

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 อ็อค 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

บริษัทเริ่มเปิดดำเนินการบางส่วนในเดือนมีนาคม 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 พ.ศ. 2531 บริษัทฯ ได้ซื้อที่ดินที่เชียงใหม่ซึ่งตั้งอยู่ที่ถนนช้างคลาน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เนื้อที่ 17 ไร่ 1 งาน 69 3/10 วา เพื่อสร้างโรงแรมระดับ 5 ดาวขึ้นอีกหนึ่งแห่ง แต่ภายหลังจากซื้อที่ดินแล้ว ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมไม่เอื้ออำนวยและได้เกิดวิกฤตเศรษฐกิจหลายครั้ง ทำให้บริษัทระงับโครงการก่อสร้างโรงแรม

ที่เชียงใหม่ไว้ก่อน ต่อมาในปลายปี 2546 บริษัทเห็นว่ารัฐบาลมีนโยบายที่แน่นอนในอันที่จะพัฒนาส่งเสริมให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการบินในเอเชียอาคเนย์ อีกทั้งมีโครงการพัฒนาเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางการประชุมนานาชาติด้วย บริษัทจึงได้เริ่มโครงการก่อสร้างโรงแรมแชนกรี-ลา เชียงใหม่ขึ้น โดยโครงการดังกล่าวได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน โดยได้รับการส่งเสริมให้ได้รับสิทธิในการนำคนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการเข้ามาในราชอาณาจักร

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 2562 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม 2562 ได้มีมติอนุมัติการแต่งตั้งนายชาน คง เลียง (Mr. Chan Kong Leong) เป็นกรรมการใหม่ของบริษัทแทนตำแหน่งกรรมการที่ว่างลงของนายวิโรจน์ เศรษฐปราโมทย์ กรรมการอิสระของบริษัทที่ได้ถึงแก่กรรมลงเมื่อวันที่ 7 เมษายน 2562

ดังนั้น กรรมการผู้มีอำนาจลงนามของบริษัท อันจะมีผลผูกพันบริษัท เป็นดังนี้

“นายสุวัฒน์ อัยภูธร นายมาริช ภักดีทวิวิวัฒน์ นางศ็อก ออน ควอง นางชนิดา อัยภูธร นายสมเกียรติ อัยภูธร นายสุรินทร์ อัยภูธร นางภาวิณี มินสุข และนายชาน คง เลียง สองในแปดคนนี้ลงนามร่วมกันและประทับตราสำคัญบริษัท”

นอกจากนี้ ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2562 ได้มีมติอนุมัติแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบชุดปัจจุบันที่จะครบวาระการดำรงตำแหน่งในวันที่ 15 พฤศจิกายน 2562 ให้กลับเข้ารับตำแหน่งต่อไปอีกวาระหนึ่งเป็นเวลา 2 ปี โดยมีขอบเขต หน้าที่และความรับผิดชอบดังเดิม

คณะกรรมการตรวจสอบของบริษัทประกอบด้วย

- | | |
|-------------------------------|-----------------------------|
| 1. ประธานกรรมการตรวจสอบ | นายโกวิท โปษยานนท์ |
| 2. กรรมการตรวจสอบ | นายไชยวัฒน์ บุญนาค |
| 3. กรรมการตรวจสอบ | นายเกล็ดชัย เบญจจาวรศิริกุล |
| 4. เลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ | นางสาวฉวีรัตน์ มังกร |

เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2562 บริษัทได้ซื้อที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างจำนวน 23 แปลง (เนื้อที่รวมกันประมาณ 657.50 ตารางวา) พร้อมสิ่งปลูกสร้าง ซึ่งตั้งอยู่ที่ถนนสุขุมวิท 55 (ซอยทองหล่อ) แขวงคลองตันเหนือ

เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร กับบริษัท ศรีวิว อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ไม่เกี่ยวข้องกันเป็นจำนวนเงิน 1,883 ล้านบาท

ต่อมาวันที่ 11 พฤศจิกายน 2562 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทได้มีมติอนุมัติให้บริษัททำสัญญาซื้อที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างจำนวน 1 แปลง เนื้อที่ 48 ตารางวา พร้อมสิ่งปลูกสร้าง ซึ่งตั้งอยู่ที่ถนนสุขุมวิท 57 แขวงพระโขนง (ที่ 11 พระโขนงฝั่งเหนือ) เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร กับนายปิ๋ว เจริญบุตร และนางวาสนา เจริญบุตร ซึ่งเป็นบุคคลภายนอก เป็นจำนวนเงิน 150 ล้านบาท โดยบริษัทได้ชำระเงินมัดจำเป็นจำนวนเงิน 10 ล้านบาท ในเดือนพฤศจิกายน 2562 และชำระค่าที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างตามสัญญาจะซื้อขายที่เหลือ เมื่อวันที่ 29 มกราคม 2563

บริษัทวางแผนที่จะใช้ที่ดินดังกล่าวเป็นที่ตั้งของโรงแรมสี่ดาวแห่งใหม่ของบริษัทภายใต้ชื่อการค้า (Brand) ว่า "Hotel Jen" ("โรงแรมแห่งใหม่") ทั้งนี้ Hotel Jen เป็นเครือโรงแรมที่มีชื่อเสียงในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกซึ่งดำเนินธุรกิจโดยกลุ่มแสงกรี-ลา (Shangri-La Group) ในปัจจุบันมีโรงแรมภายใต้แบรนด์ Hotel Jen กว่า 9 โรงแรมในประเทศต่างๆ ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน เขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน มาเลเซีย สาธารณรัฐมัลดีฟส์ และสาธารณรัฐสิงคโปร์

ในเบื้องต้น บริษัทคาดว่าโรงแรมแห่งใหม่จะมีห้องพักในการให้บริการประมาณ 350 ห้อง ภายในอาคารสูง 27 ชั้น ทั้งนี้ แบบของโรงแรมขึ้นอยู่กับเงื่อนไขภายใต้พระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2518 พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง และการพิจารณาอนุมัติโครงการของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง การคาดการณ์เกี่ยวกับโรงแรมแห่งใหม่ อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามแผนการของบริษัท แบบของโรงแรมซึ่งปัจจุบันยังอยู่ระหว่างการออกแบบ เงื่อนไขของกฎหมายและการพิจารณาอนุมัติของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตาม หากบริษัทจะพิจารณาอนุมัติการพัฒนาโรงแรมแห่งใหม่ บริษัทจะนำมูลค่าการซื้อที่ดินในครั้งนี้มารวมคำนวณกับมูลค่าโครงการก่อสร้างโรงแรมใหม่เพื่อคำนวณขนาดของรายการอีกครั้ง และดำเนินการเกี่ยวกับการขออนุมัติและเปิดเผยข้อมูลต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยตามกฎหมาย และกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องต่อไป

- ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท บริษัทย่อยและบริษัทร่วม

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

1. โรงแรมแสงกรี-ลา กรุงเทพฯ
2. โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่

ธุรกิจหลักของบริษัทย่อย คือ การลงทุนในบริษัทอื่น บริษัทมีบริษัทย่อย 1 แห่ง คือ บริษัท วัฒนธานี จำกัด (“วัฒนธานี”) จัดทะเบียนจัดตั้งในประเทศไทย โดยมีบริษัทเป็นผู้ถือหุ้นในอัตราร้อยละ 100 ธุรกิจหลักของวัฒนธานี คือ การลงทุนในบริษัทต่างๆ ดังนี้

2) 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

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

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

5) บริษัท เทรคเคอร์ส โฮเต็ล แอนด์ รีสอร์ท จำกัด (ถือหุ้นโดยวัฒนธานีในอัตราร้อยละ 100) เป็นบริษัทจดทะเบียนจัดตั้งในประเทศไทยและไม่ได้ประกอบกิจการอื่นใด

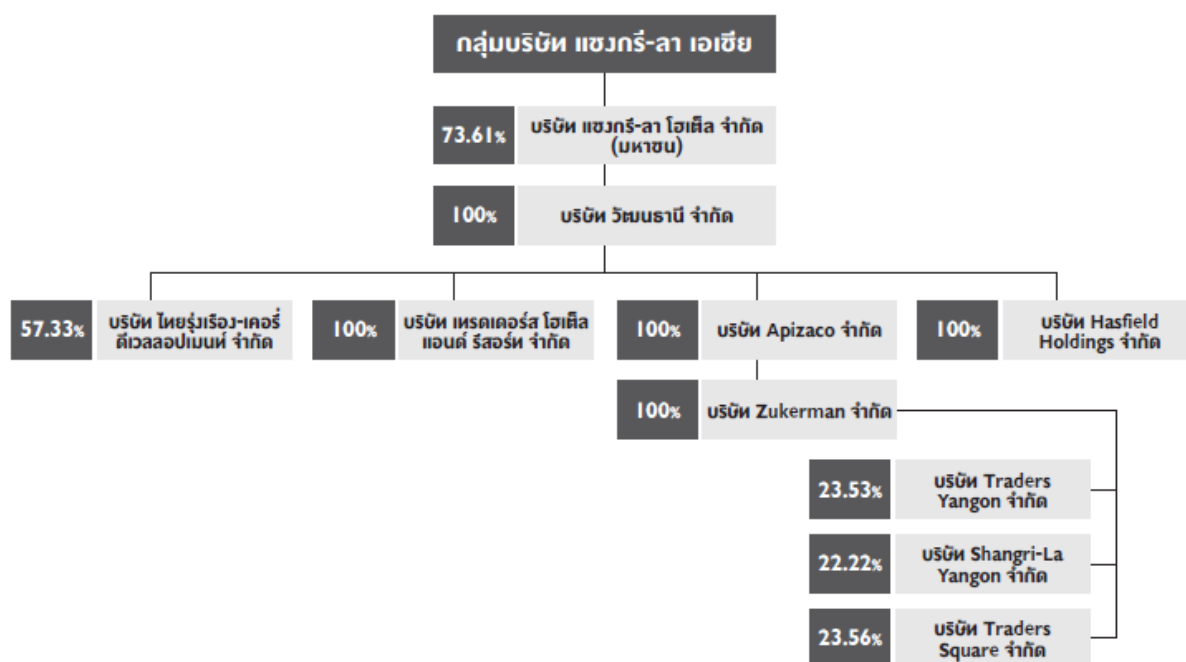
ธุรกิจหลักของบริษัทร่วม ทั้ง 3 แห่ง มีดังนี้

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 เป็นบริษัทที่ทำธุรกิจเชอร์วิสอพาร์ทเมนต์ 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 โครงการประกอบด้วยพื้นที่ให้เช่าศูนย์การค้าและสำนักงาน

-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-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 เทคเดอรัล 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 เคอรี่ เซ็นเตอร์, ชั้น 28, คิงส์ โรด, แควร์รี่เบย์, ซ่งกง โทรศัพท์ : (852) 2525 7211	206.46 ล้านเหรียญฮ่องกง	ลงทุนในบริษัทอื่น
5. บริษัท Hasfield Holdings จำกัด เลขที่ 1 กิมเส็ง พร้อมเมนาด, เกรทเวสต์ ซิตี #06-02, สิงคโปร์ โทรศัพท์ : (65) 6733 3600	34.22 ล้านเหรียญสิงคโปร์	ไม่ได้ประกอบกิจการ
6. บริษัท Zukerman จำกัด เลขที่ 683 เคอรี่ เซ็นเตอร์, ชั้น 28, คิงส์ โรด, แควร์รี่เบย์, ซ่งกง โทรศัพท์ : (852) 2525 7211	1 เหรียญสหรัฐ	ลงทุนในบริษัทอื่น
7. บริษัท Traders Yangon จำกัด เลขที่ 223 ซูเล พาโกดา โรด, ยางกอน, เมียนมาร์ โทรศัพท์ : (951) 242828	21.60 ล้านจ๊าด	ธุรกิจโรงแรม
8. บริษัท Shangri-La Yangon จำกัด เลขที่ 223 ซูเล พาโกดา โรด, ยางกอน, เมียนมาร์ โทรศัพท์ : (951) 242828	11.88 ล้านจ๊าด	เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์
9. บริษัท Traders Square จำกัด เลขที่ 223 ซูเล พาโกดา โรด, ยางกอน, เมียนมาร์ โทรศัพท์ : (951) 242828	0.52 ล้านจ๊าด	ให้เช่าพื้นที่ศูนย์การค้า และสำนักงาน

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

- โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทร่วมที่ประกอบธุรกิจประเภทเดียวกัน

ธุรกิจหลัก	ประกอบกิจการโดย	ส่วนได้เสีย (%)	2562		2561		2560	
			รายได้		รายได้		รายได้	
			ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
โรงแรมและ ห้องอาหาร	บริษัท แวงกรี-ลา โฮเต็ล จำกัด (มหาชน) :-							
	1) โรงแรมแวงกรี-ลา กรุงเทพฯ	100%						
	- รายได้ค่าห้องพัก		1,139.57	30.30	1,125.39	28.89	1,064.79	27.38
	- รายได้ค่าอาหารและเครื่องดื่ม		755.34	20.09	770.99	19.80	712.61	18.32
	- รายได้จากแผนกอื่นๆ		120.79	3.21	114.92	2.95	111.52	2.87
	- รายได้อื่นๆ		54.56	1.45	68.86	1.77	64.16	1.65
	รายได้รวม – โรงแรมแวงกรี-ลา กรุงเทพฯ		2,070.26	55.05	2,080.16	53.41	1,953.08	50.22
	2) โรงแรมแวงกรี-ลา เชียงใหม่	100%						
	- รายได้ค่าห้องพัก		308.34	8.20	347.28	8.92	338.42	8.70
	- รายได้ค่าอาหารและเครื่องดื่ม		158.43	4.22	164.87	4.23	149.57	3.85
	- รายได้จากแผนกอื่นๆ		20.79	0.55	22.64	0.58	21.76	0.56
	- รายได้อื่นๆ		4.25	0.11	4.61	0.12	2.44	0.06
	รายได้รวม – โรงแรมแวงกรี-ลา เชียงใหม่		491.81	13.08	539.40	13.85	512.19	13.17
	บริษัท Traders Yangon จำกัด	23.53%						
	- โรงแรมซูล แวงกรี-ลา							
	- รายได้ค่าห้องพัก		234.90	6.25	275.45	7.07	378.92	9.74
	- รายได้ค่าอาหารและเครื่องดื่ม		162.26	4.31	196.51	5.05	242.68	6.24
	- รายได้จากแผนกอื่นๆ		38.72	1.03	43.50	1.12	54.65	1.41
	- รายได้อื่นๆ		0.43	0.01	2.83	0.07	2.78	0.07
	รายได้รวม – โรงแรมซูล แวงกรี-ลา		436.31	11.60	518.29	13.31	679.03	17.46
	บริษัท Shangri-La Yangon จำกัด	22.22%						
	- แวงกรี-ลา เรสซิเดนส์ ย่างกุ้ง							
	- รายได้ค่าห้องพักเช่าพาร์ตเมนต์		423.56	11.26	495.96	12.73	579.14	14.89
	- รายได้ค่าอาหารและเครื่องดื่ม		2.84	0.08	3.65	0.09	4.14	0.11
	- รายได้อื่นๆ		4.54	0.12	5.72	0.15	5.91	0.15
	รายได้รวม - แวงกรี-ลา เรสซิเดนส์ ย่างกุ้ง		430.94	11.46	505.33	12.97	589.19	15.15
	บริษัท Traders Square จำกัด	23.56%						
	- ซูล สแควร์มอลล์และออฟฟิศ ย่างกุ้ง							
	- รายได้ค่าเช่า		282.40	7.51	215.66	5.54	128.57	3.31
	- รายได้อื่นๆ		49.09	1.30	35.93	0.92	26.94	0.69
	รายได้รวม - ซูล สแควร์ มอลล์และออฟฟิศ ย่างกุ้ง		331.49	8.81	251.59	6.46	155.51	4.00
	รายได้รวมทั้งหมด		3,760.81	100.00	3,894.77	100.00	3,889.00	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

ลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศและนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ

- 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 โครงการได้เริ่มก่อสร้างเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2557 และเปิดให้บริการแล้วในวันที่ 1 ธันวาคม 2559 โครงการประกอบด้วยพื้นที่ให้เช่าศูนย์การค้าและสำนักงาน

- บริษัท วัฒนธานี จำกัด บริษัท ไทยรุ่งเรือง-เคอรี่ 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	2562	2561	2560
อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (%)	71.9	71.1	69.0
อัตราค่าห้องพักเฉลี่ย (บาท)	5,397	5,395	5,258

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	2562	2561	2560
อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (%)	67.0	70.1	68.9
อัตราค่าห้องพักเฉลี่ย (บาท)	4,541	4,895	4,850

- การตลาดและภาวะการแข่งขัน

โรงแรมแสงกรี-ลา กรุงเทพฯ

ในปี 2562 เศรษฐกิจของประเทศไทยได้รับผลกระทบอย่างมากจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ความไม่แน่นอนของ สงครามการค้าระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกากับจีนและผลสรุปของ BREXIT รวมถึงค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นเนื่องมาจากการเกินดุลบัญชีเดินสะพัดจากสำรองเงินตราต่างประเทศที่สูง ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลเสียต่อธุรกิจในประเทศไทย ทำให้การเติบโตของ GDP ของประเทศในปี 2562 เหลือเพียงร้อยละ 3.5 ซึ่งน้อยกว่าปีก่อนที่มีอัตราการเติบโตร้อยละ 4.2 ตามรายงาน“แนวโน้มเศรษฐกิจโลก” ของธนาคารโลก

สำหรับภาคการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เฟื่องฟูของประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 40 ทุกปี เมื่อเปรียบเทียบในระหว่างปี 2557 ถึงปี 2562 รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคิดเป็น 1 ใน 5 ของ GDP ของประเทศ ในขณะที่รัฐบาลยังคงใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ลดความยากจนและลดความเหลื่อมล้ำของรายได้ในอนาคต

ในปี 2562 ได้มีการบันทึกจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยจำนวน 39.8 ล้านคน หรือมากกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนประชากรในประเทศไทย การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวเพียงแค่อัตรา 4.2 เมื่อเทียบกับร้อยละ 7 ในปีที่แล้ว รายได้จากนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 คิดเป็น 1.93 ล้านล้านบาทในปี 2562 การเติบโตของการท่องเที่ยวชาวต่างชาติเริ่มชะลอตัวลง และผิดพลาดจากเป้าหมายที่รัฐบาลตั้งไว้

ประเทศ	2562	2561	% การเติบโตปีต่อปี
จีน	10,994,721	10,535,241	+4.36%
มาเลเซีย	4,166,868	4,020,526	+3.64%
รัสเซีย	1,483,453	1,472,789	+0.72%
ญี่ปุ่น	1,806,340	1,656,101	+9.07%
อินเดีย	1,995,516	1,598,346	+24.85%

ที่มา: Tourism and Sports Ministry

ประเทศจีนเป็นตลาดอันดับต้นๆของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาในปี 2562 ตามด้วยมาเลเซีย, รัสเซีย, ญี่ปุ่น และอินเดียที่มีการเจริญเติบโตที่เพิ่มขึ้นอย่างโดดเด่นที่ร้อยละ 24.85 จากปีที่ผ่านมา และอินเดียยังเป็นหนึ่งในตลาดขาเข้าที่เพิ่มขึ้นสำหรับประเทศไทย

ความแข็งแกร่งของเงินบาทที่มากกว่าร้อยละ 6 เมื่อเทียบกับดอลลาร์ ยังคงเป็นหนึ่งในปัญหาที่ยิ่งใหญ่ของการชักจูงกลุ่มนักท่องเที่ยว ค่าเงินบาทบาทเป็นสกุลเงินที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในเอเชีย 2562 ทำให้ประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน เนื่องจากค่าเงินบาทสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน อีกทั้งส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว นี่คือการสำคัญที่ทำให้การเติบโตของนักท่องเที่ยวลดลงกว่าที่ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) คาดการณ์ก่อนหน้านี้

ตลาดยุโรปมีการท่องเที่ยวระยะยาวที่ลดลงในไม่กี่ปีที่ผ่านมาเนื่องจากเศรษฐกิจที่ชะลอตัว แต่ในตลาดส่วนน้อยบางส่วนนั้นยังคงมีผลกระทบที่ตึงเครียดจากการนี้ มี 4 ประเทศที่ได้รับผลประโยชน์คือ อังกฤษที่ถึงแม้ว่าจะมีความไม่แน่นอนของ Brexit ตามด้วย สเปน, เบลเยียม และเนเธอร์แลนด์ จากทั้งหมด 14 ประเทศ แต่การเติบโตของอังกฤษ, เบลเยียมขึ้นเพียงแค่อ้อยู่ที่ 1 ส่วนสเปน, เนเธอร์แลนด์ร้อยละ 3 ในช่วงเวลา 10 เดือนแรกของปี 2562 โดยภาพรวมการเดินทางของทวีปยุโรปได้ลดลงร้อยละ 1.58 ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2562

เนื่องจากการท่องเที่ยวได้รับการยอมรับว่าเป็นหนึ่งในเสาหลักที่สนับสนุนเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศที่ขยายตัว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ โดยริเริ่มแนวคิดและกิจกรรมใหม่ ๆ แนวคิด “Amazing Thailand, Open to the New Shades of Thailand” ยังคงเป็นแนวคิดหลักทางการตลาดในการส่งเสริมภาคธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศ และเป็นการเปิดประเทศไทยในมุมมองใหม่ให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัสวิถีไทยโดยผ่านมิติที่ต่างออกไป ซึ่งแนวคิดนี้จะช่วยตอบข้อว่าประเทศไทยเปิดรับความแตกต่างที่หลากหลาย ทั้งยังเป็นการขยายฐานธุรกิจให้กับผู้ประกอบการในระดับรากหญ้าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศในฐานะดินแดนที่มีความหลากหลายที่ควรค่าแก่การค้นหาต่อไป

ในปี 2563 คาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยจะตกอยู่ในภาวะยากลำบาก เนื่องจากการแข็งค่าของเงินบาทเทียบกับสกุลเงินหลัก สงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีน ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้นักท่องเที่ยวลดแผนการเดินทางและลดการบริโภคโดยเฉพาะการใช้จ่ายฟุ่มเฟือย ท่ามกลางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม โรงแรมที่มาจากต่างประเทศหลายแห่งมีกำหนดการที่จะเปิดตัวในปีที่กำลังจะมาถึง ทำให้จำนวนห้องพักเพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงทางด้านธุรกิจโรงแรม

โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่

สำหรับแผนการตลาดในปี พ.ศ. 2562 ที่ผ่านมามีถือเป็นปีที่ท้าทาย สืบเนื่องมาจากการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงไตรมาสที่ 1 และ 2 รวมไปถึงความไม่แน่นอนทางการเมืองในประเทศไทยหลังการเลือกตั้ง และรัฐบาลที่ไม่มีเสถียรภาพ ส่งผลให้การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุนหยุดชะงัก และในขณะเดียวกันจังหวัดเชียงใหม่ยังประสบปัญหาเรื่องของฝุ่นละอองขนาดเล็ก หรือ PM 2.5 เกินค่ามาตรฐาน ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนพฤษภาคม ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยว และภาคธุรกิจลดลงตามลำดับ (โดยมีกลุ่มลูกค้าด้านการจัดประชุมและสัมมนา รวมไปถึงนักท่องเที่ยวบางรายขอยกเลิกการจอง

ห้องพัก ซึ่งประเมินเป็นมูลค่าความเสียหายถึง 3 ล้านบาท) นอกจากนี้ความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เข้าพักรายบุคคลในช่วงไตรมาสที่ 4 มีจำนวนที่ลดลง ส่งผลให้อัตราราคาห้องพักเฉลี่ยต่อห้องโดยรวมลดลงถึง 432 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 8.7 อ้างอิงจากรายงานของ STR ในช่วงสิ้นปี 2562 โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่มีอัตราการเข้าพักลดลง โดยคิดเป็นร้อยละ 4.4 ส่งผลให้ภาคธุรกิจโดยรวมของโรงแรมฯ ลดลงร้อยละ 4.9 ซึ่งต่ำกว่ากลุ่มคู่แข่งร้อยละ 7.2 ที่ลดลงร้อยละ 4.8 โดยในแง่ของ RevPAR ลดลงร้อยละ 11.3 เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มคู่แข่งที่ลดลงร้อยละ 9.5

ในปี พ.ศ. 2562 ประเทศไทยเป็นประธานอาเซียน และเจ้าภาพจัดการประชุมในรายสาขาต่างๆ ในระดับเจ้าหน้าที่อาวุโสถึงระดับรัฐมนตรี และการประชุมสุดยอดในระดับผู้นำ รวมแล้วกว่า 150 การประชุม โดยโรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่ ได้ถูกรับเลือกให้เป็นหนึ่งในสถานที่จัดการประชุม ถึง 6 การประชุม สืบเนื่องไปจนถึงเดือนมกราคม ปี 2563 จัดโดยกระทรวงพลังงานของประเทศไทย (ASEAN Special Senior Officials Meeting on Energy and Associated Meetings: Special SOME)

และในวันที่ 17 - 18 มกราคม พ.ศ.2562 ที่ผ่านมา โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่ ได้รับเลือกให้เป็นสถานที่ในการรองรับการประชุมของรัฐมนตรีต่างประเทศอาเซียน (ASEAN Foreign Ministers' Retreat) ซึ่งถือเป็นการรวมตัวของรัฐมนตรีอาเซียนครั้งแรกภายใต้ตำแหน่งประธานของประเทศไทย

ในปีเดียวกันสำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ TCEB ได้ร่วมมือกับทั้งภาครัฐและเอกชนของจังหวัดเชียงใหม่ ชูแนวคิดการจัดงานไม่ช้ช่วงฤดูฝน "MICE Events in the Rain" ชุมรดกทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น สิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยครบครัน เพื่อกระตุ้นการเดินทางของกลุ่มไมซ์พร้อมทั้งขับเคลื่อนเศรษฐกิจและช่วยกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น รวมไปถึงวางรากฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้จังหวัดเชียงใหม่เป็น "MICE City แบบเต็มรูปแบบ และครบวงจร"

ในปีที่ผ่านมาประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมนานาชาติที่ได้รับการรับรองจาก ICCA จำนวน 193 งาน เป็นงานที่จัดในเชียงใหม่ 25 งาน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.95 หรือเป็นเมืองที่จัดงานประชุมนานาชาติมากเป็นอันดับ 2 รองจากกรุงเทพฯ นอกจากนี้จากสถิติของ ICCA ในปี 2561 เชียงใหม่เป็นเมืองที่จัดงานประชุมนานาชาติมากเป็นอันดับที่ 25 ของเอเชีย ขยับขึ้นจากอันดับ 27 ในปี 2560 และเป็นเมืองที่จัดงานประชุมนานาชาติมากเป็นอันดับที่ 110 ของโลก ขยับขึ้นจากอันดับ 130 อีกทั้งยังเป็นเมืองที่จัดงานประชุมนานาชาติมากเป็นอันดับที่ 7 ของอาเซียนทั้งในปี 2561

การเพิ่มจำนวนเที่ยวบินตรงต่อวันจากฮ่องกง มาเก๊า ไต้หวัน ลาว เมียนมาร์ สิงคโปร์ เกาหลี มาเลเซีย เวียดนาม กานดา และจีน มายังเชียงใหม่ ทำให้ตัวเลขของเที่ยวบินตรงต่ออาทิตย์เพิ่มสูงขึ้นถึง 480 เที่ยวบินในปี 2562

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือ ททท. ได้คาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศจะเพิ่มขึ้นถึง 40 ล้านคนในปี 2562 โดยคิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 4 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ยังคาดการณ์รายได้ที่อาจเพิ่มขึ้นสูงจากนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว ประมาณ 1.96 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 4 ในปี 2562 และในขณะเดียวกันจำนวนนักท่องเที่ยวภายในประเทศจะเพิ่มสูงขึ้นถึง 167 ล้าน โดยคิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 1 พร้อมทั้งคาดการณ์รายได้ที่อาจเพิ่มสูงขึ้นถึง 1.10 ล้านล้านบาท ซึ่งหมายความว่าธุรกิจการท่องเที่ยวจะช่วยอัดฉีดเงิน 3.06 ล้านล้านบาท

เข้าสู่เศรษฐกิจไทย แม้ว่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้น และจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่ลดลงจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย แต่ประเทศไทยคาดหวังว่าจะมีสถิตินักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงถึง 40 ล้านคนภายในสิ้นปี 2562

อย่างไรก็ตาม จำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดน้อยลง และสกุลเงินบาทที่แข็งขึ้น ส่งผลให้อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจลดลงร้อยละ 2.3 ในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปีนี้ ซึ่งถือเป็นอัตราต่ำสุดในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา

สถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจและการเมือง

ตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้รายงานถึงภาพรวมของเศรษฐกิจในภาคเหนือ ในเดือนพฤศจิกายน ปี 2562 ภาวะเศรษฐกิจมีการขยายตัวเล็กน้อยในช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา สำหรับภาคการท่องเที่ยวมีการปรับตัวขึ้น เนื่องจากการเติบโตของนักท่องเที่ยวจีนได้กลับมาเพิ่มขึ้นอีกครั้ง รวมไปถึงการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อีกทั้งรายได้ของภาคเกษตรกรรมได้เพิ่มสูงขึ้นทั้งในเรื่องของราคาและผลผลิต นอกจากนี้การผลิตทั้งในภาคอุตสาหกรรม และภาคเอกชนมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภค อย่างไรก็ตาม การลงทุนของภาคเอกชนยังคงลดลงอย่างต่อเนื่อง สืบเนื่องจากการใช้จ่ายของภาครัฐ ทั้งรายจ่ายประจำ และรายจ่ายจากการลงทุนที่ลดลง

สำหรับภาคการท่องเที่ยวมีการปรับตัวที่ดีขึ้น เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เพิ่มขึ้นหลังจากที่ลดลงติดต่อกันนานถึงสองเดือน อีกทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ อาทิ ฮองกง, สหรัฐอเมริกา, ยุโรป, และเอเชีย ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน โดยเครื่องบ่งชี้สภาวะการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ได้แก่ จำนวนผู้โดยสารทางอากาศ, จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองในสนามบินนานาชาติเชียงใหม่, และอัตราการเข้าพักของโรงแรม

โรงแรมซุเล แชนกรี-ลา ย่างกุ้ง

โรงแรมยังคงครองความเป็นโรงแรมอันดับ 2 ในด้าน Revenue Generation Index (“RGI”) แม้ว่าอุปทานของโรงแรมยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี

ในปี 2562 อุปทานของโรงแรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 13 หรือ 628 ห้องต่อวันที่ทำให้อุปทานของโรงแรมอยู่ที่ 5,391 ห้อง ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากโรงแรม Wyndham และ Grand Mercure และ Pullman ที่เพิ่งเปิดตัวและจะให้บริการอย่างเต็มรูปแบบเร็ว ๆ นี้

และในปี 2563 อุปทานของโรงแรมคาดว่าจะเพิ่มขึ้นอีก 15% หรือ 803 ห้องต่อวัน ซึ่งคาดว่าจะเกิดจากการเปิดให้บริการที่กำลังทยอยเพิ่มห้องพักของโรงแรมในตัวเมืองอย่าง Rosewood และ การเปิดให้บริการของโรงแรมนอกเมืองของ HOYA international ในเดือนมกราคม 2563 อีกทั้งโรงแรม Zealex ของเครือ Shwe Taung ที่กำลังจะเปิดตัวในเมืองในไตรมาสที่ 1 รวมถึงอาจมีการรีแบรนด์ของโรงแรม Sheraton ที่จะเปิดในไตรมาสที่ 4

เรคาดว่า ADR จะปรับฐานลงอีกเนื่องจากอุปทานของโรงแรมที่เพิ่มขึ้น จากข้อมูล ADR ของโรงแรมลดลงร้อยละ 15 โดย ADR นับตั้งแต่ต้นปีปัจจุบันจนถึงเดือนธันวาคมปีปัจจุบันคิดเป็นจำนวน 92 เหรียญสหรัฐ เทียบกับปีที่ก่อนอยู่ที่จำนวน 109 เหรียญสหรัฐ

โรงแรมที่เป็นคู่แข่งของเรา ประกอบไปด้วย

- | | |
|---|------------|
| 1. โรงแรมพาร์ค รอยัล ย่างกุ้ง | (342 ห้อง) |
| 2. โรงแรมชาเทรียม โฮเต็ล รอยัล เลค ย่างกุ้ง | (300 ห้อง) |
| 3. โรงแรมแพน เปซิฟิก ย่างกุ้ง | (331 ห้อง) |
| 4. โรงแรมพูลแมน ย่างกุ้ง เซ็นเตอร์พอยต์ | (289 ห้อง) |

แสงกรี-ลา เรสซิเดนส์ ย่างกุ้ง

แสงกรี-ลา เรสซิเดนส์ ย่างกุ้ง ได้เปิดให้บริการแล้วทั้งอาคาร 1 และอาคาร 2 โดยมีห้องพักจำนวน 240 ห้อง ทั้งสองอาคารมีผู้พักอาศัยเป็นผู้ใหญ่ 398 คน และเด็ก 165 คน ซึ่งประกอบด้วย

ลูกค้าองค์กรที่ใช้บริการสูงสุดห้าอันดับแรก ได้แก่

อันดับ	บริษัท	ยูนิต
1.	Embassy of the United States of America	16
2.	Telenor Myanmar Ltd	14
3.	Sumitomo Corporation	14
4.	ENI Myanmar	13
5.	PC Myanmar (Hong Kong) Limited	11

ลูกค้าแบ่งตามสัญชาติ ห้าอันดับแรก ได้แก่

อันดับ	บริษัท	จำนวนผู้เช่า
1.	ญี่ปุ่น	107
2.	มาเลเซีย	72
3.	อินเดีย	58
4.	อเมริกัน	43
5.	สิงคโปร์	33

คู่แข่งของแสงกรี-ลา เรสซิเดนส์ ย่างกุ้ง 6 แห่ง มีดังนี้

		จำนวนยูนิต
Golden Hill	- เจ้าของกิจการเป็นชาวญี่ปุ่น และเป็นคู่แข่งรายหลัก	210
Lotte	- เป็นคู่แข่งสำคัญ	315
Mercure	- เป็นอพาร์ทเมนต์ระดับกลาง	183
Marina	- เจ้าของกิจการเป็นชาวพม่า และเป็นอพาร์ทเมนต์ระดับกลาง	128
Sakura	- เจ้าของกิจการเป็นชาวญี่ปุ่น และเป็นอพาร์ทเมนต์ระดับกลาง	262
Kantharyar	- เป็นอพาร์ทเมนต์ระดับกลาง	171

ศูนย์การค้าและสำนักงานให้เช่า ซูเล สเตควร์ อย่างก๊วง

บริษัท เทคเดอรัส สเตควร์ จำกัด ดำเนินธุรกิจให้เช่าพื้นที่ศูนย์การค้าและสำนักงาน โดยใช้ชื่อทางการค้าคือ ซูเล สเตควร์ เปิดดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2559 มีพื้นที่ให้เช่าสำหรับสำนักงาน 29,706 ตารางเมตร และเป็นพื้นที่สำหรับร้านค้าปลีก 5,375 ตารางเมตร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

ภาวะการตลาดสำหรับสำนักงานให้เช่า

- **อุปสงค์**
 - อ้างอิงจาก **Colliers** อัตราการเช่าของสำนักงานลดลงอยู่ที่ร้อยละ 71.8 เทียบกับปีก่อน โดยมีพื้นที่สำนักงานเช่าทั้งหมด 14,109 ตารางเมตรในปี 2561 และจำนวน 3,443 ตารางเมตรในปี 2562 ลดลงคิดเป็นร้อยละ 75.6
 - โดยมองภาพรวมทั้งเมืองคาดว่าอัตราใช้พื้นที่อยู่ที่ร้อยละ 71
 - ความต้องการพื้นที่สำนักงานในปี 2563 น่าจะมาจากธนาคารและ บริษัท ประกันภัยต่างประเทศซึ่งทั้งคู่คาดว่าจะได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการในปี 2563
- **อุปทาน**
 - จากไตรมาสที่ 1 ถึงไตรมาสที่ 3 มีอุปทานเพิ่มขึ้นใหม่ซึ่งมีเพียงอาคารสำนักงานเดียวที่ก่อตั้งขึ้น ณ กันตารัยาร์โดยอยู่ติดกับ **Shangri-La Apartments** พื้นที่ทั้งหมดจำนวน 25,900 ตารางเมตร
 - ในไตรมาสที่ 4 มีการเลื่อนการเปิดตัวสำนักงาน **Times City Office** พื้นที่จำนวน 54,560 ตารางเมตร, อาคารสำนักงาน **Mahar Narawarat Office Tower** พื้นที่จำนวน 9,500 ตารางเมตรและ **Inno City** พื้นที่จำนวน 10,000 ตารางเมตร
 - ในปี 2563 จะมีพื้นที่สำนักงานเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยจะมีสำนักงานเปิดใหม่ตามรายการต่อไปนี้ **The Harbor Trade Tower** พื้นที่จำนวน 17,390 ตารางเมตร, **M Tower** พื้นที่จำนวน 34,052 ตารางเมตร และโครงการ **Fujita Okura** พื้นที่จำนวน 25,000 ตารางเมตร รวมถึงสำนักงานที่ถูกเลื่อนการเปิดในปี 2562 จะมีแนวโน้มที่จะเปิดโครงการในปี 2563 เช่นกัน
 - ในปี 2564 คาดว่าจะมีการเปิดตัวของอาคารสำนักงาน **Kajima office tower** ใน **Yankin** พื้นที่จำนวน 30,000 ตารางเมตรและอาคารสำนักงานทั้งสองของ **Yoma office towers** พื้นที่รวมประมาณ 100,000 ตารางเมตรที่มีแผนกำหนดการสร้างเสร็จในปี 2564
- **การเช่า**
 - ค่าเช่าโดยทั่วไปได้รับการแก้ไขอย่างต่อเนื่องตั้งแต่จุดสูงสุดในปี 2557
 - อ้างอิงจากรายงานของ **Colliers** ในไตรมาสที่ 3 ของปี 2562 อัตราการเช่าโดยรวมของเมืองลดลงร้อยละ 3.8 ในขณะที่หากมองอัตราโดยรวมของทั้งปี 2562 จะลดลงเพียงร้อยละ 1.3

- **แนวโน้ม**

- พื้นที่ใจกลางเมืองจะมีความต้องการในการเช่ามากที่สุดตามมาด้วยพื้นที่ชั้นในของเมือง และพื้นที่นอกเมือง
- เจ้าของพื้นที่อสังหาริมทรัพย์บางรายลดอัตราค่าเช่าสำหรับผู้เช่าที่เช่าระยะยาวขึ้นเนื่องจากตลาดที่ถดถอยลง

ภาวะการตลาดสำหรับร้านค้าปลีกให้เช่า

- **อุปสงค์**

อัตราการเช่าพักในเมืองยังคงทรงตัวเมื่อปลายเดือนธันวาคม ปี 2562 สำหรับห้างสรรพสินค้าที่มีอยู่ อย่างเช่น ห้างสรรพสินค้า **Junction City** และ **Myanmar Plaza** ดึงดูดผู้คนให้เข้ามาใช้บริการจำนวนมาก เนื่องจากมีแหล่งให้ความบันเทิง การเช่าที่หลากหลายโดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของอาหารและเครื่องดื่ม

โดยทั่วไปในห้างสรรพสินค้า **City malls** ร้านที่มีแบรนด์เหมือนว่าจะประสบปัญหาผู้คนเข้ามาใช้บริการลดลงและเจ้าของกิจการจะเปิดเผยตัวเลขของร้านค้าที่เปิดในเมืองโดยที่ไม่มีการขยายกิจการเพิ่มเติมไปยังห้างสรรพสินค้าอื่นๆ ซึ่งตลาดยังไม่เคยเห็นแบรนด์แฟรนไชส์จากต่างประเทศที่สำคัญเข้ามาในประเทศพม่าในช่วงเดือนปัจจุบัน อย่างไรก็ตามการดำเนินงานด้านอาหารและเครื่องดื่มสามารถดำเนินการได้อย่างดี

- **อุปทาน**

ห้างสรรพสินค้า **Kantharyar** พื้นที่จำนวน 5,228 ตารางเมตร ซึ่งอยู่ติดกับอพาร์ทเมนต์ **Shangri-La** โดยห้าง **Central Boulevard** พื้นที่จำนวน 5,000 ตารางเมตร เป็นการพัฒนาค้าปลีกล่าสุดที่เปิดในย่างกุ้ง รวมถึงห้าง **Yadanar** พื้นที่จำนวน 30,000 ตารางเมตรและ **Terminal M** พื้นที่จำนวน 20,000 ตารางเมตร อีกทั้ง **Mottama Holdings** คาดว่าจะเข้าร่วมตลาดในไตรมาสที่ 1 ปี 2564 และโครงการขนาดใหญ่อื่น ๆ ในอีกสามถึงสี่ปีข้างหน้าคือ ห้าง **Inno City** พื้นที่จำนวน 7,000 ตารางเมตร ที่จัดตั้งโดยบริษัท **Inno Co., Ltd.** , ห้าง **Yoma Central** พื้นที่จำนวน 27,000 ตารางเมตรที่จัดตั้งโดย **Yoma Land** และโครงการ **“Okura project”** พื้นที่จำนวน 5,000 ตารางเมตร ที่ก่อสร้างโดย **Fujita** ในบริเวณใกล้เคียงกับ **Sule Square**

- **อัตราการเช่าพื้นที่**

ณ ไตรมาสที่ 4 ปี 2562 อัตราการเช่าพื้นที่เฉลี่ยทั่วเมืองยังคงอยู่ที่ร้อยละ 90

- **การเช่า**

การเช่าในตลาดในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2562 แสดงถึงแนวโน้มที่ถดถอยลงเนื่องจากมีร้านค้าขายอาหารและเครื่องดื่มกำลังเปิดตัวมากขึ้น โดยค่าเช่าเฉลี่ยต่อตารางเมตร ณ วันสิ้นไตรมาส 4 ปี 2562 อยู่ที่ 29 เหรียญสหรัฐต่อตารางเมตร น้อยกว่าไตรมาสที่ 3 ในปีปัจจุบันอยู่ 3 เหรียญสหรัฐต่อตารางเมตร โดยห้างสรรพสินค้าบางแห่งเสนอโปรโมชั่นให้เช่าฟรี **“rent free months”** หรือ แผนการแบ่งปันผลกำไรโดยคิดจากร้อยละของอัตรามูลเงินส่วนเพิ่ม ภายในข้อตกลงการเช่าที่ลดอัตราค่าเช่าสุทธิอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากคาดว่าอุปทานใหม่ในตลาดในปี 2563 ส่งผลให้มีการเจรจาต่อรองในเรื่องค่าเช่ามากขึ้นในการตัดสินใจของผู้เช่า

ว่าจะต่อสัญญาหรือจะย้ายไปสถานที่อื่น ตัวอย่างเช่น ห้างสรรพสินค้า **Times City** จะมีความยืดหยุ่นสูงสำหรับการเช่า เช่น การเสนอให้มียกเว้นนโยบายให้เช่าฟรีในระยะเวลาที่นานขึ้น

สถานการณ์ทางเศรษฐกิจและการเมือง

การเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) สะท้อนตัวเป็นร้อยละ 6.5 ในปี 2561 และ 2562 จากปี 2560 และ 2561 อยู่ที่ร้อยละ 6.8 อย่างไรก็ตามยังคาดการณ์แนวโน้มการเติบโตจะกลับมาอยู่ที่ร้อยละ 6.8 ในปี 2564 ถึง 2565 โดยการเติบโตนี้คาดว่าจะมาจากการลงทุนในภาคการผลิตรวมถึงธุรกิจประกันชีวิตและในส่วนของการก่อสร้างที่เพิ่มมากขึ้น

ค่าเงินสกุลจ้าวของพม่ายังคงอยู่ที่อัตราเฉลี่ย 1,522 จ้าวต่อ 1 เหรียญดอลลาร์สหรัฐตั้งแต่เดือนธันวาคม ปี 2561 ซึ่งจะทำให้ธนาคารกลางของพม่าต้องเพิ่มเงินสำรองจำนวนมากตามความจำเป็น ซึ่งค่าการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ(FDI) เพิ่มขึ้นเป็น 3.2 พันล้านเหรียญสหรัฐในไตรมาสที่ 3 เทียบกับ 2 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี ก่อน โดยคณะกรรมการการลงทุนของพม่าได้พยายามผลักดันให้นักลงทุนต่างชาติที่ถือใบรับรองการลงทุนดำเนินการตามแผนการที่เสนอซึ่งเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น

โดยทั่วไปมีการปฏิรูปนโยบายอย่างต่อเนื่องเพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้กับภาคการเงินและการท่องเที่ยวซึ่งควรที่จะส่งเสริมการลงทุนมากขึ้นรวมถึงส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการผ่อนปรนข้อจำกัดในการขอวีซ่าไปยัง 6 ประเทศในสหภาพยุโรป อีกทั้งมีแผนจะเปิดภาคการประกันภัยเช่นเดียวกับการอนุญาตให้ธนาคารต่างประเทศเป็นธนาคารรายย่อย

ถึงแม้ว่าจะมีการชะลอตัวเล็กน้อยของเศรษฐกิจในประเทศจีน แต่ความสัมพันธ์ของประเทศพม่าและจีนยังคงมีความใกล้ชิดกันมากขึ้น โดยจีนจะมีการลงทุนครั้งสำคัญในพม่ารวมถึงการซื้อขายข้ามประเทศที่กำลังเฟื่องฟูและทางรัฐบาลพม่ากำลังพยายามอย่างเต็มที่ที่จะจัดการกับข้อตกลงที่ทำร่วมกับจีนโดยเร็วที่สุด สำหรับการค้าระหว่างจีนและพม่าที่กำลังเติบโตส่งผลให้ในปีปัจจุบันการส่งออกไปยังประเทศจีนเพิ่มขึ้นในทุกภาคส่วนเมื่อเทียบกับปีก่อน

ในด้านการลงทุนคาดว่าจะดีขึ้นในปีหน้าจากการประกาศเปิดตัวโครงการใหญ่ภายใต้ชื่อ โครงการระเบียงเศรษฐกิจจีน-เมียนมา หรือ China Myanmar Economic Corridor (CMEC) เป็นเมืองสีเขียวแห่งใหม่ในย่างกุ้ง ที่มีท่าเรือน้ำลึกรัฐยะไข่ตั้งอยู่ในเมืองเจาะพู (Kyaukphyu) ซึ่งจะเป็นหนึ่งในการเชื่อมโครงข่ายการค้าของจีนในแถบตะวันตกไปสู่มหาสมุทรอินเดียตามแผนเส้นทางสายไหมของจีน และโครงการรถไฟจากจีน ซึ่งตัดผ่านประเทศ ออกไปยังมหาสมุทรอินเดีย โดยเชื่อมต่อเมืองคุนหมิงเข้ากับรัฐยะไข่ของพม่า รวมถึงการก่อสร้างโรงไฟฟ้าใหม่ของจีนอย่างน้อย 5 แห่ง

กลยุทธ์ทางการตลาด

โรงแรมแชนกรี-ลา กรุงเทพฯ

กลยุทธ์ระดับโลกของสำนักงานใหญ่ในเครือแชนกรี-ลา ในปี 2562 คือการเปลี่ยนแปลงการคำสั่งออฟไลน์เป็นการคำสั่งออนไลน์ ตลอดจนการเพิ่มชนะนิรายได้ (RGI) ในปีต่อไป อย่างไรก็ตามต้องขึ้นอยู่กับแนวโน้มทางธุรกิจและหุ้นส่วนทางธุรกิจที่ลดลง ในครึ่งปีหลังทางโรงแรมจึงได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ผสมผสานเพื่อที่จะลดผลกระทบและความสูญเสีย

กลยุทธ์ของการตลาดโดยแยกตามส่วนของลูกค้าในแต่ละส่วน กลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวส่วนบุคคล (FIT) นั้นมีการดำเนินงานเพิ่มอัตราการเข้าพักสำหรับการเพิ่มโอกาสในการเพิ่มผลกำไรเท่าที่จะเป็นไปได้ โดยการปรับราคาห้องพักเป็นอัตราที่ดีที่สุด (BAR) ,แพคเกจที่น่าดึงดูด และข้อเสนอให้กับผู้เข้าพัก โรงแรมมีวัตถุประสงค์ที่จะใช้โปรแกรม Golden Circle และเพิ่มความจงรักภักดีของลูกค้า ในขณะเดียวกันก็มุ่งเน้นการหาฐานลูกค้ารายใหม่เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งธุรกิจ ในทางกลับกันการดำเนินงานและกลยุทธ์ที่หลากหลายได้มาจากธุรกิจแบบกลุ่ม ซึ่งรวมไปถึงอุตสาหกรรมรายใหญ่และองค์กรหรือบริษัทที่ต้องการจัดงานภายในโรงแรม เราเพิ่มความถี่ของยอดขายด้วยการเข้าเยี่ยมชมตลาดหลัก ทั้งหมดนี้ล้วนควบคู่ไปกับการบริการที่มีประสิทธิภาพ

ด้วยความสำคัญที่เพิ่มขึ้นของเทคโนโลยีดิจิทัลในภาคการบริการทำให้เกิดการปฏิรูปการบริโภคและดำเนินชีวิตในโลกปัจจุบัน สำนักงานใหญ่ทั่วโลก ฝ่ายบริหารมีการใช้เครื่องมือเทคโนโลยีหลายอย่างในการติดต่อกับลูกค้าทั่วโลกอย่างมีประสิทธิภาพ อย่างเช่น การเสริมสร้างแอปพลิเคชันมือถือของเรา การเปิดเผยฐานสื่อดิจิทัล หรือการทำข้อตกลงการค้ากับบริษัทเทคโนโลยีเพื่อให้เป็นโรงแรมที่ทันสมัย ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มขึ้นของการมีส่วนร่วมของลูกค้าผ่านสื่อสังคมและฐานดิจิทัลอื่น ๆ

- **กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

ในปี 2562 เชื้อชาติส่วนใหญ่ที่เดินทางมาพักที่โรงแรมยังคงเป็นคนจีนในอัตราร้อยละ 18.7 ของจำนวนทั้งหมด แม้ว่านักท่องเที่ยวจีนจะมาประเทศไทยน้อยลงในอัตราร้อยละ 2.07 ทางโรงแรมก็ยังคงรักษาส่วนแบ่งการตลาดให้ใกล้เคียงกับปี 2561

ตามด้วยอันดับ 2 สหรัฐอเมริกา ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาโรงแรมเฉลี่ยร้อยละ 10.8 เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จากปี 2561 โดยตลาดหลักมาจากการขายปลีกและการประชุมของบริษัทหรือองค์กร ประเทศญี่ปุ่นเป็นอันดับ 3 เฉลี่ยร้อยละ 8.2 โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 จากปี 2561 ตามด้วยอังกฤษอยู่ที่ร้อยละ 7.7 และเกาหลีร้อยละ 6.6

- **การตลาดดิจิทัล**

ในปี 2562 กลยุทธ์ของเรามุ่งเน้นการผลักดัน e-direct ผ่านสื่อโฆษณาออนไลน์และเพิ่มการมีส่วนร่วมทางโซเชียลมีเดียซึ่งรวมไปถึงเฟสบุ๊คและอินสตาแกรม

ตลอดทั้งปี สื่อโฆษณาออนไลน์สามารถดึงดูดผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ของโรงแรมมากกว่า 400,000 รายและสามารถสร้างรายได้ให้กับโรงแรมสูงถึง 11 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ที่เติบโตถึงร้อยละ 71.2 เปรียบเทียบกับปีก่อนหน้านี้ จำนวนของการจองห้องอยู่ที่ประมาณ 14,000 ครั้งในปีต่อปี ในแง่ของการโฆษณาเติบโตร้อยละ 51 ซึ่งถือว่าเป็นระดับที่ดีใน 14.6:1 ซึ่งหมายความว่า ในทุก 1 ดอลลาร์สหรัฐที่โรงแรมเสียให้กับสื่อโฆษณา โรงแรมจะได้รับรายได้กลับคืนถึง 14.6 ดอลลาร์สหรัฐ

จำนวนผู้ติดตามบนเฟสบุ๊คนั้นค่อนข้างแข็งแกร่งเมื่อเทียบกับตลาดอื่น โดยมีผู้ติดตามมากถึง 92,390 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.48 ในช่วงสิ้นปี 2562 การโพสต์ข้อความกับการได้ตอบ 60,350 ครั้งที่มาคู่กับความประทับใจมากถึง 3.44 ล้าน ในปี 2562 เรามุ่งเน้นการสร้างโพสต์โฆษณาในทางมืด ซึ่งเราได้รับการประทับใจถึง 6.09 ล้านและการตอบรับถึง 780 ครั้ง

สำหรับอินสตราแกรม ในเดือนมกราคม โรงแรมเริ่มต้นที่มีผู้ติดตามจำนวน 8,860 คน และในช่วงท้ายปีเดือนธันวาคม 2562 มีผู้ติดตามเพิ่มขึ้นเป็น 12,830 คนคิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 8.19

ทวิตเตอร์ไม่ใช่วิธีออนไลน์ที่เรามุ่งเน้น แต่เรายังคงโพสต์ข้อความทั่วไปและคอยตอบคำถามของผู้ติดตาม ซึ่งในปี 2562 เรามีผู้ติดตามถึง 1,660 คนคิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 8.19

เรายังคงใช้การเรียกร้องการดำเนินงานและใช้รหัสติดตามในโพสต์โซเชียลมีเดียของเราเพื่อติดตามผลลัพธ์สำหรับแต่ละแคมเปญ เราใช้เนื้อหาที่สร้างขึ้นจาก KOLs และเพื่อการมีส่วนร่วมกับแฟน ๆ และลูกค้าที่ดีขึ้นซึ่งส่งผลให้การโพสต์เป็นธรรมชาติและมีประสิทธิภาพสูงสุดทั้งใน Facebook และ Instagram ที่ได้รับการตอบมากกว่า 4,670 คนใน 1 โพสต์เดียว

- **นโยบายการกำหนดราคา – ราคามาตรฐาน และการจัดการเพื่อสร้างรายได้ (Yield Management)**

หนึ่งในปัจจัยที่เรามุ่งเน้นในปี 2562 คือการขับเคลื่อนอัตราการเข้าพักและการจัดการรายได้ให้มากขึ้น ทั้งนักท่องเที่ยวส่วนบุคคลและนักท่องเที่ยวแบบกลุ่ม พร้อมกับการรักษาสมดุลกับช่องทางการจัดจำหน่ายแบบผสมผสาน โดยโรงแรมได้ปรับอัตราการเข้าพักให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นคือการปรับราคาแบบทั่วไปและปรับราคาแบบยืดหยุ่น

โปรแกรม Golden Circle และข้อเสนอพิเศษเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ผลักดันให้มีการซื้อ ขายตลอดทั้งปี อย่างเช่น แพคเกจเข้าพักก่อน จ่ายทีหลัง, แพคเกจพักผ่อน ชิงจ่ายน้อย เป็นต้น รายการเหล่านี้เป็นผลประโยชน์ต่อลูกค้าที่ภักดีของโรงแรมที่จะได้รับรางวัลอันทรงคุณค่าและดึงดูดให้พวกเขากลับมาใช้บริการอีก

- **ช่องทางการจัดจำหน่ายและการขาย**

โดยภาพรวม การจองห้องพักโดยตรงคิดเป็นร้อยละ 26 จากช่องทางการขายทั้งหมดส่วนใหญ่คือผู้ประกอบการ ตัวแทนการท่องเที่ยว และทัวร์ของโรงแรม อีกร้อยละ 24 มาจากการจองผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต อย่างเช่น Online Travel Agencies (OTA) และ เคาน์เตอร์การจอง แต่ทั้งหมดนี้ไม่รวมกับ เว็บไซต์ของโรงแรม,

แอปพลิเคชันบนมือถือ และเว็บไซต์บนมือถือ ที่จะคำนวณได้ร้อยละ 22 ของจำนวนการจองทั้งหมด นอกจากนี้ยังมีจัดจำหน่ายอีกหลากหลายช่องทาง เช่น สำนักงานภูมิภาค ที่ขายพ่วงกับโรงแรมในเครืออื่น ๆ เป็นต้น

• จำนวนคู่แข่งในปี 2562

โรงแรมแสงกรี-ลา กรุงเทพฯ มีคู่แข่งกลุ่มแรกที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำ 5 แห่ง และโรงแรมที่ตั้งอยู่ในเขตเมืองหรือศูนย์กลางธุรกิจอีก 5 แห่งเป็นอันดับรอง โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการแข่งขันที่เกี่ยวข้อง เช่น ที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก ตำแหน่งทางการตลาด กลุ่มเป้าหมายและราคา เป็นต้น

โรงแรมในกรุงเทพฯ ได้มีการเปิดตัวภายใต้แบรนด์ใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี 2562 คู่แข่งเหล่านี้มีปัจจัยบางส่วนที่ส่งผลต่อการแข่งขันกับโรงแรมแสงกรี-ลา กรุงเทพฯ

โรงแรมที่เปิดใหม่ในกรุงเทพฯ ในปี 2562

- โรงแรมโรสวู้ด กรุงเทพฯ (เปิดในเดือน มีนาคม 2562, จำนวนห้องพัก 159 ห้อง)
- โรงแรมไฮแอท รีเจนซี่ กรุงเทพฯ (เปิดล่าช้าในปี 2561, จำนวนห้องพัก 273 ห้อง)
- โรงแรมอวานี สุขุมวิท กรุงเทพฯ (เปิดในเดือนธันวาคม 2562, จำนวนห้องพัก 384 ห้อง)

โรงแรมแมนดาริน โอเรียนเต็ล กรุงเทพฯ ฝั่งริมแม่น้ำคาดการณ์ว่าจะซ่อมแซมเสร็จในไตรมาสที่ 2 ปี 2563 ที่จะทำให้มีห้องพักพร้อมกับการขยายห้องพักเพิ่มมากขึ้น การปรับปรุงของโรงแรมแมนดาริน โอเรียนเต็ล กรุงเทพฯ นี้จะสร้างความเข้มข้นการแข่งขันในกลุ่มโรงแรมหรูในปี 2563 และต่อไปในอนาคต

ปี 2563 จะมีโรงแรมใหม่ ๆ หลายแห่งที่จะเปิดตัวในกรุงเทพฯ เพื่อส่งเสริมธุรกิจการโรงแรมให้ไปถึงฝั่งฝัน รวมถึงการแข่งขันที่ดุเดือดมากยิ่งขึ้น

โรงแรมห้าดาวที่กำลังจะเปิดตัวในกรุงเทพฯ ในปี 2563

- โรงแรมโพรซิชั่น แม่น้ำเจ้าพระยา กรุงเทพฯ (เปิดในช่วงต้นปี 2563, จำนวนห้องพัก 299 ห้อง)
- คาเพลลา กรุงเทพฯ (เปิดในช่วงต้นปี 2563, จำนวนห้องพัก 101 ห้องสวีทและวิลล่า)
- โรงแรมสินธร มิดทาวน์ (เปิดในเดือนมีนาคม 2563, จำนวนห้องพัก 344 ห้อง)
- โรงแรมคาร์ลตัน สุขุมวิท กรุงเทพฯ (เปิดในเดือนมีนาคม 2563, จำนวนห้องพัก 388 ห้อง)
- โรงแรมสินธร เคมปินสกี กรุงเทพฯ (เปิดในเดือนเมษายน 2563, จำนวนห้องพัก 230 ห้อง)
- โรงแรมคิมป์ตัน มอลล์ กรุงเทพฯ (เปิดในเดือนเมษายน 2563, จำนวนห้องพัก 349 ห้อง)
- โรงแรมโอเรียน เอ็กซ์เพรส คิงพาวเวอร์ มหานคร (เปิดในช่วงไตรมาส 2 ของปี 2563, จำนวนห้องพัก 154 ห้อง)

ประเด็นที่สำคัญที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

กรุงเทพมหานครเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวมาเยือนมากที่สุดของโลก โรงแรมที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับการแข่งขันที่ผันผวนส่งผลให้ธุรกิจการโรงแรมมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นเพื่อรักษาส่วนแบ่งการตลาด ความท้าทายของราคาที่ถูกลงเป็นปัจจัยหลักของโรงแรมคู่แข่ง อย่างเช่น โรงแรมอนันตรา โรงแรมอวานี โรงแรมเพนนินซูลา หรือ โรงแรมเมริออท มาร์คิส เป็นต้น และ ผลในการปรับอัตราเฉลี่ยของห้องพักในแต่ละวันที่เพิ่มขึ้น จากปีก่อนหน้านี้

ค่าเงินบาทที่แข็งตัวเพิ่มความท้าทายต่อเศรษฐกิจในประเทศไทย สกุลเงินที่พุ่งแตะระดับสูงสุดเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์สหรัฐในรอบ 6 ปี ได้รับแรงหนุนจากการเกินดุลบัญชีเดินสะพัดที่เพิ่มขึ้นและนักลงทุนเชื่อมั่นว่าสกุลไทยบาทเป็นสกุลเงินที่ปลอดภัย อย่างไรก็ตาม การแข็งตัวของค่าเงินบาทเป็นความท้าทายต่อเศรษฐกิจในประเทศในการขับเคลื่อนการส่งออกลดลง และ ผลักดันราคาให้สูงขึ้นสำหรับการความสามารถในการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว การแข็งตัวของเงินบาทส่งผลประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เวียดนาม แคมโบเดีย พม่า ที่ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

ในระดับมหัพภาค เศรษฐกิจทั่วโลกมีการเติบโตค่อนข้างรวดเร็วในปี 2562 และยังคงมีแนวโน้มการสนับสนุนภาคการท่องเที่ยวต่อไป อย่างไรก็ตาม นโยบายการเงินที่เข้มงวดในประเทศประเทศต่าง ๆ เช่น สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ทวีปยุโรป และ จีน เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว ความไม่แน่นอนของ Brexit, ความวุ่นวายทางการเมืองของฮ่องกง, สงครามการค้าระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกาและจีนที่ต่อเนื่อง อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน

● ความสามารถในการแข่งขัน

โรงแรมแชนกรี-ลา กรุงเทพฯ เป็นโรงแรมที่ใหญ่ที่สุดสำหรับการจัดเลี้ยงในบริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยา ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันพร้อมทั้งตั้งอยู่บนทำเลทอง ที่ง่ายต่อการเดินทางในทุกรูปแบบ รวมไปถึง การสนับสนุนจากโรงแรมแชนกรี-ลาในด้านความหลากหลายของร้านอาหารและเครื่องดื่ม โรงแรมแชนกรี-ลา เป็นโรงแรมชั้นนำในด้านการจัดงานการประชุมบริษัทข้ามชาติ แม้ว่าโรงแรมจะพบกับคู่แข่งที่ดุเดือด และมีจำนวนโรงแรมที่เปิดใหม่ในเมืองทุก ๆ ปี แม้โรงแรมจะมีจุดแข็งและความเป็นเอกลักษณ์ ก็ไม่สามารถหลีกเลี่ยงการแข่งขันที่สูง รวมถึงความท้าทายในการขายราคาห้องพักที่ต่ำลงของคู่แข่งโดยตรงเพื่อให้ได้ส่วนแบ่งในการตลาดมากขึ้น

โรงแรมแชนกรี-ลา เชียงใหม่

ในปี 2562 โรงแรมแชนกรี-ลา เชียงใหม่ ได้ให้ความสำคัญและส่งเสริมกลุ่มลูกค้าปลีกหรือออฟไลน์ ให้หันมาจองห้องพักผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจการจองห้องพักของโรงแรมฯ โดยมีการจองแบบแพ็คเกจ และ Wholesale Online เพิ่มขึ้นร้อยละ 49.5 และกลุ่มลูกค้าประชุม เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.3 อย่างไรก็ตาม ปริมาณความต้องการและรายได้จากกลุ่มลูกค้าออนไลน์ไม่สามารถชดเชยรายได้จากกลุ่มลูกค้าปลีกหรือออฟไลน์ที่เสียไปในช่วงต้นปีได้ ดังนั้น ทางโรงแรมฯ จึงจำเป็นต้องมุ่งเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าออฟไลน์ในช่วงไตรมาสครึ่งปีหลังมากยิ่งขึ้น

อีกทั้งโรงแรมฯ ยังคงให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าด้านการจัดประชุมและสัมมนา พร้อมทั้งเพิ่มจำนวนประเทศในการคัดเลือกให้ครอบคลุมมากขึ้น เพื่อขยายตลาด และมุ่งเน้นให้เกิดรายได้จากกลุ่มลูกค้าดังกล่าว ร้อยละ 23.9

นอกจากนี้ บริษัทส่วนใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่จัดตั้งโรงงานอยู่ในระแวกนิคมอุตสาหกรรมจัดหาลำพูน ซึ่งใช้เวลาขับรถโดยประมาณ 30 - 40 นาที จากตัวเมืองเชียงใหม่ มักพบกับความท้าทายที่ต้องการจัดหาห้องพักเพิ่มเติม เนื่องจากบริษัทเหล่านี้ต้องการใช้บริการโรงแรมที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกับบริษัท และโดยส่วน

ใหญ่จะทำการสำรองห้องพักผ่านสำนักงานใหญ่จากต่างประเทศ หรือจากกรุงเทพฯ ส่งผลให้ทางโรงแรมฯ ได้จัดโปรแกรม Booker incentive หรือให้ค่าคอมมิชชั่น เพื่อรองรับความต้องการและกระตุ้นยอดขายของลูกค้ากลุ่มนี้

และในปี 2563 โรงแรมฯ จะมุ่งเน้นและผลักดันอัตราการเข้าพักโดยจะคงอัตราค่าห้องพักของปีที่ผ่านมาไว้ ให้บรรลุ RevPAR ที่ตั้งไว้ ซึ่งคาดว่า RGI จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.8 โดยจะทำการเจาะตลาดจากกลุ่มลูกค้าใหม่ ที่ได้มีการพัฒนาการคมนาคม การเพิ่มขึ้นของจำนวนเที่ยวบินมายังจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้แก่ประเทศไต้หวัน, อินเดีย และในขณะเดียวกันโรงแรมฯจะยังคงรักษากลุ่มลูกค้าจีน โดยใช้ประโยชน์จากการทำการตลาดดิจิทัลในช่วงเทศกาลสำคัญ และวันหยุดยาวของจีน

นอกจากนี้ โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่ จะมุ่งเน้นงานจัดเลี้ยงนอกสถานที่ และงานกิจกรรมของชุมชนต่อไป เพื่อให้เป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจตลอดทั้งปี

● กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

แม้ว่าทางโรงแรมฯ จะได้รับผลกระทบจากจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่ลดลง ซึ่งเป็นตลาดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก ทางโรงแรมฯ ยังได้เล็งเห็นถึงโอกาสจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไต้หวัน เนื่องจากจำนวนเที่ยวบินตรงสู่จังหวัดเชียงใหม่ที่เพิ่มขึ้น และพฤติกรรมการสำรองห้องพักที่มักจะสำรองห้องพักผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งทางหน้าเว็บไซต์ของโรงแรมฯ และการจองแบบกลุ่ม

โดยเป้าหมายในปี พ.ศ. 2563 นี้จะมุ่งเน้นที่การเพิ่มจำนวนของลูกค้า Wholesales และ กลุ่มลูกค้าปลีก พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าด้านการจัดประชุมและสัมมนา (MICE) ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ บริษัทในเครือ กลุ่มลูกค้าสมาคม โดยมุ่งเน้นไปที่ตลาดจีน ไต้หวัน เกาหลี และอเมริกา รวมไปถึงนักวางแผนและผู้เชี่ยวชาญทางด้านงานแต่งงานสำหรับตลาดอินเดียโดยเฉพาะ

● นโยบายการกำหนดราคา – ราคามาตรฐาน และการจัดการเพื่อสร้างรายได้ (Yield Management)

สำหรับการกำหนดราคาห้องพัก ของโรงแรมฯ ในปี พ.ศ.2562 ที่ผ่านมา มีความอ่อนไหวค่อนข้างมาก โดยจะเห็นได้จากอัตราค่าห้องพักที่ลดลง เนื่องจากความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เข้าพักรายบุคคลลดจำนวนลง ทางโรงแรมฯ จึงจำเป็นต้องปรับราคาห้องพักตามอัตราการแข่งขันอย่างสูงในตลาด อย่างไรก็ตามการกำหนดราคาที่ยืดหยุ่นยังคงเป็นสิ่งสำคัญที่โรงแรมฯ นำมาปรับใช้อย่างต่อเนื่อง

สำหรับราคาอาหารและเครื่องดื่มได้มีการปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 เพื่อให้สอดคล้องกับการแข่งขันในตลาดร้านอาหารอิสระ เพื่อดึงดูดและนำเสนอสิ่งที่ดีที่สุดให้กับลูกค้าของโรงแรมฯ และในส่วนของอัตราค่าบริการสำหรับการจัดเลี้ยงยังเทียบเท่ากับปีที่แล้ว ซึ่งอยู่ในระดับเดียวกับกลุ่มคู่แข่ง

● ช่องทางการจัดจำหน่ายและการขาย

สำหรับลูกค้าส่วนใหญ่ของโรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่ มักจองห้องพักโดยผ่านช่องทางการจองแบบออนไลน์หรือคิดเป็นร้อยละ 35 และตามด้วยการติดต่อกับโรงแรมฯ โดยตรง หรือคิดเป็นร้อยละ 22 ซึ่งส่วนใหญ่มาจากการจัดการประชุมและติดต่อธุรกิจ การจองผ่านเว็บไซต์ของโรงแรมฯ โดยตรง ก็ได้รับความนิยมมากขึ้น

เช่นกัน ซึ่งมีอัตราการเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 12 เป็นร้อยละ 18 โดยลูกค้าส่วนใหญ่สนใจที่จะจองห้องพักจากโปรโมชันออนไลน์แพ็คเกจ และการจองแบบรายบุคคล

- **จำนวนคู่แข่งในปี 2562**

สำหรับคู่แข่งทางธุรกิจของโรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่ ยังคงเป็นกลุ่มเดิมกับปี พ.ศ.2561 ได้แก่ โรงแรมเลอเมอร์เดียน, โรงแรมอนันตรา, โรงแรมดุสิต ดีทู และโรงแรมโมเวนพิค เชียงใหม่ ในขณะเดียวกันจำนวนโรงแรมบูติก และโรงแรมระดับสี่ดาว ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในจังหวัดเชียงใหม่

- **ประเด็นที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน**

ปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของโรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่ ในปี 2562 ได้แก่ อัตราการเข้าพักที่ลดลงตามจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่ลดลง รวมไปถึงโรงแรมระดับนานาชาติ ริเวอร์ไซด์ สปารีสอร์ท ได้มีการปรับปรุง และสร้างตึกใหม่ เพื่อเพิ่มจำนวนห้องพักอีก 40 ห้องซึ่งเปิดทำการในเดือนธันวาคม

- **ความสามารถในการแข่งขัน**

โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่ เน้นการเป็นโรงแรมที่เหมาะสมกับครอบครัวเพราะเป็นโรงแรมระดับห้าดาวเพียงแห่งเดียวในตัวเมืองเชียงใหม่ ที่พร้อมรองรับความต้องการของกลุ่มลูกค้าครอบครัว โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวก พร้อมทั้งเจ้าหน้าที่คอยดูแลลูกค้าครอบครัวโดยเฉพาะ ประกอบกับมีสระว่ายน้ำขนาดใหญ่ที่มีทั้งสไลเดอร์ และโซนสวนน้ำคอยเติมเต็มความสนุกให้กับเด็กๆ นอกจากนี้ โรงแรมฯ ยังคงอยู่ในฐานะผู้นำสำหรับโรงแรมที่สามารถรองรับกลุ่มลูกค้าตลาด MICE พร้อมทั้งเป็นสถานที่ที่เหมาะสม และมีบริการเรื่องงานแต่งงานแบบครบครัน ซึ่งถือเป็นตลาดที่อุปสงค์มีแนวโน้มเติบโตสูงกว่าอุปทาน รวมไปถึงโอกาสที่จะขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าผู้รักสุขภาพ กลุ่มลูกค้าที่ท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Leisure travelers) และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่วัยได้หัวน เนื่องจากในปัจจุบันมีการเพิ่มจำนวนเที่ยวบินตรงจากไต้หวันสู่จังหวัดเชียงใหม่มากขึ้น จากสายการบิน EVA Airs และ Thai Smiles Airways

โรงแรมชูเล แสงกรี-ลา อย่างถ่วง

- **การผลักดันให้ความสามารถในการทำกำไรเพิ่มขึ้น**

- แม้ว่าจะมีอุปทานของโรงแรมเกิดขึ้นใหม่ในตลาด แต่โรงแรมยังคงประสบความสำเร็จจากอัตราเข้าพักที่สูงกว่าที่ตั้งไว้ ซึ่งโรงแรมจะมุ่งเน้นในการใช้ประโยชน์จากความสัมพันธ์ทางธุรกิจของพาร์ทเมนต์และอาคารสำนักงานต่อไปโดยใช้กลยุทธ์ของความปลอดภัยของห้องพักและธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มสำหรับโรงแรม
- จุดประสงค์ของโรงแรมคือการป้องกันการลดลงของการเติบโตใน GOR และความพยายามในการรักษาอัตรากำไรขั้นต้นไปถึงปี 2563 ซึ่ง GOR อยู่ที่ 13.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ GOP 2.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยคิดเป็นร้อยละ 16.5

- **การค้าปลีก**
 - การค้าแบบ **E-Direct** ยังคงเป็นกลยุทธ์หลักของโรงแรมและทางโรงแรมยังคงเสนอส่วนลด 10% ให้แก่ **OTA (Online Travel Agents)** สำหรับการเข้าชมครั้งต่อไป ในการจองโดยตรงที่เว็บไซต์ **Shangri-la.com** และผ่านแอปพลิเคชันในมือถือ
 - โรงแรมวางแผนที่จะทำงานร่วมกับ **SLBK** และ **SLCM** ในการส่งเสริมการขายและให้คะแนน **Golden circle** เพิ่มเป็นสองเท่าในช่วงฤดูกาล
- **กลุ่มลูกค้าที่ต้องมีการเจรจาต่อรองราคา และ กลุ่มของลูกค้าพักระยะยาว**
 - ความสำเร็จที่เกิดขึ้นมาจากกลุ่มของลูกค้าพักระยะยาวที่เพิ่มมากขึ้น โดยกลยุทธ์นี้ส่วนใหญ่มาจากลูกค้าในบริษัทที่ **SQMO** หรือห้างสรรพสินค้า **Junction City**
 - มีความพยายามอย่างต่อเนื่องที่จะย้ายบริษัทญี่ปุ่นที่ใช้โรงแรมคู่แข่งของเราในย่านศูนย์กลางธุรกิจโดยการเพิ่มบริการการรับส่งลูกค้าที่สนามบิน
 - โรงแรมจะยังคงโปรโมตพาร์ทเมนต์หนึ่งห้องนอนสำหรับการเข้าพักที่เกี่ยวข้องกับโครงการต่างๆ รวมถึงการเสนอสิทธิประโยชน์ในการช้อปปิ้งและค่าอาหารและเครื่องดื่ม
- **กลุ่มของ Wholesale Offline**
 - มีการผลักดันตลาดจีนและไทยอย่างต่อเนื่องและยังคงส่วนแบ่งที่ยุติธรรมที่เป็นวัตถุประสงค์หลัก
 - โรงแรมยังเสนออัตราคงที่สำหรับสำหรับตัวแทนออนไลน์และเป้าหมาย 300 คืนต่อเดือน
 - มีการเตรียมการเพื่อเสนออัตราคงที่ให้กับ C-trip เพื่อขยายตลาดคนจีน
- **กลุ่ม Meetings, Incentive, Association & Convention**
 - กลุ่มนี้มีความนิยมที่ลดลงในช่วงสองปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม ยังคงมุ่งเน้นไปที่การปิดธุรกิจของ **MICE** ที่มาจากประเทศกลุ่มอาเซียน
 - กลุ่มผู้บริหารให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นในการตัดสินใจสำหรับกลุ่ม **MICE** ในที่ประชุม
 - ฝ่ายขายกำหนดเป้าหมายที่จะจัดกิจกรรมทั่วเมือง ณ ศูนย์แสดงสินค้า **Tatmadaw Hall**, สวนสาธารณะ **Myanmar Event Park** และ ศูนย์การประชุมเมียนมาร์ (**MCC**)
- **กลุ่มอื่นๆ**
 - มีการทำงานกับทุกกระทรวงและผู้เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องเป็นประจำไปยังที่ **Nay Pyi Taw** สำหรับกลุ่ม **MICE** ที่มาจากประเทศกลุ่มอาเซียน
- **กลุ่ม Tours**
 - กำหนดเป้าหมายกลุ่มจีนและไทยจากตัวแทนที่มีอยู่ เช่น การต้อนรับแบบพม่า ,**Foremost Star**, **Picturesque Myanmar**, ทิวทัศน์ที่กว้างขวางและแหล่งท่องเที่ยวของพม่า
 - ดำรวจผู้ให้บริการทัวร์รายใหม่ที่เปิดตัวในตลาด

- **กลุ่ม Catering – การจัดเลี้ยง**
 - มุ่งเน้นในการจัดประชุมเรื่องของการจัดเลี้ยงในปีที่ผ่านมา รวมถึงประชุมกับฝ่ายบริการลูกค้าที่เป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจ
 - การใช้ประโยชน์จากสมาชิก **E-Club Rewards**
 - การส่งเสริมโปรแกรม “Experiences Worth Savoring” ให้ดำเนินการสำเร็จ
 - การส่งเสริมหน้าจอ **LED** ใหม่ให้กับลูกค้าใหม่และลูกค้าที่มีอยู่
 - สร้างความสัมพันธ์กับนักวางแผนงานแต่งงานเพื่อความร่วมมือเพิ่มเติมและโอกาสในการขายในอนาคต
 - กำหนดเป้าหมาย Nation days ด้วยการมีส่วนร่วมของกลุ่ม **EXCOM**
 - การส่งเสริมโปรแกรมนงานแต่งงานแบบรวมทุกอย่างพร้อมเสนอการตกแต่งห้องแบบพิเศษ
- **แผนอาหารและเครื่องดื่ม**
 - ขกระดับ **GC** และเสนอแผนการที่จะทำงานร่วมกันกับ **SLBK** และ **SLCM**
 - มูลค่าตลาดสำหรับเงิน “ชุดอาหารกลางวัน” สำหรับผู้เช่าสำนักงาน
 - เปิดตัวบัตรส่วนลด **GEM** สำหรับอาหารและเครื่องดื่มในตลาดท้องถิ่น
 - ตรวจสอบให้แน่ใจว่ากลุ่มผู้ทำธุรกิจที่รวมตัวกันเพื่อการค้าขายแต่ละแห่งมีข้อเสนอที่น่าสนใจในจดหมายข่าวรายเดือน
- **ใช้ประโยชน์จากสำนักงานขายภูมิภาค (RSO) และ ความร่วมมือของบริษัทในการเพิ่ม GOR**
 - ตลาดในกลุ่มธุรกิจ **MICE** ที่มาจากเทศสิงคโปร์และสำหรับปี 2563 ทางกลุ่มจะจัดลำดับความสำคัญในการทำงานให้ใกล้ชิดกับ **RSO- สิงคโปร์** สำหรับธุรกิจ **MICE / FITs** และการประชุมทางธุรกิจ
 - **GDS** - รักษาส่วนแบ่งรายได้ของเราในการเจรจาธุรกิจ **GDS** ซึ่งปัจจุบันเราอยู่ในอันดับที่ 1
- **ค่า RGI**
 - ค่า **RGI** มีแนวโน้มจะลดลงในปี 2563 เนื่องจากการเปิดดำเนินการของ โรงแรมพูลแมน ย่างกุ้ง จำนวน 66 ห้องในปี 2562 และจะเปิดดำเนินการอย่างเต็มโครงการจำนวน 289 ห้องในปี 2563

ดัชนีการก่อให้เกิดรายได้ :	ผลการดำเนินงานจริง		เป้าหมาย
	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563
ดัชนีส่วนแบ่งการตลาด	144	123	105
อันดับ	1 จาก 5	2 จาก 5	2 จาก 5
การเพิ่มผลตอบแทน:			
รายได้เฉลี่ยต่อห้องที่เปิดให้บริการ	54.04	48.49	45.77

* รายได้เฉลี่ยต่อห้องที่เปิดให้บริการ (RevPar) อ้างอิงจากการคำนวณ STR ซึ่งรวมค่าบริการส่วนเพิ่ม 10% ในรายได้

- ผู้โดยสารขาเข้าที่สนามบิน **Yangon International Airport**
 - ผู้โดยสารขาเข้าที่สนามบิน **Yangon International Airport** มีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 โดยส่วนใหญ่มาจากจีน ร้อยละ 76, ญี่ปุ่น ร้อยละ 19 และเกาหลีร้อยละ 11
 - ผู้โดยสารขาเข้าที่มาจากยุโรปลดลงร้อยละ 1 รวมถึงอเมริกาและหมู่เกาะทางแปซิฟิก ลดลงร้อยละ 9
 - 5 อันดับต้นของประเทศที่มีส่วนร่วมในการเพิ่มประชากรในสนามบิน **Yangon** โดยนับตั้งแต่ต้นปีจนถึงเดือนพฤศจิกายน ปี 2562 มีประชากรมาจากจีนมากที่สุดร้อยละ 26, ไทย ร้อยละ 18, ญี่ปุ่น ร้อยละ 9, เกาหลี ร้อยละ 5 และอเมริกา ร้อยละ 4
 - การท่องเที่ยวจากประเทศตะวันตกตกต่ำอย่างต่อเนื่องในปีนี้ โดยที่ ประเทศสวีเดน ร้อยละ 11, รัสเซีย ลดลงร้อยละ 9, ออสเตรเลีย ลดลงร้อยละ 8, อังกฤษ ลดลงร้อยละ 8 และไทยลดลงร้อยละ 7
 - รัฐบาลได้ขยายเวลาการยกเว้นวีซ่า (**Free Visa**) ให้กับญี่ปุ่น เกาหลี สิงคโปร์และมาเลเซียจนถึงวันที่ 30 กันยายน 2563 และประเทศที่ไม่ต้องขอวีซ่าล่วงหน้า (**Visa on Arrival**) ได้แก่ จีน อินเดียที่เริ่มในเดือนตุลาคม ปี 2561 และ สำหรับอิตาลี สเปน ออสเตรเลีย สวีเดนและรัสเซีย จะเริ่มในเดือนตุลาคม ปี 2562

แชนกรี-ลา เรสซิเดนส์ อย่างกุ้ง

เป้าหมายของอพาร์ทเมนต์เพื่อที่จะลดการเติบโตซ้ำของ **MAR** และพยายามที่จะรักษาผู้เช่าที่มีอยู่ จนถึงปี 2563 โดย **GOR** ที่ 12.4 ล้านเหรียญสหรัฐและ **GOP** 7.8 ล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 63.2%

การเพิ่มรายได้	ผลการดำเนินงานจริง		เป้าหมาย
	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563
อัตราค่าเช่าเฉลี่ยรายเดือน	5,976 เหรียญสหรัฐ	5,759 เหรียญสหรัฐ	5,623 เหรียญสหรัฐ

- รักษาสถานะของการเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ระดับพรีเมียมในเมืองอย่างกุ้ง โดยใช้ประโยชน์จากการให้บริการส่วนบุคคลระดับสูงและกิจกรรมครบครัน
- หลังจาก Petronas ยกเลิกการเช่าที่ทำให้มีห้องว่างเพิ่มขึ้น 19 หน่วย โดยที่ทางบริษัทสอบถามสถานทูต, สหประชาชาติ (UNs), NGOs และบริษัทญี่ปุ่น สำหรับลูกค้ารายใหม่ที่จะมาแทนที่
- มีการแนะนำนโยบายสัปดาห์เลี้ยงเพื่อให้ผู้เช่าที่มีสุนัขสามารถเข้าพักได้ที่ **SLRY** (อาคาร 2)
- บริษัทมีแนวโน้มว่าจะมีข้อกำหนด **guest house** สำหรับนักท่องเที่ยว
- กลยุทธ์หลักคือ การรักษาผู้เช่าที่มีการทำสัญญาเช่ามากกว่า 12 เดือน

- รักษาผู้เช่าด้วยการสื่อสารและจัดกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ผู้เช่ารู้สึกถึงความเป็นครอบครัวและบ้าน
- รักษาความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับสถานทูตที่สำคัญ ๆ และทำให้แสงกรี-ลาได้รับการพิจารณาเป็นอันดับแรกของกลุ่มนักการทูต
- ใช้ประโยชน์จากโอกาสจากโรงแรมและผู้เช่าสำนักงาน
- ใช้ **Golden Circle** เพื่อเพิ่มมูลค่า
- ในกรณีที่มีหลายสัญญาเช่า ใช้วิธีเจรจาต่อรองเพื่อหาข้อตกลงที่ดีที่สุดที่เป็นไปได้เพื่อรักษาผู้เช่าเอาไว้
- เพิ่มความยืดหยุ่นของอัตราค่าเช่า สำหรับสัญญาเช่าที่มีการต่อสัญญาและสัญญาเช่าใหม่ ซึ่งเราสามารถกำหนดระยะเวลาการเช่าเป็น 1 ปีได้ เพื่อให้สอดคล้องกับอัตราตลาดในปัจจุบัน
- จัดทำโฆษณาบนแพลตฟอร์มตลาดดิจิทัล เช่น **Booking.com** และ **Expedia** เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายการจองเข้าพักของครอบครัวและกลุ่มเพื่อน (การเข้าพักระยะสั้น)
- บรรลุการเติบโตของดัชนีการก่อให้เกิดรายได้ (**RGI**) ในช่วงปีที่ผ่านมา และสร้างความมั่นใจว่าจะได้รับส่วนแบ่งที่ยุติธรรม

ชุด สแควร์ ย่างกุ้ง

เป้าหมายของชุด สแควร์ คือการพยายามที่จะรักษาผู้เช่าที่มีอยู่ในการเช่าพื้นที่ในสำนักงานจนถึงปี 2563 โดย **GOR** ที่ 11.7 ล้านเหรียญสหรัฐและ **GOP** 7.4 ล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 63.3%

กลยุทธ์สำหรับพื้นที่สำนักงานต่อจากนี้

- เป้าหมายของอัตราการเช่าเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 84 ภายในเดือนธันวาคม 2563 อยู่โดยจะให้เช่าพื้นที่สำนักงานเพิ่มขึ้น 1,464 ตารางเมตร
- การเช่าสำหรับปี 2563 จะเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเนื่องจากอัตราเช่าของเทเลนอร์ Telenor เพิ่มขึ้นจาก 22.0 เหรียญสหรัฐต่อตารางเมตรในปี 2562 เป็น 26.0 เหรียญสหรัฐต่อตารางเมตรในปี 2563
- มุ่งเน้นไปที่กลุ่มของธนาคาร, บริษัทที่ปรึกษา และ ระบบโลจิสติกส์
- ผู้เช่าที่สัญญาเช่าสิ้นสุดลงในปี 2562 และที่มีการต่ออายุสัญญาเช่าทั้งหมดจะคำนึงถึงการปรับอัตราเช่าตามอัตราตลาดปัจจุบันและการเปิดใหม่ของสำนักงานหลายแห่ง

กลยุทธ์สำหรับการค้าปลีกต่อจากนี้

ห้างสรรพสินค้าหลายสถิติจากการนับจำนวนรอยเท้าของลูกค้าโดยเฉลี่ย 6,625 ต่อวันสำหรับเดือนพฤศจิกายน โดยในปี 2562 เริ่มต้นด้วยอัตราการเข้าพักที่แท้จริงร้อยละ 94 และพื้นที่เช่าจำนวน 5,028 ตารางเมตร โดยทางกลุ่มมีเป้าหมายให้มีอัตราการเข้าพักร้อยละ 100 ในเดือนพฤศจิกายน ปี 2562 ด้วยพื้นที่เช่าจำนวน 5,375 ตารางเมตร และอัตราการเข้าพักโดยเฉลี่ยทั้งปีจะอยู่ที่ร้อยละ 97 และอัตราการเช่าโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 34.6 เหรียญสหรัฐต่อตารางเมตร

การลดค่าเช่าในปี 2563 – สัญญาของผู้เช่าจำนวน 15 รายจะหมดอายุในต้นปี 2563 และมีจำนวน 11 รายที่ต่อสัญญาและอีก 4 รายอยู่ระหว่างการเจรจา โดยผู้เช่าเหล่านี้ คือ **Omega, Rolex, Montblanc และ Emporio Armani.**

ผู้เช่าที่ต่อสัญญา 8 รายใน 11 รายยังคงอัตราตามเดิม และสำหรับผู้เช่าอีก 3 ราย ได้แก่ Lalique, Beauty Treasure and IQ Vision มีการปรับอัตราเช่าลงร้อยละ 10 เนื่องจากผู้เช่าแสดงความเครียดจากการขาดแคลนทางธุรกิจ

ผู้เช่าอีก 4 รายที่อยู่ระหว่างการเจรจามีงบประมาณสำหรับจำนวนเงินคืน จำนวนนี้จะเท่ากับ 39,671 เหรียญสหรัฐจากการลดค่าเช่าร้อยละ 10 จากค่าเช่าฐานปัจจุบันเป็นเวลาหนึ่งปี โดยได้เสนอที่จะปรับอัตราค่าเช่าล่วงหน้าเพื่อให้ผู้เช่าต่อสัญญา

- 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 ยุโรปและเอเชีย ด้วยเครือข่ายของสำนักงานขายและการตลาดทั่วโลกของบริษัท แชนกรี-ลา อินเตอร์เนชั่นแนล โฮเต็ล เมเนจเม้นท์ จำกัด (ฮ่องกง) บริษัทจะได้รับการระบุเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มโรงแรมแชนกรี-ลาโดยจะได้รับความช่วยเหลือและผลประโยชน์จากกิจกรรมต่างๆ ซึ่งรวมถึง เรื่องการส่งเสริมการขาย ข่าวสารความคืบหน้า ตลอดจนการเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ นอกจากนี้ยังมีศูนย์รับรองห้องพักของโรงแรมแชนกรี-ลาทั่วโลกซึ่งตั้งอยู่ในฮ่องกงและกัวลาลัมเปอร์ที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

2. การจำหน่ายในประเทศ บริษัทมีเจ้าหน้าที่การตลาดจำนวน 16 คน ซึ่งเป็นสำนักงานที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรงทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

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

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

1.2 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ

นอกจากค่าใช้จ่ายที่กล่าวไว้ในข้อ 1.1 แล้ว โรงแรมต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายโดยตรงในการดำเนินการที่เกิดขึ้นจากการขอร้องโดยตรงจากทางโรงแรม นอกจากนี้ยังมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่โรงแรมต้องรับผิดชอบ เช่น

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

โรงแรมแชนกรี-ลา เชียงใหม่

บริษัทฯ ตกลงจ่ายค่าธรรมเนียมในส่วนที่เกี่ยวกับการตลาดและการส่งเสริมการขายในอัตราร้อยละ 1 ของยอดขายได้จากการดำเนินงานต่อปี

- จำนวนของลูกค้า

จำนวนลูกค้าของบริษัทแบ่งตามประเภทการเดินทางแบบมาเดี่ยวและมาเป็นกลุ่ม มีสัดส่วนดังนี้

โรงแรมแสงกรี-ลา กรุงเทพฯ

(หน่วย : ร้อยละ)

กลุ่มลูกค้า	2562	2561	2560
1) FIT	64.3	66.2	66.5
2) Group	35.7	33.8	33.5
รวม	100.0	100.0	100.0

โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่

(หน่วย : ร้อยละ)

กลุ่มลูกค้า	2562	2561	2560
1) FIT	75.5	72.3	68.8
2) Group	24.5	27.7	31.2
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 ถ้าพ้นระยะเวลายี่สิบปีไปแล้วสามารถต่อสัญญาได้อีก 10 ปี โดยบริษัทฯ ต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรไม่น้อยกว่า 4 เดือนก่อนวันหมดอายุสัญญา จากผลของสัญญานี้ทำให้บริษัทได้สิทธิในการใช้เครื่องหมายทางการค้า ความรู้ทางเทคนิคและสิทธิอื่นๆ ที่มีอยู่ของ Shangri-La System บริษัทจ่ายค่าสิทธิให้แก่บริษัท แสงกรี-ลา อินเตอร์เนชั่นแนล โฮเต็ล แมนเนจเม้นท์ บีวี (ฮอลแลนด์) ดังนี้

1. ค่าธรรมเนียมรายปีปีละ 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 คัดค่าธรรมเนียมการบริหารงานในอัตราร้อยละ 3 ของยอดขายได้จากการดำเนินงานต่อปี โดยข้อความและเงื่อนไขอื่นที่ระบุในสัญญาเดิมฉบับดังกล่าวยังคงเดิมไม่เปลี่ยนแปลง

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

เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2562 บริษัทได้เข้าทำสัญญาเปลี่ยนแปลงคู่สัญญาของสัญญาการตลาดและการส่งเสริมการขาย และสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา (สัญญาดำเนินงาน) ของระบบแสงกรี-ลา สำหรับโรงแรมแสงกรี-ลา กรุงเทพฯและโรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่ กับบริษัท Shangri-La International Hotel Management Pte Ltd. (“SLIM SG”) โดยจะมีผลบังคับนับแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 ทั้งนี้ข้อความและเงื่อนไขอื่นที่ระบุในสัญญาเดิมทั้งสองฉบับดังกล่าวยังคงเดิมไม่เปลี่ยนแปลง

ผลของการเข้าทำสัญญาเปลี่ยนแปลงคู่สัญญาในสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิ (สัญญาดำเนินงาน) จะทำให้คู่สัญญาเปลี่ยนจากบริษัท แสงกรี-ลา อินเตอร์เนชั่นแนล โฮเต็ล แมนเนจเม้นท์ บีวี จำกัด (SLIM BV) เป็น SLIM SG ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท Shangri-La International Hotel Management Limited (“SLIM”) SLIM ที่ SLIM ถือหุ้นอยู่ในอัตราร้อยละ 100 (SLIM เป็นบริษัทย่อยของบริษัท แสงกรี-ลา เอเชีย จำกัด (“SA”) ที่ SA ถือหุ้นอยู่ในอัตราร้อยละ 100) SLIM BV เป็นบริษัทย่อยของ SA ที่ SA ถือหุ้นอยู่ในอัตราร้อยละ 100 โดยจะมีผลบังคับนับแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 ทั้งนี้ข้อความและเงื่อนไขอื่นที่ระบุในสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิยังคงเดิมไม่เปลี่ยนแปลง โดย SLIM SG จะรับโอนผลประโยชน์ สิทธิต่างๆ หน้าที่และภาระผูกพันภายใต้สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิจาก SLIM BV โดยจะมีผลบังคับนับแต่วันที่ 1 มกราคม 2563

3. การบริหารความเสี่ยง

ค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับสกุลเงินต่างประเทศซึ่งเป็นปัจจัยที่น่าเป็นห่วงในบางธุรกิจ ส่งผลให้การท่องเที่ยวที่อยู่ในประเทศไทยจำเป็นต้องใช้เงินเพิ่มมากขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับปีก่อน เพื่อป้องกันการขาดทุนจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน โรงแรมสงวนสิทธิ์ในการแปลงค่าเงินจากการชำระเงินด้วยสกุลเงินต่าง ๆ เป็นสกุลเงินบาท ในขณะที่คู่สัญญาจะต้องขอใช้ความเสียหายให้แก่โรงแรมต่อผลขาดทุนที่เกิดจากการแปลงค่าเงิน

โรงแรมแสงกรี-ลา กรุงเทพฯ และ โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่ได้ทำประกันคุ้มครองความรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอกกับบริษัทประกันภัยที่มีชื่อเสียงโดยคุ้มครองความเสียหายที่เกิดจากอุบัติเหตุ รวมทั้งประกันการเจ็บป่วยของแขกอันอาจเกิดขึ้นเนื่องจากอาหารและเครื่องดื่มและการให้บริการของโรงแรมด้วย นอกจากนี้บริษัทยังได้ทำประกันคุ้มครองความเสี่ยงทุกประเภทโดยครอบคลุมอัคคีภัย 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

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 2562 เท่ากับ 385.95 ล้านบาท

ที่ดินที่ถนนสุขุมวิท (ซอยทองหล่อ) จำนวน 23 แปลง เนื้อที่ 657.50 ตารางวา ตั้งอยู่ที่ซอยสุขุมวิท 55 (ซอยทองหล่อ) ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร บริษัทเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในที่ดินที่ยึดสามแปลงนี้ มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 เท่ากับ 1,883.06 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 2562 เท่ากับ 348.84 ล้านบาท บริษัทเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในอาคารทั้งหมดนี้

3. เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์ในการดำเนินงาน มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 เท่ากับ 139.78 ล้านบาท

4. เครื่องจักรและอุปกรณ์อาคาร มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 เท่ากับ 168.82 ล้านบาท

ที่ดิน อาคาร และเครื่องตกแต่งและอุปกรณ์ดังกล่าวข้างต้นไม่ได้ใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันภาระหนี้สินใดๆ ทั้งสิ้น

- สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ประกอบด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ มีมูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 เท่ากับ 3.26 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 2562 เท่ากับ 107.56 ล้านบาท

2. อาคารโรงแรม ตั้งอยู่บนที่ดินเนื้อที่ 17 ไร่ 2 งาน 5.3 ตารางวา มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 เท่ากับ 485.56 ล้านบาท บริษัทเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในอาคารทั้งหมดนี้

3. เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์ในการดำเนินงาน มีมูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 เท่ากับ 50.68 ล้านบาท

4. เครื่องจักรและอุปกรณ์อาคาร มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 เท่ากับ 4.43 ล้านบาท

ที่ดิน อาคาร และเครื่องตกแต่งและอุปกรณ์ดังกล่าวข้างต้นไม่ได้ใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันภาระหนี้สินใดๆ ทั้งสิ้น

- สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ประกอบด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ มีมูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 เท่ากับ 3.60 ล้านบาท

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่เป็นสาระสำคัญ นอกเหนือจากคดีความเกี่ยวกับลูกหนี้จำนวนเล็กน้อย

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