



สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) กระทรวงการคลัง

# State Enterprise Review : รายงาน

www.sepo.go.th

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ไตรมาส 3 ประจำปี 2553 (1 เม.ย. 53 – 31 มี.ย. 53)

สาขาพาณิชย์และบริการ

“องค์กรที่มีความเป็นเลิศทางการตลาดการท่องเที่ยว และมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย”

## สถานะการดำเนินงาน



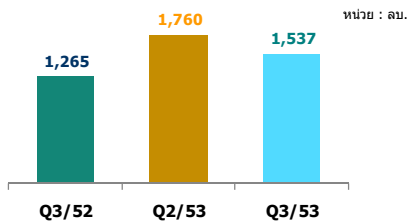
“ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก และสถานการณ์ความไม่สงบทางการเมืองในประเทศ ล้วนส่งผลต่อตลาดการท่องเที่ยวโดยรวม ซึ่ง ททท.ได้ร่วมมือกับภาครัฐและภาคเอกชนต่างๆ เร่งประชาสัมพันธ์ให้ต่างชาติเข้าใจ”

## ข้อมูลทั่วไป

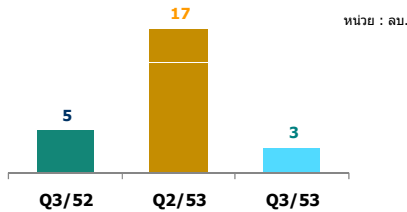
**สังกัด :** กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา  
**ประธานกรรมการ :** นายวิชัย ศรีขวัญ  
**กรรมการผู้แทน กค. :** นายประสงค์ พูนธเนศ  
**ผู้จัดการ (CEO) :** นายสุพล เสวตเสรี  
**CEO :-**  
**จำนวนพนักงาน :** 931 คน (พนักงาน 876 คน และลูกจ้าง 55 คน)  
**Website :** http://www.tourismthailand.org

## ข้อมูลด้านการดำเนินงาน

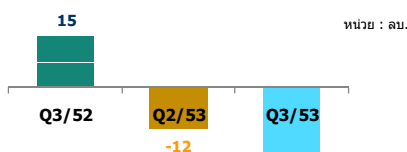
รายได้รวม 1,537 ลบ.



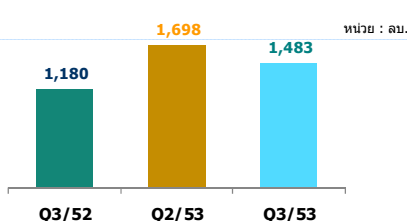
EBITDA 3 ลบ.



รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่าย -36 ลบ.



เงินลดหนี้งบประมาณ 1,483 ลบ.



ที่มา : งบการเงินเบื้องต้นของ ททท.

- จากเหตุการณ์ปีตีสถานการณ์และการชุมนุมจากประเด็นทางการเมือง เมื่อเดือนธันวาคม 2551 จนถึงเดือนเมษายน 2552 ส่งผลกระทบเชิงลบต่อภาพลักษณ์ของประเทศไทยต่อเนื่องจนถึงปลายปี 2552 ผวกกับเหตุการณ์ชุมนุมประท้วงภายในประเทศไทย ตั้งแต่วันที่ 12 มีนาคม – 2 เมษายน 2553 ส่งผลให้รัฐบาลต่างประเทศออกประกาศแนะนำนักท่องเที่ยวของตนในแต่ละประเทศ ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวและมีการยกเลิกการเดินทางของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยตลาดที่ได้รับผลกระทบมาจากกลุ่มตลาดระยะใกล้ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีใต้ ไต้หวัน เวียดนาม สิงคโปร์ อินเดีย ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์
- ททท. จึงจำเป็นต้องเร่งสร้างความเชื่อมั่นและฟื้นฟูภาพลักษณ์ประเทศไทย โดยใช้กลยุทธ์สร้างความเข้มแข็งให้กับแบรนด์ “ประเทศไทย” เพื่อฟื้นฟูและส่งเสริมภาพลักษณ์เชิงบวกของแบรนด์ประเทศไทย รวมทั้งขยายการบริหารและต่อยอดตำแหน่งของแบรนด์ประเทศไทย ด้วยแคมเปญ Amazing Thailand Amazing Value ผ่านกิจกรรมต่างๆ ทั้งระดับโลก (Worldwide) และระดับท้องถิ่น (In Market)
- ททท. ปรับแผนการดำเนินงานระยะสั้น โดยจะเร่งวิเคราะห์ตลาดที่ได้รับผลกระทบ เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายโดยตรงพร้อมทำประชาสัมพันธ์ควบคู่เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์ยดี จะใช้การประชาสัมพันธ์ฟื้นฟูภาพลักษณ์ประเทศไทยก่อนตามด้วยการโฆษณาและส่งเสริมการขายตามลำดับ
- สำหรับแผนการตลาดที่ ททท. จะเริ่มทยอยดำเนินการ แบ่งเป็น 2 ตลาดหลัก คือ ระยะสั้นได้แก่ กลุ่มประเทศเอเชียเน้นกลุ่ม อาเซียน จีน ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย อินเดีย และเกาหลี โดยจะเร่งจับมือกับคู่ค้า อาทิ สายการบิน บริษัทนำเที่ยว จัดแพ็คเกจนำเที่ยวประเทศไทยโดย ททท. จะเป็นผู้สนับสนุนในส่วนของค่าใช้จ่ายด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมถึงจัดแคมเปญ ทริปปริเชียวและบริษัทนำเที่ยวต่างชาติประมาณ 300 - 500 คนเข้ามาสำรวจแหล่งท่องเที่ยว คาดจะเริ่มจัดการนำเสนอสินค้าและบริการท่องเที่ยวของไทย ต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่จ่ายหากเลือกเดินทางมาไทย โดยจะรวบรวมแคมเปญที่เอกชน สมาคมโรงแรมจัดขึ้น ไปนำเสนอต่อนักท่องเที่ยวในทุกช่องทางเครือข่ายด้านประชาสัมพันธ์รวมถึงนำเสนอผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์
- สมาพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทยหรือเฟดต้า คาดการณ์ว่า จากสถานการณ์ความรุนแรงและข่าวสารที่สื่อสารออกไปยังประเทศต่างๆ ทำลายความเชื่อมั่นและความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มคนไทยและต่างชาติทำให้ตัวเลขนักท่องเที่ยวต่างชาติที่จะเข้าไทยปีนี้ คาดว่าจะลดลงจากเป้าหมายที่ ททท. ตั้งเป้าครั้งแรก 15.5 - 16 ล้านคน เหลือเพียงไม่ถึง 10 ล้านคน

## ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ

หน่วย : ล้านบาท

	2552	9M/52 (ค.ค. 51- มี.ย. 52)	9M/53 (ค.ค. 52- มี.ย. 53)	%Chg	เม.ย.- มี.ย. 52	เม.ย.- มี.ย. 53	%Chg	ม.ค.- มี.ค. 53	%Chg (QoQ)
<b>ฐานะทางการเงิน</b>									
เงินสด	3,457	2,472	2,415	-2.3%	2,472	2,415	-2.3%	3,359	-28.1%
สินทรัพย์หมุนเวียน	5,276	5,912	5,080	-14.1%	5,912	5,080	-14.1%	5,274	-3.7%
สินทรัพย์รวม	6,140	7,222	6,156	-14.8%	7,222	6,156	-14.8%	6,244	-1.4%
หนี้สินหมุนเวียน	4,272	4,821	4,096	-15.0%	4,821	4,096	-15.0%	4,248	-3.6%
หนี้สินรวม	4,362	4,895	4,180	-14.6%	4,895	4,180	-14.6%	4,331	-3.5%
ทุนรวม	1,777	2,327	1,976	-15.1%	2,327	1,976	-15.1%	1,913	3.3%
กำไร(ขาดทุน)สะสม	558	1,154	549	-52.4%	1,154	549	-52.4%	591	-7.0%
<b>ผลการดำเนินงาน</b>									
รายได้จากการดำเนินงาน	103	84	85	1.7%	34	21	-37.4%	38	-44.3%
รายได้รวม	4,836	3,390	4,570	34.8%	1,265	1,537	21.5%	1,760	-12.7%
ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน	99	75	47	-37.6%	31	20	-35.8%	23	-14.0%
ค่าใช้จ่ายรวม	5,257	3,318	4,578	38.0%	1,250	1,572	25.8%	1,771	-11.2%
กำไรจากการดำเนินงาน	4	9	39	323.5%	3	2	-51.6%	15	-89.1%
ดอกเบี้ยจ่าย	0	0	0	0%	0	0	0%	0	0%
ภาษีเงินได้นิติบุคคล	0	0	0	0%	0	0	0%	0	0%
EBITDA	10	13	43	226.3%	5	3	-35.8%	17	-81.6%
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	-421	73	-8	-111.7%	15	-36	-341.4%	-12	-210.3%
<b>อื่นๆ</b>									
ค่าใช้จ่ายพนักงาน	506	284	407	43.3%	126	123	-2.6%	126	-2.6%
กำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน	0	0	0	0%	0	0	0%	0	0%
ค่าเสื่อมราคา/ค่าตัดจำหน่าย	6	4	5	13.1%	1	1	0%	2	-7.4%
เงินนำส่ง/เงินปันผล	0	0	0	0%	0	0	0%	0	0%
เงินลดหนี้จากงบประมาณ	4,527	3,144	4,396	39.8%	1,180	1,483	25.7%	1,698	-12.7%
งบลงทุน (เป้าหมาย)	263	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	323	N.A.
งบลงทุนเบิกจ่าย	128	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	132	N.A.
อัตราการเบิกจ่าย (%)	0	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0	N.A.
SP2* (เป้าหมาย ถ้ามี)	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	515	N.A.
SP2* เบิกจ่าย	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	253	N.A.
อัตราการเบิกจ่าย (%)	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0	N.A.
<b>อัตราส่วนทางการเงิน</b>									
Current Ratio	1.24	1.23	1.24		1.23	1		1.24	
ROA	-0.07	1.34%	-0.18%		0.82%	0		-0.74%	
ROE	-0.24	4.16%	-0.57%		2.55%	0		-2.42%	
D/E (เท่า)	2.45	2.10	2.11		2.10	2		2.26	
Net Profit Margin	-0.09	2.14%	-0.19%		1.17%	0		-0.66%	

ที่มา : งบการเงิน สดง. รับรอง ปี 2552 สอดทาน Q3/52 และงบเบื้องต้นปี Q2/53 , Q3/53 ของ ททท.



www.sepo.go.th

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) กระทรวงการคลัง

# State Enterprise Review : รายงาน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ไตรมาส 3 ประจำปี 2553 (1 เม.ย. 53 – 31 มิ.ย. 53)

นโยบายของรัฐบาล

## Statement of Direction (SOD)

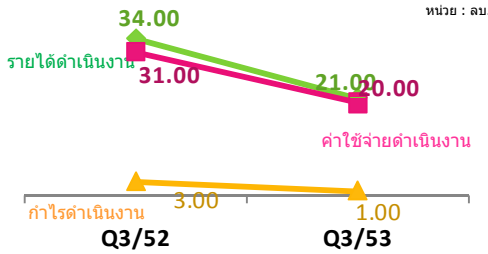
- ส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ด้วยการบริหารจัดการและระบบข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ

## การดำเนินงานตามนโยบายรัฐบาล

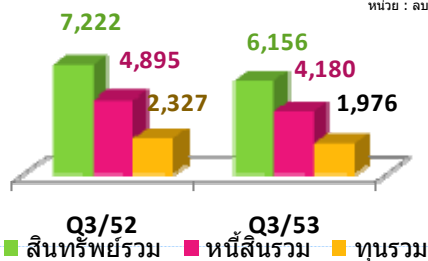
- ททท. ตั้งเป้าหมายรายได้รวมจากการท่องเที่ยวปี 2553 เป็นจำนวน 960,000 ลบ. โดยเป้าหมายรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 530,000 ลบ. และมีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณ 14.0 ล้านคน ในขณะที่ตลาดในประเทศกำหนดเป้าหมายรายได้จากนักท่องเที่ยวไทยไว้ที่เป้าหมาย 430,000 ลบ. และมีจำนวนการเดินทางไม่ต่ำกว่า 90 ล้านคน-ครั้ง

ข้อมูลอื่นๆ ที่สำคัญ

## รายได้ดำเนินงาน/ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน



## งบดุล



## วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

- การดำเนินงานในภาพรวมของ ททท. ใน Q3/53 มีรายได้ต่ำกว่าค่าใช้จ่าย 36 ลบ. ลดลงร้อยละ 341 จาก 15 ลบ. เมื่อเทียบกับ Q3/52 และ EBITDA 3 ลบ. ลดลงร้อยละ 36 เมื่อเทียบกับ Q3/52
- มีรายได้จากการดำเนินงาน 21 ลบ. ลดลงจาก Q3/52 ร้อยละ 37 เนื่องจากรายได้จากการจัดงานส่งเสริมการขาย รายได้จากการจัดทำหนังสือและวารสาร และรายได้จากการขายสินค้าเบ็ดเตล็ดลดลง
- ในขณะที่ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน 20 ลบ. ก็ลดลงร้อยละ 36 จาก Q3/52 เนื่องจากค่าใช้จ่ายจากการส่งเสริมการขายและค่าใช้จ่ายในการจัดทำวารสารลดลง
- โดยมีรายได้จากเงินอุดหนุน 1,483 เพิ่มขึ้นจาก Q3/52 จำนวน 303 ลบ. หรือประมาณร้อยละ 26 โดยเป็นการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง 2555 จำนวน 173 ลบ. และการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในส่วนของค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และค่าใช้จ่ายของสำนักงานสาขา

## ผลการประเมินผลครึ่งปี 2553 [คะแนนเบื้องต้น]

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ค่าจริง
<b>ทางการเงิน</b>		
1. ค่าใช้จ่ายบริหารเทียบกับค่าใช้จ่ายรวมของ ททท. (ร้อยละ)	25.42	Na.
<b>ไม่ใช่ทางการเงิน</b>		
1. ส่วนแบ่งตลาดของไทยในเอเชียแปซิฟิก (ร้อยละ)	ผลปี52	Na.
2. ความสำเร็จจากการส่งเสริมด้านการตลาด (ระดับ)	3	Na.
3. ความสำเร็จของการสื่อสารออนไลน์ (ระดับ)	3	Na.
4. การทบทวนแผนวิสาหกิจ (ระดับ)	3	Na.
5. ติดตาม/กำกับดูแลบริษัทที่ร่วมลงทุน (ร้อยละ)	90	Na.

## สรุปการดำเนินงานและข้อเสนอแนะ

### สรุปการดำเนินงานโดยรวม

- ททท. ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ รวมทั้งการเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยต่อต่างประเทศ
- ดำเนินแผนการตลาดเร่งด่วนเพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์และกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง/พัฒนารัฐวิสาหกิจ

- ททท. ควรมีการเร่งดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีให้เสร็จก่อนเริ่มปีบัญชีนั้นๆ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานขององค์กรต่อไป โดยมีการทบทวนนโยบายวิสัยทัศน์กลยุทธ์ทุกๆ ปี เพื่อกำหนดรายละเอียดของแผนปฏิบัติการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาและปรับปรุงระบบสารสนเทศ ให้มีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอย่างครบถ้วนและรวดเร็ว เป็นรายไตรมาส เพื่อให้ง่ายต่อการทำปรับกลยุทธ์ เพราะหากเกิดเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดหมายขึ้นมาจะได้วางแผนแก้ไขปัญหาค่าได้ทันกว่าการวางแผนระยะยาวเพียงอย่างเดียว โดยทบทวนแผนแม่บทสารสนเทศให้เป็นปัจจุบัน และควรดำเนินการให้ได้ตามแผนที่กำหนด

ผู้จัดทำ : นายพงศ์พัฒน์ มุรณะนนท์  
 กลุ่ม : ส่วนพัฒนารัฐวิสาหกิจกลุ่มสังคมและเทคโนโลยีฯ  
 ผอ.สำนัก : นายชาญวิทย์ นาคบุรี  
 โทรศัพท์ : 0-2298-5880-9 ต่อ 6681  
 วันที่จัดทำ : 30 ส.ค. 53