

Investor Relations Newsletter: Year 2022

บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา: CENTEL



ผลการดำเนินงานของบริษัทที่มีการฟื้นตัวอย่างมีนัยสำคัญในปี 2565 ส่วนหนึ่งมาจากการฟื้นตัวของการท่องเที่ยวและธุรกิจอาหาร และอีกส่วนหนึ่งมาจากมาตรการต่างๆ ในการลดต้นทุนและบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดเพื่อให้ได้อัตรากำไรในการดำเนินงานตามเป้าหมาย โดยบริษัทมีรายได้รวม 18,216 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 57% เทียบปีก่อน มีกำไรก่อนค่าเสื่อมราคาค่าตัดจำหน่าย ดอกเบี้ยจ่าย และภาษีเงินได้ (EBITDA) รวม 4,411 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2,407 ล้านบาท หรือ 120% จากช่วงเดียวกันของปีก่อนจากการเติบโตทั้งธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอาหาร มีกำไรสุทธิจำนวน 398 ล้านบาท เทียบช่วงเดียวกันของปีก่อน ขาดทุนสุทธิ 1,734 ล้านบาท หรือเติบโต 123% เทียบปีก่อน นอกจากการฟื้นตัวของผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญแล้ว ในปี พ.ศ. 2565 โรงแรมเซ็นทาราเดินทางเปิดโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเพิ่มอีก 4 แห่ง (จำนวน 988 ห้อง) ให้ครอบคลุมจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวหลักในไทย อาทิ กรุงเทพฯ โคราช และเชียงใหม่ และในต่างประเทศที่โอมาน และเซ็นสัญญาบริหารจัดการเพิ่มอีก 8 โรงแรม โดยเป็นโรงแรมในประเทศไทย 5 โรงแรมและที่เวียดนาม 3 โรงแรม รวมถึงการรับรู้รายได้เต็มปีเป็นปีแรกของโรงแรมเปิดใหม่ 2 โรงแรมคือ โรงแรมเซ็นทารา มิราจ บีช รีสอร์ท ดูปะ ระดับ 4 ดาว จำนวน 607 ห้อง แต่เป็นโครงการร่วมทุนถือหุ้นในสัดส่วน 40% และ โรงแรมเซ็นทารา ริเวอร์ สมุย ระดับ Luxury จำนวน 184 ห้อง ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ โดยจะรับรู้รายได้ทั้งหมดของโครงการนี้

แผนในอนาคต:



โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราเดินทางขยายสาขาไปยังตลาดใหม่ทั่วโลก พร้อมพัฒนาคอนเซ็ปต์แบรนด์โรงแรมใหม่ๆ อันสอดคล้องกับแผนธุรกิจและวิสัยทัศน์ในการก้าวขึ้นเป็น 1 ใน 100 แบรนด์โรงแรมชั้นนำระดับโลก ภายในอีก 5 ปีข้างหน้า

โรงแรม เซ็นทาราตั้งเป้าหมายโรงแรมและรีสอร์ทในเครือทั้งหมดที่เป็นเจ้าของและบริหารจัดการจาก ณ สิ้นธันวาคม 2565 จำนวน 92 แห่ง ให้ได้เป็น 200 แห่ง ภายในปีพ.ศ. 2569 โดยส่วนใหญ่จำนวนโรงแรมที่เพิ่มขึ้นมาจากโรงแรมบริหารจัดการซึ่งใช้เงินลงทุนต่ำเพื่อขยาย Network Effect การกระจายความเสี่ยง และเพิ่มการรับรู้ของแบรนด์และเพิ่มทางเลือกให้กับผู้เข้าพักในเครือโดยผลดังกล่าวจะทำให้สัดส่วนโรงแรมในประเทศไทยและต่างประเทศมีความสมดุลมากขึ้น

เซ็นทารามุ่งมั่นที่จะลงทุนโรงแรมในจุดยุทธศาสตร์ ซึ่งรวมถึงตลาดใหม่ (emerging market) และเมืองหน้าด่านการท่องเที่ยว (gateway city) ทั้งภายใต้แบรนด์เดิมที่มีอยู่แล้วและแบรนด์ใหม่เพื่อสร้างผลตอบแทนและผลประโยชน์ต่อเนื่องในการลงทุน เพิ่มการรับรู้แบรนด์ในตลาดดังกล่าว และเพิ่มโอกาสการขยายสัญญาการบริหาร ซึ่งเห็นได้จากกระแสตอบรับเป็นอย่างดีของ โรงแรมเซ็นทารา ริเชิร์ฟ สมุย โรงแรมแบรนด์เซ็นทารา ริเชิร์ฟ และ โรงแรมเซ็นทารา มิราจ บีช รีสอร์ท ดุไบ ซึ่งทั้งสองโรงแรม เปิดบริการในไตรมาส 4 ปี 2564 เซ็นทาราจึงเตรียมขยายความสำเร็จของทั้ง 2 โครงการเพิ่มเติมทั้งการไปใน emerging market และ gateway city คือ โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ โอซาก้า ที่จะเปิดดำเนินการในวันที่ 1 กรกฎาคม 2566 และ 2 โรงแรมใหม่ในมัลดีฟส์ซึ่งอยู่ระหว่างการก่อสร้าง

ธุรกิจอาหาร



การขยายสาขา

บริษัท มีแผนการขยายสาขาของแบรนด์ต่างๆให้ครอบคลุมทั่วประเทศไทย เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้า และเพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าทั้งในเขตกรุงเทพฯ ปริมณฑล และต่างจังหวัด โดยมุ่งเน้นการรักษามาตรฐานสินค้าให้อยู่ในระดับสูง และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆอยู่เสมอ อีกทั้ง บริษัทยังมีแผนในการขยายธุรกิจสู่ช่องทางการขายใหม่ๆ เพื่อขยายฐานลูกค้าและบริการลูกค้าได้ในทุกโอกาส

การสร้างธุรกิจใหม่เพื่อการเติบโต

ทั้งนี้บริษัทยังพิจารณาการเข้าซื้อหรือร่วมทุนเพื่อในแบรนด์ใหม่ ซึ่งเห็นได้จากความสำเร็จของการเข้าซื้อหรือร่วมทุนในอดีต เช่น แบรนด์ชินคันเซ็น ซูชิ ในปี 2565 และ แบรนด์สลัดแฟลทอรี ในปี 2562 ซึ่งเป็นโอกาสในการขยายกิจการเพิ่มเติมจากแบรนด์ปัจจุบัน ทั้งนี้บริษัทจึงได้วางแผนเป้าหมายเพิ่มอีก 1-2 แบรนด์ในปี

อีกส่วนหนึ่งคือการขยายธุรกิจไปยังเวียดนาม เนื่องจากประเทศเวียดนามมีแนวโน้มการเติบโตที่ดีจากจีดีพีที่เติบโตต่อเนื่อง และประชากรกลุ่มวัยทำงานมีสัดส่วนใหญ่ โดยมองว่ามีความเป็นไปได้ทั้งการหาพาร์ทเนอร์ การลงทุนเอง และการนำแบรนด์ของ CRG ไปทำแฟรนไชส์

สร้างการเติบโตร่วมกันกับพันธมิตร

โดยจะเร่งขยายสาขาของร้านอาหารเพิ่มขึ้น ทั้งของชินคันเซ็น ซูชิ, สลัดแฟลทอรี และส้มตำนัว ในทำเลห้างค้าปลีกของกลุ่มเซ็นทรัล โรบินสัน รวมถึงรูปแบบสแตนด์อะโลน

เพิ่มประสิทธิภาพด้วยกลยุทธ์ 3C

คือ Cost บริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด, Capex เน้นการลงทุนให้เกิดประโยชน์สูงสุด และ Cash Flow บริหารกระแสเงินสดและการลงทุนให้มีความคล่องตัว นอกจากนี้ยังนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการมากขึ้น เช่น การสั่งอาหารผ่านคิวอาร์โค้ด, การนำหุ่นยนต์เสิร์ฟอาหารมาใช้ เป็นต้น