

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “ดุสิต”) เป็นบริษัทจดทะเบียนหนึ่งในผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมชั้นนำของไทยที่มีเอกลักษณ์การให้บริการแบบไทยในระดับมาตรฐานสากล โดยมีบริษัทในกลุ่มที่ดำเนินธุรกิจหลัก เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจการศึกษา ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจอาหาร ซึ่งดำเนินการภายใต้กลุ่มบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ที่เรียกรวมว่า ดุสิต อินเตอร์เนชั่นแนล มีประสบการณ์ในธุรกิจโรงแรมมา 72 ปี กลุ่มบริษัทเริ่มประกอบธุรกิจตั้งแต่ปี 2492 โดยมีท่านผู้หญิงชนัตถ์ ปิยะอุย เป็นผู้ก่อตั้ง บริษัทได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเมื่อปี 2518 และในปี 2536 บริษัทได้แปรสภาพจากบริษัทจำกัดเป็น บริษัทมหาชน จำกัด โดยใช้ชื่อว่าบริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) และชื่อภาษาอังกฤษว่า Dusit Thani Public Company Limited ใช้ชื่อย่อบริษัทที่ออกหลักทรัพย์ว่า DTC ปัจจุบันผู้ถือหุ้นใหญ่ คือ กลุ่มท่านผู้หญิงชนัตถ์และผู้เกี่ยวข้อง 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 ตลอดจนบริหารจัดการโรงแรมภายใต้เครื่องหมายการค้า “ดุสิตธานี” และ “ดุสิต เควราณา” (แบรนด์ระดับ Luxury) “ดุสิตดีทู” (แบรนด์ระดับ Midscale) “ดุสิตปรีนเซส” (แบรนด์ระดับ Economy) “ดุสิต เรสซิเด้นซ์” (แบรนด์ระดับ Branded Residence) และ “ASAI HOTELS” (แบรนด์ระดับ Lifestyle/Boutique) ภายใต้บริษัท อาศัย โฮเทลดิงส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ ซึ่งเปิดให้บริการโรงแรมแห่งแรก “อาศัย กรุงเทพฯ ไซนาทาวน์” ตั้งอยู่ใจกลางถนนเยาวราช เมื่อเดือนกันยายน 2563

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 D2 HOTELS & RESORTS	 DUSIT PRINCESS HOTELS & RESORTS		 DUSIT RESIDENCE	 ASAI HOTELS	 favstay	 eh elite havens

หมายเหตุ * เป็น Future plan

เพื่อตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าในด้านต่างๆ จึงเกิดการให้บริการดุสิต ออน ดีมานด์ ซึ่งให้บริการรับทำความสะอาด และบริการจัดเลี้ยงส่วนตัว โดยเจาะกลุ่มลูกค้าในตลาดระดับบน (high end) เช่น โรงแรมระดับ 4 ถึง 5 ดาว และที่พักอาศัยระดับพรีเมียม เป็นต้น และดุสิตอีเว้นท์ ซึ่งให้บริการจัดเลี้ยงนอกสถานที่ ได้แก่ บัฟเฟต์ ค็อกเทล โต๊ะจีน อาหารว่าง และอาหารกล่อง และมีร้านอาหาร “บ้านดุสิตธานี” ร้านอาหารแบบ Stand alone แห่งแรกของดุสิตตั้งอยู่ในซอยศาลาแดง

ณ สิ้นปี 2563 บริษัทมีจำนวนโรงแรมและวิลล่าภายใต้การบริหารจัดการรวม 340 แห่ง ประกอบด้วย โรงแรมจำนวน 44 แห่ง และวิลล่าจำนวน 296 แห่ง ครอบคลุม 15 ประเทศ รวมจำนวนห้องพัก 11,535 ห้อง

นอกจากการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมแล้ว ผู้ก่อตั้งยังให้ความสำคัญกับการศึกษาเพื่อพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพรองรับการขยายตัวของโรงแรมในกลุ่มและอุตสาหกรรมโรงแรมสอดคล้องกับการขยายตัวของ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ปัจจุบันบริษัทมีประสบการณ์ในธุรกิจการศึกษามากกว่า 28 ปี โดยเริ่มก่อตั้งโรงเรียนการ โรงแรมดุสิตธานีขึ้นในปี 2536 ต่อมาในปี 2539 ได้มีการยกสถานะเป็น “วิทยาลัยดุสิตธานี” ซึ่งในปัจจุบันเปิดสอน หลักสูตรระดับปริญญาตรีและระดับปริญญาโท นอกจากนี้ ยังมีการร่วมทุนในโรงเรียนสอนการประกอบอาหาร เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต และมีการวิจัยค้นคว้าและพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนภายใต้ Dusit Thani Excellence Center (DTEC)

เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงทางธุรกิจ บริษัทจึงได้ลงทุนในธุรกิจอาหารในปี 2561 โดยจัดตั้งบริษัท ดุสิต ฟู้ดส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.99 และเป็นบริษัทที่ถือหุ้นในธุรกิจอาหารของกลุ่ม เช่น บริษัท ดุสิต เรียวล ฟู้ดส์ จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ บริษัท ดุสิต กูร์เมต์ จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจ ทำ การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารภายใต้แบรนด์คัสตัส บริษัท เอ็มเพอริว เคเทอริง จำกัด ซึ่งให้บริการด้านอาหาร และเครื่องดื่ม (Catering) แก่โรงเรียนนานาชาติ และบริษัท เอ็นอาร์ อินสแตนซ์ โปรดิวซ์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งผลิตและ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ปรุงรสอาหารและอาหารโปรตีนจากพืช (Plant-based protein)

นอกจากธุรกิจโรงแรม ธุรกิจอาหาร และธุรกิจอื่นๆ แล้ว ยังได้ลงทุนในธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รูปแบบผสม ภายใต้ชื่อ โครงการดุสิต เซ็นทรัล พาร์ค ประกอบด้วย โรงแรม ดุสิตธานี (ที่จะสร้างขึ้นแทนโรงแรมเดิมที่รื้อถอน) ศูนย์การค้าปลีก คอนโดมิเนียม และอาคารสำนักงาน ตั้งอยู่ บริเวณห้วยมถนมนิลม และยังมีโครงการคอนโดมิเนียม เดอะ แสมป์ตัน ศรีราชา บาย ออริจิน แอนด์ ดุสิต จังหวัด ชลบุรี โดยบริษัท ดิ ออริจิน ดุสิต จำกัด ซึ่งลงทุนร่วมกับ บมจ. ออริจิน พร็อพเพอร์ตี้ (“ออริจิน”) โดยดุสิตถือหุ้น ร้อยละ 49.00 และออริจินถือหุ้นร้อยละ 51.00

1.1 นโยบายในการดำเนินงานของบริษัทในภาพรวม

ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 7/2559 วันที่ 29 กันยายน 2559 มีมติอนุมัติวิสัยทัศน์ พันธกิจ และ ค่านิยมองค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินธุรกิจใหม่ของกลุ่มบริษัทโดยเริ่มใช้ตั้งแต่ต้นปี 2560 ดังนี้

➤ วิสัยทัศน์

“ภูมิใจในความเป็นไทย มอบบริการจากใจอันงดงาม สร้างความประทับใจทั่วโลก”

➤ พันธกิจ

“สร้างประสบการณ์เหนือความคาดหมาย...ตลอดเวลา”

➤ คุณค่าหลักของดุสิต

“เราใส่ใจ” กับทุกคน

“เราเต็มใจ” 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)** โดยขยายจำนวนห้องพักเพิ่มขึ้นอีกเท่าตัวจากประมาณ 7,000 ห้องในปี 2559 เป็น 14,000 ห้องภายในปี 2564

ด้วยเป้าหมายดังกล่าว ปี 2559 - 2561 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) และให้ความสำคัญในการร่วมมือกับธุรกิจโรงแรมภายในกลุ่มเพื่อต่อยอดธุรกิจสำหรับระยะยาวบริษัทมีแผนที่จะหาพันธมิตรทางธุรกิจในประเทศ เพื่อร่วมกันพัฒนาหลักสูตรและขยายธุรกิจการศึกษาให้เติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ

3. **ทรัพย์สิน (Properties)** เนื่องจากทรัพย์สินของโรงแรมจะทยอยเก่าเป็นไปตามกาลเวลาซึ่งมีผลกระทบต่อการทำธุรกิจและผลกำไร บริษัทจึงจำเป็นต้องลงทุนปรับปรุงโรงแรมให้ใหม่และทันสมัยเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน รวมถึงการลงทุนในสินทรัพย์ใหม่ เช่น การพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์รูปแบบผสม

(Mixed-Use Project) บนพื้นที่โรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ (บริเวณห้วมุมถนนสีลมและถนนพระราม 4) หรือการจำหน่ายทรัพย์สินที่ให้อัตราผลตอบแทนต่ำเพื่อลงทุนในสินทรัพย์อื่นที่ให้ผลตอบแทนที่ดีกว่า

4. **เทคโนโลยี (Technology)** เป็นรากฐานที่สำคัญอย่างมากในการทำธุรกิจยุคปัจจุบัน โดยต้องนำมาปรับใช้กับธุรกิจโรงแรมให้เหมาะสม เน้นในเรื่องประสิทธิภาพและแพลตฟอร์มมาตรฐานเพื่อรองรับธุรกิจที่จะเติบโตในอนาคต เป็นเทคโนโลยีที่จะทำให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ สร้างความประทับใจเพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการที่โรงแรมอีก รวมทั้งการบริหารจัดการข้อมูล (Big Data) ที่มีอยู่เพื่อสร้างความพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า

5. **ความสามารถทางการเงิน (Financial Capability)** เพื่อที่จะได้มีโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสม มีความยืดหยุ่นและมั่นคงทางการเงินทั้งระยะสั้นและระยะยาว ตลอดจนมุ่งสร้างมูลค่าให้แก่ผู้ถือหุ้น การแปลงสภาพกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี (DTCPF) เป็นกองทรัสต์อสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี (DREIT) ในช่วงปลายปี 2560 เป็นหนึ่งของแผนการสร้างรากฐานของบริษัท เพื่อให้บริษัทมีแหล่งเงินทุนในการพัฒนาและลงทุนด้านสินทรัพย์เพิ่มขึ้น

ปี 2562 - 2564 เป็นปีแห่ง “การรับรู้ศักยภาพในการเติบโต” (Realizing Potential) ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่บริษัทเริ่มการก่อสร้างโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รูปแบบผสม ภายใต้ชื่อโครงการดุสิต เซ็นทรัล พาร์ค การจัดโครงสร้างทางการเงินด้วยการจัดโครงสร้างทรัพย์สิน การปรับปรุงคุณภาพพอร์ตทรัพย์สินให้มีศักยภาพมากขึ้น ตลอดจนการบริหารจัดการทรัพย์สินและเงินลงทุน ขณะเดียวกันก็มีการขยายจำนวนห้องพักโรงแรมเพิ่มขึ้นอีกเท่าตัวซึ่งเป็นผลของการขยายธุรกิจโรงแรมและธุรกิจบริหารจัดการวิลล่าระดับหรูทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการหาโอกาสการขยายการบริหารวิลล่าในภูมิภาคอื่นๆ ด้วย เป็นช่วงเวลาที่บริษัทจะได้เห็นความก้าวหน้าในการบูรณาการธุรกิจโรงแรมและธุรกิจการศึกษา (Education-hotel integration) การปรับโครงสร้างกลุ่มธุรกิจการศึกษาให้มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการมากขึ้น อีกทั้งเป็นช่วงเวลาที่ จะเห็นการเติบโตของรายได้จากธุรกิจอาหารซึ่งเป็นธุรกิจใหม่ที่บริษัทเริ่มลงทุนตั้งแต่ปี 2561 ตามกลยุทธ์กระจายความเสี่ยงและการเติบโตของธุรกิจ

อย่างไรก็ตาม การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทั่วโลกในช่วงต้นปี 2563 และการระบาดของ COVID-19 รอบใหม่ในประเทศไทยตั้งแต่ปลายเดือนธันวาคม 2563 ส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวอย่างมากตั้งแต่ปลายไตรมาส 1 ปี 2563 ต่อเนื่องมาถึงต้นปี 2564 บริษัทจึงได้ปรับแผนธุรกิจในช่วง 2 ปีนี้เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจภายใต้ New Normal โดยมีกรอบกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจในระยะยาวเช่นเดิมในการสร้างสมดุลของรายได้ การกระจายความเสี่ยง และการเติบโต (Balance-Diversify-Expand) สำหรับการบริหารจัดการในปี 2563 และปี 2564 แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

(1) การบริหารจัดการทางการเงิน (Financial Model) รักษาสภาพคล่องทางการเงินและปรับพอร์ตทรัพย์สินและเงินลงทุนเพื่อรับรู้กำไร เพื่อให้บริษัทสามารถเพิ่มสภาพคล่องทางการเงินเพื่อรองรับสถานการณ์ในปัจจุบันและในระยะยาว

(2) การบริหารจัดการธุรกิจ (Business Model) โดยเน้นความร่วมมือกับพันธมิตร เน้นแนวความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างรายได้จากการให้บริการที่แตกต่าง ตอบโจทย์ลูกค้า โดยคำนึงถึงผู้ประกอบการในภาคธุรกิจเดียวกันและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอื่นๆ เพื่อให้สามารถเดินหน้าไปด้วยกัน

(3) การปรับโครงสร้างองค์กร (Organization Model) การทำ Transformation ทั้งในส่วนโครงสร้างขององค์กร บุคลากร และเทคโนโลยีตั้งแต่ต้นปี ปรับทักษะของทีมงานเพื่อให้ตอบโจทย์กับภาวะธุรกิจในปัจจุบันและในอนาคต ให้มีความพร้อม ความยืดหยุ่นและความคล่องตัว นอกจากนี้บริษัทได้นำเทคโนโลยีมาช่วยพัฒนาระบบงานทั้งหน้าบ้านและหลังบ้าน ตลอดจน Data Platform ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

ทั้งนี้การบริหารจัดการข้างต้นเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการต่อเนื่องภายใต้สถานการณ์ที่มีรายได้ลดลง โดยบริษัทคาดการณ์ว่าธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศจะทยอยดีขึ้นในไตรมาส 2 ปี 2564 หลังจากที่ได้รับวัคซีนป้องกัน COVID-19 และสถานการณ์ท่องเที่ยวโลกจะเริ่มทยอยฟื้นตัวในครึ่งหลังของปี 2564 โดยคาดว่าจะเห็นภาพการฟื้นตัวที่ชัดเจนขึ้นในไตรมาส 4 ปี 2564

ปี 2565 - 2568 เป็นช่วงเวลาแห่ง “การปลดล็อกการสร้างมูลค่า” (Unlock Value Creation) เมื่อโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รูปแบบผสม ภายใต้ชื่อโครงการดุสิต เซ็นทรัล พาร์ค ทยอยเสร็จตั้งแต่ปี 2566 เป็นต้นไป บริษัทจะมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการทยอยรับรู้รายได้จากโรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ แห่งใหม่ ตามด้วยรายได้จากการขายอาคารที่พักอาศัย และพื้นที่ค้าปลีก นอกจากนี้ บริษัทยังคาดว่าจะสามารถรับรู้รายได้จากการลงทุนในธุรกิจใหม่อื่นๆ ส่งผลให้สัดส่วนรายได้ในประเทศและต่างประเทศมีความสมดุลมากขึ้นตามเป้าหมายที่วางไว้

1.2 การเปลี่ยนแปลงและแผนการที่สำคัญ

➤ การเปลี่ยนแปลงและแผนการที่สำคัญเกี่ยวกับอำนาจในการควบคุมบริษัทในปีที่ผ่านมา
ไม่มี

➤ การเปลี่ยนแปลงและแผนการที่สำคัญเกี่ยวกับลักษณะการประกอบธุรกิจในปีที่ผ่านมา

มกราคม	บริษัท เอ็มเพอร์คิวร์ เคเทอริง จำกัด บริษัทย่อยของบริษัท ดุสิต ฟู้ดส์ จำกัด ได้ลงนามในสัญญาซื้อขายหุ้นกับ เดอะ เคเทอริเออร์ส (“เคเทอร์เรอร์ส”) เพื่อเข้าซื้อหุ้นสัดส่วนร้อยละ 100 ของหุ้นทั้งหมดของเคเทอร์เรอร์ส ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งและจดทะเบียนที่ประเทศเวียดนาม
กุมภาพันธ์	ลงนามในสัญญาร่วมลงทุนกับ Metro Pacific Investments Corporation (“MPIC”) เพื่อร่วมพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรมและคอนโดมิเนียมเพื่อที่พักอาศัยในประเทศฟิลิปปินส์ อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ชะลอการลงทุนส่วนนี้ออกไปก่อน เนื่องจากการแพร่ระบาดของ COVID-19
มีนาคม	Dusit Thani Philippines, Inc. บริษัทย่อยของบริษัท ดุสิตธานี พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด ได้ลงนามในสัญญาซื้อขายหุ้นกับ Fine Properties, Inc. ประเทศฟิลิปปินส์ เพื่อขายหุ้นร้อยละ 40 ของจำนวนหุ้นทั้งหมดของ Dusit Hospitality Education Philippines, Inc. แต่เนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) คู่สัญญาขอเลื่อนการซื้อขายออกไป เป็นเหตุให้รายการซื้อขายดังกล่าวยังดำเนินการ

	ไม่แล้วเสร็จ และ Dusit Thani Philippines, Inc. ยังคงถือหุ้นร้อยละ 40 ใน Dusit Hospitality Management College
	เปิดให้บริการโรงแรม “ดุสิตดิทู ซัลวา โดฮา” ซึ่งตั้งอยู่ที่ประเทศกาตาร์
พฤษภาคม	ท่านผู้หญิงชนัดต์ ปิยะอุย ผู้ก่อตั้งโรงแรมดุสิตธานี กลุ่มบริษัทดุสิตธานี และที่ปรึกษาคณะกรรมการบริษัทได้ถึงแก่อนิจกรรม
มิถุนายน	ผนึกความร่วมมือกับ ทาโนต้า พาร์ทเนอร์ บริษัทด้านการลงทุนพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในเกาะกวม สหรัฐอเมริกา เพื่อขยายข้อตกลงในการดำเนินการบริหารโรงแรม “ดุสิต บีชี รีสอร์ท กวม” และ “เดอะ พลาซ่า” ศูนย์การค้าสุดหรูที่ตั้งเชื่อมติดกัน
สิงหาคม	ลงนามในสัญญาแฟรนไชส์กับเจนกรุ๊ป (Jain Group) กลุ่มบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจท่องเที่ยว และธุรกิจการเงินชั้นนำในอินเดีย เพื่อเตรียมเข้าบริหารโรงแรม ดุสิต ปรีนเซส เซอร์วิส สวีท กัลกัตตา คาดเปิดให้บริการได้ในช่วงไตรมาส 2 ของปี 2565
กันยายน	เปิดให้บริการโรงแรม “อาศัย กรุงเทพฯ ไซนาทาวน์” (ASAI Bangkok Chinatown) ใจกลางถนนเยาวราช ซึ่งเป็นโรงแรมแห่งแรกภายใต้แบรนด์ “อาศัย” ที่เป็นแบรนด์ไลฟ์สไตล์ สำหรับนักเดินทางกลุ่มมิลเลนเนียล
พฤศจิกายน	D & J Co., Ltd. บริษัทย่อยของดุสิต ได้ลงนามในสัญญาบริหารโรงแรมดุสิตธานี เกียวโต ภายใต้แบรนด์ “ดุสิตธานี” แห่งแรกในประเทศญี่ปุ่น กับบริษัท ยาสูตะ เรียวเอสเตท จำกัด โดยมีแผนเปิดให้บริการภายในเดือนกันยายน 2566
	บริษัท ดุสิตไซนา แคปปิตอล จำกัด บริษัทย่อยของดุสิต ได้เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นจากร้อยละ 45.00 เป็นร้อยละ 77.50 ใน Dusit Fudu Hotel Management (Shanghai) Co., Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทร่วมที่จัดตั้งในประเทศจีน ส่งผลให้ Dusit Fudu Hotel Management (Shanghai) Co., Ltd. เป็นบริษัทย่อยของบริษัท ดุสิตไซนา แคปปิตอล จำกัด
	เปิดให้บริการโรงแรม “ดุสิตธานี เวลเนส รีสอร์ท ชูโจว” ตั้งอยู่ในเมืองชูโจว ซึ่งเป็นโรงแรมแบรนด์ดุสิตแห่งที่ 10 ในประเทศจีน
	จดทะเบียนเลิกบริษัท เทวารักษ์ สปปา จำกัด บริษัทย่อยของดุสิต เนื่องจากธุรกิจของ เทวารักษ์ สปปา ได้ดำเนินการภายใต้กลุ่มโรงแรมดุสิตธานี ทั้งนี้ การเลิกบริษัทย่อยดังกล่าวไม่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทแต่อย่างใด
ธันวาคม	เปิดให้บริการโรงแรมดุสิตธานี ลาгуน่า สิงคโปร์ ซึ่งเป็นรีสอร์ทแห่งแรกของเครือดุสิตธานีในประเทศสิงคโปร์ ตั้งอยู่ใจกลางลาгуน่า เนชั่นแนล กอล์ฟแอนด์คันทรีคลับ หนึ่งในสนามกอล์ฟชั้นนำอันเลื่องชื่อของประเทศสิงคโปร์
ณ สิ้นปี 2563	เปิดโรงแรมใหม่เพื่อรับบริหารทั้งในไทยและต่างประเทศรวม 5 แห่ง ดังนี้ ไทย - โรงแรมอาศัย กรุงเทพฯ ไซนาทาวน์

สิงคโปร์ - โรงแรมดุสิตธานี ลาгуน่า สิงคโปร์ จีน - โรงแรมดุสิตธานี เวลเนสรีสอร์ท ซูโจว กาตาร์ - โรงแรมดุสิตดีพู ซัลวา โดฮา สหรัฐอเมริกา – โรงแรมดุสิต บีชรีสอร์ท กวม
--

➤ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการถือหุ้น การจัดการ หรือการประกอบธุรกิจ หรือเหตุการณ์สำคัญอื่นในช่วง 3 ปี ที่ผ่านมา

มกราคม 2563	บริษัท เอ็มเพอร์คิวร์ เคเทอริง จำกัด บริษัทย่อยของบริษัท ดุสิต ฟู้ดส์ จำกัด ได้ลงนามในสัญญาซื้อขายหุ้นกับ เคเทอริเออร์ส เพื่อเข้าซื้อหุ้นสัดส่วนร้อยละ 100 ของหุ้นทั้งหมดของเคเทอริเออร์ส ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งและจดทะเบียนที่ประเทศเวียดนาม
พฤศจิกายน 2563	บริษัท ดุสิต ไซน่า แคปปิตอล จำกัด บริษัทย่อยของดุสิต ได้เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นจากร้อยละ 45.00 เป็นร้อยละ 77.50 ใน Dusit Fudu Hotel Management (Shanghai) Co., Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทร่วมที่จัดตั้งในประเทศจีน
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 บริษัทย่อยนี้ได้เปลี่ยนชื่อเป็น D& J Co., Ltd.
ธันวาคม 2562	บริษัท ดุสิต ฟู้ดส์ จำกัด ทำสัญญาซื้อขายหุ้นเพื่อขายหุ้นในบมจ. เอ็นอาร์ อินสแตนซ์ โปรดิวซ์ จำนวน 204,047,175 หุ้น จากจำนวน 272,062,900 หุ้น ทำให้สัดส่วนการถือหุ้นลดลงเหลือร้อยละ 5.02 ของทุนชำระแล้วของ บมจ. เอ็นอาร์ อินสแตนซ์ โปรดิวซ์ 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

พฤษภาคม 2561	CPN เข้าถือหุ้นของบมจ. ดุสิตธานี เมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2561 เป็นจำนวน 194,926,920 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 22.93 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและชำระแล้ว โดย CPN ไม่มีวัตถุประสงค์ในการเข้ามีส่วนร่วมในการบริหารงานของบริษัท ประกอบกับ CPN ไม่ได้ส่งตัวแทนมาเป็นกรรมการหรือผู้บริหารของบริษัท จึงไม่เป็นเหตุที่จะทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์จากการล่วงรู้ข้อมูลของบริษัท
--------------	---

➤ รางวัลที่ดุสิต อินเตอร์เนชั่นแนล ได้รับในปี 2563

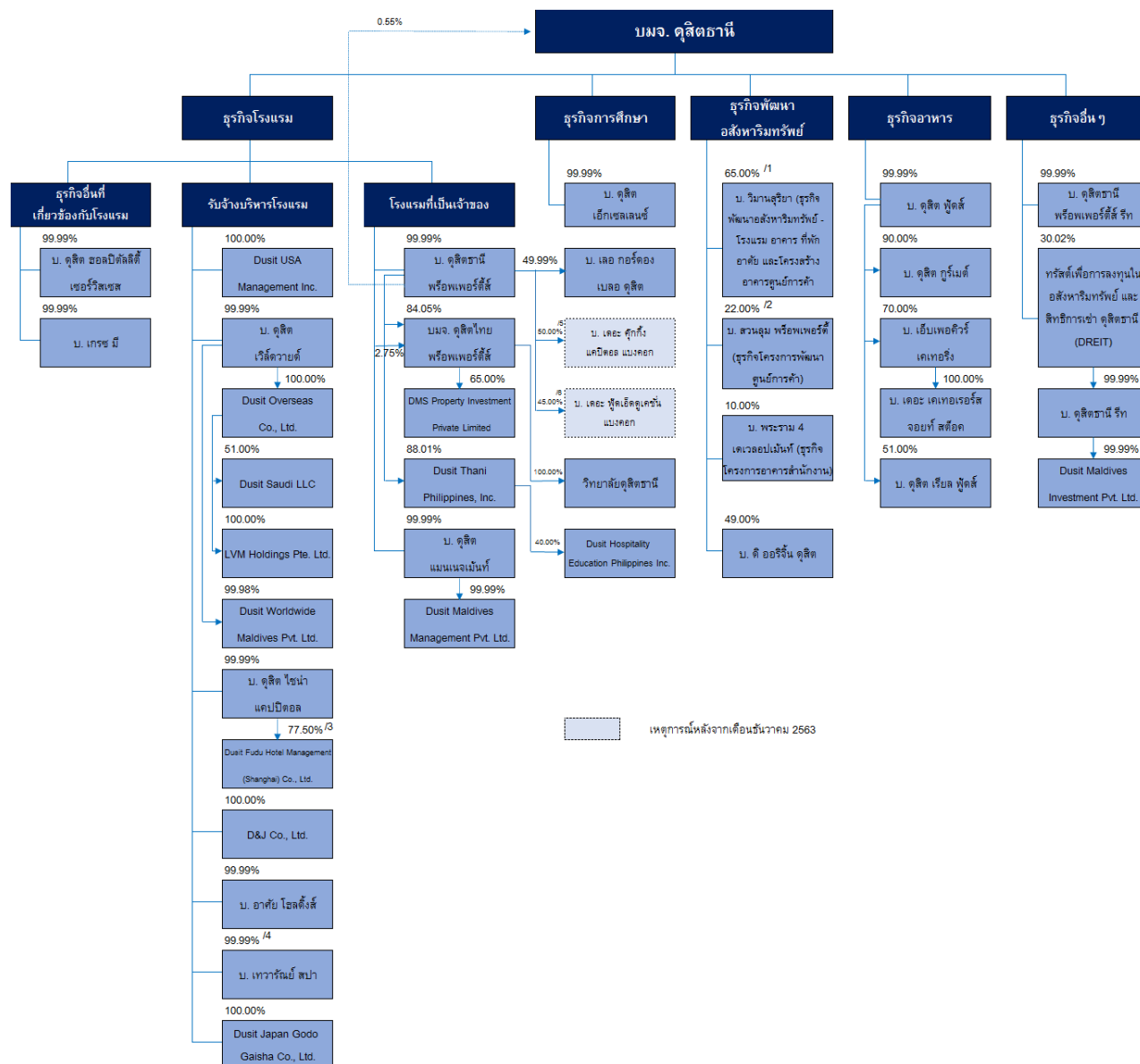
<p>ดุสิต อินเตอร์เนชั่นแนล</p> <ul style="list-style-type: none"> • รางวัลดีเด่นด้านนักลงทุนสัมพันธ์ โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปี 2564 • ดุสิตได้รับการประเมินผลสำรวจการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2563 อยู่ในระดับ “ดีเลิศ” • ดุสิตได้รับการประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2563 ของสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย โดยได้คะแนนร้อยละ 100
<p>โรงแรมดุสิตธานี พัทยา</p> <ul style="list-style-type: none"> • ได้รับตราสัญลักษณ์ SHA โครงการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย • ประกาศนียบัตรรับรองระบบมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยองค์การมาตรฐานสากล (ISO 14001) • รางวัลโรงแรมหรูแห่งปี โดย LTG Asia Australia Awards 2020
<p>โรงแรมดุสิตธานี ลาгуน่า ภูเก็ต</p> <ul style="list-style-type: none"> • ได้รับตราสัญลักษณ์ SHA โครงการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย
<p>โรงแรมดุสิตดิทู เขาใหญ่</p> <ul style="list-style-type: none"> • ได้รับตราสัญลักษณ์ SHA โครงการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย
<p>โรงแรมอัสยา กรุงเทพฯ ไซนาทาวน์</p> <ul style="list-style-type: none"> • ได้รับตราสัญลักษณ์ SHA โครงการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย
<p>โรงแรมดุสิตธานี กระบี่ บีช รีสอร์ท</p> <ul style="list-style-type: none"> • ได้รับตราสัญลักษณ์ SHA โครงการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย

<ul style="list-style-type: none"> ● รางวัลสถานประกอบการประหยัดพลังงาน โดยระบบ ESCO
<p>โรงแรมดุสิตดีทู เชียงใหม่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ได้รับตราสัญลักษณ์ SHA โครงการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย ● ได้รับตราสัญลักษณ์ที่ใช้รับรอง มาตรฐานของสถานที่จัดงาน ประเทศไทย โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
<p>โรงแรมดุสิตธานี หัวหิน</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ได้รับตราสัญลักษณ์ SHA โครงการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย ● ได้รับตราสัญลักษณ์ที่ใช้รับรอง มาตรฐานของสถานที่จัดงาน ประเทศไทย โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
<p>โรงแรมดุสิต ดีทู อ่าวนาง กระบี่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ได้รับตราสัญลักษณ์ SHA โครงการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย
<p>โรงแรมดุสิตปรีนเชส เชียงใหม่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ได้รับตราสัญลักษณ์ SHA โครงการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย ● ประกาศนียบัตรรับรองระบบมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยองค์การมาตรฐานสากล (ISO 9001)
<p>โรงแรมดุสิตปรีนเชส ศรีนครินทร์</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ได้รับตราสัญลักษณ์ SHA โครงการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย
<p>โรงแรมดุสิต สุวิทย์ ราชดำริ กรุงเทพฯ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ได้รับตราสัญลักษณ์ SHA โครงการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย
<p>โรงแรมรอยัลปรีนเชส หลานหลวง</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ได้รับตราสัญลักษณ์ SHA โครงการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย
<p>โรงแรมปทุมวัน ปรีนเชส</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ได้รับตราสัญลักษณ์ SHA โครงการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย

<p>บ้านดุสิตธานี</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ได้รับตราสัญลักษณ์ SHA โครงการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย ● รางวัลร้านอาหารและการบริการยอดเยี่ยมแห่งปีจาก Tatler Thailand ● ได้รับตราสัญลักษณ์ที่รับรอง มาตรฐานของสถานที่จัดงาน ประเทศไทย โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
<p>โรงแรมดุสิตธานี กวม รีสอร์ท</p> <ul style="list-style-type: none"> ● รางวัลโรงแรมสำหรับครอบครัวยอดเยี่ยม 25 อันดับแรกในแปซิฟิกใต้ ● รางวัลคอกเทลเลาจ์ที่ดีที่สุดในเกาะกวม
<p>โรงแรมดุสิตธานี เวลเนส รีสอร์ท</p> <ul style="list-style-type: none"> ● รางวัลโรงแรมหรูแห่งปี ● รางวัล BE Hotel Design Awards – Best Theme Hotel ● รางวัลโรงแรมยอดเยี่ยม 10 อันดับแรก ในประเทศจีน จาก The 15th China Hotel Starlight Awards ● รางวัลสถานที่ที่นักท่องเที่ยวอยากเดิน ทางไปมากที่สุด จากงานแจกรางวัลม้าทองคำ ครั้งที่ 20 ของสาธารณรัฐประชาชนจีน
<p>โรงแรมดุสิตธานี มะนิลา</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ได้รับตราสัญลักษณ์มาตรฐานความ สะอาด ปราศจาก COVID-19
<p>โรงแรมดุสิตธานี อาบู ดาบี</p> <ul style="list-style-type: none"> ● รางวัลร้านอาหารอินเดียยอดเยี่ยมจาก FACT Dining Awards Abu Dhabi 2020 ● รางวัลอาหารมื้อสายสำหรับครอบครัวยอดเยี่ยม จาก ACT Dining Awards Abu Dhabi 2020
<p>โรงแรมดุสิตธานี หูจิง</p> <ul style="list-style-type: none"> ● รางวัล The 15th International Hotel Awards – ‘Platinum Award’
<p>โรงแรมดุสิตดีทู ยาร์เก</p> <ul style="list-style-type: none"> ● รางวัลร้านอาหารไทยยอดเยี่ยมแห่งปีจาก UAE Prestige Awards ● รางวัลโรงแรมหรูระดับโลก
<p>โรงแรมดุสิตดีทู ดาเวา</p> <ul style="list-style-type: none"> ● รางวัลสปาที่ดีที่สุดในเอเชียจาก Haute Grandeur Global Hotel Awards 2020
<p>อิลิธ เฮเวนส์</p> <ul style="list-style-type: none"> ● รางวัลบริการเช่าวิลล่าหรูและการบริการที่ดีที่สุดในประเทศไทยจาก Luxury Lifestyle Awards

โครงสร้างการถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

บริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน)



หมายเหตุ /1 บมจ. ดิสทริบิวต์ (DTC) จะทยอยขายหุ้นให้ บมจ. เซ็นทรัลพัฒนา (CPN) โดยสัดส่วนการถือหุ้นสุดท้ายระหว่าง DTC และ CPN จะเป็นร้อยละ 60 : 40

/2 ในเดือนมกราคม 2564 DTC ขายหุ้นร้อยละ 5.5 ให้ CPN ทำให้สัดส่วนลดลงเหลือร้อยละ 16.5 โดยสัดส่วนการถือหุ้นสุดท้ายระหว่าง DTC และ CPN จะเป็นร้อยละ 15 : 85

/3 บ. ดุสิต ไชน่า แคมป์ดอล ได้เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นจากร้อยละ 45.00 เป็นร้อยละ 77.50 ใน Dusit Fudu Hotel Management (Shanghai) Co., Ltd.

4/ เมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2563 จดทะเบียนเลิก บ. เทวารักษ์ สป่า ขณะนี้อยู่ระหว่างการชำระบัญชี

5 จัดตั้งใหม่เมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2564 เพื่อสนับสนุนการพัฒนาด้านศิลปะการทำอาหารและเครื่องดื่ม โดยการให้คำปรึกษา
การให้เข้าพื้นที่ และสถานที่ดำเนินการ

/6 จัดตั้งใหม่เมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2564 เพื่อประกอบกิจการสถาบันการศึกษาเฉพาะทาง ในด้านศิลปการทำอาหาร

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” “ดุสิตดีทู” “ดุสิตปรีนเซส” “ดุสิตเรสซิเดนซ์” และ “ASAI HOTELS” - เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าสำหรับสปา ได้แก่ “เทวาริณย์ 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 ลาгуน่าภูเก็ต ดุสิตดีทู เชียงใหม่ และดุสิตธานี หัวหิน และภายใต้ บมจ.ดุสิต ไทย พร็อพเพอร์ตี้ส์ 2 แห่ง ได้แก่ ดุสิตปรีนเซส ศรีนครินทร์ และ ดุสิตปรีนเซส เชียงใหม่ - ปัจจุบัน บมจ. ดุสิตธานี รับจ้างบริหารโรงแรมในประเทศไทย ได้แก่ ดุสิตดีทู เขาใหญ่ ดุสิตดีทู อ่าวนาง กระบี่ และรับบริหารภายใต้ รูปแบบ White Label Hotel ได้แก่ สถานพักฟื้นและพักผ่อนสวนสนประดิพัทธ์ ประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งรวมสนามกอล์ฟ 1 แห่ง สถานพักฟื้นและพักผ่อน ไชยনারายณ์ ริเวอร์ไซด์ เชียงราย และสถานพักฟื้นและพักผ่อน ลานนา กรีนเลค รีสอร์ท เชียงใหม่ - ให้ใช้ชื่อเครื่องหมายการค้าและชื่อทางการค้าแก่โรงแรม ได้แก่ ดุสิตธานี กระบี่ บีชีรีสอร์ท และดุสิต ปรีนเซส มุนไรส์ บีชีรีสอร์ท ภูเก็ต ภูเก็ต <p>หมายเหตุ *อยู่ระหว่างการปรับปรุงครั้งใหญ่</p>
Dusit Thani Philippines, Inc.	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นเจ้าของโรงแรมดุสิตธานี มะนิลา ในประเทศฟิลิปปินส์ ซึ่งบริหารงานโดย บ. ดุสิต เวิลด์วายด์

บริษัท	ลักษณะการดำเนินธุรกิจ
	<ul style="list-style-type: none"> - รับจ้างบริหารโรงแรมได้แก่ ดุสิตธานี มัคคันทน์ เซบู ดุสิตธานี เรสซิเดนซ์ คาเวา ดุสิตดิทู คาเวา และดุสิตธานี ลูบิ แพลนเทชั่น รีสอร์ท
บมจ. ดุสิต ไทยพร็อพเพอร์ตี้ส์	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า “รอยัลปรีนเซส” - เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ที่ดินและอาคารโรงแรมดุสิตธานี หัวหิน - เป็นเจ้าของโรงแรมดุสิตปรีนเซส เชียงใหม่ และดุสิตปรีนเซส ศรีนครินทร์ - ให้ใช้ชื่อเครื่องหมายการค้าและชื่อทางการค้าแก่โรงแรม 2 แห่ง ได้แก่ ปทุมวัน ปรีนเซส และรอยัลปรีนเซส หลานหลวง
Dusit Overseas Co., Ltd.	<ul style="list-style-type: none"> - รับจ้างบริหารโรงแรมที่เปิดแล้วในต่างประเทศ 6 แห่ง ได้แก่ ดุสิตธานี อาบูดาบี ดุสิตธานี คูไบ ดุสิตธานี เลควิว ไคโร ดุสิตดิทู ทิมพู ภูฐาน ดุสิต โคฮา และโรงแรมดุสิตดิทู ซัลวา โคฮา - ให้ใช้ชื่อเครื่องหมายการค้าและชื่อการค้าแก่โรงแรม ได้แก่ ดุสิตดิทู เคนซ์ คูไบ และดุสิตปรีนเซส เรสซิเดนซ์ คูไบ มาริน่า
บ. ดุสิต แมเนจเม้นท์	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นนิติบุคคลเฉพาะกิจที่จัดตั้งขึ้นเพื่อประกอบกิจการโรงแรม ดุสิตธานี ลาถุน่า ภูเก็ต ดุสิตดิทู เชียงใหม่ และดุสิตธานี หัวหิน เพื่อรองรับการบริหารจัดการทรัพย์สินของทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี (“DREIT”)
Dusit USA Management Inc.	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นที่มลรัฐ Delaware สหรัฐอเมริกาเพื่อรับจ้างบริหารโรงแรมในสหรัฐอเมริกา ปัจจุบันรับจ้างบริหารโรงแรมดุสิตธานี กวม และโรงแรมดุสิต บีชรีสอร์ท กวม
Dusit Fudu Hotel Management (Shanghai) Co., Ltd.	<ul style="list-style-type: none"> - รับบริหารโรงแรมที่เปิดแล้วในสาธารณรัฐประชาชนจีน ได้แก่ ดุสิตดิทู ฟูดู บินฮู นางโจว ดุสิตธานี ฟูดู ชิงเฟิง นางโจว ดุสิตธานี ตงไห่ เจียงซู ดุสิตธานี นานจิง จางซู ดุสิตธานี วูจิง นางโจว ดุสิตธานี แชนดัลวูด รีสอร์ท นางฮูเบย์ ฮู่โจว กวางตุ้ง ดุสิตเควาราณา ฮอท สปริง แอนด์ สปา ฉงชว่ กวางโจว เฮอริเทจ วิลล่า โจวจวง เมเนจ บาซ ดุสิต ดุสิตดิทู โซโซตี้ ฮิล เทียนจิน และดุสิตธานี เวลเนส รีสอร์ท ชูโจว จางซู
Dusit Saudi LLC	<ul style="list-style-type: none"> - กิจการร่วมทุนระหว่าง Dusit Overseas Company Limited และ Dyar Hotels and Resorts Limited เพื่อดำเนินธุรกิจรับจ้างบริหาร

บริษัท	ลักษณะการดำเนินธุรกิจ
	โรงแรมในประเทศซาอุดีอาระเบีย เขตตะวันออกกลาง และ เขตแอฟริกาเหนือ
บ. ดุสิต เวสต์ควายด์	- เป็นสำนักงานปฏิบัติการภูมิภาค ให้บริการบริหารโรงแรมแก่ วิสาหกิจในต่างประเทศ เช่น ดุสิตธานี มะนิลา และโรงแรมภายใต้การ บริหารของ Dusit Overseas Co., Ltd. - ให้บริการด้านการตลาดทั้งโรงแรมในประเทศและต่างประเทศสำหรับ วิสาหกิจในเครือ
บ. ดุสิต เวสต์ควายด์ มัลดีฟส์	- รับบริหารโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ ในสาธารณรัฐมัลดีฟส์
บ. ดุสิต มัลดีฟส์ แมนเนจเม้นท์	- เช่าช่วงและเช่าทรัพย์สินที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการโรงแรม ดุสิตธานี มัลดีฟส์ และรับโอนสิทธิและหน้าที่ที่เกี่ยวข้องจาก บ. ดุสิต มัลดีฟส์ อินเวสเม้นท์ เพื่อดำเนินการโรงแรม ดุสิตธานี มัลดีฟส์
บ. ดุสิต ไชน่า แคปปิตอล	- ถือหุ้นใน Dusit Fudu Hotel Management (Shanghai) Co., Ltd.
บ. ดุสิตธานี พร็อพเพอร์ตี้ส์	- ลงทุนในบริษัทต่างๆ
D & J Co., Ltd. (เดิมชื่อ Dusit Colours Co., Ltd.)	- ให้บริการด้านการจัดการและรับปรึกษาทางเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับ โรงแรม เซอร์วิสอพาร์ทเม้นท์ อสังหาริมทรัพย์ ร้านอาหาร สปา และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในรูปแบบการเช่า แฟรนไชส์ และ/หรือ เป็น เจ้าของบางส่วนในประเทศญี่ปุ่น
บ. อาศัย โฮเต็ลลิงส์	- รับบริหารโรงแรมภายใต้แบรนด์อาศัย ได้แก่ โรงแรมอาศัยกรุงเทพฯ ไชน่าทาวน์ และลงทุนในบริษัทอื่น
LVM Holding Pte. Ltd.	- ประกอบธุรกิจลงทุนในบริษัทอื่น โดยลงทุนในธุรกิจหลัก ได้แก่ การดำเนินการจองและบริหารจัดการวิลล่าระดับหรูในประเทศต่างๆ รวมถึงประเทศไทย ภายใต้แบรนด์ Elite Havens
บ. เทวรัณย์ สปา	- ประกอบธุรกิจสถานสุขภาพ (บริการสปา) - ในวันที่ 17 พฤศจิกายน 2563 จัดทะเบียนเลิกบริษัท เทวรัณย์ สปา จำกัด ขณะนี้อยู่ระหว่างการชำระบัญชี ทั้งนี้ การเลิกบริษัทย่อย ดังกล่าว ไม่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทแต่อย่างใด
บ. ดุสิต โฮสปีตลิตี้ เซอร์วิสเชส	- เพื่อรองรับโครงการงานบริการต่างๆ เช่น ธุรกิจจัดเลี้ยงนอกสถานที่ บริการรับทำความสะอาด ธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจบริการวางแผน การเปิดโรงแรม (pre-opening)

บริษัท	ลักษณะการดำเนินธุรกิจ
บ. เกรซมี	- ให้บริการดูแลที่พักและการอยู่อาศัยแบบครบวงจรในเชิงไลฟ์สไตล์ ซึ่งประกอบด้วย บริการทำความสะอาด บริการซักรีดซักแห้ง และบริการกำจัดแมลง
ธุรกิจการศึกษา	
วิทยาลัยดุสิตธานี	- สถานศึกษาประเภทวิทยาลัยด้านการบริหารและการจัดการโรงแรม
บ. เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต	- โรงเรียนสอนด้านศิลปะการประกอบอาหารสไตล์ฝรั่งเศส
Dusit Hospitality Management College ภายใต้ Dusit Hospitality Education Philippines Inc.	- ประกอบธุรกิจการศึกษาด้านการบริหารและการจัดการโรงแรมในประเทศฟิลิปปินส์
บ. ดุสิต เอ็กเซลเลนซ์	- ประกอบธุรกิจให้เช่าทรัพย์สิน
บ. เดอะ คูกี้กิ้ง แคปิตอล เบงคอก	- จัดตั้งใหม่เมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2564 เพื่อสนับสนุนการพัฒนาด้านศิลปะการทำอาหารและเครื่องดื่ม โดยการให้คำปรึกษา การให้เช่าพื้นที่ และสถานที่ดำเนินการ
บ. เดอะ ฟู๊ดเอ็ดดูเคชั่น เบงคอก	- จัดตั้งใหม่เมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2564 เพื่อประกอบกิจการสถาบันการศึกษาเฉพาะทาง ในด้านศิลปะการทำอาหาร
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 แฮมป์ตัน ศรีราชา บาย ออร์จิน แอนด์ ดุสิต จังหวัดชลบุรี
ธุรกิจอาหาร	
บ. ดุสิต ฟู๊ดส์	- ลงทุนในบริษัทอื่น
บ. ดุสิต กูร์เมต์	- ทำการตลาดผลิตภัณฑ์อาหารภายใต้แบรนด์ดุสิต
บ. เอ็มเพอริว เคเทอริง	- ให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม (Catering) แก่โรงเรียนนานาชาติ
The Caterers Co., Ltd. (เดิมชื่อ The Caterers Joint Stock Company)	- ให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม (Catering) ที่ประเทศเวียดนาม

บริษัท	ลักษณะการดำเนินธุรกิจ
บ. ดุสิต เรียว ฟู้ดส์	- ประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ
ธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง	
บ. ดุสิตธานี พร็อพเพอร์ตี้ส์ รีท	- ผู้จัดการกองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี
ทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี (DREIT)	<ul style="list-style-type: none"> - ลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าอสังหาริมทรัพย์ รวมทั้งสิทธิการเช่าช่วงอสังหาริมทรัพย์ทั้งอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรมและอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องหรือส่งเสริมประโยชน์กับอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรม (แปลงสภาพมาจากกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี หรือ DTCPF ในช่วงปลายปี 2560) - เป็นเจ้าของโรงแรมดุสิตธานี ลาгуน่า ภูเก็ต และดุสิตดีทู เชียงใหม่ และเป็นเจ้าของสิทธิการเช่าที่โรงแรมดุสิตธานี หัวหิน และดุสิตธานี มัลดีฟส์
บ. ดุสิต มัลดีฟส์ อินเวสเมนต์	- เป็นเจ้าของโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ และรองรับการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับโครงการโรงแรมดุสิตธานี 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 2561		ปี 2562		ปี 2563	
			รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ
1. รายได้จากธุรกิจโรงแรม								
1.1 รายได้ จากธุรกิจ โรงแรมที่ ลงทุนเอง	1. บมจ. ดุสิตธานี	100.00	1,437,055	25.82	660,005	10.79	309,790	9.33
	2. Dusit Thani Philippines, Inc.	88.00	691,172	12.42	700,314	11.45	311,738	9.39
	3. บมจ. ดุสิต ไทยพรีอเพอร์ติส	86.79	358,964	6.45	313,000	5.12	82,461	2.48
	4. บ. ดุสิต แมนเนจเม้นท์	99.99	1,030,351	18.52	930,937	15.22	403,474	12.15
	5. DMS Property Investment Pvt. Ltd.	56.41	840,068	15.10	589,417	9.63	25	-
	6. Dusit Maldives Management Pvt. Ltd.	99.99	-	-	217,213	3.55	330,001	9.95
รวมรายได้จากธุรกิจโรงแรม			4,357,610	78.31	3,410,886	55.76	1,437,489	43.30
1.2 รายได้ จากธุรกิจ รับจ้างบริหาร	1. บมจ. ดุสิตธานี	100.00	83,077	1.49	80,793	1.32	49,934	1.50
	2. บมจ. ดุสิต ไทยพรีอเพอร์ติส	86.79	3,469	0.06	2,171	0.04	1,093	0.03
	3. Dusit Overseas Co., Ltd.	99.99	104,477	1.88	202,596	3.31	57,528	1.73
	4. Dusit USA Management Inc.	100.00	85,590	1.54	81,790	1.33	30,453	0.92
	5. บ.ดุสิต เวสต์วอยด์	99.99	6,830	0.12	4,687	0.08	5,930	0.18
	6. ส่วนแบ่งขาดทุนสุทธิจากเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย ⁽¹⁾	77.50	(15,226)	(0.27)	(14,091)	(0.23)	(5,687)	(0.17)
รวมรายได้จากบริการรับจ้างบริหารโรงแรม			268,217	4.82	357,946	5.85	139,251	4.19
รวมรายได้จากธุรกิจโรงแรม			4,625,827	83.13	3,768,832	61.61	1,576,740	47.49

ผลิตภัณฑ์/บริการ	ดำเนินการโดย	ร้อยละของการถือหุ้น	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
			รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ
2. รายได้จากธุรกิจการศึกษา	1. บมจ. ดุสิตธานี	100.00	10,431	0.19	8	-	-	-
	2. วิทยาลัยดุสิตธานี	86.79	406,740	7.31	416,873	6.82	397,032	11.96
	3. บ. ดุสิต เอ็กเซลเลนซ์	99.99	-	-	-	-	-	-
	4. ส่วนแบ่งกำไรสุทธิจากเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย ⁽²⁾		7,485	0.14	(27,376)	(0.45)	(11,173)	(0.34)
รวมรายได้จากธุรกิจการศึกษา			424,656	7.64	389,505	6.37	385,859	11.62
3. รายได้อื่น ๆ								
3.1 รายได้ค่าเช่าและค่าบริการ	1. บมจ. ดุสิตธานี	100.00	34,338	0.62	-	-	-	-
3.2 เงินปันผลรับ			16,953	0.30	17,400	0.28	-	-
3.3 ส่วนแบ่งกำไรสุทธิจากเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย ⁽³⁾			54,009	0.97	11,972	0.20	67,313	2.03
3.4 อื่นๆ			408,984	7.34	1,929,738	31.54	1,290,288	38.86
รวมรายได้อื่น ๆ			514,284	9.23	1,959,110	32.02	1,357,601	40.89
รวมรายได้ทั้งหมด			5,564,767	100.00	6,117,447	100.00	3,320,200	100.00

- หมายเหตุ (1) บริษัทรับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในการร่วมค้าใน Dusit Fudu Hotel Management (Shanghai) Co., Ltd. และเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2563 กลุ่มบริษัทได้มาซึ่งอำนาจควบคุมใน Dusit Fudu Hotel Management (Shanghai) Co., Ltd. ซึ่งประกอบธุรกิจรับบริหารโรงแรมในประเทศจีน โดยบริษัท ดุสิตไชน่า แคลปีดอล จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ได้เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นจากร้อยละ 45.00 เป็นร้อยละ 77.50 ผ่านการแปลงหนี้เป็นทุนจำนวน 131.6 ล้านบาท การเพิ่มทุนจำนวน 39.1 ล้านบาท และการปรับโครงสร้างผู้ถือหุ้นจำนวน 13.5 ล้านบาท คิดเป็นมูลค่าการลงทุนรวมทั้งสิ้น 184.2 ล้านบาท
- (2) ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากเงินลงทุนในการร่วมค้าใน บ. เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต และในบริษัทร่วม Dusit Hospitality Education Philippines Inc.
- (3) ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม ได้แก่ ทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี บ. สานคัม พร็อพเพอร์ตี้ และ บ. เอ็นอาร์ อินสแตนซ์ โปรดิวซ์ (ได้แปลงสภาพเป็นบริษัทมหาชน จำกัด เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2562) และเงินลงทุนในการร่วมค้าใน Dusit Colours Co., Ltd. (ในปี 2562 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น D&J Co., Ltd.) และ บ. ดิ ออร์จิน ดุสิต (เริ่มลงทุนในไตรมาส 4 ปี 2562)

➤ แยกตามโรงแรม

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

(หน่วย: พันบาท)

โรงแรม	ดำเนินการโดย	ร้อยละของการถือหุ้น	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
			รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ
ดุสิตธานี กรุงเทพฯ	บมจ. ดุสิตธานี	100.00	839,838	19.21	18,729	0.54	126	0.01
ดุสิตธานี พัทยา	บมจ. ดุสิตธานี	100.00	594,819	13.60	579,688	16.86	250,589	17.21
ดุสิต สวีท ราชดำริ กรุงเทพฯ	บมจ. ดุสิตธานี	100.00	-	-	68,871	2.00	60,457	4.15
ดุสิตธานี มะนิลา	Dusit Thani Philippines, Inc.	88.00	691,172	15.81	705,478	20.52	315,222	21.65
ดุสิตปรีนเซส เชียงใหม่	บมจ. ดุสิต ไทยพรีอเพอร์ติสส์	86.79	135,766	3.10	126,112	3.67	27,675	1.90
ดุสิตปรีนเซส ศรีนครินทร์	บมจ. ดุสิต ไทยพรีอเพอร์ติสส์	86.79	222,585	5.09	189,697	5.52	56,925	3.91
ดุสิตปรีนเซส โคราซ	บมจ. ดุสิต ไทยพรีอเพอร์ติสส์	86.79	2,164	0.05	-	-	-	-
ดุสิตธานี หัวหิน	บ. ดุสิต แมนเนจเม้นท์	99.99	390,684	8.93	296,847	8.64	182,575	12.54
ดุสิตธานี ลาгуน่า ภูเก็ต	บ. ดุสิต แมนเนจเม้นท์	99.99	520,420	11.90	530,011	15.42	191,263	13.13
ดุสิตคิทู เชียงใหม่	บ. ดุสิต แมนเนจเม้นท์	99.99	135,473	3.10	115,886	3.37	36,036	2.47

ผลิตภัณฑ์/บริการ	ดำเนินการโดย	ร้อยละ ของการถือหุ้น	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
			รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ
ดุสิตธานี มัลดีฟส์ ^(ก)	DMS Property Investment Pvt. Ltd.	56.41	840,068	19.21	589,417	17.14	25	-
ดุสิตธานี มัลดีฟส์ ^(ข)	Dusit Maldives Management Pvt., Ltd.	99.99	-	-	217,213	6.32	330,001	22.67
อาศัย กรุงเทพฯ ไซนาทาวน์	บมจ. ดุสิตธานี	99.99	-	-	-	-	5,268	0.36
รายได้รวมจากการดำเนินงานธุรกิจโรงแรมที่อยู่ภายใต้กลุ่มดุสิตธานี			4,372,989	100.00	3,437,949	100.00	1,456,162	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

ปัจจุบันบริษัทและบริษัทในเครือดำเนินธุรกิจโรงแรมและรับบริหาร โรงแรมภายใต้เครื่องหมายการค้า ดังนี้

- ดุสิตธานี
- ดุสิต เคววาราณา
- ดุสิตดีพู
- ดุสิตปรีนเซส
- ดุสิต เรสซิเดนซ์
- ASAI HOTELS
- Elite Havens

โรงแรมในแต่ละเครื่องหมายการค้าจะมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันออกไป เพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างและหลากหลายของลูกค้าในแต่ละกลุ่มการดำเนินธุรกิจโรงแรมของบริษัทแบ่งเป็น 2 ประเภท

ก. ธุรกิจโรงแรมที่บริษัทเป็นเจ้าของ

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

โรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ ยุติการให้บริการเมื่อวันที่ 5 มกราคม 2562 เพื่อเริ่มดำเนินการก่อสร้างโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รูปแบบผสม “โครงการดุสิต เซ็นทรัล พาร์ค” (Dusit Central Park) ภายใต้แนวคิด “ที่นี่...กรุงเทพฯ (Here for Bangkok)” โครงการดังกล่าวถือเป็นการต่อยอดธุรกิจโรงแรมซึ่งเป็นธุรกิจหลักกระจายความเสี่ยง เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในตลาด และยังช่วยเสริมสร้างรากฐานให้ดุสิตแข็งแกร่งยิ่งขึ้น ในกรณีนี้ บริษัทคาดว่าจะเปิดดำเนินการโรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ แห่งใหม่ภายในปี 2566 และจะเปิดดำเนินการศูนย์การค้า อาคารที่พักอาศัย และอาคารสำนักงาน เป็นลำดับต่อไป หลังจากที่เปิดดำเนินการโรงแรมแล้ว

- โรงแรมดุสิตธานี พัทยา ตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี มีห้องพัก จำนวน 457 ห้อง และให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม ห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุมและสัมมนา และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น สนามเทนนิส สระว่ายน้ำ ศูนย์บริหารร่างกาย ชื่อ “DFiT” สถานบริการสุขภาพ (Spa) ชื่อ “เทวาริณย์ สปา” ศูนย์เด็กเล็ก ร้านอาหารขนมเบเกอรี่ชื่อ “Dusit Gourmet” บริการรถ Limousine บริการจัดทัวร์นอกสถานที่ บริการรับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริการรับเลี้ยงเด็ก 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 ในกรณีที่มีความจำเป็นต้องใช้ห้องประชุมทางโรงแรมจะใช้ห้องพักขนาด 2 ห้องนอนเพื่อปรับเป็นห้องประชุมย่อยขนาด 20 ท่าน ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ของโรงแรม เช่น ศูนย์บริหารร่างกาย สระว่ายน้ำ และชานา จะอยู่ในส่วนที่ใช้ร่วมกันระหว่างแขกของโรงแรม และผู้พักอาศัยของอาคารชุด (Common Area)

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

ก.2) ภายใต้บริษัท ดุสิตไทยพร็อพเพอร์ตี้ส์ 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 สระว่ายน้ำระบบน้ำเกลือ 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 “DFIT” สถานบริการสุขภาพ (Spa) ชื่อ “เทวารันย์ สปา” ร้านค้าย่อยขายสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก ร้านขายขนมเบเกอรี่ “Grab & Go” และ ร้านอาหารนานาชาติ เป็นต้น

ก.4) ภายใต้บริษัท ดุสิต มัลดีฟส์ แมนเนจเม้นท์ จำกัด

เป็นบริษัทที่จัดตั้งในสาธารณรัฐมัลดีฟส์ ซึ่งเข้าช่วงและเช่าทรัพย์สินที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการกิจการโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ มาจากบริษัท ดุสิต มัลดีฟส์ อินเวสเม้นท์ จำกัด (“DMI”) ที่เป็นเจ้าของและประกอบกิจการโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ ซึ่ง DMI รับโอนกิจการมาจาก DMS Property Investment Private Limited เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2562

ก.5) ธุรกิจโรงแรมที่อยู่ภายใต้ทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี

เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2553 ได้มีการจัดตั้งกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี (“DTCPF”) โดย ณ วันที่ 24 ธันวาคม 2553 บริษัทได้ลงทุนในกองทุนรวมโดยถือหน่วยลงทุนร้อยละ 30.02 ต่อมาที่ประชุมผู้ถือหุ้นของกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี (DTCPF) ครั้งที่ 1/2560 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 14 กันยายน 2560 ได้มีมติอนุมัติการแปลงสภาพกองทุนรวม DTCPF เป็นทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี (“DREIT”) และเริ่มซื้อขายหน่วยลงทุน DREIT วันแรกในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดย ณ วันที่ 15 ธันวาคม 2560

ทั้งนี้ โรงแรมที่อยู่ภายใต้ DREIT มี 4 แห่ง ซึ่งบริษัท ดุสิต แมนเนจเม้นท์ จำกัด บริษัทย่อยของบริษัท โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.99 ได้เข้าโรงแรม 3 แห่ง ได้แก่ โรงแรมดุสิตธานี ลาгуна ภูเก็ต โรงแรมดุสิตดิทู เชียงใหม่ และโรงแรมดุสิตธานี หัวหิน จากกองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี และบริษัท ดุสิต มัลดีฟส์ แมนเนจเม้นท์ จำกัด บริษัทย่อยของบริษัท ดุสิต แมนเนจเม้นท์ จำกัด เข้าช่วงและเช่าทรัพย์สินที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการกิจการ โรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ และรับโอนสิทธิและหน้าที่ที่เกี่ยวข้องจากบริษัท ดุสิต มัลดีฟส์ อินเวสเม้นท์ จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์

- **โรงแรมดุสิตธานี ลาгуна ภูเก็ต** ตั้งอยู่ที่อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต เป็นโรงแรมตกแต่งแบบไทยร่วมสมัยมีห้องพักจำนวน 226 ห้อง ให้บริการห้องพัก อาหารและเครื่องดื่ม ห้องประชุมและการจัดงานสำหรับนักธุรกิจ และนักท่องเที่ยว 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 คิด้คลับ สนามเทนนิส ร้านถ่ายภาพ ร้านค้าขายสินค้าพื้นเมือง

และของที่ระลึก ทั้งนี้ DREIT ได้เข้าลงทุนในโครงการโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ ผ่านบริษัท ดุสิต มัลดีฟส์ อินเวสเม้นท์ จำกัด เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2562

➤ การตลาดและการแข่งขัน

การท่องเที่ยวในประเทศไทย

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยเพิ่มขึ้นจากจำนวน 35.35 ล้านคนในปี 2560 เป็นจำนวน 38.28 ล้านคนในปี 2561 และจำนวน 39.80 ล้านคนในปี 2562 โดยจำนวนจากปี 2561 ถึง 2562 เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.24 หากเปรียบเทียบในช่วงเวลาเดียวกัน (Year-On-Year) ซึ่งต่ำกว่าจำนวนที่มีการคาดการณ์ไว้

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่สำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยสภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (NESDC เดิมชื่อสภาพัฒน์) ระบุเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2562 ว่า จำนวนการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 18.4 (หรือเกือบ 1 ใน 5) ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (“GDP”) ของประเทศไทย ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.2 จากตัวเลขที่ระบุไว้เมื่อ 4 ปีก่อนหน้านี้

ในขณะที่ประเทศต้องเผชิญกับการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ล่าช้าในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ประกอบกับจำนวนการส่งออกสินค้าไทยที่ลดลงในปี 2562 มีการคาดการณ์ว่าภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยจะสร้างรายได้ให้กับประเทศอย่างมาก อย่างไรก็ตาม การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ทำให้ความหวังว่าจะมีการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องสะดุดลง แม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนจะลดลงอย่างน่าตกใจจากการเกิดอุบัติเหตุทางเรือเมื่อเดือนกรกฎาคม 2561 ซึ่งมีนักท่องเที่ยวชาวจีนเสียชีวิต 47 คน แต่ในปี 2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาในประเทศไทยเกินกว่า 10.5 ล้านคน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 27.5 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด ในปี 2562 มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาในประเทศไทยประมาณ 10.99 ล้านคน การเพิ่มจำนวนดังกล่าวของนักท่องเที่ยวจีนสามารถเห็นได้จากการท่องเที่ยวในห้างสรรพสินค้าและศูนย์กลางการค้าของกรุงเทพมหานคร การเติบโตของการท่องเที่ยวไม่นานมานี้ สืบเนื่องจากการมีนักท่องเที่ยวชาวจีนแผ่นดินใหญ่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

ในขณะที่รัฐบาลไทยต้องการเห็นนักเดินทางชาวจีนเดินทางมาเยือนประเทศไทยมากขึ้น แต่เนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อดังกล่าวทั่วโลก ทำให้อยู่ในสถานการณ์ที่ไม่มั่นคงในขณะนี้

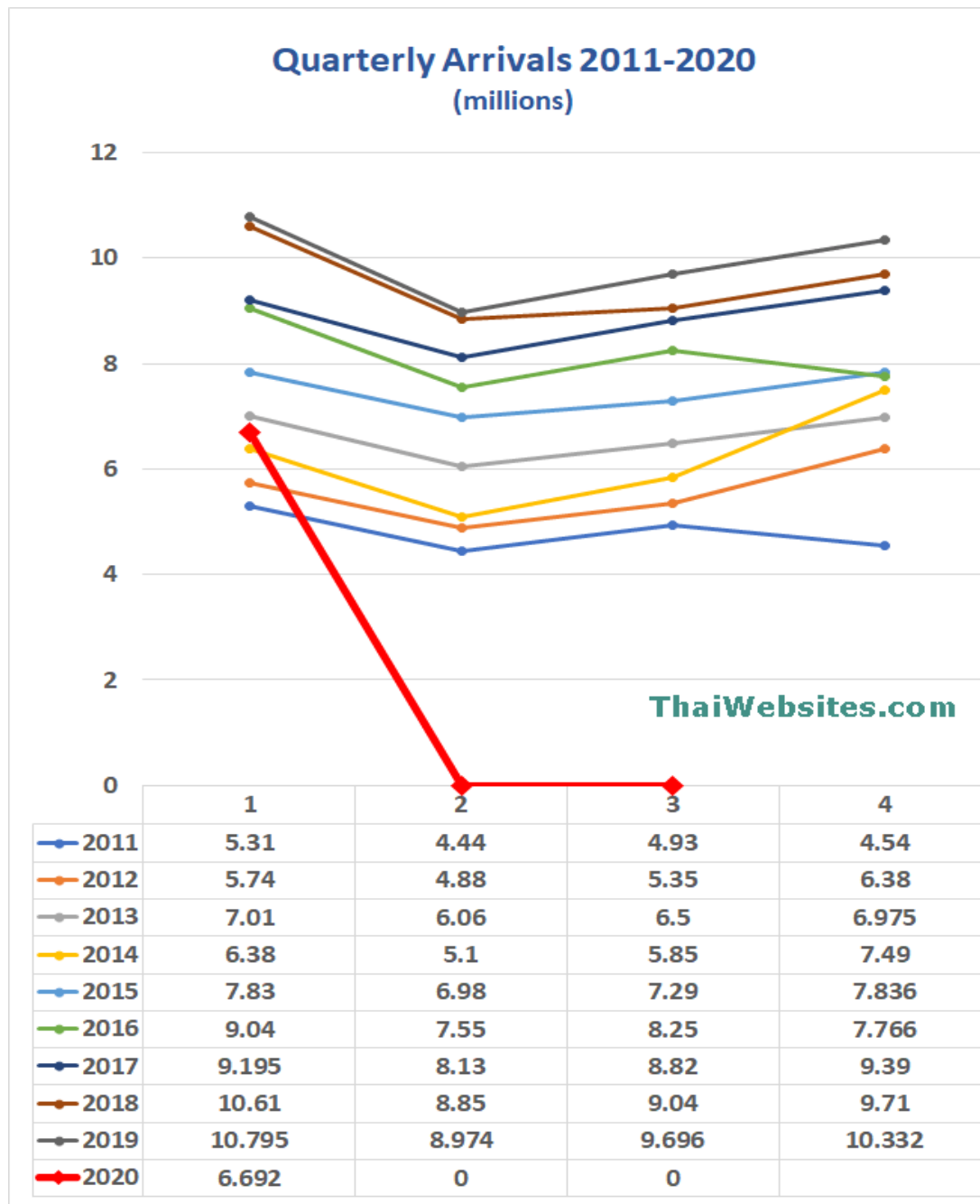
การเดินทางเข้าประเทศในปี 2563

การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ทั่วโลกในปี 2563 ส่งผลกระทบต่อสังคมและเศรษฐกิจที่เป็นหัวใจหลัก ภาคธุรกิจที่ให้บริการโดยเฉพาะการท่องเที่ยว และการค้าปลีกได้รับผลกระทบอย่างหนัก เมื่อมีข้อจำกัดในการเดินทางระหว่างประเทศ ทำให้การท่องเที่ยวทั่วโลกหยุดชะงัก

จำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศไทย ในไตรมาส 1 ของปี 2563 ลดลงเหลือจำนวน 6.692 ล้านคน ซึ่งลดลงร้อยละ 38.01 จากจำนวนในไตรมาส 1 ของปี 2562 ซึ่งมีนักท่องเที่ยวจำนวน 10.795 ล้านคน ในเดือนมีนาคม 2563 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพียง 819,429 คน เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยว

3,473,088 คน ในเดือนมีนาคม 2562 (ลดลงร้อยละ 76.41) ในช่วงไตรมาสที่ 2 และ 3 ของปี 2563 ไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศไทย และในไตรมาสที่ 4 มีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยมาก

จำนวนนักท่องเที่ยวต่อไตรมาสของแต่ละปี (หน่วย: ล้าน)



(ที่มา: เว็บไซต์ thaiwebsites.com อ้างอิงข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)

ความเสี่ยงที่นอกเหนือจาก COVID-19

ในไตรมาส 4 ของปี 2563 การเปิดตัวโครงการฉีดวัคซีนทั่วโลกทำให้เกิดความหวังว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกำลังจะฟื้นตัวซึ่งโครงการดังกล่าวอาจเป็นกระบวนการที่อาจจะต้องใช้เวลาอันยาวนาน อย่างไรก็ตาม

เนื่องจากการจัดตั้งวัคซีนและการฉีดวัคซีนจะดำเนินการเป็นระยะ จากข้อมูลของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ในประเทศไทยจะใช้เวลาประมาณ 1 หรือ 2 ปี เพื่อให้ประชาชนทุกคนได้รับวัคซีนจำนวน 2 โดส ในระหว่างนี้ ความคาดหวังของการเดินทางระหว่างประเทศยังคงลดลง แต่ข้อเสนอและราคาที่น่าสนใจจึงจะเป็นสิ่งสำคัญในการกระตุ้นและเน้นตลาดการท่องเที่ยวในประเทศ

ความเสี่ยงอื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยต้องเผชิญหลังจากสถานการณ์ COVID-19 นอกเหนือจากผลกระทบของการระบาดอย่างต่อเนื่องแล้วนั้น ยังรวมถึงปัญหาทางการเมือง การพึ่งพานักท่องเที่ยวจีนเป็นหลัก และค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้น (ซึ่งทำให้ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยสูงขึ้น) ในปี 2562 ค่าเงินบาทเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ เริ่มตั้งแต่ปี 2563 หนึ่งดอลลาร์สหรัฐเท่ากับ 30 บาท ในขณะที่หนึ่งยูโรเท่ากับ 33-34 บาท

มลพิษทางอากาศในระดับสูงเมื่อ 3 ปีที่ผ่านมาในช่วงฤดูหนาว ซึ่งฤดูการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ และจังหวัดต่างๆ อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเช่นกัน โดยนักท่องเที่ยวอาจเลือกที่จะเดินทางไปยังจังหวัดหรือประเทศอื่นๆ

อุตสาหกรรมและผลประกอบการธุรกิจโรงแรม

ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (APAC)

ณ เดือนมกราคม 2564 มีการบันทึกจำนวนผู้ป่วย COVID-19 ไว้ 21 ล้านคน ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยมี 49 ประเทศที่ปิดการท่องเที่ยวโดยสิ้นเชิง 92 ประเทศเปิดให้บริการบางส่วน 5 ประเทศกำลังจะเปิดในเร็วๆ นี้ และ 74 ประเทศไม่มีข้อจำกัดในการเดินทาง ทั้งนี้ ร้อยละ 60 ของประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกได้กำหนดข้อจำกัดการเดินทางไว้ในระดับหนึ่ง และความต้องการผู้โดยสารระหว่างประเทศในภูมิภาคลดลงร้อยละ 95.4 เมื่อเทียบกับปี 2562 ตามข้อมูลของสมาคมสายการบินเอเชียแปซิฟิก (AAPA)

GDP ของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก หดตัวลงร้อยละ 2.2 ในปี 2563 ซึ่งลดลงจากร้อยละ 4.6 ในปี 2562 ทั้งนี้ กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (“IMF”) ได้ประเมินแนวโน้มการเติบโตของ GDP ในปี 2564 ไว้ที่ร้อยละ 6.9 ซึ่งแนวโน้มจะแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ ขึ้นอยู่กับอัตราการติดเชื้อและมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อดังกล่าว ขนาดและประสิทธิผลของการตอบสนองนโยบาย กิจกรรมที่ต้องมีการสัมผัส และการพึ่งพาอุปสงค์จากภายนอก การคาดการณ์ยังคงมีความไม่แน่นอนสูง โดยมีความเสี่ยงด้านลบอย่างมีนัยสำคัญ ขึ้นอยู่กับการฟื้นตัวของโรคระบาด

ประเทศไทย

จากข้อมูลของ IMF คาดการณ์ว่า GDP จะหดตัวร้อยละ 7.1 ในปี 2563 และขยายตัวร้อยละ 4 ในปี 2564 การคาดการณ์ระยะยาวบ่งชี้ว่าธุรกิจจะยังไม่ฟื้นตัวอย่างเต็มที่จนถึงปลายปี 2565 ทั้งนี้ การฟื้นตัวของธุรกิจขึ้นอยู่กับฟื้นตัวของการท่องเที่ยวและการส่งออกเป็นหลัก

จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแห่งประเทศไทยพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติ

เดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรเริ่มเป็นบวกในเดือนมกราคม 2563 โดยเติบโตร้อยละ 2 อย่างไรก็ตาม ณ สิ้นไตรมาส 1 ของปี 2563 ตัวเลขดังกล่าวลดลงร้อยละ 38 หากเปรียบเทียบกับปีก่อน ประเทศไทยปิดพรมแดนตั้งแต่เดือนเมษายนถึงกันยายน 2563 พร้อมทั้งมีการควบคุมผู้โดยสารขาเข้า ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรเพียงจำนวน 1,201 คน และ 3,065 คน ในเดือนตุลาคมและพฤศจิกายน ตามลำดับ ทั้งนี้ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติตั้งแต่ต้นปีจนถึงปัจจุบันลดลงร้อยละ 81 เมื่อเทียบกับจำนวนในปี 2562

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ระบุว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2564 อาจต่ำถึง 6.1 ล้านราย หรือเพียง ร้อยละ 15 ของจำนวนนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ททท. ยังรายงานว่า อัตราการเข้าพักเฉลี่ยของประเทศไทยในปี 2563 อยู่ที่ร้อยละ 29.3 ซึ่งลดลงร้อยละ 40.4 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยกรุงเทพมหานครมีอัตราการเข้าพักร้อยละ 28.7 ลดลงร้อยละ 53.2 เมื่อเทียบกับปีก่อน ที่จังหวัดชลบุรีอัตราการเข้าพักอยู่ที่ร้อยละ 28.8 ลดลงร้อยละ 51.2 เมื่อเทียบกับปีก่อน และที่จังหวัดภูเก็ตอัตราการเข้าพักอยู่ที่ร้อยละ 20.2 ลดลงร้อยละ 54.3 เมื่อเทียบกับปีก่อน และที่ประจวบคีรีขันธ์ อัตราการเข้าพักอยู่ที่ร้อยละ 34.9 ลดลงร้อยละ 15.8 เมื่อเทียบกับปีก่อน

โรงแรมดุสิตธานี พัทยา รายได้เฉลี่ยต่อห้องลดลงเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาร้อยละ 55.8 ในขณะที่โรงแรมในกลุ่มคู่แข่งลดลงร้อยละ 50.9 โดยที่โรงแรมที่เป็นคู่แข่งปิดทำการชั่วคราวระหว่างเดือนเมษายน – มิถุนายน 2563 ส่วนโรงแรมดุสิตธานี พัทยา ปิดให้บริการระหว่างเดือนเมษายน – พฤษภาคม 2563

โรงแรมดุสิตปรีนเซส ศรีนครินทร์ กรุงเทพฯ มีผลประกอบการเหนือกว่าคู่แข่งแม้จะมีอัตรารายได้เฉลี่ยต่อห้องลดลงอยู่ที่ร้อยละ 72.6 จากปีก่อน โรงแรมปิดให้บริการระหว่างเดือนเมษายน – กรกฎาคม 2563 และโรงแรมได้ปรับเป็นสถานที่กักตัวทางเลือก (Alternative State Quarantine: ASQ) ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2563 เป็นต้นมา

โรงแรมดุสิตธานี ลาгуна ภูเก็ต ทำผลงานได้ดีกว่าคู่แข่ง ถึงแม้อัตรารายได้เฉลี่ยต่อห้องจะลดลงร้อยละ 61.2 เมื่อเทียบกับปีก่อน แต่ในขณะเดียวกันโรงแรมระดับ Luxury และ Upper scale ในภูเก็ตมีอัตรารายได้เฉลี่ยต่อห้องลดลงร้อยละ 59.8 จากปี 2562 โรงแรมดุสิตธานี ลาгуна ภูเก็ตได้ปิดให้บริการระหว่างเดือนเมษายน – สิงหาคม 2563

โรงแรมดุสิตธานี หัวหิน มีผลประกอบการที่ดีกว่าคู่แข่งแม้จะมีปริมาณความต้องการในการเข้าพักลดลง ประกอบกับการปรับปรุงโรงแรมบางส่วน (ช่วงเดือนพฤษภาคม – เดือนธันวาคม 2563) ยอดอัตรารายได้เฉลี่ยต่อห้องของตลาดลดลงต่ำกว่าปีที่แล้วร้อยละ 43.1 โดยโรงแรมดุสิตธานี หัวหินได้ปิดให้บริการระหว่างเดือนเมษายน – พฤษภาคม 2563

ประเทศฟิลิปปินส์

เป็นประเทศที่มีสถิติผู้ติดเชื้อ COVID-19 เป็นอันดับที่ 9 ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และอันดับ 2 ในภูมิภาคอาเซียนจนถึงปัจจุบัน เศรษฐกิจของประเทศฟิลิปปินส์มีแนวโน้มที่จะหดตัวร้อยละ 8.3 ในปี 2563

ตามข้อมูลของ IMF ทั้งนี้ ประเทศฟิลิปปินส์ต้องประสบกับภัยธรรมชาติหลายรูปแบบ การแพร่ระบาดของ COVID-19 และการปิดพื้นที่ (Lockdown) ในเวลาต่อมา ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อความยากจนของประเทศ ซึ่งคาดว่าจะเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 20.5 ในปี 2562 เป็นร้อยละ 22.6 ในปี 2563 กอปรกับการส่งเงินกลับประเทศจากแรงงานฟิลิปปินส์ในต่างประเทศที่ลดน้อยลงอาจมีแนวโน้มที่จะสร้างความตึงเครียดต่อภาวะเศรษฐกิจในอีกไม่กี่ปีข้างหน้าอีกด้วย

IMF คาดการณ์ว่า GDP จะฟื้นตัวในปี 2564 โดยจะเติบโตที่ร้อยละ 7.4 ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นที่สูงสุดในกลุ่มอาเซียน อย่างไรก็ตาม ความเสี่ยงด้านลบขึ้นอยู่กับฟื้นตัวจากสถานการณ์โรคระบาด การกระจายการฉีดวัคซีน การผ่อนคลายข้อจำกัดในการเดินทาง การอนุมัติโครงการต่างๆ ตลอดจน และกิจกรรมที่มีผลต่อด้านเศรษฐกิจของประเทศ

นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปฟิลิปปินส์ลดลงเหลือ 1.3 ล้านคน ระหว่างเดือนมกราคม - ตุลาคม 2563 ซึ่งลดลงร้อยละ 80.6 เมื่อเทียบกับปีก่อน อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีความพยายามของภาครัฐและเอกชนในการเปิดประเทศในการต้อนรับนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศอีกครั้ง แต่ก็ยังคงมีข้อจำกัดการเดินทางที่เข้มงวดจนถึงเดือนธันวาคม 2563 จึงมีผลต่อการคาดการณ์ระยะสั้นและระยะกลางเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยว

ในปี 2563 รายได้เฉลี่ยต่อห้องโรงแรมดุสิตธานี มะนิลา (Dusit Thani Manila) ลดลงร้อยละ 55 เมื่อเทียบกับปีก่อน ในเดือนพฤษภาคม 2563 โรงแรมแห่งนี้ได้กลายเป็นหนึ่งในโรงแรมแห่งแรกที่เป็นสถานที่กักตัวสำหรับผู้เข้าพักจากต่างประเทศอย่างเป็นทางการ ซึ่งไม่มีคู่แข่งรายใดที่เปิดดำเนินการระหว่างเดือนเมษายน - กรกฎาคม

โรงแรมดุสิตธานี มักตัน เซบู (Dusit Thani Mactan Cebu) ปิดให้บริการตั้งแต่เดือนเมษายน - ตุลาคม และเปิดให้บริการบางส่วนตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน

โรงแรมดุสิตดีทู ดาเวา (dusitD2 Davao) โรงแรมดุสิตธานี เรสซิเดนซ์ ดาเวา (Dusit Thani Residence Davao) และโรงแรมดุสิตธานี ลูบี แพลนเทชัน (Dusit Thani Lubi Plantation) ดำเนินการรับบริหารในปี 2563 โดยมีผลประกอบการที่ดีกว่าเป้าหมายในเดือนมกราคมและกุมภาพันธ์ อย่างไรก็ตาม การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อดังกล่าว และข้อจำกัดการเดินทาง ส่งผลกระทบต่อธุรกิจตั้งแต่เดือนมีนาคม เป็นต้นมา

แนวโน้มผลการดำเนินงานในปี 2564 ยังคงมีความไม่แน่นอน และขึ้นอยู่กับแผนการควบคุมโรค การยกเลิกข้อจำกัดการเดินทาง และนโยบายการฟื้นฟูเศรษฐกิจของรัฐบาล

สาธารณรัฐมัลดีฟส์

มัลดีฟส์ประสบความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีการพัฒนาโครงสร้างของระบบสาธารณูปโภคตลอดจนการเชื่อมต่อของการสื่อสารและการคมนาคม ซึ่งส่งผลให้มีอัตราการเติบโตของ GDP ที่ร้อยละ 5.7 ในปี 2562 เนื่องจากการระบาดของ COVID-19 ทำให้การท่องเที่ยวในปี 2563 ชะงัก และส่งผลกระทบต่ออัตราการเติบโตดังกล่าวทั้งทางตรงและทางอ้อม

ด้วยเหตุนี้ IMF ได้คาดการณ์ว่า GDP จะลดลงร้อยละ 18.6 ในปี 2563 ทั้งนี้ การเปิดประเทศเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็วทำให้มีการคาดว่าอัตรา GDP จะฟื้นตัวร้อยละ 12.7 ในปี 2564

ในขณะที่มัลดีฟส์หยุดการออกวีซ่า ณ ช่องทางอนุญาตของด่านตรวจคนเข้าเมือง (on-arrival) ให้กับนักท่องเที่ยวทุกคน ตั้งแต่ปลายเดือนมีนาคม 2563 ได้มีการเปิดพรมแดนอีกครั้งในเดือนสิงหาคม ทั้งนี้ ก่อนที่จะมีการปิดประเทศ มัลดีฟส์ต้อนรับนักท่องเที่ยวราว 380,000 คนในไตรมาส 1 ของปี 2563 ซึ่งลดลงร้อยละ 20.8 จากปี 2562 หลังจากการเปิดประเทศอีกครั้ง ทำให้นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นถึง 94,000 คนในเดือนธันวาคม โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 552,811 คนในปีนี้ (ลดลงร้อยละ 67.5 จากปี 2562) จากแนวโน้มการท่องเที่ยวที่เริ่มจะดีขึ้น คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวประมาณ 1.5 ล้านคน ในปี 2564

อัตรารายได้เฉลี่ยต่อห้องพักของรีสอร์ทในระดับ Luxury และ Upper Upscale ลดลงร้อยละ 32.4 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า สาเหตุหลักมาจากข้อจำกัดในการเดินทางระหว่างประเทศ ในระหว่างเดือนมีนาคมถึงกรกฎาคม 2563 อัตรารายได้เฉลี่ยต่อห้องพักของโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ ลดลงร้อยละ 59

รีสอร์ทปิดให้บริการระหว่างเดือนเมษายน – กรกฎาคม 2563 ในขณะเดียวกัน คู่แข่งรายอื่นปิดทำการตั้งแต่เดือนเมษายน - สิงหาคม 2563 และในปี 2564 คาดว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญในตลาด โดยเปลี่ยนจากจีนและเกาหลีใต้ ไปยังรัสเซีย อินเดีย และตลาดเกิดใหม่อื่นๆ ภายในเครือข่ายกราฟแห่งรัฐเอกราช (CIS) และกลุ่มประเทศยุโรปตะวันออก (EEC)

สิงคโปร์

สิงคโปร์ประสบภาวะเศรษฐกิจถดถอยในปี 2563 โดย GDP ลดลงร้อยละ 5.8 ท่ามกลางการหยุดชะงักของการเติบโตทางเศรษฐกิจสืบเนื่องจากการเกิดโรคระบาด กลยุทธ์การป้องกันโรคที่แข็งแกร่งช่วยให้สิงคโปร์สามารถควบคุมการแพร่กระจายของเชื้อไวรัสได้ และสามารถยกเลิกข้อจำกัดการเดินทางในช่วงสองไตรมาสสุดท้ายของปี ซึ่งได้ช่วยลดการชะลอตัวของ GDP และช่วยให้ประเทศบรรลุเป้าหมายในไตรมาสที่ 4 ได้ดีกว่าที่คาดการณ์ไว้ จากการสร้างรากฐานนี้ สิงคโปร์ คาดว่าจะมีการเติบโตของ GDP ถึงร้อยละ 5 ในปี 2564 ตามการคาดการณ์ของ IMF

การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ส่งผลกระทบอย่างหนักต่ออุตสาหกรรมการเดินทางและการท่องเที่ยวของสิงคโปร์ในปี 2563 ในขณะที่ปี 2562 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 19 ล้านคน เดินทางมาเยือนสิงคโปร์ แต่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเพียง 2.7 ล้านคน ระหว่างเดือนมกราคมถึงพฤศจิกายน 2563 ตามข้อมูลของคณะกรรมการการท่องเที่ยวสิงคโปร์ นอกจากนี้ มีการเปิดตัวแผนการเดินทางหลายรูปแบบ เช่น โปรแกรม Air Travel Pass โปรแกรม Green Lane และ Travel Bubble เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศ

สิงคโปร์เป็นหนึ่งในประเทศอาเซียนกลุ่มแรกที่ได้รับการฉีดวัคซีน เพื่อส่งเสริมให้เป็นประเทศที่ปลอดภัยในการเดินทาง และเสริมสร้างโอกาสในการจัดการประชุมและงานต่างๆ ระดับโลกในปี 2564 โรงแรมดุสิตธานี ลาгуна สิงคโปร์ ได้เปิดให้บริการในเดือนธันวาคม 2563 เป็นต้นมา

ประเทศจีน

แม้ว่าจีนเป็นประเทศแรกที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 แต่กิจกรรมทางเศรษฐกิจสามารถฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็ว โดยหลังจากหยุดชะงักในเดือนกุมภาพันธ์ 2563 การเติบโตของจีนได้รับแรงหนุนจากโครงสร้างพื้นฐานใหม่ การลงทุนด้านอสังหาริมทรัพย์ และการส่งออกที่เพิ่มขึ้น โดยส่วนใหญ่เป็นอุปกรณ์ทางการแพทย์และอุปกรณ์ป้องกัน และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานจากที่บ้าน ตามมาด้วยการบริโภคภายในประเทศที่ฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ มีการคาดการณ์ไว้ว่าการเติบโตของ GDP จะลดลงร้อยละ 2.2 ในปี 2563 ซึ่งต่อมาได้รับการแก้ไขเพิ่มเติมเป็น ร้อยละ 1.9 จากการฟื้นตัวที่เร็วกว่าที่คาดไว้ตั้งแต่ไตรมาสที่ 2 ของปี 2563 ซึ่ง GDP มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 8.2 ในปี 2564 ตามสมมติฐานจากการสนับสนุนของภาครัฐไปยังอุปสงค์ของภาคเอกชน

ตามรายงานของสถาบันการท่องเที่ยวแห่งประเทศจีน (China Tourism Academy) การท่องเที่ยวภายในประเทศของจีนคาดว่าจะหดตัวลดลงร้อยละ 52 คิดเป็น 2.76 ล้านล้านหยวนในปี 2563 โดยจำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศลดลงร้อยละ 43 เหลือ 3.43 พันล้านคน อีกทั้ง การปิดพรมแดนหลายแห่งและการจำกัดการเดินทางทำให้การเดินทางระหว่างประเทศหยุดชะงักลงในปี 2563 แนวโน้มของนักท่องเที่ยวชาวจีนขาออกยังคงมีความไม่แน่นอน เช่นเดียวกันกับญี่ปุ่น เกาหลี และไทย ซึ่งครั้งหนึ่งเคยเป็นจุดหมายปลายทางขาออกของจีนสามอันดับแรก และล้วนประสบปัญหาการฟื้นตัวของจากการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19

การเดินทางออกนอกประเทศคาดว่าจะเปลี่ยนไปตามความนิยมที่ปรับเปลี่ยนไป จากการเดินทางพักผ่อนแบบหมู่คณะ เป็นการเดินทางแบบส่วนตัว สิ่งนี้จะได้รับแรงหนุนจากตลาดที่กำลังเติบโตของนักท่องเที่ยววัยหนุ่มสาว และความต้องการที่เพิ่มขึ้นหลังจากการแพร่ระบาดในด้านความปลอดภัย สถานที่ที่ปลอดภัย และการดูแลสุขภาพและสุขอนามัย

สหรัฐอเมริกา

เกาะกวม

ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเกาะกวม (Guam Visitor's Bureau (GVB)) รายงานว่าจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนพฤศจิกายน 2563 มีจำนวน 326,053 คน ซึ่งลดลงร้อยละ 78.4 เมื่อเทียบกับปีก่อน ตลาดเป้าหมายหลัก คือ ญี่ปุ่น และเกาหลีคิดเป็นร้อยละ 82 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดในปี 2563 โดยมีแนวโน้มที่จะฟื้นตัวบางส่วน ตามจังหวะและเวลาซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอกและภายในหลายประการ ความเสี่ยงด้านลบมีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากไม่สามารถละทิ้งประเด็นการระบาดระลอกใหม่ได้ โดยเฉพาะในประเทศกลุ่มเป้าหมาย เช่น ญี่ปุ่น และเกาหลี

โรงแรมดุสิตธานี กวม ได้เปิดให้บริการเพื่อเป็นสถานที่กักตัวทางเลือก ในขณะที่คู่แข่งปิดดำเนินการระหว่างเดือนพฤษภาคม ถึงเดือนมิถุนายน 2563

โรงแรมดุสิต บีช รีสอร์ท กวม (Dusit Beach Resort Guam) ซึ่งเปิดใหม่ และเริ่มให้บริการเมื่อเดือน

มิถุนายน 2563 เป็นต้นมา ปัจจุบันเป็นหนึ่งในโรงแรมที่ประกอบกิจการหลักเป็นสถานที่กักตัวในเกาะกวม

ตะวันออกกลาง

สหรัฐอเมริกาและเม็กซิโก

สหรัฐอเมริกาและเม็กซิโกมีแนวโน้มว่าเศรษฐกิจหดตัวอย่างรุนแรง เนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 และราคาน้ำมันที่ลดลง ทั้งนี้ IMF คาดว่า GDP จะอ่อนตัวลงร้อยละ 6.6 ในปี 2563 ซึ่งลดลงมากที่สุดในรอบ 10 ปี

หลังจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วจากนโยบายการป้องกันโรคติดเชื้อที่มีประสิทธิภาพ มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ ประกอบกับเงินดอลลาร์สหรัฐที่อ่อนค่า อัตราดอกเบี้ยต่ำ และการเลื่อนการจัดงาน Expo 2020 (ปี 2563) เป็นเดือนตุลาคม 2564 IMF คาดการณ์ว่าปี 2564 จะมีการเติบโตในสหรัฐอเมริกาและเม็กซิโกร้อยละ 1.3 ในขณะที่ธนาคารกลางของสหรัฐอเมริกาคาดว่า จะมีการฟื้นตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.5

ในปี 2563 โรงแรมดุสิตธานี ดูไบ อัตรารายได้เฉลี่ยต่อห้องพัก ต่ำกว่าปีที่ผ่านมาร้อยละ 53 ซึ่งเมื่อเทียบกับโรงแรมระดับ upper scale จะต่ำกว่าปีที่แล้วร้อยละ 48.8 ในตลาด upper upscale หดตัวร้อยละ 48.8 โรงแรมดุสิตธานี อาบูดาบี มีผลประกอบการเหนือกว่าคู่แข่ง ถึงแม้ว่าอัตรารายได้เฉลี่ยของห้องพักจะติดลบอยู่ที่ร้อยละ 35 เมื่อเทียบกับตลาดที่ติดลบร้อยละ 43

ประเทศกาตาร์

อุตสาหกรรมการก่อสร้าง การบริการ การเดินทางและการท่องเที่ยวล้วนได้รับผลกระทบอย่างหนักจากมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 เนื่องจากอัตราการผลิตและการบริโภคมีจำนวนลดลงในภาคอุตสาหกรรมดังกล่าว IMF คาดการณ์ว่า GDP ของกาตาร์จะหดตัวลงร้อยละ 4.5 ในปี 2563 และจะฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งโดยมีการเติบโตร้อยละ 2.5 ในปี 2564 ทั้งนี้ หน่วยงานวางแผนและสถิติของกาตาร์คาดว่าเศรษฐกิจจะเติบโตต่อไปในปี 2565 จากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการเป็นเจ้าภาพของงาน FIFA World Cup 2022

แนวโน้มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของกาตาร์ในระยะสั้นยังคงไม่สู้ดีนัก เนื่องจากได้ผลกระทบของ COVID-19 และข้อจำกัดในการเดินทาง แต่ จะมีแนวโน้มที่ดีขึ้นเนื่องจากประเทศต้องเตรียมงานแข่งขันฟุตบอลระดับนานาชาติ และการแข่งขันชิงแชมป์โลกกีฬาทางน้ำในปี 2566 เพื่อต้อนรับผู้ร่วมงาน

แม้ว่าในขณะที่มีโรคระบาดเกิดขึ้น ก็ยังมีการเพิ่มจำนวนห้องพักอย่างน้อย 1,000 ห้องในปี 2563 ซึ่งแสดงถึงอุปทานห้องพักที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จากปีก่อน

โรงแรมดุสิต โดฮา (Dusit Doha Hotel) ให้บริการเป็นสถานที่กักตัวอย่างเป็นทางการ และมีรายได้เพิ่มขึ้นตามลำดับและมีผลประกอบการที่ดีกว่าปีที่ผ่านมา และโรงแรมดุสิตดีทู ซัลวา โดฮา (dusitD2 Salwa Doha) เปิดตัวในเดือนมีนาคม 2563 มีรายได้ที่เติบโตขึ้นกว่าที่คาดการณ์ เนื่องจากโรงแรมให้บริการเป็นสถานที่กักตัวทางเลือกของผู้ที่เดินทางเข้ามาในประเทศ

แอฟริกา

ประเทศอียิปต์

ก่อนที่จะเกิดการหยุดชะงักจากสถานการณ์ COVID-19 ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2563 อียิปต์มีมั่นคงของเศรษฐกิจมหภาคที่มีการเติบโตค่อนข้างสูง บัญชีการคลังที่ดีขึ้นและเงินสำรองต่างประเทศในระดับที่เหมาะสม จากข้อมูลของธนาคารโลก (The World Bank) คาดการณ์ว่าการเติบโตของ GDP จะลดลงจากร้อยละ 5.6 ในปี 2562 เป็นร้อยละ 3.5 ในปี 2563 หากการระบาดยังคงมีอยู่จนถึงต้นปี 2564 คาดว่าการเติบโตจะลดลงอีกเป็นร้อยละ 2.3 ในปี 2564 ก่อนที่จะฟื้นตัวในปี 2565

รายได้รวม ของโรงแรมดุสิตธานีไคโร ทำได้ไม่ดีเท่าที่คาดหวัง เป็นผลมาจากความต้องการที่ลดลงในช่วงการระบาดของ COVID-19 ทั้งนี้ โรงแรมได้มีการปรับปรุงและเสร็จสิ้นในปี 2563 และคาดว่าจะมีการวางกลยุทธ์ในการปรับราคาใหม่ในปี 2564

การริเริ่มกลยุทธ์การขายที่สำคัญ

เพื่อเป็นการลดผลกระทบของ COVID-19 ต่อธุรกิจ ดุสิต อินเตอร์เนชั่นแนล ได้ร่วมมือกับพันธมิตรในการนำเสนอแพ็คเกจในรูปแบบใหม่ “พักผ่อนด้วยความมั่นใจ” (Stay with Confidence) ซึ่งเป็นการมอบประสบการณ์ที่เหนือกว่าความสะดวกสบายและคุ้มค่าให้แก่ผู้เข้าพักโดยมีบริษัทประกันภัยชั้นนำ บริษัทให้เช่ารถ โรงพยาบาล บัมน้ำมัน สายการบิน ธนาคาร และบริษัทโทรคมนาคม มาร่วมกันทำแพ็คเกจนี้ขึ้น

โรงแรมและรีสอร์ทในเครือดุสิตในประเทศไทยแสดงความชื่นชมและความขอบคุณต่อวิบุรุษผู้ต่อสู้กับโรคระบาด ด้วยการเสนอราคาห้องพักพิเศษสำหรับบุคลากรทางการแพทย์ แพ็คเกจใหม่ “Local Explorer” ได้เปิดตัวเพื่อเชื่อมโยงผู้เข้าพักเข้ากับประสบการณ์ท้องถิ่นและชุมชนที่แตกต่างจากคู่แข่ง

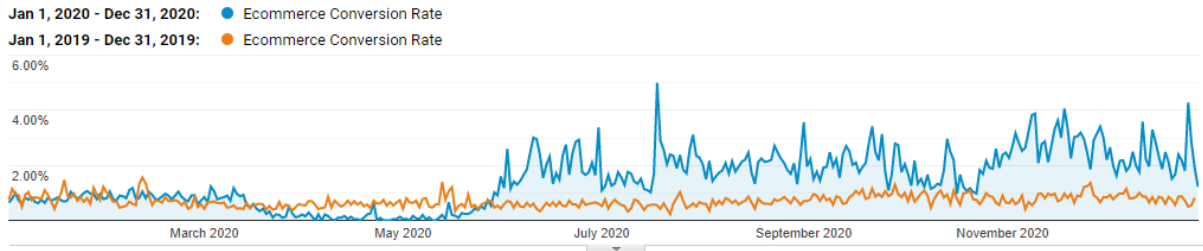
นอกจากนี้ ยังมีการส่งเสริมแพ็คเกจพิเศษให้สอดคล้องกับแคมเปญ “เราเที่ยวด้วยกัน” ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในประเทศไทย ซึ่งช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศด้วยการอุดหนุนภาคการท่องเที่ยว

เว็บไซต์ Dusitshop.com เปิดตัวในไตรมาสที่ 4 เพื่อเป็นแพลตฟอร์มสำหรับทุกหน่วยธุรกิจที่ดุสิต อินเตอร์เนชั่นแนล ในการขายสินค้าและบริการเพื่อสร้างรายได้จากการชำระล่วงหน้า ตัวอย่างเช่น บัตรดุสิตแอนด์ได้จำหน่ายระหว่างวันที่ 1 พฤษภาคมถึง 31 ตุลาคม และใช้ได้สำหรับการเข้าพักจนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2563

เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขาย ดุสิต อินเตอร์เนชั่นแนลได้เพิ่มประสิทธิภาพทรัพยากรบุคคลโดยการแนะนำการขายแบบกลุ่ม (Cluster) และการปรับโครงสร้างและแบ่งส่วนความรับผิดชอบ นอกจากนี้ โครงการต่าง ๆ ที่ริเริ่มในประเทศไทยตลอดทั้งปียังสามารถนำไปปรับใช้ได้กับโรงแรมและรีสอร์ทในเครือดุสิตทั่วโลกอีกด้วย

การตลาดในรูปแบบดิจิทัล

กลุ่มบริษัทได้เปิดตัวเว็บไซต์ Dusit.com ใหม่ในเดือนมิถุนายน 2563 เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับลูกค้า และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของเว็บไซต์โดยตรง ทั้งนี้ อัตราส่วนการเข้าชมเนื้อหา (Conversion Rate) เพิ่มขึ้น 2 เท่าในช่วง 6 เดือนแรก หลังการเปิดตัวโดยแคมเปญ Social Media Retargeting พบว่าตัวเลขผู้ชมที่กลับมาเพิ่มขึ้นร้อยละ 11 เมื่อเทียบกับปีก่อน



(ที่มา: Google Analytics)

งบประมาณแคมเปญของเครื่องมือค้นหา (Search Engine Acquisition) ได้ปรับให้เหมาะสมโดยมีผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) เท่ากับ 9 เท่า หากเปรียบเทียบกับช่วงเวลาก่อนหน้า (like-for-like) โดยสิ้นปี การเติบโตของช่องทางเว็บไซต์โดยตรงเพิ่มขึ้นร้อยละ 28 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน

การสร้างแบรนด์และการตลาดเพื่อความภักดี (Branding and Loyalty Marketing)

1. มีการดำเนินการปรับปรุงแบรนด์ครั้งใหญ่สำหรับแบรนด์หลักของโรงแรมและรีสอร์ทในเครือดุสิต รวมถึงแบรนด์โรงแรมชั้นนำ 2 แบรนด์ ได้แก่ ดุสิตธานี (Dusit Thani) และดุสิตดีทู (dusitD2) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับให้ทันสมัยมากขึ้น เป็นปัจจุบันมากขึ้น และสามารถแข่งขันในตลาดได้มากขึ้น นอกเหนือจากรูปลักษณ์ใหม่ที่สร้างขึ้นจากมรดกทางวัฒนธรรมและความหรูหราซึ่งเป็นที่รู้จักในนามดุสิต การเปลี่ยนโฉมใหม่นำมาซึ่งมาตรฐานและแบบแผนของแบรนด์ใหม่ที่ใช้งานง่ายขึ้น โดยมีการเปิดตัวเว็บไซต์แบรนด์ใหม่ และประสบการณ์ของลูกค้าที่ชัดเจน

2. แม้จะมีการปรับลดงบประมาณการโฆษณาเนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 โรงแรมและรีสอร์ทในเครือดุสิตยังคงเป็นหนึ่งในแบรนด์โรงแรมที่มีคนชื่นชอบมากที่สุดบนสื่อสังคมออนไลน์ ในช่วงปลายปี เพจ Facebook ของกลุ่มบริษัทมีผู้ติดตามมากกว่า 1.1 ล้านคน โดยติดอันดับหนึ่งในเครือโรงแรมระดับนานาชาติ 5 อันดับแรกบนแพลตฟอร์ม

3. เป้าหมายหลักสำหรับโปรแกรมสมาชิกดุสิตโกลด์ (Dusit Gold) ในปี 2563 คือการเพิ่มมูลค่าสมาชิกและพัฒนากระบวนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) ใหม่เพื่อปรับปรุงโปรแกรมโดยรวมซึ่งรวมถึงการใช้งาน

4. เนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 ในประเทศไทยและทั่วโลก ผลประกอบการโดยรวมของรายได้ของดุสิตโกลด์ (Dusit Gold) และการสมัครสมาชิกลดลง อย่างไรก็ตาม ในช่วงสองเดือนแรก

(มกราคม – กุมภาพันธ์) รายได้จากของดุสิตโกลด์ในเดือนมกราคม 2563 มีจำนวน 59,597,100 บาท และในเดือนกุมภาพันธ์ 2563 มีจำนวน 47,943,382 บาท เพิ่มขึ้นจากเดือนมกราคม และเดือนกุมภาพันธ์ 2562 ร้อยละ 16.5 ร้อยละ 19.8 ตามลำดับ นอกจากนี้ สมาชิกดุสิตโกลด์ ณ เดือนมิถุนายน 2563 มีจำนวน 1,466,682 ราย เพิ่มขึ้นจากเดือนธันวาคม 2562 ร้อยละ 10.85

การตลาดร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ

1. ในปี 2563 บริษัทมุ่งเน้นการทำข้อตกลงเพื่อเข้าเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจกับสายการบินใหม่ และลงนามข้อตกลงความร่วมมือกับ Korean Airlines และ Air Astana ตลอดจนธนาคารและพันธมิตรทางธุรกิจอื่น ๆ ในประเทศไทยและต่างประเทศ จากความร่วมมือดังกล่าวส่งผลให้บริษัทมีรายได้จากรายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ ให้กับฐานสมาชิกของหุ้นส่วน

2. ดุสิตยังเข้าร่วมใน:

2.1 โปรแกรมสะสมไมล์ที่สร้างรายได้ 1.46 ล้านบาท

2.2 โปรแกรมแลกรางวัลซึ่งสร้างรายได้ 3.2 ล้านบาท จากการเข้าพักในโรงแรม

ประชาสัมพันธ์องค์กร

ในปี 2563 กิจกรรมประชาสัมพันธ์ของบริษัทมุ่งเน้นการสร้างกิจกรรมหรือข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองเชิงรุกของบริษัทต่อการแพร่ระบาดของ COVID-19 การพัฒนาการตามกลยุทธ์การเติบโตในระยะยาว และเพื่อสร้างชื่อเสียงด้านบวกของบริษัทในหมู่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ซึ่งเนื้อหาข่าวสารของบริษัทครอบคลุมประเด็นดังต่อไปนี้

1. **กลยุทธ์ของบริษัท** แม้จะเผชิญกับความท้าทายที่เกิดจาก COVID-19 แต่บริษัทยังคงเดินหน้าอย่างต่อเนื่องในการดำเนินการทางกลยุทธ์ไปสู่ความสมดุล การเติบโต และการกระจายความเสี่ยง โดยเห็นได้จากการเปิดตัวโรงแรมใหม่ 5 แห่ง การลงนามสัญญาบริหารโรงแรมในตลาดใหม่ที่อินเดียและญี่ปุ่น การเข้าซื้อกิจการ The Caterers ในเวียดนาม และการขยายสาขาของแบรนด์ร้าน KAUI พร้อมด้วยจุดขาย Grab-and-Go แห่งใหม่ 4 แห่งในกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ มีการพัฒนาข่าวสารและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเหล่านี้ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการปรับตัวของบริษัท และความมุ่งมั่นในการสร้างอนาคตที่ยั่งยืน

2. **ความยั่งยืนและการทำงานร่วมกัน** จากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทั่วโลกที่เน้นศูนย์กลางของความยั่งยืนสำหรับการปรับตัวทางธุรกิจ และด้วยความร่วมมือต่างๆ ที่มีความสำคัญมากขึ้น บริษัทได้เน้นย้ำถึงกลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มดุสิต สำหรับการดำเนินการรูปแบบวิถีใหม่ (New Normal) คือการทำงานร่วมกัน การบูรณาการ และการสนับสนุนทางสังคม โดยการสร้างและแจกจ่ายข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแคมเปญต่างๆ ของบริษัทในด้านเหล่านี้ นอกจากนี้ บริษัทมุ่งมั่นเพื่อสร้างมูลค่าที่ยั่งยืน โดยการทำงานร่วมกับผู้อื่นเพื่อประโยชน์ของอุตสาหกรรมโดยรวมด้วยการให้ความสำคัญกับเป็นหุ้นส่วนกับบริษัท

ทั้งนี้ มีกิจกรรมประชาสัมพันธ์และข่าวที่เกี่ยวข้อง 37 รายการ ในปี 2563 ครอบคลุมพื้นที่ของสื่อในเชิงบวกรวม 2,593 รายการ โดยมีโอกาสการเข้าถึงสื่อจำนวน 634 ล้านครั้ง (View) บนสื่อกระแสหลักและดิจิทัลทั่วโลก มูลค่าการประชาสัมพันธ์ของสื่อเทียบเท่ากับค่าโฆษณา 302 ล้านบาท

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี-

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

ข. ธุรกิจบริหารโรงแรม

➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

โรงแรมและรีสอร์ทในเครือดุสิตดำเนินการให้บริการภายใต้ห้าแบรนด์หลัก ได้แก่ ดุสิตธานี ดุสิตเดวราชธานี ดุสิตดีทู ดุสิตปรีนเซส และ อาศัย โฮเทล เพื่อรองรับความต้องการของแขกและลูกค้าในเซ็กเมนต์ต่างๆ ได้ครอบคลุมมากที่สุด

ภายใต้โพสิชันนิ่งและจุดเด่นเฉพาะตัวของแบรนด์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันออกไป สิ่งที่ถูกแบรนด์ในเครือดุสิตยึดเป็นหลักสำคัญในการดำเนินงานคือคำมั่นสัญญาว่า “Always Gracious” ที่บ่งบอกถึงความตั้งใจของดุสิตในการมอบบริการที่อบอุ่น เอาใจใส่ และที่สำคัญ เป็นบริการที่มาจากใจ

ความมุ่งมั่นในการมอบบริการจากใจอันงดงามอย่างไทยๆ ภายใต้บรรยากาศน่าประทับใจ และความเอาใจใส่ในการบริการในทุกรายละเอียด เป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้โรงแรมและรีสอร์ทในเครือดุสิต แต่ละแห่งสามารถมอบประสบการณ์การพักผ่อนที่น่าจดจำให้กับแขกและลูกค้าที่มาใช้บริการ

ธุรกิจการบริหารโรงแรมของเรารวมถึงการให้ใช้ชื่อเครื่องหมายการค้า “ดุสิตธานี” (Licensing) อยู่ภายใต้การควบคุมมาตรฐานการให้บริการของบริษัทของ บมจ. ดุสิตธานี ตามสัญญาจ้างบริหารโรงแรมและสัญญาการให้ใช้ชื่อเครื่องหมายการค้า

ข.1)

Dusit Thani
HOTELS & RESORTS

ดุสิตธานี เป็นแบรนด์ที่มีชื่อเสียงมายาวนานในฐานะแบรนด์โรงแรมระดับหรู ให้บริการเต็มรูปแบบที่เปี่ยมด้วยมาตรฐานและคุณภาพระดับสูงสุด มีสิ่งอำนวยความสะดวกทันสมัยครบครัน มุ่งเน้นการมอบประสบการณ์อันน่าประทับใจผ่านการบริการแบบเฉพาะตัวแก่แขกและลูกค้า

โรงแรมและรีสอร์ทภายใต้แบรนด์ดุสิตธานีทั่วโลกมอบบริการที่อบอุ่น เปี่ยมด้วยความใส่ใจและความประณีตที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมไทยผ่านการบริการแบบร่วมสมัยที่ได้มาตรฐาน ด้วยแนวคิดภายใต้

สโลแกน “Everything you deserve” ดุสิตธานีมุ่งหวังที่จะสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่แขกและลูกค้า ด้วยการบริการที่พร้อมตอบทุกความต้องการในทุกเวลา

โรงแรมและรีสอร์ทแบรนด์ดุสิตธานีทุกแห่งตั้งอยู่บนทำเลใจกลางเมือง ใกล้กับย่านธุรกิจและสถานที่สำคัญตามเมืองต่างๆ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ในทุกโอกาส ตั้งแต่งานฉลอง งานประชุมสัมมนาธุรกิจ จนถึงงานสังสรรค์

ข.2)

DUSIT DEVARANA HOTELS & RESORTS

ดุสิตเดวาราณา เป็นแบรนด์ระดับหรู ที่มีการให้บริการอย่างเต็มรูปแบบ จุดเด่นของแบรนด์ คือเป็นสถานที่พักผ่อนที่ให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว มอบประสบการณ์ในการเข้าพักแบบเฉพาะบุคคล และบริการด้าน Wellness ที่ส่งเสริมทั้งสุขภาพกายและใจในเมืองจุดหมายการท่องเที่ยวต่างๆ ทั่วโลก

รีสอร์ทภายใต้แบรนด์ดุสิตเดวาราณา มอบประสบการณ์ที่ให้ความเป็นส่วนตัวในระดับสูงสุด พร้อมบริการอันเป็นเลิศที่มุ่งมอบความประทับใจเหนือความคาดหมายแก่กลุ่มลูกค้าที่มีรสนิยมหรูหราและละเอียดละไม และมุ่งหาความพึงพอใจในการพักผ่อน

ตัวรีสอร์ทได้รับการออกแบบให้อยู่ท่ามกลางธรรมชาติอันร่มรื่นและงดงามได้อย่างกลมกลืน มอบความรู้สึกผ่อนคลายและสงบให้กับแขกที่มาเยือน

ข.3)

dusitD2 HOTELS & RESORTS

ดุสิตดีทู เป็นแบรนด์โรงแรมระดับบนสำหรับกลุ่มลูกค้า นักเดินทางสมัยใหม่ที่ค้นหาประสบการณ์แปลกใหม่อยู่เสมอ ทำเลที่ตั้งของโรงแรมจะอยู่ใจกลางเมืองย่านธุรกิจที่มีสถานที่สำคัญเชิงวัฒนธรรมและศิลปะ รวมถึงย่านบันเทิงของเมือง เหมาะสำหรับการมาฉลอง ทำงาน และพักผ่อนเพื่อการผ่อนคลายได้อย่างสมบูรณ์แบบ

นอกจากห้องพักที่มีการออกแบบอย่างสวยงามในสไตล์ร่วมสมัย ดุสิตดีทู มีความโดดเด่นที่บริการอาหารเมนูทานง่ายที่มีลูกเล่นในรายละเอียด ห้องฟิตเนสอุปกรณ์ออกกำลังกายครบครัน สปาและบริการทรีตเมนต์ที่มอบความผ่อนคลาย รวมทั้งบริการห้องคลับสำหรับการสังสรรค์

ภายใต้คำสัญญา “Designed for modern life” โรงแรมภายใต้แบรนด์ดุสิตดีทู มุ่งมั่นในการสร้างความประทับใจแก่แขกและลูกค้าด้วยบริการที่เต็มไปด้วยความใส่ใจและความพร้อมในการบริการที่น่าการ

บริการจากใจอันเป็นเอกลักษณ์ของดุสิตมาตีความใหม่เป็นบริการที่สอดคล้องกับความต้องการและไลฟ์สไตล์ของนักเดินทางในปัจจุบัน

ข.4)

DUSITPRINCESS

HOTELS & RESORTS

ดุสิตพรีนเซส เน้นตอบสนองความต้องการของแขกในเซ็กเมนต์ระดับกลาง ทั้งกลุ่มนักธุรกิจและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เน้นการพักผ่อน โรงแรมแต่ละแห่งมีบุคลิกอันโดดเด่นที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมและลักษณะเฉพาะของชุมชนในท้องถิ่นที่โรงแรมเข้าไปดำเนินงาน เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการความสะดวกสบายทั้งในด้านการเดินทาง ห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมถึงบริการและความคุ้มค่าร่วมกันในหนึ่งเดียว

โรงแรมดุสิตพรีนเซสมอบความคุ้มค่าของบริการที่เปี่ยมประสิทธิภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกทันสมัยสำหรับกลุ่มนักเดินทางเพื่อธุรกิจและนักท่องเที่ยว

ข.5)

ASAI

HOTELS

อัสัย โฮเทล เป็นแบรนด์โรงแรมที่ได้รับแรงบันดาลใจจากวัฒนธรรมเอเชีย มุ่งตอบโจทย์ความต้องการของนักเดินทางรุ่นใหม่ที่ต้องการค้นหาประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครและเข้าถึงวิถีการใช้ชีวิตของชุมชนในท้องถิ่น

ด้วยความรู้ลึกและความเข้าใจเกี่ยวกับชุมชนอย่างถ่องแท้ รวมทั้งคำแนะนำที่ส่งผ่านกันมา ทำให้โรงแรมอัสัยเป็นจุดที่เชื่อมความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ เข้ากับวิถีชีวิตในชุมชนท้องถิ่น

ห้องพักของโรงแรมในแบรนด์อัสัยได้รับการออกแบบอย่างเรียบง่ายและมีขนาดเหมาะกับการใช้งาน ส่วนภายในโรงแรมมีพื้นที่ส่วนกลางขนาดใหญ่ที่ได้รับแรงบันดาลใจจาก วัฒนธรรมชุมชนและดีไซน์ร่วมสมัยที่ผสานเข้าด้วยกันได้อย่างลงตัว มุ่งเน้นประสบการณ์การเดินทางและพักผ่อนของแขกที่มาเยือนเป็นสำคัญ

ข6) **White Label Hotel Managed by Dusit การรับบริหารโรงแรมนอกเครือดุสิต**

White Label Hotel Managed by Dusit ให้บริการรับจ้างบริหาร โรงแรมอิสระในระดับกลาง โดยมีจุดเด่นที่การบริการที่ได้มาตรฐานและเปี่ยมด้วยความคิดสร้างสรรค์ ภายนอกของโรงแรมได้รับการออกแบบให้สื่อถึงการต้อนรับที่อบอุ่นเพื่อสร้างความประทับใจแก่แขกตั้งแต่ก้าวแรกที่ผ่านเข้าประตูมา

เน้นทำเลที่ตั้งที่สะดวกสบายในการเดินทาง อยู่ภายในทำเลย่านธุรกิจ แหล่งท่องเที่ยวและบันเทิง รวมสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ โรงแรมภายใต้ไวท์ เลเบิล เน้นความมีประสิทธิภาพในการมอบการบริการที่ตอบสนองความต้องการในด้านต่างๆ ของแขกเพื่อมอบประสบการณ์ในการพักที่สะดวกสบายอย่างที่สุด

การพัฒนาโดยรวม

ในปี 2563 ดุสิตมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และสร้างความสมดุลทางภูมิศาสตร์ โดยการเปิดตัวโรงแรมใหม่ 8 แห่งใน 5 ประเทศ และยังคงรุกหน้าขยายตัวต่อไปในไทย สหรัฐอเมริกา กาตาร์ สิงคโปร์ และจีน ด้วยเหตุนี้ ดุสิตจึงเปิดโรงแรม 43 แห่งใน 11 ประเทศ

โรงแรมเปิดใหม่ในปี 2563

- อาศัย กรุงเทพฯ ไชน่าทาวน์ (ประเทศไทย)
- ดุสิต บีช รีสอร์ท กวม (สหรัฐอเมริกา)
- ดุสิตดิทู ซัลวา โดฮา (ประเทศกาตาร์)
- ดุสิตธานี ลาгуน่า สิงคโปร์ (สิงคโปร์)
- ดุสิตธานี ซูโจว เจียงซู (ประเทศจีน)
- ดุสิตธานี เวทแลนด์พาร์ค รีสอร์ท หานานจิง (ประเทศจีน)

โรงแรมเปิดใหม่ภายใต้รูปแบบ White Label Hotel ในปี 2563

- สถานที่พักผ่อนและพักผ่อน สวนสนประดิพัทธ์ ซึ่งรวมสนามกอล์ฟ 1 แห่ง (ประเทศไทย)
- สถานที่พักผ่อนและพักผ่อน ไชยนาถวิล ริเวอร์ไซด์ (ประเทศไทย)

ในปี 2563 ดุสิตได้ลงนามสัญญากับโครงการใหม่ภายใต้แบรนด์ดุสิตทั้งหมด 7 โครงการ ภายใต้ข้อตกลงสัญญาบริหารโรงแรมและสัญญาธุรกิจแฟรนไชส์

การลงนามสัญญาโรงแรมในเอเชียแปซิฟิก (APAC)

ในปี 2563 ดุสิตได้ลงนามสัญญาโรงแรม 5 แห่งในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ได้แก่

- ดุสิตธานี เกียวโต (ประเทศญี่ปุ่น)
- ดุสิตปรีนเซส เพชรบุรีตัดใหม่ กรุงเทพ (ประเทศไทย)
- ดุสิตปรีนเซส เซอร์วิสซิตี โกลกาตา (ประเทศอินเดีย)
- ดุสิตธานี โฮเทล หานานซู ชูเหมิง (ประเทศจีน)
- ดุสิตดิทู กุ้ยหยาง กุ้ยโจว (ประเทศจีน)

การลงนามสัญญากับโรงแรมในยุโรปตะวันออกกลางและแอฟริกา (EMEA)

ปี 2563 ดุสิตได้ลงนามสัญญาโรงแรม 2 แห่งในยุโรปตะวันออกกลางและแอฟริกา ได้แก่

- ดุสิตปรีนเซส อัล มัจมาห์ เมืองริยาด (ซาอุดีอาระเบีย)
- ดุสิตปรีนเซส มาห์โบลา (คูเวต)

การพัฒนาในปี 2564

ดุสิตยังคงสร้างแรงผลักดันที่แข็งแกร่งอย่างต่อเนื่อง และคาดว่าจะเปิดโรงแรมประมาณ 6 แห่ง โรงแรมต่างประเทศ 3 แห่ง และในประเทศไทย 3 แห่ง (โรงแรมดุสิตดีทู หัวหิน โรงแรมอาศัย สาทร และในส่วนของรูปแบบ White Label Hotel มีจำนวน 1 แห่ง ได้แก่ สถานพักฟื้นและพักผ่อน ลานนา กรีนเลค รีสอร์ท เชียงใหม่) อย่างไรก็ตาม จำนวนโรงแรมในปี 2564 เป็นการประมาณการ ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19

ปัจจุบันบริษัทอยู่ระหว่างดำเนินการโครงการที่มีศักยภาพมากกว่า 40 โครงการ โดยมุ่งเน้นไปยังประเทศที่มีศักยภาพในการเติบโตในธุรกิจท่องเที่ยว เช่น ฟิลิปปินส์ เวียดนาม และจีน และประเทศใหม่ๆ ที่น่าสนใจ เช่น เนปาล กรีซ และญี่ปุ่น เพื่อยกระดับสถานะที่แข็งแกร่งด้านธุรกิจบริการท่องเที่ยวของดุสิตทั้งในและต่างประเทศ

➤ การตลาดและการแข่งขัน

(ก) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

ทำการตลาดให้กับแบรนด์ดุสิตเพื่อให้ได้มาซึ่งสัญญาณรับบริหารโรงแรมใหม่ๆ โดยดำเนินการ ดังนี้

- มีส่วนร่วมในการเข้าประชุม และเป็นวิทยากรรับเชิญในงานประชุมทางด้านการลงทุนธุรกิจโรงแรมต่างๆ ทั่วโลก
- สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการรายใหญ่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่ปรึกษาการลงทุน และกลุ่มผู้ประกอบการจัดหาทรัพยากร
- ใช้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์แผนการขยายธุรกิจของดุสิตผ่านช่องทางสื่อสารที่หลากหลาย
- การใช้สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ทางการตลาด

(ข) สภาพการแข่งขัน

การแข่งขันในปีที่ผ่านมาและแนวโน้มในอนาคต

สำหรับภาพรวมธุรกิจรับบริหารโรงแรมทั่วโลกตลอดระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา มีการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของเครือโรงแรมที่รับบริหารและแบรนด์โรงแรม ในขณะที่โครงการพัฒนาโรงแรมใหม่ชะลอตัว ส่งผลให้การแข่งขันในธุรกิจรับบริหารโรงแรมทั่วโลกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว การแข่งขันนี้ทำให้ค่าธรรมเนียมการรับบริหารลดลง และเงื่อนไขต่างๆ มีความยืดหยุ่นมากขึ้น สำหรับแนวโน้มในอนาคต ภูมิภาคเอเชียยังคงมีแนวโน้มและอัตราการเติบโตเป็นบวกซึ่งมีปัจจัยมาจากการเปลี่ยนแปลงทางประชากรและเศรษฐกิจ ในส่วนของบริษัท ปี 2563 โรงแรมที่ได้ลงนามสัญญารับจ้างบริหารในต่างประเทศเพิ่มขึ้น ได้แก่ ญี่ปุ่น อินเดีย จีน และกาตาร์ ทำให้สัดส่วนรายได้จากการรับบริหารโรงแรมเพิ่มขึ้น

➤ **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัทให้บริการด้านการรับบริหารโรงแรมในฐานะตัวแทนเจ้าของโรงแรม ธุรกิจรับบริหารโรงแรม รวมทั้งการให้ใช้ชื่อเครื่องหมายการค้า (Licensing) ภายใต้การควบคุมมาตรฐานการให้บริการของบริษัท ต้องใช้บุคลากรเป็นหลักในการประกอบธุรกิจ ทีมงานบริหารโรงแรมของบริษัทล้วนแต่เป็นบุคลากรผู้ชำนาญการที่ผ่านงานบริหารโรงแรมห้าดาวทั้งในประเทศและต่างประเทศรวมถึงทีมงานด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ที่มีความแข็งแกร่งในการวางกลยุทธ์ พัฒนาโปรแกรมทางการตลาด และสื่อสารเพื่อสร้างเสริมให้เครื่องหมายการค้าของบริษัทมีคุณค่าและเป็นที่ยอมรับ

➤ **ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม**

-ไม่มี-

➤ **งานที่ยังไม่ส่งมอบ**

-ไม่มี-

ข.6) บริษัท อาศัย โฮลดิ้งส์ จำกัด

➤ **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัท อาศัย โฮลดิ้งส์ จำกัด จัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2561 เพื่อบริหารจัดการโรงแรมภายใต้แบรนด์อาศัย (ASAI HOTELS) ในรูปแบบเป็นเจ้าของโรงแรมและรับบริหารโรงแรม ซึ่งเป็นแบรนด์โรงแรมล่าสุดในเครือดุสิตธานี โดยมีเป้าหมายในการสร้างโรงแรมเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ชื่นชอบการเดินทางและแสวงหาประสบการณ์ท่องเที่ยวใหม่ๆ จากชุมชนท้องถิ่น โรงแรมอาศัยเป็นโรงแรมไลฟ์สไตล์ในราคาที่จับต้องได้ พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ตกแต่งและใช้เฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากวัสดุที่ดี ให้ความสำคัญกับความสวยงาม ปลอดภัย ความคุ้มค่าของราคา และมีระบบการบริหารจัดการที่ง่ายและกระชับ โดยมีพื้นที่ส่วนกลางและบริการอื่นๆ การออกแบบของโรงแรมจะออกแบบให้มีขนาดห้องพักมาตรฐานระหว่าง 15-18 ตารางเมตร เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดบนเนื้อที่ทั้งหมดประมาณ 500-700 ตารางเมตร

เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2563 ได้เปิดตัวโรงแรมอาศัย กรุงเทพฯ ไข่มุกท่าวัน ในลักษณะ Soft-Opening ซึ่งเป็นโรงแรมอาศัยแห่งแรก ตั้งอยู่บนชั้น 4-8 ของอาคารศูนย์กลางค้าแอมไชน่าทาวน์ในย่านใจกลางเยาวราช มีห้องพักจำนวน 224 ห้อง ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 จนถึงขณะนี้ อย่างไรก็ตาม โรงแรมมีการปรับตัวตลอดเวลาเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจท่ามกลางสถานการณ์ดังกล่าว โดยที่ผ่านมา มีการให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มที่ห้องอาหาร JAM JAM Eatery & Bar พร้อมทั้งมีการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น โยคะยามเช้า เวิร์คช็อปการทำเส้นพาสต้า และการทำผ้ามัดย้อม รวมถึงการแสดงดนตรีในยามค่ำคืน นอกจากนี้ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น ห้องประชุม ห้องฟิตเนส ที่จอดรถอัตโนมัติ และสวนผักอินทรีย์ ซึ่งเน้นความเป็นท้องถิ่นและสะท้อนถึงตัวตนเอกลักษณ์ของชุมชนนั้นๆ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำให้กับลูกค้าที่เข้าพักตามสไตล์แกน “Live Local”

นอกจากนี้ โรงแรมอาศัย ได้สร้างความแตกต่างจากการบริการรูปแบบเดิม โดยการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกสบาย การมอบประสบการณ์ในการจองและเข้าพักกับนักเดินทาง อาทิ การเช็คอินด้วยตนเองที่ตู้บริการอัตโนมัติ บริการคู่มือท่องเที่ยวออนไลน์แบบพิเศษซึ่งให้ข้อมูลกับลูกค้าเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมต่างๆ ที่ใกล้เคียงกับโรงแรม ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ได้ถ่ายทอดไปยังพนักงานทุกคน โดยได้จัดงานปฐมนิเทศที่เรียกว่า “ASAI Local Day” ซึ่งพนักงานทุกคนได้สัมผัสถึงวัฒนธรรมต่างๆ ของชุมชน ผ่านการเดินชมโดยรอบ การชิม การดื่ม หรือแม้กระทั่งการซื้อของ เพื่อให้พนักงานซึมซับและเข้าใจชุมชนมากเสมือนเป็นคนในชุมชนนั้นเอง โดยสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้เป็นอย่างดี

➤ การตลาดและการแข่งขัน

(ก) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

กลุ่มเป้าหมาย:

นักเดินทางยุคใหม่ที่มีแนวคิดและไลฟ์สไตล์แบบมิลเลนเนียล เน้นตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จีน ญี่ปุ่น เกาหลี และนักเดินทางที่แสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ และแตกต่างในราคาที่จับต้องได้ และความคุ้มค่าในผลิตภัณฑ์ ซึ่งขณะนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีการเติบโตมากที่สุดและยังเป็นกลุ่มตลาดที่มีความน่าสนใจที่จะเข้าพักในโรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีการตกแต่งและใช้วัสดุอย่างดีซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของโรงแรมอาศัย

อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ COVID-19 ในปัจจุบันยังไม่คลี่คลาย ทำให้กลุ่มลูกค้าของโรงแรมในปี 2563 ยังคงเป็นลูกค้าภายในประเทศ และคาดการณ์ว่า หลังสถานการณ์เริ่มคลี่คลายไปในทิศทางที่ดีขึ้น จะสามารถรับลูกค้าต่างชาติได้เพิ่มขึ้นจำนวนมาก

(ข) สภาพการแข่งขัน

การออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ เทคโนโลยีและประสบการณ์แบบคนท้องถิ่น คือสิ่งที่นักเดินทางกลุ่มมิลเลนเนียลแสวงหา ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่ต้องการใช้เวลาไปกับการอยู่แต่ในห้องพัก แต่จะใช้บริการที่ลือขบซึ่งเป็นที่ทำงานและที่พบปะสังสรรค์ สามารถพักในห้องที่มีขนาดกะทัดรัดโดยที่ตั้งของโรงแรมอยู่ใกล้กับสถานที่ที่น่าดึงดูด และมีความสัมพันธ์กับชุมชน นอกจากนี้ จากการบริการที่แปลกใหม่ ทำให้พนักงานมีทักษะที่หลากหลาย สามารถทำงานได้ในหลายตำแหน่ง และมีการปรับตัวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้โรงแรมอยู่รอดในสถานการณ์ที่ยากลำบากเช่นนี้

โรงแรมอาศัยได้ให้ความสำคัญกับพนักงานเป็นอย่างมาก ต้องการให้โรงแรมอาศัยเป็นสถานที่ที่พนักงานทำงานแล้วมีความสุข และสามารถเติบโตก้าวหน้าในสายอาชีพการงานได้อย่างดีเยี่ยม และเมื่อเทียบกับโรงแรมอื่น อาศัยมีพนักงานเฉลี่ยเมื่อเทียบกับจำนวนห้องอยู่ที่ 0.32 เท่านั้น ในขณะที่ค่าเฉลี่ยของโรงแรมทั่วไปจะอยู่ 0.73 ทั้งนี้ คู่แข่งทางการค้า ได้แก่ Holiday Inn Express (IHG), Moxy (Marriott), CitizenM, Red Planet, ibis (AccorHotels)

➤ การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

เป็นการให้บริการที่พักและร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการหาประสบการณ์ใหม่ๆ แบบท้องถิ่น และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันพร้อมเทคโนโลยีที่ทันสมัย เนื่องจากการใช้จ่ายปัจจุบันของนักท่องเที่ยวเริ่มเปลี่ยนไปใช้ช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทอย่างมากในชีวิตประจำวัน โรงแรมอาศัยจึงต้องพัฒนาเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น นอกจากการให้บริการที่ทันสมัยแล้ว โรงแรมอาศัยยังไม่หยุดยั้งที่จะพัฒนาสินค้าและได้ร่วมมือกับหุ้นส่วนต่างๆ เช่น HENDRICKS GIN, APEROL SRITZ, WINE GARAGE, PATOM ORGANIC LIVING, ERR Urban Rustic Thai, APPIA, Seoul Food Mahanakhon, Akha Ama Coffee, Kad Kokoa และอื่นๆ เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าให้ได้มากที่สุดถึงความเป็นไลฟ์สไตล์ของอาศัย ทั้งนี้ โรงแรมยังให้บริการสถานที่ในการจัดงานอีเวนต์ ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีเยี่ยม เช่น Microsoft, SCG, Leica, Kiatnakin Phatra

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี-

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

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

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

อีลิธ เฮเวนส์ เป็นผู้ให้บริการและให้เช่าวิลล่าสุดหรูชั้นนำในเอเชีย เปิดดำเนินการมาแล้ว 23 ปี โดยมีเครือข่ายวิลล่าสุดหรูและชาเลต์จำนวน 274 แห่ง* ตั้งอยู่ในจุดหมายปลายทางยอดนิยมอย่าง บาห์ลี ลอมบอก ภูเก็ต เกาะสมุย ศรีลังกา และนิเซโกะ

ลักษณะการดำเนินการคือ บริษัทจะทำสัญญาข้อตกลงพื้นฐานพิเศษโดยตรงกับเจ้าของวิลล่าสุดหรูเพื่อทำการจัดการและ/หรือทำการตลาดอสังหาริมทรัพย์ทั่วโลกผ่านช่องทางการจองที่เป็นกรรมสิทธิ์และตัวแทนขาย ซึ่งการดำเนินงานของ อีลิธ เฮเวนส์ นั้นได้รับการสนับสนุนโดยเทคโนโลยีที่ได้รับการพัฒนาภายใน เป็นการจัดการแบบเรียลไทม์ที่รวมทั้งปฏิทิน อัตราราคา ผ่านช่องทางการจองที่หลากหลาย สามารถ

ปรับเปลี่ยนสถานที่และสกุลเงินได้มากมาย ทั้งนี้ ยังสามารถเข้าถึงผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด เช่น เจ้าของวิลล่า ตัวแทนการท่องเที่ยว พนักงานวิลล่าผู้บริหารและพนักงาน เพื่อเป็นการรับมือกับการแข่งขันอันท้าทายในอุตสาหกรรมนี้ พร้อมการอยู่เหนือคู่แข่งอยู่เสมอ

➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

อิลิธ เฮเวนส์ ให้บริการวิลล่าตากอากาศระดับไฮเอนด์ที่ได้รับการคัดสรรมาแล้วในเมืองท่องเที่ยวที่เป็นที่ต้องการมากที่สุดในเอเชีย สถานที่ให้บริการแต่ละแห่งจะได้รับการประเมินก่อนการเลือกเพื่อให้แน่ใจว่าตรงกับความเป็นแบรนด์ระดับบน

จากผลกระทบของการระบาดของเชื้อ COVID-19 ในปี 2563 ทำให้เจ้าของวิลล่าบางรายเลือกที่จะถอนวิลล่าออกจากตลาดและหยุดการดำเนินการธุรกิจเป็นการชั่วคราว เพื่อลดต้นทุนจากการดำเนินงาน

ที่ตั้ง	จำนวนวิลล่าที่ทำการตลาด	จำนวนวิลล่าที่บริหารจัดการ	รวม
อินโดนีเซีย	95	67	162
ไทย	31	47	78
ญี่ปุ่น	0	21	21
ศรีลังกา	5	0	5
มัลดีฟส์	8	0	8
ทั้งหมด	139	135	274

*ในจำนวนวิลล่าทั้งหมด 274 แห่ง (ไม่รวมวิลล่าในประเทศอินเดียจำนวน 22 แห่งซึ่งดำเนินการผ่านตัวแทน) มี 32 แห่งที่หยุดการดำเนินการธุรกิจเป็นการชั่วคราวในปี 2563 เนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 ได้แก่ 30 แห่งในประเทศอินโดนีเซีย และ 2 แห่งในประเทศไทย

วิลล่าที่ให้บริการประกอบด้วยวิลล่าเดี่ยว คอมเพล็กซ์วิลล่าขนาดเล็ก และคอมเพล็กซ์วิลล่าขนาดใหญ่อีกสองสามแห่ง จำนวนห้องนอนต่อวิลลามีตั้งแต่ 1 ถึง 9 ห้อง โดยเฉลี่ยแล้วจะมี 4 ถึง 5 ห้องนอน วิลล่าแต่ละหลังมีสโตร์และที่ตั้งอันหลากหลาย มีการออกแบบทั้งแบบทันสมัยไปจนถึงแบบดั้งเดิม ตั้งแต่บ้านริมทะเลในเขตร้อนชื้น ซาเลต์สกีบนภูเขา สถานที่พักผ่อนในชนบท และบ้านพักที่มีวิวทิวทัศน์บนหน้าผาแบบพาโนรามาสวยงามที่เหมาะสมสำหรับจัดงานแต่งงาน บ้านพักตากอากาศฤดูร้อนทั้งหมดมีสระว่ายน้ำส่วนตัว หลายหลังมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม เช่น สนามเทนนิส ห้องพักผ่อน ห้องเล่นเกมห้องออกกำลังกาย ห้องสปา และโรงภาพยนตร์ในบ้าน

บ้านพักตากอากาศที่โดดเด่นของ อิลิธ เฮเวนส์ ได้แก่ บ้านผาทะเลและชาวา บีช วิลล่า (ภูเก็ต ประเทศไทย) โนกู บีช เฮาส์ และพันดาวา คลิฟ เอสเตท (บาห์ลี อินโดนีเซีย) บ้านสุริยา และปามาเซีย ริทริต (เกาะสมุย ประเทศไทย) วิลล่า ซาฟิ และ เซอลอง เซอโล เรซิเดนส์ (ลอมบอก อินโดนีเซีย) บ้านเอกอัครราชทูต (กอลล์ ศรีลังกา) และวิลล่า เซชู (นิเซโกะ ญี่ปุ่น)

การบริการให้กับเจ้าของวิลล่า

อีลิธ เฮเวนส์ ให้บริการแบบครบวงจรชนิดที่ไร้รอยต่อสำหรับเจ้าของวิลล่า ด้วยการจัดการกระบวนการตลาด การจัดการและการเช่าทั้งหมด ซึ่งจะช่วยยกระดับและให้โอกาสทางการค้าของอสังหาริมทรัพย์ที่มีเอกลักษณ์ ให้อยู่ภายใต้แบรนด์ อีลิธ เฮเวนส์ เช่นเดียวกับแบรนด์วิลล่าเดี่ยวสุดหรู

อีลิธ เฮเวนส์ ยังได้ทำการตลาดโดยการนำเสนอวิลล่าทั่วโลก ส่วนการสร้างแบรนด์วิลล่าแต่ละแห่งนั้นจะใช้ป้ายโฆษณา เมนู ชุดเครื่องแบบ และชุดข้อมูล นอกจากนี้ ยังสร้างเว็บไซต์วิลล่าโดยใช้ภาพถ่ายจากมืออาชีพและเขียนคำโฆษณาเชิญชวน โดยวิลล่าแต่ละแห่งจะทำการตลาดผ่านทางพอร์ทัลการจองที่เป็นกรรมสิทธิ์ของอีลิธ เฮเวนส์ เว็บไซต์ในเครือ และตัวแทนขาย และการแสดงสถานะออนไลน์ของวิลล่าจะได้รับการปรับให้เหมาะสมผ่านหลายช่องทางรวมถึงสื่อที่ต้องชำระเงิน สื่อที่บริษัทเป็นเจ้าของ และสื่อที่ไม่ต้องชำระเงิน

การบริการลูกค้า

อีลิธ เฮเวนส์ มอบประสบการณ์ระดับห้าดาวให้แก่แขกผู้เข้าพักตั้งแต่การจองไปจนถึงการเช็คอิน โดยปรับให้เข้ากับความต้องการในแต่ละสถานที่โดยเฉพาะ วิลล่าแต่ละหลังจะมีพนักงานมืออาชีพทั้งพนักงานต้อนรับ หัวหน้าพ่อกครัว บัตเลอร์ แม่บ้าน พนักงานรักษาความปลอดภัย และคนขับรถ นอกจากนี้ยังมีทีมที่ช่วยดูแลการขนส่งส่วนบุคคล และการจัดเตรียมอาหารและเครื่องดื่มที่หรูหรา ซึ่งมีการเก็บสต็อกล่วงหน้าตามที่แขกร้องขอไว้ด้วย การดำเนินงานลักษณะนี้ได้รับการออกแบบมาเพื่อให้บริการกับบุคคลในระดับสูง

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ความคาดหวังและความต้องการของลูกค้านั้นเปลี่ยนไปมาก จากที่มักจะพักผ่อนในวิลล่า เปลี่ยนมาหาประสบการณ์ในท้องถิ่น ทำให้ผู้จัดการประสานงานวิลล่าต้องใช้องค์ความรู้ท้องถิ่นมาปรับใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เช่น การบำบัดด้วยสปา สอนเล่นว่าวบาหลิ การเช่าเรือยอชต์ การออกไปเยี่ยมชมช่างฝีมือท้องถิ่น คู่มือการเล่นสกีส่วนตัว ไปจนถึงการจองโต๊ะอาหารในร้านอาหารท้องถิ่นที่ดีที่สุดให้ได้ในนาทีสุดท้าย

ในช่วงก่อนสถานการณ์ COVID-19 อีลิธ เฮเวนส์ ยังอำนวยความสะดวกให้กับกิจกรรมในวิลล่ามากกว่า 400 รายการต่อปี รวมถึงวันเกิด วันครบรอบงานแต่งงาน งานเลี้ยง และกิจกรรมการดูแลสุขภาพ ซึ่งในปี 2563 การจัดกิจกรรมเหล่านี้ไม่สามารถทำได้ในพื้นที่ส่วนใหญ่ เนื่องจากข้อจำกัดในการรวมตัวกันช่วงสถานการณ์ COVID-19

แรงผลักดัน

ตลาดการให้เช่าที่พักในเอเชียแปซิฟิกเติบโตอย่างมีนัยสำคัญตลอดทศวรรษที่ผ่านมา โดยได้แรงหนุนจากการเชื่อมต่อทางอากาศที่เพิ่มมากขึ้น การเดินทางที่ประหยัด การเพิ่มขึ้นของรายได้ของตลาดประเทศเกิดใหม่โดยเฉพาะประเทศจีน ประสบการณ์การพักผ่อนแบบส่วนตัว ความชอบทางวัฒนธรรมของ

เอเชียสำหรับการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะและครอบครัว และการเติบโตโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว คนที่มีรายได้สูงมองว่าเอเชียแปซิฟิกเป็นจุดหมายปลายทางที่น่าดึงดูดใจสำหรับวันหยุดพักผ่อนในระยะยาว

การสร้างบ้านหลังที่สองนั้นเป็นแรงผลักดันหลักที่ทำให้เกิดความต้องการให้เข้าบ้านพักตากอากาศเพิ่มมากขึ้น ต้นทุนการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น เทคโนโลยีออนไลน์ และช่องทางการให้บริการที่เพิ่มขึ้น จะช่วยผลักดันให้มีสถานที่พักตากอากาศสำหรับให้บริการมากขึ้น

➤ การตลาดและการแข่งขัน

(ก) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

กลุ่มเป้าหมาย:

ลูกค้าของอีลิธ เฮเวนส์ ส่วนมากจะมาเป็นครอบครัว กลุ่มเพื่อน ผู้บริหาร รวมถึงการมาจัดงานแต่งงาน จัดงานพิเศษ และกิจกรรมเพื่อสุขภาพ โดยกลุ่มครอบครัวนั้นถือเป็นกลุ่มที่สร้างรายได้อันดับต้นๆ และได้รับความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับที่พักแบบอื่น นอกจากนี้ ยังมีลูกค้าทั่วไปที่มีรายได้สูงที่กำลังมองหาความเป็นส่วนตัว บริการส่วนบุคคลที่พิเศษสุด โดยก่อนสถานการณ์ COVID-19 ในแต่ละปี อีลิธ เฮเวนส์ จะให้บริการแก่ประมาณ 75,000 คน ซึ่งรวมถึงบุคคลที่มีรายได้สูง ผู้บริหารระดับสูง และคนดังที่มีชื่อเสียง

ลูกค้าที่มาใช้บริการมาจาก 110 ประเทศทั่วโลก ตลาดลูกค้าที่สำคัญคือ อาเซียน ออสเตรเลีย จีนและยุโรป ส่วนในอินเดีย จีน รัสเซียและตะวันออกกลางนั้นค่อนข้างมีการเติบโตเป็นพิเศษ

อย่างไรก็ตาม กลุ่มเป้าหมายของอีลิธ เฮเวนส์ได้เปลี่ยนไปในปี 2563 เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกค้าภายในประเทศ โดยที่อีลิธ เฮเวนส์ ยังได้สร้างการรับรู้ต่อแบรนด์และสานสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าท้องถิ่นในประเทศหลักๆ ที่บริษัทดำเนินกิจการอยู่ และลูกค้าท้องถิ่นเหล่านี้จะยังมีความสำคัญเชิงกลยุทธ์ต่อไป

(ข) สภาพการแข่งขัน

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

การตลาดในระดับล่าง คือ บริการทำความสะอาดและบำรุงรักษาอพาร์ทเมนต์และวิลล่าในระดับล่างถึงกลาง ในส่วนนี้จะให้บริการโดยกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ที่มุ่งเน้นการตลาดที่มีการขยายไปสู่การจัดการ นอกจากนี้ ตลาดการให้เช่าที่พักตากอากาศอันหรูหราได้มาถึงขั้นตอนการพัฒนาที่แตกต่างกันไป ในแต่ละประเทศ บ้านพักตากอากาศประมาณ 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 จุดหมายปลายทางที่สำคัญคือภูเก็ต เนื่องจากสภาพภูมิอากาศ ชายหาดและประเพณีการท่องเที่ยวที่มีมาอย่างยาวนาน โดยคาดว่ามียิลค่าประมาณ 700 หลัง ส่วนเกาะสมุยนั้นเพิ่งเกิดขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ มียิลค่าประมาณ 700 หลัง นอกจากนี้ ยังมีจุดหมายปลายทางอื่นๆ ได้แก่ เชียงใหม่ พัทยาและหัวหิน

ศรีลังกา – แม้ว่าศรีลังกาจะเพิ่งเริ่มต้นทำการท่องเที่ยวมาไม่นาน แต่ก็มีมียิลค่าประมาณ 300 หลัง ซึ่งส่วนใหญ่อยู่บนชายฝั่งทางใต้

ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ – มีประวัติยาวนานเกี่ยวกับการให้เช่าบ้านหลังที่สองเป็นที่พักตากอากาศ ตลาดส่วนใหญ่เป็นตลาดในประเทศแม้ว่าจะมีช่องทางการให้บริการที่เติบโตแต่ก็มีการขยายตัวของตลาดนานาชาติมากขึ้นในแต่ละปี ระยะทางไกลระหว่างแต่ละจุดหมาย ทำให้เกิดการแบ่งส่วนของตลาดโดยผู้ให้บริการในท้องถิ่น ในออสเตรเลียมีจำนวนมียิลค่าอยู่ประมาณ 1,300 แห่ง ส่วนใหญ่อยู่ในบริเวณรอบๆ ซิดนีย์ เมลเบิร์น ชายฝั่งทางเหนือและทางใต้ของบริสเบน ชายฝั่งตะวันตกรอบเมืองเพิร์ท และแม่น้ำมาร์กาเร็ต ส่วนในนิวซีแลนด์จะอยู่บริเวณควีนส์ทาวน์

อีลิธ เฮเวนส์ เติบโตขึ้นอย่างเป็นระบบและผ่านการควบรวมกิจการของบริษัทการจัดการ 7 แห่งทั่วทั้งภูมิภาคเพื่อเป็นผู้นำในอินโดนีเซียและไทย บริษัทยังคงใช้กลยุทธ์นี้ต่อไปเพื่อคงสถานะทางการตลาดในฐานะตลาดมียิลค่าชั้นนำสุดหรูไว้และบริหารจัดการตลาดมียิลค่าทั่วเอเชียแปซิฟิก โดยบริษัทได้วางแผนขยายการเติบโตไปยังตลาดใหม่ๆ ในปี 2563 แต่แผนดังกล่าวได้เลื่อนออกไปจนกว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 สิ้นสุดลง เพื่อที่จะดำเนินการในช่วงสภาพแวดล้อมทางการค้าที่ดีขึ้น

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี-

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

ข.8) สถานบริการด้านสุขภาพ (สปา)

● เทวาลัย สปา

ธุรกิจสปาอยู่ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) โดยดำเนินกิจการด้านสปาเพื่อสุขภาพ เปิดดำเนินการในประเทศไทยจำนวน 2 แห่ง และในต่างประเทศจำนวน 8 แห่งดังนี้

ธุรกิจสปาในประเทศไทยมีจำนวน 2 แห่ง ได้แก่

1. โรงแรมดุสิตธานี พัทยา
2. โรงแรมดุสิตธานี หัวหิน

ธุรกิจสปาในต่างประเทศมีจำนวน 8 แห่ง ได้แก่

1. โรงแรมดุสิตธานี มะนิลา

2. โรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์
3. โรงแรมดุสิตธานี กวม รีสอร์ท
4. โรงแรมดุสิตธานี เลควิว ไคโร
5. โรงแรมดุสิตเดวาราณา ฮอท สปริง แอนด์ สปา จังฮัว กวางโจว
6. โรงแรมดุสิตธานี ดงไถ่ เชียงซู
7. โรงแรมดุสิตโคฮา ประเทศกาตาร์
8. โรงแรมดุสิตธานี ลาгуน่า สิงคโปร์

➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ในด้านผลิตภัณฑ์ เทวารัณย์สปา ได้พัฒนาแนวความคิด การคัดสรรสมุนไพรและน้ำมันหอมระเหยหลากหลายชนิดมาผสมผสานให้เป็นผลิตภัณฑ์ถนอมผิวในแบบเฉพาะของเทวารัณย์ เช่น น้ำมันนวด แชมพู สบู่ เจลอาบน้ำ ครีมบำรุงผิว ตลอดจนสปาที่รีตเมนต์ โดยเน้นความบริสุทธิ์ของธรรมชาติ ปราศจากสารพิษและสารเคมีสังเคราะห์ จึงมีความอ่อนโยน และไม่ทำให้เกิดอาการแพ้หรือระคายเคือง ในส่วนของผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของพืชสมุนไพร เทวารัณย์สปาได้คัดสรรพืชสมุนไพรที่ปลูกในแบบออร์แกนิกให้มากที่สุด

สำหรับการบริการ เทวารัณย์ สปา มีพนักงานที่มีความรู้และมีประสบการณ์และความชำนาญคอยให้บริการที่รีตเมนต์ที่มีให้เลือกหลากหลายและการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ไม่ว่าจะเป็นการนวดแบบต่างๆ เช่น การนวดแบบเทวารัณย์ ซึ่งเป็นการนวดที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของเทวารัณย์ การนวดด้วยศาสตร์ไทยแบบโบราณ นวดแบบสวีดิช นวดแบบอายุรเวท การนวดแบบผสมผสานทั้งแบบตะวันตกและแบบตะวันออก รวมไปถึงที่รีตเมนต์เพื่อการดูแลสุขภาพผิว

➤ การตลาดและการแข่งขัน

(ก) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

เทวารัณย์สปาดำเนินกิจการและบริหารสปาเพื่อสุขภาพ โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักคือลูกค้าที่เข้าพักในโรงแรมและลูกค้าที่เห็นความสำคัญในเรื่องสุขภาพ ในปี 2563 มีการทำการตลาดเน้นสื่อออนไลน์โดยผ่านเว็บไซต์ของโรงแรมและของเทวารัณย์ สปาเอง รวมทั้งไลน์แอปพลิเคชัน เฟสบุ๊ก และอินสตาแกรม นอกจากนี้ ยังมีการโปรโมทสปาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ เช่น หนังสือแนะนำการท่องเที่ยว นิตยสารไลฟ์สไตล์ กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ต่างๆ และผู้ทรงอิทธิพลบนโลกโซเชียลหรือบล็อกเกอร์

(ข) สภาพการแข่งขัน

ปัจจุบันธุรกิจสปาและการดูแลสุขภาพที่ดีแบบองค์รวมหรือเวเลนเนส ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากและถือเป็นสิ่งจำเป็นในโรงแรมโดยเฉพาะระดับห้าดาว จึงทำให้มีสถานประกอบการสปาและเวเลนเนสจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีคู่แข่งเปรียบเทียบในระดับเดียวกัน อาทิเช่น บันยันทรี สปา เซ็นทารา สปา อนันตรา สปา และ ชิกเซนต์ สปา เป็นต้น

ในการนี้ เทวารัณย์สปาได้นำกลยุทธ์ Blue Ocean มาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจและการส่งเสริมการตลาด โดยไม่เน้นการลดราคาเพียงอย่างเดียว แต่มีการนำเสนอทางเลือกใหม่ๆ ให้กับลูกค้า ซึ่งหมายถึงการพัฒนาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง โดยเราจะคำนึงถึงกลุ่มลูกค้า ความต้องการของลูกค้า ความนิยม รวมถึงทิศทางการตลาดควบคู่ไปกับการรักษาคอนเซ็ปต์ Back to Basics ของเทวารัณย์สปา

โดยทั่วไปแล้ว กลุ่มเป้าหมายของเทวารัณย์ จะเป็นลูกค้าระดับ B+ ขึ้นไป ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยแบ่งเป็นสุภาพสตรีประมาณร้อยละ 60 และสุภาพบุรุษประมาณร้อยละ 40 ซึ่งกลุ่มลูกค้าของเทวารัณย์แต่ละสาขา จะแตกต่างกันออกไป เช่น สาขามะนิลา ซึ่งเป็นสปาในเมือง ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นหญิงสาววัยทำงาน ที่ต้องการผ่อนคลายในเวลาที่ค่อนข้างจำกัด ในขณะที่ลูกค้าของเทวารัณย์ในประเทศไทยในสาขาต่างจังหวัด เช่น พัทยา และหัวหิน จะเป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการให้การทำสปาเป็นกิจกรรมที่ช่วยเติมเต็มช่วงเวลาพักผ่อนให้สมบูรณ์

สำหรับปี 2563 นี้ เทวารัณย์สปายังคงจัดให้มีการส่งเสริมการขาย สำหรับช่วงเทศกาลต่างๆ เพื่อเป็นการ Refresh การตลาดให้น่าสนใจอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งภาพรวมของธุรกิจสปาไทย ยังคงเป็นที่ยอมรับจากสากลว่าเป็นสปาที่มีคุณภาพดีที่สุดในโลก นอกจากนี้กระแสการให้ความสำคัญต่อการดูแลสุขภาพหรือเวลเนสที่เพิ่มขึ้น ก็น่าจะเป็นปัจจัยที่สร้างโอกาสและกระตุ้นธุรกิจสปาและเวลเนสให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง

➤ การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

เทวารัณย์สปาได้เลือกบริษัท ไอ พลัส คิว จำกัด ที่มีชื่อเสียงและมีประสบการณ์อันยาวนานในการเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สปาที่ได้รับการยอมรับในระดับประเทศและระดับสากลเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สปาตามสูตรเฉพาะของเทวารัณย์ อันได้แก่ น้ำมันนวด แชมพู สบู่ เจลอาบน้ำและครีมบำรุงผิว สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการดูแลผิวหน้าคือ Algotherm นั้นบริษัท ไบโอคอส ประเทศไทย จำกัด เป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการในประเทศไทย

ในกรณีที่ประเทศนั้นๆ ไม่สามารถนำเข้าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้ เทวารัณย์สปาได้ตั้งเกณฑ์ในการจัดหาผลิตภัณฑ์ทดแทนไว้ดังนี้

1. ต้องเป็นบริษัทที่มีแปลงการเพาะปลูกพืชสมุนไพรเอง หากมีการเพาะปลูกแบบไร้สารกันแมลงหรือการเพาะปลูกแบบออร์แกนิกจะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ
2. ต้องเป็นบริษัทที่มีโรงงานผลิต ผลิตภัณฑ์สปาที่ได้รับมาตรฐานแบบสากล อีกทั้งยังสามารถตรวจสอบได้จากทีมงานของเทวารัณย์สปา
3. สามารถผลิตผลิตภัณฑ์สปาตามสูตรที่เป็นมาตรฐานของเทวารัณย์สปาได้ และต้องยินยอมลงนามในสัญญาที่จะไม่เปิดเผยหรือผลิตสูตรของเทวารัณย์สปาต่อบุคคลที่สาม
4. สำหรับในกรณีที่ประเทศนั้นๆ ไม่มีตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการสำหรับผลิตภัณฑ์ Algotherm เทวารัณย์สปาได้เลือกผลิตภัณฑ์ทดแทนในแบรนด์ที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับ Algotherm อาทิเช่น Phytomer, Thalga, Elemis หรือ Jurliques เป็นต้น

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เทวารักษ์สปาพยายามสร้างโอกาสให้ลูกค้าสามารถใช้บริการของสปาไปพร้อมกันกับการช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยในด้านผลิตภัณฑ์ เทวารักษ์สปา มุ่งเน้นการกลับคืนสู่ธรรมชาติ จึงได้คัดสรรสมุนไพรและน้ำมันหอมระเหยหลากหลายชนิดมาผสมผสานให้เป็นผลิตภัณฑ์กลิ่นอมิวนิในแบบเฉพาะของเทวารักษ์ โดยเน้นความบริสุทธิ์ของธรรมชาติ ปราศจากสารพิษและสารเคมีสังเคราะห์ รวมทั้งเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของพืชสมุนไพรที่ปลูกแบบออร์แกนิกให้มากที่สุด รวมทั้งการสร้างสปาที่สามารถใช้แสงจากธรรมชาติหรือลดการใช้เครื่องปรับอากาศเพื่อประหยัดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ไฟฟ้าและน้ำ

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

● น้ำสปา

น้ำสปา เป็นธุรกิจในเรื่อง คุณติ อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล หนึ่งในผู้ดำเนินธุรกิจโรงแรมและบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำของไทย โดยน้ำสปา มีสาขาในประเทศต่างๆ ดังนี้

สาขาที่ตั้งในโรงแรม ได้แก่

1. โรงแรมดุสิตธานี อาบูดาบี สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
2. โรงแรมดุสิตธานี คูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
3. โรงแรมดุสิตดีทู ยาร์เก ทิมพู ประเทศภูฏาน
4. โรงแรมดุสิตดีทู ดาเวา ประเทศฟิลิปปินส์
5. โรงแรมดุสิตดีทู เซบู ประเทศฟิลิปปินส์
6. โรงแรมดุสิต บีชีรีสอร์ท กวม สหรัฐอเมริกา

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

➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

น้ำสปาได้คัดสรรผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ในการนวดและทรีตเมนต์ดูแลผิวกายขึ้นเอง อาทิเช่น ผลิตภัณฑ์ขัดผิวชนิดต่างๆ ที่ทำมาจากวัตถุดิบธรรมชาติ และน้ำมันนวดกลิ่นต่างๆ ที่ผลิตจากน้ำมันกลิ่นเย็นคุณภาพชั้นเยี่ยม ผสมผสานน้ำมันหอมระเหยธรรมชาติสูตรเฉพาะ โดยมีแนวคิดและการบริการ “Namm” มาจากการป้องกันเสียงกับคำไทยคำว่า “น้ำ” โดยการนำอักษรตัวแรกของน้ำสปามารวมกันเป็นสปาคอนเซ็ปต์ ได้แก่ Natural ธรรมชาติ Aroma กลิ่น Massage การนวด และ Marine ท้องทะเล

น้ำสปา มีพนักงานนวดที่มีประสบการณ์และความชำนาญคอยให้บริการทรีตเมนต์ที่มีให้เลือกอย่างหลากหลายทั้งการนวดตัว การดูแลผิวกาย ผิวหน้า การดูแลเล็บ แวกผิวกาย และแพคเกจต่างๆ ที่ออกแบบมาเพื่อ

สร้างความรู้สึกละมุนคลายแก่ผู้มาใช้บริการ โดยเฉพาะในส่วนของกรนวดที่โดดเด่นคือ นวดชิกเนเจอร์ ซึ่งเป็นการนวดที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะผสมผสาน 3 เทคนิค คือการนวดไทย การนวดโลมี โลมี และการนวดอายุรเวทที่ช่วยผ่อนคลายร่างกายและจิตใจ

➤ การตลาดและการแข่งขัน

(ก) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

น้ำสาดำเนินกิจการสปาเพื่อสุขภาพ โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักคือลูกค้าที่เข้าพักในโรงแรมและลูกค้าที่เห็นความสำคัญในเรื่องสุขภาพ ในปี 2563 มีการทำการตลาดเน้นสื่อออนไลน์โดยผ่านเว็บไซต์ของน้ำสาดเอง รวมทั้งไลน์แอปพลิเคชัน เฟสบุ๊ค และอินสตาแกรม นอกจากนี้ยังมีการโปรโมทสปาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ เช่น หนังสือแนะนำการท่องเที่ยว นิตยสารไลฟ์สไตล์ กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ต่างๆ และผู้ทรงอิทธิพลบนโลกสังคมออนไลน์หรือบล็อกเกอร์

แนวคิดและการบริการ “Namm” มาจากการพ้องเสียงกับคำไทยคำว่า “น้ำ” โดยการนำอักษรตัวแรกของน้ำสาดมารวมกันเป็นสปาคอนเซ็ปต์ ได้แก่ Natural ธรรมชาติ Aroma กลิ่น Massage การนวด และ Marine ท้องทะเล ทั้งนี้ แฟล็กชิพสโตร์ที่กรุงเทพฯ ยังให้บริการด้านความงามอีกด้วย

นอกจากนี้ บรรยากาศโดยรอบของน้ำสาดเป็นการตกแต่งแบบไทยร่วมสมัยผสมผสานกับงานไม้ ที่ให้ความรู้สึกและบรรยากาศการต้อนรับที่อบอุ่น รวมถึงการตกแต่งภายในที่ทันสมัยแต่ให้ความรู้สึกนุ่มนวล และสิ่งที่ใช้ที่ให้บริการของสปาของน้ำสาดตามแนวคิดของสปา วัสดุตกแต่งจากธรรมชาติ ทั้งหมดนี้ได้ออกแบบมาเพื่อให้ผู้มาเยือนได้รับความรู้สึกที่ผ่อนคลายและค้นพบความเงียบสงบในโลกของสปาอย่างแท้จริง

(ข) สภาพการแข่งขัน

ปัจจุบันธุรกิจสปาได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจึงทำให้มีสถานประกอบการสปาและจำนวนผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีคู่แข่งเปรียบเทียบในระดับเดียวกัน อาทิเช่น ปัญญบุรี สปาดีวานา สปาและโอเอซิส สปา เป็นต้น

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในด้านผลิตภัณฑ์ น้ำสาดมุ่งเน้นการกลับคืนสู่ธรรมชาติ จึงได้คัดสรรสมุนไพรและน้ำมันหอมระเหยหลากหลายชนิดมาผสมผสานให้เป็นผลิตภัณฑ์ถนอมผิวในแบบเฉพาะของน้ำสาด 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 ตั้งแต่คาเฟ่และบิสโทรอย่าง ดุสิตกูร์เมต์ ที่สามารถรับประทานอาหารและเครื่องดื่มได้ตั้งแต่เช้าจรดค่ำ ไปจนถึงร้านอาหารไทย เบญจรงค์ และร้านอาหารเวียดนาม เชียนดอง 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

- สร้างกลยุทธ์เพื่อให้บ้านดุสิตธานี เป็นสถานที่พบปะสังสรรค์ของทุกเพศทุกวัย ซึ่งเหมาะสมสำหรับคนรุ่นใหม่ ซึ่งยังคงรักษาไว้ซึ่งลูกค้าของดุสิตธานี
- ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เกี่ยวกับสินค้าและบริการ เพื่อสร้างการรับรู้และผลักดันแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักในประเทศ รวมถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ที่เป็นชาวต่างชาติ
- ร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อให้บริการจัดส่งอาหาร ได้แก่ โรบินฮู้ด ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่ทันสมัยในเรื่องของการบริการและการรับชำระเงิน เพื่อสร้างความสะดวก เข้าถึงลูกค้าได้ง่าย และให้ความปลอดภัยกับลูกค้า

- สร้างรูปแบบการให้บริการในรูปแบบใหม่ตามวิถีการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไป เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 เช่น การให้บริการอาหารเข้าเป็นอาหารกล่อง ในราคาย่อมเยา บริเวณหน้าบ้านดุสิตธานี
- ปรับตัวให้เป็นศูนย์กลางแห่งการเรียนรู้ ด้วยการจัดกิจกรรมเวิร์คช็อปต่างๆ เช่น สอนการทำลูกชุบ สอนวาดภาพอาหาร สอนทำช็อกโกแลต สอนทำเทียน กิจกรรมโยคะ และชมภาพยนตร์ในสวน (Movie night in the garden) ฯลฯ
- เพื่อสร้างความแตกต่างจากร้านอาหารอื่น ลูกค้าสามารถนำสุนัขเข้ามาเดินเล่นในร้านและสวนได้

(ข) สภาพการแข่งขัน

ในปี 2563 ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มต่างได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ภาครัฐได้กำหนดให้ร้านอาหารมีมาตรการควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาดของเชืดังกล่าว รวมถึงการปรับเวลาเปิดและปิดร้านอาหาร ส่งผลให้ร้านอาหารมีการปรับการขายอาหารเป็นแบบนำกลับบ้าน (Take away) และให้บริการจัดส่งอาหาร (Delivery) มากขึ้น อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีสัญญาณบวกจากวัคซีนต้านเชื้อ COVID-19 ที่จะส่งผลให้เศรษฐกิจฟื้นตัว แต่การนำมาใช้ในวงกว้างยังคงต้องใช้เวลา ส่งผลให้ร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ อาทิ ร้านอาหาร Fine Dining ร้านอาหารบุฟเฟต์ รวมถึงร้านอาหารที่เจาะกลุ่มลูกค้าเฉพาะ เช่น นักท่องเที่ยวต่างชาติ หรือชาวต่างชาติที่มาทำงานในประเทศไทย ได้รับแรงกดดันจากทั้งความกังวลของผู้บริโภคและกำลังซื้อของกลุ่มเป้าหมาย

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า ปัจจัยกดดันดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับรูปแบบธุรกิจเพื่อความอยู่รอด ซึ่งแนวโน้มที่เห็นชัด คือ รูปแบบของร้านอาหารขนาดเล็ก (Compact size) ที่เคลื่อนเข้าสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างครอบคลุมและรวดเร็ว (Mobility) รวมถึงมีความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการ (Flexibility) มากกว่ารูปแบบเดิม ซึ่งโอกาสในความสำเร็จนั้นจะขึ้นอยู่กับปัจจัยเฉพาะของแต่ละร้านอาหาร รวมถึงมาตรการป้องกัน COVID-19 ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้ออาหารจากผู้ประกอบการที่มีมาตรการป้องกันดังกล่าวที่น่าเชื่อถือมากกว่า

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการต่างมีการปรับกลยุทธ์ทั้งในแง่คุณภาพและบริการ รวมถึงการมีโปรโมชั่นส่วนลด โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก และอินสตาแกรมเป็นช่องทางในการโปรโมทร้านอาหารให้เป็นที่รู้จัก สร้างฐานลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น และแข่งขันในตลาดได้ ปัจจุบันบ้านดุสิตธานีได้มีการปรับรูปแบบธุรกิจใหม่ ภายใต้แนวคิด “บ้านดุสิตธานี รวมพลดังตอบแทนสังคมไทย” คือ การให้บริการอาหารเข้าเป็นอาหารกล่อง เช่น ข้าวไข่เจียวทรงเครื่อง โจ๊กหมูใส่ไข่อ่อนเส้น ข้าวเหนียวหมูปั้น และอื่นๆ ในราคา 40-50 บาท ประุงอาหารด้วยวัตถุดิบคุณภาพชั้นดีโดยเชฟโรงแรม ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวได้รับการตอบรับที่ดีมาก ส่งผลให้บ้านดุสิตธานีพัฒนาต่อยอดสินค้า โดยคิดเมนูอาหารใหม่ๆ เพิ่มเติม เช่น ข้าวไก่ย่างตะไคร้ ข้าวหมูตุ๋น สเปกเก้ตต์ และอื่นๆ โดยร่วมกับพันธมิตรเพื่อจัดส่งอาหารถึงสถานที่ของลูกค้า นอกจากจะเป็นการช่วยหารายได้เพิ่มเติมให้กับบริษัทแล้ว ยังทำประโยชน์ให้แก่สังคมส่วนรวมในสถานการณ์เช่นนี้ด้วย

➤ **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ดุสิต กรุเมตต์ ให้บริการอาหารประเภทขนมหวาน (Bakery) อาหาร Light meal อาหารเช้า All day breakfast และเมนูเครื่องดื่ม อีกทั้ง ยังมีร้านอาหารไทย เบญจรงค์ และร้านอาหารเวียดนาม เขียนทอง ให้บริการอาหารมื้อหลักด้วยเมนูจานอร่อยโดยเชฟจากโรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ โดยคัดสรรวัตถุดิบจากธรรมชาติที่ได้คุณภาพ ปรุงอาหารสด สะอาด ตามมาตรฐาน และให้ประโยชน์ทางโภชนาการต่อร่างกาย

➤ **ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม**

-ไม่มี-

➤ **งานที่ยังไม่ส่งมอบ**

-ไม่มี-

ค.2) บริษัท ดุสิต โฮสปีตลิตี้ เซอร์วิส จำกัด

● **ดุสิต ออน ดีมานด์**

➤ **ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

ดุสิต ออน ดีมานด์ (Dusit On demand) เป็นบริการหนึ่งที่อยู่ภายใต้บริษัท ดุสิต โฮสปีตลิตี้ เซอร์วิส จำกัด โดยจะใช้ทรัพยากรต่างๆ จากโรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในกรณีนี้ บริษัทได้เล็งเห็นถึงจำนวนพนักงาน และประสบการณ์ในการทำงานด้านการให้บริการที่ได้มาตรฐาน จึงเกิดแนวคิดในการให้บริการต่างๆ เพื่อสนองความต้องการในด้านต่างๆ ให้กับลูกค้า โดยแบ่งตามประเภทของงาน ได้แก่ บริการทำความสะอาด บริการงานช่าง บริการดูแลสวน และบริการจัดเลี้ยงส่วนตัวที่ให้บริการทั้งในส่วนพนักงานครัว บริการและพนักงานล้างจาน ทั้งนี้ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในการให้บริการจะไม่มีการใช้หลอดดูดพลาสติก และใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดของ Ecolab ที่ผ่านการรับรองตามมาตรฐานของ Green Seal ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร และเป็นผู้บุกเบิกการเคลื่อนไหวเชิงนิเวศที่ดีกับสภาพแวดล้อม

ดุสิต ออน ดีมานด์ (“DOD”) ได้ให้บริการด้านบุคลากรแก่โรงแรมระดับ 5 ดาว อาคารสำนักงานในรูปแบบครึ่งคราวและสัญญา ซึ่งรวมถึงบริการทำความสะอาดให้กับอาคารชุดที่พักอาศัยระดับบน (high-end) และสถานทูต โดยในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ดุสิต ออน ดีมานด์ ได้รับความไว้วางใจและความเชื่อมั่นจากลูกค้ามาโดยตลอด

➤ **การตลาดและการแข่งขัน**

(1) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

เนื่องจากในปัจจุบันมีธุรกิจที่รับทำความสะอาดอาคารสำนักงาน อาคารชุดที่พักอาศัย โรงงานอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก แต่พนักงานบริษัทเหล่านี้ส่วนใหญ่จะไม่ได้รับการอบรมฝึกฝนในแบบธุรกิจโรงแรม จึงเกิดเป็นโอกาสทางธุรกิจให้ดุสิต ออน ดีมานด์ เข้าสู่ธุรกิจและเจาะกลุ่มลูกค้าในตลาดระดับบน (high end) ได้ เช่น โรงแรม ระดับ 4 ถึง 5 ดาว และที่พักอาศัยระดับพรีเมียม เป็นต้น โดยลูกค้ากลุ่มนี้ล้วนมีความคาดหวังที่จะได้รับการ

บริการแบบมาตรฐานโรงแรมระดับ 5 ดาว ซึ่งถือเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีสัดส่วนถึงร้อยละ 60 โดยตามปกติ โรงแรมเหล่านี้จะจ้างพนักงานภายนอก (outsourcer) มาทำความสะอาด แต่การใช้บริการของดุสิต ออน ดีมานด์ โดยพนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำทำความสะอาดห้องพักของโรงแรมโดยตรง จะช่วยประหยัดเวลาในการทำการฝึกอบรมได้ ทั้งนี้ จุดเด่นด้านการตลาด คือ พนักงานที่ให้บริการมีประสบการณ์ด้านการให้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว จะมีทักษะในการใช้อุปกรณ์ต่างๆ ได้ดี

เนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ดุสิต ออน ดีมานด์ เล็งเห็นโอกาสในการขยายธุรกิจไปยังตลาดโรงแรมระดับ 3 และ 4 ดาว ที่มีความยืดหยุ่นในการทำสัญญาระยะสั้น รวมถึงการร่วมมือกับพันธมิตรที่เป็นผู้ให้บริการบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อรุกตลาดและตอบสนองความต้องการของตลาดภายในประเทศที่มีพฤติกรรมในรูปแบบปกติใหม่ (New Normal) โดยกลยุทธ์ทางธุรกิจแบบนี้จะทำให้ได้รับความสนใจในปี 2564

(2) สภาพแข่งขัน

ดุสิต ออน ดีมานด์ มีความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดเรื่องการว่าจ้างพนักงานคนไทยให้บริการแก่ลูกค้าเท่านั้น ด้วยเล็งเห็นความสำคัญของการเป็นแบรนด์ไทย และต้องการให้พนักงานที่ให้บริการสามารถถ่ายทอดการให้บริการที่แสดงความเป็นไทยในแบบฉบับของดุสิตได้ (Gracious hospitality) นอกจากนี้ ยังมีการให้บริการส่วนของช่างที่มีความชำนาญด้านการซ่อมแซมที่พักอาศัย และสามารถช่วยแนะนำการใช้พลังงานแก่ลูกค้าเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายได้อีกด้วย ในส่วนของการให้บริการจัดเลี้ยงนอกสถานที่ สถานทูต เป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการในส่วนการจัดงานเลี้ยงภายในสถานทูต โดยส่วนใหญ่จะเป็นการใช้บริการพนักงานให้บริการอาหารและพนักงานล้างจาน (Steward) ของโรงแรม

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

ในการนี้ ดุสิต ออน ดีมานด์ เป็นผู้ให้บริการด้านทรัพยากรพื้นฐานของโรงแรมรายแรกที่ดำรงตำแหน่งผู้ให้บริการระดับพรีเมียมคุณภาพสูงในตลาด โดยบริการหลัก 5 ประการ ที่ทำให้ดุสิต ออน ดีมานด์ ได้เปรียบและแตกต่างจากคู่แข่ง คือ การว่าจ้างพนักงานชาวไทยที่มีประสบการณ์ด้านโรงแรมทั้งหมด โดยพนักงานเหล่านี้จะได้รับการฝึกอบรมด้านการทำความสะอาดและความปลอดภัยในการใช้สารเคมีที่ได้รับการออกแบบให้มีมาตรฐานในระดับสูง กอปรกับการใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดของ Ecolab ที่ได้รับการยอมรับจากนานาชาติและยังเป็นมิตร

ต่อสิ่งแวดลอม นอกจากนี้ พนักงานยังได้รับการฝึกอบรมและเพิ่มพูนความรู้ที่ทันสมัยเกี่ยวกับ COVID-19 เพื่อนำข้อปฏิบัติด้านสุขอนามัยมาปรับใช้ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อโรคดังกล่าว

➤ การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การว่าจ้างพนักงานคนไทยให้บริการแก่ลูกค้าเท่านั้น เพื่อถ่ายทอดการให้บริการที่แสดงความเป็นไทยในแบบฉบับของดุสิตได้ (Gracious hospitality) และการให้บริการส่วนของช่างที่มีความชำนาญด้านการซ่อมแซมที่พักอาศัยสามารถช่วยแนะนำการใช้พลังงานแก่ลูกค้าเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายได้อีกด้วย ในส่วนของการให้บริการจัดเลี้ยงนอกสถานที่ เช่น สถานทูต โดยส่วนใหญ่จะเป็นการใช้บริการพนักงานให้บริการอาหาร และพนักงานล้างจาน (Steward) ของโรงแรม ในส่วนของผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดโดยส่วนใหญ่ จะใช้ผลิตภัณฑ์ของ Ecolab ที่ผ่านการรับรองตามมาตรฐานของ Green Seal สหรัฐอเมริกา

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดลอม

ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดโดยส่วนใหญ่ จะใช้ผลิตภัณฑ์ของ Ecolab ที่ผ่านการรับรองตามมาตรฐานของ Green Seal สหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร และเป็นผู้บุกเบิกการเคลื่อนไหวเชิงนิเวศน์ที่ดีกับสภาพแวดลอม

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

● ดุสิต อีเว้นท์

➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ดุสิต อีเว้นท์ (Dusit Event) ได้ให้บริการจัดเลี้ยงนอกสถานที่ ภายใต้บริษัท ดุสิต ฮอสปิตัลลิตี้ เซอร์วิสেস จำกัด ตั้งแต่มกราคม 2562 เป็นต้นมา ตลอดระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา ดุสิต อีเว้นท์ ถือเป็นหนึ่งในธุรกิจหลักที่ทำให้ชื่อดุสิตธานี ยังไม่เลือนหายไปจากความทรงจำลูกค้าสำคัญๆ โดยเฉพาะลูกค้าในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ภายหลังจากโรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ ได้ปิดตัวลงเพื่อพัฒนาโครงการ ในช่วงปีแรกดุสิต อีเว้นท์ ใช้เวลาระยะหนึ่งในการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ ให้ลูกค้าทราบว่าเรามีบริการจัดงานเลี้ยงนอกสถานที่ จากนั้นไม่นาน ดุสิต อีเว้นท์ ก็สามารถทำรายได้ได้อย่างต่อเนื่อง

➤ การตลาดและการแข่งขัน

(1) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

สิ่งที่ได้เปรียบเมื่อเทียบกับคู่แข่ง คือ นอกเหนือจากการที่เรามีทีมงานที่มีความชำนาญ (Expertise) เรื่องงานบริการ การจัดสถานที่ และด้านอาหารเครื่องดื่ม เทียบเท่ากับโรงแรมระดับ 5 ดาวอื่นๆ แล้ว

ดุสิตโอเว้นท์ มีความคล่องตัวในการตลาด และการบริหาร ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ความละเอียดอ่อนของการบริการแบบโรงแรม 5 ดาว และความสามารถในการสร้างความแตกต่างและความเป็นอัตลักษณ์ของแต่ละงาน เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เจ้าของงานอยากกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป ความประทับใจของแขกที่มาในแต่ละงานเป็นอีกหนึ่งช่องทางของการเพิ่มลูกค้าใหม่ๆ และสร้างชื่อเสียงให้ดุสิตโอเว้นท์ เป็นที่รู้จักมากขึ้น

ดังเช่นธุรกิจอื่นๆ ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ดุสิต โอเว้นท์ จำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ในการนำเสนอการบริการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด การให้บริการจัดส่งอาหาร (food delivery) การรับจัดงานเลี้ยงนอกสถานที่ ที่เน้นจำนวนคนน้อยและเป็นส่วนตัว การปรับเปลี่ยนวิธีการนำเสนออาหาร หรือการกำหนดราคา (price point) ที่ให้ลูกค้าในวงกว้างขึ้นกว่าเดิม เข้าถึงได้มากขึ้น เป็นต้น ล้วนเป็นความจำเป็นที่ดุสิตโอเว้นท์ ได้ปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็วภายใต้สถานการณ์ COVID-19 เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ ดุสิต โอเว้นท์ ยังได้เพิ่มมาตรการการรักษาความสะอาดที่เข้มงวดขึ้น เพื่อเพิ่มความมั่นใจ และความไว้วางใจจากลูกค้าว่าจะได้รับการบริการและคุณภาพอาหารที่ได้มาตรฐานความสะอาด และความปลอดภัยจากสถานการณ์ดังกล่าว

(2) สภาพการแข่งขัน

ปัจจุบันการจัดเลี้ยงนอกสถานที่ยังคงมีความต้องการสูง และมีธุรกิจรับจัดเลี้ยงอยู่ในตลาดเป็นจำนวนมาก ตั้งแต่โรงแรม 5 ดาว ที่มีชื่อเสียง ตลอดไปจนถึงบริษัทรับจัดงานเลี้ยง ศูนย์ประชุม และสถานที่จัดแสดงสินค้าและการประชุมต่างๆ เช่น อิมแพค เมืองทองธานี โดยคู่แข่งทุกรายต่างมีประสบการณ์และความชำนาญในธุรกิจนี้เช่นกัน แต่เนื่องจากชื่อเสียงของโรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ ซึ่งสั่งสมมาอย่างยาวนาน รวมถึงมีพนักงานจำนวนมากที่มีอายุการทำงานกับโรงแรมมาไม่ต่ำกว่า 20 ปี มีทั้งประสบการณ์และความคุ้นเคยกับลูกค้า รวมถึงผู้จัดงานได้รับความไว้วางใจจากหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชน ตลอดจนงานเสด็จพระราชดำเนินของพระบรมวงศานุวงศ์ ในโอกาสต่างๆ ทำให้ดุสิต โอเว้นท์ยังคงเป็นตัวเลือกสำคัญลำดับต้นๆ

➤ การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด จากบริษัท Ecolab ที่ผ่านการรับรองตามมาตรฐานของ Green Seal สหรัฐอเมริกา

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ดุสิต โอเว้นท์งดใช้หลอดพลาสติก และใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด จากบริษัท Ecolab ที่ผ่านการรับรองตามมาตรฐานของ Green Seal สหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร และเป็นผู้บุกเบิกการเคลื่อนไหวเชิงนิเวศที่ดีกับสภาพแวดล้อม

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

ค.3) บริษัท เกรซ มี จำกัด

➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท เกรซมี จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม 2562 เป็นบริษัทเทคโนโลยีและให้บริการดูแลที่พัก และการอยู่อาศัยแบบครบวงจรในเชิงไลฟ์สไตล์ซึ่งประกอบด้วย บริการทำความสะอาด บริการซักรีดซักแห้ง และ บริการกำจัดแมลง โดยมีแนวคิดที่จะขยายไปสู่บริการไลฟ์สไตล์ เช่น บริการจัดเลี้ยงส่วนตัว จนถึง บริการดูแลสัตว์เลี้ยง โดยใช้อัลกอริทึมขั้นสูง แพลตฟอร์มดิจิทัล และ เทคโนโลยีการสื่อสาร เพื่อสร้างประสบการณ์ของลูกค้าที่แตกต่าง ตอบสนองไลฟ์สไตล์ที่หลากหลาย ดูแลความเป็นอยู่ให้อย่างราบรื่น นอกจากนี้ บริษัท เกรซมี จำกัด มุ่งมั่นที่จะใช้นวัตกรรมทำความสะอาดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ ผู้ให้บริการทั้งหมดของ บริษัท เกรซมี จำกัด จะได้รับการฝึกอบรมและรับรองผ่านสถาบันการศึกษาของดุสิต เพื่อให้ลูกค้าได้มีความมั่นใจในคุณภาพการบริการที่สูงอย่างต่อเนื่อง

➤ การตลาดและการแข่งขัน

(1) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

พื้นที่ปฏิบัติการทางภูมิศาสตร์ของ บริษัท เกรซมี จำกัด อยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล และมีโอกาสที่จะขยายธุรกิจในด้านประเทศ ในส่วนของตลาดเป้าหมายหลัก คือผู้พักอาศัยในคอนโดมิเนียมระดับกลางถึงบน ตลาดเป้าหมายรอง คือกลุ่มลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่อยู่อาศัยและทำงานในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ในทำเลศักยภาพสูง ติดรถไฟฟ้าและสถานที่อำนวยความสะดวก โดยกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้มีความต้องการที่จะปรับปรุงคุณภาพชีวิตของพวกเขา และต้องการคำแนะนำและแนวทางแก้ไขที่เหมาะสม จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ในประเทศไทย ทำให้ลูกค้าต้องการบริการทำความสะอาดเพื่อสุขอนามัยที่เชื่อถือได้ จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจของบริษัท เกรซมี จำกัด

(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 โดยผู้ให้บริการทั้งหมดของ บริษัท เกรซมี จำกัด จะได้รับการฝึกอบรมและรับรองผ่านสถาบันการศึกษาของคุณิต เพื่อให้อุปกรณ์มีความมั่นใจในคุณภาพการบริการที่สูงอย่างต่อเนื่อง

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัท เกรซมี จำกัด มุ่งมั่นที่จะใช้น้ำยาและอุปกรณ์ทำความสะอาดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมซึ่งไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

2.2.2 ธุรกิจด้านการศึกษา

นับเป็นความภาคภูมิใจอย่างยิ่งที่ฝ่ายการศึกษาคุณิตธานี หรือ Dusit Hospitality Education (DHE) ได้สืบทอดปณิธานของกลุ่มคุณิตโดยการจัดให้มีการเรียนการสอน และการฝึกอบรมในอุตสาหกรรมบริการการต้อนรับ (Hospitality) เพื่อผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพเพื่อเข้าทำงานในโรงแรมและธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยมาตั้งแต่ปี 2536 โดยเริ่มต้นเปิดสอนหลักสูตรการเรียนด้านอุตสาหกรรมบริการในนามของโรงเรียนการโรงแรมคุณิตธานี และในปี 2539 ได้มีการยกสถานะเป็นวิทยาลัยคุณิตธานี (Dusit Thani College) โดยมีการเรียนการสอนในสาขาวิชาที่หลากหลาย อาทิเช่น สาขาการครัวและศิลปะการประกอบอาหาร (Culinary Arts & Kitchen Management) สาขาการจัดการการท่องเที่ยว (Tourism Management) และสาขาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโรงแรมและรีสอร์ท (Hotel & Resort Management)

ปัจจุบันวิทยาลัยคุณิตธานีได้มีการพัฒนาปรับปรุงเนื้อหาหลักสูตรต่างๆ ให้มีมาตรฐานระดับสากล เพื่อสร้างความภาคภูมิใจในชื่อเสียงด้านบริการของชาวไทย และได้มีการเพิ่มหลักสูตรขั้นสูง เช่น หลักสูตรการบริการส่วนหน้า การบริหารงานระดับหัวหน้างาน ระดับผู้บริหาร และผู้บริหารอาวุโส เป็นต้น แผนการเรียนเป็นไปตามกฎระเบียบของกระทรวง และมีใบรับรองการศึกษาทั้งในหลักสูตรระยะสั้นในระดับประกาศนียบัตร และในระดับปริญญาบัตรทั้งปริญญาตรี และปริญญาโท

ธุรกิจด้านการศึกษา ประกอบด้วย

ก. วิทยาลัยคุณิตธานี

➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ปัจจุบันวิทยาลัยคุณิตธานีได้รับการรับรองจากกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ให้เปิดสอนหลักสูตรระดับปริญญาตรี และปริญญาโท ดังนี้

ก.1) วิทยาลัยคุณิตธานี กรุงเทพฯ

หลักสูตรระดับปริญญาตรี จำนวน 3 สาขาวิชา ได้แก่

1. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรม (Hotel Management)

2. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการครัวและศิลปะการประกอบอาหาร (Culinary Arts & Kitchen Management)

3. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขานวัตกรรมบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Service Innovation in Tourism Industry)

หลักสูตรระดับปริญญาตรี (หลักสูตรนานาชาติ) จำนวน 2 สาขาวิชา ได้แก่

1. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะการประกอบอาหารอย่างมืออาชีพ (Professional Culinary Arts) ซึ่งเป็นหลักสูตรปริญญาความร่วมมือระหว่างสถาบัน 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 ซึ่งกำหนดการแล้วเสร็จโดยสมบูรณ์ภายในกลางปี 2564

ก.2) วิทยาลัยดุสิตธานี ศูนย์การศึกษาเมืองพัทยา

หลักสูตรระดับปริญญาตรี จำนวน 2 สาขาวิชา ได้แก่

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

วิทยาลัยดุสิตธานี ศูนย์การศึกษาเมืองพัทยา ตั้งอยู่บนถนนสุขุมวิท อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี บนเนื้อที่ 3 ไร่ ประกอบด้วย อาคารเรียน 4 อาคาร มีพื้นที่ใช้สอยทั้งสิ้น 3,183 ตารางเมตร ปัจจุบันกำลังดำเนินการปรับปรุงสถานที่ อุปกรณ์และเทคโนโลยีการเรียนการสอน เพื่อให้มีความใหม่และทันสมัยมากขึ้น

ในปี 2563 วิทยาลัยดุสิตธานีได้ดำเนินการปรับปรุงหลักสูตรภาษาไทย 2 หลักสูตร คือ สาขาวิชาการจัดการโรงแรม (Hotel Management) และ สาขาวิชาการจัดการครัวและศิลปะการประกอบอาหาร (Culinary Arts & Kitchen Management) ให้มีความทันสมัยมากขึ้น เป็นหลักสูตรที่มีความเชื่อมโยงกับการทำงานในภาคอุตสาหกรรมมากขึ้น ตลอดจนเพิ่มกลุ่มรายวิชาเอกให้มีความหลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนและอุตสาหกรรมในอนาคต

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

เป็นหน่วยงานเพื่อเป็นศูนย์กลางในการต่อยอด การนำหลักสูตรและองค์ความรู้ของวิทยาลัยดุสิตธานี ผสมผสานกับประสบการณ์จริงทางภาคธุรกิจการโรงแรมและการประกอบอาหารของกลุ่มดุสิตธานีมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในวงกว้าง โดยเปิดให้มีหลักสูตรการอบรมระยะสั้นที่หลากหลายและตอบสนองความต้องการของตลาด การให้คำปรึกษา และการให้ความช่วยเหลือในเชิงปฏิบัติ ไปสู่บริษัทห้างร้านหน่วยงานทั้งภาคเอกชนและราชการ ตลอดจนสาธารณชน เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมบริการการต้อนรับ บริการท่องเที่ยวและการโรงแรม และบริการด้านการจัดการและศิลปะประกอบอาหารในประเทศไทยให้เจริญรุดหน้ายิ่งขึ้นไป นอกจากนี้ ศูนย์ความเป็นเลิศดุสิตธานียังทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางทรัพยากรให้ฝ่ายการศึกษาดุสิตธานี เพื่อสนับสนุนการขยายกิจการการศึกษาของกลุ่มบริษัทดุสิตธานีไปในระดับนานาชาติ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากการใช้ทรัพยากรทางการศึกษาร่วมกัน

กิจกรรมหลักในปัจจุบันของศูนย์ความเป็นเลิศดุสิตธานี

1. การจัดการฝึกอบรมระยะสั้นแก่สาธารณชน เปิดสอนหลักสูตรฝึกอบรมและให้บริการวิชาการแก่ผู้ที่สนใจในอุตสาหกรรมบริการการต้อนรับและการประกอบอาหารหลายหลักสูตรตั้งแต่หลักสูตร 1-2 วัน เช่น หลักสูตรการชงกาแฟแบบมีอาชีพ (Barista Training) หลักสูตรการจัดการงานแม่บ้าน หลักสูตรการตลาดเชิงลึกสำหรับโรงแรมและรีสอร์ท และหลักสูตรการควบคุมต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้นจนถึงหลักสูตร 2-5 เดือน เช่น หลักสูตรการประกอบอาหารไทย/อาหารตะวันตกแบบมีอาชีพ และหลักสูตร Executive Program in Hotel Management หลักสูตร Executive Program in Restaurant Management ฯลฯ
2. การจัดฝึกอบรมงานทางด้านบริการการต้อนรับ (Hospitality) ที่ออกแบบตามความต้องการของลูกค้าสถาบัน (Customized Institutional Training) เพื่อตอบสนองความต้องการการฝึกอบรมแบบเฉพาะเจาะจงของบริษัทห้างร้าน หรือหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ
3. การให้เข้าห้องครัวฝึกปฏิบัติ (Training Kitchen) ห้องครัวสาธิต (Kitchen Demo Room) และห้องฝึกอบรม (Training Room) แก่ลูกค้าสถาบันและลูกค้าทั่วไป

กิจกรรมและความร่วมมือกับองค์กรอื่นๆ ของวิทยาลัยดุสิตธานี

นอกจากการมุ่งเน้นความเป็นเลิศทางวิชาการและผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพแล้ววิทยาลัยดุสิตธานียังมีส่วนสนับสนุนและช่วยเหลือสังคมในด้านพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพเพื่อไปทำงานในต่างประเทศ ตลอดระยะเวลา 27 ปีที่ผ่านมา ทางวิทยาลัยฯ ได้รับความไว้วางใจจากกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงานที่อนุญาตให้วิทยาลัยดุสิตธานีเป็นสถานที่ทดสอบฝีมือคนหางานในสาขาอาชีพธุรกิจบริการ จำนวน 5 สาขาวิชาชีพ ได้แก่ พนักงานประกอบอาหาร พนักงานผสมเครื่องดื่ม พนักงานบริการอาหารและเครื่องดื่ม พนักงานต้อนรับส่วนหน้า และพนักงานทำความสะอาด ซึ่งก็ได้มีผู้ผ่านการทดสอบและไปประกอบอาชีพในต่างประเทศเป็นจำนวนมาก

ปัจจุบันวิทยาลัยดุสิตธานี กรุงเทพฯ และศูนย์การศึกษาเมืองพัทยา ได้รับการรับรองเป็นองค์กรที่มิหน้ำที่รับรองสมรรถนะของบุคคลตามมาตรฐานอาชีพ 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 สาขาวิชาศิลปการประกอบอาหารอย่างมืออาชีพ (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 และ

นำความรู้ใหม่ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้ในวิทยาลัยให้มีความเจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น สถาบันที่วิทยาลัยได้เข้าร่วมเป็นสมาชิก 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)
- The Travel and Tourism Research Association (TTRA)
- Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB)
- Thailand Incentive and Convention Association (TICA)

โดยทุกหลักสูตรของวิทยาลัยได้รับการต่ออายุการรับรองมาตรฐานคุณภาพการศึกษาจาก The International Centre of Excellence in Tourism and Hospitality Education (THE-ICE) ในปี 2563 ซึ่งวิทยาลัยเป็นสถาบันการศึกษาแห่งแรกของประเทศไทยที่ได้รับการรับรอง นอกจากนี้หลักสูตรด้านการประกอบอาหารของวิทยาลัยยังได้รับรองคุณภาพการศึกษาจาก World Association of Chefs' Societies (WACS) ซึ่งวิทยาลัยคู่คิดธานีเป็นสถาบันการศึกษาเพียงแห่งเดียวของประเทศไทยที่ได้รับการรับรอง

วิทยาลัยฯ ได้มุ่งมั่นพัฒนางานด้านวิจัย และได้นำผลงานวิจัยที่ได้รับหนังสือรับรองการแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์และหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า จากกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ชื่อผลงานว่า “การพัฒนาตำรับอาหารไทยตามมาตรฐานของวิทยาลัยคู่คิดธานี (The Development of Thai Food Recipes in Accordance with Dusit Thani College Standard)” จัดพิมพ์เป็นหนังสือตำราอาหารไทย และหนังสือตำรับอาหารไทย-ฮาลาล มาตรฐานวิทยาลัยคู่คิดธานี เพื่อเผยแพร่แก่สาธารณชนให้เป็นที่แพร่หลายเป็นการสืบทอดศิลปะการประกอบอาหารไทยให้คงไว้ตลอดไป ซึ่งตำรับอาหารไทยตามมาตรฐานของวิทยาลัยคู่คิดธานี อยู่ในระหว่างการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าระหว่างประเทศตามพิธีสารมาดริด (Madrid Protocol) โดยปัจจุบันได้รับการรับรองเป็นจำนวน 33 ประเทศ

จากสถานการณ์โรคติดเชื้อ COVID-19 ทำให้วิทยาลัยต้องดำเนินการปรับกระบวนการเรียนการสอนของวิทยาลัยใหม่ โดยเป็นการสอนแบบผสมผสานระหว่างการเรียนในห้องเรียน และการเรียนในรูปแบบออนไลน์ ตลอดจนลดกิจกรรมต่างๆ ลง ทั้งกิจกรรมนักศึกษา กิจกรรมการแข่งขันทั้งภายในและต่างประเทศ ตลอดจนกิจกรรมทางวิชาการต่างๆ ในปี 2563

กว่า 27 ปีของความสำเร็จของวิทยาลัยคู่คิดธานีที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นหนึ่งในสถาบันการศึกษาด้านอุตสาหกรรมบริการ (Hospitality Industry) ขั้นนำที่ได้รับมาตรฐานระดับสากล ด้วยหลักสูตรการเรียนที่มีคุณภาพ ผสานกับคณาจารย์ที่มีความรู้และประสบการณ์ตรงสาขาและกิจกรรมเสริมทักษะต่างๆ ทำให้

วิทยาลัยดุสิตธานีสามารถผลิตบัณฑิตที่เต็มเปี่ยมไปด้วยความรู้ความสามารถทั้งในทักษะด้านการปฏิบัติงาน การบริหารจัดการ และการมีความคิดสร้างสรรค์และวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล เพื่อตอบสนองความต้องการของ ตลาดแรงงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ ปัจจุบันวิทยาลัยดุสิตธานีมีนักศึกษาทั้งสิ้นกว่า 2,768 คน และได้ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถสู่สังคมไปแล้ว 7,562 คน

➤ การตลาดและการแข่งขัน

การตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

กลุ่มเป้าหมาย:

- นักเรียนระดับเตรียมอุดมศึกษา ทั้งในประเทศ และจากต่างประเทศ
- ผู้ปกครองและอาจารย์แนะแนวผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการศึกษาต่อของนักเรียน มัธยมศึกษาตอนปลาย
- ศิษย์เก่าของโรงเรียนมัธยมศึกษาต่างๆ ที่เป็นักเรียนปัจจุบันของวิทยาลัยดุสิตธานี (โดยเฉพาะปี 1)
- กลุ่มผู้ทำงานในอุตสาหกรรมบริการ สำหรับการศึกษต่อในระดับปริญญาตรีเทียบโอน ประสบการณ์ และระดับปริญญาโท
- กลุ่มผู้ทำงานในอุตสาหกรรมบริการ สำหรับการฝึกอบรมเพิ่มเติมในสาขาเฉพาะทางเพื่อเพิ่มพูน ประสิทธิภาพในการทำงาน และความก้าวหน้า
- กลุ่มบริษัทต่างๆ สำหรับการอบรมพิเศษด้านการบริการ ฯลฯ

กลยุทธ์โดยภาพรวมของวิทยาลัยดุสิตธานี

1. การผสานความร่วมมือ (Synergistic Cooperation and Integration) กับส่วนธุรกิจโรงแรมอย่าง เข้มแข็งเพื่อการเติบโต โดยการผสมผสานและร่วมใช้ทรัพยากรบุคคล การตลาด สถานที่ และองค์ความรู้ ทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนสร้างพันธมิตรกับสถาบันอุดมศึกษาและภาคอุตสาหกรรมทั้งในและ ต่างประเทศ

2. การมุ่งเน้นพัฒนาวิทยาลัยสู่ความเป็นนานาชาติ (Internationalization) โดยการสร้างพันธมิตร ในเชิงกลยุทธ์ (Strategic Alliances) กับสถาบันการศึกษาต่างประเทศ เพื่อพัฒนาให้หลักสูตรของวิทยาลัยมี ความเป็นสากล ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ รวมถึงการเพิ่มจำนวนนักศึกษาจากต่างประเทศให้มา เรียนที่วิทยาลัยมากขึ้น

3. การพัฒนาวิทยาลัยสู่ความเป็นดิจิทัล (Digitization) โดยการพัฒนาระบบการเรียนแบบ ออนไลน์ และการเรียนแบบผสมผสาน (Blended Learning) ตลอดจนการเปลี่ยนกระบวนการใช้ข้อมูลแบบ Analog มาเป็นข้อมูลแบบ Digital เพื่อที่จะนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการทำงานด้านต่างๆ ของวิทยาลัยให้ มีประสิทธิภาพมากขึ้น

4. การพัฒนาวิทยาลัยสู่ความยั่งยืน (Sustainability) โดยการปรับปรุงหลักสูตร กระบวนการทำงานต่าง ๆ ให้คำนึงถึงความยั่งยืนขององค์กร และนำมาปฏิบัติใช้อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อวิทยาลัยให้มีการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

5. การเป็นศูนย์รวมทรัพยากรทางการศึกษาและฝึกอบรมเพื่อเป็นเครื่องมือในสร้างการเจริญเติบโตของธุรกิจด้านการศึกษาในอนาคต ในทุกระดับหลักสูตรการศึกษา ตลอดจนเป็นศูนย์ให้คำปรึกษาในด้านการศึกษาและอุตสาหกรรมบริการ

กลยุทธ์การเติบโต (Growth Strategy)

1. กลยุทธ์การขยายฐานผลิตภัณฑ์การให้บริการ (Expanded Product Offering) เพื่อขยายกลุ่มเป้าหมาย ได้วางแผน ดังนี้ 1) พัฒนาหลักสูตรด้านอาชีวศึกษาเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานในปัจจุบัน ตลอดจนรองรับพฤติกรรมการเรียนรู้ที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้เรียน 2) วางแผนดำเนินการจัดทำหลักสูตรเตรียมความพร้อมผู้เรียน เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้พัฒนาตนเองก่อนเข้าสู่ระบบการเรียนในระดับอุดมศึกษา 3) วางแผนพัฒนาหลักสูตรเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ เพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมที่เปลี่ยนแปลง และความต้องการแรงงานในปัจจุบัน นอกจากนี้ภายในปี 2565 วิทยาลัยฯ จะเป็นสถาบันการศึกษาที่มีการใช้สื่อในการเรียนการสอนแบบดิจิทัลอย่างกว้างขวาง โดยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้เริ่มแบบค่อยเป็นค่อยไปตั้งแต่ปีการศึกษา 2562

2. กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อเพิ่มจำนวนนักศึกษาในหลักสูตรปัจจุบัน โดยวิทยาลัยดำเนินการปรับปรุงหลักสูตรปริญญาตรีใหม่ โดยนำแนวทางการเรียนรู้ควบคู่กับการทำงานมาใช้หลักสูตร เพื่อเพิ่มสมรรถนะของผู้เรียนให้มากขึ้น นอกจากนี้ยังได้ปรับให้หลักสูตรภาษาไทย มีกลุ่มวิชาเอกเลือกที่มีความหลากหลายมากขึ้น รวมถึงการเชื่อมโยงระหว่างหลักสูตรปริญญาและหลักสูตรฝึกอบรมต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นในการเรียนรู้ ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนและอุตสาหกรรม และวิทยาลัยวางแผนจะดำเนินการปรับปรุงหลักสูตรนานาชาติในปี 2564 ต่อไป

3. กลยุทธ์การตลาดเพื่อขยายปริมาณ (Expanded Market Penetration) วิทยาลัยฯ ได้ดำเนินการวางแผนการตลาดและการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่มที่มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนให้ดีขึ้น ซึ่งกลุ่มแรกคือกลุ่มเด็กนักเรียนมัธยมปลายเพื่อให้เข้าเรียนในระดับปริญญาตรี กลุ่มที่สองกลุ่มคนที่ทำงานในอุตสาหกรรมบริการ (Hospitality) ที่ต้องการหาความรู้และทักษะเพิ่มเติม และกลุ่มสุดท้าย คือกลุ่มคนทำงานในอุตสาหกรรมอื่นที่ต้องการเปลี่ยนงาน เพื่อที่จะเพิ่มจำนวนผู้ลงทะเบียนทั้งหลักสูตรปริญญาและหลักสูตรระยะสั้น โดยมีเป้าหมายว่าภายในปี 2565 นักศึกษาเข้าใหม่ในหลักสูตรปริญญาตรีทั้งหมด (รวมถึงนักศึกษาเทียบโอนประสบการณ์) จะถึงระดับ 1,000 คน จากระดับประมาณ 850 คนในปีปัจจุบัน ทั้งนี้ เนื่องจากธรรมชาติของธุรกิจการศึกษานั้นต้องมีการวางแผนการรับนักศึกษาล่วงหน้าอย่างน้อยหนึ่งปี ซึ่งแผนการตลาดนี้ได้ส่งผลให้จำนวนนักศึกษาเข้าใหม่ในปี 2563 เพิ่มขึ้น

กลยุทธ์การสร้างสมดุล (Balance Strategy)

ปัจจุบันวิทยาลัยดุสิตธานีมีชื่อเสียงและความแข็งแกร่งมากในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการครัวและศิลปะการประกอบอาหารภาคภาษาไทย ชื่อเสียงและความแข็งแกร่งอันนี้ทำให้ผู้สมัครเข้ามาส่วนใหญ่จะเลือกเรียนในสาขาวิชานี้ ในขณะที่รากฐานของกลุ่มดุสิตธานีมาจากการโรงแรมและภาพลักษณ์ของบริการที่เป็นเลิศ (Excellence in Hospitality) ซึ่งเมื่อพิจารณาจากความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ของกลุ่มดุสิตธานีและวิทยาลัยดุสิตธานีแล้ว วิทยาลัยฯ สามารถที่จะขยายฐานการเรียนการสอนให้ครอบคลุมสาขาอื่นๆ ในธุรกิจบริการ (Hospitality) ให้ทั่วถึงมากกว่านี้ เช่น การจัดการโรงแรม (Hotel Management) นวัตกรรมบริการในธุรกิจการท่องเที่ยว (Service Innovation in Tourism Industry) ตลอดจนการดูแลสุขภาพ (Health and Wellness) การจัดการงานนิทรรศการและการประชุม (Event Management)

วิทยาลัยดุสิตธานีกำลังอยู่ในขั้นตอนปรับสมดุลของรายรับของวิทยาลัย โดยมุ่งเน้นไปที่การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ (หลักสูตร) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงการตลาดและการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้การกระจายตัวของแหล่งรายได้ไม่ให้กระจุกตัวอยู่แต่สาขาวิชาเดียว และในระยะยาวจะสร้างชื่อเสียงของวิทยาลัยว่ามีความแข็งแกร่งในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการบริการและการท่องเที่ยวที่ครบวงจร ทั้งยังเป็นประโยชน์แก่ผู้เรียนและอุตสาหกรรมบริการในภาพรวม

วิทยาลัยฯ ตั้งเป้าหมายไว้ว่าภายในปี 2565 สัดส่วนของนักศึกษาเข้าใหม่ในหลักสูตรปริญญาตรี ระหว่างสาขาวิชาการจัดการครัวและศิลปะการประกอบอาหาร กับ สาขาอื่นๆ จะเป็น 65:35 จากสัดส่วน 88:12 และ 82:18 ในปี 2562 และปี 2563 ตามลำดับ

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

วิทยาลัยฯ ตั้งเป้าหมายไว้ว่าภายในปี 2565 สัดส่วนของนักศึกษาเข้าใหม่ในหลักสูตรปริญญาตรีภาคภาษาไทย กับ หลักสูตรนานาชาติ จะเป็น 80:20 เทียบกับสัดส่วน 89:11 และ 87:13 ในปี 2562 และ ปี 2563 ตามลำดับ เนื่องจากค่าเล่าเรียนในหลักสูตรนานาชาติจะประมาณ 2-2.5 เท่าของค่าเล่าเรียนในหลักสูตรไทย ดังนั้นการเปลี่ยนสัดส่วนจำนวนนักเรียนจาก 89:11 เป็น 80:20 จะส่งผลให้สัดส่วนรายได้จากหลักสูตรไทย : หลักสูตรนานาชาติเป็นประมาณ 65:35 อย่างไรก็ตาม จากสถานการณ์โรคติดเชื้อ COVID-19 ทำให้วิทยาลัยฯ ยังไม่สามารถปรับสัดส่วนนักศึกษาเข้าใหม่ในหลักสูตรปริญญาตรีได้ตามที่วางแผนไว้ในปี 2563

ท้ายสุด วิทยาลัยฯ ยังต้องการจะสร้างความสมดุลในเชิงรายได้ระหว่างหลักสูตรปริญญาตรี กับ หลักสูตรอื่นๆ (หลักสูตรประกาศนียบัตรระยะสั้น หลักสูตรเทียบโอนประสบการณ์ หลักสูตรปริญญาโท)

ให้มากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันกระแสการเรียนรู้ของโลกได้เปลี่ยนรูปแบบไป องค์กรมีความจำเป็นให้บุคลากรเข้ารับการอบรมทักษะและความรู้ใหม่ๆ ตลอดเวลา ส่วนการเปลี่ยนแปลงแบบฉับพลัน (Disruption) ในหลายอุตสาหกรรมทำให้ลูกจ้าง/พนักงานอาจต้องเปลี่ยนงานตลอดจนเปลี่ยนอุตสาหกรรมสำหรับการหางานใหม่ ทำให้ตลาดมีความต้องการเพิ่มขึ้นสำหรับหลักสูตรระยะสั้นเพื่อสร้างทักษะใหม่ (Re-skilling) หรือยกระดับทักษะเดิม (Up-skilling) ตลอดจนความต้องการในการยกระดับทักษะและความรู้ในเชิงบริหาร ซึ่งสามารถทำได้ผ่านหลักสูตรเทียบโอนประสบการณ์ และปริญญาโทบริหารธุรกิจ (MBA) ที่มีความยืดหยุ่นในการเรียนการสอนเพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายของทางวิทยาลัยฯ ซึ่งคือคนที่ทำงานมาแล้วระดับหนึ่งและต้องการทำงานพร้อมกับการเรียน จึงเป็นโอกาสที่ดีที่วิทยาลัยฯ จะขยายการเรียนการสอนเข้าสู่ตลาดนี้ให้มากขึ้น

ปัจจุบันแหล่งรายได้ของวิทยาลัยฯ ส่วนใหญ่มาจากหลักสูตรปริญญาตรี วิทยาลัยฯ จึงตั้งเป้าหมายไว้ว่าภายในปี 2565 สัดส่วนของรายได้จากหลักสูตรปริญญาตรีกับรายได้จากหลักสูตรอื่นๆ จะเป็น 75:25 เมื่อเทียบกับสัดส่วน 82:18 ในปี 2563

กลยุทธ์การสร้างความหลากหลายทางธุรกิจ (Diversification Strategy)

การสร้างความหลากหลายในระดับวิทยาลัยอุตสาหกรรม

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

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

สภาพการแข่งขัน

แม้ว่าปัจจุบันสถานการณ์โรคติดเชื้อ COVID-19 จะมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวซึ่งจัดเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย และหากสถานการณ์ดังกล่าวคลี่คลาย การท่องเที่ยวก็จะกลับมามีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ดังนั้น สถาบันอุดมศึกษาในประเทศที่มีศักยภาพจำนวนมากจึงยังคงมุ่งเน้นหลักสูตรด้านอุตสาหกรรมบริการการท่องเที่ยวและบริการมากขึ้น เพื่อผลิตกำลังคนให้สอดคล้องกับความต้องการแรงงานด้านอุตสาหกรรมบริการ และการท่องเที่ยวของประเทศ ในขณะที่ประเทศไทยเริ่มก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อจำนวนประชากรวัยเรียนที่ลดลงในอนาคต เป็นผลให้จำนวนแรงงานที่จะขยายตัวช้าลง และมีจำนวนลดลงในอนาคต ประเทศไทยจะมีโอกาสในการขยายตลาดสินค้าและบริการ

ด้านการท่องเที่ยว การแพทย์และสุขภาพ ทั้งปัจจัยบวกและลบดังกล่าว วิทยาลัยฯ จึงต้องวางแผนปรับเปลี่ยนหลักสูตร และระบบการจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับสภาพสังคม ความต้องการของตลาดในปัจจุบัน และจำนวนผู้เรียนในระดับปริญญาตรีภาคปกติที่มีแนวโน้มลดลงด้วย ซึ่งคาดว่าจะการแข่งขันทางการศึกษาในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในอนาคตจะทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น โดยมีแนวทางดำเนินการ ดังนี้ 1) ปรับปรุงหลักสูตรปริญญาตรีและปริญญาโทให้มีความทันสมัยมากขึ้น ครอบคลุมถึงทุกมิติในด้านการพัฒนากำลังคน เช่น ด้านการดูแลสุขภาพ ด้านดิจิทัล ด้านความยั่งยืน และความเป็นผู้ประกอบการ 2) พัฒนาหลักสูตรระยะสั้นและการศึกษาในระดับผู้ใหญ่ (Adult Learning) เพื่อสร้างทักษะใหม่ หรือพัฒนาทักษะเดิมให้มีสมรรถนะมากขึ้นในการประกอบอาชีพในธุรกิจบริการ (Hospitality) และ 3) การวางแผนพัฒนาหลักสูตรด้านอาชีวศึกษาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนและอุตสาหกรรม และให้ครอบคลุมในทุกระดับการศึกษา เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

➤ **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) จัดตั้งเป็นบริษัทร่วมทุนในนาม บริษัท เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต จำกัดตั้งแต่วันที่ 2550 โดยเปิดสอนหลักสูตรที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการในระดับประกาศนียบัตรและระดับวุฒิปริญญาตรีหลักสูตรดังต่อไปนี้

- หลักสูตรคลาสสิกไซเคิล (Classic Cycle Programme) ประกอบด้วย หลักสูตรประกาศนียบัตรประกอบอาหารคาว และหลักสูตรประกาศนียบัตรประกอบขนมอบ ซึ่งเป็นหลักสูตรที่เปิดสอนใน 3 ระดับ โดยเปิดสอนทั้งวันธรรมดา และวันเสาร์ ทั้งนี้ การเรียนทั้งสองหลักสูตรควบคู่กันจะนำไปสู่การได้รับใบประกาศนียบัตรการประกอบอาหารคาวและขนมอบ (Grand Diplôme)

- 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 โรงเรียน เลอ กอร์ดอง เบลอ เป็นสถาบันที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก เปิดสอนต่อเนื่องมายาวนาน 125 ปี ปัจจุบันมีสาขาของโรงเรียนและเป็นหุ้นส่วนความร่วมมือในสถาบันการศึกษาต่างๆ ทั้งหมด 35 แห่งใน 20 ประเทศ และมีนักเรียนที่เข้าเรียนในหลักสูตรต่างๆ จำนวน 20,000 คนต่อปี

โรงเรียนสอนการประกอบอาหาร เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต ตั้งอยู่ที่อาคารเซ็นทรัล แอท เซ็นทรัล เวิลด์ เลขที่ 4, 4/5 ชั้น 17 – 19 ถนนราชดำริ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ โดยได้เปิดทำการเมื่อวันที่ 21 มกราคม 2562 โรงเรียนแห่งนี้ประกอบไปด้วยห้องครัวที่ทันสมัยจำนวน 8 ห้อง ที่ใช้ในการเรียนการสอนด้านเทคนิคการทำอาหารฝรั่งเศสคลาสสิกไปจนถึงการบริการอาหารนานาชาติรสเลิศและขนมอบต่างๆ โดยใช้วิธีการสอนด้วยการสาธิตและปฏิบัติจริงเพื่อให้นักเรียนเกิดความชำนาญในการประกอบอาหารได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

ปัจจุบันโรงเรียนมีนักเรียนจากหลากหลายประเทศลงทะเบียนเรียนในหลักสูตรต่างๆ โดยนักเรียนไทยส่วนใหญ่จะเรียนหลักสูตรอาหารตะวันตก หลักสูตรการทำขนมอบ หลักสูตรการทำขนมปัง และหลักสูตรวิชาการครัวไทย ขณะที่นักเรียนชาวต่างชาติจำนวนมากมีความต้องการที่จะเรียนรู้เคล็ดลับอาหารไทย ในแต่ละหลักสูตรจะสอนโดยทีมอาจารย์และเชฟที่ได้ผ่านการฝึกอบรมและมีประสบการณ์ด้านการทำอาหารในตำแหน่งอาวุโสของโรงแรมที่มีชื่อเสียงระดับโลกและภัตตาคารระดับมิชลิน สตาร์ ซึ่งเชฟหลายคนได้ชื่อว่าเป็น “Meilleur Ouvrier de France” หรือ ช่างฝีมือที่ดีที่สุดของฝรั่งเศส

ตลอดหลายปีที่ผ่านมา โรงเรียนสอนการประกอบอาหาร เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต ได้อบรมผู้ประกอบการ เชฟ นักเขียนด้านอาหาร นักสโตร์อาหาร และผู้เชี่ยวชาญด้านการดื่มไวน์ โดยศิษย์เก่าของโรงเรียนสามารถเข้าถึงเครือข่ายศิษย์เก่าที่มาจากกว่า 70 ประเทศทั่วโลกเพื่อสานสัมพันธ์ระหว่างกัน

➤ 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

ในส่วนของภาวะการตลาดของสถาบันฝึกอบรมศิลปะการทำอาหารในประเทศไทยนั้น 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 และการสังเกตการณ์ในหลักสูตรที่เปิดการเรียน การสอนทั้งในรูปแบบการสาธิตการประกอบอาหาร และห้องปฏิบัติการครัว เป็นเวลา 3 เดือน

อย่างไรก็ตาม ผู้สอนยังจำเป็นต้องผ่านการทดสอบภาคปฏิบัติการสอน และการสัมภาษณ์ ก่อนการบรรจุเข้าสอนจริง ในหลักสูตร

ตามที่มีการเรียนการสอนในหลักสูตรของโรงเรียนเป็นภาษาอังกฤษ อาจารย์เซฟผู้สอนจำเป็นต้องมีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร ดังนั้น อาจารย์เซฟผู้สอนทุกท่านจะต้องสอบผ่านการวัดผลทางภาษาอังกฤษ (TOEIC) ตามกฎระเบียบข้อบังคับของกระทรวงศึกษาธิการ พร้อมการควบคุมคุณภาพการเรียนการสอน ภายใต้ระบบการประเมินคุณภาพภายใน และภายใต้ระบบการประเมินคุณภาพจากกระทรวงศึกษาธิการ เพื่อรักษาระดับคุณภาพ และมาตรฐานการเรียนการสอนของโรงเรียน ซึ่งจะมีการตรวจสอบและประเมินคุณภาพ ทุกๆ 3 ปี

เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต เล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มความรู้ ความสามารถ ทำให้อาจารย์ผู้สอนมีความเจริญก้าวหน้าและศักยภาพในการสอน ซึ่งมีการดำเนินงานสนับสนุนในหลาย ด้าน 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 ประเภท ได้แก่ โรงแรม dusitD2 The Fort Manila และวิทยาลัย Dusit Hospitality Management College (“DHMC”) ซึ่งทั้งสองธุรกิจนี้ ตั้งอยู่บนอาคาร 27 ชั้นที่กำลังก่อสร้างในเมือง Bonifacio Global City ซึ่งส่วนที่เป็นวิทยาลัยใช้พื้นที่ 12 ชั้น และติดตั้งอุปกรณ์การเรียนการสอนเกี่ยวกับการจัดการบริการ (Hospitality management) การท่องเที่ยว (Tourism) และศิลปะการประกอบอาหาร (Culinary arts) DHMC เป็นวิทยาลัยที่มีเอกลักษณ์ด้านการเรียนการสอนธุรกิจบริการ และศิลปะการประกอบอาหาร ผ่านการเรียนการสอนแบบผสมผสาน ทั้งแบบในห้องเรียน และเรียนออนไลน์ รวมทั้งการปฏิบัติงานจริงทางด้าน front office, housekeeping ส่วนการทำครัวและการบริการ โดยที่นักเรียนของ DHMC สามารถปฏิบัติงานจริงที่โรงแรม dusitD2 ดังกล่าว และร้านอาหารในโรงแรม ภายใต้การดูแลของผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านงานบริการ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรการเรียนการสอน

เมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2562 DHMC ได้เปิดรับนักเรียนรุ่นแรกจำนวน 12 คน ในหลักสูตรปริญญาตรี สาขาการจัดการบริการ (Bachelor of Science in Hospitality Management Program) ซึ่งรับรองโดย École

hôtelière de Lausanne (EHL) และมีเป้าหมายการรับนักเรียนจำนวน 1,200 คนในอนาคต ในหลักสูตรทั้งระดับประกาศนียบัตร อนุปริญญา ปริญญาตรีและหลักสูตรวิชาชีพ สาขาการบริการการต้อนรับ การท่องเที่ยว และศิลปะการประกอบอาหาร

โรงแรมและวิทยาลัยได้หยุดดำเนินการชั่วคราวตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2563 เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 และอยู่ในช่วงพิจารณาเปิดดำเนินการเมื่อสถานการณ์ COVID-19 ในฟิลิปปินส์คลี่คลาย โรงแรมแห่งนี้ประกอบไปด้วยห้องพักที่ตกแต่งอย่างทันสมัยจำนวนทั้งสิ้น 125 ห้อง และร้านอาหารและเครื่องดื่มจำนวน 7 ร้าน นอกจากนี้ โรงแรม dusitD2 The Fort Manila ยังมอบประสบการณ์การสังสรรค์สุดพิเศษบนพื้นที่ส่วนตัวที่สามารถรองรับลูกค้าได้มากถึง 300 คน โดยการตกแต่งสถานที่และเมนูอาหารสามารถปรับให้เข้ากับความต้องการและแรงบันดาลใจของลูกค้า

ในส่วนของ DHMC เป็นวิทยาลัยที่เป็นสถาบันการศึกษาระดับสูงชั้นนำด้านการจัดการบริการที่ผนึกความร่วมมือกับโรงแรม dusitD2 The Fort Manila ด้วยการนำเสนอหลักสูตรที่ได้รับการออกแบบเพื่อการฝึกอบรมนักศึกษาและผู้เชี่ยวชาญผ่านการเรียนการสอนแห่งศตวรรษที่ 21 ที่ผสานเข้ากับประสบการณ์การปฏิบัติงานจริงเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการโรงแรมและร้านอาหารรุ่นต่อไป

➤ การตลาดและการแข่งขัน

ปัจจุบันมีโรงเรียนที่เปิดสอนหลักสูตรการจัดการโรงแรมเป็นจำนวนหลายแห่งในประเทศฟิลิปปินส์ 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 โดยมีบริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) ร่วมลงทุนประกอบด้วย โรงแรม ดุสิตธานี กรุงเทพฯ แห่งใหม่ อาคารที่พักอาศัย ศูนย์การค้า และอาคารสำนักงาน ภายใต้ชื่อโครงการดุสิต เซ็นทรัล พาร์ค (Dusit Central Park) และพัฒนาขึ้นภายใต้แนวคิด “ที่นี่...กรุงเทพฯ (Here for Bangkok)” มีมูลค่าโครงการรวมทั้งสิ้นไม่เกิน 46,000* ล้านบาท โดยโครงการลงทุนนี้จะตั้งอยู่บนที่ดินซึ่งบริษัทเช่ามาจาก สำนักงานทรัพย์สินพระมหากษัตริย์ขนาด 23 ไร่ 2 งาน 2.72 ตารางวา ณ บริเวณห้วยมถนมนิสิตและถนนพระราม 4 ระยะเวลา 30 ปี โดยบริษัทฯ มีสิทธิต่ออายุอีก 30 ปี เมื่อครบอายุ (รวม 60 ปี)

หมายเหตุ * ขึ้นอยู่กับมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท ในวันที่ 29 เมษายน 2564

โครงการดังกล่าวถือเป็นการต่อยอดธุรกิจโรงแรมซึ่งเป็นธุรกิจหลัก กระจายความเสี่ยง เพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และยังช่วยเสริมสร้างดุสิตธานีให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น โครงการแห่งนี้ มีจุดเด่นอยู่ที่การดำรงรักษาเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย ตลอดจนกลิ่นอายของดุสิตธานี รวมไปถึงการใช้ประโยชน์พื้นที่อย่างเต็มศักยภาพสามารถเอื้อประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวและประชาชนผู้มาเยือนทั่วไป เนื่องจากพื้นที่ตรงนี้ยังเป็นจุดศูนย์กลางของเมืองอย่างแท้จริง เป็นทั้งจุดศูนย์กลางทางธุรกิจและจุดศูนย์กลางที่เชื่อมต่อบริเวณขนส่งมวลชนหลักของกรุงเทพฯ ทั้งรถไฟฟ้า BTS และรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT เป็นย่านที่พักอาศัยของผู้มีรายได้ระดับบน อีกเอกลักษณ์ที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของโครงการดุสิต เซ็นทรัล พาร์ค คือการสร้างพื้นที่สีเขียวเป็นสวนขนาดใหญ่ที่ชั้นบนสุดของอาคารกลาง (podium) ด้วยพื้นที่กว่าหมื่นตารางเมตร ที่เชื่อมต่อกันระหว่างอาคารหลัก 3 อาคาร เพื่อให้สอดคล้องและต่อเนื่องจากพื้นที่สีเขียวของสวนลุมพินี ซึ่งถือได้ว่าเป็นปอดของกรุงเทพฯ บริษัทมั่นใจว่าโครงการนี้จะกลายเป็นสัญลักษณ์แห่งใหม่ของกรุงเทพฯ เหมือนที่โรงแรมดุสิตธานีเคยได้สร้างประวัติศาสตร์เอาไว้ว่าครั้งทศวรรษ และจะช่วยสร้างความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์ดุสิต สืบไป

โรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ เดิม ยุติการให้บริการเมื่อวันที่ 5 มกราคม 2562 เพื่อเริ่มดำเนินการก่อสร้างโครงการดุสิต เซ็นทรัล พาร์ค โดยบริษัท วิมานสุริยา จำกัด ดำเนินการรื้อถอนอาคารแล้วเสร็จภายในปี 2563 ควบคู่ไปกับการเจาะหล่อกอนกรีตเสาเข็ม ตลอดจนงานก่อสร้างอาคารส่วนชั้นจอดรถใต้ดินบางส่วน รวมถึงปี 2563 เริ่ม

ดำเนินการขายโครงการที่พักอาศัยต่อกลุ่มลูกค้าที่แสดงความสนใจ โดยมียอดขายจากกลุ่มลูกค้าดังกล่าวออกมาเป็นที่น่าสนใจ

ในปี 2564 โครงการดำเนินการก่อสร้างและพัฒนาต่อเนื่อง โดยมีแผนเริ่มก่อสร้างอาคารบนดินช่วงครึ่งหลังของปี รวมถึงแผนเปิดตัวโครงการขายห้องพักในส่วนโครงการที่พักอาศัย (Residence) ต่อสาธารณชน

ในการนี้ บริษัทคาดว่าจะเปิดดำเนินการโรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ แห่งใหม่ภายในปี 2566 และจะเปิดดำเนินการศูนย์การค้า อาคารที่พักอาศัย และอาคารสำนักงานเป็นลำดับต่อไปหลังจากที่เปิดดำเนินการโรงแรมแล้ว

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในการทำโครงการดุสิต เซ็นทรัล พาร์ค บริษัท วิมานสุริยา จำกัด ได้จัดทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (EIA) ซึ่งได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

โครงการอาคารที่พักอาศัยอยู่ระหว่างการก่อสร้าง ซึ่งบริษัท วิมานสุริยา จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย จะส่งมอบกรรมสิทธิ์ห้องชุดให้แก่ลูกค้า เมื่อโครงการก่อสร้างเสร็จสมบูรณ์

ข. โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์คอนโดมิเนียม The Hampton Sriracha by Origin and Dusit

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

➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทได้ร่วมลงทุนกับบริษัท ออริจิน พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) พัฒนาคอนโดมิเนียมเพื่อขายในบริเวณใจกลางเมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี ภายใต้ชื่อ “เดอะ แฮมป์ตัน ศรีราชา บาย ออริจิน แอนด์ ดุสิต” (The 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 โดยเริ่มเปิดขายในปี 2564 และคาดว่าจะก่อสร้างเสร็จในปี 2566

➤ 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 อีกทั้งมองเห็น โอกาสและศักยภาพการเติบโตของตลาดอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่ EEC ซึ่งเป็นจุดยุทธศาสตร์ที่รัฐบาลสนับสนุน

(ข) สภาพการแข่งขัน

จากรายงานศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ระบุว่า ปี 2563 สถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ด้านอุปสงค์ลดลงทั้งจำนวนหน่วยและมูลค่าของโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยคาดการณ์ลดลงร้อยละ 11.9 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาปี 2562 ซึ่งสาเหตุจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 เศรษฐกิจของประเทศหดตัว ส่งผลให้มีการเลิกจ้างแรงงาน กระทั่งต่อกำลังซื้อที่อยู่อาศัยในพื้นที่ EEC แม้ว่าจะมีปัจจัยบวกในด้านอัตราดอกเบี้ยขาลง มาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์ของรัฐบาล และการผ่อนปรนเกณฑ์อัตราส่วนการให้สินเชื่อเทียบกับมูลค่า (Loan-To-Value: LTV) ของธนาคารแห่งประเทศไทย การคาดการณ์ปี 2563 ของตลาดที่อยู่อาศัยเขต EEC มีการหดตัวตามภาวะเศรษฐกิจ ทั้งในด้านอุปทานและอุปสงค์

อย่างไรก็ตาม เขต EEC เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยใหม่ของนักลงทุนที่เกิดจากการเข้ามาลงทุนของบริษัทต่างชาติ เมื่อเศรษฐกิจกลับสู่ปกติหลังจากการระบาดของเชื้อ COVID-19 อสังหาริมทรัพย์ใน EEC คาดการณ์เติบโตต่อไป รวมถึงสัญญาณบวกจากวัคซีนต้านเชื้อ COVID-19 ที่จะส่งผลให้เศรษฐกิจฟื้นตัวและกลับมาเติบโต รวมถึงความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่คาดการณ์สูงขึ้น ปัจจัยเชิงบวกเหล่านี้คาดการณ์ต่อการสร้างอุปสงค์ในภาคอสังหาริมทรัพย์โดยรวม

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในการทำโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์คอนโดมิเนียม The Hampton Sriracha by Origin and Dusit ได้จัดทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) ซึ่งได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์คอนโดมิเนียม The Hampton Sriracha by Origin and Dusit อยู่ระหว่างการก่อสร้างและคาดว่าจะแล้วเสร็จในปี 2566

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 โปรดิวิซ์ จำกัด (จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2562) ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายอาหารสำเร็จรูป ซอสปรุงรส และส่งออกไปต่างประเทศ ต่อมา บริษัทได้มีการขายเงินลงทุนไปบางส่วนโดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัท ดุสิต ฟู้ดส์ จำกัด ถือหุ้นใน บริษัท เอ็นอาร์ อินสแตนซ์ โปรดิวิซ์ จำกัด (มหาชน) ในสัดส่วนร้อยละ 5.02 ของหุ้นทั้งหมด

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

ในปี 2562 ได้เข้าซื้อหุ้นครั้งแรกร้อยละ 51 ในบริษัท เอ็บบ็อคคิวร์ เคเทอริง จำกัด ซึ่งเป็นผู้ให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม (Catering) ให้แก่โรงเรียนนานาชาติในประเทศไทย และในเดือนมกราคม 2563 ได้ซื้อหุ้นเพิ่มเติมอีกร้อยละ 19 ทำให้ปัจจุบันบริษัท ดุสิต ฟู้ดส์ จำกัด มีสัดส่วนการถือหุ้นใน บริษัท เอ็บบ็อคคิวร์ เคเทอริง จำกัด เป็นร้อยละ 70.00 ตามสัญญาซื้อขายหุ้น ต่อมา ในปี 2563 บริษัท เอ็บบ็อคคิวร์ เคเทอริง จำกัด ได้เข้าลงทุนในกลุ่มบริษัท เดอะ เคเทอเรอร์ส จำกัด (“เคเทอเรอร์ส”) (เดิมชื่อ เดอะ เคเทอเรอร์ส จอยท์ สตีค คอมพานี) ซึ่งประกอบธุรกิจให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม (Catering) ให้แก่โรงเรียนนานาชาติในประเทศเวียดนาม ในสัดส่วนร้อยละ 100 ของหุ้นทั้งหมด

➤ การตลาดและการแข่งขัน

การตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

กลยุทธ์ในการลงทุน

- ธุรกิจอาหารที่เป็นไปในแนวทาง Thailand and Asia to The World การนำประเทศไทย ความเป็นไทย ความเป็นเอเชียไปสู่โลก ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับจุดยืนของโรงแรมดุสิตธานี ที่นำ ความเป็นไทยและบริการแบบไทยไปสู่โลก
- ธุรกิจที่อยู่ในพื้นที่ของ Be Natural, Be Healthy, Be Organic, Support Local Community กล่าวคือ สินค้าจากธรรมชาติ เพื่อสุขภาพที่ดี ปลอดภัย และสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น
- ธุรกิจอาหารที่มีโอกาสในการเติบโตสูง
- ธุรกิจอาหารที่มีความเชื่อมโยงและสนับสนุนแก่กันและกันกับธุรกิจโรงแรมและธุรกิจ การศึกษาของกลุ่มดุสิตในปัจจุบัน

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี-

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

ข. บริษัท ดุสิต กรุ๊ป จำกัด

➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

เป็นบริษัททำการตลาด สร้างแบรนด์ Food Retail ของดุสิต โดยจ้างบุคคลภายนอกผลิตสินค้า แล้ว จัดจำหน่ายสินค้าในตลาดโลก นอกจากสินค้าสำหรับตลาดผู้บริโภคแล้ว ยังจะผลิตสินค้าสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอาหาร โดยเริ่มจากการจำหน่ายให้แก่โรงแรมในเครือดุสิตธานี โดยแบรนด์ที่สร้าง จะต้องส่งเสริมซึ่งกันและกันกับแบรนด์โรงแรมดุสิตธานี 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 และได้ดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อโปรโมทและขยายตลาดสำหรับแบรนด์ “ของไทย” แต่เนื่องด้วยผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 จึงได้มีการปรับแผนการพัฒนาเพื่อที่จะนำผลิตภัณฑ์อาหารในรูปแบบอาหารบรรจุหีบห่อออกสู่ตลาดอีกครั้งในปี 2564

➤ 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 พัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนาระบบการผลิต และการตลาดและประชาสัมพันธ์

- ร่วมกับธุรกิจการศึกษาของเครือดุสิตในการนำสินค้าเข้าไปใช้ในการเรียนการสอน หรือใช้ศักยภาพของสถาบันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมทั้งนำบุคลากรมาเสริมในการนำความรู้ความเข้าใจในการประกอบและรับประทานอาหารไทยไปสู่ชาวตะวันตก

- พัฒนาแบรนด์สินค้าเพื่อนำออกสู่ตลาดโลก โดยได้แสดงสินค้าที่ตลาดสหรัฐอเมริกา

- ❖ แแบรนด์อาหารไทย – มีสินค้าที่เป็นที่รู้จัก แต่จะสร้างความแตกต่างโดยมี Chef ที่เป็นที่ยอมรับทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า มีรสชาติที่เป็นของแท้ เป็นธรรมชาติ ทำจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ Handmade product มุ่งเน้นตลาดร้านอาหารในช่วงเริ่มต้นของการออกตลาด

- ❖ แแบรนด์อาหารเอเชีย – เพื่อให้ครอบคลุมตลาดมากขึ้น สร้างเมนูอาหารใหม่ในลักษณะของ Fusion foods ให้ทันสมัย อร่อย สะอาด เพื่อสุขภาพ พร้อมทั้งเชื่อมต่อกับชุมชนในประเทศต่างๆที่ โรงแรมในเครือดุสิตตั้งอยู่ เพื่อสามารถนำวัตถุดิบคุณภาพ หรือสูตรอาหารที่อร่อยมาใช้และสร้างสิ่งที่ดีให้กับชุมชนนั้นๆ

- อาศัยการบริโภคของโรงแรมในเครือดุสิต และธุรกิจ Catering เป็นฐานในการใช้สินค้า รับฟังความคิดเห็นของสินค้า เพื่อนำมาพัฒนาต่อไป รวมทั้งใช้เป็นจุดจัดจำหน่ายสินค้า ในทางกลับกัน ใช้สินค้าจากธุรกิจนี้ในการสร้างมาตรฐานให้กับรสชาติอาหาร และสร้างความแปลกใหม่และเพิ่มมูลค่าให้กับร้านอาหารของโรงแรมและธุรกิจ Catering

(ข) สภาพการแข่งขัน

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 แต่ในสหรัฐอเมริกา มีเพียง 2 แบรนด์ที่มีการวางจำหน่ายทั่วประเทศคือ Thai Kitchen และ Taste of Thai ผู้ผลิตจำนวนมากมีสินค้าประเภทเดียวกันที่ไม่ได้สร้างความแตกต่างอย่างแท้จริง การตัดราคาจะเป็นสิ่งที่ตามมา โดยเฉพาะ Store Brand คือแบรนด์ของห้างขายปลีกขนาดใหญ่ที่สามารถขายในราคาที่ต่ำกว่าทุกคนได้

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี-

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

ค. บริษัท เอ็มเพอควอร์ เคเทอริง จำกัด

➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท เอ็มเพอควอร์ เคเทอริง จำกัด (“ECC”) ซึ่งเป็นบริษัทที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นผู้นำด้านการให้บริการจัดเตรียมอาหาร (Catering) ให้กับโรงเรียนต่างๆ ในประเทศไทย ได้ขยายธุรกิจไปยังประเทศกัมพูชาและประเทศเวียดนาม โดยบริษัทได้ให้บริการโรงเรียนต่างๆ ภายใต้อัตราค่าบริการมากกว่า 40 แห่ง ซึ่งประกอบไปด้วยโรงเรียนนานาชาติชั้นนำหลายแห่งในประเทศไทย เช่น Harrow International School, International School of Bangkok (ISB) เป็นต้น ในส่วนของการขยายธุรกิจไปยังประเทศกัมพูชา ได้ให้บริการแก่ International School of Phnom Penh ตั้งแต่ปี 2558 ขณะที่การขยายธุรกิจไปยังประเทศเวียดนามได้ให้บริการแก่ United Nations International School of Hanoi และ The British International School of Hanoi ปัจจุบันบริษัทมีพนักงานกว่า 600 คน ที่ไปประจำตามโรงเรียนต่างๆ ทั้งในประเทศไทย ประเทศกัมพูชา และกรุงฮานอย ประเทศเวียดนาม ซึ่งส่วนแล้วแต่เป็นบุคลากรที่มีคุณค่าที่พร้อมจะส่งมอบบริการอันเป็นเลิศ ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริหารและผู้บริหารจากโรงเรียนต่างๆ

ด้วยเหตุผลข้างต้นทำให้ ECC มีศักยภาพสูงในการขยายธุรกิจไปยังประเทศต่างๆ โดยในช่วงไตรมาสที่ 3 ของปี 2563 บริษัทได้บรรลุข้อตกลงการให้บริการแก่ Verso International School ตลอดจนการบรรลุข้อตกลงกับโรงเรียนอื่นๆ เช่น King’s College International School Bangkok, International Community School จังหวัดอุดรธานี และ Lycee Francais International De Bangkok

ในปี 2563 ECC ยังได้ลงนามในสัญญาซื้อขายหุ้นร้อยละ 100 ในบริษัท เดอะ เคเทอโรร์ส จำกัด (“เคเทอโรร์ส”) ประเทศเวียดนาม ซึ่งเป็นผู้ให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม (Catering) ที่มุ่งเน้นกลุ่ม

สถานศึกษา โดยได้ให้บริการแก่โรงเรียนที่ลงนามในสัญญาในระยะยาว จำนวน 51 แห่ง เช่น Vietnam Australia International School, Australian International School, American International School และ British International School ในเวียดนาม ซึ่งการลงทุนในเคเทอริ่งส่งผลให้การทำสัญญาระยะยาวกับโรงเรียนมีจำนวนรวมกว่า 90 แห่ง และมีบุคลากรให้บริการจำนวนกว่า 1,400 คน ทั้งนี้ ECC จะยังคงสร้างความแข็งแกร่งในภูมิภาคนี้อย่างต่อเนื่อง

➤ การตลาดและการแข่งขัน

(ก) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

วิเคราะห์การเติบโตของตลาด

กลุ่มคนต่างชาติที่ชื่นชอบตลาดโรงเรียนนานาชาติของไทยยังคงเติบโตทั้งในเชิงปริมาณนักเรียนต่อโรงเรียนหรือปริมาณโรงเรียนที่เปิดใหม่ แต่ระดับการเติบโตคงจะไม่สูงเท่ากับเมื่อ 10 ปีที่แล้ว ตลาดที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต คือโรงเรียนไทย โรงเรียนไทยที่ค่อยๆ เพิ่มคุณภาพ ราคา และมาตรฐาน จะเริ่มเห็นความสำคัญของผู้ให้บริการอาหาร รวมทั้งการใช้บริการ Outsource จะทำให้ภาระงานลดลง สามารถมุ่งเน้นไปในเรื่องการเรียนการสอนเป็นหลัก

กลยุทธ์ธุรกิจ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ที่ส่งผลกระทบเชิงลบ ทำให้ ECC ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายด้านรายได้ที่ตั้งเป้าไว้ในไตรมาสที่ 2 ปี 2563 จึงได้มีการปรับแผนกลยุทธ์ด้วยการวางมาตรการที่เข้มงวดเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 เช่น การตรวจอุณหภูมิร่างกายของพนักงานและลูกค้า การสวมหน้ากาก และการเว้นระยะห่าง นอกจากนี้ ยังได้จัดเตรียมอาหารบรรจุกล่องที่จัดเตรียมพิเศษให้กับนักเรียนและครูอาจารย์ได้รับประทานแทนการจัดอาหารในลักษณะบุฟเฟต์ ซึ่งเป็นการตอกย้ำมาตรฐานในระดับสูงด้านความสะอาด สุขอนามัย และความปลอดภัยของอาหาร ทำให้ ECC ยังคงสามารถรักษาชื่อเสียงในฐานะผู้นำด้านการให้บริการจัดเตรียมอาหาร (Catering) ขณะเดียวกัน ยังมีการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่องด้วยการเพิ่มความหลากหลายของเมนูอาหารและการใส่วัตถุดิบใหม่ๆ ตามฤดูกาลเพื่อให้มั่นใจว่าวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหารมีความสดใหม่และมีคุณภาพสูง

ท้ายที่สุดนี้ ECC วางแผนที่จะใช้ประโยชน์จากการสนับสนุนของแผนกจัดซื้อส่วนกลางของดุสิต เพื่อให้การบริหารจัดการต้นทุนอาหารมีประสิทธิภาพมากขึ้นภายในไตรมาสที่ 1 ปี 2564

(ข) 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

ถึงแม้จะ ไม่มีการแข่งขันจากผู้ประกอบการรายใหญ่ แต่ก็มีการแข่งขันจากผู้ประกอบการขนาดเล็กที่สามารถเข้าสู่บางโรงเรียนได้ นอกจากนั้นคู่แข่งที่อาจเกิดขึ้นคือ การที่เจ้าของโรงเรียนจะตัดสินใจตั้งบริษัทมารับงานให้บริการอาหารของโรงเรียนตนเอง

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี-

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

ง. บริษัท ดุสิต เรียวล ฟู้ดส์ จำกัด

➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

จากแผนกลยุทธ์ในการขยายธุรกิจอาหาร กลุ่มดุสิตธานีมุ่งมั่นที่จะกลุ่มตลาดอาหารเพื่อสุขภาพ (Healthy) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัตถุดิบธรรมชาติ (Natural ingredients) ผลิตภัณฑ์ที่ปลอดสารเคมี (Organic) และผลิตภัณฑ์ที่สนับสนุนเกษตรกรและชุมชนท้องถิ่น (Supporting farmers and local communities) จึงได้จัดตั้ง บริษัท ดุสิต เรียวล ฟู้ดส์ จำกัด (“ดุสิต เรียวล ฟู้ดส์” เมื่อปี 2562 ซึ่งเป็นการร่วมทุนระหว่าง บริษัท ดุสิต ฟู้ดส์ จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 51 และบริษัท เรียวล ฟู้ดส์ (แอฟริกาใต้) จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 49

ธุรกิจหลักของ ดุสิต เรียวล ฟู้ดส์ คือการดำเนินงานร้านอาหารจานด่วนเพื่อสุขภาพ (Healthy Fast Casual Restaurant) ในรูปแบบธุรกิจแฟรนไชส์ภายใต้ชื่อแบรนด์ “KAUAI (คา-วา-อิ)” ซึ่งเป็นแบรนด์ที่มีจุดแข็งในการทำให้การกินอาหารเพื่อสุขภาพเป็นเรื่องง่าย อร่อย และสะดวก โดยดำเนินงานมาแล้ว 24 ปี มีร้านค้ามากกว่า 165 แห่ง ทั่วประเทศแอฟริกาใต้และภูมิภาคยุโรป ดุสิต เรียวล ฟู้ดส์ได้รับสิทธิในการดำเนินงานและขยายแบรนด์ในประเทศไทยรวมถึงภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

KAUAI ได้รับแรงบันดาลใจในการบริการอาหารสุขภาพรสชาติอร่อยแก่ลูกค้าทุกคนอย่างรวดเร็วด้วยประสบการณ์ด้านงานบริการลูกค้าพิเศษที่อยู่ภายใต้คำนิยาม 5 ประการ ได้แก่ ครอบคลุม ความกระฉับกระเฉง ความซื่อสัตย์ ความสดใหม่ และความดีเยี่ยม

KAUAI Global มีพันธมิตรที่สำคัญคือ Virgin Active โดยในเกือบทุกสาขาของ Virgin Active ในต่างประเทศ จะมีร้านอาหาร KAUAI ให้บริการ สำหรับประเทศไทยได้เปิดร้าน KAUAI ที่เวอร์จิน แอ็คทีฟ ฟิตเนส คลับ 101 จำนวน 1 แห่ง และมีตู้เย็นบริการ grab & go ที่เวอร์จิน แอ็คทีฟ ฟิตเนสคลับ อีก 3 สาขา ได้แก่ สาขาสยามดิสคัฟเวอร์ สาขาเอ็มไพร์ทาวเวอร์ และสาขาเอ็มควอเทียร์ ขณะเดียวกันยังมีการจำหน่ายผ่านบริษัทที่ให้บริการจัดส่งอาหารอีกด้วย

➤ การตลาดและการแข่งขัน

(ก) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

วิเคราะห์การเติบโตของตลาด

ปัจจุบันแนวโน้มของอาหารเพื่อสุขภาพกำลังเป็นที่สนใจในโลกสำหรับผู้บริโภค โดยเฉพาะผู้บริโภคที่ใส่ใจและดูแลสุขภาพ ที่มองหาอาหารที่ทำจากวัตถุดิบจากธรรมชาติและอาหารออร์แกนิก ที่มีรสชาติอร่อย และสะดวกรวดเร็ว ซึ่งเป็นที่ได้รับความนิยมในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ส่งผลให้ตลาดอาหารเพื่อสุขภาพยังสามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องและตอบโจทยความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน อันเป็นผลมาจากวิถีชีวิตที่ได้มีการเปลี่ยนแปลงไป โดยมีการสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้น

ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์

- ดุสิต รีเทล ฟู๊ดส์ ได้รับการวางตำแหน่งเป็นอาหารสุขภาพต้นตำรับ ตั้งเป้าเจาะตลาดลูกค้าใส่ใจสุขภาพที่มองหาอาหารจานด่วน รสชาติอร่อย และสะดวกรวดเร็ว เช่น กลุ่มคนออกกำลังกายที่ต้องการกินอาหารมื้อกลางวันจานด่วนก่อนกลับไปทำงาน
- ใช้ประโยชน์จากประสบการณ์ของพนักงานบมจ. ดุสิตธานี และ บริษัท ดุสิต ฟู๊ดส์ จำกัด เพื่อพัฒนาและเปิดตัวเมนูอาหารท้องถิ่น 1 เมนูในแต่ละไตรมาส โดยร้อยละ 30 ของเมนูทั้งหมดได้รับการปรับปรุงรสชาติให้เข้ากับท้องถิ่น ซึ่งเป็นตัวเลือกเพิ่มเติมสำหรับลูกค้า เช่น บะหมี่ไชยะ ชาไทยใส่นม แอปเปิ้ลไม่มันไก่ และสมูทตี้ชาเขียว

ประสิทธิภาพและความเป็นเลิศในการดำเนินงาน

- ใช้ประโยชน์จากกระบวนการจัดซื้อส่วนกลาง เพื่อให้ได้ข้อเสนอที่ดีที่สุดจากการรวมคำสั่งซื้อและการเปรียบเทียบผู้จำหน่าย ขณะเดียวกันยังคงคุณภาพของวัตถุดิบและความสม่ำเสมอในร้านค้าทุกแห่ง

- ปัจจุบันอาหารสำหรับบริการลูกค้าในร้าน บริการจัดส่งอาหาร และผู้ยื่นบริการ grab & go ดำเนินการจากครัวที่เวอร์จิน แอ็คทีฟ ฟิตเนส คลับ 101 เพียงแห่งเดียวเท่านั้น ทั้งนี้ เพื่อให้การใช้ครัวเกิดประโยชน์สูงสุด
- ใช้ระบบการจัดการสินค้าคงคลังระดับโลกจาก Real Foods ซึ่งช่วยให้ร้านค้าทั้งหมดสามารถปรุงอาหารได้อย่างเป็นระบบ

การจำหน่ายและการตลาด

- วางเป้าหมายจำหน่ายตามอาคารสำนักงานและอาคารรูปแบบผสมในกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาคารที่มีสถานที่ออกกำลังกาย
- ร่วมมือกับพันธมิตรที่ให้บริการจัดส่งอาหาร เช่น โรบินฮู้ด แกร็บฟู้ด ฟู้ดแพนด้า และไลน์แมน
- ใช้ประโยชน์จากช่องทางการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์

(ข) สภาพการแข่งขัน

แนวโน้มอุตสาหกรรม

เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันหันมาให้ความสนใจในสุขภาพเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้มีคู่แข่งในกลุ่มตลาดอาหารสุขภาพทั้งรายเล็กและรายใหญ่ โดยมีการแข่งขันกันทั้งในเรื่องราคา การบริการรวมถึงการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกรวดเร็ว โดยแบรนด์ KAUAI ให้ความสำคัญในทุกด้านรวมไปถึงรสชาติอาหาร คุณภาพของวัตถุดิบ มุ่งเน้นที่คุณค่าของสารอาหารโดยสามารถปรับได้ตามความต้องการและความเหมาะสมกับแต่ละบุคคล ซึ่งจะทำให้แบรนด์ KAUAI มีความแตกต่างและสามารถแข่งขันในตลาดได้

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดเชื้อ COVID-19 ในปี 2563 ดุสิต เรียวล ฟู้ดส์ ได้ปรับกลยุทธ์โดยให้บริการจัดส่งอาหารร่วมกับพันธมิตรชื่อดังต่างๆ มีการสร้างสรรค์เมนูอาหารท้องถิ่นให้ถูกปากคนไทย และเพิ่มจุดขายให้มากขึ้นในรูปแบบบริการ grab & go เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลายและสร้างความสะดวกให้แก่ผู้บริโภค

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี-

➤ งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

2.2.5 ธุรกิจอื่นๆ**บริษัท ดุสิตธานี พร็อพเพอร์ตี้ส์ รีท จำกัด****➤ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

บริษัทดำเนินธุรกิจบริหารและจัดการกองทรัสต์ ปัจจุบันบริษัทเป็นผู้จัดการกองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี (“DREIT”) โดยรายได้หลักของบริษัทมาจากค่าธรรมเนียมในการบริหารจัดการกองทรัสต์ และค่าธรรมเนียมในการได้มาจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สินของกองทรัสต์

อนึ่ง ปัจจุบันทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี (“DREIT”) มีการเข้าลงทุนในโครงการโรงแรมดังนี้

- **โรงแรมดุสิตธานี ลาгуна ภูเก็ต** ตั้งอยู่ที่อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต เป็นโรงแรมตกแต่งแบบไทยร่วมสมัยมีห้องพักจำนวน 226 ห้อง ให้บริการห้องพัก อาหารและเครื่องดื่ม ห้องประชุมและการจัดงานสำหรับนักธุรกิจและนักท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ อาทิ สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส ลู่วิ่งออกกำลังกาย ศูนย์กีฬาทางน้ำ ศูนย์ออกกำลังกาย สปา และ ร้านอาหารนานาชาติ
- **โรงแรมดุสิตดิปู เชียงใหม่** ตั้งอยู่บริเวณถนนช้างคลาน จังหวัดเชียงใหม่ มีห้องพักทั้งสิ้น 130 ห้อง ภายใต้มารยาทและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยแต่ยังคงไว้ซึ่งความเป็นไทย
- **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 คีดส์คลับ สนามเทนนิส ร้านถ่ายภาพ ร้านค้าอัญมณีสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก ทั้งนี้ DREIT ได้เข้าลงทุนในโครงการโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์ ผ่านบริษัท ดุสิต มัลดีฟส์ อินเวสเมนต์ จำกัด เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2562

การได้รับใบอนุญาตให้ประกอบธุรกิจ สัมปทาน หรือการส่งเสริมการลงทุน

บริษัทและบริษัทย่อยได้รับใบอนุญาตให้ประกอบธุรกิจหรือการส่งเสริมการลงทุน รวมถึงสิทธิประโยชน์ต่างๆ ดังนี้

1. ธุรกิจโรงแรม

- ใบอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรม
- บริษัทได้รับบัตรส่งเสริม คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ประเภท 6.2 กิจการโรงแรม สำหรับประกอบกิจการโรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ ซึ่งปัจจุบันได้ยกเลิกบัตรส่งเสริมแล้ว เนื่องจากบริษัทได้ทำการปรับปรุงและพัฒนาโรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ ใหม่ภายใต้โครงการดุสิต เซ็นทรัล พาร์ค
- หนังสือรับรองการแจ้งจัดตั้งสถานที่จำหน่ายอาหาร บ้านดุสิตธานี

2. ธุรกิจรับจ้างบริหารโรงแรม

- บริษัทเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ใช้ประกอบธุรกิจรับบริหารโรงแรม 6 เครื่องหมายการค้า คือ “ดุสิตธานี” “ดุสิตปรีณเชส” “ดุสิตดีพู” “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 กิจการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สำหรับประกอบกิจการโรงเรียนสอนประกอบอาหาร เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต ได้รับสิทธิประโยชน์โดยสรุป คือ การได้รับอนุญาตนำคนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการเข้ามาทำงานในราชอาณาจักรได้ตามจำนวน กำหนดเวลา และเฉพาะตำแหน่งหน้าที่การทำงานที่คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนพิจารณาเห็นสมควร การได้รับอนุญาตให้ถือกรรมสิทธิ์ในที่ดิน การได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร การได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิ การได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ และการได้รับอนุญาตให้นำเงินหรือส่งเงินออกนอกราชอาณาจักรเป็นเงินตราต่างประเทศได้ โดยสิทธิประโยชน์ข้างต้นมีเงื่อนไขและกำหนดเวลาเป็นไปตามที่ระบุบนบัตรส่งเสริม 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 2563 ที่ผ่านมา บริษัทต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (COVID-19) ที่แพร่ระบาดลุกลามไปในหลายประเทศทั่วโลก และส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจเป็นวงกว้าง สำหรับประเทศไทย แม้การระบาดของ COVID-19 จะอยู่ในวงจำกัด แต่ภาคอุตสาหกรรมต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นรายได้หลักของประเทศ ได้รับความเสียหายอย่างรุนแรงจากการที่ไม่สามารถเปิดรับนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ซึ่งส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทอย่างมีนัยยะสำคัญ โดยที่ยังมีอาจทราบได้ว่าผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 นี้จะกินเวลานานเท่าใด หรือแม้กระทั่งหลังจากสถานการณ์แพร่ระบาดได้จบลงแล้ว อีกนานเท่าใดธุรกิจจึงจะสามารถฟื้นตัวกลับสู่สภาพเดิม

ดังนั้น ผู้ลงทุนควรพิจารณาความเสี่ยงอื่นๆ อันเป็นผลมาจากโรกระบาดดังกล่าว ซึ่งอยู่เหนือการคาดการณ์ ณ ปัจจุบัน และอาจไม่ได้กล่าวถึงในรายงานประจำปีฉบับนี้ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจก่อนการลงทุน

1. ความเสี่ยงสืบเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COVID-19

1.1 ความเสี่ยงจากสภาพเศรษฐกิจถดถอย

ในรอบปีที่ผ่านมา เศรษฐกิจโลกได้รับผลกระทบจากการระบาดของ COVID-19 เป็นอย่างมาก โดยธนาคารโลกจัดให้เป็นวิกฤตเศรษฐกิจครั้งร้ายแรงที่สุดในรอบ 150 ปี ซึ่งมีการคาดการณ์ว่า เศรษฐกิจโลกจะติดลบร้อยละ 5.2 และส่งผลทำให้ประชากรโลกอยู่ในภาวะยากจนมากกว่า 70-100 ล้านคน สำหรับประเทศไทย ผลจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ในปี 2563 ทำให้เกิดสภาวะว่างงานเพิ่มสูงขึ้น โดยธนาคารแห่งประเทศไทยประมาณการจำนวนแรงงานว่างงานกว่า 3 ล้านคน ซึ่งอยู่ในกลุ่มแรงงานภาคอุตสาหกรรมบริการ เช่น กลุ่มสายการบิน กลุ่มธุรกิจโรงแรม กลุ่มธุรกิจนำเที่ยว กลุ่มธุรกิจ MICE (Meeting, Incentive Travel, Conventions, Exhibitions) ไปจนถึงแรงงานในแหล่งท่องเที่ยว การค้า และร้านอาหารที่พึ่งพารายได้จากนักท่องเที่ยว และนักธุรกิจที่เดินทางเป็นหลัก

ด้วยเหตุนี้ บริษัทคาดการณ์ว่ากำลังซื้อของผู้บริโภคทั้งในและนอกประเทศที่ลดลง ส่งผลต่อจำนวนการเดินทางในอนาคต ทั้งจากนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจ แม้ว่าจะมีการคิดค้นวัคซีนได้สำเร็จแล้วก็ตาม เนื่องจากอาจถูกจัดให้เป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตหรือการประกอบธุรกิจ ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าว มีผลต่อความสามารถในการทำรายได้ของบริษัทโดยตรง อย่างไรก็ตาม บริษัทมุ่งเน้นที่จะรักษากลุ่มตลาดที่ยังคงมีกำลังซื้อ เช่น ตลาดจีน ตลาดรัสเซีย ที่จะสามารถเดินทางมายังประเทศไทยได้เมื่อมีการเปิดประเทศ

1.2 ความเสี่ยงจากการที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายไม่สามารถเดินทางได้

ตัวเลขชี้วัดจากองค์การการท่องเที่ยวแห่งสหประชาชาติ หรือ UNWTO แสดงให้เห็นว่า การเดินทางและการท่องเที่ยวในปี 2563 ได้หยุดชะงัก จากการแพร่ระบาดของ COVID-19 อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีการรายงานจำนวนนักเดินทางระหว่างประเทศทั่วโลก ลดลงกว่าร้อยละ 72 หรือคิดเป็นจำนวนที่ลดลงถึง 900 ล้านคน เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า และมีมูลค่าความเสียหายมากกว่า 900 ถึง 1,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา สำหรับประเทศไทย จำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศในปี 2563 ลดลงเหลือเพียง 6.7 ล้านคนจาก 29.5 ล้านคนในปี 2562

ทั้งหมดนี้ บริษัทคาดการณ์ว่า แม้ความต้องการและความจำเป็นในการเดินทาง ไม่ว่าจะเป็นเพื่อการท่องเที่ยวและเพื่อธุรกิจจะยังคงมีอยู่ แต่จำนวนการเดินทางของนักเดินทางกลุ่มเป้าหมายที่ยังคงมีกำลังซื้อจะยังคงไม่เพิ่มขึ้นมากพอที่จะช่วยพยุงให้ภาคการท่องเที่ยวฟื้นตัวภายในระยะเวลาอันใกล้ แม้จะมีการเริ่มฉีดวัคซีนฉุกเฉินในหลายประเทศแล้วก็ตาม เนื่องจากยังขึ้นอยู่กับความสามารถในการจัดการโรคระบาดและนโยบายการจำกัดการเดินทางจากรัฐบาลของแต่ละประเทศ ด้วยเหตุนี้ บริษัทยังต้องเผชิญกับความเสี่ยงในเรื่องความสามารถในการทำรายได้ที่อาจไม่เป็นไปตามคาด อันเนื่องมาจากจำนวนนักเดินทางที่ลดลง ซึ่งอาจกินระยะเวลายาวนานไปอีก 2 ถึง 3 ปี

อย่างไรก็ตาม เพื่อรับมือกับความเสี่ยงนี้ บริษัทได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ โดยมุ่งเน้นการสร้างรายได้ที่นอกเหนือจากห้องพัก (Non-room Revenue) เช่น รายได้จากการขายอาหารทั้งในและนอกสถานที่ โดยเพิ่มศักยภาพในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าผ่านแพลตฟอร์มการขายต่างๆ ทั้งจากพันธมิตรทางการค้า และช่องทางการขายของบริษัทเอง ทั้งนี้ ในส่วนของห้องพักที่ยังต้องพึ่งพาการท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นหลัก บริษัทยังมุ่งเน้นการเพิ่มพันธมิตรทางธุรกิจใหม่ๆ ที่จะมาช่วยเสริมให้โปรโมชันต่างๆ มีน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เช่น แพ็คเกจ Stay With Confidence ที่ร่วมมือกับลูกค้าในกลุ่มธุรกิจรถเช่า ธุรกิจน้ำมัน ธุรกิจประกันภัย ธุรกิจสายการบิน และธุรกิจเพื่อสุขภาพ ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี อีกทั้งยังเปิดโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ที่อาจยังไม่มีความสัมพันธ์กับแบรนด์ดุสิต นอกจากนี้ บริษัทมีแผนที่จะมุ่งเน้นการทำการตลาดผ่านผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Key Opinion Leader) เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเกิดการมีส่วนร่วมได้เพิ่มขึ้น

1.3 ความเสี่ยงด้านสถานะการแข่งขัน

ธุรกิจโรงแรม

จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งจากในและต่างประเทศที่ลดลงจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลโดยตรงต่อความต้องการเข้าพักในกลุ่มธุรกิจโรงแรม ด้วยเหตุนี้ บริษัทคาดการณ์ว่าจะเกิดสถานะห้องพักล้นตลาดในประเทศต่างๆ ทั่วโลก สำหรับประเทศไทย โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ เดิมทีมีจำนวนห้องพักมากกว่า 10,000 ห้อง และที่เตรียมเปิดอีกกว่า 1,000 ห้องในอนาคตรันใกล้ โดยสถานะดังกล่าวจะเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ ทั่วประเทศ เช่น ภูเก็ต เชียงใหม่ และพัทยา ส่งผลให้แต่ละโรงแรมต่างต้องลดราคาเพื่อความอยู่รอด ทั้งนี้ จากการประเมินของสมาคมโรงแรมไทยคาดว่า จะต้องใช้ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 2 ถึง 3 ปี กว่าสถานการณ์จะเริ่มคลี่คลายและกลับสู่ภาวะปกติ ดังนั้น ธุรกิจโรงแรมของบริษัทจึงยังต้องเผชิญกับความเสี่ยงด้านการแข่งขันที่สูงกว่าปกติไปจนกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเริ่มฟื้นตัว

และเพื่อให้บริษัทยังคงสามารถแข่งขันได้ในตลาด บริษัทจึงได้ทำการลงทุนเพื่อปรับปรุงห้องพักของโรงแรม เช่น โรงแรมดุสิตธานี หัวหิน เพื่อให้มีความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวภายในประเทศมากยิ่งขึ้น รวมถึง มุ่งเน้นการพัฒนาธุรกิจ Wellness ที่จะกลายเป็นหนึ่งในรูปแบบการให้บริการหลักของธุรกิจท่องเที่ยวเมื่อการระบาดของ COVID-19 สิ้นสุดลงในอนาคต

ธุรกิจอาหาร

เพื่อเป็นการควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19 ภายในประเทศ รัฐบาลมีคำสั่งห้ามมิให้ร้านอาหารทั่วกรุงเทพมหานครให้บริการแบบรับประทานในร้าน จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบมาเป็นการให้ลูกค้าซื้อกลับบ้านเท่านั้น ส่งผลให้การบริการส่งอาหารถึงบ้านด้วยการส่งผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ เช่น Grab LINE MAN Food Panda และ GET ได้รับความนิยมมากขึ้นในระยะเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าว ไม่เพียงแต่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในช่วงข้ามคืน แต่ยังส่งผลให้การแข่งขันในธุรกิจอาหารทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น เนื่องจากคู่แข่งไม่ได้ถูกจำกัดอยู่ในสถานที่ใดที่หนึ่ง

อีกต่อไป รวมถึงยังทำให้ข้อได้เปรียบในการแข่งขันอื่นๆ ที่นอกเหนือไปจากคุณภาพของอาหาร เช่น การให้บริการ ประสบการณ์ และบรรยากาศในการรับประทานอาหารหายไปอีกด้วย

ด้วยเหตุนี้ การประกอบธุรกิจอาหารของบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านอาหารที่อยู่ตามโรงแรมต่างๆ ในเครือ ต้องเผชิญกับการแข่งขันและต้นทุนในการดำเนินงานที่สูงขึ้น เนื่องจากการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจให้รองรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การให้บริการจัดส่งถึงบ้าน การเพิ่มมาตรการรักษาความสะอาดและสุขอนามัยภายในร้าน การทำความสะอาดฆ่าเชื้อก่อนและหลังลูกค้าใช้บริการ รวมถึงข้อจำกัดต่างๆ เช่น การจำกัดจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการในแต่ละรอบ

อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการรับมือกับความเล็งดังกล่าว บริษัทได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจให้มีช่องทางการสร้างรายได้เพิ่มเติม เช่น การปรับเมนูจากที่นั่งทานในร้านให้เป็นอาหารจานเดียว เพื่อความสะดวกในการจัดส่ง และราคาที่เข้าถึงได้ง่ายมากยิ่งขึ้น หรือการนำเอาเมนูที่เป็นซิกเนเจอร์ในแต่ละโรงแรม ออกขายหรือเปิดเป็นป๊อปปูล่าร์ที่กำลังเป็นที่นิยมในตลาด ซึ่งไม่เพียงแต่จะช่วยสร้างช่องทางการขาย แต่ยังช่วยให้แบรนด์เข้าสู่ถึงกลุ่มผู้บริโภคใหม่ๆ ได้มากขึ้นอีกด้วย

1.4 ความเสี่ยงจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เปรียบเสมือนเป็นตัวเร่งปฏิกิริยาให้หลายๆ เทรนด์ที่แต่เดิมเชื่อว่าอาจใช้เวลานานหลายปีให้เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งบริษัทตระหนักได้ถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่จะเปลี่ยนแปลงไป แม้ว่าในท้ายที่สุดจะสามารถควบคุมการระบาดของ COVID-19 ได้แล้วก็ตาม บริษัทจึงมีความเสี่ยงในการสร้างรายได้ในอนาคต หากไม่สามารถตอบสนองต่อวิถีชีวิตและพฤติกรรมผู้บริโภค รูปแบบใหม่ดังต่อไปนี้

- การใช้เทคโนโลยีเพื่อรักษาระยะห่างทางสังคม (Technology for Social Distancing)

เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการช่วยลดความเสี่ยงในการแพร่ระบาดของ COVID-19 เป็นอย่างมาก อาทิเช่น การจัดประชุมออนไลน์ การสั่งซื้อของออนไลน์ บริษัทคาดการณ์ว่า การใช้เทคโนโลยีเพื่อรักษาระยะห่างทางสังคมจะยังคงดำเนินต่อไป เช่น ความต้องการในการจัดประชุมขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นหนึ่งในรายได้หลักของธุรกิจโรงแรมจะปรับเปลี่ยนมาเป็น virtual meeting อย่างเต็มรูปแบบ เพื่อหลีกเลี่ยงการรวมตัวกันเป็นกลุ่มมาก โดยอาจต้องใช้เวลาหลายปีกว่าที่จะสามารถจัดการประชุมขนาดใหญ่ในระดับเดิมได้อีก บริษัทจึงต้องเตรียมความพร้อมในการจัดการประชุมแบบ hybrid solution ทั้งต่อหน้าและผ่านออนไลน์ เพื่อให้บริษัทยังคงมีความสามารถในการแข่งขันและสร้างรายได้

ในส่วนของการซื้อสินค้าออนไลน์ บริษัทเล็งเห็นว่าผู้บริโภคจะยังคงมีความต้องการซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้น แม้จะหมดช่วงการระบาดไปแล้วก็ตาม เนื่องจากความต้องการที่จะลดความเสี่ยงจากการใช้ชีวิตนอกบ้าน และเกิดความเคยชินจากการซื้อขายจนกลายเป็นพฤติกรรมต่อเนื่อง สิ่งเหล่านี้เป็นการกระตุ้นให้บริษัทคิดค้นและนำเสนอสินค้าและบริการที่เหมาะสม ในการพาตัวเองเข้าสู่ระบบออนไลน์ เช่น

การเสนอขายสินค้าที่เป็นจุดเด่นของแต่ละโรงแรมในเครือไว้ในเว็บ Dusit Shop เพื่อเพิ่มช่องทางการขาย และเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้นภายใต้แพลตฟอร์มเดียวกัน

ทั้งนี้ ในปี 2563 บริษัทได้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงองค์กรและธุรกิจ โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transformation) เข้ามาช่วยบริหารจัดการมากขึ้น อาทิเช่น การใช้เทคโนโลยีที่ลูกค้าสามารถจัดการข้อมูล การเข้าพักและเช็คอินได้ด้วยตนเอง ซึ่งได้เริ่มดำเนินการไปแล้วกับโรงแรมอัสยา กรุงเทพฯ ไซนาทาวน์ เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรการเว้นระยะห่างเพื่อความปลอดภัย และสร้างความสะดวกให้กับลูกค้า อีกทั้งยังเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย โดยไม่ต้องมีพนักงานบริการตลอด 24 ชั่วโมง หรือการปรับเปลี่ยนเมนูอาหารให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล ผ่านการสแกนคิวอาร์โค้ด เพื่อลดการสัมผัส อีกทั้งยังสามารถเพิ่มเติมรูปภาพ หรือข้อมูลโภชนาการเข้าไปได้ด้วย

สำหรับธุรกิจการศึกษา เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในช่วงวิกฤติ COVID-19 นี้ โดยทุกสถาบันการศึกษาต้องหันมาใช้การสอนแบบออนไลน์ บริษัทคาดการณ์ว่า รูปแบบการเรียนการสอนแบบออนไลน์จะยังคงอยู่ และจะมีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้นในอนาคต ทั้งนี้ เนื่องจากธุรกิจการศึกษาของบริษัทเน้นการปฏิบัติและการฝึกฝนจริง เช่น การประกอบอาหาร จึงทำให้มีข้อจำกัดในการเรียนออนไลน์ เพื่อเป็นการจัดการความเสี่ยงจากรูปแบบการเรียนการสอนที่เปลี่ยนไป บริษัทได้พัฒนาและจัดทำหลักสูตรให้มีความเหมาะสมกับการเรียนการสอนแบบออนไลน์ เพื่อให้บริษัทยังสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง

- **การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**

วิกฤติ COVID-19 ได้สร้างความตระหนักรู้ด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมให้กับผู้บริโภค และจะกลายเป็นสิ่งปกติในอนาคต บริษัทคาดการณ์ว่า รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวในอนาคตจะเน้นไปที่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) และการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) มากยิ่งขึ้น

ในส่วนของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ บริษัทได้ปรับแผนกลยุทธ์ให้มีการบริการในด้านสุขภาพที่ครบวงจร ด้วยการร่วมมือกับพันธมิตรทางการค้าที่เป็นโรงพยาบาล ตลอดจนห้างร้านหรือองค์กรต่างๆ ที่ให้บริการด้านสุขภาพ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในขณะเข้าพัก ทั้งนี้ บริษัทยังได้ทำการปรับปรุงโรงแรมที่มีศักยภาพในการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น ดุสิตธานีหัวหิน ซึ่งเป็นไปตามกลยุทธ์ในการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ (Business Transformation) ที่บริษัทได้เริ่มดำเนินการในปี 2563 เพื่อให้บริษัทพร้อมรับการเติบโตและเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ

สำหรับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน บริษัทได้ปรับรูปแบบการให้บริการที่ผสมผสานแนวคิดด้านความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น เช่น การมีส่วนร่วมของชุมชน การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและการรักษาสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ด้วยการสอดแทรกวิถีชีวิตแบบชุมชน เพิ่มเสน่ห์แบบท้องถิ่น หรือประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ให้เป็นส่วนหนึ่งของการเข้าพัก เช่น โครงการ Dusit Local Explorer: Local Alike, Local Aroi, Local Alot ที่ได้เริ่มดำเนินการอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมในปี 2563

1.5 ความเสี่ยงที่จะไม่สามารถเซ็นสัญญาจ้างบริหารโรงแรมใหม่ๆ หรือถูกยกเลิกสัญญาก่อนกำหนด

ในปี 2563 บริษัทยังคงมุ่งขยายธุรกิจรับจ้างบริหารโรงแรมทั้งในประเทศและต่างประเทศตามแผนระยะยาวของบริษัท ทว่าจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของ COVID-19 บริษัทคาดการณ์ว่า นักลงทุนหรือเจ้าของสินทรัพย์อาจปรับเปลี่ยนมุมมองการลงทุนใหม่ โดยเห็นว่าธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยวยังมีความอ่อนไหวและยากที่จะฟื้นตัวจากวิกฤตนี้ในอนาคตอันใกล้ ซึ่งอาจส่งต่อความสามารถในการเซ็นสัญญาจ้างบริหารโรงแรมใหม่ๆ ของบริษัท เนื่องจากนักลงทุนชะลอการลงทุน หรือเบนเข็มการลงทุนไปยังธุรกิจอื่นๆ

นอกจากนี้ บริษัทอาจมีความเสี่ยงที่จะถูกบอกเลิกสัญญาจ้างบริหารโรงแรมที่มีอยู่ก่อนกำหนด เนื่องจากเจ้าของโรงแรมขาดสภาพคล่อง ต้องการออกจากธุรกิจ หรือต้องการขายทรัพย์สินทิ้ง เพราะไม่สามารถรับมือกับสถานการณ์ที่ยากลำบากนี้ โดยสัญญาจ้างบริหารโรงแรมของบริษัทมีอายุสัญญาระหว่าง 2-15 ปี ซึ่งการถูกบอกเลิกสัญญาบริหารก่อนกำหนดอาจมีผลกระทบต่อรายได้โดยรวมของบริษัท แม้ว่าจะได้มีการกำหนดเงื่อนไขในการชดเชยค่าเสียหายที่เกิดจากการยกเลิกสัญญาจ้างบริหารก่อนกำหนดแล้วก็ตาม

โดยในปี 2562 และปี 2563 บริษัทมีรายได้จากการรับจ้างบริหารโรงแรมคิดเป็นร้อยละ 5.02 และร้อยละ 3.31 ของรายได้รวม ตามลำดับ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการลดโอกาสและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการยกเลิกสัญญาก่อนกำหนดภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 บริษัทได้มีการปรับลดหรือผ่อนผันการจ่ายค่าธรรมเนียมในการบริหาร เพื่อให้เจ้าของธุรกิจแต่ละรายยังสามารถรักษาสภาพคล่องและเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับเจ้าของโรงแรมหรือนักลงทุน

2. ความเสี่ยงจากการพึ่งพาธุรกิจโรงแรมเป็นหลัก

บริษัทมีรายได้หลักจากการประกอบธุรกิจโรงแรมเป็นสำคัญ และมีรายได้จากธุรกิจการศึกษาและธุรกิจอื่นเป็นส่วนเสริม โดยโครงสร้างรายได้ของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 นั้นแบ่งเป็นรายได้จากการประกอบธุรกิจโรงแรมคิดเป็นร้อยละ 47.56 รายได้จากธุรกิจอาหารคิดเป็นร้อยละ 13.73 รายได้จากธุรกิจการศึกษาคิดเป็นร้อยละ 11.63 และรายได้อื่นๆ อีกร้อยละ 27.08

ดังนั้น แม้จะมีการดำเนินการกระจายความเสี่ยง ด้วยการสร้างรายได้จากธุรกิจประเภทอื่นๆ บริษัทยังคงมีความไม่แน่นอนในการสร้างรายได้และทำกำไร เนื่องจากยังมีธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจหลัก ซึ่งมีความอ่อนไหวต่อปัจจัยทางเศรษฐกิจ การเมืองและสังคมเป็นอย่างยิ่ง

อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการรับมือกับความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทได้กำหนดนโยบายที่มุ่งเน้นการกระจายความเสี่ยงและการขยายตัวทางธุรกิจตามแผนระยะยาว ดังนี้

- สร้างสมดุลรายได้จากธุรกิจที่หลากหลาย เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจการศึกษา ธุรกิจอาหารและธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

- ขยายฐานธุรกิจให้ครอบคลุมทั้งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ตะวันออกกลาง ยุโรป และอเมริกา เพื่อลดการพึ่งพาธุรกิจในประเทศใดประเทศหนึ่ง
- ขยายธุรกิจรับจ้างบริหารโรงแรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเน้นตลาดใหม่ๆ ที่มีกำลังซื้อและศักยภาพสูง

3. ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนทางการเมือง

ในรอบปีที่ผ่านมา ความไม่แน่นอนทางการเมืองระหว่างประเทศส่งผลกระทบโดยตรงต่อทิศทางและสถานะเศรษฐกิจโลก ที่ได้รับความเสียหายก่อนหน้าจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 อาทิเช่น สงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีน ซึ่งภายหลังการเลือกตั้งประธานาธิบดีคนใหม่ของสหรัฐอเมริกา นโยบายระหว่างประเทศอาจมีการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนสำหรับประเทศไทย การเคลื่อนไหวทางการเมืองของกลุ่มผู้เห็นต่างที่เริ่มขึ้นในช่วงกลางปี ส่งผลต่อความมีเสถียรภาพของรัฐบาล ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดความไม่สงบทางการเมืองที่ลุกลามขึ้นได้ในอนาคต

เพื่อเป็นการรับมือกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น บริษัทได้พิจารณาจัดทำประกันภัยความไม่สงบทางการเมือง เพื่อคุ้มครองความเสียหายที่เกิดขึ้นกับทรัพย์สิน หรือรายได้ที่ต้องสูญเสียไปจากการที่ทรัพย์สินเสียหายจนต้องหยุดทำการ

4. 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

5. ความเสี่ยงธุรกิจหยุดชะงักอันเนื่องมาจากปัจจัยภายนอก เช่น ภัยพิบัติทางธรรมชาติ การก่อการร้าย

ธุรกิจโรงแรมมีความอ่อนไหวต่อปัจจัยภายนอก เช่น ภาวะเศรษฐกิจถดถอย ความไม่สงบทางการเมือง โรคระบาด ภัยธรรมชาติ การก่อการร้าย หรือเหตุการณ์ร้ายแรงอื่นๆ ที่มีโอกาสการเกิดหรือหลีกเลี่ยงได้ในการประกอบธุรกิจ 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

6. ความเสี่ยงจากภัยที่ไม่สามารถทำประกันภัยได้ (Uninsurable Risk)

แม้ว่าบริษัทจะได้มีการจัดทำประกันภัยธุรกิจหยุดชะงักเพื่อลดการสูญเสียรายได้ที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอก หรือเหตุสุดวิสัยต่างๆ บริษัทยังคงมีความเสี่ยงจากภัยที่ไม่สามารถทำประกันได้ เนื่องจากประกันภัยธุรกิจหยุดชะงักที่มีอยู่ในตลาดนั้น จะชดเชยการขาดรายได้หรือกำไรในกรณีที่ทรัพย์สินที่เอาประกันภัยได้รับความเสียหาย จนเป็นเหตุให้ธุรกิจต้องหยุดชะงักเท่านั้น หากจำเป็นจะต้องหยุดกิจการอันเนื่องมาจากปัจจัยภายนอกต่างๆ เช่น โรคระบาดร้ายแรง (Pandemic) ที่เกิดขึ้นภายนอกทรัพย์สินที่เอาประกันภัย หรือความไม่สงบทางการเมืองโดยที่ทรัพย์สินไม่ได้รับความเสียหาย บริษัทจะไม่สามารถได้รับความคุ้มครอง เนื่องจากเป็นข้อยกเว้นหลัก (Exclusion) ของกรมธรรม์ประกันภัย

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้พิจารณาซื้อความคุ้มครองเพิ่มเติม เช่น การระบาดของเชื้อโรคในเงื่อนไขพิเศษ (Infections or Contagious Diseases Clause) หากแต่เป็นเพียงการขยายความคุ้มครองที่ไม่ใช่โรคระบาดร้ายแรง เช่น การระบาดของไวรัส COVID-19 หรือความคุ้มครองเพิ่มเติมจากความไม่สงบทางการเมือง เช่น การถูกปิดล้อม หรือถูกสั่งปิดชั่วคราวโดยภาครัฐ ทั้งนี้ แม้บริษัทจะมีการขยายความคุ้มครองเพิ่มเติมดังกล่าวแล้ว หากด้วยข้อจำกัดของตลาดประกันภัย ทำให้บริษัทยังคงต้องแบกรับความเสี่ยงจากภัยที่ไม่สามารถทำประกันภัยได้

7. 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 ผ่านการฝึกอบรม เรื่อง Cyber Risk โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญภายนอก รวมถึงการสื่อสารต่างๆ เช่น การให้ความรู้ผ่านอีเมล และ Newsletter เพื่อสร้างความตระหนักให้เกิดขึ้นภายในองค์กร
- ด้านการรับมือเมื่อเกิดเหตุ บริษัทมีการจัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan) ให้เป็นปัจจุบันและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม เพื่อให้แน่ใจว่า บริษัทสามารถรับมือกับเหตุการณ์ไม่คาดฝันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ บริษัทยังจัดทำประกันภัยไซเบอร์ (Cyber Insurance) ซึ่งคุ้มครองความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นต่อบุคคลภายนอก ค่าใช้จ่ายในการกู้ระบบ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการด้านสอบสวนระบบคอมพิวเตอร์ (IT Forensics) รวมถึงความเสียหายจากการหยุดชะงักของธุรกิจที่เกิดจากการโจมตีทางไซเบอร์อีกด้วย

8. ความเสี่ยงในการบริหารทรัพยากรบุคคล

บริษัทมีกลยุทธ์ในการกระจายความเสี่ยงทางธุรกิจ เพื่อลดความเสี่ยงในการพึ่งพารายได้จากธุรกิจเดียว และถือเป็นช่องทางการสร้างรายได้ใหม่ๆ โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่เป็นตัวเร่งให้บริษัทต้องรับกระจายความเสี่ยง ด้วยการไปลงทุนในธุรกิจอื่นที่นอกเหนือจากโรงแรม ดังนั้นความท้าทายที่สำคัญอย่างหนึ่งของบริษัทคือ การสรรหาทรัพยากรบุคคลที่มีความรู้และประสบการณ์ในกลุ่มธุรกิจใหม่ที่บริษัทไปลงทุน

เนื่องด้วยปัจจุบันประชากรวัยทำงานมีแนวโน้มลดลง กอปรกับแรงงานที่มีทักษะมีจำนวนจำกัดสวนทางกับความต้องการแรงงานในประเทศที่เพิ่มสูงขึ้น บริษัทจึงมีความเสี่ยงที่จะไม่สามารถสรรหาหรือเก็บรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพ ทั้งในระดับบริหารและระดับปฏิบัติการไว้กับองค์กรได้

เพื่อเป็นการรับมือกับความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการด้านแรงงานของบริษัทในอนาคต มีการสำรวจผลตอบแทนและสวัสดิการให้สอดคล้องกับตลาดแรงงาน เพื่อดึงดูดบุคลากรเข้าร่วมงานกับบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทได้มีการว่าจ้างผู้บริหารจากอุตสาหกรรมเดียวกันทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพการดำเนินงานให้มีความเป็นสากลมากยิ่งขึ้น

9. ความเสี่ยงด้านการเงิน

เพื่อตอบสนองต่อกลยุทธ์การขยายตัวทางธุรกิจ บริษัทจำเป็นต้องสรรหาแหล่งเงินทุนที่เพียงพอเหมาะสมและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับองค์กร โดยต้องสามารถบริหารต้นทุนให้อยู่ในระดับที่สมดุลกับการลงทุน ซึ่งจะช่วยให้บริษัทมีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรง อย่างไรก็ตามในการสรรหาหรือเพิ่มเงินลงทุนนั้น บริษัทอาจต้องเผชิญกับความเสี่ยงด้านการเงินดังต่อไปนี้

9.1 ความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

บริษัทและบริษัทย่อยมีภาระหนี้สินกับสถาบันการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เป็นเงิน 5,445.69 ล้านบาท ซึ่งในจำนวนนี้รวมถึงหุ้นกู้ เป็นเงิน 1,000 ล้านบาท ที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่ จึงไม่มีความเสี่ยงต่อการผันผวนของอัตราดอกเบี้ย และอาจจะต้องมีการกู้ยืมเงินเพื่อใช้ในการปรับปรุงสภาพลักษณะของโรงแรม และการลงทุนในโครงการใหม่ บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยในอนาคต ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและกระแสเงินสดของบริษัทได้ อย่างไรก็ตามบริษัทควบคุมความเสี่ยงโดยการติดตามและเฝ้าระวังความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยเพื่อการจัดการและการบริหารทางการเงินให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

9.2 ความเสี่ยงด้านความน่าเชื่อถือและความมั่นคงทางการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทและบริษัทย่อยมีภาระเงินกู้ระยะยาวจำนวน 3,193.69 ล้านบาท เป็นวงเงินกู้ของ Dusit Thani Philippines, Inc. (เดิมชื่อ Philippine Hoteliers, Inc.) จำนวน 991.68 ล้านเปโซ คงเหลือจำนวน 166.68 ล้านเปโซ และเงินกู้ระยะยาวของบริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) วงเงิน 2,533.45 ล้านบาท คงเหลือจำนวน 1,763.45 ล้านบาท

ในสัญญาเงินกู้ระยะยาวสกุลเปโซ นอกเหนือจากการชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยตามที่กำหนดในสัญญาแล้ว ตลอดอายุสัญญาการกู้เงินบริษัทจะต้องดำรงอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ไม่เกิน 2 ต่อ 1 ดังนั้น หากบริษัทไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขดังกล่าวในสัญญาได้ เจ้าหนี้มีสิทธิระงับการให้กู้ยืมเงิน และถือว่าเงินกู้ทั้งหมดถึงกำหนดชำระทันที ซึ่งจะมีผลต่อสภาพคล่องและฐานะการดำเนินงานของบริษัทและบริษัทย่อย

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลัก

ทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 มีดังนี้

สินทรัพย์	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (หน่วย : พันบาท)	ภาระผูกพัน
ที่ดิน *	เจ้าของ/สิทธิการเช่า	707,700	มี
ส่วนปรับปรุงที่ดิน	เจ้าของ/สิทธิการเช่า	138	ไม่มี
อาคาร	เจ้าของ/สิทธิการเช่า	332,085	ไม่มี
อาคารให้เช่า *	เจ้าของ/สิทธิการเช่า	462,807	มี
ค่าตกแต่งภายในและในที่เช่า	เจ้าของ	447,957	ไม่มี
เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงานและในที่เช่า	เจ้าของ	452,750	ไม่มี
ยานพาหนะ	เจ้าของ	10,502	ไม่มี
เครื่องถ้วยชาม เครื่องแก้ว เครื่องเงิน และผ้าต่างๆ	เจ้าของ	70,618	ไม่มี
งานระหว่างก่อสร้าง	เจ้าของ	2,438,424	ไม่มี
หัก ค่าเผื่อการด้อยค่า		(74,017)	
รวม		4,848,964	

* ที่ดินของโรงแรมดุสิตดิทู เชียงใหม่ บางส่วนติดภาระจำยอมให้ใช้เป็นทางผ่านเข้าออก และทางผ่านสาธารณูปโภคให้กับเชียงใหม่ พลาซ่า

* ที่ดิน (สำหรับโครงการอาศัยสาทร) จดจำนองไว้กับสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง เพื่อเป็นหลักประกันสินเชื่อสำหรับโครงการ

* ที่ดินจังหวัดเพชรบุรีบางส่วน และอาคารโรงแรมดุสิตธานี หัวหิน จดจำนองไว้กับทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี

สิทธิการเช่าที่บริษัทและบริษัทย่อยเป็นเจ้าของเพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจได้แก่

1. สิทธิการเช่าระหว่างบริษัทกับทรัพย์สินพระมหากษัตริย์
2. สิทธิการเช่าระหว่างบริษัทกับ บ. สิริพัทยา
3. สิทธิการเช่าระหว่างบมจ. ดุสิต ไทยพร็อพเพอร์ตี้ส์ กับ ทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี (กองทุนรวม)
4. สิทธิการเช่าระหว่าง Dusit Thani Philippines, Inc. (เดิมชื่อ 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 2563

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	มี
สัญญาเช่าโครงการดุสิต เซ็นทรัล พาร์ค	พระราม 4 กรุงเทพฯ	21-0-55.97 ไร่	เช่าที่ดิน ¹	พัฒนาโครงการดุสิต เซ็นทรัล พาร์ค	-	ไม่มี
อาคารโรงแรมดุสิตธานี พัทยา	อ.บางละมุง ชลบุรี	457 ห้อง	อาคารในที่เช่า ²	ประกอบธุรกิจ	3,507	ไม่มี
Dusit Thani Philippines, Inc.						
อาคารโรงแรมดุสิตธานี มะนิลา	มะนิลา ฟิลิปปินส์	486 ห้อง	อาคารในที่เช่า ³	ประกอบธุรกิจ	320,404	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	มี
ที่ดินโรงแรมดุสิต ปริ้นเซส เชียงใหม่	ถ.ช้างคลาน เชียงใหม่	1-3-17 ไร่	เจ้าของ	ที่ตั้งอาคารโรงแรม	24,367	ไม่มี
ที่ดินโรงแรมดุสิตปริ้นเซส 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)						
ที่ดินโรงแรมดุสิตดีทู เชียงใหม่ ***	ถ. ช้างคลาน เชียงใหม่	3-0-3 ไร่	เจ้าของ	ที่ตั้งอาคารโรงแรม	*38,631	มี
อาคารโรงแรมดุสิต ปริ๊นเซส เชียงใหม่	ถ.ช้างคลาน เชียงใหม่	198 ห้อง	เจ้าของ	ประกอบธุรกิจ	40	ไม่มี
อาคารโรงแรมดุสิตปริ๊นเซส ศรีนครินทร์	ถ.ศรีนครินทร์ กรุงเทพฯ	198 ห้อง	เจ้าของ	ประกอบธุรกิจ	58,683	ไม่มี
อาคารโรงแรมดุสิตธานี หัวหิน **	เพชรบุรี	296 ห้อง	เจ้าของ	ให้เช่า	59,216	มี
DMS Property Investment Pvt. Ltd. / Dusit Maldives Management Pvt. Ltd.						
อาคารโรงแรมดุสิตธานี มัลดีฟส์	สาธารณรัฐมัลดีฟส์	95 วิลล่า	อาคารในให้เช่า ⁴	ประกอบธุรกิจ	350	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	45,245	ไม่มี
บ. ดุสิต เอ็กเซลเลนซ์						
อาคารศูนย์ความเป็นเลิศดุสิตธานี	ถ.เพชรบุรี กรุงเทพฯ	อาคาร 7 ชั้น	อาคารในให้เช่า ⁶	ประกอบธุรกิจ	103,319	ไม่มี
บ. วิมานสุริยา						
ที่ดินโครงการดุสิต เซ็นทรัล ปาร์ค	สีลม กรุงเทพฯ	0-1-5 ไร่	เจ้าของ	ที่ตั้งส่วนหนึ่งของโครงการดุสิต เซ็นทรัล ปาร์ค	112,629	ไม่มี

- * ที่ดิน (สำหรับโครงการอสังหาริมทรัพย์) จดจำนองไว้กับสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง เพื่อเป็นหลักประกันสินเชื่อสำหรับโครงการ
- ** ที่ดินจังหวัดเพชรบุรีบางส่วนและอาคารโรงแรมดุสิตธานี หัวหิน จดจำนองไว้กับทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่าดุสิตธานี
- *** ที่ดินของโรงแรมดุสิตธานี เชียงใหม่ เฉพาะโฉนดที่ 30 เลขที่ดิน 2682 จำนวน 1 ไร่ 2 งาน 51 ตารางวา คิดภาระจำยอมให้ใช้เป็นทางผ่านเข้าออกและทางผ่านสาธารณูปโภคให้กับ เชียงอินน์ พลาซ่า ซึ่งมีการหักค่างวดของที่ดิน จำนวน 66,368,978 บาท

หมายเหตุ

1. สัญญาเช่าที่ดินและอาคารสิ่งปลูกสร้างระหว่างบริษัท (“ผู้เช่า”) กับทรัพย์สินพระมหากษัตริย์ (“ผู้ให้เช่า”) หลังจากครบกำหนดในวันที่ 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 สัญญาเช่ามีผลยกเลิกในกรณีที่ผู้สัญญาประพฤติดิสัญญาในข้อใดข้อหนึ่ง หรือหากทรัพย์สินที่เช่าหรือสิ่งของซึ่งไม่รวมสิ่งของของบุคคลภายนอกที่อยู่ในทรัพย์สินที่เช่าได้ถูกอายัดหรือถูกยึด

ปี 2559 บริษัทได้ทำสัญญาเช่าที่ดินกับสำนักงานทรัพย์สินพระมหากษัตริย์เพื่อพัฒนาโครงการรูปแบบผสมเป็นระยะเวลา 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 ตกผลิ้อัตราเฉลี่ยค่าของเงินดอลลาร์สหรัฐฯ 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 ในการนี้ให้อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทกับเงินสวิสฟรังก์เป็นหลักในการพิจารณา และหากเงินสวิสฟรังก์มีการคงใช้หรือยกเลิกไป ให้อัตราแลกเปลี่ยนเงินระหว่างเงินบาทกับเงินดอลลาร์สหรัฐเป็นหลักในการพิจารณาในวันทำสัญญา 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. / Dusit Maldives Management 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 และ Dusit Maldives Management Pvt. Ltd. ได้เช่าอาคารและสิ่งปลูกสร้าง รวมถึงทรัพย์สินอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม ดุสิตธานี มัลดีฟส์ จาก Dusit Maldives Investment Pvt. Ltd. เป็นระยะเวลา 21 ปี ค่าเช่าจะเป็นอัตราละวิธีการคำนวณตามที่ระบุในสัญญา โดยจะมีการทบทวนค่าเช่าคงที่ขึ้นต้น (ในปัจจุบันเท่ากับ 7 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา) ทุกๆ 3 ปี

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. บ. ดุสิต เอ็กเซลเลนซ์

ในวันที่ 19 ธันวาคม 2557 บ. 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. บ. ดุสิต แมนเนจเม้นท์

เมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2553 บ. ดุสิต แมนเนจเม้นท์ ซึ่งเป็นบริษัทย่อยแห่งหนึ่ง ได้ทำสัญญาเช่าสินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบกิจการโรงแรมดุสิตธานี ลาгуน่า ภูเก็ต โรงแรมดุสิตคีรี เชียงใหม่ และเช่าช่วงสินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบกิจการโรงแรมดุสิตธานี หัวหิน จากกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่า

ดุสิตธานี (“กองทุนรวม”) เป็นระยะเวลา 3 ปี และมีสิทธิต่ออายุสัญญาเช่า และสัญญาเช่าช่วงได้อีก 6 ครั้ง ครึ่งละ 3 ปี โดยกำหนดอัตราค่าเช่าดังนี้

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

2) ค่าเช่าแปรผันชำระเป็นรายไตรมาส จำนวนในอัตราร้อยละของกำไรจากการดำเนินงานก่อนหักค่าใช้จ่ายทางการเงิน 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) ที่เป็นทั้งเจ้าของหรือเป็นผู้รับจ้างบริหารโรงแรม ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่วน “ASAI HOTELS” เป็นชื่อโรงแรมภายใต้การรับจ้างบริหาร ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยบริษัท อาศัย โฮเต็ลดิ้งส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ

นอกจากนี้บริษัทยังเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าสำหรับการให้บริการสำหรับธุรกิจประเภทสปาอีก 2 เครื่องหมาย คือ “Devarana Spa” และ “Namm Spa” ที่มีสาขาอยู่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และสำหรับธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มอีก 3 เครื่องหมาย คือ “Dusit Gourmet” “Benjarong” และ “Khong Thai”

สำหรับการรับจ้างบริหารนี้ ผู้ที่จ้างบริษัทในการดำเนินการบริหารโรงแรมต้องเสียค่าธรรมเนียมเป็นรายเดือนตามสัญญาว่าจ้างบริหารให้แก่บริษัท และจะเป็นผู้ที่มีสิทธิใช้ชื่อเครื่องหมายการค้าดังกล่าวได้ตราบนานเท่าที่สัญญาว่าจ้างบริหารมีผลบังคับใช้ ดังนั้น หากสัญญาว่าจ้างบริหารนั้นสิ้นสุดลงหรือถูกบอกเลิก ไม่ว่าจะด้วยเหตุใดก็ตาม ผู้ว่าจ้างรายนั้นจะไม่มีสิทธิใช้เครื่องหมายการค้าของบริษัทอีกต่อไป

4.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทมีนโยบายการลงทุนที่เป็นธุรกิจประเภทเดียวกันหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วม และกิจการร่วมค้าในธุรกิจต่างๆ คือ ธุรกิจโรงแรม และรับจ้างบริหารโรงแรม มูลค่าการลงทุนรวม 4,207 ล้านบาท

นโยบายการบริหารงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมคือ ให้มีการบริหารงานเช่นเดียวกับบริษัทโดยบริษัทได้ส่งตัวแทนกรรมการของบริษัทไปเป็นกรรมการของบริษัทย่อย เพื่อให้ควบคุมดูแลการดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบายของบริษัททั้งในเรื่องการดำเนินงาน รวมถึงการต้องเสนองบประมาณต่างๆ ของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมเข้าที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัท เพื่อให้บริษัทรับทราบ หรืออนุมัติตามแต่กรณี

4.4 รายละเอียดเกี่ยวกับรายการประเมินราคาทรัพย์สิน

ปี 2563 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	ธุรกิจหลักคือกิจการโรงแรม
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 เวสต์ควายด์	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 เวสต์ควายด์	100.00	รับจ้าง บริหาร	HKD 33,000	สามัญ	33,000	HKD 1	Unit 2401, 24/F Citicorp Center, 18 Whitefield Road, Causeway Bay, Hong Kong
6	บ. เทวารักษ์ สปป หมายเหตุ จดทะเบียนเลิกบริษัทใน วันที่ 17 พฤศจิกายน 2563 ขณะนี้ อยู่ระหว่างขั้นตอนการชำระบัญชี	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 พรีอเพอร์ติส 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	22	สามัญ	2,200,000	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	5,351.24	หน่วยลงทุน	711,500,000	7.6978	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 ไทยพรีอเพอร์ติส	65.00	โรงแรม	USD 200,000	สามัญ	200,000	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	77.50	รับจ้าง บริหาร	RMB 71.303 mn.	-	-	-	305A, 2nd – 3rd Floors, Tower One, No. 1287 Shang Cheng Road, Pudong New District, Shanghai 200120, 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	6 Mini Park, McKinley Parkway, Bonifacio Global City, 1634 Taguig 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	1,100	สามัญ	11,000,000	100	319 อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 29 ถนนพญาไท แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กทม. 10330 โทรศัพท์ +66 (0) 2200-9999
18	บ. สวนลุม พร็อพเพอร์ตี้ หมายเหตุ * สัดส่วนการถือหุ้น ณ วันที่ 25 มกราคม 2564 และ บมจ. ดุสิตธานี (DTC) จะทยอยขายหุ้นให้ บมจ. เซ็นทรัลพัฒนา (CPN) โดยสัดส่วนการถือหุ้นสุดท้ายระหว่าง DTC และ CPN จะเป็นร้อยละ 15 : 85	16.50 *	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 เวสต์วอเตอร์	51.00	บริหาร โรงแรมและ บริการที่ ปรึกษาทาง เทคนิค การ เตรียมความ พร้อมการ เปิดโรงแรม	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 บริการที่ 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. อาศัย โฮลดิ้งส์	99.99	โรงแรม รับจ้าง บริหาร และ ลงทุนใน บริษัทอื่น	18.82	สามัญ	750,000	100	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 ฟู๊ดส์	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 กรุ๊ป ถือหุ้นโดย บ. ดุสิต ฟู๊ดส์	90.00	การตลาด และการ ขาย ผลิตภัณฑ์ ที่เกี่ยวข้องกับ อาหาร	30	สามัญ	300,000	100	319 อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 29 ถนนพญาไท แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กทม. 10330 โทรศัพท์ +66 (0) 2200-9999
26	LVM Holdings Pte. Ltd. ถือหุ้นโดย Dusit Overseas Co., Ltd.	100.00	ลงทุนใน บริษัทอื่น	SGD 10,997	สามัญ	1,036,694	SGD 0.01	25 Bukit Pasoh Road, Singapore (089839)

ที่	รายชื่อนิติบุคคล (บริษัทย่อย)	% การ ถือหุ้น	ประเภท ธุรกิจ	ทุนที่เรียก ชำระแล้ว (ล้านบาท)	หุ้น			ที่ตั้งสำนักงาน
					ประเภท	จำนวน (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ (บาท)	
27	Private Homes and Villas Pte. Ltd. ถือหุ้นโดย LVM Holdings Pte. Ltd.	100.00	ให้บริการ ทางการตลาด การจองและ บริหารวิลล่า	SGD 100,000	สามัญ	100,000	SGD 1.00	25 Bukit Pasoh Road, Singapore (089839)
28	Shanghai Yi-Ning Travel Construction Co., Ltd. (บริษัทย่อยทางอ้อมของ LVM Holdings Pte. Ltd.) ซึ่งถือหุ้นโดย Private Homes and Villas Pte. Ltd	100.00	บริการด้าน การตลาด	CNY 69,080	-	-	-	Building C, No. 888, Lake Road West 2, Namhui New Town, Pudong New Area, Shanghai
29	PT Bali Home Manajemen. (บริษัทย่อยทางอ้อมของ LVM Holdings Pte. Ltd.) ถือหุ้นโดย Private Homes and Villas Pte. Ltd และ Bali Luxe Ltd.	80.00 20.00	รับจ้าง บริหาร	IDR 2,500,000,000	สามัญ	20,000	IDR 125,000	Jalan Raya Semer No. 883 Kerobokan, Kuta Utara, Badang 80361, Bali, Indonesia
30	Bali Luxe Ltd. ถือหุ้นโดย LVM Holdings Pte. Ltd.	100.00	บริการต่างๆ	HKD 10,000	สามัญ	10,000	HKD 1.00	20/F Euro Trade Centre 21-23 Des Voeux Rd., Central, Hong Kong
31	Niseko Gourmet Co., Ltd. ถือหุ้นโดย LVM Holdings Pte. Ltd.	100.00	รับจ้าง บริหาร	JPY 5,000,000	สามัญ	500	JPY 10,000	Hokkaido Abuta gun Kutchan cho Minami 4jyo Nishi 1 chome 37-1, Japan
32	บ. ดุสิต ฮอสปิทัลลิตี้ เซอร์วิส	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
33	บ. เอ็มเพอริว เคเทอริง ถือหุ้นโดย บ. ดุสิต ฟู้ดส์	70.00	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
34	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

ท.	รายชื่อนิติบุคคล (บริษัทย่อย)	% การ ถือหุ้น	ประเภท ธุรกิจ	ทุนที่เรียก ชำระแล้ว (ล้านบาท)	หุ้น			ที่ตั้งสำนักงาน
					ประเภท	จำนวน (หุ้น)	มูลค่าหุ้นละ (บาท)	
35	บ. ดุสิตเรียล ฟู้ดส์ ถือหุ้นโดย บ. ดุสิต ฟู้ดส์	51.00	ประกอบ ธุรกิจอาหาร เพื่อสุขภาพ	15	สามัญ	150,000	100	319 อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 29 ถนนพญาไท แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กทม. 10330 โทรศัพท์ +66 (0) 2200-9999
36	Dusit Maldives Investment Private Limited ถือหุ้นโดย บ. ดุสิตธานี รีท	99.99	เป็นเจ้าของ โรงแรมดุสิต ธานี มัลดีฟส์	USD 150,000	สามัญ	150,000	USD 1	Level 1, H. Orchid Maage', Ameer Ahmed Magu, Male', Maldives
37	Dusit Maldives Management Private Limited ถือหุ้นโดย บ. ดุสิต แมนเนจเม้นท์	99.99	เช่าช่วง โรงแรมดุสิต ธานี มัลดีฟส์	USD 10,000	สามัญ	10,000	USD 1	Level 1, H. Orchid Maage', Ameer Ahmed Magu, Male', Maldives
38	Dusit Worldwide Maldives Private Limited ถือหุ้นโดย บ. ดุสิต เวิลด์วายด์	99.98	รับบริหาร โรงแรมดุสิต ธานี มัลดีฟส์ ใน สาธารณรัฐ มัลดีฟส์	USD 5,000	สามัญ	5,000	USD 1	Level 1, H. Orchid Maage', Ameer Ahmed Magu, Male', Maldives
39	บ. ดิ ออร์จิน ดุสิต	49.00	พัฒนา คอนโด มิเนียม	320	สามัญ	32,000,000	10	496 หมู่ 9 ต.ลำโรงเหนือ อ.เมือง สมุทรปราการ จ.สมุทรปราการ
40	บ. ดุสิตธานี รีท ถือหุ้นโดย ทรัสต์เพื่อการลงทุน ในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการ เช่าดุสิตธานี (DREIT)	99.99	เพื่อเป็น ผู้ถือหุ้นใน บริษัท ดุสิต มัลดีฟส์ อินเวสเมนต์ จำกัด	742,98	สามัญ	148,596,000	5	319 อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 29 ถนนพญาไท แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กทม. 10330 โทรศัพท์ +66 (0) 2200-9999
41	The Caterers Co., Ltd. (เดิมชื่อ The Caterers Joint Stock Company) ถือหุ้นโดย บ. เอ็มเพอร์คิวร์ เทคโนโลยี	100.00	บริการอาหาร และเครื่องดื่ม	VND 1,119,730,000	สามัญ	-	-	46-A-C-D Vuon Lai Street, Tan Thanh Ward, Tan Phu District, Ho Chi Minh City, Vietnam
42	Dusit Japan Godo Gaisha Co., Ltd.	100.00	รับจ้าง บริหาร โรงแรม	JPY 500,000	หุ้นสามัญ	-	-	O2 Build. 3F, 25-2, Higashinakacho, Urawa-ku, Saitama-shi, Saitama, Japan

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

ผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้และนายทะเบียนผู้ถือหุ้นกู้

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 1222 ถนนพระรามที่ 3 แขวงบางโพงพาง
เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์ + 66 (0) 2296 3582
โทรสาร + 66 (0) 2683 1298

ผู้สอบบัญชี

นางสาววิภาวรรณ ปัทวันวิเวก ผู้สอบบัญชีอนุญาตเลขที่ 4795
บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด
อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 50 - 51
เลขที่ 1 ถนนสาทรใต้ กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์ + 66 (0) 2677 2000
โทรสาร + 66 (0) 2677 2222

ที่ปรึกษากฎหมาย

บริษัท เอสอาร์พีพี จำกัด
เลขที่ 191 อาคารสีลมคอมเพล็กซ์ ชั้น 21 ยูนิตบี
ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทรศัพท์ + 66 (0) 2029 1700

6.4 ข้อมูลสำคัญอื่น

บริษัท ไม่มีข้อมูลสำคัญอื่นที่จะมีผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน