

ส่วนที่ 1

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท แมนดารินโฮเทล จำกัด (มหาชน) ประกอบกิจการหลักด้านโรงแรม ให้บริการด้านห้องพัก จานำอาหารและเครื่องดื่ม การประชุมสัมมนาและการจัดเลี้ยงต่าง ๆ พร้อมให้บริการอื่น ๆ อันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจโรงแรม

โรงแรมแมนดาริน ประกอบด้วย 2 สาขา คือ

1. โรงแรมแมนดาริน สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 662 ถนนพระราม 4 แขวงมหาพฤฒาราม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร
2. โรงแรมโกลเด้นวัลเลย์ เขาใหญ่ ตั้งอยู่ใกล้อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา

วิสัยทัศน์

โรงแรมแมนดารินเป็นโรงแรมที่มีมาตรฐานการบริการ (Service) ที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง และได้เป็นโรงแรมที่ประกาศตัวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Hotel) อย่างเต็มตัว ตั้งแต่ภายในปี 2560 เป็นต้นไป

วัตถุประสงค์ และเป้าหมาย

โรงแรมมีนโยบายให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เป็นไปด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมและผู้เกี่ยวข้อง เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน บริษัทฯ จะขับเคลื่อนไปข้างหน้าด้วยพลังแห่งความมุ่งมั่น ช่วยจรรโลงและรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างสรรค์สังคมให้น่าอยู่อย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการเจริญเติบโตของบริษัทฯ

- ก้าวต่อไปจะได้นำโรงแรมเข้าสู่โครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอื่นๆ เช่น โครงการใบไม้เขียว โครงการ Thailand Energy Award เป็นต้น
- โรงแรมเป็นธุรกิจบริการ ดังนั้นการบริการถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะมีลูกค้าเข้ามาพักอย่างต่อเนื่อง โดย การบริการของโรงแรมจะต้องสร้างความประทับใจให้ลูกค้า และกลับมาใช้บริการ พร้อมทั้งมีการบอกต่อ โดยจะต้องมีการประเมินผลระดับความพึงพอใจโดยรวมไม่ ต่ำกว่าร้อยละเก้าสิบ โดยพิจารณาจากองค์กรที่ได้รับจากบริษัทชั้นนำระดับโลกที่เป็นที่ยอมรับจากต่างประเทศ อาทิเช่น TripAdvisor Booking.com Expedia.co.th Google

กลยุทธ์ทางการปฏิบัติงาน

1. การดูแลสถานที่ให้มีความสมบูรณ์ พร้อมบริการลูกค้าไม่ว่าห้องพัก ที่เป็นสิ่งสำคัญที่จะสร้างรายได้ให้กับโรงแรม ลูกค้าจะจองห้องพัก หรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับ การดูแลบำรุงรักษาห้องพักให้ได้มาตรฐาน ที่ลูกค้ายอมรับได้โดยมุ่งเน้นเรื่องความสะดวก และต้องอยู่ในสภาพที่ดีพร้อมให้บริการอยู่เสมอ ดังนั้นฝ่ายปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องจะต้องดูแลรักษาห้องพัก รวมทั้งพื้นที่ส่วนกลางให้พร้อมใช้งาน และอยู่ในสภาพที่ดีตลอดเวลา และจะยังคงรักษาความเป็น โรงแรมปลอดบุหรี่ (Smoke-free Hotel) ร้อยเปอร์เซ็นต์ ตลอดไป พร้อมทั้งสื่อสารความเป็น Green Hotel ให้ลูกค้าได้รับทราบในทุก ๆ ตลาด (โรงแรมแมนดาริน ได้รับรางวัลโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ระดับทอง (Green Hotel – Gold Level) และ ASEAN Green Hotel)

2. พนักงานผู้ให้บริการถือเป็นหัวใจสำคัญมากอีกอย่างหนึ่งของโรงแรม หรือธุรกิจบริการ ที่จะทำ ให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการกับโรงแรมอีกหรือไม่ นอกจากจะต้องมีการฝึกอบรมให้พนักงานมีทักษะในการ บริการที่ดีได้มาตรฐาน รวดเร็ว ถูกต้องและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย โรงแรมแมนดารินมีลูกค้าชาวจีนมาใช้บริการมากเป็นอันดับหนึ่ง ดังนั้นโรงแรมจึงต้องมีพนักงานที่สามารถติดต่อสื่อสารภาษาจีนกับลูกค้าชาวจีนได้ นอกจากความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษ ในอนาคต โรงแรมยังมีแผนในการอบรมพนักงานให้มีทักษะในการสื่อสารภาษาอื่นๆ อีก เพื่อรองรับลูกค้า หลักชาติอื่นของโรงแรม อาทิเช่น ภาษาญี่ปุ่น ภาษาฝรั่งเศส ภาษาสเปน เป็นต้น

3. การเสนอบริการใหม่ ๆ ที่คู่แข่งไม่มี เพื่อเป็นการเพิ่ม Value Added ให้ลูกค้า ซึ่งจะเป็นการเพิ่ม ยอดขายอีกทางหนึ่ง

4. การสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ตั้งแต่ก้าวแรก ที่เข้ามาพักที่โรงแรม เช่น โดยการนำ วัฒนธรรมประเพณีไทยยกมือไหว้กล่าวคำสวัสดีมาให้บริการแก่ลูกค้า

5. การเตรียมข้อมูลทางด้านสถานที่ท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกที่อยู่ใกล้โรงแรม ที่น่าสนใจให้แก่ลูกค้า เพื่อสร้างความประทับใจ และประสบการณ์ใหม่ๆ แก่ลูกค้า ที่มาใช้บริการที่ โรงแรมแมนดาริน

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โรงแรมเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหลากหลาย รวมถึงธุรกิจอื่นๆ อีกมากมายที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นรายได้ส่วนใหญ่ของธุรกิจโรงแรม โรงแรมเป็นธุรกิจที่มีผู้มาใช้บริการหรือผู้บริโภคมากมาย ได้แก่ นักท่องเที่ยว นักบริหาร นักศึกษา ข้าราชการ รวมทั้งอาชีพต่างๆ

ธุรกิจโรงแรมจะต้องเข้าใจผู้บริโภค การจัดการบริหารที่เหมาะสมกับผู้ให้บริการทุกระดับชั้นของผู้บริโภค เช่น ห้องพัก ห้องอาหาร บันเทิงต่างๆ รวมทั้งฝ่ายเทคนิคด้วย โรงแรมควรตระหนักถึงขนาดของห้องพักที่ได้มาตรฐานสากล รวมถึงเจ้าหน้าที่ของทุกๆ แผนก โดยเฉพาะด้านบริการเท่านั้นแต่ยังเน้นสามารถสื่อสารให้ได้หลายภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ ญี่ปุ่น จีน เยอรมัน ฝรั่งเศส เป็นต้น เพราะจะทำให้ผู้บริโภคแต่ละชาติพึงพอใจต่อผู้ให้บริการ อุปกรณ์ต่างๆ ที่ให้บริการต่อผู้บริโภค ต้องจัดหาให้เหมาะสมกับสถานการณ์และขนาดของโรงแรม เพื่อให้ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักสามารถติดต่อกับญาติพี่น้อง นักธุรกิจสามารถติดต่อธุรกิจของตนเองได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยผ่านสื่อหรือเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ ของโรงแรม สิ่งทีกล่าวมาทั้งหมดนี้เป็นมาตรฐานสากล

ธุรกิจการท่องเที่ยวไทยในปี 2562 มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยว 39.79 ล้านคน เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2561 จำนวนนักท่องเที่ยว 38.12 ล้านคน การเจริญเติบโตของนักท่องเที่ยวมีการชะลอตัวลงมากกว่า ที่ประมาณการไว้ เป็นผลมาจากปัจจัยภายนอก และภายในประเทศ อาทิเช่น ภาวะเศรษฐกิจในหลายประเทศ ทั้งยุโรป อเมริกา และเอเชีย ชะลอตัว ตลอดจนการแข็งค่าของค่าเงินบาทซึ่งส่งผลกระทบต่อค่าการท่องเที่ยว ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ทางธรรมชาติ ภาวะฝุ่นละออง ควันพิษ ในอากาศที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งในกรุงเทพและสถานที่ท่องเที่ยว ต่างจังหวัด ประกอบกับนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวด้วย

สำหรับจำนวนห้องพักโรงแรม ในปี 2562 เพิ่มขึ้นจากปี 2561 โดยโรงแรมระดับกลางมีสัดส่วนห้องพักในตลาดมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ทั้งนี้ โรงแรมใหม่ที่เปิดตัวในปี 2562 ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจสุขุมวิทและเพลินจิต ดังนั้น ถึงแม้ว่าจะมีภาวะการแข่งขันอย่างเข้มข้นในธุรกิจโรงแรม แต่ได้รับความบรรเทาจากอัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ยังคงมีอัตราการเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว

ทั้งนี้ คาดการณ์ว่าจำนวนชาวต่างชาติเดินทางเพื่อธุรกิจในกรุงเทพมหานคร มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น เนื่องจาก การที่ประเทศไทยได้เข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างเป็นทางการในปี 2559 ทำให้มีความเป็นไปได้ที่จะเป็นศูนย์กลางของการลงทุนของอาเซียน โดยเฉพาะสำหรับชาวต่างชาติที่ต้องการลงทุนในกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม (CLMV) อีกทั้งการที่ประเทศไทยได้รับเกียรติให้เป็น

ประธานอาเซียนในปี 2562 นี้ ช่วยเพิ่มความสำคัญและบทบาทของประเทศไทยต่อประเทศต่างๆ ในกลุ่มสมาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมทั้ง การที่ประเทศไทยมีการเลือกตั้งเกิดขึ้นในปี 2562 เป็นส่วนช่วยสำคัญให้นักลงทุนต่างประเทศเกิดความมั่นใจในเสถียรภาพทางการเมืองและเศรษฐกิจของประเทศไทยในอนาคตที่จะตัดสินใจเข้ามาลงทุนในประเทศไทยต่อไปซึ่งจะส่งผลดีต่อธุรกิจโรงแรม

ตามที่รัฐบาลไทย ได้มีโครงการระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor – EEC) เพื่อเป็นการขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยจะมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการเดินทางและการขนส่งให้มีความพร้อม เพื่อรองรับและเอื้อประโยชน์ต่อการเจริญเติบโตของภาคอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น เช่นการพัฒนาสนามบินอู่ตะเภาให้เป็นสนามบินนานาชาติแห่งที่ 3 ของประเทศไทย และการสร้างรถไฟความเร็วสูงเชื่อมโยง 3 สนามบินนานาชาติ ได้แก่ สนามบินดอนเมือง สนามบินสุวรรณภูมิ และสนามบินอู่ตะเภา รวมทั้ง การสร้างรถไฟทางคู่เชื่อมแหล่งอุตสาหกรรมกับท่าเรือ และการพัฒนาท่าเรือแหลมฉบังและท่าเรือมาบตาพุดเพิ่มเติม รวมทั้ง การเสนอสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีให้กับนักลงทุนต่างชาติในอุตสาหกรรมเป้าหมายในแผนไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งจะช่วยให้ดึงดูดให้นักลงทุนจากต่างชาติเข้ามาลงทุนในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น และเมื่อโครงการต่างๆ ตามข้างต้นเสร็จสิ้น จะช่วยให้การเดินทางและการขนส่งมีความสะดวกสบายมากขึ้น การเชื่อมต่อการเดินทางและการขนส่ง ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งมีส่วนสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวและรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่จะเดินทางเข้ามาเมืองไทยเพิ่มขึ้น ตามที่ได้ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่จะเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี

ที่มา : ข้อมูลจากกองงานคนต่างด้าว กรมการจัดหางาน
ข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
ข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
ข้อมูลจากการรวบรวมของ บมจ.แมนดาริน โฮเต็ล

โรงแรมแมนดารินเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางของนักท่องเที่ยวท้องถิ่นของแต่ละจังหวัดในประเทศไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ นักท่องเที่ยวนิยมใช้บริการของโรงแรมเพราะตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในกรุงเทพฯ สะดวกใกล้ Shopping Mall โดยเฉพาะสามย่านมิตรทาวน์ที่เปิดตัวเป็นทางการเมื่อเดือนตุลาคม 2562 ซึ่งตั้งอยู่ตรงข้ามโรงแรมแมนดารินและตลอดจนการบริการที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากลจนประกอบธุรกิจมายาวนานกว่า 50 ปี

โครงสร้างรายได้

โรงแรมในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดของบริษัท เป็นธุรกิจที่มีรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น รายได้หลักจึงเป็นรายได้จากห้องพัก ห้องอาหาร ห้องประชุมสัมมนา และการจัดงานเลี้ยงต่างๆ ลูกค้าของโรงแรมมีทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจากทั่วโลก

	ปี 2562		ปี 2561		ปี 2560	
	ล/บ	%	ล/บ	%	ล/บ	%
รายได้แผนกห้องพัก	237.63	69.94	234.48	70.62	236.02	68.30
รายได้แผนกอาหารและเครื่องดื่ม	83.98	24.71	84.15	25.34	80.31	23.24
รายได้จากค่าเช่าและบริการ	12.13	3.57	12.00	3.61	12.10	3.50
รายได้อื่น ๆ	6.06	1.78	1.40	0.43	17.15	4.96
รวมรายได้	339.80	100.00	332.03	100.00	345.58	100.00

การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิต / กลุ่มธุรกิจ

ลักษณะของ (ผลิตภัณฑ์) หรือการบริหาร

การดำเนินธุรกิจโรงแรมคือการให้บริการที่พักอาศัย จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม การประชุมสัมมนา การจัดเลี้ยงและการให้บริการอื่นๆ อันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจโรงแรม รวมทั้งสถานที่บันเทิงต่างๆ กับทั้งคนไทยและต่างประเทศ

รายงานการเปรียบเทียบสถานะทางการเงิน

หน่วย : พันบาท

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม	2562	2561	2560
รายได้จากการขายและบริการ	333,738	330,635	328,430
รายได้อื่น ๆ	6,065	1,399	17,153
รายได้รวม	339,803	332,034	345,583
ต้นทุนและค่าใช้จ่ายรวม	314,485	311,803	326,632
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	25,318	20,231	18,951
กำไร (ขาดทุน) ต่อหุ้น	0.94	0.75	0.70
สินทรัพย์รวม	785,413	842,837	931,536
หนี้สินรวม	259,585	342,688	451,618
ส่วนของผู้ถือหุ้น	525,828	500,149	479,918
เงินปันผลเสนอจ่ายต่อหุ้น (บาท)	0.47	0.00	0.00
มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น (BOOK VALUE)	19.54	18.59	17.84
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (%)	4.81	4.05	3.95
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (%)	3.11	2.28	2.03
อัตรากระแสเงินสดที่ได้จากการดำเนินงานต่อสินทรัพย์รวม (%)	9.66	8.52	9.40

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

อธิบายโดยแบ่งตามสายผลิตภัณฑ์

- แมนดาริน โฮเต็ล มีรายได้หลักจาก 3 ช่องทางคือ

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

1. ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

<u>รวมรายได้</u>	<u>ปี 2562</u>	<u>ปี 2561</u>	<u>ปี 2560</u>
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
รายได้แผนกห้องพัก	237.19	234.03	235.86
รายได้แผนกกรมเชอร์วิส	0.50	0.63	0.64
รายได้แผนกจัดเลี้ยง	70.59	70.99	65.48
รายได้ค่าซักกรีด	0.44	0.45	0.51
รายได้แผนกห้องอาหาร	12.89	12.54	13.84
รายได้จากค่าเช่าและบริการ	<u>12.13</u>	<u>12.00</u>	<u>12.10</u>
รายได้จากโรงแรม	<u>333.74</u>	<u>330.64</u>	<u>328.43</u>

ธุรกิจโรงแรม

ปัจจุบัน บริษัทมีจำนวนห้องพักของโรงแรมทั้งสิ้น 533 ห้อง โดยโรงแรมที่อยู่ภายใต้การบริหารงานของกลุ่มบริษัท ได้แก่

- โรงแรมแมนดาริน กรุงเทพ และโกลเด้น วิลเลจ รีสอร์ท เขาใหญ่

โรงแรม โกลเด้น วิลเลจ รีสอร์ท เขาใหญ่มีจำนวน 159 ห้อง

โรงแรมแมนดาริน กรุงเทพ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มนักธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัท มีลักษณะการให้บริการดังนี้

การให้บริการด้านห้องพัก มีห้องพักทั้งสิ้น 374 ห้อง

	<u>จำนวนห้องพัก</u>		<u>อัตราค่าห้องพัก (บาท)</u>
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 2562 อัตราค่าเช่าห้องพัก อยู่ระหว่าง 2,000 – 2,400 บาท และอัตราเข้าพักอยู่ระหว่าง 80%
การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม
 โรงแรมมีภัตตาคารอาหารไทยและต่างประเทศ และห้องจัดเลี้ยงเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักและลูกค้า
 ทั่วไป ดังนี้

ประเภทห้อง	ขนาด (ตร.ม.)	จำนวนคน							
แบบคาร์ป ทรนค์ บอลรูม	1,140	170	1,000	600	240	1,200	700	800	
แบบคาร์ป A	376	72	200	120	84	200	160	200	
แบบคาร์ป B	376	72	200	120	84	200	160	200	
แบบคาร์ป C	376	72	200	120	84	200	160	200	
บุษบา	240	50	250	140	60	220	180	200	
พลอยไพลิน	66	24	50	36	30	40	30	40	
การะเกด	71	24	50	36	30	40	30	40	
รสสุคนธ์	68	24	50	36	30	40	30	40	

2. การตลาดและภาวะการแข่งขัน

สรุปภาพรวมสถานการณ์การท่องเที่ยวและสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2019

จากตัวเลขสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนประเทศไทยในปี 2017 มีจำนวน 35.59 ล้านคน เพิ่มขึ้นเป็น 38.18 ล้านคนในปี 2018 และปีคี่ 39.80 ล้านคนในปี 2019 คิดเป็นเปอร์เซ็นต์ที่เพิ่มขึ้นจาก 2018 ถึง 2019 อยู่ที่ 4.24% ซึ่งน้อยกว่าที่คาดไว้ที่ 40.2 ล้านคน อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวยังคงเป็นรายได้หลักของประเทศ คิดเป็น 18.4% (หรือใกล้เคียงกับหนึ่งในห้า) ของ GDP ของประเทศไทย

ประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทยสูงสุด ยังคงเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนที่เติบโตเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ มีจำนวน 10.5 ล้านคนในปี 2018 หรือคิดเป็น 27.5% ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด และเพิ่มขึ้นเป็น 10.99 ล้านคนในปี 2019 จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เพิ่มขึ้นนั้น ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 60 ได้เดินทางมาพักในเขตกรุงเทพฯ ส่วนที่เหลือได้เดินทางไปพักตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัดต่าง ๆ ที่นิยมไป เช่น จังหวัด เชียงใหม่ ภูเก็ต พัทยา เป็นต้น

ในปี 2019 การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนประเทศไทยค่อนข้างชะลอตัวลงในช่วงไตรมาสแรกและไตรมาสที่สองของปี เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันในปี 2018 จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นในไตรมาสแรก ของ ปี 2019 ที่ 10.79 ล้านคน ปรับเพิ่มขึ้นเพียง 1.79% ส่วนในไตรมาสที่สอง มีจำนวนนักท่องเที่ยว 8.97 ล้านคน เพิ่มขึ้นเพียง 1.36% เมื่อเทียบกับปี 2018 ในช่วงเวลาเดียวกัน

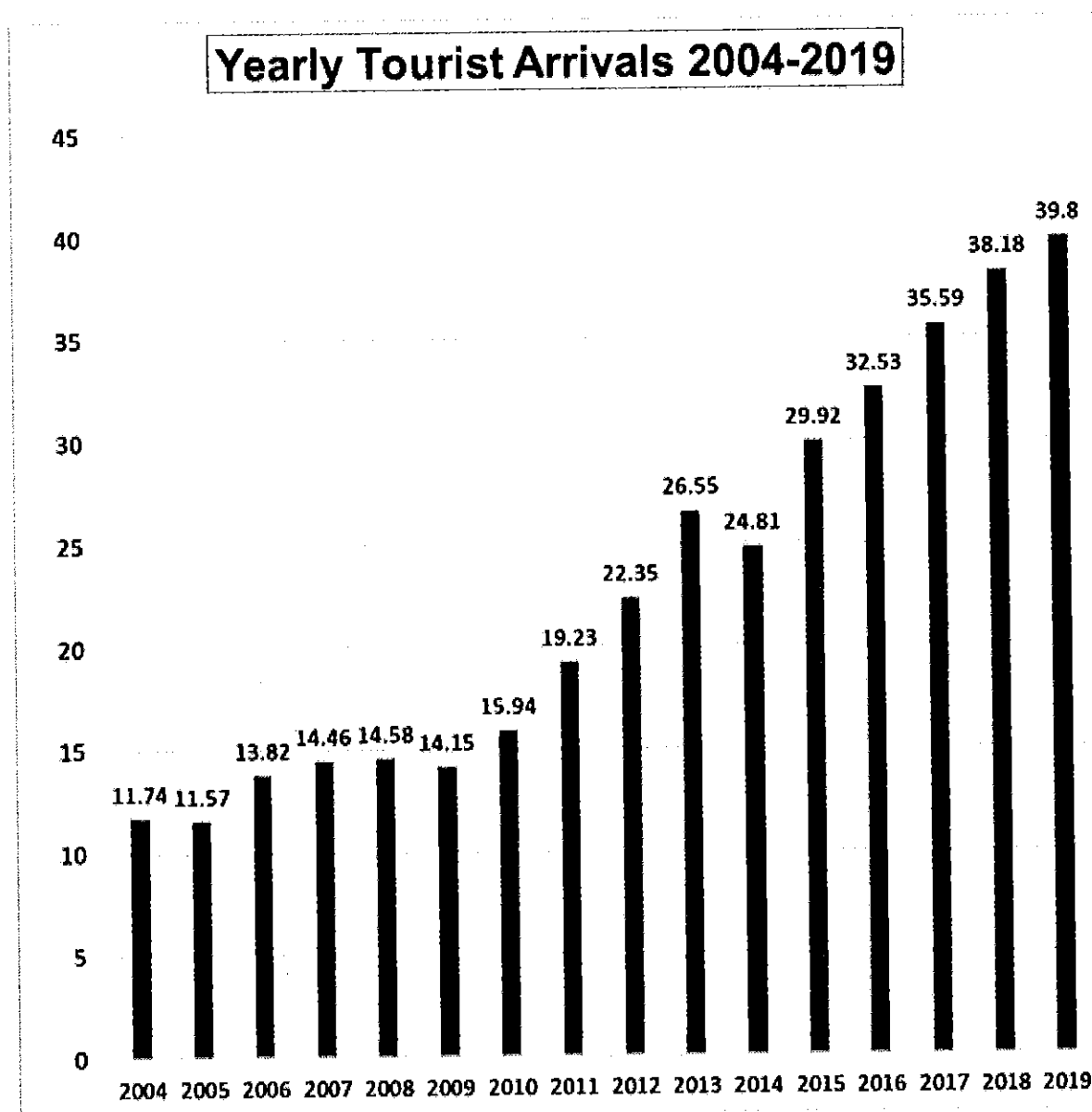
ในไตรมาสที่สามมีแนวโน้มที่ดีขึ้น โดยเฉพาะในช่วงตั้งแต่เดือน กรกฎาคม สิงหาคมและกันยายน จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 9.7 ล้านคน ปรับตัวเพิ่มขึ้น 7.3% มากกว่าในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า

ไตรมาสที่สี่ก็ยังคงเติบโตต่อเนื่อง มีนักท่องเที่ยวเดินทางเพิ่มขึ้น 6.39% ปีที่ 10.33 ล้านคน

สรุปรวมแล้วมีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทยในปี 2019 ทั้งสิ้น 39.8 ล้านคน เพิ่มขึ้น 1.62 ล้านคน จากปี 2018 คิดเป็น 4.24% ซึ่งอัตราการเติบโตดังกล่าว มีอัตราการเติบโตที่ลดลง 3.04% เมื่อเทียบกับปี 2018 ซึ่งเพิ่มขึ้นอยู่ที่ 7.28% จากปี 2017

ปัจจัยการเติบโตของนักท่องเที่ยวที่ชะลอตัวลงนั้น ยังคงเป็นเรื่องของด้านเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว บวกกับค่าเงินบาท ที่แข็งค่าขึ้นมา 12-15% เมื่อเทียบกับสกุลเงินหลักทั่วโลก ทำให้กำลังซื้อของนักท่องเที่ยวลดลง และยังมีปัจจัยเรื่องการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศคู่แข่งในแถบภูมิภาคเดียวกันอีกด้วย

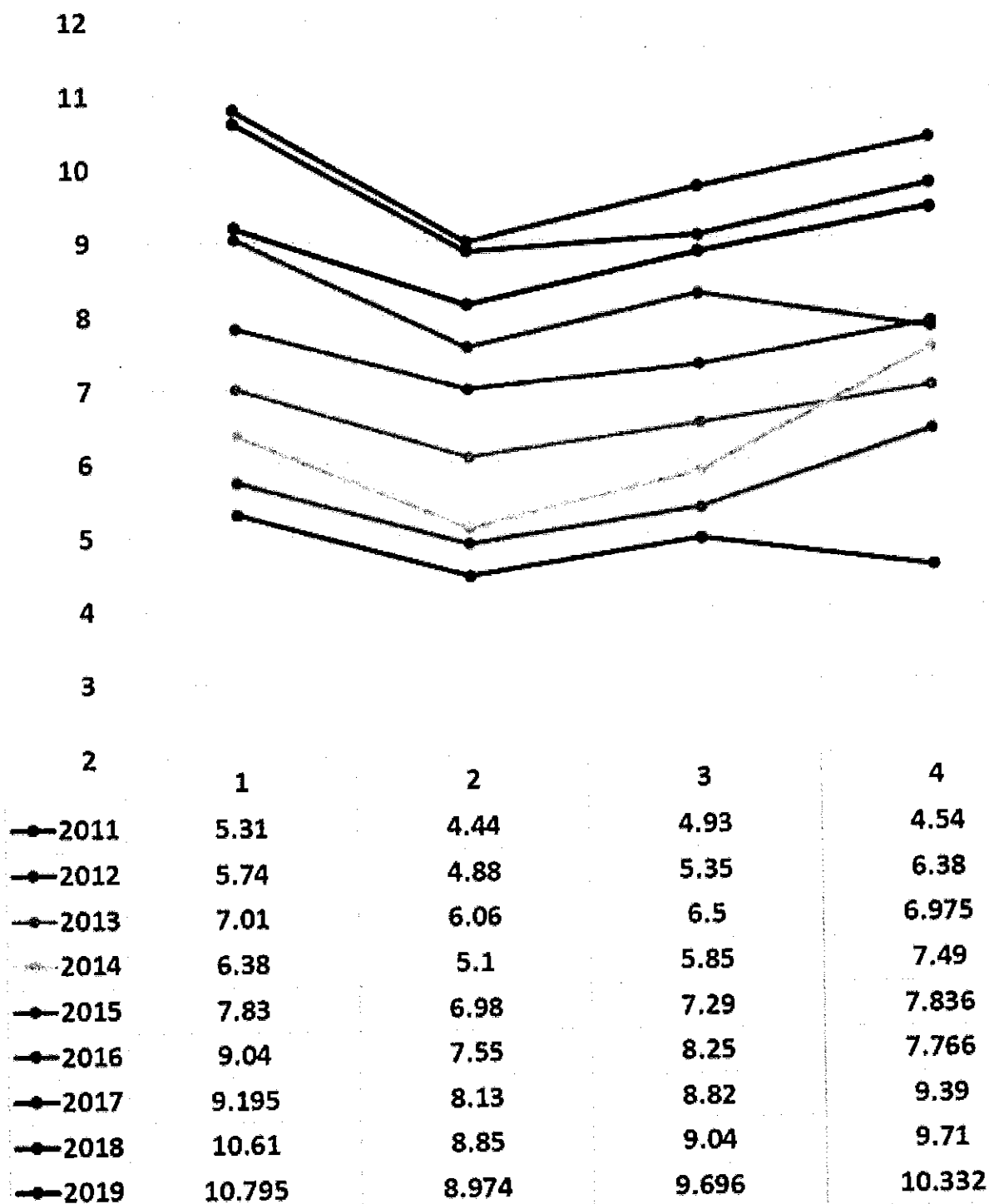
สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยรายปี ตั้งแต่ปี ค.ศ.2004 - 2019



ตัวเลขแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวขาเข้าต่อของแต่ละปี (หน่วยเป็นล้าน)

แหล่งที่มาของข้อมูล : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

Quarterly Arrivals 2011-2019 (millions)



แหล่งที่มาของข้อมูล : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

จากกราฟที่แสดงถึงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในรายไตรมาสตั้งแต่ปี 2011 จนถึงปี 2019 ทำให้เห็นว่า ประเทศไทยมีปริมาณนักท่องเที่ยวในแต่ละฤดูกาลท่องเที่ยวที่เติบโตขึ้นในแต่ละช่วงไตรมาสในทิศทางเดียวกัน

จำนวนนักท่องเที่ยวจะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงไตรมาสแรกและไตรมาสสุดท้ายของแต่ละปี ซึ่งเป็นช่วง High Season ของประเทศไทย สอดคล้องกับสภาพภูมิอากาศของประเทศไทยที่อากาศอบอุ่น จึงเป็นเป้าหมายการเดินทางหลักของนักท่องเที่ยวจากหลายประเทศในทวีป อเมริกา ยุโรป ออสเตรเลีย และ เอเชีย นักท่องเที่ยวยังคงเลือกที่จะมาประเทศไทย ด้วยเหตุผลในเรื่องของ ความหลากหลายใน สถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละภาคของประเทศไทย รวมถึง อาหารการกิน แหล่งช้อปปิ้ง โบราณสถาน ฯลฯ จึงเป็นประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าประทับใจ คู่มาพร้อมกับราคาที่จ่ายไป

แต่ในบางช่วงเวลาก็มีการหดตัวของปริมาณนักท่องเที่ยว หรือ บางช่วงลดต่ำลงอย่างมีนัยสำคัญ ดังเช่นในช่วงสิ้นปี 2011 (เหตุการณ์น้ำท่วมใหญ่) และช่วงสิ้นปี 2013- ต้นปี 2014 (ความไม่แน่นอนทางการเมือง) มีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้

จากสาเหตุดังกล่าวส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศลดลงในช่วงปี 2014 ซึ่งครอบคลุมทั่วทั้งสามไตรมาสแรกของปี ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2014 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทยน้อยลง 2,000,000 คน ลดลงไป 10.28% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2013 แต่หลังจากนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็เริ่มปรับตัวดีขึ้นตามลำดับ

จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยตั้งแต่ปี 2001 ในขณะนั้นมีเพียง 10.13 ล้านคน และได้มีการเพิ่มขึ้นต่อเนื่องอย่างช้า ๆ ในช่วง 4-5 ปีต่อมา หลังจากนั้นจำนวนนักท่องเที่ยวก็ได้เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด เมื่อประเทศไทยได้เปิดให้บริการสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิอย่างเป็นทางการ เมื่อเดือนกันยายน ปี ค.ศ. 2006 จำนวนนักท่องเที่ยวได้เติบโตเพิ่มขึ้นจนถึง ปัจจุบัน มีนักท่องเที่ยวต่อปี เกือบ 40 ล้านคน ในปีที่ผ่านมา เพิ่มขึ้นเป็นสี่เท่าในเวลาเพียงแค่ 2 ทศวรรษ เท่านั้น

เหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทยในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมานั้นมีอยู่หลากหลายเหตุการณ์ ทั้งที่เกิดขึ้นจากภายใน และ ภายนอกประเทศ ตัวอย่างเช่น วิกฤติทางด้านการเงินครั้งใหญ่ของโลกที่มีต้นตอมาจากการปล่อยสินเชื่อซื้อบ้านในประเทศอเมริกาในช่วงปลายปี 2007 ถึง ปี 2009 ซึ่งส่งผลกระทบต่อการเศรษฐกิจและการค้าไปทั่วโลก ทำให้คนตกงานเป็นจำนวนมาก และ ส่งผลกระทบมายังธุรกิจท่องเที่ยวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

การปราบปรามกลุ่มทัวร์จีนศูนย์เหรียญ ในช่วงสิ้นปี 2016 ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีน เช่นกัน อยู่ในช่วงไตรมาสแรกของปี 2017 แต่โดยรวมแล้วจำนวนนักท่องเที่ยวยังคงเพิ่มขึ้นในช่วงปี 2016 และ 2017

ปี 2018 อุบัติเหตุเรือล่มที่จังหวัดภูเก็ตในเดือนกรกฎาคม มีผู้เสียชีวิตเป็นชาวจีน 47 ราย ทำให้มีการยกเลิกทัวร์จีนมาประเทศไทยในขณะนั้น จำนวนนักท่องเที่ยวจีนจึงลดลงในช่วงหลายเดือนต่อจากนั้น

ปี 2019 ก็ยังมีปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว รวมถึง ค่าเงินบาทที่ยังคงแข็งตัวขึ้นเรื่อย ๆ อย่างไรก็ตามก็ดีขึ้นจำนวนนักท่องเที่ยวก็ยังคงเพิ่มขึ้นในอัตรา 4.24% จากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวในตลาดหลัก เช่น จีน ญี่ปุ่น เกาหลี เป็นต้น

รวมถึง ประเทศที่มีอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยว ที่เพิ่มขึ้นอย่างประเทศ อินเดีย ที่เพิ่มขึ้นถึง 26%, ฟิลิปปินส์ เพิ่มขึ้น 15% ไต้หวัน 14.5% เป็นต้น

เริ่มต้นปี 2020 จำนวนนักท่องเที่ยวที่ประมาณการจากหลายสำนัก คาดว่าจะขยายตัวประมาณ 2%-3% อยู่ที่ราว 40.5-40.9 ล้านคน เป็นอัตราการเติบโตที่ต่ำที่สุดในรอบ 6 ปี เนื่องจากยังคงได้รับผลกระทบจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่หดตัว และ การแข่งขันเพื่อดึงนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ รวมถึง การจัดการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกฤดูร้อนที่ประเทศญี่ปุ่นในช่วงกลางปีนี้ และการแข่งขันฟุตบอลชิงแชมป์ยุโรป (EURO 2020) อาจส่งผลกระทบในการเดินทางท่องเที่ยวมาประเทศไทย จากกลุ่มประเทศยุโรป และ ญี่ปุ่น อาจลดลงในช่วงเวลาดังกล่าว

ปัจจัยใหม่ที่มีผลกระทบอย่างรุนแรงต่อธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมในช่วงไตรมาสแรกของปี 2020 นี้ ก็คือ เรื่องการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (COVID-19) มีการพบผู้ป่วยรายแรกในวันที่ 1 ธันวาคม 2019 ในประเทศจีน และในช่วงเดือนนั้นทางรัฐบาลจีนยังไม่ได้ประกาศเรื่องการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสดังกล่าว จนกระทั่งเมื่อวันที่ 23 มกราคม 2020 รัฐบาลเมืองอู่ฮั่นประกาศยุติการให้บริการเครือข่ายระบบขนส่งสาธารณะทั้งหมดของเมือง รวมถึงสั่งห้ามเที่ยวบินเข้าออกเมืองทั้งหมด หลังมีผู้ป่วยติดเชื้อในเมืองมากเพิ่มขึ้นถึง 5,974 ราย ผู้ป่วยที่มีอาการรุนแรง 976 ราย เสียชีวิต 132 ราย (อัตราการตาย 2.2%) ในขณะนั้น พบผู้ป่วย 56 ราย ที่อยู่นอกประเทศจีน ใน 14 ประเทศ ซึ่งรวมถึงประเทศไทยด้วยในขณะนั้น ที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนจากเมืองอู่ฮั่นที่เดินทางมาประเทศไทย

ช่วงปลายเดือนกุมภาพันธ์ การแพร่ระบาดยังคงทวีความรุนแรงมากขึ้น เชื้อไวรัสโคโรนาได้แผ่ขยายวงกว้างไปยังทวีปต่าง ๆ ทั่วโลก กว่า 50 ประเทศ มีผู้ติดเชื้อมากกว่า 85,000 คน และมีผู้เสียชีวิต กว่า 2,900 คน ในเดือนกุมภาพันธ์ ซึ่งผู้ติดเชื้อและผู้เสียชีวิตจำนวนมากยังคงอยู่ในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน การแพร่ระบาดนี้ยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และคาดว่าจะอาจกินเวลาอีก 3-6 เดือนข้างหน้า จนกว่าสถานการณ์เข้าสู่ภาวะปกติ

แน่นอนว่าเกิดความเสียหายและผลกระทบทางด้านสุขภาพ สังคม และ เศรษฐกิจเป็นอย่างมาก หลายประเทศได้ออกมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสอย่างเข้มงวด เพื่อมิให้มีการเพิ่มจำนวนผู้ติดเชื้อในประเทศของตน ส่งผลให้มีการห้าม หรือ งดเว้น การเดินทางไปยังประเทศกลุ่มเสี่ยงที่มี

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา ได้มีการยกเลิกเที่ยวบินในหลายเส้นทาง จดการออกวีซ่าในหลายประเทศ ยกเลิกทัวร์นำเที่ยวต่าง ๆ รวมถึง งานประชุมนานาชาติ งานแสดงสินค้า ต่าง ๆ ส่งผลให้มีการยกเลิกที่พักกว่า 80% ในช่วงเดือน กุมภาพันธ์ และ มีนาคม การทำของห้องพัก กรุ๊ปทัวร์ กรุ๊ปสัมมนา ถูกเลื่อนออกไปอย่างไม่มีกำหนด

มีการประเมินว่า หากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาเกินเวลาถึง 6 เดือน จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในปีนี้อาจหายไปถึง 5 ล้านคน สูญเสียรายได้กว่า 3 แสนล้านบาท

สถานการณ์แข่งขันของธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพฯ ปี 2020

ดังที่ได้กล่าวไว้ก่อนหน้านี้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งและสร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศ

จึงมีจำนวนโรงแรมใหม่ๆ เพิ่มขึ้นทุกปี ทั้งในเขตกรุงเทพฯ และ ต่างจังหวัด รวมถึงการปรับปรุงโรงแรมให้ดูทันสมัยและตอบสนองความต้องการของแขกที่เข้าพัก ปีนี้ก็เช่นกัน มีโรงแรมใหม่ที่เปิดให้บริการแล้ว และโรงแรมใหม่ที่กำลังเตรียมจะเปิดให้บริการในกรุงเทพฯ ดังนี้

CAPELLA BANGKOK	Jul-19	101		5
Dusit Suites Hotel Ratchadamri, Bangkok	Jul-19	96		5
Mövenpick BDMS Wellness Resort Bangkok	Aug-19	239		5
Triple Y Hotel	Sept-19	102		3
Carlton Hotel Bangkok Sukhumvit	Jan-20	338		5
Staybridge Suite Bangkok Sukumvit 24	Feb-20	303		4
Sindhornmidtown	Mar-20	344	39	4
Sindhorn Kempinski Hotel Bangkok	Apr-20	230		4.5
IBIS STALES BANGKOK SILOM	Apr-20	264		3
Kimpton Maa-Lai Hotel	May-20	349	124	5
JAL CITY BANGKOK	May-20	324		4
ASAI Bangkok Chinatown	May-20	224		4
Orient Express Mahanakhon Bangkok	2020	154		5
Four Seasons Hotel Bangkok at Chao Phraya River	2020	312		5
Four Seasons Private Residences Bangkok at Chao Phraya	2020	355		5
Holiday inn express Bangkok Ratchada	2020	220		4
Voco Bangkok Sukumvit 11	Jan-21	300		4
X2 Vibe Bangkok Udomsuk Station	Jan-21			4
SIX SENSES BANGKOK AT THE FORESTIAS	Jan-22	60	36	5
Holiday Inn Express Don Mueang Airport	Jan-22	228		4

จากสถานการณ์แข่งขันที่ดุเดือดของธุรกิจโรงแรมในปัจจุบัน รวมถึงการชะลอตัวในการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วงที่เกิดเหตุการณ์โรคระบาดของไวรัสโคโรนา (COVID 19) ไปทั่วโลก ส่งผลให้ลูกค้าที่จองห้องพัก และ ห้องประชุมสัมมนา กับทางโรงแรม มีการยกเลิกการจอง ในทุกช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นการจองตรง การจองผ่าน Online Travel Agents หรือ ผ่านทางบริษัททัวร์ต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะลูกค้าชาวจีน มีการยกเลิกการจองกว่า 80% ตั้งแต่ช่วงตรุษจีน เป็นต้นมา รวมถึง

ลูกค้าในประเทศที่ได้รับผลกระทบจากโรคระบาด เช่น ญี่ปุ่น สิงคโปร์ฮ่องกง ไต้หวัน เกาหลีใต้ รวมถึงประเทศในโซนทวีปอเมริกา และยุโรป ที่ได้รับผลกระทบเช่นกัน ส่งผลให้ยอดขายการจองลดลงอย่างมาก ประมาณการรายได้เบื้องต้นของโรงแรมในช่วงไตรมาสแรกอาจลดลงต่ำกว่าเป้าถึง 30%

อย่างไรก็ตาม โรงแรมแมนดาริน กรุงเทพฯ มิได้นิ่งนอนใจกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ได้มีการปรับกลยุทธ์การตลาดโดยเร่งด่วน โดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าในประเทศที่ยังคงมีการเดินทางอยู่ มีการปรับราคาห้องพักลง 20%-25% เพื่อชิงส่วนแบ่งตลาด

เสนอราคา long stay ให้กับลูกค้าชาวจีนที่ต้องการพักอยู่ในประเทศไทยต่อเนื่องจากยังกลับประเทศตนเองไม่ได้ ซึ่งได้ผลตอบรับที่ดีระดับหนึ่ง อีกทั้งมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าในประเทศมากขึ้น ทั้งหน่วยงานภาครัฐ และ เอกชน ที่มีการใช้บริการ ห้องพัก และ ห้องสัมมนาในกรุงเทพฯ

กลยุทธ์ทางการตลาด ปี 2020

1. เพิ่มตลาดอื่นให้มากขึ้นโดยไม่พึ่งพาตลาดจีนมากเกินไป ด้วยการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศแถบยุโรป เช่น เยอรมัน ฝรั่งเศส อิตาลี สเปน เป็นต้น รวมถึงนักท่องเที่ยวในทวีปเอเชียที่มีการเติบโตเพิ่มขึ้น เช่น อินเดีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย เวียดนาม เกาหลี ญี่ปุ่น ฯลฯ
2. ขยายฐานลูกค้าตลาด corporate ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อดึงดูดกลุ่มนักธุรกิจ ที่ต้องการที่พักและใช้ห้องประชุม สัมมนาให้มากขึ้น
3. มุ่งเน้นและขยายฐานลูกค้า กลุ่มราชการ ในแต่ละกระทรวง ทบวง กรม รวมถึง กลุ่มรัฐวิสาหกิจ เพื่อหารายได้จากการใช้ห้องพัก ห้องประชุม รวมถึง ห้องจัดเลี้ยง
4. เพิ่มฐานลูกค้าในกลุ่มภาคการศึกษาต่าง ๆ ทั้งระดับโรงเรียน อาชีวศึกษา มหาวิทยาลัย ทั้งในเขตกรุงเทพฯ และ ต่างจังหวัด
5. เจาะกลุ่ม event organizers ที่มีฐานลูกค้า corporate และ government
6. ทำการตลาดเชิงรุกเจาะกลุ่มลูกค้า Wedding โดยการโฆษณาผ่านสื่อ online รวมถึงการจัดงาน Wedding fair ร่วมกับพันธมิตร เพื่อเพิ่มยอดขาย
7. เพิ่มฐานลูกค้ารายใหม่ที่มีศักยภาพในการจัดประชุม อบรม สัมมนา รวมถึงงานเลี้ยง สังสรรค์ในโอกาสต่างๆ
8. ทำการตลาดร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ในการกระตุ้นและส่งเสริมการท่องเที่ยวใน event ต่าง ๆ
9. ยังคงมุ่งเน้น และให้ความสำคัญ กับลูกค้า กลุ่ม FIT ที่จองผ่านช่องทาง online

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

นโยบายทางด้านราคา

ในปี 2020 โรงแรมแมนดาริน กรุงเทพฯ มีนโยบายในการคงราคาขายห้องพักสำหรับลูกค้าในกลุ่มที่มีผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ ค่าเงินบาทที่แข็งค่า เพื่อเป็นการพยุงและรักษฐานลูกค้าเดิมไว้ การปรับราคาเพิ่มขึ้นสามารถทำได้ ในรูปแบบของการ upselling ห้องพักในประเภทที่ขายราคาสูงขึ้น กับกลุ่มลูกค้าที่กำลังซื้อสูง

มีนโยบายการทำ promotion ราคาพิเศษอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ ที่มีงบประมาณจำกัด ทั้งราคาห้องพัก ห้องสัมมนา และ งานจัดเลี้ยงต่าง ๆ ในช่วง low demand ดังนั้นการทำการราคาในปีนี้ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของตลาด ทั้งที่อยู่ในภาวะปกติ และ ไม่ปกติ จึงจำเป็นต้องมีความยืดหยุ่นในเรื่องราคา และ ติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด

การวิจัยและพัฒนา

ในปี 2562 โรงแรมแมนดารินเตรียมการสำหรับการปรับปรุงงานระบบต่างๆ พร้อมติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัยใหม่ และตกแต่งอาคารโรงแรมใหม่ทั้งหมด ทั้งภายนอกและภายในโรงแรมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ใหม่ทั้งดงาม เพื่อดึงดูดลูกค้าและนักท่องเที่ยวที่จะมากขึ้นในอนาคต

สำหรับโรงแรมแมนดาริน โกลเด้นวิลเลจรีสอร์ท เขาใหญ่ ได้มีการก่อสร้างอาคารเพิ่มเติมเพื่อรองรับลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้นและห้องพักไม่เพียงพอ เพราะวันหยุดแห่งชาติเขาใหญ่ได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ทุกวัน

ฝ่ายบริหารของโรงแรมได้ทำการวิจัยคู่แข่ง โดยศึกษาการขายและการตลาดของโรงแรมต่างๆ เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับการตลาดของโรงแรมแมนดาริน และนำมาปรับใช้ในกลยุทธ์ทางการตลาดของโรงแรม ทำให้สามารถดำเนินการทางการตลาดได้อย่างถูกต้องและได้ผลดี

การพัฒนานุเคราะห์ ฝ่ายบริหารได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนานุเคราะห์ ได้จัดให้มีการฝึกอบรม การสัมมนา โดยเชิญวิทยากรผู้มีความรู้ความสามารถในวิชาการต่างๆ และเชิญผู้มีประสบการณ์ทางการโรงแรมมาให้ความรู้แก่พนักงานโรงแรมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งโรงแรมได้ให้ความสำคัญทางด้านนี้มาโดยตลอด

จากการวิจัยและพัฒนากิจการด้านต่างๆ ทำให้โรงแรมแมนดารินมีโครงสร้างองค์กรที่แข็งแกร่ง สามารถดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้เป็นอย่างดี

โรงแรมแมนดาริน *Mandarin Hotel*

โรงแรมแมนดารินตั้งอยู่บนถนนพระราม 4 ใจกลางย่านธุรกิจของกรุงเทพฯ ใกล้กับสถาบันการเงิน ศูนย์การค้าชั้นนำ มหาวิทยาลัย โรงพยาบาล สวนลุมพินี ถนนสีลม สถานบันเทิงต่างๆ และการคมนาคมสะดวกสบาย สามารถเดินทางด้วยรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT เชื่อมต่อรถไฟฟ้า BTS และปี 2562 การขยายเส้นทางเพิ่มของ MRT วัดมังกร – ท่าพระ ได้เปิดให้บริการแล้ว ยิ่งทำให้นักท่องเที่ยว ที่พักที่โรงแรมแมนดาริน สามารถเดินทางไปเยี่ยมชม สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ อาทิเช่น เขาวราช วัดไตรมิตร พระบรมมหาราชวัง วัดอรุณ ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว โรงแรมแมนดาริน ยังอยู่ใกล้ทางด่วน สามารถเดินทางไปท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ หรือท่าอากาศยานดอนเมือง ได้โดยใช้เวลาไม่นาน นอกจากนี้ช่วงปลายปี 2562 ศูนย์การค้าสามย่านมิตรทาวน์ แลนด์มาร์คแห่งใหม่ของกรุงเทพฯ ที่ให้บริการครบวงจร ได้เปิดให้บริการ ตั้งอยู่ตรงข้ามโรงแรมแมนดาริน ทำให้สถานที่ตั้งของโรงแรมแมนดาริน มีความพร้อมในการ สร้างความพึงพอใจ ให้ลูกค้าในการจับจ่าย ซื้อของ (Shopping) และรับประทานอาหารได้หลากหลายชนิด มากยิ่งขึ้น

โรงแรมแมนดารินได้มีการปรับปรุงตกแต่งอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรักษาสภาพห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้อยู่ในสภาพดีพร้อมตลอดเวลา และคงความสวยงาม สไตล์โมเดิร์น ผสมผสานความคลาสสิกอย่างลงตัว ที่ทำให้ ได้รับการชื่นชมจากทั้งลูกค้าเก่าที่กลับมาใช้บริการ และลูกค้าใหม่ อย่างต่อเนื่อง โรงแรมแมนดารินมีห้องพัก 374 ห้องแบ่งเป็น ห้อง Grand Suite ห้อง Executive ห้อง Premier ห้อง Deluxe และ ห้อง Mandarin Connected Room สำหรับกลุ่มลูกค้าที่มาพัก พร้อมครอบครัว หรือกลุ่มเพื่อนที่ต้องการพักอยู่ใกล้กัน ในปี 2562 โรงแรมแมนดารินได้มีการตกแต่งห้องพักเพิ่ม โดยมีห้อง Deluxe Plus พร้อมอ่างอาบน้ำ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้ผู้มาใช้บริการ ซึ่งได้รับผลตอบรับที่ดี

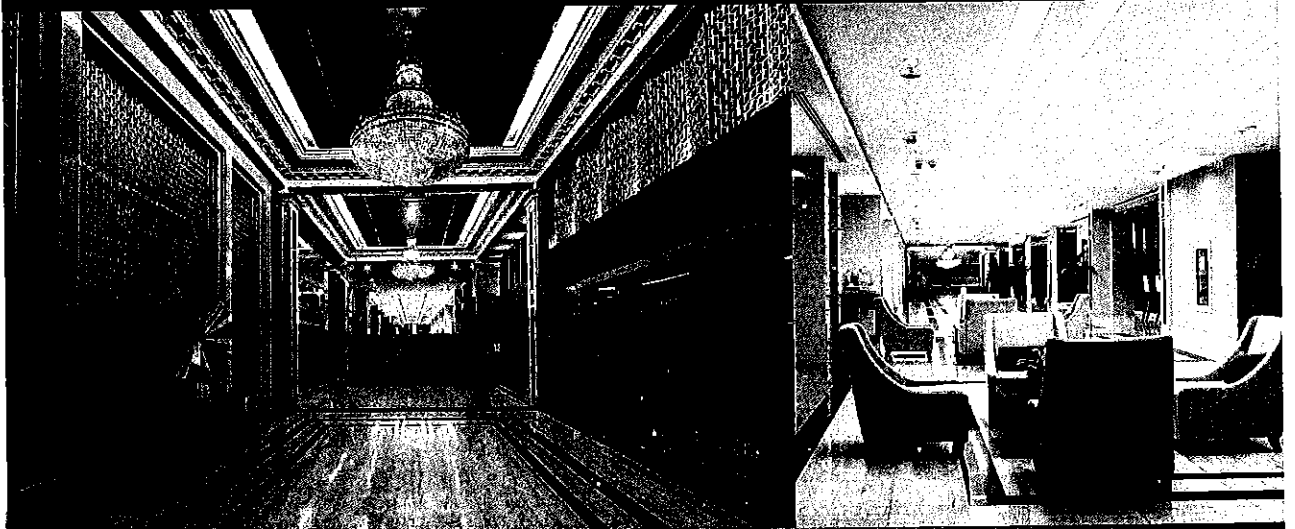
แผนกอาหารและเครื่องดื่ม

ห้องอาหารครัวหลวง มีชื่อเสียงควบคู่กับโรงแรมแมนดารินมาช้านาน ทั้งจากชาวไทย และชาวต่างชาติที่ นิยมมารับประทานอาหารที่นี่ บริการอาหารไทยและอาหารนานาชาติที่หลากหลาย ครัวหลวงยังมีบุฟเฟต์นานาชาติมื้อกลางวัน และบุฟเฟต์ข้าวต้มมื้อค่ำ ที่ได้รับความนิยมตลอดมา ครัวหลวงจะยังคงรักษาเอกลักษณ์ที่ลูกค้าจดจำสืบไป

ห้องอาหารรจนา บริการอาหารจีนนานาชาติ ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเอเชียและยุโรป ลูกค้าของโรงแรมแมนดารินชื่นชอบอาหารเช้าที่ห้องรจนา ได้เขียนรีวิวชมเชยอาหารเช้าที่นี่ ลงตามสื่อออนไลน์เผยแพร่ไปทั่วโลก สร้างชื่อเสียงให้โรงแรมด้วยดีตลอดมา

แผนกจัดเลี้ยง

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



โรงแรมแมนดาริน โกลด์เ็น วัลเลย์ รีสอร์ท เขาใหญ่ *Mandarin Golden Valley Resort*

วนอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เป็นป่าเขาที่สมบูรณ์ มีความหลากหลายของพรรณไม้ อากาศไม่ร้อนและไม่หนาวจนเกินไป เหมาะแก่การท่องเที่ยวพักผ่อน และประกอบกิจกรรมสันทนาการต่าง ๆ อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปี ประมาณ 23 องศาเซลเซียส และได้รับสมญานามว่าเป็นอุทยานมรดกโลก ของกลุ่มประเทศอาเซียน จากชื่อเสียงดังกล่าวทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาตินิยมไปเที่ยวเขาใหญ่เพิ่มขึ้นทุกปี

โรงแรมแมนดาริน โกลด์เ็น วัลเลย์ รีสอร์ท เขาใหญ่ ตั้งอยู่ที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ใช้ระยะเวลาเดินทางจากกรุงเทพฯ เพียง 2 ชั่วโมง ด้วยระยะทางจากกรุงเทพฯ 165 กิโลเมตร สถานที่ตั้งของโรงแรมมีความสวยงามตามธรรมชาติของป่าเขา รายล้อมด้วยพรรณไม้นานาชนิดที่งดงาม สร้างบรรยากาศแห่งความสุขในวันพักผ่อนได้อย่างสมบูรณ์แบบ ห้องพักของโรงแรม 172 ห้องตกแต่งด้วยแรงบันดาลใจจากธรรมชาติรอบข้างผสมผสานอย่างสวยงาม ลงตัว พร้อมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกอย่างครบครัน ห้องจัดเลี้ยงของโรงแรมสามารถรองรับงานประชุมสัมมนา ได้ตั้งแต่ 30 – 500 ท่าน นอกจากนี้ โรงแรมมีพื้นที่กลางแจ้ง แวดล้อมด้วยความงดงามของธรรมชาติ และภูเขาสำหรับจัดงานเลี้ยง ซึ่งสามารถรองรับลูกค้าได้ 900 ท่าน ที่นี่ยังมีสระว่ายน้ำ ห้องสันทนาการ และพื้นที่สำหรับการออกกำลังกาย พร้อมทั้งยังมีจักรยานให้ลูกค้าได้ใช้เพื่อความเพลิดเพลิน กับวิวเขา และธรรมชาติรอบข้าง

สำหรับปี 2562 โรงแรมยังมุ่งเน้นตลาดลูกค้าภายในประเทศ ทางด้านประชุมสัมมนาที่เป็นตลาดหลักที่สร้างรายได้ที่ดีตลอดมา และได้พัฒนา การให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจ และเพื่อส่งเสริมการขาย จึงมีการปรับเปลี่ยนโปรโมชันต่างๆ ให้ลูกค้าได้ผลประโยชน์ที่มากขึ้น จากการกลับมาใช้บริการซ้ำ และได้ให้ความสำคัญทางด้านตลาด ต่างประเทศมากยิ่งขึ้น ทั้งตลาดเอเชีย อเมริกา และยุโรป เพื่อเพิ่มยอดขาย

บริษัทเชื่อมั่นว่าด้วยทำเลที่ตั้งของ โรงแรมแมนดารินโกลด์เ็น วัลเลย์ 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 บริษัทได้สรรหาบุคลากรในระดับบริหารที่มีคุณวุฒิและประสบการณ์ เพื่อยกระดับมาตรฐานการบริหารงานของส่วนกลางและโรงแรมให้ดีขึ้น นอกจากนี้ บริษัทยังได้ลงทุนในด้านระบบสารสนเทศต่างๆ ที่สามารถสนับสนุนงานทางด้านการตลาดและการขายรวมถึงงานทางด้านการปฏิบัติการ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับโรงแรมคู่แข่ง

ความเสี่ยงหลักต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

ความเสี่ยงจากปัจจัยภายใน

◆ ความเสี่ยงในการแข่งขันและการเพิ่มขึ้นของคู่แข่ง

ห้องพัก ธุรกิจโรงแรมในหลายๆ แห่งมีการแข่งขันสูง โดย โรงแรมแมนดาริน ต้องแข่งขันกับโรงแรมทั้งในระดับเดียวกันจากในประเทศและโรงแรมในเครือระดับต่างประเทศ ซึ่งคู่แข่งหลายรายเป็นเครือโรงแรมที่มีเครือข่ายต่างประเทศ รวมทั้งที่มีต้นทุนทางการเงินที่ดีกว่า นอกจากนี้ ยังมีโรงแรมใหม่ๆ หลายแห่ง เปิดให้บริการในปี 2562 ซึ่งจะส่งผลทำให้ธุรกิจเกิดการแข่งขันมากขึ้น ดังนั้น การเข้ามาของคู่แข่งในแต่ละประเภทและในแต่ละแหล่ง ทำให้จำนวนห้องพักเพิ่ม มากขึ้นกว่าความต้องการ และอาจทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดลดลง

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

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

◆ ความเสี่ยงจากการบริหารจัดการโครงการปรับปรุงภาพลักษณ์และพัฒนาโรงแรม

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

บางครั้งการปรับปรุงตกแต่งโรงแรมไม่สามารถดำเนินการได้ตามแบบและแผนงานที่เหมาะสมเนื่องจาก ข้อจำกัดของโครงสร้างเดิม ทำให้ต้องมีการปิดปรับปรุงเป็นบางส่วน ในขณะที่ยังมีการเปิดให้บริการลูกค้า จึงอาจเกิดอุปสรรคต่อการทำงานและทำให้งานแล้วเสร็จล่าช้ากว่ากำหนด ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อทางด้านลบต่อการให้บริการและชื่อเสียงของโรงแรม นอกจากนี้ยังอาจจะไม่สามารถควบคุมงบประมาณการปรับปรุงให้เป็นไปตามที่กำหนดได้ จึงยังเป็นปัจจัยเสี่ยงอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลทำให้ค่าใช้จ่ายของบริษัท และมีผลทำให้กำไร และกระแสเงินสดของบริษัทลดลงในที่สุด อย่างไรก็ตาม หลังจากที่บริษัทได้มีการวางระบบและแผนการดำเนินงานอย่างเป็นมาตรฐานสำหรับงานการปรับปรุงโรงแรม ทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถลดปัญหาและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากงานปรับปรุงโรงแรมได้ รวมทั้งได้ผลงานที่มีคุณภาพอยู่ภายใต้งบประมาณ และระยะเวลาที่กำหนดไว้

ในปี 2556 บริษัทใช้งบประมาณลงทุนเพื่อปรับปรุงเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของโรงแรมไปกว่า 580 ล้านบาท รวมทั้งยังคงให้ความสำคัญกับการปรับปรุงระบบป้องกันอัคคีภัยและระบบรักษาความปลอดภัยในอาคาร รวมไปถึงงานปรับปรุงระบบไฟฟ้าและน้ำประปาที่มีความจำเป็นต่อการให้บริการลูกค้า ส่วนโครงการปรับปรุงตกแต่งภายในและภายนอกอาคาร งานปรับภูมิทัศน์โดยรอบอาคาร สามารถดำเนินการแล้วเสร็จได้ตามกำหนด ทั้งนี้ ในการพิจารณาโครงการปรับปรุงภาพลักษณ์ของโรงแรมแต่ละแห่งนั้นบริษัทได้พิจารณาถึงความเหมาะสมของโครงการ ภาวะตลาด และมูลค่าของผลตอบแทนที่จะได้รับควบคู่กันไป

ความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก

◆ ความเสี่ยงในการแข่งขันและการเพิ่มขึ้นของกลุ่มคู่แข่ง

ปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญต่อธุรกิจโรงแรมในปี 2562 ในด้านอุปทานโรงแรมเพิ่มจำนวนขึ้นมาก และแข่งขันอัตราการเติบโตของอุปสงค์โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพฯ ที่มีอุปทานโรงแรมเพิ่มขึ้นบวก 6% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2561 และในปี 2563 คาดว่าอัตราการเพิ่มของอุปทานโรงแรมจะยังเร่งตัวขึ้นเป็นบวก 10% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนซึ่งเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นที่สูงสุดในรอบหลายปี โดยเป็นการเติบโตจากโรงแรมในหลายระดับ ในขณะที่อุปสงค์โรงแรมเพิ่มขึ้นเพียง 4% เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2561 ดังนั้นจะเห็นได้ว่า อัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศไทยเติบโตในระดับปานกลางซึ่งไม่สอดคล้องกับจำนวนอุปทานโรงแรมที่เติบโตในอัตราเร่งซึ่งจะเป็นปัจจัยกดดันสำคัญต่ออัตราค่าห้องพักเฉลี่ย (Average Room Rate) และอัตราการเข้าพัก (Occupancy rate)

การแข่งขัน จากสินค้าทดแทน อาทิเช่น เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ และ คอนโดมิเนียม ซึ่งมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในพื้นที่ใกล้เคียงกับโรงแรม ซึ่งลูกค้าบางกลุ่มเลือกที่จะจองห้องพักประเภทนี้ผ่านช่องทาง ONLINE เช่น BOOKING.COM, AIR BNB เป็นต้น ทำให้โรงแรมสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาด

◆ ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนด้านเศรษฐกิจและสถานการณ์ทางการเมืองภายในประเทศ

ในปี 2562 แม้อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศชะลอตัวบ้าง โดยส่วนใหญ่เป็น ผลมาจากการบริโภคและการลงทุนของภาคเอกชนที่ชะลอตัวกว่าที่คาดไว้ แต่สำหรับภาวะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีการขยายตัวต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา ตามจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากเกือบทุกภูมิภาคของโลก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากจีน รัสเซียและชาติอื่นๆ เช่นเดียวกับจำนวนเที่ยวบินมายังประเทศไทยที่เพิ่มขึ้น และยังมีการเปิดเส้นทางบินตรงไปยังจังหวัดท่องเที่ยวหลักในแต่ละภูมิภาคเพิ่มขึ้นอีกด้วย อย่างไรก็ตาม ช่วงครึ่งหลังของปี 2558 เริ่มมีสัญญาณความไม่สงบทางการเมืองซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ และทวีความรุนแรง ขึ้นในช่วงไตรมาสสุดท้าย ต่อเนื่องจนถึงต้นปี 2559 ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตกรุงเทพมหานคร

อย่างไรก็ตามบริษัทได้ตระหนักถึงความเสี่ยงข้อนี้ดี และมีการปรับกลยุทธ์ ด้วยการเพิ่มโรงแรมที่เขาใหญ่ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงทั้งต่อนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ รวมทั้งได้เตรียมวางแผนสำรองสำหรับลูกค้าและ โรงแรมเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด (Contingency Plan) พร้อมด้วยมาตรการด้านความปลอดภัยต่างๆ ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินธุรกิจยังคงดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นให้น้อยที่สุด

◆ ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ

การเกิดภัยธรรมชาติ เช่น พายุ อุทกภัย และแผ่นดินไหว ส่งผลกระทบโดยตรงต่อธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วง 2-3 ปี ที่ผ่านมาภัยธรรมชาติที่เกิดทวีความรุนแรงมากขึ้นและยากที่จะคาดการณ์ล่วงหน้า อย่างไรก็ตาม บริษัทได้พิจารณาทำประกันกับบริษัทประกันที่มีความมั่นคง

และมีชื่อเสียง โดยจัดทำประกันภัยความเสียหายต่อทรัพย์สินที่เพิ่มเงื่อนไขความคุ้มครองให้มีความครอบคลุมมากขึ้น รวมถึงความเสียหายเมื่อธุรกิจหยุดชะงัก (Business Interruption) เพื่อชดเชยรายได้ที่ต้องเสียไปให้เพียงพอ นอกจากนี้ยังจัดทำประกันคุ้มครองความเสียหายที่อาจเกิดกับลูกค้าหรือบุคคลที่ 3 (Third Party Liability) ทั้งนี้ บริษัทได้มีการพิจารณาบททวนเงื่อนไขและวงเงินประกันให้มีความเหมาะสมทุกปี รวมทั้งได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อพิจารณาการจัดทำประกัน (Insurance Committee) เพื่อพิจารณาประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับการจัดทำประกันซึ่ง ในอดีตที่ผ่านมา บริษัทได้รับค่าชดเชยความเสียหายที่เกิดขึ้นอย่างพอเพียงจากบริษัท ประกันภัยจากเหตุการณ์ภัยธรรมชาติที่ทำความเสียหายต่อทรัพย์สิน และทำให้การดำเนินงานของโรงแรมต้องหยุดชะงัก

นอกจากนี้ บริษัทได้มีมาตรการลดความเสี่ยงด้วยการวางแผนและซักรื้อซ่อมแผนฉุกเฉิน โดยออกเป็นนโยบายเพื่อถือปฏิบัติด้วย

◆ ความเสี่ยงจากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจการเงินโลก

ในปี 2562 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีการชะลอในหลายประเทศทั่วโลก สงครามการค้าระหว่างประเทศของสหรัฐอเมริกา กับ จีน ยังคงส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจท่องเที่ยว และ โรงแรม ทั้งในเรื่องของกำลังการซื้อที่ลดลง การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมีความรอบคอบมากขึ้น มีประเทศคู่แข่งที่อาจทำให้ประเทศไทยสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดไปเนื่องจากราคาที่ถูกลงกว่า เช่น เวียดนาม ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย

◆ ความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

บริษัทมีภาระหนี้สินกับสถาบันการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 เป็นเงิน 224 ล้านบาท เพื่อใช้ในการปรับปรุงสภาพลักษณะของโรงแรม และการลงทุนในโครงการใหม่ บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยในอนาคต ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและกระแสเงินสดของบริษัทได้ เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงเมื่อบริษัทมีกระแสเงินสดส่วนเกินจะดำเนินการชำระคืนเงินกู้ก่อนกำหนดซึ่งในปี 2562 บริษัทได้ชำระคืนเงินกู้มากกว่าแผนที่ให้ไว้กับสถาบันการเงิน

◆ ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่ผันผวน

ปัจจัยเสี่ยงในด้านอัตราแลกเปลี่ยนค่าเงินบาทที่แข็งค่าส่งผลให้ต้นทุนการท่องเที่ยวไทยเพิ่มขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยวจากประเทศที่เงินอ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับค่าเงินบาทและส่งผลกระทบต่อรายได้มาเที่ยวไทย เนื่องจากการเคลื่อนไหวของค่าเงินบาทกับค่าเงินบางสกุลและจำนวนนักท่องเที่ยวของประเทศนั้นๆ ดังนั้นจึงต้องติดตามแนวโน้มค่าเงินของประเทศที่นักท่องเที่ยวมีความอ่อนไหวต่อค่าเงินบาทซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อได้หากค่าเงินบาทยังคงมีการแข็งค่าขึ้น

◆ ความเสี่ยงด้านการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 (COVID 19)

ช่วงต้นปี 2563 ประเทศไทยได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 (COVID 19) ซึ่งเกิดขึ้นในเมืองอู่ฮั่น สาธารณรัฐประชาชนจีน และ เชื้อได้แพร่กระจายไปในหลายประเทศทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยด้วย ส่งผลให้มีการยกเลิกห้องพักและเลื่อนการเดินทางอย่างไม่มีกำหนดจากกลุ่มตลาดลูกค้าหลักอย่างจีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ฯลฯ รัฐบาลไทยออกมาตรการคัดกรองนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา

ประเทศไทยอย่างเข้มงวดเพื่อป้องกันมิให้ผู้ติดเชื้อในประเทศเพิ่มขึ้น ผลกระทบนี้คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยว อย่างน้อย 3 ถึง 6 เดือน

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ - สุทธิ

หน่วย : ล้านบาท

สินทรัพย์	สถานที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าทางบัญชี	ภาวะผูกพัน
ที่ดิน	โกเล่เค้นวัลเลย์ โฮเต็ล แอนด์ รีสอร์ท เขาใหญ่	เจ้าของ	13.27	ไม่มีติดจำนองกับ ธ.ไทย-พาณิชย์มูลค่า 580 ล้านบาท
อาคาร โรงแรมและส่วนปรับปรุง	โกเล่เค้นวัลเลย์ โฮเต็ล แอนด์ รีสอร์ท เขาใหญ่	เจ้าของ	64.08	
อาคาร โรงแรมและส่วนปรับปรุงบนที่เช่า	โรงแรมแมนดาริน บนเนื้อที่เช่า 4-52-00 ไร่ ค่าเช่าเดือนละ 665,833.33 บาท จำนวน ห้องพัก 374 ห้อง	เจ้าของและผู้เช่า	208.10	ไม่มี
อื่น ๆ		เจ้าของ	138.69	ไม่มี
รวมที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ - สุทธิ			424.14	

อาคารโรงแรมแมนดารินสร้างอยู่บนที่เช่า ตามสัญญาเช่า 2 ฉบับ ซึ่งอยู่แห่งเดียวกันอายุสัญญาเช่า 30 ปี โดยสัญญาเช่าฉบับแรก เริ่มตั้งแต่วันที่ 9 สิงหาคม 2548 ฉบับที่สองเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2551 ตาม (หมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 6)

ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้าภายใต้สัญญาเช่าดำเนินงาน ประกอบด้วย

	(หน่วย : บาท)	
	2562	2561
ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้าภายใต้สัญญาเช่าดำเนินงาน	121,650,000.00	121,650,000.00
หัก ตัดจ่ายสะสมยกมา	(56,369,287.63)	(52,086,482.64)
ตัดจ่ายในงวด	(4,282,804.99)	(4,282,804.99)
ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้าภายใต้สัญญาเช่าดำเนินงาน	<u>60,997,907.38</u>	<u>65,280,712.37</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 ได้จ่ายค่าเช่าล่วงหน้าอีกบางส่วนทั้งสองสัญญา รวมเป็นจำนวน 121.65 ล้านบาท บริษัทฯ ตัดจ่ายเป็นค่าเช่าในอัตราเส้นตรง 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 ครบกำหนดวันที่ 31 ธันวาคม 2580 ค่าเช่าจ่ายเป็นรายปี ปีละ 4.36 ล้านบาท และบริษัทฯ ได้จ่ายค่าเช่าล่วงหน้าอีก จำนวน 71.65 ล้านบาท ตาม (หมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 11) สัญญาทั้ง 2 ฉบับดังกล่าว มีเงื่อนไขว่าเมื่อสิ้นสุดสัญญาบริษัทฯ ต้องรื้อถอนสิ่งปลูกสร้างออกจากที่ดินเช่า บริษัทฯ ประมาณค่ารื้อถอนแล้วพบว่า หากยกมูลค่าซากให้แก่ผู้รื้อถอน จะไม่มีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้น บริษัทฯ จึงไม่ได้บันทึกภาระรื้อถอนดังกล่าว

ที่ดินรอการพัฒนา

วัตถุประสงค์เพื่อขยายธุรกิจ โรงแรม ที่พักอาศัยที่เหมาะสมกับสถานะเศรษฐกิจ

หน่วย : พันบาท

สถานที่ตั้ง	เนื้อที่ดิน	วันที่ประเมิน	ราคาประเมิน	ราคาตามบัญชี	กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
กรุงเทพมหานคร						
1. ลาดกระบัง กทม.	15-3-74	01 ส.ค. 62	191,220	9,176	บริษัท	ไม่มี
2. ลาดกระบัง กทม.	0-0-43	01 ส.ค. 62	520	100	บริษัท	ไม่มี
ต่างจังหวัด						
3. ต.ป่าแดด เชียงใหม่	11-1-49	09 ก.ค. 62	391,214	45,416	บริษัท	ติดจองจำนองกับธ. ไทยพาณิชย์ มูลค่า 580 ล้านบาท
4. ต. บางไผ่ นนทบุรี	5-2-85	06 ส.ค. 62	34,280	2,378	บริษัท	ไม่มี
5. อ.วังน้อย อุตยา	249-0-86.50	24 ก.ค. 62	132,030	51,610	บริษัท	ไม่มี
6. ออครักษ์ นครนายก	414-0-96.50	15 ก.ค. 62	267,940	116,217	บริษัท	ไม่มี
			1,017,204	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	:	ดำเนินการกิจการโรงแรม เพื่อให้แก่นักธุรกิจและนักท่องเที่ยวเข้าพักอาศัย จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม การประชุมและการจัดเลี้ยง พร้อมทั้งให้บริการอื่นๆ อันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจโรงแรม
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 พลหิรัญรัตน์ สำนักงานสอบบัญชี ดี ไอ เอ

นางสาวสุภาภรณ์ มั่งจิตร สำนักงานสอบบัญชี ดี ไอ เอ

นายจุมพฏ ไพรัตน์นกร สำนักงานสอบบัญชี ดี ไอ เอ

เลขที่ 316/32 ซอยสุขุมวิท 22 ถนนสุขุมวิท

เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร

โทร. 02-259-5300-2

ที่ปรึกษาทางกฎหมาย

บริษัทคเนิงแอนด์พาร์ทเนอร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล

คอนซัลแตนท์ จำกัด