

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “ดุสิต”) เป็นบริษัทจดทะเบียนหนึ่งในผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมชั้นนำของไทยที่มีเอกลักษณ์การให้บริการแบบไทยในระดับมาตรฐานสากล โดยมีบริษัทในกลุ่มที่ดำเนินธุรกิจหลัก เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจการศึกษา ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจอาหาร ซึ่งดำเนินการภายใต้กลุ่มบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ที่เรียกรวมว่า ดุสิต อินเตอร์เนชั่นแนล มีประสบการณ์ในธุรกิจโรงแรมมา 70 ปี กลุ่มบริษัทเริ่มประกอบธุรกิจตั้งแต่ปี 2492 โดยมีท่านผู้หญิงชนัตต์ ปิยะอุย เป็นผู้ก่อตั้ง บริษัทได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเมื่อปี 2518 และในปี 2536 บริษัทได้แปรสภาพจากบริษัทจำกัด เป็น บริษัทมหาชน จำกัด โดยใช้ชื่อว่าบริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) และชื่อภาษาอังกฤษว่า Dusit Thani Public Company Limited ใช้ชื่อย่อบริษัทที่ออกหลักทรัพย์ว่า DTC ปัจจุบันผู้ถือหุ้นใหญ่ คือ กลุ่มท่านผู้หญิงชนัตต์และผู้เกี่ยวข้อง ถือหุ้นรวมกันในสัดส่วนร้อยละ 49.94 โดยเมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2559 เปลี่ยนมูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้นจากเดิมหุ้นละ 10 บาท เป็น 1 บาท ส่งผลให้จำนวนหุ้นสามัญที่ชำระแล้วของบริษัทเพิ่มขึ้น จากเดิม 85 ล้านหุ้น เป็น 850 ล้านหุ้น

ดุสิตมีโรงแรมแห่งแรกของกลุ่ม คือ โรงแรมปรีนเซส ตั้งอยู่ที่ถนนเจริญกรุง กรุงเทพฯ ต่อมาในปี 2513 บริษัทได้เปิดดำเนินการโรงแรมห้าดาวในกรุงเทพฯ ชื่อ “ดุสิตธานี” และได้เปิดโรงแรมต่างๆ เพิ่มเติม ตลอดจนรับบริหารโรงแรมภายใต้เครื่องหมายการค้า “ดุสิตธานี” และ “ดุสิต เดวาราณา” (แบรนด์ระดับ Luxury) “ดุสิตดีพู” (แบรนด์ระดับ Midscale) “ดุสิตปรีนเซส” (แบรนด์ระดับ Economy) “ดุสิต เรสซิเดนซ์” (แบรนด์ระดับ Branded Residence) และ “ASAI HOTELS” (แบรนด์ระดับ Lifestyle/Boutique) โดยบริษัท อาศัย โฮสคิงส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ

แผนภาพแสดง Dusit's travelling lodging spectrum							
FULL SERVICE			LIMITED SERVICE		EXPERIENCE		
Bespoke/ Luxury	Midscale	Economy	Budget	Branded Residence	Lifestyle/ Boutique	Shared Economy	Cruise/ Villa/ Vacation Club
Dusit Thani HOTELS & RESORTS DUSIT DEVARANA HOTELS & RESORTS	dusitD2 hotels & resorts	DUSIT PRINCESS HOTELS & RESORTS		Dusit RESIDENCE	ASAI HOTELS	favstay	eh elite havens

ในวันที่ 5 มกราคม 2562 โรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ ได้เปิดให้บริการเพื่อที่จะดำเนินโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รูปแบบผสม ร่วมกับบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) ซึ่งประกอบด้วยโรงแรม อาคารที่พักอาศัย อาคารสำนักงาน พื้นที่ค้าปลีกและมุ่งเน้นในเรื่องการมอบพื้นที่สีเขียวให้กับโครงการ ภายใต้ชื่อโครงการดุสิต เซ็นทรัล พาร์ค

ในปี 2562 ดุสิตเปิดให้บริการโรงแรมดุสิต สวิต ราชาดำริ กรุงเทพฯ ซึ่งเป็นโรงแรมระดับ 5 ดาว ตั้งอยู่ในซอยมหาดเล็กหลวง 3 เพื่อรักษาลูกค้าและแบรนด์ดุสิตให้คงอยู่ในตลาด ประกอบกับเพื่อตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าในด้านต่างๆ จึงเกิดการให้บริการดุสิต ออน ดีมานด์ ซึ่งให้บริการรับทำความสะอาด บริการงานช่าง บริการดูแลสวน และบริการจัดเลี้ยงส่วนตัว โดยเจาะกลุ่มลูกค้าในตลาดระดับบน (high end) เช่น โรงแรมระดับ 4 ถึง 5

ดาว และที่พักอาศัยระดับพรีเมียม เป็นต้น และดุสิตอีเว้นท์ ซึ่งให้บริการจัดเลี้ยงนอกสถานที่ ได้แก่ บัฟเฟต์ ค็อกเทล โต๊ะจีน อาหารว่าง และอาหารกล่อง พร้อมกันนี้ เปิด “บ้านดุสิตธานี” ร้านอาหารแบบ Stand alone แห่งแรกของดุสิต ตั้งอยู่ในซอยศาลาแดง

ณ สิ้นปี 2562 บริษัทมีโรงแรมภายใต้การบริหารจัดการรวมทั้งสิ้น 37 แห่ง (8,363 ห้อง) สำหรับธุรกิจบริหารจัดการวิลล่าระดับหรูภายใต้แบรนด์ Elite Havens ได้มีการเพิ่มจำนวนวิลล่าภายใต้การบริหารจัดการรวมเป็น 270 แห่ง (1,117 ห้อง) ส่งผลให้บริษัทมีจำนวนห้องพักภายใต้การบริหารจัดการรวมทั้งสิ้น 9,480 ห้อง ครอบคลุม 14 ประเทศ

นอกจากการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมแล้ว ผู้ก่อตั้งยังให้ความสำคัญกับการศึกษาเพื่อพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพรองรับการขยายตัวของโรงแรมในกลุ่มและอุตสาหกรรมโรงแรมสอดคล้องกับการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ปัจจุบันบริษัทมีประสบการณ์ในธุรกิจการศึกษามากกว่า 25 ปี โดยเริ่มก่อตั้งโรงเรียนการโรงแรมดุสิตธานีขึ้นในปี 2536 ต่อมาในปี 2539 ได้มีการยกสถานะเป็น “วิทยาลัยดุสิตธานี” ซึ่งในปัจจุบันเปิดสอนหลักสูตรระดับปริญญาตรีและระดับปริญญาโท นอกจากนี้ ยังมีการร่วมทุนในโรงเรียนสอนการประกอบอาหาร เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต และมีการวิจัยค้นคว้าและพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนภายใต้ Dusit Thani Excellence Center (DTEC)

อีกทั้ง บริษัทขยายธุรกิจไปยังธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ โดยจัดตั้งบริษัท ดุสิต เรียวลิตี้ ฟู้ดส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุน ถือหุ้นโดยบริษัท ดุสิต ฟู้ดส์ จำกัด ร้อยละ 51 และบริษัท เรียวลิตี้ ฟู้ดส์ ฟิทีวาย แอลทีดี ถือหุ้นร้อยละ 49 เพื่อประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

นอกจากธุรกิจโรงแรม ธุรกิจอาหาร และธุรกิจอื่นๆ แล้ว ยังได้ลงทุนในธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยลงทุนร่วมกับ บมจ. ออริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้ (“ออริจิ้น”) เพื่อจัดตั้งบริษัทร่วมทุน บริษัท ดิ ออริจิ้น ดุสิต จำกัด โดยดุสิตถือหุ้นร้อยละ 49.00 และออริจิ้นถือหุ้นร้อยละ 51.00 เพื่อพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียม เดอะ แฮมป์ตัน ศรีราชา บาย ออริจิ้น แอนด์ ดุสิต จังหวัดชลบุรี ซึ่งมีมูลค่าโครงการ 1,396 ล้านบาท

1.1 นโยบายในการดำเนินงานของบริษัทในภาพรวม

ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 7/2559 วันที่ 29 กันยายน 2559 มีมติอนุมัติวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมองค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินธุรกิจใหม่ของกลุ่มบริษัทโดยเริ่มใช้ตั้งแต่วันที่ 2560 ดังนี้

➤ วิสัยทัศน์

“ภูมิใจในความเป็นไทย มอบบริการจากใจอันงดงาม สร้างความประทับใจทั่วโลก”

➤ พันธกิจ

“สร้างประสบการณ์เหนือความคาดหมาย...ตลอดเวลา”

➤ คุณค่าหลักของดุสิต

“เราใส่ใจ” กับทุกคน

“เราเต็มที” กับทุกสิ่ง

“เราทำได้” ทุกทุกอย่าง

➤ เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัท ได้วางแผนกลยุทธ์ระยะยาว 9 ปี (ปี 2559 - 2568) เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยมีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ ดังนี้

1. **การสร้างสมดุลของรายได้ (Balance)** เพื่อเพิ่มสัดส่วนของธุรกิจในประเทศเป็นร้อยละ 50 ขณะเดียวกันจะสร้างสมดุลการพัฒนาธุรกิจระหว่างการลงทุนสร้างโรงแรมเอง (Capital investment) กับรับจ้างบริหาร (Asset light) เพื่อลดเงินลงทุนและเพิ่มอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์
2. **การเพิ่มความหลากหลายของประเภทธุรกิจเพื่อกระจายความเสี่ยง (Diversify)** โดยตั้งเป้ารายได้จากการลงทุนในธุรกิจอื่นๆ ในสัดส่วนร้อยละ 10 ของรายได้รวม
3. **การขยายการเติบโตของธุรกิจ (Expand)** โดยขยายจำนวนห้องพักเพิ่มขึ้นอีกเท่าตัวเป็น 14,000 ห้องภายในปี 2564

ด้วยเป้าหมายดังกล่าว ปี 2559 - 2561 จึงเป็นช่วงที่มีความสำคัญมากที่สุด เป็นช่วงเวลาที่บริษัทให้ความสำคัญกับ “การเสริมสร้างรากฐานของบริษัทให้แข็งแกร่ง” (Strengthening Foundations) เป็นช่วงเวลาในการวางทิศทางและกลยุทธ์เพื่อการเติบโตของกลุ่มบริษัท จัดทำวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมให้สอดคล้องกับทิศทางใหม่ขององค์กร โดยให้ความสำคัญกับการสร้างรากฐาน 5 ประการ ได้แก่

1. **บุคลากร (People)** เน้นในเรื่องการสร้างวัฒนธรรมองค์กร กำหนดวิสัยทัศน์ใหม่ที่มองไปข้างหน้า ตลอดจนกำหนดพันธกิจและค่านิยมองค์กรให้ชัดเจน บริษัทได้ลงทุนด้านการฝึกอบรมให้พนักงานเข้าใจในเรื่องของวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมองค์กรใหม่ เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานตามมาตรฐานของคู่มืออินเตอร์เนชั่นแนล เพื่อสร้างความโดดเด่นและความแตกต่างให้แก่แบรนด์ของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากร ตลอดจนสรรหาบุคลากรที่มีความสามารถเข้ามาเสริมทีมเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเติบโตและการสร้างความหลากหลายของธุรกิจที่กำลังจะเกิดขึ้น

2. **กระบวนการทำงาน (Process)** ต้องมีประสิทธิภาพ เป็นการปรับปรุงขั้นตอนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ช่วยลดค่าใช้จ่าย โดยการปรับปรุงกระบวนการทำงานนี้ครอบคลุมถึงการปรับโครงสร้างธุรกิจเพื่อการเติบโตในระยะยาว นำร่องโดยการปรับโครงสร้างธุรกิจการศึกษา ซึ่งปัจจุบันอยู่ระหว่างการปรับโครงสร้างกลุ่มธุรกิจ คาดว่าจะใช้เวลาประมาณ 1 - 3 ปี เริ่มจากการปรับเปลี่ยนแบรนด์ (Rebranding) ในปี 2560 โดยปรับโลโก้เพื่อสะท้อนถึงความทันสมัยและเอกภาพของกลุ่มธุรกิจการศึกษา นอกจากนี้ ยังมีการจัดโครงสร้างธุรกิจการศึกษาในประเทศไทยให้เหมาะสมกับความต้องการในอุตสาหกรรม การจัดทำหลักสูตรการเรียนการสอนผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-Learning) และให้ความสำคัญในการร่วมมือกับธุรกิจโรงแรมภายในกลุ่มเพื่อต่อยอดธุรกิจ

สำหรับระยะยาวบริษัทมีแผนที่จะหาพันธมิตรทางธุรกิจในประเทศ เพื่อร่วมกันพัฒนาหลักสูตรและขยายธุรกิจ การศึกษาให้เติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ

3. **ทรัพย์สิน (Properties)** เนื่องจากทรัพย์สินของโรงแรมจะทยอยเก่าเป็นไปตามกาลเวลาซึ่งมีผลกระทบ ต่อการทำธุรกิจและผลกำไร บริษัทจึงจำเป็นต้องลงทุนปรับปรุงโรงแรมให้ใหม่และทันสมัยเพื่อเพิ่มศักยภาพ ในการแข่งขัน รวมถึงการลงทุนในสินทรัพย์ใหม่ เช่น การพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์รูปแบบผสม (Mixed-Use Project) บนพื้นที่โรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ (บริเวณห้วยมุ่มถนนสีลมและถนนพระราม 4) หรือ การจำหน่ายทรัพย์สินที่ให้อัตราผลตอบแทนต่ำเพื่อลงทุนในสินทรัพย์อื่นที่ให้ผลตอบแทนที่ดีกว่า

4. **เทคโนโลยี (Technology)** เป็นรากฐานที่สำคัญอย่างมากในการทำธุรกิจยุคปัจจุบัน โดยต้องนำมาปรับ ใช้กับธุรกิจโรงแรมให้เหมาะสม เน้นในเรื่องประสิทธิภาพและแพลตฟอร์มมาตรฐานเพื่อรองรับธุรกิจที่จะเติบโต ในอนาคต เป็นเทคโนโลยีที่จะทำให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ สร้างความประทับใจเพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้ บริการที่โรงแรมอีก รวมทั้งการบริหารจัดการข้อมูล (Big Data) ที่มีอยู่เพื่อสร้างความพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า

5. **ความสามารถทางการเงิน (Financial Capability)** เพื่อที่จะได้มีโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสม มีความ ยืดหยุ่นและมั่นคงทางการเงินทั้งระยะสั้นและระยะยาว ตลอดจนมุ่งสร้างมูลค่าให้แก่ผู้ถือหุ้น การแปลงสภาพ กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี (DTCPF) เป็นกองทุนทรัสต์อสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่า ดุสิตธานี (DREIT) ในช่วงปลายปี 2560 เป็นหนึ่งของแผนการสร้างรากฐานของบริษัท เพื่อให้บริษัทมีแหล่งเงินทุน ในการพัฒนาและลงทุนด้านสินทรัพย์เพิ่มขึ้น

การเดินทางสู่บทใหม่ของบริษัทยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น บริษัทยังคงจำเป็นต้องลงทุนในรากฐานสำคัญข้างต้นอย่าง จริงจังก่อนที่จะก้าวเข้าสู่ช่วงเวลาที่สอง คือ ปี 2562 - 2564 หรือปีแห่ง “การรับรู้ศักยภาพในการเติบโต” (Realizing Potential) ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่บริษัทเริ่มการก่อสร้างโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รูปแบบผสม ภายใต้ชื่อโครงการ ดุสิต เซ็นทรัล พาร์ค การจัดโครงสร้างทางการเงินด้วยการจัดโครงสร้างทรัพย์สิน การปรับปรุงคุณภาพพอร์ต ทรัพย์สินให้มีศักยภาพมากขึ้น ตลอดจนการบริหารจัดการทรัพย์สินและเงินลงทุน ขณะเดียวกันก็มีการขยายจำนวน ห้องพักโรงแรมเพิ่มขึ้นอีกเท่าตัวซึ่งเป็นผลของการขยายธุรกิจโรงแรมและธุรกิจบริหารจัดการวิลล่าระดับหรูทั้งใน ประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการหาโอกาสการขยายการบริหารวิลล่าในภูมิภาคอื่นๆ ด้วย เป็นช่วงเวลาที่บริษัท จะได้เห็นความก้าวหน้าในการบูรณาการธุรกิจโรงแรมและธุรกิจการศึกษา (Education-hotel integration) การปรับ โครงสร้างกลุ่มธุรกิจการศึกษาให้มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการมากขึ้น อีกทั้งเป็นช่วงเวลาที่ จะเห็นการเติบโตของรายได้จากธุรกิจอาหารซึ่งเป็นธุรกิจใหม่ที่บริษัทเริ่มลงทุนตั้งแต่ปี 2561 ตามกลยุทธ์กระจายความเสี่ยง และการเติบโตของธุรกิจ นอกจากนี้ ยังเป็นช่วงเวลาที่บริษัทคาดว่าจะเริ่มรับรู้รายได้จากโครงการพัฒนา คอนโดมิเนียมที่บริษัทได้ร่วมลงทุนกับพันธมิตรที่ประเทศฟิลิปปินส์

สำหรับปี 2563 จะเป็นปีแห่งความท้าทายอย่างยิ่งสำหรับบริษัทและธุรกิจการท่องเที่ยว นอกจากปัจจัย ท้าทายจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ความไม่แน่นอนที่เกิดจากนโยบายการค้าของสหรัฐอเมริกา ค่าเงินบาท ที่ยังคงแข็งค่าเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยเงินสกุลอื่นๆ ในภูมิภาคอาเซียนแล้ว การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019

(COVID-19) ส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยว และอีกหลายธุรกิจที่พึ่งพิงห่วงโซ่ธุรกิจ (Supply chain) จากประเทศจีน ในเบื้องต้นบริษัทคาดว่าน่าจะเริ่มเห็นสัญญาณการฟื้นตัวของธุรกิจท่องเที่ยวในช่วงปลายเดือน พฤษภาคมหรือต้นเดือนมิถุนายน ส่งผลให้บริษัทต้องปรับแผนการตลาดของธุรกิจโรงแรม โดยจัดแคมเปญและโปรโมชั่นมุ่งเน้นตลาดในประเทศมากขึ้นเพื่อรองรับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ บริษัทได้เริ่มโครงการเพิ่มประสิทธิภาพและการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานผ่านโครงการ Organizational Transformation โดยประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่ม (Group CEO) เป็นผู้รับผิดชอบหลักในตำแหน่ง Chief Transformation Officer และมี Technology Transformation Leader และ Business Transformation Leader เป็นแกนหลักในการปฏิรูปองค์กร เพื่อมุ่งเน้น (1) การสร้างความเป็นเลิศในธุรกิจและเทคโนโลยีเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง (Disruption) (2) การเพิ่มมูลค่าในการให้บริการกับลูกค้า และ (3) การเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรเพื่อความยั่งยืนผ่านการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นความสำเร็จและผลงาน (Performance based culture)

ปี 2565 - 2568 เป็นช่วงเวลาแห่ง “การปลดล็อกการสร้างมูลค่า” (Unlock Value Creation) เมื่อโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รูปแบบผสม ภายใต้ชื่อโครงการดุสิต เซ็นทรัล พาร์ค เสร็จสมบูรณ์ทั้งโครงการประมาณกลางปี 2567 บริษัทจะมีรายได้โดยจะทยอยรับรู้รายได้จากโรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ แห่งใหม่ ตามด้วยรายได้จากการขายอาคารที่พักอาศัยและพื้นที่ค้าปลีก นอกจากนี้ บริษัทยังคาดว่าจะสามารถรับรู้รายได้จากการลงทุนในธุรกิจใหม่อื่นๆ ส่งผลให้สัดส่วนรายได้ในประเทศและต่างประเทศมีความสมดุลมากขึ้นตามเป้าหมายที่วางไว้

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

➤ การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญเกี่ยวกับอำนาจในการควบคุมบริษัทในปีที่ผ่านมา
ไม่มี

➤ การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญเกี่ยวกับลักษณะการประกอบธุรกิจในปีที่ผ่านมา

มกราคม	ยุติการให้บริการโรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ ชั่วคราว เพื่อปรับปรุงและเตรียมพื้นที่สร้างเป็นโครงการดุสิต เซ็นทรัล พาร์ค
	บริษัท ดุสิต ฟู้ดส์ จำกัด (“ดุสิต ฟู้ดส์”) เข้าซื้อหุ้นครั้งแรกในบริษัท เอ็มเพอริว เคเทอริง จำกัด (“ECC”) ในสัดส่วนร้อยละ 51.00 ของหุ้นทั้งหมด เพื่อให้บริการอาหารและเครื่องดื่มแก่โรงเรียนนานาชาติในประเทศต่างๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเมื่อเดือนมกราคม 2563 ดุสิต ฟู้ดส์ ซื้อหุ้นเพิ่มเติมอีกร้อยละ 19 ทำให้ปัจจุบันมีสัดส่วนการถือหุ้นใน ECC เป็นร้อยละ 70.00 ตามสัญญาซื้อขายหุ้น
	เปิดให้บริการจัดเลี้ยงนอกสถานที่ รับทำความสะอาด บริการงานช่าง และบริการวางแผนการเปิดโรงแรม อย่างเป็นทางการ โดยดุสิต อีเว้นท์ และดุสิต ออนดีมานด์ ในนามบริษัท ดุสิต ฮอสติทัลลิตี้ เซอร์วิสেস จำกัด

พฤษภาคม	เปิดให้บริการโรงแรมดุสิต สวีท ราชดำริ กรุงเทพ ตั้งอยู่ในซอยมหาดเล็กหลวง 3 เพื่อรักษาฐานลูกค้าและแบรนด์ดุสิตให้คงอยู่ในตลาดต่อไป
กรกฎาคม	จัดตั้งบริษัท เกรซ มี จำกัด ถือหุ้นโดย บมจ. ดุสิตธานี (“ดุสิต” หรือ “DTC”) ร้อยละ 99.99 เพื่อให้บริการดูแลที่พัก และการอยู่อาศัยแบบครบวงจรในเชิงไลฟ์สไตล์ ซึ่งประกอบด้วย บริการทำความสะอาด บริการซักรีดซักแห้ง บริการทำความสะอาด และ บริการกำจัดแมลง
	จัดตั้งบริษัท ดุสิต เรียว ฟู้ดส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุน โดยดุสิต ฟู้ดส์ ถือหุ้นร้อยละ 51 และบริษัท เรียว ฟู้ดส์ ฟิทีวาย แอลทีดี ถือหุ้นร้อยละ 49 เพื่อประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพแบบสะดวกซื้อ ภายใต้ชื่อ “คา-วา-อิ”
	จัดตั้งสองบริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท ดุสิต มัลดีฟส์ อินเวสเมนต์ จำกัด (“DMI”) และ บริษัท ดุสิต มัลดีฟส์ แมนเนจเมนต์ จำกัด (“DMM”) เพื่อรองรับการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับโครงการโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์
สิงหาคม	เปิดให้บริการ Dusit Hospitality Management College ในกรุงเทพมหานคร โดยเป็นวิทยาลัยในต่างประเทศสาขาแรกและยังเป็นสถาบันการศึกษาที่มีการบูรณาการกับโรงแรมดุสิตดีทู พอร์ท มะนิลา
	ลงนามในสัญญาเช่าระยะยาวกับบริษัท ไอแอมไชน่าทาวน์ จำกัด เพื่อพัฒนาและดำเนินงานโครงการโรงแรม “อาศัย กรุงเทพฯ ไชน่าทาวน์” (ASAI Bangkok Chinatown) สำหรับนักเดินทางกลุ่มมิลเลนเนียล
กันยายน	เปิด “บ้านดุสิตธานี” ร้านอาหารแบบ Stand alone แห่งแรกของดุสิต ตั้งอยู่ในซอยศาลาแดง กรุงเทพฯ
	ลงทุนร่วมกับบมจ. ออริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้ (“ออริจิ้น”) ในบริษัทร่วมทุน บริษัท ดิ ออริจิ้น ดุสิต จำกัด โดยดุสิตถือหุ้นร้อยละ 49.00 และออริจิ้นถือหุ้นร้อยละ 51.00 เพื่อพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียม เดอะ แซมป์ตัน ศรีราชา บาย ออริจิ้น แอนด์ ดุสิต จังหวัดชลบุรี ซึ่งมีมูลค่าโครงการ 1,396 ล้านบาท
	จัดตั้งบริษัท ดุสิต เวสต์วอยด์ มัลดีฟส์ จำกัด ถือหุ้นโดยบริษัท ดุสิต เวสต์วอยด์ จำกัด ร้อยละ 99.98 เพื่อรับบริหารโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ ในสาธารณรัฐมัลดีฟส์
	DMS Property Investment Private Limited ได้โอนกิจการที่เกี่ยวข้องทั้งหมดซึ่งรวมถึงการโอนสิทธิการเช่าที่ดิน และกรรมสิทธิ์ในอาคารและสิ่งปลูกสร้าง และทรัพย์สินที่เกี่ยวข้องกับโครงการโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ ให้กับ DMI ต่อมา DMM ได้เข้าช่วงและเช่าทรัพย์สินที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ และรับโอนสิทธิและหน้าที่ที่เกี่ยวข้องจาก DMI เพื่อดำเนินกิจการโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์

	จัดตั้งบริษัท ดุสิตธานี รีท จำกัด ถือหุ้นโดยทรัสต์เพื่อลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี (“DREIT”) ร้อยละ 99.99 เพื่อเป็นผู้ถือหุ้นใน DMI
	เปิดให้บริการ “น้ำ สปา” สาขาที่ตั้งนอกโรงแรม (Stand alone shop) ตั้งอยู่โครงการสามย่านมิตรทาวน์ กรุงเทพฯ
พฤศจิกายน	เปิดให้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ “คา-วา-อ” สาขาแรก ที่ เวอร์จิน แอคทีฟ คลับ วิสซ์ดอม 101
ปี 2562	เปิดโรงแรมใหม่ทั้งในไทยและต่างประเทศรวม 9 แห่ง ดังนี้ ไทย - โรงแรมดุสิต สวีท ราชดำริ กรุงเทพ ฟิลิปปินส์ - โรงแรมดุสิตดีทู ดาเวา โรงแรมดุสิตธานี เรสซิเดนซ์ ดาเวา และ โรงแรมดุสิตธานี มัคตัน เซบู จีน - โรงแรมดุสิตธานี หูจิง ฉางโจว โรงแรมดุสิตธานี แชนเคิลวูด รีสอร์ท กวางตุ้ง สู่โจว และโรงแรมดุสิตธานี เวทแลนด์ ปาร์ค รีสอร์ท เชียงซูหนานจิง กาตาร์ - โรงแรมดุสิต ไฮเทล โคฮา สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ - โรงแรมดุสิตปรีนเซส เรสซิเดนซ์ ดูไบ มาริน่า

➤ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการถือหุ้น การจัดการ หรือการประกอบธุรกิจ หรือเหตุการณ์สำคัญอื่นในช่วง 3 ปี ที่ผ่านมา

กุมภาพันธ์ 2562	เมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2562 บมจ. อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ ซื้อหุ้น DTC จาก บมจ.เซ็นทรัลพัฒนา (“CPN”) จำนวน 42,500,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 5 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและชำระแล้ว ทำให้โครงสร้างการถือหุ้นใน DTC เปลี่ยนแปลง ในสัดส่วนการถือหุ้นของ บมจ. เซ็นทรัลพัฒนา ลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 17.58
มิถุนายน 2562	ขายหุ้นในส่วนที่เหลือทั้งหมด (ร้อยละ 14) ในบริษัท ศาลาแดง พร็อพเพอร์ตี้ แมนเนจเม้นท์ จำกัด ให้แก่ CPN ตามเงื่อนไขสัญญาการร่วมลงทุน
พฤศจิกายน 2562	บริษัทเข้าซื้อหุ้นเพิ่มจาก Colours International Co., Ltd. ร้อยละ 51 ทำให้สัดส่วนการถือหุ้นใน Dusit Colours Co., Ltd. เพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 49 เป็นร้อยละ 100 เมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน 2562 ต่อมาในวันที่ 6 มกราคม 2563 บริษัทขอยื่นได้เปลี่ยนชื่อเป็น D & J Co., Ltd.
ธันวาคม 2562	บริษัท ดุสิต ฟู้ดส์ จำกัด ทำสัญญาซื้อขายหุ้นเพื่อขายหุ้นในบมจ. เอ็นอาร์ อินสแตนซ์ โปรดิวซ์ จำนวน 204,047,175 หุ้นของบริษัทพร้อมนี้ คิดเป็นร้อยละ

	<p>75 ของยอดเงินเข้าลงทุน ทำให้โครงสร้างการถือหุ้นเปลี่ยนแปลง ลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 6.38</p> <p>บริษัทขายหุ้นในบริษัท เลอ กอร์ดองเบลอ ดุสิต จำกัด (“LCBD”) ให้แก่บริษัท ดุสิตธานี พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (“DTP”) จำนวน 199,998 หุ้น หรือร้อยละ 49.99 ในราคามูลค่าทางบัญชีหุ้นละ 325.05 บาท คิดเป็นเงินทั้งสิ้น 65.01 ล้านบาท</p>
พฤษภาคม 2561	<p>CPN เข้าถือหุ้นของบมจ. ดุสิตธานี เมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2561 เป็นจำนวน 194,926,920 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 22.93 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและชำระแล้ว โดย CPN ไม่มีวัตถุประสงค์ประสงค์ในการเข้ามีส่วนร่วมในการบริหารงานของบริษัท ประกอบกับ CPN ไม่ได้ส่งตัวแทนมาเป็นกรรมการหรือผู้บริหารของบริษัท จึงไม่เป็นเหตุที่จะทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์จากการล่วงรู้ข้อมูลของบริษัท</p>
กรกฎาคม 2560	<p>บริษัท วิมานสุริยา จำกัด บริษัท สวนลุม พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด บริษัท พระราม 4 เดเวลอปเม้นท์ จำกัด และบริษัท ศาลาแดง พร็อพเพอร์ตี้ แมนเนจเม้นท์ จำกัด ได้ดำเนินการเปลี่ยนสัดส่วนการถือหุ้น ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ลดสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท วิมานสุริยา จำกัด จากร้อยละ 100 เป็นร้อยละ 65 โดยขายให้แก่ CPN ตามเงื่อนไขสัญญาการร่วมลงทุน - ลดสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท สวนลุม พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด จากร้อยละ 100 เป็นร้อยละ 37 โดยขายให้แก่ CPN ตามเงื่อนไขสัญญาการร่วมลงทุน อย่างไรก็ตาม ในปี 2561 บริษัทได้โอนหุ้นในบริษัท สวนลุม พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ให้กับ CPN จำนวนร้อยละ 15 เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2561 ทำให้สัดส่วนการถือหุ้นอยู่ที่ร้อยละ 22 ตามเงื่อนไขสัญญาการร่วมลงทุน - ลดสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท พระราม 4 เดเวลอปเม้นท์ จำกัด จากร้อยละ 100 เป็นร้อยละ 10 โดยขายให้แก่ CPN ตามเงื่อนไขสัญญาการร่วมลงทุน - ลดสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท ศาลาแดง พร็อพเพอร์ตี้ แมนเนจเม้นท์ จำกัด จากร้อยละ 100 เป็นร้อยละ 25 ในปี 2560 และลดสัดส่วนเป็นร้อยละ 14 ในปี 2561 โดยขายให้แก่ CPN ตามเงื่อนไขสัญญาการร่วมลงทุน

➤ รางวัลที่ดุสิต อินเตอร์เนชั่นแนล ได้รับในปี 2562

ดุสิต อินเตอร์เนชั่นแนล

- รางวัลคณะกรรมการแห่งปี 2561 เหรียญเงิน (Board of The Year Award 2018 - Silver) ประเภทกลุ่มบริษัทจดทะเบียนที่มีมูลค่าทางการตลาดน้อยกว่า 30,000 ล้านบาท ในงาน IOD National Director Conference 2019 จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)

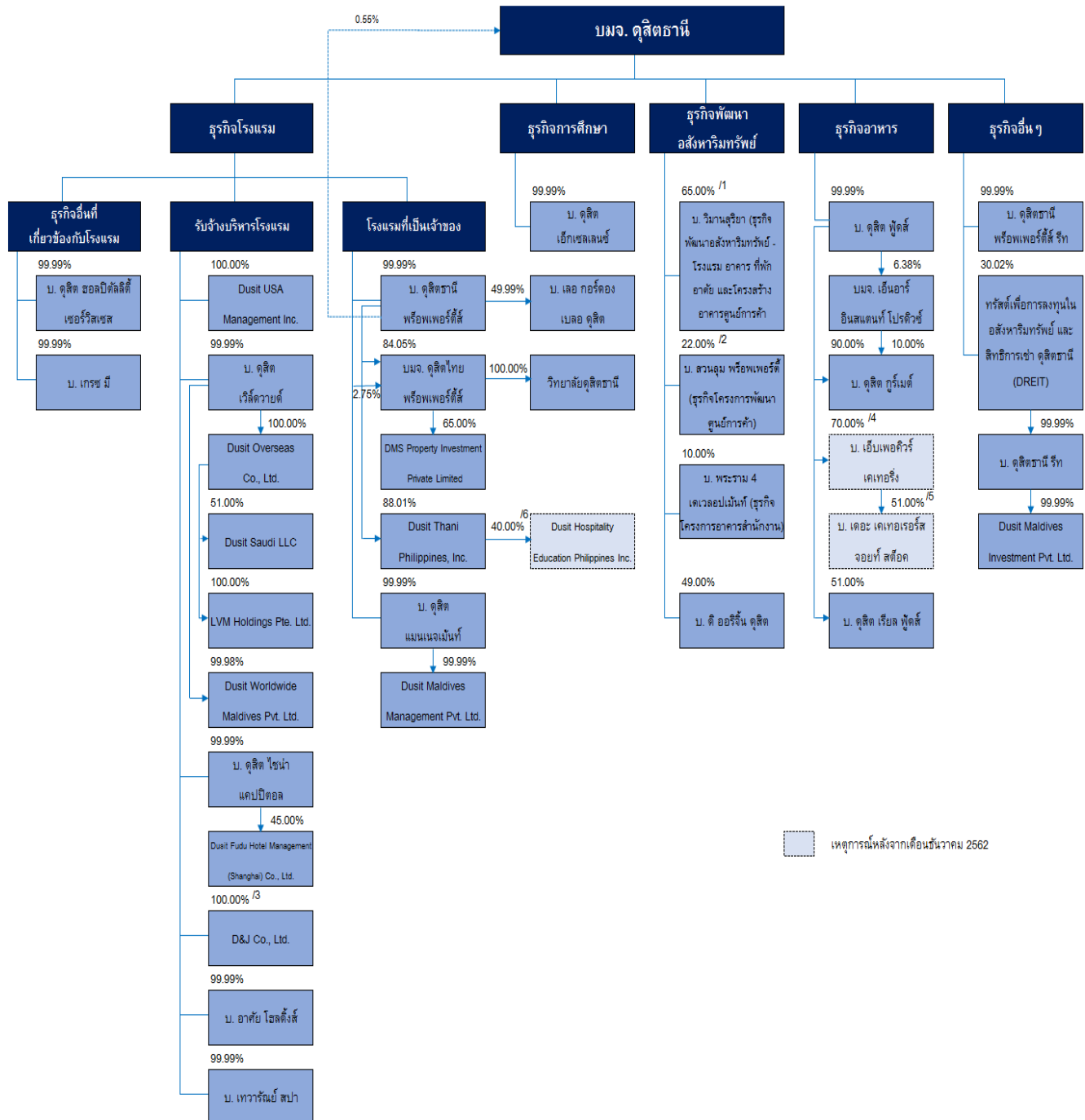
<ul style="list-style-type: none"> ● ดุสิตได้รับการประเมินผลสำรวจการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2562 อยู่ในระดับ “ดีเลิศ”
<p>โรงแรมดุสิตธานี พัทยา</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ประกาศนียบัตรรับรองระบบมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยองค์การมาตรฐานสากล (ISO14001) ● ประกาศนียบัตรรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงานในประเทศไทย ประจำปี 2562 ● รางวัลจากงาน Haute Grandeur Global Awards Winner 2019 <ul style="list-style-type: none"> - ประเภทสถานที่จัดงานที่ดีที่สุดในเอเชีย - ประเภทโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ดีที่สุดในประเทศไทย
<p>โรงแรมดุสิตธานี หัวหิน</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ประกาศนียบัตรชนะเลิศการบริการยอดเยี่ยม โดย Trip Advisor ● ประกาศนียบัตรรับรองมาตรฐานการบริหารการจัดการงานอย่างยั่งยืน โดยองค์การมาตรฐานสากล (ISO20121)
<p>โรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ประกาศนียบัตรการบริการยอดเยี่ยม โดย Trip Advisor
<p>โรงแรมดุสิตธานี กวม</p> <ul style="list-style-type: none"> ● รางวัล “Loved by Guests” โดย Award-Hotels.com ● ประกาศนียบัตรการบริการยอดเยี่ยม โดย Trip Advisor ● ประกาศนียบัตรรับรองระบบมาตรฐานการคุณภาพ โดยองค์การมาตรฐานสากล (ISO9001) ● 1 ใน 25 โรงแรมที่ดีที่สุดในโลกสำหรับครอบครัว ได้รับการลงคะแนนจากผู้ใช้บริการ Trip Advisor
<p>โรงแรมดุสิตธานี อาบูดาบี</p> <ul style="list-style-type: none"> ● รางวัล Time Out Abu Dhabi Dining Awards ประเภท ร้านอาหารอินเดียที่ดีที่สุดในอาบูดาบี ● รางวัล Fact Spa Award ประเภทสปายอดเยี่ยม – น้ำสปา ● รางวัล Fact awards ประเภทร้านอาหารไทยที่ดีที่สุด - ห้องอาหารเบญจรงค์
<p>โรงแรมดุสิตธานี เลควิว ไคโร</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ประกาศนียบัตรรับรองมาตรฐานการบริหารการจัดการงานอย่างยั่งยืน โดยองค์การมาตรฐานสากล (ISO20121) ● รางวัลห้องอาหารไทยที่ดีที่สุด จาก Luxury Lifestyle Awards 2019 ● รางวัลสุดยอดสปาในแอฟริกา จาก World Luxury Spa Awards 2019
<p>โรงแรมดุสิตธานี ดาเวา</p> <ul style="list-style-type: none"> ● รางวัลโรงแรมที่มีการออกแบบภายในดีที่สุดในโลก จากงาน Philippine Property Awards 2019 โดย Property Guru

<p>โรงแรมดุสิตธานี เรสซิเดนซ์ ดาเวา</p> <ul style="list-style-type: none"> ● รางวัลคอนโดมิเนียมที่ดีที่สุดในประเทศฟิลิปปินส์ ปี 2562 โดย Property Guru ● รางวัลคอนโดมิเนียมที่หรูที่สุดในดาเวา ปี 2562 โดย โดย Property Guru
<p>โรงแรมดุสิต ฟูลู แอนด์ รีสอร์ท</p> <ul style="list-style-type: none"> ● รางวัล Grand Hotels Media ประเภทโรงแรมยอดเยี่ยมแห่งปี ● รางวัล China Hotel Starlight Award ประเภท Best International hotel management groups of China
<p>โรงแรมดุสิตธานี เวลเนส รีสอร์ท ชูโจว</p> <ul style="list-style-type: none"> ● รางวัล ‘Most Anticipated Hotel of the Year in Greater China’ โดย Premium Traveler CPT Approved 2019 to 2020 ● รางวัล ‘Most Anticipated Newly Open Hotel Award of the Year’ โดย Phoenix New Media Annual Impact Hotel Selection 2019 ● รางวัล WOW Travel ‘Most Anticipated New Hotel Nearby’ Award โดย Shanghai WOW ● รางวัล ‘The Most Anticipated Wellness Resort of the Year’ จากงาน The 13th Grand Hotels Media Award Ceremony 2019

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างการถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

บริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน)



- หมายเหตุ /1 บมจ. ดุสิตธานี (DTC) จะทยอยขายหุ้นให้ บมจ. เซ็นทรัลพัฒนา (CPN) โดยสัดส่วนการถือหุ้นสุดท้ายระหว่าง DTC และ CPN จะเป็นร้อยละ 60 : 40
- /2 DTC จะทยอยขายหุ้นให้ CPN โดยสัดส่วนการถือหุ้นสุดท้ายระหว่าง DTC และ CPN จะเป็นร้อยละ 15 : 85
- /3 DTC เข้าซื้อหุ้น D&J Co., Ltd. เพิ่มร้อยละ 51 จาก Colours International Co., Ltd. ทำให้สัดส่วนการถือหุ้นใน D&J Co., Ltd. (เดิมชื่อ Dusit Colours Co., Ltd.) เป็นร้อยละ 100 เมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน 2562
- /4 บ. ดุสิต ฟู้ดส์ ลงทุนใน บ. เอ็มเพอริว เคเทอริง เพิ่มเดิมอีกร้อยละ 19 ในเดือนมกราคม 2563 ตามสัญญาการซื้อขายหุ้น
- /5 บ. เอ็มเพอริว เคเทอริง ลงทุนใน เดอะ เทอเรอร์ส จอยท์ สต็อก คอมพานี ครั้งแรกในเดือนมกราคม 2563 ร้อยละ 51 และจะทยอยซื้อหุ้นครั้งที่สอง และครั้งที่สามในเดือนมกราคม 2564 ร้อยละ 19 และ เดือนมกราคม 2565 ร้อยละ 30 ตามลำดับ
- /6 Dusit Thani Philippines, Inc. (“DTPI”) ขายหุ้นใน Dusit Hospitality Education Philippines Inc. (“DHMC”) จำนวน 3,599,997 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40.00 ของจำนวนหุ้นทั้งหมดของ DHMC ให้แก่ Fine Properties, Inc. ในประเทศฟิลิปปินส์ ในเดือนมีนาคม 2563

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ธุรกิจหลักของ บมจ. ดุสิตธานี คือ ธุรกิจโรงแรม การรับจ้างบริหารโรงแรม และการให้สิทธิในการดำเนินการภายใต้เครื่องหมายการค้า “ดุสิตธานี” (Licensing) และธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม ธุรกิจการศึกษา ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจอาหาร และธุรกิจอื่นๆ ดังนี้

บริษัท	ลักษณะการดำเนินธุรกิจ
ธุรกิจโรงแรม รับจ้างบริหารโรงแรม และธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม	
บมจ. ดุสิตธานี	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าสำหรับโรงแรม ได้แก่ “ดุสิตธานี” “ดุสิตเดวาราณา” “ดุสิตดิทู” “ดุสิตปรีนเซส” “ดุสิตเรสซิเดนซ์” และ “ASAI HOTELS” - เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าสำหรับสปา ได้แก่ “เทวารัณย์ สปา” “น้ำ สปา” “DVN Spa” “d v n urban” และ “dvn” - เป็นเจ้าของและบริหารโรงแรม ได้แก่ ดุสิตธานี กรุงเทพฯ* และ ดุสิตธานี พัทยา - รับจ้างบริหารโรงแรมภายใต้บริษัทย่อย 5 แห่ง เป็นโรงแรมภายใต้ บ.ดุสิต แมนเนจเม้นท์ 3 แห่ง ได้แก่ ดุสิตธานี ลาгуна ภูเก็ต ดุสิตดิทู เชียงใหม่ และดุสิตธานี หัวหิน และภายใต้ บมจ.ดุสิต ไทย พร็อพเพอร์ตี้ส์ 2 แห่ง ได้แก่ ดุสิตปรีนเซส ศรีนครินทร์ และ ดุสิตปรีนเซส เชียงใหม่ - ปัจจุบัน บมจ. ดุสิตธานี รับจ้างบริหารโรงแรมในประเทศไทย ได้แก่ ดุสิตดิทู เขาใหญ่ ดุสิตดิทู อ่าวนาง กระบี่

บริษัท	ลักษณะการดำเนินธุรกิจ
	<ul style="list-style-type: none"> - ให้ใช้ชื่อเครื่องหมายการค้าและชื่อทางการค้าแก่โรงแรม ได้แก่ ดุสิตธานี กระบี่ บีชรีสอร์ท ดุสิต ปรีณเชส มูนไรต์ บีชรีสอร์ท ฟูโก๊วก เวียดนาม <p>หมายเหตุ *อยู่ระหว่างการปรับปรุงครั้งใหญ่</p>
Dusit Thani Philippines, Inc.	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นเจ้าของโรงแรมดุสิตธานี มะนิลา ในประเทศฟิลิปปินส์ ซึ่งบริหารงานโดย บ. ดุสิต เวสต์วอร์ด - รับจ้างบริหารโรงแรม ได้แก่ ดุสิตธานี มักตัน เซบู ดุสิตธานี เรสซิเดนซ์ คาเวา ดุสิตดิทู คาเวา ดุสิตธานี ดูบี แพลนแท้น รีสอร์ท
บมจ. ดุสิต ไทยพร็อพเพอร์ตี้ส์	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า “รอยัลปรีณเชส” - เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ที่ดินและอาคารโรงแรมดุสิตธานี หัวหิน - เป็นเจ้าของโรงแรมดุสิตปรีณเชส เชียงใหม่ ดุสิตปรีณเชส ศรีนครินทร์ - ให้ใช้ชื่อเครื่องหมายการค้าและชื่อทางการค้าแก่โรงแรม 2 แห่ง ได้แก่ ปทุมวัน ปรีณเชส และรอยัลปรีณเชส หลานหลวง
Dusit Overseas Co., Ltd.	<ul style="list-style-type: none"> - รับจ้างบริหารโรงแรมที่เปิดแล้วในต่างประเทศ 6 แห่ง ได้แก่ ดุสิตธานี อาบูดาบี ดุสิตธานี ดูไบ ดุสิตธานี เลควิว ไคโร ดุสิตดิทู ในโรบี ดุสิตดิทู ทิมพู ภูฏาน และดุสิต โคฮา - ให้ใช้ชื่อเครื่องหมายการค้าและชื่อการค้าแก่โรงแรม ได้แก่ ดุสิตดิทู เคนซ์ ดูไบ และดุสิตปรีณเชส เรสซิเดนซ์ ดูไบ มารีน่า
บ. ดุสิต แมนเนจเม้นท์	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นนิติบุคคลเฉพาะกิจที่จัดตั้งขึ้นเพื่อประกอบกิจการโรงแรมดุสิตธานี ลาถุน่า ภูเก็ต ดุสิตดิทู เชียงใหม่ และดุสิตธานี หัวหิน เพื่อรองรับการบริหารจัดการทรัพย์สินของทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี (“DREIT”)
DMS Property Investment Private Limited	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นเจ้าของโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ ซึ่งบริหารงานโดย DMS Property Investment Private Limited ถึงวันที่ 24 กันยายน 2562 และได้โอนกิจการที่เกี่ยวข้องทั้งหมดซึ่งรวมถึงการโอนสิทธิการเช่าที่ดินและกรรมสิทธิ์ในอาคารและสิ่งปลูกสร้าง และทรัพย์สินที่เกี่ยวข้องให้กับ บ. ดุสิต มัลดีฟส์ อินเวสเม้นท์ เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2562
Dusit USA Management Inc.	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นที่มลรัฐ Delaware ประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อรับจ้างบริหารโรงแรมในประเทศสหรัฐอเมริกา ปัจจุบันรับจ้างบริหารโรงแรมดุสิตธานี กวม

บริษัท	ลักษณะการดำเนินธุรกิจ
Dusit Fudu Hotel Management (Shanghai) Co., Ltd.	- รับจ้างบริหารโรงแรมที่เปิดแล้วในสาธารณรัฐประชาชนจีน ได้แก่ ดุสิตดีทู ฟูดู บินฮู ฉางโจว ดุสิตธานี ฟูดู ชิงเฟิง ฉางโจว ดุสิตธานี ตงไถ่ เจียงซู ดุสิตเควารานา ฮอท สปริง แอนด์ สปา ฉงชว่ กวางโจว เฮอริเทจ วิลล่า โจวจง เมเนจ บาย ดุสิต และดุสิตดีทู โซโซตี้ ฮิล เทียนจิน
Dusit Saudi LLC	- กิจการร่วมทุนระหว่าง Dusit Overseas Company Limited และ Dyar Hotels and Resorts Limited เพื่อดำเนินธุรกิจรับจ้างบริหารโรงแรมในประเทศซาอุดีอาระเบีย เขตตะวันออกกลาง และเขตแอฟริกาเหนือ
บ. ดุสิต เวิลด์วายด์	- เป็นสำนักงานปฏิบัติการภูมิภาค ให้บริการบริหารโรงแรมแก่วิสาหกิจในต่างประเทศ เช่น ดุสิตธานี มะนิลาและโรงแรมภายใต้การบริหารของ Dusit Overseas Co., Ltd. - ให้บริการด้านการตลาดทั้งโรงแรมในประเทศและต่างประเทศสำหรับวิสาหกิจในเครือ
บ. ดุสิต เวิลด์วายด์ มัลดีฟส์	- รับบริหารโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ ในสาธารณรัฐมัลดีฟส์
บ. ดุสิต มัลดีฟส์ เมเนจเม้นท์	- เช่าช่วงและเช่าทรัพย์สินที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ และรับโอนสิทธิและหน้าที่ที่เกี่ยวข้องจาก บ. ดุสิต มัลดีฟส์ อินเวสเม้นท์ เพื่อดำเนินการโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์
บ. ดุสิต ไชน่า แกลปิตอล	- ถือหุ้นใน Dusit Fudu Hotel Management (Shanghai) Co., Ltd.
บ. ดุสิตธานี พร็อพเพอร์ตี้ส์	- ลงทุนในบริษัทต่างๆ
D & J Co., Ltd. (เดิมชื่อ Dusit Colours Co., Ltd.)	- ให้บริการด้านการจัดการและรับปรึกษาทางเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ อสังหาริมทรัพย์ ร้านอาหาร สปา และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในรูปแบบการเช่า แฟรนไชส์ และ/หรือ เป็นเจ้าของบางส่วนของประเทศญี่ปุ่น
บ. อาคัย โฮเตลลิงส์	- ให้บริการโรงแรม รับจ้างบริหาร และลงทุนในบริษัทอื่น
LVM Holding Pte. Ltd.	- ประกอบธุรกิจลงทุนในบริษัทอื่น โดยลงทุนในธุรกิจหลัก ได้แก่ การดำเนินการจองและบริหารจัดการวิลล่าระดับหรูในประเทศต่างๆ รวมถึงประเทศไทย ภายใต้แบรนด์ Elite Havens
บ. เทวารันย์ สปา	- ประกอบธุรกิจสถานสุขภาพ (บริการสปา)

บริษัท	ลักษณะการดำเนินธุรกิจ
บ. ดุสิต โฮสপিทัลลิตี้ เซอร์วิสเชส	- เพื่อรองรับโครงการงานบริการต่างๆ เช่น ธุรกิจจัดเลี้ยงนอกสถานที่ บริการรับทำความสะอาด ธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจบริการวางแผนการเปิดโรงแรม (pre-opening)
บ. เกรซมี	- ให้บริการดูแลที่พักและการอยู่อาศัยแบบครบวงจรในเชิงไลฟ์สไตล์ ซึ่งประกอบด้วย บริการทำความสะอาด บริการซักผ้า ซักแห้ง และบริการกำจัดแมลง
ธุรกิจการศึกษา	
วิทยาลัยดุสิตธานี	- สถานศึกษาประเภทวิทยาลัยด้านการบริหารและการจัดการโรงแรม
บ. เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต	- โรงเรียนสอนด้านศิลปะการประกอบอาหารสไตล์ฝรั่งเศส
Dusit Hospitality Management College (DHMC) ภายใต้ Dusit Hospitality Education Philippines Inc.	- ประกอบธุรกิจการศึกษาด้านการบริหารและการจัดการโรงแรมในประเทศฟิลิปปินส์
บ. ดุสิต เอ็กเซลเลนซ์	- ประกอบธุรกิจให้เช่าทรัพย์สิน
ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์	
บ. วิมานสุริยา	- พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ - โรงแรม อาคารที่พักอาศัยและโครงสร้างอาคารศูนย์การค้า ภายใต้โครงการดุสิต เซ็นทรัล พาร์ค (Dusit Central Park)
บ. สวนลุม พร็อพเพอร์ตี้	- พัฒนาโครงการศูนย์การค้า ภายใต้โครงการดุสิต เซ็นทรัล พาร์ค
บ. พระราม 4 เดเวลอปเม้นท์	- ให้เช่าช่วงที่ดินแก่ บ. ศาลาแดง พร็อพเพอร์ตี้ แมนเนจเม้นท์ ซึ่งเป็นผู้พัฒนาโครงการอาคารสำนักงานภายใต้โครงการดุสิต เซ็นทรัล พาร์ค
บ. ดี ออร์จิน ดุสิต	- พัฒนาโครงการคอนโดมิเนียม เดอะ แสมป์ตัน ศรีราชา บาย ออร์จิน แอนด์ ดุสิต จังหวัดชลบุรี
ธุรกิจอาหาร	
บ. ดุสิต ฟู้ดส์	- ลงทุนในบริษัทอื่น
บ. ดุสิต กูร์เมต์	- ทำการตลาดผลิตภัณฑ์อาหารภายใต้แบรนด์ดุสิต
บ. เอ็มเพอริว เคเทอริง	- ให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม (Catering) แก่โรงเรียนนานาชาติ
เดอะ เคเทอริเออร์ส จอยท์ สตีอ็อกคอมพานี	- ให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม (Catering) ที่ประเทศเวียดนาม

บริษัท	ลักษณะการดำเนินธุรกิจ
บมจ. เอ็นอาร์ อินสแตนซ์ โปรดิวซ์ (จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัท มหาชน เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2562)	- ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปรุงรสอาหาร อาหารสำเร็จรูป เครื่องปรุง สำหรับประกอบอาหาร อาหารมังสวิรัต และอาหารโปรตีนจากพืช (Plant-Based Protein)
บ. ดุสิต เรียวล ฟู้ดส์	- ประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ
ธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง	
บ. ดุสิตธานี พร็อพเพอร์ตี้ส์ รีท	- ผู้จัดการกองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่า ดุสิตธานี
ทรัสต์เพื่อการลงทุนใน อสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่า ดุสิตธานี (DREIT)	- ลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าอสังหาริมทรัพย์ รวมทั้ง สิทธิการเช่าช่วงอสังหาริมทรัพย์ทั้งอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องหรือส่งเสริม ประโยชน์กับอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรม (แปลงสภาพมาจาก กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี หรือ DTCPP ในช่วงปลายปี 2560) - เป็นเจ้าของโรงแรมดุสิตธานี ลาгуна ภูเก็ต และดุสิตดีทู เชียงใหม่ และเป็นเจ้าของสิทธิการเช่าที่โรงแรม ดุสิตธานี หัวหินและ ดุสิตธานี มัลดีฟส์
บ. ดุสิต มัลดีฟส์ อินเวสเมนต์	- เป็นเจ้าของโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ และรองรับการทำธุรกรรมที่ เกี่ยวข้องกับโครงการโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์
บ. ดุสิตธานี รีท	- ถือหุ้นใน บ. ดุสิต มัลดีฟส์ อินเวสเมนต์

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 โครงสร้างรายได้

➤ แยกตามสายผลิตภัณฑ์

โครงสร้างรายได้และโครงสร้างการถือหุ้นของบริษัททางตรงและทางอ้อมในบริษัทย่อยในระยะ 3 ปี ซึ่งได้ตัดรายการระหว่างกันแล้วสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม (หน่วย: พันบาท)

ผลิตภัณฑ์/ บริการ	ดำเนินการโดย		ร้อยละ ของการถือหุ้น	ปี 2560		ปี 2561		ปี 2562	
				รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ
1. รายได้จากธุรกิจโรงแรม									
1.1 รายได้ จากธุรกิจ โรงแรมที่ ลงทุนเอง	1. บมจ. ดุสิตธานี	100.00	1,491,422	26.78	1,437,055	25.82	660,005	10.79	
	2. Dusit Thani Philippines, Inc.	88.00	691,553	12.42	691,172	12.42	700,314	11.45	
	3. บมจ. ดุสิต ไทยพร็อพเพอร์ตี้ส์	86.79	432,966	7.77	358,964	6.45	313,000	5.12	
	4. บ. ดุสิต แมนเนจเม้นท์	99.99	1,005,172	18.05	1,030,351	18.52	930,937	15.22	
	5. DMS Property Investment Pvt. Ltd.	56.41	761,170	13.66	840,068	15.10	589,417	9.64	
	6. Dusit Maldives Management Pvt. Ltd.	99.99	-	-	-	-	217,213	3.55	
รวมรายได้จากธุรกิจโรงแรม			4,382,283	78.68	4,357,610	78.31	3,410,886	55.76	
1.2 รายได้ จากธุรกิจ รับจ้างบริหาร	1. บมจ. ดุสิตธานี	100.00	71,258	1.28	83,077	1.49	80,793	1.32	
	2. บมจ. ดุสิต ไทยพร็อพเพอร์ตี้ส์	86.79	2,636	0.05	3,469	0.06	2,171	0.04	
	3. Dusit Overseas Co., Ltd.	99.99	79,052	1.42	104,477	1.88	202,596	3.31	
	4. Dusit USA Management Inc.	100.00	66,443	1.18	85,590	1.54	81,790	1.34	
	5. บ.ดุสิต เวสต์วอยด์	99.99	5,414	0.10	6,830	0.12	4,687	0.08	
	6. ส่วนแบ่งขาดทุนสุทธิจากเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย ⁽¹⁾		(16,970)	(0.30)	(15,226)	(0.27)	(14,091)	(0.23)	
รวมรายได้จากบริการรับจ้างบริหารโรงแรม			207,833	3.73	268,217	4.82	357,946	5.85	
รวมรายได้จากธุรกิจโรงแรม			4,590,116	82.41	4,625,827	83.13	3,768,832	61.61	

ผลิตภัณฑ์/บริการ	ดำเนินการโดย	ร้อยละของการถือหุ้น	ปี 2560		ปี 2561		ปี 2562	
			รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ
2. รายได้จากธุรกิจการศึกษา	1. บมจ. ดุสิตธานี	100.00	16,153	0.29	10,431	0.19	8	0.00
	2. วิทยาลัยดุสิตธานี	86.79	408,409	7.33	406,740	7.31	416,873	6.81
	3. บ. ดุสิต เอ็กเซลเลนซ์	99.99	3,630	0.07	-	-	-	-
	4. ส่วนแบ่งกำไรสุทธิจากเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย ⁽²⁾		13,457	0.24	7,485	0.14	(27,376)	(0.45)
รวมรายได้จากธุรกิจการศึกษา			441,649	7.93	424,656	7.64	389,505	6.37
3. รายได้อื่น ๆ								
3.1 รายได้ค่าเช่าและค่าบริการ	1. บมจ. ดุสิตธานี	100.00	74,027	1.33	34,338	0.62	-	-
3.2 เงินปันผลรับ			15,489	0.28	16,953	0.30	17,400	0.28
3.3 ส่วนแบ่งกำไรสุทธิจากเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย ⁽³⁾			23,234	0.42	54,009	0.97	11,972	0.20
3.4 อื่นๆ			425,151	7.63	408,984	7.34	1,929,738	31.54
รวมรายได้อื่น ๆ			537,901	9.66	514,284	9.23	1,959,110	32.02
รวมรายได้ทั้งหมด			5,569,666	100.00	5,564,767	100.00	6,117,447	100.00

- หมายเหตุ (1) ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในการร่วมค้าใน Dusit Fudu Hotel Management (Shanghai) Co., Ltd.
- (2) ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากเงินลงทุนในการร่วมค้าใน บ. เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต และในบริษัทร่วม Dusit Hospitality Education Philippines, Inc.
- (3) ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม ได้แก่ ทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี บ. สวนลม พร็อพเพอร์ตี้ และ บ. เอ็นอาร์ อินสแตนซ์ โปรเควิซ (ได้แปลงสภาพเป็นบริษัทมหาชน จำกัด เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2562) และเงินลงทุนในการร่วมค้าใน Dusit Colours Co., Ltd. (ในปี 2562 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น D&J Co., Ltd.) และ บ. คี ออร์จีน ดุสิต (เริ่มลงทุนในไตรมาส 4 ปี 2562)

➤ แยกตามโรงแรม

โครงสร้างรายได้จากการดำเนินธุรกิจโรงแรมในกลุ่มดุสิตธานี (ซึ่งเป็นรายได้รวมของแต่ละโรงแรม โดยไม่ได้รับรู้รายได้ตามสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทและยังไม่ได้ตัดรายการระหว่างกัน) ประกอบด้วย รายได้ค่าห้องพัก รายได้ค่าอาหารและเครื่องดื่ม และรายได้อื่นๆ จากธุรกิจโรงแรม ในระยะ 3 ปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม

(หน่วย: พันบาท)

โรงแรม	ดำเนินการโดย	ร้อยละของการถือหุ้น	ปี 2560		ปี 2561		ปี 2562	
			รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ
ดุสิตธานี กรุงเทพฯ	บมจ. ดุสิตธานี	100.00	902,135	20.54	839,838	19.21	18,729	0.54
ดุสิตธานี พัทยา	บมจ. ดุสิตธานี	100.00	592,127	13.48	594,819	13.60	579,688	16.86
ดุสิตสวित ราชดำริ กรุงเทพฯ	บมจ. ดุสิตธานี	100.00	-	-	-	-	68,871	2.00
ดุสิตธานี มะนิลา	Dusit Thani Philippines, Inc.	88.00	692,367	15.77	691,172	15.81	705,478	20.52
ดุสิตปรีนเซส เชียงใหม่	บมจ. ดุสิต ไทยพร็อพเพอร์ตี้ส์	86.79	133,367	3.04	135,766	3.10	126,112	3.67
ดุสิตปรีนเซส ศรีนครินทร์	บมจ. ดุสิต ไทยพร็อพเพอร์ตี้ส์	86.79	210,842	4.80	222,585	5.09	189,697	5.52
ดุสิตปรีนเซส โคราช	บมจ. ดุสิต ไทยพร็อพเพอร์ตี้ส์	86.79	89,274	2.03	2,164	0.05	-	-
ดุสิตธานี หัวหิน	บ. ดุสิต แมนเนจเม้นท์	99.99	382,174	8.70	390,684	8.93	296,847	8.64
ดุสิตธานี ลาгуน่า ภูเก็ต	บ. ดุสิต แมนเนจเม้นท์	99.99	488,002	11.11	520,420	11.90	530,011	15.42
ดุสิตดิทู เชียงใหม่	บ. ดุสิต แมนเนจเม้นท์	99.99	141,994	3.23	135,473	3.10	115,886	3.37

ผลิตภัณฑ์/บริการ	ดำเนินการโดย	ร้อยละ ของการถือหุ้น	ปี 2560		ปี 2561		ปี 2562	
			รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ
ดุสิตธานี มัลดีฟส์ ^(ก)	DMS Property Investment Pvt. Ltd.	56.41	759,303	17.30	840,068	19.21	589,417	17.14
ดุสิตธานี มัลดีฟส์ ^(ข)	Dusit Maldives Management Pvt., Ltd.	99.99	-	-	-	-	217,213	6.32
รายได้รวมจากการดำเนินงานธุรกิจโรงแรมที่อยู่ภายใต้กลุ่มดุสิตธานี			4,394,585	100.00	4,372,989	100.00	3,437,949	100.00

จากการปรับโครงสร้างทรัพย์สินของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับโครงการโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ จึงมีผลทำให้ ในปี 2562

- (ก) รับรู้รายได้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2562 ถึงวันที่ 24 กันยายน 2562
- (ข) รับรู้รายได้ตั้งแต่วันที่ 25 กันยายน 2562 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2562

2.2 การประกอบธุรกิจของแต่ละกลุ่มธุรกิจ

➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ปัจจุบันบริษัทประกอบธุรกิจด้านโรงแรม และให้บริการอื่นๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม ดังนี้

2.2.1 ธุรกิจโรงแรม

ปัจจุบันบริษัทดำเนินธุรกิจ โรงแรม โดยมี 6 เครื่องหมายการค้า ได้แก่

- ดุสิตธานี
- ดุสิต เดวราณา
- ดุสิตดีทู
- ดุสิตปรีนเซส
- ดุสิต เรสซิเดนซ์
- ASAI HOTELS

โรงแรมในแต่ละเครื่องหมายการค้าจะมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันออกไป เพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างและหลากหลายของลูกค้าในแต่ละกลุ่มการดำเนินธุรกิจโรงแรมของบริษัทแบ่งเป็น 2 ประเภท

ก. ธุรกิจโรงแรมที่บริษัทเป็นเจ้าของ

ก.1) ภายใต้บริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) เป็นโรงแรมระดับห้าดาวภายใต้เครื่องหมายการค้า ดุสิตธานี

- โรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ เปิดให้บริการจนถึงวันที่ 5 มกราคม 2562 และยุติการให้บริการตามแผนที่วางไว้ เพื่อพัฒนาพื้นที่ดังกล่าวเป็นโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รูปแบบผสม “โครงการดุสิต เซ็นทรัลพาร์ค” (Dusit Central Park) ภายใต้แนวคิด “Here for Bangkok” ซึ่งได้ดำเนินการรื้อถอนอาคารสำนักงานและอาคารพาณิชย์ที่อยู่บนพื้นที่เพิ่มเติมประมาณ 5 ไร่เป็นที่เรียบร้อยแล้วโดยบริษัท วิมานสุริยา จำกัด และได้เริ่มรื้อถอนอาคารต่างๆ ของโรงแรมตั้งแต่เดือนตุลาคม 2562 ควบคู่ไปกับการเจาะหล่อคอนกรีตเสาเข็ม ตลอดจนงานก่อสร้างอาคารส่วนชั้นจอดรถใต้ดินบางส่วน บริษัทคาดว่าจะการรื้อถอนจะแล้วเสร็จภายในกลางปี 2563 และจะเริ่มเปิดตัวโครงการขายห้องพักในส่วนของอาคารที่พักอาศัย (Residence) ในปี 2563

โครงการดังกล่าวถือเป็นการต่อยอดธุรกิจโรงแรมซึ่งเป็นธุรกิจหลัก กระจายความเสี่ยง เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในตลาด และยังช่วยเสริมสร้างรากฐานให้ดุสิตแข็งแกร่งยิ่งขึ้น ในการนี้ บริษัทคาดว่าจะเปิดดำเนินการโรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ แห่งใหม่และศูนย์การค้าในปี 2566 และเปิดอาคารสำนักงานและอาคารที่พักอาศัยในปี 2567

- โรงแรมดุสิตธานี พัทยา ตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี มีห้องพัก จำนวน 457 ห้อง และให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม ห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุมและสัมมนา และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น สนามเทนนิส สระว่ายน้ำ ศูนย์บริหารร่างกาย ชื่อ “DFIT” สถานบริการสุขภาพ (Spa) ชื่อ “เทวารันย์ สปา” ศูนย์

เด็กเล็ก ร้านอาหารขนมเบเกอรี่ชื่อ “Dusit Gourmet” บริการรถ Limousine บริการจัดทัวร์นอกสถานที่ บริการรับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริการรับเลี้ยงเด็ก บริการตัดผม บริการซักอบรีด ให้บริการโทรศัพท์ เป็นต้น

- โรงแรมตั้งอยู่บนที่ดินซึ่งเช่าจากบริษัท สิริพทยา จำกัด ปัจจุบันสัญญาเช่าที่ดินมีอายุสัญญาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2549 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2570

- โรงแรมดุสิตสวีท ราชดำริ กรุงเทพ เป็นโรงแรมที่เป็นห้องสวีททั้งหมดแห่งแรกของบริษัท ตั้งอยู่ในซอยมหาดเล็กหลวง 3 ถนนราชดำริ ห่างจากสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส สถานีราชดำริประมาณ 100 เมตร โดยเป็นส่วนหนึ่งของอาคารชุดเพื่อพักอาศัยของโครงการบ้านราชประสงค์ มีห้องพักจำนวน 97 ห้อง เริ่มจากชั้น 3 ถึงชั้น 14 ในจำนวนนี้แบ่งเป็นห้องพักที่จดทะเบียนเพื่อทำธุรกิจโรงแรมจำนวน 68 ห้อง และเป็นห้องพักที่ให้บริการแบบระยะยาว (long stay) อีก 29 ห้อง

นอกจากนี้ ยังให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยมีห้องอาหาร Dusit Gourmet ที่ให้บริการอาหารแบบ All Day Dining เนื่องจากเป็นโรงแรมที่ไม่มีห้องประชุม ในกรณีที่มีความจำเป็นต้องใช้ห้องประชุม ทางโรงแรมจะใช้ห้องพักขนาด 2 ห้องนอนเพื่อปรับเป็นห้องประชุมย่อยขนาด 20 ท่าน ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ของโรงแรม เช่น ศูนย์บริหารร่างกาย สระว่ายน้ำ และชานา จะอยู่ในส่วนที่ใช้ร่วมกันระหว่างแขกของโรงแรม และผู้พักอาศัยของอาคารชุด (Common Area)

อนึ่ง แต่เดิมโรงแรมแห่งนี้เคยเป็นโรงแรมที่บริหารโดยกลุ่มโรงแรมอนันตรา โดยเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2562 ที่ผ่านมาได้ทำปรับภาพลักษณ์แบรนด์ใหม่ (Rebrand) เป็นโรงแรมดุสิตสวีท ราชดำริ กรุงเทพ โดยใช้มาตรฐานการให้บริการในระดับเดียวกับดุสิตธานี และใช้พนักงานบางส่วนจากโรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพ เข้ามาบริหารและให้บริการ ทั้งนี้ บริษัทได้เข้าทำสัญญาแบ่งเช่าช่วงพื้นที่อาคาร เริ่มมีผลตั้งแต่วันที่ 30 เมษายน 2562 และสิ้นสุดสัญญาวันที่ 30 ตุลาคม 2581 รวมระยะเวลา 19 ปี 6 เดือน

ก.2) ภายใต้บริษัท ดุสิต ไทยพร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด (มหาชน) เป็นโรงแรมระดับสี่ดาว ภายใต้เครื่องหมายการค้า ดุสิตปรีนเซส ได้แก่

- โรงแรมดุสิตปรีนเซส เชียงใหม่ ตั้งอยู่บริเวณถนนช้างคลาน จังหวัดเชียงใหม่ มีห้องพักจำนวน 198 ห้อง ให้บริการห้องพัก อาหารและเครื่องดื่ม ห้องประชุมและบริการจัดเลี้ยง

- โรงแรมดุสิตปรีนเซส ศรีนครินทร์ ตั้งอยู่บริเวณถนนศรีนครินทร์ กรุงเทพฯ มีห้องพักจำนวน 198 ห้อง ให้บริการห้องพักและห้องสวีทที่กว้างขวางพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ห้องประชุมและบริการจัดเลี้ยง สระว่ายน้ำ ศูนย์สุขภาพและออกกำลังกาย

ก.3) ภายใต้ Dusit Thani Philippines, Inc (เดิมชื่อ Philippine Hoteliers, Inc.)

เป็นบริษัทที่จัดตั้งในประเทศฟิลิปปินส์ เป็นเจ้าของและประกอบกิจการโรงแรมดุสิตธานี มะนิลา ตั้งอยู่กลางกรุงมะนิลาในเขต Makati City มีห้องพักจำนวน 486 ห้อง และให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม ห้องจัดเลี้ยงห้องประชุมและสัมมนาและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น สระว่ายน้ำ ศูนย์บริหารร่างกายชื่อ “DEIT” สถานบริการสุขภาพ (Spa) ชื่อ “เทวารันย์ สปา” ร้านค้าย่อยขายสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก ร้านขายขนมเบเกอรี่ “Grab & Go” และ ร้านอาหารนานาชาติ เป็นต้น

ก.4) ภายใต้ DMS Property Investment Private Limited (“DMS”)

เป็นบริษัทที่จัดตั้งในสาธารณรัฐมัลดีฟส์ เป็นเจ้าของและประกอบกิจการโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ ตั้งอยู่ที่เกาะ Mudhdhoo สาธารณรัฐมัลดีฟส์ มีวิลล่า จำนวน 95 วิลล่า แบ่งเป็น Beach Villa, Beach villa with pool, Beach Deluxe Villa with pool, Water Villa with pool, Ocean Villa with pool, Two-Bedroom Family Beach Villa, Two-Bedroom Ocean Pavilion, Two-Bedroom Beach Residence และ Three-Bedroom Beach Residence

นอกจากนี้ ยังให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น สระว่ายน้ำ ศูนย์กีฬาทางน้ำ ศูนย์ออกกำลังกาย (Fitness Centre) สถานบริการสุขภาพ (Devarana Spa) ชื่อ “เทวารันย์ สปา” ห้องโถงสำหรับโยคะ คีฬาคลับ สนามเทนนิส ร้านค้าอัญมณี ร้านค้าย่อยขายสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก บริการสายการบินภายในประเทศระหว่างสนามบิน Male และ Dharavandhoo (สนามบินภายในประเทศ) บริการเครื่องบินน้ำ (Seaplane) ระหว่างสนามบิน Male และโรงแรม

เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2562 DMS ได้โอนกิจการที่เกี่ยวข้องทั้งหมดซึ่งรวมถึงการโอนสิทธิการเช่าที่ดิน และกรรมสิทธิ์ในอาคารและสิ่งปลูกสร้าง และทรัพย์สินที่เกี่ยวข้องกับโครงการโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ ให้กับบริษัท ดุสิต มัลดีฟส์ อินเวสเมนต์ จำกัด และบริษัท ดุสิต มัลดีฟส์ แมนเนจเมนต์ จำกัด ดำเนินการเช่าช่วงและเช่าทรัพย์สินที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ และรับโอนสิทธิ และหน้าที่ที่เกี่ยวข้องจากบริษัท ดุสิต มัลดีฟส์ อินเวสเมนต์ จำกัด เพื่อดำเนินกิจการโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ รวมทั้งเข้าทำสัญญาที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัท ดุสิต เวลด์วายด์ มัลดีฟส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ บริษัท ดุสิต เวลด์วายด์ จำกัด ประกอบธุรกิจรับบริหารโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ ในสาธารณรัฐมัลดีฟส์

ก.5) ธุรกิจโรงแรมที่อยู่ภายใต้ทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี

เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2553 ได้มีการจัดตั้งกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี (“DTCPF”) โดย ณ วันที่ 24 ธันวาคม 2553 บริษัทได้ลงทุนในกองทุนรวมโดยถือหน่วยลงทุนร้อยละ 30.02 ต่อมาที่ประชุมผู้ถือหุ้นหน่วยลงทุนของกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี (DTCPF) ครั้งที่ 1/2560 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 14 กันยายน 2560 ได้มีมติอนุมัติการแปลงสภาพกองทุนรวม DTCPF เป็นทรัสต์เพื่อการลงทุนใน

อสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าคฤหาสน์ ("DREIT") และเริ่มซื้อขายหน่วยลงทุน DREIT วันแรกในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดย ณ วันที่ 15 ธันวาคม 2560

ทั้งนี้ โรงแรมที่อยู่ภายใต้ DREIT มี 4 แห่ง ประกอบด้วย บริษัท ดุสิต แมนเนจเม้นท์ จำกัด บริษัทย่อยของบริษัท โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.99 ได้เข้าโรงแรม 3 แห่ง ได้แก่ โรงแรมดุสิตธานี ลาгуна ภูเก็ต โรงแรมดุสิตดิทู เชียงใหม่ และโรงแรมดุสิตธานี หัวหิน จากกองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าคฤหาสน์

ในส่วนของบริษัท ดุสิต มัลดีฟส์ แมนเนจเม้นท์ จำกัด บริษัทย่อยของบริษัท ดุสิต แมนเนจเม้นท์ จำกัด เข้าช่วงและเช่าทรัพย์สินที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ และรับโอนสิทธิและหน้าที่ที่เกี่ยวข้องจากบริษัท ดุสิต มัลดีฟส์ อินเวสเม้นท์ จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์

- โรงแรมดุสิตธานี ลาгуна ภูเก็ต ตั้งอยู่ที่อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต เป็นโรงแรมตกแต่งแบบไทยร่วมสมัยมีห้องพักจำนวน 225 ห้อง ให้บริการห้องพัก อาหารและเครื่องดื่ม ห้องประชุมและการจัดงานสำหรับนักธุรกิจและนักท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ อาทิ สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส ลู่วิ่งออกกำลังกาย ศูนย์กีฬาทางน้ำ ศูนย์ออกกำลังกาย สปา และ ร้านอาหารนานาชาติ

- โรงแรมดุสิตดิทู เชียงใหม่ ตั้งอยู่บริเวณถนนช้างคลาน จังหวัดเชียงใหม่ มีห้องพักทั้งสิ้น 130 ห้อง ภายใต้บรรยากาศและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยแต่ยังคงไว้ซึ่งความเป็นไทย

- โรงแรมดุสิตธานี หัวหิน (สิทธิการเช่า) ตั้งอยู่ที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี เป็นโรงแรมแบบรีสอร์ท มีห้องพักจำนวน 296 ห้อง ให้บริการห้องพัก อาหารและเครื่องดื่ม ห้องประชุมและการจัดงานสำหรับแขกผู้เข้าพักในโรงแรม และแขกทั่วไป

- โรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ (สิทธิการเช่า) ตั้งอยู่บนเกาะ Mudhdhoo ในหมู่เกาะ Baa Atoll สาธารณรัฐมัลดีฟส์ มีห้องพักประเภทวิลล่าทั้งสิ้นจำนวน 95 หลัง ให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น สระว่ายน้ำ ศูนย์กีฬาทางน้ำ ศูนย์ออกกำลังกาย (Fitness Centre) สถานบริการสุขภาพ (Devarana Spa) ชื่อ “เทวารันย์ สปา” ห้องโถงสำหรับโยคะ คีฬาคลับ สนามเทนนิส ร้านค้าอัญมณี ร้านค้าขายของพื้นเมืองและของที่ระลึก ทั้งนี้ กองทรัสต์ฯ ได้เข้าลงทุนในโครงการโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ ผ่านบริษัทย่อยเมื่อวันที่ 25 กันยายน 2562

➤ การตลาดและการแข่งขัน

การท่องเที่ยวในประเทศไทย

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มขึ้นจากจำนวน 35.6 ล้านคนในปี 2560 เป็นจำนวน 38.2 ล้านคนในปี 2561 และเป็นจำนวน 39.8 ล้านคนในปี 2562 อย่างไรก็ตาม สัดส่วนเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวในปี 2562 จากปี 2561 คิดเป็นร้อยละ 4.24 ซึ่งน้อยกว่าที่ภาครัฐคาดการณ์ไว้ เนื่องจากภาคการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากปัจจัยเชิงลบต่างๆ เช่น การชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกและประเทศไทย สงครามการค้าจีน-สหรัฐอเมริกา ค่าเงินบาทที่แข็งค่า ประกอบกับนักท่องเที่ยวจีนเยือนไทยลดลง ส่งผลให้ภาครัฐของไทยเข้ามามีบทบาทสนับสนุนการท่องเที่ยวภายในประเทศ หรือ “ไทยเที่ยวไทย” โดยผ่าน

มาตรการต่างๆ เมื่อกลางปี 2562 อาทิ มาตรการชิมช้อไปใช้ โครงการ 100 เดียวเที่ยวทั่วไทย และโครงการวันธรรมดาราคาซื้อโลก เป็นต้น เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและรายได้จากการท่องเที่ยวในประเทศให้มากยิ่งขึ้น

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยมาโดยตลอด สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (The National Economic and Social Development Council - NESDC) รายงานไว้เมื่อต้นเดือนกุมภาพันธ์ 2562 ว่า สัดส่วนรายได้จากภาคการท่องเที่ยวสร้างมูลค่าร้อยละ 18.4 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ของประเทศไทย โดยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 14.2 ของ GDP ในปีก่อน

นอกจากนี้ การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวจีนมีจำนวนมากกว่า 10.5 ล้านคนในปี 2561 หรือคิดเป็นร้อยละ 27.5 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด และเพิ่มขึ้นเป็น 10.99 ล้านคนในปี 2562 ซึ่งเห็นได้จากตามท้องถนนในกรุงเทพมหานคร และในห้างสรรพสินค้าต่างๆ แต่หลังจากเหตุการณ์เรือล่มที่จังหวัดภูเก็ตในช่วงเดือนกรกฎาคม 2561 ซึ่งมีนักท่องเที่ยวจีนเสียชีวิตจำนวน 47 คน ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนลดลงอย่างมาก อย่างไรก็ตาม หลังจากเหตุการณ์ดังกล่าวจำนวนนักท่องเที่ยวจีนกลับมาเพิ่มขึ้นอีกครั้ง

ภาพรวมการท่องเที่ยวในปี 2562

ในไตรมาส 1 มีจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวน 10.8 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ประมาณร้อยละ 2.1 ในขณะเดียวกัน ไตรมาส 2 มีจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวน 9.0 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ประมาณร้อยละ 1.4

ในไตรมาส 3 มีแนวโน้มที่ดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะตัวเลขนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศไทยในช่วงเดือนสิงหาคมและเดือนกันยายน ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นจำนวน 9.7 ล้านคน

ในไตรมาสสุดท้ายของปี แนวโน้มการเติบโตยังเป็นไปอย่างต่อเนื่อง โดยในเดือนธันวาคมมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศไทยสูงที่สุดถึง 3.9 ล้านคนในเดือนเดียว ทำให้ในไตรมาส 4 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นจำนวน 10.3 ล้านคน



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา

การคาดการณ์ในปี 2563

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีความสำคัญอย่างมากต่อประเทศในการสร้างมูลค่า GDP ของประเทศไทยได้อย่างมหาศาล เป็นที่เข้าใจได้ว่าการนำมาตรการที่หลากหลายมาใช้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังมีความเสี่ยงต่อการพึ่งพาการเข้ามาของนักท่องเที่ยวเงินมากเกินไป ทั้งนี้ เห็นได้จากในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ความวุ่นวายทางการเมืองและความกังวลทางด้านสุขภาพอาจส่งผลที่ไม่น่าพอใจและไม่คาดคิดต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

สิ่งที่น่ากังวลอีกประการหนึ่ง คือ มลพิษทางอากาศ ฝุ่นละออง PM 2.5 ในกรุงเทพฯ เชียงใหม่ และจังหวัดอื่นๆ ซึ่งส่งผลให้คุณภาพอากาศไม่ดี โดยค่ามลพิษทางสิ่งแวดล้อมตกต่ำลงเป็นเวลาสามปีติดต่อกัน (ตั้งแต่ปี 2560 ถึงปี 2562) ทำให้คุณภาพอากาศเริ่มแย่ลงตั้งแต่เดือนธันวาคมไปจนถึงหลายเดือนถัดมา

ปัญหาเหล่านี้ยังไม่สามารถแก้ไขให้หมดไปได้ จึงไม่อาจคาดการณ์ได้ว่าสถานการณ์ดังกล่าวจะไปถึงจุดเปลี่ยนอย่างไร และอาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวเริ่มเปลี่ยนเส้นทางการเดินทางไปยังประเทศอื่นแทนประเทศไทยได้

ผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม (HOTEL BUSINESS PERFORMANCE)

เอเชียแปซิฟิก - เอเชีย (Asia Pacific - APAC)

GDP ของเอเชียแปซิฟิกเติบโตขึ้นร้อยละ 5 ในปี 2562 โดยลดลงร้อยละ 0.5 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยแนวโน้มในปี 2563 กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) คาดว่าอัตราการเติบโตจะเป็นร้อยละ 5.1 ปริมาณการค้าและการลงทุนชะลอตัวอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งเป็นผลมาจากมาตรการทางการค้าที่บีบเค้นและความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อม สร้างความกังวลต่อกิจกรรมโดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคอุตสาหกรรมการผลิต ซึ่งอาจมีความเสี่ยงในภูมิภาค คือ การชะลอตัวทางเศรษฐกิจในประเทศจีนที่เร็วกว่าคาดการณ์ ซึ่งขึ้นอยู่กับสถานการณ์ความตึงเครียดระดับภูมิภาค เช่น ความสัมพันธ์ทวิภาคีระหว่างประเทศญี่ปุ่นและประเทศเกาหลี ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงทางภูมิรัฐศาสตร์และเหตุการณ์ภัยธรรมชาติที่เพิ่มขึ้น

ความเสี่ยงภายนอกเชิงลบต่อแนวโน้มที่เกิดจากความตึงเครียดทางการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกาและประเทศจีนที่ไม่ลงรอยกัน การเติบโตของค่าสำคัญน้อยกว่าที่คาดการณ์ ราคาน้ำมันที่สูงขึ้น และการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ตั้งแต่เดือนธันวาคมปี 2562 ทำให้แนวโน้มของธุรกิจทั่วโลกได้รับผลกระทบอย่างมาก และไม่สามารถทราบได้แน่ชัดว่าการระบาดครั้งนี้จะบรรเทาลงเมื่อใด

ประเทศไทย

การเติบโตของ GDP ขยายตัวเล็กน้อยในไตรมาสที่ 3 ของปี 2562 ในขณะเดียวกัน การเพิ่มขึ้นของการบริโภคของภาครัฐและการลงทุนเติบโตขึ้นเล็กน้อย ส่วนการเติบโตของการบริโภคของภาคเอกชนชะลอตัวและการส่งออกหดตัวลงเนื่องจากการชะลอตัวของภาคการผลิตที่รุนแรงมากขึ้น

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศไทยในปี 2562 ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วร้อยละ 4.2 เป็นจำนวน 39.8 ล้านคน จากการเติบโตที่แข็งแกร่งของกลุ่มประเทศอาเซียนและประเทศอินเดีย โดยประเทศจีนยังคงเป็นตลาดอันดับ 1 ของลูกค้าในประเทศไทย

ผลการดำเนินงานของโรงแรมทั่วไปโดยรวมในพื้นที่กรุงเทพฯ เป็นไปในเชิงลบ โดยโรงแรมระดับ Upper Midscale มีรายได้ต่อจำนวนห้องพัก (Revenue Per Available Room: “RevPAR”) ลดลงเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา และ RevPAR ของโรงแรมทั่วไปในกรุงเทพฯ เติบโตลดลงเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาเช่นกัน

โรงแรมดุสิตธานี พัทยา มีรายได้ต่ำกว่าปีก่อนร้อยละ 3 เมื่อเทียบกับกลุ่มคู่แข่ง โดย RevPAR ลดลงร้อยละ 1.9 เนื่องจากจำนวนกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อประกอบธุรกิจ (Business Group) น้อยลง

โรงแรมดุสิตปรีนเซส ศรีนครินทร์ มีผลประกอบการที่ดีกว่าคู่แข่ง แม้ว่า RevPAR ลดลงร้อยละ 9.7 จากปีก่อน จากนักท่องเที่ยวแบบอิสระเพื่อติดต่อธุรกิจ (Business F.I.T) และนักท่องเที่ยวกลุ่มเพื่อติดต่อธุรกิจ (Business Group Travelers) ประกอบกับการก่อสร้างสถานีรถไฟฟ้าแห่งใหม่ที่กำลังดำเนินการส่งผลกระทบอย่างมากต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อติดต่อธุรกิจในพื้นที่ดังกล่าว

โรงแรมดุสิตธานี ลาгуน่า ภูเก็ต มีผลประกอบการที่ดีกว่าคู่แข่ง โดยมีรายได้ค่าห้องพักเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.2 เมื่อเทียบกับกลุ่มคู่แข่งที่ลดลงร้อยละ 8.8 และโรงแรมระดับ Upper Upscale class ในจังหวัดภูเก็ตมีผลประกอบการไม่ดี โดย RevPAR ลดลงร้อยละ 8.5 จากปี 2561 ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำที่สุดนับตั้งแต่ปี 2558

โรงแรมดุสิตธานี หัวหิน มีผลประกอบการที่ดีกว่าคู่แข่ง แม้อุปสงค์ในตลาดลดลงประกอบกับการปรับปรุงโรงแรม (เดือนเมษายน – เดือนตุลาคม) โดย RevPAR ในตลาดลดลงต่ำกว่าปีที่แล้วร้อยละ 11.6 และอยู่ในระดับต่ำสุดนับตั้งแต่ปี 2558

โดยสรุปในปี 2562 อัตรา RevPAR โดยเฉลี่ยของโรงแรมในเครือดุสิตในประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.9 จากปีก่อน (ไม่รวมโรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ) ในขณะที่ปี 2563 อัตรา RevPAR ของโรงแรมในประเทศไทยทั้งหมดจะได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ประเทศฟิลิปปินส์

การเติบโตทางเศรษฐกิจชะลอตัวลงในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2562 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 8 ปี จากการชะลอการลงทุนอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นผลมาจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่อ่อนแอ และการหดตัวของการใช้ภาครัฐ อย่างไรก็ตาม ทางฟิลิปปินส์คาดว่า สิ้นปี 2562 จะมีการเติบโตที่แข็งแกร่งร้อยละ 5.7 ตามการเติบโตของ GDP ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นร้อยละ 6.2 ในไตรมาสที่ 3 ด้วยการเพิ่มขึ้นของธุรกิจการค้ารถยนต์ (Automobile trade) สินค้าในครัวเรือน (Household goods) และการเป็นตัวกลางทางการเงิน (Financial intermediation) โดยธนาคารโลกคาดการณ์แนวโน้มการเติบโตในปี 2563 จะอยู่ที่ร้อยละ 6.2

จากสภาพแวดล้อมในต่างประเทศที่ยากลำบากและความท้าทายภายในประเทศ รวมถึงอัตราความยากจนซึ่งแม้ว่าจะลดลงทุกปี แต่ยังคงมีจำนวนร้อยละ 20.8 ในปี 2562 และคาดว่าจะลดลงเป็นร้อยละ 19.7 ในปี 2563

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในฟิลิปปินส์มีจำนวน 6.1 ล้านคน ระหว่างเดือนมกราคม – เดือนกันยายน 2562 เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.3 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีได้นำเป็นอันดับหนึ่ง ตามด้วยจีน ส่วนสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นอยู่ในอันดับสาม และอันดับสี่ตามลำดับ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาคาดว่าจะสูงถึง 6.9 ล้านคนภายในสิ้นปีนี้ และจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็น 7.05 ล้านคนในปี 2563 ตามข้อมูลเศรษฐกิจการค้า (Trading Economics)

ในปี 2562 โรงแรมดุสิตธานี มะนิลา มีรายได้จากการดำเนินงานขั้นต้นสูงกว่าปีที่แล้วร้อยละ 4 ซึ่งเติบโตอย่างรวดเร็วจากตลาดที่มีจำนวนห้องพักกว่า 42,000 ห้องให้บริการ จากข้อมูลของ STR (เดือนธันวาคม 2562) เป้าหมายของโรงแรมดุสิตธานี มะนิลาในปี 2563 คือการเผชิญกับความท้าทายเพื่อบรรลุเป้าหมายทั้งอัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate) และรายได้เฉลี่ยต่อห้องที่ขายได้ (Average Daily Rate : ADR) เนื่องจาก RevPAR ในไตรมาสแรกได้รับผลกระทบเชิงลบจากเหตุการณ์การระบิดของภูเขาไฟ Taal และการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ในการนี้ การเปิดโรงแรมดุสิตธานี เซบู (Dusit Thani Cebu) โรงแรมดุสิตดีทู ดาแวนา (dusit D2 Davao) โรงแรมดุสิตธานี เรสซิเดนซ์ ดาแวนา (Dusit Thani Residence Davao) และโรงแรมดุสิตธานี ลูบิ แพลนเตชัน (Dusit Thani Lubi Plantation) ในปี 2562 จะช่วยส่งเสริมการรับรู้ของแบรนด์ดุสิตในตลาดที่สำคัญ เช่น เกาหลีใต้ ญี่ปุ่นและฟิลิปปินส์

มัลดีฟส์

การเติบโตทางเศรษฐกิจของมัลดีฟส์มีความแข็งแกร่งในหลายปีที่ผ่านมา อันเป็นผลมาจากการท่องเที่ยว การค้าและการก่อสร้าง อัตราการเติบโตของ GDP อยู่ที่ร้อยละ 7.5 ในปี 2561 และแนวโน้มเศรษฐกิจในปี 2562 ยังคงคงที่ แต่ GDP ลดลงเล็กน้อยอยู่ที่ร้อยละ 6.5 ประกอบกับมีอัตราเงินเฟ้อในระดับปานกลาง ในส่วนภาคการท่องเที่ยว (สร้างมูลค่ามากกว่าหนึ่งในสามของ GDP ทั้งหมด) ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการเติบโต เนื่องจากสถานการณ์โครงการก่อสร้างขนาดใหญ่เริ่มคลี่คลาย ส่งผลให้อุปทานของตลาดที่พักในมัลดีฟส์มีจำนวนมากกว่า 47,000 ห้องภายในสิ้นปี 2562

ในปี 2562 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในมัลดีฟส์ มีจำนวน 1.7 ล้านคน ซึ่งสูงที่สุดเป็นประวัติการณ์ตามรายงานของกระทรวงการท่องเที่ยว โดยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามามากที่สุดมาจากแถบยุโรป รองลงมาคือเอเชียแปซิฟิก อย่างไรก็ตาม จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศเดียวมากที่สุด คือประเทศจีน ซึ่งมีจำนวนร้อยละ 16.7 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เข้ามาในมัลดีฟส์ในปี 2562

ถึงแม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในมัลดีฟส์จะมีจำนวนมากขึ้นแต่ในขณะเดียวกันจำนวนแขกที่เข้าพักโรงแรมระดับ Luxury และ Upper scale มีจำนวนลดลงโดยจะเห็นได้จาก RevPAR เฉลี่ยลดลงร้อยละ 0.3 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา สาเหตุหนึ่งเป็นเพราะนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่จะพัก

โรงแรมในระดับที่รองลงมา อย่างไรก็ตาม โรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ มีผลประกอบการเหนือกว่ากลุ่มคู่แข่ง แม้ว่า RevPAR ลดลงร้อยละ 2.4 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ในขณะที่ RevPAR ของโรงแรมคู่แข่งลดลงร้อยละ 5.5 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นระดับต่ำสุดในรอบ 5 ปี ในการนี้ จีน เกาหลีใต้ และรัสเซียยังคงเป็นลูกค้ารายหลักในตลาดของรีสอร์ทและจะยังเป็นต่อไปในปี 2563 ประกอบกับการปกป้องธุรกิจจากตลาดเกิดใหม่ (securing business from emerging markets) รีสอร์ทอาจเผชิญกับความท้าทายในการบรรลุเป้าหมายการเติบโตของ RevPAR ในปีนี้ เนื่องจากการได้มีการยกเลิกห้องพักเป็นจำนวนมากในจีนและเกาหลี เนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ประเทศจีน

การเติบโตของ GDP ของประเทศจีนชะลอตัวอยู่ที่ร้อยละ 6.2 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ในไตรมาสที่ 2 ซึ่งสะท้อนถึงความตึงเครียดทางการค้าที่สูงขึ้นและผลกระทบที่ชะลอตัวจากการกวดขันกฎระเบียบทางการเงิน ตัวชี้วัดความถี่สูง (High-frequency indicators) เป็นสาเหตุให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจชะลอตัวในไตรมาส 3 อยู่ที่ร้อยละ 6 ซึ่งเป็นอัตราที่ต่ำที่สุดในรอบ 27 ปี ขณะนี้ประเทศจีนกำลังเผชิญกับการใช้จ่ายภายในประเทศที่ลดลงและสงครามการค้ากับประเทศสหรัฐอเมริกาที่ยืดเยื้อ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการส่งออกของประเทศจีน

กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) คาดการณ์ว่า การเติบโตจะลดลงปานกลางตามภาวะตลาดที่วุ่นวาย ที่ร้อยละ 6.1 และ 5.8 ในปี 2562 และ 2563 ตามลำดับ เนื่องจากสหรัฐอเมริกาและจีนนำมาตรการการค้าใหม่ที่บิดเบือนมาใช้

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศจีนคาดว่า เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน การท่องเที่ยวภายในประเทศจะสร้างรายได้ถึง 5.6 ล้านล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.5 ในส่วนการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศคาดว่า เพิ่มขึ้นร้อยละ 11 จุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศอันดับต้น คือ ประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศเกาหลี ในขณะที่กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวรายงานว่า มีการเติบโตของการจองที่พักในอัตราเลขสองหลัก (double digit growth) ในตลาดเกิดใหม่ เช่น ประเทศโครเอเชีย และประเทศสโลวาเกีย

ภูฏาน

การผลิตไฟฟ้าโดยใช้พลังงานน้ำและความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจกับประเทศอินเดียยังคงมีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจของภูฏาน ปรมาณการการเติบโตแสดงให้เห็นว่า การเติบโตกลับขึ้นไปที่ร้อยละ 5.5 หลังที่ลดลงไปยังร้อยละ 4.6 ในปี 2561 ปัจจัยความเสี่ยงประกอบด้วยการพึ่งพาประเทศอินเดียอย่างมาก โดยร้อยละ 80 ของการนำเข้าสินค้าประเทศภูฏานมาจากประเทศอินเดีย และค่าเงินจูลตรัมภูฏาน (Bhutanese Ngultrum) อ้างอิงกับค่าเงินรูปีอินเดีย (Indian rupee) ทำให้อัตราเงินเฟ้อระหว่างสองประเทศมีเกี่ยวพันกัน

มีการคาดการณ์ว่าการเติบโตจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.2 จากการส่งออกกระแสไฟฟ้าจากพลังงานน้ำที่เพิ่มขึ้นจากโรงงานใหม่ที่ Mangdechhu

การท่องเที่ยวยังคงเป็นส่วนที่น้อยของ GDP แม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นและเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วง 7 ปีที่ผ่านมา แต่อัตราการเติบโตลดลงอย่างมากในปี 2561 แม้มีรายงานว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศมากกว่า 250,000 คน คาดการณ์ว่าแนวโน้มนี้จะยังคงที่ในปี 2562

หลังจากการเติบโตในปี 2562 คาดว่า RevPAR ของโรงแรมดุสิต ดีทู ชาร์เก้ ทิมพู จะเพิ่มขึ้นในปี 2563 จากอัตราการเข้าพัก

สหรัฐอเมริกา

กวม

สำนักงานการท่องเที่ยวของกวม (Guam Visitor's Bureau-GVB) คาดการณ์ว่า จำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2562 จะอยู่ที่ 1.6 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีลูกค้าหลักที่สูงที่สุดมาจากประเทศเกาหลี ตามมาด้วยประเทศญี่ปุ่น ซึ่งสองประเทศดังกล่าวสร้างมูลค่าถึงร้อยละ 79 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดในปี 2562

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในปี 2563 คาดว่าจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 คิดเป็นจำนวน 1.75 ล้านคนในปีนี้ จะขยายตลาด โดยตั้งเป้าไว้ที่ตลาดประเทศจีน ประเทศรัสเซีย และประเทศไต้หวัน

ในปี 2562 โรงแรมระดับ Luxury และระดับ Upper Upscale มีผลประกอบการที่มั่นคง โดย RevPAR เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.8 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน จากอัตราการเข้าพัก รวมกับรายได้เฉลี่ยต่อห้องที่ขายได้ (Average Daily Rate : ADR) ในส่วน RevPAR ของกลุ่มคู่แข่งของโรงแรมดุสิตธานี กวม เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.3 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

โรงแรมดุสิตธานี กวม มีผลประกอบการเหนือกว่าในตลาดและคู่แข่ง โดย RevPAR เติบโตร้อยละ 6.5 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน นักท่องเที่ยวแบบอิสระ (Leisure FIT travelers) จากประเทศเกาหลีใต้และประเทศญี่ปุ่นคิดเป็นร้อยละ 94 ของธุรกิจโรงแรม ด้วยผลประกอบการที่เพิ่มขึ้นจากตลาดประเทศญี่ปุ่น ส่วนตลาดเกิดใหม่อื่นๆ ได้แก่ ประเทศไต้หวันและออสเตรเลีย/แปซิฟิก (Australasia/Pacific) ในส่วนรายได้จากอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มขึ้นร้อยละ 18 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีรายได้รวมจากการดำเนินงานของโรงแรม เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.7 โรงแรมดุสิตธานี กวม มุ่งเน้นการเพิ่มรายได้เฉลี่ยต่อห้องที่ขายได้ เพื่อบรรลุเป้าหมาย RevPAR ในปี 2563 เพื่อชดเชยรายได้ที่หายไปจากการยกเลิกการจองห้องพักของชาวเกาหลีเป็นจำนวนมาก จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ตะวันออกกลาง

สหรัฐอเมริกาและอิตาลี

ธนาคารกลางแห่งสหรัฐอเมริกาและอิตาลีรายงานว่า ในปี 2562 มีการเติบโตร้อยละ 2.3 อันเป็นผลมาจากการใช้จ่ายในภาครัฐและภาคเอกชนในระดับรัฐบาลกลางและรัฐ (Federal and emirate levels) การลงทุนที่เพิ่มขึ้นก่อนงานดูไบ เอ็กซ์โป ประจำปี 2563 (Dubai Expo 2020) และการฟื้นฟูทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคอย่างต่อเนื่อง กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) คาดการณ์ว่า ในปี 2562 GDP จะเติบโตร้อยละ 1.6 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน และเติบโตร้อยละ 2.5 ในปี 2563 อันเป็นผลมาจากกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับงานดูไบ เอ็กซ์โป ประกอบกับการที่อาบูดาบี และดูไบนำมามาตรการทางการคลังมาใช้ นอกจากนี้ การที่ธนาคารกลางแห่งสหรัฐอเมริกาดึงดูดดอกเบี้ยต่ำสุด ซึ่งธนาคารกลางของสหรัฐอเมริกาและอิตาลีนำมาอัตราดังกล่าว มาใช้อาจช่วยสนับสนุนการเติบโตของสินเชื่อในภาคเอกชนได้ (private sector credit) ความเสี่ยงจากการคาดการณ์ดังกล่าวเป็นไปในทางที่ไม่ดี และขึ้นอยู่กับปัจจัยในโลกเป็นอย่างมาก เช่น ความตึงเครียดทางการค้า ความผันผวนของราคาน้ำมัน และความตึงเครียดทางการเมืองในภูมิภาค

ในปี 2562 RevPAR ของโรงแรมดุสิตธานี ดูไบ (Dusit Thani Dubai) ต่ำกว่าปีก่อน ซึ่งใกล้เคียงกับในตลาดในฐานะโรงแรมระดับ Upper Upscale ในดูไบ คิดเป็นร้อยละ 13.6 ต่ำกว่าปี 2561 ในทางตรงกันข้ามสถานการณ์ตลาดในอาบูดาบีรวมถึงโรงแรมดุสิตธานี อาบูดาบี (Dusit Thani Abu Dhabi) แสดงถึงผลประโยชน์ที่แข็งแกร่ง โดย RevPAR เพิ่มขึ้นอย่างมากจากปีที่แล้ว

ในปี 2563 โรงแรมทั้งสองแห่งคาดว่า RevPAR จะมีแนวโน้มสูงขึ้นจากการคาดการณ์ว่าจะมีอุปสงค์เพิ่มขึ้นจากงานดูไบ เอ็กซ์โป ประจำปี 2563

กาตาร์

ในปี 2562 หลายตัวชี้วัดเชิงบวกแสดงให้เห็นถึงการเพิ่มขึ้นของกิจกรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกับน้ำมัน การเข้าประเทศของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 ในไตรมาสที่ 3 ของปี 2562 โดยมีประเทศอินเดีย ประเทศสหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร เป็นกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดในอันดับต้น กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) คาดการณ์การเติบโตที่เพิ่มขึ้นของ GDP ร้อยละ 2 ในปี 2562 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.5 ในปี 2561 และคาดการณ์ว่าจะเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 2.8 ในปี 2563

ในด้านการให้บริการ มีห้องพักใหม่จำนวน 1,436 ห้อง เพิ่มขึ้นในตลาดในไตรมาสที่ 3 ของปี 2562 ปัจจุบันกาตาร์มีห้องพักจำนวนรวมทั้งสิ้น 26,778 ห้อง ในโรงแรม 128 แห่งที่เปิดบริการในตลาด ห้องพักที่มีให้บริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 เปรียบเทียบกับช่วงสิ้นปี 2561

โรงแรมดุสิต โดฮา และโรงแรมดุสิต โอเต็ล แอนด์ สวีท โดฮา เปิดให้บริการในเดือนพฤษภาคม 2562 โดยสร้างผลประโยชน์ที่ค่อนข้างมาก เมื่อเปรียบเทียบกับตลาดโรงแรม Upper Upscale sector

แอฟริกา

อียิปต์

ธนาคารโลกคาดการณ์ว่า เศรษฐกิจของประเทศอียิปต์จะเติบโตขึ้นร้อยละ 5.5 จากการรักษาการเติบโตที่แข็งแกร่ง ตัวเลขฐานะการคลัง (fiscal outturns) ที่ดีขึ้น และการรักษาคู่ค่าต่างประเทศ (external accounts) โดยภาคธุรกิจแก๊ส การท่องเที่ยว การค้าส่งและค้าปลีก อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างเป็นตัวขับเคลื่อนหลักในการเติบโต การส่งออกสินค้าและบริการสุทธิเพิ่มขึ้นเล็กน้อย การลงทุนของภาคเอกชนเพิ่มขึ้น ในขณะที่อัตราการว่างงานลดลง ในช่วงสิ้นสุดโครงการฟื้นฟูเศรษฐกิจระยะเวลา 3 ปี ประเทศอียิปต์ได้กู้เงินจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ IMF จำนวน 12 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ และได้ชำระคืนเต็มจำนวนเรียบร้อยแล้ว แนวโน้มในปี 2563 อัตราการเติบโตคงที่ประมาณร้อยละ 5.9 ตามที่คาดการณ์ไว้ในปี 2563

ในปี 2562 โรงแรมดุสิตธานี ไคโร มีรายได้จากการดำเนินงานขั้นต้น (Gross Operating Revenue) เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 จากผลประกอบการด้านอาหารและเครื่องดื่มที่แข็งแกร่งรวมถึงห้องพัก คาดว่าโรงแรมจะมีรายได้เพิ่มขึ้นในปี 2563

เคนยา

ธนาคารโลกคาดการณ์ว่า GDP จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.6 ขณะที่แนวโน้มการเติบโตในระยะกลางยังคงที่ เหตุการณ์ภัยแล้งที่เพิ่งเกิดขึ้นและการลงทุนของภาคเอกชนที่ลดลงอย่างต่อเนื่องอาจส่งผลให้การเติบโตลดลงในระยะเวลาอันใกล้ การคาดการณ์การเติบโตในปี 2563 อยู่ที่ร้อยละ 6 แม้การเลิกจ้างเพิ่มขึ้นจากภาคเอกชนที่ชบเซา ในการเปิดเผยข้อมูลกำไร (Profit Warnings) โดยบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ต่างๆ ประกอบกับอัตราการว่างงานที่สูงขึ้น ล้วนส่งผลให้แนวโน้มทางเศรษฐกิจของประเทศถดถอย

โรงแรมดุสิตดีทู ไนโรบี ปิดให้บริการ เนื่องจากมีการปรับปรุงโรงแรมตั้งแต่เดือนมกราคม 2562 ถึงเดือนสิงหาคม 2562 ในการเปิดให้บริการโรงแรมทั้งหมดในปี 2563 คาดว่า โรงแรมจะมีผลประกอบการที่เพิ่มขึ้นจากการกลับมาของลูกค้าองค์กรที่หายไปในช่วงการปรับปรุงโรงแรม

แนวทางการขายที่สำคัญ

บริษัทยังคงมุ่งเน้นการจองห้องพักโดยตรงผ่านข้อตกลงระหว่างเครือข่ายแบบเลือกสรร (selective chain-level agreements) โดยการติดต่อโดยตรง และมีการเปิดตัวรูปแบบการจองห้องพักในราคาเหมารวม (Wholesale dynamic booking platform) เพื่ออำนวยความสะดวกในการจองห้องพักกับโรงแรมและรีสอร์ทในเครือดุสิต โดยตรง เพื่อลดความแตกต่างของอัตราราคาที่พัก

โรงแรมและรีสอร์ทในเครือดุสิต ได้ดำเนินการจัดทำแผนเพื่อสร้างรายได้ส่วนเพิ่ม ให้ครอบคลุมโรงแรมทุกแห่งด้วยการจัดกิจกรรมในโรงแรม โดยจัดให้มีกิจกรรมปฏิสัมพันธ์ต่างๆ กับผู้เข้าพักจากเมือง

ต่างๆ รวมถึงจากต่างประเทศ กิจกรรมดังกล่าวนำเสนอประสบการณ์ที่พิเศษ ตั้งแต่ประสบการณ์การทำอาหารจากวัตถุดิบในสวน (farm to table cooking) ไปจนถึงวิทยาการที่มีชื่อเสียงนำเสนอเรื่องที่น่าสนใจหรือทางวัฒนธรรมท้องถิ่น และอื่นๆ อีกมากมาย

ในปี 2562 บริษัทได้เปิดตัวโครงการผู้นำรุ่นใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ในการรักษาบุคลากรที่มีความสามารถไว้กับบริษัทสำหรับเตรียมความพร้อมในการขยายโรงแรมและรีสอร์ทในเครือดุสิตทั่วโลก และบริษัทยังได้เพิ่มประสิทธิภาพการขาย ด้วยการฝึกอบรมการขายภายในองค์กร ในภูมิภาคแอฟริกา ตะวันออกกลางและเอเชีย

การจองห้องพักผ่านทาง E-Business

บริษัทยังคงผลักดันการจองห้องพักโดยตรงผ่านทางออนไลน์เป็นหลัก การลงทุนที่เพิ่มขึ้นในสื่อดิจิทัลหลัก เช่น Google Search และ Metasearch ซึ่งมีอัตราการเยี่ยมชมเว็บไซต์เพิ่มขึ้นอย่างมาก (เพิ่มขึ้นร้อยละ 54 จากปี 2561) ในปี 2562 เว็บไซต์ Dusit.com สร้างรายได้จากการจองห้องพักจำนวน 298.8 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.3 จากปี 2561) และคิดเป็นร้อยละ 13.5 ของธุรกิจออนไลน์ของดุสิตทั้งหมด

การสร้างแบรนด์และการส่งเสริมความภักดีต่อแบรนด์ดุสิต

1. โรงแรมและรีสอร์ทในเครือดุสิต เป็นหนึ่งในโรงแรมที่เป็นที่ชื่นชอบมากที่สุด在线สื่อสังคมออนไลน์ โดยในช่วงสิ้นปี 2562 มีผู้ติดตามในเฟซบุ๊กมากกว่า 1.1 ล้านคน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 47 เทียบกับปี 2561) ทำให้ดุสิตอยู่ใน 5 อันดับแรกของเครือโรงแรมระหว่างประเทศ ร่วมกับแมริออต (Marriott) แอคคอร์ (Accor) ฮิลตัน (Hilton) และแซงกรีลา (Shangri-La)

2. ในปี 2562 มีการปรับภาพลักษณ์แบรนด์ของโรงแรมดุสิตธานี และดุสิตดิทู ซึ่งจะเปิดตัวและเริ่มใช้ในไตรมาสแรกของปี 2563

3. สำหรับโปรแกรมดุสิตโกลด์ (Dusit Gold loyalty program) ในปี 2562 มุ่งเน้นการเพิ่มสิทธิประโยชน์พิเศษให้แก่สมาชิก และการธุรกรรมของสมาชิก ตัวอย่างกลยุทธ์สำคัญที่ใช้ เช่น

3.1 การพัฒนาหน้าเว็บพอร์ทัลสำหรับสมาชิกใหม่โดยปรับปรุงการออกแบบและการใช้งานโดยรวม

3.2 สิทธิประโยชน์ส่วนลดห้องพักสำหรับสมาชิกใหม่ที่ใช้ได้กับห้องพักทุกราคาบนเว็บไซต์ Dusit.com

3.3 การร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อเสนอสิทธิประโยชน์เพิ่มเติม เช่น สิทธิการใช้ห้องรับรองชั้นธุรกิจในสนามบิน ตัวเครื่องบินราคาพิเศษ จัดกิจกรรมร่วมกับเครื่องสำอางแบรนด์หรู เป็นต้น

4. ในช่วงสิ้นปี 2562 ดุสิตโกลด์ มีจำนวนสมาชิกทั้งหมด มากกว่า 1,320,000 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 54 จากปี 2561 โดยการเข้าพักของสมาชิกดุสิตโกลด์ คิดเป็นร้อยละ 17.7 ของผู้เข้าพักโรงแรมทั้งหมดในปี 2562

การตลาดร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ

1. ในปี 2562 บริษัทมุ่งเน้นการรักษาพันธมิตรใหม่ อาทิ ธนาคารและสายการบินในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และตะวันออกกลาง สายการบินเวียดนาม เซบูแปซิฟิก แอร์ แอสตานา ธนาคารแห่งการสื่อสารประเทศจีน ธนาคารเรียคท์ ธนาคารเอชเอสบีซีแห่งตะวันออกกลาง ธนาคารเมโทรโพลิแตน ประเทศฟิลิปปินส์ ธนาคารยูโอบีและดีบีเอส ประเทศสิงคโปร์ รวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจอื่นๆ ในตะวันออกกลาง เพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด ความร่วมมือดังกล่าวสร้างรายได้มากกว่า 9.6 ล้านบาท จากกิจกรรมการส่งเสริมการขายต่างๆ แก่ฐานสมาชิก

2. ดุสิตยังเข้าร่วมโครงการแลกคะแนน (reward redemption program) กับหน่วยงานต่างๆ เช่น บัตรเครดิตกรุงไทย ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร บางกอกแอร์เวย์ส การบินไทย อเมริกันเอ็กซ์เพรสและบัตรเครดิตกรุงศรี ความร่วมมือดังกล่าวสร้างรายได้ประมาณ 24 ล้านบาท จากกิจกรรมการแลกรางวัลห้องพักโรงแรม

การโฆษณาองค์กร

1. ในปี 2562 บริษัทมุ่งเน้นการโฆษณาสื่อดิจิทัลเป็นหลัก ได้แก่ เว็บไซต์ค้นหาข้อมูลภูเก็ต และโฆษณาออนไลน์บนเฟสบุ๊ก อินสตาแกรม ไลน์ และวีแชท โฆษณารูปแบบดังกล่าวสร้างรายได้มากกว่า 45 ล้านบาท โดยมียอดผู้ชมประมาณ 30 ล้านคน นอกจากนี้ บริษัทได้เปิดเว็บไซต์ภาษาเกาหลี และเริ่มโฆษณาออนไลน์บน เนเวอร์ (Naver) เว็บไซต์ค้นหาข้อมูลอันดับหนึ่งของประเทศเกาหลี ซึ่งเป็นตลาดอันดับต้นของเอเชีย

2. สำหรับโฆษณาส่งพิมพ์ บริษัทได้แสดงสื่อโฆษณาภาพแบรนด์ดุสิตในงานแสดงสินค้า (tradeshows) เช่น ITB Berlin, ATM Dubai และ SATTE India เพื่อสนับสนุนการรับรู้แบรนด์ในตลาดหลักดังกล่าว

ประชาสัมพันธ์องค์กร

ในปี 2562 การประชาสัมพันธ์ของบริษัท มุ่งเน้นไปที่การจัดกิจกรรม หรือการเผยแพร่ข่าวสารที่สอดคล้องกับกลยุทธ์การเติบโต และภาพลักษณ์องค์กร ซึ่งเนื้อหาส่วนใหญ่ครอบคลุมประเด็นต่อไปนี้

1. การสร้างสมดุลของแหล่งรายได้และกำไร ที่มาจากผลการดำเนินงานทั้งภายในและต่างประเทศ เช่น ขว่ผลการดำเนินงานประจำไตรมาส

2. การสร้างความเติบโตให้กับธุรกิจหลัก ธุรกิจรอง และสินทรัพย์ที่มีอยู่ เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ เรื่องการเปิดโรงแรมใหม่ การรับบริหารโรงแรม รวมถึงการขยายประเภทธุรกิจที่พักรอบคลุมในทุกความต้องการของลูกค้า

3. การกระจายความเสี่ยงไปลงทุนยังธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการต่อยอดและบูรณาการกับธุรกิจหลักที่มีอยู่ให้ครบวงจรมากขึ้น เช่น การลงทุนในธุรกิจอาหาร และการเปิดตัวโครงการดุสิตเซ็นทรัลพาร์ค

4. การสร้างการรับรู้และการดูแลรักษาภาพลักษณ์ ในแบรนด์สินค้า บริการ และองค์กรในภาพรวม เช่น การได้รับรางวัลต่างๆ และการเปิดร้านอาหารบ้านดุสิตธานี เป็นต้น

ทั้งนี้ ปริมาณกิจกรรมประชาสัมพันธ์ตลอดทั้งปี มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 86 รายการ ก่อให้เกิดการเผยแพร่ข้อมูลที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรจำนวนทั้งสิ้น 5,297 ชิ้น ซึ่งข้อมูลดังกล่าว เป็นการเผยแพร่ผ่านสื่อกระแสหลักและสื่อดิจิทัลทั้งในและต่างประเทศที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวน 393,153,266 ครั้ง ด้วยมูลค่าการประชาสัมพันธ์รวมทั้งสิ้น 731,266,370 บาท

➤ การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

บุคลากรถือเป็นกุญแจสำคัญในการดำเนินธุรกิจโรงแรมและบริการที่เกี่ยวข้องอื่นๆ นอกเหนือจากทำเลที่ตั้ง และการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้า

สำหรับโรงแรมในประเทศไทย พนักงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานในประเทศที่มีทักษะในการให้บริการที่ดี อย่างไรก็ตาม บางตำแหน่งต้องใช้ความเชี่ยวชาญของชาวต่างชาติ สำหรับโรงแรมในต่างประเทศนั้น จะมีบุคลากรในท้องถิ่นเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในประเทศนั้นๆ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ โดยจะคงไว้ซึ่งมาตรฐานการบริการและการต้อนรับแบบวัฒนธรรมไทย

นอกจากนี้ วิทยาลัยดุสิตธานียังมุ่งให้ความสำคัญกับการสร้างบุคลากรที่ให้บริการต้อนรับด้วยอัธยาศัยไมตรีและอย่างมืออาชีพ ซึ่งคาดหวังว่าจะเป็นแรงขับเคลื่อนให้กับโรงแรมในกลุ่มดุสิตต่อไป

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี-

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

ข. ธุรกิจรับบริหารโรงแรม

➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

โรงแรมและรีสอร์ทที่รับบริหาร มีดังนี้

ข.1) “ดุสิตธานี” โรงแรมระดับ 5 ดาว ภายใต้ชื่อ “ดุสิตธานี” ธุรกิจดังกล่าวรวมถึงการให้ใช้ชื่อเครื่องหมายการค้า “ดุสิตธานี” (Licensing) ภายใต้การควบคุมมาตรฐานการให้บริการของบริษัท โดยสัญญาจ้างบริหารโรงแรมและสัญญาการให้ใช้ชื่อเครื่องหมายการค้าภายใต้ชื่อ “ดุสิตธานี” ทั้งหมดอยู่ภายใต้ บมจ. ดุสิตธานี



โรงแรมและรีสอร์ทชั้นหนึ่ง ที่เน้นความหรูหรา มีระดับ พร้อมด้วยบริการที่ครบครัน ประณีต และงดงามอย่างไทย ดุสิตธานีเป็นแบรนด์หลักของดุสิต มอบสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหนือระดับ พร้อมการบริการและการตกแต่งที่แสดงถึงประเพณีและวัฒนธรรมของไทย

โรงแรมและรีสอร์ทในเครือดุสิตธานี ตั้งอยู่ใกล้กับย่านใจกลางธุรกิจและสถานที่สำคัญต่างๆ ของจุดหมายปลายทางแต่ละแห่ง มีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เหนือระดับไว้ให้บริการอย่างพร้อมสรรพสำหรับทุกโอกาส รวมทั้งงานฉลองพิเศษและกิจกรรมทางธุรกิจและงานสังคมที่สำคัญ

ข.2) “ดุสิตदेवराणा” ดุสิตदेवराणा มอบความมีชีวิตชีวาและโดดเด่นด้วยรสนิยมชั้นเลิศสำหรับตลาดเฉพาะกลุ่ม โดยนำมรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่าผสานกับการบริการที่เป็นเลิศเพื่อส่งมอบประสบการณ์สุดพิเศษที่หรูหราและมีความเป็นส่วนตัว จึงเหมาะสำหรับการหลีกหนีจากโลกอันสับสนวุ่นวายเพื่อมาเติมเต็มความสดชื่นและฟื้นฟูพลังให้แก่จิตใจ



โรงแรมและรีสอร์ทชั้นเลิศ ในเมืองท่องเที่ยวชั้นนำ ที่เน้นความพิถีพิถัน และให้ความสำคัญส่วนตัวถึงที่สุดแก่แขกผู้มาเยือน ดุสิตदेवराणा โรงแรมหรูที่ส่งมอบประสบการณ์สุดพิเศษด้วยการบริการที่เหนือระดับพร้อมความเป็นส่วนตัว สำหรับนักเดินทางที่มีความพิถีพิถัน

ข.3) “ดุสิตดีทู” เป็นโรงแรมร่วมสมัยที่ผสมผสานระหว่าง การออกแบบที่ทันสมัย เทคโนโลยีแห่งอนาคต ความสะดวกสบาย และบริการอย่างชาญฉลาด เพื่อตอบสนองความต้องการและเป็นแรงบันดาลใจให้กับนักเดินทางรุ่นใหม่ในปัจจุบัน



โรงแรมและรีสอร์ทระดับบนที่ทันสมัยและสดใสอย่างมีสไตล์
เหมาะแก่นักเดินทางในยุคปัจจุบันที่ต้องการเชื่อมต่อกับเทคโนโลยีตลอดเวลา

ดุสิตดิทู ตั้งอยู่ในทำเลสำคัญที่เป็นย่านธุรกิจการค้าและย่านบันเทิงหลัก ที่พักของดุสิตดิทูล้วนแต่เป็นจุดหมายอันพึงปรารถนา ที่ผู้มาเยือนจะได้สัมผัสกับประสบการณ์ที่ให้ความตื่นตาตื่นใจและความรื่นรมย์ ดุสิตดิทู คือสถานที่เพื่อการพบปะสังสรรค์ ภายใต้ความคลาสสิกแบบใหม่ในยุคสมัยปัจจุบัน เป็นสถานที่ที่มอบบรรยากาศแห่งความร่วมมือ ความหรูหราในสไตล์สบายๆ และมนต์สะกดที่เปี่ยมด้วยสีสัน

ข.4) “ดุสิตปรีนเซส” โรงแรมระดับกลางมาตรฐานสากลที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเป็นของตนเองภายใต้บรรยากาศที่สะท้อนถึงย่านที่เป็นทำเลที่ตั้งของโรงแรม ผสานกับการต้อนรับที่อบอุ่นและเป็นกันเอง รวมทั้งการจัดพื้นที่ใช้สอยที่มีประสิทธิภาพ จึงเหมาะอย่างยิ่งสำหรับนักเดินทางที่เรียบง่าย



โรงแรมและรีสอร์ทที่เน้นความคุ้มค่า สะดวกครบครัน เป็นกันเอง สำหรับนักเดินทางและนักธุรกิจทั่วไป

ดุสิตปรีนเซส นำเสนอความคุ้มค่า และตอบสนองความต้องการหลักของตลาด ซึ่งเป็นกลุ่มนักเดินทางที่แสวงหาความเรียบง่าย สะดวกสบาย สะอาด และการต้อนรับที่อบอุ่นและเป็นกันเอง

ข.5) “ไวท์แลเบลโฮเทลบริหารโดยดุสิต” โรงแรมและรีสอร์ทที่บริหาร โดย บมจ. ดุสิตธานี ซึ่งมีมาตรฐานโครงการระดับ 3 ดาวขึ้นไป เป็นอิสระจากข้อจำกัดทางด้านการออกแบบ และยังคงไว้ซึ่งระดับและมาตรฐานคุณภาพการบริการของดุสิต เน้นการตอบสนองความต้องการของตลาดและผู้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งมอบความรู้สึกสบาย ความเอาใจใส่ และสัมผัสถึงความคิดสร้างสรรค์ ให้ประสบการณ์ที่ประทับใจตั้งแต่แรกเห็นจากการออกแบบภายนอกที่โดดเด่นและการต้อนรับที่อบอุ่น ตำแหน่งที่ตั้งสามารถเข้าถึงได้ง่าย อยู่ในย่านธุรกิจท่องเที่ยว กิจกรรมสันทนาการ หรือ เป็นรีสอร์ทเพื่อการพักผ่อน

White Label Hotel Managed by Dusit

โรงแรมและรีสอร์ทที่มีการออกแบบเฉพาะ ให้บริการที่เป็นมิตรและสะดวกสบาย ตอบสนองความต้องการของตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

การพัฒนาโดยรวม

ในปี 2562 ดุสิตมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และสร้างความสมดุลทางภูมิศาสตร์ โดยการเปิดตัวโรงแรมใหม่ 9 แห่งใน 5 ประเทศ และยังคงรุกหน้าขยายตัวต่อไปในไทย ฟิลิปปินส์ จีน เวียดนาม กาตาร์ และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ด้วยเหตุนี้ ดุสิตจึงเปิดโรงแรม 37 แห่งใน 11 ประเทศ

โรงแรมเปิดใหม่ในปี 2562

- ดุสิตสวีท ราชดำริ กรุงเทพ (ประเทศไทย)
- ดุสิตดีทู ดาเวา (ประเทศฟิลิปปินส์)
- ดุสิตธานี มัคตัน เซบู (ประเทศฟิลิปปินส์)
- ดุสิตธานี เรสซิเดนซ์ ดาเวา (ประเทศฟิลิปปินส์)
- ดุสิตธานี แชนเคิลวูด รีสอร์ท กวางตุ้ง ฮุยโจว (ประเทศจีน)
- ดุสิตธานี เวทแลนด์ ปาร์ค รีสอร์ท เจียงซู หานานจิง (ประเทศจีน)
- ดุสิตธานี หวงจิน ฉางโจว (ประเทศจีน)
- ดุสิต โฮเทล โคฮา (ประเทศกาตาร์)
- ดุสิตปรีนเซส เรสซิเดนซ์ คูไบ มาริน่า (สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์)

ในส่วนของเดอะ บีช คลับ เกาะลูปี แพลนแท่น (ประเทศฟิลิปปินส์) ที่เปิดให้บริการเมื่อปี 2561 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น ดุสิตธานี ลูปี แพลนแท่น รีสอร์ท และได้เปิดให้บริการเรียบร้อยแล้ว ภายใต้แบรนด์ดุสิตธานี

ในปี 2562 ดุสิตได้ลงนามสัญญากับโครงการใหม่ภายใต้แบรนด์ดุสิตทั้งหมด 15 โครงการ ภายใต้ข้อตกลงสัญญาบริหารโรงแรมและสัญญาธุรกิจแฟรนไชส์

การลงนามสัญญาโรงแรมในเอเชียแปซิฟิก (APAC)

ในปี 2562 ดุสิตได้ลงนามสัญญาโรงแรม 13 แห่งในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ได้แก่

- ดุสิตสวีท ราชดำริ กรุงเทพ (ประเทศไทย)
- ดุสิตดีทู สามย่าน กรุงเทพ (ประเทศไทย)
- แอทโมทเฟียร์ บีช รีสอร์ท กระบี่ (ประเทศไทย)
- ดุสิตธานี ฮอยอัน (ประเทศเวียดนาม)
- ดุสิต ดุฮัว พาเลซ ฮานอย (ประเทศเวียดนาม)
- ดุสิตปรีนเซส กาฐมาณฑุ (ประเทศเนปาล)
- ดุสิตปรีนเซส โบราเคย์ (ประเทศฟิลิปปินส์)
- ดุสิตธานี ฮอตสปริง แอนด์ สปริง รีสอร์ท หวงกงซาน เจียงซี (ประเทศจีน)
- ดุสิตธานี รีสอร์ท เจียงซี หวงซาน (ประเทศจีน)
- ดุสิตธานี ด้าหลี่ ยูนนาน (ประเทศจีน)
- ดุสิตธานี หวงจิน ฉางโจว (ประเทศจีน)
- ดุสิตธานี ฮอตสปริง สปริง รีสอร์ท กว่างโจว เจียงซี (ประเทศจีน) และ
- ดุสิตปรีนเซส กว่างโจว เจียงซี (ประเทศจีน)

การลงนามสัญญากับโรงแรมในยุโรปตะวันออกกลางและแอฟริกา (EMEA)

ปี 2562 ดุสิตได้ลงนามสัญญาโรงแรม 2 แห่งในยุโรปตะวันออกกลางและแอฟริกา ได้แก่

- ดุสิตปรีนเซส เรสซิเดนซ์ คูไบ มารีน่า (สหรัฐอเมริกาเบเรดส์)
- ดุสิตคิฟู แอดเวนเจอร์ รีสอร์ท เจเบล อัซหฺร (ประเทศโอมาน)

การพัฒนาในปี 2563

ดุสิตยังคงสร้างแรงผลักดันที่แข็งแกร่งอย่างต่อเนื่อง และคาดว่าจะเปิดโรงแรมประมาณ 10 แห่ง โรงแรม在不同ประเทศ 9 แห่ง และในประเทศไทย 1 แห่ง (โรงแรมอาศัย ไซนา ทาวน์) ทั้งนี้ จำนวนโรงแรม 2563 เป็นการประมาณการ ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID -19)

ในการพยายามบรรลุเป้าหมายที่จะเปิดดำเนินการโรงแรมให้ถึง 150 แห่งภายในปี 2566 ปัจจุบันบริษัทอยู่ระหว่างดำเนินการโครงการที่มีศักยภาพมากกว่า 60 โครงการ โดยเน้นประเทศที่มีศักยภาพในการเติบโตในธุรกิจท่องเที่ยว เช่น ฟิลิปปินส์ เวียดนาม จีน ญี่ปุ่นและโอมาน ประเทศใหม่ๆ ที่น่าสนใจ เช่น ออสเตรเลีย อินเดีย และมีกลยุทธ์เข้าสู่ตลาดที่มีเสถียรภาพ เช่น ญี่ปุ่น เพื่อยกระดับสถานะที่แข็งแกร่งด้านธุรกิจบริการท่องเที่ยวของดุสิตทั้งในและต่างประเทศ

➤ **การตลาดและการแข่งขัน**

(ก) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

ทำการตลาดให้กับแบรนด์ดุสิตเพื่อให้ได้มาซึ่งสัญญาบริหารจัดการโรงแรมใหม่ๆ โดยดำเนินการ ดังนี้

- มีส่วนร่วมในการเข้าประชุม และเป็นวิทยากรรับเชิญในงานประชุมทางด้านการลงทุนธุรกิจโรงแรมต่างๆ ทั่วโลก
- สนับสนุนการจัดงาน South East Asia Hotel Investor Summit 2019 (SEAHIA)
- สนับสนุนการจัดงาน THINC Sri Lanka 2019
- สนับสนุนการจัดงาน HICSA Mumbai 2019
- สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการรายใหญ่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่ปรึกษาการลงทุน และกลุ่มผู้ประกอบการจัดหาทรัพยากร
- ใช้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์แผนการขยายธุรกิจของดุสิตผ่านช่องทางสื่อสารที่หลากหลาย
- การใช้สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ทางการตลาด

(จ) สภาพการแข่งขัน**การแข่งขันในปีที่ผ่านมาและแนวโน้มในอนาคต**

สำหรับภาพรวมธุรกิจรับบริหารโรงแรมทั่วโลกตลอดระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา มีการแข่งขันค่อนข้างสูงเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของเครือโรงแรมที่รับบริหารและแบรนด์โรงแรม ในขณะที่โครงการพัฒนาโรงแรมใหม่ชะลอตัว ส่งผลให้การแข่งขันในธุรกิจรับบริหารโรงแรมทั่วโลกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว การแข่งขันนี้ทำให้ค่าธรรมเนียมการรับบริหารลดลง และเงื่อนไขต่างๆ มีความยืดหยุ่นมากขึ้น สำหรับแนวโน้มในอนาคต ภูมิภาคเอเชียยังคงมีแนวโน้มและอัตราการเติบโตเป็นบวกซึ่งมีปัจจัยมาจากการเปลี่ยนแปลงทางประชากรและเศรษฐกิจ ในส่วนของบริษัท ปี 2562 โรงแรมที่ได้ลงนามสัญญาจ้างบริหารในต่างประเทศเพิ่มขึ้นในประเทศฟิลิปปินส์ เวียดนาม จีน และไต้หวัน ทำให้สัดส่วนรายได้จากการรับบริหารโรงแรมเพิ่มขึ้น

➤ การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทให้บริการด้านการรับบริหารโรงแรมในฐานะตัวแทนเจ้าของโรงแรม ธุรกิจรับบริหารโรงแรม รวมทั้งการให้ใช้ชื่อเครื่องหมายการค้า (Licensing) ภายใต้การควบคุมมาตรฐานการให้บริการของบริษัท ต้องใช้บุคลากรเป็นหลักในการประกอบธุรกิจ ทีมงานบริหารโรงแรมของบริษัทล้วนแต่เป็นบุคลากรผู้ชำนาญการที่ผ่านงานบริหารโรงแรมห้าดาวทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงทีมงานด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ที่มีความแข็งแกร่งในการวางกลยุทธ์ พัฒนาโปรแกรมทางการตลาด และสื่อสารเพื่อสร้างเสริมให้เครื่องหมายการค้าของบริษัทมีคุณค่าและเป็นที่ยอมรับ

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี-

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

ข.6) บริษัท อาศัย โฮลดิ้งส์ จำกัด**➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ASAI Hotels ดำเนินการโดย บริษัท อาศัย โฮลดิ้งส์ จำกัด ในรูปแบบทั้งที่เป็นเจ้าของโรงแรมและรับบริหารโรงแรม เป็นแบรนด์ใหม่ของเครือดุสิต ซึ่งได้ทำการเปิดตัวไปเมื่อวันที่ 4 เมษายน 2561 เป็นการเจาะตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลที่กำลังเป็นที่นิยมในขณะนี้ โดยโรงแรมอาศัย มีเป้าหมายเพื่อสร้างโรงแรมให้ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวยุคใหม่ ที่มองหาประสบการณ์ใหม่ๆ แตกต่างไปจากกรอบเดิมชื่นชอบการเดินทาง และเสาะหาประสบการณ์ท่องเที่ยวเสมือนคนในท้องถิ่น โรงแรมอาศัย เป็นโรงแรมไลฟ์สไตล์ในราคาที่จับต้องได้ โดยการออกแบบโรงแรมจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ตกแต่งและ

ใช้เฟอร์นิเจอร์มาจากวัสดุที่ดีเนื่องจากให้ความสำคัญกับความสวยงาม ปลอดภัยและคุ้มค่าของราคา การออกแบบของโรงแรมจะออกแบบให้มีขนาดห้องพักกะทัดรัดและเกิดประโยชน์สูงสุด พื้นที่ทั้งหมดประมาณ 500-700 ตารางเมตร พื้นที่ห้อง 15-18 ตารางเมตร ระบบการบริหารจัดการค่อนข้างง่าย กระชับ มีฟิตเนส ที่จอดรถอัตโนมัติ และมีพื้นที่ส่วนกลาง Eat, Work, Play จะเน้นให้มีความเป็นท้องถิ่นและสะท้อนถึงตัวตนเอกลักษณ์ของชุมชนนั้นๆ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำกับแขกที่เข้าพักตามสโลแกน “Live Local” โดยโรงแรมอาศัย ไซนาทาวน์ ซึ่งเป็นโรงแรมอาศัยแห่งแรก เดิมมีกำหนดเปิดให้บริการได้ภายในช่วงต้นปี 2563 แต่เนื่องจากเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID -19) ระบาดอย่างหนักในช่วงต้นปีดังกล่าว จนถึงขณะนี้สถานการณ์ยังไม่คลี่คลาย เพื่อให้เกิดความปลอดภัยสูงสุดกับบริษัท พนักงาน และชุมชน ฝ่ายบริหารจึงได้พิจารณาเลื่อนการเปิดเป็นไตรมาสที่ 3 ของปี 2563

นอกจากนี้ โรงแรมอาศัย ยังสร้างความแตกต่างจากการบริการรูปแบบเดิม โดยการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกสบาย การมอบประสบการณ์ในการจองและเข้าพักกับนักเดินทาง อาทิ การเช็คอินด้วยตนเองที่ตู้บริการอัตโนมัติ บริการคู่มือท่องเที่ยวออนไลน์แบบพิเศษซึ่งให้ข้อมูลกับลูกค้าเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมต่างๆ ที่มีผู้คนท้องถิ่นเท่านั้นที่รู้จัก แนะนำสถานที่ที่เหมาะสมแก่การถ่ายรูปเพื่อแบ่งปันประสบการณ์ในโซเชียลมีเดีย รวมถึงมีบริการลิงก์เข้ากับไกด์ท้องถิ่นเพื่อให้แขกเปิดประสบการณ์ที่แปลกใหม่

➤ การตลาดและการแข่งขัน

(ก) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

กลุ่มเป้าหมาย:

นักเดินทางยุคใหม่ที่มีแนวคิดและไลฟ์สไตล์แบบมิลเลนเนียล เน้นตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จีน ญี่ปุ่น เกาหลี และนักเดินทางที่แสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ และแตกต่างในราคาที่จับต้องได้และความคุ้มค่าในผลิตภัณฑ์ ซึ่งขณะนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีการเติบโตมากที่สุดและยังเป็นกลุ่มตลาดที่มีความน่าสนใจที่จะเข้าพักในโรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีการตกแต่งและใช้วัสดุอย่างดีซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของโรงแรมอาศัย

(ข) สภาพการแข่งขัน

เทคโนโลยี การออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ และประสบการณ์แบบคนท้องถิ่น คือสิ่งที่นักเดินทางกลุ่มมิลเลนเนียลแสวงหา ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่ต้องการใช้เวลาไปกับการอยู่แต่ในห้องพัก แต่จะใช้บริการที่ลือขบี่ซึ่งเป็นทั้งที่ทำงานและที่พบปะสังสรรค์ สามารถพักในห้องที่มีขนาดกะทัดรัดโดยที่ตั้งของโรงแรมอยู่ใกล้กับสถานที่ที่น่านั่งดู และมีความสัมพันธ์กับชุมชน นอกจากนี้ การบริการที่แปลกใหม่โดยพนักงานสามารถมีทักษะที่หลากหลาย สามารถทำงานในหลายตำแหน่ง โดยโรงแรมอาศัยได้ให้ความสำคัญกับพนักงานเป็นอย่างมาก ต้องการให้โรงแรมอาศัยเป็นสถานที่ที่พนักงานทำงานแล้วมีความสุข

และสามารถเติบโตในหน้าที่การงานได้อย่างดีเยี่ยมเมื่อเทียบกับโรงแรมอื่น อาศัยมีพนักงานเฉลี่ยเมื่อเทียบกับจำนวนห้องอยู่ที่ 0.32 เท่านั้น ในขณะที่ค่าเฉลี่ยของโรงแรมทั่วไปจะอยู่ 0.73 ซึ่งหมายความว่าสิทธิประโยชน์จะตกอยู่กับพนักงานอย่างเห็นได้ชัด และหวังเป็นอย่างยิ่งว่า อาศัยจะเป็นองค์กรแรกๆ ที่จุดประกายความสำคัญของแรงงานด้านอุตสาหกรรมบริการให้มากขึ้น นอกจากนี้ คู่แข่งสำคัญในตลาดได้แก่ Holiday Inn Express (IHG), Moxy (Marriott), CitizenM, Red Planet, ibis (AccorHotels)

➤ การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

เป็นการบริการที่พิกสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการหาประสบการณ์ใหม่ๆ แบบท้องถิ่น และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันพร้อมเทคโนโลยีที่ทันสมัย เนื่องจากการใช้จ่ายปัจจุบันของนักท่องเที่ยวเริ่มเปลี่ยนไปใช้ช่องทางออนไลน์ ประกอบกับเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทมากขึ้น โรงแรมอาศัยจึงต้องพัฒนาเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น นอกจากการให้บริการที่ทันสมัยแล้ว โรงแรมอาศัยยังไม่หยุดยั้งที่จะพัฒนาสินค้า และได้ทำ Collaboration กับหุ้นส่วนต่างๆ เช่น ERR Urban Rustic Thai, APPIA, Seoul Food Mahanakhon, Akha Ama Coffee เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าให้ได้มากที่สุดถึงความเป็นไลฟ์สไตล์ของอาศัย

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

โรงแรมอาศัย กรุงเทพฯ ไซนาทาวน์ ตั้งอยู่ภายในโครงการ I'm Chinatown ซึ่งเป็นโครงการ Mixed Use ประกอบด้วยห้างสรรพสินค้า เรสซิเดนซ์ และโรงแรม ติดถนนเจริญกรุง ห่างจากสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) วัดมังกรเพียง 100 เมตร และพร้อมส่งมอบงานเดือนเมษายน 2563 และคาดว่าจะสามารถเปิดให้บริการได้ในเดือนสิงหาคม 2563

โรงแรมอาศัย กรุงเทพฯ สาทร ตั้งอยู่ในซอยสาทร 12 ห่างจากสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส ศึกษาวិทยา ซึ่งกำลังก่อสร้างประมาณ 100 เมตร ขณะนี้โรงแรมอยู่ระหว่างดำเนินการก่อสร้าง คาดว่าจะแล้วเสร็จ และเปิดให้บริการภายในไตรมาสที่สี่ของปี 2563

ทั้งนี้ สามารถชมตัวอย่างห้องพักโรงแรมได้ที่ศูนย์ความเป็นเลิศวิทยาลัยดุสิตธานี ถนนเพชรบุรี

ข.7) LVM Holdings Pte. Ltd.

LVM Holdings Pte. Ltd. ("LVM Holdings") เป็นบริษัทย่อยของ Dusit Overseas Co., Ltd. ที่ลงทุนเมื่อปี 2561 ประกอบด้วย 9 บริษัท ซึ่งจัดตั้งขึ้นในหลายประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งประกอบธุรกิจทำการตลาด ดำเนินการจอง และบริหารจัดการวิลล่าระดับหรูแบบครบวงจรภายใต้แบรนด์ อีลิธ เฮเวนส์ (Elite Havens) ปัจจุบันมีวิลล่าให้บริการอยู่ในอินโดนีเซีย ไทย ญี่ปุ่น ศรีลังกา และมัลดีฟส์ โดย LVM Holdings มีแผนการขยายธุรกิจในอนาคตทั้งในประเทศไทย ญี่ปุ่น และศรีลังกา และวางแผนจะเข้าสู่ออสเตรเลียและยุโรป

โดยในปี 2562 LVM Holdings ได้ลงทุนใน Niseko Gourmet Co., Ltd ประเทศญี่ปุ่น ประกอบธุรกิจให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ในอัตราร้อยละ 100 เพื่อสนับสนุนธุรกิจหลักของ LVM Holdings

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

อิลิซ เฮเวนส์ เป็นผู้ให้บริการจัดการและให้เช่าวิลล่าสุดหรูชั้นนำในเอเชีย เปิดดำเนินการมาแล้ว 22 ปี โดยมีเครือข่ายวิลล่าสุดหรูและชาเล่ต์จำนวน 270 แห่ง ตั้งอยู่ในจุดหมายปลายทางยอดนิยมอย่าง บาห์ลี ลอมบอก ภูเก็ต เกาะสมุย ศรีลังกา และนิเซโกะ

ลักษณะการดำเนินการคือ บริษัทจะทำสัญญาข้อตกลงพื้นฐานพิเศษโดยตรงกับเจ้าของวิลล่า สุดหรู เพื่อทำการจัดการและ/หรือทำการตลาดอสังหาริมทรัพย์ทั่วโลกผ่านช่องทางการจองที่เป็นกรรมสิทธิ์และตัวแทนขาย ซึ่งการดำเนินงานของ อิลิซ เฮเวนส์ นั้นได้รับการสนับสนุนโดยเทคโนโลยีที่ได้รับการพัฒนาภายใน เป็นการจัดการแบบเรียลไทม์ที่รวมทั้งปฏิทิน อัตราราคา ผ่านช่องทางการจองที่หลากหลาย สามารถปรับเปลี่ยนสถานที่และสกุลเงินได้มากมาย ทั้งนี้ ยังสามารถเข้าถึงผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด เช่น เจ้าของวิลล่า ตัวแทนการท่องเที่ยว พนักงานวิลล่าผู้บริหารและพนักงาน เพื่อเป็นการรับมือกับการแข่งขันอันท้าทายในอุตสาหกรรมนี้ พร้อมการอยู่เหนือคู่แข่งอยู่เสมอ

➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

อิลิซ เฮเวนส์ ให้บริการวิลล่าตากอากาศระดับไฮเอนด์ที่ได้รับการคัดสรรมาแล้วในเมืองท่องเที่ยวที่เป็นที่ต้องการมากที่สุดในเอเชีย สถานที่ให้บริการแต่ละแห่งจะได้รับการประเมินก่อนการเลือกเพื่อให้แน่ใจว่าตรงกับความเป็นแบรนด์ระดับบน

ที่ตั้ง	จำนวนวิลล่าที่ทำการตลาด	จำนวนวิลล่าที่บริหารจัดการ
อินโดนีเซีย	171	79
ไทย	68	47
ญี่ปุ่น	18	18
ศรีลังกา	5	5
มัลดีฟส์	8	0
ทั้งหมด	270	149

ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

วิลล่าที่ให้บริการประกอบด้วยวิลล่าเดี่ยว คอมเพล็กซ์วิลล่าขนาดเล็ก และคอมเพล็กซ์วิลล่าขนาดใหญ่อีกสองสามแห่ง จำนวนห้องนอนต่อวิลล่ามีตั้งแต่ 1 ถึง 9 ห้อง โดยเฉลี่ยแล้วจะมี 4 ถึง 5 ห้องนอน วิลล่าแต่ละหลังมีสโตร์และที่ตั้งอันหลากหลาย มีการออกแบบทั้งแบบทันสมัยไปจนถึงแบบดั้งเดิม ตั้งแต่บ้าน

ริมทะเลในเขตร้อนชื้น ชาเล่ต์สกีบนภูเขา สถานที่พักผ่อนในชนบท และบ้านพักที่มีวิวทิวทัศน์บนหน้าผาแบบพาโนรามาสวยงามที่เหมาะสมสำหรับจัดงานแต่งงาน บ้านพักตากอากาศฤดูร้อนทั้งหมดมีสระว่ายน้ำส่วนตัวหลายหลังมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม เช่น สนามเทนนิส ห้องพักผ่อน ห้องเล่นเกม ห้องออกกำลังกาย ห้องสปา และโรงภาพยนตร์ในบ้าน

บ้านพักตากอากาศที่โดดเด่นของ อีลิธ เฮเวนส์ ได้แก่ บ้านพาทะเลและชาวา บีช วิลล่า (ภูเก็ต ประเทศไทย) โนกู บีช เฮาส์ และพันดาวา คลิฟ เอสเตท (บาห์ลี อินโดนีเซีย) บ้านสุริยา และปานาเซีย ริทริด (เกาะสมุย ประเทศไทย) วิลล่า ซาฟิ และ เซอลอง เซอโล เรซิเดนส์ (ลอมบอก อินโดนีเซีย) บ้านเอกอัครราชทูต (กอลด์ ศรีลังกา) และวิลล่า เซซู (นิเซโกะ ญี่ปุ่น)

การบริการให้กับเจ้าของวิลล่า

อีลิธ เฮเวนส์ ให้บริการแบบครบวงจรชนิดที่ไร้รอยต่อสำหรับเจ้าของวิลล่า ด้วยการจัดการกระบวนการตลาด การจัดการและการเช่าทั้งหมด ซึ่งจะช่วยยกระดับและให้โอกาสทางการค้าของอสังหาริมทรัพย์ที่มีเอกลักษณ์ให้อยู่ภายใต้แบรนด์ อีลิธ เฮเวนส์เช่นเดียวกับแบรนด์วิลล่าเดี่ยวสุดหรู

อีลิธ เฮเวนส์ ยังได้ทำการตลาดโดยการนำเสนอวิลล่าทั่วโลก ส่วนการสร้างแบรนด์วิลล่าแต่ละแห่งนั้นจะใช้ป้ายโฆษณา เมนู ชุดเครื่องแบบ และชุดข้อมูล นอกจากนี้ ยังสร้างเว็บไซต์วิลล่าโดยใช้ภาพถ่ายจากมืออาชีพและเขียนคำโฆษณาเชิญชวน โดยวิลล่าแต่ละแห่งจะทำการตลาดผ่านทางพอร์ทัลการจองที่เป็นกรรมสิทธิ์ของอีลิธ เฮเวนส์ เว็บไซต์ในเครือ และตัวแทนขาย และการแสดงสถานะออนไลน์ของวิลล่าจะได้รับการปรับให้เหมาะสมผ่านหลายช่องทางรวมถึงโซเชียลมีเดีย

การบริการลูกค้า

อีลิธ เฮเวนส์ มอบประสบการณ์ระดับห้าดาวให้แก่แขกผู้เข้าพักตั้งแต่การจองไปจนถึงการเช็คเอาท์ โดยปรับให้เข้ากับความต้องการในแต่ละสถานที่โดยเฉพาะ วิลล่าแต่ละหลังจะมีพนักงานมืออาชีพทั้งพนักงานต้อนรับ หัวหน้าพอร์คว์ บัตเลอร์ แม่บ้าน พนักงานรักษาความปลอดภัย และคนขับรถ นอกจากนี้ ยังมีทีมที่ช่วยดูแลการขนส่งส่วนบุคคล และการจัดเตรียมอาหารและเครื่องดื่มที่หรูหรา ซึ่งมีการเก็บสต็อกล่วงหน้าตามที่แขกร้องขอไว้ด้วย การดำเนินงานลักษณะนี้ได้รับการออกแบบมาเพื่อให้บริการกับบุคคลในระดับสูง

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ความคาดหวังและความต้องการของลูกค้านั้นเปลี่ยนไปมาก จากที่มักจะพักผ่อนในวิลล่า เปลี่ยนมาหาประสบการณ์ในท้องถิ่น ทำให้ผู้จัดการประสานงานวิลล่าต้องใช้องค์ความรู้ท้องถิ่นมาปรับใช้เพื่อตอบโต้ความต้องการของลูกค้า เช่น การบำบัดด้วยสปา สอนเล่นวูบาห์ลี การเช่าเรือยอชต์ การออกไปเยี่ยมชมช่างฝีมือท้องถิ่น คู่มือการเล่นสกีส่วนตัว ไปจนถึงการจองโต๊ะอาหารในร้านอาหารท้องถิ่นที่ดีที่สุดให้ได้ในนาทีสุดท้าย

อีลิธ เฮเวนส์ ยังอำนวยความสะดวกให้กับกิจกรรมในวิลล่ามากกว่า 400 รายการต่อปี รวมถึงวันเกิด วันครบรอบงานแต่งงาน งานเลี้ยง และกิจกรรมการดูแลสุขภาพ

แรงผลักดัน

ตลาดการให้เช่าที่พักในเอเชียแปซิฟิกเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ โดยได้แรงหนุนจากการเชื่อมต่อทางอากาศที่เพิ่มมากขึ้น การเดินทางที่ประหยัด การเพิ่มขึ้นของรายได้ของตลาดประเทศเกิดใหม่โดยเฉพาะประเทศจีน ประสบการณ์การพักผ่อนแบบส่วนตัว ความชอบทางวัฒนธรรมของเอเชียสำหรับการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะและครอบครัว และการเติบโตโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว คนที่มีรายได้สูงมองว่าเอเชียแปซิฟิกเป็นจุดหมายปลายทางที่น่าดึงดูดใจสำหรับวันหยุดพักผ่อนในระยะยาว

การสร้างบ้านหลังที่สองนั้นเป็นแรงผลักดันหลักที่ทำให้เกิดความต้องการให้เช่าบ้านพักตากอากาศเพิ่มมากขึ้น ต้นทุนการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น เทคโนโลยีออนไลน์ และช่องทางการให้บริการที่เพิ่มขึ้น จะช่วยผลักดันให้มีสถานที่พักตากอากาศสำหรับให้บริการมากขึ้น

การตลาดและการแข่งขัน

(ก) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

กลุ่มเป้าหมาย:

ลูกค้าของอีลิธ เฮเวนส์ ส่วนมากจะมาเป็นครอบครัว กลุ่มเพื่อน ผู้บริหาร รวมถึงการมาจัดงานแต่งงาน จัดงานพิเศษ และกิจกรรมเพื่อสุขภาพ โดยกลุ่มครอบครัวนั้นถือเป็นกลุ่มที่สร้างรายได้อันดับต้นๆ และได้รับความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับที่พักแบบอื่น นอกจากนี้ ยังมีลูกค้าทั่วไปที่มีรายได้สูงที่กำลังมองหาความเป็นส่วนตัว บริการส่วนบุคคลที่พิเศษสุด โดยในแต่ละปี อีลิธ เฮเวนส์ จะให้บริการแขกประมาณ 75,000 คน ซึ่งรวมถึงบุคคลที่มีรายได้สูง ผู้บริหารระดับสูง และคนดังที่มีชื่อเสียง

ลูกค้าที่มาใช้บริการมาจาก 110 ประเทศทั่วโลก ตลาดลูกค้าที่สำคัญคือ อาเซียน ออสเตรเลีย จีนและยุโรป ส่วนในอินเดีย จีน รัสเซียและตะวันออกกลางนั้นค่อนข้างมีการเติบโตเป็นพิเศษ

(ข) สภาพการแข่งขัน

การตลาดในระดับบน มีวิลล่าระดับบน (พร้อมบริการอันหรูหรา จากบริษัทผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการ ที่มีการพัฒนาศักยภาพการบริการให้ออกมาอย่างดีเลิศ ในส่วนนี้ อีลิธ เฮเวนส์ ยังคงเป็นผู้ให้บริการรายเดียวที่ตระหนักถึงความสำคัญของขนาด และดำเนินงานทั่วทั้งภูมิภาคเอเชีย โดยมีสำนักงานบริหารในบาห์ลี ภูเก็ต เกาะสมุย และนิเซโกะ รวมถึงทีมสนับสนุนในกรุงมะนิลาและสิงคโปร์

การตลาดในระดับล่าง คือ บริการทำความสะอาดและบำรุงรักษาอพาร์ทเมนต์และวิลล่าในระดับล่างถึงกลาง ในส่วนนี้จะให้บริการโดยกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ที่มุ่งเน้นการตลาดที่มีการขยายไปสู่การจัดการ นอกจากนี้ ตลาดการให้เช่าที่พักตากอากาศอันหรูหราได้มาถึงขั้นตอนการพัฒนาที่แตกต่างกันไป ในแต่ละประเทศ บ้านพักตาก

อากาศประมาณ 7,000 หลัง (รวมถึงระดับกลาง) ได้รับการพิสูจน์แล้วว่าเป็น 5 จุดหมายปลายทางที่มีวิวัฒนาการมาตั้งแต่สมัยอดีต ได้แก่ บาห์ลี ไทย ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และศรีลังกา

บาห์ลี – การพัฒนาในช่วงทศวรรษ 1960 บาห์ลีเป็นตลาดที่เก่าแก่ที่สุด ให้บริการบ้านพักตากอากาศที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียแปซิฟิก โดยมีวิลล่าให้บริการประมาณ 3,300 หลัง

ไทย – การให้บริการบ้านพักตากอากาศของไทยเริ่มขึ้นในช่วงปี 2523 จุดหมายปลายทางที่สำคัญคือ ภูเก็ต เนื่องจากสภาพภูมิอากาศชายหาดและประเพณีการท่องเที่ยวที่มีมาอย่างยาวนาน โดยคาดว่าจะมีวิลล่าประมาณ 700 หลัง ส่วนเกาะสมุยนั้นเพิ่งเกิดขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ มีวิลล่าประมาณ 700 หลัง นอกจากนี้ ยังมีจุดหมายปลายทางอื่นๆ ได้แก่ เชียงใหม่ พัทยาและหัวหิน

ศรีลังกา – แม้ว่าศรีลังกาจะเพิ่งเริ่มต้นทำการท่องเที่ยวมาไม่นาน แต่ก็มีวิลล่าประมาณ 300 หลัง ซึ่งส่วนใหญ่อยู่บนชายฝั่งทางใต้

ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ – มีประวัติยาวนานเกี่ยวกับการให้เช่าบ้านหลังที่สองเป็นที่พักตากอากาศ ตลาดส่วนใหญ่เป็นตลาดในประเทศแม้ว่าจะมีช่องทางการให้บริการที่เติบโต แต่ก็มีการขายตัวของตลาดนานาชาติมากขึ้นในแต่ละปี ระยะทางไกลระหว่างแต่ละจุดหมายทำให้เกิดการแบ่งส่วนของตลาดโดยผู้ให้บริการในท้องถิ่น ในประเทศออสเตรเลียมีจำนวนวิลล่าอยู่ประมาณ 1,300 แห่ง ส่วนใหญ่อยู่ในบริเวณรอบๆ ซิดนีย์ เมลเบิร์น ชายฝั่งทางเหนือและทางใต้ของบริสเบน ชายฝั่งตะวันตกรอบเมืองเพิร์ท และแม่น้ำมาร์กาเร็ต ส่วนในนิวซีแลนด์จะอยู่บริเวณควีนส์ทาวน์

อีลิธ เฮเวนส์ เติบโตขึ้นอย่างเป็นระบบและผ่านการควบรวมกิจการของบริษัทการจัดการ 7 แห่งทั่วทั้งภูมิภาคเพื่อเป็นผู้นำในอินโดนีเซียและไทย บริษัทยังคงใช้กลยุทธ์นี้ต่อไปเพื่อคงสถานะทางการตลาดในฐานะตลาดวิลล่าชั้นนำสุดหรูไว้ และบริหารจัดการตลาดวิลล่าทั่วเอเชียแปซิฟิก โดยบริษัทได้มีแผนที่จะขยายการเติบโตเพิ่มขึ้นในปี 2563

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

ข.8) สถานบริการด้านสุขภาพ (สปา)

● เทวธัญย์ สปา

ธุรกิจสปาอยู่ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) โดยดำเนินกิจการด้านสปาเพื่อสุขภาพ เปิดดำเนินการในประเทศไทยจำนวน 3 แห่ง และในต่างประเทศจำนวน 8 แห่งดังนี้

ธุรกิจสปาในประเทศไทยมีจำนวน 3 แห่ง ได้แก่

1. โรงแรมดุสิตธานี พัทยา
2. โรงแรมดุสิตธานี หัวหิน
3. โรงแรมดุสิตธานี เชียงใหม่

ธุรกิจสปาในต่างประเทศมีจำนวน 8 แห่ง ได้แก่

1. โรงแรมดุสิตธานี มะนิลา
2. โรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์
3. โรงแรมดุสิตดีทู ในโรบี
4. โรงแรมดุสิตธานี กวมริสอร์ท
5. โรงแรมดุสิตธานี เลควิว ไคโร
6. โรงแรมดุสิตเดวาราณา ฮอท สปริง แอนด์ สปา ณ ฮั่ว กวางโจว
7. โรงแรมดุสิตธานี ดงไถ่ เชียงซู
8. โรงแรมดุสิตโดฮา ประเทศกาตาร์

➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ในด้านผลิตภัณฑ์ เทวารันย์สปา มุ่งเน้นการกลับคืนสู่ธรรมชาติ จึงได้คัดสรรสมุนไพรและน้ำมันหอมระเหยหลากหลายชนิดมาผสมผสานให้เป็นผลิตภัณฑ์ถนอมผิวในแบบเฉพาะของเทวารันย์ เช่น น้ำมันนวด แชมพู สบู่ เจลอาบน้ำและครีมบำรุงผิว โดยเน้นความบริสุทธิ์ของธรรมชาติ ปราศจากสารพิษและสารเคมีสังเคราะห์ จึงมีความอ่อนโยน และไม่ทำให้เกิดอาการแพ้หรือระคายเคือง ในส่วนของผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของพืชสมุนไพร เทวารันย์สปาได้คัดสรรพืชสมุนไพรที่ปลูกในแบบออร์แกนิกให้มากที่สุด

นอกจากนี้ เทวารันย์ สปายังได้เลือกใช้เวชสำอางที่มีชื่อเสียงระดับโลกจากประเทศฝรั่งเศสอย่าง Algotharm มาเป็นส่วนสำคัญในการดูแลผิวหน้า ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นหนึ่งในผู้นำด้านเวชสำอางที่มีส่วนผสมหลักจากท้องทะเล มาตั้งแต่ปี 2505 และได้รับรางวัลผลิตภัณฑ์สปายอดเยี่ยมจากนิตยสาร AsiaSpa ในปี 2552

สำหรับการบริการ เทวารันย์ สปา มีพนักงานนวดที่มีประสบการณ์และความชำนาญคอยให้บริการทรีตเมนต์ที่มีให้เลือกหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการนวดแบบต่างๆ เช่น นวดแบบเทวารันย์ ซึ่งเป็นการนวดที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของเทวารันย์ นวดแบบสวีดิช นวดแบบอายุรเวท การนวดแบบผสมผสานทั้งแบบตะวันตกและแบบตะวันออก รวมไปถึง ทรีตเมนต์เพื่อการดูแลสุขภาพผิว

➤ การตลาดและการแข่งขัน

(ก) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

เทวารันย์สปาดำเนินกิจการและบริหารสปาเพื่อสุขภาพ โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักคือลูกค้าที่เข้าพักในโรงแรมและลูกค้าที่เห็นความสำคัญในเรื่องสุขภาพ ในปี 2562 มีการทำการตลาดเน้นสื่อออนไลน์โดยผ่านเว็บไซต์ของโรงแรมและของเทวารันย์ สปาเอง รวมทั้งไลน์แอปพลิเคชัน เฟสบุ๊ก และอินสตาแกรม นอกจากนี้ยังมีการโปรโมทสปาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ เช่น หนังสือแนะนำการท่องเที่ยวและนิตยสารไลฟ์สไตล์ต่างๆ

(จ) สภาพการแข่งขัน

ปัจจุบันธุรกิจสปาได้รับความนิยมเป็นอย่างมากและถือเป็นสิ่งจำเป็นในโรงแรมโดยเฉพาะระดับห้าดาว จึงทำให้มีสถานประกอบการสปาและจำนวนผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีคู่แข่งเปรียบเทียบในระดับเดียวกัน อาทิเช่น บันยันทรี สปา เซ็นทารา สปา เมณคารา สปา อนันตรา สปา และ ซิกแซนส์ สปา เป็นต้น

ในเรื่องของการทำแบรนด์ดิ้ง เทวารัณย์สปา มีแนวทางที่ชัดเจน โดยเป็นผู้ให้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ระดับ premium ซึ่งมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นทั้งในเรื่องของ

- การตกแต่งสถานที่ในแบบไทยร่วมสมัยตามแนวคิด อุทยานสวนสวรรค์ ซึ่งมีที่มาจากรรณคดี ไตรภูมิพระร่วง
- การให้บริการลูกค้าแบบไทย ที่เป็นที่รู้จักกันไปทั่วโลก
- เรื่องของผลิตภัณฑ์และกรรมวิธีในการให้บริการ ในแบบ ‘Back to Basics’ ซึ่งเน้นความเป็นธรรมชาติ
- การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และสินค้าใหม่ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นโดยคำนึงถึง เทรนด์ของ สปาและไลฟ์สไตล์ของลูกค้า โดยเน้นให้มีคุณภาพตามมาตรฐานระดับสากล

นอกจากนี้ เทวารัณย์สปาได้นำกลยุทธ์ Blue Ocean มาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจและการส่งเสริมการตลาด โดยไม่เน้นการลดราคาเพียงอย่างเดียว แต่มีการนำเสนอทางเลือกใหม่ๆ ให้กับลูกค้า ซึ่งหมายถึง การพัฒนาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง โดยเราจะคำนึงถึงกลุ่มลูกค้า ความต้องการของลูกค้า ความนิยม รวมถึงทิศทางการตลาด ควบคู่ไปกับการรักษาคอนเซ็ปต์ Back to Basics ของเทวารัณย์สปา

โดยทั่วไปแล้ว กลุ่มเป้าหมายของเทวารัณย์ จะเป็นลูกค้าระดับ B+ ขึ้นไป ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยแบ่งเป็นสุภาพสตรีประมาณร้อยละ 60 และสุภาพบุรุษประมาณร้อยละ 40 ซึ่งกลุ่มลูกค้าของเทวารัณย์ แต่ละสาขา จะแตกต่างกันออกไป เช่น สาขามะนิลา ซึ่งเป็นสปาในเมือง ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นหญิงวัยทำงาน ที่ต้องการผ่อนคลายในเวลาที่ค่อนข้างจำกัด ในขณะที่ลูกค้าของเทวารัณย์ในประเทศไทยในสาขาต่างจังหวัด เช่น เชียงใหม่ พัทยา และหัวหิน จะเป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการให้การทำสปาเป็นกิจกรรมที่ช่วยเติมเต็มช่วงเวลาพักผ่อนให้สมบูรณ์

สำหรับปี 2563 นี้ เทวารัณย์สปายังคงจัดให้มีการส่งเสริมการขาย รวมถึงทริตเมนต์ใหม่ๆ สำหรับช่วงเทศกาลต่างๆ เพื่อเป็นการ Refresh การตลาดให้น่าสนใจอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งภาพรวมของธุรกิจสปาไทย ยังคงเป็นที่ยอมรับจากสากลว่าเป็นสปาที่มีคุณภาพดีที่สุดในโลก นอกจากนี้กระแสการให้ความสำคัญต่อการดูแลสุขภาพที่เพิ่มขึ้น ก็น่าจะเป็นปัจจัยที่สร้างโอกาสและกระตุ้นธุรกิจสปาให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง

เทวารัณย์สปาได้เตรียมเปิดสาขาใหม่เพิ่มอีก 2 สาขาในปี 2563 ที่ประเทศสิงคโปร์ ในโรงแรมดุสิตธานี ลาгуน่า สิงคโปร์ และที่ประเทศกาตาร์ ในโรงแรมดุสิต โดฮา โดยทุกสาขาได้จัดให้มีพนักงานไทยไปบริหารจัดการตลอดจนดูแลลูกค้าเพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้คนไทยได้ไปแสดงศักยภาพด้านการบริการที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ในต่างแดนอีกด้วย

➤ การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

เทวารักษ์สปาได้เลือกบริษัท ไอ พลัส คิว จำกัด ที่มีชื่อเสียงและมีประสบการณ์อันยาวนานในการเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สปาที่ได้รับการยอมรับในระดับประเทศและระดับสากลเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สปาตามสูตรเฉพาะของเทวารักษ์ อันได้แก่ น้ำมันนวด แชมพู สบู่ เจลอาบน้ำและครีมบำรุงผิว สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการดูแลผิวหน้าคือ Algothem นั้นบริษัท ไบโอคอส ประเทศไทย จำกัด เป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการในประเทศไทย

ในกรณีที่ประเทศนั้นๆ ไม่สามารถนำเข้าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้ เทวารักษ์สปาได้ตั้งเกณฑ์ในการจัดหาผลิตภัณฑ์ทดแทนไว้ดังนี้

1. ต้องเป็นบริษัทที่มีแปลงการเพาะปลูกพืชสมุนไพรเอง หากมีการเพาะปลูกแบบไร้สารกันแมลงหรือการเพาะปลูกแบบออร์แกนิกจะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ
2. ต้องเป็นบริษัทที่มีโรงงานผลิต ผลิตภัณฑ์สปาที่ได้รับมาตรฐานแบบสากล อีกทั้งยังสามารถตรวจสอบได้จากทีมงานของเทวารักษ์สปา
3. สามารถผลิตผลิตภัณฑ์สปาตามสูตรที่เป็นมาตรฐานของเทวารักษ์สปาได้ และต้องยินยอมลงนามในสัญญาที่จะไม่เปิดเผยหรือผลิตสูตรของเทวารักษ์สปาต่อบุคคลที่สาม
4. สำหรับในกรณีที่ประเทศนั้นๆ ไม่มีตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการสำหรับผลิตภัณฑ์ Algothem เทวารักษ์สปาได้เลือกผลิตภัณฑ์ทดแทนในแบรนด์ที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับ Algothem อาทิเช่น Phytomer, Thalgo, Elemis หรือ Jurliques เป็นต้น

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เทวารักษ์สปาพยายามสร้างโอกาสให้ลูกค้าสามารถใช้บริการของสปาไปพร้อมกันกับการช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยในด้านผลิตภัณฑ์ เทวารักษ์สปา มุ่งเน้นการกลับคืนสู่ธรรมชาติ จึงได้คัดสรรสมุนไพรและน้ำมันหอมระเหยหลากหลายชนิดมาผสมผสานให้เป็นผลิตภัณฑ์ถนอมผิวในแบบเฉพาะของเทวารักษ์ โดยเน้นความบริสุทธิ์ของธรรมชาติ ปราศจากสารพิษและสารเคมีสังเคราะห์ รวมทั้งเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของพืชสมุนไพรที่ปลูกแบบออร์แกนิกให้มากที่สุด รวมทั้งการสร้างสปาที่สามารถใช้แสงจากธรรมชาติหรือลดการใช้เครื่องปรับอากาศเพื่อประหยัดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ไฟฟ้าและน้ำ

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

● น้ำสปา

น้ำสปา เป็นธุรกิจในเรื่อง คิวสิด อินเตอร์เนชั่นแนล หนึ่งในผู้ดำเนินธุรกิจโรงแรมและบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำของไทย โดยน้ำสปา มีสาขาในประเทศต่างๆ ดังนี้

สาขาที่ตั้งในโรงแรม ได้แก่

1. โรงแรมดุสิตธานี อานู คาบี ประเทศสหรัฐอเมริกาหรับอเมริกา
2. โรงแรมดุสิตธานี คูไบ ประเทศสหรัฐอเมริกาหรับอเมริกา
3. โรงแรมดุสิตธานี ยาร์เก ทิมพู ประเทศภูฏาน
4. โรงแรมดุสิตธานี คาวา ประเทศฟิลิปปินส์
5. โรงแรมดุสิตธานี เซบู ประเทศฟิลิปปินส์

สาขาที่ตั้งนอกโรงแรม (Stand alone shop) ได้แก่ โครงการสามย่านมิตรทาวน์ กรุงเทพฯ ประเทศไทย (เปิดให้บริการเมื่อเดือนกันยายน 2562) ซึ่งให้บริการด้านความงามอีกด้วย

➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

น้ำสปาได้คัดสรรผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ในการนวดและทรีตเมนต์ดูแลผิวกายขึ้นเอง อาทิเช่น ผลิตภัณฑ์ขัดผิวชนิดต่างๆ ที่ทำมาจากวัตถุดิบธรรมชาติ และน้ำมันนวดกลิ่นต่างๆ ที่ผลิตจากน้ำมันกลิ่นเย็นคุณภาพชั้นเยี่ยม ผสมผสานน้ำมันหอมระเหยธรรมชาติสูตรเฉพาะ โดยมีแนวคิดและการบริการ “Namm” มาจากการพ้องเสียงกับคำไทยคำว่า “น้ำ” โดยการนำอักษรตัวแรกของน้ำสปามารวมกันเป็นสปากอนเซ็ปต์ ได้แก่ Natural ธรรมชาติ Aroma กลิ่น Massage การนวด และ Marine ที่องทะเล

สำหรับทรีตเมนต์ดูแลผิวนั้น น้ำสปา คัดสรรผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงระดับโลกจากฝรั่งเศส อย่าง อัลโกเธิร์ม (Algotharm) ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้นำการคิดค้นผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าที่มีส่วนผสมจากทะเล มาตั้งแต่ปี 2505 และได้รับรางวัลผลิตภัณฑ์สพายอดนิยมจากนิตยสาร AsiaSpa ในปี 2552

น้ำสปา มีพนักงานนวดที่มีประสบการณ์และความชำนาญคอยให้บริการทรีตเมนต์ที่มีให้เลือกอย่างหลากหลายทั้งการนวดตัว การดูแลผิวกาย ผิวหน้า และแพคเกจต่างๆ ที่ออกแบบมาเพื่อสร้างความรู้สึกละมุนคลาย และการดูแลสุขภาพองค์รวมให้แก่ผู้มาใช้บริการ โดยเฉพาะในส่วนของการนวดที่โดดเด่นคือ นวดชิเคนเจอร์ ซึ่งเป็นการนวดที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะผสมผสาน 3 เทคนิค คือการนวดไทย การนวดโลมี โลมี และการนวดอายุรเวทที่ช่วยผ่อนคลายร่างกายและจิตใจ

➤ การตลาดและการแข่งขัน

(ก) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

น้ำสปาดำเนินกิจการสปาเพื่อสุขภาพ โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักคือลูกค้าที่เข้าพักในโรงแรมและลูกค้าที่เห็นความสำคัญในเรื่องสุขภาพ ในปี 2562 มีการทำการตลาดเน้นสื่อออนไลน์โดยผ่านเว็บไซต์ของน้ำสปาเอง รวมทั้งไลน์แอปพลิเคชัน เฟสบุ๊ค และอินสตาแกรม นอกจากนี้ยังมีการโปรโมทสปาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ เช่น หนังสือแนะนำการท่องเที่ยว นิตยสารไลฟ์สไตล์ และผู้ทรงอิทธิพลบนโลกโซเชียล

โดยมีแนวคิดและการบริการ “Namm” มาจากการป้องกันภัยกับคำไทยคำว่า “น้ำ” โดยการนำอักษรตัวแรกของน้ำสปรามารวมกันเป็นสปรากอนเซ็ปต์ ได้แก่ Natural ธรรมชาติ Aroma กลิ่น Massage การนวด และ Marine ท้องทะเล ทั้งนี้ แฟล็กชิพสตรีที่กรุงเทพฯ ยังให้บริการด้านความงามอีกด้วย

นอกจากนี้ บรรยากาศโดยรวมของน้ำสปราเป็นการตกแต่งแบบไทยร่วมสมัยผสมผสานกับงานไม้ ที่ให้ความรู้สึกและบรรยากาศการต้อนรับที่อบอุ่น รวมถึงการตกแต่งภายในที่ทันสมัยแต่ให้ความรู้สึกนุ่มนวล และสิ่งที่ใช้ที่ให้บริการของท้องทะเลตามแนวคิดของสปรา วัสดุตกแต่งจากธรรมชาติ เช่น ไม้ ที่มีแนวคิดการนำบรรยากาศสัมผัสจากภายนอกสู่ภายใน ทั้งหมดนี้ได้ออกแบบมาเพื่อให้แขกผู้มาเยือนได้รับความรู้สึกที่ผ่อนคลายและค้นพบความเจียบสงบในโลกของสปราอย่างแท้จริง

(ข) สภาพการแข่งขัน

ปัจจุบันธุรกิจสปาได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจึงทำให้มีสถานประกอบการสปาและจำนวนผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีคู่แข่งเปรียบเทียบในระดับเดียวกัน อาทิเช่น ปัญญบุรี สปาดีwana สปาและโอเอซิส สปา เป็นต้น

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในด้านผลิตภัณฑ์ น้ำสปรามุ่งเน้นการกลับคืนสู่ธรรมชาติ จึงได้คัดสรรสมุนไพรและน้ำมันหอมระเหยหลากหลายชนิดมาผสมผสานให้เป็นผลิตภัณฑ์กลิ่นหอมผิวในแบบเฉพาะของน้ำสปรา โดยเน้นความบริสุทธิ์ของธรรมชาติ รวมทั้งเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของพืชสมุนไพรที่ปลูกแบบออร์แกนิกให้มากที่สุด

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

ค. ธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม

ค.1) บ้านดุสิตธานี

➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

‘บ้านดุสิตธานี’ ตั้งอยู่ในซอยศาลาแดง กรุงเทพฯ เปิดให้บริการอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 18 กันยายน 2562 เป็นจุดหมายแห่งใหม่สำหรับลูกค้าประจำที่ยังคงคิดถึงบริการที่อบอุ่นและแสดงความเป็นไทยในแบบฉบับของดุสิตได้ (Gracious hospitality) ไปจนถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่ชื่นชอบไลฟ์สไตล์การพบปะสังสรรค์กับเพื่อนๆ ในบรรยากาศที่มีความเป็นส่วนตัว ด้วยแนวคิดใหม่ที่ดุสิตตั้งใจพัฒนาและปรับให้เข้ากับความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน โดยแบ่งโซนให้เลือกตามความชอบและไลฟ์สไตล์ ตั้งแต่คาเฟ่และบistro อย่าง ดุสิต กูร์เมต์ ที่สามารถรับประทานอาหารและเครื่องดื่มได้ตั้งแต่เช้าจรดค่ำ ไปจนถึงร้านอาหารไทย เบญจรงค์ และร้านอาหาร

เวียดนาม เขียนดอง สำหรับมือหลักอันน่ารื่นรมย์ด้วยเมนูจานอร่อยโดยเชฟคนเดิมจากโรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ นอกจากนี้ ยังมีศาลาเต้นรำ หรือ Dancing Hall สำหรับการจัดเลี้ยง และบาร์เครื่องดื่มริมสระ หรือ Garden Bar สำหรับการพบปะสังสรรค์ในยามค่ำคืน

➤ การตลาดและการแข่งขัน

(ก) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

กลุ่มเป้าหมาย

- กลุ่มพนักงานออฟฟิศ ที่มีรายได้ค่อนข้างสูง
- เพื่อนบ้านที่อาศัยอยู่บริเวณบ้านดุสิตธานี
- ลูกค้าสมาชิกดุสิต โกสต์
- ลูกค้าที่อายุระหว่าง 40-50 ปี ที่มีประสบการณ์ ใช้บริการโรงแรม 5 ดาว
- กลุ่มครอบครัว
- กลุ่มลูกค้าบริษัท ที่ต้องการห้องประชุม สัมมนา

กลยุทธ์

- สร้างกลยุทธ์ เพื่อให้บ้านดุสิตธานี เป็นสถานที่พบปะสังสรรค์ของทุกเพศทุกวัย ซึ่งเหมาะสำหรับคนรุ่นใหม่ และยังคงรักษาไว้ซึ่งลูกค้าของดุสิตธานี
- สร้างและผลักดันแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักในประเทศ และต่างประเทศ
- กำหนดเครื่องมือสื่อสารที่เหมาะสมตรงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เกี่ยวกับสินค้าและบริการ
- ทำการสรรหาในเชิงรุกกับกลุ่มลูกค้าใหม่ อาทิ ชาวต่างชาติ

(ข) สภาพการแข่งขัน

ปี 2562 ธุรกิจร้านอาหารมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากผู้ประกอบการที่เห็นโอกาสจากธุรกิจอาหาร เนื่องจากอาหารยังคงเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินชีวิต อีกทั้ง พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนมาเน้นความสะดวกสบายและต้องการความรวดเร็วมากขึ้น จึงมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการเชื่อมโยงกับลูกค้า และการจัดการธุรกิจ อาทิ การโฆษณา การสั่งและการจัดส่งอาหาร ประกอบกับการใช้ชีวิตของผู้คนในปัจจุบัน เริ่มหันมาใส่ใจในด้านสุขภาพมากขึ้น ด้วยการออกกำลังกายและทานอาหารที่เป็นประโยชน์ แนวโน้มการดูแลสุขภาพจึงเป็นที่นิยมในสังคม รวมไปถึงพฤติกรรมในการกินอาหารและเครื่องดื่มก็เปลี่ยนแปลงตามไปด้วยเช่นกัน จึงมีการพัฒนาและออกแบบอาหารเพื่อสุขภาพซึ่งเหมาะสำหรับทุกเพศทุกวัยมากยิ่งขึ้น

ปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มมีการแข่งขันในตลาดค่อนข้างสูง ผู้ประกอบการต่างจึงต้องปรับตัวทั้งในแง่คุณภาพและบริการ รวมถึงการมีโปรโมชั่นส่วนลด โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก และอินสตาแกรมเป็นช่องทางในการโปรโมทร้านอาหารให้เป็นที่รู้จัก และสร้างฐานลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น

➤ **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บ้านดุสิตธานีเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 7.00 – 23.00 น. โดย ดุสิต คุร์เมต์ ให้บริการอาหารประเภทขนมหวาน (Bakery) อาหาร Light meal อาหารเช้า All day breakfast และเมนูเครื่องดื่ม อีกทั้ง ยังมีร้านอาหารไทย เบญจรงค์ และร้านอาหารเวียดนาม เชียนดอง ให้บริการอาหารมื้อหลักด้วยเมนูจานอร่อย โดยเชฟจากโรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ โดยคัดสรรวัตถุดิบจากธรรมชาติที่ได้คุณภาพ ปรุงอาหารสด สะอาด ตามมาตรฐาน และให้ประโยชน์ทางโภชนาการต่อร่างกาย นอกจากนี้ บ้านดุสิตธานีได้สร้างความแตกต่างจากร้านอาหารอื่นที่ให้เป็นมากกว่าร้านอาหารทั่วไป โดยได้มีการปรับตัวให้เป็นศูนย์กลางแห่งการเรียนรู้ ด้วยการจัดเวิร์คช็อปและกิจกรรมตามเทศกาลสำคัญ เช่น สอนวาดภาพอาหาร สอนทำซ็อกโกเลต สอนทำเทียน กิจกรรมโยคะ และชมภาพยนตร์ในสวน (Movie night in the garden) ฯลฯ

➤ **ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม**

-ไม่มี-

➤ **งานที่ยังไม่ส่งมอบ**

-ไม่มี-

ค.2) บริษัท ดุสิต โฮสปีตลิตี้ เซอร์วิสেস จำกัด

● **ดุสิต ออน ดีมานด์**

➤ **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ดุสิต ออน ดีมานด์ (Dusit On demand) เป็นบริการหนึ่งที่อยู่ภายใต้บริษัท ดุสิต โฮสปีตลิตี้ เซอร์วิสেস จำกัด โดยจะใช้ทรัพยากรต่างๆ จากโรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการนี้ บริษัทได้เล็งเห็นถึงจำนวนพนักงาน และประสิทธิภาพในการทำงานในการให้บริการที่ได้มาตรฐาน จึงเกิดแนวคิดในการให้บริการต่างๆ เพื่อสนองความต้องการในด้านต่างๆ ให้กับลูกค้า โดยแบ่งตามประเภทของงาน ได้แก่ บริการทำความสะอาด บริการงานช่าง บริการดูแลสวน และบริการจัดเลี้ยงส่วนตัวที่ให้บริการทั้งในส่วนพนักงานครัว บริการและพนักงานล้างจานโดยผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดโดยส่วนใหญ่ จะใช้ผลิตภัณฑ์ของ Ecolab ที่ผ่านการรับรองตาม

มาตรฐานของ Green Seal ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นองค์กร ไม่แสวงหาผลกำไร และเป็นผู้บุกเบิกการเคลื่อนไหวเชิงนิเวศน์ที่ดีกับสภาพแวดล้อม

➤ การตลาดและการแข่งขัน

(1) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

เนื่องจากในปัจจุบันมีธุรกิจที่รับทำความสะอาดอาคารสำนักงาน อาคารชุดที่พักอาศัย โรงงานอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก แต่พนักงานบริษัทเหล่านี้ส่วนใหญ่จะไม่ได้รับการอบรมฝึกฝนในแบบธุรกิจโรงแรม จึงเกิดเป็นโอกาสทางธุรกิจให้ดุสิต ออน ดีมานด์ เข้าสู่ธุรกิจและเจาะกลุ่มลูกค้าในตลาดระดับบน (high end) ได้ เช่น โรงแรม ระดับ 4 ถึง 5 ดาว และที่พักอาศัยระดับพรีเมียม เป็นต้น โดยลูกค้ากลุ่มนี้ล้วนมีความคาดหวังที่จะได้รับการบริการแบบมาตรฐานโรงแรมระดับ 5 ดาว ซึ่งถือเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีสัดส่วนถึงร้อยละ 60 โดยตามปกติ โรงแรมเหล่านี้จะจ้างพนักงานภายนอก (outsource) มาทำความสะอาด แต่การใช้บริการของดุสิต ออน ดีมานด์ โดยพนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำความสะอาดห้องพักของโรงแรมโดยตรง จะช่วยประหยัดเวลาในการทำการฝึกอบรมได้ ทั้งนี้ จุดเด่นด้านการตลาด คือ พนักงานที่ให้บริการมีประสบการณ์ด้านการให้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว จะมีทักษะในการใช้อุปกรณ์ต่างๆ ได้ดี

(2) สภาพแข่งขัน

ดุสิต ออน ดีมานด์ มีความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดเรื่อง การว่าจ้างพนักงานคนไทยให้บริการแก่ลูกค้าเท่านั้น ด้วยสิ่งเห็นความสำคัญของการเป็นแบรนด์ไทย และต้องการให้พนักงานที่ให้บริการสามารถถ่ายทอดการให้บริการที่แสดงความเป็นไทยในแบบฉบับของดุสิตได้ (Gracious hospitality) นอกจากนี้ ยังมีการให้บริการส่วนของช่างที่มีความชำนาญด้านการซ่อมแซมที่พักอาศัย และสามารถช่วยแนะนำการใช้พลังงานแก่ลูกค้าเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายได้อีกด้วย ในส่วนของการให้บริการจัดเลี้ยงนอกสถานที่ สถานทูต เป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการในส่วนการจัดงานเลี้ยงภายในสถานทูต โดยส่วนใหญ่จะเป็นการใช้บริการพนักงานเสิร์ฟและพนักงานล้างจาน (Steward) ของโรงแรม

คู่แข่งส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทที่อยู่ในตลาดดังกล่าวมายาวนาน และมีพนักงานเป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่จะเน้น เรื่องการทำความสะอาดบริเวณพื้นที่สาธารณะ (Public area) มากกว่าการทำความสะอาดในห้องพัก โดยมีบริษัทคู่แข่งที่อยู่ในตลาดเดียวกัน เช่น PCS Security and Facilities Service Ltd, ISS Thailand Co., Ltd., N.A.P Service and Trading, Certainly Co., Ltd.

➤ การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การว่าจ้างพนักงานคนไทยให้บริการแก่ลูกค้าเท่านั้น เพื่อถ่ายทอดการให้บริการที่แสดงความเป็นไทยในแบบฉบับของดุสิตได้ (Gracious hospitality) และการให้บริการส่วนของช่างที่มีความชำนาญด้านการซ่อมแซมที่พักอาศัยสามารถช่วยแนะนำการใช้พลังงานแก่ลูกค้าเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายได้อีกด้วย ในส่วนของการให้บริการจัดเลี้ยง

นอกสถานที่ เช่น สถานทูต โดยส่วนใหญ่จะเป็นการใช้บริการพนักงานเสิร์ฟ และพนักงานล้างจาน (Steward) ของโรงแรม ในส่วนของผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดโดยส่วนใหญ่ จะใช้ผลิตภัณฑ์ของ Ecolab ที่ผ่านการรับรองตามมาตรฐานของ Green Seal ประเทศสหรัฐอเมริกา

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดโดยส่วนใหญ่ จะใช้ผลิตภัณฑ์ของ Ecolab ที่ผ่านการรับรองตามมาตรฐานของ Green Seal ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร และเป็นผู้บุกเบิกการเคลื่อนไหวเชิงนิเวศน์ที่ดีกับสภาพแวดล้อม

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

● คุณิต อีเว้นท์

➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

คุณิต อีเว้นท์ (Dusit Event) ให้บริการจัดเลี้ยงนอกสถานที่ ภายใต้บริษัท คุณิต ฮอสปิตาลิตี้ เซอร์วิสেস จำกัด ถือเป็นธุรกิจหลักที่สำคัญที่สามารถให้บริการลูกค้าได้ทันทีเมื่อโรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ ปิดให้บริการลงเพื่อพัฒนาโครงการ และโรงแรมแห่งใหม่ ด้วยพนักงานประจำเดิมทั้งในส่วนบริการ ครีว Stewarding และฝ่ายขาย ซึ่งยังคงทำงานอย่างต่อเนื่อง และเนื่องจากมีฐานลูกค้าเดิม ทำให้ธุรกิจนี้มีรายได้อย่างต่อเนื่องตั้งแต่เดือนมกราคม 2562 คุณิต อีเว้นท์ แบ่งประเภทงานจัดเลี้ยงออกเป็น บุฟเฟต์ ค็อกเทล โต๊ะจีน อาหารว่าง และอาหารกล่อง

➤ การตลาดและการแข่งขัน

(1) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

สิ่งที่เป็นข้อได้เปรียบเมื่อเทียบกับคู่แข่งในระดับโรงแรม 5 ดาว คือ การมีทีมงานที่มีความชำนาญ (Expertise) เรื่องงานบริการ การจัดสถานที่ และด้านอาหารเครื่องดื่ม เข้าไปพร้อมกับฝ่ายขายได้ตลอดเวลา สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ ยังสามารถดึงเอาอัตลักษณ์องค์กร เช่น โลโก้ มาใช้ประกอบในการตกแต่งสถานที่ จนถึงการนำเสนอบนอาหาร เพื่อเพิ่มความเป็น personalize และสร้างความประทับใจให้กับผู้จัดงาน จึงนำมาซึ่งผลประกอบการในปี 2562 ที่ผ่านมาก็ทำได้เกินเป้าหมายร้อยละ 100

(2) สภาพการแข่งขัน

ปัจจุบันการจัดเลี้ยงนอกสถานที่ยังคงมีความต้องการสูง และมีธุรกิจรับจัดเลี้ยงอยู่ในตลาดเป็นจำนวนมาก ตั้งแต่โรงแรม 5 ดาวอื่นๆ ที่มีชื่อเสียง อาทิ โรงแรมแมนดาริน โอเรียนเต็ล Grand Hyatt Erawan Bangkok, Sheraton Grande ตลอดจนไปจนถึงบริษัทรับจัดงานเลี้ยง ศูนย์ประชุม และสถานที่จัดแสดงสินค้าและการประชุมต่างๆ เช่น

อิมแพค เมืองทองธานี โดยคู่แข่งทุกรายต่างมีประสบการณ์และมีความชำนาญในธุรกิจนี้เช่นกัน แต่เนื่องจากชื่อเสียงของโรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ ซึ่งสั่งสมมาอย่างยาวนาน รวมถึงมีพนักงานจำนวนมากที่มีอายุการทำงานกับโรงแรมมาไม่ต่ำกว่า 20 ปี มีทั้งประสบการณ์และความคุ้นเคยกับลูกค้า รวมถึงผู้จัดงาน ได้รับความไว้วางใจจากหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนงานเสด็จพระราชดำเนินของพระบรมวงศานุวงศ์ในโอกาสต่างๆ ทำให้ดุสิต อีเวนต์ยังคงเป็นตัวเลือกสำคัญลำดับต้นๆ

➤ **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด จากบริษัท Ecolab ที่ผ่านการรับรองตามมาตรฐานของ Green Seal ประเทศสหรัฐอเมริกา

➤ **ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม**

ดุสิต อีเวนต์ทั้งที่ใช้หลอดพลาสติก และใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด จากบริษัท Ecolab ที่ผ่านการรับรองตามมาตรฐานของ Green Seal ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร และเป็นผู้บุกเบิกการเคลื่อนไหวเชิงนิเวศน์ ที่ดีกับสภาพแวดล้อม

➤ **งานที่ยังไม่ส่งมอบ**

-ไม่มี-

ค.3) บริษัท เกรซ มี จำกัด

➤ **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัท เกรซมี จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม 2562 เป็นบริษัทเทคโนโลยีและให้บริการดูแลที่พัก และการอยู่อาศัยแบบครบวงจรในเชิงไลฟ์สไตล์ซึ่งประกอบด้วย บริการทำความสะอาด บริการซักรีดซักแห้ง และบริการกำจัดแมลง โดยมีวิสัยทัศน์ที่จะขยายไปสู่บริการไลฟ์สไตล์ เช่น บริการจัดเลี้ยงส่วนตัว จนถึง บริการจัดส่งดอกไม้ โดยใช้อัลกอริทึมขั้นสูง แพลตฟอร์มดิจิทัล และ เทคโนโลยีการสื่อสาร เพื่อสร้างประสบการณ์ของลูกค้าที่แตกต่าง ตอบสนองไลฟ์สไตล์ที่หลากหลายดูแลความเป็นอยู่ให้อย่างราบรื่น นอกจากนี้ บริษัท เกรซมี จำกัด มุ่งมั่นที่จะใช้น้ำยาและอุปกรณ์ทำความสะอาดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ ผู้ให้บริการทั้งหมดของ บริษัท เกรซมี จำกัด จะได้รับการฝึกอบรมและรับรองผ่านสถาบันการศึกษาของดุสิต เพื่อให้ลูกค้าได้มีความมั่นใจในคุณภาพการบริการที่สูงอย่างต่อเนื่อง

➤ **การตลาดและการแข่งขัน**

(1) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

พื้นที่ปฏิบัติการทางภูมิศาสตร์ของ บริษัท เกรซมี จำกัด อยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล และมีโอกาสที่จะขยายธุรกิจ在不同ประเทศ ในส่วนของตลาดเป้าหมายหลัก คือผู้พักอาศัยในคอนโดมิเนียมระดับกลางถึงบน ตลาดเป้าหมายรอง คือกลุ่มลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่อยู่อาศัยและทำงานในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ในทำเลศักยภาพสูง ดิครถไฟฟ้าและสถานที่อำนวยความสะดวก โดยกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้มีความต้องการที่จะปรับปรุงคุณภาพชีวิตของพวกเขา แต่ต้องการคำแนะนำและแนวทางแก้ไขที่เหมาะสม

(2) สภาพการแข่งขัน

บริษัท เกรซมี จำกัด มีวัตถุประสงค์ให้บริการดูแลที่พัก และการอยู่อาศัยแบบครบวงจรในเชิงไลฟ์สไตล์ ซึ่งสอดคล้องกับอุปทานที่เพิ่มขึ้นของลูกค้าที่มีความต้องการที่จะหาบริการอำนวยความสะดวก เชื่อถือได้ และมีคุณภาพตอบสนองไลฟ์สไตล์ที่หลากหลาย เพื่อที่จะปรับปรุงคุณภาพการใช้ชีวิต

ตลาดการแข่งขันสำหรับธุรกิจให้บริการดูแลที่พัก และการอยู่อาศัยแบบครบวงจรประกอบไปด้วย ผู้ให้บริการอิสระเป็นจำนวนมาก โดยส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็กถึงขนาดกลาง ซึ่งขาดประสบการณ์ในการบริการและมีมาตรฐานที่ไม่มั่นคง ดังนั้น ปัจจัยในความสำเร็จของบริษัท เกรซมี จำกัด คือ การสร้างความไว้วางใจ และความน่าเชื่อถือจากประสบการณ์ในธุรกิจการบริการ การสร้างบุคลากรบริการที่มีคุณภาพ และการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ

➤ การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท เกรซมี จำกัด มีวัตถุประสงค์ให้บริการดูแลที่พัก และการอยู่อาศัยแบบครบวงจรในเชิงไลฟ์สไตล์ ซึ่งประกอบด้วย บริการทำความสะอาด บริการซักรีดซักแห้ง บริการทำความสะอาด และ บริการกำจัดแมลง

โดยมีวิสัยทัศน์ที่จะขยายไปสู่บริการไลฟ์สไตล์เพิ่มเติม เช่น บริการจัดเลี้ยงส่วนตัว จนถึง บริการจัดส่งดอกไม้ โดยผู้ให้บริการทั้งหมดของบริษัท เกรซมี จำกัด จะได้รับการฝึกอบรมและรับรองผ่านสถาบันการศึกษาของดุสิต เพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจในคุณภาพการบริการที่สูงอย่างต่อเนื่อง

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัท เกรซมี จำกัด มุ่งมั่นที่จะใช้น้ำยาและอุปกรณ์ทำความสะอาดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมซึ่งไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

2.2.2 ธุรกิจด้านการศึกษา

นับเป็นความภาคภูมิใจอย่างยิ่งที่ฝ่ายการศึกษาดุสิตธานี หรือ Dusit Hospitality Education (DHE) ได้สืบทอดปณิธานของกลุ่มดุสิตโดยการจัดให้มีการเรียนการสอน และการฝึกอบรมในอุตสาหกรรมบริการการต้อนรับ (Hospitality) เพื่อผลิตบุคคลากรที่มีคุณภาพเพื่อเข้าทำงานในโรงแรมและธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยมาตั้งแต่ปี 2536 โดยเริ่มต้นเปิดสอนหลักสูตรการเรียนด้านอุตสาหกรรมบริการในนามของโรงเรียนการโรงแรมดุสิตธานี และในปี 2539 ได้มีการยกสถานะเป็นวิทยาลัยดุสิตธานี (Dusit Thani College) โดยมีการเรียนการสอนในสาขาวิชาที่หลากหลาย อาทิเช่น สาขาการครัวและศิลปะการประกอบอาหาร (Culinary Arts & Kitchen Management) สาขาการจัดการการท่องเที่ยว (Tourism Management) และสาขาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโรงแรมและรีสอร์ท (Hotel & Resort Management)

ในปัจจุบันวิทยาลัยดุสิตธานีได้มีการพัฒนาปรับปรุงเนื้อหาหลักสูตรต่างๆ ให้มีมาตรฐานระดับสากลเพื่อสร้างความภาคภูมิใจในชื่อเสียงการงานด้านการต้อนรับและบริการของชาวไทย และได้มีการเพิ่มหลักสูตรขั้นสูง เช่น หลักสูตรการบริการส่วนหน้า การบริหารงานระดับหัวหน้างาน ระดับผู้บริหาร และผู้บริหารอาวุโส เป็นต้น แผนการเรียนเป็นไปตามกฎระเบียบของกระทรวง และมีใบรับรองการศึกษาทั้งในหลักสูตรระยะสั้นในระดับประกาศนียบัตร และในระดับปริญญาบัตรทั้งปริญญาตรี และปริญญาโท

ธุรกิจด้านการศึกษา ประกอบด้วย

ก. วิทยาลัยดุสิตธานี**➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ปัจจุบันวิทยาลัยดุสิตธานีได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษากระทรวงศึกษาธิการ ให้เปิดสอนหลักสูตรระดับปริญญาตรี และปริญญาโท ดังนี้

ก.1) วิทยาลัยดุสิตธานี กรุงเทพฯ

หลักสูตรระดับปริญญาตรี จำนวน 3 สาขาวิชา ได้แก่

1. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรม (Hotel Management)
2. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการครัวและศิลปะการประกอบอาหาร (Culinary Arts & Kitchen Management)
3. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขานวัตกรรมบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Service Innovation in Tourism Industry)

หลักสูตรระดับปริญญาตรี (หลักสูตรนานาชาติ) จำนวน 2 สาขาวิชา ได้แก่

1. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะการประกอบอาหารอย่างมืออาชีพ (Professional Culinary Arts) ซึ่งเป็นหลักสูตรปริญญาร่วมระหว่างสถาบัน เลอ กอร์ดอง เบลอ (Le Cordon Bleu) ประเทศฝรั่งเศส และวิทยาลัยดุสิตธานี
2. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและรีสอร์ท (Hotel & Resort Management) ซึ่งเป็นหลักสูตรที่ได้รับการรับรองจากโรงเรียนการโรงแรมโลซานน์ (Ecole hôtelière de Lausanne) ประเทศสวิตเซอร์แลนด์

หลักสูตรระดับปริญญาตรี (เทียบโอนประสบการณ์) จำนวน 2 สาขาวิชา ได้แก่

1. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรม (Hotel Management)
2. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการครัวและศิลปะการประกอบอาหาร (Culinary Arts & Kitchen Management)

หลักสูตรระดับปริญญาโท จำนวน 1 สาขาวิชา ได้แก่

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA in Hospitality Business Management)

วิทยาลัยดุสิตธานี กรุงเทพฯ ตั้งอยู่บนถนนศรีนครินทร์ เขตประเวศ กรุงเทพฯ บนเนื้อที่ 12 ไร่ ประกอบด้วย อาคารเรียน 2 อาคาร มีพื้นที่ใช้สอยทั้งสิ้น 14,083 ตารางเมตร โดยมีห้องเรียน ห้องฝึกปฏิบัติ ห้องสาธิต และห้องครัวที่ทันสมัย อุปกรณ์การเรียนการสอนครบครัน ปัจจุบันกำลังดำเนินการปรับปรุงสถานที่ อุปกรณ์และเทคโนโลยีการเรียนการสอน เพื่อให้มีความใหม่และทันสมัยมากขึ้น ซึ่งกำหนดการแล้วเสร็จภายในปี 2563

ก.2) วิทยาลัยดุสิตธานี ศูนย์การศึกษาเมืองพัทยา**หลักสูตรระดับปริญญาตรี จำนวน 2 สาขาวิชา ได้แก่**

1. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรม (Hotel Management)
2. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการครัวและศิลปะการประกอบอาหาร (Culinary Arts & Restaurant Management)

ก.3) ศูนย์ความเป็นเลิศดุสิตธานี (Dusit Thani Excellence Centre “DTEC”)

จัดตั้งขึ้นในเดือนตุลาคม 2560 ในสถานะหน่วยงานหนึ่งในวิทยาลัยดุสิตธานี เพื่อเป็นศูนย์กลางในการต่อยอด การนำหลักสูตรและองค์ความรู้ของวิทยาลัยดุสิตธานี ผสมผสานกับประสบการณ์จริงทางภาคธุรกิจการโรงแรมและการประกอบอาหารของกลุ่มดุสิตธานีมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในวงกว้าง โดย

เปิดให้มีหลักสูตรการอบรมระยะสั้นที่หลากหลายและตอบสนองความต้องการของตลาด การให้คำปรึกษา และการให้ความช่วยเหลือในเชิงปฏิบัติ ไปสู่บริษัทห้างร้านหน่วยงานทั้งภาคเอกชนและราชการ ตลอดจน สาธารณชน เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมบริการการต้อนรับ บริการท่องเที่ยวและการโรงแรม และบริการ ด้านการจัดการและศิลปะประกอบอาหารในประเทศไทยให้เจริญรุดหน้ายิ่งขึ้นไป นอกจากนี้ ศูนย์ความเป็นเลิศอุตสาหกรรมยังทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางทรัพยากรให้ฝ่ายการศึกษาอุตสาหกรรม เพื่อสนับสนุนการขยายกิจการ การศึกษาของกลุ่มบริษัทอุตสาหกรรมไปในระดับนานาชาติ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากการใช้ทรัพยากร ทางการศึกษาาร่วมกัน

กิจกรรมหลักในปัจจุบันของศูนย์ความเป็นเลิศอุตสาหกรรม

1. การจัดการฝึกอบรมระยะสั้นแก่สาธารณชน เปิดสอนหลักสูตรฝึกอบรมและให้บริการวิชาการ แก่ผู้ที่สนใจในอุตสาหกรรมบริการการต้อนรับและการประกอบอาหารหลายหลักสูตรตั้งแต่หลักสูตร 1-2 วัน เช่น หลักสูตรการชงกาแฟแบบมืออาชีพ (Barista Training) หลักสูตรการจัดการงานแม่บ้าน หลักสูตร การตลาดเชิงลึกสำหรับโรงแรมและรีสอร์ท และหลักสูตรการควบคุมต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น จนถึงหลักสูตร 2-5 เดือน เช่น หลักสูตรการประกอบอาหารไทย/อาหารตะวันตกแบบมืออาชีพ และ หลักสูตร Executive Program in Hotel Management ฯลฯ
2. การจัดฝึกอบรมลูกเรือสำราญ เพื่อฝึกฝนพัฒนาให้ลูกเรือไทยเข้าทำงานบนเรือสำราญเดินสมุทรได้มากขึ้น
3. การจัดฝึกอบรมงานทางด้านบริการการต้อนรับ (Hospitality) ที่ออกแบบตามความต้องการของ ลูกค้าสถาบัน (Customized Institutional Training) เพื่อตอบสนองความต้องการการฝึกอบรมแบบ เฉพาะเจาะจงของบริษัทห้างร้าน หรือหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ
4. การให้เข้าห้องครัวฝึกปฏิบัติ (Training Kitchen) ห้องครัวสาธิต (Kitchen Demo Room) และ ห้องฝึกอบรม (Training Room) แก่ลูกค้าสถาบันและลูกค้าทั่วไป

ศูนย์ความเป็นเลิศอุตสาหกรรม ได้เช่าช่วงพื้นที่ 1,065 ตารางเมตรในอาคารเลขที่ 588/5 ถนนเพชรบุรี แขวง ถนนเพชรบุรี เขตราชเทวี กรุงเทพฯ ซึ่งเป็นอาคาร 7 ชั้นบนพื้นที่ 1 ไร่ 66 ตารางวา มีพื้นที่ใช้สอยรวม 6,947.5 ตารางเมตร จากผู้เช่าหลักบริษัท ดุสิต เอ็กเซลเลนซ์ จำกัด เพื่อใช้เป็นสถานประกอบการหลักของศูนย์ฯ

กิจกรรมและความร่วมมือกับองค์กรอื่นๆ ของวิทยาลัยดุสิตธานี

นอกจากการมุ่งเน้นความเป็นเลิศทางวิชาการและผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพแล้ววิทยาลัยดุสิตธานียังมีส่วนสนับสนุนและช่วยเหลือสังคมในด้านพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพเพื่อไปทำงานในต่างประเทศ ตลอด ระยะเวลา 22 ปีที่ผ่านมา ทางวิทยาลัยฯ ได้รับความไว้วางใจจากกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงานที่ อนุญาตให้วิทยาลัยดุสิตธานีเป็นสถานที่ทดสอบฝีมือคนหางานในสาขาอาชีพธุรกิจบริการ จำนวน 5 สาขา

วิชาชีพ ได้แก่ พนักงานประกอบอาหาร พนักงานผสมเครื่องดื่ม พนักงานบริการอาหารและเครื่องดื่ม พนักงานต้อนรับส่วนหน้า และพนักงานทำความสะอาด ซึ่งก็ได้มีผู้ที่ผ่านการทดสอบและไปประกอบอาชีพในต่างประเทศเป็นจำนวนมาก

ปัจจุบันวิทยาลัยดุสิตธานี กรุงเทพฯ และศูนย์การศึกษาเมืองพัทยา ได้รับการรับรองเป็นองค์กรที่มีหน้าที่รับรองสมรรถนะของบุคคลตามมาตรฐานอาชีพ จากสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ ใน 2 สาขาวิชาชีพ ได้แก่

1. สาขาวิชาชีพการท่องเที่ยว การโรงแรม ภัตตาคาร และร้านอาหาร สาขาผู้ประกอบอาหารไทย ประเภทอาหารคาว และ อาหารหวาน

2. สาขาวิชาชีพกิจกรรมบริการเพื่อเสริมสร้างสุขภาพร่างกาย สาขาให้บริการสปา

จากปณิธานและวิสัยทัศน์ของวิทยาลัยดุสิตธานีที่มีความมุ่งมั่นที่จะยกระดับและพัฒนาคุณภาพการศึกษาสู่ความเป็นสากล วิทยาลัยฯ ได้มีการลงนามทำความร่วมมือกับสถาบันชั้นนำในต่างประเทศเพื่อการเปิดหลักสูตรร่วมรวมถึงการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และประสบการณ์ในด้านต่างๆ ดังนี้

- Le Cordon Bleu, France – หลักสูตรปริญญาตรีร่วม (หลักสูตรนานาชาติ) บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะการประกอบอาหารอย่างมืออาชีพ (Professional Culinary Arts Management)
- Ecole hôtelière de Lausanne, Switzerland – รับรองหลักสูตรปริญญาตรี (หลักสูตรนานาชาติ) บริหารธุรกิจบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการโรงแรมและรีสอร์ท (Hotel & Resort Management)
- Tsuji Culinary Institute, Japan – เปิดสอนหลักสูตรการประกอบอาหารญี่ปุ่นต้นตำรับ สำหรับบุคคลทั่วไป และสำหรับนักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรี
- Aso College Group, Japan – โครงการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและภาษาญี่ปุ่น ณ เมืองฟูกูโอกะ
- Ecole de Savignac, France – โครงการแลกเปลี่ยนนักศึกษา
- Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong – หลักสูตรระยะสั้นสำหรับผู้บริหารด้านการโรงแรม
- Institut Paul Bocuse, France – โครงการแลกเปลี่ยนอาจารย์และนักศึกษา
- University of Houston, USA – โครงการแลกเปลี่ยนอาจารย์และนักศึกษา

นอกจากนี้วิทยาลัยฯ ยังได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกในสถาบันที่มีชื่อเสียงด้านอุตสาหกรรมบริการ เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ในด้านอุตสาหกรรมบริการการต้อนรับ (Hospitality) ให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน และนำความรู้ใหม่ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้ในวิทยาลัยฯ ให้มีความเจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น สถาบันที่วิทยาลัยฯ ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิก อาทิ

- International Council on Hotel, Restaurant, and Institutional Education (ICHRIE)
- Asia-Pacific Council on Hotel, Restaurant, and Institutional Education (APacCHRIE)
- International Centre of Excellence in Tourism and Hospitality Education (THE-ICE)
- World Association of Chefs' Societies (WACS)

- Pacific Asia Travel Association (PATA)
- Association of Asia-Pacific Business Schools (AAPBS)
- Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB)
- Thailand Incentive and Convention Association (TICA)

โดยทุกหลักสูตรของวิทยาลัยได้รับการรับรองมาตรฐานการได้รับการรับรองคุณภาพการศึกษาจาก The International Centre of Excellence in Tourism and Hospitality Education (THE-ICE) ซึ่งวิทยาลัยเป็นสถาบันการศึกษาแห่งแรกของประเทศไทยที่ได้รับการรับรอง

วิทยาลัยฯ ได้มุ่งมั่นพัฒนางานด้านวิจัย และได้นำผลงานวิจัยที่ได้รับหนังสือรับรองการแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์และหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า จากกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ชื่อผลงานว่า “การพัฒนาตำรับอาหารไทยตามมาตรฐานของวิทยาลัยดุสิตธานี (The Development of Thai Food Recipes in Accordance with Dusit Thani College Standard)” จัดพิมพ์เป็นหนังสือตำราอาหารไทย และหนังสือตำรับอาหารไทย-ฮาลาล มาตรฐานวิทยาลัยดุสิตธานี เพื่อเผยแพร่แก่สาธารณชนให้เป็นที่แพร่หลายเป็นการสืบทอดศิลปะการประกอบอาหารไทยให้คงไว้ตลอดไป นอกจากนี้ วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี ได้ผ่านการรับรองคุณภาพของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) ให้เป็นวารสารในกลุ่มที่ 1 ซึ่งมีเนื้อหาและรูปแบบที่เป็นมาตรฐานระดับสากล และได้ถูกคัดเลือกให้เข้าสู่ฐานข้อมูล ASEAN Citation Index (ACI) ต่อไป

ในด้านกิจกรรมการแข่งขันวิทยาลัยฯ ได้ส่งนักศึกษาและบุคลากรเข้าร่วมการแข่งขันทางด้านวิชาการทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการเป็นตัวแทนประเทศไทยเข้าร่วมกิจกรรมและการแข่งขันในระดับนานาชาติ และได้รับรางวัลต่างๆ มากมาย อาทิ งาน Jeju Local Cuisine Competition 2019 สาธารณรัฐเกาหลี โดยได้รับรางวัลชนะเลิศ The Hong Kong International Culinary Classic 2019 โดยได้รับรางวัลในทุกรายการที่ส่งเข้าแข่งขัน นอกจากนี้ยังมีนักศึกษาของวิทยาลัยที่ได้เป็นตัวแทนประเทศไทยเข้าร่วมการแข่งขัน World Skills 2019 สหพันธรัฐรัสเซีย โดยได้รับรางวัลเหรียญยอดเยี่ยม (Medallion of Excellent)

กว่า 26 ปีของความสำเร็จของวิทยาลัยดุสิตธานีที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นหนึ่งในสถาบันการศึกษาด้านอุตสาหกรรมบริการการต้อนรับ (Hospitality Industry) ชั้นนำที่ได้รับมาตรฐานระดับสากลด้วยหลักสูตรการเรียนที่มีคุณภาพ ผสมผสานกับคณาจารย์ที่มีความรู้และประสบการณ์ตรงสาขาและกิจกรรมเสริมทักษะต่างๆ ทำให้วิทยาลัยดุสิตธานีสามารถผลิตบัณฑิตที่เต็มเปี่ยมไปด้วยความรู้ความสามารถทั้งในทักษะด้านการปฏิบัติงาน การบริหารจัดการ และการมีความคิดสร้างสรรค์และวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ ปัจจุบันวิทยาลัยดุสิตธานีมีนักศึกษาทั้งสิ้นกว่า 2,748 คน และได้ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถสู่สังคมไปแล้ว 7,415 คน

➤ การตลาดและการแข่งขัน

การตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

กลุ่มเป้าหมาย:

- นักเรียนระดับเตรียมอุดมศึกษา ทั้งในประเทศ และจากต่างประเทศ
- ผู้ปกครองและอาจารย์แนะแนวผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการศึกษาต่อของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย
- ศิษย์เก่าของโรงเรียนมัธยมศึกษาต่างๆ ที่เป็นักเรียนปัจจุบันของวิทยาลัยดุสิตธานี (โดยเฉพาะปี 1)
- กลุ่มผู้ทำงานในอุตสาหกรรมบริการ สำหรับการฝึกอบรมเพิ่มเติมในสาขาเฉพาะทาง เพื่อเพิ่มพูนประสิทธิภาพในการทำงาน และความก้าวหน้า
- กลุ่มบริษัทต่างๆ สำหรับการอบรมพิเศษด้านการบริการ ฯลฯ

กลยุทธ์โดยภาพรวมในระดับฝ่ายการศึกษาดุสิตธานี (DHE)

1. ทำให้ศูนย์ความเป็นเลิศดุสิตธานีซึ่งปัจจุบันเป็นหน่วยงานในวิทยาลัยดุสิตธานีเป็นศูนย์รวมทรัพยากรทางการศึกษาและฝึกอบรมเพื่อเป็นเครื่องมือในสร้างการเจริญเติบโตของธุรกิจด้านการศึกษาในอนาคต ในทุกระดับหลักสูตรการศึกษา
2. ขยายธุรกิจการศึกษาไปต่างประเทศโดยเน้นไปยังแถบเอเชียแปซิฟิกเป็นลำดับแรก โดยพยายามใช้โมเดลของการไปช่วยสร้างและรับรองหลักสูตรให้สถาบันท้องถิ่นในประเทศนั้นๆ ซึ่งเป็นรูปแบบที่ไม่ต้องใช้การลงทุนมากและเคยทำงานประสบผลสำเร็จมาแล้วกับสถาบันการศึกษาชั้นสูงแห่งหนึ่งในฟิลิปปินส์
3. ผสานความร่วมมือ (Synergistic Cooperation) กับส่วนธุรกิจโรงแรมอย่างเข้มแข็งเพื่อการเติบโต โดยการประกอบและร่วมใช้ทรัพยากรบุคคล การตลาด สถานที่ และองค์ความรู้ ทั้งในและต่างประเทศ
4. สร้างแบรนด์ Dusit Hospitality Education (DHE) ในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่แบรนด์โรงแรมดุสิตธานีเป็นที่รู้จักคืออยู่แล้ว โดยสร้างการรับรู้และความน่าเชื่อถือในแบรนด์ DHE ให้มากยิ่งขึ้น
5. สร้างพันธมิตรในเชิงกลยุทธ์ (Strategic Alliances) กับสถาบันการศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ

กลยุทธ์การขยาย (Expansion Strategy)

1. กลยุทธ์การขยายฐานผลิตภัณฑ์การให้บริการ (Expanded Product Offering) เพื่อขยายกลุ่มเป้าหมาย ในปี 2562 วิทยาลัยฯ ได้เปิดวิชาการทำงานบนเรือสำราญให้เป็นวิชาเลือกในระดับปริญญาตรี และได้จัดทำกลุ่มรายวิชาสาขาธุรกิจเรือสำราญขึ้น เพื่อเป็นพื้นฐานในการเปิดเป็นหลักสูตรปริญญาตรีด้านเรือสำราญ (Cruise Line) อย่างเต็มตัวภายในปี 2565 และภายในปี 2565 วิทยาลัยฯ จะเป็นสถาบันการศึกษาที่

มีการใช้สื่อในการเรียนการสอนแบบ ดิจิตอลอย่างกว้างขวาง โดยการใช้เทคโนโลยีดิจิตอลได้เริ่มแบบค่อยเป็นค่อยไปตั้งแต่ปีการศึกษา 2562

2. กลยุทธ์การตลาดเพื่อขยายปริมาณ (Expanded Market Penetration) วิทยาลัยฯ กำลังอยู่ในขั้นตอนการวางแผนการตลาดและการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่มที่มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนให้ดีขึ้น ซึ่งกลุ่มแรกคือกลุ่มเด็กนักเรียนมัธยมปลายเพื่อให้เข้าเรียนในระดับปริญญาตรี กลุ่มที่สองกลุ่มคนที่ทำงานในอุตสาหกรรมบริการ (Hospitality) ที่ต้องการหาความรู้และทักษะเพิ่มเติม และกลุ่มสุดท้ายคือกลุ่มคนทำงานในอุตสาหกรรมอื่นที่ต้องการเปลี่ยนงาน เพื่อที่จะเพิ่มจำนวนผู้ลงทะเบียนทั้งหลักสูตรปริญญาและหลักสูตรระยะสั้น โดยมีเป้าหมายว่าภายในปี 2565 นักศึกษาเข้าใหม่ในหลักสูตรปริญญาตรีทั้งหมด (รวมถึงนักศึกษาเทียบโอนประสบการณ์) จะถึงระดับ 1,200 คน จากระดับประมาณ 700 คนในปีปัจจุบัน ทั้งนี้ เนื่องจากธรรมชาติของธุรกิจการศึกษานั้นต้องมีการวางแผนการรับนักศึกษาล่วงหน้าอย่างน้อยหนึ่งปี และแผนการตลาดนี้ได้เริ่มส่งผลกับจำนวนนักศึกษาเข้าใหม่ตั้งแต่ปี 2563 เป็นต้นไป

การขยายในระดับฝ่ายการศึกษาคุณิตธานี (DHE)

เน้นการขยายธุรกิจศึกษาไปยังตลาดต่างประเทศ ซึ่งในระยะแรกจะเน้นตลาดเอเชียและออสเตรเลีย นอกจากการเปิดตัวของ Dusit Hospitality Management College ที่ฟิลิปปินส์แล้ว ในปี 2561 ฝ่ายการศึกษาคุณิตธานียังมีการลงนามในบันทึกความเข้าใจ (MOU) กับกลุ่ม Omega Global เพื่อจัดตั้งสถาบันการศึกษาและฝึกอบรมในประเทศศรีลังกา ในปี 2562 อยู่ในระหว่างหาพันธมิตรที่มีศักยภาพที่จะลงทุนในประเทศออสเตรเลีย และใน 3-5 ปีข้างหน้าทางฝ่ายการศึกษาจะเน้นการหาโอกาสในต่างประเทศเพิ่มเติมโดยใช้เครือข่ายที่มีอยู่และ/หรือพยายามประคบคู่ไปกับการขยายตัวของกลุ่มคุณิตธานีไปในต่างประเทศ โดยเริ่มจากภูมิภาคเอเชีย เช่น จีน อินเดีย เกาหลี เวียดนาม เมียนมาร์ อินโดนีเซีย มาเลเซียและสิงคโปร์ ตลอดจนตลาดยุโรป เช่น เนเธอร์แลนด์ อังกฤษ เยอรมนี เป็นต้น โดยในการดำเนินการจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรในการสร้างทีมงานให้แข็งแกร่งเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคต

กลยุทธ์การสร้างสมดุล (Balance Strategy)

ความสมดุลในระดับวิทยาลัยคุณิตธานี

ปัจจุบันวิทยาลัยคุณิตธานีมีชื่อเสียงและความแข็งแกร่งมากในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการครัวและศิลปะการประกอบอาหารภาคภาษาไทย ชื่อเสียงและความแข็งแกร่งอันนี้ทำให้ผู้สมัครเข้ามาส่วนใหญ่จะเลือกเรียนในสาขาวิชานี้ ทั้งที่รากฐานของวิทยาลัยฯ และของกลุ่มคุณิตธานีมาจากการโรงแรม ศิลปะการประกอบอาหารเป็นเพียงส่วนหนึ่งของธุรกิจการบริการการต้อนรับ (Hospitality) ซึ่งเมื่อพิจารณาจากความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ของกลุ่มคุณิตธานีแล้ว วิทยาลัยฯ สามารถที่จะขยายฐานการเรียนการสอนให้ครอบคลุมสาขาอื่นๆ ในธุรกิจการบริการการต้อนรับ (Hospitality) ให้ทั่วถึงมากกว่านี้ เช่น การจัดการโรงแรม (Hotel Management) การจัดการการท่องเที่ยว (Tourism Management) การจัดการ

บริการเรือสำราญ (Cruise Management) การจัดการงานนิทรรศการและการประชุม (Meetings, Incentives, Conferences, and Events or “MICE”) ตลอดจนสาขาวิชานวัตกรรมบริการในธุรกิจการท่องเที่ยว (Service Innovation in Tourism Industry)

วิทยาลัยดุสิตธานีกำลังอยู่ในขั้นตอนการวางแผนการตลาดและการประชาสัมพันธ์ให้ถึงกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างฐานจำนวนนักศึกษาในสาขาวิชาดังกล่าวให้มีทั้งปริมาณและสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น ซึ่งนอกจากผู้เรียนและอุตสาหกรรมบริการจะได้ประโยชน์โดยตรงแล้ว วิทยาลัยฯ ก็จะได้ประโยชน์จากการกระจายตัวของแหล่งรายได้ไม่ให้กระจุกตัวอยู่แต่สาขาวิชาเดียว และในระยะยาวจะสร้างชื่อเสียงของวิทยาลัยฯ ว่าเป็นความแข็งแกร่งในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการบริการการต้อนรับที่ครบวงจร

วิทยาลัยฯ ตั้งเป้าหมายไว้ว่าภายในปี 2565 สัดส่วนของนักศึกษาเข้าใหม่ในหลักสูตรปริญญาตรี ระหว่างสาขาวิชาการจัดการครัวและศิลปะการประกอบอาหาร กับ สาขาอื่นๆ จะเป็น 65:35 จากสัดส่วน 88:12 ในปี 2562

นอกจากนี้ วิทยาลัยฯ ต้องการจะสร้างความสมดุลระหว่างสัดส่วนนักศึกษาในหลักสูตรปริญญาตรี ภาควิชาไทย กับ หลักสูตรนานาชาติ ทั้งนี้ สืบเนื่องมาจากเป้าหมายที่ทางกลุ่มดุสิตธานีวางไว้ว่าต้องการยกระดับวิทยาลัยดุสิตธานีให้เป็นวิทยาลัยระดับนานาชาติ (International League) จากสถานะปัจจุบันที่เป็นวิทยาลัยเฉพาะทางชั้นนำในระดับประเทศ (Leading Hospitality College in the National League) วิทยาลัยฯ จะไม่สามารถจัดอยู่ในระดับนานาชาติได้โดยปราศจากปริมาณนักศึกษาในหลักสูตรนานาชาติที่มากเพียงพอ

วิทยาลัยฯ ตั้งเป้าหมายไว้ว่าภายในปี 2565 สัดส่วนของนักศึกษาเข้าใหม่ในหลักสูตรปริญญาตรี ภาควิชาไทย กับ หลักสูตรนานาชาติ จะเป็น 80:20 เทียบกับสัดส่วน 89:11 ในปี 2562 และเนื่องจากค่าเล่าเรียนในหลักสูตรนานาชาติจะประมาณ 2-2.5 เท่าของค่าเล่าเรียนในหลักสูตรไทย ดังนั้นการเปลี่ยนสัดส่วนจำนวนนักเรียนจาก 89:11 เป็น 80:20 จะส่งผลให้สัดส่วนรายได้จากหลักสูตรไทย : หลักสูตรนานาชาติเป็นประมาณ 65:35

ท้ายสุด วิทยาลัยฯ ยังต้องการจะสร้างความสมดุลในเชิงรายได้ระหว่างหลักสูตรปริญญาตรี กับ หลักสูตรอื่นๆ (หลักสูตรประกาศนียบัตรระยะสั้น หลักสูตรเทียบโอนประสบการณ์ หลักสูตรปริญญาโท) ให้มากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันกระแสการเรียนรู้ของโลกได้เปลี่ยนรูปแบบไป องค์กรมีความจำเป็นต้องให้บุคลากรเข้ารับการอบรมทักษะและความรู้ใหม่ๆ ตลอดเวลา ส่วนการเปลี่ยนแปลงแบบฉับพลัน (Disruption) ในหลายอุตสาหกรรมทำให้ลูกจ้าง/พนักงานอาจต้องเปลี่ยนงานตลอดจนเปลี่ยนอุตสาหกรรมสำหรับการหางานใหม่ ทำให้ตลาดมีความต้องการเพิ่มขึ้นสำหรับหลักสูตรระยะสั้นเพื่อสร้างทักษะใหม่ (Re-skilling) หรือยกระดับทักษะเดิม (Up-skilling) ตลอดจนความต้องการในการยกระดับทักษะและความรู้ในเชิงบริหาร ซึ่งสามารถทำได้ผ่านหลักสูตรเทียบโอนประสบการณ์ และปริญญาโทบริหารธุรกิจ (MBA) ที่มีความยืดหยุ่นในการเรียนการสอนเพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายของทางวิทยาลัยฯ ซึ่งคือคนที่ทำงานมาแล้วระดับหนึ่งและ

ต้องการทำงานพร้อมกับการเรียน จึงเป็นโอกาสที่ดีที่วิทยาลัยฯ จะขยายการเรียนการสอนเข้าสู่ตลาดนี้ให้มากขึ้น

ปัจจุบันแหล่งรายได้ของวิทยาลัยฯ ส่วนใหญ่มาจากหลักสูตรปริญญาตรี วิทยาลัยฯ จึงตั้งเป้าหมายไว้ว่าภายในปี 2565 สัดส่วนของรายได้จากหลักสูตรปริญญาตรีกับรายได้จากหลักสูตรอื่นๆ จะเป็น 70:30 เมื่อเทียบกับสัดส่วน 88:12 ในปี 2562

ความสมดุลในระดับฝ่ายการศึกษาคุณิศจานี (DHE)

เป็นความปรารถนาอย่างแรงกล้าของฝ่ายการศึกษาฯ ที่จะขยายฐานธุรกิจการศึกษาออกไปให้กว้างขวางเพื่อเป็นประโยชน์สูงสุดกับคนจำนวนมาก ฝ่ายการศึกษามีแผนการขยายฐานทั้งในประเทศผ่านการตั้งสถาบันศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และในต่างประเทศผ่านการร่วมมือกับหุ้นส่วนต่างๆ ในประเทศนั้นๆ ซึ่งในเชิงธุรกิจจะเป็นการกระจายความเสี่ยงในแหล่งรายได้ไม่ให้กระจุกตัวอยู่เพียงจากวิทยาลัยคุณิศจานีแต่เพียงแห่งเดียว ความสมดุล (Balance) และความหลากหลาย (Diversification) จึงจะเป็นผลพลอยได้ทีตามมาในระยะยาว

กลยุทธ์การสร้าง ความหลากหลายทางธุรกิจ (Diversification Strategy)

การสร้าง ความหลากหลายในระดับวิทยาลัยคุณิศจานี

เป้าหมายหนึ่งที่ทางวิทยาลัยฯ ตั้งไว้คือจะนำความชำนาญและประสบการณ์จากการสอนและจากการปฏิบัติจริงของกลุ่มคุณิศจานีมาใช้ประโยชน์ต่อสังคมและธุรกิจให้มากที่สุด นอกจากการขยายตัวของหลักสูตรการฝึกอบรมให้หลากหลายและตอบสนองต่อความต้องการของหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนแล้ว ทางวิทยาลัยฯ จะต่อยอดธุรกิจเข้าไปเป็นผู้ให้บริการด้านที่ปรึกษา (Consulting) ตลอดจนเข้าไปช่วยจัดตั้งและจัดองค์กร (Initial Set-up & Organize) ให้แก่ผู้ประกอบการในธุรกิจบริการรายใหม่ที่มีเงินทุนแต่อาจขาดประสบการณ์และความชำนาญ

นอกจากนี้ วิทยาลัยฯ ยังต้องการเป็นหน่วยงานรับรองมาตรฐาน (Certify Body) บุคลากรในธุรกิจให้กับองค์กรทั้งในและต่างประเทศ หนึ่งในความพร้อมที่ทางวิทยาลัยฯ มีอยู่แล้วคือการเป็นหน่วยงานรับรองความสามารถบุคลากรตามมาตรฐานอาเซียน (ASEAN Competency Certify Body) ของประเทศไทย เมื่อมาตรฐานนี้ได้รับการประกาศใช้อย่างเป็นทางการ

การสร้าง ความหลากหลายในระดับฝ่ายการศึกษาคุณิศจานี (DHE)

ในระยะยาวความหลากหลายจะเกิดจากการกระจายตัวของฐานธุรกิจการศึกษาไปยังหลายประเทศ และขึ้นกับความสามารถในการใช้ซ้ำให้เกิดประโยชน์เท่าทวี (leverage) จากความชำนาญและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องจากวิทยาลัยคุณิศจานีและศูนย์ความเป็นเลิศคุณิศจานี และจากการเรียนรู้ซึ่งกันและกันระหว่าง

หน่วยงานการศึกษาต่างๆ และจากหน่วยงานอื่น เพื่อต่อยอดเป็นธุรกิจต่อเนื่องในอนาคต โดยจะขยายหลักสูตรทางวิชาการในระดับอื่น อาทิ หลักสูตรวิชาชีพ และ Executive Program เพื่อสร้างความหลากหลายในผลิตภัณฑ์และบริการ

สภาพการแข่งขันของธุรกิจการศึกษา

การท่องเที่ยวจัดเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นมากมาย ดังนั้นสถาบันอุดมศึกษาในประเทศที่มีศักยภาพจำนวนมากจึงได้เปิดหลักสูตรด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการมากขึ้นเพื่อผลิตกำลังคนให้สอดคล้องกับความต้องการแรงงานด้านอุตสาหกรรมบริการ และการท่องเที่ยวของประเทศ ในขณะที่ประเทศไทยเริ่มก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อจำนวนประชากรวัยเรียนที่ลดลงในอนาคต เป็นผลให้จำนวนแรงงานที่จะขยายตัวช้าลง และมีจำนวนลดลงในอนาคต ประเทศไทยจะมีโอกาสในการขยายตลาดสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว การแพทย์และสุขภาพ ทั้งปัจจัยบวกและลบดังกล่าว วิทยาลัยฯ จึงต้องวางแผนปรับเปลี่ยนหลักสูตร และระบบการจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับสภาพสังคม และจำนวนผู้เรียนในระดับปริญญาตรีภาคปกติที่มีแนวโน้มลดลงด้วย ซึ่งคาดว่าจะการแข่งขันทางการศึกษาในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในอนาคตจะทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น วิทยาลัยฯ ยังต้องวางแผนในการเพิ่มหลักสูตรด้านการบริการวิชาการให้มากขึ้นโดยมุ่งเน้นการเรียนรู้ตลอดชีวิตเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

➤ การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ธุรกิจการศึกษา ต้องใช้คณาจารย์และหลักสูตรการเรียนเป็นหลัก นอกเหนือไปจากการจัดสถานที่และจัดหาอุปกรณ์การเรียนการสอนต่างๆ ให้แก่นักเรียน ด้วยหลักสูตรการเรียนที่มีคุณภาพ ผนวกกับคณาจารย์ที่มีความรู้และประสบการณ์ตรงสาขา และกิจกรรมเสริมทักษะต่างๆ ควบคู่ไปกับการพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ทั้งในเรื่องอาคารสถานที่ อุปกรณ์การเรียนการสอน และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้วิทยาลัยดุสิตธานีสามารถผลิตบัณฑิตที่เต็มเปี่ยมไปด้วยความรู้ความสามารถในทักษะทั้งทางด้านการปฏิบัติงานและการบริหารจัดการ มีความคิดสร้างสรรค์ และมีวิสัยทัศน์กว้างไกล เพื่อตอบสนองต่อนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ตลอดจนความต้องการของตลาดแรงงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี-

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

ข. โรงเรียนสอนการประกอบอาหาร เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต (บริษัท เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต จำกัด)**➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

เป็นการร่วมทุนระหว่างกลุ่มดุสิตธานี และ เลอ กอร์ดอง เบลอ อินเตอร์เนชั่นแนล (Le Cordon Bleu International) โดยจัดตั้งเป็นบริษัทร่วมทุนในนาม บริษัท เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต จำกัดตั้งตั้งแต่ปี 2550 โดยเปิดสอนหลักสูตรที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการในระดับประกาศนียบัตรและระดับวุฒิปัตรหลายหลักสูตรดังต่อไปนี้

- หลักสูตรคลาสสิกไซเคิล (Classic Cycle Programme) ซึ่งเป็นหลักสูตรประกาศนียบัตร ที่เปิดสอนทั้งวันธรรมดา และหลักสูตรวันเสาร์ ซึ่งมีให้เลือก 3 หลักสูตรด้วยกัน

- หลักสูตรวิชาการครัวไทย (Professional Thai Cuisine)
- หลักสูตรการทำขนมปัง (The Art of Bakery)
- หลักสูตรความรู้เกี่ยวกับไวน์และค็อกเทล (Wine Studies and Cocktail Course)
- หลักสูตรศิลปะการทำกาแฟ (Barista Course)
- หลักสูตรระยะสั้นอีกหลายหลักสูตร (Culinary Discovery short courses and workshops)

โรงเรียนสอนการประกอบอาหาร เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต เป็นส่วนหนึ่งในเครือข่ายสถาบัน เลอ กอร์ดอง เบลอ ทั่วโลกที่มีความมุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศในการพัฒนาความรู้และเทคนิคการทำอาหารฝรั่งเศส ตลอดจนพัฒนาสูตรใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เลอ กอร์ดอง เบลอ เป็นสถาบันที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก เปิดสอนต่อเนื่องมายาวนาน 124 ปี ปัจจุบันมีสาขาของโรงเรียนและเป็นหุ้นส่วนความร่วมมือในสถาบันการศึกษาต่างๆ ทั้งหมด 35 แห่งใน 20 ประเทศ และมีนักเรียนที่เข้าเรียนในหลักสูตรต่างๆ จำนวน 20,000 คนต่อปี

เนื่องจากการปิดสำนักงานของกลุ่มดุสิตธานีที่ห้วยถนนสีลมเป็นการชั่วคราวตั้งแต่เดือนธันวาคม 2561 โรงเรียนสอนการประกอบอาหาร เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต จึงได้ทำการย้ายสถานที่การเรียนการสอนและสำนักงานไปยังอาคารเซ็นทรัล แอท เซ็นทรัล เวิลด์ ชั้น 17-19 ตั้งอยู่บนเลขที่ 4, 4/5 ถนนราชดำริ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ โดยได้เปิดทำการเมื่อวันที่ 21 มกราคม 2562

ปัจจุบันโรงเรียนมีนักเรียนจากหลากหลายประเทศลงทะเบียนเรียนในหลักสูตรต่างๆ โดยนักเรียนไทยส่วนใหญ่จะเรียนหลักสูตรอาหารตะวันตก หลักสูตรการทำขนมอบ หลักสูตรการทำขนมปัง และหลักสูตรวิชาการครัวไทย ขณะที่นักเรียนชาวต่างชาติจำนวนมากมีความต้องการที่จะเรียนรู้เคล็ดลับอาหารไทย ในแต่ละหลักสูตรจะสอนโดยทีมอาจารย์และเชฟที่ได้ผ่านการฝึกอบรมและมีประสบการณ์ด้านการทำอาหารในตำแหน่งอาวุโสของโรงแรมที่มีชื่อเสียงระดับโลกและภัตตาคารระดับมิชลิน สตาร์

ตลอดหลายปีที่ผ่านมา โรงเรียนสอนการประกอบอาหาร เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต ได้อบรมผู้ประกอบการ เชฟ นักเขียนด้านอาหาร นักสไตลิสอาหาร และผู้เชี่ยวชาญด้านการดื่มไวน์ โดยศิษย์เก่าของโรงเรียนสามารถเข้าถึงเครือข่ายศิษย์เก่าที่มาจากทั่วทุกมุมโลก

➤ การตลาดและการแข่งขัน

(ก) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

โรงเรียนสอนการประกอบอาหาร เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต มีแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อปรับปรุงธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบัน มีผู้สนใจเข้าเรียนในหลักสูตรต่างๆ เป็นจำนวนมาก โดยคิดเป็นนักเรียนไทยร้อยละ 70 และนักเรียนต่างชาติร้อยละ 30

กลุ่มเป้าหมาย:

- กลุ่มผู้สนใจทั่วไป ครอบครัว และเยาวชน
- กลุ่มบริษัท องค์กรชั้นนำ กลุ่มบริษัทคู่ค้า
- ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารและบริการ เช่น โรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร
- สถาบันแนะแนวการศึกษา ทั้งในและต่างประเทศ

(ข) สภาพการแข่งขัน

ความต้องการกลุ่มผู้สำเร็จการศึกษาด้านวิชาชีพ (ปวส.) ทางด้านอาหาร ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีความต้องการบุคลากรที่เพิ่มสูงขึ้น ในภาคธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ แนวโน้มของการเติบโตของธุรกิจดังกล่าว น่าจะยังคงขยายตัวต่อเนื่องต่อไปอีก 2-3 ปี ข้างหน้า หากไม่ได้รับผลกระทบจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง

ผลของโลกาภิวัตน์ยังคงสร้างกระแสให้เกิดความสนใจในการศึกษาศิลปะด้านการทำอาหารอย่างต่อเนื่อง อีกทั้ง ยุคอาหารฟิวชั่นที่แพร่หลายไปทั่วโลก ยิ่งส่งผลให้ เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต มีโอกาสเติบโตทางธุรกิจเพิ่มมากขึ้น

ในส่วนของการตลาดของสถาบันฝึกอบรมศิลปะการทำอาหารในประเทศไทยนั้น เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต ยังคงเป็นผู้นำด้านสถาบันสอนการทำอาหารในระดับแนวหน้า ซึ่งปัจจุบันยังคงไม่มีคู่แข่งที่เป็นสถาบันระดับนานาชาติ หรือกิจการร่วมค้าใดๆ ที่นำเสนอหลักสูตรการเรียนในระดับที่ใกล้เคียงกัน แต่ทั้งนี้ ยังคงต้องติดตามความเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

➤ การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต เป็นสถาบันสอนการประกอบอาหารระดับนานาชาติที่นำเสนอทั้งหลักสูตรการทำอาหารแบบฝรั่งเศสและอาหารไทย ที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมด้านอาหารของทั้งสองประเทศ โดยมีหลักสูตรและการเรียนการสอนที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ สำหรับอาจารย์เชฟผู้สอนจะคัดเลือกจากประสบการณ์การทำงานในระดับมืออาชีพจากร้านอาหารห้าดาวทั่วโลก ซึ่งหากมีประสบการณ์การสอนจะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ

นอกจากนี้ เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต ยังมีการจัดการอบรมและพัฒนาบุคลากรผู้สอนอย่างมีระบบ ซึ่งผู้ที่ได้รับการคัดเลือกเข้าเป็นอาจารย์เชฟผู้สอนแล้วนั้น จะต้องผ่านการฝึกอบรม และการสังเกตการณ์ในหลักสูตรที่เปิด

การเรียนรู้ การสอนทั้งในรูปแบบการสาธิตการประกอบอาหาร และห้องปฏิบัติการครัว เป็นเวลา 3 เดือน อย่างไรก็ตาม ผู้สอนยังจำเป็นต้องผ่านการทดสอบภาคปฏิบัติการสอน และการสัมภาษณ์ ก่อนการบรรจุเข้าสอนจริงในหลักสูตร

ตาม que การเรียนการสอนในหลักสูตรของโรงเรียนเป็นภาษาอังกฤษ อาจารย์เชฟผู้สอนจำเป็นต้องมีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร ดังนั้น อาจารย์เชฟผู้สอนทุกท่านจะต้องสอบผ่านการวัดผลทางภาษาอังกฤษ (TOEIC) ตามกฎระเบียบข้อบังคับของกระทรวงศึกษาธิการ พร้อมการควบคุมคุณภาพการเรียนการสอน ภายใต้ระบบการประเมินคุณภาพภายใน และภายใต้ระบบการประเมินคุณภาพจากกระทรวงศึกษาธิการ เพื่อรักษาระดับคุณภาพ และมาตรฐานการเรียนการสอนของโรงเรียน ซึ่งจะมีการตรวจสอบและประเมินคุณภาพทุกๆ 3 ปี

เลอ กอร์ดอง เบลอ คูลิต ได้เห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มความรู้ ความสามารถ ทำให้อาจารย์ผู้สอนมีความเจริญก้าวหน้าและศักยภาพในการสอน ซึ่งมีการดำเนินงานสนับสนุนในหลายด้าน เช่น การเรียนในหลักสูตรต่างๆ ภายในโรงเรียน และจากสถาบันอื่นๆ ทั้งทักษะการทำงาน การสอน และภาษาอังกฤษ

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี-

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

ค. Dusit Hospitality Management College (DHMC)

➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

Dusit Hospitality Education Philippines (“DHEP”) ซึ่งถือหุ้น โดย Dusit Thani Philippines Inc. (“DTPI”) ร้อยละ 40 ดำเนินธุรกิจ 2 อย่าง ได้แก่ โรงแรม DusitD2 The Fort Manila และวิทยาลัย Dusit Hospitality Management College (“DHMC”) ซึ่งทั้งสองธุรกิจนี้ ตั้งอยู่บนอาคาร 27 ชั้นที่กำลังก่อสร้างในเมือง Bonifacio Global City ซึ่งส่วนที่เป็นวิทยาลัยใช้พื้นที่ 12 ชั้น และติดตั้งอุปกรณ์การเรียนการสอนเกี่ยวกับการบริการการต้อนรับ (hospitality) การท่องเที่ยว (tourism) และศิลปะการประกอบอาหาร (culinary) DHMC เป็นวิทยาลัยที่มีความเป็นเอกลักษณ์ในด้านการเรียนการสอนของธุรกิจการบริการ การต้อนรับ และศิลปะการประกอบอาหาร ผ่านการเรียนการสอนแบบผสมผสาน ทั้งแบบในห้องเรียน และเรียนออนไลน์ รวมทั้งการปฏิบัติงานจริงทางด้าน front office, housekeeping ส่วนการทำครัวและการบริการ โดยที่นักเรียนของ DHMC สามารถปฏิบัติงานจริงที่โรงแรม DusitD2 ดังกล่าว และส่วนของร้านอาหารในโรงแรม และมีผู้ดูแลที่มีประสบการณ์ให้คำแนะนำแก่นักเรียน โดยเป็นส่วนหนึ่งของภาคปฏิบัติการเรียน การสอน

เมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2562 DHMC ได้เปิดรับนักเรียนรุ่นแรกจำนวน 12 คน ในหลักสูตรปริญญาตรี สาขาการจัดการบริการการต้อนรับ (Bachelor of Science in Hospitality Management Program) ซึ่งรับรองโดย École hôtelière de Lausanne (EHL) และมีเป้าหมายการรับนักเรียนจำนวน 1,200 คนในอนาคต ในหลักสูตรทั้งระดับประกาศนียบัตร อนุปริญญา ปริญญาตรีและหลักสูตรวิชาชีพ สาขาบริการ การต้อนรับ การท่องเที่ยว และศิลปะการประกอบอาหาร สำหรับส่วนโรงแรม dusitD2 The Fort Manila คาดว่าจะสามารถเปิดดำเนินการในปี 2563

ในเดือนมีนาคม 2563 DTPI ได้ขายหุ้นใน DHMC จำนวน 3,599,997 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40.00 ของจำนวนหุ้นทั้งหมดของ DHMC ให้แก่ Fine Properties, Inc. ในประเทศฟิลิปปินส์

➤ การตลาดและการแข่งขัน

ปัจจุบันมีโรงเรียนที่เปิดสอนหลักสูตรการจัดการโรงแรมเป็นจำนวนหลายแห่งที่สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ แต่ Dusit Hospitality Management College จะสร้างความแตกต่างจากโรงเรียนอื่น โดยจะจัดให้มีหลักสูตรนานาชาติที่ได้รับการรับรองจากพันธมิตรที่มีเสียงระดับโลก ได้แก่ École hôtelière de Lausanne ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ นอกจากนี้ Dusit Hospitality Education Philippines, Inc. จะร่วมมือกับสถาบันชั้นนำนานาชาติ Institut Paul Bocuse ซึ่งเป็นสถาบันศึกษาด้านการโรงแรมและท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานและคุณภาพชั้นสูง เพื่อเปิดสอนหลักสูตรประกาศนียบัตร

➤ การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

หลักสูตรที่จะเปิดสอนมีดังนี้

- หลักสูตรด้านอุตสาหกรรมบริการการต้อนรับในระดับปริญญาตรี
- หลักสูตรการจัดการบริการการต้อนรับ (Hospitality Management)
- หลักสูตรระยะสั้นทางด้าน ศิลปะการประกอบอาหาร (Culinary Arts) การดำเนินธุรกิจโรงแรม (Hotel Operations)
- หลักสูตรการบริหารการบริการการต้อนรับชั้นมืออาชีพ (Professional Hospitality Management)

ในหลากหลายด้าน

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี-

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

2.2.3 ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์**ก. โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รูปแบบผสม (Mixed-Use Project)****➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รูปแบบผสม เป็นการร่วมทุนระหว่าง บริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) ผ่านบริษัทย่อยและบริษัทร่วม และบริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย โรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ แห่งใหม่ อาคารที่พักอาศัย ศูนย์การค้า และอาคารสำนักงาน ภายใต้ชื่อโครงการ ดุสิต เซ็นทรัล พาร์ค (Dusit Central Park) และพัฒนาขึ้นภายใต้แนวคิด “Here for Bangkok” มีมูลค่าลงทุนรวมทั้งสิ้นไม่เกิน 36,700 ล้านบาท โดยโครงการลงทุนนี้จะตั้งอยู่บนที่ดินซึ่งบริษัทเช่ามาจากสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ขนาด 23 ไร่ 2 งาน 2.72 ตารางวา ณ บริเวณห้วยมถนมนสีลมและถนนพระราม 4 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การเข้าร่วมลงทุนในโครงการ ดุสิต เซ็นทรัล พาร์ค ประกอบด้วย การได้มาซึ่งสิทธิการเช่าที่ดิน การก่อสร้างและพัฒนาโรงแรม อาคารที่พักอาศัย และ โครงสร้างอาคารศูนย์การค้า ผ่านบริษัท วิมานสุริยา จำกัด
2. การเข้าร่วมลงทุนในโครงการพัฒนาอาคารศูนย์การค้าผ่านบริษัท สวณภูมิ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด
3. การเข้าร่วมลงทุนในโครงการอาคารสำนักงาน ผ่านบริษัท ศาลาแดง พร็อพเพอร์ตี้ แมนเนจเม้นท์ จำกัด โดยมีบริษัท พระราม 4 เดเวลอปเม้นท์ จำกัด รับโอนสิทธิการเช่าที่ดินสำหรับโครงการอาคารสำนักงาน ไปจากบริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) และบริษัท ศาลาแดง พร็อพเพอร์ตี้ แมนเนจเม้นท์ จำกัด เข้าช่วงที่ดินต่อจาก บริษัท พระราม 4 เดเวลอปเม้นท์ จำกัด

ในการลงทุนในโครงการดุสิต เซ็นทรัล พาร์ค เป็นการใช้พื้นที่เช่าเดิมที่บริษัทได้ทำสัญญาเช่าที่จากสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ไว้ ฉบับลงวันที่ 31 กรกฎาคม 2511 ที่ดินเนื้อที่ประมาณ 15 ไร่ 3 งาน 67.84 ตารางวา มีอายุสัญญาเช่า 30 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2516 ซึ่งครบกำหนดวันที่ 31 มีนาคม 2546 และสามารถต่อสัญญาได้อีก 2 ครั้ง ครั้งละ 15 ปี โดยจะต้องตกลงค่าเช่ากันใหม่ ซึ่งบริษัทได้ลงนามต่อสัญญาเช่าที่ดินพร้อมอาคารครั้งที่ 1 โดยมีระยะเวลา 15 ปี นับแต่วันที่ 1 เมษายน 2546 ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2561 บนที่ดิน 18 ไร่ 1 งาน 28.20 ตารางวา ซึ่งต่อมา บริษัทสละสิทธิตามสัญญาเช่าที่ดินเดิมและสละสิทธิในการต่ออายุสัญญาเช่าที่ดินเดิมดังกล่าว เพื่อลงนามในสัญญาเช่าฉบับใหม่ กับสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ซึ่งมีกำหนดระยะเวลา 30 ปี ลงวันที่ 22 ธันวาคม 2559 บนพื้นที่ 23 ไร่ 2 งาน 2.72 ตารางวา (ที่ดินเช่าเพิ่มเติมจากเดิม 18 ไร่ 1 งาน 28.20 ตารางวา อีกจำนวน 5 ไร่ 0 งาน 74.52 ตารางวา ที่เคยเป็นที่ตั้งของอาคารโอลิมเปีย และอาคารไทย ประกันชีวิตและตึกแถว 9 ห้อง)

โครงการดังกล่าวถือเป็นการต่อยอดธุรกิจโรงแรมซึ่งเป็นธุรกิจหลัก กระจายความเสี่ยง เพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และยังช่วยเสริมสร้างดุสิตธานีให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น โครงการแห่งนี้ มีจุดเด่นอยู่ที่การดำรงรักษาเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย ตลอดจนกลิ่นอายของดุสิตธานี รวมไปถึงการใช้ประโยชน์พื้นที่อย่างเต็มศักยภาพ

สามารถเอื้อประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวและประชาชนผู้มาเยือนทั่วไป เนื่องจากพื้นที่ตรงนี้เป็นจุดศูนย์กลางของเมืองอย่างแท้จริง เป็นทั้งจุดศูนย์กลางทางธุรกิจและจุดศูนย์กลางที่เชื่อมต่อระบบขนส่งมวลชนหลักของกรุงเทพฯ ทั้งรถไฟฟ้า BTS และรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT เป็นย่านที่พักอาศัยของผู้มีรายได้ระดับบน อีกเอกลักษณ์ที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของโครงการดุสิต เซ็นทรัล พาร์ค คือการสร้างพื้นที่สีเขียวเป็นสวนขนาดใหญ่ที่ชั้นบนสุดของอาคารกลาง (podium) ด้วยพื้นที่กว่าหมื่นตารางเมตร ที่เชื่อมต่อระหว่างอาคารหลัก 3 อาคาร เพื่อให้สอดคล้องและต่อเนื่องจากพื้นที่สีเขียวของสวนลุมพินี ซึ่งถือได้ว่าเป็นปอดของกรุงเทพฯ บริษัทมั่นใจว่าโครงการนี้จะกลายเป็นสัญลักษณ์แห่งใหม่ของกรุงเทพฯ เหมือนที่โรงแรมดุสิตธานีเคยได้สร้างประวัติศาสตร์เอาไว้ว่าครั้งทศวรรษ และจะช่วยสร้างความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์ดุสิตสืบไป

โรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ เปิดให้บริการจนถึงวันที่ 5 มกราคม 2562 และยุติให้บริการตามแผนที่วางไว้ ซึ่งโครงการดุสิต เซ็นทรัล พาร์ค นี้ได้ดำเนินการรื้อถอนอาคารสำนักงานและอาคารพาณิชย์ที่อยู่บนพื้นที่เพิ่มเติมประมาณ 5 ไร่ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยบริษัท วิมานสุริยา จำกัด และได้เริ่มรื้อถอนอาคารต่างๆ ของโรงแรมตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2562 ควบคู่ไปกับการเจาะหล่อกอนกรีตเสาเข็ม ตลอดจนงานก่อสร้างอาคารส่วนชั้นจอดรถใต้ดินบางส่วน บริษัทคาดว่าจะการรื้อถอนจะแล้วเสร็จภายในกลางปี 2563 และจะเริ่มเปิดตัวโครงการขายห้องพักในส่วน of อาคารที่พักอาศัย (Residence) ในปี 2563

ในการนี้ บริษัทคาดว่าจะเปิดดำเนินการโรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ แห่งใหม่และศูนย์การค้าในปี 2566 และเปิดอาคารสำนักงานและอาคารที่พักอาศัยในปี 2567 เป็นต้นไป

ข. โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์คอนโดมิเนียม Hampton Sriracha by Origin and Dusit

โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์คอนโดมิเนียม Hampton Sriracha by Origin and Dusit เป็นการร่วมทุนระหว่าง บริษัท ออริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) ที่สัดส่วนร้อยละ 51 และ 49 ตามลำดับ ผ่านบริษัท ดิ ออริจิ้น ดุสิต จำกัด ซึ่งได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม 2562 มีทุนจดทะเบียน 320 ล้านบาท โดยโครงการคอนโดมิเนียมนี้จะตั้งอยู่บน ใจกลางเมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี

➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทได้ร่วมลงทุนกับบริษัท ออริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) พัฒนาคอนโดมิเนียมเพื่อขายในบริเวณใจกลางเมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี ภายใต้ชื่อ “แฮมป์ตัน ศรีราชา บาย ออริจิ้น แอนด์ ดุสิต” (Hampton Sriracha by Origin and Dusit) บนที่ดินขนาด 2 ไร่ 1 งาน 31 ตารางวา พัฒนาเป็นอาคารสูง 26 ชั้น จำนวน 468 ยูนิต และ 3 ร้านค้า มูลค่าโครงการประมาณ 1,400 ล้านบาท โดยเริ่มเปิดขายประมาณไตรมาส 2 ของปี 2563 และคาดว่าจะก่อสร้างเสร็จในปี 2564

➤ การตลาดและการแข่งขัน

(ก) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

เน้นเรื่องทำเลที่ตั้งซึ่งอยู่ในบริเวณตรงข้ามตึกคอม ใจกลางเมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี ซึ่งอยู่ในพื้นที่โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยมีระยะทางห่างจากสถานีรถไฟความเร็วสูงเชื่อม 3 สนามบิน สถานีศรีราชาเพียง 12 นาที และอยู่ห่างจากท่าเรือแหลมฉบังเพียง 10 กิโลเมตร

ทั้งนี้ ศรีราชา ถือเป็นทำเลที่มีศักยภาพที่สุดอีกแห่งหนึ่งใน EEC เนื่องจากมีทั้งนิคมอุตสาหกรรมดั้งเดิม เช่น นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง และนิคมอุตสาหกรรมที่กำลังจะพัฒนาขึ้นใหม่อีกจำนวนมาก อยู่ใกล้แหล่งโลจิสติกส์ระหว่างประเทศที่กำลังจะพัฒนาขึ้นอย่างท่าเรือแหลมฉบังเฟส 3 รวมถึงยังเป็นที่ตั้งของโครงการเขตส่งเสริมอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัล หรือ ดิจิทัล พาร์ค ไทยแลนด์ ซึ่งเป็นเมกะโปรเจกต์และแลนด์มาร์คใหม่ของบริษัทด้านเทคโนโลยีและสตาร์ทอัพในไทยและภูมิภาคบนพื้นที่กว่า 700 ไร่

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มผู้บริหาร ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว ตลอดจนชาวต่างชาติที่เข้ามาลงทุนและทำงานในพื้นที่ และคนที่ต้องการลงทุนในคอนโดมิเนียม

กลยุทธ์ในการลงทุน

ขยายการลงทุนไปสู่ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่สอดคล้องกับธุรกิจหลัก ซึ่งสร้างความสมดุลในการเกิดรายได้ และผลตอบแทนในระยะเวลาอันสั้น อีกทั้งมองเห็นโอกาสและศักยภาพการเติบโตของตลาดอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่ EEC ซึ่งเป็นจุดยุทธศาสตร์ที่รัฐบาลสนับสนุน

(ข) สภาพการแข่งขัน

จากรายงานศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ระบุว่า ในช่วงครึ่งแรกปี 2562 สถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ด้านอุปสงค์ลดลงทั้งจำนวนหน่วยและมูลค่าของโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยเล็กน้อย เมื่อเทียบกับช่วงเวลาปี 2561 ซึ่งผู้ซื้อที่อยู่อาศัยในพื้นที่ EEC ได้รับผลกระทบจากมาตรการควบคุมสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย หรือ LTV ของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) น้อยกว่าในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล เนื่องจากผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นกำลังซื้อเพื่ออยู่อาศัยจริง

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี-

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

2.2.4 ธุรกิจอาหาร**ก. บริษัท ดุสิต ฟู้ดส์ จำกัด****➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

จากความตั้งใจที่จะสร้างธุรกิจใหม่ให้กับกลุ่มดุสิตธานีเพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงออกจากธุรกิจโรงแรม และเป็นการเพิ่มช่องทางในการทำธุรกิจในอุตสาหกรรมอาหารซึ่งเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศ บริษัท ดุสิต ฟู้ดส์ จำกัด จึงได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2561 โดยมีทุนจดทะเบียนและชำระแล้วจำนวน 713 ล้านบาท ซึ่งจะใช้เป็นบริษัทแม่ในการลงทุนในธุรกิจอาหารต่างๆ

การลงทุนที่ผ่านมา

ในปี 2561 ได้ลงทุนในบริษัท เอ็นอาร์ อินสแตนซ์ โปรดิวซ์ จำกัด (จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2562) ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายอาหารนานาชาติ และส่งออกไปต่างประเทศ

ในปี 2561 ได้ก่อตั้ง บริษัท ดุสิต กรุเมต จำกัด โดยมี บริษัท เอ็น อาร์ อินสแตนซ์ โปรดิวซ์ จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 10 เพื่อเป็นบริษัทในการสร้างแบรนด์ Food Retail ของดุสิต

ในปี 2562 ได้เข้าซื้อหุ้นครั้งแรกร้อยละ 51 ในบริษัท เอ็มเพอริว เคเทอริง จำกัด ซึ่งเป็นผู้ให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม (Catering) ให้แก่โรงเรียนนานาชาติในประเทศไทย และเมื่อเดือนมกราคม 2563 ได้ซื้อหุ้นเพิ่มเติมอีกร้อยละ 19 ทำให้ปัจจุบันบริษัท ดุสิต ฟู้ดส์ จำกัด มีส่วนการถือหุ้นใน บริษัท เอ็มเพอริว เคเทอริง จำกัด เป็นร้อยละ 70.00 ตามสัญญาซื้อขายหุ้น

➤ การตลาดและการแข่งขัน**การตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ****กลยุทธ์ในการลงทุน**

- ธุรกิจอาหารที่เป็นไปในแนวทาง Thailand and Asia to The World การนำประเทศไทย ความเป็นไทย ความเป็นเอเชียไปสู่โลก ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับจุดยืนของโรงแรมดุสิตธานีที่นำความเป็นไทยและบริการแบบไทยไปสู่โลก

- ธุรกิจที่อยู่ในพื้นที่ของ Be Natural, Be Healthy, Be Organic, Support Local Community กล่าวคือ สินค้าจากธรรมชาติ เพื่อสุขภาพที่ดี ปลอดภัย และสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น

- ธุรกิจอาหารที่มีโอกาสในการเติบโตสูง

- ธุรกิจอาหารที่มีความเชื่อมโยงและสนับสนุนแก่กันและกันกับธุรกิจโรงแรมและธุรกิจการศึกษาของกลุ่มดุสิตในปัจจุบัน

- ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
 - ไม่มี-
- งานที่ยังไม่ส่งมอบ
 - ไม่มี-

ข. บริษัท เอ็นอาร์ อินสแตนซ์ โปรดิวซ์ จำกัด (มหาชน)

➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิต จัดหา และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ มีสินค้าภายใต้แบรนด์ของตนเองที่มีการจัดจำหน่ายในประเทศต่างๆ พร้อมทั้งรับผลิตให้ผู้อื่นในรูปแบบของ Private label and Co Packing จากโรงงานเล็กๆ ที่เริ่มกิจการในปี 2534 ได้พัฒนาธุรกิจบนพื้นฐานของความมุ่งมั่นที่จะผลิตสินค้าคุณภาพในราคาที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย จนกลายมาเป็นโรงงานในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีเครื่องจักรที่ทันสมัยมียอดขายรับกว่าพันล้านบาทต่อปี มีพื้นที่ 10,000 ตารางเมตร มีคนงานกว่า 500 คน ผลิตสินค้ามากกว่า 1,100 รายการ (SKU's) ใน 7 กลุ่มตลาด ส่งออกไปยัง 25 ประเทศ

ในปี 2562 บริษัท เอ็นอาร์ อินสแตนซ์ โปรดิวซ์ จำกัด (มหาชน) (“NRF”) ได้เริ่มดำเนินการลงทุนในบริษัท The Brecks Company Limited ผู้นำผลิตอาหารเรื่องการทำให้สุกจากพืช และมีกำลังการผลิตขนาดใหญ่ที่สหราชอาณาจักร ได้เพิ่มศักยภาพในการบรรจุสินค้าประเภทของเหลวในบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่บีบออกมาได้ทันทีด้วยมือเดียวที่เรียกว่า V-Shape และได้ลงนามในสัญญาซื้อบริษัท ซิตีฟู้ด จำกัด ซึ่งเป็นโรงงานผลิตอาหาร ที่มีความสอดคล้องและส่งเสริมการเติบโตของบริษัท ในปี 2562 NRF ได้ยื่นเรื่องขอเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (MAI) ในวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2563 โดยมีวัตถุประสงค์การใช้เงินที่ได้จากการระดมทุนในครั้งนี้ เพื่อใช้ในการบริหารสภาพคล่องภายในบริษัท การชำระคืนเงินกู้ยืม และการลงทุนโครงการในอนาคต

กลุ่มธุรกิจ

- Private Label รับผลิตสินค้าให้แก่ Retailer
- Co Packing รับผลิตสินค้าภายใต้แบรนด์ลูกค้า
- Signature Brands สินค้าที่จำหน่ายภายใต้แบรนด์ที่บริษัทฯ เป็นเจ้าของ

➤ การตลาดและการแข่งขัน

(ก) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มคนต่างชาติที่ชื่นชอบอาหารเอเชีย คนเอเชียที่อาศัยอยู่ในประเทศตะวันตก กลุ่มผู้ประกอบการอาหารที่มีแบรนด์เป็นของตัวเองที่ต้องการหาผู้ผลิตที่มีคุณภาพ กลุ่มบริษัทค้าปลีกที่ต้องการผลิตสินค้าภายใต้แบรนด์ของตัวเอง

กลยุทธ์ในการแข่งขัน

- สร้างความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์สินค้าที่บริษัทเป็นเจ้าของทำการ Refresh และ Relaunch สินค้าภายใต้แบรนด์ที่มีอยู่ในประเทศต่างๆ รวมทั้งประเทศไทย เพิ่มจำนวนประเทศที่สินค้าจากบริษัทได้เข้าไปจำหน่าย
- Clean Label เข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับคณะเทคนิคการแพทย์ มหาวิทยาลัยมหิดลในการจัดหาแหล่งวัตถุดิบและทำการตรวจสอบและบริหารจัดการร่วมกับเกษตรกร เพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบที่ปลอดภัย
- เพิ่มศักยภาพการผลิต พัฒนาพื้นที่และศักยภาพการผลิตให้ได้ BRC A+ และ Organic
- Better for you, Plant Base Protein พัฒนาเข้าไปสู่หมวดหมู่นี้ซึ่งมีการเติบโตสูงที่สุด

(๗) สภาพการแข่งขัน

แนวโน้มอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมอาหารส่งออกของไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในหมวดของซอสปรุงรสอาหาร โดยในปี 2561 ตลาดอุตสาหกรรมซอสปรุงรสมีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 21,982 ล้านบาท และมีอัตราเติบโตจากปีที่แล้วอยู่ที่ร้อยละ 4.7 หรือคิดเป็นมูลค่า 991 ล้านบาท โดยมูลค่าตลาดที่เพิ่มขึ้นเป็นการเพิ่มขึ้นตามกลไกตลาดและสถานะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม Euromonitor International คาดการณ์ว่าปี 2562 มูลค่าตลาดอุตสาหกรรมซอสปรุงรสของประเทศไทยจะมีมูลค่าอยู่ที่ประมาณ 23,109 ล้านบาท และมีอัตราเติบโตจากปีที่แล้วอยู่ที่ร้อยละ 5.1 มีอัตราเติบโตแบบถ่วงเฉลี่ยตั้งแต่ปี 2558 ถึง 2562 อยู่ที่ประมาณร้อยละ 4.4 ซึ่งส่วนใหญ่แล้วการเติบโตหลักมาจากการขยายตัวของผลิตภัณฑ์จำพวกซอสถั่วเหลืองเป็นหลัก โดยปัจจัยหลักที่ทำให้อุตสาหกรรมส่งออกซอสปรุงรสอาหารของประเทศไทยมีการเติบโตนั้น มาจากกระแสความนิยมบริโภคอาหารไทยในกลุ่มชาวต่างชาติ อันเนื่องมาจากความโดดเด่นในด้านรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์และการใช้วัตถุดิบที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพของอาหารไทย ปริมาณวัตถุดิบมีเพียงพอและมีคุณภาพดี มีทักษะความชำนาญของผู้ผลิต มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย และราคาแข่งขันได้ ประกอบกับการที่อุตสาหกรรมนี้เป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมจากทางภาครัฐ โดยได้มีการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารแห่งชาติ 20 ปี ภายใต้วิสัยทัศน์ "ประชารัฐร่วมใจประเทศไทยเป็นครัวของโลก" โดยมีเป้าหมายในการเป็นประเทศผู้ส่งออกสินค้าอาหารติดอันดับ TOP 5 ในปี 2579 โดยการเพิ่มขีดความสามารถ ในการปรับตัวและการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย การจัดระบบการพัฒนาปัจจัยเอื้อต่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอาหารไทยเป็นครัวของโลก และการพัฒนาตลาดอุตสาหกรรมอาหาร

อนาคต และช่องทางการค้าในเวทีสากลเพื่อให้ผู้ประกอบการมีโอกาสเพิ่มช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนมีการเชื่อมโยงวัตถุดิบด้วยห่วงโซ่อาหารโลก (Global Connect) ผ่านกิจกรรมรูปแบบต่างๆ ได้แก่ (1) World Food Expo (2) Window of Thai Food (3) National and Regional Food Festival และ (4) Virtual market เพื่อสร้างช่องทางในการเข้าถึงสินค้าในระบบดิจิทัล และสร้างการรับรู้ถึง Positioning ของอาหารไทยบนเวทีโลก

การแข่งขันจากผู้ประกอบการในประเทศ บริษัทประเมินว่า ผู้ประกอบการในประเทศส่วนใหญ่มักมีการผลิตสินค้าที่ไม่หลากหลาย โดยมักเน้นที่การผลิตสินค้าประเภทใดประเภทหนึ่งโดยเฉพาะและเป็นการผลิตสินค้าแบบมุ่งเน้นรสชาติดั้งเดิมของเครื่องปรุงรสไทย

การแข่งขันจากผู้ประกอบการในต่างประเทศ คู่แข่งที่สำคัญของบริษัทในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรสและเครื่องประกอบอาหารจากต่างประเทศ ได้แก่ ผู้ประกอบการจากประเทศสหรัฐอเมริกา เวียดนาม สาธารณรัฐประชาชนจีน สิงคโปร์ และมาเลเซีย

➤ การจัดการผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ผลิตภัณฑ์

- Recipe Mixes อาหารสูตรผสม เช่น Spring roll fish sauce, Crab paste with soya bean oil, Pad Thai sauce
- Seasoning ซอสปรุงรส เช่น Satay sauce, Sriracha sauce, Oyster sauce
- Ready to Eat Meals อาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภค เช่น Jasmine Rice with red curry sauce, Hokkien noodles Kung Pao sauce, Udon noodle
- Beverages เครื่องดื่ม เช่น Instant Green Tea, Aloe Vera drink with honey
- Others อื่นๆ เช่น Sushi ginger, Yanang leaves extract

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี-

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

ค. บริษัท ดุสิต กรุ๊ป จำกัด**➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

เป็นบริษัททำการตลาด สร้างแบรนด์ Food Retail ของดุสิต โดยจ้างบุคคลภายนอกผลิตสินค้า แล้วจัดจำหน่ายสินค้าในตลาดโลก นอกจากสินค้าสำหรับตลาดผู้บริโภคแล้ว ยังจะผลิตสินค้าสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอาหาร โดยเริ่มจากการจำหน่ายให้แก่โรงแรมในเครือดุสิตธานี โดยแบรนด์ที่สร้างจะต้องส่งเสริมซึ่งกันและกันกับแบรนด์โรงแรมดุสิตธานี และอยู่ภายใต้กลยุทธ์ Thailand and Asia to The World และเป็น Platform ในการสนับสนุนการเกษตรและธุรกิจขนาดเล็กของชุมชนในประเทศไทย โดยมีการวางแผนว่าจะเริ่มเข้าสู่ตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดแรก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้าง Leading Consumer (Specialty) Food Retail Brand from Thailand แบรนด์สินค้าอาหาร (Specialty) ระดับโลกของคนไทย

ในปี 2562 บริษัท ดุสิต กรุ๊ป จำกัด ได้เริ่มจัดส่งผลิตภัณฑ์ไปยังโรงแรมต่างๆ ในเครือดุสิตธานี และได้ทำกิจกรรมการตลาด เช่น ออกงานแสดงสินค้า THAIFEX World food of Asia ประเทศไทย เมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม - 1 มิถุนายน 2562 งานแสดงสินค้า FEAST PORTLAND เมื่อวันที่ 12-15 กันยายน 2562 และงาน CIA World of Flavours สหรัฐอเมริกา เมื่อวันที่ 6-8 พฤศจิกายน 2562 เพื่อเปิดตัวแบรนด์ “ของไทย” โดยมี เชฟ เดวิด ทอมสัน เป็นมาสเตอร์เชฟของแบรนด์ ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดี โดยในปี 2563 มีแผนที่จะเริ่มวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตามห้างสรรพสินค้าในประเทศและต่างประเทศ และจะทำการตลาดออนไลน์ควบคู่กันไป เนื่องจากปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าทางออนไลน์มากขึ้น

➤ การตลาดและการแข่งขัน**(ก) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ****กลุ่มเป้าหมาย**

- ผู้บริโภคที่ชื่นชอบอาหารไทยและอาหารเอเชีย ผู้ที่ให้ความสำคัญกับ Authenticity, Sustainability, Quality, Fair Trade.

- เจ้าของร้านอาหารและผู้ประกอบอาชีพ Chef หรือ Cook

กลยุทธ์

- สร้างเป็น Platform ที่สามารถใช้ในการสนับสนุนชุมชนผู้ผลิตขนาดเล็กในต่างจังหวัดของไทย โดยให้ความสำคัญเรื่องการปลอดสารพิษ การค้าขายที่เป็นธรรม การสามารถระบุที่มาที่ไปได้

- ทำงานร่วมกับภาครัฐ สถาบัน องค์กร ในการพัฒนาแหล่งผลิตวัตถุดิบ พัฒนาผลิตภัณฑ์พัฒนากระบวนการผลิต และการตลาดและประชาสัมพันธ์

- ร่วมกับธุรกิจการศึกษาของเครือดุสิตในการนำสินค้าเข้าไปใช้ในการเรียนการสอน หรือใช้ศักยภาพของสถาบันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมทั้งนำบุคลากรมาเสริมในการนำความรู้ความเข้าใจในการประกอบและรับประทานอาหารไทยไปสู่ชาวตะวันตก
- พัฒนาแบรนด์สินค้าเพื่อนำออกสู่ตลาดโลก โดยได้แสดงสินค้าที่ตลาดสหรัฐอเมริกา
 - ❖ แบรินด์อาหารไทย – มีสินค้าที่เป็นที่รู้จัก แต่จะสร้างความแตกต่างโดยมี Chef ที่เป็นที่ยอมรับทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า มีรสชาติที่เป็นของแท้ เป็นธรรมชาติ ทำจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ Handmade product มุ่งเน้นตลาดร้านอาหารในช่วงเริ่มต้นของการออกตลาด
 - ❖ แบรินด์อาหารเอเชีย – เพื่อให้ครอบคลุมตลาดมากขึ้น สร้างเมนูอาหารใหม่ในลักษณะของ Fusion foods ให้ทันสมัย อร่อย สะอาด เพื่อสุขภาพ พร้อมทั้งเชื่อมต่อกับชุมชนในประเทศต่างๆ ที่โรงแรมในเครือดุสิตตั้งอยู่ เพื่อสามารถนำวัตถุดิบคุณภาพ หรือสูตรอาหารที่อร่อยมาใช้และสร้างสิ่งที่ดีให้กับชุมชนนั้นๆ
- อาศัยการบริโภคของโรงแรมในเครือดุสิต และธุรกิจ Catering เป็นฐานในการใช้สินค้า รับฟังความคิดเห็นของสินค้า เพื่อนำมาพัฒนาต่อไป รวมทั้งใช้เป็นจุดจำหน่ายสินค้า ในทางกลับกัน ใช้สินค้าจากธุรกิจนี้ในการสร้างมาตรฐานให้กับรสชาติอาหาร และสร้างความแปลกใหม่และเพิ่มมูลค่าให้กับร้านอาหารของโรงแรมและธุรกิจ Catering

(ข) สภาพการแข่งขัน

แนวโน้มและสถานะตลาด

Specialty Foods เป็น market segment ที่มีการเติบโตสูง ซึ่งสามารถระบุอยู่ใน 4 หมวดคือ

- **Health and wellness:** organic, natural, fortified, free-from, functional foods
- **Indulgence:** foods eaten for pleasure (vs. health or necessity)
- **Ready-to-eat (RTE):** fully or partially prepared and hand-held foods (includes snacks)
- **Ethnic:** foods with non-western origin (includes ingredients, species, sauces, RTE)

ซึ่งในหมวดสุดท้าย Ethnic food หรือ อาหารชาติพันธุ์ คือหมวดที่อาหารไทยไม่ว่าจะเป็นเครื่องแกง เครื่องปรุงรส ซอส น้ำพริก ฯลฯ อยู่ในหมวดนั้น เมื่อ 15 ปีก่อน ในประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศในทวีปยุโรป Ethnic Food จะมีจำหน่ายอยู่ตามร้านขายของเฉพาะทาง เช่น ร้านขายของจีน ร้านขายของเอเชีย ร้านขายของไทย ที่มักมีอยู่ตามย่าน China town ของเมืองต่างๆ โดยสินค้าที่จัดจำหน่ายอยู่จะเป็นสินค้านำเข้าและรูปแบบเดียวกันกับที่จำหน่ายในประเทศนั้นๆ โดยผู้นำเข้าซื้อสินค้าเหล่านั้นมาแล้วมาดัดแปลงแปลภาษาตามข้อกำหนดของตลาดนั้นๆ ซึ่งสินค้าเหล่านี้เรียกว่า off-shelf หลังจากนั้นเริ่มมีพื้นที่สำหรับ

สินค้า Ethnic Foods เกิดขึ้นใน Supermarket หลักๆของเมืองต่างๆ สำหรับการบริโภคของคนในเมืองนั้น ซึ่งถือว่าเป็น Mainstream supermarket สินค้าเริ่มจาก off-shelf ที่มีตาม China Town (เช่น แม่ศรี แม่ประนอม ศรีราชาพานิช) แล้วก็เริ่มพัฒนาจนพื้นที่ดังกล่าวได้ขยายออกมากขึ้นและมีการแข่งขันสูงขึ้น โดยสินค้ามีความหลากหลาย มีคุณภาพ มีการออกแบบที่สวยงามและมีจุดขายต่างๆที่แตกต่างกันไป เช่น Blue Elephant, De Siam, Thai Kitchen, Taste of Thai, Annie Chun ซึ่งหากต้องการให้แบรนด์สินค้าของเราอยู่รอดได้นั้นจะต้องมีสินค้าที่มีคุณภาพ แตกต่าง เป็นลักษณะเฉพาะที่คนอื่นไม่มี และมีการลงทุนอย่างต่อเนื่องในเรื่องการตลาด

การแข่งขัน

อาหารเอเชีย – ในอเมริกาเป็นการแข่งขันของแบรนด์ต่างๆของบริษัทตะวันตกเช่น Simply Asia, Annie Chun, Blue Dragon ส่วนในยุโรปจะเป็นแบรนด์ที่มีตลาดของประเทศของตนเป็นตลาดหลัก เช่น Asian Suzi Wan (France), Santa Maria (Scandinavia), Pataks and Sharwoods (UK) โดยสินค้าจะเป็นสินค้าที่ได้ปรับรสชาติให้เข้ากับชาวตะวันตก

อาหารไทย – ถึงแม้จะเห็นผู้แข่งขันมากมายในประเทศไทย ทุกโรงงานล้วนมีแบรนด์ของตนเองรวมทั้งผลิตให้แบรนด์อื่นๆ แต่ในสหรัฐอเมริกามีเพียง 2 แบรนด์ที่มีการวางจำหน่ายทั่วประเทศคือ Thai Kitchen และ Taste of Thai ผู้ผลิตจำนวนมากมีสินค้าประเภทเดียวกันที่ไม่ได้สร้างความแตกต่างอย่างแท้จริง การตัดราคาจะเป็นสิ่งที่ตามมา โดยเฉพาะ Store Brand คือแบรนด์ของห้างขายปลีกขนาดใหญ่ที่สามารถขายในราคาที่ต่ำกว่าทุกคนได้

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี-

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

ง. บริษัท เอ็มเพอริว เคเทอร์อิง จำกัด

➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท เอ็มเพอริว เคเทอร์อิง จำกัด ก่อตั้งในปี 2546 ประกอบธุรกิจให้บริการจัดอาหาร (Catering) ให้กับโรงอาหารของโรงเรียนต่างๆที่มีชื่อเสียงทั้งในประเทศและในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะปรุง และบริการอาหารที่มีรสชาติดี มีคุณค่าทางโภชนาการให้กับนักเรียนทุกคน ปัจจุบันบริษัทได้ขยายธุรกิจไปทั่วประเทศไทย โดยมีโรงเรียนที่ให้บริการภายใต้สัญญาระยะยาว 40 โรงเรียน ในประเทศไทย ประกอบไปด้วยโรงเรียนนานาชาติชั้นนำต่างๆ เช่น Harrow International School, International School of Bangkok (ISB), St Andrews International School, Bangkok Prep International School และใน

ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในปี 2558 ขยายธุรกิจไปยังประเทศกัมพูชาโดยให้บริการ โรงเรียน International School of Phnom Penh และในปี 2560 ขยายธุรกิจไปยังประเทศเวียดนามโดยให้บริการ โรงเรียน United Nations International School of Hanoi และ the British International School of Hanoi ปัจจุบันบริษัทมีพนักงานที่ไปประจำตามโรงเรียนต่างๆ กว่า 400 คน ล้วนแล้วแต่เป็นบุคลากรที่มีคุณค่าที่พร้อมจะส่งมอบบริการอันเป็นเลิศ ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริหารและผู้ปกครองจากโรงเรียนต่างๆ การที่ดุสิตเข้ามาเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ บริษัทจะมีศักยภาพสูงขึ้นในการขยายธุรกิจของตนไปในประเทศต่างๆ โดยเฉพาะประเทศที่มีโรงแรมในเครือดุสิตเปิดทำการ รวมทั้งการขยายเข้าสู่ตลาดกลุ่มใหม่ๆ เช่น การให้บริการจัดเลี้ยงในโรงพยาบาล และในแท่นขุดเจาะน้ำมัน

ในปี 2562 บริษัท เอ็มเพอริว เคเทอริง จำกัด (“ECC”) สามารถรักษาระดับการเติบโตได้ตามแผน ในไตรมาส 1 ของปี 2563 ECC ได้ลงนามในสัญญาซื้อขายหุ้นร้อยละ 100 ในบริษัท เดอะ เคเทอเรียลส์ จอยท์ สต็อก คอมพานี (“เคเทอเรียลส์”) ประเทศเวียดนาม ซึ่งเป็นผู้ให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม (Catering) ที่มุ่งเน้นกลุ่มสถานศึกษา และมีส่วนแบ่งการตลาดสูงเช่นเดียวกับ ECC ในประเทศไทย ทั้งนี้ การลงทุนในเคเทอเรียลส์ดังกล่าว ส่งผลให้มีการทำสัญญาระยะยาวกับโรงเรียนมีจำนวนรวมกว่า 80 แห่ง และมีบุคลากรให้บริการมีจำนวนกว่า 1,300 คน ซึ่งเป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์การเติบโตของบริษัทที่เน้นแสวงหาธุรกิจใหม่ๆ เพื่อการสร้างความแข็งแกร่งในภูมิภาค

การตลาดและการแข่งขัน

(ก) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

วิเคราะห์การเติบโตของตลาด

กลุ่มคนต่างชาติที่ขึ้นชมตลาดโรงเรียนนานาชาติของไทยยังคงเติบโตทั้งในเชิงปริมาณนักเรียนต่อโรงเรียนหรือปริมาณโรงเรียนที่เปิดใหม่ แต่ระดับการเติบโตคงจะไม่สูงเท่ากับเมื่อ 10 ปีที่แล้ว ตลาดที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต คือโรงเรียนไทย โรงเรียนไทยที่ค่อยๆ เพิ่มคุณภาพ ราคา และมาตรฐาน จะเริ่มเห็นความสำคัญของผู้ให้บริการอาหาร รวมทั้งการที่ให้บริการ Outsource จะทำให้ภาระงานลดลง สามารถมุ่งเน้นไปในเรื่องการเรียนการสอนเป็นหลัก

กลยุทธ์ธุรกิจ

ในประเทศไทย ECC ให้บริการโรงเรียนภายใต้สัญญาระยะยาว 40 โรงเรียน ในประเทศไทย ประกอบไปด้วยโรงเรียนนานาชาติชั้นนำต่างๆ เช่น Harrow International School, International School of Bangkok (ISB), St Andrews International School, Bangkok Prep International School ซึ่งการให้บริการที่ดีในโรงเรียนเหล่านี้เป็นฐานที่ดี ทำให้ ECC สามารถขยายกิจการไปยังโรงเรียนอื่นๆ กลยุทธ์สำคัญที่บริษัทให้คำปรึกษาในการออกแบบและก่อสร้างครัวและห้องอาหาร รวมทั้งการยินดีเป็นผู้ลงทุนอุปกรณ์ภายใน

ห้องครัวทั้งหมด เพื่อแลกกับการมีสัญญาระยะเวลา 5 ปี ธุรกิจของ ECC ก็จะเติบโตไปพร้อมกับธุรกิจของโรงเรียน การตั้งใจให้บริการที่ดีและร่วมงานกับผู้บริหารโรงเรียนก็จะทำให้เกิดความเชื่อใจกันขึ้น เมื่อผู้บริหารโรงเรียนมีการโยกย้ายไปเติบโตในโรงเรียนอื่นๆ ในประเทศอื่นๆ หากมีโอกาส ก็จะติดต่อให้ ECC ตามไปให้บริการ

(๗) สภาพการแข่งขัน

แนวโน้มอุตสาหกรรม

ECC ถือได้ว่าเป็นผู้นำในการให้บริการจัดอาหารสำหรับตลาดโรงเรียนในประเทศไทย สำหรับธุรกิจการให้บริการจัดอาหารนั้น ผู้ประกอบการรายใหญ่ของโลกที่เข้ามาในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คือ กลุ่ม Compass และกลุ่ม Sodexo ซึ่งทั้งสองบริษัทใหญ่ยังไม่เข้าเจาะตลาดโรงเรียนในประเทศไทย อาจเป็นเพราะขนาดทางธุรกิจ ทำให้มุ่งเน้นไปที่โรงพยาบาล แท่นขุดน้ำมัน และสายการบิน

โรงเรียนนานาชาติในประเทศไทยได้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องมาตลอด ซึ่งในปัจจุบันคนไทยนิยมที่จะส่งบุตรหลานไปเรียนในโรงเรียนนานาชาติ โรงเรียนนานาชาติส่วนใหญ่ไม่ต้องการที่จะดำเนินการบริหารจัดการเรื่องการบริการอาหารเอง เนื่องจากมีความยุ่งยาก มีเรื่องข้อกำหนดความปลอดภัยทางอาหาร (Food Safety) จำนวนมาก และเป็นประเด็นที่ผู้ปกครองและเด็กแต่ละคนมีความเข้าใจและความต้องการที่แตกต่างกัน กอปรกับในหลายโอกาสที่มีงานหรือกิจกรรมการแข่งขันระหว่างโรงเรียน จำนวนผู้รับประทานในวันนั้นจะเพิ่มขึ้นมาก จึงเลือกที่จะ Outsource ให้ผู้ให้บริการดำเนินการ ส่วนผู้บริหารและฝ่ายการศึกษาจะมุ่งเน้นเรื่องการศึกษาเป็นหลัก ปัจจุบันบริษัทมีลูกค้าที่เป็นโรงเรียนไทยเพียงโรงเรียนเดียวคือ โรงเรียนอานวยศิลป์

ถึงแม้จะไม่มีการแข่งขันจากผู้ประกอบการรายใหญ่ แต่ก็มีการแข่งขันจากผู้ประกอบการขนาดเล็กที่สามารถเข้าสู่บางโรงเรียนได้ นอกจากนั้นคู่แข่งที่อาจเกิดขึ้นคือ การที่เจ้าของโรงเรียนจะตัดสินใจตั้งบริษัทมารับงานให้บริการอาหารของโรงเรียนตนเอง

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี-

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

จ. บริษัท ดุสิต เรียว ฟู้ดส์ จำกัด

➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

จากแผนกลยุทธ์ในการขยายธุรกิจอาหารของกลุ่มดุสิตธานี โดยการเจาะกลุ่มตลาดอาหารเพื่อสุขภาพ (Healthy) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัตถุดิบธรรมชาติ (Natural ingredients) ผลิตภัณฑ์ที่

ปลอดสารเคมี (Organic) และผลิตภัณฑ์ที่สนับสนุนเกษตรกรและชุมชนพื้นถิ่น (Supporting farmers and local communities) ในปี 2562 บริษัท ดุสิต ฟู้ดส์ จำกัด จึงได้ก่อตั้ง บริษัท ดุสิต เรียล ฟู้ดส์ จำกัด โดยเป็นการร่วมทุนระหว่าง บริษัท ดุสิต ฟู้ดส์ จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 51 และบริษัท เรียล ฟู้ดส์ (แอฟริกาใต้) จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 49

ธุรกิจหลักของ Dusit Real Foods การดำเนินงานร้านอาหาร (Quick Service Restaurant) โดยใช้รูปแบบธุรกิจ แฟรนไชส์ภายใต้ชื่อแบรนด์ “KAUAI (คา-วา-อิ)” KAUAI เป็นแบรนด์ที่มีจุดแข็งในการทำให้การกินอาหาร เพื่อสุขภาพเป็นเรื่องง่าย อร่อย และสะดวก โดยดำเนินงานมามากกว่า 24 ปี มีร้านค้ามากกว่า 165 ร้านทั่วประเทศแอฟริกาใต้และยุโรป โดยบริษัท ดุสิต เรียล ฟู้ดส์ จำกัด ได้รับสิทธิในการดำเนินงานและขยายแบรนด์ในประเทศไทยรวมถึงภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

KAUAI Global มีพันธมิตรที่สำคัญคือ Virgin Active โดยในเกือบทุกสาขาของ Virgin Active จะมีร้านอาหาร KAUAI ให้บริการ ซึ่งในประเทศไทยได้เปิดร้าน KAUAI ร้านแรกที่ Virgin Active สาขา 101 True Digital Park และจะขยายสาขาไปทั่วประเทศโดยมุ่งเน้นที่รูปแบบของการทำครัวกลางและการให้บริการจัดส่งอาหาร

บริษัท เรียลฟู้ดส์ (แอฟริกาใต้) จำกัด ประกอบธุรกิจอาหาร โดยมีร้านอาหารในแบรนด์ต่างๆ อาทิ KAUAI (คา-วา-อิ), NU Health Café, Schoon, และมีธุรกิจน้ำผึ้งยี่ห้อ Highveld Honey & Brother Bee ที่มีรายได้กว่า 1 พันล้านบาท โดยแบรนด์ที่จะนำมาในประเทศไทย คือ KAUAI (คา-วา-อิ) ซึ่งเป็นแบรนด์สินค้าที่จำหน่ายใน Virgin Active ในประเทศแอฟริกาใต้กว่า 100 สาขา

➤ การตลาดและการแข่งขัน

(ก) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

วิเคราะห์การเติบโตของตลาด

ปัจจุบันแนวโน้มของอาหารเพื่อสุขภาพกำลังเป็นที่สนใจในโลกสำหรับผู้บริโภค โดยเฉพาะผู้บริโภคในกลุ่ม Millennials ซึ่งคาดว่าความนิยมในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจะเติบโตในตลาดไทยอย่างแน่นอน

กลยุทธ์

- ใช้สูตรสำเร็จของแบรนด์ KAUAI (คา-วา-อิ) ที่ได้รับการยอมรับว่ามีรสชาติอร่อย สะดวกและเต็มไปด้วยคุณค่าทางอาหารที่มาจากแหล่งที่เชื่อถือได้ โดยปรับเมนูบางส่วนให้เหมาะสมกับประเทศไทยในด้านของรสชาติและวัตถุดิบ

- เปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเวอร์จิน แอคทีฟ ที่สาขา 101 True Digital Park และจะขยายธุรกิจเข้าสู่เวอร์จิน แอคทีฟ ในสาขาอื่นๆ เพื่อรองรับผู้บริโภคได้มากขึ้น

- เปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพในห้างสรรพสินค้า หรือ Community Mall ที่สำคัญ
- โปรโมทร่วมกับบริษัทที่ให้บริการจัดส่งอาหาร (Delivery Service) เช่น ไลน์แมน ฟู้ดแพนด้า
- โปรโมทร่วมกับองค์กรที่เน้นเรื่องสุขภาพ เช่น ประกันชีวิต

(ข) สภาพการแข่งขัน

แนวโน้มอุตสาหกรรม

เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันหันมาให้ความสนใจในสุขภาพเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้มีคู่แข่งในกลุ่มตลาดอาหารสุขภาพทั้งรายเล็กและรายใหญ่ โดยมีการแข่งขันกันทั้งในเรื่องราคาและการบริการ รวมถึงการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกรวดเร็ว โดยทางแบรนด์ KAUAI ให้ความสำคัญในทุกด้านรวมถึงรสชาติอาหาร คุณภาพของวัตถุดิบและมุ่งเน้นที่คุณค่าของสารอาหารโดยสามารถปรับได้ตามความต้องการ และความเหมาะสมกับแต่ละบุคคล ซึ่งจะทำให้แบรนด์ KAUAI มีความแตกต่างและสามารถแข่งขันได้

- ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
-ไม่มี-
- งานที่ยังไม่ส่งมอบ
-ไม่มี-

2.2.5 ธุรกิจอื่นๆ

บริษัท ดุสิตธานี พร็อพเพอร์ตี้ส์ รีท จำกัด

➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทดำเนินธุรกิจบริหารและจัดการกองทรัสต์ ปัจจุบันบริษัทเป็นผู้จัดการกองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี (“DREIT”) โดยรายได้หลักของบริษัทมาจากค่าธรรมเนียมในการบริหารจัดการกองทรัสต์ และค่าธรรมเนียมในการได้มาจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สินของกองทรัสต์

อนึ่ง ปัจจุบันทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี (“DREIT”) มีการลงทุนในโครงการโรงแรมดังนี้

- โรงแรมดุสิตธานี ลาгуна ภูเก็ต ตั้งอยู่ที่อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต เป็นโรงแรมตกแต่งแบบไทยร่วมสมัยมีห้องพักจำนวน 225 ห้อง ให้บริการห้องพัก อาหารและเครื่องดื่ม ห้องประชุมและการจัดงานสำหรับนักธุรกิจและนักท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ อาทิ สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส ลู่วิ่งออกกำลังกาย ศูนย์กีฬาทางน้ำ ศูนย์ออกกำลังกาย สปา และ ร้านอาหารนานาชาติ
- โรงแรมดุสิตธานี เชียงใหม่ ตั้งอยู่บริเวณถนนช้างคลาน จังหวัดเชียงใหม่ มีห้องพักทั้งสิ้น 130 ห้อง ภายใต้บรรยากาศและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยแต่ยังคงไว้ซึ่งความเป็นไทย

- **โรงแรมดุสิตธานี หัวหิน** (สิทธิการเช่า) ตั้งอยู่ที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี เป็นโรงแรมแบบรีสอร์ท มีห้องพักจำนวน 296 ห้อง ให้บริการห้องพัก อาหารและเครื่องดื่ม ห้องประชุมและการจัดงานสำหรับแขกผู้เข้าพักในโรงแรม และแขกทั่วไป
- **โรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์** (สิทธิการเช่า) ตั้งอยู่บนเกาะ Mudhdhoo ในหมู่เกาะ Baa Atoll สาธารณรัฐมัลดีฟส์ มีห้องพักประเภทวิลล่าทั้งสิ้นจำนวน 95 หลัง ให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น สระว่ายน้ำ ศูนย์กีฬาทางน้ำ ศูนย์ออกกำลังกาย (Fitness Centre) สถานบริการสุขภาพ (Devarana Spa) ชื่อ “เทวารินย์ สปา” ห้องโถงสำหรับโยคะ คิด้คลับ สนามเทนนิส ร้านค้าอัญมณี ร้านค้าขายยาสมุนไพรพื้นเมืองและของที่ระลึก ทั้งนี้ DREIT ได้เข้าลงทุนในโครงการโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ ผ่านบริษัท ดุสิตมัลดีฟส์ อินเวสเมนต์ จำกัด เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2562

การได้รับใบอนุญาตให้ประกอบธุรกิจ สัมปทาน หรือการส่งเสริมการลงทุน

บริษัทและบริษัทย่อยได้รับใบอนุญาตให้ประกอบธุรกิจหรือการส่งเสริมการลงทุน รวมถึงสิทธิประโยชน์ต่างๆ ดังนี้

1. ธุรกิจโรงแรม
 - ใบอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรม
 - บริษัทได้รับบัตรส่งเสริม คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ประเภท 6.2 กิจกรรมโรงแรม สำหรับประกอบกิจการโรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ ซึ่งปัจจุบันสิทธิประโยชน์ที่ยังมีผลอยู่ คือ การได้รับอนุญาตนำคนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการเข้ามาทำงานในราชอาณาจักรได้ตามจำนวน กำหนดเวลาและเฉพาะตำแหน่งหน้าที่การทำงานที่คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนพิจารณาเห็นสมควร
 - หนังสือรับรองการแจ้งจัดตั้งสถานที่จำหน่ายอาหาร บ้านดุสิตธานี
2. ธุรกิจรับจ้างบริหารโรงแรม
 - บริษัทเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ใช้ประกอบธุรกิจรับบริหารโรงแรม 6 เครื่องหมายการค้า คือ “ดุสิตธานี” “ดุสิตปรีนเซส” “ดุสิตดีทู” “ดุสิต เดวาราณา” “ดุสิต เรสซิเดนซ์” และ “ASAI HOTELS”
3. ธุรกิจสปา
 - ใบรับรองมาตรฐาน สถานประกอบการ
 - ใบอนุญาตประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ
4. ธุรกิจการศึกษา
 - ใบอนุญาตจัดตั้งวิทยาลัยดุสิตธานี
 - ใบอนุญาตจัดตั้งโรงเรียนสอนประกอบอาหาร เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต
 - บริษัท เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต จำกัด ได้รับบัตรส่งเสริม คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ประเภท 7.15 กิจกรรมพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สำหรับประกอบกิจการโรงเรียนสอนประกอบอาหาร เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต ได้รับสิทธิประโยชน์โดยสรุป คือ การได้รับอนุญาตนำคนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการเข้ามาทำงานในราชอาณาจักรได้ตามจำนวน กำหนดเวลา และเฉพาะตำแหน่งหน้าที่การทำงานที่

คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนพิจารณาเห็นสมควร การได้รับอนุญาตให้ถือกรรมสิทธิ์ในที่ดิน การได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร การได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิ การได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ และการได้รับอนุญาตให้นำเงิน หรือส่งเงินออกนอกราชอาณาจักรเป็นเงินตราต่างประเทศได้ โดยสิทธิประโยชน์ข้างต้นมีเงื่อนไขและ กำหนดเวลาเป็นไปตามที่ระบบบัตรส่งเสริม คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

5. ธุรกิจอาหาร

- หนังสือรับรองการแจ้งจัดตั้งสถานที่จำหน่ายอาหาร ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ภายใต้แบรนด์ KAUI (คา-วา-อิ)
- ใบอนุญาตนำเข้าหรือส่งอาหารเข้าในราชอาณาจักร

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ภาพรวมการบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแลกิจการที่ดี จึงได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและหน่วยงานบริหารความเสี่ยงขึ้นตั้งแต่ปี 2549 โดยคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงนั้นเป็นตัวแทนของคณะกรรมการบริษัทในการดำเนินงานด้านบริหารความเสี่ยงขององค์กร อันมีบทบาทหลักดังต่อไปนี้

- กำหนดนโยบาย กระบวนการ ขั้นตอน ตลอดจนให้คำแนะนำด้านการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรภายใต้กรอบการบริหารความเสี่ยงตามหลัก COSO (The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission)
- กำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงหลักที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ ความเสี่ยงด้านการเงิน และความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ รวมถึงการระบุปัจจัยเสี่ยง ตัวชี้วัด การติดตามและการควบคุมดูแลความเสี่ยงดังกล่าวให้อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้
- ส่งเสริมให้มีการสื่อสารพูดคุยในเรื่องการบริหารความเสี่ยงอย่างเปิดเผยและต่อเนื่องให้กับผู้บริหารและบุคลากรภายในองค์กร เพื่อให้เกิดวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงขึ้นในองค์กร

ปัจจัยความเสี่ยง

ในรอบปี 2562 ที่ผ่านมา บริษัทได้ดำเนินการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง ผ่านคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและคณะทำงานของแต่ละกลุ่มธุรกิจ อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงมีความเสี่ยงที่หลงเหลืออยู่ รวมถึงความเสี่ยงอื่น ซึ่งอยู่เหนือการคาดการณ์ ณ ปัจจุบัน ดังนั้น ผู้ลงทุนควรพิจารณาความเสี่ยงอื่นๆ ที่อาจไม่ได้กล่าวถึงในรายงานประจำปีฉบับนี้ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจก่อนการลงทุน

1. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)

บริษัทดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการสร้างสมดุลรายได้ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการขยายกิจการไปยังกลุ่มธุรกิจต่างๆ เช่น ธุรกิจอาหาร ธุรกิจการศึกษา ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ควบคู่ไปกับธุรกิจโรงแรมเพื่อสร้างความหลากหลายของรายได้ ทั้งนี้ ความสำเร็จของกลยุทธ์เหล่านั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจทั้งจากภายในและภายนอก ซึ่งอาจอยู่เหนือการคาดการณ์และการควบคุมของบริษัท โดยความเสี่ยงที่มีผลต่อการดำเนินการตามกลยุทธ์ของบริษัทประกอบด้วย

1.1) ความเสี่ยงจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกและความไม่แน่นอนทางการเมือง

ในปี 2562 เศรษฐกิจโลกยังคงเผชิญกับภาวะถดถอย ประกอบกับผลกระทบจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีน รวมถึงการถอนตัวออกจากสหภาพยุโรปของสหราชอาณาจักร (Brexit) ส่งผล

ให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกส่งสัญญาณชะลอตัว โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งจัดว่าเป็นตลาดสำคัญตลาดหนึ่งของโลก บริษัทจึงมีความเสี่ยงที่กลยุทธ์จะไม่เป็นไปตามคาด เพื่อเป็นการรับมือกับความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทได้กำหนดนโยบายที่มุ่งเน้นการกระจายความเสี่ยงและการขยายตัวทางธุรกิจตามแผนระยะยาว ดังนี้

- สร้างสมดุลรายได้จากธุรกิจที่หลากหลาย เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจการศึกษา ธุรกิจอาหารและธุรกิจใหม่ๆ
- ขยายฐานธุรกิจให้ครอบคลุมทั้งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ตะวันออกกลาง ยุโรป และอเมริกา เพื่อลดการพึ่งพาธุรกิจในประเทศใดประเทศหนึ่ง
- ขยายธุรกิจรับจ้างบริหารโรงแรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเน้นตลาดใหม่ๆ ที่มีกำลังซื้อและศักยภาพสูง

1.2) ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (Digital Disruption)

เทคโนโลยีดิจิทัลเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและไม่หยุดนิ่ง ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินธุรกิจขององค์กรต่างๆ ทั่วโลกอย่างมีนัยยะสำคัญ บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว จึงมีการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจและการแข่งขัน โดยบริษัทได้มีการวางแผนแม่บทด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Roadmap) ที่จะช่วยสนับสนุนการดำเนินงานและการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังได้มีการจัดตั้ง IT Committee ซึ่งประกอบด้วยผู้มีความรู้ความชำนาญในการพัฒนาระบบ ผู้เชี่ยวชาญในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อให้บริษัทมีศักยภาพทัดเทียมคู่แข่ง และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

1.3) ความเสี่ยงจากภาวะการแข่งขัน

ธุรกิจโรงแรม

ภาพรวมของธุรกิจโรงแรมภายในประเทศยังคงมีการแข่งขันที่รุนแรง อันเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนโรงแรมหรือที่พักทางเลือก โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีศักยภาพสูง เช่น กรุงเทพมหานครและตามแหล่งท่องเที่ยวหรือเขตเศรษฐกิจที่สำคัญๆ ของประเทศ ตลอดจนโครงการมิกซ์ยูสอีกหลายโครงการที่คาดว่าจะเปิดให้บริการในอีก 3-5 ปีข้างหน้า ทั้งหมดนี้ ส่งผลให้เกิดภาวะที่จำนวนห้องพักเพิ่มมากขึ้นแบบก้าวกระโดดซึ่งสวนทางกับความต้องการในตลาด

นอกจากนี้ ณ ปัจจุบัน พฤติกรรมผู้บริโภคได้หันไปใช้บริการที่พักที่หลากหลายและตอบสนองต่อรูปแบบการใช้ชีวิตเฉพาะตัวมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นที่พักจาก Airbnb ที่พักแบบเจ้าของวันหยุดร่วม (Timeshare) ที่พักแบบเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ และที่พักแบบโฮมสเตย์ ประกอบกับการเติบโตอย่างรวดเร็วและเป็นที่ยอมรับของตัวแทนจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ (Online Travel Agent) เช่น Agoda, Booking.com,

Expedia ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้ภาวะการแข่งขันยิ่งทวีความรุนแรงขึ้น และส่งผลกระทบต่อส่วนแบ่งการตลาดและการทำรายได้ของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการจัดการความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทมีการสำรวจตลาดและวิเคราะห์คู่แข่งเพื่อนำมาใช้ปรับปรุงมาตรฐานห้องพักและคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาศักยภาพในการแข่งขัน โดยจุดเด่นด้านเอกลักษณ์ความเป็นไทยของแบรนด์ดุสิต ทั้งนี้ ในส่วนของการตลาด บริษัทได้จัดตั้งสำนักงานฝ่ายขายในภูมิภาคต่างๆ เช่น จีน ฮองกง คูไบและลอนดอน เพื่อช่วยเพิ่มช่องทางการขาย รวมทั้งเป็นการสร้างแบรนด์ดุสิตให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการทำการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing) เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคยุคดิจิทัล และมีระบบ Loyalty Program ที่เรียกว่า Dusit Gold เพื่อรักษาลูกค้าอีกด้วย

ธุรกิจร้านอาหาร

ธุรกิจร้านอาหารเป็นอีกหนึ่งธุรกิจของบริษัทที่ต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้นทั้งจากร้านอาหารคู่แข่งภายในและภายนอกโรงแรม รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันไปใช้บริการร้านอาหารรูปแบบใหม่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากยิ่งขึ้น ตลอดจนบริการรับส่งอาหารที่มีผลต่อจำนวนผู้มาใช้บริการที่ร้านอาหาร

เพื่อเป็นการรับมือกับความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทได้มีการปรับเปลี่ยนแนวคิดและรูปแบบการนำเสนออาหาร (F&B concept) ภายในเครือโรงแรมดุสิตให้มีความทันสมัยและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ บริษัทยังได้มีการเปิดร้านอาหารแนวคิดใหม่ภายใต้ชื่อ บ้านดุสิตธานี ซึ่งรวบรวมร้านอาหารที่โด่งดังของโรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ มาไว้ในที่เดียวกัน ซึ่งนอกจากจะช่วยสร้างรายได้เสริมให้กับบริษัท และรักษาแบรนด์ดุสิตให้คงอยู่ในตลาดแล้ว ยังช่วยให้บริษัทมีโอกาสได้ศึกษาทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่มากยิ่งขึ้น เพื่อนำมาปรับใช้กับร้านอาหารในเครือในอนาคต

1.4) ความเสี่ยงจากการพึ่งพาธุรกิจโรงแรมเป็นหลัก

บริษัทมีรายได้หลักจากการประกอบธุรกิจโรงแรมเป็นสำคัญ และมีรายได้จากธุรกิจการศึกษาและธุรกิจอื่นเป็นส่วนเสริม โดยโครงสร้างรายได้ของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 นั้นแบ่งเป็นรายได้จากการประกอบธุรกิจโรงแรมคิดเป็นร้อยละ 61.73 รายได้จากธุรกิจอาหารคิดเป็นร้อยละ 6.57 รายได้จากธุรกิจการศึกษาคิดเป็นร้อยละ 6.36 และรายได้อื่นๆ อีกร้อยละ 25.34 ดังนั้น บริษัทอาจมีความผันผวนในการสร้างรายได้และทำกำไร หากเกิดความไม่แน่นอนขึ้นกับธุรกิจโรงแรม ซึ่งมีความอ่อนไหวต่อปัจจัยทางเศรษฐกิจการเมืองและสังคมเป็นอย่างยิ่ง

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้จัดตั้งแผนลงทุนและพัฒนาธุรกิจใหม่ (Investment and New Business) เพื่อมองหาโอกาสในการประกอบกิจการประเภทอื่นๆ นอกเหนือไปจากธุรกิจโรงแรมและการศึกษา เช่น ธุรกิจอาหาร (Dusit Food) ซึ่งจะช่วยให้บริษัทมีการกระจายรายได้ที่เหมาะสมมากขึ้น โดยในปี 2562

บริษัทได้เปิดกิจการ Dusit Real Foods ที่บริการอาหารเพื่อสุขภาพภายใต้ชื่อ คา-วา-อี (KAUAI) และได้มีการร่วมลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์กับกลุ่ม Origin ภายใต้ชื่อ The Origin Dusit Co., Ltd. สำหรับธุรกิจโรงแรม บริษัทมุ่งเน้นการรับบริหารโรงแรมในตลาดต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา อเมริกาใต้ การ์ตาฟิลิปปินส์ จีน เวียดนาม ตลอดจนประเทศในแถบทวีปยุโรปและแอฟริกาซึ่งจะช่วยให้บริษัทลดความผันผวนของรายได้ของธุรกิจโรงแรม ซึ่งแต่เดิมมีรายได้จากภายในประเทศเป็นหลัก

1.5) ความเสี่ยงจากการรับจ้างบริหารโรงแรม

ในปี 2562 บริษัทยังคงมุ่งขยายธุรกิจรับจ้างบริหารโรงแรมทั้งในประเทศและต่างประเทศตามแผนระยะยาวของบริษัท โดยสัญญาจ้างบริหารโรงแรมมีอายุสัญญาระหว่าง 2-15 ปี ดังนั้นบริษัทจึงมีความเสี่ยงที่อาจถูกบอกเลิกสัญญาจ้างบริหารโรงแรมก่อนกำหนด หรือความเสี่ยงที่เจ้าของโรงแรมไม่ต่อสัญญาหลังจากหมดอายุสัญญา หรือมีการต่ออายุสัญญาโดยมีเงื่อนไขเปลี่ยนแปลงไปจากสัญญาเดิม ซึ่งความเสี่ยงดังกล่าวอาจมีผลกระทบต่อรายได้โดยรวมของบริษัท

โดยในปี 2561 และปี 2562 บริษัทและบริษัทย่อยมีรายได้จากการรับจ้างบริหารโรงแรมคิดเป็นร้อยละ 3.99 และร้อยละ 4.98 ของรายได้รวม ตามลำดับ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการลดโอกาสและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการยกเลิกสัญญาก่อนกำหนด บริษัทได้มีการยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการ ทั้งด้านการตลาด ด้านการปฏิบัติการ ด้านบุคลากร ด้านการเงิน และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน พัฒนาศักยภาพในการแข่งขันกับโรงแรมคู่แข่ง ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์อันดีกับเจ้าของโรงแรมที่บริษัทรับจ้างบริหาร (Owner Relationship Management) นอกจากนี้ บริษัทได้มีการกำหนดเงื่อนไขเพิ่มเติมในการทำสัญญาจ้างบริหาร เพื่อลดความเสี่ยงจากการถูกยกเลิกสัญญาก่อนกำหนด

1.6) ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของประชากร

ประเทศไทยและประเทศอื่นทั่วโลกกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ในขณะที่อัตราการเกิดมีแนวโน้มลดลงอย่างมีนัยสำคัญ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวถือว่าเป็นความท้าทายสำหรับธุรกิจที่บริษัทดำเนินกิจการอยู่ดังต่อไปนี้

ธุรกิจโรงแรม

บริษัทดำเนินธุรกิจโรงแรมมาเป็นระยะเวลานาน จึงมีกลุ่มลูกค้าประจำที่มารับบริการโรงแรมอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม ด้วยช่วงวัยที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มลูกค้ายุค Baby Boomer ธุรกิจโรงแรมของบริษัทอาจได้รับผลกระทบจากการลดลงของกลุ่มลูกค้าเหล่านั้น เนื่องจากไม่สามารถเดินทางได้หรือเดินทางได้น้อยลง และถูกแทนที่ด้วยช่วงวัยที่อาจไม่คุ้นเคยกับแบรนด์คู่คิด รวมถึงกลุ่มวัยรุ่นที่อาจมีความต้องการและพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่ตรงกับลักษณะแบรนด์คู่คิด

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงที่บริษัทอาจสูญเสียรายได้จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว บริษัทได้พัฒนาแบรนด์ย่อยของดุสิตให้มีความหลากหลาย โดยตอบโจทย์ช่วงอายุและรูปแบบการใช้ชีวิตที่ต่างกัน เช่น แบรนด์ Dusit D2 และแบรนด์ ASAI รวมถึงการปรับปรุงภาพลักษณ์ของแบรนด์ดุสิตธานี ให้มีความทันสมัยแต่ยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ได้อย่างชัดเจน เพื่อรองรับตลาดกลุ่มวัยที่กำลังเข้ามาแทนที่ รวมทั้งเพิ่มช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างตรงจุด

ธุรกิจการศึกษา

ปัจจุบัน ประเทศไทยกำลังเผชิญอัตราการเกิดลดน้อยลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลกระทบต่อประกอบธุรกิจการศึกษาของบริษัทเนื่องจากจำนวนนักเรียนมีแนวโน้มลดลงในระยะยาว ประกอบกับจำนวนสถานศึกษาที่เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังมีทางเลือกในการศึกษาผ่านออนไลน์ ทั้งหมดนี้ ล้วนส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำรายได้ของบริษัทอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

เพื่อเป็นจัดการความเสี่ยงจากปัจจัยดังกล่าว บริษัทได้จัดทำกลยุทธ์ระยะยาวสำหรับธุรกิจการศึกษา เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป และมีการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนให้มีความน่าสนใจและเป็นปัจจุบันมากขึ้น รวมทั้งยังมีการจัดทำหลักสูตรผสมผสาน หลักสูตรการเรียนการสอนระยะสั้นสำหรับวัยทำงาน ที่ต้องการเพิ่มความรู้และทักษะหรือต้องการเปลี่ยนสายอาชีพ นอกจากนี้ บริษัทยังได้ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงระดับนานาชาติ เพื่อชูจุดเด่นในการเป็นสถานศึกษาที่มุ่งเน้นการผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพในอุตสาหกรรมบริการ

1.7) ความเสี่ยงจากการลงทุนใหม่

เนื่องด้วยบริษัทมีแผนการขยายกิจการไปยังธุรกิจอื่นนอกเหนือจากกลุ่มธุรกิจโรงแรมและการศึกษา ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่งผลให้บริษัทมีความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนใหม่ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การลงทุนในต่างประเทศ อาทิเช่น การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าเงินลงทุน การเลือกกิจการร่วมค้า (Joint Venture) ภาระผูกพันตามสัญญา การขอใบอนุญาตในการเปิดกิจการ และกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

อย่างไรก็ตาม เพื่อลดโอกาสที่ความเสี่ยงจะเกิดขึ้น บริษัทมีคณะกรรมการการลงทุนเพื่อพิจารณาและการวางหลักเกณฑ์ในการลงทุนอย่างรอบคอบ มีการศึกษาความเป็นไปได้ของแต่ละโครงการ รวมถึงมีการว่าจ้างที่ปรึกษาที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในแต่ละด้าน และยังได้มีการจัดตั้งหน่วยงานที่ดูแลเรื่องการลงทุนในธุรกิจใหม่ๆ (Investment and New Business) ขึ้น โดยเฉพาะ เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทจะประสบความสำเร็จในการพัฒนาหรือเข้าซื้อโครงการนั้นๆ ทั้งนี้ บริษัทยังมีหน่วยงาน Portfolio Management ที่คอยกำกับดูแลโครงการต่างๆ ที่บริษัทได้ลงทุนไปให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

2. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (Operational Risk)

บริษัทและบริษัทย่อยได้ทำการพัฒนาระบบและขั้นตอนการปฏิบัติงานต่างๆ อยู่เสมอ เพื่อให้มาตรฐานการดำเนินงานของบริษัทมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการขยายตัวขององค์กร อย่างไรก็ตาม บริษัทมีความเสี่ยงที่จะไม่สามารถดำเนินการตามขั้นตอนการปฏิบัติงานหรือมาตรฐานดังกล่าวเนื่องด้วยปัจจัยเสี่ยงต่างๆ เช่น

2.1) ความเสี่ยงในการบริหารทรัพยากรบุคคล

เนื่องจากปัจจุบันประชากรวัยทำงานมีแนวโน้มลดลง กรรปกับแรงงานที่มีทักษะมีจำนวนจำกัด สวนทางกับความต้องการแรงงานด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการในประเทศที่เพิ่มสูงขึ้น บริษัทจึงมีความเสี่ยงที่จะไม่สามารถสรรหาหรือเก็บรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพ ทั้งในระดับบริหารและระดับปฏิบัติการไว้กับองค์กรได้

เพื่อเป็นการรับมือกับความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการด้านแรงงานของบริษัทในอนาคต รวมถึงได้มีการวางแผนพัฒนารายบุคคล ซึ่งจัดเก็บผ่านระบบออนไลน์ที่ง่ายต่อการค้นหาบุคลากรที่เหมาะสมภายในบริษัท รวมทั้งมีการวางแผนสืบทอดตำแหน่งให้รองรับการขยายตัวของธุรกิจในระยะเวลาที่กำหนด มีการสำรวจผลตอบแทนและสวัสดิการให้สอดคล้องกับตลาดแรงงาน เพื่อดึงดูดบุคลากรเข้ามาร่วมงานกับบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทได้มีการว่าจ้างผู้บริหารจากอุตสาหกรรมเดียวกันทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพการดำเนินงานให้มีความเป็นสากลมากยิ่งขึ้น

2.2) ความเสี่ยงธุรกิจหยุดชะงักอันเนื่องมาจากปัจจัยภายนอก เช่น ภัยพิบัติทางธรรมชาติ การก่อความไม่สงบ

ธุรกิจโรงแรมมีความอ่อนไหวต่อปัจจัยภายนอก เช่น ภาวะเศรษฐกิจถดถอย ความไม่สงบทางการเมือง โรคระบาด ภัยธรรมชาติ การก่อการร้าย หรือเหตุการณ์ร้ายแรงอื่นๆ ที่มีอาจคาดการณ์หรือหลีกเลี่ยงได้ในการประกอบธุรกิจ บริษัทจึงได้กำหนดกลยุทธ์ นโยบายหรือมาตรการต่างๆ เพื่อลดผลกระทบจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดให้ได้มากที่สุด ยกตัวอย่างเช่น

- วางแผนรับมือภาวะวิกฤต (Crisis Management Plan) รวมถึงแผนบริหารความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ (Business Continuity Plan) เพื่อให้บริษัทมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุการณ์ไม่คาดคิดต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยเพิ่มความสามารถในการฟื้นตัวทางธุรกิจของบริษัท
- มีการจัดทำประกันภัยที่หลากหลาย เพื่อให้ครอบคลุมเหตุการณ์ร้ายแรงที่อาจเกิดขึ้น เช่น การประกันภัยทุกชนิด (Industrial All Risk Insurance) การประกันภัยความไม่สงบทางการเมืองและการก่อการร้าย (Political Violence Insurance) และการประกันภัยธุรกิจหยุดชะงัก (Business Interruption Insurance) เพื่อบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากเหตุการณ์ไม่คาดคิด

2.3) ความเสี่ยงจากภัยคุกคามด้านไซเบอร์ (Cyber Security Risk)

ปัจจุบันเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามามีบทบาทสำคัญในการประกอบธุรกิจ บริษัทจึงมีความเสี่ยงที่จะถูกโจมตีทางไซเบอร์ (Cyber Attack) ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน การเงินหรือชื่อเสียงของบริษัท เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทมีมาตรการจัดการในหลายด้าน ดังนี้

- ด้านความปลอดภัยของระบบ บริษัทได้พัฒนาและปรับปรุงระบบคอมพิวเตอร์ ทั้ง Hardware และ Software รวมถึงระบบเครือข่ายให้ทันสมัย เพื่อป้องกันภัยจากการโจมตีรูปแบบใหม่ รวมถึงมีการจัดเก็บข้อมูลสำรองและแยกสำรองข้อมูลไว้ในที่ต่างๆ (Offsite Data Backup)
- ด้านบุคลากร บริษัทให้ความรู้ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์กับบุคลากร ผ่านการฝึกอบรมเรื่อง Cyber Risk โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญภายนอก รวมถึงการสื่อสารต่างๆ เช่น การให้ความรู้ผ่านอีเมล และ Newsletter เพื่อสร้างความตระหนักให้เกิดขึ้นภายในองค์กร
- ด้านการรับมือเมื่อเกิดเหตุ บริษัทมีการจัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan) ให้เป็นปัจจุบันและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม เพื่อให้แน่ใจว่า บริษัทสามารถรับมือกับเหตุการณ์ไม่คาดฝันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ บริษัทยังจัดทำประกันภัยไซเบอร์ (Cyber Insurance) ซึ่งคุ้มครองความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น

3. ความเสี่ยงด้านการเงิน

เพื่อตอบสนองต่อกลยุทธ์การขยายตัวทางธุรกิจ บริษัทจำเป็นต้องสรรหาแหล่งเงินทุนที่เพียงพอเหมาะสมและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับองค์กร โดยต้องสามารถบริหารต้นทุนให้อยู่ในระดับที่สมคูลกับการลงทุน ซึ่งจะช่วยให้บริษัทมีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรง อย่างไรก็ตาม ในการสรรหาหรือเพิ่มเงินลงทุนนั้น บริษัทอาจต้องเผชิญกับความเสี่ยงด้านการเงินดังต่อไปนี้

3.1) ความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

บริษัทและบริษัทย่อยมีภาระหนี้สินกับสถาบันการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 เป็นเงิน 4,458.60 ล้านบาท ซึ่งในจำนวนนี้รวมถึงหุ้นกู้ เป็นเงิน 1,000 ล้านบาท ที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่ จึงไม่มีความเสี่ยงต่อการผันผวนของอัตราดอกเบี้ย และอาจจะต้องมีการกู้ยืมเงินเพื่อใช้ในการปรับปรุงภาพลักษณ์ของโรงแรม และการลงทุนในโครงการใหม่ บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากความเสี่ยงของอัตราดอกเบี้ยในอนาคต ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและกระแสเงินสดของบริษัทได้ อย่างไรก็ตามบริษัทควบคุมความเสี่ยงโดยการติดตามและเฝ้าระวังความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย เพื่อการจัดการและการบริหารทางการเงินให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

3.2) ความเสี่ยงด้านความน่าเชื่อถือและความมั่นคงทางการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทและบริษัทย่อยมีภาระเงินกู้ระยะยาวจำนวน 2,686.60 ล้านบาท เป็นวงเงินกู้ของบริษัท Philippine Hoteliers, Inc. จำนวน 991.68 ล้านบาท คงเหลือจำนวน 658.71 ล้านบาท และเงินกู้ระยะยาวของบริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) วงเงิน 1,115.45 ล้านบาท คงเหลือจำนวน 1,086.95 ล้านบาท

ในสัญญาเงินกู้ระยะยาวสกุลเปโซ นอกเหนือจากการชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยตามที่กำหนดในสัญญาแล้ว ตลอดอายุสัญญาการกู้เงินบริษัทจะต้องชำระอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ไม่เกิน 2 ต่อ 1 ดังนั้น หากบริษัทไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขดังกล่าวในสัญญาได้ เจ้าหนี้มีสิทธิระงับการให้กู้ยืมเงิน และถือว่าเงินกู้ทั้งหมดถึงกำหนดชำระทันที ซึ่งจะมีผลต่อสภาพคล่องและฐานะการดำเนินงานของบริษัท และบริษัทย่อย

อย่างไรก็ตาม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทสามารถชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยเงินกู้ข้างต้น ตรงตามกำหนด รวมทั้งชำระอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น 1.76 ต่อ 1 ซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขในสัญญาเงินกู้

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลัก

ทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 มีดังนี้

สินทรัพย์	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (หน่วย : พันบาท)	ภาระผูกพัน
ที่ดิน *	เจ้าของ/สิทธิการเช่า	707,700	ไม่มี
ส่วนปรับปรุงที่ดิน	เจ้าของ/สิทธิการเช่า	156	ไม่มี
อาคาร	เจ้าของ/สิทธิการเช่า	372,544	ไม่มี
อาคารให้เช่า	เจ้าของ/สิทธิการเช่า	514,119	ไม่มี
ค่าตกแต่งภายในและในที่เช่า	เจ้าของ	366,272	ไม่มี
เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงานและในที่เช่า	เจ้าของ	367,477	ไม่มี
ยานพาหนะ	เจ้าของ	8,017	ไม่มี
เครื่องถ้วยชาม เครื่องแก้ว เครื่องเงิน และผ้าต่างๆ	เจ้าของ	82,812	ไม่มี
งานระหว่างก่อสร้าง	เจ้าของ	1,129,547	ไม่มี
หัก ค่าเผื่อการด้อยค่า		(74,017)	
รวม		3,474,627	

* ที่ดินของโรงแรมดุสิตดีทู เชียงใหม่ บางส่วนติดภาระจำยอมให้ใช้เป็นทางผ่านเข้าออก และทางผ่านสาธารณูปโภคให้กับเชียงใหม่ พลาซ่า

สิทธิการเช่าที่บริษัทและบริษัทย่อยเป็นเจ้าของเพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจได้แก่

1. สิทธิการเช่าระหว่างบริษัทกับทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์
2. สิทธิการเช่าระหว่างบริษัทกับ บ. สิริพัทยา
3. สิทธิการเช่าระหว่างบมจ. ดุสิต ไทยพร็อพเพอร์ตี้ส์ กับ ทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี (กองทุนรวม)
4. สิทธิการเช่าระหว่าง Philippine Hoteliers, Inc. กับ Ayala Corporation (Ayala Land Inc.)
5. สิทธิการเช่าระหว่าง บ. ดุสิต เอ็กเซลเลนซ์ (เดิมชื่อ บ. ดุสิตธานีการโรงแรมศึกษา) กับ กรุงเทพมหานคร บัญชีวิทยาลัย

ที่ดิน และอาคารของบริษัทและบริษัทย่อยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางแสดงมูลค่าสินทรัพย์ที่เป็นที่ดินและอาคารของบริษัทและบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

ประเภทสินทรัพย์	สถานที่ตั้ง	ขนาด	ประเภทการถือสิทธิ	วัตถุประสงค์ของการถือสิทธิ	มูลค่าตามบัญชี (หน่วย : พันบาท)	ภาระ ผูกพัน
บมจ. ดุสิตธานี						
ที่ดิน	อ.เกาะสมุย สุราษฎร์ธานี	69-1-15.20 ไร่	เจ้าของ	ที่ดินว่างเปล่า	144,572	ไม่มี
ที่ดิน (สำหรับโครงการอาศัย)	บางรัก กรุงเทพฯ	0-2-3.8 ไร่	เจ้าของ	ที่ตั้งอาคารโรงแรม	180,055	ไม่มี
อาคารสำนักงานดุสิตธานี	พระราม 4 กรุงเทพฯ	13,197.03 ตรม.	อาคารในที่เช่า ¹	ประกอบธุรกิจ	-	ไม่มี
อาคารโรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ	พระราม 4 กรุงเทพฯ	517 ห้อง	อาคารในที่เช่า ¹	ประกอบธุรกิจ	-	ไม่มี
อาคารโรงแรมดุสิตธานี พัทยา	อ.บางละมุง ชลบุรี	457 ห้อง	อาคารในที่เช่า ²	ประกอบธุรกิจ	4,008	ไม่มี
Dusit Thani Philippines, Inc.						
อาคารโรงแรมดุสิตธานี มะนิลา	มะนิลา ประเทศฟิลิปปินส์	538 ห้อง	อาคารในที่เช่า ³	ประกอบธุรกิจ	368,389	ไม่มี
บมจ. ดุสิต ไทยพร็อพเพอร์ตี้ส์						
ที่ดิน	อ. สิงหนคร สงขลา	69-3-98 ไร่	เจ้าของ	ที่ดินว่างเปล่า	30,235	ไม่มี
ที่ดิน	เพชรบุรี	105-0-72 ไร่	เจ้าของ	ให้เช่า	51,493	ไม่มี
ที่ดินโรงแรมดุสิต ปรีณเชส เชียงใหม่	ถ.ช้างคลาน เชียงใหม่	1-3-17 ไร่	เจ้าของ	ที่ตั้งอาคารโรงแรม	24,367	ไม่มี
ที่ดินโรงแรมดุสิตปรีณเชส ศรีนครินทร์	ถ.ศรีนครินทร์ กรุงเทพฯ	2-3-17 ไร่	เจ้าของ	ที่ตั้งอาคารโรงแรม	36,000	ไม่มี

ประเภทสินทรัพย์	สถานที่ตั้ง	ขนาด	ประเภทการถือสิทธิ	วัตถุประสงค์ของการถือครอง	มูลค่าตามบัญชี (หน่วย : พันบาท)	ภาระผูกพัน
บมจ. ดุสิต ไทยพร็อพเพอร์ตี้ส์ (ต่อ)						
ที่ดินโรงแรมดุสิตดิทู เชียงใหม่	ถ. ช้างคลาน เชียงใหม่	3-0-3 ไร่	เจ้าของ	ที่ตั้งอาคารโรงแรม	*38,631	ไม่มี
อาคารโรงแรมดุสิต ปริ๊นเซส เชียงใหม่	ถ.ช้างคลาน เชียงใหม่	198 ห้อง	เจ้าของ	ประกอบธุรกิจ	45	ไม่มี
อาคารโรงแรมดุสิตปริ๊นเซส ศรีนครินทร์	ถ.ศรีนครินทร์ กรุงเทพฯ	198 ห้อง	เจ้าของ	ประกอบธุรกิจ	68,096	ไม่มี
อาคารโรงแรมดุสิตธานี หัวหิน	เพชรบุรี	300 ห้อง	เจ้าของ	ให้เช่า	62,384	ไม่มี
DMS Property Investment Pvt. Ltd.						
อาคารโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์	สาธารณรัฐมัลดีฟส์	95 วิลล่า	อาคารในให้เช่า ⁴	ประกอบธุรกิจ	-	ไม่มี
วิทยาลัยดุสิตธานี						
ที่ดินวิทยาลัยดุสิตธานี	ถ.ศรีนครินทร์ กรุงเทพฯ	12 ไร่	เจ้าของ	ที่ตั้งวิทยาลัย	220,000	ไม่มี
อาคารวิทยาลัยดุสิตธานี	ถ.ศรีนครินทร์ กรุงเทพฯ	อาคาร 5 ชั้น และอาคาร 4 ชั้น	เจ้าของ	ประกอบธุรกิจ	402,243	ไม่มี
อาคารวิทยาลัยดุสิตธานี ศูนย์การศึกษาพัทยา	ชลบุรี	อาคาร 2 ชั้น	อาคารในให้เช่า ⁵	ประกอบธุรกิจ	44,811	ไม่มี
บ. ดุสิต เอ็กเซลเลนซ์						
อาคารศูนย์ความเป็นเลิศดุสิตธานี	ถ.เพชรบุรี กรุงเทพฯ	อาคาร 7 ชั้น	อาคารในให้เช่า ⁶	ประกอบธุรกิจ	107,696	ไม่มี
บจ. วิมานสุริยา						
ที่ดินโครงการดุสิต เซ็นทรัล ปาร์ค	สีลม กรุงเทพฯ	0-1-5 ไร่	เจ้าของ	ที่ตั้งส่วนหนึ่งของโครงการดุสิต เซ็นทรัล ปาร์ค	112,629	ไม่มี

* ที่ดินของโรงแรมดุสิตดีทู เชียงใหม่ เฉพาะโฉนดที่ 30 เลขที่ดิน 2682 จำนวน 1 ไร่ 2 งาน 51 ตารางวา คิดภาระจำยอมให้ใช้เป็นทางผ่านเข้าออก และทางผ่านสาธารณูปโภคให้กับ เชียงอินน์ พลาซ่า ซึ่งมีการหักค้ำค่าของที่ดิน จำนวน 66,368,978 บาท

หมายเหตุ

1. สัญญาเช่าที่ดินและอาคารสิ่งปลูกสร้างระหว่างบริษัท (“ผู้เช่า”) กับทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ (“ผู้ให้เช่า”) หลังจากครบกำหนดใน วันที่ 31 มีนาคม 2546 ผู้เช่ามีสิทธิการต่อสัญญาได้อีก 2 ครั้ง ครั้งละ 15 ปี โดยจะต้องตกลงค่าเช่ากันใหม่ ครั้งแรกมีระยะเวลา 15 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2546 ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2561 และกำหนดชำระค่าเช่าล่วงหน้า 15 ปี เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 1,100 ล้านบาท ซึ่งเงินจำนวนดังกล่าวได้รวมถึงค่าเช่ารายเดือนแล้ว

ทั้งนี้ กรรมสิทธิ์ในที่ดินและอาคารเป็นของผู้ให้เช่า โดยผู้เช่าได้โอนกรรมสิทธิ์ในอาคารและสิ่งปลูกสร้างเมื่อได้ก่อสร้างอาคารเสร็จ สัญญาเช่ามีผลยกเลิกในกรณีที่ผู้สัญญาประพฤติดังสัญญาในข้อใดข้อหนึ่ง หรือหากทรัพย์สินที่เช่าหรือสิ่งของซึ่งไม่รวมถึงของของบุคคลภายนอกที่อยู่ในทรัพย์สินที่เช่าได้ถูกอายัดหรือถูกยึด

ปี 2559 บริษัทได้ทำสัญญาเช่าที่ดินกับสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์เพื่อพัฒนาโครงการรูปแบบผสมเป็นระยะเวลา 30 ปี นับแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2567 และมีสิทธิต่อระยะเวลาการเช่าออกไปอีก 30 ปี โดยมีระยะเวลาก่อสร้างโครงการ 7 ปี นับแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2560 โดยบริษัทจะสละสิทธิการเช่าตามสัญญาเช่าที่ดินเดิมที่จะหมดอายุลงในเดือนมีนาคม 2561 และสิทธิขอต่อสัญญาเช่าที่ดินอีก 15 ปีเพื่อให้สัญญาเช่าที่ดินฉบับใหม่ดังกล่าวมีผลบังคับใช้ ทั้งนี้ค่าเช่าทั้งหมดเป็นจำนวนรวม 7,334 ล้านบาท ซึ่งจะมีกำหนดจ่ายชำระในปี 2560 จำนวน 1,467 ล้านบาท และส่วนที่เหลือทยอยจ่ายตั้งแต่ปี 2567 เป็นต้นไป บริษัทต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญา

2. สัญญาเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2530 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2560 แบ่งค่าเช่าเป็นดังนี้

- 1) ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2530 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2534 อัตราค่าเช่าเดือนละ 220,000 บาท
- 2) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2535 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2547 อัตราค่าเช่าเดือนละ 250,000 บาท
- 3) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2548 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2553 อัตราค่าเช่าเดือนละ 300,000 บาท และ
- 4) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2554 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2560 อัตราค่าเช่าเดือนละ 350,000 บาท

ค่าเช่าอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามอัตราแลกเปลี่ยนของเงินสวิสฟรังก์ และมีการบันทึกแนบท้ายสัญญาเป็นสัญญาเพิ่มเติม หากมีการยกเลิกสกุลสวิสฟรังก์ให้ใช้อัตราเฉลี่ยค่าของเงินดอลลาร์สหรัฐฯ ตกลงคิดอัตราเฉลี่ยค่าของเงินดอลลาร์สหรัฐฯ ของปีที่เริ่มทำสัญญา โดยอัตราขายของธนาคารพาณิชย์ตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย หนึ่งดอลลาร์สหรัฐฯ มีค่าเท่ากับ 25.00 บาท เมื่อหมดสัญญาเช่าแล้วผู้เช่ามีสิทธิต่อ

สัญญาเช่าอีก 30 ปี ส่วนอัตราค่าเช่าและรายละเอียดของการเช่าแล้วแต่จะตกลงกันด้วยเหตุผลและเป็นธรรมด้วยกันทั้งสองฝ่าย

เมื่อวันที่ 27 มกราคม 2549 บริษัท (“ผู้เช่า”) ได้ยกเลิกสัญญาเช่าฉบับข้างต้น ด้วยบริษัทมีความประสงค์จะต่อสัญญาเช่าที่ดินก่อนครบกำหนด และบ. สิริพทยา (“ผู้ให้เช่า”) ตอบตกลงให้บริษัทต่อสัญญาเช่าออกไปอีก 10 ปี นับจากวันที่ 30 กันยายน 2560 และทำสัญญาเช่าที่ดินฉบับใหม่ มีระยะเวลาการเช่า 22 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2549 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2570 โดยค่าเช่าตลอดอายุสัญญาเป็นจำนวนเงินรวม 1,002 ล้านบาท ในระยะเวลาที่ตกลงเช่ากันนี้ หากค่าเงินบาทลดค่าลงหรือสูงขึ้นเกินกว่าร้อยละ 25 ของค่าเงินบาทในวันทำสัญญา คู่สัญญาต้องปรับอัตราค่าเช่าใหม่ โดยคิดอัตราค่าเช่าเพิ่มขึ้นหรือลดลงตามส่วนของค่าเงินบาทที่เปลี่ยนแปลงไป ในการนี้ให้ถืออัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทกับเงินสวิสฟรังก์เป็นหลักในการพิจารณา และหากเงินสวิสฟรังก์มีการคงใช้หรือยกเลิกไป ให้ถืออัตราแลกเปลี่ยนเงินระหว่างเงินบาทกับเงินดอลลาร์สหรัฐเป็นหลักในการพิจารณาในวันทำสัญญา ซึ่งอัตราขายของธนาคารพาณิชย์ตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทยหนึ่งดอลลาร์สหรัฐ มีค่าเท่ากับ 39.14 บาท และบริษัทมีสิทธิต่ออายุสัญญาเช่าอีก 2 ครั้งๆ ละ 10 ปี โดยจะต้องตกลงค่าเช่ากันใหม่ทั้งนี้ เมื่อสัญญาเช่าสิ้นสุดอายุลง ที่ดิน อาคารและสิ่งปลูกสร้างทั้งหมดให้ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ให้เช่า และหากผู้เช่าผิดข้อสัญญาใดๆ หรือไม่ชำระค่าเช่าตามที่ตกลงไว้ ผู้ให้เช่ามีสิทธิยกเลิกสัญญาได้

3. สัญญาเริ่มตั้งแต่วันที่ 10 ธันวาคม 2517 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2545 เมื่อหมดสัญญาเช่าแล้ว Dusit Thani Philippines, Inc. (เดิมชื่อ Philippine Hoteliers, Inc.) (“ผู้เช่า”) มีสิทธิต่อสัญญาเช่าอีก 25 ปี ซึ่งปัจจุบันผู้เช่าได้ต่อสัญญาเช่าไปอีก 25 ปีแล้ว ส่วนอัตราค่าเช่าปีที่ 1 และปีที่ 2 คิดร้อยละ 3 จากกำไรขั้นต้น สำหรับปีที่ 3 และปีต่อไป คิดร้อยละ 5 ของรายได้สำหรับปี ทั้งนี้เมื่อสัญญาเช่าสิ้นสุดอายุลง ที่ดินเช่าให้ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของ Ayala Corporation (“ผู้ให้เช่า”) และหากผู้เช่าผิดข้อบังคับในสัญญาหรือไม่ชำระค่าเช่าตามที่ตกลงผู้ให้เช่ามีสิทธิยกเลิกสัญญาได้

4. DMS Property Investment Pvt. Ltd.

จากการที่ บมจ. ไทยพร็อพเพอร์ตี้ส์ และ / หรือ DMS Property Investment Pvt. Ltd. ได้กรรมสิทธิ์ในการเช่าที่ดินจากรัฐบาลของสาธารณรัฐมัลดีฟส์ โครงการรีสอร์ท และสิ่งปลูกสร้างบนเกาะ Mudhdhoo, Baa Atoll สาธารณรัฐมัลดีฟส์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีค่าเช่าตามอายุสัญญาเช่าที่เหลือดังนี้

ครบกำหนด	จำนวนเงิน
ระยะเวลาไม่เกินหนึ่งปี	1,000,000 ดอลลาร์สหรัฐ
ระยะเวลาที่เกินหนึ่งปีแต่ไม่เกินห้าปี	4,000,000 ดอลลาร์สหรัฐ
ระยะเวลาที่เกินกว่าห้าปี	37,182,787 ดอลลาร์สหรัฐ

ทั้งนี้ DMS Property Investment Pvt. Ltd. สามารถนำค่าเช่าจ่ายล่วงหน้าจำนวน 5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มาหักได้ปีละ 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็นระยะเวลา 5 ปี นับตั้งแต่วันที่ 23 มกราคม 2555 และต่อมา DMS Property Investment Pvt. Ltd. ได้จ่ายค่าเช่าล่วงหน้า สำหรับระยะเวลา 15 ปีสุดท้าย จำนวน 1.50 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2562 DMS Property Investment Pvt. Ltd. ได้โอนกรรมสิทธิ์ในอาคารและสิ่งปลูกสร้าง และสิทธิการเช่าที่ดิน รวมถึงทรัพย์สินอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับโครงการโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ ให้กับ Dusit Maldives Investment Pvt. Ltd. ตามโครงการปรับโครงสร้างของกลุ่มบริษัทในสาธารณรัฐมัลดีฟส์

5. วิทยาลัยดุสิตธานี

วิทยาลัยดุสิตธานี ได้ทำสัญญาเช่าช่วงที่ดินซึ่งเป็นที่ตั้งวิทยาลัยดุสิตธานี (ศูนย์การศึกษาเมืองพัทยา) กับโรงเรียนแห่งหนึ่ง โดยมีระยะเวลา 21 ปี นับตั้งแต่วันที่ 23 มิถุนายน 2553 ถึง วันที่ 22 มิถุนายน 2574 และกำหนดอัตราค่าเช่าตลอดอายุสัญญาเป็นจำนวนเงินรวม 129 ล้านบาท

ทั้งนี้วิทยาลัยดุสิตธานีได้วางเงินประกันการเช่าจำนวน 12 ล้านบาท และเมื่อสิ้นสุดสัญญาเช่าแล้ว วิทยาลัยดุสิตธานีมีสิทธิต่ออายุสัญญาเช่าต่อไปอีก ตามเงื่อนไขที่จะตกลงกันใหม่

6. บจ. ดุสิต เอ็กเซลเลนซ์

ในวันที่ 19 ธันวาคม 2557 บจ. ดุสิต เอ็กเซลเลนซ์ ซึ่งเป็นบริษัทย่อยแห่งหนึ่ง ได้ทำสัญญาที่ดินและอาคาร 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2558 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2558 กับบุคคลที่สาม และได้ทำสัญญาเช่าช่วงที่ดินและอาคารกับสถาบันการศึกษาแห่งหนึ่งเป็นระยะเวลา 30 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2559 และสิ้นสุดในวันที่ 31 ธันวาคม 2588 และกำหนดอัตราค่าเช่าตลอดอายุสัญญาเป็นจำนวนเงินรวม 567 ล้านบาท และบริษัทย่อยนี้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะเช่าช่วงทรัพย์สินที่เช่าต่อออกไปอีก 10 ปี นับจากวันที่ครบกำหนดระยะเวลาเช่าช่วง

7. บจ. ดุสิต แมนเนจเม้นท์

เมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2553 บจ. ดุสิต แมนเนจเม้นท์ ซึ่งเป็นบริษัทย่อยแห่งหนึ่ง ได้ทำสัญญาเช่าสินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบกิจการโรงแรมดุสิตธานี ลาгуна ภูเก็ต โรงแรมดุสิตดีทู เชียงใหม่ และเช่าช่วงสินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบกิจการโรงแรมดุสิตธานี หัวหิน จากกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี (“กองทุนรวม”) เป็นระยะเวลา 3 ปี และมีสิทธิต่ออายุสัญญาเช่า และสัญญาเช่าช่วงได้อีก 6 ครั้ง ครั้งละ 3 ปี โดยกำหนดอัตราค่าเช่าดังนี้

1) ค่าเช่าคงที่ในอัตรารวม 205 ล้านบาทต่อปี โดยแบ่งชำระเป็นรายเดือนตามจำนวนที่ระบุในสัญญา สำหรับค่าเช่าในระหว่างวันที่ 24 ธันวาคม 2553 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2553 คำนวณเป็นสัดส่วนตามจำนวนวันจากอัตราค่าเช่าดังกล่าว

2) ค่าเช่าแปรผันชำระเป็นรายไตรมาส คำนวณในอัตราร้อยละของกำไรจากการดำเนินงานก่อนหักค่าใช้จ่ายทางการเงิน ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดบัญชี (EBITDA) ของกิจการ โรงแรม ซึ่งกำหนดอัตราร้อยละไว้ดังนี้

ปี 2554 ถึง 2559 อัตราร้อยละ 90

ปี 2560 ถึง 2565 อัตราร้อยละ 85

ตั้งแต่ปี 2566 เป็นต้นไป อัตราร้อยละ 80

สำหรับค่าเช่าในระหว่างวันที่ 24 ธันวาคม 2553 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2553 ให้คำนวณเป็นสัดส่วนตามจำนวนวันโดยใช้อัตราร้อยละ 90

ในวันที่ 14 กันยายน 2560 ที่ประชุมผู้ถือหุ้นหน่วยลงทุนของกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี (“กองทุนรวม”) ได้มีมติอนุมัติการแปลงสภาพกองทุนรวมเป็นทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี (“กองทรัสต์”) การเลิกกองทุนและการชำระบัญชีกองทุนรวม โดยกองทุนรวมกำหนดวันที่ 12 ธันวาคม 2560 เป็นวันเลิกกองทุนรวม และโอนสินทรัพย์ หนี้สินและภาระผูกพันของกองทุนรวมให้แก่กองทรัสต์ ซึ่งได้จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2560 โดยกองทรัสต์ได้กำหนดค่าเช่าดังนี้

1. ค่าเช่าคงที่รายปีจะเป็นไปตามข้อกำหนดที่ได้ตกลงกันในสัญญา ทั้งนี้ค่าเช่าคงที่รายปีที่คำนวณได้ดังกล่าวจะไม่ต่ำกว่า 205 ล้านบาท

2. ค่าเช่าแปรผัน จะอ้างอิงจากผลประกอบการของโรงแรม

4.2 เครื่องหมายการค้า

ปัจจุบันบริษัทและบริษัทในเครือมีเครื่องหมายการค้าหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจประเภทโรงแรมจำนวนทั้งสิ้น 6 เครื่องหมาย คือ “Dusit Thani”, “Dusit Princess”, “DusitD2”, “Dusit Devarana”, “Dusit Residence” และ “ASAI HOTELS” โดยเครื่องหมายการค้าที่ใช้ชื่อว่า “Dusit” ดังกล่าวข้างต้นนี้ต่างเป็นชื่อโรงแรมในเครือของบริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) ที่เป็นทั้งเจ้าของหรือเป็นผู้รับจ้างบริหารโรงแรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่วน “ASAI HOTELS” เป็นชื่อโรงแรมภายใต้การรับจ้างบริหาร ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยบริษัท อาสีย โฮเต็ลลิงส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ

นอกจากนี้บริษัทยังเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าสำหรับการให้บริการสำหรับธุรกิจประเภทสปาอีก 2 เครื่องหมาย คือ “Devarana Spa” และ “Namm Spa” ที่มีสาขาอยู่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

สำหรับการรับจ้างบริหารนี้ ผู้ที่จ้างบริษัทในการดำเนินการบริหารโรงแรมต้องเสียค่าธรรมเนียมเป็นรายเดือนตามสัญญาว่าจ้างบริหารให้แก่บริษัท และจะเป็นผู้ที่มีสิทธิใช้ชื่อเครื่องหมายการค้าดังกล่าวได้ตราบนานเท่าที่สัญญาว่าจ้างบริหารมีผลบังคับใช้ ดังนั้น หากสัญญาว่าจ้างบริหารนั้นสิ้นสุดลงหรือถูกบอกเลิก ไม่ว่าจะด้วยเหตุใดก็ตาม ผู้ว่าจ้างรายนั้นจะไม่มีสิทธิใช้เครื่องหมายการค้าของบริษัทอีกต่อไป

4.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทมีนโยบายการลงทุนที่เป็นธุรกิจประเภทเดียวกันหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วม และกิจการร่วมค้าในธุรกิจต่างๆ คือ ธุรกิจโรงแรม และรับจ้างบริหารโรงแรม มูลค่าการลงทุนรวม 4,078 ล้านบาท

นโยบายการบริหารงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมคือ ให้มีการบริหารงานเช่นเดียวกับบริษัทโดยบริษัทได้ส่งตัวแทนกรรมการของบริษัทไปเป็นกรรมการของบริษัทย่อย เพื่อให้ควบคุมดูแลการดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบายของบริษัททั้งในเรื่องการดำเนินงาน รวมถึงการต้องเสนองบประมาณต่างๆ ของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมเข้าที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัท เพื่อให้บริษัทรับทราบ หรืออนุมัติตามแต่กรณี

4.4 รายละเอียดเกี่ยวกับรายการประเมินราคาทรัพย์สิน

ปี 2562 บริษัทมีการประเมินราคาที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ โดยให้ผู้ประเมินอิสระประเมินมูลค่าตามวิธีกระแสเงินสดคิดลด (Discounted Cash Flow) ของบริษัทและบริษัทย่อยทั้งหมด ซึ่งผลการประเมินปรากฏว่ามีมูลค่ามากกว่าราคาตามบัญชีของที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ บริษัทจึงไม่ต้องรับรู้การด้อยค่าของทรัพย์สินดังกล่าวเป็นค่าใช้จ่าย

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ปัจจุบันบริษัทมีคดีข้อพิพาทซึ่งบริษัทหรือบริษัทย่อยเป็นคู่ความหรือคู่กรณี โดยที่คดีหรือข้อพิพาทที่ยังไม่สิ้นสุดทั้งสิ้น 1 คดี ดังต่อไปนี้

5.1 ศาลล้มละลายกลาง**หมายเลขแดงที่ 2472/2548**

ระหว่าง	บริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน)	เจ้าหนี้
กับ	บริษัท เวิลด์อินเตอร์เทรด คอร์ปอเรชั่น จำกัด	ลูกหนี้
มูลคดี	ฟ้องล้มละลาย	
จำนวนทุนทรัพย์	56,878,778.48 บาท	
วันที่ฟ้องคดี	31 มกราคม 2548	
ทนายความ	นายสุเมธ แผลงประพันธ์ สำนักงานกฎหมายคณิง แอนด์ พาร์ทเนอร์ส	

ความเป็นมาของคดี

ตามที่บริษัท เวิลด์อินเตอร์เทรด คอร์ปอเรชั่น จำกัด ลูกหนี้ตามคำพิพากษาในคดีแพ่งหมายเลขแดงที่ 2065-2066/2547 และได้รับทราบคำสั่งของศาลโดยชอบแล้ว แต่ลูกหนี้ก็ไม่ได้ชำระหนี้แต่อย่างใด อีกทั้งเจ้าหนี้ได้ทำการสืบทรัพย์ของลูกหนี้แล้วก็ไม่พบทรัพย์สินที่จะถึงชำระแก่เจ้าหนี้ได้

วันที่ 9 สิงหาคม 2548 ลูกหนี้ยื่นอุทธรณ์คัดค้านคำสั่งของศาลล้มละลายกลางที่ให้ลูกหนี้เป็นบุคคลล้มละลาย

วันที่ 4 พฤศจิกายน 2548 เจ้าหนี้ยื่นคำแก้อุทธรณ์ของลูกหนี้ เพื่อให้ศาลพิจารณาและพิพากษายกอุทธรณ์ลูกหนี้

วันที่ 2 ตุลาคม 2549 ศาลล้มละลายกลางนัดไต่สวนลูกหนี้ โดยศาลทำการไต่สวนกรรมการของลูกหนี้จนได้ความเพียงพอแล้ว จึงให้ปิดการไต่สวน

วันที่ 21 ตุลาคม 2549 ศาลล้มละลายกลางอ่านคำพิพากษาศาลฎีกา โดยศาลฎีกามีคำพิพากษายืนตามศาลชั้นต้นให้ลูกหนี้เป็นบุคคลล้มละลาย

วันที่ 16 กันยายน 2556 หลังจากที่ศาลฎีกาได้มีคำพิพากษาให้บริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) ชนะในคดีหมายเลขแดงที่ 2065-2066/2547 เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2556 และเจ้าพนักงานพิทักษ์ทรัพย์ไม่สามารถรวบรวมทรัพย์สินของลูกหนี้ได้ จึงได้ส่งจดหมายถึงเจ้าหนี้ทุกรายเพื่อให้คัดค้านการปิดคดี ซึ่งหากเจ้าหนี้ทุกรายไม่คัดค้าน เจ้าพนักงานพิทักษ์ทรัพย์จะรายงานศาลขอให้มีการสั่งปิดคดีต่อไป

ความคืบหน้าของคดี

คดียังคงอยู่ในขั้นตอนการดำเนินการของเจ้าพนักงานพิทักษ์ทรัพย์ ซึ่งยังไม่ได้รับแจ้งความคืบหน้าเพิ่มเติมแต่อย่างใด

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อ	บริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน)
ชื่อย่อหลักทรัพย์	DTC
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 319 อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 29 ถนนพญาไท แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
ประเภทธุรกิจ	ธุรกิจหลักคือกิจการ โรงแรม
ทะเบียนเลขที่	0107536000617
โทรศัพท์	+ 66 (0) 2200 9999
โทรสาร	+ 66 (0) 2200 9980
เว็บไซต์	www.dusit-international.com
ทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว	850 ล้านบาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 850 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท

6.2 ข้อมูลนิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นทางตรงและทางอ้อมตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของนิติบุคคลนั้น

ที่	รายชื่อนิติบุคคล (บริษัทย่อย)	% การ ถือหุ้น	ประเภท ธุรกิจ	ทุนที่เรียก ชำระแล้ว (ล้านบาท)	หุ้น			ที่ตั้งสำนักงาน
					ประเภท	จำนวน (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ (บาท)	
1	บ. ดุสิตธานี พร็อพเพอร์ตี้ส์	99.99	ลงทุนใน บริษัทอื่น	800	สามัญ	80,000,000	10	319 อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 29 ถนนพญาไท แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กทม. 10330 โทรศัพท์ +66 (0) 2200-9999
2	Dusit Thani Philippines, Inc. ถือหุ้นโดย บ. ดุสิตธานี พร็อพเพอร์ตี้ส์ หมายเหตุ * ไม่รวมหุ้น บุริมสิทธิ์ซื้อคืน	88.01	โรงแรม และรับจ้าง บริหาร	Peso 455 mn.*	สามัญ	4,550,000 *	Peso 100	Mezzanine Level, Dusit Thani Manila, Ayala Center, 1223 Makati City, Philippines Tel: (632) 238 8888
3	บมจ.ดุสิต ไทยพร็อพเพอร์ตี้ส์ ถือหุ้นโดย - บมจ. ดุสิตธานี - บ. ดุสิตธานี พร็อพเพอร์ตี้ส์	2.75 84.05	โรงแรม	825	สามัญ	82,500,000	10	319 อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 29 ถนนพญาไท แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กทม. 10330 โทรศัพท์ +66 (0) 2200-999

ที่	รายชื่อนิติบุคคล (บริษัทย่อย)	% การ ถือหุ้น	ประเภท ธุรกิจ	ทุนที่เรียก ชำระแล้ว (ล้านบาท)	หุ้น			ที่ตั้งสำนักงาน
					ประเภท	จำนวน (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ (บาท)	
4	บ. ดุสิต เวลต์วอยซ์	99.99	รับจ้าง บริหาร	50	สามัญ	5,000,000	10	319 อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 29 ถนนพญาไท แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กทม. 10330 โทรศัพท์ +66 (0) 2200-9999
5	Dusit Overseas Co., Ltd. ถือหุ้นโดย บ. ดุสิต เวลต์วอยซ์	100.00	รับจ้าง บริหาร	HKD 0.03 mn	สามัญ	33,000	HKD 1	Unit 2401, 24/F Citicorp Center, 18 Whitefield Road, Causeway Bay, Hong Kong
6	บ. เทวรักษ์ สปา	99.99	สถาน บริการด้าน สุขภาพ	8	สามัญ	800,000	10	319 อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 29 ถนนพญาไท แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กทม. 10330 โทรศัพท์ +66 (0) 2200-9999
7	บ. เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต ถือหุ้นโดย บริษัท ดุสิตธานี พรีอเพอร์ตี้ส์ จำกัด เมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2562	49.99	สอนการ ประกอบ อาหาร	40	สามัญ บุริมสิทธิ์	399,999 1	100 100	4,4/5 อาคารเซนทาวเวอร์ ชั้น 19 ถนนราชดำริ แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กทม. 10330 โทรศัพท์ +66 (0) 2237-8877
8	บ. ดุสิต แมนเนจเม้นท์	99.99	โรงแรม	9	สามัญ	900,000	10	319 อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 29 ถนนพญาไท แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กทม. 10330 โทรศัพท์ +66 (0) 2200-9999
9	ทรัสต์เพื่อการลงทุนใน อสังหาริมทรัพย์และสิทธิการ เช่าดุสิตธานี (DREIT) (เดิมชื่อ กองทุนรวม อสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่า ดุสิตธานี)	30.02	ให้เช่า อสังหาริมทรัพย์	5,407.74	หน่วยลงทุน	711,500,000	8.8552	319 อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 29 ถนนพญาไท แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กทม. 10330 โทรศัพท์ +66 (0) 2200-9999 ต่อ 3681-3682
10	DMS Property Investment Private Limited ถือหุ้นโดย บมจ. ดุสิต ไทยพรีอเพอร์ตี้ส์	65.00	โรงแรม	USD 38.5 mn.	สามัญ	38,500,000	USD 1	Level 2, Orchid Maage', Ameer Ahmed Magu, Male', Maldives

ที่	รายชื่อนิติบุคคล (บริษัทย่อย)	% การ ถือหุ้น	ประเภท ธุรกิจ	ทุนที่เรียก ชำระแล้ว (ล้านบาท)	หุ้น			ที่ตั้งสำนักงาน
					ประเภท	จำนวน (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ (บาท)	
11	Dusit USA Management Inc.	100.00	รับจ้าง บริหาร	USD 40,000	สามัญ	40,000	USD 1	2711 Centerville Road, Suite 400, in the City of Wilmington, Country of New Castle, 19808, State of Delaware, U.S.A.
12	บ. ดุสิต ไรน์ แอปเปิ้ล	99.99	ลงทุนใน บริษัทอื่น	68	สามัญ	6,800,000	10	319 อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 29 ถนนพญาไท แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กทม. 10330 โทรศัพท์ +66 (0) 2200-9999
13	Dusit Fudu Hotel Management (Shanghai) Co., Ltd.* ถือหุ้นโดย บ. ดุสิต ไรน์ แอปเปิ้ล หมายเหตุ * เป็นบริษัทจำกัดภายใต้ กฎหมายของสาธารณรัฐประชาชน จีน ซึ่งทุนจดทะเบียนไม่มีการ กำหนดเป็นหุ้น	45.00	รับจ้าง บริหาร	RMB 30 mn.	-	-	-	305A at 2nd – 3rd Floors, Tower One, No. 1287 Shang Cheng Road, Pudong New District, Shanghai, People's Republic of China
14	บ. ดุสิต เอ็กเซลเลนซ์ หมายเหตุ * เดิมชื่อ บ. ดุสิตธานีการโรงแรมศึกษา	99.99	ให้เช่า ทรัพย์สิน	120	สามัญ	1,200,000	100	588/5 ถนนเพชรบุรี เขตราชเทวี กทม. 10400 โทรศัพท์ +66(0) 2013-9999
15	วิทยาลัยดุสิตธานี ลงทุนโดย บมจ. ดุสิต ไทยพร็อพเพอร์ตี้ส์	100.00	การศึกษา	ทุนประเดิม 217.72	-	-	-	1 ซ.แก่นทอง แขวงหนองบอน เขตประเวศ กทม. 10250 โทรศัพท์ +66 (0) 2361-7811-3
16	Dusit Hospitality Education Philippines Inc. ถือหุ้นโดย Dusit Thani Philippines, Inc.	40.00	การศึกษา	Peso 900 mn	สามัญ	9,000,000	Peso 100	Pre-Opening office 4th Floor, Dusit Thani Manila Ayala Center, 1223 Makati City, Philippines Tel: (632) 238 8888

ที่	รายชื่อนิติบุคคล (บริษัทย่อย)	% การ ถือหุ้น	ประเภท ธุรกิจ	ทุนที่เรียก ชำระแล้ว (ล้านบาท)	หุ้น			ที่ตั้งสำนักงาน
					ประเภท	จำนวน (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ (บาท)	
17	บ. วิมานสุริยา หมายเหตุ * บมจ. ดุสิตธานี (DTC) จะทยอยขายหุ้นให้ บมจ. เซ็นทรัลพัฒนา (CPN) โดยสัดส่วนการถือหุ้นสุดท้ายระหว่าง DTC และ CPN จะเป็นร้อยละ 60 : 40	65.00 *	พัฒนา อสังหา ริมทรัพย์ โรงแรม อาคารที่พัก อาศัย และ โครงสร้าง อาคาร ศูนย์การค้า	880	สามัญ	1,000 10,990,000	100 80	319 อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 29 ถนนพญาไท แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กทม. 10330 โทรศัพท์ +66 (0) 2200-9999
18	บ. สวนลุม พร็อพเพอร์ตี้ หมายเหตุ * บมจ. ดุสิตธานี (DTC) จะทยอยขายหุ้นให้ บมจ. เซ็นทรัลพัฒนา (CPN) โดยสัดส่วนการถือหุ้นสุดท้ายระหว่าง DTC และ CPN จะเป็นร้อยละ 15 : 85	22.00 *	โครงการ พัฒนา ศูนย์การค้า	172	สามัญ	1,720,000	100	999/9 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กทม. 10330
19	บ. พระราม 4 เดเวลอปเม้นท์	10.00	โครงการ อาคาร สำนักงาน	1	สามัญ	10,000	100	999/9 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กทม. 10330
20	บ. ดุสิต ซาอุดี* ถือหุ้นโดย - Dusit Overseas Co., Ltd. ** หมายเหตุ * ปัจจุบันจัดตั้งเป็นนิติบุคคลแล้ว แต่ยังไม่ได้ดำเนินการเรียกชำระค่า หุ้นและไม่ได้เริ่มประกอบกิจการ ** ถือหุ้นโดย บ. ดุสิต เวสต์เวย์	51.00	บริหาร ที่ปรึกษา ทางเทคนิค	ทุน จดทะเบียน SAR 100,000	สามัญ	100	SAR 1,000	P.O. Box 48144 Jeddah 21572 Prince Mohammed Bin Abdulaziz St. Bin Homran Center Office 901A Kingdom of Saudi Arabia

ที่	รายชื่อนิติบุคคล (บริษัทย่อย)	% การ ถือหุ้น	ประเภท ธุรกิจ	ทุนที่เรียก ชำระแล้ว (ล้านบาท)	หุ้น			ที่ตั้งสำนักงาน
					ประเภท	จำนวน (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ (บาท)	
21	บ. D&J (เดิมชื่อ บ. ดุสิต คัลเลอร์ส)	100.00	จัดการและ ปรึกษาทาง เทคนิคด้าน โรงแรมและ อสังหา ริมทรัพย์	ทุน จดทะเบียน JPY 10,000,000	สามัญ	1,000	JPY 10,000	Hitokuchizaka TS Building, 6 th Floor, 3-32, Kudankita, 4-chome, Chiyodaku, Tokyo, Japan
22	บ. อาคัย โฮลดิ้งส์	99.99	โรงแรม รับจ้าง บริหาร และ ลงทุนใน บริษัทอื่น	18.82	สามัญ	1,000 749,000	100 25	319 อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 29 ถนนพญาไท แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กทม. 10330 โทรศัพท์ +66 (0) 2200-9999
23	บ. ดุสิตธานี พร็อพเพอร์ตี้ส์ รีท	99.99	ผู้จัดการ กองทรัสต์ เพื่อการ ลงทุนใน อสังหา ริมทรัพย์	10	สามัญ	100,000	100	319 อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 29 ถนนพญาไท แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กทม. 10330 โทรศัพท์ +66 (0) 2200-9999 ต่อ 3681 - 3682
24	บ. ดุสิต ฟู้ดส์	99.99	ลงทุนใน บริษัทอื่น	713	สามัญ	7,130,000	100	319 อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 29 ถนนพญาไท แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กทม. 10330 โทรศัพท์ +66 (0) 2200-9999
25	บ.ดุสิต กูร์เมต์ ถือหุ้นโดย บ. ดุสิต ฟู้ดส์	90.00	การตลาด และการ ขาย ผลิตภัณฑ์ ที่เกี่ยวข้องกับ อาหาร	30	สามัญ	1,000 299,000	100 100	319 อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 29 ถนนพญาไท แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กทม. 10330 โทรศัพท์ +66 (0) 2200-9999

ที่	รายชื่อนิติบุคคล (บริษัทย่อย)	% การ ถือหุ้น	ประเภท ธุรกิจ	ทุนที่เรียก ชำระแล้ว (ล้านบาท)	หุ้น			ที่ตั้งสำนักงาน
					ประเภท	จำนวน (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ (บาท)	
26	LVM Holdings Pte. Ltd. ถือหุ้นโดย Dusit Overseas Co., Ltd.	100.00	ลงทุนใน บริษัทอื่น	SGD 0.01	สามัญ	1,036,694	SGD 0.01	25 Bukit Pasoh Road, Singapore (089839)
27	Private Homes and Villas Pte. Ltd. ถือหุ้นโดย LVM Holdings Pte. Ltd.	100.00	ให้บริการ ทางการตลาด การจองและ บริหารวิลล่า	SGD 0.10	สามัญ	100,000	SGD 1.00	25 Bukit Pasoh Road, Singapore (089839)
28	PT. Elite Havens Ltd. (บริษัทย่อยทางอ้อมของ LVM Holdings Pte. Ltd.) ซึ่งถือหุ้นโดย Private Homes and Villas Pte. Ltd และ Bali Luxe Ltd.	20.00 80.00	ที่ปรึกษา ด้านการ บริหาร	IDR 2,536.50	สามัญ	500	IDR 500,000	Jalan Raya Semer No.883 Kerobokan, Kuta Utara, Badang 80361, Bali, Indonesia
29	Shanghai Yi-Ning Travel Construction Co., Ltd. (บริษัทย่อยทางอ้อมของ LVM Holdings Pte. Ltd.) ซึ่งถือหุ้นโดย Private Homes and Villas Pte. Ltd	100.00	บริการด้าน การตลาด	CNY 0.07	สามัญ	10,000	CNY 6.908	Building C, No. 888, Lake Road West 2, Namhui New Town, Pudong New Area, Shanghai
30	PT Bali Home Management Ltd. (บริษัทย่อยทางอ้อมของ LVM Holdings Pte. Ltd.) ถือหุ้นโดย Private Homes and Villas Pte. Ltd และ Bali Luxe Ltd.	80.00 20.00	ที่ปรึกษา ด้านการ บริหาร	IDR 2,500.00	สามัญ	8,000	IDR 125,000	Jalan Raya Semer No. 883 Kerobokan, Kuta Utara, Badang 80361, Bali, Indonesia
31	Bali Luxe Ltd. ถือหุ้นโดย LVM Holdings Pte. Ltd.	100.00	บริการต่างๆ	HKD 0.01	สามัญ	10,000	HKD 1.00	20/F Euro Trade Centre 21-23 Des Voeux Rd., Central, Hong Kong
32	Marketing Villas Ltd. ถือหุ้นโดย LVM Holdings Pte. Ltd.	100.00	บริการด้าน การตลาด	USD 0.83	สามัญ	10,000	USD 83.16	20/F Euro Trade Centre 21-23 Des Voeux Rd., Central, Hong Kong
33	Elite Havens Ltd. ถือหุ้นโดย LVM Holdings Pte. Ltd.	100.00	บริการต่างๆ	HKD 0.01	สามัญ	10,000	USD 1.00	20/F Euro Trade Centre 21-23 Des Voeux Rd., Central, Hong Kong

ที่	รายชื่อนิติบุคคล (บริษัทย่อย)	% การ ถือหุ้น	ประเภท ธุรกิจ	ทุนที่เรียก ชำระแล้ว (ล้านบาท)	หุ้น			ที่ตั้งสำนักงาน
					ประเภท	จำนวน (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ (บาท)	
34	บ. ดุสิต สอติปัลลิตี เซอร์วิส หมายเหตุ *จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อ วันที่ 8 มกราคม 2562	99.99	รองรับ โครงการ งานบริการ ต่างๆ	1	สามัญ	10,000	100	319 อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 29 ถนนพญาไท แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กทม. 10330 โทรศัพท์ +66 (0) 2200-9999
35	บ. เอ็มเพอริว เคเทอริง ถือหุ้นโดย บ. ดุสิต ฟู้ดส์ หมายเหตุ *เริ่มลงทุนในเดือนมกราคม 2562 โดยลงทุนเริ่มแรกร้อยละ 51 และ ครั้งที่ 2 ภายในต้นปี 2563 อีกร้อยละ 19	51.00	ให้บริการ ด้านอาหาร และ เครื่องดื่ม	14	สามัญ	14,000	1,000	43 อาคารไทยซีซี ชั้น 30 ห้อง 307-308 ถนนสาทรใต้ แขวง ยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์: +66 (0) 2231-6201
36	บ. เกรซมี	99.99	ให้บริการที่ เกี่ยวข้องกับ ชีวิต ประจำวัน	3	สามัญ	30,000	100	319 อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 29 ถนนพญาไท แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กทม. 10330 โทรศัพท์ +66 (0) 2200-9999
37	บ. ดุสิต เรียว ฟู้ดส์ ถือหุ้นโดย บ. ดุสิต ฟู้ดส์	51.00	ประกอบ ธุรกิจอาหาร เพื่อสุขภาพ	10	สามัญ	100,000	100	319 อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 29 ถนนพญาไท แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กทม. 10330 โทรศัพท์ +66 (0) 2200-9999
38	Dusit Maldives Investment Private Limited ถือหุ้นโดย บ. ดุสิตธานี รีท	99.99	รองรับการ เข้าทำ ธุรกรรมที่ เกี่ยวข้องกับ โครงการ โรงแรม ดุสิตธานี มัลดีฟส์	USD 150,000	สามัญ	150,000	USD 1	Level 1, H. Orchid Maage', Ameer Ahmed Magu, Male', Maldives
39	Dusit Maldives Management Private Limited ถือหุ้นโดย บ. ดุสิต แมนเนจเม้นท์	99.99	รองรับการ เข้าทำ ธุรกรรมที่ เกี่ยวข้องกับ โครงการ โรงแรม ดุสิตธานี มัลดีฟส์	USD 10,000	สามัญ	10,000	USD 1	Level 1, H. Orchid Maage', Ameer Ahmed Magu, Male', Maldives

ที่	รายชื่อนิติบุคคล (บริษัทย่อย)	% การ ถือหุ้น	ประเภท ธุรกิจ	ทุนที่เรียก ชำระแล้ว (ล้านบาท)	หุ้น			ที่ตั้งสำนักงาน
					ประเภท	จำนวน (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ (บาท)	
40	Dusit Worldwide Maldives Private Limited ถือหุ้นโดย บ. ดุสิต เวลด์วายเป็น	99.98	รับบริหาร โรงแรม ดุสิตธานี มัลดีฟส์ ใน สาธารณรัฐ มัลดีฟส์	USD 5,000	สามัญ	5,000	USD 1	Level 1, H. Orchid Maage', Ameer Ahmed Magu, Male', Maldives
41	บ. ดิ ออร์จีน ดุสิต	49	ก่อสร้าง และพัฒนา คอนโดมิ เนียมใน จังหวัด ชลบุรี	320	สามัญ	32,000,000	10	496 หมู่ 9 ต.ลำโรงเหนือ อ.เมือง สมุทรปราการ จ.สมุทรปราการ
42	บ. ดุสิตธานี รีท ถือหุ้นโดย ทรัสต์เพื่อการลงทุน ในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการ เช่าดุสิตธานี (DREIT)	99.99	เพื่อเป็น ผู้ถือหุ้นใน บริษัท ดุสิต มัลดีฟส์ อิน เวสเมนต์ จำกัด	4.9	สามัญ	980,000	5	319 อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 29 ถนนพญาไท แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กทม. 10330 โทรศัพท์ +66 (0) 2200-9999

6.3 ข้อมูลของบุคคลอ้างอิงอื่นๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
เลขที่ 93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ + 66 (0) 2009 9380

โทรสาร + 66 (0) 2009 9001 ต่อ 9380

ผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้และนายทะเบียนหุ้นกู้

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 1222 ถนนพระรามที่ 3 แขวงบางโพงพาง
โทรศัพท์ + 66 (0) 2296 3582
โทรสาร + 66 (0) 2683 1298

ผู้สอบบัญชี

นางสาววิภาวรรณ ปัทวันวิเวก ผู้สอบบัญชีอนุญาตเลขที่ 4795

บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไทย สอบบัญชี จำกัด

อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 50 - 51

เลขที่ 1 ถนนสาทรใต้ กรุงเทพฯ 10120

โทรศัพท์ + 66 (0) 2677 2000

โทรสาร + 66 (0) 2677 2222

ที่ปรึกษากฎหมาย

บริษัท วีระวงศ์ ชินวัฒน์และพาร์ทเนอร์ส จำกัด

เลขที่ 540 อาคารเมอร์คิวรีทาวเวอร์ ชั้น 22 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี

เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

โทรศัพท์ + 66 (0) 2264 8000

โทรสาร + 66 (0) 2657 2222

บริษัท สำนักงานกฎหมายธีรคุปต์ จำกัด

เลขที่ 546 อาคารยูนิเวสท์ คอมเพล็กซ์ ชั้น 15

ถนนรัชดาภิเษก แขวงจันทระเกษม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

โทรศัพท์ + 66 (0) 2511 1512 และ + 66 (0) 2513 1976

โทรสาร + 66 (0) 2938 1247 และ + 66 (0) 2938 1957

6.4 ข้อมูลสำคัญอื่น

บริษัท ไม่มีข้อมูลสำคัญอื่นที่จะมีผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน