

# Hotels.com®

โฮเทลส์.คอม ดัชนีราคาโรงแรม(Hotel Price Index™)  
รายงานประเมินราคาโรงแรมทั่วโลก มกราคม- ธันวาคม พ.ศ. 2555  
ฉบับประเทศไทย

## บทนำ

ดัชนีราคาโรงแรมหรือ Hotel Price Index™(HPI®) ของเว็บไซต์โฮเทลส์ ดอท คอม (Hotels.com) เป็นแบบสำรวจเกี่ยวกับราคาโรงแรมในสถานที่ท่องเที่ยวทั่วโลกที่สร้างขึ้นเป็นประจำ ดัชนี HPI นี้อ้างอิงจากการจองห้องพักบนเว็บไซต์โฮเทลส์ ดอท คอม และราคาที่ปรากฏเป็นราคาที่ลูกค้าชำระจริงต่อการเข้าพักหนึ่งห้องเป็นเวลาหนึ่งคืน ไม่ใช่ราคาตามที่โฆษณาไว้

ณ ปัจจุบันในปีที่เก้านี้ ดัชนี HPI ได้รับการยกย่องให้เป็นสุดยอดรายงานเกี่ยวกับราคาโรงแรมทั่วโลก และมีผู้ใช้เป็นรายงานอ้างอิงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นจากสื่อต่างๆ ผู้ประกอบการหรือเจ้าหน้าที่โรงแรม นักวิเคราะห์การเงิน นักลงทุน ตัวแทนการท่องเที่ยว และนักวิชาการ

ดัชนี HPI ตรวจสอบราคาจริงของห้องพักต่อหนึ่งคืนจากลูกค้าของเว็บไซต์โฮเทลส์ ดอท คอม ที่มีอยู่ทั่วโลก โดยใช้ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักจากจำนวนห้องพักที่ขายได้ในแต่ละ ประเทศที่โฮเทลส์ ดอท คอม บริหารงานอยู่

ด้วยขนาดที่เป็นสากลของโฮเทลส์ ดอท คอมไม่ว่าจะเป็นจำนวนลูกค้า สถานที่และแหล่งท่องเที่ยว ทำให้ดัชนีราคาโรงแรมเล่มนี้เป็นเกณฑ์มาตรฐานสำหรับการเปรียบเทียบที่ครอบคลุมที่สุดแห่งหนึ่งที่มีอยู่ในปัจจุบัน โดยรวบรวมข้อมูลจากทั้งโรงแรมเครือหลัก และโรงแรมอิสระ รวมทั้งตัวเลือกอื่นๆเช่นที่พักที่ให้ผู้พักประกอบอาหารเอง หรือห้องพักที่มีอาหารเช้าบริการ (Bed & breakfast)

ซึ่งดัชนีราคาโรงแรมฉบับนี้จะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับปี 2555 ตลอดทั้งปี โดยเปรียบเทียบกับปี 2554 ซึ่งมาจากโรงแรมเกือบ 200,000 แห่งที่อยู่บนเว็บไซต์ และราคาที่ปรากฏอยู่บนเว็บไซต์ล้วนมาจากตัวอย่างที่พักกว่า 155,000 แห่งทั่วโลก

## คำนำ

ขอต้อนรับสู่ดัชนีราคาโรงแรมของ ไฮเทิลส์ ดอท คอม ฉบับล่าสุด ซึ่งเป็นฉบับที่ตรวจสอบประเมินราคาโรงแรมทั่วโลกประจำปีพ.ศ. 2555

หัวข้อที่น่าสนใจคือประเด็นการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ตลอด 1 ปีที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวได้ใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 3 % สำหรับค่าห้องพักของพวกเขาเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2554 ในความเป็นจริงแล้ว หลายประเทศในหลายภูมิภาคมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว แต่ด้วยสภาพเศรษฐกิจถดถอยในกลุ่มยูโรโซน ทำให้ภาพรวมของเศรษฐกิจโลกในช่วงครึ่งปีหลังไม่ค่อยดีนัก แต่นับเป็นสามปีติดต่อกันที่ธุรกิจปรับตัวดีขึ้นหลังจากภาวะวิกฤติเศรษฐกิจในช่วงปี 2551-2552 อย่างไรก็ตาม ดัชนีนี้ก็ยังมีความเท่ากับครึ่งปีแรกของปี 2548 เท่านั้น

### ผู้นำกลุ่ม

แม้ว่าในหลายๆพื้นที่จะประสบความยากลำบาก แต่มีสามภูมิภาคที่ต่างออกไปด้วยตัวเลขการท่องเที่ยวทางธุรกิจและการใช้จ่ายจากลูกค้าที่เพิ่มสูงขึ้น อันดับหนึ่งคือ คาริบเบียนซึ่งเติบโตถึง 6% ตามมาด้วยอเมริกาเหนือ เติบโตขึ้น 5% ซึ่งเป็นตัวเลขที่ดีที่สุดในช่วงที่ผ่านมา และปิดท้ายด้วยแปซิฟิกที่เติบโตขึ้น 4% โดยอัตราทั้งหมดนี้ได้ชี้แนะตัวเลขการเติบโตของอื่นในโลก ในขณะที่เอเชียเติบโตขึ้น 2% ละตินอเมริกา 1% และยุโรปกับตะวันออกกลางนั้นตัวเลขตกลงเล็กน้อย

### ตามรอยยุโรป

ยุโรปยังคงตามหลังอยู่มากจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศติดขัด วิกฤติยูโรโซนไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อราคาในอาณาเขตยุโรปเองเท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อทั่วโลกเพราะความไม่มั่นคงทางการเงินทำให้แนวโน้มในการท่องเที่ยวต่ำลง เมื่อการฟื้นฟูทางเศรษฐกิจดูไม่น่าจะเกิดขึ้นในเร็ววันนี้ โรงแรมต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพตลาดใหม่ โดยการเข้าถึงนักท่องเที่ยวที่ยังเที่ยวอยู่อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากจีนและรัสเซีย ค่าแนะนำต่อผู้บริโภคราคาคือ เริ่มเก็บกระเป๋าไปเที่ยวยุโรปได้เลย เพราะราคาค่าจะไม่ถูกอย่างนี้เสมอไปและมีข้อเสนอดี ๆ มากมายรอให้ผจญภัย

### ผลกระทบจากลอนดอน

ใครก็ตามที่อยู่ในลอนดอนช่วงฤดูร้อนของปี 2555 ยังคงอยู่ในวังค์ของความตื่นเต้นและเปี่ยมไปด้วยความหวังที่ปกคลุมไปทั่วเมืองในช่วงงานพระราชพิธีพัชราภิเษก (Diamond Jubilee) กีฬาโอลิมปิกและพาราลิมปิกเกมส์ โดย ยอดรวมตัวเลขการจองโรงแรมถือว่าอยู่ในเกณฑ์พอใช้ ไม่ได้อยู่ในระดับสูงทะเลพุดตามาค่าคาดการณ์ไว้ เนื่องด้วยนักท่องเที่ยวหลายคนหลีกเลี่ยงราคาห้องพักที่สูงเกินจริงในช่วงกีฬาโอลิมปิก ราคาห้องพักโดยเฉลี่ยตกลงเมื่อถึงเวลาที่มิงานจริง และโรงแรมหลายแห่งต่างก็ลดราคาลงเพื่อให้มีลูกค้าเพิ่มขึ้นไปตลอดทั้งปีที่เหลืออยู่

สิ่งที่ลอนดอนได้รับก็คือ ราคาหุ้นที่สูงขึ้นเนื่องจากมีโรงแรมเปิดใหม่มากมาย รวมทั้งมีห้องที่ได้รับการตกแต่งใหม่ ทำให้ลอนดอนเป็นเมืองที่คึกคักที่สุดเมืองหนึ่งในโลก ไม่ว่าจะวัดจากสถาบันสำรวจแห่งใดก็ตาม การเปิดเมืองไปทั่วโลกให้อยู่ท่ามกลางแสงสปอตไลท์อย่างไม่เคยเป็นมาก่อนจะช่วยให้มีผู้มาเยี่ยมชมเมืองเรื่อยๆอย่างแน่นอน โดยเฉพาะการเฝ้ารอรัชทายาทที่จะทรงพระราชสมภพในช่วงฤดูร้อนนี้

ถือว่าน่าสนใจเป็นอย่างยิ่งว่าเมืองริโอ เดอ จาเนโรได้รับบทเรียนอะไรบ้างจากลอนดอนเกี่ยวกับ  
ยุทธศาสตร์ในการตั้งราคาโรงแรม เพราะริโอ เดอ จาเนโรกำลังเตรียมตัวเป็นเจ้าภาพสองมหกรรมกีฬา  
ใหญ่ได้แก่ฟุตบอลเวิร์ล คัพในปี. 2557และกีฬาโอลิมปิกในปี 2559

## สร้างเลย แล้วพวกเขาจะมา

การท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้รับการคาดหวังว่าจะดีอีกครั้งในปี 2556\* ซึ่งความสนใจส่วนใหญ่ของธุรกิจบริการตอนนี้มุ่งไปทางตะวันออก ที่ซึ่งตัวเลขต่างๆพุ่งสูงที่สุดและการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานใหม่ๆก็ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีห้องพักใหม่เกิดขึ้นมากเป็นสองเท่าของจำนวนห้องพักใหม่ในยุโรปในปี 2555ที่ผ่านมา ด้วยการเติบโตของตลาดสินค้าราคาแพงและความเติบโตของภาคเศรษฐกิจ โดยจำนวนการก่อสร้างดังกล่าวนับเป็น 40%ของสิ่งก่อสร้างใหม่ของโลกในปี 2556 สาธารณรัฐประชาชนจีนมีแผนที่จะสร้างสนามบินใหม่อีก70แห่งในสองสามปีข้างหน้าเพื่อขยายจำนวนจาก 100แห่งที่มีอยู่เดิม สายการบินใหม่ก็ถือกำเนิดขึ้นเพื่อเสนอราคาที่ต่ำกว่า ซึ่งทำให้การท่องเที่ยวเฟื่องฟูยิ่งขึ้น

สำหรับไฮเทิลส์ ดอท คอม เราเฝ้ารอปี 2556 อย่าง ใจจดใจจ่อ เพราะถือเป็นเวลาสำคัญของเรา โดยเฉพาะในยุโรป สิบปีที่แล้วเรา ได้ใช้ยุทธศาสตร์ขยายบริษัทออกไปโดยการเปิดเว็บไซต์ท้องถิ่นสำหรับ 13 ประเทศในยุโรปรวมทั้งออสเตรเลียและแคนาดา ในทศวรรษที่ผ่านมาเราขยายตัวไกลจากยุโรปออกไปถึงละติน อเมริกา เอเชีย แปซิฟิก และแอฟริกา ทำให้ในขณะนี้เรามีเว็บไซต์ท้องถิ่นทั่วโลกมากกว่า 85แห่ง

ขนาดเครือข่ายของเราทำให้ข้อมูลและความเห็นของผู้บริโภคที่เก็บรวบรวมขึ้นเพื่อทำเป็นรายงานฉบับนี้มีเนื้อหาหนักแน่นและน่าเชื่อถือ ะไรขาขึ้น ะไรขาลง ะไรกำลังรุ่ง ะไรกำลังร่วง คำตอบอยู่ที่นี้แล้ว

ขอบคุณที่ให้ความสนใจและขอให้ท่องเที่ยวอย่างมีความสุขครับ

เดวิด โรช  
ประธาน โกลบอล ลอดจิง กรุ๊ป

\* UNWTO มาตรฐานวัดองค์การการท่องเที่ยวโลก

\*\*รายงานจากสมิท แทรเวล

\*\*\*ไชน่า ซีเอเอ ลี เจียซิง (ไออาต้า เอจีเอ็ม มิถุนายน 2555)

บทนำ

คำนำ

1. การเปลี่ยนแปลงของราคาทั่วโลก

การเปลี่ยนแปลงราคาในแหล่งเมืองท่องเที่ยวทั่วโลก

กราฟฟิก: การเปลี่ยนแปลงราคาโรงแรมทั่วโลกปี 2555 –v– 2554

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวต่างประเทศยอดนิยมของนักท่องเที่ยวไทย

แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในไทยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

3. พุดคุยเรื่องท่องเที่ยว

เมืองยอดเยี่ยมสำหรับเที่ยวกลางคืน

แท็กซี่ยอดเยี่ยมที่สุดในโลก

จากบ้านสู่โรงแรม

ไฮไลท์ของไฮเทิลส์ ดอท คอมประจำปี 2555

เกี่ยวกับไฮเทิลส์ ดอท คอม

ข้อมูลเพิ่มเติม

รายงาน HPI เน้นไปที่แหล่งข้อมูลสองแหล่งใหญ่ ได้แก่

ส่วนแรก (บทที่ 1) แสดงดัชนีราคาโรงแรมทั่วโลกประจำปี 2555 โดยเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา

ดัชนีนี้รวบรวมมาจากกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมทางการเงินทั้งหมดที่เกิดที่ไฮเทิลส์ ดอท คอม ในช่วงเวลาดังกล่าว และได้รับการหาค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักแล้วเพื่อแสดงขนาดของแต่ละตลาด การรายงานความเคลื่อนไหวของราคาโรงแรมในรูปแบบของดัชนีทำให้ ไฮเทิลส์ ดอท คอม สามารถบรรยายภาพความเคลื่อนไหวของราคาที่เกิดขึ้นจริงจากการชำระเงินของลูกค้า โดยไม่มีความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศเข้ามาบิดเบือน

ดัชนีนี้เริ่มขึ้นในปี 2547 ที่ 100 จุดและรวมการจองทั้งหมดเข้าไว้กับการให้คะแนนในลักษณะ 1 ถึง 5 ดาว

ส่วนต่อมา (บทที่ 2) จะครอบคลุมในส่วนของสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมภายในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และสถานที่ท่องเที่ยวต่างประเทศยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวไทยในปี 2555

บทสุดท้ายจะกล่าวถึงข้อมูลเพิ่มเติมอื่นๆ รวมทั้งเกร็ดเบาะแสมองในการท่องเที่ยวที่ค้นพบโดยไฮเทิลส์ ดอท คอม

มีรายงานเนื้อหาแบบเดียวกันนี้ในภาษาอื่นเช่นกัน สามารถติดต่อได้ที่ [press@hotels.co.uk](mailto:press@hotels.co.uk) และสามารถติดตามการสนทนาความเคลื่อนไหวได้บนทวิตเตอร์ #HotelExperts

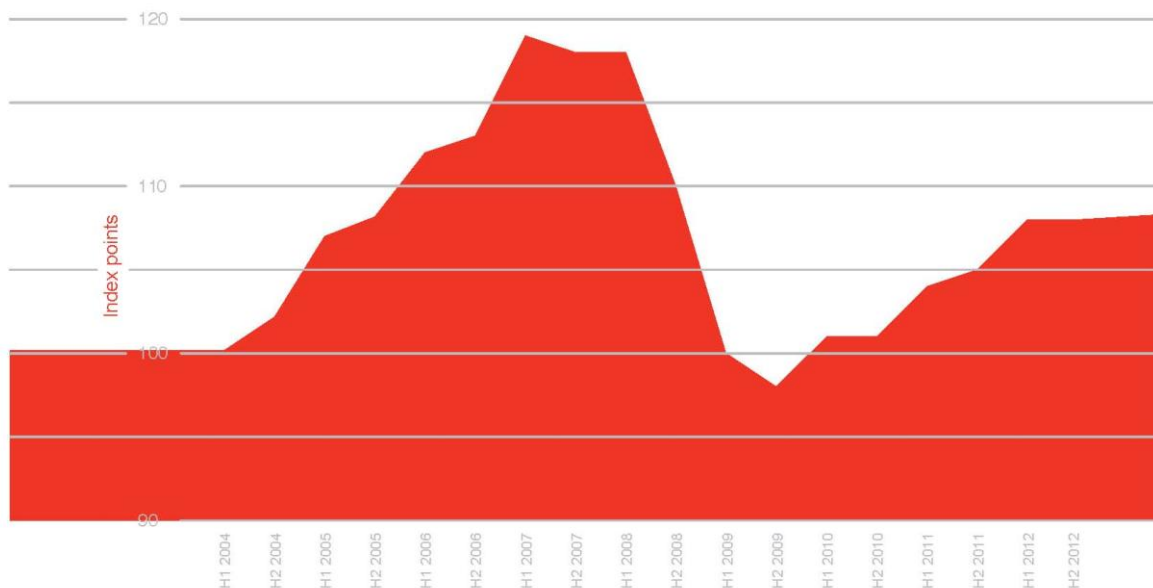
## 1. การเปลี่ยนแปลงของราคาทั่วโลก

ในปี 2555 ราคาของห้องพักในโรงแรมทั่วโลกสูงขึ้นประมาณ 3% โดยเฉลี่ย เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว สามารถแตะลำดับที่ 107จุด เพิ่มขึ้น 7จุดเมื่อเทียบกับตอนที่ดัชนีนี้เปิดตัวเป็นครั้งแรกในปี 2547 อัตราการขยายตัวถือว่าต่ำเมื่อเทียบกับการเพิ่มขึ้น 4%ในปี 2554

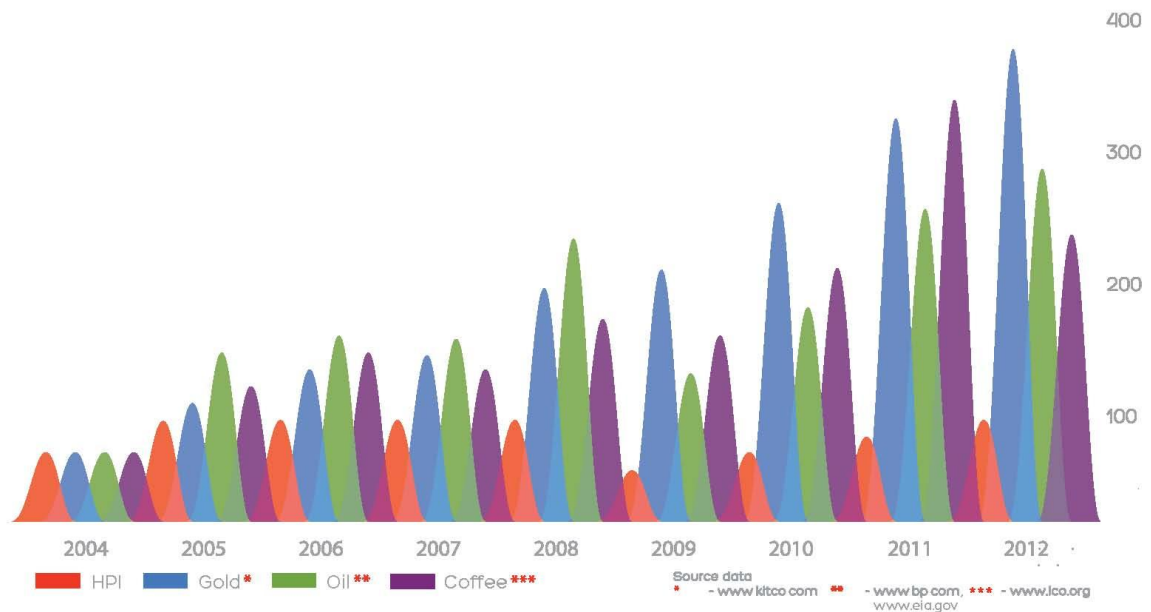
แสดงให้เห็นว่าราคาห้องพักของโรงแรมยังคงความคุ้มค่าสำหรับนักท่องเที่ยวตลอดหลายปีที่ผ่านมา ดังที่เห็นได้ว่าดัชนีทั่วโลกสำหรับปี 2555 ยังน้อยกว่าจุดสูงสุดในปี 2550 ถึง 10จุด โดยในปี 2550 นั้น สูงถึง 117จุด และนำหน้าเพียงดัชนีของปี 2548ที่ระดับ 106จุดเท่านั้น

ราคาห้องพักสูงขึ้นสำหรับทุกภูมิภาคในปีที่ผ่านมา ยกเว้นยุโรปและตะวันออกกลางซึ่งราคาห้องพักตกลง โดยสถานที่ที่การขยายตัวของราคาสูงมากเป็นพิเศษได้แก่แคริบเบียน อเมริกาเหนือ และแปซิฟิก การวิเคราะห์เชิงลึกถึงสาเหตุที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ และการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อเมืองแต่ละเมืองและประเทศแต่ละประเทศอย่างไร สามารถดูได้ด้านล่างและจากบทอื่นๆในรายงานฉบับนี้

**ตัวเลขที่ 1** รายละเอียดปลีกย่อยครึ่งปีแรกของ HPI ทั่วโลก จาก H1 2547 ถึง H2 2555



**ตัวเลขที่ 2** รายละเอียดบ่งชี้ภัยครั้งปีแรกของ HPI ตามภูมิภาคจาก H1 2547 ถึง H2 2555



แม้ว่าจะไม่สามารถเปรียบเทียบกันได้โดยตรง ความคงที่ของราคาโรงแรมสามารถเห็นได้จากการเปรียบเทียบอย่างไม่เป็นทางการกับความผันผวนของ HPI เมื่อเทียบกับดัชนีโภคภัณฑ์อื่นๆ เช่น ทองคำ น้ำมัน และกาแฟ ดัชนีของโภคภัณฑ์อื่นๆ นั้นแกว่งไปมาไม่เสถียร และราคา ปรับสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เห็นภาพชัดเจนว่าราคาห้องพักโรงแรมนั้นยังเป็นตัวแทนของความคุ้มค่า ในช่วงท้ายปี 2555 ดัชนีของทองคำสูงขึ้นถึงสี่เท่าจากปี 2547 น้ำมันสูงขึ้นเป็นสามเท่าและกาแฟสูงขึ้นเกินกว่าเท่าตัว

**เปรียบเทียบ HPI กับราคาสินค้าสากลอื่นๆ**

|      | HPI | ทองคำ* | น้ำมัน** | กาแฟ*** |
|------|-----|--------|----------|---------|
| 2004 | 100 | 100    | 100      | 100     |
| 2005 | 106 | 109    | 142      | 144     |
| 2006 | 111 | 147    | 170      | 154     |
| 2007 | 117 | 170    | 189      | 173     |
| 2008 | 113 | 213    | 254      | 200     |
| 2009 | 98  | 237    | 161      | 186     |
| 2010 | 100 | 299    | 208      | 237     |
| 2011 | 104 | 384    | 291      | 339     |
| 2012 | 107 | 407    |          | 252     |

\*แหล่งข้อมูล: [www.kitco.com](http://www.kitco.com)

\*\*แหล่งข้อมูล: [www.bp.com](http://www.bp.com)

\*\*\*แหล่งข้อมูล: [www.ico.org](http://www.ico.org)



## โยฮัน สวานสตรอม

### รองประธาน

#### โฮเทลส์ ดอท คอม เอเชียแปซิฟิก

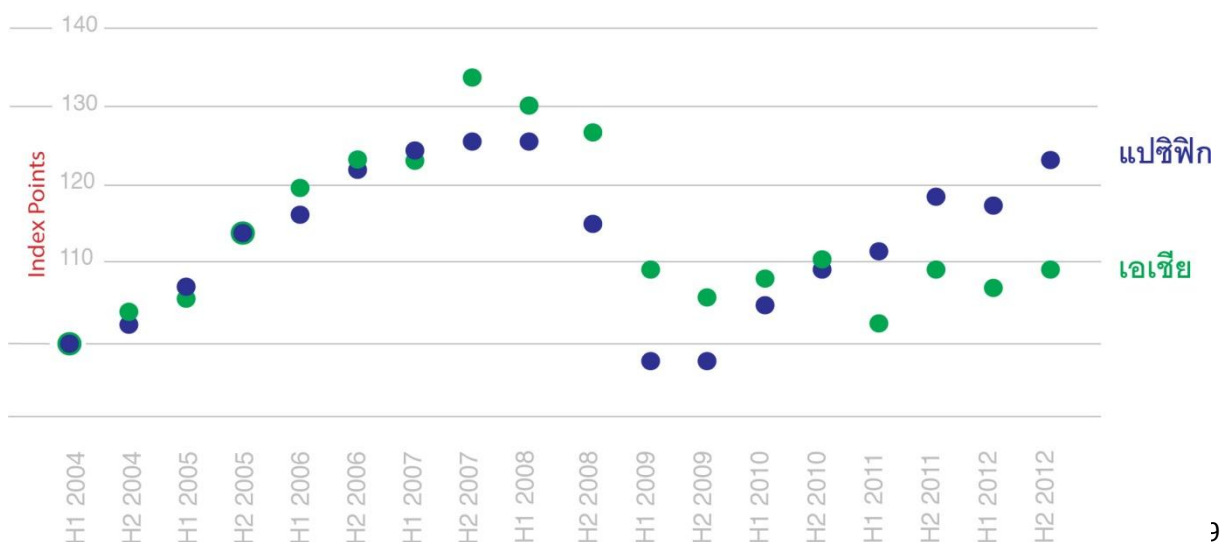
ราคาโดยภาพรวมของทวีปเอเชียสูงขึ้น 2% โดยเฉลี่ยเมื่อเทียบกับปี 2554 เพราะมีพื้นฐานเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในเชิงบวกกอบรับกระแสธุรกิจการท่องเที่ยวที่กำลังมาแรงแต่อัตราโดยรวมก็ยังถือว่าห่างจากจุดสูงสุดในปี 2550 อยู่มาก ซึ่งหมายความว่านักท่องเที่ยวยังสามารถหาห้องพักที่คุ้มราคาได้จากหลายแหล่งท่องเที่ยว

เบื้องต้นของตัวเลขเฉลี่ยในปี 2555 คือรายการราคาที่พักที่พุ่งขึ้นพุ่งลงทั่วภูมิภาค ตัวอย่างเช่น ในอินเดียมีแรงกดดันที่ทำให้ราคาต่ำลง เพราะการดิ่งลงอย่างรุนแรงของค่าเงินรูปี การต้องเปลี่ยนแปลงเที่ยวหมู่เกาะทะเลจีนฝั่งตะวันออกเป็นที่อื่นเนื่องจากเหตุผลอันไหวทางการเมือง ราคาที่กระเตื้องกลับมาจุดเดิมสำหรับประเทศญี่ปุ่นและประเทศไทยเมื่อเทียบกับปี 2554 ซึ่งเกิดสึนามิและอุบัติเหตุนิวเคลียร์ในญี่ปุ่น และน้ำท่วมใหญ่ในไทย แหล่งธุรกิจและท่องเที่ยวใหญ่อย่างสิงคโปร์และฮ่องกงแม้จะมีความต้องการเข้ามาต่อเนื่อง แต่ราคายังคงขึ้นไม่ได้มาก เพราะมีโรงแรมเปิดใหม่ถึง 25 แห่งในฮ่องกง และมีห้องพักเปิดใหม่อย่างต่อเนื่องในโรงแรมใหญ่ๆ ของสิงคโปร์

ความนิยมของแหล่งน้ำแร่และแหล่งธรรมชาติในออสเตรเลียช่วยให้ราคาห้องพักโรงแรมในตัวเมืองดีขึ้นก็จริง แต่ก็ทำให้ยากสำหรับสถานพักตากอากาศอื่นๆ ที่ยังต้องพึ่งตัวเลขของนักท่องเที่ยวชาวจีน เข้ามาแทนที่สหราชอาณาจักรมาเป็นที่สองสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีน และดูจะดำเนินไปในทิศทางนี้ต่อไปเรื่อยๆ

มองไปในอนาคต กระแสหลักสองกระแสกำลังส่งอิทธิพลในแง่บวกแก่ภูมิภาคในปี 2556 และปีต่อไป หนึ่งคือตัวเลขนักท่องเที่ยวต่างประเทศจากจีนที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ทั้งในแง่ของจำนวน และในแง่ของเม็ดเงินที่นักท่องเที่ยวเหล่านี้ใช้จ่าย และสองคือตลาดการขนส่งราคาถูกลงและการขนส่งทางเลือกที่สร้างขึ้นอย่างรวดเร็วในเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งสองอย่างนี้หมายถึงนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยให้พัฒนาอุตสาหกรรมโรงแรมและก่อให้เกิดการลงทุนในปีต่อไปที่กำลังจะมาถึง

#### ตัวเลขที่ 3 รายละเอียดปลีกย่อยครึ่งปีแรกของ HPI ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจาก H1 2547 ถึง H2 2555



## ผลประกอบการเยี่ยมชมในแปซิฟิก

- ราคาเฉลี่ยของห้องพักโรงแรมในภูมิภาคแปซิฟิกสูงขึ้นถึง 4%ในปี 2555ซึ่งหลักๆแล้วมาจากตลาดหลักคือออสเตรเลีย ตัวเลขนี้แม้จะสูงกว่าตัวเลขทั่วโลก แต่ก็ยังนับว่าช้าเมื่อเปรียบเทียบกับสองปีที่ผ่านมา โดยในปี 2553นั้นสูงขึ้น 11% และในปี 2554นั้นสูงขึ้น 8%
- HPI ของภูมิภาคแปซิฟิกแต่ละระดับ 123จุด เป็นที่สองเท่ากับละตินอเมริกา ซึ่งเป็นอีกภูมิภาคที่มีการเปลี่ยนแปลงของอัตราที่พักรในโรงแรมอย่างเห็นได้ชัดในช่วงปีที่ผ่านมา
- HPI ของภูมิภาคแปซิฟิกห่างจากจุดสูงสุดที่ระดับ 127จุดในปี 2550ไม่มากนัก

## เอเชียผงาด

- ราคาห้องพักของโรงแรมในภูมิภาคเอเชียสูงขึ้น 2%ในช่วงปีที่ผ่านมา แม้ว่าจะไม่เท่ากับอัตราการเติบโตของที่อื่นๆในโลก แต่ก็ถือว่าแข็งแกร่งกว่าปี 2554 มากนักที่ราคาตกลง 2%หลังจากเกิดภัยธรรมชาติและพิบัติภัยนิวเคลียร์ในญี่ปุ่น ซึ่งทำให้การท่องเที่ยวทั้งในญี่ปุ่นและภูมิภาคต้องชะงักลง
- HPIของเอเชียอยู่ที่ 109จุดในปี 2555และมีความพร้อมมากที่สุดที่จะแตะระดับสูงสุดที่เคยทำไว้ที่ 131จุดในปี 2550อันที่จริงแล้ว ปีที่ผ่านมายังตามหลังปี2548ที่ระดับ 110จุดแม้ว่าแต่ละเมืองจะมีผลประกอบการที่ดีก็ตาม

## ฮาเวียร์ เอสโคบีโด

### รองประธาน

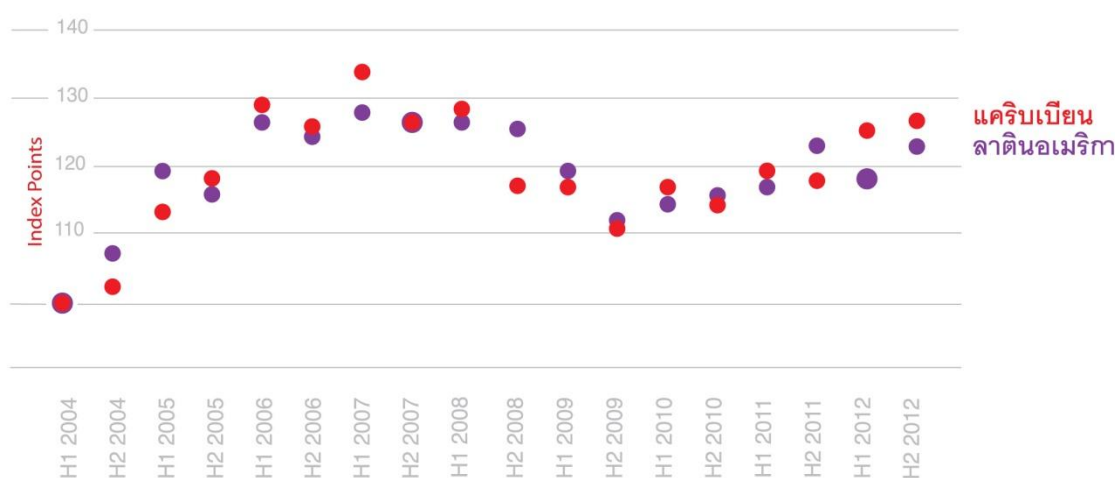
### ไฮเทิลส์ ดอท คอม ละตินอเมริกา

ละตินอเมริกาได้เห็นการเติบโตที่ค่อนข้างเสถียรในเรื่องของราคาที่พักที่ชำระโดยลูกค้าในช่วงสองสามปีที่ผ่านมา ซึ่งก็มีสาเหตุมาจากเศรษฐกิจที่โตวันโตคืนของสองตลาดใหญ่ได้แก่บราซิลและเม็กซิโก ทำให้ราคาตกต่ำที่ประสบในตอนนี้อาจอธิบายได้ด้วยสองแนวคิดหลัก หนึ่งคือภูมิภาคนี้เสถียรขึ้นทั้งในแง่ของเศรษฐกิจและการเมือง และสองคือกิจกรรมภายในประเทศแข็งแกร่งขึ้นซึ่งก่อให้เกิดการแข่งขันจำนวนมาก ทั้งการจัดโปรโมชั่นและมอบส่วนลดเพราะโรงแรมต่างๆอยากเชิญชวนให้คนในพื้นที่มาพัก

บราซิลยักษ์ใหญ่และผู้เล่นคนสำคัญของละตินอเมริกาได้ออกมาจากสภาพการแลกเปลี่ยนเงินตราที่ไม่มั่นคง โดยแทบไม่มีการแกว่งไปมาของอัตราแลกเปลี่ยนเลย ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้ตลาดมีความมั่นคงมากขึ้น

ในช่วงสิบสองเดือนที่ผ่านมาธุรกิจท่องเที่ยวของเม็กซิโกก็แข็งแกร่งมากเช่นกัน และสามารถรับมือปีที่ท้าทายยิ่งอย่างปีเลือกตั้งไปได้อย่างสวยงาม เม็กซิโกยังได้รับประโยชน์จากการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานในชนบทซึ่งช่วยพัฒนาพื้นที่ที่ยังไม่มีการเข้าถึงมากนัก การเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศโดยเฉพาะไปประเทศสหรัฐอเมริกายังคงเป็นที่นิยมมากสำหรับภูมิภาคนี้ และยุโรปก็ได้กลับมาเป็นตัวเลือกยอดนิยมแห่งใหม่สำหรับคนละตินอเมริกาอีกด้วย โดยเฉพาะในช่วงนี้ที่ราคาถูกเพราะโดนพิษเศรษฐกิจเล่นงาน

**ตัวเลขที่ 4** รายละเอียดปลีกย่อยครั้งปีแรกของ HPI ละตินอเมริกาจาก H1 2547 ถึง H2 2555



### ละตินอเมริกาเติบโตไปอย่างช้าๆ

- โดยรวมแล้วอัตราที่พักของโรงแรมโดยเฉลี่ยในละตินอเมริกาสูงขึ้นเพียง 1% เท่านั้นในระหว่างปี 2555เป็นการเติบโตที่ช้าเมื่อเทียบกับการเติบโต 4% ในสองปีที่ผ่านมา และถือว่าช้าเขาเมื่อเทียบกับการเติบโตทั่วโลก
- HPI ของละตินอเมริกาอยู่ที่ระดับ 123 จุด ซึ่งสาเหตุหลักมาจากเศรษฐกิจที่เติบโตของตลาดใหญ่บราซิล ทำให้ละตินอเมริกาเป็นที่สองเท่ากับภูมิภาคแปซิฟิกซึ่งเป็นอีกหนึ่งภูมิภาคที่เห็นการเติบโตอย่างชัดเจนในช่วงปีที่ผ่านมา

- ตัวเลข 123จุดของปี 2555 นั้นเป็นตัวเลขที่ใกล้เคียงกับจุดสูงสุดที่ 125ในปี 2550ที่สุดจากบรรดาภูมิภาคทั้งหมด และอยู่ที่ระดับเดียวกับในปี 2549ถึงแม้ HPIจะแสดงให้เห็นว่าตัวเลขในละตินอเมริกานั้นได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจถดถอยทั่วโลกน้อยกว่าภูมิภาคอื่นๆในโลก

### **เติบโตสูงสุดที่แคริบเบียน**

- ภูมิภาคแคริบเบียนมีปีที่แข็งแกร่งมาก โดยการมีเปอร์เซ็นต์เติบโตสูงสุดจากทุกภูมิภาคที่ 6%และมี HPIสูงสุดที่ 125จุด
- ตัวเลขนี้ตามหลังตัวเลข 127จุดในปี 2549อยู่เล็กน้อย และห่างจากจุดสูงสุดในปี 2550ที่ 131จุดอยู่หกจุด

**วิกเตอร์ โอเวนส์**  
**รองประธาน**  
**ไฮเทิลส์ คอท คอม อเมริกาเหนือ**

ธุรกิจการท่องเที่ยวของอเมริกาต้องประสบกับภัยพิบัติทำลายล้างครั้งใหญ่จากเฮอริเคนแซนดี้ในช่วงเดือนตุลาคมปี 2555 ซึ่งส่งผลกระทบเป็นวงกว้างต่อชายฝั่งตะวันออกและแถบแคริบเบียนเมื่ออ้างอิงจากรายงานในหนังสือพิมพ์ เทียบวิน 9,000 ที่เกี่ยวข้องถูกยกเลิก โดยมูลค่าความเสียหายของสิ่งหาและอสังหาริมทรัพย์รวมกันเท่ากับสามหมื่นล้านเหรียญสหรัฐ และประสบภาวะขาดไฟฟ้าใช้อีก 7.5 ล้านครัวเรือน

ด้วยความช่วยเหลืออย่างเต็มยศจากชุดปฏิบัติการฉุกเฉินเบื้องต้นและทีมเก็บกวาด สิ่งที่เสียหายไปเป็นจำนวนมากได้รับการฟื้นฟูอีกครั้ง

ในส่วนของธุรกิจโรงแรม HPIของอเมริกาเหนือเริ่มมีแสงสว่างให้แก่คนทำโรงแรมด้วยการเพิ่มขึ้น 5% ของราคาห้องพักโรงแรมเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว

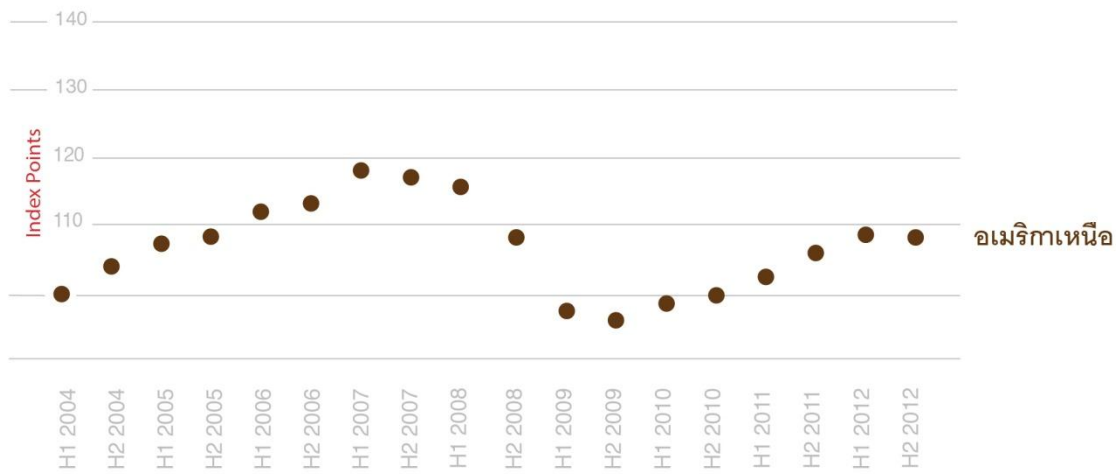
นักท่องเที่ยวหลังโหลเข้ามาสหรัฐอเมริกาในปี 2555 ที่ผ่านมานี้เนื่องจากสายการบินยกระดับอาคารโดยสาร มีเที่ยวบินเจ็ทที่สามารถเดินทางได้ไกลยิ่งขึ้นเพิ่มจำนวน และการขอวีซ่าทำได้ง่ายขึ้น

การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าวมาจากการริเริ่มยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและเดินทางแห่งชาติของสหรัฐอเมริกาในเดือนมกราคมปี 2555 ซึ่งมีเป้าหมายในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้เข้ามาที่สหรัฐอเมริกาเพื่อสัมผัสประสบการณ์เหนือระดับที่มีอยู่หลากหลายมากมายไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของกิจกรรมหรือสถานที่ที่เราพร้อมใจให้เลือกสรร

ในฝั่งของแคนาดา เมืองยอดนิยมอย่างโตรอนโตก็สามารถดึงดูดความสนใจเอาไว้ได้ในปี 2555 ด้วยการเพิ่มสิ่งก่อสร้างสุดหรูซึ่งแต่เดิมก็มีเรียงรายอยู่แล้ว เพียงแค่จำนวนของสิ่งก่อสร้างสุดหรูในเมืองเดียวเมืองนี้ก็เป็นตัววัดได้แล้วว่าความมั่นใจของตลาดค้าปลีกนั้นสูงเพียงใด

ชาวแคนาดามีเศรษฐกิจโดยรวมดีกว่าชาวอเมริกัน และการท่องเที่ยวก็เป็นหนึ่งในกิจกรรมยอดนิยมด้วยตัวเลขการเดินทางไปต่างประเทศที่พุ่งทะยานขึ้น กอปรกับในเร็วนี้ตัวเลขของการซื้อของข้ามชายแดนที่เหล่านักช้อปปิ้งหลายช่วยพากันให้พุ่งสูงขึ้นและค่าเงินเหรียญแคนาดาที่แข็งขึ้นทำให้เราสามารถคาดหวังไว้ว่าการท่องเที่ยวของสหรัฐอเมริกาในปี 2556 จะดำเนินไปในทิศทางที่ดีต่อไป

## ตัวเลขที่ 5 รายละเอียดปลีกย่อยครั้งปีแรกของ HPI อเมริกาเหนือจาก H1 2547 ถึง H2 2555



### ก้าวต่อไปข้างหน้าอเมริกาเหนือ

- ราคาห้องพักโรงแรมในอเมริกาเหนือโดยเฉลี่ยเพิ่มสูงขึ้น 5% ในปี 2555 และเพิ่มสูงสุดเป็นอันดับที่สองในโลก แซงหน้าอัตราการเพิ่มทั่วโลก และมีการเติบโตเทียบเท่ากับปี 2554 ซึ่งก็หมายถึงการเติบโตต่อเนื่องเป็นอย่างดีถึงสองปีซ้อน
- ข่าวดีสำหรับนักท่องเที่ยวคือ HPI ของอเมริกาเหนือยังห่างจากจุดสูงสุดในปี 2550 อยู่ถึงสิบจุดด้วยตัวเลข 107 จุด ซึ่งเป็นระดับเดียวกับในปี 2548 และอยู่ในระดับเดียวกับตัวเลขอื่นๆ ในโลก
- อัตราห้องพักในสหรัฐอเมริกาตกลงเร็วที่สุดหลังจากที่เกิดสภาวะล่มสลายของธนาคารทั่วโลก และตัวเลขในปีนี้แสดงให้เห็นถึงการฟื้นตัวอย่างยิ่งยวดจากในปี 2552 ที่ 96 จุด

**แมทธิว วอลส์**  
**รองประธาน**  
**ไฮเทิลส์ คอท คอม ยุโรปกับตะวันออกกลาง แอฟริกา**

แม้ว่าราคาโรงแรมทั่วยุโรปโดยรวมดูคงที่ไม่ขึ้นลงในปี 2555 ตัวเลขรายเรียบนั้นกลับซ่อนการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคเกี่ยวกับประเทศและแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจอยู่

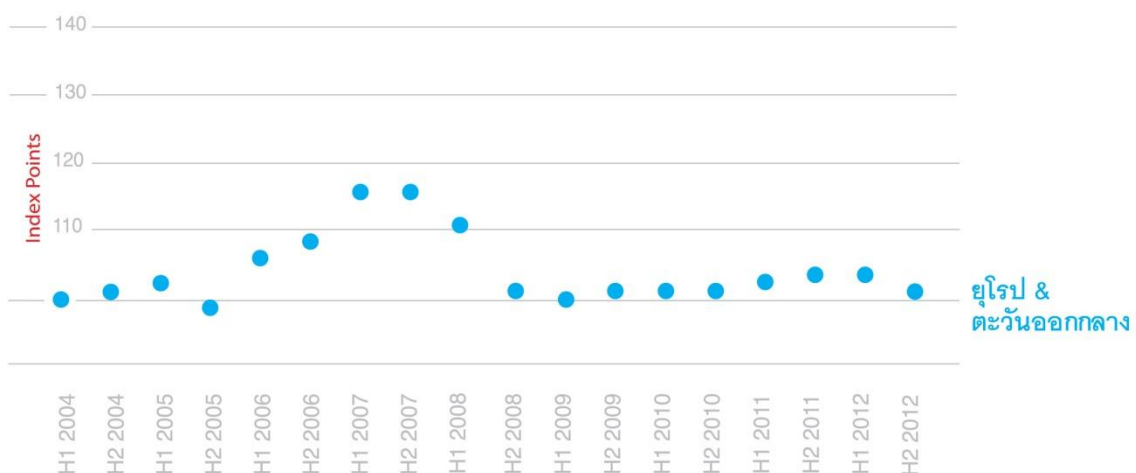
แน่นอนว่าสภาวะเศรษฐกิจถดถอยที่ตีแผ่ไปทั่วนั้นส่งผลกระทบต่อราคาโรงแรม โดยเฉพาะทางใต้ของยุโรป โครเอเชีย นักการโรงแรมในกรีซ อิตาลี และตุรกีต้องรัดเข็มขัดตัวเอง แต่ในทางตรงกันข้ามก็ส่งผลลัพท์ให้มีโปรโมชันซื้อขายดี ๆ มากมาย โดยเฉพาะช่วงก่อนฤดูร้อน

เราได้เห็นความต้องการที่เพิ่มขึ้น ซึ่งหมายถึงราคาที่สูงขึ้นในประเทศที่เศรษฐกิจยังคงคล่องตัว ราคาโรงแรมโดยเฉลี่ยในประเทศเยอรมนี นอร์เวย์ และสวีเดนสูงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2554 และติดตัวกลับขึ้นมาในประเทศไอซ์แลนด์ตั้งมี “วันคืนมืดหม่น” ในปี 2553

แม้ว่าในภาพรวมแล้วจำนวนการท่องเที่ยวระยะทางไกลจะน้อยกว่าการท่องเที่ยวระยะใกล้และการท่องเที่ยวภายในประเทศมาก แต่เราก็ได้เห็นการฟื้นตัวของความต้องการในตลาดต่างประเทศ ราคาโดยเฉลี่ยที่จ่ายโดยลูกค้าชาวยุโรปเพื่อท่องเที่ยวในละตินอเมริกา สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลียเพิ่มสูงขึ้น ในส่วนของรีสอร์ทต่างๆในแคริบเบียนก็มีการยื่นข้อเสนอราคาเดียวทั้งแพคเกจเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้ตรงความต้องการมากที่สุด

มหกรรมกีฬาโอลิมปิกและพาราลิมปิกประจำปี 2555 ถือเป็นข่าวใหญ่ของปี 2555แน่นอนว่าเหตุการณ์ใหญ่ขนาดนี้ย่อมก่อให้เกิดความไม่แน่นอนของราคาโรงแรมในลอนดอนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยราคาห้องพักสูงขึ้นมากช่วงต้นปี แต่เมื่อกรรมการจัดงาน LOCOG เริ่มปล่อยห้องพักที่เก็บเอาไว้สู่ตลาด และโรงแรมต่างๆเริ่มรู้ว่าจะไม่มียอดลูกค้าจองห้องพักมากเท่าที่หวัง ราคาที่ดิ่งลงมาก ราคาที่ผันผวนนี้เกิดขึ้นพร้อมกันกับที่ความต้องการภายในประเทศที่ติดตัวสูงขึ้นพอดี ทำให้ตลาดโรงแรมโดยรวมช่วยส่งเสริมความสำเร็จของมหกรรมกีฬาที่น่าตื่นตาอย่างยิ่งครั้งนั้น ได้

**ตัวเลขที่ 6** รายละเอียดดบลีกย่อยครึ่งปีแรกของ HPI ยุโรป/ตะวันออกกลาง จาก H1 2547 ถึง H2 2555

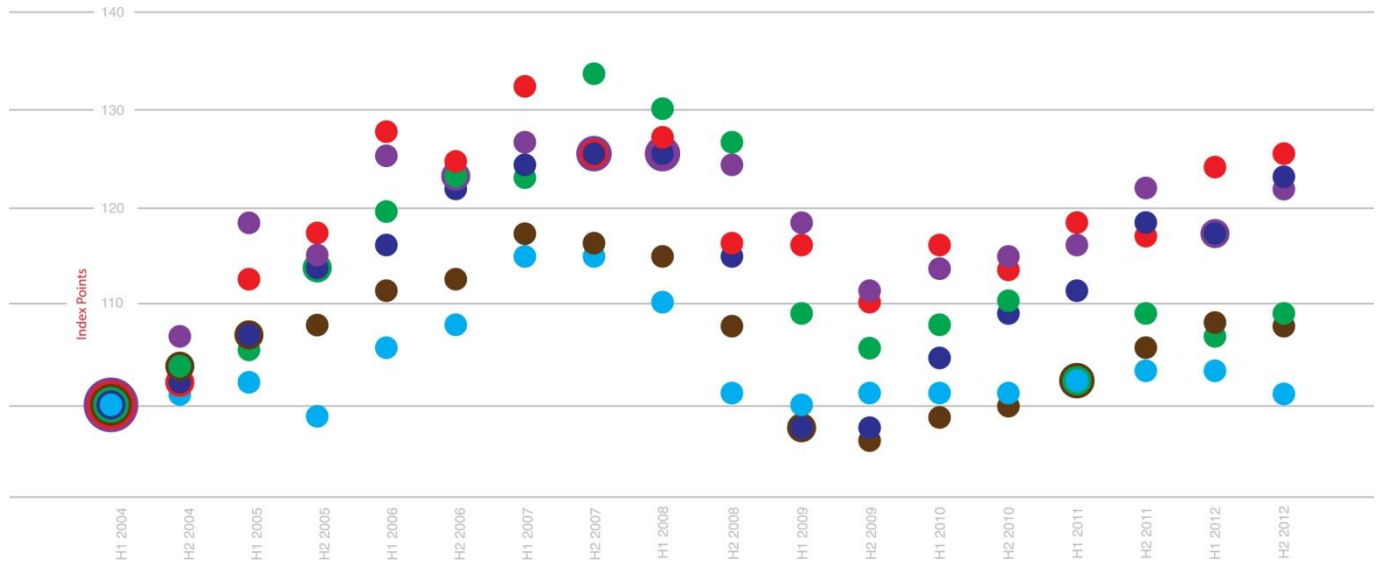


## การถดถอยเล็กน้อยของยุโรปและตะวันออกกลาง

- ราคาห้องพักโรงแรมโดยเฉลี่ยในยุโรปและตะวันออกต่างออกไปจากที่อื่นๆ เห็นได้จากที่ตกลงมาครึ่งเปอร์เซ็นต์จากปี 2555 ตามหลังตัวเลขทั่วโลก และต่ำกว่าปี 2554 ซึ่งขึ้นไป 2%
- HPI สำหรับภูมิภาคนี้อยู่ที่ 101 จุด ซึ่งเป็นจุดต่ำสุดในบรรดาภูมิภาคทั้งหมด สูงกว่าแค่เพียงตอนที่เริ่มในปี 2547 เท่านั้น และห่างไกลจากจุดสูงสุดในปี 2550 ที่ 116 จุดอยู่มาก
- ยุโรปได้รับผลกระทบอย่างใหญ่หลวงจากสภาพเศรษฐกิจตกต่ำในเขตยูโรโซน ส่วนตะวันออกกลางก็ประสบปัญหาการเดินทางกลัวความไม่ปลอดภัยจากเหตุการณ์อาหรับสปริงในปี 2555 ถึงแม้ว่าในบางพื้นที่จะฟื้นตัวขึ้นมาบ้างก็ตาม



**ตัวเลขที่ 7** รายละเอียดปลีกย่อยครั้งปีแรกของ HPI ทั่วทุกภูมิภาคจาก H1 2547 ถึง H2 2555



## 2. พฤติกรรมการท่องเที่ยว

### แหล่งท่องเที่ยวต่างประเทศยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สถานที่ท่องเที่ยวต่างประเทศที่เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นประกอบไปด้วยเมืองหลักต่างๆ และแหล่งท่องเที่ยวชื่อดังของแต่ละประเทศในทวีปเอเชีย ซึ่งรวมไปถึง 4 เมืองหลักในประเทศอเมริกาและ 2 เมืองหลวงของประเทศในทวีปยุโรป

กรุงโตเกียวประเทศญี่ปุ่นได้รับคะแนนความนิยมสูงสุด ในขณะที่อีก 2 เมืองใหญ่อย่างโอซากากา ก็ได้รับคะแนนนิยมเป็นอันดับ 4 รวมถึงเกียวโตที่ได้รับคะแนนนิยมเป็นอันดับที่ 20

ความน่าสนใจของฮ่องกงและสิงคโปร์ก็ทำให้ทั้งสองประเทศได้รับคะแนนความนิยมเป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ ในขณะที่เลียมเรียบได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 5 ซึ่งถือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งแรกที่ติดอันดับที่ไม่ใช่ประเทศแต่เป็นรูปแบบของจุดท่องเที่ยวชื่อดังแทน

สำหรับเมืองต่างๆ จากจีนแผ่นดินใหญ่ถึง 3 เมืองก็ติดอันดับความนิยมในครั้งนี้ ซึ่งได้แก่ เซี่ยงไฮ้ ที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 10 กวางโจว อันดับที่ 13 ตามด้วยปักกิ่งที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 17 สำหรับ 4 เมืองชื่อดังจากสหรัฐอเมริกาอย่าง นิวยอร์ก ก็ติดอันดับที่ 11 ซานฟรานซิสโก อันดับที่ 12 ลาสเวกัส อันดับที่ 14 และลอส แอนเจลิส ในอันดับที่ 16 สำหรับเมืองสุดฮิตสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย

ประเทศหรือเมืองอื่นๆ ที่ติดอันดับในครั้งนี้ยังรวมถึง เมืองโซจิมินห์ ประเทศเวียดนาม ที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 15 บาห์ลี อันดับที่ 18 และฮานอย ในอันดับที่ 19

ตาราง 1: แสดงรายชื่อประเทศหรือเมืองที่ได้รับความนิยมสูงสุดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ประจำปี 2555

| อันดับ | สถานที่       |
|--------|---------------|
| 1      | โตเกียว       |
| 2      | ฮ่องกง        |
| 3      | สิงคโปร์      |
| 4      | โอซาก้า       |
| 5      | เลียมเรียบ    |
| 6      | กัวลาลัมเปอร์ |
| 7      | ลอนดอน        |
| 8      | โซล           |
| 9      | ปารีส         |
| 10     | เซี่ยงไฮ้     |
| 11     | นิวยอร์ก      |
| 12     | ซาน ฟรานซิสโก |
| 13     | กวางโจว       |

|    |               |
|----|---------------|
| 14 | ลาส เวกัส     |
| 15 | โฮจิมินห์     |
| 16 | ลอง แอนเจลีส์ |
| 17 | ปักกิ่ง       |
| 18 | บาห์ลี        |
| 19 | ฮานอย         |
| 20 | เกียวโต       |

## แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในไทยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นถือว่าเป็นหนึ่งในหัวใจสำคัญสำหรับระบบเศรษฐกิจในประเทศไทย ซึ่งผลกระทบจากเหตุการณ์อุทกภัยน้ำท่วมในปี 2554 ทำให้การท่องเที่ยวในช่วงนั้นของประเทศไทยสะดุดลง แต่ทุกอย่างก็สามารถกลับสู่ภาวะปกติได้โดยจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติก็มีจำนวนเพิ่มขึ้นในช่วงปี 2555 ตลอดปี นักท่องเที่ยวชาวจีนยังคงให้ความนิยมต่อการเดินทางมายังประเทศไทยมากที่สุด ตามมาด้วยนักท่องเที่ยวจากมาเลเซีย ญี่ปุ่น รัสเซียและเกาหลีใต้ นอกจากนี้ ประเทศไทยยังเป็นสถานที่ยอดนิยมไม่ว่าจะสำหรับนักท่องเที่ยวยุโรปที่ต้องการพักผ่อนหรือนักท่องเที่ยวแบบแบ็คแพ็คที่ต้องการจะหาที่หลบหนีจากอากาศอันหนาวเย็นในประเทศบ้านเกิด

เมืองหลวงอย่างกรุงเทพมหานครได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ไม่ว่าจะเป็นเพื่อการพักผ่อน การเดินทางมาติดต่อธุรกิจ นักท่องเที่ยวที่รักการท่องราตรีหรือช้อปปิ้งในย่านดังต่างๆ แม้แต่นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็เช่นกัน โรงแรมต่างๆ ในเมืองหลวงแห่งนี้นำเสนอราคาที่พักที่คุ้มค่า ไม่ว่าจะเป็นโรงแรมระดับใดก็ตาม

นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกส่วนใหญ่มักจะนิยมเดินทางไปยังตอนใต้ของประเทศไทยเพื่อสัมผัสยังชายหาดและเกาะที่สวยงาม ซึ่งสถานที่ต่างๆ ทางภาคใต้ของไทยมากถึง 6 แห่งได้ติดอันดับความนิยมในครั้ง นี้ ซึ่งได้แก่ เกาะภูเก็ตที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 2 เกาะสมุย อันดับ 3 กระบี่ อันดับ 5 โดยสถานที่ที่ติดโผล่เป็น 3 อันดับสุดท้ายนั้นก็ยังเป็นเกาะทางภาคใต้ อันได้แก่ เกาะพังนัง สวรรค์สำหรับปาร์ตี้คืน พระจันทร์เต็มดวง เกาะพีพีและเกาะเต่า

สำหรับภาคเหนือของประเทศไทยที่เต็มไปด้วยเทือกเขาสูงก็ยังคงเป็นที่ชื่นชอบสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินป่าหรือผจญภัย ซึ่งจังหวัดเชียงใหม่ นั้นได้ติดอันดับความนิยมเป็นลำดับที่ 6 สำหรับรายชื่อสถานที่สุดฮิตประจำปี 2555

2 สถานที่สุดท้ายที่ได้รับความนิยมนั้นก็เป็นที่ใกล้เมืองหลวง ไม่ว่าจะเป็นพัทยาหรือหัวหิน ที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 4 และ 7 ตามลำดับ

ตาราง 2: แสดงสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ประจำปี 2555

| อันดับ | สถานที่       |
|--------|---------------|
| 1      | กรุงเทพมหานคร |
| 2      | ภูเก็ต        |
| 3      | เกาะสมุย      |
| 4      | พัทยา         |
| 5      | กระบี่        |
| 6      | เชียงใหม่     |
| 7      | หัวหิน        |
| 8      | เกาะ พังนัง   |
| 9      | เกาะพีพี      |
| 10     | เกาะเต่า      |

### 3. พุดคุยเรื่องท่องเที่ยว

#### เมืองยอดเยี่ยมสำหรับเที่ยวกลางคืน

##### นิวยอร์ก มหานครที่ไม่เคยหลับใหล แหล่งรวมความสนุกของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก

ไม่ว่าจะทราบกับปัญหาอนไม่หลับหรือกำลังหลงใหลกับการท่องราตรี จากผลสำรวจโดยผู้เชี่ยวชาญด้านโรงแรมอย่าง Hotels.com พบว่า มหานครนิวยอร์กถูกจัดอันดับให้เป็นเมืองที่ดีที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวราตรี โดย Hotels.com ได้เก็บผลสำรวจจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกจำนวน 27,000 คน ซึ่งผลดังกล่าวทำให้เห็นว่ามหานครแห่งนี้จะถูกนึกถึงเป็นแห่งแรกเมื่อผู้คนที่ต้องการสังสรรค์ยามค่ำคืน

ลาสเวกัส สวรรค์สำหรับนักเสี่ยงโชค ได้รับการโหวตให้เป็นอันดับ 2 ในฐานะสถานที่หลังจากเสร็จปาร์ตี้ที่ไนท์คลับ ตามติดด้วย ลอนดอน เมืองอันดับที่ 3 ที่อยู่ในรายชื่อสำหรับเมืองแห่งการย่ำราตรี

จากผลสำรวจครั้งนี้ พบว่า 6 ใน 10 เมืองที่ติดอันดับนั้นล้วนอยู่ในทวีปยุโรปด้วยกันทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นลอนดอน เมืองแห่งแสงสี อย่างปารีส บาร์เซโลนา เบอร์ลิน อัมสเตอร์ดัม และแมดริด ต่างก็อยู่ในรายชื่อเมืองสุดโปรด สำหรับนักท่องเที่ยว ด้วยเช่นกัน แสดงให้เห็นว่าทวีปยุโรปนั้นขึ้นชื่อเรื่องปาร์ตี้ตามไนท์คลับ ในขณะที่เดียวกัน ลอสแอนเจลิสและกรุงเทพฯก็ติด 1 ใน 10 ในการจัดอันดับครั้งนี้ด้วย

“นิวยอร์กและลาสเวกัสต่างมอบประสบการณ์ท่องเที่ยวอันน่าอัศจรรย์ แต่ความหลากหลายของเมืองต่างๆในยุโรปนั้นมักจะดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกได้ดี” อลิสัน คูเปอร์ จาก Hotels.com กล่าว “ที่ยุโรป นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์อันหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการออกไปท่องราตรียังคลับเล็กๆในเบอร์ลิน หรือการไปทานอาหารบนเรือที่อัมสเตอร์ดัม หรือไปจิบที่บาร์เล็กๆพร้อมฟังดนตรีเพราะๆ ณ กรุงปารีส แต่ทั้งหมดนี้ พบว่าลอนดอนมาแรงนำประเทศอื่นๆในยุโรปไม่ว่าเมืองหลวงแห่งนี้จะมีชาวอะไรก็ตาม”

#### 10 อันดับเมืองใหญ่สำหรับการท่องราตรี

| อันดับ | เมือง         |
|--------|---------------|
| 1      | นิวยอร์ก      |
| 2      | ลาสเวกัส      |
| 3      | ลอนดอน        |
| 4      | ปารีส         |
| 5      | บาเซโลนา      |
| 6      | เบอร์ลิน      |
| 7      | อัมสเตอร์ดัม  |
| 8      | แมดริด        |
| 9      | ลอสแอนเจลิส   |
| 10     | กรุงเทพมหานคร |

## แท็กซี่ยอดเยี่ยมที่สุดในโลก

### ลอนดอน คว้าอันดับหนึ่งแท็กซี่ที่ดีที่สุด

แท็กซี่ในกรุงลอนดอนได้รับการโหวตให้เป็นแท็กซี่ที่ดีที่สุดในโลกประจำปี 2555 ซึ่งนับว่าลอนดอนได้รับรางวัลนี้ติดต่อกันเป็นปีที่ 5 แล้ว จากผลสำรวจประจำปีของเว็บไซต์ Hotels.com พบว่าแท็กซี่ในกรุงลอนดอนได้คะแนนโหวตไปมากถึง 11% ตามมาด้วยนิวยอร์ก 6.4% และโตเกียว 5.6%

### อันดับแท็กซี่ที่ดีที่สุดในโลกในแต่ละประเทศ

| อันดับ | ประเทศ    | คะแนนโหวต |
|--------|-----------|-----------|
| 1      | ลอนดอน    | 11%       |
| 2      | นิวยอร์ก  | 6.4%      |
| 3      | โตเกียว   | 5.6%      |
| 4      | เชียงใหม่ | 4.8%      |
| 5      | กรุงเทพฯ  | 4.3%      |

โดยการสำรวจดังกล่าว นักท่องเที่ยวจะตอบคำถามเกี่ยวกับการใช้บริการแท็กซี่ใน 7 ประเภท โดยแท็กซี่สี่ดาวที่เป็นสัญลักษณ์ของลอนดอนมาตั้งแต่ศตวรรษที่ 17 นั้น ได้รับการโหวตสูงสุดถึง 5 ดาว ซึ่งได้แก่ ความเป็นมิตร ความเชี่ยวชาญในพื้นที่ ความสะอาด ความปลอดภัย ประสิทธิภาพการขับขี่ อย่างไรก็ตามเรื่องราคาค่าโดยสารแท็กซี่ของลอนดอนนั้นกลับถูกโหวตให้เป็นเรื่องที่ย่ำแย่ที่สุด ในขณะที่แท็กซี่ในกรุงเทพฯได้รับการโหวตด้านความคุ้มค่ามากที่สุด ส่วนแท็กซี่สี่ล้อจากนิวยอร์กนั้นต้องแพ้แท็กซี่จากลอนดอนในเรื่องของจำนวนแท็กซี่ที่มีให้บริการ

แท็กซี่จากประเทศต่างๆในเอเชียอย่างโตเกียว เชียงใหม่และกรุงเทพฯ ล้วนได้รับการโหวตติดอันดับ 1 ใน 5 เช่นกัน

ผลสำรวจเกี่ยวกับรถแท็กซี่จากทาง Hotels.com ยังเผยให้เห็นว่ามีกิจกรรมอะไรบ้างที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ขณะอยู่บนรถ ผู้ตอบแบบสอบถามกว่าครึ่ง (56%) มักจะหลับขณะนั่งอยู่ในแท็กซี่ ขณะที่ 26% ยอมรับว่าพวกเขาจุกกันขณะอยู่บนรถ และอีก 19 % เผยว่าพวกเขามักจะนั่งแท็กซี่ไปแล้วแต่หน้าทำผมไปด้วย

อังกฤษเป็นหนึ่งในประเทศที่ขึ้นชื่อเรื่องความมีชีวิตชีวา มากถึง 13 % เผยว่าพวกเขามักจะพลอดรักกับแฟนที่เบาะหลังของรถแท็กซี่ ซึ่งมากกว่าค่าเฉลี่ยของโลกอยู่ที่ 6 % ผลสำรวจยังเผยให้ทราบว่าคุณสมบัติแปลกๆที่ถูกทิ้งไว้บนเบาะหลังของรถแท็กซี่นั้นมีแม้กระทั่งหีบเพลง กางเกงชั้นใน และถุงยางอนามัย!

## จากบ้านสู่โรงแรม

นักท่องเที่ยวทั่วโลกในขณะนี้ต่างมองหาประสบการณ์จากบ้านสู่โรงแรมเวลาพักในโรงแรม โดยข้อมูลนี้อ้างอิงมาจากการสำรวจล่าสุดจากเว็บไซต์ออนไลน์เพื่อการจองห้องพักชั้นนำ โฮเทลส์ ดอท คอม (Hotels.com) สิ่งอำนวยความสะดวกลำดับต้นๆที่โรงแรมต้องมีบริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายคือ ไว -ไฟ (Wi-Fi) อาหาร และเครื่องดื่ม โดยเฉพาะเครื่องดื่มที่มีคาเฟอีน อื่นๆนอกเหนือจากนี้ถือเป็นบริการพิเศษ

### เชื่อมต่อได้ตลอดเวลา โดยไม่เสียค่าบริการ

- 34เปอร์เซ็นต์กล่าวว่าไว -ไฟฟรีคือปัจจัยหลักอันดับหนึ่งในการเลือกโรงแรม ต่อให้เป็นการพักผ่อนก็ตาม
- 56เปอร์เซ็นต์ของผู้ตอบแบบสอบถามกล่าวว่าไว -ไฟฟรีคือสิ่งแรกที่ต้องมีในการเดินทางติดต่อดูธุรกิจ
- 66เปอร์เซ็นต์ระบุว่าไว -ไฟฟรีควรจะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานสำหรับทุกโรงแรมในปี 2556

การมีไว -ไฟให้บริการสำคัญกว่าทั้งบริการที่จอดรถและอาหารเช้าเมื่อนักเดินทางเลือกโรงแรมไม่ว่าจะเพื่อการพักผ่อนหรือเหตุผลทางธุรกิจ แสดงให้เห็นชัดเจนเลยการเข้าถึงโลกออนไลน์นั้นจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับนักเดินทางในปัจจุบัน ด้วยนักเดินทางมากกว่าหนึ่งในสามต้องการจะเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ แม้ว่าจะอยู่ในช่วงพักผ่อนจริงๆมีเพียงแค่ 11เปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่ยอมจ่ายเพื่อไว -ไฟเวลาที่พักอยู่ในโรงแรม

### ข้อดีของเทคโนโลยีใหม่ๆ—เครื่องอำนวยความสะดวกแบบ “โมเดิร์น” สุดโปรดในห้องพัก

อุปกรณ์เทคโนโลยีอำนวยความสะดวกต่างๆในบ้านก็อยู่ในลำดับต้นๆบนรายการสิ่งของที่นักท่องเที่ยวอยากได้เช่นกัน 23 เปอร์เซ็นต์เลือกเครื่องทำกาแฟระดับพรีเมียมเป็นอันดับหนึ่งของอุปกรณ์โมเดิร์นที่อยากมีในห้องพัก 20 เปอร์เซ็นต์โหวตให้กับห้องที่เชื่อมต่อกันหมดโดยสามารถควบคุมได้ด้วยรีโมทเพียงตัวเดียว แยกที่ให้บริการห้องพักยังบอกอีกว่าอยากจะใช้ไว -ไฟฟรีที่ต้องการหนักหนานบนแท็บเล็ตที่โรงแรมจัดสรรไว้ให้เพื่อดูข้อมูลของแขกที่พัก รุมเซอร์วิส และสถานที่ท่องเที่ยวในท้องถิ่น

### สิ่งเล็กน้อยต่างหากที่สำคัญ—สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่เป็นที่นิยมมากที่สุด

การรักษาร่างกายไม่ให้ขาดน้ำในระหว่างเดินทางเป็นสิ่งสำคัญสำหรับแขกที่มาพักในโรงแรม เพราะ 43 เปอร์เซ็นต์เลือกให้บริการน้ำดื่มโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่เป็นที่นิยมมากที่สุด มีเพียงผู้ตอบแบบสอบถามจากไต้หวัน ฮองกง และบราซิลเท่านั้นที่ยกให้ปลั๊กไฟอะแดปเตอร์อยู่เหนือเครื่องดื่มในขวด

### หนทางเข้าสู่หัวใจของแขกที่มาพักในโรงแรม—คือผ่านทางกระดาษ!

- บริการอาหารเช้าฟรีลอยลามาเป็นอันดับหนึ่ง (31 เปอร์เซ็นต์) ของสิ่งที่ไม่เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกอยากเห็นเป็นบริการพื้นฐานสำหรับทุกโรงแรมในปี 2556

- 42 เปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวทั่วโลกโปรดปรานที่จะมี ช่วงเวลาพิเศษ การชิมไวน์ฟรี หรือช่วงเวลาใดก็ตามที่มีบริการอาหารและเครื่องดื่มโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเป็นบริการใหม่ที่โรงแรมจะมอบให้ ตามมาด้วยลำดับสองคือ การบริการอาหารเช้านานาชาติ (19เปอร์เซ็นต์)
- นักเดินทางกล่าวอีกว่าปริมาณอาหารและเครื่องดื่มแบบไม่จำกัดคือความสะดวกสบายที่คิดถึงที่สุดจากที่บ้านเวลาเดินทาง ( 23เปอร์เซ็นต์) อีก 14เปอร์เซ็นต์กล่าวว่าคิดถึงการเข้าครัวทำกับข้าวที่สุด

**ชีวิตระดับห้าดาว–บริการยอดเยี่ยมและบริการที่ไม่ค่อยเป็นที่นิยมของ ไลฟ์สไตล์ชั้นสูง**

- 26เปอร์เซ็นต์บอกว่าสิ่งอำนวยความสะดวกที่ชื่นชอบที่สุดเวลาที่พักในโรงแรมชั้นสูงคือ ฟิตเนสสุดหรู และ/หรือสปา ขณะที่เครื่องอาบน้ำแบรนด์ดังก็อยู่ในลำดับต้นๆเช่นกัน (21เปอร์เซ็นต์)
- ในขณะที่นักท่องเที่ยวติดตัวกับการใช้ชีวิตหรูหรา เมนูสำหรับอาบน้ำหรือผู้ช่วยอาบน้ำ (26เปอร์เซ็นต์) และบริการจัดเตรียมที่นอนให้แก่แขกในช่วงบ่าย ( 24เปอร์เซ็นต์) กลับไม่ใช่บริการที่แขกให้ความสนใจนักตามข้อมูลจากการสำรวจ
- เกินกว่าครึ่งของผู้ตอบแบบสอบถาม (54 เปอร์เซ็นต์) เลือกการให้บริการรถโร้ลรอยส์รุ่นแพนธอนฟรีเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรมที่ “บ้ำระห่ำ” ที่สุดที่ผู้ตอบแบบสอบถามอยากจะได้ จะว่าไปก็ไม่น่าประหลาดใจเท่าไรนัก!
- รถสุดหรูเหนือคำบรรยายเอาชนะบริการรินน้ำชา ( 9เปอร์เซ็นต์) บาร์เทนเดอร์ประจำห้อง (9เปอร์เซ็นต์) และบริการน้ำหอม (5เปอร์เซ็นต์) และบริการสิ่งอำนวยความสะดวกโต่งอื่นๆที่ไม่เป็นที่นิยมเท่า



ปี 2555 ถือเป็นปีที่สำคัญสำหรับไฮเทลส์ ดอท คอม เพราะได้พิชิตหลักชัยสำคัญหลายประการ และมีผลงานที่น่ากล่าวขวัญหลายอย่าง

- ในเดือนกุมภาพันธ์ เราเปิดตัวสัญลักษณ์ทางการตลาดสากลใหม่ด้วยโลโก้ที่มีสีสันสดใสและตัวอักษรใหญ่ชัดเจน รวมทั้งคำโปรย และโฆษณา ในช่วงเวลายี่สิบปีที่ผ่านมาไฮเทลส์ ดอท คอม ได้พัฒนาจากบริษัทที่ใช้โทรศัพท์เป็นหลักในการขาย มาเป็นบริษัทที่ใช้เว็บไซต์เป็นหลัก และตอนนี้เป็นบริษัทบูรณาการที่ใช้ทั้งเว็บไซต์ โทรศัพท์ โซเชียลมีเดีย และโทรศัพท์มือถือในการดำเนินธุรกิจไปสู่อำนาจระดับโลก ดังนั้นสัญลักษณ์ทางการตลาดของเราจึงสื่อถึงสถานะของเราว่าเป็นผู้นำของโลกในธุรกิจนี้
- Welcome Rewards หรือโปรแกรมสะสมเครดิตสำหรับลูกค้าของไฮเทลส์ ดอท คอมได้ เปิดตัวโปรแกรมชั้นใหม่อีกสองระดับเพิ่มออกมาเพื่อประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นของลูกค้าได้แก่ สมาชิกระดับเงิน ซึ่งจะได้อะไหล่ห้องพัก 10 คืนในหนึ่งปี และสมาชิกระดับทองซึ่งจะได้อะไหล่ห้องพัก 30 คืนในหนึ่งปี
- เราเปิดตัวแอปพลิเคชันใหม่สำหรับวินโดวส์ 7 และ 8 เพื่อรวมเป็นส่วนหนึ่งกับแอปพลิเคชันที่เรา มีอยู่แล้วสำหรับไอโฟน แอนดรอยด์ และแท็บเล็ต โดยรวมแล้ว แอปพลิเคชันของไฮเทลส์ ดอท คอมมีการดาวน์โหลดไปแล้วกว่า 15 ล้านครั้งตั้งแต่เปิดตัวในปี 2544
- ในปีที่ผ่านมา เราเปิดตัวสองเว็บไซต์ใหม่ หนึ่งคือเว็บไซต์เวอร์ชันภาษาสเปนในสหรัฐเพื่อลูกค้า ชาวสเปน และเว็บไซต์ภาษาฮิบรูในอิสราเอลเพิ่มเติมจากเว็บไซต์ภาษาอังกฤษที่มีอยู่แล้ว การเปิดตัวดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของเราที่จะทำให้ไฮเทลส์ ดอท คอมใกล้เคียงกับลูกค้ามากขึ้นด้วยการเพิ่มเว็บไซต์ท้องถิ่นที่มีเนื้อหาเข้มข้นและเกี่ยวข้องกับท้องถิ่น
- เว็บไซต์ในสหราชอาณาจักรฉลองครบรอบสิบปีในปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นเว็บไซต์สากลแห่งแรกของไฮเทลส์ ดอท คอมที่เปิดตัวในปี 2545 และนับเป็นหนึ่งในเว็บไซต์ที่สำคัญที่สุดของเราอย่างต่อเนื่อง
- ไฮเทลส์ ดอท คอมชนะรางวัลมากมายในหลายปีที่ผ่านมา และในปี 2555 ก็กวาดรางวัลมาน้อยเลยทีเดียว
  - ไบท์เลเวล (ByteLevel) จาริกไฮเทลส์ ดอท คอมในฐานะหนึ่งในห้าเว็บไซต์สากลที่ดีที่สุดในปี 2555 รายงานจากไบท์เลเวลประเมินเว็บไซต์จากความสามารถในการเข้าถึงคนทั่วโลก การนำทางได้ทั่วโลก สถาปัตยกรรม ความคุ้นเคยกับท้องถิ่นและสังคมทั่วโลก หรือผ่านบนมือถือ
  - อีกครั้งที่ไฮเทลส์ ดอท คอมได้รับการยกย่องให้เป็น “ที่ที่ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุดโดยรวม” จากการศึกษาของคีย์โน้ต คอมเพทิทีฟ รีเสิร์จ ( Keynote Competitive Research) ในสหรัฐอเมริกา และได้รางวัล “แบรนด์ที่ส่งผลกระทบต่อมากที่สุดในสหราชอาณาจักร รวมทั้งได้ที่สองสำหรับ “ที่ที่ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุดโดยรวม” “สร้างผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลง” และ”ลูกค้ามีความพึงพอใจ”

- ในสหราชอาณาจักร โสเทิลส์ ดอท คอมได้รับการขนานนามให้เป็น คูลแบรนด์ (CoolBrand) ในแบบสำรวจประจำปีของสิ่งต่างๆที่สร้างผลกระทบต่อสังคมเพื่อหาแบรนด์สินค้าที่เท่ที่สุดในประเทศ
- ในรัสเซีย โสเทิลส์ ดอท คอมชนะรางวัลสาขาเครื่องมือในการจองที่ดีที่สุดจากงานมอบรางวัลโมยา พลาเนตา (MoyaPlaneta awards) และเข้ารอบในสาขาแอปพลิเคชันบนมือถือที่ดีที่สุด
- ในช่วงสิ้นปีเรายังได้เรียนรู้อีกว่าโซเทิลส์ ดอท คอมในสหราชอาณาจักรในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวเอ็กซ์พีเดีย ดอท คอมติดหนึ่งในร้อยแห่งที่น่าทำงานด้วยที่สุดด้วยเครดิตสามดาว ซึ่งเป็นเครดิตสูงสุดที่จะมีได้ ตามแบบสำรวจประจำปีของซันเดย์ไทมส์

## จำนวนตัวเลขต่างๆของไฮเท็ลส์ ดอท คอม

|         |  |
|---------|--|
| 15 ล้าน | ยอดดาวน์โหลดแอปพลิเคชันของ Hotels.com                  |
| 7 ล้าน  | จำนวนรีวิวจากประสบการณ์จริงของผู้ใช้บริการโรงแรมต่างๆ  |
| 6 ล้าน  | จำนวนสมาชิกโปรแกรม Welcome Rewards                     |
| 200,000 | จำนวนสถานที่ที่สามารถจองผ่านเว็บไซต์ได้                |
| 85+     | จำนวนเว็บไซต์ Hotels.com ที่มีอยู่ในประเทศต่างๆทั่วโลก |
| 35      | จำนวนภาษาที่มีให้เลือกสำหรับเว็บไซต์ Hotels.com        |

# 15 MILLION

Hotels.com mobile apps downloaded

# 7 MILLION

Customer reviews from guests who have actually stayed in the hotels

# 200,000

Bookable properties available on the site

# 85+

Localised Hotels.com websites around the world

# 35

Languages

## เกี่ยวกับโฮเทลส์ ดอท คอม

โฮเทลส์ ดอท คอมคือเว็บไซต์ชั้นนำในการจองที่พักด้วยมีสถานที่ให้เลือกสรรเกือบ 200,000 แห่งจากทั่วโลกทั้งจากโรงแรมในเครือชั้นนำระดับโลก รีสอร์ทที่รวมบริการทุกอย่างไว้ในราคาเดียว สถานที่พักสุดโปรดของท้องถิ่น และที่พักแบบเบ็ด เอนด์ เบรคฟาสต์รวมทั้งข้อมูลอื่น ๆ ที่ต้องใช้เพื่อประกอบการจองห้องพักให้สมบูรณ์ที่สุด ด้วยเว็บไซต์โฮเทลส์ ดอท คอมมีมากกว่า 85 เว็บไซต์ทั่วโลก ทั้งในยุโรป อเมริกาเหนือ กลาง ใต้ เอเชียแปซิฟิก ตะวันออกกลาง แอฟริกาใต้ ซึ่งเว็บไซต์ส่วนใหญ่เป็นภาษาท้องถิ่น เว็บไซต์สากลแห่งแรกเปิดตัวที่สหราชอาณาจักรเมื่อปี 2545 เว็บไซต์ภาษาไทยเปิดตัวในปี 2552 และเวอร์ชันล่าสุด เว็บไซต์ภาษาฮิบรูเปิดตัวในปี 2555

โฮเทลส์ ดอท คอมได้รับประโยชน์จากการมีทีมงานทำสัญญาพิเศษกับโรงแรมที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในธุรกิจนี้ ด้วยความสามารถในการต่อรองราคาสุดพิเศษให้แก่ลูกค้า และมีส่วนลดอยู่บ่อยครั้ง รวมทั้งข้อเสนอพิเศษและโปรโมชั่น ลูกค้าที่รับสมัครจดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำยังได้รับข้อเสนอสุดพิเศษและคำแนะนำเมื่อจะมีการลดราคาเกิดขึ้น มีบทรวีกว่าเจ็ดล้านฉบับบนเว็บไซต์จากผู้ใช้ที่เคยไปพักที่โรงแรมเหล่านั้นจริงๆ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าตัดสินใจอย่างมีข้อมูลครบถ้วนแล้วเมื่อจองห้องพัก

ด้วยโปรแกรมสะสมเครดิตสำหรับลูกค้า ( Welcome Rewards) ในทุกตลาด ลูกค้าจะได้รับสิทธิในการพักห้องพักฟรีหนึ่งคืนเมื่อจองห้องพักทุก 10 คืนในโรงแรมมากกว่า 85,000 แห่ง ตามข้อตกลงและเงื่อนไขที่ระบุไว้ใน [www.hotels.com](http://www.hotels.com) ด้วยการรับประกันให้ราคาเท่ากัน (Price Match Guarantee) ถ้าหากลูกค้าพบราคาที่ต่ำกว่าของโรงแรมที่ลูกค้าได้ชำระเงินจองไปแล้ว โฮเทลส์ ดอท คอมจะชำระเงินส่วนต่างคืนให้ตามข้อตกลงและเงื่อนไขที่ระบุไว้ใน [www.hotels.com](http://www.hotels.com)

นักท่องเที่ยวสามารถจองห้องพักได้ทางออนไลน์หรือผ่านการติดต่อกับกับศูนย์รับโทรศัพท์ส่วนกลางหลายภาษา แอปพลิเคชันพิเศษสำหรับโทรศัพท์มือถือหรือแท็บเล็ต ซึ่งสามารถดาวน์โหลดได้จาก [www.hotels.com/deals/mobile](http://www.hotels.com/deals/mobile) ซึ่งเปิดโอกาสให้ลูกค้าจองห้องพักระหว่างเดินทางด้วยข้อเสนอพิเศษนาที่คุ้มค่าที่สุดกว่า 20,000 รายการ

โฮเทลส์ ดอท คอมเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มบริษัทเอ็กซ์พีเดีย ซึ่งเป็นบริษัทท่องเที่ยวออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในโลกด้วยผลงานมากมายรวมไปถึงแบรนด์ต่างๆที่เป็นที่รู้จักทั่วโลก สามารถตามข้อมูลของโฮเทลส์ ดอท คอมได้ทางเฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ และยูทูป

## สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม ติดต่อสำหรับสื่อมวลชนหรือติดต่อตัวแทนองค์กรในประเทศต่างๆทั่วโลก กรุณาติดต่อ Hotels.com ที่

### ตัวแทนสำนักงาน Hotels.com ประจำประเทศไทย

สปาร์ค คอมมิวนิเคชันส์

ชนิดาภา ปัญญาพลเสรี (จูน)      อีเมล: [june@spark.co.th](mailto:june@spark.co.th)

มิตรสินี ชมบุญ (ก้อย)            อีเมล: [goy@spark.co.th](mailto:goy@spark.co.th)

โทรศัพท์ 02-653-2717

โทรสาร 02-653-2720

### Hotels.com

โจอี้ ชาง (ฮ่องกง)

[zchan@hotels.com](mailto:zchan@hotels.com)

+852 3607 5719

อีวอน โบนานาติ (ลอนดอน)

[press@hotels.co.uk](mailto:press@hotels.co.uk)

+44 020 7019 2428