

ส่วนที่ 1

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท แมนดาริน โฮเต็ล จำกัด (มหาชน) ประกอบกิจการหลักด้านโรงแรม ให้บริการด้านห้องพัก จานำอาหารและเครื่องดื่ม การประชุมสัมมนาและการจัดเลี้ยงต่างๆ พร้อมให้บริการอื่นๆ อันเกี่ยวเนื่องกับ ธุรกิจโรงแรม

โรงแรมแมนดาริน ประกอบด้วย 2 สาขา คือ

1. โรงแรมแมนดาริน สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 662 ถนนพระราม 4 แขวงมหาพฤฒาราม เขต บางรัก กรุงเทพมหานคร
2. โรงแรมโกลเด้น วิลเลจ เขาใหญ่ ตั้งอยู่ใกล้อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา

วิสัยทัศน์

โรงแรมแมนดารินเป็นโรงแรมที่มีมาตรฐานการบริการ (Service) ที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง และได้ เป็นโรงแรมที่ประกาศตัวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Hotel) อย่างเต็มตัว ตั้งแต่ภายในปี 2560 เป็นต้นไป

วัตถุประสงค์ และเป้าหมาย

- ก้าวต่อไปจะได้นำโรงแรมเข้าสู่โครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอื่นๆ เช่น โครงการ Asean Green Hotel โครงการไบโอดีเซล โครงการ Thailand Energy Award เป็นต้น
- โรงแรมเป็นธุรกิจบริการ ดังนั้นการบริการถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะมีลูกค้าเข้ามาพักอย่างต่อเนื่อง โดย การบริการของโรงแรมจะต้องสร้างความประทับใจให้ลูกค้า และกลับมาใช้บริการ พร้อมทั้งมีการบอกต่อ โดยจะต้องมีการประเมินผลระดับความพึงพอใจโดยรวมไม่ต่ำกว่า 90% โดยพิจารณาจากองค์กรที่ได้รับจากบริษัทชั้นนำระดับโลกที่เป็นที่ยอมรับจากต่างประเทศ อาทิ เช่น TripAdvisor booking.com Expedia.co.th

กลยุทธ์ทางด้านการปฏิบัติงาน

1. เนื่องจากห้องพักเป็นสิ่งสำคัญที่จะสร้างรายได้ให้กับโรงแรม ลูกค้าจะจองห้องพัก หรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับความสะอาด และต้องอยู่ในสภาพที่ดีและพร้อมให้บริการอยู่เสมอ ดังนั้นฝ่ายปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องจะต้องดูแลรักษาห้องพัก รวมทั้งพื้นที่ส่วนกลางให้พร้อมใช้งาน และอยู่ในสภาพที่ดีตลอดเวลา และจะยังคงรักษาความเป็นโรงแรมปลอดบุหรี่ (Smoke-free Hotel) 100% ตลอดไป พร้อมทั้งสื่อสารความเป็น Green Hotel ให้ลูกค้าได้รับทราบในทุกๆ ตลาด (โรงแรมแมนดาริน

ได้รับรางวัลโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ระดับทอง (Green Hotel – Gold Level) และ Asian Green Hotel

2. พนักงานผู้ให้บริการเป็นสิ่งสำคัญมากอีกอย่างหนึ่งของโรงแรม หรือธุรกิจบริการ ที่จะทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการกับทางโรงแรมหรือไม่ นอกจากจะต้องมีการฝึกอบรมให้พนักงานมีทักษะในการบริการที่ดีแล้ว จะต้องให้บริการอย่างรวดเร็ว และถูกต้องการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย โรงแรมแมนดารินมีลูกค้าชาวจีนมาใช้บริการมากเป็นอันดับหนึ่ง ดังนั้นโรงแรมจึงต้องมีพนักงานที่สามารถติดต่อสื่อสารกับลูกค้าชาวจีนได้ และจะพิจารณาพนักงานที่สามารถพูดภาษาอื่น ๆ นอกจากภาษาอังกฤษ ได้อีกในอนาคต เช่น ภาษาญี่ปุ่น และสเปน เป็นต้น
3. จะต้องพยายามหาการบริการใหม่ ๆ ที่คู่แข่งไม่มี เพื่อเป็นการเพิ่ม Value Added ให้ลูกค้า ซึ่งจะเป็นการเพิ่มยอดขายได้อีกทางหนึ่ง
4. การสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ตั้งแต่ก้าวแรกที่เข้ามาพักที่โรงแรม เช่น โดยใช้การประเพณีไทยในการให้บริการ
5. ดำเนินการ สถานที่ให้พร้อม สำหรับการบริการ
6. ให้ข้อมูลไว้ทางด้านสถานที่ท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกที่อยู่ใกล้โรงแรม ที่น่าสนใจเพื่อสร้างความประทับใจ และประสบการณ์ใหม่ๆ ที่มาใช้บริการที่ โรงแรมแมนดาริน



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โรงแรมเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหลากหลาย รวมถึงธุรกิจอื่นๆ อีกมากมายที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นรายได้ส่วนใหญ่ของธุรกิจโรงแรม โรงแรมเป็นธุรกิจที่มีผู้มาใช้บริการหรือผู้บริโภคมากมาย ได้แก่ นักท่องเที่ยว นักบริหาร นักศึกษา ข้าราชการ รวมทั้งอาชีพต่างๆ

ธุรกิจโรงแรมจะต้องเข้าใจผู้บริโภค การจัดการบริหารที่เหมาะสมกับผู้ให้บริการทุกระดับชั้นของผู้บริโภค เช่นห้องพัก ห้องอาหาร บันเทิงต่างๆ รวมทั้งฝ่ายเทคนิคด้วย โรงแรมควรตระหนักถึงขนาดของห้องพักที่ได้มาตรฐานสากล รวมถึงเจ้าหน้าที่ของทุกๆ แผนก ไม่เฉพาะด้านบริการเท่านั้นแต่ยังเน้นสามารถสื่อสารให้ได้หลายภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ ญี่ปุ่น จีน เยอรมัน ฝรั่งเศส เป็นต้น เพราะจะทำให้ผู้บริโภคแต่ละชาติพึงพอใจต่อผู้ให้บริการ อุปกรณ์ต่างๆ ที่ให้บริการต่อผู้บริโภค ต้องจัดทำให้เหมาะสมกับสถานการณ์และขนาดของโรงแรม เพื่อให้ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักสามารถติดต่อกับญาติพี่น้อง นักธุรกิจสามารถติดต่อธุรกิจของตนเองได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยผ่านสื่อหรือเครื่องมือสื่อสารต่างๆ ของโรงแรม สิ่งที่กำลังมาทั้งหมดนี้เป็นมาตรฐานสากล

ณ สิ้นปี 2561 มียอดรวมจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาประเทศไทยตลอดทั้งปี จำนวน 38.27 ล้านคน เพิ่มขึ้นจำนวน 2.68 ล้านคน หรือ เพิ่มขึ้นอัตราร้อยละ 7.54 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2560 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติรวม 35.59 ล้านคน ซึ่งเพิ่มขึ้นทั้งด้านจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากเกือบทุกภูมิภาค ได้แก่ เอเชียตะวันออก กลุ่มประเทศอาเซียน เอเชียใต้ ยุโรป และทวีปอเมริกา ยกเว้นแต่ 2 ภูมิภาค คือ ตะวันออกกลาง ที่มีจำนวนลดลงเนื่องจากผลกระทบด้านปัญหาเศรษฐกิจและความขัดแย้งในภูมิภาค รวมทั้ง โอเชียเนีย ที่ได้รับผลกระทบจากปัญหาเศรษฐกิจ ทั้งนี้ จากเหตุการณ์อุบัติเหตุเรือนักท่องเที่ยวจีนล่มที่จังหวัดภูเก็ตในเดือน ก.ค. ประกอบกับเศรษฐกิจจีนชะลอตัวได้ส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวจีนทำให้มีจำนวนลดลงในช่วงเดือน ก.ค. ถึงเดือน พ.ย. นั้น ทำให้รัฐบาลไทยได้มีมาตรการลดค่าธรรมเนียม Visa on Arrival (VOA) กับ 21 ประเทศ ระหว่างวันที่ 15 พ.ย. 2561 ถึง 13 ม.ค. 2562 เพื่อกระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวจีนให้เริ่มฟื้นตัวกลับขึ้นมาในช่วงปลายปี 2561 ต่อเนื่องจนถึงต้นปี 2562 ซึ่งมาตรการ VOA ยังได้ช่วยกระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวอินเดีย และตลาดนักท่องเที่ยวประเทศอื่นๆ ที่ได้รับสิทธิลดค่าธรรมเนียม VOA นี้เช่นกัน อีกทั้ง รัฐบาลไทยยังได้ขยายระยะเวลามาตรการลดค่าธรรมเนียม VOA ไปถึง 30 เม.ย. 2562 เพื่อให้ครอบคลุมช่วงเทศกาลวันตรุษจีนและเทศกาลวันสงกรานต์ของไทยในปี 2562 โดยประมาณการว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาประเทศไทยในปี 2562 จำนวน 41.1 ล้านคน มีจำนวนเพิ่มขึ้นประมาณ 2.82 ล้านคน หรือ เพิ่มขึ้นอัตราร้อยละ 7.5 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2561 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติรวม 38.27 ล้านคน

สำหรับตลาดโรงแรม ในปี 2561 มีจำนวนห้องพักรวมทั้งสิ้น 50,231 ห้อง โดยเพิ่มขึ้นจากปี 2560 จำนวน 2,687 ห้องหรือ เพิ่มขึ้นอัตราร้อยละ 5.65 เมื่อเทียบกับจำนวนห้องพักในปี 2560 ที่มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 47,544 ห้อง โดยโรงแรมระดับกลางมีสัดส่วนห้องพักในตลาดมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ทั้งนี้ โรงแรมใหม่ที่เปิดตัวในปี 2561 ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจสุขุมวิทและเพลินจิต ดังนั้น ถึงแม้ว่าจะมีภาวะการแข่งขันอย่างเข้มข้นในตลาดโรงแรม แต่ได้รับความบรรเทาจากอัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ยังคงมีอัตราการเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว

โดยภาพรวมของการลงทุนในประเทศไทย เมื่อพิจารณาจากข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ที่มีนักลงทุนต่างประเทศยื่นขอรับส่งเสริมการลงทุนในปี 2561 ช่วง 9 เดือนแรก (ม.ค.-ก.ย.) มียอดสะสมรวม จำนวน 722 โครงการ มูลค่าเงินลงทุนรวมทั้งสิ้น 135,000 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2560 ที่มีนักลงทุนต่างประเทศยื่นขอรับส่งเสริมการลงทุน จำนวนรวม 627 โครงการ มูลค่าเงินลงทุนรวมทั้งสิ้น 172,374 ล้านบาท โดยในปี 2561 มีจำนวนโครงการเพิ่มขึ้น 95 โครงการ หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 15 แต่ในขณะเดียวกันมีมูลค่าการลงทุนลดลง จำนวน 37,374 ล้านบาท หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 21 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2560 โดยญี่ปุ่นยังเป็นประเทศที่มีการยื่นขอรับส่งเสริมการลงทุนที่มีจำนวนโครงการและมูลค่าเงินลงทุนมากที่สุด จำนวน 240 โครงการ เงินลงทุนรวม 38,887 ล้านบาท ในขณะที่อันดับสอง คือ จีน จำนวน 85 โครงการ เงินลงทุนรวม 22,750 ล้านบาท และอันดับสาม คือ สิงคโปร์ จำนวน 80 โครงการ เงินลงทุนรวม 17,900 ล้านบาท

ทั้งนี้ คาดการณ์ว่าจำนวนชาวต่างชาติเดินทางเพื่อธุรกิจในประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น เนื่องจาก การที่ประเทศไทยได้เข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างเป็นทางการในปี 2559 ทำให้มีความเป็นไปได้ที่จะเป็นศูนย์กลางของการลงทุนของอาเซียน โดยเฉพาะสำหรับชาวต่างชาติที่ต้องการลงทุนในกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม (CLMV) อีกทั้งการที่ประเทศไทยได้รับเกียรติให้เป็นประธานอาเซียนในปี 2562 นี้ จะช่วยเพิ่มความสำคัญและบทบาทของประเทศไทยต่อประเทศต่างๆ ในกลุ่มสมาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมทั้ง การที่ประเทศไทยจะมีการเลือกตั้งเกิดขึ้นในปี 2562 เป็นส่วนช่วยสำคัญให้นักลงทุนต่างประเทศเกิดความมั่นใจในเสถียรภาพทางการเมืองและเศรษฐกิจของประเทศไทยในอนาคตที่จะตัดสินใจเข้ามาลงทุนในประเทศไทยต่อไปซึ่งจะส่งผลดีต่อธุรกิจโรงแรม

ตามที่ รัฐบาลไทย ได้มีโครงการระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor – EEC) เพื่อเป็นการขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยจะมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการเดินทางและการขนส่งให้มีความพร้อม เพื่รองรับและเอื้อประโยชน์ต่อการเจริญเติบโตของภาคอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น เช่นการพัฒนาสนามบินอู่ตะเภาให้เป็นสนามบินนานาชาติแห่งที่ 3 ของประเทศไทย และการสร้างรถไฟความเร็วสูงเชื่อม โยง 3 สนามบินนานาชาติ ได้แก่ สนามบินดอนเมือง สนามบินสุวรรณภูมิ และสนามบินอู่ตะเภา รวมทั้ง การสร้างรถไฟทางคู่เชื่อมแหล่งอุตสาหกรรมกับท่าเรือ และการพัฒนาท่าเรือแหลงฉบังและท่าเรือมาบตาพุดเพิ่มเติม รวมทั้ง การเสนอสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีให้กับนักลงทุนต่างชาติในอุตสาหกรรมเป้าหมายในแผนไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งจะช่วยดึงดูดให้นักลงทุนจากต่างชาติเข้ามาลงทุนในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น และเมื่อโครงการต่างๆ ตามข้างต้นเสร็จสิ้น จะช่วยให้การเดินทางและการขนส่งมีความสะดวกสบายมากขึ้น การเชื่อมต่อการเดินทางและการขนส่ง ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งมีส่วนสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวและรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่จะเดินทางเข้ามาเมืองไทยเพิ่มขึ้น ตามที่ได้ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่จะเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี

ที่มา : ข้อมูลจากกองงานคนต่างด้าว กรมการจัดหางาน

ข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

ข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ข้อมูลจากการรวบรวมของ บมจ.แมนดาริน โฮเต็ล

โรงแรมแมนดารินเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางของนักท่องเที่ยวท้องถิ่นของแต่ละจังหวัดในประเทศ และนักท่องเที่ยวต่างชาติ นักท่องเที่ยวนิยมใช้บริการของโรงแรมเพราะตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในกรุงเทพฯ สะดวกใกล้ Shopping Mall ที่มีชื่อเสียงมากมายและบริการที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากลจนประกอบธุรกิจมายาวนานกว่า 50 ปี

โครงสร้างรายได้

โรงแรมในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดของบริษัท เป็นธุรกิจที่มีรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น รายได้หลักจึงเป็นรายได้จากห้องพัก ห้องอาหาร ห้องประชุมสัมมนา และการจัดงานเลี้ยงต่างๆ ลูกค้าของโรงแรมมีทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจากทั่วโลก

	ปี 2561		ปี 2560		ปี 2559	
	ล/บ	%	ล/บ	%	ล/บ	%
รายได้แผนกห้องพัก	234.48	70.62	236.02	68.30	226.86	65.87
รายได้แผนกอาหารและเครื่องดื่ม	84.15	25.34	80.31	23.24	98.54	28.61
รายได้จากค่าเช่าและบริการ	12.00	3.61	12.10	3.50	11.62	3.37
รายได้อื่นๆ	1.40	0.43	17.15	4.96	7.39	2.15
รวมรายได้	332.03	100.00	345.58	100.00	344.41	100.00

การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิต / กลุ่มธุรกิจ

ลักษณะของ (ผลิตภัณฑ์) หรือการบริหาร

การดำเนินธุรกิจโรงแรมคือการให้บริการที่พักอาศัย จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม การประชุมสัมมนา การจัดเลี้ยงและการให้บริการอื่นๆ อันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจโรงแรม รวมทั้งสถานที่บันเทิงต่างๆกับทั้งคนไทยและต่างประเทศ

รายงานการเปรียบเทียบสถานะทางการเงิน

หน่วย : พันบาท

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม	2561	2560	2559
รายได้จากการขายและบริการ	330,635	328,430	337,018
รายได้อื่นๆ	1,399	17,153	7,391
รายได้ค่าสินไหมทดแทน	0	0	0
รายได้รวม	332,034	345,583	344,409
ต้นทุนและค่าใช้จ่ายรวม	311,803	326,632	340,598
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	20,231	18,951	3,811
กำไร(ขาดทุน)ต่อหุ้น	0.75	0.70	0.14

หน่วย : พันบาท

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม	2561	2560	2559
สินทรัพย์รวม	842,837	931,536	987,282
หนี้สินรวม	342,688	451,618	526,315
ส่วนของผู้ถือหุ้น	500,149	479,918	460,967
เงินปันผลเสนอจ่ายต่อหุ้น (บาท)	0.00	0.00	0.00
มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น (BOOK VALUE)	18.59	17.84	17.13
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น(%)	4.05	3.95	0.83
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม(%)	2.28	2.03	0.39
อัตรากระแสเงินสดที่ได้จากการดำเนินงานต่อสินทรัพย์รวม(%)	8.52	9.40	5.85

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

อธิบายโดยแบ่งตามสายผลิตภัณฑ์

- แมนดาริน โฮเต็ล มีรายได้หลักจาก 3 ช่องทางคือ

1. รายได้จากค่าเช่าห้องพัก
2. รายได้จากการขาย อาหาร, เครื่องดื่ม และการให้เช่าห้องประชุมสัมมนาและการจัดงานเลี้ยงต่างๆ
3. รายได้จากค่าเช่าและบริการ

1. ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

<u>รวมรายได้</u>	<u>ปี 2561</u>	<u>ปี 2560</u>	<u>ปี 2559</u>
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
รายได้แผนกห้องพัก	234.03	235.86	226.59
รายได้แผนกโรงแรมเชอร์วิส	0.63	0.64	0.91
รายได้แผนกจัดเลี้ยง	70.99	65.48	82.56
รายได้ค่าซักรีด	0.45	0.51	0.55
รายได้แผนกห้องอาหาร	12.54	13.84	14.79
รายได้จากค่าเช่าและบริการ	<u>12.00</u>	<u>12.10</u>	<u>11.62</u>
รายได้จากโรงแรม	<u>330.64</u>	<u>328.43</u>	<u>337.02</u>

ธุรกิจโรงแรม

ปัจจุบัน บริษัทมีจำนวนห้องพักของโรงแรมทั้งสิ้น 533 ห้อง โดยโรงแรมที่อยู่ภายใต้การบริหารงานของกลุ่มบริษัท ได้แก่

- โรงแรมแมนดาริน กรุงเทพ และ โกลเด้น วิลเลจ รีสอร์ท เขาใหญ่

โรงแรม โกลเด้น วิลเล่ย์รีสอร์ท เขาใหญ่มีจำนวน 159 ห้อง

โรงแรมแมนดาริน กรุงเทพ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มนักธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท มีลักษณะการให้บริการดังนี้

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 374 ห้อง

	จำนวนห้องพัก		อัตราค่าห้องพัก (บาท)
ห้องพักที่เป็น Deluxe room	222	ห้อง	2,300 – 3,500
ห้องพักที่เป็น Premier room	83	ห้อง	2,500 – 3,700
ห้องพักที่เป็น Executive room	58	ห้อง	2,700 – 3,900
ห้องพักที่เป็น Quartette room	8	ห้อง	3,800 – 5,000
ห้องพักที่เป็น Grand Suite	3	ห้อง	5,000 – 6,000

โดยในปี 2561 อัตราค่าเช่าห้องพัก อยู่ระหว่าง 2,000 – 2,400 บาท และอัตราเข้าพักอยู่ระหว่าง 82%

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

โรงแรมมีภัตตาคารอาหารไทยและต่างประเทศ และห้องจัดเลี้ยงเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไปดังนี้

ประเภทห้อง	ขนาด (ตร.ม.)	จำนวนคน						
แมนดาริน แกรนด์ บอลรูม	1,140	170	1,000	600	240	1,200	700	800
แมนดาริน A	376	72	200	120	84	200	160	200
แมนดาริน B	376	72	200	120	84	200	160	200
แมนดาริน C	376	72	200	120	84	200	160	200
บุษบา	240	50	250	140	60	220	180	200
พลอยฟ้า	66	24	50	36	30	40	30	40
การะเกด	71	24	50	36	30	40	30	40
รสสุคนธ์	66	24	50	36	30	40	30	40

2. การตลาดและการแข่งขัน

แนวโน้มการท่องเที่ยวไทยปี 2562

มุมมองในปี 2562 ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยเผชิญกับความท้าทายที่หลากหลายมากขึ้น อาทิ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจในหลายๆ ประเทศที่มีแนวโน้มชะลอตัว ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย นอกจากนี้ยังมีปัจจัยจากการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และสภาพความแปรปรวนของภูมิอากาศทั่วโลกที่อาจส่งผลกระทบต่อแผนการเดินทางท่องเที่ยว

อย่างไรก็ดี ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยยังได้รับแรงกระตุ้นจากการเร่งทำตลาดของหน่วยงานภาครัฐ การขยายระยะเวลาการเว้นค่าธรรมเนียม Visa on Arrival (VOA) จนถึงวันที่ 30 เมษายน 2562 และภาคเอกชนธุรกิจท่องเที่ยวและเกี่ยวเนื่อง ประกอบกับบรรยากาศภายในประเทศที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว จึงคาดว่า ในปี 2562 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยจะอยู่ที่ประมาณ 39.00-39.80 ล้านคน เติบโตร้อยละ 2.1-4.1 จากปี 2561 โดยตลาดที่คาดว่าจะยังเติบโตได้ดี อาทิ นักท่องเที่ยวอาเซียน เกาหลีใต้

อินเดีย และญี่ปุ่น ขณะที่การฟื้นตัวที่ชัดเจนและต่อเนื่องของนักท่องเที่ยวจีนเกิดขึ้นในช่วงครึ่งปีหลัง สำหรับรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยน่าจะมีมูลค่าประมาณ 2.16 - 2.20 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.9 - 8.9 จากปี 2561

ทั้งนี้ ท่ามกลางโจทย์ธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีความซับซ้อนมากขึ้น กอปรกับสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องติดตามกระแสและปรับตัวให้เข้ากับเทรนด์การท่องเที่ยวอย่างเท่าทัน ซึ่งสำหรับปี 2562 ที่ไทยเป็นประธานอาเซียน นับเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการจะทำตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวอาเซียนเพิ่มขึ้น หรือการทำตลาดในเมืองท่องเที่ยวรองที่สอดคล้องไปกับนโยบายภาครัฐ เป็นต้น

ในช่วงท้ายปี 2561 การเร่งทำตลาดเพื่อฟื้นคืนความเชื่อมั่นของตลาดนักท่องเที่ยวจีนของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ประกอบกับการออกมาตรการลดหย่อนค่าธรรมเนียม Visa On Arrivals ครอบคลุม 21 ประเทศรวมถึงประเทศจีน เป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้ตลาดนักท่องเที่ยวจีนทยอยฟื้นตัวกลับมาได้อย่างรวดเร็ว เห็นได้จากการพลิกกลับมาเป็นบวกเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือนของจำนวนนักท่องเที่ยวจีนเที่ยวไทยในเดือนธันวาคม 2561 คาดว่าในช่วงเทศกาลตรุษจีนปี 2562 นี้ จะมีนักท่องเที่ยวจีนเดินทางเข้ามาเที่ยวไทย เป็นจำนวนประมาณ 325,000 คน ใกล้เคียงกับในปีก่อน ซึ่งนับว่าเป็นสัญญาณที่ดีต่อทิศทางตลาดนักท่องเที่ยวจีนเที่ยวไทยในปี 2562 นี้ (ผลสำรวจของ Ctrip พบว่านักท่องเที่ยวจีนยังเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางอันดับต้นๆ ของการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลตรุษจีนปีนี้)

อย่างไรก็ตาม เมื่อมองภาพตลาดในช่วงข้างหน้า ยังมีมุมมองที่ระมัดระวังต่อแนวโน้มตลาดนักท่องเที่ยวจีนเที่ยวไทย โดยประเมินว่า การขยายตัวเป็นบวกที่ต่อเนื่องของจำนวนนักท่องเที่ยวจีนเที่ยวไทยคงจะเกิดขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปี 2562 ขณะที่ ในช่วงครึ่งปีแรก ภาพการเติบโตจะเผชิญความท้าทายจากผลของฐานเปรียบเทียบในช่วงเดียวกันของปีก่อนที่นักท่องเที่ยวจีนเที่ยวไทยมีจำนวนเฉลี่ยเกือบ 1 ล้านคนต่อเดือน

นอกจากนี้ แม้ว่าบรรยากาศโดยรวมและความเชื่อมั่นของตลาดจะทยอยปรับตัวดีขึ้นตามลำดับจากความร่วมมือของทุกฝ่าย อีกทั้งไทยยังนับว่าเป็นจุดหมายปลายทางอันดับต้นๆ ที่นักท่องเที่ยวจีนเลือกในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ แต่ก็ต้องยอมรับว่า ยังมีปัจจัยท้าทายอีกหลายประการที่อาจกระทบต่อแนวโน้มตลาดนักท่องเที่ยวจีนเที่ยวไทยในระยะถัดไป ที่สำคัญคือ ประเด็นกำลังซื้อของนักท่องเที่ยวจีน โดยเฉพาะกลุ่มที่อ่อนไหวต่อภาวะเศรษฐกิจในประเทศ สถานการณ์การแข่งขันกันดึงดูดนักท่องเที่ยวจีนไปยังประเทศต่างๆ และความหลากหลายของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนในยุคดิจิทัล

ทั้งนี้ คาดว่า ในปี 2562 นักท่องเที่ยวจีนเที่ยวไทยน่าจะมีจำนวนประมาณ 10.80 - 10.99 ล้านคน เติบโตประมาณ 2.5% - 4.3% จากปี 2561 (สาเหตุของอัตราการเพิ่มขึ้นที่ชะลอลงส่วนหนึ่งเป็นผลจากฐาน

ของนักท่องเที่ยวจีนที่มีขนาดใหญ่ขึ้น) สำหรับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวไทยคาดว่าจะมีมูลค่าประมาณ 5.98 - 6.09 แสนล้านบาท ขยายตัวประมาณ 3.0% - 5.0% จากปี 2561

Credit Website : <https://kasikornresearch.com>

ในปัจจุบันโลกธุรกิจได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วโดยมีแรงขับเคลื่อนจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี (Digital Disruption) ธุรกิจการท่องเที่ยวและที่พักก็เป็นหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในทศวรรษที่ผ่านมา โดยหนึ่งในเทคโนโลยีและธุรกิจที่เข้ามามีบทบาทต่อธุรกิจการท่องเที่ยวโลก คือ Online Travel Agency (OTAs) ที่ขับเคลื่อนโดยผู้เล่นหลักในระดับโลกมีแนวโน้มเพิ่มบทบาทและให้ความสำคัญกับภูมิภาคเอเชียมากขึ้นเห็นได้จากการควบรวมกิจการต่างๆ โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 41 จากมูลค่า 4.4 แสนล้านบาท ของการควบรวมกิจการทั่วโลกของสอง ผู้เล่นหลักในธุรกิจ OTAs

นอกเหนือจากการเข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้นของ OTAs นั้นถือได้ว่าเป็นทั้งเครื่องมืออำนวยความสะดวกสำหรับผู้ประกอบการที่พัก และยังเป็นความท้าทายสำหรับผู้ประกอบการในเวลาเดียวกัน โดยธุรกิจ OTAs นี้ไม่เพียงมีผลต่อผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรมในระดับสากล แต่ยังส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในประเทศไทยอีกด้วย จากการประเมินโดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่า มูลค่ารายได้ค่าธรรมเนียมของ OTAs ที่ได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมายังไทย ในปี 2561 อาจอยู่ที่ 2.9-3.4 หมื่นล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนราวร้อยละ 5.5 ของรายได้ค่าที่พักของนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย

ทั้งนี้ จากการที่ผู้ประกอบการรวมไปถึงนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มจะใช้บริการ OTAs มากขึ้น ทำให้ OTAs ได้กลายเป็นช่องทางด้านการขายและการตลาดที่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้ประกอบการด้านที่พักของไทยจึงควรพิจารณาช่องทางนี้ ควบคู่กับช่องทางอื่นๆ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงลูกค้าได้อย่างทั่วถึงและสอดคล้องกับโครงสร้างต้นทุนหรือรูปแบบทางธุรกิจของตน

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ประกาศเป้าหมายการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี 2562 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาในประเทศไทยจำนวน 41.6 ล้านคน และจะสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวรวม 2.2 ล้านล้านบาท โดยประเมินว่านักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นใหม่ในปีนี้มีจำนวน 2 ล้านคน จากปี 2561 โดยจะมาจาก 4 ตลาดใหญ่

สำหรับ 4 ตลาดใหญ่ของประเทศไทย ได้แก่ เอเชียตะวันออก อาเซียน เอเชียใต้ และยุโรป โดยตลาดเอเชียตะวันออก ประกอบด้วย จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และไต้หวัน โดยตลาดนี้คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 ล้านคน ตลาดหลักจะมาจากประเทศจีน จำนวน 11 ล้านคน ในปี 2562 เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ที่มีจำนวน 10.5 ล้านคน และในช่วงไตรมาสแรกของปีนี้ คาดว่าจะมีจำนวนถึง 3 ล้านคน รองลงมา ตลาดไต้หวัน มาจากอานิสงส์การจัดทำมาตรการเว้นค่าธรรมเนียมการตรวจลงตรา ณ ช่องทางอนุญาตของด่านตรวจคนเข้าเมือง (VISA ON ARRIVAL) หรือ VOA

ตลาดรองลงมา คือ ภูมิภาคอาเซียน คาดว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 5 แสนคน โดยตลาดที่มาแรงสุดคือ ประเทศมาเลเซีย รวมถึงสิงคโปร์ เวียดนาม ลาว และฟิลิปปินส์ ต่อมาตลาดเอเชียใต้ ที่มีทั้ง

ประเทศอินเดีย ศรีลังกา ปากีสถาน และบังกลาเทศ โดยในปีนี้จะคาดว่าจะมีจำนวนรวม 2 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนมีจำนวน 1.6 ล้านคน และคาดว่าจะในอีก 5 ปี จะเพิ่มเป็น 5 ล้านคน

Credit Website: <https://www.posttoday.com>

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในย่านถนนพระรามที่สี่

โรงแรมแมนดาริน กรุงเทพตั้งอยู่บนทำเลที่สำคัญบนถนนพระรามสี่ ถนนสายแรกของกรุงเทพฯ ที่มีความสำคัญในเชิงประวัติศาสตร์การค้าอย่างยาวนาน ด้วยลักษณะทางกายภาพที่เป็นถนนเส้นตรง เชื่อมต่อไปยังศูนย์กลางทางธุรกิจสำคัญหลายแห่งในกรุงเทพฯ ไม่ว่าจะเป็นเยาวราช - หัวลำโพง, สามย่าน- จุฬา, สีลม-สุรวงศ์-ศาลาแดง, สาทร-วิทยุ, รัชดา-โอโศก ไปจนถึงถนนสุขุมวิทตัด พระโขนง จึงทำให้ถนนพระรามสี่เป็นย่านที่มีความสำคัญไม่แพ้ถนนเส้นหลักอย่างสุขุมวิท และสีลมแต่อย่างใด

ในอนาคตอันใกล้ ก็สามารถเดินทางไปได้สะดวกยิ่งขึ้นด้วยรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินส่วนต่อขยาย ช่วงหัวลำโพง-ท่าพระ ที่สถานีวัดมังกรฯ ซึ่งมีการออกแบบตามสถาปัตยกรรมชิโน-โปรตุกีส เพื่อให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมแบบไทย-จีน ที่คุ้นเคยของชาวเยาวราช

บนถนนสายนี้มีโครงการขนาดใหญ่อีกหลายโครงการที่ได้เริ่มก่อสร้างมาตั้งแต่ปี 2561 ต่อเนื่องมาในปี 2562 มากมายหลายโครงการ ซึ่งจะเพิ่มโอกาสให้โรงแรมแมนดาริน กรุงเทพ ได้มีโอกาสได้รับลูกค้าทั้งในส่วน นักท่องเที่ยว และ ลูกค้าจากภาคส่วนราชการ รวมถึง ลูกค้าCorporate ที่เข้ามาเช่าพื้นที่ในโครงการใหม่ๆ ใกล้โรงแรม

โครงการ Mixed use ในย่านถนนพระรามสี่ ที่กำลังอยู่ในช่วงพัฒนาปี 2562 - 2564 มีดังนี้

1. โครงการสามย่านมิตรทาวน์ ของบริษัท แผ่นดินทอง พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ในกลุ่มบริษัท ทีซีซี แอสเซ็ทส์ (ประเทศไทย) บนที่ดินขนาด 13 ไร่ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พื้นที่ใช้สอยรวม 222,000 ตารางเมตร พร้อมอุโมงค์ทางเดินเชื่อมระยะทาง 200 เมตรไปยังรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT สถานีสามย่าน แบ่งเป็น 3 โซนหลัก ได้แก่
 - 1.1 โซนรีเทล คิดเป็น 30% ของโครงการ มีพื้นที่ให้เช่า 36,000 ตร.ม. สูง 6 ชั้น มีพื้นที่ร้านค้าตั้งแต่ชั้น B1-ชั้น 4 และชั้น 5 เป็นพื้นที่ช้อปปิ้งเอนกประสงค์รวมทั้งสวนคาเฟ่ขนาดใหญ่
 - 1.2 โซนอาคารสำนักงาน มิตรทาวน์ ออฟฟิศ ทาวเวอร์ คิดเป็น 30% ของโครงการ เป็นอาคารสำนักงานให้เช่าเกรด สูง 31 ชั้น มีพื้นที่ให้เช่า 48,000 ตร.ม. จะพัฒนาเป็นอาคารที่ใช้งานโดยใช้ระบบอัจฉริยะเข้ามาเชื่อมโยงกับอุปกรณ์ในอาคาร
 - 1.3 โซนที่พักอาศัย คิดเป็น 15% ของโครงการ สูง 33 ชั้น เป็นคอนโดมิเนียม 1 ห้องนอน ขนาด 34 ตร.ม. จำนวน 516 ยูนิต (เน้นจับกลุ่มคนรุ่นใหม่ นิสิตจุฬาฯ โฮสต์ที่เปิดขายในย่านเดียวกันราว 30-40% และโรงแรมที่บริหารงานเองระดับ 3 ดาวครึ่ง จำนวน 104 ห้อง แยกพื้นที่ส่วนกลางของทั้ง 2 ส่วนออกจากกัน พร้อมโซน Commercial และ Learning เปิดบริการ 24 ชม.)

ขณะนี้งานก่อสร้างคืบหน้าแล้วกว่า 30% พร้อมเปิดให้บริการในเดือน ต.ค. 2562 เร็วขึ้นจากเดิม
กำหนดไว้ภายในต้นปี 2563



เครดิตภาพ: <http://www.samyan-mitrtown.com/Overview/>

2. โครงการของกลุ่มดุสิตธานีและเซ็นทรัล เป็นการร่วมทุนกันพัฒนาระหว่าง บริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) และบริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน) มูลค่าโครงการ 3.67 หมื่นล้านบาท พื้นที่รวม 23 ไร่กว่า มีหน้ากว้างติดถนนพระราม 4 ถึง 400 เมตร จะพัฒนาและยกระดับพื้นที่ย่านธุรกิจสำคัญใจกลางกรุงเทพฯ ซึ่งปัจจุบันเป็นที่ตั้งของโรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ ให้เป็นโครงการ Mixed Use ขนาดใหญ่ ที่ประกอบไปด้วย โรงแรม อาคารที่พักอาศัย อาคารสำนักงาน และห้างสรรพสินค้า มีพื้นที่อาคารรวมกันทั้งหมดประมาณ 403,000 ตารางเมตร โดยในส่วนของโรงแรม คือ โรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ ที่จะปรับโฉมใหม่ทั้งหมด เพื่อให้กลายเป็น Landmark สำคัญแห่งใหม่ของกรุงเทพฯ ดังเช่นที่ทางโรงแรมเคยเป็นมาตั้งแต่เมื่อ 48 ปีก่อน

Gne



เครดิตภาพ: <https://www.dusit.com/th/news/dusit-thani-bangkok-to-remain-open-throughout-the-year-so-developer-can-add-even-greater-value-to-the-new-hotel/>

3. โครงการ One Bangkok บนที่ดินแปลงใหญ่กว่า 104 ไร่ เดิมเป็นโรงเรียนเตรียมทหาร และโครงการสวนลุมไนท์บาซาร์ ซึ่งบริษัท ทีซีซี แอสเซ็ท (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท เฟรเซอร์ส เซ็นเตอร์พอยท์ ลิมิเต็ด (FCL) ในเครือทีซีซีที่พัฒนามบนที่ดินขนาด 104 ไร่ ด้วยงบประมาณ 120,000 ล้านบาท ซึ่งถือได้ว่าเป็นโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่พัฒนาโดยภาคเอกชนที่ใหญ่ที่สุด พื้นที่อาคารรวมอยู่ที่ประมาณ 1.83 ล้านตร.ม. โดยโครงการนี้ ประกอบไปด้วย

1. อาคารสำนักงานเกรด A ที่จะสร้างตามมาตรฐาน LEED และ WELL
2. โรงแรมระดับ 4 – 5 ดาวจำนวน 5 โรงแรม
3. ที่พักอาศัยระดับ Luxury 3 อาคาร
4. ร้านค้าปลีก และพื้นที่ทำกิจกรรมที่หลากหลายและครบครัน
5. พื้นที่กิจกรรมและศิลปะวัฒนธรรม ขนาด 10,000 ตารางเมตร

Signature

6. ทางเดินกว้างมากกว่า 40 เมตร ที่เขียวชะอุ่มร่มรื่นและสวยงามเลาะรอบโครงการทางฝั่งถนนวิบูลย์ และถนนพระราม 4
4. โครงการ The Parq โครงการมิกซ์-ยูส ขนาดใหญ่อีก 1 โครงการที่พัฒนาโดยบริษัท ทีซีซี แอสเซ็ท (ประเทศไทย) จำกัด บนที่ดินขนาด 35 ไร่ติดถนนพระรามที่ 4 และรัชดาภิเษกโดยรูปแบบในการพัฒนาที่ทางทีซีซี แอสเซ็ท เปิดเผยออกมานั้น คือ อาคารสำนักงานเกรด A โรงแรมหรือเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ พื้นที่อาคารรวม 320,000 ตารางเมตรมีมูลค่าการลงทุนรวมทั้งหมด 20,000 ล้านบาท และมีกำหนดแล้วเสร็จทั้งโครงการในปี พ.ศ. 2566 โดยเฟสแรกที่เป็นอาคารสำนักงานขนาดใหญ่พื้นที่รวมประมาณ 71,000 ตารางเมตรนั้นจะเปิดให้บริการในปีพ.ศ.2562 – 2563 โครงการนี้ตั้งอยู่ตรงข้ามกับอาคารเอฟวายไอ เซ็นเตอร์ที่พัฒนาโครงการโดยบริษัทแผ่นดินทอง พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) ในเครือทีซีซีเช่นกัน
5. นอกจากที่ดินทั้ง 4 แปลงดังกล่าวที่พัฒนาโครงการโดยเอกชนแล้วนั้นยังมีโครงการที่พัฒนาโดยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยอีกด้วย ซึ่งมีส่วนช่วยเพิ่มศักยภาพและความน่าสนใจของพื้นที่ได้อีกมากเช่นกัน โดยโครงการที่ทางจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีการพัฒนาขึ้นมานั้น มีการแบ่งเฟสการพัฒนาเป็นหลายรูปแบบการใช้งาน หลายโครงการ (รวมโครงการสามย่านมิตรทาวน์) ภายใต้คอนเซ็ปต์ เมืองแห่งการเรียนรู้ “Smart Intellectual City” จำนวนทั้งสิ้น 1,153 ไร่ ถูกจำแนกการใช้ประโยชน์หลัก 3 ส่วน ได้แก่ พื้นที่เขตการศึกษา 595 ไร่ พื้นที่เขตพาณิชย์ 374 ไร่ และพื้นที่ส่วนราชการ 184 ไร่

โครงการพัฒนาหมอน 33

ตั้งอยู่บริเวณด้านข้างอุทยานจุฬาฯ 100 ปี และ ถนนจุฬาฯ 9 มี ขนาดพื้นที่ 13 ไร่ 2 งาน 68 ตารางวา ประกอบด้วย อาคารส่วนฐาน (Podium) สูง 6 ชั้น จำนวน 3 อาคาร และอาคารสูง 23 ชั้น 2 อาคาร 29 ชั้น 1 อาคาร พื้นที่อาคารทั้งหมดประมาณ 151,400 ตารางเมตร โดยจะสร้างเป็น อาคารสำนักงาน ที่พักอาศัย ร้านค้า และที่จอดรถ

อุทยานจุฬาฯ 100 ปี

เป็นพื้นที่สีเขียวแหล่งพักผ่อนหย่อนใจแห่งใหม่เนื้อที่กว่า 70 ไร่บริเวณจุฬาฯ ซอย 9 จรดถนนบรรทัดทอง อยู่ในระนาบเดียวกันกับสวนลุมพินี แม้จะมีขนาดไม่ใหญ่มาก แต่ก็พื้นที่สีเขียวในท่ามกลางเมืองที่หาได้ยากในปัจจุบัน



ที่มา: <http://www.property.chula.ac.th/>

นอกจากโครงการดังกล่าวข้างต้นแล้ว พื้นที่ตามแนวถนนพระราม 4 ยังมีโครงการขนาดใหญ่อื่นๆ ที่อยู่ไม่ไกลและมีแนวโน้มที่จะพัฒนาต่อไปในอนาคต เช่น บริเวณย่านสะพานเหลืองที่เป็นจุดตัดของถนนบรรทัดทองและพระรามสี่ คาดว่าจะพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียม นอกจากนี้พื้นที่ของศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ที่บริษัท เอ็น.ซี.ซี. แมนเนจเม้นท์ แอนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ ในเครือที่ซีซีซี ได้รับการขยายสัมปทานในการบริหารและพัฒนาออกไปอีก 50 ปี ซึ่งทางเอ็น.ซี.ซี. มีแผนเปิดศูนย์ประชุมเพื่อก่อสร้างใหม่ให้มีขนาดพื้นที่อาคารมากขึ้นรวมไม่น้อยกว่า 1.8 แสนตารางเมตร โดยมีมูลค่าลงทุนประมาณ 6,000 ล้านบาท ที่ดินโรงงานยาสูบพื้นที่ 300 ไร่ก็มีแนวโน้มที่กำลังจะพัฒนาเป็นสวนสาธารณะขนาดใหญ่ ซึ่งหาก

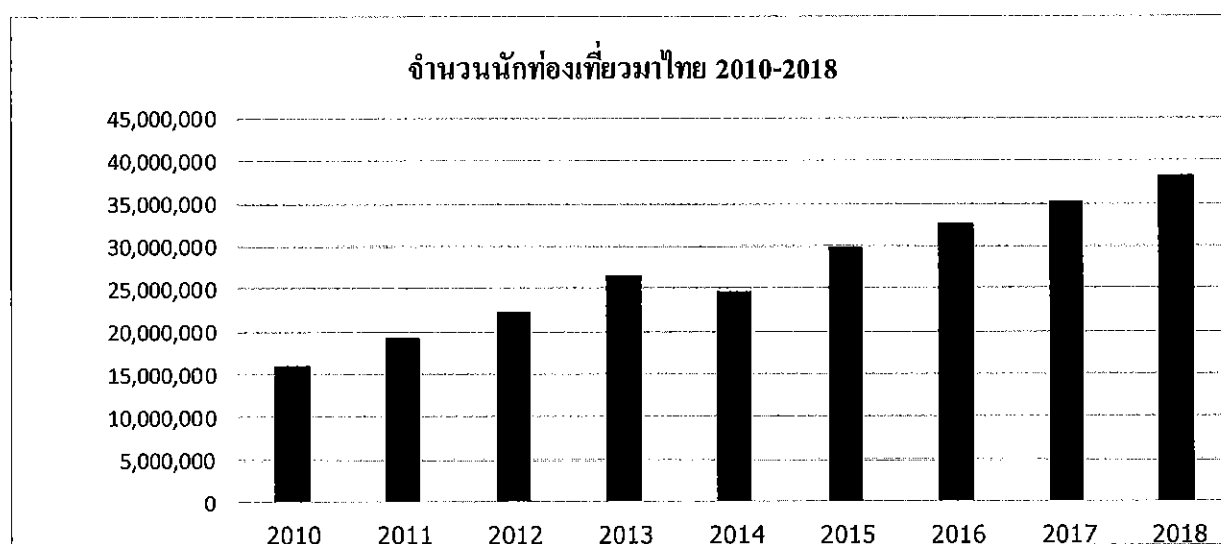
เป็นไปตามนี้ก็จะทำให้พื้นที่ตามแนวถนนพระราม 4 และพื้นที่ข้างเคียงมีสวนสาธารณะรวมกันแล้วไม่ต่ำกว่า 800 ไร่

จากปัจจัยดังกล่าวข้างต้น จึงเชื่อว่าจะส่งผลบวกให้กับ โรงแรมแมนดาริน กรุงเทพในปี 2562 และปีต่อไปอย่างมีนัยสำคัญ

สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติมาเมืองไทย ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2010 – 2018

ปีค.ศ.	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010
จำนวน นักท่องเที่ยว	38.27	35.38	32.58	29.88	24.81	25.54	22.35	19.23	15.93
% เปลี่ยนแปลง	▲7.54%	▲8.57%	▲8.91%	▲20.44%	▼6.54%	▲18.77%	▲15.98%	▲20.67%	▲12.63%

*จำนวนนักท่องเที่ยว หน่วยเป็นหลักล้านคน



คู่แข่งและสถานภาพในการแข่งขัน

โรงแรมแมนดาริน กรุงเทพฯ เป็นโรงแรมในระดับ 4 ดาว ที่มุ่งเน้นการบริการที่เป็นเลิศ สร้างความประทับใจแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการภายในโรงแรม ไม่ว่าจะเป็นห้องพัก ห้องอาหาร รวมถึง ห้องประชุมสัมมนา งานเลี้ยงในโอกาสต่างๆ ซึ่งได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับจากลูกค้า ทั้งใน และ ต่างประเทศ

ปัจจุบัน กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองหลักที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามามากที่สุด แห่งหนึ่งของโลก จึงทำให้มีนักลงทุนมากมาย ทั้งไทย และต่างประเทศ สนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยว อันได้แก่ ธุรกิจโรงแรม และ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับHospitality

ด้วยจำนวนโรงแรมที่เกิดขึ้น และขยายตัวอย่างรวดเร็วในกรุงเทพมหานคร จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ต้องประชันกับการแข่งขันแข่งมากมาย ทั้งโรงแรม (local chain) และ (international chain) การแข่งขันทั้งในเชิงกลยุทธ์ และ ราคา บวกกับการแข่งขันทางด้านบริการ

โรงแรมแมนดาริน กรุงเทพฯ ยังคงมุ่งมั่นในเรื่องการแข่งขันด้านคุณภาพของการบริการและที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวก ให้มีความเพียบพร้อม รวมถึงความสะอาดในทุกจุดของโรงแรม อีกทั้งควบคุมมาตรฐานและส่งเสริมงานบริการของพนักงานทุกคนให้มีคุณภาพตามมาตรฐานของโรงแรม

การแข่งขันในด้านราคา และ ข้อเสนอพิเศษต่างๆ ผ่านช่องทางการขายไม่ว่าจะเป็น การจองตรงมาที่โรงแรม หรือผ่านบริษัท เอเจนซี่ ทั้ง offline และ online เป็นไปตาม demand และ Supply ในแต่ละช่วงเวลา ยังคงมุ่งมั่นในเรื่องของความคุ้มค่า (value for money) ที่ลูกค้าต้องใช้จ่ายที่โรงแรม

กลยุทธ์ทางการตลาด

1. เพิ่มยอดขายผ่านทาง Hotel Website โดยการพัฒนาปรับปรุง website ของโรงแรมแมนดาริน ให้มีความทันสมัย สะดวกและง่ายต่อลูกค้าในการทำจอง online รวมถึงการโฆษณาผ่านทาง google, trip advisor, facebook และ social media ต่างๆ เพื่อเพิ่มยอดขายตรงให้กับทางโรงแรม ซึ่งจะทำให้ลดค่าใช้จ่ายค่าคอมมิชชั่นที่ต้องจ่ายให้กับ Online Travel Agents
2. เพิ่มสัดส่วนและขยายฐานกลุ่มลูกค้าประเภท MICE ทั้งในและต่างประเทศ ในช่วง Green Season ระหว่างเดือนเมษายน, พฤษภาคม, มิถุนายน และ กันยายน ซึ่งเป็นช่วงที่คาดการณ์นักท่องเที่ยว FIT ไม่ค่อยหนาแน่น
3. ตอกย้ำความได้เปรียบในด้านทำเลของโรงแรมด้วยการ Promote Attraction รอบๆ โรงแรม ในรัศมี 5 กิโลเมตร ไม่ว่าจะเป็น สถานที่ท่องเที่ยว street food แหล่งบันเทิง รวมถึงที่ shopping ที่เป็น

ที่นิยม เพื่อเปิดประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับลูกค้าที่มาพักที่โรงแรม เพื่อยืนยันว่าโรงแรมแมนดาริน กรุงเทพฯ อยู่ในทำเลที่เป็นศูนย์กลางของสถานที่ที่น่าสนใจที่ลูกค้าสามารถเดินทางไปได้สะดวก ด้วยการเดินทางที่หลากหลาย ทั้งรถไฟใต้ดิน ที่เชื่อมต่อ BTS อีกทั้งยังใกล้ทางด่วน เพื่อเดินทางไป สนามบิน หรือ จังหวัดอื่นๆ ที่ตั้งโรงแรมยังใกล้สถานีรถไฟหัวลำโพง ซึ่งลูกค้าสามารถเชื่อมการเดินทางไปยังจังหวัดอื่นๆ โดยรถไฟเพื่อประสบการณ์การเดินทางใหม่อีกด้วย โรงแรมยังมี บริการ free shutter services ให้กับลูกค้าที่พักกับโรงแรม ไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ใกล้โรงแรม เช่น MBK centre, China Town, Sri Praya Pier เป็นต้น

4. ขยายตลาดให้กว้างขึ้น โดยเจาะกลุ่มเป้าหมายลูกค้าที่ใช้บริการห้องประชุม สัมมนา งานจัดเลี้ยง ในโอกาสต่างๆ รวมถึงงานแต่งงาน ซึ่งเป็นรายได้หลักของโรงแรม โดยผ่านสื่อโฆษณา online , Third party website, Event Organizer, Corporate Company, Association and Government

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายยังคง แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลักๆ คือ

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน (leisure) ไม่ว่าจะมาผ่านบริษัททัวร์ จองonline หรือจองตรง
2. นักธุรกิจที่เดินทางมาทำงาน หรือ ติดต่อธุรกิจ
3. กลุ่มลูกค้าที่มาร่วมงานประชุม สัมมนา หรือ งานแสดงสินค้าที่จัดโดยภาครัฐหรือองค์กรเอกชน ทั้งในและต่างประเทศ
4. กลุ่มที่มากับคณะทัวร์ เพื่อท่องเที่ยว หรือ private group เช่น Group Golf, Group Incentive, lady group, student group เป็นต้น


นโยบายด้านราคา

นโยบายการตั้งราคาของทางโรงแรมจะต้องสอดคล้อง demand, supply และการแข่งขันของ โรงแรมคู่แข่งซึ่งราคาอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับภาวะการแข่งขัน โรงแรมมีนโยบายที่จะ maximize revenue ให้ได้สูงสุด และ ยึดหยุ่นราคาในช่วงที่มี demand น้อยลง

นโยบายการทำ promotion และ package จะแปรตาม seasonal หรือ เทศกาลวันหยุดต่างๆ ตามปฏิทินไทย และต่างประเทศ เช่น เทศกาลปีใหม่ ตรุษจีน สงกรานต์ Golden week เป็นต้น

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย ช่องทางการจัดจำหน่ายแบ่งได้ 4 ทางคือ

1. การขายโดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายของบริษัทคิดเป็นร้อยละ 10 ของรายได้ที่มาจากช่องทางการจำหน่ายทั้งหมด เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายของบริษัทจะเสนอสินค้า ประเภทห้องพัก และ ห้องประชุมสัมมนา ให้ลูกค้าโดยตรงหรือตัวแทนขายและกลุ่มลูกค้าจัด ประชุมและสัมมนาทั้งภายในและต่างประเทศ



2. ขายผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือบริษัทท่องเที่ยว (Tour/Travel Agent) ในต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 22 ของรายได้ที่มาจากช่องทางจำหน่ายทั้งหมด Tour/Travel Agent จะทำหน้าที่ลักษณะเดียวกับคนกลางในการจัดจำหน่ายห้องพักให้กับบริษัท โดย Tour/Travel Agent ของบริษัท จะมีอยู่ทั้งใน เอเชีย ออสเตรเลีย ยุโรป โอเชียเนีย ตะวันออกกลาง และสหรัฐอเมริกา และทำธุรกิจประเภทรับจองห้องพักและขายตั๋วเครื่องบินและอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้กับผู้ให้บริการโดยอาจเสนอขายตั๋วเครื่องบินพร้อมห้องพักใน ลักษณะ Package ด้วยโดยคุณสมบัติของตัวแทนจำหน่ายหรือบริษัทท่องเที่ยว ที่โรงแรมเสนอราคาห้องพักพิเศษเพื่อจำหน่าย ได้แก่ มีเครือข่ายที่กว้างขวาง มีประวัติและชื่อเสียงที่ดี และมีประสบการณ์ ในการดำเนินงานมานาน และสามารถทำยอดขายได้สูง

3. ขายผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือบริษัทท่องเที่ยว Online Travel Agent ในต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 67 ของรายได้ที่มาจากช่องทางจำหน่ายทั้งหมด Online Travel Agent และโดยตรงทางเว็บไซต์ของโรงแรม จะทำหน้าที่ลักษณะเดียวกับคนกลางในการจัดจำหน่ายห้องพักให้กับลูกค้าที่จองห้องพักโดยผ่านทาง Internet การเติบโตอย่างมากของธุรกรรมออนไลน์ (การสำรองการเดินทางทั่วโลกผ่านระบบออนไลน์ถึงร้อยละ 57) โดยเฉพาะที่ผ่านโทรศัพท์มือถือซึ่งร้อยละ 42 ของ นักเดินทางทั่วโลกได้กลายเป็น Connected Travelers คือใช้โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟนในการวางแผนหรือสำรองการเดินทาง ดังนั้นจึงต้องคำนึงถึงกลยุทธ์ทางดิจิทัลเสมอ โรงแรมได้ปรับปรุงเว็บไซต์ให้เหมาะกับการใช้งานบนโทรศัพท์มือถือผ่านการออกแบบที่ตอบสนองต่อการใช้งานของลูกค้าอย่างแท้จริง

4. อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1 ของรายได้ที่มาจากช่องทางจำหน่ายทั้งหมด ได้แก่ การ Walk In ของกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป หรือ พนักงานโรงแรมรับจองห้องพักจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปซึ่งรู้จักโรงแรมผ่านสื่อต่างๆและเพื่อนหรือกลุ่มลูกค้าเดิม ทั้งนี้ ทั้งสองช่องทางเป็นลูกค้าคนละกลุ่ม โดยลูกค้า Walk in คือลูกค้า ที่ไม่ได้จองห้องพักมาก่อน

ลักษณะของลูกค้า ลูกค้าของธุรกิจโรงแรม มีทั้งลูกค้าที่เป็นคนไทยและต่างชาติ ซึ่งแบ่งได้ เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ

1. กลุ่มลูกค้าที่จองผ่านบริษัทท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ เมื่อรับจองห้องพักจากลูกค้าแล้ว บริษัทท่องเที่ยวจะส่งลูกค้าให้โรงแรม โดยจำนวนห้องพักที่ขายผ่านบริษัทท่องเที่ยวจะมีปริมาณสูงและถือเป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่ของบริษัท
2. กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป เป็นลูกค้าที่ติดต่อเข้าพักที่โรงแรมด้วยตนเอง
3. กลุ่มลูกค้าที่มาร่วมประชุมและสัมมนาเป็นกลุ่มลูกค้าที่เข้าพักโรงแรมเพื่อวัตถุประสงค์ของการประชุมสัมมนา ลูกค้าประเภทนี้จะก่อให้เกิดรายได้อื่นๆ นอกเหนือจากห้องพักด้วย

ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงที่อาจจะมีผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยวมีด้วยกันหลายปัจจัย ทั้งจากภายใน และภายนอกประเทศ ซึ่งจำแนกได้หลักๆ ดังต่อไปนี้

1. การผันผวนของค่าเงิน และ อัตราแลกเปลี่ยน เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งกระทบต่อกำลังซื้อของนักท่องเที่ยว ที่เป็นตัวชี้วัดว่าจะเดินทาง และใช้จ่ายอย่างไร
2. ความปลอดภัยในการเดินทาง ไม่ว่าจะเป็นทางเครื่องบิน ทางรถ ทางเรือ สภาพอากาศ รวมถึงความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเมืองไทย
3. ปัญหาเรื่อง การเมือง และความวุ่นวายที่เคยเกิดขึ้นหลายครั้งในประเทศไทย ได้ส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อการท่องเที่ยว
4. โรคระบาด มลภาวะทางอากาศที่เป็นพิษ ภัยพิบัติทางธรรมชาติ ก็อาจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวได้เช่นกัน
5. การปรับลด หรือ ยกเลิกเที่ยวบิน ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณนักท่องเที่ยว
6. ความสัมพันธ์ทางการเมืองระหว่างประเทศ อาจจะมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว
7. การทำpromotion ของประเทศเพื่อนบ้านที่เป็นคู่แข่งด้านการท่องเที่ยว ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ถูกค่าเปลี่ยน destination ได้

โรงแรมได้ตระหนักดีถึงปัญหาเหล่านี้ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อรายได้ของโรงแรม จึงได้มีแผนสำรองเพื่อรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ เช่นการขยายตลาดใหม่ให้เพิ่มมากขึ้นเพื่อที่จะมาทดแทนในกรณีที่เกิดปัญหากับตลาดหลัก เช่นจีนเป็นต้น เพิ่มลูกค้าภายในประเทศมากขึ้น เพื่อเพิ่มรายได้จาก งานบริการด้าน ประชุมสัมมนา งานจัดเลี้ยง และงานแต่งงาน การเข้าร่วม Road show, Tradeshow เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ที่จัดขึ้นในภูมิภาคต่างๆ ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และขายห้องพักโรงแรม






















ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ

การเกิดภัยธรรมชาติ เช่นพายุ อุทกภัย แผ่นดินไหว ส่งผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรมโดยตรง ทำให้ลูกค้าไม่สามารถเดินทางไปพักผ่อนและท่องเที่ยวได้ ทำให้โรงแรมขาดรายได้หรือหยุดดำเนินธุรกิจ

โรงแรมแมนดาริน มีนโยบายลดความเสี่ยงโดยมีการทำประกันภัยกับบริษัทประกันภัยที่มีชื่อเสียง โดยคุ้มครองความเสียหายที่อาจเกิดกับบุคคลภายนอก จากอุบัติเหตุ รวมทั้งประกันการเจ็บป่วยของแขก อันเกิดขึ้นเนื่องจากอาหารและเครื่องดื่มและการให้บริการของ โรงแรมด้วย นอกจากนี้ โรงแรมแมนดาริน ยังได้ทำประกันคุ้มครองความเสี่ยงทุกประเภท และครอบคลุมอัคคีภัย แผ่นดินไหว

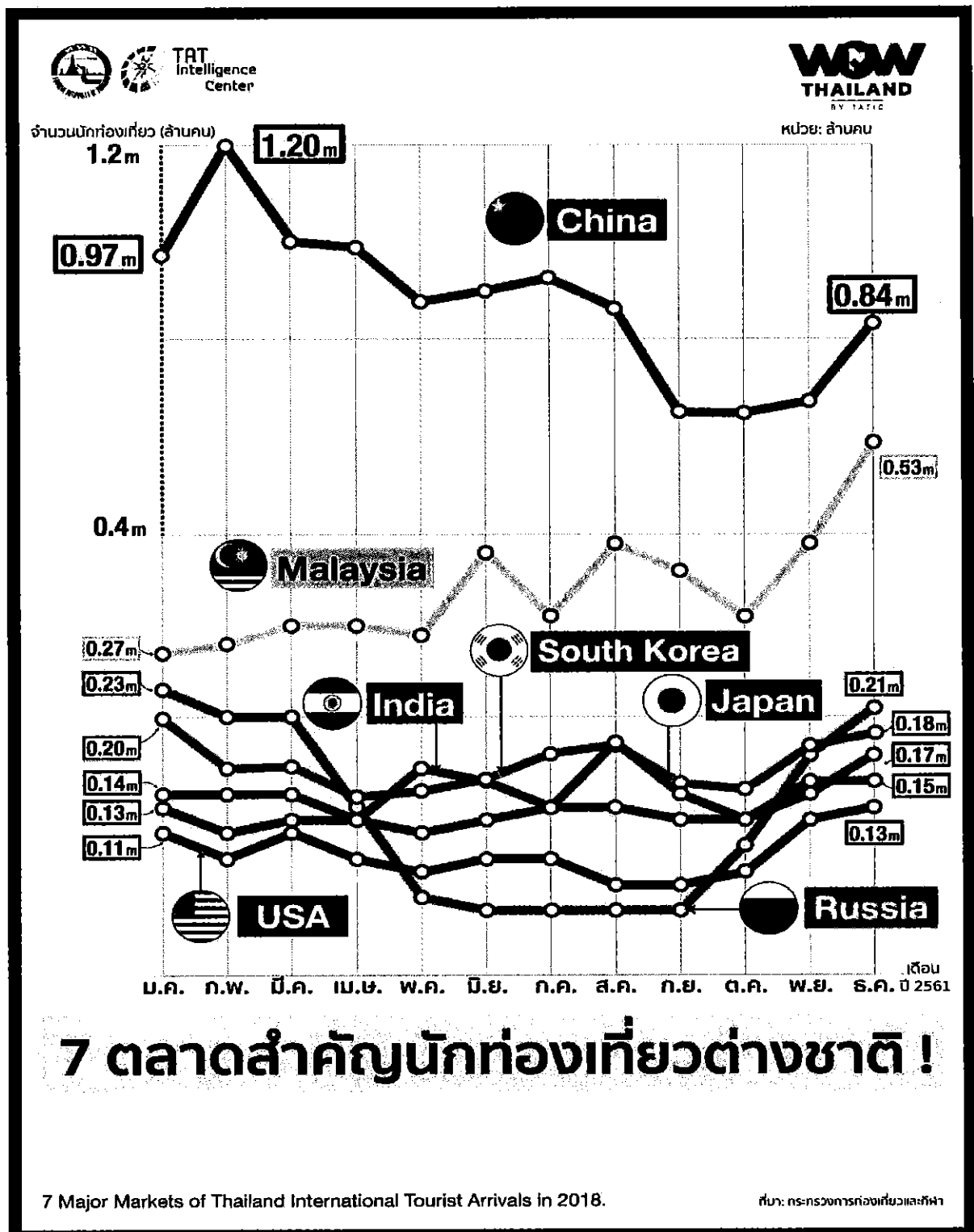


นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศที่มาเที่ยวเมืองไทยมากที่สุด

Rank ♦	Country or territory ♦	2018 ♦	2017 ♦	2016 ♦	2015 ♦	2014 ♦	2013 ♦	2012 ♦	2011 ♦	2010 ♦	2009 ♦	2008 ♦
*	 ASEAN	10,284,050	9,119,941	8,658,051	7,886,136	6,641,772	7,282,266	6,281,153	5,594,577	4,534,235	3,968,579	3,971,429
1	 China	10,535,955	9,805,753	8,757,466	7,934,791	4,636,298	4,637,335	2,786,860	1,721,247	1,122,219	777,508	826,660
2	 Malaysia*	4,097,604	3,354,800	3,533,826	3,423,397	2,613,418	3,041,097	2,554,397	2,500,280	2,058,956	1,757,813	1,855,332
3	 South Korea	1,796,596	1,709,070	1,464,218	1,372,995	1,122,566	1,295,342	1,263,619	1,156,283	885,445	758,227	889,210
4	 Laos*	1,750,658	1,612,647	1,409,456	1,233,138	1,053,983	976,639	975,999	891,950	715,345	655,034	621,564
5	 Japan	1,656,100	1,544,328	1,439,629	1,381,690	1,267,886	1,586,425	1,373,716	1,277,893	993,674	1,004,453	1,153,868
6	 India	1,596,772	1,411,942	1,193,822	1,069,149	932,603	1,050,889	1,013,308	914,971	760,371	614,566	536,964
7	 Russia	1,472,949	1,346,219	1,089,992	884,085	1,606,430	1,746,565	1,316,564	1,054,187	644,678	336,965	324,120
8	 United States	1,123,248	1,056,124	974,632	867,520	763,520	823,486	768,638	681,748	611,792	627,074	669,097
9	 Singapore*	1,067,309	1,028,077	966,909	937,311	844,133	955,468	831,215	682,364	603,538	563,575	570,047
10	 Vietnam*	1,027,430	934,497	830,394	751,091	559,415	725,057	618,670	496,768	380,368	363,029	338,303
11	 Hong Kong	1,015,688	820,894	749,694	669,165	483,131	588,335	473,666	411,834	316,476	318,762	337,827
12	 United Kingdom	987,456	994,468	1,003,386	946,919	907,877	905,024	873,053	844,972	810,727	841,425	826,523
13	 Germany	889,777	849,283	835,506	760,604	715,240	737,658	682,419	619,133	606,874	573,473	542,726
14	 Cambodia*	882,015	854,431	686,682	487,487	550,339	481,595	423,642	265,903	146,274	96,586	85,790
15	 Australia	801,637	817,091	791,631	805,946	831,854	900,460	930,241	829,855	698,046	646,705	694,473
16	 France	749,643	739,853	738,763	681,097	635,073	611,582	576,106	515,572	461,670	427,067	398,407
17	 Taiwan	687,701	572,964	522,231	552,624	394,149	502,176	394,475	394,225	369,220	362,783	393,176
18	 Indonesia*	644,043	574,764	535,625	469,226	497,592	594,251	447,820	370,795	286,072	227,205	247,930
19	 Philippines*	432,578	380,886	339,486	310,975	304,813	321,571	289,566	268,375	246,430	217,705	221,506
20	 Myanmar*	368,170	365,590	341,641	259,678	206,794	172,383	129,385	110,671	90,179	79,279	71,902

Gu

ภาพแสดงปริมาณนักท่องเที่ยว 7 ประเทศหลักในปี 2561



การวิจัยและพัฒนา

ในปี 2561 โรงแรมแมนดารินเตรียมการสำหรับการปรับปรุงงานระบบต่างๆ พร้อมติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัยใหม่ และตกแต่งอาคารโรงแรมใหม่ทั้งหมด ทั้งภายนอกและภายในโรงแรมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ใหม่ทั้งดงาม เพื่อดึงดูดลูกค้าและนักท่องเที่ยวที่จะมากขึ้นในอนาคต

สำหรับโรงแรมแมนดาริน โกลเด้นวัลเลย์ รีสอร์ท เขาใหญ่ ได้มีการก่อสร้างอาคารเพิ่มเติมเพื่อรองรับลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้นและห้องพักไม่เพียงพอ เพราะวนอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ ทุกวัน

ฝ่ายบริหารของโรงแรมได้ทำการวิจัยคู่แข่ง โดยศึกษาการขายและการตลาดของโรงแรมต่างๆ เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับการตลาดของโรงแรมแมนดาริน และนำมาปรับใช้ในกลยุทธ์ทางการตลาดของโรงแรม ทำให้สามารถดำเนินการทางการตลาดได้อย่างถูกต้องและได้ผลดี

การพัฒนานุเคราะห์ ฝ่ายบริหารได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนานุเคราะห์ ได้จัดให้มีการฝึกอบรม การสัมมนา โดยเชิญวิทยากรผู้มีความรู้ความสามารถในวิชาการต่างๆ และเชิญผู้มีประสบการณ์ทางการโรงแรมมาให้ความรู้แก่พนักงานโรงแรมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งทางโรงแรมได้ให้ความสำคัญทางด้านนี้มาโดยตลอด

จากการวิจัยและการพัฒนาการด้านต่างๆ ทำให้โรงแรมแมนดารินมีโครงสร้างองค์กรที่แข็งแกร่ง สามารถดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้เป็นอย่างดี

โรงแรมแมนดาริน *Mandarin Hotel*

โรงแรมแมนดารินตั้งอยู่บนถนนพระราม 4 ใจกลางย่านธุรกิจของกรุงเทพ ใกล้กับสถาบันการเงิน ศูนย์การค้าชั้นนำ มหาวิทยาลัย โรงพยาบาล สวนลุมพินี ถนนสีลม สถานบันเทิงต่างๆ การคมนาคมสะดวกสบาย สามารถเดินทางด้วยรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT เชื่อมต่อรถไฟฟ้า BTS และนอกจากนี้ ยังอยู่ใกล้ทางด่วน สามารถเดินทางไปท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ หรือท่าอากาศยานดอนเมือง ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว โรงแรมแมนดาริน ยังอยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของกรุงเทพ อาทิเช่น วัดไตรมิตร และเยาวราช ซึ่งในปัจจุบันกระแสของ Street Food หรืออาหารริมทาง ของเมืองไทย ได้รับความนิยมไปทั่วโลก โรงแรมแมนดารินยังอยู่ไม่ไกลจาก แหล่งรวมมรดกและวัฒนธรรมของชาติ เช่น พิพิธภัณฑ์ หอศิลป์วัฒนธรรม พระบรมมหาราชวัง วัดพระศรีรัตนศาสดาราม ซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวชม นักท่องเที่ยวที่มาพักที่โรงแรมแมนดาริน สามารถเดินทางไปสถานที่ดังกล่าว ได้โดยสะดวกรวดเร็ว ทำให้มีเวลาในการท่องเที่ยวมาก ยิ่งขึ้น

โรงแรมแมนดารินได้มีการปรับปรุงตกแต่งอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรักษาสภาพห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้ดีพร้อมตลอดเวลา และคงความสวยงาม สะอาดโล่งโปร่ง และคลาสสิก ที่ทำให้ได้รับ

การชื่นชมจากทั้งลูกค้าเก่าที่กลับมาใช้บริการ และลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง โรงแรมแมนดารินมีห้องพัก 374 ห้องแบ่งเป็น ห้อง Grand Suite ห้อง Executive ห้อง Premier ห้อง Deluxe ในปี 2561 ได้เพิ่ม ห้อง Mandarin Connected Room ขึ้น เพื่อเพิ่ม ช่องทางในการขาย สำหรับกลุ่มลูกค้าที่มาพัก พร้อมครอบครัว หรือกลุ่มเพื่อนที่ต้องการพักอยู่ใกล้กัน ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดี

แผนกอาหารและเครื่องดื่ม

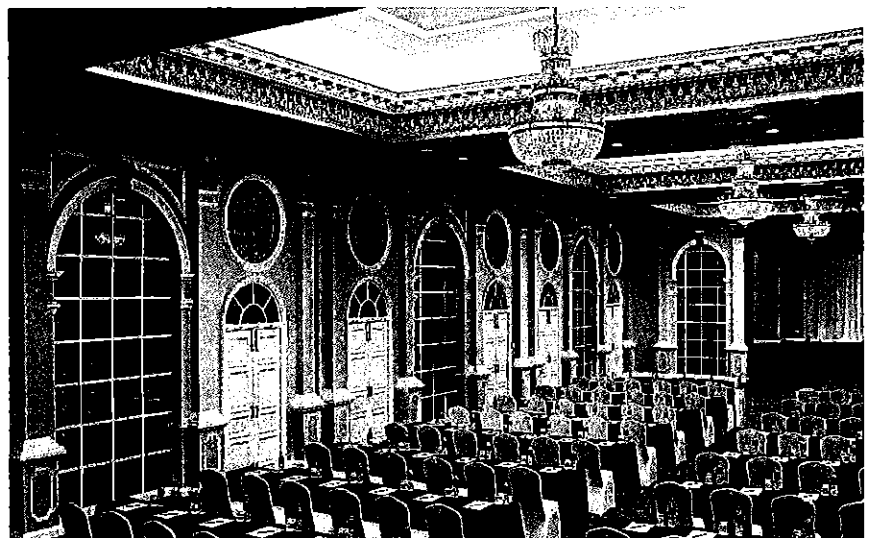
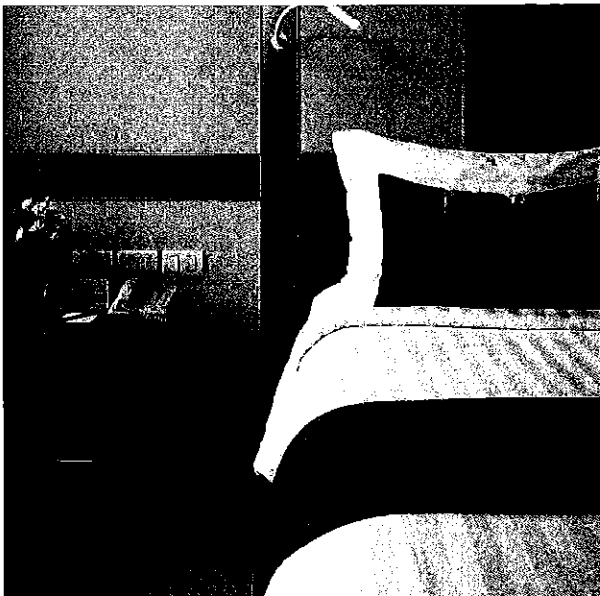
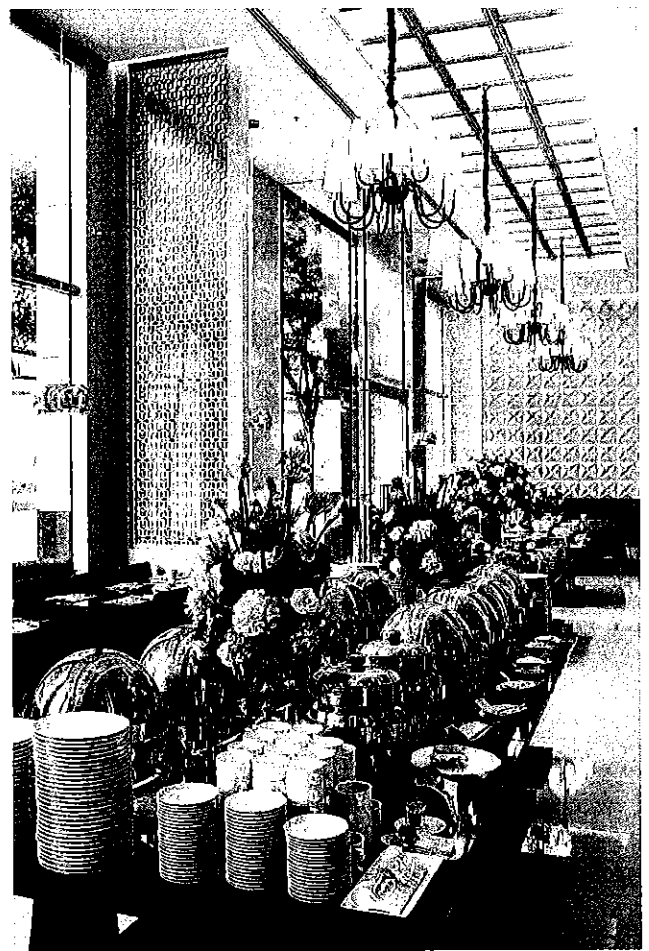
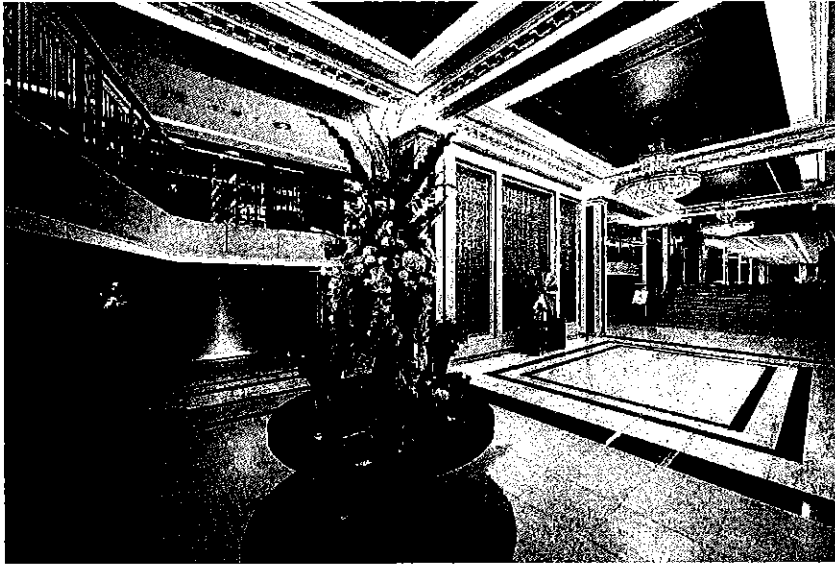
ห้องอาหารครัวหลวง มีชื่อเสียงควบคู่กับ โรงแรมแมนดารินมาช้านาน ทั้งจากชาวไทย และชาวต่างชาติที่ นิยมมารับประทานอาหารที่นี่ บริการอาหารไทยและอาหารนานาชาติที่หลากหลาย ครัวหลวงยังมีบุฟเฟต์นานาชาติมื้อกลางวัน และบุฟเฟต์ข้าวต้มมื้อค่ำ ที่ได้รับความนิยมตลอดมา สำหรับปี 2562 ครัวหลวงจะยังคงรักษาเอกลักษณ์ที่ลูกค้าจดจำสืบไป

ห้องอาหารรจนา บริการอาหารเช้านานาชาติ ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเอเชียและยุโรป ลูกค้าของโรงแรมแมนดารินชื่นชอบอาหารเช้าที่ห้องรจนา ได้เขียนรีวิวชมเชยอาหารเช้าที่นี้ลงตามสื่อออนไลน์เผยแพร่ไปทั่วโลก สร้างชื่อเสียงให้โรงแรมด้วยดีตลอดมา

แผนกจัดเลี้ยง

แผนกจัดเลี้ยง ของโรงแรมแมนดาริน สร้างรายได้ที่ดีให้โรงแรมมาโดยตลอด โรงแรมแมนดารินมีห้องจัดเลี้ยงขนาดต่างๆ ที่สามารถรองรับการจัดงานเลี้ยงรับรอง งานสังสรรค์ งานประชุมสัมมนา งานนิทรรศการ งานเปิดตัวสินค้า และงานมงคลสมรส สามารถจัดงานได้ตั้งแต่ 20-1200 ท่าน พร้อมอุปกรณ์ และทีมงานที่มีความชำนาญ ในการจัดงานเลี้ยงรับรอง ทุกรูปแบบ สร้างความประทับใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ


MANDARIN HOTEL
since 1965



โรงแรมแมนดาริน โกลด์เอ็น วาลเลย์ รีสอร์ท เขาใหญ่ *Mandarin Golden Valley Resort*

วนอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เป็นป่าเขาที่สมบูรณ์ มีความหลากหลายของพรรณไม้ อากาศไม่ร้อน และไม่วุ่นวายเกินไป เหมาะแก่การท่องเที่ยวพักผ่อน และประกอบกิจกรรมสันทนาการต่างๆ อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปี ประมาณ 23 องศาเซลเซียส และได้รับสมญานามว่าเป็นอุทยานมรดกโลก ของกลุ่มประเทศอาเซียน จากชื่อเสียงดังกล่าวทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาตินิยมไปเที่ยวเขาใหญ่เพิ่มขึ้นทุกปี

โรงแรมแมนดาริน โกลด์เอ็นวาลเลย์ รีสอร์ท เขาใหญ่ ตั้งอยู่ที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ใช้ระยะเวลาเดินทางจากกรุงเทพเพียง 2 ชั่วโมง ด้วยระยะทางจากกรุงเทพ 165 กิโลเมตร สถานที่ตั้งของโรงแรมมีความสวยงามตามธรรมชาติของป่าเขา รายล้อมด้วยพรรณไม้นานาชนิดที่งดงาม สร้างบรรยากาศแห่งความสุขในวันพักผ่อนได้อย่างสมบูรณ์แบบ ห้องพักของโรงแรม 172 ห้องตกแต่งด้วยแรงบันดาลใจจากธรรมชาติรอบข้างผสมผสานอย่างสวยงามลงตัว พร้อมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกอย่างครบครัน ห้องจัดเลี้ยงของโรงแรมสามารถรองรับงานประชุมสัมมนา ได้ตั้งแต่ 30 – 500 ท่าน นอกจากนี้โรงแรมมีพื้นที่กลางแจ้ง แวดล้อมด้วยความงดงามของธรรมชาติ และภูเขาสำหรับจัดงานเลี้ยง ซึ่งสามารถรองรับลูกค้าได้ 900 ท่าน ที่นี่ยังมีสระว่ายน้ำ ห้องสันทนาการ และพื้นที่สำหรับการออกกำลังกาย พร้อมทั้งยังมีจักรยานให้ลูกค้าได้ขี่เพื่อความเพลิดเพลิน กับวิวเขา และธรรมชาติรอบข้าง

ปี 2561 โรงแรมแมนดาริน โกลด์เอ็นวาลเลย์ รีสอร์ท เขาใหญ่ ได้ขยายฐานการตลาด ทางด้านประชุมสัมมนา ทั้งภาครัฐและ ภาคเอกชน ให้มากยิ่งขึ้น ทำให้ผลประกอบการของ ปี 2561 ดีกว่าปี 2560

สำหรับปี 2562 โรงแรมจะมุ่งเน้นตลาดลูกค้าภายในประเทศ ทางด้านประชุมสัมมนาที่เป็นตลาดหลักที่สร้างรายได้ที่ดีตลอดมา และได้พัฒนา การให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจ และเพื่อส่งเสริมการขาย จึงมีการปรับเพิ่มโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้าได้ผลประโยชน์ที่มากขึ้น จากการกลับมาใช้บริการซ้ำ นอกจากนี้ยังจะทำตลาด ทางด้านตลาดต่างประเทศมากยิ่งขึ้น ทั้งตลาดเอเชีย อเมริกา และยุโรป เพื่อเพิ่มยอดขาย

บริษัทเชื่อมั่นว่าด้วยทำเลที่ตั้งของ โรงแรมแมนดาริน โกลด์เอ็นวาลเลย์ รีสอร์ท เขาใหญ่ ยังเป็นที่นิยมในการมาเที่ยว พักผ่อน ที่เขาใหญ่ ของทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลให้โรงแรม สามารถสร้างรายได้ ได้มากยิ่งขึ้นในอนาคต

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยง

ธุรกิจโรงแรม เป็นธุรกิจที่ต้องเผชิญต่อปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ มากมาย ทั้งความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจของบริษัทเอง และความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอกซึ่งอยู่เหนือการควบคุมของบริษัท ปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ อาจส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ และมีผลทำให้บริษัทไม่สามารถบรรลุเป้าหมายในการดำเนินงานได้

เพื่อให้การทำธุรกิจของบริษัทสามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่นบรรลุเป้าหมายบริษัทจึงได้มีการทบทวนและวางแผนกลยุทธ์และการจัดการให้สอดคล้องกับภาวะตลาด เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน รวมถึงการปรับเปลี่ยนโครงสร้างสายงานให้มีความชัดเจนและสอดคล้องกันกับการขยายธุรกิจในปัจจุบัน และเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจในอนาคต โดยเฉพาะในด้านระบบการบริหารบุคคล บริษัทได้สรรหาบุคลากรในระดับบริหารที่มีคุณสมบัติและประสบการณ์ เพื่อยกระดับมาตรฐานการบริหารงานของส่วนกลางและโรงแรมให้ดีขึ้น นอกจากนี้ บริษัทยังได้ลงทุนในด้านระบบสารสนเทศต่างๆ ที่สามารถสนับสนุนงานทางด้านการตลาดและการขายรวมถึงงานทางด้านการปฏิบัติการ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับโรงแรมคู่แข่ง

ความเสี่ยงหลักต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

ความเสี่ยงจากปัจจัยภายใน

◆ ความเสี่ยงในการแข่งขันและการเพิ่มขึ้นของคู่แข่ง

ห้องพัก ธุรกิจโรงแรมในหลายๆ แห่งมีการแข่งขันสูง โดย โรงแรมแมนดาริน ต้องแข่งขันกับโรงแรมทั้งในระดับเดียวกันจากในประเทศและโรงแรมในเครือระดับต่างประเทศ ซึ่งคู่แข่งหลายรายเป็นเครือโรงแรมที่มีเครือข่ายต่างประเทศ รวมทั้งที่มีต้นทุนทางการเงินที่ดีกว่า นอกจากนี้ ยังมีโรงแรมใหม่ๆ หลายแห่ง เปิดให้บริการในปี 2561 ซึ่งจะส่งผลทำให้ธุรกิจเกิดการแข่งขันมากขึ้น ดังนั้น การเข้ามาของคู่แข่งในแต่ละประเภทและในแต่ละแหล่ง ทำให้จำนวนห้องพักเพิ่ม มากขึ้นกว่าความต้องการ และอาจทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดลดลง

ห้องอาหาร และ การจัดประชุมสัมมนา ปัจจุบันมีการแข่งขันเรื่อง ห้องจัดเลี้ยง ประชุมสัมมนา ในโรงแรมเกิดขึ้นมากซึ่งมีการปรับ รูปโฉม และระดับบริการ ที่ให้สูงขึ้น และโดดเด่น แตกต่างกัน ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้นทำให้ส่วนแบ่งการตลาดได้กระจาย ไปด้วย

ทั้ง 2 กรณีดังกล่าวบริษัทมีแนวทางที่จะลดความเสี่ยง โดยการเน้นการให้บริการแก่ลูกค้าให้เกิดความประทับใจเพื่อรักษาสถานลูกค้าเดิมไว้ ทำการตลาดอย่างสม่ำเสมอในการแสวงหาลูกค้าใหม่ๆ โดยมี Promotion และ Packages เพื่อดึงดูดลูกค้าในส่วนห้องพักและห้องอาหาร และมีการพัฒนาบุคลากรโดยจัดฝึกอบรมด้านคุณภาพและมาตรฐานการบริการอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจ การปรับปรุงโรงแรมให้มีความทันสมัย และเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า รวมทั้งมีการควบคุมต้นทุนการดำเนินการเพื่อเพิ่มศักยภาพ ในการแข่งขัน

◆ ความเสี่ยงจากการบริหารจัดการโครงการปรับปรุงภาพลักษณ์และพัฒนาโรงแรม

สำหรับธุรกิจโรงแรม การปรับปรุงอาคาร รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในโรงแรม (Renovation) มีความจำเป็นอย่างมาก บริษัทจึงมีนโยบายที่จะปรับปรุงและพัฒนาโรงแรมของบริษัท อยู่เป็นระยะๆ ทั้งนี้เพื่อรักษาระดับมาตรฐานของโรงแรมให้อยู่ระดับ 4 ดาว รวมทั้งเพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพของโรงแรมให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในธุรกิจระดับเดียวกันได้

บางครั้งการปรับปรุงตกแต่งโรงแรมไม่สามารถดำเนินการได้ตามแบบและแผนงานที่เหมาะสม เนื่องจาก ข้อจำกัดของโครงสร้างเดิม ทำให้ต้องมีการปิดปรับปรุงเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่ยังมีการเปิดให้บริการลูกค้า จึงอาจเกิดอุปสรรคต่อการทำงานและทำให้งานแล้วเสร็จล่าช้ากว่ากำหนด ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อทางด้านการให้บริการและชื่อเสียงของโรงแรม นอกจากนี้ยังอาจจะไม่สามารถควบคุมงบประมาณการปรับปรุงให้เป็นไปตามที่กำหนดได้ จึงยังเป็นปัจจัยเสี่ยงอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลทำให้ค่าใช้จ่ายของบริษัท และมีผลทำให้กำไร และกระแสเงินสดของบริษัทลดลงในที่สุด อย่างไรก็ตาม หลังจากบริษัทได้มีการวางระบบและแผนการดำเนินงานอย่างเป็นมาตรฐานสำหรับงานการปรับปรุงโรงแรม ทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถลดปัญหาและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากงานปรับปรุงโรงแรมได้ รวมทั้งได้ผลงานที่มีคุณภาพอยู่ภายใต้งบประมาณ และระยะเวลาที่กำหนดไว้

ในปี 2556 บริษัทใช้งบประมาณลงทุนเพื่อปรับปรุงเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของโรงแรมไปกว่า 580 ล้านบาท รวมทั้งยังคงให้ความสำคัญกับการปรับปรุงระบบป้องกันอัคคีภัยและระบบรักษาความปลอดภัยในอาคาร รวมไปถึงงานปรับปรุงระบบไฟฟ้าและน้ำประปาที่มีความจำเป็นต่อการให้บริการลูกค้าส่วนโครงการปรับปรุงตกแต่งภายในและภายนอกอาคาร งานปรับภูมิทัศน์โดยรอบอาคาร สามารถดำเนินการแล้วเสร็จได้ตามกำหนด ทั้งนี้ ในการพิจารณาโครงการปรับปรุงภาพลักษณ์ของโรงแรมแต่ละแห่งนั้น บริษัทได้พิจารณาถึงความเหมาะสมของโครงการ ภาวะตลาด และมูลค่าของผลตอบแทนที่จะได้รับควบคู่กันไป

ความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก

◆ ความเสี่ยงในการแข่งขันและการเพิ่มขึ้นของกลุ่มคู่แข่ง

ธุรกิจโรงแรมในทำเลที่มีศักยภาพหลายแห่งมีการแข่งขันสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มบริษัทต้องแข่งขันกับโรงแรมทั้งในระดับนานาชาติ ระดับประเทศ รวมไปถึงระดับท้องถิ่น โดยเฉพาะคู่แข่งที่เป็นกลุ่มโรงแรม ที่มีเครือข่ายในต่างประเทศ (International Chain Hotels) ซึ่งมีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพสูง รวมทั้งที่มีต้นทุนทางการเงินที่ต่ำกว่า นอกจากคู่แข่งที่เป็นโรงแรมแล้ว เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ (Serviced Apartments) ห้องชุดพักอาศัยหรือแม้กระทั่งโรงพยาบาลเอกชนหลายๆ แห่งได้ทำการเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการโดยจัดสรรห้องจำนวนหนึ่งไว้สำหรับบริการผู้ที่ต้องการพักระยะสั้นสำหรับผู้มารักษาหรือญาติผู้ป่วย ก็ถือได้ว่าเป็นคู่แข่งของธุรกิจโรงแรมเช่นกัน

ดังนั้น การเข้ามาของกลุ่มคู่แข่งในแต่ละประเภทและในแต่ละทำเลพื้นที่ โดยเฉพาะหัวเมืองใหญ่ ทำให้จำนวนอุปทานธุรกิจห้องพักเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่อุปสงค์หรือความต้องการของตลาดถูกดูดซับโดยอุปทานที่ไม่ใช่โรงแรม อันมีผลทำให้เกิดการแข่งขันช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้นและจะส่งผลกระทบต่อรายได้และผลประโยชน์ในที่สุด

นอกเหนือจากธุรกิจห้องพัก การแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารก็สูงเช่นกัน ปัจจุบันมีภัตตาคารและร้านอาหารทั้งที่ตั้งอยู่ในโรงแรมและไม่อยู่ในโรงแรมเกิดขึ้นจำนวนมาก โดยเฉพาะ Street Food ที่เป็นที่รู้จักและชื่นชอบของนักท่องเที่ยวนำเสนอความหลากหลายของประเภทอาหาร ระดับการบริการ ราคา และบรรยากาศที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงด้านการแข่งขันดังกล่าวข้างต้น บริษัทจึงมีโครงการพัฒนาคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยมีการจัดการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรในด้านคุณภาพและมาตรฐานการบริการอย่างสม่ำเสมอซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจ การปรับปรุงภาพลักษณ์โรงแรมให้มีความทันสมัย สวยงาม และเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า เช่น สปา นวดผ่อนคลาย นวดไทย เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทยังมีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดโดยเน้นจุดแข็งของโรงแรมและเพิ่มความหลากหลายของอาหารในร้านอาหารภายในโรงแรม (Unique Selling Points) และมีการพัฒนาเพิ่มคุณค่า (Value Added) ให้แก่ลูกค้าเพื่อความได้เปรียบเชิงการแข่งขันทางธุรกิจ (Competitive Advantage) เพื่อรักษาและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดนอกจากนี้ บริษัทยังมีมาตรการควบคุมต้นทุนการดำเนินงานเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

◆ ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนด้านเศรษฐกิจและสถานการณ์ทางการเมืองภายในประเทศ

ในปี 2561 แม้อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศชะลอตัวบ้าง โดยส่วนใหญ่เป็น ผลมาจากการบริโภคและการลงทุนของภาคเอกชนที่ชะลอตัวกว่าที่คาดไว้ แต่สำหรับภาวะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีการขยายตัวต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา ตามจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากเกือบทุกภูมิภาคของโลก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากจีน รัสเซียและชาติอื่นๆ เช่นเดียวกับจำนวนเที่ยวบินมายังประเทศไทยที่เพิ่มขึ้น และยังมีการเปิดเส้นทางบินตรงไปยังจังหวัดท่องเที่ยวหลักในแต่ละ

ภูมิภาคเพิ่มขึ้นอีกด้วย อย่างไรก็ตาม ช่วงครึ่งหลังของปี 2558 เริ่มมีสัญญาณความไม่สงบทางการเมืองซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ และทวีความรุนแรงขึ้นในช่วงไตรมาสสุดท้าย ต่อเนื่องจนถึงต้นปี 2559 ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตกรุงเทพมหานคร

อย่างไรก็ตามบริษัทได้ตระหนักถึงความเสี่ยงข้อนี้ และมีการปรับกลยุทธ์ ด้วยการเพิ่มโรงแรมที่เช่าใหญ่ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงทั้งแก่นักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ รวมทั้งได้เตรียมวางแผนสำรองสำหรับลูกค้าและโรงแรมเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด (Contingency Plan) พร้อมด้วยมาตรการด้านความปลอดภัยต่างๆ ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินธุรกิจยังคงดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และเพื่อลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นให้น้อยที่สุด

◆ ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ

การเกิดภัยธรรมชาติ เช่น พายุ อุทกภัย และแผ่นดินไหว ส่งผลกระทบโดยตรงต่อธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วง 2-3 ปี ที่ผ่านมามีภัยธรรมชาติที่เกิดทวีความรุนแรงมากขึ้นและยากที่จะคาดการณ์ล่วงหน้า อย่างไรก็ตาม บริษัทได้พิจารณาทำประกันกับบริษัทประกันภัยที่มีความมั่นคงและมีชื่อเสียง โดยจัดทำประกันภัยความเสียหายต่อทรัพย์สินที่เพิ่มเงื่อนไขความคุ้มครองให้มีความครอบคลุมมากขึ้น รวมถึงความเสียหายเมื่อธุรกิจหยุดชะงัก (Business Interruption) เพื่อชดเชยรายได้ที่ต้องเสียไปให้เพียงพอ นอกจากนี้ยังจัดทำประกันคุ้มครองความเสียหายที่อาจเกิดกับลูกค้าหรือบุคคลที่ 3 (Third Party Liability) ทั้งนี้ บริษัทได้มีการพิจารณาบทเวนเงินและวงเงินประกันให้มีความเหมาะสมทุกปี รวมทั้งได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อพิจารณาการจัดทำประกัน (Insurance Committee) เพื่อพิจารณาประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับการจัดทำประกันซึ่ง ในอดีตที่ผ่านมา บริษัทได้รับค่าชดเชยความเสียหายที่เกิดขึ้นอย่างพอเพียงจากบริษัท ประกันภัยจากเหตุการณ์ภัยธรรมชาติที่ทำความเสียหายต่อทรัพย์สิน และทำให้การดำเนินงานของโรงแรมต้องหยุดชะงัก

นอกจากนี้ บริษัทได้มีมาตรการลดความเสี่ยงด้วยการวางแผนและซักรื้อซ่อมแผนฉุกเฉิน โดยออกเป็นนโยบายเพื่อถือปฏิบัติด้วย

◆ ความเสี่ยงจากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจการเงินโลก

สถานการณ์เศรษฐกิจโลกในช่วงปี 2561 ยังคงเติบโตเพียงเล็กน้อยโดยมีสัญญาณการฟื้นตัวอย่างช้าๆ โดยเฉพาะเศรษฐกิจของประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรปที่เริ่มจะหลุดพ้นจากภาวะเศรษฐกิจถดถอยในช่วง 3 ปี ที่ผ่านมา ในขณะที่ตัวบ่งชี้ทางเศรษฐกิจแสดงให้เห็นถึงการฟื้นตัวของเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกาอย่างต่อเนื่อง อาทิ ดัชนีราคาอสังหาริมทรัพย์ที่เพิ่มขึ้น และอัตราการว่างงานที่ลดลง อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจของภูมิภาคเอเชีย โดยเฉพาะจีน อินเดีย และกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมใหม่ เช่น เกาหลีใต้ ใต้หวัน สิงคโปร์ และฮ่องกง ยังมีการขยายตัวที่แข็งแกร่งและถูกมองว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลกให้ฟื้นตัวต่อไป

◆ ความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

บริษัทมีภาระหนี้สินกับสถาบันการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 เป็นเงิน 308 ล้านบาท เพื่อใช้ในการปรับปรุงภาพลักษณ์ของโรงแรม และการลงทุนในโครงการใหม่ บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยในอนาคต ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและกระแสเงินสดของบริษัทได้ เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงเมื่อบริษัทมีกระแสเงินสดส่วนเกินจะดำเนินการชำระคืนเงินกู้ก่อนกำหนดซึ่งในปี 2561 บริษัทได้ชำระคืนเงินกู้มากกว่าแผนที่ให้ไว้กับสถาบันการเงิน

◆ ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่ผันผวน

เนื่องจากธุรกิจโรงแรมมีนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราหากมีความผันผวนมากๆ ก็อาจจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ โดยนักท่องเที่ยวมีทางเลือกไปท่องเที่ยวในประเทศอื่นซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทยังคงได้ตามเป้าหมายอย่างราบรื่น บริษัทจึงมีการติดตามความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราอย่างใกล้ชิด หากมีความผันผวนมากจนอาจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวอย่างรุนแรง บริษัทก็อาจจะใช้กลยุทธ์ด้านราคาเพื่อเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวยังคงเข้ามาใช้บริการโรงแรมอย่างต่อเนื่อง

สำหรับรายได้โรงแรมส่วนหนึ่งมาจากการรับซื้อ-ขายเงินตราต่างประเทศซึ่งเป็นรายได้ที่ต่ำมากเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้รวมของบริษัท ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนที่ผันผวนส่งผลกระทบน้อยมาก เพราะบริษัทจะนำไปแลกเปลี่ยนเงินสกุลบาททันทีเมื่อรับซื้อส่วนการขายเงินตราต่างประเทศอิงกับอัตราแลกเปลี่ยนของธนาคารพาณิชย์เป็นเกณฑ์

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ - สุทธิ

หน่วย : ล้านบาท

สินทรัพย์	สถานที่ตั้ง	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	มูลค่า ทางบัญชี	ภาวะ ผูกพัน
ที่ดิน	โกสเด้นวัลเลย์ โฮเต็ล แอนด์ รีสอร์ท เขาใหญ่	เจ้าของ	13.27	ไม่มี ติดจดจำนอง กับ ธ.ไทย-
อาคาร โรงแรมและส่วน ปรับปรุง	โกสเด้นวัลเลย์ โฮเต็ล แอนด์ รีสอร์ท เขาใหญ่	เจ้าของ	72.23	พาณิชย์มูลค่า 580 ล้านบาท
อาคาร โรงแรมและ ส่วนปรับปรุงบนที่เช่า	โรงแรมแมนดาริน บนเนื้อที่เช่า 4-52-00 ไร่ ค่าเช่าเดือนละ 665,833.33 บาท จำนวน ห้องพัก 374 ห้อง	เจ้าของ และผู้เช่า	231.62	ไม่มี
อื่น ๆ		เจ้าของ	144.14	ไม่มี
รวมที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ - สุทธิ			461.26	

สรุปสาระสำคัญของสัญญาเช่าระยะยาว

อาคารโรงแรมแมนดารินสร้างอยู่บนที่เช่า ตามสัญญาเช่า 2 ฉบับ ซึ่งอยู่แห่งเดียวกันอายุสัญญาเช่า 30 ปี โดยสัญญาเช่าฉบับแรก เริ่มตั้งแต่วันที่ 9 สิงหาคม 2548 ฉบับที่สองเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2551 ตาม (หมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 18)

ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้าภายใต้สัญญาเช่าดำเนินงาน ประกอบด้วย

	(หน่วย : บาท)	
	2561	2560
ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้าภายใต้สัญญาเช่าดำเนินงาน	121,650,000.00	121,650,000.00
หัก คัดจ่ายสะสมยกมา	(52,086,482.64)	(47,803,677.65)
คัดจ่ายในงวด	(4,282,804.99)	(4,282,804.99)
ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้าภายใต้สัญญาเช่าดำเนินงาน	<u>65,280,712.37</u>	<u>69,563,517.36</u>

เมื่อวันที่ 4 มิถุนายน 2553 และวันที่ 28 ตุลาคม 2551 บริษัทฯ ได้ทำสัญญาเช่าที่ดินกับผู้เช่าสองราย อายุสัญญาเช่า 30 ปี นับแต่วันที่ 9 สิงหาคม 2548 และวันที่ 1 มกราคม 2551 (ตามหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 17) ตามเงื่อนไขในสัญญาเช่าทั้ง 2 ฉบับ กำหนดให้บริษัทฯ ต้องจ่ายค่าเช่าเป็นรายเดือนและรายปี และนอกจากนี้บริษัทฯ ต้องจ่ายค่าเช่าล่วงหน้าอีกบางส่วนทั้งสองสัญญา รวมเป็นจำนวน 121.65 ล้านบาท บริษัทฯ คัดจ่ายเป็นค่าเช่าในอัตราเส้นตรง ตามระยะเวลาของสัญญาเช่า

สัญญาเช่าระยะยาวภายใต้สัญญาเช่าดำเนินงาน

บริษัทฯ ได้ทำสัญญาเช่าที่ดิน จำนวน 2 สัญญา ดังนี้

สัญญาฉบับที่ 1 เมื่อวันที่ 4 มิถุนายน 2553 บริษัทฯ ได้ทำสัญญาเช่าที่ดินซึ่งเป็นที่ตั้งของโรงแรมส่วนหลัง โดยผู้ให้เช่าได้ตกลงให้บริษัทฯ เช่าที่ดินต่ออีก 30 ปี นับตั้งแต่วันที่ 9 สิงหาคม 2548 เป็นต้นไป อัตราค่าเช่าแบ่งเป็น 6 ช่วงช่วงละ 5 ปี อัตราค่าเช่าแต่ละช่วงเป็นจำนวนเงินที่แตกต่างกันตามที่ระบุในสัญญา เดือนละ 250,000.00 บาท - 402,627.50 บาท และบริษัทฯ ได้จ่ายค่าเช่าล่วงหน้าตามสัญญาอีก จำนวน 50 ล้านบาท ตาม(หมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 11)

สัญญาฉบับที่ 2 ซึ่งเป็นที่ตั้งของโรงแรมส่วนหน้า เมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2551 บริษัทฯ ได้ทำสัญญาเช่าที่ดินต่อไปอีก 30 ปี นับแต่วันที่ 1 มกราคม 2551 ครอบคลุมวันที่ 31 ธันวาคม 2580 ค่าเช่าจ่ายเป็นรายปี ปีละ 4.36 ล้านบาท และบริษัทฯ ได้จ่ายค่าเช่าล่วงหน้าอีก จำนวน 71.65 ล้านบาท ตาม(หมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 11) สัญญาทั้ง 2 ฉบับดังกล่าว มีเงื่อนไขว่าเมื่อสิ้นสุดสัญญาบริษัทฯ ต้องรื้อถอนสิ่งปลูกสร้างออกจากที่ดินเช่า บริษัทฯ ประเมินค่ารื้อถอนแล้วพบว่าหากขยกมูลค่าเช่าให้แก่ผู้รื้อถอน จะไม่มีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้น บริษัทฯ จึงไม่ได้บันทึกภาระรื้อถอนดังกล่าว



ที่ดินรอการพัฒนา

วัตถุประสงค์เพื่อขยายธุรกิจโรงแรม ที่พักอาศัยที่เหมาะสมกับสถานะเศรษฐกิจ

หน่วย : พันบาท

สถานที่ตั้ง	เนื้อที่ดิน	วันที่ประเมิน	ราคาประเมิน	ราคาตามบัญชี	กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
กรุงเทพมหานคร						
1. ลาดกระบัง กทม.	15-3-74	26 ก.ย. 59	191,220	9,176	บริษัท	ไม่มี
2. ลาดกระบัง กทม.	0-0-43	26 ก.ย. 59	-	100	บริษัท	ไม่มี
ต่างจังหวัด						
3. ต.ป่าแดด เชียงใหม่	11-1-49	5 ก.ย. 59	272,940	45,416	บริษัท	ติดจองจำนองกับธ. ไทยพาณิชย์ มูลค่า 580 ล้านบาท
4. ต. บางไผ่ นนทบุรี	5-2-85	26 ก.ย. 59	34,275	2,378	บริษัท	ไม่มี
5. อ.วังน้อย อุตุนยา	249-0-86.50	30 ก.ย. 59	130,718	51,610	บริษัท	ไม่มี
6. องครักษ์ นครนายก	414-0-96.50	30 ก.ย. 59	189,001	116,217	บริษัท	ไม่มี
			818,154	224,897		

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มี -



6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ข้อมูลบริษัท

บริษัทที่ออกหลักทรัพย์

ชื่อบริษัท	:	บริษัท แมนดาริน โฮเต็ล จำกัด (มหาชน) Mandarin Hotel Public Company Limited
ชื่อหลักทรัพย์	:	MANRIN
เลขที่ทะเบียน	:	บมจ. 415
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	ดำเนินการกิจการ โรงแรม เพื่อให้แก่นักธุรกิจและนักท่องเที่ยวเข้าพักอาศัย จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม การประชุมและการจัดเลี้ยง พร้อมทั้งให้บริการอื่นๆ อันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจ โรงแรม
ที่ตั้งสำนักงาน	:	เลขที่ 662 ถนนพระราม 4 แขวงมหาพฤฒาราม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500
โทรศัพท์	:	0-2238-0230
โทรสาร	:	0-2233-6215
Home Page	:	www.mandarin-bkk.com

: บุคคลอ้างอิงถึงอื่น ๆ

นายทะเบียน	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวง ดินแดง เขต ดินแดง กรุงเทพฯ 10400
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต	นางสาวสมจินตนา พลศิริรัตน์ สำนักงานสอบบัญชี ดี ไอ เอ นางสาวสุภาภรณ์ มั่งจิตร สำนักงานสอบบัญชี ดี ไอ เอ นายจุมพฏ ไพรัตน์กร สำนักงานสอบบัญชี ดี ไอ เอ เลขที่ 316/32 ซอยสุขุมวิท 22 ถนนสุขุมวิท เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โทร. 02-259-5300-2
ที่ปรึกษาทางกฎหมาย	บริษัทคิงแอนด์พาร์ทเนอร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล คอนซัลแตนท์ส์ จำกัด

