

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

- นโยบายและเป้าหมายการประกอบธุรกิจ

บริษัทได้กำหนดนโยบายและทิศทางในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนแผนพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเติบโตอย่างมั่นคงและความสามารถในการทำกำไรอย่างยั่งยืน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ถือหุ้นในระยะยาว นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญในเรื่องความโปร่งใสและความถูกต้อง และบริษัทเชื่อมั่นว่า การปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ถือหุ้นของบริษัท

- ความเป็นมา

บริษัท แชนกรี-ลา โฮเต็ล จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 8 เดือนมกราคม 2524 โดยการร่วมมือกันของกลุ่มโรงงานน้ำตาลไทยรุ่งเรืองและนักลงทุนจากประเทศฮ่องกงโดยนายค็อก ฮ็อก เนียน (Mr. Kuok Hock Nien) มีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจโรงแรมชั้น 1 (First class) เป็นอาคารสูง 25 ชั้น โดยมีลานจอดรถเอลิคอปเตอร์อยู่บนชั้น 25 มีจำนวนห้องพัก 682 ห้อง พร้อมห้องอาหาร ห้องประชุม และห้องจัดเลี้ยง และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ครบถ้วน ตั้งอยู่บนที่ดินซึ่งบริษัทเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ เนื้อที่ 12 ไร่ 2 งาน 63 ตารางวา บริษัทฯ ได้รับการส่งเสริมการลงทุนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุนพ.ศ. 2520 โดยได้รับสิทธิพิเศษในการยกเว้นอากรขาเข้าและหรือภาษีการค้าสำหรับเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ส่งเข้ามาจากต่างประเทศ

บริษัทฯ เริ่มเปิดดำเนินการบางส่วนในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2529 และเปิดดำเนินการเต็มโครงการในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2529

ต่อมาในปี 2531 บริษัทฯ ได้ซื้อที่ดินเพิ่มเติมเนื้อที่ 5 ไร่ 2 งาน 75 ตารางวา ซึ่งติดกับอาคารจอดรถของโรงแรมเพื่อสร้างโรงแรมหลังใหม่ ซึ่งเรียกว่า “กรุงเทพวิง” ประกอบด้วยอาคาร 3 หลัง คืออาคารโรงแรมสูง 16 ชั้น จำนวนห้องพัก 174 ห้อง อาคารสำนักงานให้เช่าและศูนย์การค้า สูง 10 ชั้น และอาคารจอดรถ สูง 10 ชั้น อาคารสำนักงานมีพื้นที่ให้เช่าสำหรับสำนักงาน 7,000 ตารางเมตร พื้นที่ให้เช่าสำหรับร้านค้า 3,000 ตารางเมตร ซึ่งการก่อสร้างอาคารโรงแรมหลังใหม่นี้ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน โดยได้รับสิทธิพิเศษยกเว้นอากรขาเข้าและหรือภาษีการค้าครึ่งหนึ่งสำหรับเครื่องจักรที่นำเข้า อาคารโรงแรมหลังใหม่ได้เปิดดำเนินการเมื่อเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2534

ในปี 2531 บริษัทได้ซื้อที่ดินที่เชียงใหม่ซึ่งตั้งอยู่ที่ถนนช้างคลาน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เนื้อที่ 17 ไร่ 1 งาน 69 3/10 วา เพื่อสร้างโรงแรมระดับ 5 ดาวขึ้นอีกหนึ่งแห่ง แต่ภายหลังจากซื้อที่ดินแล้ว ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมไม่เอื้ออำนวยและได้เกิดวิกฤตเศรษฐกิจหลายครั้ง ทำให้บริษัทระงับโครงการก่อสร้างโรงแรมที่เชียงใหม่ไว้ก่อน ต่อมาในปลายปี 2546 บริษัทเห็นว่ารัฐบาลมีนโยบายที่แน่นอนในอันที่จะพัฒนาส่งเสริมให้เชียงใหม่เป็น

ศูนย์การบินในเอเชียอาคเนย์ อีกทั้งมีโครงการพัฒนาเชิงใหม่ให้เป็นศูนย์การประชุมนานาชาติด้วย บริษัทจึงได้เริ่มโครงการก่อสร้างโรงแรมแชนกรี-ลา เชียงใหม่ขึ้น โดยโครงการดังกล่าวได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน โดยได้รับการส่งเสริมให้ได้สิทธิในการนำคนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการเข้ามาในราชอาณาจักร

โรงแรมแชนกรี-ลา เชียงใหม่ เป็นอาคารสูง 12 ชั้น มีห้องพัก 281 ห้อง ห้องอาหารและบาร์รวม 5 แห่ง ห้องจัดเลี้ยงและห้องจัดประชุมสัมมนา รวม 8 ห้อง ห้องแกรนด์บอลรูมขนาดใหญ่สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้ 1,600 คน หอประชุมขนาดใหญ่ 1 ห้อง และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ครบถ้วน ซึ่งโรงแรมแชนกรี-ลา เชียงใหม่ได้เริ่มเปิดให้บริการแล้วตั้งแต่วันที่ 22 ธันวาคม 2550

- การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม 2556 ได้มีมติอนุมัติแต่งตั้งนายมาริช ภัคศิวิวัฒน์ ให้เป็นกรรมการผู้จัดการของบริษัทแทนนางค็อก ออน ควอง (Mdm. Kuok Oon Kwong) โดยให้มีผลนับแต่วันที่ 13 พฤษภาคม 2556 หลังการเปลี่ยนแปลง นายมาริช ภัคศิวิวัฒน์ ดำรงตำแหน่งรองประธานคณะกรรมการและกรรมการผู้จัดการ ส่วนนางค็อก ออน ควอง ยังดำรงตำแหน่งกรรมการของบริษัท

ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2556 ได้มีมติอนุมัติแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบชุดปัจจุบันที่จะครบวาระการดำรงตำแหน่งในวันที่ 15 พฤศจิกายน 2556 ให้กลับเข้ารับตำแหน่งต่อไปอีกระยะหนึ่งเป็นเวลา 2 ปี โดยมีขอบเขต หน้าที่และความรับผิดชอบดังเดิม

คณะกรรมการตรวจสอบของบริษัทประกอบด้วย

- | | |
|-------------------------|-----------------------------|
| 1. ประธานกรรมการตรวจสอบ | นายโกวิทช์ โปษยานนท์ |
| 2. กรรมการตรวจสอบ | นายไชยวัฒน์ บุนนาค |
| 3. กรรมการตรวจสอบ | นายเกล็ดชัย เบญจจาวรศิริกุล |

ในระหว่างปี 2556 ไม่มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัท

- ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท บริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัท แชนกรี-ลา โฮเต็ล จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจหลัก คือ การดำเนินธุรกิจโรงแรมชั้น 1 เพื่อให้เช่าที่พักอาศัย จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม บริการจัดการประชุมและสัมมนา จัดเลี้ยง รวมถึงการให้บริการอื่นๆ อันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจโรงแรม และลงทุนในบริษัทอื่น บริษัทมีสถานประกอบการ 2 แห่ง คือ

1. โรงแรมแชนกรี-ลา กรุงเทพฯ
2. โรงแรมแชนกรี-ลา เชียงใหม่

ธุรกิจหลักของบริษัทย่อย คือ การลงทุนในบริษัทอื่น บริษัทมีบริษัทย่อย ดังนี้

1. บริษัท วัฒนธานี จำกัด (“วัฒนธานี”) จัดทะเบียนจัดตั้งในประเทศไทย โดยมีบริษัทเป็นผู้ถือหุ้นในอัตราร้อยละ 100 วัฒนธานีไม่ได้ประกอบธุรกิจอื่นใดนอกจากลงทุนถือหุ้นในบริษัท Apizaco จำกัด บริษัท Hasfield Holdings จำกัด และ บริษัท ไทยรุ่งเรือง-เคอรี่ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด

2. บริษัท Apizaco จำกัด (“Apizaco”) เป็นบริษัทที่จดทะเบียนจัดตั้งในประเทศฮ่องกง (ถือหุ้นโดยวัฒนธานี ในอัตราร้อยละ 100) Apizaco ไม่ได้ประกอบธุรกิจอื่นใด นอกจากลงทุนในบริษัทอื่นๆ ดังนี้

2.1 ถือหุ้นในบริษัท แชนกรี-ลา เอเชีย จำกัด (“SA”) จำนวน 10,501,055 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 0.34 ของจำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายและชำระแล้ว

2.2 ถือหุ้นในบริษัท Zukerman จำกัด (“Zukerman”) ในอัตราร้อยละ 100 Zukerman เป็นบริษัทจดทะเบียนจัดตั้งในประเทศบริติช เวอร์จิน ไอส์แลนด์ (British Virgin Islands) Zukerman ไม่ได้ประกอบธุรกิจอื่นใดนอกจากลงทุนถือหุ้นในบริษัทร่วม ในสหภาพพม่า 3 แห่ง คือ

2.2.1 บริษัท Traders Yangon จำกัด ในอัตราร้อยละ 23.53

2.2.2 บริษัท Shangri-La Yangon จำกัด ในอัตราร้อยละ 22.22

2.2.3 บริษัท Traders Square จำกัด ในอัตราร้อยละ 23.56

3. บริษัท Hasfield Holdings จำกัด (“Hasfield”) เป็นบริษัทจดทะเบียนจัดตั้งในประเทศสิงคโปร์ (ถือหุ้นโดยวัฒนธานีในอัตราร้อยละ 100) ปัจจุบัน Hasfield ไม่ได้ประกอบธุรกิจ เพราะในระหว่างปี 2556 ได้มีการขายเงินลงทุนในบริษัท Cuscaden Properties จำกัดออกไป

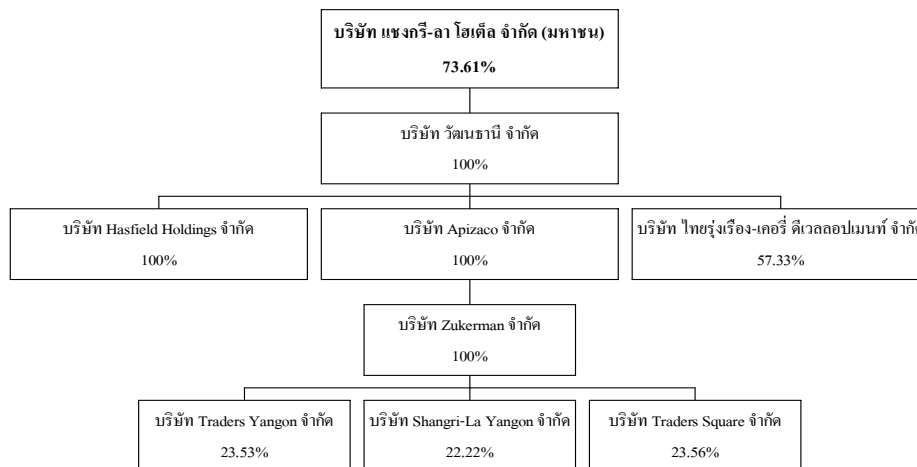
4. บริษัท ไทยรุ่งเรือง-เคอรี่ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (ถือหุ้นโดยวัฒนธานีในอัตราร้อยละ 57.33) บริษัท ไทยรุ่งเรือง-เคอรี่ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ไม่ได้ประกอบกิจการอื่นใด นอกจากลงทุนถือหุ้นในบริษัท ทางยกระดับคอนกรีต จำกัด (มหาชน) ในอัตราร้อยละ 2.05 มูลค่าเงินลงทุนประมาณ 213 ล้านบาท

ธุรกิจหลักของบริษัทร่วม มีดังนี้

1. บริษัท Traders Yangon จำกัด ประกอบกิจการโรงแรม Traders ซึ่งเป็นโรงแรมสากลระดับ 4 ดาว ในเมืองย่างกุ้ง สหภาพพม่า เพื่อให้เช่าที่พักอาศัย จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มและบริการอื่นๆ อันเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม ซึ่งได้เปิดดำเนินการแล้วตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2539

2. บริษัท Shangri-La Yangon จำกัด เป็นบริษัทที่ทำโครงการก่อสร้าง Shangri-La Residences, Yangon ซึ่งเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเม้นท์ในเมืองย่างกุ้ง สหภาพพม่า และเริ่มเปิดให้บริการ Shangri-La Residences อาคาร 1 เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2556

3. บริษัท Traders Square จำกัด เป็นบริษัทที่ทำโครงการก่อสร้างศูนย์การค้าที่เมืองย่างกุ้ง สหภาพพม่า ขณะนี้โครงการอยู่ในระหว่างการพัฒนา

-โครงสร้างการถือหุ้น

บริษัท	ทุนที่ออกจำหน่ายและ	ประเภทธุรกิจ
1. บริษัท วัฒนา จำกัด เลขที่ 89 ซอยวัดสวนพลู ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย โทรศัพท์ : (66) 2236 7777	1,303 ล้านบาท	ลงทุนในบริษัทอื่น
2. บริษัท ไทยรุ่งเรือง-เคอรี่ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด เลขที่ 89 อาคารเจ้าพระยาทาวเวอร์ ชั้น 9 ห้อง 901-903 ซอยวัดสวนพลู ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย โทรศัพท์ : (66) 2237 3737	231 ล้านบาท	ลงทุนในบริษัทอื่น
3. บริษัท Apizaco จำกัด เลขที่ 683 เคอรี่ เซ็นเตอร์, ชั้น 28, คิงส์ โรด, แควร์รี่เบย์, ส่องกง โทรศัพท์ : (852) 2525 7211	206.46 ล้านเหรียญฮ่องกง	ลงทุนในบริษัทอื่น
4. บริษัท Hasfield Holdings จำกัด เลขที่ 1 กิมเส็ง พรีเมียมเมนาด, เกรทเวลด์ ซิตี #06-02, สิงคโปร์ โทรศัพท์ : (65) 6733 3600	34.22 ล้านเหรียญสิงคโปร์	ไม่ได้ประกอบ กิจการ
5. บริษัท Zukerman จำกัด เลขที่ 683 เคอรี่ เซ็นเตอร์, ชั้น 28, คิงส์ โรด, แควร์รี่เบย์, ส่องกง โทรศัพท์ : (852) 2525 7211	1 เหรียญสหรัฐ	ลงทุนในบริษัทอื่น
6. บริษัท Traders Yangon จำกัด เลขที่ 223 ซูล พาโกดา โรด, ยางกอน, เมียนมาร์ โทรศัพท์ : (951) 242828	21.60 ล้านจ๊าด	ธุรกิจโรงแรม
7. บริษัท Shangri-La Yangon จำกัด เลขที่ 223 ซูล พาโกดา โรด, ยางกอน, เมียนมาร์ โทรศัพท์ : (951) 242828	11.88 ล้านจ๊าด	เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์
8. บริษัท Traders Square จำกัด เลขที่ 223 ซูล พาโกดา โรด, ยางกอน, เมียนมาร์ โทรศัพท์ : (951) 242828	0.52 ล้านจ๊าด	ศูนย์การค้า (อยู่ระหว่างก่อสร้าง)

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

- โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทร่วมที่ประกอบธุรกิจประเภทเดียวกัน

ธุรกิจหลัก	ประกอบกิจการโดย	ส่วนได้เสีย (%)	2556		2555		2554	
			รายได้		รายได้		รายได้	
			ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
โรงแรมและ ห้องอาหาร	บริษัท แชนกรี-ลา โฮเต็ล จำกัด (มหาชน) :-							
	1) โรงแรมแชนกรี-ลา กรุงเทพฯ	100%						
	- รายได้ค่าห้องพัก		1,027.89	33.16	914.31	35.34	668.92	34.23
	- รายได้ค่าอาหารและเครื่องดื่ม		693.60	22.38	697.06	26.94	512.20	26.21
	- รายได้จากแผนกอื่นๆ		128.77	4.15	124.23	4.80	110.66	5.66
	- รายได้อื่นๆ		60.85	1.96	32.28	1.25	31.90	1.63
	รายได้รวม - โรงแรมแชนกรี-ลา กรุงเทพฯ		1,911.11	61.65	1,767.88	67.83	1,323.68	67.73
	2) โรงแรมแชนกรี-ลา เชียงใหม่	100%						
	- รายได้ค่าห้องพัก		242.63	7.83	191.50	7.40	155.78	7.97
	- รายได้ค่าอาหารและเครื่องดื่ม		123.95	4.00	122.69	4.74	125.38	6.42
	- รายได้จากแผนกอื่นๆ		17.58	0.57	15.60	0.60	14.44	0.74
	- รายได้อื่นๆ		7.63	0.25	1.40	0.05	1.35	0.07
	รายได้รวม - โรงแรมแชนกรี-ลา เชียงใหม่		391.79	12.65	331.19	12.79	296.95	15.20
	บริษัท Traders Yangon จำกัด							
	1) โรงแรมเทรดเดอร์ส ย่างกุ้ง	23.53%						
	- รายได้ค่าห้องพัก		490.50	15.82	268.73	10.39	112.27	5.74
	- รายได้ค่าอาหารและเครื่องดื่ม		248.49	8.02	157.36	6.08	157.04	8.03
	- รายได้จากแผนกอื่นๆ		56.31	1.82	61.59	2.38	64.46	3.30
	- รายได้อื่นๆ		1.34	0.04	0.84	0.03	-	-
	รายได้รวม - โรงแรมเทรดเดอร์ส ย่างกุ้ง		796.64	25.70	488.52	18.88	333.77	17.07
	รายได้ทั้งหมด		3,099.54	100.00	2,587.59	100.00	1,954.40	100.00

รายได้ค่าห้องพักส่วนใหญ่เป็นรายได้จากลูกค้าต่างประเทศ ในขณะที่รายได้ค่าอาหารและเครื่องดื่มมีสัดส่วนรายได้จากลูกค้าต่างประเทศมากกว่าลูกค้าในประเทศเช่นกัน แต่ไม่สามารถระบุจำนวนได้เพราะไม่ได้ทำสถิติไว้

บริษัทย่อยและบริษัทร่วมอื่นนอกจากที่ได้กล่าวข้างต้นนี้ไม่มีรายได้ที่เกิดจากการให้บริการแก่บุคคลภายนอก

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ**- บริษัท แชนกรี-ลา โฮเต็ล จำกัด (มหาชน) และบริษัท Traders Yangon จำกัด**

ทั้งสองบริษัทดังกล่าวข้างต้นเป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจโรงแรมและการให้บริการของโรงแรม โดยแบ่งการบริการของโรงแรมออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ คือ

1. การให้บริการด้านห้องพัก
2. การให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม
3. การให้บริการด้านอื่นๆ เช่น ชักรีด สื่อสารโทรคมนาคม ศูนย์ธุรกิจ ศูนย์สุขภาพ จัดเลี้ยง และประชุมสัมมนา

ลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ

- บริษัท Apizaco จำกัด บริษัท Hasfield Holdings จำกัด บริษัท Zukerman จำกัด และบริษัท วัฒนธานี จำกัด

ไม่มีผลิตภัณฑ์และบริการ เนื่องจากเป็นบริษัทที่ลงทุนถือหุ้นในบริษัทอื่น

- บริษัท Shangri-La Yangon จำกัด

เป็นบริษัทที่ทำโครงการ Shangri-La Residences, Yangon ซึ่งเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ในเมืองย่างกุ้ง สหภาพพม่า และเริ่มเปิดให้บริการ Shangri-La Residences อาคาร 1 เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2556

- บริษัท Traders Square จำกัด

เป็นบริษัทที่ทำโครงการก่อสร้างศูนย์การค้าที่เมืองย่างกุ้ง สหภาพพม่า ขณะนี้โครงการอยู่ในระหว่างการพัฒนา

- วัฏจักรของการประกอบธุรกิจ

วัฏจักรของการประกอบธุรกิจขึ้นอยู่กับฤดูกาลท่องเที่ยวโดยแบ่งเป็น 2 ระยะคือ

- ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) อยู่ระหว่างประมาณเดือนตุลาคมถึงเดือนมีนาคมซึ่งจะมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยประมาณร้อยละ 71
- ช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) อยู่ระหว่างประมาณเดือนเมษายนถึงเดือนกันยายนซึ่งจะมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยประมาณร้อยละ 59

- กำลังการผลิต และปริมาณการผลิต**โรงแรมแสงกรี-ลา กรุงเทพฯ**

โรงแรมแสงกรี-ลา กรุงเทพฯ เป็นโรงแรมระดับห้าดาวที่ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาและอยู่ใจกลางกรุงเทพมหานคร มีจำนวนห้องพักทั้งหมด 799 ห้อง และเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์จำนวน 24 ห้อง มีห้องอาหารและบาร์ให้บริการอาหารไทย จีน อิตาลี และนานาชาติรวม 11 แห่ง มีห้องจัดประชุม สัมมนาและจัดเลี้ยง จำนวน 18 ห้อง รวมถึงห้องแกรนด์บอลรูมที่มีพื้นที่หน้าห้องอันกว้างขวาง สามารถจุคนได้ถึง 2,000 คน เพียบพร้อมด้วยโสตทัศนูปกรณ์อันทันสมัย เหมาะสำหรับการจัดประชุม สัมมนาและการจัดเลี้ยง และยังมีศูนย์บริการธุรกิจที่พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกอันทันสมัย มีศูนย์สุขภาพซึ่งครบครันด้วยอุปกรณ์กีฬานานาชนิด สระว่ายน้ำกลางแจ้ง เซาว์น่า จากุซซี่ รวมถึงบริการนวดเพื่อสุขภาพด้วย นอกจากนี้ยังมีสปาที่เปิดให้บริการตั้งแต่ปี 2547 ซึ่งเป็นสปาระดับแนวหน้าแห่งหนึ่งของประเทศไทย และได้รับการตอบรับอย่างดีจากลูกค้า

อัตราการเข้าพักเฉลี่ยและอัตราค่าห้องพักเฉลี่ย ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา มีดังนี้ คือ

ปี	2556	2555	2554
อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (%)	65.50	57.70	44.30
อัตราค่าห้องพักเฉลี่ย (บาท)	5,429	5,475	5,436

โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่

โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่ เป็นโรงแรมระดับห้าดาวที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองเชียงใหม่ มีจำนวนห้องพักทั้งหมด 281 ห้อง (รวมห้องชุดจำนวน 61 ห้องแล้ว) มีห้องอาหารและบาร์รวม 5 แห่ง ห้องจัดประชุมสัมมนาและจัดเลี้ยง จำนวน 8 ห้อง ห้องแกรนด์บอลรูมที่มีพื้นที่กว้างขวาง สามารถจุคนได้ถึง 1,600 คน เพียบพร้อมด้วยโสตทัศนูปกรณ์อันทันสมัย เหมาะสำหรับการจัดประชุม สัมมนาและการจัดเลี้ยง และยังมีหอประชุมขนาดใหญ่อีก 1 ห้อง พร้อมด้วยโสตทัศนูปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกอันทันสมัย มีศูนย์สุขภาพ สระว่ายน้ำกลางแจ้ง จากุซซี่ และยังมีสปาซึ่งมีพื้นที่กว้างขวาง ตั้งอยู่ด้านในห่างไกลจากฝั่งถนนปราศจากเสียงรบกวนจากการจราจร และล้อมรอบไปด้วยต้นไม้และธรรมชาติที่จะทำให้ผู้มาใช้บริการได้รับความผ่อนคลายและความเป็นส่วนตัว

อัตราการเข้าพักเฉลี่ยและอัตราค่าห้องพักเฉลี่ย ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา มีดังนี้ คือ

ปี	2556	2555	2554
อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (%)	73.75	67.97	51.40
อัตราค่าห้องพักเฉลี่ย (บาท)	3,768	3,284	3,062

- การตลาดและภาวะการแข่งขัน

- โรงแรมแชนกรี-ลา กรุงเทพฯ

ปี 2556 เป็นปีที่สดใสอีกปีหนึ่งสำหรับประเทศไทยเนื่องจากการเมืองมีเสถียรภาพและการคาดการณ์การเติบโตทางเศรษฐกิจ GDP (Gross Domestic Products) ในอัตราร้อยละ 5 ปีจึงยั้งพื้นฐานแข็งแกร่งแม้ว่าการส่งออกลดลงเนื่องจากตลาดสหรัฐอเมริกาและยุโรปหดตัว ธุรกิจโรงแรมมีแนวโน้มดีขึ้นเนื่องจากคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มขึ้นจากปี 2555 เนื่องจากความเชื่อมั่นและมีจุดแข็งในด้านวัฒนธรรมหลากหลาย ชายหาดสวยงามเป็นลัทธิดึงดูดนักท่องเที่ยว

ในไตรมาสแรก อัตราการเข้าพักเพิ่มขึ้นอย่างมาก เป็นร้อยละ 81.30 จากลูกค้ากลุ่ม WSL Offline (ขายแบบเหมาจ่าย) MICE (การจัดประชุมบริษัทข้ามชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และการจัดนิทรรศการ) และตลาดกลุ่มลูกค้าทั่วไป การค้ากับจีนแผ่นดินใหญ่มีความคลั่งไคล้เนื่องจากเป็นช่วงเทศกาลตรุษจีน ในช่วงไตรมาสแรก ทำให้ลูกค้าชาวจีนกลายเป็นตลาดที่มีส่วนแบ่งเป็นอันดับหนึ่งของโรงแรมในปี 2556 ขึ้นมาแทนที่อันดับของสหรัฐอเมริกาและสหราชอาณาจักร อัตราการเข้าพักร้อยละ 81.30 นั้นเป็นการปรับตัวสูงขึ้นถึงร้อยละ 23.38 เมื่อเทียบกับไตรมาสแรกในปี 2555 ตลาดกลุ่มลูกค้าทั่วไปมีความเข้มแข็งเพราะได้ราคาดีและสามารถซื้อหาได้ทุกช่องทางการจอง ในส่วนของตลาด MICE ก็มีความเข้มแข็งเช่นกัน เพราะมีงานจัดประชุมนานาชาติและกลุ่มที่จัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลซึ่งล้วนแต่มีขนาดใหญ่ อาทิเช่น งานประชุมของ DHL จากสหรัฐอเมริกาที่มีจำนวนคืนที่พักรวมกันมากถึง 1,000 คืน และงานประชุม Hewlett Packard ในเดือนมีนาคมที่มีจำนวนคืนห้องพักพักรวมกันทั้งหมดมากถึงเกือบ 2,000 คืน ด้วยจำนวนและกลุ่มขนาดใหญ่เช่นนี้ ทำให้โรงแรม-แชนกรี-ลา กรุงเทพฯมีชื่อเสียงและสามารถเป็นโรงแรมแห่งตลาด MICE ได้อย่างง่ายดาย นอกจากนี้ยังมีผู้นำจาก 8 ประเทศ ซึ่งหนึ่งในนั้นประเทศแรกที่มาเยือนในเดือนมีนาคมคือประธานาธิบดีสาธารณรัฐเอคิวเวทอเรียลกินี และยังมีงานแต่งงานของกลุ่มคนมีชื่อเสียงชาวอินเดียในช่วงเดือนมีนาคมด้วยเช่นกัน โดยมีจำนวนคืนห้องพักพักรวมกันทั้งหมดถึง 1,000 คืน ทั้งนี้ก็เป็นการผลักดันให้โรงแรมแชนกรี-ลากรุงเทพฯมีชื่อเสียงด้านการจัดงาน ด้วยสถานที่ที่ต้งอยู่ริมแม่น้ำ การบริการที่เป็นมิตรและความยืดหยุ่นในการจัดหาอาหารเพื่อบริการงานเลี้ยงตลอดระยะเวลางาน ปีจึงยั้งเหล่านี้ทำให้โรงแรมกลายเป็นสถานที่ที่มีคุณภาพสูงสำหรับคนเฉพาะกลุ่มเหล่านี้ ในช่วงไตรมาสแรกนับว่าเป็นปรากฏการณ์ที่สำคัญสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยและการลงทุนจากต่างประเทศ

ช่วงไตรมาสที่สองซึ่งโดยปกติจะเป็นช่วงนอกฤดูท่องเที่ยว แม้ว่าจะเป็นช่วงที่มีเทศกาลสงกรานต์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่โดยเฉพาะจากสหรัฐอเมริกาและยุโรปต่างพากันหนีสภาพอากาศที่ร้อนขึ้นในช่วงไตรมาสนี้นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียยังคงครองส่วนแบ่งทางตลาดมากที่สุดรวมทั้งกลุ่ม MICE และกลุ่ม WSL Offline อัตราการเข้าพักลดลงอยู่ที่ร้อยละ 53.30 แต่ก็สูงกว่าปีก่อนซึ่งมีอัตราการเข้าพักอยู่ที่ร้อยละ 51.60 สำหรับตลาด GCA (ประชุมสัมมนาโดยสมาคม) ซึ่งปกติจะมีการเวียนเปลี่ยนสถานที่จัดงานทุกปีก็เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ตัวเลขลดลงเพราะกลุ่มสมาคมได้เวียนไปที่จุดหมายปลายทางอื่นมากกว่าจะจัดที่ไทยในปี 2556 ในภาคส่วนของรัฐบาลก็ได้รับส่วนแบ่งทางตลาดจากการเยือนของจีนและผู้นำประเทศทางาจิสถาน มาเลเซีย เกาหลีใต้ และอินเดีย

อัตราการเข้าพักของโรงแรมเริ่มกลับมาดีขึ้นในไตรมาสที่สามที่ร้อยละ 57.87 และไตรมาสที่สี่ที่ร้อยละ 65.91 เนื่องจากมีลูกค้ากลุ่มจัดประชุมสัมมนาขนาดใหญ่จากกลุ่ม MICE และกลุ่ม GCA การมาเยือนของประธานาธิบดีของเปรู ผู้นำจีนในเดือนตุลาคม การมาเยือนของประธานาธิบดีของปากีสถาน และภริยาประธานาธิบดีของไนจีเรียในเดือนพฤศจิกายน

อัตราการเข้าพักในเดือนพฤศจิกายนลดลงจากปีก่อนเนื่องจากปัจจัยทางการเมืองภายในประเทศ และได้ส่งผลกระทบต่อมากยิ่งขึ้นในเดือนธันวาคม นักท่องเที่ยวต่างพากันยกเลิกการจองโรงแรมซึ่งสามารถเห็นได้อย่างชัดเจนที่สุดในช่วงสามสัปดาห์แรกของเดือนธันวาคม ในช่วงสิ้นปีที่มีการปรับราคาห้องพักสูงขึ้น ตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วยตนเองโดยอิสระ (FIT) จากสหรัฐอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่น ได้มีการจองที่อัตราการเข้าพักร้อยละ 57.55 และมีราคาเฉลี่ยต่อห้องในช่วงสิ้นปีสูงถึง 6,826 บาท

นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังประเทศไทยมียอดรวมถึง 26.7 ล้านคนในปี 2556 ซึ่งเป็นจำนวนมากกว่าที่คาดการณ์ไว้ที่ 23 ล้านคนและในปีก่อนที่ 22.3 ล้านคน เป็นอัตราการเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 19.7 เส้นทางการบินที่เปิดใหม่จากจีน อินเดีย ลาว และเส้นทางบินประจำที่เดินทางมาอย่างต่อเนื่องจากญี่ปุ่นและตะวันออกกลาง ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้จำนวนนักท่องเที่ยวเติบโต

นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกจำนวน 16 ล้านคนครอบคลุมส่วนแบ่งทางตลาดมากที่สุดถึงร้อยละ 60.18 และมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 28.47 จากปี 2555 จีนเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดด้วยจำนวนการเดินทางมาไทยถึง 4.71 ล้านคน เพิ่มขึ้นถึง 1.91 ล้านคนจากปีก่อน ตามมาด้วยมาเลเซียที่ 2.99 ล้านคน ญี่ปุ่นที่ 1.54 ล้านคน และเกาหลีที่ 1.29 ล้านคน เมื่อเทียบกับในกลุ่มประเทศอาเซียน มาเลเซียทำลายสถิติด้วยจำนวนครั้งที่เดินทางเข้ามาเพิ่มขึ้นมากที่สุดถึง 435,108 คน ซึ่งก็ชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างไทยมาเลเซียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการลงทุน

ตลาดยุโรปก็มีการปรับตัวที่ดีขึ้นด้วยอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 11.62 กับจำนวนการเดินทางเข้ามาถึง 6.3 ล้านคน ซึ่งตลาดยุโรปที่สำคัญต่อประเทศไทยได้แก่ รัสเซีย สหราชอาณาจักร เยอรมัน และฝรั่งเศส

จำนวนการเดินทางเข้ามาจากทวีปอเมริกาลดลงในปี 2556 ด้วยอัตราการเติบโตเพียงร้อยละ 7.68 ทั้งนี้สหรัฐอเมริกาประกาศถึงการเติบโตทางเศรษฐกิจอยู่ที่ร้อยละ 7.5 อันเนื่องมาจากปัญหาเศรษฐกิจที่เติบโตช้าเมื่อเทียบกับยุโรป ซึ่งได้แก่เยอรมันและสหราชอาณาจักร แม้ว่าตัวเลขอาจดูไม่มากนักสำหรับอเมริกาโดยรวม แต่ตัวเลขเติบโตของอเมริกาได้อยู่ที่สองหลักและยังมีแนวโน้มที่ดีสำหรับอนาคต โดยเฉพาะจากอาเจนตินาและบราซิล

จำนวนการเดินทางเข้ามาจากเอเชียใต้ซึ่งหลักๆ คือ อินเดีย นับว่าชะงัก คือเติบโตเพียงร้อยละ 3.35 เมื่อเทียบกับปีที่แล้วที่มีอัตราเติบโตที่ร้อยละ 11.03 ค่าเงินรูปีที่แข็งค่าขึ้นอย่างฉับพลันก็เป็นเหตุให้กลุ่มบริษัทหยุดจัดงานประชุมสัมมนาและหยุดเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่ชื่นชอบ

แนวโน้มนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศหมู่เกาะในมหาสมุทรแปซิฟิกยังคงเป็นไปในทิศทางลบ ส่วนมากมาจากออสเตรเลีย ที่ลดลงร้อยละ 2.44 เนื่องจากการชะลอทางเศรษฐกิจที่มีสาเหตุมาจากการลงทุนที่อ่อนแอในส่วนของธุรกิจเหมือง

ทั้งนี้ประเทศไทยสามารถกลับเข้าสู่สภาพปกติในฐานะที่เป็นจุดหมายปลายทางสำหรับตลาด MICE และการท่องเที่ยวในปี 2556 แม้ว่าในช่วงสองเดือนสุดท้ายของปี ประเทศไทยได้รับผลกระทบไม่น้อยจากการสถานการณ์ทางการเมือง จึงทำให้ภาพลักษณ์ความมีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและการเมืองในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้สั่นคลอนลง

จำนวนครั้งของการเดินทางเข้ามายังประเทศไทย 11 อันดับแรก จัดหมวดหมู่ตามสัญชาติ รวมแล้วคิดเป็นร้อยละ 63.4 ของจำนวนการเดินทางมายังประเทศไทยทั้งหมด

<u>ประเทศ</u>	<u>ปี 2556</u>	<u>ปี 2555</u>	<u>เปลี่ยนแปลง (%)</u>
จีน	4,705,173	2,789,345	68.68%
มาเลเซีย	2,996,071	2,560,963	16.99%
รัสเซีย	1,736,990	1,317,387	31.85%
ญี่ปุ่น	1,537,979	1,371,253	12.16%
เกาหลี	1,297,200	1,169,131	10.95%
ลาว	1,106,080	951,090	16.30%
อินเดีย	1,049,856	1,015,865	3.35%
สิงคโปร์	936,477	821,056	14.06%
ออสเตรเลีย	907,868	930,599	(2.44%)
สหราชอาณาจักร	906,312	870,164	4.15%
สหรัฐอเมริกา	826,350	767,420	7.68%
ยอดรวมทั้งหมด	18,006,356	14,564,273	

ประเทศที่เดินทางเข้ามายังท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมากที่สุด 11 อันดับแรกจากแหล่งข้อมูลทางตลาด

ประเทศ	ปี 2556	ปี 2555	เปลี่ยนแปลง (%)
จีน	3,205,850	2,065,093	55.24%
ญี่ปุ่น	1,424,527	1,280,361	11.26%
รัสเซีย	1,070,564	786,121	36.18%
อินเดีย	937,342	943,309	(0.63%)
เกาหลี	888,167	805,527	10.26%
สหราชอาณาจักร	694,128	681,483	1.86%
สิงคโปร์	650,034	574,264	13.19%
สหรัฐอเมริกา	649,005	615,065	5.52%
มาเลเซีย	572,003	505,756	13.10%
เยอรมัน	561,056	541,477	3.62%
ออสเตรเลีย	557,603	581,720	(4.15%)
ยอดรวมทั้งหมด	11,210,279	9,380,176	

ท่าอากาศยานดอนเมืองได้เปิดให้บริการอีกครั้งในไตรมาสสุดท้ายของปี 2555 โดยใช้เป็นสนามบินสำหรับสายการบินต้นทุนต่ำและสายการบินแบบเหมาลำ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้คาดการณ์จำนวนการเดินทางเข้ามายังประเทศไทยไว้ที่ 29.86 ล้านครั้ง ในปี 2557 ผ่านการโฆษณาณรงค์ถึงความเป็นไทยเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวในตลาดระดับบน เพื่อเปลี่ยนภาพลักษณ์ที่ว่าเมืองไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีราคาถูก การเดินทางเข้ามายังไทยที่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 11.8 นั้นถือว่าประสบความสำเร็จเพราะเสถียรภาพทางการเมือง ความสงบสุขและการจัดระเบียบบ้านเมืองที่ดี ประเทศไทยมีอัตรานักท่องเที่ยวกลับมาเยือนซ้ำสูง และตามที่นิตยสารไทม์ได้ลงบทความในเดือนมิถุนายน 2556 กรุงเทพฯเป็นเมืองที่มีอัตราการมาเยือนของนักท่องเที่ยวสูงที่สุดในโลก ตลาดที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจับตามองคือเอเชียตะวันออก (จีน ญี่ปุ่น และเกาหลี) และเอเชียใต้ (อินเดีย) ตามด้วยยุโรป สหรัฐอเมริกา และกลุ่มประเทศหมู่เกาะในมหาสมุทรแปซิฟิก รวมถึงประเทศในแถบอเมริกาใต้ จุดแข็งของประเทศไทยที่นอกเหนือจากวัฒนธรรมมรดกตกทอด ชายหาดที่สวยงามที่ทำให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางตักตักนักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาเยือน ยังมีความเชื่อมโยงกันภายในเอเชียและจุดยุทธศาสตร์ที่ใกล้ประเทศแหล่งท่องเที่ยวเกิดใหม่อย่างพม่า ลาว และเวียดนาม

สถานการณ์ทางเศรษฐกิจและการเมือง

ค่าเงินบาทยังคงแข็งตัวในช่วงสิบเดือนแรกของปี และอ่อนตัวลงในช่วงสองเดือนสุดท้ายของปี 2556 ซึ่งผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของปีนี้อยู่ที่ร้อยละ 4.5 ซึ่งต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ที่ร้อยละ 5 และต่ำกว่าปีก่อนที่ร้อยละ 4.8 นี่เป็นเพียงตัวเลขโดยประมาณตามนักเศรษฐศาสตร์ที่ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศในท้ายที่สุดจะปิดตัวอยู่ที่ร้อยละ 4

เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองที่เริ่มขึ้นในเดือนพฤศจิกายน และก่อตัวรุนแรงขึ้นในช่วงสัปดาห์แรกของเดือนธันวาคมได้ทำให้นักท่องเที่ยวหวาดกลัว กลุ่มตลาด MICE รวมถึงการลงทุนจากต่างชาติต้องหยุดชะงัก การประกาศปิดกรุงเทพฯ ในวันที่ 13 มกราคม 2557 ซึ่งภายหลังส่งผลให้รัฐบาลประกาศใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินในได้ทำให้นักท่องเที่ยวต่างพากันยกเลิกการจองโรงแรมเป็นจำนวนมาก แม้ว่าภาคการส่งออกจะเติบโตอย่างคงที่โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ซึ่งหลักๆ ได้แก่ ข้าว สิ่งทอ ยาง รถยนต์ และเพชรพลอย แต่การใช้จ่ายของผู้บริโภคมีแนวโน้มลดลงและหนี้สินครัวเรือนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สายการบินนานาชาติก็ไม่สามารถบินมาไทยได้อย่างเต็มที่ ดังเช่นที่สายการบินสิงคโปร์ได้ประกาศลดเที่ยวบินมายังไทยถึง 19 เที่ยวบินอย่างไม่มีกำหนด ส่องกงก็ได้ประกาศเตือนไม่ให้เดินทางมายังไทย โดยประกาศเตือนเป็นระดับสูงสุด และด้วยเหตุนี้จีนและฮ่องกงได้ยกเลิกการจองห้องพักเกือบทั้งหมด

เศรษฐกิจของไทยยังถือว่าเข้มแข็ง ยังสามารถต่อสู้ได้ดีกับสภาพเศรษฐกิจชะลอตัวเช่นนี้และยังสามารถฟื้นตัวจากวิกฤตได้ดี ทั้งนี้ก็เนื่องมาจากภาคการส่งออกที่เข้มแข็งอย่างไรก็ตามไทยอาจหนักใจต่อการลงทุนจากต่างประเทศในระยะยาว

เมื่อสหรัฐอเมริกาและยุโรปได้ฟื้นตัวจากวิกฤตเศรษฐกิจแล้ว การค้าขายก็จะกลับสู่สภาพเดิม การส่งออกก็จะเพิ่มมากขึ้น และแน่นอนว่าการท่องเที่ยวก็จะเติบโตเช่นกัน แต่ในขณะนี้การจัดการประเทศไทยให้สงบสุขและอยู่ในระเบียบนั้นสำคัญอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในสายตาชาวต่างชาติที่จะติดต่อค้าขายทำธุรกิจกับไทย

เมื่อรัฐบาลไทยถูกต่อต้านจากฝ่ายตรงข้าม ความขัดแย้งทางการเมืองไม่ได้ส่งผลต่อประเทศในระยะยาวเลย เพราะหลายประเทศได้เริ่มมองหาประเทศอื่นซึ่งมีเสถียรภาพทางการเมือง

- โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่

ในปีนี้โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่มีผลประกอบการดีขึ้น สูงกว่าที่ประมาณการไว้ร้อยละ 8.7 ซึ่งส่วนใหญ่มาจากกลุ่มลูกค้าทั่วไป กลุ่ม wholesale offline และกลุ่มจัดประชุมสัมมนา

แนวโน้มด้านธุรกิจในปีนี้ยังคงเป็นไปในทิศทางที่ดี เพราะมีความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นซึ่งก็เป็นการเปิดโอกาสให้โรงแรมในเชียงใหม่สามารถกำหนดราคาที่สูงขึ้นได้ อย่างไรก็ตาม ทางโรงแรมได้มีการลดราคาพิเศษในช่วงฤดูที่นักท่องเที่ยวมีไม่มากสำหรับกลุ่ม wholesalers และกลุ่มเข้าพักขนาดใหญ่เพื่อจะได้ส่วนแบ่งทางตลาดที่เพิ่มมากขึ้น โรงแรมแสงกรี-ลาเชียงใหม่มีอัตราค่าห้องพักเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 17 ในขณะที่อัตราของกลุ่มแข่งขันเพิ่มขึ้นร้อยละ 13 ในส่วนของการเปลี่ยนแปลงในอัตราการเข้าพักของทางโรงแรมอยู่ที่ร้อยละ 8.7 ในช่วงปี 2556 เมื่อเทียบกับคู่แข่งอื่นๆ ที่ร้อยละ 9.4

การท่องเที่ยวในไทยมีสัญญาณที่ดีว่าจะกลับมาคึกคัก จากที่มีช่วงขาลงในปี 2553-2554 โรงแรมและธุรกิจอื่นก็จะได้รับผลประโยชน์ในปี 2557 ดังนี้

- สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการได้ส่งเสริมณรงค์ให้นานาชาติเล็งเห็นโครงการ “ประเทศไทยเชื่อมโยงธุรกิจระดับโลกเพื่อความสำเร็จในการจัดประชุมและงานแสดงสินค้า” ภายใต้แบรนด์ Thailand CONNECT จะเป็นการชู 3 เสาหลักของอุตสาหกรรม MICE ไทยที่เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความเข้มแข็ง และเป็นจุดขายของประเทศไทยสำหรับนักเดินทางกลุ่ม MICE จากทั่วโลก ประกอบไปด้วย

1. จุดหมายปลายทางที่หลากหลาย นำเสนอที่ตั้งของประเทศไทยที่อยู่ในจุดยุทธศาสตร์ของเอเชีย ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคระดับมาตรฐาน อีกทั้งยังมี MICE cities จำนวน 5 เมือง ซึ่งหนึ่งในนั้นคือ เชียงใหม่

2. ศูนย์กลางการค้าและธุรกิจ ประเทศไทยเป็นจุดเชื่อมโยงประเทศในกลุ่มภูมิภาคเอเชีย และเมื่อเข้าสู่การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ในปี 2558 ที่จะทำให้เกิดการถ่ายเทสินค้า บริการ ฝีมือแรงงาน และการค้าการลงทุนระหว่างกัน จึงได้มีการเปิดตัวโครงการ “Year of MICE” ในเชียงใหม่ในปี 2556 และได้เปิดตัวศูนย์ประชุมแห่งใหม่ในเดือนพฤษภาคม ซึ่งจุคนได้กว่า 10,000 คน ทั้งนี้ก็เพื่อจะพัฒนาให้เชียงใหม่เป็นเมืองแห่ง MICE ในปี 2559 พร้อมกับความสามารถในการรับมืองานระดับเมกะได้

3. บุคลากรและบริการที่ได้มาตรฐาน ประเทศไทยมีความพร้อมด้านอสังหาริมทรัพย์และการให้บริการของบุคลากร จึงทำให้อุตสาหกรรม MICE ในไทยก้าวเข้าสู่มาตรฐานระดับโลก ทั้งนี้ไทยยังเป็นเจ้าภาพการจัดงาน MICE มากถึง 7,382 งาน และเจ้าภาพการจัดงานระดับเมกะ ซึ่งรวมถึงอีเวนท์จำนวนมาก เช่น The 2nd Asia-Pacific Water Summit ที่จัดขึ้นที่เชียงใหม่ช่วงเดือนพฤษภาคมปี 2556

- ปัจจัยท้าทายจากภายนอก อันได้แก่ ค่าเงินผันผวนซึ่งส่งผลให้การใช้จ่ายในประเทศไทยมีราคาแพงขึ้น การปรับตัวช่องทางเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป วิกฤตินี้สาธารณะในกลุ่มประเทศสกุลเงินยูโร ราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น

- ปัจจัยท้าทายจากภายใน อันได้แก่ ความไม่สงบทางการเมืองในกรุงเทพฯ ต้นทุนที่สูงขึ้นของการผลิตอันเนื่องมาจากค่าแรงขั้นต่ำที่ปรับตัวสูงขึ้น

จำนวนเที่ยวบินตรงที่เพิ่มมากขึ้นจากสายการบินนานาชาติมายังเชียงใหม่ เช่น ส่องกง มาเก๊า ไต้หวัน ลาว พม่า สิงคโปร์ เกาหลี มาเลเซีย และจีน ทั้งหมดนี้ได้บินตรงมายังเชียงใหม่เฉลี่ยแล้ว 72 เที่ยวบินต่อสัปดาห์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) คาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี 2557 จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงถึง 29.86 ล้านคน โดยจังหวัดเชียงใหม่สามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.8

จังหวัดเชียงใหม่มีคู่แข่งทางตลาดการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน อันได้แก่ ภูเก็ต กระบี่ เกาะสมุย พัทยาและหัวหิน ในขณะที่คู่แข่งสำคัญสำหรับกลุ่มตลาด MICE ได้แก่ กรุงเทพฯ ภูเก็ตและพัทยา

สถานการณ์ทางเศรษฐกิจและการเมือง

เศรษฐกิจโดยรวมของภาคเหนือเมื่อเดือนตุลาคม 2556 ยังคงชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากอุปสงค์ของการบริโภคส่วนบุคคลลดลง การลงทุนหยุดชะงัก รวมถึงรายจ่ายที่เพิ่มขึ้นของรัฐบาล ทว่าการท่องเที่ยว การส่งออกและการผลิตทั้งภาคอุตสาหกรรมและเกษตรกรรมกลับขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศสามารถเคลื่อนตัวได้ดีขึ้นเนื่องจากสภาวะการชะลอตัวของเงินเฟ้อและอัตราการว่างงานที่ต่ำลง ด้านภาคธนาคาร ความน่าเชื่อถือและเงินฝากของธนาคารพาณิชย์เติบโตอย่างช้าๆ

อุปทานด้านการท่องเที่ยวยังคงเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาใช้บริการเป็นประจำปี สามารถสร้างกำไรให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยได้อย่างสิ้นหลาม นอกจากนี้กำไรส่วนหนึ่งยังมาจากการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงปิดภาคเรียนของสถาบันการศึกษาอีกด้วย

วิกฤตเศรษฐกิจในสหรัฐอเมริกาและกลุ่มประเทศสกุลเงินยูโร โซนในยุโรปยังคงส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยและภาคพื้นที่ทวีปเอเชียโดยรวม

ธนาคารแห่งประเทศไทยยังรายงานอีกว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศช่วงเดือนตุลาคม 2556 เติบโตเป็นร้อยละ 4.2

- โรงแรมเทรดเดอร์ส เมืองย่างกุ้ง

รัฐบาลของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์กำลังให้ความสำคัญในการเสนอจัดการเลือกตั้งที่จะมาถึงในปี 2558 โดยประธานาธิบดีเต็งเส่งและคณะรัฐมนตรีพยายามปิดข้อเสนอนี้อย่างเร็วที่สุด นอกจากนี้รัฐบาลยังให้ความสำคัญกับโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสร้างคะแนนเสียง ประธานาธิบดีเต็งเส่งเริ่มดำเนินการทางทหารและสร้างความเข้มแข็งให้กับประเทศทั้งภายนอกและภายในเขตแดน ด้วยจุดมุ่งหมายที่จะปฏิรูปประเทศให้มุ่งสู่ความสงบสุข โดยช่วงครึ่งปีหลังของปี 2556 ทางรัฐบาลยังคงได้รับการยอมรับจากนานาชาติในด้านความโปร่งใสและความชอบธรรม ซึ่งสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุน แม้ว่าประเทศจะถูกจัดอันดับว่าเป็นประเทศที่มีการคอร์รัปชันเป็นอันดับที่ 155 จาก 177 ประเทศทั่วโลก

ในปัจจุบัน เห็นได้ชัดว่าบริษัทจากประเทศต่างๆ ทั่วโลกได้หันไปสนใจเข้ามาดำเนินธุรกิจกับพม่า โดยกลุ่มประเทศที่ส่งผลกระทบต่อพม่ามากที่สุดคือ ประเทศที่เคยถูกจำกัดไม่ให้ทำการสนับสนุนช่วยเหลือพม่า (Sanction) ประเทศในสหภาพยุโรปได้ทำการยกเลิกการ Sanction พม่าทั้งหมด โดยสหรัฐอเมริกาได้ยกเลิกการ Sanction เป็นการชั่วคราว ปัจจุบันนักลงทุนและผู้คาดหวังในพม่ามีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เห็นได้จากอาคารต่างๆ ที่ผุดขึ้นในตัวเมืองอย่างย่างกุ้งและมันซาเล่ย์ พร้อมกับสินค้าแบรนด์ดังจากต่างประเทศ แต่กระนั้นประชากรส่วนใหญ่ร้อยละ 70 ซึ่งอาศัยอยู่ในชนบทก็ยังมีการพัฒนาอยู่ยาก ถึงแม้ประธานาธิบดีจะได้กระจายความเจริญด้านสาธารณสุขและการศึกษาสู่ชนบทแล้ว แต่ความช่วยเหลือส่วนใหญ่ของภาคการศึกษาและสาธารณสุขในชนบทยังคงมาจาก NGO และนี่เองจะเป็นประเด็นสำคัญในการเลือกตั้งที่จะมาถึงในปี 2558 ด้วย

สภาพเศรษฐกิจและสถานการณ์ทางการเมือง

เศรษฐกิจของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์เติบโตขึ้นร้อยละ 6.6 สำหรับปีงบประมาณ 2555-2556 และประมาณการสำหรับปีงบประมาณ 2556-2557ว่าจะเติบโตขึ้นร้อยละ 6.8 และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 6.9 เมื่ออ้างอิงจากธนาคารโลก สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ได้รับประโยชน์จากการลงทุน โครงการที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างระบบพื้นฐาน และการค้าขายที่เพิ่มขึ้น น้ำมันและก๊าซเป็นตัวขับเคลื่อนหลักของรายได้ มีการประกาศว่ารายได้จากการส่งออกข้าวลดลงถึง 100 ล้านดอลลาร์สหรัฐในช่วง 8 เดือนแรก เนื่องจากผลผลิตของประเทศลดลงและราคาภายในประเทศสูงขึ้น สภาพอากาศมีส่วนสำคัญทำให้ผลผลิตลดลง

ภาวะเงินเฟ้อเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 7.3 ในช่วงเดือนสิงหาคม ซึ่งสูงกว่าประเทศอื่นๆ ในกลุ่มอาเซียน

- กลยุทธ์ทางการตลาด

- โรงแรมแชนกรี-ลา กรุงเทพฯ

แรงผลักดันที่สำคัญในปี 2556 คือการเพิ่มปริมาณจำนวนกลุ่มเป้าหมายหลักคือนักท่องเที่ยวแบบเดี่ยวย (FIT) และนักท่องเที่ยวแบบกลุ่ม (Group) รวมถึงตลาดนักท่องเที่ยวพักผ่อน (Leisure) เพื่อให้บรรลุดัชนีส่วนแบ่งการตลาด (share index) ถึง 115 ที่ผ่านมาระดับประสบความสำเร็จในอัตราการเข้าพักถึงร้อยละ 64.52 ซึ่งมากกว่าปีที่แล้วที่มีอัตราการเข้าพักที่ร้อยละ 56.72 และบรรลุดัชนีที่ 113 กลุ่ม MICE, WSL Offline และ Public คือกลุ่มเป้าหมายหลักที่จะมุ่งเน้นในตลาดส่วนภูมิภาค (regional) และต่างภูมิภาค (long haul) กลุ่มตลาดสามกลุ่มนี้สร้างรายได้ถึง 637 ล้านบาท หรือร้อยละ 62.1 ส่วนแบ่งรายได้ห้องพักทั้งหมด นอกจากนั้น กลุ่ม MICE สำคัญที่มีจำนวนการใช้ห้องเกิน 1,200 ห้องในปี 2556 คือ Thyssen Krupp ในเดือนมกราคม DHL ในเดือนกุมภาพันธ์ Hewlett Packard ในเดือนมีนาคม AIA ในเดือนกรกฎาคม UD Trucks ในเดือนสิงหาคม Canalys Channel ในเดือนตุลาคม และ EARCOS ในเดือนพฤศจิกายน

การวางราคาที่เหมาะสมในตลาดทำให้เราแข็งแกร่งกว่าในบรรดาโรงแรมริมแม่น้ำ กล่าวคือผลิตภัณฑ์ที่ดีในราคาที่ดี

รายได้จากกลุ่ม WSL Offline ส่วนใหญ่มาจากประเทศจีน ตามมาด้วย สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่นและเยอรมัน ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้จัดการผลิตภัณฑ์ของผู้ค้าส่งที่สำคัญทำให้เราเป็นตัวเลือกอันดับแรกในการส่งเสริมการตลาด

ทีมงานฝ่ายขายจีนที่ประกอบด้วยผู้อำนวยการฝ่ายขาย (DOS) และผู้อำนวยการพัฒนาธุรกิจฝ่ายขาย (DOBD) ได้ทำการเสาะหาธุรกิจจากประเทศจีนอย่างขมกเขม้นเพื่อที่จะรองรับธุรกิจในส่วนนี้ที่กำลังเติบโตขึ้นในประเทศไทย จุดที่น่าสนใจของประเทศจีนจากมุมมองทางธุรกิจคือมันจะครอบคลุมทุกกลุ่มตลาด นอกจากนั้นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนไม่ได้ใช้ตัวราคาถูกเสมอไป พวกเขาเหล่านี้คือตลาดแหล่งใหญ่ในแง่ของ MICE, Special Interest และ FIT กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.9 ของธุรกิจโรงแรมทั้งหมด

ลูกค้าจากประเทศอื่นที่ต้องให้ความสำคัญในปี 2556 คือการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดจากฮ่องกง สิงคโปร์ ญี่ปุ่นและเกาหลี และยังรวมไปถึงไต้หวันและอินเดีย โดยเฉพาะอินเดีย เนื่องจากได้รับผลกระทบจากค่าเงิน rupee ที่แข็งค่าขึ้น

อัตราการเติบโตของการประชุมในส่วนภูมิภาคจากสิงคโปร์และฮ่องกงนั้นเติบโต เนื่องจากอยู่ไม่ไกล ความสามารถในการจ่ายราคาตั๋วเครื่องบินและโรงแรมที่พัก สำหรับบริษัทจัดงานอีเวนต์โรงแรมริมน้ำถือเป็นจุดหมายปลายทางชั้นเยี่ยมที่จะชักนำนักท่องเที่ยวให้เข้ามา อย่างไรก็ตาม การแข่งขันในราคาของห้องพักรับนั้นก็ถือเป็นกุญแจสำคัญสำหรับตลาดเอเชียในการต่อรองพิเศษในช่วงเดือนท่องเที่ยวตกต่ำ คือ เดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายน และเดือนกันยายน

โรงแรมได้ทำ Mini Sales Blitzes สำหรับลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมหลักได้แก่ พวกอัญมณี ความงาม/แฟชั่น สิ่งทอ เฟอร์นิเจอร์ ประกันภัย เกษษกรรม เทคโนโลยีสารสนเทศ การเงินและการธนาคาร เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า นอกจากนี้ พนักงานฝ่ายขายเฉพาะที่ได้รับมอบหมายให้ดูแลกลุ่มลูกค้าภาครัฐบาล ก็ทำจำนวนได้ดีมาก จำนวนผู้นำประเทศที่ได้มาพักกับเรามีถึง 8 ในปี 2556

ฝ่ายอีเวนต์บู๊คกิ้งเซนเตอร์ (EBC) ก็มุ่งเน้นเกี่ยวกับ lead conversion ของ MICE สำหรับทั้งแชนกรี-ลา กรุงเทพฯและเชียงใหม่ ในช่วงเดือนพฤษภาคมทางแชนกรี-ลาเชียงใหม่ก็ได้รับจองห้องพักเอง โดยแชนกรี-ลา กรุงเทพฯ คงทำในส่วนของตัวเอง

- โรงแรมแชนกรี-ลา เชียงใหม่

ในปี 2556 การมุ่งเน้นในกลุ่ม MICE และ Wholesale มีมากขึ้นเพื่อกระตุ้นธุรกิจของโรงแรม การว่าจ้างทีมฝ่ายขายจีนนั้นช่วยกระตุ้นธุรกิจ สานสัมพันธ์และได้ลูกค้าจีนใหม่ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ประเทศจีนนั้นถือเป็นตลาดที่มีการเติบโตเร็วที่สุดสำหรับเชียงใหม่ นอกจากนี้ก็ยังมีสายการบินที่มาจากปักกิ่ง เชียงไฮ้ คุณหมิง เฉินตู กวางเจา มาเก๊าและฮ่องกงที่เพิ่มมากขึ้น อิทธิพลจากหนังเรื่อง The Lost in Thailand ที่ทำรายได้เป็นอันดับสองในประเทศจีนมีอิทธิพลให้เกิดการท่องเที่ยวในเชียงใหม่ต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน เนื่องจากความต้องการของโรงแรมเพิ่มสูงขึ้น ทางโรงแรมจึงเพิ่มราคา Wholesale ในเดือนมีนาคมเพื่อส่งเสริมอัตราการเข้าพักและรายได้ของโรงแรมเนื่องจากมีความต้องการในส่วนนี้มาก

ลูกค้าที่เป็นบริษัทส่วนใหญ่ในเชียงใหม่จะรวมตัวอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมลำพูนโดยใช้เวลาเดินทางออกจากตัวเมืองเชียงใหม่ไปประมาณ 30-40 นาที ความท้าทายคือ การจัดหาห้องพักเพิ่ม เนื่องจากบริษัทเหล่านี้มักจะใช้โรงแรมที่ตั้งอยู่บริเวณไม่ไกลจากบริษัทเท่านั้น การจองห้องพักจากลูกค้าที่เป็นบริษัทโดยทั่วไปจะเป็นการจองจากต่างประเทศหรือจากสำนักงานที่กรุงเทพฯ

เชียงใหม่ได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวในตลาดแถบภูมิภาคและนานาชาติ เนื่องจากถือเป็นตลาดใหม่ในการท่องเที่ยวแบบประหยัด และตลาด MICE โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มลูกค้าภาครัฐบาลนอกจากจีน เกาหลีและงานแต่งงานนอกประเทศอินเดียจะเพิ่มขึ้นและตลาดเหล่านี้เป็นตลาดที่มีความเป็นไปได้ที่จะขยาย การประชุมใน

ภูมิภาคที่มีมากขึ้นในเชียงใหม่ เนื่องจากเที่ยวบินตรงจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ กับธุรกิจที่เติบโตมาจาก MICE มีมากขึ้น ทำให้ได้เกิดทีม EBC (Events Booking Center) เพื่อตอบสนองการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นในเดือนพฤษภาคม 2556 เพื่อเพิ่มความครอบคลุมจากประเทศที่ได้รับการคัดสรรและเพิ่มปริมาณการจองห้องพักที่เน้นกลุ่ม MICE

ปี 2557 นั้นจะมุ่งเน้นประสานงานกับสำนักงานขายแสงกรี-ลาในภูมิภาคมากขึ้นเพื่อนำไปเป็นเครื่องมือในการหาช่องทางธุรกิจกับประเทศที่มีการเพิ่มปริมาณการท่องเที่ยวจากต่างประเทศ เช่น อินเดีย จีน และเกาหลี อย่างไรก็ตามโรงแรมยังมุ่งเน้นธุรกิจจัดเลี้ยงสำหรับแขกในเชียงใหม่และงานสังคม เพื่อให้มีการใช้ห้องจัดเลี้ยงทั้งในละแวกอาคาร

- โรงแรมเทรดเดอร์ส อย่างคู่

ห้องพักได้รับการเพิ่มขึ้นอีกครั้งจาก 334 ห้องในปี 2556 เป็น 454 ห้องในเดือนมกราคมปี 2557 และน่าจะมีถึง 484 ห้องในเดือนเมษายน 2557 เป็นต้นไป ห้อง Traders Club ในขณะนี้มี 122 ห้อง กลยุทธ์หลักคือการเพิ่มความภักดี (Loyalty) ต่อโรงแรมจากกลุ่มลูกค้าที่ต้องการจองราคาและเพิ่มลูกค้ากลุ่ม MICE ด้วยความได้เปรียบที่มีจำนวนห้องพักที่มากขึ้น โดยเฉพาะห้อง Deluxe ที่จะผลักดันให้ปริมาณการจองห้องพักและทำให้รายได้ค่าห้องพักต่อจำนวนห้องพักทั้งหมดสูงขึ้น

ภาคส่วนการขายเหมา/กลุ่มทัวร์ อัตราค่าห้องพักของห้อง Deluxe ถูกกำหนดโดยรัฐบาลไว้ที่ 150 เหรียญสหรัฐต่อห้อง รวมอาหารเช้าและภาษี และอัตราค่านี้อาจมีผลบังคับไปจนกว่าจะมีประกาศเปลี่ยนแปลง เพื่อให้สอดคล้องกับกฎระเบียบนี้โรงแรมได้นำเสนอห้อง Superior ที่มีอยู่จำนวน 51 ห้อง เพื่อให้ได้อัตราค่าห้องพักเฉลี่ยดีขึ้น

ทีมขายมุ่งมั่นหาลูกค้าที่เป็นธุรกิจใหม่ที่เกิดขึ้นในพม่า นอกจากนั้น จีนก็ถูกกำหนดให้เป็นลูกค้าที่น่าจะมารับบริการ นอกจากญี่ปุ่น อังกฤษ และอเมริกาซึ่งมีอยู่แล้ว

- ลักษณะของลูกค้า

- ลักษณะของลูกค้าและความสัมพันธ์

ลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและนักธุรกิจทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ มีทั้งที่มาเป็นส่วนตัว เป็นกลุ่มคณะ และผ่านมาทางบริษัททัวร์

- ลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายยังเป็นลูกค้าด้านการจัดประชุมสัมมนาและลูกค้าที่เป็นนักธุรกิจจากอังกฤษ ยุโรป อเมริกา แคนาดา ออสเตรเลีย และเอเชีย

- การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

- ช่องทางการจำหน่ายแบ่งออกเป็น

1. การจำหน่ายในต่างประเทศ บริษัทได้ทำสัญญาการตลาดและการส่งเสริมการขายกับบริษัท แชนกรี-ลา อินเตอร์เนชั่นแนล โฮเต็ล เมเนจเม้นท์ จำกัด (ฮ่องกง) ซึ่งมีสำนักงานขายอยู่ทั่วโลกเช่น สหรัฐอเมริกา แคนาดา ยุโรป และเอเชีย ด้วยเครือข่ายของสำนักงานขายและการตลาดทั่วโลกของบริษัท แชนกรี-ลา อินเตอร์เนชั่นแนล โฮเต็ล เมเนจเม้นท์ จำกัด (ฮ่องกง) บริษัทจะได้รับการระบุเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มโรงแรมแชนกรี-ลาโดยจะได้รับความช่วยเหลือและผลประโยชน์จากกิจกรรมต่างๆ ซึ่งรวมถึง เรื่องการส่งเสริมการขาย ข่าวสารความคืบหน้า ตลอดจนการเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ นอกจากนี้ยังมีศูนย์รับจองห้องพักของโรงแรมแชนกรี-ลาทั่วโลกซึ่งตั้งอยู่ในฮ่องกงและกัวลาลัมเปอร์ที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

2. การจำหน่ายในประเทศ บริษัทมีเจ้าหน้าที่การตลาดจำนวน 16 คน ซึ่งเป็นสำนักงานที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรงทั้งในประเทศและต่างประเทศ

3. การจำหน่ายแบบออนไลน์โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการจองห้องพักได้โดยตรง สามารถเพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้กับโรงแรมเป็นอย่างมาก ซึ่งโรงแรมได้พัฒนาปรับปรุงให้เว็บไซต์สามารถเข้าถึงได้รวดเร็วและง่ายขึ้น

สาระสำคัญของสัญญาการตลาดและการส่งเสริมการขายที่บริษัทได้ทำกับบริษัท แชนกรี-ลา อินเตอร์เนชั่นแนล โฮเต็ล เมเนจเม้นท์ จำกัด (ฮ่องกง) มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2529 และอาจบอกเลิกได้โดยการตกลงร่วมกันของคู่สัญญาทั้งสองฝ่าย บริษัทได้เข้าทำสัญญาแก้ไขเพิ่มเติมสัญญาการตลาดและการส่งเสริมการขายกับบริษัท แชนกรี-ลา อินเตอร์เนชั่นแนล โฮเต็ล เมเนจเม้นท์ จำกัด (ฮ่องกง) เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2550 เพื่อให้สัญญาครอบคลุมถึงโรงแรมแชนกรี-ลา เชียงใหม่ด้วย ซึ่งสัญญานี้มีผลบังคับนับแต่วันเปิดโรงแรมแชนกรี-ลา เชียงใหม่เป็นต้นไป ส่วนข้อความและเงื่อนไขอื่นในสัญญาเหมือนกับสัญญาเริ่มแรก ค่าใช้จ่ายของสัญญาเป็นดังนี้

โรงแรมแชนกรี-ลา กรุงเทพฯ

1.1 ค่าใช้จ่ายรวม

บริษัทตกลงที่จะปันส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการส่งเสริมการขายและการตลาดตามอัตราส่วนที่เห็นว่าเหมาะสมและถูกต้องโดยจะตกลงกันเป็นปีๆ ไป แต่ทั้งนี้ยอดค่าใช้จ่ายทั้งหมดในส่วนแรกต่อปีต้องไม่เกิน 150,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี และบริษัท แชนกรี-ลา อินเตอร์เนชั่นแนล โฮเต็ล เมเนจเม้นท์ จำกัด (ฮ่องกง) จะเรียกเก็บทุกๆ สิ้นเดือน

1.2 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ

นอกจากค่าใช้จ่ายที่กล่าวไว้ในข้อ 1.1 แล้ว โรงแรมต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายโดยตรงในการดำเนินการที่เกิดขึ้นจากการขอรับรองโดยตรงจากทางโรงแรม นอกจากนี้ยังมีค่าใช้จ่ายอื่นๆที่โรงแรมต้องรับผิดชอบ เช่น

- การตีพิมพ์เอกสารการส่งเสริมการขายของโรงแรมนี้ในประเทศไทยและสถานที่ที่น่าสนใจของประเทศไทยเป็นการพิเศษเฉพาะ
- โทรศัพท์ทางไกลถึงโรงแรมเพื่อการดำเนินธุรกิจ
- ค่าใช้จ่ายในการส่งจดหมายทางไปรษณีย์โดยตรง
- ค่าภาษีศุลกากรและค่าธรรมเนียมการผ่านด่านศุลกากรและค่าไปรษณียากรสำหรับเอกสารการส่งเสริมการขายของโรงแรม
- การแสดงผลกรรมสินค้า (ร้านจัดแสดงและแผงร้าน)
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับโรงแรมซึ่งนอกเหนือจากที่ระบุไว้

โรงแรมแชนกรี-ลา เชียงใหม่

บริษัทฯ ตกลงจ่ายค่าธรรมเนียมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและการส่งเสริมการขายในอัตราร้อยละ 1 ของยอดขายได้จากการดำเนินงานต่อปี

- จำนวนของลูกค้า

จำนวนลูกค้าของบริษัทแบ่งตามประเภทการเดินทางแบบมาเดี่ยวและมาเป็นกลุ่ม มีสัดส่วนดังนี้

โรงแรมแชนกรี-ลา กรุงเทพฯ

(หน่วย : ร้อยละ)

กลุ่มลูกค้า	2556	2555	2554
1) FIT	67.47	67.99	73.72
2) Group	32.53	32.01	26.28
รวม	100.00	100.00	100.00

โรงแรมแชนกรี-ลา เชียงใหม่

(หน่วย : ร้อยละ)

กลุ่มลูกค้า	2556	2555	2554
1) FIT	70.2	64.6	50.7
2) Group	29.8	35.4	49.3
รวม	100.0	100.0	100.0

การขายให้ลูกค้ารายใดรายหนึ่งจนถึง อัตราร้อยละ 30 ในระยะเวลา 3 ปี ติดต่อกัน : ไม่มี

- สิทธิหรือข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

โรงแรมแสงกรี-ลา กรุงเทพฯ

บริษัทได้ทำสัญญาการดำเนินงานกับบริษัท แสงกรี-ลา อินเตอร์เนชั่นแนล โฮเต็ล แมนเนจเม้นท์ บีวี (ฮอลแลนด์) สัญญานี้มีอายุ 20 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2533 ถ้าพ้นระยะเวลาสี่สิบปีไปแล้วสามารถต่อสัญญาได้อีก 10 ปี โดยบริษัทฯ ต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรไม่น้อยกว่า 4 เดือนก่อนวันหมดอายุสัญญา จากผลของสัญญานี้ทำให้บริษัทได้สิทธิในการใช้เครื่องหมายทางการค้า ความรู้ทางเทคนิคและสิทธิอื่นๆ ที่มีอยู่ของ Shangri-La System บริษัทจ่ายค่าสิทธิให้แก่บริษัท แสงกรี-ลา อินเตอร์เนชั่นแนล โฮเต็ล แมนเนจเม้นท์ บีวี (ฮอลแลนด์) ดังนี้

1. ค่าธรรมเนียมรายปี ปีละ 275,000 เหรียญสหรัฐ
2. ค่าธรรมเนียมเพิ่มเติม (แล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่า)
 - 2.1 400,000 เหรียญสหรัฐต่อปี หรือ
 - 2.2 2.75 % ของยอดขายได้รวมจากการดำเนินงานต่อปี

โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่

บริษัทได้ทำสัญญาแก้ไขเพิ่มเติมสัญญาการดำเนินงานกับบริษัท แสงกรี-ลา อินเตอร์เนชั่นแนล โฮเต็ล แมนเนจเม้นท์ บีวี (ฮอลแลนด์) เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2550 เพื่อให้สัญญาครอบคลุมถึงโรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่ และเพิ่มเติมในเรื่องค่าธรรมเนียมที่จะเรียกเก็บสำหรับการเปิดให้บริการของโรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่ คือ คิดค่าธรรมเนียมการบริหารงานในอัตราร้อยละ 3 ของยอดขายได้จากการดำเนินงานต่อปี โดยข้อความและเงื่อนไขอื่นที่ระบุในสัญญาเดิมฉบับดังกล่าวยังคงเดิมไม่เปลี่ยนแปลง

เมื่อวันที่ 24 กันยายน 2552 บริษัทได้เข้าทำสัญญาต่ออายุสัญญาดำเนินงานกับบริษัท แสงกรี-ลา อินเตอร์เนชั่นแนล โฮเต็ล แมนเนจเม้นท์ บีวี จำกัด ออกไปอีกเป็นเวลา 20 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 โดยมีข้อความและเงื่อนไขที่เป็นสาระสำคัญคงเดิมไม่เปลี่ยนแปลง

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ความวุ่นวายทางการเมืองในประเทศที่เริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2556 ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศอย่างรุนแรง จากสถานการณ์ปิดกรุงเทพฯ ตั้งแต่วันที่ 13 มกราคม 2557 ตามด้วยรัฐบาลประกาศใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินในวันที่ 22 มกราคม 2557 ส่งผลให้ความเชื่อมั่นของนักลงทุนลดลง และยังมีกรณีการปิดการสัญจรในย่านการค้าที่สำคัญ หอการค้าไทยได้มีการรายงานการสูญเสียรายได้ภายในประเทศอยู่ระหว่าง 700 ล้านบาท ถึง 1 พันล้านบาทต่อวัน ทำให้อัตราการบริโภคและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวลดลง 200 ถึง 500 ล้านบาทต่อวัน ถ้าสถานการณ์วุ่นวายทางการเมืองยังคงดำเนินต่อไป ประเทศไทยไม่ได้มีเพียงความวุ่นวายทางการเมืองเท่านั้น แต่วิกฤติเศรษฐกิจยังส่งผลกระทบต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจะลดลงในปี 2557 ยังส่งผลกระทบต่อโอกาสการหางานของนักศึกษาจบใหม่ นักท่องเที่ยวได้ย้ายแหล่งท่องเที่ยวไปตามเกาะและจังหวัดอื่นๆภายในประเทศเพื่อหลีกเลี่ยงการเดินทางเข้ามายังกรุงเทพฯ อัตราการเข้าพักของโรงแรมอยู่ระหว่างร้อยละ 30 ถึง ร้อยละ 45 ลูกค้านักตลาด MICE ลดลงอย่างมากเนื่องจากภาพลักษณ์ในทางลบในเรื่องความปลอดภัยในกรุงเทพฯ และความกังวลว่าสนามบินจะถูกปิด นักท่องเที่ยวชาวเอเชียโดยเฉพาะจากประเทศจีนและญี่ปุ่นลดลงอย่างรวดเร็ว และหลีกเลี่ยงการเดินทางเข้ามายังกรุงเทพฯ เว้นแต่จะมีเสถียรภาพและมีการยกเลิกค่าเตือนในการเดินทางเข้ามายังกรุงเทพฯ

ปี 2557 จะเป็นปีที่มีการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองขนาดใหญ่และเป็นปีที่ประสบความสำเร็จทางเศรษฐกิจไม่เพียงแต่เศรษฐกิจในประเทศจะดีขึ้นแต่จะดีไปทั่วโลก เศรษฐกิจในประเทศสหรัฐอเมริกาอยู่ในช่วงฟื้นตัวถึงแม้จะฟื้นตัวอย่างช้า ๆ และในบางครั้งต้องคืนเงินเอาตัวรอดกับตลาดแรงงาน ทางด้านยุโรปอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของเยอรมันส่งผลให้ดึงเศรษฐกิจของยุโรปขึ้นซึ่งในขณะที่สหราชอาณาจักรยังคงมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ส่วนทวีปยุโรปยังคงต้องเผชิญกับภาระในเรื่องของการดูแลและการรักษาพยาบาลประชากรผู้สูงอายุ และสเปนยังคงมีความวุ่นวายทางการเมืองอย่างรุนแรง เนื่องจากชาวคาตาลันรวมตัวประท้วงกันที่เมืองบาร์เซโลนาเพื่อเรียกร้องสิทธิในการปกครองตนเองจากสเปน เพื่อจัดตั้งรัฐบาลคาตาลัน

อินโดนีเซีย เม็กซิโก และแอฟริกาใต้มีแนวโน้มในการพัฒนาตลาดมากที่สุดในเศรษฐกิจในอินโดนีเซียมีความแข็งแกร่งมากที่สุดเมื่อเทียบกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งมาจากความเชื่อมั่นในรัฐบาลและนโยบายเศรษฐกิจที่สร้างทัศนวิสัยที่ดีให้กับนักลงทุน

เศรษฐกิจของจีนยังคงมีเสถียรภาพและจะเห็นการเติบโตของการลงทุนในส่วนอื่นของภูมิภาคเอเชีย ส่วนตลาดในประเทศแอฟริกาถึงจุดอิ่มตัว วิกฤติที่เกิดขึ้นระหว่างจีนและญี่ปุ่นในที่เกิดจากการแย่งชิงเกาะ Diaoyu/Senkaku ส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ทางการทูต ทำลายการค้า การท่องเที่ยวและการลงทุนระหว่างทั้งสองประเทศ

ในเดือนธันวาคม 2556 ค่าเงินบาทอ่อนค่าลงเหลือ 33 บาทต่อเหรียญสหรัฐเมื่อเทียบกับช่วงที่ค่าเงินแข็ง (เฉลี่ย 29 บาทต่อเหรียญสหรัฐ) ในเดือนเมษายน 2556 เมื่อเทียบกับเงินเหรียญสหรัฐ การอ่อนค่าของค่าเงินบาทส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายทางการเงินที่สูงขึ้นและรายการขาดทุนที่เกิดจากอัตราแลกเปลี่ยนที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน เพื่อที่จะลดการเพิ่มขึ้นของความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน บริษัทเสนอขายห้องพักส่วนใหญ่เป็น

เงินบาทตั้งแต่กรกฎาคม 2551 และทำสัญญาขายหิ้งพักเป็นสกุลเงินท้องถิ่น และบริษัทลดความเสี่ยงเหล่านี้โดยการบริหารผลตอบแทนที่เหมาะสมโดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆมาช่วยลดความเสี่ยง บริษัทมีความเสี่ยงในเรื่องอัตราดอกเบี้ยที่อิงอัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารพาณิชย์เรียกเก็บจากลูกค้ารายใหญ่ชั้นดีประเภทเงินกู้แบบมีระยะเวลา (MLR - Minimum Loan Rate) สำหรับเงินกู้จากธนาคารในประเทศ และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมระหว่างธนาคารพาณิชย์ในตลาดลอนดอน (LIBOR - London Interbank Offer Rate) สำหรับเงินกู้จากบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน อย่างไรก็ตามเนื่องจากระยะเวลาจ่ายคืนเงินกู้ระยะสั้นและบริษัทได้มีทำประกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนบริษัทจึงไม่คาดว่าจะมีความเสี่ยงในเรื่องความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยและอัตราแลกเปลี่ยน อย่างไรก็ตาม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทได้ชำระคืนเงินกู้จากสถาบันการเงินภายในประเทศและเงินกู้จากบริษัทที่เกี่ยวข้องกันหมดแล้ว

โรงแรมแสงกรี-ลา กรุงเทพฯ และ โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่ได้ทำประกันคุ้มครองความรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอกกับบริษัทประกันภัยที่มีชื่อเสียงโดยคุ้มครองความเสียหายที่เกิดจากอุบัติเหตุ รวมทั้งประกันการเจ็บป่วยของแขกอันอาจเกิดขึ้นเนื่องจากอาหารและเครื่องดื่มและการให้บริการของโรงแรมด้วย นอกจากนี้บริษัทยังได้ทำประกันคุ้มครองความเสี่ยงทุกประเภทโดยครอบคลุมอัคคีภัย แผ่นดินไหว การนัดหยุดงาน และความเสียหายจากน้ำท่วม เป็นต้น รวมถึงคุ้มครองการขาดรายได้จากธุรกิจหยุดชะงักเพื่อชดเชยผลกำไรให้แก่โรงแรมในระหว่างที่ต้องหยุดดำเนินการ ในส่วนที่เกี่ยวกับพนักงาน บริษัทได้มีการทำประกันความเสียหายอันเกิดจากการเก็บรักษาเงินสดและการทุจริตในหน้าที่ของพนักงาน รวมทั้งการประกันสุขภาพและประกันชีวิตด้วย

เพื่อเป็นการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคที่อาจแพร่ระบาดแบบฉับพลัน เช่น โรคซาร์สและโรคไข้หวัดนก บริษัทมีนโยบายกวดขันในเรื่องความสะอาดและสุขอนามัยของอาหารที่ให้บริการในโรงแรม และได้ปฏิบัติตามระบบการจัดการด้านสุขอนามัยของอาหารตามนโยบายของกลุ่มโรงแรมแสงกรี-ลาโดยเคร่งครัด โดยโรงแรมแสงกรี-ลานั้นเป็นโรงแรมแห่งแรกในประเทศไทยที่ได้รับใบรับรองมาตรฐานความปลอดภัยสูงสุดทางด้านอาหาร (HACCP Certification) นอกเหนือจากได้ใบรับรองการจัดการสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานระหว่างประเทศ (ISO14001)

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ**โรงแรมแสงกรี-ลา กรุงเทพฯ****- ที่ดิน อาคาร และเครื่องจักร**

1. ที่ดินที่ใช้ในการดำเนินงาน 2 แปลง เนื้อที่ 12 ไร่ 2 งาน 48 ตารางวา และ 5 ไร่ 2 งาน 75 ตารางวา ตั้งอยู่ที่ซอยวัดสวนพลู ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร บริษัทเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในที่ดินทั้งสองแปลงนี้ มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 เท่ากับ 385.95 ล้านบาท

2. อาคาร ประกอบด้วยอาคารโรงแรม 2 หลัง สูง 25 ชั้น และ 16 ชั้น อาคารสำนักงานให้เช่าสูง 10 ชั้น และอาคารจอดรถ 2 หลัง ตั้งอยู่บนที่ดินเนื้อที่ 12 ไร่ 2 งาน 48 ตารางวา และที่ดินเนื้อที่ 5 ไร่ 2 งาน 75 ตารางวา มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 เท่ากับ 592.09 ล้านบาท บริษัทเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในอาคารทั้งหมดนี้

3. เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์ในการดำเนินงาน มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 เท่ากับ 497.78 ล้านบาท

4. เครื่องจักรและอุปกรณ์อาคาร มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 เท่ากับ 163.86 ล้านบาท

ที่ดิน อาคาร และเครื่องตกแต่งและอุปกรณ์ดังกล่าวข้างต้นไม่ได้ใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันภาระหนี้สินใดๆทั้งสิ้น

- สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ประกอบด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ มีมูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 เท่ากับ 2.50 ล้านบาท

โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่**- ที่ดิน อาคาร และเครื่องจักร**

1. ที่ดินที่ใช้ในการดำเนินงานเนื้อที่ 17 ไร่ 2 งาน 5.3 ตารางวา ตั้งอยู่ที่ถนนช้างคลาน ตำบลช้างคลาน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ บริษัทเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในที่ดินทั้งสองแปลงนี้ มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 เท่ากับ 107.56 ล้านบาท

2. อาคารโรงแรม ตั้งอยู่บนที่ดินเนื้อที่ 17 ไร่ 2 งาน 5.3 ตารางวา มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 เท่ากับ 852.28 ล้านบาท บริษัทเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในอาคารทั้งหมดนี้

3. เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์ในการดำเนินงาน มีมูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 เท่ากับ 6.31 ล้านบาท

4. เครื่องจักรและอุปกรณ์อาคาร มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 เท่ากับ 164.1 ล้านบาท

บริษัทได้ลงนามในสัญญากู้เงินจำนวน 800 ล้านบาทกับธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง โดยนำที่ดินของบริษัท ที่จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 17 ไร่ ไปจดจำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ดังกล่าว ในระหว่างปี 2552 บริษัทได้เบิกถอนเงินกู้งวดแรกจำนวน 200 ล้านบาท โดยคิดอัตราดอกเบี้ยใน 2 ปี แรกเท่ากับอัตราดอกเบี้ยร้อยละ MLR - 1.950 ต่อปี หลังจากนั้นคิดดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ MLR - 1.675 ต่อปี และมีกำหนดชำระคืนเงินต้นเป็นงวดรายไตรมาสจำนวน 12 งวด โดยงวดที่ 1 - 11 ชำระเป็นจำนวนเงินงวดละ 70 ล้านบาท (เริ่มชำระงวดแรกในเดือน ธันวาคม 2555) ในระหว่างปี 2556 บริษัทได้จ่ายชำระคืนเงินกู้ยืมนี้ครบแล้วทั้งจำนวน

- สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ประกอบด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ มีมูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 เท่ากับ 0.96 ล้านบาท

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

--- ไม่มี ---

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

- ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

ชื่อบริษัท

บริษัท แชงกรี-ลา โฮเต็ล จำกัด (มหาชน)

เลขทะเบียนนิติบุคคล

0107537001773

ที่อยู่จดทะเบียน

- สำนักงานใหญ่

เลขที่ 89 ซอยวัดสวนพลู ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500

โทรศัพท์ : 0-2236-7777 โทรสาร : 0-2236-8579

อีเมล : slbk@shangri-la.com

เว็บไซต์ : www.shangri-la.com/bangkok

- สำนักงานสาขา

เลขที่ 89/8 ถนนช้างคลาน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100

โทรศัพท์ : 053-253-888 โทรสาร : 053-253-800

อีเมล : slcm@shangri-la.com

เว็บไซต์ : www.shangri-la.com/chiangmai

ทุนจดทะเบียนและทุนที่ออกจำหน่ายแล้ว

ทุนจดทะเบียนและทุนที่ออกจำหน่ายแล้ว 1,300 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 130 ล้านหุ้น มูลค่า

หุ้นละ 10 บาท ชำระเต็มมูลค่าแล้ว

นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

รายละเอียดได้แสดงไว้ในหัวข้อ “ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท บริษัทย่อยและบริษัทร่วม” และ “โครงสร้างการถือหุ้น”

บุคคลอ้างอิง

- นายทะเบียน

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

เลขที่ 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110

โทรศัพท์ : 0-2229-2800 โทรสาร : 0-2359-1259

- ผู้สอบบัญชี

บริษัท ไพรัชวอเตอร์เฮาส์กรุ๊ป โฮลดิ้ง จำกัด

เลขที่ 179/74-80 อาคารบางกอกจี้ ชั้น 15 ถนนสาทรใต้ กรุงเทพมหานคร 10120

โทรศัพท์ : 0-2344-1000 โทรสาร : 0-2286-5050

- ที่ปรึกษากฎหมาย

สำนักงาน เบเคอร์ แอนด์ แม็กเค็นซี

เลขที่ 990 ชั้น 22-26 อาคารอับดุลราฮิม ถนนพระราม 4 กรุงเทพมหานคร 10500

โทรศัพท์ : 0-2636-2222 โทรสาร : 0-2636-2000

- ที่ปรึกษาหรือผู้จัดการภายใต้สัญญาการจัดการ

Shangri-La International Hotel Management B.V.

Strawinskylaan 3127, 1077 ZX Amsterdam

The Netherlands

Telephone : 31-20-5498200