

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

- นโยบายและเป้าหมายการประกอบธุรกิจ

บริษัทได้กำหนดนโยบายและทิศทางในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนแผนพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเติบโตอย่างมั่นคงและความสามารถในการทำกำไรอย่างยั่งยืน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ถือหุ้นในระยะยาว นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญในเรื่องความโปร่งใสและความถูกต้อง และบริษัทเชื่อมั่นว่า การปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ถือหุ้นของบริษัท

- ความเป็นมา

บริษัท แสงกรี-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 โดยได้รับสิทธิพิเศษในการยกเว้นอากรขาเข้าและหรือภาษีการค้าสำหรับเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่สั่งเข้ามาจากต่างประเทศ

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 บริษัทฯ ได้ซื้อที่ดินที่เชียงใหม่ซึ่งตั้งอยู่ที่ถนนช้างคลาน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เนื้อที่ 17 ไร่ 1 งาน 69 3/10 วา เพื่อสร้างโรงแรมระดับ 5 ดาวขึ้นอีกหนึ่งแห่ง แต่ภายหลังจากซื้อที่ดินแล้ว ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมไม่เอื้ออำนวยและได้เกิดวิกฤตเศรษฐกิจหลายครั้ง ทำให้บริษัทฯ ระงับโครงการก่อสร้างโรงแรมที่เชียงใหม่

ไว้ก่อน ต่อมาในปลายปี 2546 บริษัทเห็นว่ารัฐบาลมีนโยบายที่แน่นอนในอันที่จะพัฒนาส่งเสริมให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการบินในเอเชียอาคเนย์ อีกทั้งมีโครงการพัฒนาเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางการประชุมนานาชาติด้วย 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

ในระหว่างปี 2560 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 1 แห่ง คือ บริษัท วัฒนธานี จำกัด (“วัฒนธานี”) จดทะเบียนจัดตั้งในประเทศไทย โดยมีบริษัทเป็นผู้ถือหุ้นในอัตราร้อยละ 100 ธุรกิจหลักของวัฒนธานี คือ การลงทุนในบริษัทต่างๆ ดังนี้

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

- 1.1) ถือหุ้นในบริษัท แชนกรี-ลา เอเชีย จำกัด (“SA”) จำนวน 10,501,055 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 0.29 ของจำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายและชำระแล้ว

1.2) ถือหุ้นในบริษัท Zukerman จำกัด (“Zukerman”) ในอัตราร้อยละ 100 Zukerman เป็นบริษัทจดทะเบียนจัดตั้งในประเทศบริติช เวอร์จิน ไอส์แลนด์ (British Virgin Islands) Zukerman ไม่ได้ประกอบธุรกิจอื่นใดนอกจากลงทุนถือหุ้นในบริษัทในสหภาพพม่า 3 แห่ง ซึ่งถือเป็นบริษัทร่วม ดังนี้

1.2.1) บริษัท Traders Yangon จำกัด ในอัตราร้อยละ 23.53

1.2.2) บริษัท Shangri-La Yangon จำกัด ในอัตราร้อยละ 22.22

1.2.3) บริษัท Traders Square จำกัด ในอัตราร้อยละ 23.56

2) บริษัท Hasfield Holdings จำกัด (“Hasfield”) เป็นบริษัทจดทะเบียนจัดตั้งในประเทศสิงคโปร์ (ถือหุ้นโดยวัฒนธานีในอัตราร้อยละ 100) ปัจจุบัน Hasfield ไม่ได้ประกอบธุรกิจ

3) บริษัท ไทยรุ่งเรือง-เคอรี่ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (ถือหุ้นโดยวัฒนธานีในอัตราร้อยละ 57.33) ไม่ได้ประกอบกิจการอื่นใด นอกจากลงทุนถือหุ้นในบริษัท ทางยกระดับ ดอนเมือง จำกัด (มหาชน) ในอัตราร้อยละ 2.05 มูลค่าเงินลงทุนประมาณ 213 ล้านบาท

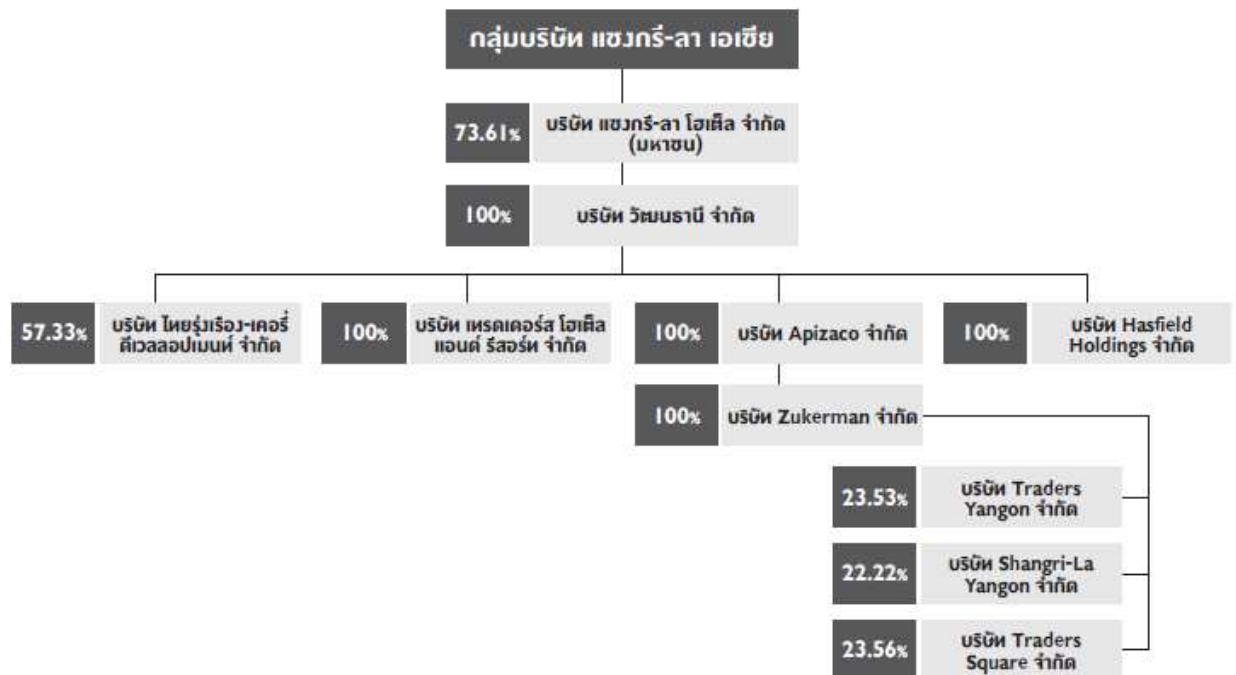
4) บริษัท เทคเตอร์ส โฮเต็ล แอนด์ รีสอร์ท จำกัด (ถือหุ้นโดยวัฒนธานีในอัตราร้อยละ 100) เป็นบริษัทจดทะเบียนจัดตั้งในประเทศไทยและไม่ได้ประกอบกิจการอื่นใด

ธุรกิจหลักของบริษัทร่วม ทั้ง 3 แห่ง มีดังนี้

1) บริษัท Traders Yangon จำกัด ประกอบกิจการโรงแรม Sule Shangri-La ซึ่งเป็นโรงแรมสากลระดับห้าดาว ในเมืองย่างกุ้ง สหภาพพม่า เพื่อให้เช่าที่พักอาศัย จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มและบริการอื่นๆ อันเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม โรงแรม Sule Shangri-La เดิมชื่อโรงแรม Traders ได้เปิดดำเนินการมาตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2539 และได้รับการยกระดับจากโรงแรมสี่ดาวเป็นโรงแรมสากลระดับห้าดาว และได้เปลี่ยนชื่อโรงแรมใหม่เป็น Sule Shangri-La Hotel เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2557

2) บริษัท Shangri-La Yangon จำกัด เป็นบริษัทที่ทำธุรกิจเชอร์วิสอพาร์ทเม้นท์ ชื่อ Shangri-La Residences, Yangon ในเมืองย่างกุ้ง สหภาพพม่า Shangri-La Residences มี 2 อาคาร อาคาร 1 เริ่มเปิดให้บริการเมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2556 และอาคาร 2 เปิดให้บริการเมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2557 มีห้องพักรวมทั้งสองอาคารจำนวน 240 ห้อง

3) บริษัท Traders Square จำกัด เป็นบริษัทที่ทำธุรกิจให้เช่าพื้นที่ศูนย์การค้าและอาคารสำนักงานชื่อ Sule Square Mall & Offices, Yangon ที่เมืองย่างกุ้ง สหภาพพม่า โครงการได้เริ่มก่อสร้างเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2557 และเปิดให้บริการแล้วในวันที่ 1 ธันวาคม 2559

-โครงสร้างการถือหุ้น

| บริษัท | ทุนที่ออกจำหน่ายและเรียกชำระแล้ว | ประเภทธุรกิจ |
|--|----------------------------------|--------------------|
| 1. บริษัท วัฒนธานี จำกัด เลขที่ 89 ซอยวัดสวนพลู ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย โทรศัพท์ : (66) 2236 7777 | 1,303 ล้านบาท | ลงทุนในบริษัทอื่น |
| 2. บริษัท ไทยรุ่งเรือง-เคอร์ 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 เทรดเดอร์ส โฮเต็ล แอนด์ รีสอร์ท จำกัด เลขที่ 89 อาคารเจ้าพระยาทาวเวอร์ ชั้น 9 ห้อง 903 ซอยวัดสวนพลู ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย โทรศัพท์ : (66) 2237 3737 | 0.2 ล้านบาท | ไม่ได้ประกอบกิจการ |
| 4. บริษัท Apizaco จำกัด เลขที่ 683 เคอร์รี่ เซ็นเตอร์, ชั้น 28, คิงส์ โรด, แควร์รี่เบย์, ส่องกง โทรศัพท์ : (852) 2525 7211 | 206.46 ล้านเหรียญฮ่องกง | ลงทุนในบริษัทอื่น |

| บริษัท | ทุนที่ออกจำหน่ายและเรียกชำระแล้ว | ประเภทธุรกิจ |
|---|----------------------------------|-------------------------------|
| 5. บริษัท Hasfield Holdings จำกัด เลขที่ 1 กิมเส็ง พร้อมเมณาด, เกรทเวลด์ ซิตี #06-02, สิงคโปร์ โทรศัพท์ : (65) 6733 3600 | 34.22 ล้านเหรียญสิงคโปร์ | ไม่ได้ประกอบกิจการ |
| 6. บริษัท Zukerman จำกัด เลขที่ 683 เคอร์รี่ เซ็นเตอร์, ชั้น 28, คิงส์ โรด, แควร์รี่เบย์, ส่องกง โทรศัพท์ : (852) 2525 7211 | 1 เหรียญสหรัฐ | ลงทุนในบริษัทอื่น |
| 7. บริษัท Traders Yangon จำกัด เลขที่ 223 ซูล พาโกดา โรด, ยางกอน, เมียนมาร์ โทรศัพท์ : (951) 242828 | 21.60 ล้านจ๊าด | ธุรกิจโรงแรม |
| 8. บริษัท Shangri-La Yangon จำกัด เลขที่ 223 ซูล พาโกดา โรด, ยางกอน, เมียนมาร์ โทรศัพท์ : (951) 242828 | 11.88 ล้านจ๊าด | เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ |
| 9. บริษัท Traders Square จำกัด เลขที่ 223 ซูล พาโกดา โรด, ยางกอน, เมียนมาร์ โทรศัพท์ : (951) 242828 | 0.52 ล้านจ๊าด | ศูนย์การค้าและสำนักงานให้เช่า |

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

- โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทร่วมที่ประกอบธุรกิจประเภทเดียวกัน

| ธุรกิจหลัก | ประกอบกิจการโดย | ส่วนได้เสีย (%) | 2560 | | 2559 | | 2558 | |
|------------------------|--|-----------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| | | | รายได้ | | รายได้ | | รายได้ | |
| | | | ล้านบาท | % | ล้านบาท | % | ล้านบาท | % |
| โรงแรมและ ห้องอาหาร | บริษัท แสงกรี-ลา โฮเต็ล จำกัด (มหาชน) :- | | | | | | | |
| | 1) โรงแรมแสงกรี-ลา กรุงเทพฯ | 100% | | | | | | |
| | - รายได้ค่าห้องพัก | | 1,064.79 | 27.38 | 971.17 | 25.73 | 1,047.14 | 25.99 |
| | - รายได้ค่าอาหารและเครื่องดื่ม | | 712.61 | 18.32 | 633.62 | 16.78 | 713.39 | 17.71 |
| | - รายได้จากแผนกอื่นๆ | | 111.52 | 2.87 | 107.19 | 2.84 | 112.40 | 2.79 |
| | - รายได้อื่นๆ | | 64.16 | 1.65 | 56.21 | 1.49 | 81.47 | 2.02 |
| | รายได้รวม – โรงแรมแสงกรี-ลา กรุงเทพฯ | | 1,953.08 | 50.22 | 1,768.19 | 46.84 | 1,954.40 | 48.51 |
| | 2) โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่ | 100% | | | | | | |
| | - รายได้ค่าห้องพัก | | 338.42 | 8.70 | 328.11 | 8.69 | 329.16 | 8.17 |
| | - รายได้ค่าอาหารและเครื่องดื่ม | | 149.57 | 3.85 | 143.56 | 3.80 | 147.49 | 3.66 |
| | - รายได้จากแผนกอื่นๆ | | 21.76 | 0.56 | 19.65 | 0.52 | 19.23 | 0.48 |
| | - รายได้อื่นๆ | | 2.44 | 0.06 | 1.33 | 0.04 | 0.12 | 0.003 |
| | รายได้รวม – โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่ | | 512.19 | 13.17 | 492.65 | 13.05 | 496.00 | 12.31 |
| | บริษัท Traders Yangon จำกัด | 23.53% | | | | | | |
| | - โรงแรมซุเล แสงกรี-ลา | | | | | | | |
| | - รายได้ค่าห้องพัก | | 378.92 | 9.74 | 488.84 | 12.95 | 588.75 | 14.61 |
| | - รายได้ค่าอาหารและเครื่องดื่ม | | 242.68 | 6.24 | 315.23 | 8.35 | 324.51 | 8.06 |
| | - รายได้จากแผนกอื่นๆ | | 54.65 | 1.41 | 63.27 | 1.68 | 64.76 | 1.61 |
| | - รายได้อื่นๆ | | 2.78 | 0.07 | 1.26 | 0.03 | 1.36 | 0.03 |
| | รายได้รวม – โรงแรมซุเล แสงกรี-ลา | | 679.03 | 17.46 | 868.60 | 23.01 | 979.38 | 24.31 |
| | บริษัท Shangri-La Yangon จำกัด | 22.22% | | | | | | |
| | - แสงกรี-ลา เรสซิเดนส์ ย่านก๊วง | | | | | | | |
| | - รายได้ค่าห้องพักเช่าพาร์ตเมนต์ | | 579.14 | 14.89 | 627.50 | 16.62 | 589.21 | 14.62 |
| | - รายได้ค่าอาหารและเครื่องดื่ม | | 4.14 | 0.11 | 4.87 | 0.13 | 4.26 | 0.11 |
| | - รายได้อื่นๆ | | 5.91 | 0.15 | 5.83 | 0.16 | 5.72 | 0.14 |
| | รายได้รวม - แสงกรี-ลา เรสซิเดนส์ ย่านก๊วง | | 589.19 | 15.15 | 638.20 | 16.91 | 599.19 | 14.87 |
| | บริษัท Traders Square จำกัด | 23.56% | | | | | | |
| | - ซุเล สแควร์มอลล์และออฟฟิศ ย่านก๊วง | | | | | | | |
| | - รายได้ค่าเช่า | | 128.57 | 3.31 | 5.02 | 0.13 | - | - |
| | - รายได้อื่นๆ | | 26.94 | 0.69 | 2.33 | 0.06 | - | - |
| | รายได้รวม - ซุเล สแควร์ มอลล์และออฟฟิศ ย่านก๊วง | | 155.51 | 4.00 | 7.35 | 0.19 | - | - |
| | รายได้รวมทั้งหมด | | 3,889.00 | 100.00 | 3,774.99 | 100.00 | 4,028.97 | 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

ลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและนักธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ

- บริษัท Shangri-La Yangon จำกัด

เป็นบริษัทที่ทำโครงการ Shangri-La Residences, Yangon ซึ่งเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ในเมืองย่างกุ้ง สหภาพพม่า Shangri-La Residences มี 2 อาคาร อาคาร 1 เริ่มเปิดให้บริการเมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2556 และอาคาร 2 เปิดให้บริการเมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2557 มีห้องพักรวมทั้งสองอาคารจำนวน 240 ห้อง

- บริษัท Traders Square จำกัด

เป็นบริษัทที่ทำธุรกิจให้เช่าพื้นที่ศูนย์การค้าและอาคารสำนักงานชื่อ Sule Square Mall & Offices, Yangon ที่เมืองย่างกุ้ง สหภาพพม่า และเปิดให้บริการแล้วเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2559

- บริษัท วัฒนธานี จำกัด บริษัท ไทยรุ่งเรือง-เคอร์รี่ ดีเวลลอปเมนต์ จำกัด บริษัท Apizaco จำกัด และบริษัท Zukerman จำกัด

ไม่มีผลิตภัณฑ์และบริการ เนื่องจากเป็นบริษัทที่ลงทุนถือหุ้นในบริษัทอื่น

- บริษัท Hasfield Holdings จำกัด และบริษัท เทคเดอร์ส โฮเต็ล แอนด์ รีสอร์ท จำกัด

ไม่ได้ประกอบกิจการ

- 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 | 2560 | 2559 | 2558 |
|-----------------------------|-------|-------|-------|
| อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (%) | 69.03 | 60.48 | 65.39 |
| อัตราค่าห้องพักเฉลี่ย (บาท) | 5,258 | 5,460 | 5,427 |

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 และยังมีหอประชุมขนาดใหญ่ อีก 1 ห้อง พร้อมด้วยโสตทัศนูปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกอันทันสมัย มีศูนย์สุขภาพ สระว่ายน้ำกลางแจ้ง จากุซซี่ และยังมีสปาซึ่งมีพื้นที่กว้างขวาง ตั้งอยู่ด้านในห่างไกลจากฝั่งถนนปราศจากเสียงรบกวนจากการจราจร และล้อมรอบไปด้วยต้นไม้และธรรมชาติที่จะทำให้ผู้มาใช้บริการได้รับความผ่อนคลายและความเป็นส่วนตัว

อัตราการเข้าพักเฉลี่ยและอัตราค่าห้องพักเฉลี่ย ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา มีดังนี้ คือ

| ปี | 2560 | 2559 | 2558 |
|-----------------------------|-------|-------|-------|
| อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (%) | 68.91 | 68.10 | 76.68 |
| อัตราค่าห้องพักเฉลี่ย (บาท) | 4,850 | 4,735 | 4,222 |

- การตลาดและภาวะการแข่งขัน

โรงแรมแสงกรี-ลา กรุงเทพฯ

ในปี 2560 ประเทศไทยมีการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว เนื่องจากการค้าโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และการฟื้นตัวจากภาวะแห้งแล้งรุนแรงในปีที่ผ่านมาทำให้มีการเพิ่ม GDP จากที่คาดการณ์ไว้ร้อยละ 3.9 ซึ่งดีขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปี 2558 และ 2559 ซึ่งมีการเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.9 และร้อยละ 3.2 ตามลำดับ โดยได้รับแรงหนุนจากการส่งออกสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยวซึ่งเป็นผลมาจากการฟื้นตัวของการค้าโลกและการไหลบ่าของนักท่องเที่ยวจากจีนและอาเซียน

ภาคการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจของไทยขยายตัว โดยได้รับปัจจัยจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกและต้นทุนการท่องเที่ยวที่ต่ำลงอย่างต่อเนื่อง สืบเนื่องจากแนวโน้มราคาน้ำมันในตลาดโลกที่ลดลง และการแข่งขันอย่างรุนแรงของธุรกิจการบิน รวมทั้งการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐบาล รายได้จากธุรกิจท่องเที่ยวมีมูลค่า 2.2 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 15 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศในปี 2560 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.77 ในขณะที่รายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.66 จากปี 2559

ตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีส่วนแบ่งการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 25.78 ในปี 2560

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยของชาติต่างๆ 10 อันดับแรก ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 67 ของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังประเทศไทยทั้งหมด เป็นดังนี้

| ประเทศ | จำนวนนักท่องเที่ยว | | เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ) |
|---------------|--------------------|-----------|----------------------|
| | ปี 2560 | ปี 2559 | |
| จีน | 9,805,753 | 8,757,646 | +11.97 |
| มาเลเซีย | 3,354,800 | 3,494,890 | -4.01 |
| เกาหลี | 1,709,070 | 1,464,200 | +16.72 |
| ลาว | 1,612,647 | 1,388,020 | +16.18 |
| ญี่ปุ่น | 1,544,328 | 1,469,510 | +7.28 |
| อินเดีย | 1,411,942 | 1,194,508 | +18.20 |
| รัสเซีย | 1,346,219 | 1,090,083 | +23.50 |
| สหรัฐอเมริกา | 1,056,124 | 975,643 | +8.25 |
| สิงคโปร์ | 1,028,077 | 967,550 | +6.26 |
| สหราชอาณาจักร | 994,468 | 1,004,345 | -0.98 |

ประเทศจีนมีศักยภาพในการเติบโตสูงในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาและกลายเป็นตลาดสำคัญสำหรับทุกกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยได้รับการสนับสนุนจากหลายกิจกรรม ยกตัวอย่างเช่น การยกเว้นค่าธรรมเนียมการขอวีซ่า และการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในประเทศจีน อย่างไรก็ตามความสามารถของรัฐบาลในการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและความก้าวหน้าในการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและบริการสาธารณะเพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นตัวขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนต่อไป

เป็นที่ทราบกันว่าธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในเจ็ดธุรกิจที่เป็นเสาหลักที่สนับสนุนเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศที่กำลังขยายตัว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอโดยริเริ่มแนวคิดและกิจกรรมใหม่ๆ ซึ่งแนวคิด "Discover Amazing Stories in Amazing Thailand" เป็นแนวคิดหลักที่ใช้ส่งเสริมการตลาดตลอดทั้งปี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้ความสำคัญกับผู้เดินทางที่มีคุณภาพ รวมถึงการพัฒนาการสื่อสารการตลาดที่หลากหลายเพื่อให้ความสำคัญกับแนวคิด "Unique Local Experience" ในเวทีโลก แคมเปญนี้สนับสนุนภาพลักษณ์ของประเทศและทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

โดยทั่วไปแล้ว ถึงแม้ว่าการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวในปี 2560 จะมีการเติบโตที่ดี แต่เนื่องจากมีเหตุการณ์การไว้อาลัยจากการเสด็จสวรรคตของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เมื่อเดือนตุลาคม 2559 และพระราชพิธีถวายพระเพลิงพระบรมศพในเดือนตุลาคม 2560 ส่งผลให้การท่องเที่ยวชะลอตัว นอกจากนั้น การที่ค่าเงินบาทถ่วงเฉลี่ยปรับตัวสูงขึ้นตลอดปีประมาณร้อยละ 2.5-3.0 ในปี 2560 เนื่องจากปัจจัยต่างๆ เช่น ค่าเงินดอลลาร์สหรัฐอ่อนค่าลง ประกอบกับการเกินดุลของบัญชีเดินสะพัดของไทย การออกจากความเป็นสมาชิกสหภาพยุโรปของประเทศอังกฤษ ที่มีผลกระทบต่อค่าเงินปอนด์ของอังกฤษที่อ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับเงินบาท ซึ่งเป็นสาเหตุให้เกิดข้อจำกัดด้านงบประมาณการท่องเที่ยว การที่ค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับประเทศคู่ค้าหลัก ส่งผลกระทบท่อการค้าซื้อและการระมัดระวังในการใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยว

โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่

ในปีนี้ โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่มีรายรับรวมเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่แล้วถึงร้อยละ 3.97 และมีอัตราเข้าพักเมื่อสิ้นสุดปีอยู่ที่ร้อยละ 68.9 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2559 ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 68.1

แนวโน้มของกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปีนี้ลดลงเล็กน้อย ในช่วงไตรมาสที่ 2 และ 3 โดยมีผลมาจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ลดลง รวมไปถึงความนิยมในการจองโรงแรมระดับ 4 ดาว และบูติกโฮเต็ล กลุ่มธุรกิจโรงแรมมีการจัดโปรโมชั่น และขยายระยะเวลาของโปรโมชั่นในช่วงที่ธุรกิจเริ่มซบเซา เพื่อให้แน่ใจได้ว่าโรงแรมจะยังคงเป็นผู้นำในตลาดการแข่งขันและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด อย่างไรก็ตาม ธุรกิจการจัดการประชุมขององค์กร และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Business) ได้ส่งผลลัพธ์ด้านดีในช่วงไตรมาสที่สอง สาม และสี่ โดยอ้างอิงจากรายงาน STR ในปลายปี 2560 โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่ได้แสดงให้เห็นถึงอัตราค่าห้องพักเฉลี่ยต่อวัน (ADR) เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.4 ซึ่งต่ำกว่าคู่แข่งที่ปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.8 ในส่วนของอัตราเฉลี่ยของรายได้ต่อจำนวนห้องพักที่มีไว้จำหน่าย (RevPAR) ของโรงแรม มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.7 ในปี 2560 เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มคู่แข่งร้อยละ 0.1

จังหวัดเชียงใหม่ได้รับรางวัลเป็นเมืองอันดับ 3 ใน 15 เมืองที่น่าท่องเที่ยวของโลกจากนิตยสาร Travel and Leisure ประจำปี 2560 และเป็นเมืองน่าท่องเที่ยวอันดับ 1 ในทวีปเอเชีย ขณะที่กรุงเทพมหานครอยู่ในอันดับที่ 8 โดยผลคะแนนนี้อ้างอิงมาจากผลสำรวจจากผู้อ่านนิตยสารกว่า 300,000 คนทั่วโลก ซึ่งนำมาสู่รางวัลที่ได้รับการยอมรับไปทั่วโลก ถึงสถานที่ที่มอบประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีที่สุดให้กับนักท่องเที่ยว

จังหวัดเชียงใหม่เป็นหนึ่งในไม่กี่จังหวัดที่มีศูนย์ประชุมขนาดใหญ่เป็นของตนเอง ซึ่งได้มีการดำเนินการตั้งแต่ปี 2556 บนพื้นที่กว่า 60,000 ตารางเมตร ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเชียงใหม่สามารถจัดงานได้หลากหลายประเภท ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ โดยมีหอประชุมขนาดใหญ่ถึง 1,700 ตารางเมตร สามารถรองรับผู้เข้าร่วมได้ถึง 10,000 คน อีกทั้งจังหวัดเชียงใหม่ ได้มีโอกาสจัดงาน Thailand Travel Mart ถึง 2 ครั้ง ซึ่งได้รับรายงานว่าผู้ซื้อสนใจร่วมลงทะเบียนเข้าร่วมงานถึง 350 คนจาก 64 ประเทศ และผู้ขายจำนวน 400 คนจากประเทศไทย รวมไปถึงประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง โดยกลุ่มผู้ซื้อที่ใหญ่ที่สุดภายในงาน Thailand Travel Mart ครั้งนี้ คือ ผู้ซื้อจากฝั่งยุโรป (182) ตามด้วยเอเชียตะวันออก (137) และกลุ่มประเทศอาเซียน (42) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สนับสนุนให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นสถานที่ในการจัดงาน Thailand Travel Mart เป็นปีที่สองติดต่อกัน เพื่อให้ผู้ซื้อและสื่อมวลชนได้มีโอกาสเยี่ยมชมศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติของภาคเหนือและฝั่งชายแดนของประเทศไทย อีกทั้งยังเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ต้องการกระจายกลุ่มนักท่องเที่ยวให้ทั่วประเทศ ที่ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวจำนวนมากจะมีจุดหมายที่รีสอร์ทริมชายหาดและแนวชายฝั่งทะเลทั้งตะวันออกและตะวันตกของประเทศ โดยผลประโยชน์ในอนาคตของภาคเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือของไทยนั้น ได้มีการตกลงกัน เพื่อเสนอแนวทางการทำเส้นทางเชื่อมต่อไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ เขมร ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม

The Thailand Convention and Exhibition Bureau หรือ TCEB ได้ประชาสัมพันธ์ถึงการพัฒนาด้านการบริการของเชียงใหม่ผ่านทางนิทรรศการและเน้นย้ำเรื่องการเป็นประตูของภาคธุรกิจสำหรับอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพและความพร้อมในการดำเนินธุรกิจ MICE ที่ครอบคลุมไปถึงธุรกิจโรงแรม การท่องเที่ยว ศูนย์การประชุม การเดินทาง และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด ในระยะเวลาหลายปี TCEB ได้ผลักดันให้เชียงใหม่เป็นเจ้าภาพการจัดงานธุรกิจหลากหลายงาน ตั้งแต่การประชุมในองค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการประชุมระดับนานาชาติ ซึ่งในปี 2560 TCEB ได้เป็นเจ้าภาพในการประสานงานการมาศึกษาดูงานจากหลายภูมิภาค ไม่ว่าจะเป็นอินเดีย เกาหลี และเอเชียแปซิฟิก

การเพิ่มจำนวนเที่ยวบินตรงต่อวันจากฮ่องกง มาเก๊า ไต้หวัน ลาว เมียนมาร์ สิงคโปร์ เกาหลี มาเลเซีย และจีน มายังเชียงใหม่ ทำให้ตัวเลขของเที่ยวบินตรงต่ออาทิตย์เพิ่มสูงขึ้นจาก 138 เที่ยวบินในปี 2559 เป็น 408 เที่ยวบินในปี 2560

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เปิดตัวปฏิทินกิจกรรมที่มีการสนับสนุนโครงการ “Amazing Thailand Tourism Year 2018” พร้อมด้วยตารางกิจกรรมที่เต็มไปด้วยกิจกรรมอันน่าตื่นตาตื่นใจที่จะได้สัมผัสกับประสบการณ์พื้นบ้านอันเป็นเอกลักษณ์ของไทย และ กิจกรรมระหว่างประเทศที่มีชื่อเสียง กิจกรรมที่จะพบกับประสบการณ์แบบพื้นบ้านของไทยซึ่งจะอยู่ในส่วนแรกของกิจกรรมระหว่างประเทศ เช่น กิจกรรม The First International MotoGP Superbike race ที่บุรีรัมย์อยู่ในเดือนธันวาคมในชั้นเนลเซอร์กิต และ The Air Race 1 World Cup Thailand เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2560 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะเน้นย้ำถึงกิจกรรมประเภทกีฬา การทำอาหาร การท่องเที่ยวทางทะเล งานวิวาห์และฮันนีมูน การแพทย์และสุขภาพ การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวชมราตรี MICE งานแสดงสินค้า และกิจกรรมการวิเคราะห์การทำตลาดระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (B2B Marketing)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้คาดการณ์รายได้ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปี 2561 จำนวน 3.1 ล้านล้านบาท (9.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) ว่ามาจากการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากเมืองระดับกลาง ในประเทศจีน และประเทศแถบยุโรป โดยเน้นที่ประสิทธิภาพของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะเน้นย้ำจำนวนที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวคุณภาพ ที่มีกำลังซื้อสูงและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ซึ่งคาดว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะนำรายได้เข้ามาถึง 3.1 ล้านล้านบาทในปี 2561 ซึ่งสูงกว่ารายได้ในปี 2560 ที่มีรายได้ 2.7 ล้านล้านบาท

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่ต้องแข่งขันกับกรุงเทพมหานคร ภูเก็ต พัทยา สมุย และกระบี่ ในตลาดการท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิง ในฐานะที่เป็นหนึ่งในจุดหมายสำคัญในการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งจังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย ซึ่งครอบคลุมความสนใจของนักท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบ และนักท่องเที่ยวจะสามารถสัมผัสประสบการณ์เหล่านี้ได้ตลอดการเดินทางท่องเที่ยวของพวกเขา

สถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจและการเมือง

ตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้รายงานถึงภาพรวมของเศรษฐกิจในภาคเหนือ ในเดือนตุลาคม 2560 ผลผลิตจากภาคอุตสาหกรรมลดลง ขณะที่ผลผลิตด้านเครื่องดื่มลดลงเข้าสู่ระดับปกติ หลังจากที่ดินค้าในคลังเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนก่อนที่จะมีการเพิ่มภาษีสรรพสามิต เช่นเดียวกันกับอาหารเกษตรแปรรูป ที่ลดลงหลังจากวัตถุดิบได้รับความเสียหายจากฝนที่ตกหนัก ในด้านการเกษตร รายได้จากการเพาะปลูกเพิ่มขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่มาจากการเพิ่มขึ้นของผลผลิตทางภาคการเกษตร และด้านการท่องเที่ยวถูกกระตุ้นจากนักท่องเที่ยวชาวจีน การบริโภคภาคเอกชนดีขึ้น แต่ยังไม่ขยายวงกว้าง มีการลงทุนโดยภาคเอกชนที่ลดลง สืบเนื่องจากการลงทุนด้านการก่อสร้างหยุดชะงัก ถึงแม้ว่าการลงทุนในทรัพย์สินประเภททุนสำหรับผลผลิตการส่งออกเพิ่มขึ้นจะสอดคล้องกับการส่งออกชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ แต่ในขณะเดียวกันการส่งออกข้าวแดงยังคงลดลง

การท่องเที่ยวยังคงได้รับการกระตุ้นอย่างต่อเนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนและเกาหลีใต้กลุ่มใหญ่ในช่วงวันชาติของจีน และวันหยุดยาวของเกาหลีใต้ อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวชาวไทยได้มีการชะลอตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจัดงานประชุมและสัมมนา ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันในปีก่อนหน้า รวมไปถึงจำนวนคนเข้าเมืองเชิงใหม่ที่สนามบินนานาชาติเชียงใหม่ จำนวนผู้โดยสารในสนามบินหลักๆ จำนวนเที่ยวบินตรงและอัตราการเข้าพักโรงแรม

ภายใต้การประเมินผลของคณะกรรมการธนาคารแห่งชาติ ในเดือนกันยายน 2560 ที่ผ่านมา ถูกคาดการณ์ไว้ว่าการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยจะสามารถรองรับแรงผลักดันได้มากขึ้นในอนาคต รวมถึงการบรรลุเป้าหมายอัตราการเจริญเติบโตร้อยละ 3.8 ทั้งในปี 2560 และ 2561 โดยคาดว่าตัวผลักดันสำคัญของการเจริญเติบโตจะมาจากทั้งปัจจัยจากนอกและปัจจัยภายในประเทศ รวมทั้ง (1) การปรับปรุงเรื่องสินค้าส่งออกและการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับภาพการเจริญเติบโตอย่างมั่นคงของคู่ค้าไทย (2) การเพิ่มขึ้นที่น้อยของการใช้จ่ายใช้สอยส่วนตัวที่เริ่มกระจายเป็นวงกว้างมากขึ้น (3) การประคับประคองแรงกระตุ้นทางงบประมาณที่แม้ว่าจะเกิดการล่าช้าในโครงการลงทุนของทางภาครัฐ และในขณะเดียวกัน ยังมีการคาดการณ์ว่าภาวะเงินเฟ้อจะเติบโตขึ้นตามลำดับ ถึงแม้ว่าจะอยู่ในระยะที่ช้ากว่าการประเมินในครั้งที่ผ่านมา โดยมีปัจจัยทางด้านอุปทานเป็นหลัก

เนื่องด้วยสถานการณ์ทางการเมืองที่ผ่านมามีขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งประเทศไทยได้เรียนรู้และพร้อมรับมือกับความไม่สงบทางการเมืองทุกรูปแบบ ทางกองทัพและพันธมิตรของพวกเขาได้เข้าควบคุมทางการเมือง ได้รับความเห็นชอบทางรัฐธรรมนูญในการลงประชามติที่จัดขึ้นในปีพ.ศ. 2559 โดยการเลือกตั้งในครั้งต่อไปอาจมีขึ้นโดยเร็วที่สุดในปี 2562 ในขณะที่บางเรื่องยังคงรอการพิจารณาและดำเนินการอยู่ในกฎหมายเพิ่มเติมฉบับร่างเพื่อให้สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญ

โรงแรมซูเล แสงกรี-ลา ย่างกุ้ง

โรงแรมจะยังคงความเป็นโรงแรมอันดับ 1 ในกลุ่มโรงแรมที่เป็นคู่แข่งกันเอาไว้ได้ และจะพยายามเพื่อที่จะรักษาอันดับ 2 ในด้าน Revenue Generation Index (“RGI”) ในปี 2560 แต่ก็ยังเป็นปีที่ท้าทายอย่างมากเนื่องจากอัตราการเข้าพักและราคาค่าห้องพักไม่สามารถทำได้ตามที่ประมาณการณ์ไว้ จากสถานการณ์ทางการเมืองในระหว่างปีที่ผ่านมาที่ยังมีความไม่แน่นอนจึงทำให้การเติบโตทางเศรษฐกิจชะลอตัว ในขณะที่จำนวนห้องพักในตลาดมีจำนวนเพิ่มขึ้นมาก และมากกว่าความต้องการอันเนื่องมาจากมีโรงแรมเปิดใหม่เพิ่มขึ้น ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวไม่เพิ่มขึ้น โรงแรมยังคงพยายามรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดไว้ แต่ก็ยังได้รับแรงกดดันจากคู่แข่งที่มีการลดราคาค่าห้องพัก

โรงแรมที่จัดอยู่ในกลุ่มที่เป็นคู่แข่งของเราประกอบไปด้วย โรงแรมชาเทรียม โรงแรมพาร์ครอยัล โรงแรมเซโดนา และโรงแรมโนโวเทล ย่างกุ้ง แม็กซ์

ในปี 2561 ยังเป็นปีที่มีความท้าทายเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีโรงแรมเปิดใหม่เพิ่มขึ้นจำนวนมาก และคาดว่าจะมีโรงแรมที่ลงทุนโดยนักลงทุนต่างชาติโดยตรง เปิดเพิ่มขึ้นอีกประมาณ 1,329 ห้อง ได้แก่

| | | |
|---------------------------------|----------|-----------------------|
| 1) โรงแรมเคมพิณสกี | 239 ห้อง | ไตรมาสที่ 3 ปี 2561 |
| 2) โรงแรมเชอราตัน ย่างกุ้ง | 375 ห้อง | วันที่ 1 กรกฎาคม 2561 |
| 3) โรงแรมวินด์แฮม | 260 ห้อง | เดือนกุมภาพันธ์ 2561 |
| 4) โรงแรมซูเล สแควร์ โคยมารีออต | 186 ห้อง | ยังไม่ได้กำหนดวันเปิด |
| 5) โรงแรมย่างกุ้ง อิกเซลซิเออะ | 74 ห้อง | เดือนมกราคม 2561 |

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่สุดคือการหยุดการสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาดและเตรียมการกับการแข่งขันใหม่ในตัวเมือง ฝ่ายขายและการตลาดต้องเพิ่มความสำคัญในการกู้ธุรกิจที่สูญเสียไปกลับคืนมา การเพิ่มการไปพบปะลูกค้าของฝ่ายการตลาดและผู้จัดการทั่วไปได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้ประกอบการค้าด้านการท่องเที่ยวและสามารถกอบกู้ความสัมพันธ์ที่ดีจากลูกค้า

มีการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างโอกาสในการขายจากทั้งสามธุรกิจ พนักงานฝ่ายขายต้องมองหาการขายสำหรับทุกผลิตภัณฑ์และแบ่งปันข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดอย่างเปิดเผย แผนการสร้างแรงจูงใจใหม่จะเริ่มใช้ตั้งแต่มกราคม 2561

โรงแรมได้รับการจัดอันดับ 3 จาก 161 โรงแรม จากการจัดอันดับของ Trip Advisor โดยมีโรงแรมที่ได้อันดับ 1 และ 2 คือ โรงแรมโนโวเทลและโรงแรมเมเลีย (ไม่รวมถึงโรงแรมเบลมอนด์ กัฟเวอร์เนอร์ เรสซิเดนซ์ โรงแรมเคอะ สแตรนด์ และ โรงแรมชาวอย)

แสงกรี-ลา เรสซิเดนส์ ย่างกุ้ง

แสงกรี-ลา เรสซิเดนส์ ย่างกุ้ง ได้เปิดให้บริการแล้วทั้งอาคาร 1 และอาคาร 2 โดยมีห้องพักจำนวน 240 ห้อง ทั้งสองอาคารมีผู้พักอาศัยเป็นผู้ใหญ่ 442 คน และเด็ก 173 คน ซึ่งประกอบด้วย

ลูกค้าองค์กรที่ใช้บริการสูงสุดห้าอันดับแรก ได้แก่

| อันดับ | บริษัท | ยูนิต |
|--------|---|-------|
| 1. | Telenor Myanmar Ltd | 27 |
| 2. | PC Myanmar (Hong Kong) Limited | 23 |
| 3. | Embassy of the United States of America | 20 |
| 4. | Sumitomo Corporation | 11 |
| 5. | Coca-Cola Pinya Beverages Myanmar | 10 |

ลูกค้าแบ่งตามสัญชาติ ห้าอันดับแรก ได้แก่

| อันดับ | บริษัท | จำนวนผู้เช่า |
|--------|------------|--------------|
| 1. | ญี่ปุ่น | 105 |
| 2. | มาเลเซีย | 101 |
| 3. | อินเดีย | 66 |
| 4. | อเมริกัน | 51 |
| 5. | ออสเตรเลีย | 36 |

คู่แข่งของแสงกรี-ลา เรสซิเดนส์ ย่างกุ้ง 4 แห่ง มีดังนี้

| | | จำนวนยูนิต |
|-------------|---|------------|
| Golden Hill | - เจ้าของกิจการเป็นชาวญี่ปุ่น และตั้งอยู่ใจกลางเมือง | 210 |
| Micasa | - อยู่ระหว่างการปรับปรุงและจะใช้ชื่อใหม่ว่า Mercure และเป็นอพาร์ทเมนต์ระดับกลาง | 183 |
| Marina | - เจ้าของกิจการเป็นชาวพม่า และเป็นอพาร์ทเมนต์ระดับกลาง | 128 |
| Sakura | - เจ้าของกิจการเป็นชาวญี่ปุ่น และเป็นอพาร์ทเมนต์ระดับกลาง | 262 |
| Lotte | - เจ้าของกิจการเป็นชาวเกาหลี | 315 |

ข้อมูล ณ สิ้นเดือนธันวาคม แสงกรี-ลา เรสซิเดนส์ ย่างกุ้ง ได้รับการจัดอันดับอยู่ในอันดับที่ 1 จากกลุ่มคู่แข่งข้างต้น

ศูนย์การค้าและสำนักงานให้เช่า ชูเล สเตอว์ ย่างกุ้ง

บริษัท เทรคเดอร์ส สเตอว์ จำกัด ดำเนินธุรกิจให้เช่าพื้นที่ศูนย์การค้าและสำนักงาน โดยใช้ชื่อทางการค้าคือ ชูเล สเตอว์ เปิดดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2559 มีพื้นที่ให้เช่าสำหรับสำนักงาน 28,800 ตารางเมตร และเป็นพื้นที่สำหรับร้านค้าปลีก 5,618 ตารางเมตร

ภาวะการตลาดสำหรับสำนักงานให้เช่า

ณ สิ้นไตรมาสที่ 3 ปี 2560 พื้นที่ให้เช่าสำหรับทำสำนักงานยังไม่เปลี่ยนแปลง คือมีมากกว่า 320,000 ตารางเมตร เพิ่มขึ้น 30% ต่อปี และจะมีพื้นที่ที่จะเปิดในช่วงระยะเวลาที่เหลือของปีอีก 26,000 ตารางเมตร ซึ่งทำให้จะมีพื้นที่สำนักงานให้เช่าทั้งหมดมากกว่า 350,000 ตารางเมตร โดยโครงการเพิ่มเติมเหล่านี้ ได้แก่ Crystal Tower, Regent Office, Red-Hill Mixed-use Tower และ Pye Nyein Thun Tower

ความต้องการใช้พื้นที่เพื่อทำสำนักงานลดลงถึงแม้จะมีผู้ให้บริการพื้นที่เพิ่มมากขึ้นก็ตาม พื้นที่ที่เพิ่มขึ้นในไตรมาสที่ 4 ปี 2560 อาจส่งผลต่อราคาและอัตราการเช่าโดยรวมให้มีมูลค่าต่ำลง

เนื่องจากการแข่งขันมากขึ้น ทำให้ผู้เช่ามีแนวโน้มต้องการสำนักงานที่มีคุณภาพมากขึ้น โดยผู้เช่ารายย่อยทั่วไปมีการขยับขยายจากสำนักงานระดับล่างไปสู่อาคารสร้างใหม่ อัตราค่าเช่าคาดว่าจะอยู่ที่ประมาณ 30 เหรียญสหรัฐต่อตารางเมตร

ชูเล สเตอว์ ย่างกุ้ง ได้ตั้งเป้าหมายในเดือนธันวาคมสำหรับอัตราการเข้าพักอยู่ที่ร้อยละ 21 (6,042 ตารางเมตร) อัตราเฉลี่ยอยู่ที่ 39 เหรียญสหรัฐต่อตารางเมตร

บริษัทขนาดใหญ่ในพม่าสองสามแห่งและองค์กรเอ็นจีโอกำลังมองหาสำนักงานแห่งใหม่ เนื่องจากในปี 2555 และ 2556 เอ็นจีโอซึ่งถูกบังคับให้เช่าพื้นที่ที่มีราคาสูง (60 ถึง 70 เหรียญสหรัฐต่อตารางเมตร) อยู่ภายใต้แรงกดดันในการหาพื้นที่ที่ถูกลงโดยใช้ประโยชน์จากภาวะค่าเช่าที่ต่ำลงในขณะนี้

ภาวะการตลาดสำหรับร้านค้าปลีกให้เช่า

ตลาดค้าปลีกในเมืองกำลังมีการเปลี่ยนโฉมหน้า ซึ่งเริ่มมาตั้งแต่ต้นปีและจะยังคงดำเนินต่อไปในปี 2561 มีร้านอาหารและเครื่องดื่มเปิดใหม่จำนวนมาก มีโรงภาพยนตร์เปิดใหม่ และการตกแต่งร้านค้าในรูปแบบใหม่ ในขณะที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีงบประมาณในการใช้จ่ายใช้สอยจำกัด อาหารราคาถูก เสื้อผ้าและเครื่องประดับเป็นที่ต้องการมากขึ้น ร้านค้าสินค้าไฮเอนด์ส่วนใหญ่ไม่ลืกรัก ความต้องการสินค้าประเภทหรูหราฟุ่มเฟือยทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือที่สนามบินนั้นเป็นคำถามที่ถกเถียงกัน

จำนวนพื้นที่ให้บริการ ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2560 อยู่ที่ 290,000 ตารางเมตร และยังไม่มียังค้างค่าปลีกแห่งใหม่ที่มีแผนจะเปิดให้บริการจนถึงปีหน้า

อัตราการเช่าพื้นที่ร้านค่าปลีกอยู่ที่ 95% อย่างไรก็ตามคาดว่าร้านค่าปลีกระดับไฮเอนด์บางแห่งที่ขายอาหารราคาแพงหรือสินค้าราคาแพงจะอยู่ภายใต้แรงกดดันอย่างมาก และเราอาจจะเห็นการปิดตัวหลังจากจบเทศกาลเฉลิมฉลอง เนื่องจากภาคธุรกิจค่าปลีกต้องผ่านคลื่นลูกแรกของการดิ่งลงไปให้ได้ และเป็นที่คาดการณ์ว่า จะมีการเปลี่ยนแปลงในห้างค่าปลีกที่เพิ่งเปิดใหม่เป็นแบบผสมผสาน

MIC ได้มีการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย (ประกาศฉบับที่ 15/2060) ซึ่งอนุญาตให้ชาวต่างชาติประกอบธุรกิจได้ทั้งในภาคการค้าปลีกและค้าส่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับใบอนุญาตของกระทรวงพาณิชย์ อย่างไรก็ตามไม่น่าจะมีความเป็นไปได้ที่จะเห็นการก่อสร้างห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ในย่างกุ้ง เนื่องจากพื้นที่ขนาดใหญ่ในเมืองหาได้ยาก และผู้ประกอบการมีความกดดันจากเศรษฐกิจภายในปีนี้

เพื่อเป็นการมอบประสบการณ์ที่น่าพอใจมากขึ้นสำหรับแขกของโรงแรม เราวางแผนที่จะติดตั้งระบบการจ่ายเงินค่าบริการจอดรถแบบอัตโนมัติในไตรมาส 1 ปี 2561 และได้ย้ายจุดเก็บค่าบริการที่จอดรถไปยังทางออกจากร้านค่าปลีกบริเวณล็อบบี้ชั้น 3

แสงสว่างของป้ายบอกทางไปยังห้างสรรพสินค้าและอาคารสำนักงานจากบริเวณล็อบบี้ของโรงแรมยังไม่เพียงพอ อีกทั้งป้ายดังกล่าวยังทำให้เห็นว่าห้างสรรพสินค้าอยู่ไกลจากบริเวณล็อบบี้ของโรงแรม ด้วยสาเหตุนี้จึงมีแผนที่จะเปลี่ยนป้ายทางเข้าให้มีความน่าดึงดูดมากยิ่งขึ้นในปี 2561 และในปี 2562 มีแผนการนำเสนอการติดตั้งป้ายด้านนอกทางเข้าร้านค่าปลีกโดยออกแบบให้มีความเหมาะสมและให้มีความแตกต่างจากป้ายสำนักงานและป้ายของโรงแรม

สถานการณ์ทางเศรษฐกิจและการเมือง

ภาคอุตสาหกรรมจำนวนมากจำเป็นต้องทำการทบทวนให้รอบคอบถึงผลกระทบที่เกิดจากการลงทุนและการออกใบอนุญาตใหม่ที่ถูกเลื่อนไปในหลายภาคธุรกิจ การอนุมัติการต่ออายุใบอนุญาตที่มีอยู่จะได้รับการพิจารณาตรวจสอบโดยละเอียด และการอนุมัติให้ต่างชาติเข้ามาลงทุนเป็นไปได้อย่างเชื่องช้า

กิจกรรมการลงทุนเริ่มชะลอตัวลงอย่างเห็นได้ชัดและความเชื่อมั่นของนักลงทุนลดลง เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เชิงลบเกี่ยวกับการจัดการกับสถานการณ์ของชาวโรฮิงญาจากอเมริกา อังกฤษและเยอรมนีกำลังแพร่ไปยังพื้นที่อื่น ๆ บริษัทให้บริการเดินเรือล่องแม่น้ำสองแห่งได้ยุติการทำธุรกิจในเมียนมาร์ การเติบโตในปี 2560 จะเป็นตัวเลขหลักเดียวอยู่ที่ประมาณร้อยละ 5 หรือ 6 นักเก็งกำไรและนักลงทุนที่มีศักยภาพจำนวนมากได้ถอนตัวจากพม่า แต่ก็ยังคงมีกลุ่มบริษัทขนาดเล็กที่มีมุมมองระยะยาวที่ว่าอนาคตของประเทศนี้จะค่อยๆเป็นรูปเป็นร่างขึ้นอย่างช้าๆ และสิ่งที่จำเป็นในการรอคอยคือความอดทน

เป็นที่คาดกันว่าสหรัฐอเมริกาจะประกาศยกเลิกมาตรการคว่ำบาตรรอบสุดท้าย ซึ่งจะช่วยให้คลื่นแห่งธุรกิจสหรัฐที่รอคอยมานานกลับเข้ามาที่ประเทศเมียนมาร์ แต่ความหวังเหล่านี้ถูกกลบฝังทันทีหลังจากที่มีรายงานของนายขงอิติ จากเอนวอยสหรัฐเกี่ยวกับสถานการณ์ผู้อพยพชาวโรฮิงญาซึ่งเป็นชนกลุ่มน้อยถูกประกาศออกไปในช่วงต้นเดือนมิถุนายน และตามด้วยการขับไล่ชาวโรฮิงญา จึงไม่น่าจะมีความเป็นไปได้ในเรื่องที่ว่าสหรัฐจะยกเลิกมาตรการคว่ำบาตรที่เหลืออยู่

เป็นการยากที่จะได้รับความชัดเจนที่แท้จริงเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามา เนื่องจากตัวเลขดังกล่าวมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากจากผู้เข้าชมพรมแดนและการเข้าพักรายสัปดาห์ของชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย และเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปในภาคธุรกิจโรงแรมที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวอย่างแท้จริงลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน นอกจากนี้ยังมีในเรื่องของการตระหนักในการใช้งบประมาณของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น

มีโรงแรมแห่งใหม่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2555 และในช่วงปลายปี 2560 การลงทุนจากต่างประเทศในห้องพักแบบเดี่ยวจะสูงถึง 5,070 หรือคิดเป็นร้อยละ 149 ซึ่งเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2555 และในปี 2561 จะพุ่งสูงขึ้นอยู่ที่ประมาณร้อยละ 200

ธนาคารโลกได้ประมาณการเติบโตของเศรษฐกิจลดลงจากร้อยละ 7.3 ในปี 2559 ถึง 2560 เป็นร้อยละ 6.5 ในปี 2560 ถึง 2561

- กลยุทธ์ทางการตลาด

โรงแรมแชนกรี-ลา กรุงเทพฯ

กลยุทธ์การตลาดในปี 2560 คือการเพิ่มจำนวนผู้เข้าพักจากกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวแบบเดี่ยว (FIT) และนักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ป ซึ่งทำให้สิ้นปีโรงแรมมีอัตราการเข้าพักอยู่ที่ร้อยละ 69.03 และมีค่าดัชนีรายได้ต่อจำนวนห้องพักที่ให้บริการทั้งหมดอยู่ที่ร้อยละ 104.1

สำหรับปี 2560 การเพิ่มขึ้นของลูกค้าที่มาพักที่โรงแรมแบ่งตามประเทศได้ดังนี้ จีนร้อยละ 23.7 รองลงมาคือสหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 9.6) อังกฤษ (ร้อยละ 7.2) ญี่ปุ่น (ร้อยละ 6.3) และเกาหลี (ร้อยละ 5.4)

แผนกลยุทธ์ทางการตลาดในปี 2561 คือการสร้างรายได้ให้เพิ่มขึ้นโดยปรับราคาค่าห้องพักเฉลี่ยต่อวัน และพยายามรักษ้อัตราการเข้าพักเฉลี่ยไว้ที่ร้อยละ 68.83 เมื่อเทียบกับปี 2560 อยู่ที่ร้อยละ 69.03 ดัชนีชี้วัดรายได้ต่อจำนวนห้องพักที่ให้บริการทั้งหมดเปรียบเทียบกับคู่แข่งเพิ่มขึ้นจาก 104.1 เป็น 106 โรงแรมจะมุ่งเน้นไปที่กลุ่มจัดงานประชุมและสัมมนาจากลูกค้าประเทศใกล้เคียง ได้แก่ สิงคโปร์ ฮองกง จีน อินเดีย เกาหลี และญี่ปุ่น ต้องเพิ่มจำนวนลูกค้ากลุ่มตลาดผู้ค้าส่งด้านการเดินทางท่องเที่ยว (ออฟไลน์) และสร้างความแข็งแกร่งในตลาดยุโรป

อังกฤษ และสหรัฐอเมริกาให้มากขึ้น และยังคงให้ความสำคัญกับกรุปทัวร์โดยเฉพาะจากประเทศจีนเพื่อรักษาอัตราการเข้าพักไว้

โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่

ในปี 2560 โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่กำหนดเป้าหมายในการเพิ่มจำนวนการเข้าพักในกลุ่มลูกค้า Public, Wholesale Online and Package segments อัตราร้อยละ 42.8 และ group meetings อัตราร้อยละ 19.6 นอกจากนี้ทางโรงแรมจะเน้นการปรับเพิ่มอัตราค่าห้องพักโดยเฉลี่ยในทุกกลุ่มลูกค้า โดยเฉพาะในกลุ่ม group meetings ซึ่งทำรายได้ค่าห้องพักเพิ่มขึ้นถึงอัตราร้อยละ 22 จากงบประมาณ

จังหวัดเชียงใหม่ยังคงได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวและลูกค้าธุรกิจทั้งในภูมิภาคและนานาชาติเนื่องจากเชียงใหม่เป็นตลาดเกิดใหม่ ราคาไม่แพงและเหมาะสมเป็นตลาดสำหรับ MICE ชาวอินเดียนิยมมาจัดงานแต่งงานนอกประเทศมากขึ้น ซึ่งโรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่ก็ให้ความสนใจกลุ่มลูกค้าดังกล่าวซึ่งถือเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย นอกจากนี้ การจัดประชุมระดับภูมิภาคในจังหวัดเชียงใหม่ยังปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จากผลของการมีเที่ยวบินตรงจากประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และจีนเข้าสู่จังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนี้ยังมีกลุ่มลูกค้าเกาหลีเข้ามาพักจำนวนมากในไตรมาสสาม ซึ่งในปีนี้ เราได้มีส่วนร่วมในการจัดนิทรรศการขนาดใหญ่จำนวนมาก นอกจากนั้น Events Booking Center และ Chinese Sales ยังช่วยกระตุ้นยอดขายในกลุ่ม MICE เช่นกัน

สำหรับกลุ่มลูกค้าองค์กรจะเน้นกลุ่มลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรมลำพูน ซึ่งจริงๆ แล้วเป็นความท้าทายของเราอย่างมากเพราะระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางออกจากโรงแรมถึงนิคมอุตสาหกรรม คือประมาณ 30 - 40 นาที ดังนั้นลูกค้าบางคนอาจมีความต้องการเข้าพักที่โรงแรมในบริเวณใกล้เคียงมากกว่า อย่างไรก็ตามมีบริษัท Pandora เพิ่งเปิดโรงงานแห่งใหม่ในลำพูนในไตรมาสที่ 1 ของปี 2560 ซึ่งทำให้เราได้รับส่วนแบ่งรายได้เพิ่มขึ้นจากธุรกิจนี้เช่นกัน และส่วนอีกกลุ่มคือผู้ที่ทำการจองห้องพักโดยตรงจากต่างประเทศหรือสำนักงานที่กรุงเทพฯ ทางโรงแรมก็จะเสนอ incentive ให้ผู้ทำการจอง เพื่อกระตุ้นยอดจองจากลูกค้ากลุ่มดังกล่าว

ในปี 2561 สำนักงานขายของเครือโรงแรมแสงกรี-ลาในภูมิภาคต่างๆ จะประสานงานกันมากขึ้น ในการสำรวจกลุ่มลูกค้าใหม่ซึ่งมีศักยภาพในการเติบโตสูง เช่น นักท่องเที่ยวจากเกาหลี ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เมียนมาร์ เวียดนาม และตะวันออกกลาง

โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่ จะมุ่งพัฒนาคุณภาพของการจัดเลี้ยงเพื่อรองรับความต้องการจัดงานตลอดปี โดยมุ่งเน้นไปที่การจัดงานประชุมทั้งในและนอกสถานที่เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

โรงแรมชูเล แสงกรี-ลา ย่างกุ้ง

- กลยุทธ์ในการผลักดันให้ความสามารถในการทำกำไรเพิ่มขึ้น

- คงไว้ซึ่งอัตราค่าห้องพักที่ดีที่สุดโดยการให้มูลค่าเพิ่ม เพื่อส่งเสริมให้ลูกค้าจองโดยตรง โดยใช้วิธีการให้ลูกค้าชำระเงินล่วงหน้า และจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ ในช่วงระยะเวลาที่ต้องการเท่านั้น
- ใช้ประโยชน์จากความสัมพันธ์ด้านการวางแผนธุรกิจเพื่อขยายธุรกิจจากกลุ่มลูกค้า Consortia

- พยายามรักษาจำนวนลูกค้าของโรงแรม และพยายามเพิ่มจำนวนลูกค้าองค์กรรายใหม่ (Request for Proposal: RFP) ที่มาจากโรงแรมคู่แข่ง (Hitlist Accounts)
- ใช้ประโยชน์จากสำนักงานขายภูมิภาค (RSO) โดยส่งผลการรายงานความพึงพอใจในสินค้าและบริการของโรงแรมเป็นประจำทุกเดือน ซึ่งมีส่วนช่วยในการแข่งขัน เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเลือกมาพักที่โรงแรมของเรามากขึ้น
- กำหนดเป้าหมายสำหรับลูกค้าในประเทศ และลูกค้าที่พักแบบระยะยาว โดยเข้าพบฝ่ายทรัพยากรบุคคลของบริษัทเอกชนต่างๆ เพื่อผลักดันธุรกิจต่างชาติที่พักในระยะยาวทั้งที่โรงแรมและที่อยู่อาศัย
- กำหนดเป้าหมายรายเดือน คือ มีบริษัทใหม่ๆ ที่มีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) เข้ามายังประเทศพม่า
- เน้นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเช่น กองทัพพม่า และ MEC ให้มาจัดงานประชุมที่ศูนย์การประชุม เพื่อให้เกิดการจองห้องพัก
- ขกระดับการเป็นพันธมิตรด้านการตลาดกับ Cvent, Helmsbriscoe และ Starcite เพื่อสร้างโอกาสในการขายมากขึ้นและตอบสนองภายในสี่ชั่วโมง
- เน้นลูกค้าจากกลุ่มคณะรัฐมนตรี และคณะผู้แทนจากรัฐบาล
- ส่งเสริมให้คนพม่าใช้บริการโรงแรมในวันหยุดยาวหรือวันหยุดประจำปี
- เน้นตัวแทนขายจากภายนอกประเทศ เช่น สิงคโปร์ ไทย ญี่ปุ่น เกาหลี จีน

กลยุทธ์ความร่วมมือระหว่างสำนักงานขายภูมิภาคและบริษัทในการเพิ่มรายได้

- ติดต่อสื่อสารกับสำนักงานขายภูมิภาคเป็นประจำทุกเดือน เพื่อให้ข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย และข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เพื่อส่งเสริมการขายประเทศพม่าและซูเล แสงกรี-ลาไปยังตลาดต่างๆ ทั่วโลก โดยผ่านทางตัวแทนการท่องเที่ยวและกลุ่มผู้จัดงานประชุม MICE

กลยุทธ์การใช้ช่องทางการขายและจัดจำหน่ายแบบผสมผสาน

- ประมาณร้อยละ 73 ของลูกค้า ยังคงใช้บริการจองแบบดั้งเดิมคือ จองโดยตรงกับโรงแรม ซึ่งลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 74 ในปี 2559 การจองผ่านระบบจัดจำหน่ายสินค้าและบริการด้านท่องเที่ยวทั่วโลก (GDS) และจองออนไลน์ผ่านเว็บไซต์เริ่มมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่การจองผ่าน ISG และช่องทางอื่นๆ เริ่มมีแนวโน้มลดลง ดังนั้นช่องทางออนไลน์จึงเป็นอีกทางเลือกที่เราจะพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากช่องทางนี้ เนื่องจากพมากำลังเปิดประเทศต้อนรับธุรกิจจากต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

- การเติบโตของดัชนีการก่อให้เกิดรายได้เทียบกับปีก่อนๆ

| | ปี 2559 | ปี 2560 | ปี 2561 |
|-------------------------------------|-----------------|-----------------|----------|
| ดัชนีการก่อให้เกิดรายได้ : | ผลประกอบการจริง | ผลประกอบการจริง | เป้าหมาย |
| ดัชนีส่วนแบ่งการตลาด | 123.2 | 108.9 | 120.7 |
| อันดับ | 1 จาก 5 | 2 จาก 5 | 1 จาก 5 |
| | | | |
| การเพิ่มผลตอบแทน: | | | |
| รายได้เฉลี่ยต่อห้องที่เปิดให้บริการ | 78.7 | 63.9 | 68.1 |

การขับเคลื่อนประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

- ธุรกิจทั้ง 3 แห่งในย่างกุ้งที่บริษัทไปลงทุน ใช้บุคลากรร่วมกัน เพื่อลดต้นทุนในหน่วยงานจัดซื้อ การจ่ายค่าจ้างค่าแรง และพนักงานรับจ่ายเงินสดทั่วไป
- ธุรกิจทั้ง 3 แห่งในย่างกุ้งที่บริษัทไปลงทุน ใช้บุคลากรร่วมกันในส่วนงานบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านการฝึกอบรมและการจ้างงาน ส่วนงานสวัสดิการพนักงานมีเพียงแสงกรี-ลา เรสซิเดนส์ ย่างกุ้ง และซูเล สเตอว์ที่ใช้นักบุคลากรร่วมกัน
- นอกจากนี้ แสงกรี-ลา เรสซิเดนส์ ย่างกุ้ง และซูเล สเตอว์ยังใช้นักบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รักษาความปลอดภัย และซ่อมบำรุง ร่วมกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสูงสุดในการทำงาน
- ห้องอาหาร Cafe Sule จะหมั่นทบทวนรายการอาหารกลางวันแบบบุฟเฟต์ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าได้มีการบริหารจัดการต้นทุนได้เป็นอย่างดี และในช่วงเวลาออกฤดูกาลท่องเที่ยวอาจจะให้บริการมินิบูฟเฟต์แทน
- มีความยืดหยุ่นในส่วนในช่วงเวลาการเปิดให้บริการห้องอาหารซัมเมอร์พาเลซสำหรับถวายอาหารให้กับพระสงฆ์ซึ่งได้เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ
- มีการฝึกอบรมทักษะหลาย ๆ ด้านให้กับพนักงานแผนกอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งในช่วงระยะเวลาที่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการมาก พนักงานเหล่านี้จะสามารถให้ความช่วยเหลือห้องอาหารอื่น ๆ ได้

กลยุทธ์การร่วมมือกันของฝ่ายขายและการตลาดเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

- ธุรกิจทั้ง 3 แห่งในย่างกุ้งจะแชร์ข้อมูลของลูกค้าต่อกัน เพื่อใช้ข้อมูลลูกค้าร่วมกันในการทำงานต่างๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด
- มีการจัดฝึกอบรมพนักงานฝ่ายขายเพื่อเพิ่มศักยภาพให้สามารถขายสินค้าและบริการของทั้ง 3 ธุรกิจได้

แสงกรี-ลา เรสซิเดนส์ อย่างกึ่ง

แผนยุทธศาสตร์ เพื่อเพิ่มผลกำไรจากปีก่อน (ในส่วนของห้องพัก และแผนกอาหารและเครื่องดื่ม)

| การเพิ่มรายได้ | ผลการดำเนินงานจริง | | เป้าหมาย |
|----------------------------|--------------------|-------------------|-------------------|
| | ปี 2559 | ปี 2560 | ปี 2561 |
| อัตราค่าเช่าเฉลี่ยรายเดือน | 6,420 เหรียญสหรัฐ | 6,302 เหรียญสหรัฐ | 6,278 เหรียญสหรัฐ |

- ผู้อำนวยการฝ่ายขายและการตลาดคนใหม่จะรับผิดชอบในการขายและการตลาดของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์
- รักษาสถานะอันดับ 1 การเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ระดับพรีเมียมในเมืองอย่างกึ่ง
- รักษาการมีบริการ Wi-Fi ที่เสถียรและมีความเร็วสูงสุดในบรรดาเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ทั้งหมดในเมืองอย่างกึ่ง เพิ่มแบนด์วิดท์เป็น 250 เมกะไบต์ในเดือนกันยายน 2560
- รักษาอัตราการเข้าพักให้อยู่ในระดับที่มากกว่าร้อยละ 90 ตลอดทั้งปี โดยมุ่งใจให้ลูกค้าทำสัญญาระยะยาวในอัตราที่สูงกว่า
- รักษาความสัมพันธ์กับผู้เช่าและหาข้อเสนอแนะที่สร้างสรรค์เกี่ยวกับบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ
- รักษาการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอและเพิ่มกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์กับผู้เช่าซึ่งวิธีนี้จะทำให้ผู้เช่ารู้สึกถึงความเป็นบ้านและเพิ่มอัตราเงินประกัน
- ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็ก
- ตั้งเป้าหมายการโฆษณาในนิตยสาร / หนังสือพิมพ์ของญี่ปุ่น สิงคโปร์ และมาเลเซียเพื่อสร้างความตระหนักถึงผลิตภัณฑ์ระดับพรีเมียมของเรา
- รักษาความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับสถานทูตที่สำคัญ ๆ และทำให้แสงกรี-ลาได้รับการพิจารณาเป็นอันดับต้น ๆ ของกลุ่มนักการทูต
- ผลักดันให้เกิดความแน่ใจว่าพื้นที่แฮตทั้งสิบมีการครอบครองตลอดเวลา
- ติดตามอย่างสม่ำเสมอว่าสัญญาเช่าของลูกค้ารายใดที่จะหมดอายุภายใน 3 เดือน เพื่อที่จะได้ติดต่อให้ผู้เช่าทำการต่ออายุสัญญาได้ทันเวลาและเพื่อให้แน่ใจว่าอัตราการครอบครองยังอยู่ในระดับสูง

ซูเล สเตอว์ ย่างกุ้ง**การผลักดันให้ลูกค้าทำสัญญาเช่าเพิ่มขึ้น**

- รักษาความเป็นสำนักงานที่ดีที่สุดในเมืองที่อยู่ในระดับพรีเมียมเกรดเอาไว้
- เป้าหมายอัตราการเช่าสำนักงานอยู่ที่ร้อยละ 50 ขึ้นไปภายในปี 2561
- ติดตามฐานข้อมูลลูกค้าจากซูเล แชนกรี-ลา ย่างกุ้งที่อาจนำไปสู่ลูกค้าที่มีความน่าจะเป็น
- ร่วมมือกันในระหว่างทีมขายกับ ซูเล แชนกรี-ลา ย่างกุ้ง และ แชนกรี-ลา เรสซิเดนส์ ย่างกุ้ง
- ปรับปรุงการค้นคว้าในเชิงรุกเพื่อค้นหาโอกาสในการขายและเพื่อให้มั่นใจว่าทีมขายมีข่าวสารเป็นปัจจุบันและแม่นยำ
- แบ่งปันข่าวสารทางการตลาดกับซูเล แชนกรี-ลา ย่างกุ้ง และ แชนกรี-ลา เรสซิเดนส์ ย่างกุ้ง
- ใช้วิธีการขายโดยการโทรศัพท์ไปพูดคุยกับสมาคมธุรกิจการค้าและหน่วยงานบริหารและกำกับดูแลบริษัทและการลงทุน (DICA)
- ลดค่าเช่าสำหรับลูกค้าที่มีการเช่าพื้นที่ 1,000 ตารางเมตรหรือมากกว่า
- มีการทำข้อเสนอให้กับผู้เช่าเพื่อใช้บริการห้องพักและอาหารและเครื่องดื่มของทางโรงแรม
- ทำการยกระดับศูนย์สุขภาพ

ความคิดริเริ่มทางการตลาด

- ร่วมมือกับแชนกรี-ลา เรสซิเดนส์ โดยให้ข้อเสนอพิเศษสุดสำหรับผู้เช่าของซูเล สเตอว์ เช่น อัตราค่าเช่าแบบองค์กร ส่วนลดค่าอาหารและเครื่องดื่ม และค่าสมาชิก Health Club
- มีการโฆษณาในนิตยสารและหนังสือพิมพ์ของในประเทศและนานาชาติ เพื่อให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น
- เข้าร่วมงานกับหอการค้าธุรกิจระดับนานาชาติ เพื่อให้ซูเล สเตอว์ เป็นที่รู้จักมากขึ้นและสร้างเครือข่ายทางธุรกิจให้แข็งแกร่งขึ้น
- ทำงานร่วมกับผู้แทนนายหน้าด้านอสังหาริมทรัพย์อย่างใกล้ชิด(ทั้งในประเทศและต่างประเทศ)เพื่อหาผู้เช่าที่มีศักยภาพสูง
- ค้นหาบริษัทสร้างเนื้อหาในเฟสบุ๊คที่ดีเพื่อสร้างแรงขับเคลื่อนการรับรู้

- ลักษณะของลูกค้า**- ลักษณะของลูกค้าและความสัมพันธ์**

ลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและนักธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ 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 ยุโรปและเอเชีย 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 บริษัทได้เข้าทำสัญญาแก้ไขเพิ่มเติมสัญญาการตลาดและส่งเสริมการขายกับบริษัท 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
- การแสดงผลมหรหรรมสินค้า (ร้านจัดแสดงและแผงร้าน)
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับโรงแรมซึ่งนอกเหนือจากที่ระบุไว้

โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่

บริษัทฯตกลงจ่ายค่าธรรมเนียมในส่วนที่เกี่ยวกับการตลาดและการส่งเสริมการขายในอัตราร้อยละ 1 ของยอดขายได้จากการดำเนินงานต่อปี

- จำนวนของลูกค้า

จำนวนลูกค้าของบริษัทแบ่งตามประเภทการเดินทางแบบมาเดี่ยวและมาเป็นกลุ่ม มีสัดส่วนดังนี้

โรงแรมแสงกรี-ลา กรุงเทพฯ

(หน่วย : ร้อยละ)

| กลุ่มลูกค้า | 2560 | 2559 | 2558 |
|-------------|-------|-------|-------|
| 1) FIT | 66.5 | 69.9 | 67.9 |
| 2) Group | 33.5 | 30.1 | 32.1 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่

(หน่วย : ร้อยละ)

| กลุ่มลูกค้า | 2560 | 2559 | 2558 |
|-------------|-------|-------|-------|
| 1) FIT | 68.8 | 70.2 | 71.1 |
| 2) Group | 31.2 | 29.8 | 28.9 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

การขายให้ลูกค้ารายใดรายหนึ่งจนถึง อัตราร้อยละ 30 ในระยะเวลา 3 ปี ติดต่อกัน : ไม่มี

- สิทธิหรือข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

โรงแรมแชงกรี-ลา กรุงเทพฯ

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

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

โรงแรมแชงกรี-ลา เชียงใหม่

บริษัทได้ทำสัญญาแก้ไขเพิ่มเติมสัญญาการดำเนินงานกับบริษัท แชงกรี-ลา อินเตอร์เนชั่นแนล โฮเต็ล แมนเนจเม้นท์ ปิวิ (ฮอลแลนด์) เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2550 เพื่อให้สัญญาครอบคลุมถึงโรงแรมแชงกรี-ลา เชียงใหม่ และเพิ่มเติมในเรื่องค่าธรรมเนียมที่จะเรียกเก็บสำหรับการเปิดให้บริการของโรงแรมแชงกรี-ลา เชียงใหม่ คือ คัดค่าธรรมเนียมการบริหารงานในอัตราร้อยละ 3 ของยอดขายได้จากการดำเนินงานต่อปี โดยข้อความและเงื่อนไขอื่นที่ระบุในสัญญาเดิมฉบับดังกล่าวยังคงเดิมไม่เปลี่ยนแปลง

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

3. การบริหารความเสี่ยง

ในปี 2560 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยมีจำนวนเกินกว่าที่ประมาณการไว้ คือ เพิ่มขึ้นจาก 32.6 ล้านคนในปี 2559 เป็น 35.5 ล้านคนในปี 2560 และสร้างรายได้เข้าประเทศถึง 1.82 ล้านล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 8.77

ตลาดทั้งหมดมีการเติบโตที่ดีทั้งในแง่ของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่เกิดขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวมาจากเอเชียตะวันออก 23,642,669 คน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.49) ยุโรป 6,511,195 คน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.45) สหรัฐอเมริกา 1,541,520 คน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.53) เอเชียใต้ 1,770,166 คน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.19) ตะวันออกกลาง 789,847 คน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.7) และแอฟริกา 187,126 คน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.66) นักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกรวมถึงอาเซียนที่เดินทางเข้ามามีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 67 ซึ่งถือเป็นส่วนแบ่งการตลาดที่ใหญ่ที่สุด

เงินบาทที่แข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับสกุลเงินยูโรซึ่งเป็นปัจจัยที่น่าเป็นห่วงในบางธุรกิจ ส่งผลให้การท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทยจำเป็นต้องใช้เงินเพิ่มมากขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับปีก่อน เพื่อป้องกันการขาดทุนจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน โรงแรมสงวนสิทธิ์ในการแปลงค่าเงินจากการชำระหนี้ด้วยสกุลเงินต่าง ๆ เป็นสกุลเงินบาท ในขณะที่คู่สัญญาจะต้องชดเชยความเสียหายให้แก่โรงแรมต่อผลขาดทุนที่เกิดจากการแปลงค่าเงิน

ด้วยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของกลุ่มนักท่องเที่ยวท่องเที่ยวแบบลำพัง และกรุ๊ปทัวร์จากประเทศจีน กรุงเทพฯ ยังคงต้องการห้องพักเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ และในปีจะมีโรงแรมใหม่ ๆ ที่พร้อมเปิดให้บริการอีกหลายแห่ง ได้แก่ โรงแรมไฮแอท รีเจนซี่ (ปลายปี 2560) โรงแรมแบงค็อกแมริออท เดอะ สุรวงศ์ (เดือนมีนาคม 2561) โรงแรมโฟร์ซีซั่นส์ กรุงเทพฯ แม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งเป็นแห่งแรกของคาเพลลา กรุงเทพฯ และวอลดอร์ฟ แอสโทเรีย (ปี 2561)

การเลือกตั้งทั่วไปคาดว่าจะเกิดขึ้นในปี 2561 โดยมีความหวังว่าความไม่แน่นอนทางการเมืองจะยุติลง รวมถึงคาดว่าทุกอย่างจะดำเนินไปอย่างราบรื่นและทหารจะป้องกันไม่ให้เกิดความไม่สงบทางการเมืองใดๆ ที่อาจเกิดขึ้น

โรงแรมแชนกรี-ลา กรุงเทพฯ และโรงแรมแชนกรี-ลา เชียงใหม่ได้ทำประกันคุ้มครองความรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอกกับบริษัทประกันภัยที่มีชื่อเสียงโดยคุ้มครองความเสียหายที่เกิดจากอุบัติเหตุ รวมทั้งประกันการเจ็บป่วยของแขกอันอาจเกิดขึ้นเนื่องจากอาหารและเครื่องดื่มและการให้บริการของโรงแรมด้วย นอกจากนี้ บริษัทยังได้ทำประกันคุ้มครองความเสี่ยงทุกประเภทโดยครอบคลุมอัคคีภัย แผ่นดินไหว การนัดหยุดงาน และความเสียหายจากน้ำท่วม เป็นต้น รวมถึงคุ้มครองการขาดรายได้จากธุรกิจหยุดชะงักเพื่อชดเชยผลกำไรให้แก่โรงแรมในระหว่างที่ต้องหยุดดำเนินการ ในส่วนที่เกี่ยวกับพนักงาน บริษัทได้มีการทำประกันความเสียหายอันเกิดจากการเก็บรักษาเงินสดและการทุจริตในหน้าที่ของพนักงาน รวมทั้งการประกันสุขภาพและประกันชีวิตด้วย

เพื่อเป็นการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคที่อาจแพร่ระบาดแบบฉับพลัน เช่น โรคซาร์สและโรคไข้หวัดนก บริษัทมีนโยบายกวดขันในเรื่องความสะอาดและสุขอนามัยของอาหารที่ให้บริการในโรงแรม และได้ปฏิบัติตามระบบการจัดการด้านสุขอนามัยของอาหารตามนโยบายของกลุ่มโรงแรมแสงกรี-ลาโดยเคร่งครัด โดยโรงแรมแสงกรี-ลา กรุงเทพฯ ได้รับใบรับรองมาตรฐานความปลอดภัยสูงสุดทางด้านอาหาร (HACCP Certification) ใบรับรองการจัดการสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานระหว่างประเทศ (ISO14001) และใบรับรองมาตรฐานการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (OHSAS 18001)

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 2560 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 2560 เท่ากับ 430.94 ล้านบาท บริษัทเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในอาคารทั้งหมดนี้

3. เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์ในการดำเนินงาน มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เท่ากับ 181.05 ล้านบาท

4. เครื่องจักรและอุปกรณ์อาคาร มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เท่ากับ 136.33 ล้านบาท

ที่ดิน อาคาร และเครื่องตกแต่งและอุปกรณ์ดังกล่าวข้างต้นไม่ได้ใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันภาระหนี้สินใดๆทั้งสิ้น

- สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ประกอบด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ มีมูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เท่ากับ 1.95 ล้านบาท

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

1. ที่ดินที่ใช้ในการดำเนินงานเนื้อที่ 17 ไร่ 2 งาน 5.3 ตารางวา ตั้งอยู่ที่ถนนช้างคลาน ตำบลช้างคลาน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ บริษัทเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ที่ดินทั้งสองแปลงนี้ มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เท่ากับ 107.56 ล้านบาท

2. อาคารโรงแรม ตั้งอยู่บนที่ดินเนื้อที่ 17 ไร่ 2 งาน 5.3 ตารางวา มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เท่ากับ 606.48 ล้านบาท บริษัทเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในอาคารทั้งหมดนี้

3. เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์ในการดำเนินงาน มีมูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เท่ากับ 51.46 ล้านบาท

4. เครื่องจักรและอุปกรณ์อาคาร มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เท่ากับ 4.74 ล้านบาท

ที่ดิน อาคาร และเครื่องตกแต่งและอุปกรณ์ดังกล่าวข้างต้นไม่ได้ใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันภาระหนี้สินใดๆ ทั้งสิ้น

- สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ประกอบด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ มีมูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เท่ากับ 1.19 ล้านบาท

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่เป็นสาระสำคัญ นอกจากคดีความเกี่ยวกับ
ลูกหนี้จำนวนเล็กน้อย

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

- ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

ชื่อบริษัท

บริษัท แชนกรี-ลา โฮเต็ล จำกัด (มหาชน)

เลขทะเบียนนิติบุคคล

0107537001773

ที่อยู่จดทะเบียน

- สำนักงานใหญ่

เลขที่ 89 ซอยวัดสวนพลู ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500

โทรศัพท์ : 02-236-7777 โทรสาร : 02-236-8579

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 มูลค่าหุ้นละ 10 บาท ชำระเต็มมูลค่าแล้ว

นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

รายละเอียดได้แสดงไว้ในหัวข้อ “ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท บริษัทย่อยและบริษัทร่วม” และ “โครงสร้างการถือหุ้น”

บุคคลอ้างอิง

- นายทะเบียน

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์ : 02-009-9000 โทรสาร : 02-009-9476

- ผู้สอบบัญชี

บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด

เลขที่ 193/136-137 อาคารเลอรัชดา ออฟฟิศ คอมเพล็กซ์ ชั้น 33 ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่ เขตคลองเตย

กรุงเทพมหานคร 10110

โทรศัพท์ : 02-264-0777 โทรสาร : 02-264-0789-90

- ที่ปรึกษากฎหมาย

สำนักงาน เบเคอร์ แอนด์ แม็กเค็นซี

เลขที่ 990 ชั้น 22-26 อาคารอับดุลราฮิม ถนนพระราม 4 กรุงเทพมหานคร 10500

โทรศัพท์ : 02-636-2222 โทรสาร : 02-636-2000

- ที่ปรึกษาหรือผู้จัดการภายใต้สัญญาการจัดการ

Shangri-La International Hotel Management B.V.

Strawinskylaan 3127, 1077 ZX Amsterdam

The Netherlands

Telephone : 31-20-5498200