จากผลตอบรับที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องต่อห้องพักรูปแบบใหม่และการดำเนินกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกที่ช่วยเพิ่มอัตราการเข้าพักและอัตราค่าห้องพักเฉลี่ย ขณะที่โรงแรมทราย เกาะสมุย วิลล่าส์ มี RevPAR เติบโตร้อยละ 6 สะท้อนความสามารถในการบริหารรายได้ (Yield Management) และความแข็งแกร่งของแบรนด์ SAii ที่ช่วยสนับสนุนการเติบโตอย่างต่อเนื่อง รวมถึง แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย โดยเฉพาะกลุ่มที่เป็นนักท่องเที่ยวหลักสำหรับโรงแรมบริษัทฯ บริหารจัดการเอง ประกอบด้วย จากประเทศอินเดียที่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 15 และจากสหราชอาณาจักรที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และนักท่องเที่ยวจากประเทศรัสเซียที่ยังคงเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในระดับที่สูงและคงที่สม่ำเสมอ อย่างไรก็ตาม รายได้จากการขายและการให้บริการในกลุ่มโรงแรมของบริษัทฯ ในโรงแรม Outrigger ลดลง เป็นผลมาจากผลกระทบจากมรสุมและพายุในประเทศฟิจิที่เกิดขึ้นเดือนกุมภาพันธ์ปี 2569 ที่กระทบต่อการจองห้องพักของลูกค้า เนื่องจาก ข้อจำกัดด้านการเดินทางและการทำกิจกรรมกลางแจ้งทางทะเล จากฝนที่ตกหนักและลมกระโชกแรง นอกจากนี้ รายได้จากการขายและการให้บริการในกลุ่มโรงแรมสหราชอาณาจักรลดลงร้อยละ 3 จากไตรมาสเดียวกันของปี 2568 เป็นผลมาจากจากการปิดปรับปรุงส่วนของร้านอาหารในโรงแรมบางแห่ง ส่งผลให้รายได้จากอาหารและเครื่องดื่มลดลง ถึงแม้ผลประกอบการส่วนของห้องพักยังรักษาระดับใกล้เคียงกับปีก่อนหน้า

## ตัวชี้วัดที่สำคัญสำหรับผลการดำเนินงานโรงแรม

### โรงแรมที่บริษัทฯ บริหารจัดการเอง

(หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาสที่ 1 ปี	ไตรมาสที่ 4 ปี	ไตรมาสที่ 1 ปี	เปลี่ยนแปลง	
	2568	2568	2569	แปลงจากงวดเดียวกันปีก่อนหน้า	เปลี่ยนแปลงจากไตรมาสก่อนหน้า
จำนวนโรงแรม	4 <sup>(2)</sup>	4 <sup>(2)</sup>	4 <sup>(2)</sup>	-	-
จำนวนห้องพัก	604	604	604	-	-
อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (ร้อยละ)	87.0%	75.8%	86.6%	-0.4%	10.8%
ADR (บาท)	12,800	10,509	13,951	9.0%	32.8%
RevPar (บาท)	11,135	7,966	12,075	8.4%	51.6%

#### หมายเหตุ

(2) เนื่องจากโรงแรมคอนดอตตา มัลดีฟส์ ยังอยู่ระหว่างปิดให้ดำเนินการชั่วคราว ทางบริษัทฯ จึงได้นำจำนวนห้องของโรงแรมดังกล่าวออกไปเพื่อให้สะท้อนถึงตัวชี้วัดที่เป็นจริงมากขึ้น

ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 โรงแรมที่บริษัทฯ บริหารจัดการเองในประเทศไทยมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยใกล้เคียงกับงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า ท่ามกลางสถานการณ์ของแรงกดดันของภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว รวมถึงสถานการณ์สงครามในตะวันออกกลางที่เริ่มต้นขึ้นในช่วงปลายเดือนกุมภาพันธ์ 2569 ในขณะที่รายงาน ADR อยู่ที่ระดับ 13,951 บาท เติบโตขึ้นร้อยละ 9 จากงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า และร้อยละ 33 จากไตรมาสก่อนหน้า ตามลำดับ โดยได้รับแรงสนับสนุนหลักมาจากความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงและนักท่องเที่ยวระยะไกลที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพมากขึ้น รวมถึงความสามารถในการปรับอัตราค่าห้องพักของผลิตภัณฑ์ใหม่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญของโรงแรมทราย Laguna ภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับการเข้าสู่ฤดูกาลท่องเที่ยวของประเทศไทย ส่งผลให้ RevPAR รายไตรมาสและระดับสูงที่สุดนับตั้งแต่เปิดให้บริการที่ 12,075 บาท

### โรงแรม Outrigger

(หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาสที่ 1 ปี	ไตรมาสที่ 4 ปี	ไตรมาสที่ 1 ปี	เปลี่ยนแปลง	
	ปี 2568	ปี 2568	ปี 2569	แปลงจากงวดเดียวกันปีก่อนหน้า	เปลี่ยนแปลงจากไตรมาสก่อนหน้า
จำนวนโรงแรม	3	3	3	-	-
จำนวนห้องพัก	499	499	501	2	2
อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (ร้อยละ)	62.9%	79.5%	58.8%	-4.1%	-20.7%
ADR (บาท)	7,471	8,822	7,445	-0.3%	-15.6%
RevPar (บาท)	4,699	7,012	4,379	-6.8%	-37.6%

#### หมายเหตุ

(3) อัตราแลกเปลี่ยนที่ใช้คำนวณสำหรับไตรมาส 1 ปี 2568 คือ 14.70 THB/FJD, 0.74 THB/MUR, อัตราแลกเปลี่ยนที่ใช้คำนวณสำหรับไตรมาส 4 ปี 2568 คือ 14.16 THB/FJD, 0.70 THB/MUR และอัตราแลกเปลี่ยนที่ใช้คำนวณสำหรับไตรมาส 1 ปี 2569 คือ 14.15 THB/FJD, 0.68 THB/MUR

โรงแรม Outrigger ซึ่งประกอบด้วยโรงแรม 2 แห่งในสาธารณรัฐหมู่เกาะฟีจี และโรงแรมอีก 1 แห่งในสาธารณรัฐมอริเชียส รายงานอัตราการเข้าพักเฉลี่ยในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 ลดลงจากงวดเดียวกันของปีก่อนหน้าอยู่ที่ ร้อยละ 59 เป็นผลหลักมาจากผลกระทบระยะสั้นจากพายุไซโคลนเขตร้อนที่เกิดขึ้นในมหาสมุทรแปซิฟิกช่วงปลายเดือนกุมภาพันธ์ที่ประเทศฟีจี ในขณะที่ยังสามารถรักษาระดับ ADR ด้วยการเน้นดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่ม Luxury ที่เน้นความคุ้มค่ามากขึ้น ส่งผลให้ ADR ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 อยู่ในระดับใกล้เคียงกับงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า ทั้งนี้ หากพิจารณาผลการดำเนินงานในสกุลเงินท้องถิ่น จะพบว่า กลุ่มโรงแรมในฟีจีมี ADR ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าคิดเป็นร้อยละ 1 ขณะที่โรงแรม Outrigger Mauritius มีการเติบโตของ ADR อย่างมีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับปี 2568 แม้อัตราการเข้าพักเฉลี่ยจะปรับ

ลดลงเล็กน้อย ซึ่งสะท้อนถึงกลยุทธ์การบริหารรายได้และการกำหนดราคาที่มีมุ่งเน้นการเพิ่มคุณภาพและผลตอบแทนของรายได้โดยมีประสิทธิภาพ

### โรงแรมในโครงการ CROSSROADS

(หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาสที่ 1 ปี 2568	ไตรมาสที่ 4 ปี 2568	ไตรมาสที่ 1 ปี 2569	เปลี่ยนแปลง จากงวด เดียวกันปีก่อน หน้า	เปลี่ยนแปลงจาก ไตรมาสก่อนหน้า
จำนวนโรงแรม	2	2	2	-	-
จำนวนห้องพัก	376	348	348	(28) <sup>(5)</sup>	-
อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (ร้อยละ)	89.8%	79.2%	88.9%	-0.9%	9.7%
ADR (บาท)	15,339	14,532	16,769	9.3%	15.4%
RevPar (บาท)	13,774	11,515	14,913	8.3%	29.5%

หมายเหตุ

- (4) อัตราแลกเปลี่ยนที่ใช้คำนวณสำหรับไตรมาส 1 ปี 2568 คือ 33.98 THB/USD, อัตราแลกเปลี่ยนที่ใช้คำนวณสำหรับไตรมาส 4 ปี 2568 คือ 32.04 THB/USD และอัตราแลกเปลี่ยนที่ใช้คำนวณสำหรับไตรมาส 1 ปี 2569 คือ 31.54 THB/USD
- (5) โรงแรม SAii Lagoon Maldives มีการรวมบางส่วนของห้องพักเพื่อเพิ่มขนาดห้องและนำเสนอผลิตภัณฑ์ห้องพักขนาดใหญ่ขึ้น จำนวน 28 ห้อง ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2568

สำหรับในไตรมาส 1 ปี 2569 โรงแรมในโครงการ CROSSROADS รายงานอัตราการเข้าพักเฉลี่ยที่ระดับร้อยละ 89 ใกล้เคียงกับงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า แม้จะได้รับผลกระทบบางส่วนจากสงครามระหว่างสหรัฐอเมริกา อิสราเอล และอิหร่าน ในช่วงเดือนมีนาคม ทั้งนี้ ADR ในสกุลเงินบาทเติบโตขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ อยู่ที่ 16,769 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 9 จากงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยได้รับการสนับสนุนจากกลยุทธ์ทางการตลาดและการปรับรวมบางส่วนของห้องพักเพื่อเพิ่มขนาดห้องและนำเสนอผลิตภัณฑ์ห้องพักขนาดใหญ่ขึ้นของโรงแรม SAii Lagoon Maldives ส่งผลให้ ADR ของ โรงแรม SAii Lagoon Maldives ในไตรมาส 1 ปี 2569 เติบโตถึงร้อยละ 23 จากปี 2568

หากพิจารณา RevPar ในสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐฯ ของโครงการ Crossroads เติบโตได้อย่างโดดเด่นที่ร้อยละ 17 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า สะท้อนถึงความสำเร็จด้านกลยุทธ์การทำตลาดมูลค่าสูงและแสวงหาความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจต่างๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย ซึ่งสามารถสร้างส่วนผสมลูกค้า (Market Mix) ที่เหมาะสม

### โรงแรมของบริษัทฯ ในสหราชอาณาจักร

(หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาสที่ 1 ปี 2568	ไตรมาสที่ 4 ปี 2568	ไตรมาสที่ 1 ปี 2569	เปลี่ยนแปลง จากงวด เดียวกันปีก่อน หน้า	เปลี่ยนแปลงจาก ไตรมาสก่อนหน้า
จำนวนโรงแรม	22	22	22 <sup>(7)</sup>	-	-
จำนวนห้องพัก	2,449	2,449	2,449	-	-
อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (ร้อยละ)	55.4%	67.2%	56.2%	0.8%	-11.1%
ADR (บาท)	3,113	3,594	3,133	0.7%	-12.8%
RevPar (บาท)	1,723	2,416	1,760	2.1%	-27.2%

หมายเหตุ

- (6) อัตราแลกเปลี่ยนที่ใช้คำนวณสำหรับไตรมาส 1 ปี 2568 คือ 42.84 THB/GBP, อัตราแลกเปลี่ยนที่ใช้คำนวณสำหรับไตรมาส 4 ปี 2568 คือ 42.83 THB/GBP และอัตราแลกเปลี่ยนที่ใช้คำนวณสำหรับไตรมาส 1 ปี 2569 คือ 42.66 THB/GBP
- (7) ผลประกอบการในไตรมาส 1 ปี 2569 ได้รวมผลการดำเนินงานของโรงแรมจำนวน 15 แห่งในสหราชอาณาจักร ภายใต้สัญญาการจำหน่ายหุ้นทั้งหมดใน Jupiter Hotels Limited ("JHL") ซึ่งปัจจุบันผู้อยู่ระหว่างกระบวนการดำเนินการให้แล้วเสร็จ (Completion Process) ตามเงื่อนไขที่กำหนดในสัญญา (Conditions Precedent)

โรงแรมในสหราชอาณาจักรของบริษัทฯ รายงานอัตราการเข้าพักเฉลี่ยเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 จากงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยมีสาเหตุหลักมาจากการกลับมาเปิดดำเนินการในของโรงแรม Leicester หลังจากดำเนินการปิดปรับปรุงโรงแรมเพื่อ

ยกระดับตำแหน่งทางการตลาด (Rebranding and Repositioning) ส่งผลให้ ADR ของกลุ่มโรงแรมในสหราชอาณาจักรปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน นอกจากนี้บริษัทฯ ยังคงอยู่ในช่วงการปรับปรุงโรงแรมในเครือสหราชอาณาจักรอีกสองแห่ง คาดการณ์ภายหลังจากการปรับปรุง ปรับเปลี่ยนแบรนด์ และปรับตำแหน่งทางการตลาดแล้วเสร็จ บริษัทฯ มุ่งหวังการเติบโตทั้งในด้านอัตราการเข้าพักเฉลี่ยและอัตราค่าห้องพักเฉลี่ยรายวันอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความปลอดภัยมากขึ้นอีกด้วย

### สรุปผลการดำเนินงาน

ตารางเปรียบเทียบผลการดำเนินงานงวดไตรมาสที่ 1 ของปี 2568 และไตรมาสที่ 1 ของปี 2569

	ไตรมาสที่ 1 ปี 2568		ไตรมาสที่ 1 ปี 2569		เปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้จากการให้บริการ	2,622.1	100.0%	2,633.9	100.0%	11.8	0.5%
ต้นทุนการให้บริการ	1,583.0	60.4%	1,557.6	59.1%	(25.4)	(1.6%)
กำไรขั้นต้น	<b>1,039.1</b>	<b>39.6%</b>	<b>1,076.3</b>	<b>40.9%</b>	<b>37.2</b>	<b>3.6%</b>
ค่าใช้จ่ายในการขาย	120.4	4.6%	131.0	5.0%	10.6	8.8%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	506.6	19.3%	496.2	18.8%	(10.4)	(2.1%)
กำไร (ขาดทุน) จากการดำเนินงานหลัก	<b>412.1</b>	<b>15.7%</b>	<b>449.1</b>	<b>17.1%</b>	<b>37.0</b>	<b>9.0%</b>
กำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน	(1.0)	(0.0%)	7.6	0.3%	8.6	860.0%
รายได้อื่น	43.3	1.7%	47.9	1.8%	4.6	10.6%
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากบริษัทร่วมและการร่วมค้า	0.4	0.0%	-	-	0.4	100.0%
กำไร (ขาดทุน) ก่อนดอกเบี้ยและภาษี	<b>454.8</b>	<b>17.3%</b>	<b>504.6</b>	<b>19.2%</b>	<b>50.6</b>	<b>11.1%</b>
ต้นทุนทางการเงิน	241.7	9.2%	203.4	7.7%	(38.3)	(15.8%)
ภาษีเงินได้	36.8	1.4%	36.8	1.4%	-	-
กำไร (ขาดทุน) สำหรับงวด	<b>175.5</b>	<b>6.7%</b>	<b>264.5</b>	<b>10.0%</b>	<b>89.0</b>	<b>50.7%</b>
<b>รายการปรับปรุง</b>						
(กำไร/ขาดทุน) ที่ยังไม่เกิดขึ้นจริงจากอัตราแลกเปลี่ยน	1.6	0.1%	(4.2)	(0.2%)	(5.8)	(362.5%)
รายการที่ไม่ได้เกิดขึ้นเป็นประจำ <sup>1</sup>	3.2	0.1%	(1.2)	(0.0%)	(4.4)	(138.0%)
<b>EBITDA ที่ปรับปรุงแล้ว (Normalized EBITDA) <sup>2</sup></b>	<b>774.9</b>	<b>29.6%</b>	<b>776.1</b>	<b>29.5%</b>	<b>1.2</b>	<b>0.2%</b>
กำไร (ขาดทุน) สำหรับงวดที่ปรับปรุงแล้ว	<b>225.7</b>	<b>8.6%</b>	<b>259.1</b>	<b>9.8%</b>	<b>33.3</b>	<b>14.8%</b>

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

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

### รายได้จากการขายและการให้บริการ

กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและการให้บริการในไตรมาส 1 ปี 2569 อยู่ที่ 2,633.9 ล้านบาท ใกล้เคียงกับงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากการเติบโตของรายได้ของโรงแรมที่บริษัทฯ บริหารจัดการเองในประเทศไทย ซึ่งได้รับอานิสงส์จากการดำเนินกลยุทธ์การตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ และแนวโน้มการฟื้นตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงสองเดือนแรกของไตรมาส อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากเดือนมีนาคม 2569 ผลประกอบการได้รับแรงกดดันจากสถานการณ์สงครามในตะวันออกกลาง ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงในบางภูมิภาค โดยเฉพาะประเทศมัลดีฟส์ รวมถึงความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่กระทบต่อการแปลงค่าการรับรู้รายได้จากต่างประเทศ ทั้งนี้ หากไม่รวมผลกระทบจากการแข็งค่าของเงินบาท รายได้จากการขายและการให้บริการ (ที่อัตราแลกเปลี่ยนคงที่) ในไตรมาส 1 ปี 2569

จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

### ต้นทุนการให้บริการ

ต้นทุนการให้บริการของกลุ่มบริษัทฯ ในไตรมาส 1 ปี 2569 อยู่ที่ 1,557.6 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 2 จากงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยมีสาเหตุหลักจากการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) จากผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งของโรงแรมในประเทศไทยและสาธารณรัฐมัลดีฟส์ ส่งผลให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถบริหารจัดการโครงสร้างต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น จากปัจจัยดังกล่าว อัตราส่วนต้นทุนการให้บริการต่อรายได้ (Cost of services to sales) ในไตรมาส 1 ปี 2569 ปรับตัวดีขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ 59 จากร้อยละ 60 ในไตรมาส 1 ปี 2568 สะท้อนถึงความสามารถในการสร้าง Operating Leverage และการควบคุมต้นทุนที่มีประสิทธิภาพของบริษัทฯ

### กำไรขั้นต้น

กำไรขั้นต้นของกลุ่มบริษัทฯ ในไตรมาส 1 ปี 2569 อยู่ที่ 1,076.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นที่ร้อยละ 41 สะท้อนความสำเร็จของการผลักดัน ADR ที่สูงขึ้นตามการพัฒนาห้องพัก และกลยุทธ์กำหนดราคาจากการทำการตลาดแบบเจาะจงที่มีประสิทธิภาพ และการปรับปรุงคุณภาพของสินทรัพย์ซึ่งหนุนอัตราค่าห้องพักให้สูงขึ้น การดำเนินกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกเพื่อเติมเต็มศักยภาพในการสร้างรายได้ รวมถึงความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ

### ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของกลุ่มบริษัทฯ ในไตรมาส 1 ปี 2569 อยู่ที่ 627.2 ล้านบาท ใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นตามแผนปฏิบัติการเชิงกลยุทธ์โดยเน้นหนักไปที่การวางแผนและการควบคุมค่าใช้จ่าย รวมถึง การจัดการด้านกำลังคนและบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ

### รายได้อื่น

รายได้อื่นของกลุ่มบริษัทฯ ในไตรมาส 1 ของปี 2569 อยู่ที่ 47.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 11 จากงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า มีสาเหตุหลักมาจากกำไรจากการปรับมูลค่ายุติธรรมของตราสารอนุพันธ์

### ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากบริษัทร่วมและกิจการร่วมค้า

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

### ต้นทุนทางการเงิน

กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินในไตรมาส 1 ปี 2569 อยู่ที่ 203.4 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 16 จากงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยเป็นผลมาจากดอกเบี้ยจ่ายในสกุลเงินบาทที่ลดลงจากการเจรจากับสถาบันการเงินเพื่อลดอัตราดอกเบี้ย และดอกเบี้ยจ่ายในสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐที่ลดลงจากการชำระคืนเงินต้นบางส่วนก่อนกำหนดในไตรมาส 1 ของปี 2569 ทั้งยังได้รับประโยชน์จากแนวโน้มอัตราดอกเบี้ยทั่วโลกที่ปรับตัวลดลงในช่วงครึ่งหลังของปี 2567 ต่อเนื่องมาจนถึงไตรมาส 1 ปี 2569

## EBITDA ที่ปรับปรุงแล้ว (Normalized EBITDA)

EBITDA ที่ปรับปรุงแล้ว (Normalized EBITDA) ของกลุ่มบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 อยู่ที่ 776.1 ล้านบาท  
ใกล้เคียงกับงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า

ซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ  
ยังสามารถรักษาระดับผลการดำเนินงานได้จากการควบคุมต้นทุนและการบริหารค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานหลักได้อย่างมี  
ประสิทธิภาพมากขึ้น

## กำไร (ขาดทุน) สำหรับงวด

กลุ่มบริษัทฯ บันทึกกำไรสำหรับงวดในไตรมาส 1 ปี 2569 ที่ 264.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 51 จากงวดเดียวกัน  
ของปีก่อนหน้า นอกจากกำไรจากการดำเนินงานหลักที่เติบโตสูงขึ้นแล้ว ยังเป็นผลจากต้นทุนทางการเงินที่ลดลงจากการ  
เจรจากับสถาบันการเงินเพื่อลดอัตราดอกเบี้ย รวมถึงแนวโน้มอัตราดอกเบี้ยทั่วโลกที่อยู่ในทิศทางลดลง ทำให้ต้นทุน  
ทางการเงินลดลงอย่างมีนัยสำคัญอีกด้วย

### ฐานะทางการเงินรวมและโครงสร้างเงินลงทุน

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 33,845.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 841.6 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 3 จาก ณ สิ้นเดือนธันวาคม ปี 2568 ที่ผ่านมา ในขณะที่หนี้สินรวมของบริษัทฯ เท่ากับ 19,714.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 84.5 ล้านบาทจากหนี้สินรวมในสิ้นปี 2568 โดยมีหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยเท่ากับ 12,462.1 ล้านบาท ลดลงจากจำนวน 12,488.3 ล้านบาท โดยเป็นผลมาจากการชำระคืนเงินกู้ยืมบางส่วน สำหรับส่วนของผู้ถือหุ้นมีจำนวนเท่ากับ 14,130.3 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 13,373.2 ล้านบาท ณ สิ้นสุดปี 2568 เนื่องจากผลกำไรที่เกิดขึ้นในไตรมาส 1 ปี 2569 ทั้งนี้ สัดส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (IBD/E) ปรับตัวลดลงเป็น 0.88 เท่า ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 ซึ่งอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าเงื่อนไขทางการเงินของบริษัทฯ สะท้อนถึงสถานะทางการเงินที่แข็งแกร่ง และความพร้อมในการลงทุนเพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนได้ต่อไปในอนาคต

	31 ธ.ค. 68	31 มี.ค. 69	เปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	2,294.8	2,466.9	172.0	7.5%
สินทรัพย์หมุนเวียน	3,705.6	4,034.7	329.1	8.9%
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ สุทธิ	26,875.5	27,445.6	570.2	2.1%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	29,297.8	29,810.3	512.5	1.7%
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>33,003.4</b>	<b>33,845.0</b>	<b>841.6</b>	<b>2.6%</b>
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย	12,488.3	12,462.1	(26.2)	(0.2%)
หนี้สินอื่น	7,141.9	7,252.5	110.6	1.5%
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>19,630.2</b>	<b>19,714.7</b>	<b>84.5</b>	<b>0.4%</b>
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>13,373.2</b>	<b>14,130.3</b>	<b>757.1</b>	<b>5.7%</b>
<b>อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (IBD/E) (เท่า)</b>	<b>0.93</b>	<b>0.88</b>	<b>(0.05)</b>	

ขอแสดงความนับถือ

บริษัท เอส โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท จำกัด (มหาชน)

- // -

(นายอิศรินทร์ ภัทรมัย)

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารการเงิน

#### Investor Relations Contact

Tel: +66 (0) 2058 9888

Email: ir@shotelsresorts.com