

ภาพรวมธุรกิจ

บริษัทแบ่งเป็น 2 ธุรกิจ คือ 1. ธุรกิจโรงแรม ในประเทศและต่างประเทศ ภายใต้แบรนด์ของตนเองได้แก่ เซ็นทารา รีเซิร์ฟ (Centara Reserve), เดอะ เซ็นทารา คอลเลกชัน (The Centara Collection), เซ็นทารา แกรนด์ (Centara Grand), เซ็นทารา (Centara), เซ็นทารา โลฟ (Centara Life) และ โคซี่ (COSI) รวมถึงธุรกิจรับจ้างบริหารโรงแรมภายใต้สัญญาบริหารโรงแรม 2. ธุรกิจอาหาร ในประเทศไทย ภายใต้แบรนด์ของตัวเอง คือ เดอะ เทอเรส, อารีกาโตะ และแฟรนไชส์ คือ มิสเตอร์โดนัท, เคเอฟซี, อานตี้แอนส์, เปปเปอร์สันซ์, ซาบูตง, โคล สโตน ครีมเมอรี่, โยชิโนยะ, โอโตะยะ, โอโตะยะ โอโก, คัตสึยะ, รามัน คาเกทสึ อารากิ และแบรนด์ร่วมค้าอื่นๆ ซึ่งมีสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศ

งบการเงิน

	6M69	6M68	2568	2567
--	------	------	------	------

งบกำไรขาดทุน (ลบ.)

รายได้	12,943.40	12,579.78	25,300.01	24,239.32
ค่าใช้จ่าย	11,655.71	11,000.18	21,904.45	21,139.87
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	2,308.99	858.19	1,992.90	1,752.99

งบแสดงฐานะทางการเงิน (ลบ.)

สินทรัพย์	65,029.27	61,666.46	62,728.02	60,760.63
หนี้สิน	40,569.45	39,973.31	40,113.55	39,810.90
ส่วนผู้ถือหุ้น	24,248.25	21,467.92	22,407.84	20,713.99

งบกระแสเงินสด (ลบ.)

กิจกรรมดำเนินงาน	2,887.53	2,662.00	6,196.38	6,622.37
กิจกรรมลงทุน	-781.60	-2,002.28	-3,706.53	-7,306.43
กิจกรรมจัดหาเงิน	-1,166.24	-864.81	-2,162.30	1,022.79

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

กำไรต่อหุ้น (บาท)	1.71	0.64	1.48	1.30
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	46.48	43.85	44.24	41.76
อัตรากำไรสุทธิ (%)	17.84	6.74	7.76	7.00
D/E Ratio (เท่า)	1.66	1.84	1.77	1.90
ROE (%)	15.07	8.05	9.24	8.68
ROA (%)	7.91	5.48	5.89	5.63

แผนธุรกิจ

บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) ("บริษัทฯ") ได้มีบทบาทยุทธศาสตร์การดำเนินงานธุรกิจของโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา เพื่อบรรลุเป้าหมายในการทำให้เซ็นทาราก้าวสู่การเป็นหนึ่งใน 100 กลุ่มโรงแรมชั้นนำของโลก โดยมีวิสัยทัศน์ในการสร้างการเติบโตอย่างมีความรับผิดชอบและยั่งยืน และได้ติดตาม ทบทวน และพัฒนาแผนกลยุทธ์ระยะ 5 ปีอย่างต่อเนื่อง และสำหรับธุรกิจอาหารมีการวางแผนการขยายสาขาในแบรนด์ที่มีศักยภาพ อีกทั้งเพิ่มแบรนด์ใหม่เข้ามาในพอร์ตโฟลิโอ รวมถึงการร่วมมือกับ Win -Win กับพาร์ทเนอร์เพื่อเสริมศักยภาพทางธุรกิจ การบริหารจัดการต้นทุนของธุรกิจขณะเดียวกันการรักษายอดขาย โดยการผสมผสานระหว่างช่องทางการขายผ่านทั้งออนไลน์หรือเดลิเวอรี่ และออฟไลน์ผ่านหน้าร้าน เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้จากหลากหลายช่องทาง

แผนการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการทำงานร่วมกันระหว่างพนักงาน ผู้บริหาร คู่ค้า ลูกค้า และชุมชน โดยมีเป้าหมายระยะยาว 2563-2572 ลดการใช้พลังงาน การใช้น้ำ ของเสีย และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจก ร้อยละ 20 จากปีฐาน 2562 เดินหน้าสู่เป้าหมายการเป็นองค์กรที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593 (Net Zero 2050) ผลักดันการใช้พลังงานทางเลือกมากขึ้น

รางวัลและความสำเร็จที่ผ่านมาของบริษัท

- บริษัทฯ ได้รับการคัดเลือกเป็นสมาชิกของ S&P Global Sustainability Yearbook 2026
- ธุรกิจโรงแรมได้รับรางวัล Thailand Best Employer Awards 2026
- ธุรกิจโรงแรมยังได้รับรางวัล Model Green Hotels, รางวัล Accommodation Standard for Tourism 2026
- ธุรกิจอาหารได้รับ รางวัล Thailand Best Employer Brand Awards 2026 และ รางวัล Top Most HR Leader - Thailand

Highlight ที่น่าสนใจของบริษัท

ธุรกิจโรงแรม: ในช่วง 6 เดือน ปี 2569 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวรวม 16 ล้านคน ลดลง 3% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการลดลงของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นสำคัญ นักท่องเที่ยว 3 อันดับแรกได้แก่ จีน 17%, มาเลเซีย 17% และ รัสเซีย 9% ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด ในขณะที่มัลดีฟส์และญี่ปุ่นมีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง 6% และ 2% ตามลำดับ เมื่อเทียบกับปีก่อน, ดูไบมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในเดือนมกราคม 2569 เพิ่มขึ้น 3% เมื่อเทียบกับปีก่อน (ยังไม่มีข้อมูลเดือนก.พ.-มิ.ย.2569)

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯมีโรงแรมภายใต้การบริหารงานทั้งสิ้นจำนวน 92 โรงแรม แบ่งเป็นโรงแรมที่เปิดดำเนินการแล้ว 52 โรงแรม และเป็นโรงแรมที่กำลังพัฒนา 40 โรงแรม ในส่วน 52 โรงแรมที่เปิดดำเนินการแล้วนั้น 23 โรงแรม เป็นโรงแรมที่บริษัทฯ เป็นเจ้าของ และ 29 โรงแรมเป็นโรงแรมที่อยู่ภายใต้สัญญาบริหาร

ธุรกิจอาหาร: ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 มีจำนวนสาขาทั้งหมด 1,510 สาขา (รวมแบรนด์ร่วมทุน) เพิ่มขึ้นสุทธิ 98 สาขา เมื่อเทียบกับปีก่อน ส่วนหนึ่งเกิดจากการเริ่มนับรวมจำนวนสาขาของร้านคัสส์ลูกี ซึ่งไตรมาส 2/2569 มีจำนวนทั้งหมด 55 สาขา ขณะที่แบรนด์ที่มีการขยายสาขาอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับปีก่อน ได้แก่ อานตี้ แอนส์ (+28) ชินคันเซ็น ซูชิ (+20) คัตสึยะ (+10) เค เอฟ ซี (+7) สลัดฟลคเทอร์ (+7) และคิอานี (+5) โดยมีการปิดสาขาและแบรนด์ที่ไม่ทำกำไรเพื่อปรับปรุงอัตราการทำกำไรของบริษัทฯให้ดีขึ้น ตามกลยุทธ์ของบริษัทฯ ที่วางไว้

การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

สรุปผลการดำเนินงาน

6 เดือน ปี 2569 บริษัทฯมีรายได้รวม 12,943 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันกับปีก่อน โดยสัดส่วนของรายได้จากธุรกิจโรงแรมต่อรายได้จากธุรกิจอาหารอยู่ที่ 49% : 51% ขณะที่กำไรขั้นต้นรวม 7,809 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7% เทียบกับปีก่อน บริษัทฯมี EBIT คิดจำนวนเงิน 2,010 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12% เทียบกับปีก่อน และมีกำไรสุทธิ 2,309 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 169% เทียบกับปีก่อน (รวมผลของรายการที่เกิดขึ้นเป็นครั้งคราว) โดยมีสาเหตุหลักจากการจำหน่ายสินทรัพย์ของกิจการร่วมค้า Centara Osaka Tokutei Mokutei Kaisha ในวันที่ 27 มีนาคม 2569 ซึ่งเป็นไปตามกลยุทธ์การหมุนเวียนเงินทุนของบริษัทฯ ส่งผลให้บริษัทฯ รับรู้ส่วนแบ่งกำไรตามวิธีส่วนได้เสียเป็นจำนวนสุทธิ 1,076 ล้านบาท

พัฒนาการที่สำคัญ

ธุรกิจโรงแรม: ช่วง 6 เดือน ปี 2569 มีรายได้รวมอยู่ที่ 6,366 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5% เทียบกับปีก่อน โดยมีกำไรขั้นต้นจำนวน 4,163 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 9% เทียบกับปีก่อน และมีกำไรสุทธิจำนวน 1,849 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 263% เทียบกับปีก่อน (รวมผลของรายการที่เกิดขึ้นเป็นครั้งคราว) ทั้งนี้ ภาพรวมอัตราการเข้าพัก (OCC) เฉลี่ย อยู่ที่ 71% ลดลง 1% pts จากปีก่อน และราคาห้องพักเฉลี่ย (ARR) อยู่ที่ 6,048 บาท ลดลง 1% เทียบกับปีก่อน

ธุรกิจอาหาร: ช่วง 6 เดือน ปี 2569 มีรายได้รวม 6,577 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1% เทียบกับปีก่อน มีกำไรขั้นต้น 3,646 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5% และมีกำไรสุทธิ 460 ล้านบาท เติบโต 32% เทียบกับปีก่อน จากการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ธุรกิจอาหาร มีอัตราการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (%SSS) และอัตราการเติบโตจากยอดขายรวม (%TSS) ทดตัวเมื่อเทียบกับปีก่อน (ไม่รวมแบรนด์ร่วมทุนและแบรนด์ เดอะ เทอเรสที่รับบริหาร)

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงที่สำคัญ

บริษัทฯ มุ่งมั่นเสริมสร้างวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงให้เป็นส่วนสำคัญของวัฒนธรรมองค์กร โดยความเสี่ยงใดที่อาจส่งผลกระทบต่อการบริหารธุรกิจของบริษัทฯและกลยุทธ์ของบริษัทจะต้องได้รับการบ่งชี้อย่างทันกาล ประเมินระดับความเสี่ยงทั้งทางด้านโอกาสเกิดและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น จากนั้นจะพิจารณาถึงต้นทุนและผลประโยชน์ของการจัดทำการควบคุมความเสี่ยงและจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่บริษัทยอมรับได้หรือลดระดับของความเสี่ยงโดยใช้กิจกรรมการควบคุมที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดความมั่นใจในระดับหนึ่งว่าบริษัทฯได้ป้องกันความสูญเสียที่ไม่อาจยอมรับได้ตลอดจนมีการติดตามอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจได้ว่าความเสี่ยงทางธุรกิจได้รับการจัดการอย่างเหมาะสม

รางวัลและความสำเร็จที่ผ่านมาของบริษัท (ต่อ)

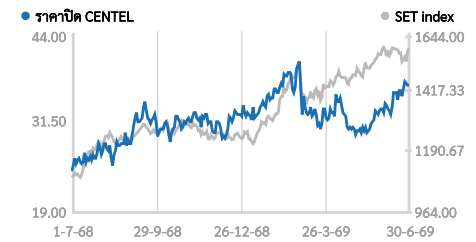
- Mister Donut (Thailand) และ Auntie Anne's Thailand คำว่า Influential Brands Award 2025 ต่อเนื่อง 5 ปีซ้อน
- Mister Donut คำว่า 2 รางวัลทรงเกียรติ ได้แก่ รางวัล Thailand's Most Admired Awards 2026 จัดขึ้นโดยนิตยสาร BrandAge
- ธุรกิจอาหารได้รับรางวัล No.1 Brand Thailand 2025-2026" จากนิตยสาร Marketeer

โครงสร้างรายได้ตามประเภทธุรกิจ

ธุรกิจโรงแรม	49%
ธุรกิจอาหาร	51%

ข้อมูลหลักทรัพ์

SET / SERVICE / TOURISM



ณ วันที่ 30/06/69	CENTEL	TOURISM	SET
P/E (เท่า)	14.74	21.59	16.92
P/BV (เท่า)	2.01	1.38	1.46
Dividend yield (%)	1.81	2.40	4.02

	30/06/69	30/12/68	30/12/67
Market Cap (ลบ.)	49,950.00	46,237.50	46,575.00
ราคา (บาท/หุ้น)	37.00	34.25	34.50
P/E (เท่า)	14.74	27.43	30.83
P/BV (เท่า)	2.01	2.14	2.37

CG Report:



ผู้ถือหุ้นรายใหญ่

ณ วันที่ 07/05/2569



- บริษัท เติง จีราธิวัฒน์ จำกัด (5.00%)
- UBS AG SINGAPORE BRANCH - FOR CLIENTS' ACCOUNTS (3.79%)
- นาย นิติ โสกลางนคราห์ (3.06%)
- บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด (2.57%)
- นาย สุทธิเกียรติ จีราธิวัฒน์ (2.31%)
- อื่น ๆ (83.27%)

ช่องทางการติดต่อบริษัท

- 📄 <http://www.centarahotelsresorts.com>
- ✉ ir@chr.co.th
- ☎ 0-2769-1234
- 🏠 999/99 ถ. พระรามที่ 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
- 🔗 ข้อมูลการซื้อขายอื่น ๆ : https://www.settrade.com/C04_01_stock_quote_p1.jsp?txtSymbol=CENTEL