

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 โดยมีลานจอดรถเฮลิคอปเตอร์อยู่บนชั้น 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 ซึ่งการก่อสร้างอาคาร โรงแรมหลังใหม่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน โดยได้รับสิทธิพิเศษยกเว้นอากรขาเข้าและหรือภาษีการค้าครึ่งหนึ่งสำหรับเครื่องจักรที่นำเข้า อาคารโรงแรมหลังใหม่ได้เปิดดำเนินการเมื่อเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2534

ในปี พ.ศ. 2531 บริษัทได้ซื้อที่ดินที่เชียงใหม่ซึ่งตั้งอยู่ที่ดินน้างคลาน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เนื้อที่ 17 ไร่ 1 งาน 69 3/10 วา เพื่อสร้างโรงแรมระดับ 5 ดาวขึ้นอีกหนึ่งแห่ง แต่ภายหลังจากซื้อที่ดินแล้ว ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมไม่เอื้ออำนวยและได้เกิดวิกฤตเศรษฐกิจหลายครั้ง ทำให้บริษัทระงับโครงการก่อสร้างโรงแรมที่

เชียงใหม่ไว้ก่อน ต่อมาในปลายปี 2546 บริษัทเห็นว่ารัฐบาลมีนโยบายที่แน่นอนในอันที่จะพัฒนาส่งเสริมให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการบินในเอเชียอาคเนย์อีกทั้งมีโครงการพัฒนาเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางการประชุมนานาชาติด้วย บริษัทจึงได้เริ่มโครงการก่อสร้างโรงแรมแชนกรี-ลา เชียงใหม่ขึ้น โดยโครงการดังกล่าวได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนโดยได้รับการส่งเสริมให้ได้สิทธิในการนำคนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการเข้ามาในราชอาณาจักร

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

ในเดือนมกราคม 2563 บริษัทได้ซื้อที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างจำนวน 1 แปลง เนื้อที่ 48 ตารางวา ซึ่งตั้งอยู่ที่ถนนสุขุมวิท 57 แขวงพระโขนง (ที่ 11 พระโขนงฝั่งเหนือ) เป็นจำนวนเงิน 150 ล้านบาท ซึ่งที่ดินแปลงดังกล่าวอยู่ติดกับที่ดินอีก 23 แปลง ซึ่งตั้งอยู่ที่ถนนสุขุมวิท 55 (ซอยทองหล่อ) ที่บริษัทได้ซื้อไว้เมื่อปี 2562 เพื่อวางแผนที่จะใช้ที่ดินทั้ง 24 แปลงนี้เป็นที่ตั้งของโรงแรมสี่ดาวแห่งใหม่ของบริษัทภายใต้ชื่อการค้าว่า "Hotel Jen" ("โรงแรมแห่งใหม่") อย่างไรก็ตาม แผนการของบริษัทเกี่ยวกับโรงแรมแห่งใหม่ อาจมีการเปลี่ยนแปลง โดยขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย รวมถึงภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรค COVID-19 หากบริษัทจะพิจารณาอนุมัติการพัฒนาโรงแรมแห่งใหม่ บริษัทจะนำมูลค่าการซื้อที่ดินในครั้งนั้มา รวมคำนวณกับมูลค่าโครงการก่อสร้างโรงแรมใหม่เพื่อคำนวณขนาดของรายการอีกครั้ง และดำเนินการเกี่ยวกับการขออนุมัติและเปิดเผยข้อมูลต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยตามที่กฎหมาย และกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องต่อไป

ในเดือนเมษายน 2563 บริษัทได้เปิดให้บริการเป็นการชั่วคราวสำหรับโรงแรมทั้งสองแห่ง คือ โรงแรมแชนกรี-ลา กรุงเทพฯ และโรงแรมแชนกรี-ลา เชียงใหม่ อันเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 และเพื่อเป็นการสนองนโยบายของรัฐบาลเรื่องมาตรการในการป้องกัน เพื่อลดโอกาสการแพร่ระบาดของโรคในสถานที่ต่างๆ และทั้งสองโรงแรมได้กลับมาให้บริการบางส่วนเมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 เริ่มคลี่คลายในเดือนมิถุนายน 2563 และเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ

เมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2563 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ได้มีมติอนุมัติการแต่งตั้งนางสาวณัฏฐ์ ตันสวัสดิ์ให้ดำรงตำแหน่งเลขานุการบริษัท แทนนางภาวิณี มินสุขที่ขอลาออก โดยให้มีผลบังคับทันที ทั้งนี้ นางภาวิณี มินสุข ยังคงดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท

นอกจากนี้ ที่ประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2563 เมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2563 ได้มีมติอนุมัติการแต่งตั้งนายช.นันท์ เพ็ชร์ไพศิษฐ์ ให้ดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระของบริษัทเพิ่มขึ้นอีก 1 ท่าน

จากการแต่งตั้งกรรมการอิสระเพิ่มเติมดังกล่าว คณะกรรมการของบริษัทจะประกอบด้วย กรรมการจำนวน 13 ท่าน ซึ่งเป็นกรรมการอิสระ 5 ท่าน รายนามของคณะกรรมการมีดังนี้

1. นายพงศ์ สารสิน (ประธานกรรมการและกรรมการอิสระ)
2. นายสุวัฒน์ อัยภูธร (รองประธานกรรมการ)
3. นายมาริช ภัคศิริวิวัฒน์ (รองประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการ)
4. นางค็อก ออน ควอง
5. นายชาน คง เลียง
6. นางชนิดา อัยภูธร
7. นายสมเกียรติ อัยภูธร
8. นายสุรินทร์ อัยภูธร
9. นางภาวิณี มินสุข
10. นายโกวิทช์ โปษยานนท์ (กรรมการอิสระ)
11. นายไชยวัฒน์ บุญนาค (กรรมการอิสระ)
12. นายเกล็ดชัย เบญจอาทรศิริกุล (กรรมการอิสระ)
13. นายช.นันท เพ็ชฌุไพศิษฐ์ (กรรมการอิสระ)

หมายเหตุ: นายพงศ์ สารสิน (ประธานกรรมการและกรรมการอิสระ) ถึงแก่อนิจกรรมวันที่ 03/02/2564

- ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท บริษัทย่อยและบริษัทร่วม

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

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

บริษัทมีบริษัทย่อย 1 แห่ง คือ บริษัท วัฒนธานี จำกัด (“วัฒนธานี”) จัดทะเบียนจัดตั้งในประเทศไทย 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 ไม่ได้ดำเนินธุรกิจ

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

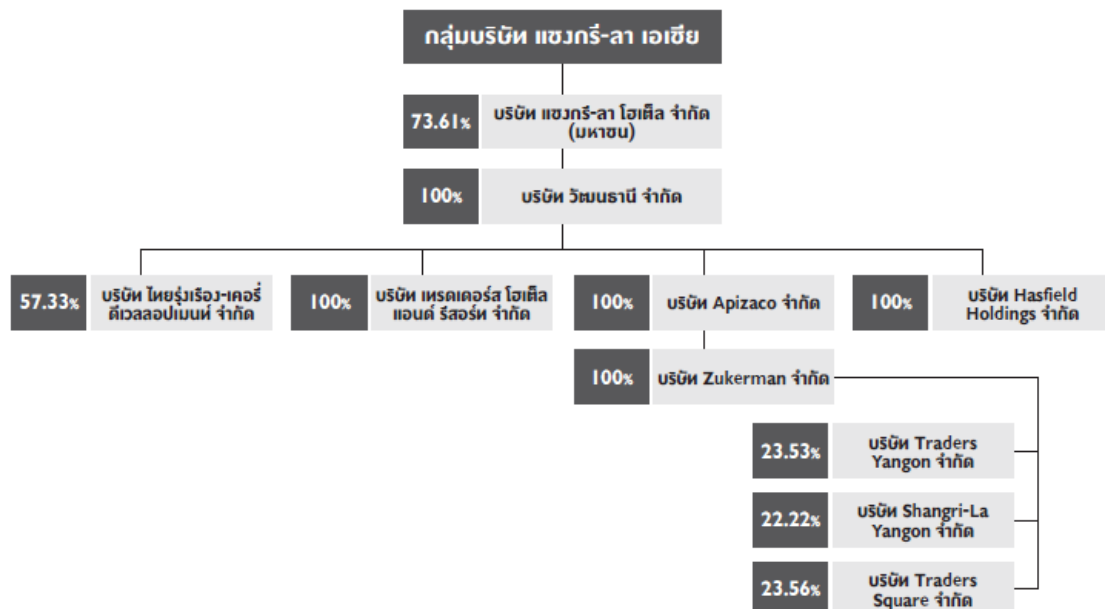
4) บริษัท เทคเดอร์ส โฮเต็ล แอนด์ รีสอร์ท จำกัด (ถือหุ้นโดยวัฒนธานีในอัตราร้อยละ 100) เป็นบริษัทจดทะเบียนจัดตั้งในประเทศไทยและไม่ได้ดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน

ธุรกิจหลักของบริษัทร่วม ทั้ง 3 แห่ง มีดังนี้

1) บริษัท Traders Yangon จำกัด ประกอบกิจการโรงแรม Sule Shangri-La ซึ่งเป็นโรงแรมสากลระดับห้าดาว ในเมืองย่างกุ้ง ประเทศเมียนมาร์ เพื่อให้บริการที่พักอาศัย 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 ประเทศเมียนมาร์ 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 ประเทศเมียนมาร์ โครงการได้เริ่มก่อสร้างเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2557 และเปิดให้บริการแล้วในวันที่ 1 ธันวาคม 2559 โครงการประกอบด้วยพื้นที่ให้เช่าศูนย์การค้าและสำนักงาน

-โครงสร้างการถือหุ้น

บริษัท	ทุนที่ออกจำหน่ายและเรียกชำระแล้ว	ประเภทธุรกิจ
1. บริษัท วัฒนาธานี 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 เทรคเดอร์ส 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 ไรด์, แควร์รี่เบย์, ซ่งกง โทรศัพท์ : (852) 2525 7211	206.46 ล้านเหรียญฮ่องกง	ลงทุนในบริษัทอื่น
5. บริษัท Hasfield Holdings จำกัด เลขที่ 1 กิมเส็ง พร้อมเมานด์, เกรทเวลด์ ซิตี #06-02, สิงคโปร์ โทรศัพท์ : (65) 6733 3600	34.22 ล้านเหรียญสิงคโปร์	ไม่ได้ประกอบกิจการ
6. บริษัท Zukerman จำกัด เลขที่ 683 เคอร์รี่ เซ็นเตอร์, ชั้น 28, คิงส์ ไรด์, แควร์รี่เบย์, ซ่งกง โทรศัพท์ : (852) 2525 7211	1 เหรียญสหรัฐ	ลงทุนในบริษัทอื่น

บริษัท	ทุนที่ออกจำหน่ายและเรียกชำระแล้ว	ประเภทธุรกิจ
7. บริษัท Traders Yangon จำกัด เลขที่ 223 ซูเล พาโกดา โรด, ยางกอน, เมียนมาร์ โทรศัพท์ : (951) 242828	21.60 ล้านบาท	ธุรกิจโรงแรม
8. บริษัท Shangri-La Yangon จำกัด เลขที่ 223 ซูเล พาโกดา โรด, ยางกอน, เมียนมาร์ โทรศัพท์ : (951) 242828	11.88 ล้านบาท	เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์
9. บริษัท Traders Square จำกัด เลขที่ 223 ซูเล พาโกดา โรด, ยางกอน, เมียนมาร์ โทรศัพท์ : (951) 242828	0.52 ล้านบาท	ให้เช่าพื้นที่ศูนย์การค้า และสำนักงาน

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

- โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทร่วมที่ประกอบธุรกิจประเภทเดียวกัน

ธุรกิจหลัก	ประกอบกิจการโดย	ส่วนได้เสีย (%)	2563		2562		2561	
			รายได้		รายได้		รายได้	
			ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
โรงแรมและ ห้องอาหาร	บริษัท แวงกรี-ลา โฮเต็ล จำกัด (มหาชน) :-							
	1) โรงแรมแวงกรี-ลา กรุงเทพฯ	100%						
	- รายได้ค่าห้องพัก		233.23	15.38	1,139.57	30.30	1,125.39	28.89
	- รายได้ค่าอาหารและเครื่องดื่ม		197.94	13.05	755.34	20.09	770.99	19.80
	- รายได้จากแผนกอื่นๆ		73.81	4.87	120.79	3.21	114.92	2.95
	- รายได้อื่นๆ		24.62	1.62	54.56	1.45	68.86	1.77
	รายได้รวม – โรงแรมแวงกรี-ลา กรุงเทพฯ		529.60	34.92	2,070.26	55.05	2,080.16	53.41
	2) โรงแรมแวงกรี-ลา เชียงใหม่	100%						
	- รายได้ค่าห้องพัก		81.45	5.37	308.34	8.20	347.28	8.92
	- รายได้ค่าอาหารและเครื่องดื่ม		57.28	3.78	158.43	4.22	164.87	4.23
	- รายได้จากแผนกอื่นๆ		7.94	0.52	20.79	0.55	22.64	0.58
	- รายได้อื่นๆ		2.09	0.14	4.25	0.11	4.61	0.12
	รายได้รวม – โรงแรมแวงกรี-ลา เชียงใหม่		148.76	9.81	491.81	13.08	539.40	13.85
	บริษัท Traders Yangon จำกัด	23.53%						
	- โรงแรมซูล แวงกรี-ลา							
	- รายได้ค่าห้องพัก		74.87	4.94	234.90	6.25	275.45	7.07
	- รายได้ค่าอาหารและเครื่องดื่ม		48.13	3.17	162.26	4.31	196.51	5.05
	- รายได้จากแผนกอื่นๆ		15.67	1.03	38.72	1.03	43.50	1.12
	- รายได้อื่นๆ		0.59	0.04	0.43	0.01	2.83	0.07
	รายได้รวม – โรงแรมซูล แวงกรี-ลา		139.26	9.18	436.31	11.60	518.29	13.31
	บริษัท Shangri-La Yangon จำกัด	22.22%						
	- แวงกรี-ลา เรสซิเดนส์ ย่างกุ้ง							
	- รายได้ค่าห้องพักเช่าอพาร์ทเมนต์		359.13	23.68	423.56	11.26	495.96	12.73
	- รายได้ค่าอาหารและเครื่องดื่ม		2.21	0.15	2.84	0.08	3.65	0.09
	- รายได้อื่นๆ		4.01	0.26	4.54	0.12	5.72	0.15
	รายได้รวม - แวงกรี-ลา เรสซิเดนส์ ย่างกุ้ง		365.35	24.09	430.94	11.46	505.33	12.97
	บริษัท Traders Square จำกัด	23.56%						
	- ซูล สแควร์มอลล์และออฟฟิศ ย่างกุ้ง							
	- รายได้ค่าเช่า		287.44	18.95	282.40	7.51	215.66	5.54
	- รายได้อื่นๆ		46.24	3.05	49.09	1.30	35.93	0.92
	รายได้รวม - ซูล สแควร์ มอลล์และออฟฟิศ ย่างกุ้ง		333.68	22.00	331.49	8.81	251.59	6.46
	รายได้รวมทั้งหมด		1,516.65	100.00	3,760.81	100.00	3,894.77	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 ประเทศเมียนมาร์ 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 ประเทศเมียนมาร์โครงการได้เริ่มก่อสร้างเมื่อวันที่ 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 802 ห้อง และเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์จำนวน 24 ห้อง มีห้องอาหารและบาร์ให้บริการอาหารไทย จีน อิตาลี และนานาชาติรวม 9 แห่ง มีห้องจัดประชุม สัมมนาและจัดเลี้ยง จำนวน 24 ห้อง รวมถึงห้องแกรนด์บอลรูมที่มีพื้นที่หน้าห้องอันกว้างขวาง สามารถจุคนได้ถึง 1,600 คน เพียบพร้อมด้วยโสตทัศนูปกรณ์อันทันสมัย เหมาะสำหรับการจัดประชุม สัมมนาและการจัดเลี้ยง และยังมีศูนย์บริการธุรกิจที่พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกอันทันสมัย มีศูนย์สุขภาพซึ่งครบครันด้วยอุปกรณ์กีฬานานาชนิด สระว่ายน้ำกลางแจ้ง เซาว์น่า จากุซซี่ รวมถึงบริการนวดเพื่อสุขภาพด้วย นอกจากนี้ยังมีสปาที่เปิดให้บริการตั้งแต่ปี 2547 ซึ่งเป็นสปาระดับแนวหน้าแห่งหนึ่งของประเทศไทย และได้รับการตอบรับอย่างดีจากลูกค้า

อัตราการเข้าพักเฉลี่ยและอัตราค่าห้องพักเฉลี่ย ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา มีดังนี้ คือ

ปี	2563	2562	2561
อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (%)	15.3	71.9	71.1
อัตราค่าห้องพักเฉลี่ย (บาท)	5,113	5,397	5,395

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	2563	2562	2561
อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (%)	22.7	67.0	70.1
อัตราค่าห้องพักเฉลี่ย (บาท)	3,531	4,541	4,895

- การตลาดและภาวะการแข่งขัน

โรงแรมแสงกรี-ลา กรุงเทพฯ

ธุรกิจโรงแรมเป็นหนึ่งในภาคส่วนที่สร้างรายได้สำคัญให้กับประเทศไทยโดยมีส่วนกว่าร้อยละ 28 ของรายได้ทั้งหมดจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปี 2562 สูงถึงกว่า 2.02 ล้านล้านบาทแม้ว่าจะมีปัจจัยลบต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นประมาณร้อยละ 7 กระนั้นจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวไทยในปี 2562 ยังคงเติบโตแม้ว่าจะต่ำกว่าที่คาดไว้เล็กน้อยก็ตาม

ในช่วงสองสัปดาห์แรกของปี 2563 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาประเทศไทยในเดือนมกราคม เพิ่มขึ้นเล็กน้อย เพียงร้อยละ 2.5 แต่ต่อมาการแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งแพร่กระจายไปทั่วโลกในช่วงปลายเดือนมกราคมได้สร้างผลกระทบอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อนต่อเศรษฐกิจโลกและสร้างความเสียหายต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมาก ทุกภูมิภาคประสบความยากลำบากอย่างมากเนื่องจากผู้โดยสารระหว่างประเทศลดลงอย่างกะทันหันถึงร้อยละ 22 ระหว่างเดือนมกราคมถึงมีนาคม ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลง 67 ล้านคนอ้างอิงจากข้อมูลขององค์การการท่องเที่ยวโลก ทั้งนี้ ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกประสบกับการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุดและเริ่มลดลงก่อนหน้านี้ด้วยการจำกัดการเดินทางในประเทศจีน

จากเดิมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) คาดว่าในปี 2563 จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศได้ 40.8 ล้านคนและจะมีคนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศอีก 172 ล้านคน อย่างไรก็ตามการแพร่ระบาดและการปิดพื้นที่เพื่อสกัดการระบาดของโรคโควิด-19 ที่ยาวนานหลายเดือนทำให้สถานการณ์ไม่เป็นไปตามที่คาด สิ้นปี 2563 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมายังประเทศไทยเพียง 6.7 ล้านคนซึ่งเกือบทั้งหมดเดินทางเข้ามา ก่อนกลางเดือนมีนาคม รายได้จากการท่องเที่ยวโดยรวมในปี 2563 จึงแตกต่างจากที่คาดการณ์ไว้อย่างมาก โดยมียอดรวมเพียง 8.3 แสนล้านบาท โดย 3.3 แสนล้านบาทมาจากนักท่องเที่ยวต่างชาติและ 5 แสนล้านบาทจากนักท่องเที่ยวในประเทศ อัตราการเข้าพักทั่วประเทศในไตรมาส 1 ของปี 2563 ลดลงเหลือร้อยละ 51.50 หรือลดลงร้อยละ 27.11 เมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ของปี 2562 ที่ร้อยละ 78.62 แม้ว่าจะอยู่ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวของประเทศไทยก็ตาม โรงแรมทั่วประเทศต้องปิดตัวลงอย่างเลี่ยงไม่ได้หรือลดการดำเนินการลงเนื่องจากไม่สามารถแบกรับภาระค่าใช้จ่ายจากวิกฤตได้รวมทั้งการประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินตามพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน (พ.ร.ก. ฉุกเฉิน) ตั้งแต่วันที่ 26 มีนาคม 2563 เป็นต้นมา

ในระดับมหภาค เศรษฐกิจโลกคาดว่าจะหดตัวร้อยละ 4.9 ในปี 2563 ซึ่งเป็นผลกระทบรุนแรงที่สุดต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ของโลกนับตั้งแต่ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำครั้งใหญ่ในปี 2472 ตามรายงานของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) นอกจากนี้การคาดการณ์การเติบโตของ GDP ของไทยยังได้รับการปรับลดลงเป็นร้อยละ -7.3 เนื่องจากเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงอย่างรวดเร็วและระดับการลงทุนภาคเอกชนที่ลดลง ภาคการท่องเที่ยวและนันทนาการ ธุรกิจภาคสื่อและสิ่งพิมพ์ และขนส่งได้รับผลกระทบหนักที่สุด

จากมุมมองของตลาดในประเทศ อัตราการบริโภคของภาคเอกชนที่ลดลงไม่เพียงสะท้อนให้เห็นถึงการใช้จ่ายที่ลดลงจำนวนมาก เนื่องจากต้องเว้นระยะห่างเพื่อความปลอดภัยและการปิดพื้นที่เพื่อสกัดการแพร่ระบาด แต่ยังรวมถึงการประหยัดที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก ถึงแม้ว่าจะได้รับการชดเชยบางส่วนจากนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐก็ตาม การท่องเที่ยวในประเทศนั้น แม้จะเริ่มฟื้นตัวตั้งแต่เดือนเมษายนเป็นต้นมา แต่รายรับก็เหลือเพียงครึ่งหนึ่งของปี 2562 เพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจของประเทศไทยรัฐบาลได้ดำเนินมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจขนาดใหญ่สำหรับภาคธุรกิจต่างๆและภาคการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นภาคส่วนที่สำคัญที่สร้างรายได้ให้เศรษฐกิจของประเทศไทย และพร้อมที่จะใช้เครื่องมือเพิ่มเติมหากจำเป็น หลังจากประสบความสำเร็จในการควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด -19 และออกแผนการกระตุ้นเศรษฐกิจโดยออกแคมเปญ 'เราเที่ยวด้วยกัน' เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศจำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างมาก จากข้อมูลที่จัดทำโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จำนวนผู้เดินทางภายในประเทศในไตรมาส 3 ของปี 2563 เฉลี่ยอยู่ที่ 24.3 ล้านคนต่อเที่ยวซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญจากการเดินทางท่องเที่ยว 3.9 ล้านคนต่อเที่ยวจากไตรมาส 2 ของปี 2563

คาดว่าในปี 2564 ความท้าทายในด้านต่างๆ ยังคงมีอยู่ รวมถึงการแพร่ระบาดของเชื้อโควิดที่ยังคงมีอย่างต่อเนื่อง การหดตัวของเศรษฐกิจโลก การจำกัดระยะห่างเพื่อความปลอดภัย การชะลอการใช้จ่ายภายในประเทศ และความเชื่อมั่นต่อการเดินทาง การฟื้นตัวนี้ยังขึ้นอยู่กับกรณีวัคซีนให้แก่ประชาชนได้จำนวนมาก ซึ่งพร้อมจะให้บริการในครั้งแรกของปี 2564 ในกลุ่มประเทศเศรษฐกิจหลัก เช่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่นและจีนจะได้รับวัคซีนก่อน จากนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรมจะเริ่มฟื้นตัวในช่วงครึ่งหลังของปี 2564 ซึ่งจะเปิดโอกาสให้มีการท่องเที่ยวระหว่างประเทศและการส่งออกมากขึ้น อีกทั้งภาพลักษณ์ที่ดีของระบบสาธารณสุขของประเทศไทยและการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาที่ประสบความสำเร็จก็จะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น

นักท่องเที่ยวจากประเทศจีนซึ่งคิดเป็นประมาณ 10 ล้านคนหรือร้อยละ 25 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยในปี 2562 ยังจะไม่เดินทางมาประเทศไทยในช่วงเวลาอันใกล้นี้ トラบเท่าที่ยังไม่มีการพิสูจน์การฉีดวัคซีนที่ตรวจสอบได้ ขณะที่นักท่องเที่ยวจากยุโรปน่าจะทยอยเดินทางเข้ามาในช่วงฤดูร้อนในช่วงเดือนกรกฎาคมและสิงหาคม 2564 ก่อนที่จะกลับเข้มาร้อยละห้าในปลายปี

ททท. คาดว่าจะเริ่มมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางเข้ามาในประเทศไทยในไตรมาส 2 ของปี 2564 หรือไตรมาส 3 ของปี 2564 ที่คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวจากประเทศในทวีปอื่นๆที่จะเดินทางในช่วงฤดูร้อนจากประเทศที่อยู่ห่างไกลเนื่องจากเป็นช่วงฤดูร้อน ททท.ยังคาดการณ์อีกว่าสถานการณ์จะมีทิศทางที่ดี โดยที่จะมี

นักท่องเที่ยวในประเทศ 120 ล้านคนและนักท่องเที่ยวต่างชาติ 10 ล้านคนในปี 2564 โดยจะทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 44.6 เป็น 1.3 ล้านล้านบาท ซึ่งรายได้ที่มาจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ น่าจะมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 38.4 หรือ 5 แสนล้านบาทเท่านั้น

โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่

ธุรกิจในปีนี้เป็นยุคชะงักสืบเนื่องมาจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ส่งผลกระทบต่อรายได้โดยรวมของโรงแรมเริ่มตั้งแต่วันที่ 26 มกราคม 2563 เป็นต้นมา ผลกระทบเริ่มจากการยกเลิกการเดินทางภายหลังจากรัฐบาลจีนประกาศมาตรการการจำกัดการเดินทางระหว่างประเทศของประชาชนซึ่งมีผลทันทีนับจากเทศกาลตรุษจีน ต่อมาเกิดการหยุดชะงักอีกครั้งปลายเดือนพฤศจิกายนจากการระบาดของโรค COVID-19 ระลอกใหม่ในจังหวัดเชียงรายซึ่งส่งผลโดยตรงไปยังจังหวัดเชียงใหม่และทำให้เกิดการชะลอการจองห้องพักในเดือนธันวาคม ประมาณการรายได้ที่สูญเสียทั้งปีจากการยกเลิกการจองคิดเป็นจำนวน 54.7 ล้านบาททั้งที่จองเป็นรายบุคคลและเป็นกลุ่มลูกค้าที่จัดประชุม การระบาดของไวรัสทำให้รัฐบาลประกาศภาวะฉุกเฉินและประกาศมาตรการการจำกัดการเดินทางระหว่างประเทศเป็นเวลาชั่วคราว ทำให้โรงแรมได้พิจารณาขออนุญาตปิดบริการชั่วคราวในช่วงเดือนเมษายนและพฤษภาคม และโรงแรมได้เริ่มเปิดบริการใหม่ในวันที่ 1 มิถุนายนโดยเน้นการตลาดเชิงรุกในกลุ่มนักท่องเที่ยวไทยทั้งที่เดินทางรายบุคคลและเดินทางกลุ่มและสัมมนาซึ่งทำให้ตลาดคนไทยเติบโตขึ้นคิดเป็นร้อยละ 3 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา ทางโรงแรมเน้นย้ำเรื่องของสุขอนามัยและการรักษาระยะห่างกับลูกค้าที่มาใช้บริการและทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการมาใช้บริการด้วยการโปรโมทแสงกรี-ลาแอนด์ โครงการ Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA) ที่จัดทำโดยททท. ร่วมกับกระทรวงสาธารณสุข และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทางโรงแรมแสงกรี-ลาเชียงใหม่ได้รับการรับรองมาตรฐานความสะอาดจาก บูโร เวอร์ิทัส (BV) นอกเหนือจากนั้นเรื่องความสะอาดของโรงแรมแล้วทางโรงแรมยังได้เข้าร่วมในทุกโครงการที่รัฐบาลสนับสนุนต่อการท่องเที่ยวทั้งประเภทเดินทางรายบุคคลและเดินทางแบบกลุ่มประชุม โดยโครงการรัฐบาลที่มียอดจองสูงและสร้างรายได้มากที่สุดคือโครงการเราเที่ยวด้วยกัน นอกจากนี้โรงแรมยังดำเนินการส่งเสริมการขาย “Flash Sales” มากมายเพื่อกระตุ้นการจองห้องพักถึง 1,500 คืน การใช้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม 700 คนและการใช้บริการด้านการนวดสปา 850 รายและรายได้ทั้งปีจากการส่งเสริมการขาย “Flash Sales” คิดเป็นรายได้ทั้งสิ้น 6.6 ล้านบาท

เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับผู้ประกอบการ MICE เพื่อรับมือกับการระบาดของโรค COVID-19 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ได้จัดทำโครงการขึ้นมาสองโครงการด้วยกันในการช่วยเหลือผู้ประกอบการดังนี้

โครงการแรกที่เรียกว่า “Virtual Meeting Space” (VMS) จะช่วยให้ผู้ประกอบการ MICE ดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจออนไลน์และเพิ่มทักษะให้กับพนักงานผ่านแพลตฟอร์มเสมือนจริง โครงการที่สองเรียกว่า “วิธีง่ายๆในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ในการประชุมและงานอีเวนต์ของคุณ” ให้แรงจูงใจแก่เจ้าของสถานที่และผู้ประกอบการ MICE ในการยกระดับมาตรฐานด้านความปลอดภัยและสุขภาพ สสปน. จะมอบเงินช่วยเหลือสำหรับสถานที่จัดงาน MICE แห่งละ 30,000 บาทเพื่อกำหนดและดำเนินมาตรการคัดกรองและ

ป้องกันโรค COVID-19 ตามที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด โรงแรมแชนกรี-ลาเชียงใหม่ได้เข้าร่วมและนำโปรแกรมนี้ไปใช้กับลูกค้าธุรกิจ MICE

ททท.ได้ออกมาตรการอุดหนุนการท่องเที่ยวภายในประเทศจำนวนมากเพื่อรับมือกับการระบาดของโรค COVID-19 แคมเปญกระตุ้นเศรษฐกิจมูลค่า 22,400 ล้านบาทที่เรียกว่า “โครงการเราเที่ยวด้วยกัน” เริ่มตั้งแต่วันที่ 18 กรกฎาคม 2563 แต่ ณ วันที่ 5 กันยายน 2563 มีผู้ลงทะเบียนเพียง 851,321 คนเท่านั้นที่จองห้องพักในโรงแรมผ่านสิทธิพิเศษนี้โดยมีธุรกรรมรวมมูลค่า 2.5 พันล้าน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงครั้งใหญ่อีกครั้งแม้ว่าจะสร้างรายได้ 3 พันล้านบาทให้กับภาคธุรกิจในท้องถิ่นเนื่องจากมีผู้ใช้บริการเพียงร้อยละ 17 จากผู้ลงทะเบียน 5.05 ล้านคนในช่วงสองเดือน

การใช้จ่ายโดยใช้ e-voucher มูลค่า 600 บาท และ 900 บาท ที่แนบมาโดยอัตโนมัติเมื่อลงทะเบียนเข้าพักในช่วงวันธรรมดาและวันหยุดสุดสัปดาห์ตามลำดับ ช่วยกระจายรายได้ ให้กับผู้ประกอบการท้องถิ่นถึง 388 ล้านบาท เงินอุดหนุนของสายการบินรายงานว่ามียอดการแลกตั๋วต่ำสุดโดยมีธุรกรรมรวม 23.6 ล้านบาทจากการซื้อตั๋ว 8,703 ใบ ผู้ใช้ไม่สามารถจองตั๋วที่มีส่วนลดได้โดยตรง แต่จะได้รับเงินช่วยเหลือร้อยละ 40 แทนหลังจากการเดินทางเสร็จสิ้น

โครงการนี้มีธุรกรรมโดยเฉลี่ย 17,026 รายการต่อวัน แต่การจองดังกล่าวมีจำนวนเพียง 4,014 โรงแรมจาก 7,130 แห่งในโครงการนี้ โดยมีการกระจุกตัวที่จุดหมายปลายทางยอดนิยม ได้แก่ ชลบุรี ภูเก็ต ประจวบคีรีขันธ์ เชียงใหม่และกรุงเทพฯ

ททท. จะขยายอายุของโครงการไปจนถึงเดือนธันวาคมเพื่อขยายกรอบการจองสำหรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่ มีแผนที่จะปรับขั้นตอนการจองเพื่อแก้ไขตรงความต้องการโดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับการจองสายการบิน ดังที่กล่าวมาโรงแรมสร้างรายได้จากโปรแกรมนี้มากที่สุด 5.3 ล้านบาท

สถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจและการเมือง

รายงานถึงภาพรวมของเศรษฐกิจในภาคเหนือ ในเดือนพฤศจิกายน ปี 2563 เศรษฐกิจทยอยฟื้นตัวได้ต่อเนื่อง แต่การฟื้นตัวยังไม่ทั่วถึง ทั้งนี้ การบ่งชี้ว่ามีการเติบโตของเศรษฐกิจส่วนหนึ่งเป็นผลจากฐานต่ำในปีก่อนด้วย โดยเครื่องชี้การบริโภค ภาคเอกชนกลับมาขยายตัวจากผลของมาตรการภาครัฐและวันหยุดยาวพิเศษ เครื่องชี้การลงทุนภาคเอกชน กลับมาขยายตัวจากการลงทุนหมวดเครื่องจักรและอุปกรณ์ การใช้จ่ายภาครัฐขยายตัวจากทั้งรายจ่ายประจำ และรายจ่ายเพื่อการลงทุน อย่างไรก็ตาม ภาคการท่องเที่ยวยังหดตัวทางเศรษฐกิจโดยเป็นผลมาจากมาตรการจำกัดการเดินทางระหว่างประเทศที่ยังมีอยู่

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศหดตัวสูงต่อเนื่องจากระยะเดียวกันปีก่อน จากมาตรการจำกัด การเดินทางระหว่างประเทศของไทยที่ยังมีอยู่ แม้ในช่วงนี้มีนักท่องเที่ยวประเภทพิเศษ (Special Tourists Visa: STV) เดินทางเข้าไทย แต่ยังมีจำนวนไม่มาก

โรงแรมชูละ แสงกรี-ลา ย่างกุ้ง

โรงแรมยังคงครองความเป็นโรงแรมอันดับ 4 จาก 5 อันดับในด้าน Revenue Generation Index (“RGI”) โดยมี RGI อยู่ที่ 96 โดยสาเหตุหลักมาจากการแพร่ระบาดไปจนถึงช่องทางการจองที่ถูกปิดมานานกว่า 5 เดือนในปี 2563

ในปี 2563 อุปทานของโรงแรมในประเทศเมียนมาร์เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 หรือ 209 ห้องต่อวันที่ทำให้อุปทานของโรงแรมอยู่ที่ 5,581 ห้อง ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากโรงแรมซีเล็กซ์ โฮเต็ล ของเครือ Shwe Taung และการเปิดให้บริการอย่างเต็มรูปแบบของโรงแรมซูเปอร์ โฮเต็ล ที่ตั้งอยู่ที่ดิลาวา

ในปี 2564 อุปทานของโรงแรมคาดว่าจะเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 6 (หรือ 316 ห้องต่อวัน) ซึ่งคาดว่าจะเกิดจากการเปิดให้บริการอีกครั้งของโรงแรมโรสวูดซึ่งอยู่ใจกลางเมืองย่างกุ้งในช่วงไตรมาสที่ 3 และการเปิดให้บริการของโรงแรมโซฮาอินเตอร์เนชั่นแนลซึ่งอยู่ชานเมืองในไตรมาสที่ 2 ของปี 2564 (ที่ถูกเลื่อนการเปิดบริการจากปี 2563) ในขณะที่โรงแรมเชอราตัน ยังคงระงับแผนการเปิดให้บริการสำหรับช่วงเวลานี้ก่อน

มีการคาดการณ์ว่า ADR จะปรับฐานลงอีกเนื่องจากอุปทานของโรงแรมที่เพิ่มขึ้น ADR ของโรงแรมนับตั้งแต่ต้นปีจนถึงเดือนธันวาคมลดลงร้อยละ 14 เมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากอัตรา ADR ของธุรกิจโรงแรมที่เป็นสถานที่ในการกักกันโรคและธุรกิจ Staycation ต่ำกว่าปกติอยู่ที่อัตรา 87 เหรียญสหรัฐ เทียบกับปีก่อนอยู่ที่จำนวน 101 เหรียญสหรัฐ

โรงแรมที่เป็นคู่แข่งของโรงแรมชูละ แสงกรี-ลา ย่างกุ้ง ประกอบไปด้วย

- | | |
|---|------------|
| 1. โรงแรมพาร์ค รอยัล ย่างกุ้ง | (342 ห้อง) |
| 2. โรงแรมชาเทรียม โฮเต็ล รอยัล เลค ย่างกุ้ง | (300 ห้อง) |
| 3. โรงแรมแพน แปซิฟิก 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 359 คน และเด็ก 105 คน ซึ่งประกอบด้วย

ลูกค้าองค์กรที่ใช้บริการสูงสุดห้าอันดับแรก ได้แก่

อันดับ	องค์กร	จำนวนยูนิต
1.	Embassy of the United States of America	18
2.	Telenor Myanmar Ltd	14
3.	Sumitomo Corporation	10
4.	ENI Myanmar	8
5.	Coca-Cola	7

ลูกค้าแบ่งตามสัญชาติ ห้าอันดับแรก ได้แก่

อันดับ	สัญชาติ	จำนวนผู้เช่า
1.	ญี่ปุ่น	74
2.	อินเดีย	60
3.	อเมริกัน	42
4.	สิงคโปร์	23
5.	เกาหลี	20

คู่แข่งของแวงกรี-ลา เรสซิเดนส์ ย่านก๊วย 6 แห่ง มีดังนี้

		จำนวนยูนิต
Golden Hill	- เป็นคู่แข่งรายหลัก เจ้าของกิจการเป็นชาวญี่ปุ่น และตั้งอยู่ใจกลางเมือง	210
Lotte Serviced Apartments	- เป็นคู่แข่งสำคัญ ซึ่งเป็นกิจการของชาวเกาหลี	315
Mercure - Kaba Aye	- เป็นอพาร์ทเมนต์ระดับกลาง	183
Marina Residences	- เจ้าของกิจการเป็นชาวเมียนมาร์ และเป็นอพาร์ทเมนต์ระดับกลาง	128
Sakura	- เจ้าของกิจการเป็นชาวญี่ปุ่น และเป็นอพาร์ทเมนต์ระดับกลาง	262
Kantharyar Serviced Apartments	- เป็นอพาร์ทเมนต์ระดับกลาง	171

ศูนย์การค้าและสำนักงานให้เช่า ชูเล สแควร์ อย่างกุ้ง

บริษัท เทรคเดอร์ส สแควร์ จำกัด ดำเนินธุรกิจให้เช่าพื้นที่ศูนย์การค้าและสำนักงาน โดยใช้ชื่อทางการค้าคือ ชูเล สแควร์ เปิดดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2559 มีพื้นที่ให้เช่าสำหรับสำนักงาน 29,706 ตารางเมตร และเป็นพื้นที่สำหรับร้านค้าปลีก 5,375 ตารางเมตร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

ภาวะตลาดสำนักงานให้เช่า

เขตอย่างกุ้งประสบปัญหาผู้ติดเชื้อ COVID-19 จำนวนมากตั้งแต่เดือนกันยายนปี 2563 ส่งผลให้มีการขยายข้อจำกัดในการพักอาศัยอยู่ที่บ้านเป็นเวลานานมากขึ้น รวมถึงบริษัทต่างๆ มีการออกนโยบายให้พนักงานทำงานจากที่บ้าน และจำกัดจำนวนคนในการเข้าและออกสำนักงานในแต่ละวันเฉลี่ยเหลือประมาณ 150-250 คน

อุปสงค์

อุปสงค์ของสำนักงานให้เช่าลดลงเนื่องจากไม่มีบริษัทรายใหญ่เข้ามาลงทุนในเมียนมาร์ กลยุทธ์หลักของบริษัทในการรักษาอัตราใช้พื้นที่ในปัจจุบันให้คงอยู่คือการรักษาผู้เช่าที่มีอยู่ในช่วงที่มีการแพร่ระบาด ซึ่งสำนักงานในเมืองมีอัตราการใช้พื้นที่อยู่ที่ร้อยละ 60 ถึง ร้อยละ 65 และลดลงเนื่องจากอุปสงค์ที่ลดลงรวมถึงการเพิ่มขึ้นของอุปทานของสำนักงานให้เช่า

บริษัทขนาดเล็กและขนาดกลางจะมีความเสี่ยงมากที่สุดในช่วงการแพร่ระบาดนี้เนื่องจากไม่มีเงินสำรองเพียงพอที่จะรับมือกับการสูญเสียรายได้ ดังนั้นจึงต้องการลดค่าใช้จ่ายหรือย้ายที่อยู่ ด้วยสถานการณ์ที่ยืดเยื้อทำให้เกิดความกดดันมากขึ้นรวมถึงการแข่งขันในการเสนออัตราค่าเช่าที่ต่ำกว่าเพื่อดึงดูดใจลูกค้า โดยบริษัทต่างๆ ที่ต้องย้ายที่ตั้งหลักดันให้ผู้เช่าขออัตราค่าเช่าที่ลดลงหรือการผ่อนปรนจากสถานการณ์ COVID-19 อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงได้รับการยอมรับว่าเป็นสำนักงานชั้นนำเกรด A ในเขตอย่างกุ้ง

อุปทาน

ในช่วงต้นปี 2563 มีการเปิดทำการของอาคารสำนักงาน Maharland ซึ่งมีพื้นที่ให้เช่าสำนักงานประมาณ 8,180 ตารางเมตร เป็นอาคาร 5 ชั้นที่ได้พัฒนาโดยบริษัท Mottama Holdings Ltd. จากประเทศจีนโดยอาคารตั้งอยู่นอกเมืองในเขต Mayangone และคาดว่าจะมีการเพิ่มขึ้นของพื้นที่สำนักงานให้เช่าในปี 2563 แต่เนื่องด้วยการแพร่ระบาดของโรคทำให้ส่วนมากเปิดล่าช้า

สำนักงานที่จะเปิดให้บริการในปี 2564 และ 2565 เนื่องจากความล่าช้าในการก่อสร้าง มีดังนี้

ก) The Harbor Trade Tower (17,390 ตารางเมตร) ตั้งอยู่ในเขต Ahlone อยู่ห่างจากท่าเทียบเรือ Asia World Port Terminal

ข) M Tower (34,052 ตารางเมตร) ที่ตั้งอยู่ย่าน Hledan

ค) Fujita Okura tower (25,000 ตารางเมตร) อยู่ตรงข้ามกับ Prime Hill Office Tower ที่อยู่ไม่ห่างจากชูเล สแควร์ อย่างกุ้ง ที่ดึงดูดผู้เช่าคนญี่ปุ่น

ง) MahaNawarat office โดยเครือ Mottama (11,595 ตารางเมตร)

จ) Y Square โดย Y complex (21,833 ตารางเมตร)

การเช่า

ในขณะที่อัตราค่าเช่าโดยรวมของสำนักงานที่ตั้งอยู่ในเมืองปรับตัวลดลง อัตราค่าเช่าเฉลี่ยของบริษัทยังคงไม่เปลี่ยนแปลงมาก หากมองอัตราโดยรวมของทั้งปี 2562 และ ช่วงไตรมาสที่ 3 ปี 2563 อัตราค่าเช่ามีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจาก 31.40 เหรียญสหรัฐ เป็น 31.70 เหรียญสหรัฐ บริษัทรักษาผู้เช่าเดิมด้วยการทำสัญญาเช่าที่ยืดหยุ่นรวมทั้งอัตราค่าเช่าที่ยอมรับได้ทั้งสองฝ่าย

โดยคาดการณ์ว่าในปี 2564 อัตราค่าเช่าจะอยู่ที่ประมาณ 30 เหรียญสหรัฐต่อตารางเมตร

ภาวะตลาดสำหรับร้านค้าปลีกให้เช่า

อุปสงค์

ธุรกิจค้าปลีกเกือบทั้งหมดถูกสั่งให้ปิดเมื่อมีการแพร่ระบาดรอบสองของ COVID-19 ในเมืองย่างกุ้ง รัฐบาลเมืองย่างกุ้งยังคงออกคำสั่งให้ผู้อาศัยในเขตชุมชนอยู่กับบ้านและปิดเมืองทั้งหมดในวันที่ 20 กันยายน 2563 อย่างไรก็ตามรัฐบาลอนุญาตให้ธุรกิจที่มีความจำเป็นที่ต้องดำเนินการ เช่น ธนาคาร โทรคมนาคม สถานีบริการน้ำมัน และ ผู้จำหน่ายอาหาร ยังสามารถเปิดให้บริการอยู่ในขณะเดียวกันห้างสรรพสินค้าอย่าง เช่น Junction City, Myanmar Plaza, Taw Win Center และ St. John ประสบปัญหาไม่มีผู้คนเข้ามาใช้บริการ อีกทั้งร้านค้าปลีกบางแห่งได้ทำการยกเลิกสัญญาและปล่อยให้มีพื้นที่ว่างในห้างสรรพสินค้าทำให้อัตราการเช่าพื้นที่ลดลงประมาณร้อยละ 10 ถึงร้อยละ 15

อุปทาน

ห้างสรรพสินค้า Terminal M พื้นที่ใช้สอย 20,000 ตารางเมตรซึ่งจัดตั้งโดยเครือ Mottama เปิดดำเนินการล่าช้าเนื่องจากการหยุดชะงักในการรับวัสดุก่อสร้างทำให้ไม่สามารถเปิดดำเนินการในปี 2563 รวมถึงโครงการขนาดใหญ่อื่นๆที่จะเปิดให้บริการในอีกสองปีข้างหน้า อย่างเช่น ห้างสรรพสินค้า Inno City โดยบริษัท Inno Co., Ltd. พื้นที่ 7,000 ตารางเมตร และ ห้างสรรพสินค้า Yoma Central โดย Yoma Land พื้นที่ 27,000 ตารางเมตร และ Okura project พื้นที่ 5,000 ตารางเมตร โดย บริษัท Fujita ซึ่งอยู่ใกล้กับ ซูเล สเตอว์ ทั้งนี้สถานที่ก่อสร้างทั้งหมดเกิดความล่าช้าเนื่องจากข้อจำกัดที่รัฐบาลออกคำสั่งให้ประชาชนอยู่บ้านในเดือนกันยายน ต่อมาภายหลังการเลือกตั้งทั่วไปในเดือนพฤศจิกายน มีคำสั่งอนุญาตให้งานก่อสร้างกลับมาดำเนินงานตามปกติทำให้งานก่อสร้างอาคารมีความคืบหน้าอย่างเห็นได้ชัด และในส่วนของโครงการ Yoma จะถูกเลื่อนไปประมาณปลายปี 2564 หรือต้นปี 2565

อัตราการเช่าพื้นที่

ณ เดือนธันวาคม ปี 2563 อัตราการเช่าพื้นที่ของ ซูเล สเตอว์ คิดเป็นร้อยละ 89 ในขณะที่อัตราการเช่าที่คาดการณ์ไว้อยู่ที่ร้อยละ 100 โดยหากมองจากอัตราการเช่าเฉลี่ยโดยรวมทั้งเมืองจะลดลงอยู่ที่ประมาณร้อยละ 65 ถึง ร้อยละ 70

การเช่า

การเช่าในตลาดช่วงไตรมาสที่ 3 และ 4 ของปี 2563 แสดงถึงแนวโน้มที่ถดถอยลงเนื่องจากไม่มีความต้องการในการเช่าจากผลกระทบการแพร่ระบาดของโรค โดยค่าเช่าเฉลี่ยในเขตเมืองอยู่ที่ 25 เหรียญสหรัฐต่อตารางเมตร โดยห้างสรรพสินค้าเกือบทั้งหมดเสนอโครงการ “ผ่อนปรนค่าเช่า” (Rent Relief) เพื่อเป็นการช่วยเหลือผู้เช่า

สถานการณ์ทางเศรษฐกิจและการเมือง

การเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) ชะลอตัวเป็นร้อยละ 0.5 ในปี 2563 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2562 อยู่ที่ร้อยละ 6.8 โดยที่อัตราเงินเฟ้อของผู้บริโภคชาวเมียนมาร์ถูกคาดการณ์อยู่ที่ร้อยละ 7.5 ในปี 2563 โดยปรับตัวลดลงจากปี 2562 ที่คิดเป็นร้อยละ 8.5 ระดับการขาดดุลคาดว่าจะเกินเป้าหมายที่ร้อยละ 5 ของ GDP และอาจจะสูงถึงร้อยละ 7 ถึงร้อยละ 8 ของ GDP ในปี 2562/2563 และร้อยละ 9.6 ในปี 2563/2564 และร้อยละ 6.4 ในปี 2564/2565 (อ้างอิงข้อมูลจากธนาคารโลก)

ในขณะที่บริษัทต่างๆในทุกภาคส่วนได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรค COVID-19 ลักษณะและความรุนแรงของผลกระทบจากการระบาดของโรคจะแตกต่างกันอย่างมากในแต่ละภาคส่วน ในภาพรวมร้อยละ 16 ของบริษัททั้งหมดต้องปิดการดำเนินงานเป็นเวลานานถึง 8 สัปดาห์ระหว่างการแพร่ระบาด แต่สำหรับกลุ่มบริษัทที่ทำธุรกิจบริการจะสูงถึงร้อยละ 39 ตามด้วยกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิต ร้อยละ 12 และกลุ่มธุรกิจการเกษตร ร้อยละ 6 ที่ทำการปิดกิจการชั่วคราว ทั้งนี้ร้อยละ 89 ของกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตจะมียอดขายที่ลดลง เทียบกับกลุ่มธุรกิจการเกษตรที่คิดเป็นร้อยละ 75 (อ้างอิงข้อมูลผลสำรวจจาก World Bank Firm Survey)

การค้าขาย

ประเทศจีนกลายเป็นคู่ค้ารายใหญ่ที่สุดของเมียนมาร์คิดเป็น 1 ใน 3 ของการค้าทั้งหมดกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยการค้าระหว่างเมียนมาร์และจีนเพิ่มขึ้นอย่างมากเปรียบเทียบกับในอดีตที่การค้าระหว่างจีนจะมีค่อนข้างน้อยและจะมุ่งเน้นไปที่ประเทศอินเดียและสหรัฐอเมริกามากกว่า นอกจากนี้เมียนมาร์ได้ทำการค้าระหว่างประเทศอื่นๆที่สำคัญอย่างเช่น ไทย (ร้อยละ 16.8) และสิงคโปร์ (ร้อยละ 12.4) (อ้างอิงข้อมูลจากสถิติ IMF Direction of Trade Statistics)

กลยุทธ์ทางการตลาด

โรงแรมแสงกรี-ลา กรุงเทพฯ

จำนวนนักท่องเที่ยวและการประกอบธุรกิจในกรุงเทพฯ ลดลงอย่างมากตั้งแต่ครั้งแรกของปี 2563 เนื่องจากการระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้ความต้องการห้องพักในโรงแรมลดลงอย่างมาก ภาคการท่องเที่ยวต้องเผชิญกับปัญหาอย่างมาก อัตราการเข้าพักเฉลี่ยในกรุงเทพฯ ลดลงอย่างรวดเร็วต่ำกว่าร้อยละ 50 และ ADR ลดลงเนื่องจากผู้ประกอบการโรงแรมแข่งขันกันเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

หลังจากหยุดดำเนินการชั่วคราวในเดือนเมษายนและพฤษภาคม 2563 เนื่องจากการปิดพื้นที่เพื่อสกัดการแพร่ระบาด (Lockdown) ทำให้ธุรกิจโรงแรมเปลี่ยนแปลงโดยการกำหนดเป้าหมายไปยังตลาดในประเทศ รวมถึงมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลไทยที่เรียกว่า “เราเที่ยวด้วยกัน” โดยให้เงินช่วยเหลือร้อยละ 40 สำหรับอัตราค่าที่พักและตั๋วเครื่องบินสำหรับนักเดินทางในประเทศ เพื่อตอบสนองต่อโครงการนี้และเพื่อกระตุ้นตลาดภายในประเทศโรงแรมจึงเปิดตัวข้อเสนอ Shangri-La’s Staycation และข้อเสนอแพ็คเกจต่างๆ ที่มีความยืดหยุ่นรวมถึงราคาที่สมเหตุสมผลสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าพักตามลำพัง และในส่วนของราคาและเงื่อนไขสำหรับการจัดประชุมแบบกลุ่ม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentives) และการจัดเลี้ยง มีการปรับให้มีความยืดหยุ่นสำหรับแต่ละความต้องการเพื่อให้มั่นใจว่าโรงแรมจะสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าและสร้างการขายได้มาก

ในขณะเดียวกันมีการกำหนดการใช้พื้นที่ของสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม รวมถึง ห้องประชุม ห้องอาหาร สโมสรสุขภาพและพื้นที่สาธารณะให้ได้รับการแก้ไขอย่างรอบคอบโดยลดลงเหลือครึ่งหนึ่งเพื่อรักษาระยะห่างทางกายภาพและยกระดับมาตรการด้านสุขภาพและความปลอดภัยของโรงแรมเพื่อให้สอดคล้องกับกฎข้อบังคับด้านสาธารณสุขของไทย โรงแรมได้ริเริ่มแนวปฏิบัติแบบ “แชนกรี-ลา แคร์ (Shangri-La Cares)” และเผยแพร่ให้คนทั่วไปได้รู้จัก โดยเน้นด้านสุขอนามัยและความเป็นอยู่ที่ดีของลูกค้าว่าเป็นสิ่งสำคัญสูงสุด แนวปฏิบัติใหม่นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าและช่วยส่งผลให้เกิดความรู้สึกเชิงบวกในช่วงสถานการณ์ที่เปราะบาง ข้อมูลจากงานวิจัยตลาดยังพบว่าเรื่องสุขอนามัยและความปลอดภัยถูกจัดอันดับให้เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกที่พักหรือการพักผ่อนในช่วงสุดสัปดาห์

ในไตรมาสสามของปี 2563 โรงแรมแชนกรี-ลากรุงเทพฯ ได้เปิดตัวแพ็คเกจ “Alternative State Quarantine (ASQ)” พักระยะยาวแบบกักตัว โดยมีเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวและนักเดินทางที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเนื่องจากรัฐบาลได้ผ่อนปรนกฎระเบียบการเดินทางในขณะที่การกักกัน 14 วันเป็นข้อบังคับสำหรับคนไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางกลับจากต่างประเทศ โปรแกรมนี้กลายเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนอกเหนือจากตลาดในประเทศ

วิกฤตการณ์ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนนี้ได้กระตุ้นให้เกิดการเน้นตลาดในประเทศมากกว่าตลาดนักเดินทางที่เดินทางมาจากต่างประเทศ ความยืดหยุ่นและความสามารถในการจับจ่ายใช้สอยกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยที่รายได้ได้รับผลกระทบอย่างมากจากการระบาด โรงแรมได้เข้าร่วมในงานแสดงสินค้าสำหรับผู้บริโภคต่างๆ อย่างจริงจังและร่วมมือกับห้างสรรพสินค้าไลฟ์สไตล์ชั้นนำเพื่อโปรโมทโรงแรมหรือภายในประเทศ มีการริเริ่มหลายอย่างเพื่อแสวงหาความต้องการใหม่ ๆ โดยร่วมมือกับแชนกรี-ลา เชียงใหม่ ในการจัดโปรแกรมร่วมกันในส่วนของการจองห้องพัก ข้อเสนอพิเศษสำหรับอาหารและเครื่องดื่ม บริการสปา ตลอดจนแพ็คเกจแต่งงาน นอกจากนี้โรงแรมยังให้ความสำคัญกับแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียเป็นเครื่องมือทางการตลาดเพื่อ

ค้นหาความต้องการที่เพิ่มขึ้นและสื่อสารโดยตรงกับผู้มีโอกาสเป็นลูกค้าในประเทศ เช่น การขายผ่าน Facebook Live การขายแบบแฟลชเซลของ LINE Shop และกิจกรรมโพสต์บน Instagram ทำให้โรงแรมมีส่วนร่วมกับผู้ติดตามมากขึ้น กิจกรรมทางการตลาดและการขายเหล่านี้ช่วยเพิ่มรายได้ระยะสั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ รักษาอัตราการเข้าพักและสร้างชื่อเสียงของโรงแรมให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในตลาดภายในประเทศ

● การกำหนดเป้าหมายลูกค้า

ก่อนที่จะมีการปิดพื้นที่เพื่อสกัดการแพร่ระบาดเป็นเวลาหลายเดือน โรงแรมแชนกรี – ลา กรุงเทพฯ มีลูกค้าจากสหราชอาณาจักรเพิ่มขึ้นร้อยละ 28 ในช่วง 2 เดือนแรก (มกราคม - กุมภาพันธ์) เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 รวมถึงลูกค้าจากสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น จีน และเยอรมนี ซึ่งทั้งห้าประเทศถือเป็นลูกค้าอันดับต้นๆ ของประเทศไทยตามลำดับ ในช่วงที่เหลือของปีเป็นลูกค้าคนไทยมากที่สุด

การระบาดของ COVID-19 ซึ่งต่อมากลายเป็นโรคระบาดทั่วโลกในต้นปี 2563 ทำให้การเดินทางระหว่างประเทศมีข้อจำกัด และการปิดพรมแดนเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัส เป้าหมายหลักของโรงแรมในปี 2563 คือการเพิ่มความต้องการของตลาดในประเทศซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งมีทั้งกลุ่มลูกค้าที่พิจารณาข้อเสนอที่คุ้มค่าของแต่ละโรงแรม และลูกค้าที่ต้องการทดลองหาประสบการณ์ใหม่ๆ ในโรงแรมที่ยังไม่เคยเข้าพัก เนื่องจากไม่สามารถเดินทางไปต่างประเทศได้ ชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานและพักอาศัยในประเทศไทยพร้อมครอบครัวเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่มีแนวโน้มในการใช้จ่ายสูงเพื่อการพักผ่อนหรือการสังสรรค์ในครอบครัวมากขึ้น ส่วนใหญ่แล้วโรงแรมจะมีลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงสุดสัปดาห์และวันหยุดนักขัตฤกษ์

กลุ่มธุรกิจจัดเลี้ยงอาหารและธุรกิจจัดงานแต่งงานยังเป็นกลุ่มที่สำคัญในฐานะกลุ่มขนาดกลางและขนาดใหญ่

แพ็คเกจห้องพักสำหรับผู้ที่ต้องถูกกักตัว (Alternative State Quarantine - ASQ) เป็นอีกหนึ่งเป้าหมายของโรงแรมตามที่ระบุไว้ในหัวข้อก่อนหน้านี้ ภายในสิ้นปี 2563 มีโรงแรมระดับกลางถึงระดับหรูในกรุงเทพฯ จำนวน 122 แห่งที่ได้รับการอนุมัติให้เป็นโรงแรมทางเลือกเพื่อใช้กักตัว ซึ่งมีทำเลที่ตั้งที่หลากหลายและราคาแพ็คเกจตั้งแต่ 40,000 ถึง 200,000 บาท ลูกค้าส่วนใหญ่ที่เลือกแพ็คเกจกักตัวกับโรงแรมมักจะเป็นนักเดินทางเพื่อธุรกิจ รองลงมาคือชาวต่างชาติและคนไทยที่มีครอบครัวอาศัยอยู่ในประเทศไทยและนักท่องเที่ยวภายใต้วีซ่าท่องเที่ยวพิเศษ (STV)

นอกเหนือจากสิทธิประโยชน์ที่หลากหลายที่รวมอยู่ในแพ็คเกจที่พักแล้วข้อตกลงด้านอาหารและเครื่องดื่มยังดึงดูดความสนใจจากสาธารณชนอย่างกว้างขวางเนื่องจากการทำการตลาดที่หลากหลายและราคาที่

เหมาะสมกว่า โรงแรมได้ต้อนรับลูกค้าที่กลับมาจำนวนมากซึ่งคุ้นเคยกับการนำเสนอร้านอาหารและข้อเสนอที่น่าสนใจ

- การตลาดดิจิทัล

หนึ่งในกลยุทธ์หลักของเราคือการพัฒนาช่องทางการจองตรงในระบบให้เป็นช่องทางหลักในการสร้างการจองตั้งแต่สองสามปีที่ผ่านมา ช่องทางนี้รวมถึง brand.com แอปพลิเคชัน Shangri-La และเว็บไซต์ที่เข้าถึงได้บนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ ดังนั้นการโฆษณาออนไลน์และการเพิ่มการมีส่วนร่วมในโซเชียลมีเดียของเราซึ่งรวมถึง Facebook และ Instagram จึงมีความสำคัญมากขึ้นในการสนับสนุนกลยุทธ์นี้

ตลอดทั้งปีโฆษณาออนไลน์สามารถดึงดูดผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ของโรงแรมได้ 200,000 คนและสามารถสร้างรายได้ 1.98 ล้านดอลลาร์สหรัฐซึ่งลดลงร้อยละ 82 และจำนวนการจองที่เกิดขึ้นประมาณ 2,740 รายการ โดยลดลงร้อยละ 81 จากการใช้จ่ายโฆษณาที่น้อยที่สุดถือว่าอยู่ในระดับที่ดีโดยมี 13:1 ซึ่งหมายความว่าทุกๆ 1 ดอลลาร์สหรัฐที่โรงแรมใช้ไปกับการโฆษณาออนไลน์โรงแรมจะได้รายรับคืนเป็นเงิน 13 ดอลลาร์สหรัฐ

จำนวนแฟน ๆ บน Facebook ก่อนข้างแข็งแกร่งเมื่อเทียบกับตลาดที่มีผู้ติดตามมากกว่า 94,830 คน ณ สิ้นปี 2563 ซึ่งมีการเติบโตร้อยละ 3.26 จากปี 2562 ในขณะที่การโต้ตอบโพสต์สูงถึง 60,350 ครั้งโดยมีการแสดงผลมากกว่า 3.44 ล้านครั้ง Facebook Fanpage อย่างเป็นทางการของโรงแรมได้กลายเป็นช่องทางออนไลน์ที่มีการใช้งานมากขึ้นในการมีส่วนร่วมโดยตรงกับลูกค้าชาวไทยในประเทศ เนื่องจากแคมเปญและโปรโมชั่นต่างๆ ที่กำหนดเป้าหมายไปยังตลาดในประเทศ

จำนวนผู้ติดตาม Instagram ในปี 2563 สูงถึง 12,820 คนหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.46 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า บัญชีนี้ช่วยเตือนผู้ติดตามของโรงแรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และข้อเสนอการขายตลอดจนข้อมูลอัปเดตจากโรงแรมเป็นประจำ

Twitter ไม่ใช่แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียหลักของโรงแรม แต่มีทวีตและคำตอบสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องถึงโรงแรมโดยแฟน ๆ Twitter ณ สิ้นปี 2563 มีแฟน ๆ กว่า 1,700 คนบน Twitter ติดตามบัญชีทางการของโรงแรม

โรงแรมยังคงใช้การกระตุ้นการตัดสินใจและรหัสติดตามในการโพสต์โซเชียลมีเดียแต่ละครั้งเพื่อติดตามผลลัพธ์ของแต่ละแคมเปญ ผู้ใช้สร้างเนื้อหาจากผู้มีอิทธิพลผู้นำความคิดเห็นหลัก (KOLs) และแขกรับเชิญเพื่อการมีส่วนร่วมที่ดีขึ้นกับแฟน ๆ ถูกนำมาใช้ ส่งผลให้มีการโพสต์โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมีจำนวนสูงขึ้นสำหรับทั้งบัญชี Facebook และ Instagram มากกว่า 2,700 การโต้ตอบด้วยการเข้าถึง 45,000 ครั้งใน 1 โพสต์เพียงอย่างเดียว

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

เกือบ 10 เดือนของการจำกัดการเดินทางตั้งแต่ต้นปี 2563 กลยุทธ์ด้านราคายังคงเป็นที่สนใจเนื่องจากตลาดในประเทศมีการแข่งขันสูงส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรง นักเดินทางในประเทศมีความกระตือรือร้นที่จะเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้ประโยชน์จากแคมเปญส่งเสริมการขายและคำนึงถึงราคาเป็นเหตุผลหลักในการตัดสินใจเลือกที่พักในช่วงวันหยุดพักผ่อน การสำรวจของ Booking.com แสดงให้เห็นว่าแม้ว่าผู้เดินทางชาวไทยจะมีความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวอย่างมาก แต่ปัจจัยในการตัดสินใจส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับความคุ้มค่าของราคาและความยืดหยุ่นมากกว่าปัจจัยอื่นๆ เนื่องจากสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน

โรงแรมแชนกรี-ลา กรุงเทพฯ ได้ปรับอัตราค่าบริการที่เหมาะสมที่สุด ตลอดจนข้อเสนอทางออนไลน์ให้คงที่และเพิ่มความยืดหยุ่นมากขึ้นในการเลื่อนกำหนดระยะเวลาการเข้าพักหรือการยกเลิกการจองโดยไม่มีค่าใช้จ่าย แพ็กเกจพักผ่อนช่วงวันหยุด ซึ่งได้รับการปรับปรุงใหม่สองสามครั้งในช่วงปีนี้มีมอบความคุ้มค่าพร้อมสิทธิประโยชน์มากมายโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อใช้แคมเปญของรัฐบาล “เราเที่ยวด้วยกัน” เนื่องจากแขกจะจ่ายเพียงร้อยละ 60 ของราคาที่พักทั้งหมด เป็นแรงดึงดูดที่สำคัญ

● **ช่องทางการจัดจำหน่ายและการขาย**

จากผลประกอบการรายได้ห้องพักโดยรวม การจองตรงกับโรงแรม (Hotel Direct) ยังคงเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 29 ซึ่งมาจากการที่แขกผู้มาพักทำการจองห้องพักโดยตรงกับโรงแรมเองและเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 24 ในปี 2562 การจองที่พักอีกร้อยละ 24 ทำผ่านช่องทางตัวกลางออนไลน์ (SynXis Channel Connect) ตามมาด้วยช่องทางตัวกลางออฟไลน์ (ร้อยละ 23) กล่าวคือผู้ให้บริการทัวร์และ บริษัทนำเที่ยว จำนวนการจองที่พักรวมที่เหลือนอกจากช่องทาง E-Direct (ร้อยละ 19) ซึ่งส่วนใหญ่มาจากเว็บไซต์ทางการของโรงแรม (Shangri-la.com)

นอกเหนือจากช่องทางการจัดจำหน่ายแบบดั้งเดิมแล้วโรงแรมยังได้เพิ่มประสิทธิภาพ Facebook Fanpage และบัญชีอย่างเป็นทางการของ Instagram เพื่อเป็นเครื่องมือในการมีส่วนร่วมกับผู้มีโอกาสเป็นลูกค้าโดยตรง การขายผ่าน Facebook Live 2 รายการได้รับการเผยแพร่ในครึ่งปีหลังของปี 2563 เพื่อดึงดูดความสนใจของสาธารณชนเกี่ยวกับแคมเปญการขายแบบ “Flash Sales” ร่วมกับบัญชี LINE Shop ของโรงแรมเพื่อเป็นตลาดสำหรับข้อเสนอในช่วงเวลาจำกัด

นอกจากนี้โรงแรมยังร่วมมือกับผู้ให้บริการบัตรเครดิต ธนาคารพาณิชย์และแบรนด์ไลฟ์สไตล์หรูหรารื่น รื่น ่ๆ ยกตัวอย่างเช่น Virgin Active Fitness, The Mall Group เป็นต้น โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมข้อเสนอพิเศษส่งเสริมการขายและเพิ่มการรับรู้แบรนด์ในหมู่ผู้บริโภคในประเทศ

● จำนวนคู่แข่งในปี 2563

ในปี 2563 ย่านสุขุมวิทตอนต้นประกอบด้วยอุปทานโรงแรมหรูเกือบร้อยละ 40 ของอุปทานทั้งหมดตามด้วยย่านลุมพินี (ร้อยละ 22) ย่านสีลมและสาทร (ร้อยละ 15) และย่านริมแม่น้ำ (ร้อยละ 16)

ความต้องการที่พักในกรุงเทพฯ ลดลงในช่วงครึ่งแรกของปี 2563 เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างรวดเร็วเนื่องจากผลกระทบของข้อจำกัดด้านการเดินทางที่มีเป้าหมายเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทั่วโลก อัตราการเข้าพักของโรงแรมหรูในกรุงเทพฯ ลดลงอย่างรวดเร็วสู่ระดับต่ำสุดที่ร้อยละ 25 ในไตรมาสที่สองของปี 2563 เนื่องจากจำนวนผู้เข้าพักอยู่ในระดับต่ำการดำเนินงานของโรงแรมบางแห่งจึงถูกระงับ การดำเนินงานจนกว่าจะมีสัญญาณการฟื้นตัวของตลาด อย่างไรก็ตามมีผู้ประกอบการโรงแรมบางแห่งเปิดให้บริการแม้จะมีอุปสงค์ที่ชะลอตัวลง ภายในสิ้นครึ่งปีแรกของปี 2563 มีห้องพักโรงแรมหรูในกรุงเทพฯ 19,346 ห้องเพิ่มขึ้นโดยโรงแรมใหม่หลายแห่งในกลุ่มหรูและระดับกลางตามรายการด้านล่าง

- โรงแรมคิมป์ตัน มอลล์ กรุงเทพฯ (จำนวนห้องพัก 349 ห้อง)
- โรงแรมคาร์ตัน กรุงเทพฯ สุขุมวิท (จำนวนห้องพัก 338 ห้อง)
- โรงแรมสเคย์บริดจ์ สวีท กรุงเทพฯ ทองหล่อ (จำนวนห้องพัก 303 ห้อง)
- โรงแรมโซลาเรีย นิชิเทสซี กรุงเทพฯ (จำนวนห้องพัก 263 ห้อง)
- โรงแรมไอคิว สวีท กรุงเทพฯ (จำนวนห้องพัก 228 ห้อง)
- โรงแรมวิลล่า เดอ พระนคร (จำนวนห้องพัก 47 ห้อง)
- โรงแรมเดอะ ควอเตอร์ พร้อมพงษ์ (จำนวนห้องพัก 120 ห้อง)
- โรงแรมแอชลีย์ (จำนวนห้องพัก 44 ห้อง)

การระบาดของ COVID-19 ทำให้ผู้ประกอบการโรงแรมต้องชะลอการเปิดให้บริการใหม่จนถึงครึ่งปีหลังของปี 2563 โรงแรมใหม่สี่แห่งรวมห้องพัก 974 ห้องซึ่งในที่สุดก็เปิดให้บริการในปลายปี 2563 โรงแรมเหล่านี้ ได้แก่ :

- โรงแรมสินธร มิดทาวน์ (จำนวนห้องพัก 344 ห้อง)
- โรงแรมสินธร เคมปินสกี กรุงเทพฯ (จำนวนห้องพัก 230 ห้อง)
- โรงแรมไพล์ซัน กรุงเทพฯ ริมแม่น้ำเจ้าพระยา (จำนวนห้องพัก 299 ห้อง)
- โรงแรมคาเพลลา กรุงเทพฯ (จำนวนห้องพัก 101 ห้อง)

ปริมาณการเพิ่มขึ้นของโรงแรมใหม่จะส่งผลต่อตลาดโรงแรมในกรุงเทพฯ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ประเด็นที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน

เนื่องจากวิกฤตสาธารณสุขยังคงเกิดขึ้นในช่วงปลายปี 2563 การฟื้นตัวและความสามารถในการแข่งขันของโรงแรมขึ้นอยู่กับ การฟื้นตัวของ การท่องเที่ยวและการเดินทางระหว่างประเทศ หากการฉีดวัคซีนพร้อมให้บริการอย่างทั่วถึงภายในกลางปี 2564 ประเทศเศรษฐกิจขนาดใหญ่และก้าวหน้า เช่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น หรือจีน ซึ่งจะได้รับวัคซีนเป็นอันดับแรกสามารถเริ่มฟื้นตัวได้ภายในครึ่งหลังของปี 2564 สิ่งนี้จะส่งผลให้มีการท่องเที่ยวและการส่งออกระหว่างประเทศมากขึ้น

องค์การการท่องเที่ยวโลกคาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะฟื้นตัวภายในไตรมาสสามของปี 2564 หรือต้นปี 2565 ในขณะที่การคาดการณ์ของททท. มีมุมมองที่คล้ายกันหลังจากได้รับฟังจากประเทศเป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวไทยว่าจะส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศแทน

ในระยะยาวกรุงเทพฯ ได้รับการจัดอันดับให้เป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่มีผู้เยี่ยมชมมากที่สุดในโลกติดต่อกันเป็นเวลาหลายปี อุปทาน โรงแรมที่เพิ่มขึ้นภายใต้บรรยากาศที่ผันผวนจะส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นและอัตราค่าห้องพักเฉลี่ยต่อวันที่มากขึ้นเนื่องจากโรงแรมพยายามที่จะได้รับส่วนแบ่งการตลาดมากขึ้นในขณะที่ลูกค้าคำนึงถึงราคามากขึ้นซึ่งเป็นผลจากวิกฤตสาธารณสุขในปัจจุบันต่อรายได้

ในมุมมองระดับมหภาคสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) คาดการณ์ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) จะเติบโตร้อยละ 4.7 ในปี 2564 แต่เศรษฐกิจของประเทศจะฟื้นตัวถึงระดับก่อนโควิดโดยเร็วที่สุดในช่วงปลายปี 2565 ความท้าทายหลายอย่างคาดว่าจะยังคงมีอยู่ในปี 2564 รวมถึงการระบอบอย่างต่อเนื่อง การหดตัวของเศรษฐกิจโลก การล้มละลายของสายการบิน ข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับการเว้นระยะทางกายภาพ การบริโภคภายในประเทศที่ลดลงและความเชื่อมั่นในท้องถิ่นต่อชาวต่างชาติ อย่างไรก็ตาม ททท. ให้คำแนะนำว่าแม้ว่าการระบอบจะเป็นความท้าทายที่ยิ่งใหญ่สำหรับอุตสาหกรรม แต่ภาพลักษณ์ที่ดีของระบบสาธารณสุขของประเทศไทยและการควบคุมโคโรนาไวรัสที่ประสบความสำเร็จจะเป็นตัวสร้างความเชื่อมั่นที่แข็งแกร่งสำหรับการท่องเที่ยว

ความแข็งแกร่งของเงินบาทยังเป็นอีกหนึ่งความท้าทายต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย ค่าเงินค่อนข้างแข็งค่าขึ้นจาก 33.9 บาทในปี 2562 เป็น 31.3 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐในปี 2563 และคาดว่าจะอยู่ที่ 30.5 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐในปี 2564 เนื่องจากเศรษฐกิจโลกที่อยู่ในภาวะซบเซาซึ่งได้รับผลกระทบจากโรคระบาด การอ่อนค่าของดอลลาร์สหรัฐและไทยเกินดุลบัญชีเดินสะพัด อย่างไรก็ตามการแข็งค่าของเงินบาทกลายเป็นความท้าทายของเศรษฐกิจในประเทศที่ผลักดันการส่งออกและการท่องเที่ยวและผลักดันราคาสำหรับกำลังการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

● ความสามารถในการแข่งขัน

โรงแรมแชนกรี-ลา กรุงเทพฯ เป็นโรงแรมรีสอร์ทในเมืองที่ใหญ่ที่สุดในย่านริมแม่น้ำพร้อมฟังก์ชันการใช้งานที่ครบครัน ทำเลที่ตั้งดีเยี่ยม และการเข้าถึงทุกรูปแบบการเดินทาง รวมถึงอาหารและเครื่องดื่มที่มีให้เลือกมากมายที่เสริมความแข็งแกร่งให้โรงแรมเป็นหนึ่งในโรงแรมชั้นนำของกรุงเทพฯ

การระบาดของ COVID-19 ที่เกิดขึ้นตลอดปี 2563 ได้เน้นย้ำถึงความจำเป็นของมาตรการด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่ต้องระมัดระวัง การวิจัยล่าสุดพบว่าสุขอนามัยและความปลอดภัยเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจ ดังนั้นกลุ่มแชนกรี - ลาจึงเปิดตัวโปรแกรม "Shangri-La Cares" ของเราในทันทีซึ่งเน้นในระเบียบขั้นสูงเพื่อรับรองความเป็นอยู่ที่ดีของผู้เข้าพักเป็นสิ่งสำคัญสูงสุด เน้นอนว่าการนำระเบียบการแบบ "Shangri-La Cares" มาปฏิบัติในการให้บริการจะช่วยเพิ่มความมั่นใจและความสบายใจให้กับแขกผู้มาพักและใช้บริการของโรงแรม

โรงแรมแชนกรี-ลา เชียงใหม่

ในปี 2563 กลยุทธ์หลัง COVID-19 ได้เปลี่ยนนโยบายทางการตลาดไปอย่างสิ้นเชิงโดยได้เน้นที่จะผลักดันเรื่องกระแสเงินสดจากตลาดในประเทศและได้แย่งส่วนแบ่งทางการตลาดจากคู่แข่งโดยผลักดันการจองโดยตรงจากการขาย Flash Sales หรือการขายบัตรกำนัลผ่านช่องทางต่างๆ โซเชียลมีเดียและสื่อช่องทางออนไลน์ต่างๆ รวมถึงการขายผ่านลูกค้าออนไลน์มีความสำคัญอย่างยิ่งเพื่อกระตุ้นรายได้ให้สูงขึ้น

โรงแรมมุ่งเน้นไปที่การขายปลีก (ขายลูกค้าทั่วไปโดยตรงร้อยละ 20.7 ขายผ่านลูกค้าออนไลน์ร้อยละ 17.1 และขายแบบแพ็คเกจร้อยละ 20.8) และกลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนาร้อยละ 17.2 เพื่อกระตุ้นธุรกิจห้องพักสำหรับโรงแรม กลุ่ม MICE นั้นจะได้มาจากลูกค้ากลุ่มองค์กรเอกชนและหน่วยงานรัฐบาลต่างๆ

นอกจากนี้ บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มรวมถึงการจัดเลี้ยงการจัดประชุมยังเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันกระแสเงินสดในขณะที่การจองห้องพักมีความต้องการที่ไม่สูงนัก แต่ก็มีการแข่งขันด้านราคากันอย่างสูงมาก อีกทั้ง โรงแรมยังได้มุ่งเน้นเพื่อผลักดันให้ลูกค้ามาใช้บริการจัดงานเลี้ยงสังสรรค์และงานพิธีต่างๆตลอดทั้งปี รวมถึงงานที่จัดภายนอกอาคารอีกด้วย

นอกจากนี้ บริษัทส่วนใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่จัดตั้งโรงงานอยู่ในละแวกนิคมอุตสาหกรรมจัดหาดลำพูน ซึ่งใช้เวลาขับรถโดยประมาณ 30 - 40 นาที จากตัวเมืองเชียงใหม่ ดังนั้น จึงเป็นความท้าทายของโรงแรมที่จะทำให้บริษัทที่ตั้งอยู่ห่างไกลมาใช้บริการด้านห้องพักเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากบริษัทเหล่านี้ต้องการใช้บริการโรงแรมที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกับสำนักงาน และโดยส่วนใหญ่ลูกค้าที่สำรองห้องพักมักจะเป็นกลุ่มลูกค้าบริษัทที่มีสำนักงานในต่างประเทศหรือกรุงเทพฯ จึงมักมีกลุ่มนักธุรกิจที่พำนักอยู่ในกรุงเทพฯ ที่ต้องการเดินทางมาเพื่อไปเยี่ยมชมโรงงาน นอกจากนี้ยังมีกลุ่มหน่วยงานรัฐบาลที่เดินทางไปตรวจเยี่ยมและพบปะกับหน่วยงานภูมิภาคในภาคเหนือ ส่งผลให้ทางโรงแรมฯ ได้จัดโปรแกรม Booker incentive เพื่อกระตุ้นยอดขายของลูกค้ากลุ่มนี้

- **กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

เนื่องจากการระบาดของโรค COVID-19 เราได้เปลี่ยนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไปยังกลุ่มลูกค้าตลาดในประเทศซึ่งมีทั้งคนไทยในพื้นที่ภาคเหนือ คนไทยในต่างจังหวัดและชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย ตลาดหลักนั้นมาจากกรุงเทพฯ ทั้งกลุ่ม FIT และกลุ่มลูกค้าประชุม ส่วนตลาดจีนเป็นตลาดที่สร้างรายได้แค่เพียงช่วงต้นปีก่อนที่การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 จะเริ่มขึ้น

เป้าหมายสำหรับปี 2564 คือการรักษาและเน้นกลุ่มลูกค้าตลาดในประเทศทั้งหมดสำหรับทุกกลุ่ม นอกจากนี้เราต้องแข่งขันกับโรงแรมระดับ 3 หรือ 4 ดาวเพื่อเพิ่มช่องทางและขยายโอกาสในการขายมากขึ้นอย่างน้อยในครึ่งปีแรก หรือจนกว่ามาตรการจำกัดการเดินทางจะผ่อนคลายลง หลังจากนั้น โรงแรมจึงจะมุ่งเน้นไปที่ตลาดในภูมิภาคและต่างประเทศ

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

การกำหนดราคาปี 2563 มีความอ่อนไหวอย่างมากสะท้อนให้เห็นจากการลดลงของ ADR โดยรวมร้อยละ 22.2 เนื่องจากการระบาดของโรค COVID-19 ซึ่งเราได้ผลักดันตลาดในประเทศด้วยราคาที่แข่งขันกันสูงมาก ทั้ง FIT และกลุ่มลูกค้าประชุม นอกจากนี้เนื่องจากกลุ่มลูกค้าหลักของโรงแรมแสงกรี - ลาเชียงใหม่คือกลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนาจึงจำเป็นต้องใช้ราคาที่ยืดหยุ่นเฉพาะกับลูกค้าหน่วยงานรัฐบาล

สำหรับราคาอาหารและเครื่องดื่มได้มีการปรับอัตราประมาณร้อยละ 20 ในปี 2563 ซึ่งการปรับนี้มีผลมาจากเมนูอาหารตามสั่งใน China Kitchen อีกทั้งยังปรับราคาของเครื่องดื่มให้สอดคล้องกับการแข่งขันในตลาดร้านอาหารทั่วไปที่ไม่ได้ตั้งอยู่ในโรงแรม เพื่อดึงดูดและนำเสนอสิ่งที่ดีที่สุดในให้กับลูกค้า นอกจากนี้ยังมีการปรับราคาสำหรับการจัดเลี้ยงลดลงร้อยละ 35 เนื่องจากราคาแข่งขันเชิงรุก

- **ช่องทางการจัดจำหน่ายและการขาย**

เนื่องจากผลกระทบจากการระบาดของ COVID-19 สำหรับลูกค้าส่วนใหญ่ของโรงแรมแสงกรี-ลาเชียงใหม่ มักจองห้องพักโดยการติดต่อกับโรงแรมโดยตรง หรือคิดเป็นอัตราร้อยละ 36 ช่องทางการจองผ่านลูกค้าออนไลน์ (Wholesale Online) คิดเป็นอัตราร้อยละ 28 จากตัวแทนฝ่ายขายอื่นๆ นอกจากออนไลน์ (Wholesales Travel Agents) คิดเป็นอัตราร้อยละ 16.9 อีกทั้งการจองผ่านช่องทางออนไลน์โดยจองผ่านเว็บไซต์ของโรงแรมโดยตรง (E-direct) ก็ได้รับความนิยมคิดเป็นอัตราร้อยละ 11.2 ที่จองโดยตรงกับโรงแรมและแพ็คเกจ นอกจากนี้การขาย Flash Sales หรือการขายบัตรกำนัลยังเป็นช่องทางหลักสำหรับโรงแรมในการกระตุ้นกระแสเงินสดทั้งค่าห้องพักและอาหารและเครื่องดื่ม

- **จำนวนคู่แข่งในปี 2563**

สำหรับคู่แข่งทางธุรกิจของโรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่ ยังคงเป็นกลุ่มเดิมและมีลักษณะเดียวกับปี 2562 ซึ่งคือการเพิ่มขึ้นของโรงแรมบูติก และโรงแรมระดับสี่ดาวอย่างต่อเนื่องในจังหวัดเชียงใหม่

- **ประเด็นที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน**

ปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของโรงแรมแชนกรี-ลา เชียงใหม่ ในปี 2564 ได้แก่ โรงแรมเลอเมอร์เดียนจะเปลี่ยนเป็นเมริออทก่อนสิ้นปี 2564 โรงแรมเมเลียจะทำการปรับปรุงโรงแรมให้เสร็จภายในไตรมาสสองของปี 2564 จำนวน 260 ห้อง ห้องอาหารไทย บาร์บนชั้นดาดฟ้าและล็อบบี้ลานจ้ โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัลจะเปลี่ยนจากอิมพีเรียลแมปิ้งให้แล้วเสร็จภายในไตรมาสที่สี่ของปี 2564 โดยมีการปรับปรุงห้องพักจำนวน 248 ห้องสำหรับอาคารหลัก ส่วนที่เหลือจะเป็นอาคารเดี่ยวและวิลล่ารวม 310 ห้อง การปรับปรุงห้องประชุมทั้งหมด และจุดขายคือการเป็นโรงแรมเพื่อประชุมสัมมนา

- **ความสามารถในการแข่งขัน**

โรงแรมแชนกรี-ลา เชียงใหม่ เน้นการเป็นโรงแรมที่เหมาะสมกับครอบครัวเพราะเป็นโรงแรมระดับห้าดาวเพียงแห่งเดียวในตัวเมืองเชียงใหม่ ที่พร้อมรองรับความต้องการของกลุ่มลูกค้าครอบครัว โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวก พร้อมทั้งเจ้าหน้าที่คอยดูแลลูกค้ากลุ่มครอบครัวโดยเฉพาะ ประกอบกับมีสระว่ายน้ำขนาดใหญ่ที่มีทั้งสไลเดอร์ และโซนสวนน้ำคอยเติมเต็มความสนุกให้กับเด็กๆ นอกจากนี้ โรงแรมยังคงอยู่ในฐานะผู้นำสำหรับโรงแรมที่สามารถรองรับกลุ่มลูกค้าตลาด MICE พร้อมทั้งเป็นสถานที่ที่เหมาะสม และมีบริการจัดงานแต่งงานแบบครบครัน ซึ่งถือเป็นตลาดที่อุปสงค์มีแนวโน้มเติบโตสูงกว่าอุปทาน รวมไปถึงโอกาสที่จะขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าผู้รักสุขภาพและลูกค้าที่สนใจการนันทนาการเพื่อการพักผ่อนและตลาดภายในประเทศจะยังคงเป็นลูกค้าตลาดหลักของ โรงแรมจนกว่าจะมีการเปิดประเทศรับนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศในปีหน้า

บริษัท Traders Yangon จำกัด (โรงแรมซูลู แชนกรี-ลา ย่างกุ้ง)

- โรงแรมจะปิดการดำเนินงานชั่วคราวระหว่างวันที่ 1 กุมภาพันธ์ ถึง 31 ตุลาคม 2564
- ก่อนการเปิดโรงแรม 3 เดือนจะมีการบริหารการขายเพื่อมุ่งเน้นที่ปริมาณของยอดขาย
- ผู้เข้าพักระยะยาวที่อาศัยอยู่ในโรงแรมจะถูกย้ายไปที่ Shangri-La Serviced Apartments
- กิจกรรมก่อนเปิดดำเนินการ มีดังต่อไปนี้
 - o ต่อสัญญา กับ travel agents ประมาณ 4 เดือนก่อนการเปิดดำเนินการ
 - o การเปิดใช้งาน brand.com, OTA และการทำการตลาดดิจิทัลประมาณ 3 เดือนก่อนการเปิดดำเนินการใหม่อีกครั้ง
 - o ติดต่อประสานงานกับสำนักงานขายทั่วโลกสำหรับ RFP 2565 ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2564 เป็นต้นไปและแจ้งให้ทุกองค์กรทราบว่าโรงแรมจะรับการจองตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2564
 - o การส่งข้อเสนอให้แก่กลุ่ม MICE 3 เดือนก่อนที่จะเปิดดำเนินการใหม่อีกครั้ง
 - o แจ้งให้ทีมงานสายการบินที่ทำสัญญาร่วมกันทราบถึงการเปิดโรงแรมอีกครั้งล่วงหน้าโดยประมาณ 3 เดือน
 - o เปิดตัวข้อเสนอพิเศษสำหรับสมาชิก Golden Circle

- **แผนก Catering – การจัดเลี้ยง**
 - โพรโมทผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับงานแต่งงาน 3 เดือนก่อนการเปิดดำเนินการใหม่
 - การรักษารูทกิจกรรมจัดเลี้ยงนอกสถานที่ของโรงแรมสำหรับไตรมาสที่ 4 และเตรียมการก่อนการเปิดดำเนินการ 3 เดือน
 - กำหนดเป้าหมายในการจัดงานเลี้ยงพนักงานบริษัทในช่วงสิ้นปี 3 เดือนก่อนที่จะเปิดดำเนินการ
 - ติดต่อกับบริษัททางการแพทย์สำหรับไตรมาสที่สี่ของปี 2564 เป็นต้นไป
 - วางแผนล่วงหน้าสำหรับกิจกรรมที่เกี่ยวกับวันชาติและทางการทูตในช่วงไตรมาสที่สี่ของปี 2564 เป็นต้นไป
- **แผนกอาหารและเครื่องดื่ม**
 - ร้านอาหารและเครื่องดื่ม (Cafe Sule, Gallery Bar และ Peacock Lounge) จะหยุดดำเนินการระหว่าง 1 กุมภาพันธ์ถึง 31 ตุลาคม 2564
 - ร้านค้า Gourmet Shop จะยังคงเปิดให้บริการในรูปแบบช้อกลับบ้านเพื่อช่วยในการผลักดันยอดขาย
 - มุ่งเน้นไปที่การผลักดันรายได้ของ Gourmet Shop ผ่านโปรโมชันตามเทศกาลสำคัญต่างๆ เช่น ตรุษจีน เทศกาล Thingyan วันแม่ วันพ่อ เทศกาลขนมไหว้พระจันทร์ วันขอบคุณพระเจ้าและวันคริสต์มาส
 - การปรับปรุงและปรับรูปแบบใหม่ของร้านอาหารและเครื่องดื่มสำหรับไตรมาสที่สี่ของปี 2564 ที่รวมถึงวันครบรอบ 25 ปี ของโรงแรมซูล แชงกรี-ลา อย่างถาวร
- **ผู้โดยสารขาเข้าที่สนามบิน Yangon International Airport**
 - ตั้งแต่วันที่ 29 มีนาคม 2563 สนามบินนานาชาติย่างกุ้งได้ระงับเที่ยวบินระหว่างประเทศตามกำหนดการและให้บริการเฉพาะเที่ยวบินสำหรับช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบและขนส่งสินค้าและมีความเป็นไปได้ที่สนามบินจะอนุญาตให้บินระหว่างประเทศได้อีกครั้งตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2564 เป็นต้นไป
 - ในช่วงต้นปี 2563 จนถึงเดือนพฤษภาคม 2563 ผู้โดยสารขาเข้าผ่านสนามบินนานาชาติย่างกุ้งลดลงร้อยละ 54 โดยส่วนใหญ่มาจากจีนร้อยละ 64 สิงคโปร์ร้อยละ 61 และไทยร้อยละ 55
 - ผู้โดยสารขาเข้าที่มาจากยุโรปลดลงร้อยละ 37 รวมถึงอเมริกา ลดลงร้อยละ 49 และหมู่เกาะทางแปซิฟิกลดลงร้อยละ 46

บริษัท Shangri-La Yangon จำกัด (แชงกรี-ลา เรสซิเดนส์ อย่างกุ้ง)

การเพิ่มรายได้	ผลการดำเนินงานจริง		เป้าหมาย
	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
อัตราการใช้ห้องพัก (ร้อยละ)	83.6	79.9	64.5
อัตราค่าเช่าเฉลี่ยรายเดือน (MAR) (เหรียญสหรัฐ)	5,759	5,655	5,215
รายได้รวมจากการดำเนินงานของโรงแรม (GOR) (เหรียญสหรัฐ)	13,879,901	11,674,748	9,694,597

- ลูกค้า 5 อันดับแรกยังคงเป็นบริษัท เทเลนอร์ เมียนมาร์ (Telenor Myanmar) และสถานทูตแคนาดา อย่างไรก็ตาม การเจรจากับลูกค้ารายอื่นจะเกิดขึ้นเป็นประจำทุกเดือนก่อนที่จะมีการต่ออายุสัญญาเช่า
- การรักษาความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับชุมชนทางการเมืองและยังคงเป็นทางเลือกกลุ่มแรกสำหรับความต้องการที่พักของนักการทูต
- ชาวต่างชาติรวมถึงชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานในประเทศเมียนมาร์ได้เดินทางกลับไปยังประเทศบ้านเกิดของตน โดยทางเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ได้เสนอส่วนลดค่าเช่าในช่วงเกิดการแพร่ระบาดของ COVID-19 เพื่อรักษาลูกค้าไว้ให้ได้มากที่สุด และ ณ สิ้นปี 2563 ชาวต่างชาติบางส่วนได้เริ่มกลับมาที่เมืองย่างกุ้งเพียงลำพังเนื่องจากครอบครัวของพวกเขาไม่สามารถขอวีซ่าได้และมีเที่ยวบินที่จำกัด ดังนั้นทำให้มีบริษัทขอให้ลดขนาดของอพาร์ทเมนต์ให้เล็กลงเพื่อลดต้นทุนบริษัทข้างต้น รวมถึง บริษัท Sumitomo Corporation, Unilever, ENI และ Coca-Cola
- ยึดหยุ่นกับสัญญาผู้เช่าแต่ละสัญญาที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดเนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 ในปัจจุบัน
- กำหนดกลุ่มเป้าหมายสำหรับชาวต่างชาติที่เข้าพักในวิลล่าหลังเดียวโดยเฉพาะเนื่องจากกลุ่มดังกล่าวมีแนวโน้มที่จะย้ายไปยังเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ที่สูงขึ้นจากการปิดเมืองและความกังวลด้านความปลอดภัย

บริษัท Traders Square จำกัด (จุเล สแควร์ ย่างกุ้ง)

ส่วนพื้นที่สำนักงาน

- อัตราการเช่าพื้นที่ตามสัญญาเช่า ณ เดือนธันวาคม 2563 อยู่ที่ร้อยละ 80.2 น้อยกว่าอัตราที่คาดการณ์ไว้ที่ร้อยละ 81.8 โดยอัตราการเช่าพื้นที่สามารถปรับตัวสูงขึ้นกว่าความเป็นจริง แต่เนื่องจากการแพร่ระบาดทำให้สำนักงานบางแห่ง เช่น Qatar Airways, Phoenix Agri-foods, Mundi Pharma, Fuji Film, และ ISG (ศูนย์บริการด้านการศึกษา) ยกเลิกสัญญาเช่าทำให้อัตราการเช่าลดลงร้อยละ 6
- รายได้ในช่วงต้นปี 2563 จนถึงเดือนธันวาคม 2563 อยู่ที่จำนวน 9.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งน้อยกว่ารายได้ที่คาดการณ์ไว้ที่จำนวน 9.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
- กลุ่มเป้าหมายของบริษัทคือผู้ที่เข้ามาใหม่ในเมียนมาร์รวมถึงการติดตามการลงทุนใหม่จาก FDI ทั้งหมด นอกจากนี้บริษัทจะพยายามเปลี่ยนลูกค้าโดยใช้อาคารเกรด A / B อื่น ๆ หรือวิลล่าเดี่ยว / อพาร์ทเมนท์

ส่วนร้านค้าปลีก

- ทีมงานกำลังค้นหาผู้เช่าที่มีศักยภาพเพื่อเติมเต็มพื้นที่ค้าปลีกที่ว่างอยู่ (ยูนิต #01-02, #02-01, #02-14)
- ใช้ความพยายามอย่างต่อเนื่องในการรักษาผู้เช่าปัจจุบันโดยการผ่อนปรนค่าเช่าตามที่กำหนด

การขอผ่อนปรนค่าเช่าพื้นที่ของผู้เช่าสำนักงาน

บริษัทไม่ได้นำเสนอแผนในการผ่อนปรนค่าเช่าพื้นที่อย่างตายตัวให้แก่ผู้เช่า อย่างไรก็ตามทางบริษัทมีการเจรจาในการปรับลดอัตราหรือแบ่งระยะเวลาสำหรับเดือนที่ไม่คิดค่าเช่าเมื่อมีการต่อสัญญาหรือปรับลด

จำนวนพื้นที่เช่าลง โดยกลยุทธ์นี้จะได้ผลลัพธ์ที่ดีสำหรับการป้องกันการสูญเสียรายได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากผู้เช่าหลักที่ทำสัญญาเช่าระยะยาว เช่น Myanmar Beer, Telenor Myanmar, และ World Bank

สำหรับบริษัทที่ประสบปัญหาหรือขอผ่อนปรนค่าเช่า บริษัทจะพิจารณาเพื่อที่จะต่อสัญญาและรักษาผู้เช่าไว้ โดยเจรจากับผู้เช่าแต่ละรายดังต่อไปนี้

(762 ตารางเมตร หรือร้อยละ 3 ของพื้นที่เช่า)

ลำดับ ที่	ยูนิต เลขที่	พื้นที่ (ตรม.)	ชื่อบริษัท	ค่าเช่าขั้นต้นต่อ ตรม. (เหรียญสหรัฐ)	วันที่หมดสัญญา
1	09-01	84	09-01 84 DIK (Myanmar) Co., Ltd. (ธุรกิจโฆษณา)	38	17 พฤษภาคม 2564
2	13-10/11	168	NAKZ (ผู้ขายผลิตภัณฑ์ของ Apple)	55.4	30 พฤศจิกายน 2565
3	14-13	296	Brainchild Communications Myanmar Co., Ltd (ธุรกิจโฆษณา) (NEWCO)	33	31 กรกฎาคม 2565
4	16-01	84	Ericsson Myanmar (โทรคมนาคม)	33	31 มีนาคม 2564
5	19-04/05	130	Nagata Myanmar (ธุรกิจโฆษณา)	38	30 มิถุนายน 2564

ศูนย์ธุรกิจ Hinthar Business Center:

ธุรกิจนี้ประสบปัญหาในช่วงสองปีที่ผ่านมาและไม่สามารถดำเนินการต่อรวมถึงได้ขอยกเลิกสัญญา ก่อนกำหนดถึงแม้จะมีข้อเสนอความช่วยเหลือมากมายจากซูเล สแควร์ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของการลดค่าเช่า และการแบ่งระยะเวลาการชำระค่าเช่า โดยหลังจากที่มีการเจรจากันหลายครั้ง ทางบริษัทตัดสินใจที่จะรับช่วงต่อ สำหรับสัญญาบริการของผู้เช่าปัจจุบันของทางศูนย์ธุรกิจเพื่อที่จะรักษาการดำเนินการของศูนย์ธุรกิจนี้ไว้ ซึ่งทางบริษัทเริ่มที่จะจัดการในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกตั้งแต่วันที่ 2 ธันวาคม 2563 อีกทั้งเครื่องตกแต่งเฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์สำนักงานทั้งหมดที่มาจากจำนวนผู้เช่าทั้งหมด 35 ราย รวมไปถึงสำนักงานสำเร็จรูป พื้นที่สำนักงานโต๊ะส่วนกลางและผู้ที่ทำงานในองค์กรในรูปแบบสำนักงานเสมือน ทางบริษัทได้เริ่มเก็บค่าเช่าโดยตรงจากผู้เช่าทั้งหมดตั้งแต่เดือนธันวาคม 2563 เป็นต้นไป และได้ยกเลิกการจ่ายค่าเช่าของ Hinthar ตั้งแต่เดือนธันวาคม และจะอนุญาตให้พวกเขายกเลิกโดยไม่เรียกเก็บเงิน การจัดเตรียมการดังกล่าวจะช่วยให้สำนักงานสามารถเข้าถึงผู้เช่ารายใหญ่ที่มีศักยภาพในอนาคต

- ลักษณะของลูกค้า

- ลักษณะของลูกค้าและความสัมพันธ์

ลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและนักธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีทั้งที่มาเป็นส่วนตัว เป็นกลุ่มคณะ และการจองผ่านมาทางบริษัททัวร์

- ลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าย่อยเป้าหมายยังเป็นลูกค้านักเดินทางจัดประชุมสัมมนาและลูกค้าที่เป็นนักธุรกิจจากอังกฤษ 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) บริษัทฯจะได้รับการระบุเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มโรงแรมแชนกรี-ลาโดยจะได้รับความช่วยเหลือและผลประโยชน์จากกิจกรรมต่างๆ ซึ่งรวมถึง เรื่องการส่งเสริมการขาย ข่าวสารความคืบหน้า ตลอดจนการเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ นอกจากนี้ยังมีศูนย์รับรองห้องพักของโรงแรมแชนกรี-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 คำใช้จ่ายของสัญญาเป็นดังนี้

โรงแรมแชนกรี-ลา กรุงเทพฯ

1.1 ค่าใช้จ่ายรวม

บริษัทฯตกลงที่จะปันส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการส่งเสริมการขายและการตลาดตามอัตราส่วนที่เห็นว่าเหมาะสมและถูกต้องโดยจะตกลงกันเป็นรายปี แต่ทั้งนี้ยอดค่าใช้จ่ายทั้งหมดในส่วนแรกต้องไม่เกิน

150,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี และบริษัท แสงกรี-ลา อินเตอร์เนชั่นแนล โฮเต็ล เมเนจเม้นท์ จำกัด (ฮ่องกง) จะเรียกเก็บทุกๆ สิ้นเดือน

1.2 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ

นอกจากค่าใช้จ่ายที่กล่าวไว้ในข้อ 1.1 แล้ว บริษัทต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายโดยตรงในการดำเนินการที่เกิดขึ้นจากการร้องขอโดยตรงจากทางโรงแรม นอกจากนี้ยังมีค่าใช้จ่ายอื่นๆที่โรงแรมต้องรับผิดชอบ เช่น

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

โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่

บริษัทฯ ตกลงจ่ายค่าธรรมเนียมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและการส่งเสริมการขายในอัตราร้อยละ 1 ของยอดขายได้จากการดำเนินงานต่อปี

- จำนวนของลูกค้า

จำนวนลูกค้าของบริษัทแบ่งตามประเภทการเดินทางแบบมาเดี่ยวและมาเป็นกลุ่ม มีสัดส่วนดังนี้

โรงแรมแสงกรี-ลา กรุงเทพฯ

(หน่วย : ร้อยละ)

กลุ่มลูกค้า	2563	2562	2561
1) FIT	84.1	64.3	66.2
2) Group	15.9	35.7	33.8
รวม	100.0	100.0	100.0

โรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่

(หน่วย : ร้อยละ)

กลุ่มลูกค้า	2563	2562	2561
1) FIT	80.4	75.5	72.3
2) Group	19.6	24.5	27.7
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 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 แชงกรี-ลา อินเตอร์เนชั่นแนล โฮเต็ล แมนเนจเม้นท์ บีวี (ฮอลแลนด์) ดังนี้

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

โรงแรมแชงกรี-ลา เชียงใหม่

บริษัทได้ทำสัญญาแก้ไขเพิ่มเติมสัญญาการดำเนินงานกับบริษัท แชงกรี-ลา อินเตอร์เนชั่นแนล โฮเต็ล แมนเนจเม้นท์ บีวี (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 บีวี จำกัด ออกไปอีกเป็นเวลา 20 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 โดยมีข้อความและเงื่อนไขที่เป็นสาระสำคัญคงเดิมไม่เปลี่ยนแปลง

เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2562 บริษัทได้เข้าทำสัญญาเปลี่ยนแปลงคู่สัญญาของสัญญาการตลาดและการส่งเสริมการขาย และสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา (สัญญาดำเนินงาน) ของระบบแชงกรี-ลา สำหรับโรงแรมแชงกรี-ลา กรุงเทพฯและ โรงแรมแชงกรี-ลา เชียงใหม่ กับบริษัท Shangri-La International Hotel Management Pte Ltd. ("SLIM SG") โดยจะมีผลบังคับนับแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 ทั้งนี้ข้อความและเงื่อนไขอื่นที่ระบุในสัญญาเดิมทั้งสองฉบับดังกล่าวยังคงเดิมไม่เปลี่ยนแปลง

ผลของการเข้าทำสัญญาเปลี่ยนแปลงคู่สัญญาในสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิ (สัญญาดำเนินงาน) จะทำให้คู่สัญญาเปลี่ยนจากบริษัท แชงกรี-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 แวงกรี-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 ส่งผลให้การท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้เงินเพิ่มมากขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับปีก่อน เพื่อป้องกันการขาดทุนจากความผันผวน ของอัตราแลกเปลี่ยน โรงแรมสงวนสิทธิ์ในการชำระค่าใช้จ่ายที่เป็นสกุลต่างประเทศโดยแปลงเป็นเงินบาท ในขณะที่คู่สัญญาจะต้องชดใช้ความเสียหายให้แก่โรงแรมต่อผลขาดทุนที่เกิดจากการแปลงค่าเงิน

โรงแรมแสงกรี-ลา กรุงเทพฯ และโรงแรมแสงกรี-ลา เชียงใหม่ได้ทำประกันคุ้มครองความรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอกกับ บริษัทประกันภัย ที่มีชื่อเสียงโดยคุ้มครองความเสียหายที่เกิดจากอุบัติเหตุ รวมทั้งประกันความเสียหายของแขกผู้มาใช้บริการอันเกิดจากอาหารเครื่องดื่ม และการให้บริการของโรงแรมด้วย นอกจากนี้ บริษัท ยังได้ทำประกันคุ้มครองความเสี่ยงทุกประเภทโดย ครอบคลุมอัคคีภัย แผ่นดินไหว การนัดหยุดงาน และความเสียหายจากน้ำท่วม เป็นต้น รวมถึงคุ้มครองการขาดรายได้จากธุรกิจ หักดะงัก เพื่อชดเชยผลกำไรให้แก่โรงแรม ในระหว่างที่ต้องหยุดดำเนินการ ในส่วนที่เกี่ยวกับพนักงานบริษัทได้มีการทำประกันความเสียหายอันเกิดจากการเก็บรักษาเงินสดและการทุจริตในหน้าที่ของพนักงาน รวมทั้งการประกันสุขภาพและประกันชีวิตด้วย

เพื่อเป็นการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคที่อาจแพร่ระบาดแบบฉับพลัน เช่น โรคซาร์สและโรคไข้หวัดนก บริษัทมี นโยบายกวดขันในเรื่องความสะอาดและสุขอนามัยของอาหารที่ให้บริการในโรงแรมและได้ปฏิบัติตามระบบการจัดการด้าน สุขอนามัยของอาหารตามนโยบายของกลุ่มโรงแรมแสงกรี-ลาโดยเคร่งครัด โดยโรงแรมแสงกรี-ลา กรุงเทพฯ ได้รับใบรับรองมาตรฐาน ความปลอดภัยสูงสุดทางด้านอาหาร (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 2563 เท่ากับ 385.95 ล้านบาท

ที่ดินที่ถนนสุขุมวิท 55 (ซอยทองหล่อ) จำนวน จำนวน 23 แปลง เนื้อที่ 657.50 ตารางวา ตั้งอยู่ที่ซอยสุขุมวิท 55 (ซอยทองหล่อ) ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร และที่ดินที่ถนนสุขุมวิท 57 จำนวน 1 แปลง เนื้อที่ 48 ตารางวา ตั้งอยู่ที่ถนนสุขุมวิท 57 แขวงพระโขนง (ที่ 11 พระโขนงฝั่งเหนือ) เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร บริษัทเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในที่ดินทั้งยี่สิบสี่แปลงนี้ มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เท่ากับ 2,033.41 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 2563 เท่ากับ 304.53 ล้านบาท บริษัทเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในอาคารทั้งหมดนี้

3. เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์ในการดำเนินงาน มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เท่ากับ 108.77 ล้านบาท

4. เครื่องจักรและอุปกรณ์อาคาร มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เท่ากับ 146.35 ล้านบาท

ที่ดิน อาคาร และเครื่องตกแต่งและอุปกรณ์ดังกล่าวข้างต้นไม่ได้ใช้เป็นหลักทรัพย์สินค้ำประกันภาระหนี้สินใดๆ ทั้งสิ้น

- สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ประกอบด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ มีมูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เท่ากับ 1.44 ล้านบาท

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

1. ที่ดินที่ใช้ในการดำเนินงานเนื้อที่ 17 ไร่ 2 งาน 5.3 ตารางวา ตั้งอยู่ที่ถนนช้างคลาน ตำบลช้างคลาน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ บริษัทเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในที่ดินทั้งสองแปลงนี้ มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เท่ากับ 107.56 ล้านบาท

2. อาคารโรงแรม ตั้งอยู่บนที่ดินเนื้อที่ 17 ไร่ 2 งาน 5.3 ตารางวา มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เท่ากับ 425.10 ล้านบาท บริษัทเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในอาคารทั้งหมดนี้

3. เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์ในการดำเนินงาน มีมูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เท่ากับ 42.93 ล้านบาท

4. เครื่องจักรและอุปกรณ์อาคาร มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เท่ากับ 4.25 ล้านบาท

ที่ดิน อาคาร และเครื่องตกแต่งและอุปกรณ์ดังกล่าวข้างต้นไม่ได้ใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันภาระหนี้สินใดๆทั้งสิ้น

- สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ประกอบด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ มีมูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เท่ากับ 1.77 ล้านบาท

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่เป็นสาระสำคัญ นอกเหนือจากคดีความเกี่ยวกับลูกหนี้จำนวนเล็กน้อย

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

- ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

ชื่อบริษัท

บริษัท แสงกรี-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 : bangkok@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 : Chiangmai@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 ชั้น 14 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 Pte Ltd.

1 Kim Seng Promenade,

#07-01 Great World City,

237994, Singapore

Telephone: (65) 69185660