



ห้องสมุดการท่องเที่ยวฯ  
T05327



รายงานประจำปี  
2526  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



บค  
353.78  
ทรท  
2526  
ฉ.1

Thailand



บค  
353.78  
ทรท  
2526

ห้องสมุดการท่องเที่ยวฯ

T05327



รายงานประจำปี 2526 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย = Annual





Handwritten text in a rectangular stamp, including a date and other markings.

Handwritten text, possibly a date or reference number, located to the right of the stamp.



รายงานประจำปี 2526  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย  
TOURISM AUTHORITY OF THAILAND  
ANNUAL REPORT 1983



<b>Contents</b>	<b>สารบัญ</b>
Message from TAT's Governor	5 สารจาก ททท.
Tourism Situation in 1983	8 สถานการณ์การท่องเที่ยวในรอบปี 2526
Administrative Structure and Authority of TAT	15 รูปแบบโครงสร้างการบริหารงาน และอำนาจหน้าที่ ของ ททท.
Report on TAT's Activities in the Fiscal Year 1983 (October, 1982-September, 1983)	31 ผลงานทั่วไปในรอบปีงบประมาณ 2526 (ตุลาคม 2525 - กันยายน 2526)
Tourism Promotion	41 การส่งเสริมการท่องเที่ยว
Tourism Development	49 การพัฒนาการท่องเที่ยว
Roles of Tourist Industry on Economic Development	55 บทบาทของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ
Management of TAT's Resorts	63 การดำเนินงานของสถานตากอากาศ ททท.
Appendix	67 ภาคผนวก











# สารจากผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

## Message from TAT's Governor.



ในปี พ.ศ. 2526 ที่ผ่านมา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ดำเนินการด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยว และการคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง เพื่อเสริมสร้างความเจริญเติบโตให้แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยส่วนรวม ผลการดำเนินการในกิจกรรมที่สำคัญสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

**การส่งเสริมการท่องเที่ยว** ได้ดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขายให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทั้งนี้ในการณรงค์ด้านการตลาดได้พยายามเลือกดำเนินการเฉพาะตลาดที่สำคัญ และแสวงหากลุ่มเป้าหมายตลาดประเภทใหม่ อาทิเช่น ตลาดการประชุม (Convention) และตลาดการจัดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) เป็นต้น ในโอกาสเดียวกัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ร่วมมือกับธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชนและบริษัทการบินไทย จำกัด จัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการประชุมนานาชาติแห่งประเทศไทยขึ้น ให้เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบต่อการส่งเสริมการประชุมโดยเฉพาะ

**การพัฒนาการท่องเที่ยว** ได้สนับสนุนให้มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเข้ามายังประเทศไทย และไปยังภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ ฉะนั้นจึงต้องมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้งที่มีอยู่เดิมและแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ ให้อยู่ในสภาพที่พร้อมจะรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาได้ การจัดทำแผนแม่บท และศึกษาความเหมาะสมเป็นต้นจึงจำเป็น เพื่อใช้ชี้แนะให้เห็นศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนแนวทางการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมีอยู่มากมายหลายแห่ง โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา ชายหาด ยี่้า หรือแม้แต่โบราณวัตถุสถานต่างๆ การพัฒนาอย่างไม่มีรูปแบบและเป็นระบบมีผลก่อให้เกิดความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติเป็นอย่างมาก ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีนโยบายหรือมาตรการป้องกันการทำลายและอนุรักษ์ไว้ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้ โดยการจัดทำคู่มือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทดังกล่าว ให้เป็นรูปแบบหรือตัวอย่างที่สามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์ทั้งในด้านการพัฒนาที่สอดคล้องกันไปกับกรอบอนุรักษ์ธรรมชาติ

นอกจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ยังได้ทำการอนุรักษ์ฟื้นฟูงานประเพณี ตลอดจนมรดกวัฒนธรรมของชาติ โดยได้พยายามจัดงานในลักษณะการแลกเปลี่ยนและเผยแพร่วัฒนธรรมของแต่ละภาค เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อวัฒนธรรมระหว่างประชาชนแต่ละภาค อันจะเป็นทางก่อให้เกิดความรัก ความหวงแหน และความภาคภูมิใจในสมบัติวัฒนธรรมของชาติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ริเริ่มให้มีการแสดงแสง-เสียงขึ้นในหลายจังหวัดของประเทศ อาทิ ที่สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี อุทยานประวัติศาสตร์ กำแพงเพชร และวัดพระบรมธาตุราชวโรหิตาร จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นต้น

การขยายตลาดการท่องเที่ยวแห่งใหม่ๆ เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวได้มีมากขึ้นนั้น จะต้องมีการศึกษาและวิจัยตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาวิเคราะห์ถึงโอกาส ความเหมาะสมและพัฒนาและส่งเสริม

During 1983, the Tourism Authority of Thailand administered tourism promotion, tourism development and tourist safety in wider scope. TAT's administration promoted the growth of tourist industry as a whole. The administration was divided into major activities as followed:

### Tourism Promotion

TAT promoted tourism by advertising, publication and sales promotion. In marketing campaign, TAT selected only some major markets and searched for new target markets such as convention market and incentive travel market. Moreover, TAT cooperated with the private sector in tourist industry and Thai Airways International established Thailand Convention Board which was responsible for international convention promotion.

### Tourism Development

TAT promoted more new tourist attractions to induce tourists to visit various regions of Thailand. TAT developed both the old tourist sites and the new ones in order to accommodate the incoming tourists. Therefore, tourism master plan and feasibility study, which indicated potential tourist attractions, were essential guidelines for the most efficient utilization of tourist resource.

Tourist attractions in Thailand were abundant particularly natural attractions such as waterfalls, mountains, beaches, caves and historical sites. Since the informal and unsystematic tourism development greatly deteriorated natural resource, it was necessary to design a policy or a measure to protect and to conserve the resource. TAT, therefore, published a manual of tourist attraction development to be employed as a sample form. The manual was for the benefits of tourism development which was to be in accordance with natural conservation.

Besides tourist attraction development, TAT conserved and revived traditional fairs and national heritage. TAT arranged regional cultural fairs in various regions to publicize and exchange regional cultures in rural areas. The fair promoted good understanding towards regional culture among people. Also, it was a means to promote greater appreciation, sense of possession and pride in the nation's culture. TAT arranged 'Light and Sound Presentations' in many provinces such as the Bridge over the River Kwae in Kanchanaburi province, Historical Park in Kamphaeng Petch province and Wat Phra Boromphitth Worawihan in Nakorn Si Thammarat province.

The extension of new tourist markets, of which major aim was to increase the number of tourists, required study and market research of international tourists. The data from the study and the research were employed to increase the efficiency of tourism promotion and tourism development plan. Moreover, the data were indicating factors of Thailand's tourism situation when compared with the situations of the countries in South-East Asia. For international tourists, services and facilities were one of the most important factors which impressed them to revisit the country. The influential persons in the field of services and facilities were hotel personnels and employees in tourist industry. TAT realized the importance of these personnels, therefore, it established 'Hotel and Tourism Training Institute' to produce qualified personnels to work in tourist industry. Besides, TAT cooperated with universities both in Bangkok and in other major provinces arranged hotel trainings and tourist guide trainings in order to increase the hoteliers' and tour guides' skills.

The survey of consumption expenditure of international tourists showed that the tourists to Thailand in 1983 spent 25,050 million baht. The expenditure was divided into buying souvenirs 38.2%, accommodation 24.4%, food 17.2%, entertainment 8.8%, transport 8% and others 3.4%. To promote souvenir products to be a source of rendering foreign currency and economic circulation, TAT made attempts to develop forms and quality of souvenir products which were to be of international standard. TAT published lists of guaranteed souvenir shops in a pamphlet named 'Thailand Official Shopping Guide'. It was a manual providing information of buying souvenirs and other useful tourist

การท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ และเพื่อทราบถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย เปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคนี้ เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา การให้บริการและอำนวยความสะดวกเป็นสิ่งที่สำคัญประการหนึ่ง ในอันที่จะก่อให้เกิดความประทับใจและเดินทางกลับมาเยือนอีกเป็นครั้งที่สองหรือครั้งต่อไป ผู้ที่มีบทบาทในด้านนี้คือ บุคลากรของโรงแรมและเจ้าหน้าที่ในวงการธุรกิจท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญในข้อนี้ จึงได้จัดตั้งสถาบันฝึกอบรมวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยวขึ้น เพื่อผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพได้มาตรฐานออกไปประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังได้ร่วมกับมหาวิทยาลัยต่างๆ ทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด จัดอบรมวิชาการโรงแรมและอบรมัคคุเทศก์ เพื่อเสริมทักษะให้แก่ผู้มีโอกาสเหล่านี้อีกด้วย

จากการสำรวจค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวปรากฏว่าในจำนวนเงิน 25,050 ล้านบาท ที่นักท่องเที่ยวนำมาใช้จ่ายในประเทศไทยเมื่อปี 2526 นั้น ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกมีจำนวนสูงถึง 38.2% ค่าที่พัก 24.4% ค่าอาหาร 17.2% บันทึกรังเรียมย์ 8.8% ค่าขนส่ง 8% และอื่นๆ 3.4% ตามลำดับ ดังนั้นเพื่อให้สินค้าของที่ระลึกเป็นแหล่งที่จะนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศอีกทางหนึ่ง และก่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงพยายามที่จะพัฒนารูปแบบและคุณภาพในการผลิตสินค้าของที่ระลึกให้ได้มาตรฐาน และได้นำรายชื่อร้านค้าของที่ระลึกที่อยู่ในกรบริการรับรองคุณภาพ ลงพิมพ์เผยแพร่ใน *Thailand Official Shopping Guide* เพื่อเป็นคู่มือให้บริการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการซื้อของที่ระลึก และให้คำแนะนำในเรื่องต่างๆที่นักท่องเที่ยวควรทราบ แจกจ่ายให้แก่นักท่องเที่ยวเป็นการทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ

**การคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว** ปัญหาความไม่ปลอดภัยต่อร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว เป็นอุปสรรคสำคัญประการหนึ่งซึ่งบั่นทอนความเจริญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเสมอมา รัฐบาลได้ให้ความสนใจโดยจัดตั้งหน่วยตำรวจท่องเที่ยว กองกำกับการ 8 กองปราบปรามขึ้น เมื่อ พ.ศ. 2525 โดยพัฒนามาจากศูนย์อำนวยความสะดวกและให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ที่ได้จัดตั้งขึ้นในลักษณะการทดลองมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2519 กองกำกับการ 8 ป. ได้มีการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน จัดให้มีการวางกำลังสายตรวจเดินเท้า สายตรวจจรจรวิทยุและจักรยานยนต์ เข้าร่วมประสานงานกับเจ้าหน้าที่ตำรวจท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความปลอดภัยในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ย่านชุมชนที่พักอาศัย และสถานบันเทิง ที่อยู่ในความนิยมของนักท่องเที่ยว และในอนาคตจะมีการจัดตั้งสถานีย่อยตำรวจท่องเที่ยวและการจัดตั้งตู้ยามเคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อบริการในด้านการรับแจ้งความร้องทุกข์ตลอด 24 ชั่วโมง บริการให้ข่าวสารข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว

ถึงแม้ว่าในปัจจุบันนี้สภาพเศรษฐกิจได้ตกต่ำไปทั่วโลก ประกอบกับการแข่งขันในด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียมีมากขึ้น และสภาพการณ์เช่นนี้ยังมีแนวโน้มจะต่อเนื่องต่อไปในอนาคต จึงนับว่าเป็นอุปสรรคสำคัญยิ่งต่อการดำเนินการที่จะเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ อย่างไรก็ตาม จากการที่รัฐบาลได้กรุณาให้ความสนใจและสนับสนุน

information. The pamphlets were distributed to tourists in Thailand and abroad.

#### Tourist Assistance

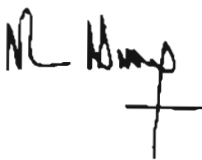
Problems concerning the insecurity on life and property of tourists were major obstacles which obstructed tourist industry's growth. The Thai government, greatly concerned with the problems, established a unit of tourist police under the control of police section 8 of the Crime Suppression Division in 1982. The tourist police unit was developed from the centre of tourist convenience and security which was in the period of testing since 1977. The police section 8 increased the administration efficiency by assigning on-foot patrols as well as car and motorcycle patrols. The tourist police assisted local police to guard tourist sites, urban areas and tourist entertaining places. In the near future, small tourist police stations and mobile posts would be dispersed in Bangkok's areas. There, the police were ready to receive tourist appeals in all twenty-four hours. Moreover, they would provide useful tourist information.

The World's economic recession, increasing tourism competition in Asian countries and unchanging tourism trends of the future were major obstacles for TAT to achieve its target -- the increase of number of tourists to Thailand. Owing to the Thai government's interest in tourism and its support, TAT received from the government the budget on specific purposes in advertising and tourist security. The budget totalled 122 million baht which was divided into 44.5 million baht for 1984 and 77.5 million baht for 1985. This provided TAT opportunities to extend the scope of administration. With fervent determination, TAT carefully planned and adjusted operational strategies to reach more new tourism markets. Moreover, TAT cooperated with government and private sectors in marketing and tourism development. The cooperation resulted in the Sales Promotion Fair in London and the Sales Promotion Fair in Vancouver. Both the London's fair on October 1983 and the Vancouver's fair on April 1984 were beneficial to Thai tourism markets in Europe, Canada and U.S.A. respectively. Noticeably, the Vancouver's fair concurred with the visit to Canada and U.S.A. of the Prime Minister, General Prem Tinsulanonda who led Thailand representatives to make dialogues on trade, investment, and tourism in such markets. TAT purposed to arrange typical fairs in other major markets. It was expected that the fair would be an essential factor to promote Thailand tourism to meet more success and to achieve designed target.



การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจังมากขึ้น โดยได้อนุมัติงบประมาณพิเศษ ให้แก่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อดำเนินการเผยแพร่โฆษณา และ เพื่อคุ้มครองความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวรวม 122 ล้านบาท โดยแบ่งจ่ายให้ ในปีงบประมาณ 2527 จำนวน 44.5 ล้านบาท และในปี 2528 อีก 77.5 ล้านบาท ก็จะเปิดโอกาสให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยปฏิบัติงานได้กว้างขวาง มากขึ้น และด้วยความมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติงานอย่างเต็มกำลัง โดยมีการ วางแผนงานอย่างรอบคอบ พยายามปรับกลยุทธ์การดำเนินการโดยมองหา ช่องทางที่จะก้าวรุกไปยังตลาดการท่องเที่ยวใหม่ๆ เพิ่มขึ้น พร้อมกับ ประสานร่วมมือกับภาคเอกชนและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องในการ ดำเนินงานทั้งด้านการตลาดและการพัฒนาการท่องเที่ยว และจากการจัดงาน ส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวต่อตลาดยุโรปที่ประเทศอังกฤษ และต่อตลาด สหรัฐอเมริกาและแคนาดา ที่เมืองแวนคูเวอร์ เมื่อเดือนตุลาคม 2526 กับเดือนเมษายน 2527 ตามลำดับ โดยเฉพาะการจัดงานที่เมืองแวนคูเวอร์ตัน ได้กระทำในโอกาสที่ ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ นำคณะผู้แทนจากประเทศไทยเดินทางไปเจรจาทางการค้า การลงทุน และ การท่องเที่ยวในตลาดดังกล่าว และได้เร่งโหมการค้าดำเนินงานในลักษณะนี้ ให้มากขึ้นในตลาดสำคัญอื่นๆ ต่อไป ก็เชื่อว่าจะเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วย สนับสนุนให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยประสบผลสำเร็จและก้าวไปสู่ เป้าหมายที่กำหนดไว้ได้มากยิ่งขึ้นในอนาคต

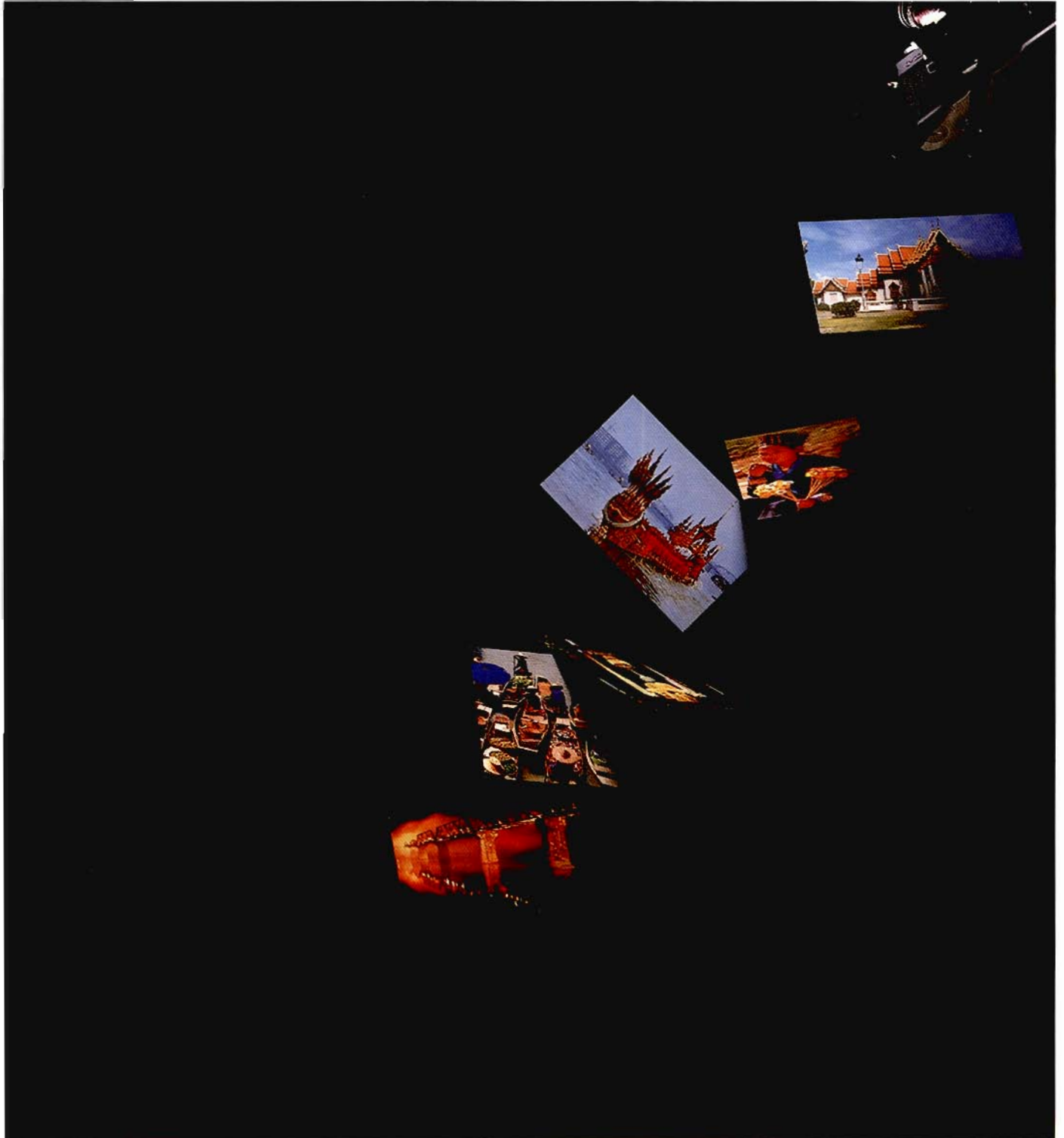


พันเอก 

(สมชาย หิรัญกิจ)  
ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย  
(Colonel Somchai Hiranyakit)  
Governor

# สถานการณ์การท่องเที่ยว ในรอบปี 2526

Tourism Situation in 1983







องค์การท่องเที่ยวโลกได้รายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวในรอบปี 2526 ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเพิ่มขึ้นเล็กน้อย คือ ประมาณร้อยละ 0.5 ทั้งนี้เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจของโลกโดยทั่วไปยังไม่ฟื้นตัว ประกอบกับบางประเทศประสบปัญหาด้านการเมืองซึ่งส่งผลกระทบต่อไปถึงการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงหันมาท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้น

สำหรับประเทศไทย จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้ามาประเทศไทยในช่วงปี 2526 มีจำนวน 2,191,003 คน ลดลงร้อยละ 1.24 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2525 การที่นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยลดน้อยลงอาจจำแนกสาเหตุได้ดังนี้ :-

1. สภาพภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก โดยเฉพาะในตลาดท่องเที่ยวที่สำคัญของไทย เช่น ตลาดยุโรป คือ เยอรมัน ฝรั่งเศส และตลาดในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก คือ ฮองกง เกาหลี ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย และจากการที่สภาพเศรษฐกิจได้หดตัวลงมีผลกระทบต่อตรงถึงการค้าเนื้องานในธุรกิจท่องเที่ยว ที่เห็นได้ชัดคือการล้มเลิกกิจการของบริษัทนำเที่ยวรายสำคัญในบางประเทศ เช่น กลุ่ม Carrian ในฮองกง เนื่องจากประสบภาวะขาดทุน

นอกจากนี้ การที่สภาพเศรษฐกิจตกต่ำทำให้รัฐบาลบางประเทศได้พยายามที่จะสงวนเงินตราต่างประเทศไว้ให้มากที่สุดและเข้าแทรกแซงในกิจการท่องเที่ยว โดยออกมาตรการในลักษณะต่าง ๆ ที่จะสกัดกั้นการเดินทางออกท่องเที่ยวของคนนอกประเทศ

2. หลายประเทศได้เปิดแหล่งท่องเที่ยวใหม่อีกหลายแห่ง เช่น จีนแผ่นดินใหญ่ ศรีลังกา มัลดีฟส์ และญี่ปุ่น ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันโรยหนาในด้านธุรกิจท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง และได้หันเหความสนใจของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวในประเทศดังกล่าวเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากยุโรป อเมริกา และจากประเทศในแถบเอเชียแปซิฟิก คือ ฮองกง และออสเตรเลีย

3. ชาวในทางลบเกี่ยวกับประเทศไทยที่เผยแพร่ทางสื่อมวลชนในต่างประเทศเช่น ข่าวการรุมพุงที่ชายแดน ข่าวการเคลื่อนไหวที่สื่อความไม่สงบทางการเมือง ข่าวยาเสพติด ข่าวการแพร่ระบาดของเชื้อโรคต่าง ๆ ทำให้เกิดความหวาดกลัวในหมู่นักท่องเที่ยว อีกทั้งมีรายงานจากการสำรวจขององค์การท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่ได้เผยแพร่ออกไปว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีค่าครองชีพสูง ประกอบกับเงินบาทของไทยซึ่งอิงอยู่กับเงินเหรียญอเมริกันดูมีค่ามากเมื่อเทียบกับเงินสกุลอื่น เช่น เงินปอนด์สเตอร์ลิง เงินมาร์คเยอรมัน เงินฟรังก์ฝรั่งเศส หรือเงินฮองกง ทำให้ให้นักท่องเที่ยวจากตลาดสำคัญเหล่านี้หันเหความสนใจไปยังแหล่งท่องเที่ยวในประเทศอื่นที่ดูจะประหยัดค่าใช้จ่ายและมีความปลอดภัยมากกว่า

สำหรับนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยสามารถจำแนกตามถิ่นที่อยู่ (Country of Residence) ได้ดังต่อไปนี้ :-

World Tourism Organization forecasted that the international tourist arrivals in 1983 would increase only 0.5 percent Due to the world's economic recession and political conflicts in some countries, most tourists favoured domestic travel.

In Thailand, the international tourist arrivals by country of residence totalled 2,191,003 in 1983. However, the 1983 number of tourist arrivals decreased 1.24 percent compared with 1982's. Causes which affected the decrease of international tourist arrivals to Thailand were as followed:

1 The World's economic recession prevalent in all major markets of Thailand such as European markets — France and Italy, and Asia and Pacific markets — Hong Kong, Korea, Japan and Australia The economic recession directly affected tourist industry It was evident in bankruptcies of major travel companies such as Hong Kong's Carrian Group.

Besides, many government regulated measures to reserve foreign currency in their countries so that they were able to cope with economic recession Because of currency limit imposed by the government, tourism was affected.

2 Many countries opened new tourist attractions such as China, Sri Lanka, Maldiva and Japan Thus, there were advertising competitions of tourist business in greater extent It resulted in the increasing number of tourists to such new places, especially the tourists from Europe, America and Asia and Pacific regions such as Hong Kong and Australia

3 The adverse news of Thailand publicized by mass media abroad Such news were skirmishes on Thailand's border, political unrest, narcotics and spread of diseases which caused fears to tourists. In addition, the survey of Japan Tourist Organization reported Thailand's high cost of living and the strength of Thai currency attached to Therefore, the UK sterling, the German mark and the French franc did not possess high value when they were exchanged in Thai currency Consequently, tourists from major markets were more interested in the countries which they could save their money and where they felt safe from danger and disease

International tourists to Thailand by country of residence were classified as followed

### 1. Asia and Pacific Market

The Asia and Pacific market was the most important market to tourist business of Thailand since it possessed the highest number of tourists when it was compared to other markets. In 1983, the number of international tourists from Asia and Pacific decreased 1.97 percent The major causes of the decrease were the economic recession in many countries, political unrest and the governments' policies and measures which affected tourism as a whole For example, in Indonesia, the government of Indonesia devalued the rupia currency because of reduced oil price in the world market. The government collected travel tax from Indonesian tourists who travelled abroad and the

## 1. ตลาดเอเชียและแปซิฟิก

ตลาดเอเชียและแปซิฟิกนับได้ว่าเป็นตลาดที่มีความสำคัญต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีสัดส่วนของตลาดสูงมากเป็นอันดับหนึ่งเมื่อเทียบกับตลาดในภูมิภาคอื่น ๆ มาโดยตลอด แต่ในปี 2526 ตัวเลขนักท่องเที่ยวในตลาดเอเชียและแปซิฟิกที่เดินทางเข้าประเทศไทยได้ลดลงร้อยละ 1.97 ทั้งนี้สืบเนื่องจากหลายประเทศในตลาดนี้ประสบปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำ ปัญหาความไม่สงบทางการเมือง รวมถึงนโยบายและมาตรการบางประการที่รัฐบาลของประเทศนั้น ๆ ได้นำออกใช้และส่งผลกระทบต่อถึงสภาวะการท่องเที่ยวโดยส่วนรวม เช่น ในประเทศอินโดนีเซีย จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางออกนอกประเทศลดลงมากหลังจากรัฐบาลได้ประกาศลดค่าเงินรูเปียลง ซึ่งสืบเนื่องมาจากการลดราคาน้ำมันดิบซึ่งเป็นสินค้าออกสำคัญของอินโดนีเซียและการเรียกเก็บภาษีเงินได้ออกนอกประเทศในเดือนพฤศจิกายน 2525 ซึ่งนักท่องเที่ยวจากอินโดนีเซียเมื่อต้องชำระภาษีเดินทางแล้วก็มีความคิดว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวในระยะไกล จึงมุ่งไปอเมริกาหรือยุโรปมากกว่าที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศใกล้เคียง จำนวนนักท่องเที่ยวจากอินโดนีเซียที่เข้ามาประเทศไทยจึงลดลงร้อยละ 29.40 และไม่เพียงแต่ประเทศไทยเท่านั้น ที่ได้รับผลกระทบในครั้งนี้ มาเลเซียและสิงคโปร์ก็เช่นกัน โดยเฉพาะสิงคโปร์ซึ่งเคยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ชาวอินโดนีเซียนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวและซื้อของก็ได้รับความกระทบกระเทือนอย่างมาก คือ จำนวนนักท่องเที่ยวจากอินโดนีเซียลดลงถึงร้อยละ 35.0

ส่วน ตลาดอินเดีย แม้ตัวเลขจะเพิ่มขึ้น 26.90% แต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้ามาจะเดินทางเข้ามาเองเป็นกลุ่มโดยไม่ได้รับบริการของบริษัทนำเที่ยว ส่วนใหญ่จะหาที่พักเอง และตามข้อมูลที่ทราบได้จากบริษัทนำเที่ยว 80% ของนักท่องเที่ยวจากอินเดียจะอยู่ในประเทศไทยประมาณ 1-2 วัน แล้วเดินทางไปสิงคโปร์เพื่อจับจ่ายซื้อของและจะเดินทางกลับประเทศอินเดียโดยสายการบินซึ่งเปิดเส้นทางบินตรงระหว่างสิงคโปร์กับนิวเดลี จากสถิตินักท่องเที่ยวของสิงคโปร์ระหว่างเดือนมกราคม-ธันวาคม นักท่องเที่ยวจากอินเดียที่เดินทางไปสิงคโปร์ก็มีจำนวนเพิ่มขึ้นมากเช่นเดียวกัน

ตลาดสิงคโปร์ มีจำนวนเพิ่มขึ้น 8.54% สืบเนื่องมาจากสภาวะเศรษฐกิจในประเทศสิงคโปร์ไม่ดีขึ้นกว่าปีก่อน ๆ นักท่องเที่ยวจากสิงคโปร์จึงออกเดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศที่อยู่ใกล้เคียงมากกว่าที่จะเดินทางไปประเทศที่ไกลออกไป เช่น ยุโรปหรืออเมริกาและจากการที่ บริษัทการบินไทยได้เปิดเส้นทางบิน ภูเก็ต-สิงคโปร์ มีผลให้นักท่องเที่ยวจากสิงคโปร์พาครอบครัวมาท่องเที่ยวได้สะดวกยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผลไม้ อาหาร การช้อปปิ้งในประเทศไทย ก็เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเหล่านี้เดินทางเข้ามาโดยสม่ำเสมอ

ตลาดมาเลเซีย จัดได้ว่าเป็นตลาดที่มีความไหวตัวต่อข่าวสาร

measure started from November 1982. Most tourists, charged with high travel tax rate, decided to travel to long distanced regions such as America or Europe rather than travel to neighbouring countries. Therefore, Indonesian tourists to Thailand decreased 29.40 percent. Not only Thailand was affected by the measure, Malaysia and Singapore suffered too. Singapore, a favourite tourist attraction of Indonesians who preferred shopping, experienced a sharp decrease of 35.00 percent.

**India** Although the figures showed an increase of 26.90 percent, most Indian tourists visited Thailand in groups and they did not need services from Thai travel agencies. Most could find their own accommodations. According to the information from a travel agency in Thailand, 80 percentage of Indian tourists stayed in Thailand approximately from one to two days. Then, they went for shopping in Singapore and they returned to their homeland by a new flight — Singapore - Delhi. According to Singapore's statistics from January-December, Indian tourists to Singapore also increased.

**Singapore** : Singaporean tourists increased 8.54 percent in 1983, Singapore's economic situation was not better than former years; therefore, many Singaporean travelled to the adjacent countries rather than the far-distanced countries such as Europe and America. Moreover, Thai Airways International opened a new flight from Phuket to Singapore. It rendered more convenience for Singaporean to travel in family group. In addition, Thai fruits and Thai food were favourite among Singaporean tourists. These two factors were considered attractions which induced more Singaporeans to Thailand.

**Malaysia** Malaysian market was very sensitive to the news in Thailand. For example, the news on parliament dissolution in August and the news of strike on the constitutional law's correction in March could frighten Malaysian tourists. Because of such news, some Malaysians, well-prepared for summer vacations in Thailand, cancelled the reserved tour programmes to Thailand. Also, in the end of the year 1983, there was a news concerning the spread of supergonorrhoea disease. Therefore, Malaysian tourists to Thailand in 1983, increased only 6.07 percent which was lower than the former year's rate.

**Philippines** . Philippine tourists decreased 22.77 percent. Economic problems and political conflicts directly affected tourism. Government of the Philippines devalued the peso for two times in five months. The devaluation was to decrease the nation's deficits. To reserve foreign currency in the country, Philippine tourists were not permitted to take U.S. dollars out of the country. Consequently, travel agencies and tourist-related business were not confident to offer services to the tourists who paid in peso currency. Due to the lack of foreign currency,



ต่าง ๆ ในประเทศไทย ชาวการทูตมาในเดือนเมษายนและชาวเรือเดินขบวนประท้วงการแก้ไขรัฐธรรมนูญในเดือนมีนาคม ทำให้นักท่องเที่ยวมาเลยซึ่งเตรียมตัวจะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพราะตรงกับช่วงปิดภาคเรียน ได้ขอยกเลิกรายการเดินทางที่จองไว้แล้วเป็นจำนวนหนึ่ง และในช่วงปลายปี 2526 ได้มีข่าวการระบาดของโรคซุเปอร์โคโรนาเรีย ดังนั้น จำนวนนักท่องเที่ยวจากมาเลยที่เดินทางเข้ามาในปี 2526 จึงเพิ่มขึ้นเพียง 6.07% ซึ่งนับว่าอัตราการเพิ่มอยู่ในระดับต่ำมากเมื่อเทียบกับปีก่อน ๆ ที่ผ่านมา

**ส่วนในตลาดฟิลิปปินส์** นักท่องเที่ยวจากฟิลิปปินส์ที่เดินทางเข้ามาลดลง 22.77% เนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจและความไม่สงบทางการเมืองได้ส่งผลกระทบต่อตรงถึงการท่องเที่ยว รัฐบาลได้ประกาศลดค่าเงินเปโซลงถึง 2 ครั้งในช่วงเวลา 5 เดือนของปี 2526 เพื่อแก้ไขปัญหาดุลค่าเงิน และจากการที่รัฐบาลพยายามสงวนเงินตราต่างประเทศโดยเฉพาะเงินเหรียญสหรัฐ โดยออกมาตรการมีให้นักท่องเที่ยวจากฟิลิปปินส์นำเงินเหรียญสหรัฐออกนอกประเทศ ทำให้บริษัทนำเที่ยว รวมทั้งธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ ไม่มีความมั่นใจที่จะขายบริการให้ หากจะต้องรับค่าบริการในรูปของเงินเปโซ และจากการที่ขาดแคลนเงินตราต่างประเทศนี้ รัฐบาลฟิลิปปินส์ได้เข้าแทรกแซงในระบบการท่องเที่ยว โดยเพิ่มภาษีเดินทางออกนอกประเทศขึ้นไปอีกเท่าตัว ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวจากฟิลิปปินส์ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงในการเดินทางออกนอกประเทศ นอกจากนี้ความไม่สงบในด้านการเมือง นักท่องเที่ยวจากฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่จะพยายามอพยพครอบครัวไปอยู่ที่แคนาดาหรือสหรัฐอเมริกา ทำให้มีการเดินทางไปเยี่ยมญาติหรือหาโอกาสทำงานในภูมิภาคนี้มากกว่าจะเดินทางไปแหล่งอื่น

**ส่วน ตลาดเกาหลี** แม้ว่ารัฐบาลจะเริ่มใช้นโยบายเปิดการเดินทางออกนอกประเทศโดยอิสระ เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างเกาหลีกับประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกแล้วก็ตาม แต่เนื่องจากในช่วง 2 ปีที่ผ่านมารัฐบาลได้เริ่มตระหนักถึงจำนวนเงินที่ชาวเกาหลีนำออกไปจับจ่ายซื้อของในต่างประเทศ จึงได้พยายามเข้าแทรกแซงระบบการท่องเที่ยว โดยรัฐบาลเกาหลีได้เริ่มนำมาตราการบังคับให้บริษัทนำเที่ยวที่ทำ Outbound จะต้องนำนักท่องเที่ยว Inbound ให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีด้วยจำนวนที่ใกล้เคียงกัน นอกจากนี้สถานการณ์ทางการเมืองที่ตึงเครียดระหว่างเกาหลีเหนือและเกาหลีใต้ สืบเนื่องจากการวางระเบิดสังหารหมู่คณะผู้แทนทางการเกาหลีใต้ขณะเดินทางไปเยือนประเทศพม่า และการที่เครื่องบินของสายการบินแห่งชาติเกาหลีถูกยิงตกใกล้หมู่เกาะซาดาลินในช่วงปลายปี 2526 ทำให้การเดินทางออกนอกประเทศของชาวเกาหลีซังกัง สำหรับประเทศไทยจำนวนนักท่องเที่ยวจากเกาหลีลดลง 11.63%

**ตลาดญี่ปุ่น** จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงร้อยละ 6.41 ทั้งนี้เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางออกนอกประเทศของญี่ปุ่นทั้งหมดได้เพิ่มขึ้นเพียง 1.3% ในรอบ 6 เดือนแรกของปี 2526 และในเดือนมิถุนายนได้ลดลงถึง 3.3% เนื่องจากมีการเลือกตั้งทั่วไปในญี่ปุ่น นอกจากนี้ ชาวการทูตมาเลยที่เดินทางมาเลยและชาวนำท่วมกรุงเทพฯ ก็มีผลทำให้การเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยจากญี่ปุ่นซังกังไป

the government of the Philippines doubled travel tax Therefore, Philippine tourists' expenditure of travelling abroad was much higher. The political unrest in the Philippines caused some people to evacuate their families to Canada or U S A. So, there were more travels to America for relatives' visit and job opportunities and less travels to other regions.

**Korea** . The Korean government's policy was to provide more opportunities for the Koreans to travel abroad in order that the relations between Korea and other countries improved. However, during the past two years, the government realized the Koreans expended greatly in foreign currency outside the country. Consequently, the government regulated a measure to control travel agencies to balance the number of outbound and inbound tourists. The agencies had to find suitable strategy to induce more tourists to Korea so that the Koreans could travel abroad with the same number of inbound tourists. Because of the bombing in Burma which killed Korean ministers, there was a tension between North Korea and South Korea. Also, in the end of 1983, the shot-down of Korean airlines craft near Sakhalin island delayed Koreans' travels To Thailand, Korean tourists decreased 11.63 percent

**Japan** Japanese tourists decreased 6.4 percent because Japanese travelled abroad increased only 1.3 percent in the first six months of 1983. The decrease was obvious especially in June — Japan's election period. Besides, there were news concerning the spread of super-gonorrhoea and Bangkok's floods. The news caused reduction of Japanese tourists to Thailand. Moreover, many airlines in Japan did not promote tour sales but they stressed on sales of business-class tickets which rendered more profits to the companies. The airfare structure designed by the 10 Orient Airlines Associations was still high and there was no cut-price rate.

**Australia** Australian tourists decreased 3.65 percent Because of Australian economic recession from 1982-1983, the government of Australia devalued Australian dollar for two times in order to prevent the flow of investment to other countries. The economic situation greatly affected tourism. An obvious case was the increase of air ticket price from Australia which compensated the loss from devaluation. The air ticket price was influential to Australian tourists' decision on long-haul flights. Probably, they would not go far because of the increased air tickets.

However, the government regarded travel as a state's welfare. A sum of the officials' and employees' income for travel expenditure was collected without tax payment. Besides, most Australians loved travelling. It was expected that Australian tourists would increase if the economic situation was good

## 2. Europe Market

In 1983, European tourists decreased 6.04 percent compared with 1982's. The number of tourists from major European markets declined sharply. Owing to European economic recovery, many countries still suffered chronic

นอกเหนือจากนี้ทางบริหารการบินหลายบริษัทในญี่ปุ่นได้ลดความสนใจที่จะส่งเสริมเรื่องขายตั๋ว หากแต่กลับไปแข่งขันการขายบัตรโดยสารระดับนักธุรกิจ (business class ticket) ซึ่งมีผู้ทางทำกำไรให้สายการบินมากกว่า ประกอบกับราคาบัตรโดยสารที่กำหนดโดย Orient Airlines Association ยังนับว่าอยู่ในระดับสูง และไม่มี การขายในลักษณะลดราคา

สำหรับตลาดออสเตรเลีย จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง 3.65% เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจของออสเตรเลียระหว่างปี 2525-2526 อยู่ใน ภาวะซบเซาอย่างมาก รัฐบาลได้แก้ไขปัญหาลดเงินในลออกนอกประเทศโดยการประกาศลดค่าเงินดอลลาร์ออสเตรเลียลงถึง 2 ครั้ง ซึ่งกระทบกระเทือนต่อการเดินทางท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ที่เห็นได้ชัดคือ อัตราค่าโดยสารเครื่องบินในเส้นทางบินจากออสเตรเลียเพิ่มขึ้นมาก เพื่อชดเชยกับการลดค่าเงินซึ่งอัตราค่าโดยสารเครื่องบินนี้เป็นตัว กำหนดที่สำคัญมากในการตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระยะไกลเช่น นักท่องเที่ยวจากออสเตรเลีย

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากรัฐบาลออสเตรเลียได้จัดโครงการเดินทางท่องเที่ยวและพักผ่อนเข้าไว้เป็นสวัสดิการของรัฐ โดยการหักเงินรายได้ของพนักงานและลูกจ้างไว้จำนวนหนึ่งโดยไม่ต้องชำระภาษี ประกอบกับชาวออสเตรเลียเป็นชนชาติที่รักการเดินทางอยู่แล้ว จึงเป็นที่ คาดหมายได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจากออสเตรเลียที่ลดลงเล็กน้อย นี้จะกลับดีขึ้นเมื่อเศรษฐกิจฟื้นตัว

## 2. ตลาดยุโรป

สำหรับตลาดยุโรปในปี 2526 มีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงกว่าปี ก่อนร้อยละ 6.04 นักท่องเที่ยวจากหลายประเทศในยุโรปลดลงมาก ทั้งนี้เนื่องมาจากเศรษฐกิจในยุโรปเพิ่งจะเริ่มฟื้นตัว ดังนั้นประเทศต่าง ๆ จึงประสบปัญหาทางเศรษฐกิจอันสืบเนื่องกันมาตลอดปี เช่น อัตราการว่างงานสูง อัตราเงินเฟ้อสูง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวจากบาง ประเทศในยุโรปที่มีสภาพเศรษฐกิจดียังคงเข้ามาในประเทศไทยเป็น จำนวนมากกว่าปีที่แล้ว เช่น เยอรมัน เนเธอร์แลนด์ ฯลฯ

ในตลาดฝรั่งเศส จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงมากกว่าปีที่แล้ว เป็นอัตราส่วนร้อยละ 25.09 ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากรัฐบาลฝรั่งเศสออก มาตรการควบคุมการนำเงินออกนอกประเทศเมื่อปลายเดือนมีนาคม 2526 เพื่อแก้ไขภาวะเศรษฐกิจตกต่ำด้วยจำนวนเงินจำกัดเพียง 3,000 ฟรังก์ จึงทำให้นักท่องเที่ยวจากฝรั่งเศสส่วนใหญ่ได้แต่เพียง เฉพาะประเทศต่าง ๆ ในยุโรปและบางประเทศในแถบอาฟริกาเหนือ เช่น อัลจีเรีย มอริออคโค ฯลฯ อย่างไรก็ตาม ในปลายเดือนธันวาคม ปี 2526 รัฐบาลฝรั่งเศสได้ประกาศยกเลิกมาตรการการควบคุมเงิน ดังกล่าวแล้ว จึงทำให้มีการคาดหวังก่อนว่าในปี 2527 นี้ นักท่องเที่ยว จากฝรั่งเศสจะเดินทางมายังแถบแปซิฟิกและเอเชียตะวันออกเพิ่ม มากขึ้นกว่าปีที่แล้ว

ในตลาดสเปนและอิตาลี นักท่องเที่ยวจากสเปนและอิตาลีลดลง เป็นจำนวนร้อยละ 22.34 และ 15.23 ตามลำดับ ทั้งนี้ เนื่องมาจาก

problems of economics throughout the year such as high rate of unemployment, high rate of inflation. However, there was an increase of tourists from some European countries which did not suffer from economic recession such as Germany and the Netherlands

**France** : French tourists sharply decreased at the percentage of 25.09 lower than 1982's. Due to the French government's measure on currency limitation in March 1983, French tourists could take only 3,000 francs out of the country. The measure's aim was to reserve currency in the country and to help the country's economic situation. With limited amount of money, most French tourists could travel to only some European and North Africa's countries such as Algeria and Morocco. However, in December 1983, the French government lifted the measure. Therefore, in 1984, it was expected that French tourists would travel to the South East Asia and Pacific regions more than in the year 1983

**Spain and Italy** : Spanish and Italian tourists decreased 22.34 and 15.23 percent respectively. Owing to economic recession and devaluation of peseta and lira, Spanish and Italian tourists favoured to travel to countries where their currencies possessed high value. Of the two countries with equal distance, they chose to travel to the country with cheaper expenditure such as Brazil.

**United Kingdom** : Although the United Kingdom's economic situation was still stagnant, English tourists to Thailand increased 4.99 percent. More English tourists were interested in Thailand. Also, tour operators in the United Kingdom put more emphasis on tour arrangements from England to Thailand

**Germany** : German tourists to Thailand of the first six months decreased 3.62 percent. Nevertheless, the number of German tourists of the year 1983 increased 1.15 percent. Three major causes supported the increase. Firstly, the subsequent six months were Germany's tourist seasons. Secondly, the economic situation was in better prospect. Finally, there was a competition in airlines tickets to the Pacific and Asia. So, the tickets to this region were cheaper than those to the other destinations. Tourists from Benelux countries and Scandinavian countries mostly decreased. However, there was an increase of tourists from the countries with no economic problems such as the Netherlands and Denmark

## Americas

In 1983, tourists from Americas increased 1.39 percent. Tourists from U.S.A. and Canada increased 3.80 and 15.51 percent respectively. However, tourists from Latin American countries decreased sharply. For example, Mexican tourists decreased 54.73 percent and Brazilian tourists decreased 41.71 percent. Most Latin American countries' economics deteriorated because of the nations' debts. Also, these countries faced internal problems such as political unrest. Consequently, most



สภาพเศรษฐกิจทั้งสองประเทศยังไม่ฟื้นตัว การลดค่าเงินเปเซตาและลีรา ทำให้เงินตราของสองประเทศต่ำกว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของประเทศอื่นในยุโรป นักท่องเที่ยวจึงหันไปหาแหล่งท่องเที่ยวที่ราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับราคาของแหล่งท่องเที่ยวที่มีระยะทางพอกัน เช่น ไปเที่ยวประเทศบราซิลเป็นจำนวนมาก

ในตลาดอังกฤษ นั้น แม้ว่าสภาพทางเศรษฐกิจของประเทศอังกฤษยังคงชะงักงันอยู่ก็ตาม แต่นักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในประเทศอังกฤษที่เดินทางมาประเทศไทยกลับมีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.99 ทั้งนี้เนื่องจากชาวอังกฤษสนใจประเทศไทยเพิ่มขึ้น รวมทั้งบริษัทนำเที่ยวของอังกฤษก็ให้ความสำคัญของการเดินทางท่องเที่ยวจากประเทศอังกฤษมาประเทศไทยมากขึ้นอีกด้วย

ในตลาดเยอรมัน นักท่องเที่ยวจากประเทศเยอรมันตะวันตกนั้น แม้ว่าในช่วง 6 เดือนแรกจะมีการลดลงของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนร้อยละ 3.62 ก็ตาม แต่เนื่องจากช่วง 6 เดือนหลังเป็นฤดูการท่องเที่ยวและภาวะเศรษฐกิจของเยอรมันเริ่มดีขึ้น ประกอบกับมีการแข่งขันในด้านราคาค่าตัวเครื่องบินของสายการบินต่าง ๆ มาแถบแปซิฟิก ทำให้ค่าตัวเครื่องบินมีราคาถูกลงกว่าเดิม ดังนั้น นักท่องเที่ยวจากเยอรมันในปี 2526 จึงมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วร้อยละ 1.15 ส่วนกลุ่มประเทศเบนลักส์และกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย นั้น นักท่องเที่ยวมีจำนวนลดลง ยกเว้นบางประเทศที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดี เช่น เนเธอร์แลนด์ และเดนมาร์ก

### 3. ตลาดอเมริกา

ตลาดนักท่องเที่ยวอเมริกาในปี 2526 มีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.39 นักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศแคนาดา มีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.80 และ 15.51 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มประเทศลาตินอเมริกานั้น เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจตกต่ำ ประกอบกับมีปัญหาหนี้สินและปัญหาทางด้านการเมืองภายในประเทศ จึงทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศในกลุ่มนี้ลดลงในอัตราสูง เช่น ประเทศเม็กซิโก ลดลงร้อยละ 54.72 และประเทศบราซิลลดลงร้อยละ 41.71 ในช่วงปี 2526 นับเป็นระยะเวลาที่เศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกา ฟื้นตัวเกินกว่าที่คาดคิด นอกจากนี้สถานการณ์ทางการเมืองของรัฐบาลเรแกนดีขึ้น ดังนั้น อัตราเงินเฟ้อรวมทั้งการว่างงานจึงลดน้อยลงกว่าปีก่อน เงินดอลลาร์สหรัฐฯ มีค่าสูงขึ้น คนอเมริกันมีเงินพอจ่ายค่าบริการเดินทางท่องเที่ยว อัตราการท่องเที่ยวของคนอเมริกันในปี 2526 เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วร้อยละ 25 อย่างไรก็ตาม อัตราการขยายตัวของการเดินทางภายในประเทศมีมากกว่าการเดินทางออกนอกประเทศกว่าเท่าตัว กระนั้นก็ตาม ประเทศไทยยังอยู่ในความนิยมของบริษัทนำเที่ยวของสหรัฐอเมริกาที่จัดมายังแถบเอเชียตะวันออกเฉียงและแปซิฟิก เนื่องจากคนอเมริกันคุ้นเคยกับประเทศไทยและพัทยานานาน รายการนำเที่ยวต่าง ๆ จึงมักจะขายได้อยู่เสมอ นอกจากนี้ก็มีสายการบินหลายแห่งเปิดเส้นทางบินระหว่างสหรัฐอเมริกาและแคนาดากับเมืองต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียนี้มากขึ้น

people could not afford travels. The year 1983 was such a prosperous year for U.S.A. economics since the country's economics recovered in a faster pace than it was expected. In addition, the Americans were confident in their government. Due to low inflation rate, low unemployment rate and the strength of U.S. dollar, American tourists could afford travels. American travel rate of 1983 was twenty-five percentage higher than 1982's. It was noticeable that American domestic travel growth nearly doubled the international travel growth. However, Thailand was still popular among American travel agencies to South East Asia and the Pacific. Many Americans were familiar with Thailand and Pattaya. Therefore, tour programmes to Thailand could be sold for all seasons. In addition, there were more airlines from U.S.A. and Canada to Asia







# รูปแบบโครงสร้างการบริหารงาน และอำนาจหน้าที่ของ กกท.

## Administrative Structure and Authority of the Tourism Authority of Thailand.



โดยที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีฐานะเป็นองค์การของรัฐ เรียกโดยย่อว่า "ททท." และใช้ชื่อภาษาอังกฤษ "Tourism Authority of Thailand" มีชื่อย่อว่า "TAT" ฉะนั้นการบริหารงานของ ททท.จึงดำเนินไปตามระเบียบแบบแผนของทางราชการ เป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการเงินและงบประมาณ แต่อย่างไรก็ตามพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ก็ได้อำนาจให้ ททท.มีอิสระในการปฏิบัติงานอยู่เป็นอันมาก ความมีอิสระในการปฏิบัติงานนี้นับว่าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการบริหารงานของ ททท. เพราะการส่งเสริมการท่องเที่ยว นั้นเป็นลักษณะงานระดับนานาชาติที่มีวิธีการดำเนินงานโดยเฉพาะ และเกี่ยวข้องกับบริการและวงการธุรกิจเอกชนภายในและต่างประเทศอยู่มาก อันจำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์ ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ความคล่องตัวและความฉับไวในการดำเนินงาน เป็นประการสำคัญ ทั้งนี้ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ คือ :-

1. ส่งเสริมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตลอดจนการประกอบอาชีพของคนไทยในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
2. เผยแพร่ประเทศไทยในด้านความงามของธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม การกีฬา และวิวัฒนาการของเทคโนโลยี ตลอดจนกิจการอย่างอื่นอันจะเป็นการชักจูงให้มีการเดินทางท่องเที่ยว
3. อำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว
4. ส่งเสริมความเข้าใจอันดีและความเป็นมิตรไมตรีระหว่างประชาชนและระหว่างประเทศโดยอาศัยการท่องเที่ยว
5. ริเริ่มให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวและเพื่อพัฒนาปัจจัยพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

### นโยบายหลักของททท.

เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว ททท.จึงได้วางนโยบายเพื่อเป็นกรอบการดำเนินงานไว้ดังนี้คือ :-

1. ส่งเสริมชักจูงให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางมาสู่ประเทศไทย เพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าเพิ่มพูนเศรษฐกิจส่วนรวมโดยริบด่วน
2. ขยายแหล่งท่องเที่ยวให้กระจายไปในท้องถิ่น เพื่อเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้ถึงประชากรในทุกภูมิภาค
3. อนุรักษ์และฟื้นฟูสมบัติ วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้คงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยไว้ด้วยดีที่สุด
4. พัฒนาลิขิตอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานที่ดี เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนให้มากขึ้น
5. เพิ่มความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้สามารถเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางต่างๆ ในประเทศไทยด้วยความมั่นใจในความปลอดภัยของร่างกายและ

Since the status of Tourism Authority of Thailand or TAT is the State's organization, TAT's administration follows most of official restrictions especially in the scope of finances and budget. However, the Tourism Authority Act enacted in 1979 offers TAT freedom to administrate tourism activities. The administrative freedom is essential for TAT because tourism promotion on international basis concerns with the services and private sector of both domestic and international levels. In addition, the administration requires experiences, international relations, flexibility and promptness. Thus, TAT follows subsequent objectives :

1. To promote tourism and tourist industry, including occupations of Thai citizens in the tourist industry
2. To make Thailand known for its natural beauty, ancient monuments, antiques, history, arts, culture, sports, technological developments and other activities for the purpose of encouraging tourism
3. To promote facilities and safety for tourists
4. To promote good understanding and friendship among peoples and nations by means of tourism.
5. To initiate development of tourism, infrastructure and other facilities for tourists

### Major Policy of TAT

To achieve these objectives, TAT designates major policy according to the subsequent guidelines :

1. Promoting and inducing more international tourists to Thailand. The increase of revenue especially foreign currency from tourists helps the nation's economy in a short period.
2. Increasing tourist attractions in regional areas in order to distribute incomes from tourism to people of all regions
3. Conserving natural resources and environment and reviving culture in order to retain Thai identity at its best.
4. Developing facilities and upgrading travel services to accepted standard to impress visitors in higher degree.
5. Promoting safety to both domestic and international tourists in order that they can reach their destinations with the confidence that their bodies and property are free from danger
6. Encouraging domestic travel, especially in low-income and youth groups, in order to increase travel services for Thais
7. Increasing manpower in tourist industry as far as possible.
8. Encouraging Thai people to participate in activities related to tourism development

### Authority and Responsibilities of TAT

According to the Tourism Act enacted in 1979, the Tourism Authority of Thailand is the State's organization with juristic person status. Personnels in TAT are all regarded as officials. At present, there are 496 officials

ทรัพย์สินของตนและหมู่คณะ

6. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยภายในประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและเยาวชน เพื่อเป็นการเพิ่มสวัสดิการด้านการท่องเที่ยวให้แก่คนไทย

7. สร้างกำลังคนที่เป็นคนไทยเข้าทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มากที่สุด

8. ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมอันเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

#### อำนาจหน้าที่ของ ททท.

ตามพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ได้กำหนดให้ททท.เป็นองค์การของรัฐ มีฐานะเป็นนิติบุคคล ผู้ที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์การมีฐานะเป็นพนักงาน ซึ่งในปัจจุบันมีพนักงานทั้งหมด 496 คน กล่าวได้ว่าจำนวนพนักงานยังมีน้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับภาระหน้าที่และความรับผิดชอบของ ททท. แต่ปัญหาและอุปสรรคด้านงบประมาณทำให้ไม่สามารถขยายอัตราพนักงานเพิ่มขึ้นได้ สำหรับอำนาจหน้าที่ของททท.ที่กำหนดในพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวฯ มีดังนี้คือ :-

1. ให้คำปรึกษา แนะนำ ร่วมมือ และประสานงานกับส่วนราชการ องค์การ สถาบัน นิติบุคคล และเอกชนทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร
2. ส่งเสริม ร่วมมือ หรือดำเนินการในการฝึกอบรมและให้การศึกษาวិชาการต่าง ๆ เพื่อสร้างบุคลากรให้ได้มาตรฐานและเพียงพอในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
3. ส่งเสริมการทัศนศึกษา
4. สืบรวจและรวบรวมหลักฐานต่าง ๆ จากส่วนราชการ องค์การ สถาบัน นิติบุคคล และเอกชนผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ในการจัดทำสถิติเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
5. สืบรวจ กำหนดพื้นที่และสถานที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ต้องสงวนไว้เป็นของรัฐ และให้อยู่ในความควบคุมดูแลของ ททท. โดยให้จัดทำเป็นพระราชกฤษฎีกา
6. สืบรวจ วางแผน และดำเนินการจัดสร้าง ส่งเสริม อนุรักษ์ พัฒนา บูรณะ หรือพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและคุณภาพสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ภายใต้บังคับกฎหมายว่าด้วยกรณีนั้น ๆ

แม้ ททท.จะมีขอบข่ายอำนาจหน้าที่มากขึ้นกว่าเดิม แต่ก็ยังไม่มียอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายที่จะเข้าไปจัดระเบียบและควบคุมการปฏิบัติงานของบุคคลและหน่วยงานต่าง ๆ ที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับวงการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นตามความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น บริษัทนำเที่ยว โรงแรม มัคคุเทศก์ ภัตตาคาร ตลอดจนร้านค้าของที่ระลึก ฯลฯ ให้ดำเนินการโดยซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม

working in TAT. In the view of TAT's authority, the number of officials is insufficient to cope with great responsibilities. Due to limited budget, TAT can not increase the number of personnels. TAT's authority designed in the Tourism Act can be divided into the following details .

1. Giving advice and recommendation to cooperating and coordinating with, government offices, organizations, institutions, juristic persons and private sector both within and outside the Kingdom;

2. Promoting, cooperating or carrying out various training and technical education courses in order to upgrade personnel standard and increase personnels in sufficient number for tourist industry;

3. Promoting educational sight-seeing tour,

4. Surveying and collecting evidences from government offices, organizations, juristic persons and tourist industry operators for the purpose of making statistics relating to the tourist industry,

5. Surveying and designing certain areas and places as tourist sites and resources to be conserved as State's property under the supervision of TAT by virtue of a Royal degree;

6. Surveying, planning and implementing the construction, promotion, conservation, rehabilitation, reconstruction or development of tourist sites as well as tourist resources and environmental quality, subject to the laws on such matters.

Although TAT has wider scope of authority, it does not possess any law enforcement to control or to regulate persons and departments in tourist industry in order that they are trustworthy and reliable to all tourists. Due to the rapid growth of tourism, there is an increase of the numbers of the persons and departments in tourist business such as travel agencies, hotels, guides, restaurants and souvenir shops. At present, however, TAT appoints a working group to study the laws of tourist industry from many countries employed as basic information for an Act of Tourist Industry

#### TAT's Administration

1. The TAT Board of Directors is the administration working group for TAT. The Board consists of the chairman who is either the prime minister or a minister specially appointed by the prime minister. The members are the permanent secretary of the Ministry of foreign Affairs or his representative, the permanent secretary of the Ministry of Communications or his representative, the permanent secretary of the ministry of Interior or his representative, the secretary-general of the Office of the Juridical Council or his representative, the secretary-general of the Office of the National Economic and Social Development Board or his representative, the secretary-general of the Office of the National Environment Board or his representative



ก็ตามในขณะนี้ ททท.ได้แต่งตั้งคณะทำงานศึกษากฎหมายเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อทำการศึกษาและสรุปประเด็นที่ดีของกฎหมายเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ประกอบการร่างพระราชบัญญัติจัดระเบียบธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อไป

#### การดำเนินงานของ ททท.

1. ททท.มีคณะกรรมการบริหารกิจการคณะหนึ่งเรียกว่า “คณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” ประกอบด้วย นายกรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีผู้ซึ่งนายกรัฐมนตรีมอบหมาย เป็นประธานกรรมการ ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปลัดกระทรวงคมนาคมหรือผู้แทน ปลัดกระทรวงมหาดไทยหรือผู้แทน เลขาธิการคณะกรรมการกฤษฎีกาหรือผู้แทน เลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติหรือผู้แทน เลขาธิการคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติหรือผู้แทน และผู้ทรงคุณวุฒิอีกไม่เกินสามคน ซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งเป็นกรรมการ และให้ผู้ว่าการเป็นกรรมการและเลขานุการ

2. คณะกรรมการมีอำนาจและหน้าที่วางนโยบายและควบคุมดูแลโดยทั่วไป ซึ่งกิจการของททท.อำนาจและหน้าที่เช่นว่านี้ให้รวมถึง

2.1 กำหนดนโยบายและอนุมัติแผนงานของททท.เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2.2 ออกข้อบังคับหรือระเบียบเพื่อปฏิบัติการให้เป็นไปตามอำนาจและหน้าที่ของ ททท.

2.3 ออกข้อบังคับว่าด้วยการประชุมและดำเนินกิจการของคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการ

2.4 ออกข้อบังคับหรือระเบียบเกี่ยวกับการบริหารงานต่าง ๆ

2.5 ออกข้อบังคับกำหนดตำแหน่งต่าง ๆ อัตราเงินเดือน ค่าจ้าง และเงินอื่น ๆ ของพนักงานและลูกจ้าง

2.6 ออกข้อบังคับว่าด้วยการบรรจุ การแต่งตั้ง การถอดถอน การเลื่อนเงินเดือนหรือค่าจ้าง ระเบียบวินัย การลงโทษ และการอุทธรณ์การลงโทษของพนักงานและลูกจ้าง

2.7 ออกระเบียบว่าด้วยการร้องทุกข์ของพนักงานและลูกจ้าง

2.8 ออกข้อบังคับว่าด้วยกองทุนสงเคราะห์หรือการสงเคราะห์อื่น เพื่อสวัสดิการของพนักงานและลูกจ้างและครอบครัว โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรี

2.9 ออกข้อบังคับว่าด้วยการจ่ายค่าพาหนะ เบี้ยเลี้ยงเดินทาง ค่าเช่าที่พัก ค่าทำงานล่วงเวลา เบี้ยประชุม และการจ่ายเงินอื่น ๆ

2.10 ออกระเบียบว่าด้วยเครื่องแบบพนักงานและลูกจ้าง

3. ผู้ว่าการเป็นผู้ดำเนินกิจการของททท. ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และอำนาจหน้าที่ของ ททท.และตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับและนโยบายที่คณะกรรมการกำหนด และให้มีอำนาจบังคับ

and no more than 3 qualified persons appointed by the Cabinet TAT's Governor is a member and a secretary of TAT Board.

2 The Board has the responsibility and authority to control the general administration and activities as follows :

2 1 designing and permitting TAT's policy for tourism promotion and development of tourist industry,

2 2 regulating restrictions or regulations for TAT's authority and responsibility;

2.3 regulating restrictions concerning convention and administration of Committee Board and Sub-committee Board,

2 4 regulating restrictions concerning administration in various branches,

2 5 regulating restrictions concerning positions, salaries, wages and other financial matters of officials and employees;

2.6 regulating restrictions concerning assignment, appointment and withdrawal of position, increase of salary and wage, disciplines and disciplinary punishment, appeal for the punishment of officials and employees,

2.7 regulating regulations concerning appeal of officials and employees,

2 8 regulating restrictions under the Cabinet's approval concerning welfare subsidy for officials, employees and their families;

2 9 regulating restrictions on transportation payment, traveling allowance, lodging allowance and other payments;

2 10 regulating regulations concerning the uniforms of officials and employees.

3. TAT's Governor, the executive head, is responsible for TAT's administration within the scope of objectives in accordance with TAT Board's policy and law. He is authorized to have power over all officials and employees. Moreover, he has the responsibility from TAT's Board to administrate TAT activities.

4 The TAT's Governor has authority and responsibility as follows

4 1 Designing the organization's structure under the approval of TAT Board.

4 2 Assigning, appointing and withdrawal of positions as well as increasing, decreasing and cutting salary and wage of officials and employees, punishing officials and employees and dismissing them from positions according to TAT Board's restrictions The dismissal of official or employee on supervision level, specialist, director of department or the one with equal position, should be approved by

บัญชาพนักงานและลูกจ้างทุกตำแหน่ง และผู้ว่าการต้องรับผิดชอบ  
ต่อคณะกรรมการ ททท. ในการดำเนินกิจการของ ททท.

4. ผู้ว่าการมีอำนาจและหน้าที่ดังต่อไปนี้ :-

4.1 วางรูปการจัดตั้งองค์การ โดยความเห็นชอบของ  
คณะกรรมการ

4.2 บรรจุ แต่งตั้ง ถอดถอน เลื่อน ลด ตัดเงินเดือน  
หรือค่าจ้าง ลงโทษทางวินัย พนักงานและลูกจ้าง ตลอดจนให้  
พนักงานและลูกจ้างออกจากตำแหน่ง ตามข้อบังคับที่คณะกรรมการ  
กำหนด แต่ถ้าเป็นพนักงานหรือลูกจ้างชั้นที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ  
ผู้อำนวยการฝ่ายหรือผู้ดำรงตำแหน่งเทียบเท่าขึ้นไป จะต้องได้รับ  
ความเห็นชอบจากคณะกรรมการก่อน

4.3 วางระเบียบเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของ ททท. โดย  
ไม่ขัดข้องหรือแย้งต่อระเบียบข้อบังคับ และนโยบายที่คณะกรรมการ  
กำหนดไว้

4.4 แต่งตั้งคณะบุคคลเป็นกรรมการเฉพาะกิจเพื่อปฏิบัติ  
การใด ๆ อันจะเป็นประโยชน์แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

4.5 ดำเนินการอื่นตามที่คณะกรรมการมอบหมาย

5. รองผู้ว่าการมีอำนาจบังคับบัญชาพนักงานและลูกจ้าง  
ทุกตำแหน่งรองจากผู้ว่าการและมีอำนาจหน้าที่ดำเนินกิจการของ  
ททท. ตามที่ผู้ว่าการมอบหมาย

## คณะกรรมการ ททท.

1. นายบัญญัติ บรรทัดฐาน

รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี  
ประธานกรรมการ

2. นายอาสา สารสิน

ปลัดกระทรวงการต่างประเทศ  
กรรมการ

3. นายมนัส คอวนิช

รองปลัดกระทรวงคมนาคม ผู้แทนปลัดกระทรวงคมนาคม  
กรรมการ

4. นายศักดิ์ โกศัยกานนท์

ผู้ตรวจราชการกระทรวงมหาดไทย ผู้แทนปลัดกระทรวงมหาดไทย  
กรรมการ

5. นายไพศิษฐ์ พิพัฒน์กุล

เลขาธิการกรรมการร่างกฎหมาย ผู้แทนเลขาธิการคณะกรรมการกฤษฎีกา  
กรรมการ

6. นายสถาพร กวิตานนท์

TAT Board

4.3 Regulating regulations concerning TAT's  
administration which should not violate the  
regulations restrictions and policy designed  
by TAT Board.

4.4 Appointing a group of persons for a specific  
case which is beneficial to tourist industry

4.5 Administering other matters assigned by  
TAT Board.

4.6 Deputy governor has the power to control  
all officials and employees. He is secondary  
only to the Governor. In addition, he has the  
authority in administration of all activities  
assigned by the Governor

## TAT Board of Directors

Mr Banyat Banthadtharn

Minister to the Office of the Prime Minister  
Chairman

Mr Arsa Sarasin

Permanent Secretary of the Ministry of Foreign Affairs  
Board member

Mr Manas Corvanich

Deputy Permanent Secretary of the Ministry of Communications  
Representative of Permanent Secretary of Ministry of Communications  
Board member

Mr Sakdi Kosaiyakanont

Inspector of the Ministry of Interior

Representative of Permanent Secretary of the Ministry of Interior  
Board member

Mr. Phaisith Phipatanakul

Secretary of the Legislative Committee

Representative of Secretary General of the Office of the Juridical Council  
Board member

Mr. Staporn Kavitanon

Assistant Secretary General of the Office of the National Economic  
and Social Development Board

Representative of Secretary General of the Office of the National  
Economic and Social Development Board  
Board member

Mr Kasem Snidvongs

Secretary General of the Office of the National Environment Board  
Board member

Pol Lt. Chatrachai Bunya-Ananta

Vice President for Marketing

Thai Airways International Co., Ltd  
Board member

Mr. Praphansak Bhaedhyanont

General Manager of Erawan Hotel

Board member

Lieutenant Wanchai Boonkul

Manager of Manorah Hotel

Board member

Col Somchai Hiranyakit

Governor of Tourism Authority of Thailand

Board member and Secretary



ผู้ช่วยเลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ  
ผู้แทนเลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ  
กรรมการ

7. นายเกษม สนิทวงศ์ ณ อยุธยา  
เลขาธิการคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ  
กรรมการ

8. ร้อยตำรวจโท จักรชัย บุญยะอนันต์  
ผู้อำนวยการใหญ่ฝ่ายการตลาด บริษัท การบินไทย จำกัด  
กรรมการ

9. นายประพันธ์ศักดิ์ แพทยานนท์  
ผู้จัดการทั่วไปโรงแรมเอราวัณ  
กรรมการ

10. ร้อยโทวันชัย บุญกุล  
กรรมการผู้จัดการโรงแรมไนโร  
กรรมการ

11. พันเอกสมชาย นีรัญกิจ  
ผู้อำนวยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย  
กรรมการและเลขานุการ

### รายชื่อคณะผู้บริหาร ททท.

พ.อ.สมชาย นีรัญกิจ  
ผู้อำนวยการ

นายธรรมบุญ ประจวบเหมาะ  
รองผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด

นายเสรี วงษ์ไพจิตร  
รองผู้อำนวยการฝ่ายวางแผนและพัฒนา

นายไพโรจน์ ธรรมาภิมุข  
รองผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร

นายวีระเกียรติ อังคทะวานิช  
ผู้อำนวยการฝ่ายบริการการตลาด

น.ส.นวลตา เดชะโกศยะ  
ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมการตลาด

นายประเทศ แก้วสีปลาด  
ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและงบประมาณ

นางญิบพัน พรหมโยธี  
ผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

น.ส.วนิดา สติตานนท์  
ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารทั่วไป

นายธรรมศักดิ์ ไรจนสุนทร  
ผู้อำนวยการฝ่ายวางแผนโครงการและพัฒนา

### List of TAT's Executives

Colonel Somchai Hiranyakit  
Governor

Mr. Dharmnoon Prachuabmoh  
Deputy Governor for Marketing

Mr. Seree Wangpaichitr  
Deputy Governor for Planning and Development

Mr. Phairote Thammapimuk  
Deputy Governor for Administration

Mr. Virakiart Angkatavanich  
Director of Marketing Service Department

Miss Nuanta Dejakaisaya  
Director of Marketing and Promotion Department

Mr. Prates Kheosiplard  
Director of Budget and Accounting Department

Mrs. Yibpan Promyoti  
Director of Technical Department

Miss Wanida Sathitanon  
Director of General Administration Department

Mr. Tamasak Rojanasoonthon  
Director of Project Planning and Development Department

**คณะกรรมการ กทท.**  
**TAT Board of Directors**





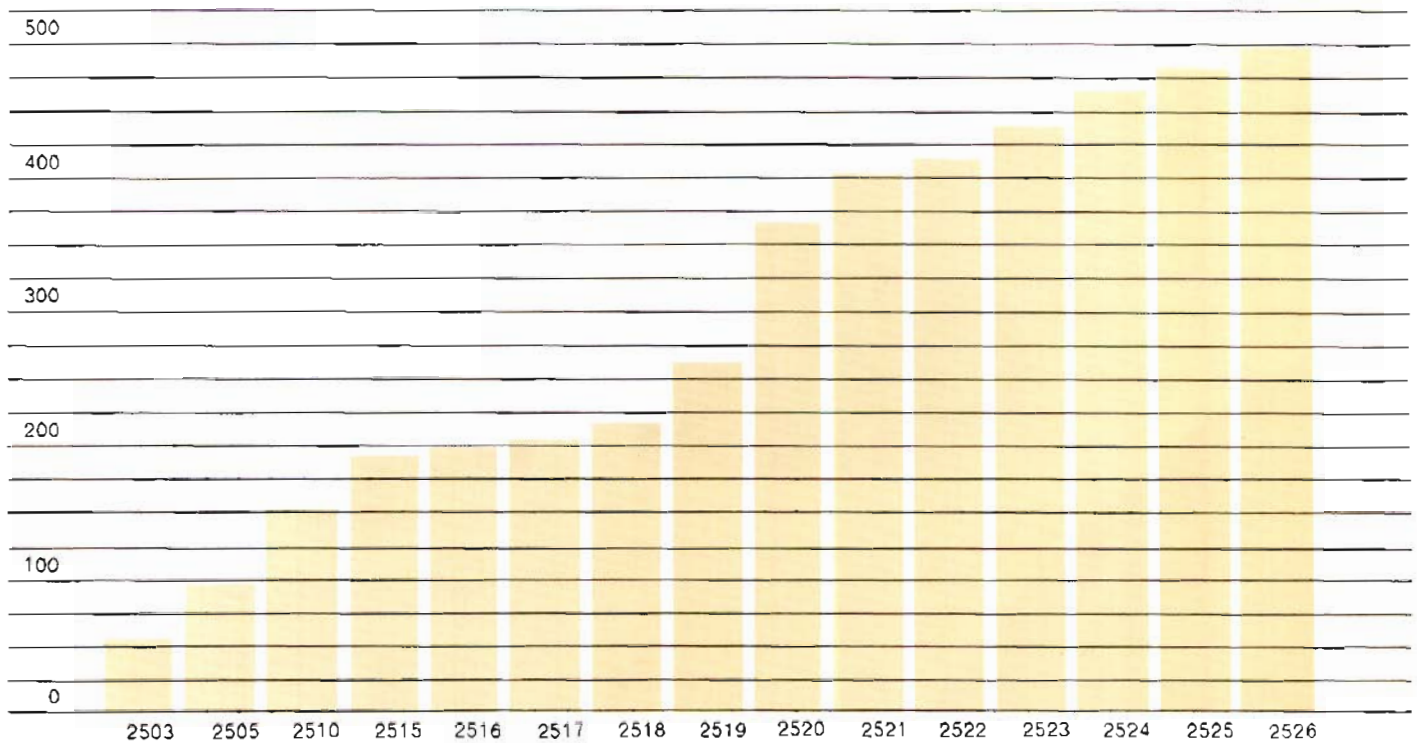


1. พ.อ.สมชาย หิรัญกิจ  
ผู้ว่าราชการ  
Colonel Somchai Hiranyakit  
Governor
2. นายธรรมนูญ ประจวบเหมาะ  
รองผู้ว่าการฝ่ายการตลาด  
Mr. Dharmnoon Prachuabmoh  
Deputy Governor for Marketing
3. นายเสรี วงศ์ไพจิตร  
รองผู้ว่าการฝ่ายวางแผนและพัฒนา  
Mr. Seree Wangpaichitr  
Deputy Governor for Planning and Development
4. นายไพโรจน์ ธรรมาภิมุข  
รองผู้ว่าการฝ่ายบริหาร  
Mr. Phairote Thammapimuk  
Deputy Governor for Administration

# อัตรากำลัง

จำนวนพนักงาน ททท. จนถึงสิ้นปี พ.ศ. 2526 มีจำนวนทั้งสิ้น 496 คน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2525 จำนวน 28 คน จาก

เป้าหมายที่ได้กำหนดไว้เมื่อสิ้นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 ในปี พ.ศ. 2529 มีจำนวนทั้งสิ้น 715 คน



อัตรากำลังพนักงานจากปี 2503-2526

ปี	2503	2505	2510	2515	2516	2517	2518	2519	2520	2521	2522	2523	2524	2525	2526
คน	52	93	153	182	191	202	221	258	358	400	427	446	460	468	496

พนักงานจำแนกตามระดับปี 2526

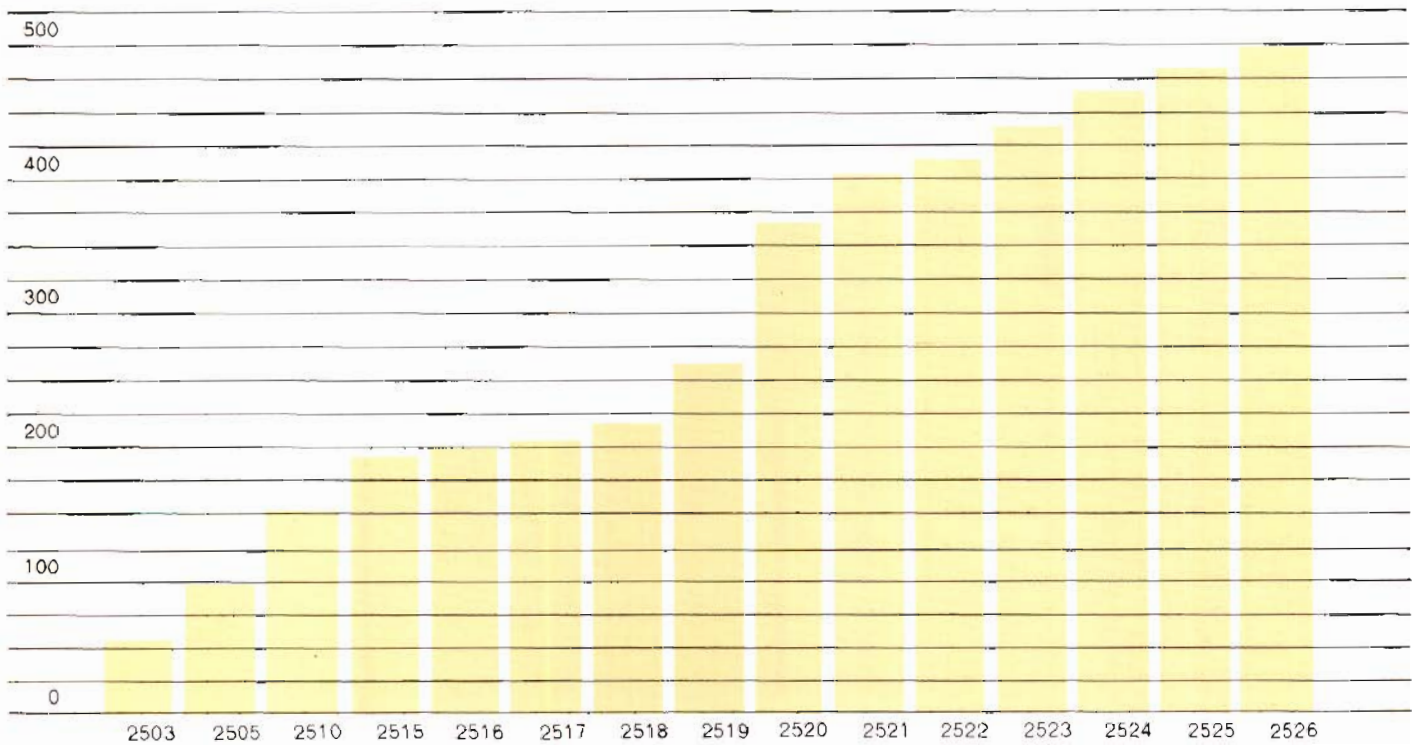
ระดับ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
จำนวน	58	82	108	119	54	33	29	3	6	3	1



# TAT's Personnel

In 1983, TAT's personnel totalled 496 which increased from

1982 by 28 officials. By the end of the Fifth National Plan of Economic-Socio Development in 1986, TAT's personnel will total 715



Number of TAT's personnel from 1960-1983

Year	2503	2505	2510	2515	2516	2517	2518	2519	2520	2521	2522	2523	2524	2525	2526
No. of Personnel	52	93	153	182	191	202	221	258	358	400	427	446	460	468	496

Personnel classified by rank in 1983

Rank	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
No. of Personnel	58	82	108	119	54	33	29	3	6	3	1

นายกรัฐมนตรี  
PRIME MINISTER

คณะกรรมการ ททท.  
TAT BOARD

ผู้ว่าการ ททท.  
GOVERNOR

ที่ปรึกษา  
ADVISERS

สำนักงานผู้ว่าการ  
OFFICE OF THE GOVERNOR

กองประชาสัมพันธ์  
PUBLIC RELATIONS DIVISION

กองวิเทศสัมพันธ์  
INTERNATIONAL RELATIONS DIVISION

สถาบันฝึกอบรมวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว  
HOTEL & TOURISM TRAINING INSTITUTE

ผู้สอบบัญชีภายใน  
INTERNAL AUDITORS

สถานตากอากาศ  
RESORTS OPERATION

รองผู้ว่าการฝ่ายบริหาร  
DEPUTY GOVERNOR (ADMINISTRATION)

รองผู้ว่าการฝ่ายการตลาด  
DEPUTY GOVERNOR (MARKETING)

รองผู้ว่าการฝ่ายวางแผนและพัฒนา  
DEPUTY GOVERNOR (PLANNING & DEVELOPMENT)

ฝ่ายบริหารทั่วไป  
GENERAL ADMINISTRATION DEPARTMENT

กองกลาง  
GENERAL AFFAIRS DIVISION

กองนิติการ  
LEGAL DIVISION

กองบริหารงานบุคคล  
PERSONNEL DIVISION

กองบริการสำนักงาน  
OFFICE SERVICE DIVISION

ฝ่ายบัญชีและงบประมาณ  
BUDGET & ACCOUNTING DEPARTMENT

กองบัญชีและการเงิน  
ACCOUNTING & FINANCE DIVISION

กองงบประมาณ  
BUDGET DIVISION

กองรายได้  
REVENUE DIVISION

ฝ่ายการลงทุน  
INVESTMENT DEPARTMENT

กองวิเคราะห์การลงทุน  
INVESTMENT ANALYSIS DIVISION

กองจัดหาทุน  
INVESTMENT AUDITING DIVISION

กองตรวจสอบการลงทุน  
CAPITAL PROCUREMENT DIVISION

ฝ่ายส่งเสริมการตลาด  
MARKETING PROMOTION DEPARTMENT

กองพัฒนาการตลาด  
MARKET DEVELOPMENT DIVISION

กองการประชุมนานาชาติ  
INTERNATIONAL CONVENTION DIVISION

กองบริการท่องเที่ยว  
TOURIST SERVICE DIVISION

สำนักงานสาขาในประเทศ  
LOCAL OFFICES

ฝ่ายบริการการตลาด  
MARKETING SERVICE DEPARTMENT

กองเผยแพร่การตลาด  
MARKETING RELATIONS DIVISION

กองวารสาร  
MAGAZINE & PERIODICAL DIVISION

กองผลิตชุดอุปกรณ์โฆษณา  
PROMOTIONAL AIDS PRODUCTION DIVISION

สำนักงานสาขาต่างประเทศ  
OVERSEAS OFFICES

ฝ่ายวิชาการ  
TECHNICAL DEPARTMENT

กองแผนงาน  
PLANNING DIVISION

กองวิชาการและฝึกอบรม  
TECHNICAL & TRAINING DIVISION

กองสถิติและวิจัย  
STATISTICS & RESEARCH DIVISION

ฝ่ายวางแผนโครงการและพัฒนา  
PROJECT PLANNING & DEVELOPMENT DEPARTMENT

กองวางแผนโครงการ  
PROJECT PLANNING DIVISION

กองสำรวจและออกแบบ  
TECHNICAL & DESIGN DIVISION

กองควบคุมโครงการ  
PROJECT CONTROL DIVISION

กองพัฒนาการท่องเที่ยว  
TOURISM DEVELOPMENT DIVISION



# งบประมาณ

## Budget

งบประมาณรายจ่าย 140,532,500 บาท  
**จำแนกเป็น**

<b>ก. แผนงานบริหารทั่วไป</b>	<b>21,698,500 บาท</b>
1. งานบริหารทั่วไป	21,698,500 บาท
<b>ข. แผนงานส่งเสริมการท่องเที่ยว</b>	<b>91,684,000 บาท</b>
1. งานส่งเสริมและเผยแพร่	91,684,000 บาท
<b>ค. แผนงานพัฒนาการท่องเที่ยว</b>	<b>27,150,000 บาท</b>
1. งานพัฒนาการท่องเที่ยว	16,156,000 บาท
2. งานสถาบันฝึกอบรมวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว	3,974,000 บาท
3. โครงการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของ จังหวัดบุรีรัมย์	3,000,000 บาท
4. โครงการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเกาะสมุย	3,000,000 บาท
5. โครงการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอยุธยา และบริเวณใกล้เคียง	500,000 บาท
6. โครงการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชียงใหม่ พะเยา	170,000 บาท
7. โครงการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง	200,000 บาท
8. โครงการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว พังงา กระบี่	150,000 บาท

### Expenditure Budget

140,532,500 Baht classified as follows :

A. General Administration Program	21,698,500 Baht
1. General administration	21,698,500 Baht
B. Tourism Promotion Program	91,684,000 Baht
1. Promotion and publication	91,684,000 Baht
C. Tourism Development Program	27,150,000 Baht
1. Tourism development	16,156,000 Baht
2. Hotel and tourism training institute	3,974,000 Baht
3. Project on Plan of Tourism Development of Rayong, Chaburi and Trat Provinces	3,000,000 Baht
4. Project on Plan of Tourism Development of Samui Island	3,000,000 Baht
5. Project on Plan of Tourism Development of Ayudhya Province and Adjacent Area	500,000 Baht
6. Project on Plan of Tourism Development of Chiangrai and Phayao Provinces	170,000 Baht
7. Project on Plan of Tourism Development of Nakhon Si Thammarat, Phattalung and Trang Provinces	200,000 Baht
8. Project on Plan of Tourism Development of Phang Nga and Krabi Provinces	150,000 Baht

แผนงาน-งาน-โครงการ	ค่าครุภัณฑ์	ค่าที่ดินและ สิ่งก่อสร้าง	เงินอุดหนุน	รวม
<b>ก. แผนงานบริหารทั่วไป</b>	<b>1,099,500</b>	<b>950,000</b>	<b>19,849,000</b>	<b>21,898,500</b>
1. งานบริหารทั่วไป	1,437,000	950,000	19,649,000	22,036,000
(1) กิจกรรมการอำนวยความสะดวก	1,437,000	950,000	19,649,000	22,036,000
<b>ข. แผนงานส่งเสริมการท่องเที่ยว</b>	<b>1,449,000</b>	<b>870,000</b>	<b>89,365,000</b>	<b>91,684,000</b>
1. งานส่งเสริมและเผยแพร่	1,449,000	870,000	89,365,000	91,684,000
(1) กิจกรรมการอำนวยความสะดวก	1,449,000	870,000	17,515,000	19,834,000
(2) กิจกรรมการเสนอขายการท่องเที่ยว	—	—	6,000,000	6,000,000
(3) กิจกรรมการผลิตเอกสารโฆษณา	—	—	7,750,000	7,750,000
(4) กิจกรรมการโฆษณาเผยแพร่ในต่างประเทศ	—	—	15,200,000	15,200,000
(5) กิจกรรมการจัดสร้างภาพยนตร์วีดีโอเทป สไลด์	—	—	5,800,000	5,800,000
(6) กิจกรรมการจัดนิทรรศการในต่างประเทศ	—	—	800,000	800,000
(7) กิจกรรมการร่วมประชุมในต่างประเทศและส่งเสริม การจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทย	—	—	2,000,000	2,000,000
(8) กิจกรรมการโฆษณาร่วมกับสมาคมและชมรมต่าง ๆ ที่ททท.เป็นสมาชิกในต่างประเทศ	—	—	2,500,000	2,500,000
(9) กิจกรรมการส่งเสริมและเผยแพร่ในประเทศ	—	—	3,100,000	3,100,000
(10) กิจกรรมการดำเนินงานของสำนักงานต่างประเทศ 8 แห่ง และศูนย์ให้ข่าวสาร 1 แห่ง	—	—	27,200,000	27,200,000
(11) กิจกรรมการดำเนินงานของสำนักงานในประเทศ 6 แห่ง	—	—	1,500,000	1,500,000
<b>ค. แผนงานพัฒนาการท่องเที่ยว</b>	<b>360,800</b>	<b>760,000</b>	<b>26,049,200</b>	<b>27,150,000</b>
1. งานพัฒนาการท่องเที่ยว	135,000	—	16,021,000	16,156,000
(1) กิจกรรมการอำนวยความสะดวก	135,000	—	8,327,000	8,462,000
(2) กิจกรรมการยกมาตรฐานธุรกิจการท่องเที่ยว	—	—	900,000	900,000
(3) กิจกรรมการจัดระเบียบการประกอบธุรกิจ และยกย่องกฎหมาย	—	—	200,000	200,000
(4) กิจกรรมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	—	—	800,000	800,000
(5) กิจกรรมการฝึกอบรมและสัมมนา	—	—	1,280,000	1,280,000
(6) กิจกรรมการศึกษาวิจัย	—	—	2,800,000	2,800,000
(7) กิจกรรมการอนุรักษ์และฟื้นฟูประเพณี	—	—	1,420,000	1,420,000
(8) กิจกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวเฉพาะแห่งเร่งด่วน	—	—	300,000	300,000



Scheme - Activity - Project	Durable Articles Expenses	Land and Construction Expenses	Subsidies	Total
<b>A. General Administration Program</b>	<b>1,099,500</b>	<b>950,000</b>	<b>19,649,000</b>	<b>21,698,500</b>
1. General administration	1,437,000	950,000	19,649,000	22,036,000
(1) Activities of management	1,437,000	950,000	19,649,000	22,036,000
<b>B. Tourism Promotion Program</b>	<b>1,449,000</b>	<b>870,000</b>	<b>89,365,000</b>	<b>91,684,000</b>
1. Promotion and publication	1,449,000	870,000	89,365,000	91,684,000
(1) Activities of management	1,449,000	870,000	17,515,000	19,834,000
(2) Activities of tourism sales offer			6,000,000	6,000,000
(3) Activities of promotional aids production			7,750,000	7,750,000
(4) Activities of publication abroad			15,200,000	15,200,000
(5) Activities of production of film, slide and video-tape			5,800,000	5,800,000
(6) Activities of exhibition abroad			800,000	800,000
(7) Activities of international convention participation and international convention arrangement in Thailand			2,000,000	2,000,000
(8) Activities of joint advertising of associations and clubs of which TAT is a member			2,500,000	2,500,000
(9) Activities of domestic promotion and publication			3,100,000	3,100,000
(10) Activities of management of eight TAT's overseas offices and an information centre			27,200,000	27,200,000
(11) Activities of management of six TAT's local offices			1,500,000	1,500,000
<b>C. Tourism Development Program</b>	<b>350,800</b>	<b>750,000</b>	<b>26,049,200</b>	<b>27,150,000</b>
1. Tourism development	135,000		16,021,000	16,156,000
(1) Activities of management	135,000		8,321,000	8,456,000
(2) Activities of upgrading tourist industry standard			900,000	900,000
(3) Activities of tourist business regulation and law promulgation			200,000	200,000
(4) Activities of tourist attraction development			800,000	800,000
(5) Activities of training and seminar			1,280,000	1,280,000
(6) Activities of research			2,800,000	2,800,000
(7) Activities of tradition conservation and revival			1,420,000	1,420,000
(8) Activities of tourism development for a specific and urgent case			300,000	300,000
2. Hotel and tourism training institute	215,800	750,000	3,008,200	3,974,000
(1) Activities of teaching five branches of knowledge	215,800	750,000	3,008,200	3,974,000
3. Project on Plan of Tourism Development of Rayong, Chanburi and Trat Provinces			3,000,000	3,000,000
(1) Activities of arranging Master Plan of Tourism Development of Rayong/Chanburi/Trat			3,000,000	3,000,000

แผนงาน-งาน-โครงการ	ค่าครุภัณฑ์	ค่าที่ดินและ สิ่งก่อสร้าง	เงินอุดหนุน	รวม
2. งานสถาบันฝึกอบรมวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว	215,800	750,000	3,008,200	3,974,000
(1) กิจกรรมการสอนนักเรียนในสาขาวิชาการต่าง ๆ 5 สาขา	215,800	750,000	3,008,200	3,974,000
3. โครงการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระยะของ/จังหวัดบุรี/ตราด	—	—	3,000,000	3,000,000
(1) กิจกรรมการจัดทำแผนหลักพัฒนาการท่องเที่ยว ระยะของ/จังหวัดบุรี/ตราด	—	—	3,000,000	3,000,000
4. โครงการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเกาะสมุย	—	—	3,000,000	3,000,000
(1) กิจกรรมการจัดทำแผนหลักพัฒนาการท่องเที่ยวเกาะสมุย	—	—	3,000,000	3,000,000
5. โครงการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอุทยานและ บริเวณใกล้เคียง	—	—	500,000	500,000
(1) กิจกรรมการจัดทำการศึกษาเบื้องต้นพัฒนา การท่องเที่ยวอุทยานและบริเวณใกล้เคียง	—	—	500,000	500,000
6. โครงการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงรอย/พะเยา	—	—	170,000	170,000
(1) กิจกรรมการจัดทำการศึกษาเบื้องต้นพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงรอย/พะเยา	—	—	170,000	170,000
7. โครงการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว นครศรีธรรมราช/พัทลุง/ตรัง	—	—	200,000	200,000
(1) กิจกรรมการจัดทำการศึกษาเบื้องต้นพัฒนา การท่องเที่ยว นครศรีธรรมราช/พัทลุง/ตรัง	—	—	200,000	200,000
8. โครงการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวพังงา/กระบี่	—	—	150,000	150,000
(1) กิจกรรมการจัดทำการศึกษาเบื้องต้นพัฒนา การท่องเที่ยวพังงา/กระบี่	—	—	150,000	150,000
<b>รวมทั้งสิ้น-บาท</b>	<b>2,899,300</b>	<b>2,570,000</b>	<b>135,063,200</b>	<b>140,532,500</b>



Scheme-Activity-Project	Durable Articles Expenses	Land and Construction Expenses	Subsidies	Total
4 Project on Plan of Tourism Development of Samui Island			3,000,000	3,000,000
(1) Activities of arranging Master Plan of Tourism Development of Samui Island			3,000,000	3,000,000
5. Project on Plan of Tourism Development of Ayudhya Province and Adjacent Area			500,000	500,000
(1) Activities of primary survey arrangement of Plan of Tourism Development of Ayudhya Province and Adjacent Area			500,000	500,000
6. Project on Plan of Tourism Development of Chiangrai and Phayao Provinces			170,000	170,000
(1) Activities of primary survey arrangement of Plan of Tourism Development of Chiangrai/Phayao			170,000	170,000
7. Project on Plan of Tourism Development of Nakhon Si Thammarat, Phattalung and Trang Provinces			200,000	200,000
(1) Activities of primary survey arrangement of Plan of Tourism Development of Nakhon Si Thammarat/Phattalung/Trang			200,000	200,000
8. Project on Plan of Tourism Development of Phang Nga and Krabi Provinces			150,000	150,000
(1) Activities of primary survey arrangement of Plan of Tourism Development of Phang Nga/Krabi			150,000	150,000
<b>Total - Baht</b>	<b>2,899,300</b>	<b>2,570,000</b>	<b>135,063,200</b>	<b>140,532,500</b>

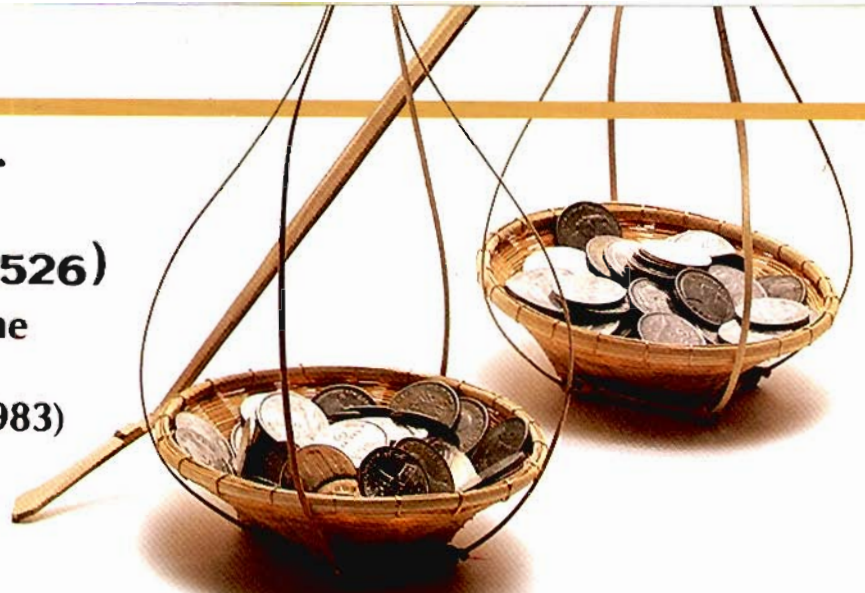




# รายงานผลงานของททท. ในปีงบประมาณ 2526 (ตุลาคม 2525 - กันยายน 2526)

Report on TAT's Activities in the  
Fiscal Year 1983

(October, 1982-September, 1983)



## 1. การส่งเสริมการขายต่างประเทศ

### 1.1. การส่งเสริมการขาย

เพื่อเผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ แหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมและประเพณีไทย รวมทั้งให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวและข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการท่องเที่ยวภายในประเทศแก่ธุรกิจท่องเที่ยวต่างประเทศ ได้แก่ บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ และสื่อมวลชนทางการท่องเที่ยวทั่วไป ททท.สำนักงานสาขาต่างประเทศ รวม 9 แห่ง ประกอบด้วย สำนักงานนิวยอร์ก ลอสแอนเจลิส ลอนดอน ปารีส แฟรงก์เฟิร์ต โตเกียว ซิดนีย์ สิงคโปร์ และกัวลาลัมเปอร์ ได้ร่วมมือประสานงานกับผู้แทนธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชน สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวต่าง ๆ บริษัทการบิน และหน่วยงานอื่น ดำเนินการโฆษณาเผยแพร่ในรอบปีงบประมาณ 2526 โดยจัดงานส่งเสริมการขายในแต่ละเขตที่รับผิดชอบ สรุปได้ดังนี้ :-

1.1.1 ร่วมประชุมกับสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวนานาชาติที่ ททท.เป็นสมาชิก รวมทั้งบริษัทนำเที่ยว บริษัทการบิน และบุคคลผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจท่องเที่ยว รวม 139 ครั้ง

1.1.2 พบปะหรือกับบุคคลในวงการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่างประเทศ บริษัทนำเที่ยว สื่อมวลชน หนังสือพิมพ์ นักเขียนสารคดีท่องเที่ยวประเภทอิสระ และที่ประจำนิตยสารท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่สำคัญ บริษัทภาพยนตร์ ผู้จัดรายการทางสถานีวิทยุและโทรทัศน์ที่มีชื่อเสียงในประเทศต่าง ๆ โดยให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว แนะนำให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางการจัดนำเที่ยวรวมประเทศไทย รวมทั้งชี้แจงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสถานการณ์ท่องเที่ยว รวม 76 ครั้ง

1.1.3 จัดงานส่งเสริมเผยแพร่การท่องเที่ยวมาสู่ประเทศไทย ดำเนินการจัดงานร่วมกับธุรกิจท่องเที่ยว ชมรม สมาคม สถาบันการท่องเที่ยวต่างประเทศที่ ททท.จัดในนามของประเทศไทยเป็นสมาชิก โดยการจัดนิทรรศการทางการท่องเที่ยว จัดการแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย ฉายภาพยนตร์และภาพนิ่งการท่องเที่ยว แจกจ่ายเอกสารและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย จัดงานในระหว่างการประชุมนานาชาติเพื่อเป็นโอกาสเข้าถึงธุรกิจท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวในตลาดท่องเที่ยวสำคัญต่างประเทศแต่ละภูมิภาคโดยตรง รวม 100 ครั้ง งานส่งเสริมเผยแพร่ที่สำคัญ ซึ่งททท.ได้พิจารณาเข้าร่วมเป็นประจำทุกปี เช่น

- งานนิทรรศการทางการท่องเที่ยว International Tourism Borse ที่กรุงเบอร์ลิน ประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน

- งานส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว ASTA Trade Show ที่ไมอามี มลรัฐฟลอริดา สหรัฐอเมริกา จัดในระหว่างการประชุมประจำปีของสมาคมบริษัทนำเที่ยวแห่งอเมริกา (American Society of Travel Agents)

## 1. Sales Promotion Abroad

### 1.1 Sales Promotion

For tourist business abroad such as tourist-related companies, tour companies and travel press, TAT overseas offices publicized interesting tourist sites, new tourist attractions including Thai art, culture as well as tradition and they also informed tourist information and facts concerning situations of domestic tourism. Nine TAT overseas offices, consisted of the offices of New York, Los Angeles, London, Paris, Frankfurt, Tokyo, Sydney, Singapore and Kuala Lumpur, cooperated with representatives of tourist business, tourist organizations, airlines and other departments to publicize Thailand in the fiscal year 1983. The cooperation on sales promotion of each office's zone could be summarized as followed.

1.1.1 Participation of international conventions of which TAT was member and also meetings of travel agents, airlines and persons involved in tourist industry totalled 139 times

1.1.2 Meeting of persons involved in tourist industry abroad, travel agencies, mass media, press, free-lance travel writers, writers of travel magazines, film-makers, famous radio and T.V. producers from various countries. The meeting's aim was to provide tourist information of new tourist attractions and tourist facilities. Moreover, the offices provided facts on situation of domestic tourism and the introduction of travel routes to Thailand. The meetings totalled 76

1.1.3 Arrangement of fairs and exhibitions to promote tourism to Thailand. With the cooperation of tourist business, clubs, associations and tourist institutes abroad, TAT arranged fairs on behalf of Thailand. The fairs and exhibitions were travel exhibitions, Thai art and cultural shows, film and slide presentations, distribution of folders and brochures concerning information of Thailand. During international convention session, there were exhibitions and shows about Thailand in order to directly introduce Thailand to more travel agents and tourists in major markets. The exhibitions and fairs totalled 100. TAT participated the following fairs every year

- International Tourism Borse in Berlin, Federal Republic of Germany
- ASTA Trade Show in Miami, Florida State, U.S.A. The show was in the annual convention of American Society of Travel Agents

### 1.2 Invitation of Representatives of Tourist Agencies and Press Abroad to Thailand.

To publicize Thai tourism to people of all levels as well as to entrepreneurs in tourist industry and to ensure these people the possibility of tour arrangements to Thailand, TAT invited representatives from major travel agencies, article and travel writers of various magazines, famous persons in mass media such as radio and T.V. producers, film-makers and distinguished persons

## 1.2 การเชิญผู้แทนบริษัทนำเที่ยวและสื่อมวลชนต่างประเทศมาเยือนประเทศไทย

เพื่อเผยแพร่การท่องเที่ยวของไทยแก่บุคคลทุกวงการอย่างกว้างขวางและแก่ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวโดยตรงของประเทศต่าง ๆ ให้เกิดความสนใจและมั่นใจในความเป็นไปของการจัดรายการนำเที่ยวมาสู่ประเทศไทย ททท. ได้เชิญตัวแทนบริษัทนำเที่ยวสำคัญ ๆ จากต่างประเทศ นักเขียนสารคดีหรือบทความทางการท่องเที่ยวของนิตยสารต่างประเทศหรือสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ สถานีวิทยุโทรทัศน์ คณะถ่ายภาพยนตร์ และบุคคลสำคัญผู้สามารถทำคุณประโยชน์ แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยได้อย่างกว้างขวางจริงจังกจาก ประเทศต่าง ๆ มาเยือนประเทศไทย เพื่อให้ได้พบเห็นแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้วยตนเองและนำข้อมูลจากประสบการณ์ที่ได้มาเยือนประเทศไทยไปเผยแพร่ด้วยวิธีต่าง ๆ รวม 169 ราย

## 1.3 การส่งเสริมการจัดประชุมในประเทศ

การจัดประชุมนานาชาติในประเทศ เป็นผลดีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยโดยส่วนรวม เนื่องจากชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาร่วมประชุมหรือสัมมนาในประเทศไทยแต่ละครั้งจะนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายระหว่างการประชุมจำนวนมาก และอาจจะใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวธรรมดาประมาณ 3 เท่า ทั้งนี้เพราะส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าหน้าที่ระดับบริหารของหน่วยงาน นักธุรกิจสาขาต่าง ๆ ซึ่งมีรายได้ค่อนข้างสูง ฉะนั้นเพื่อส่งเสริมชักจูงให้ชาวต่างประเทศสนใจมาจัดการประชุมในประเทศให้มากยิ่งขึ้น ททท. จึงได้ดำเนินการเผยแพร่สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการจัดประชุมในประเทศไทย สถิติการจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทยสำหรับที่ผ่านมา และแผนการจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทยให้องค์การและสมาคมต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศได้ทราบ เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจจะจัดประชุมระดับประเทศในประเทศไทยให้มากยิ่งขึ้นในปีงบประมาณ 2526 มีการจัดประชุมครั้งสำคัญ 7 ครั้ง มีผู้ร่วมประชุมประมาณ 2,000 คน

## 2. การส่งเสริมการขายในประเทศ

การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมีความสำคัญและอำนวยความสะดวกในการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่น ทำให้เกิดการหมุนเวียนด้านการใช้จ่ายเงินตรา ทั้งยังทำให้คนในท้องถิ่นหนึ่ง ๆ ได้รู้จักท้องถิ่นอื่นนอกเหนือจากภูมิลำเนาเดิมของตน นอกจากนี้ยังเป็นการช่วยให้เกิดความเข้าใจอันดีและความรักความสามัคคีระหว่างคนในชาติ เกิดความหวงแหน และเกิดความต้องการที่จะอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม โบราณวัตถุสถาน ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของไทยไว้

beneficial to Thai tourist industry. These people, from various countries, saw Thai tourist attractions and tourist facilities. With their experiences and information about Thailand, they publicized Thailand by various media. TAT's guests totalled 169.

## 1.3 International Convention Promotion in Thailand

International convention was beneficial to Thai tourist industry since the convention participants expended in foreign currency three times higher than average tourist expenditures. Most of the participants were executives and high-income businessmen. To promote international convention and to persuade more foreigners to arrange international convention in Thailand, TAT informed the international and domestic organizations and clubs about international convention facilities in Thailand, statistics of the former international conventions in Thailand and plans of convention arrangement. The information's objective was to encourage the conventioners to be interested in arranging international convention in Thailand. In the fiscal year 1983, there were 7 major conventions with 2,000 participants.

## 2. Domestic Sales Promotion

Domestic travel was important and beneficial to help distribute more income to people in various regional areas since it rendered expenditure's circulation in each region. Moreover, people knew more about different regions apart from their own. Domestic travel promoted good understanding and friendship among Thais. Besides, it encouraged the people to be proud of their cultural heritage as a part of Thai identity. Thus, they were willing to conserve natural resources, environment and antique ruins. To promote domestic travel, TAT's activities emphasized on the encouragement of people and youth in each region to visit other unfamiliar regions. TAT's activities on such purpose were as followed:

2.1 Youth tour programmes for sight-seeing and educational purposes totalled 3 with 134 young tourists. For social and welfare aims, there were 12 tours with 1,112 tourists.

2.2 Production of radio programmes concerning tourism, introduction of tourist resources and tourist attractions in various regions. The programmes were broadcasted each month in many radio stations.

2.3 Production of posters consisted of 6 main regions, i.e., the North, the South, the Northeast, the Central Plains, the East Coast and Phuket-Phang Nga provinces. The posters were used as equipments to publicize tourism and to present in lecture on tourism. Moreover, they were for poster exhibition.

2.4 Production of documentary films concerning tourism in Thailand and production of video-tapes of several provinces and local festivals. The video-tapes were broadcasted each month in many T.V. stations.





เพื่อเป็นการส่งเสริมสนับสนุนให้มีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศให้มากยิ่งขึ้น ททท.ได้ดำเนินการต่าง ๆ ในอันที่จะกระตุ้นให้ประชาชนและเยาวชนไทยในแต่ละท้องถิ่นให้เกิดความสนใจที่จะไปเยือนท้องถิ่นอื่นซึ่งตนยังไม่รู้จักคุ้นเคยมาก่อน โดยให้ดำเนินการดังนี้

2.1 จัดนำเที่ยวเยาวชนเพื่อทัศนศึกษา 3 ครั้ง มีเยาวชนร่วมเดินทาง 134 คน จัดนำเที่ยวเพื่อเป็นสวัสดิการสังคมแก่ประชาชนกลุ่มต่าง ๆ รวม 12 ครั้ง มีผู้ร่วมเดินทาง 1,112 คน

2.2 จัดทำรายการสารคดีท่องเที่ยวประเทศไทยทางสถานีวิทยุแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวภาคต่าง ๆ และทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทั่วประเทศเป็นประจำทุกเดือน

2.3 จัดทำภาพนิ่งชุดภาคต่าง ๆ ประกอบด้วย ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ฝั่งทะเลตะวันออก และจังหวัดภูเก็ต-พังงา เพื่อเป็นอุปกรณ์เผยแพร่การท่องเที่ยว และใช้ประกอบการบรรยายและจัดแสดงภาพนิ่ง

2.4 จัดทำภาพยนตร์สารคดีท่องเที่ยวประเทศไทย และจัดทำแถบบันทึกเสียงโทรทัศน์เกี่ยวกับจังหวัดต่าง ๆ และงานประเพณีท้องถิ่นของไทย เพื่อเผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์เป็นประจำทุกเดือน

2.5 ผลิตเอกสารเผยแพร่ อนุสาร อ.ส.ท.รายเดือน 12 ฉบับ จำนวนพิมพ์ฉบับละ 50,000-60,000 เล่ม นิตยสาร Holiday Time in Thailand ภาษาอังกฤษรายเดือน 12 ฉบับ จำนวนพิมพ์ฉบับละ 50,000-70,000 เล่ม

2.6 ประสานงานและดำเนินงานร่วมกับจังหวัดต่าง ๆ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด โดยการจัดงานศิลปวัฒนธรรมงานเทศกาล และงานต่าง ๆ เช่น งานผูกเสี่ยวจังหวัดขอนแก่น งานแสดงศิลปวัฒนธรรมระหว่างภาคจังหวัดยะลา งานแห่ปราสาทผึ้งจังหวัดสกลนคร งานเทศกาลเดือนสิบจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นต้น รวม 21 ครั้ง

2.5 Production of "Anusarn Aor Sor Tor", monthly tourism magazine in Thai language, with 12 issues and the circulation of 50,000-60,000 Production of "Holiday time in Thailand", monthly tourism magazine in English language, with 12 issues and the circulation of 50,000-70,000

2.6 Coordinating and jointly working with provincial authority of many provinces in order to promote tourism of each province The art and cultural fairs, festivals and other fairs were such as "Pook Siew" festival in Khon Kaen Province, Regional cultural show in Yala province, Procession of Prasat Pueng in Sakon Nakhon province, and the tenth month festival in Nakhon Si Thammarat The fairs and festivals that TAT joined totalled 21.

### 3. Activities Supported Sales Promotion in Thailand and Abroad

3.1 In the fiscal year 1983, TAT produced folders and posters used as advertising aids as followed :

3.1.1 Folders in Thai language and nine foreign languages, i.e., English, French, German, Italian, Arabic, Korean, Malaysian and Chinese, totalled 9 categories

3.1.2 Posters in Thai and English languages totalled 23 categories

3.2 Distributing brochures and equipments used in publicising tourism to government and private sector institutions in order to extend tourism in Thailand as widely as possible. These institutions were tourist agencies, airlines, embassies, Thai consuls, where there were no TAT overseas offices, and TAT offices both in Thailand and in other countries Brochures totalled 1,819,836 and posters totalled 101,241

#### 3.3 Production of slides and black and white photos

TAT produced slides and black and white photos for advertising usage. The slides and photos concerned with major natural attractions, antique ruins, art objects, Thai lifestyles in various regions, Thai tradition and culture, tourist facilities and local handicrafts. TAT local and overseas offices employed the slides and photos as advertising. Government and educational institutions borrowed them for pedagogical purposes in lectures on tourism TAT produced 6,845 slides, 9,260 black/white photos and 59,680 color photos

#### 3.4 Exhibition

In the fiscal year 1983 TAT arranged fifty-two exhibitions for publicizing purposes In Thailand, thirty-nine exhibitions were held in educational, private and government sector institutions, as well as in festivals Thirteen exhibitions were held abroad

### 4. Tourism Development

In the fiscal year 1983, TAT designed plans on tourism development, projects and evaluation as followed

#### 4.1 Primary Survey for Tourism Development Plan

4.1.1 Primary survey for tourism development plan of Nakhon Si Thammarat, Phattalung and Trang provinces

## 8. ผลงานที่สนับสนุนงานส่งเสริมการขายในประเทศ และต่างประเทศ

3.1 ในปีงบประมาณ 2526 ได้ผลิตอุปกรณ์เผยแพร่โฆษณาที่เป็นเอกสารแผ่นพับและแผ่นภาพโฆษณา ดังนี้ :-

3.1.1 เอกสารแผ่นพับทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ 9 ภาษา คือ อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน สเปน อิตาลี อาหรับ เกาหลี มาเลเซีย และจีน รวม 9 รายการ

3.1.2 แผ่นภาพโฆษณาภาษาไทยและอังกฤษ รวม 23 รายการ

3.2 แจกจ่ายเอกสารและอุปกรณ์เผยแพร่โฆษณาทางการท่องเที่ยวแก่ส่วนราชการ หน่วยงานต่าง ๆ เพื่อไปใช้ประโยชน์ในการเผยแพร่การท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างกว้างขวาง เช่น บริษัทนำเที่ยว สายการบิน สถานทูต และกงสุลไทยในต่างประเทศที่ไม่มีสำนักงาน ททท.ตั้งอยู่ และ ททท.สำนักงานสาขาทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมเอกสาร 1,819,836 ฉบับ แผ่นภาพโฆษณา 101,271 แผ่น

3.3 ผลิตภาพนิ่งและภาพขาวดำ ททท.ได้ผลิตภาพนิ่งและภาพขาวดำเพื่อใช้ในการเผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยว โดยถ่ายภาพสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญทางธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญทางโบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ ภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยในภาคต่าง ๆ ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทางการท่องเที่ยว สินค้าพื้นเมืองในแต่ละภาค สำหรับ ททท.สำนักงานในประเทศและต่างประเทศได้ใช้เป็นอุปกรณ์ในการโฆษณาเผยแพร่ประเทศไทย และให้ส่วนราชการ หน่วยงานภายในประเทศและสถาบันการศึกษาได้ยืมไปใช้เผยแพร่และประกอบการบรรยายความรู้ทางการท่องเที่ยวและการเรียนการสอน โดยได้ผลิตภาพนิ่งจำนวน 6,845 แผ่น ภาพขาวดำจำนวน 9,260 ภาพ ภาพสี 59,680 ภาพ

3.4 การจัดนิทรรศการ ในปีงบประมาณ 2526 ได้จัดนิทรรศการเพื่อเผยแพร่การท่องเที่ยวของประเทศไทยรวม 52 ครั้ง เป็นการจัดภายในประเทศตามสถาบันการศึกษาและหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน และในระหว่างงานเทศกาลต่าง ๆ 39 ครั้ง จัดนิทรรศการตามประเทศต่าง ๆ 13 ครั้ง

## 4. การพัฒนาการท่องเที่ยว

ในปีงบประมาณ 2526 ได้ทำแผนงานด้านพัฒนาการท่องเที่ยว โครงการและการประเมินผล ดังนี้ :-

### 4.1 การสำรวจเบื้องต้นเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

4.1.1 สำรวจเบื้องต้นเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง เริ่มดำเนินการตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2526

4.1.2 สำรวจเบื้องต้นเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดพังงา กระบี่ เริ่มดำเนินงานตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2526



started from June, 1983

4.1.2 Primary survey for tourism development plan of Phang Nga and Krabi provinces started from July, 1983.

4.1.3 Primary survey for tourism development plan of Chiang Rai and Phayao provinces started from August, 1983.

### 4.2 Plan of Primary Study on Tourism

4.2.1 Plan of primary study on tourism of Hua Hin and Cha-am TAT hired Thailand Institute of Scientific and Technological Research The plan started from August, 1982.

4.2.2 Plan of primary study on tourism of Samui Island, Surat Thani province. Thailand Institute of Scientific and Technological Research undertook the plan which started from August, 1982

4.2.3 Plan of primary survey on tourism of Nakorn Ratchasima, Khon Kaen, U-dorn Thani, Nong Khai and Nakorn Phanom provinces Department of Economics, the Faculty of Economics and Business Administration of Kasetsart University undertook the plan which started from August, 1982

### 4.3 Master Plans of Tourism Development

4.3.1 Master plan of tourism development in Kanchanaburi province The Institute of Environmental Research of Chulalongkorn University undertook the plan on the socio-economic bases. The plan started from August, 1982.

4.3.2 Master plan of tourism development in Sukhothai, Kamphaeng Petch and Tak provinces The Institute of Social Research of Chulalongkorn University undertook the plan which started from August, 1982



4.1.3 สํารวจเบื้องต้นเพื่อกวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว  
จังหวัดเชียงราย พะเยา เริ่มดำเนินงานตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2526

#### 4.2 การจัดทำแผนศึกษาเบื้องต้นทางการท่องเที่ยว

4.2.1 ทำแผนการศึกษาเบื้องต้นทางการท่องเที่ยวหัวหิน  
ชะอำ โดยได้จ้างสถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย  
โดยเริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2525

4.2.2 ทำแผนการศึกษาเบื้องต้นทางการท่องเที่ยวเกาะสมุย  
จังหวัดสุราษฎร์ธานี จัดทำโดยสถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี  
แห่งประเทศไทย เริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2525

4.2.3 ทำแผนการศึกษาเบื้องต้นทางการท่องเที่ยว  
นครราชสีมา ขอนแก่น อุตรธานี หนองคาย สกลนคร นครพนม  
จัดทำโดยภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2525

#### 4.3 การจัดทำแผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยว

4.3.1 ทำแผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวกาญจนบุรี  
ดำเนินการโดยสถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
โดยคำนึงถึงความเหมาะสมทางด้านเศรษฐกิจและสังคม เริ่มดำเนินการ  
ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2525

4.3.2 ทำแผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวสุโขทัย พิษณุโลก  
กำแพงเพชร และตาก จัดทำโดยสถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย โดยเริ่มดำเนินการตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2525

#### 4.4 การจัดทำแผนงานและโครงการ

4.4.1 โครงการเปิดสำนักงานในวันออกกลาง ตามแผน  
พัฒนาฉบับที่ 5 กำหนดเปิดสำนักงานในปี 2528

4.4.2 โครงการติดตามผลการปฏิบัติงานตามแผนการตลาด  
และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวประจำปี 2526 เพื่อทราบปัญหา  
และอุปสรรคของการปฏิบัติงาน

4.4.3 แผนการตลาดในประเทศและต่างประเทศสำหรับปี  
2527 เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติงานในปี 2527

#### 4.5 ประเมินผลการจัดงาน

4.5.1 งานแสดงศิลปวัฒนธรรมระหว่างภาค ครั้งที่ 5  
ที่จังหวัดพิษณุโลก และครั้งที่ 6 ที่จังหวัดยะลา

4.5.2 งานเทศกาลเที่ยวเมืองไทย ประจำปี 2525 ซึ่งจัด  
ที่สวนอัมพร

4.5.3 งานเทศกาลร่มบ่อสร้าง จัดที่หมู่บ้านบ่อสร้าง  
อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

4.5.4 งานส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับพระราช  
กรณียกิจและการท่องเที่ยว

### 5. การยกระดับมาตรฐานวิชาชีพและการเผยแพร่ วิชาการท่องเที่ยว

5.1 การอบรมภายใน จัดอบรมและบรรยายเพื่อเพิ่มพูนความรู้



#### 4.4 Operational Plans and Projects

4 4 1 Project of opening new overseas office  
in the Middle East in accordance with the Fifth Plan of  
National Development. The new office was planned to  
open in 1985

4 4 2 Project of pursuing the results of marketing  
plan and tourism development plan of 1983 in order to  
know problems and obstacles in operation

4 4 3 Marketing activity plan in Thailand and other  
countries of the year 1984 was used as guideline for  
administration in 1984

#### 4.5 Evaluation of Festivals and Shows

4 5 1 Regional Cultural Shows, the fifth event  
in Phitsanulok province and the sixth event in Yala province

4 5 2 Tourism Festival 1982 at Amporn Garden

4 5 3 Bor Sang Umbrella Festival held at Bor Sang  
village, San Kampaeng district, Chiangmai province

4 5 4 Promotion and publicizing a fair concerning  
royal activities and tourism.

### 5. Upgrading the Standard of Tourism Profession and Publicizing the Courses of Tourism.

#### 5.1 Training in TAT

TAT arranged training and lecture courses to  
increase the knowledge, understanding and efficiency  
in the administration of TAT officials.

5 1 1 Arranging eight training courses, e.g.  
English conversation course, course of documentary filing,  
course of basic foundation for administration in tourist  
industry.

ความเข้าใจและเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน ททท.

5.1.1 จัดอบรมหลักสูตรต่าง ๆ รวม 8 ครั้ง เช่น หลักสูตร การสนทนาภาษาอังกฤษ หลักสูตรการปฏิบัติงานสารบรรณ และ หลักสูตรหลักการพื้นฐานเพื่อการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรม ท่องเที่ยว เป็นต้น

5.1.2 เชิญวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิสาขาต่าง ๆ มาบรรยาย รวม 5 ครั้งในเรื่องที่น่าสนใจหัวข้อต่าง ๆ เช่น มนุษยสัมพันธ์และการพูดในที่ชุมนุมชน ความสำคัญของกฎหมายที่ต้องมีเพื่อการ ท่องเที่ยว และอาชีพมัคคุเทศก์ เป็นต้น

5.2 จัดอบรมมัคคุเทศก์ ร่วมกับมหาวิทยาลัยศิลปากรรุ่นที่ 10 มีผู้สำเร็จการอบรม 788 คน

### 5.3 การอบรมวิชาการโรงแรม

5.3.1 อบรมวิชาการโรงแรมภาคเหนือที่จังหวัดพิษณุโลก มีผู้สำเร็จการอบรม 104 คน

5.3.2 อบรมวิชาการโรงแรมภาคใต้ ที่หาดใหญ่ จังหวัด สงขลา มีผู้สำเร็จการอบรม 120 คน

5.3.3 อบรมวิชาการโรงแรม จังหวัดลำปาง มีผู้สำเร็จการ อบรม 180 คน

### 5.4 การจัดสัมมนาการพัฒนาการท่องเที่ยว

5.4.1 สัมมนาการบริการนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ร่วมกับ อาเซียนเซ็นเตอร์ มีผู้เข้าร่วมสัมมนา 109 คน

5.4.2 สัมมนาการท่องเที่ยวสำหรับครูโรงเรียนมัธยมศึกษา ส่วนกลาง มีผู้เข้าร่วมสัมมนา 151 คน

### 5.5 สถาบันฝึกอบรมวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว (สทท.)

เปิดรับนักศึกษา รุ่นที่ 3 ประจำปี 2526 มีผู้ผ่านการสอบ คัดเลือกเข้าเป็นนักศึกษา จำนวน 198 คน จากผู้สมัครสอบคัดเลือก 528 คน โดยเริ่มการฝึกอบรมในเดือนมกราคม 2526

## 8. งานด้านบุคคล

6.1 อัตรากำลังพนักงาน ททท. 496 อัตรา ลูกจ้าง 53 อัตรา

6.2 จัดทำระเบียบว่าด้วยการให้พนักงานลาไปศึกษา ฝึก อบรม ดูงานและฝึกงานหรือปฏิบัติการวิจัย และจัดทำข้อบังคับ การเดินทางไปต่างประเทศของพนักงาน ททท.

6.3 ส่งพนักงานไปฝึกอบรมและสัมมนาในประเทศและต่าง ประเทศ จำนวน 121 คน ในจำนวนนี้ส่งไปอบรมภายในประเทศ 111 คน และต่างประเทศ 10 คน

## 7. สถานตากอากาศ

### 7.1 โรงแรมบางแสน (บส.)

7.1.1 มีรายได้	16,990,103.75 บาท
7.1.2 มีรายจ่าย	17,824,761.80 บาท
7.1.3 ขาดทุน	834,658.05 บาท

5.1.2 Inviting qualified lecturers from various fields to lecture on interesting topics such as "human relations and public speaking", "importance of law towards tourism", "tourist guide as a profession" Lectures totalled 5.

5.2 Tourist Guide Training TAT cooperated with Silpakorn University arranged the tenth tourist guide training course. There were 188 persons who received tourist guide certificates

### 5.3 Hotel Training

5.3.1 Hotel training in the North, in Phitsanulok province. There were one-hundred and four persons who received hotel training certificates.

5.3.2 Hotel training in the South, in Haadyai district, Songkla province. There were one-hundred and twenty persons who received hotel training certificates

5.3.3 Hotel training in Lampang province. There were one-hundred and eighty persons who received hotel training certificates.

### 5.4 Seminar on Tourism Development

5.4.1 Seminar on services to Japanese tourists. With the cooperation of Asean Centre and TAT, the seminar was attended by one-hundred and nine persons

5.4.2 Seminar on tourism for Mattayom Suksa teachers in the central region, one-hundred and fifty-one persons attended the seminar.

### 5.5 Hotel and Tourism Training Institute

Enrollment of the third class students of the year 1983. Of all five-hundred and twenty-eight entrants, there were one-hundred and ninety eight persons who passed the entrance exam. The training started from January, 1983

## 6. Personnel Division

6.1 Number of TAT staff : four-hundred and ninety-six officials and fifty-three employees.

6.2 Arrangements of regulations concerning the leave for further education, training, educational tour and apprenticeship. Arrangement of restrictions concerning overseas travel of TAT officials.

6.3 Sending officials to attend seminars and training courses both in Thailand and in other countries. Of the total one hundred and twenty-one officials, one-hundred and eleven officials attended domestic training courses and ten officials attended the courses abroad

## 7. Resorts

7.1 Bang Saen Beach Resort Hotel	
7.1.1 Income	16,990,103.75 Baht
7.1.2 Expenditure	17,824,761.80 Baht
7.1.3 Deficit	834,658.05 Baht
7.1.4 Bungalow occupancy rate	56.63%
Hotel occupancy rate	39.29%
7.1.5 Hotel rooms	29 units
Bungalow rooms	144 units



7.1.4 อัตราการเข้าพักบังกาไล ร้อยละ 56.63  
โรงแรม ร้อยละ 39.29

7.1.5 ที่พักแยกเป็นห้องพักโรงแรม 29 หน่วย  
และบังกาไล 144 หน่วย

7.1.6 จำนวนพนักงานประจำ 149 คน  
ลูกจ้างชั่วคราว 17 คน

การเข้าโรงแรมบางแสน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้เสนอข้อสังเกตเกี่ยวกับการดำเนินงานของสถานตากอากาศของ ททท.ต่อคณะรัฐมนตรีว่า ได้เคยขอให้ททท. จัดทำแผนปรับปรุงกิจการสถานตากอากาศให้สามารถเลี้ยงตัวเองได้ หรือหากปรับปรุงให้ดีขึ้น ไม่ได้ก็น่าจะหาทางให้เอกชนเข้าช่วงไปดำเนินการแทน คณะรัฐมนตรีได้มีมติ เมื่อวันที่ 21 เมษายน 2524 ให้ ททท.ดำเนินการตามข้อสังเกตของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

เนื่องจากการดำเนินงานของโรงแรมบางแสนขาดทุน คณะกรรมการ ททท. ในคราวประชุมครั้งที่ 7/2525 เมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2525 จึงมีมติให้เอกชนเข้าโรงแรมบางแสนไปดำเนินการ ททท.จึงได้ให้บริษัท บางแสนบีช รีสอร์ท จำกัด เข้าโรงแรมบางแสน และลงนามสัญญาเมื่อวันที่ 12 กันยายน 2526

7.2 สนามกอล์ฟบางพระ (กบพ.)

7.2.1 มีรายได้	11,001,584.39 บาท
7.2.2 มีรายจ่าย	10,605,543.31 บาท
7.2.3 กำไร	396,041.08 บาท
7.2.4 อัตราการเข้าพักร้อยละ	28.44
7.2.5 จำนวนห้องพัก	20 หน่วย แยกเป็นห้องใหญ่ 8 หน่วย ห้องเล็ก 12 หน่วย
7.2.6 จำนวนพนักงานประจำ	106 คน ลูกจ้างชั่วคราว 4 คน

7.3 โรงแรมเขาใหญ่ (รขญ.)

7.3.1 มีรายได้	11,424,929.32 บาท
7.3.2 มีรายจ่าย	11,008,773.19 บาท
7.3.3 กำไร	416,156.13 บาท
7.3.4 อัตราการเข้าพัก ร้อยละ	40.19
7.3.5 จำนวนห้องพัก แยกเป็นบังกาไล	30 หน่วย โมเต็ล 18 หน่วย เรือนทัศนจาร 9 หน่วย
7.3.6 จำนวนพนักงานประจำ	97 คน ลูกจ้างชั่วคราว 2 คน

## 8. การดำเนินงานของคณะอนุกรรมการร่วมภาครัฐบาลและเอกชนเพื่อแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยว

ตามที่ ททท.ได้ร่วมอยู่ในคณะอนุกรรมการร่วมภาครัฐบาลและเอกชนเพื่อแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยว ได้รับแต่งตั้งจากคณะกรรมการร่วมภาครัฐบาลและเอกชนเพื่อแก้ไขปัญหาทาง

7 1 6 Officials	149
Employees	17

### Lease of Bangsaen Beach Resort Hotel

The Office of the National Economic and Social Development Board suggested a notion on the management of TAT resort to the Cabinet. The notion was that TAT should make a plan to improve the resort management in order that it could be a self-supported resort. In the case that TAT could not improve the resort's financial situation, TAT should find a private sector to lease and to manage the resort. On August 21, 1981, the Cabinet approved with the Office of the National Economic and Social Development Board that TAT should follow the office's notion.

Since the management of Bangsaen Beach Resort Hotel experienced deficiency, TAT Board approved that the Resort Hotel should be leased by a private sector. The approval was in the seventh meeting of 1982 on July 19, 1982. Therefore, TAT contracted with Bangsaen Beach Resort Company to lease Bangsaen Beach Resort Hotel. The company and TAT signed the contract on September 12, 1983.

### 7.2 Bang Phra Golf Course

7.2 1 Income	11,001,584 39 Baht
7.2 2 Expenditure	10,605,534 31 Baht
7 2.3 Profit	396,041 08 Baht
7.2.4 Occupancy rate	28 44%
7 2 5 Rooms	20 units divided into 8 units of spacious rooms and 12 units of small rooms
7 2.6 Officials	106
Employees	4

### 7.3 Khao Yai Motor Lodge

7.3 1 Income	11,424,929 32 Baht
7.3 2 Expenditure	11,008,773 19 Baht
7.3 3 Profit	416,156.13 Baht
7 3.4 Occupancy rate	40 19%
7.3 5 Rooms	divided into bungalows 30 units Motels 18 units Tourist buildings 9 units

## 8. Operation of the Sub-Committee of Joint Government and Private Sectors Solving Tourism Problems

As a member in the sub-committee of joint government and private sectors solving tourism problems, TAT was appointed by the sub-committee of the present government to concern with economic problems. The TAT's appointment, started from July 1, 1983, was to develop tourism and to solve the problems on tourism more effectively and more continuously. Pol Lieutenant Charn Manoodharm, minister to the Prime Minister's office, was the sub-committee's chairman and twenty-seven representatives from government and private sectors were members. The sub-committee was responsible for

เศรษฐกิจ (กรอ.) ในรัฐบาลปัจจุบัน เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2526  
ขึ้นใหม่ เพื่อให้การพัฒนาและแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวเป็นไป  
อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยมีรัฐมนตรีประจำ  
สำนักนายกรัฐมนตรี ร้อยตำรวจโทชาญ มนูธรรม เป็นประธาน  
อนุกรรมการ และมีผู้แทนที่เกี่ยวข้องทั้งจากภาครัฐบาลและเอกชน  
รวม 27 คน มีหน้าที่พิจารณาปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการ  
พัฒนาการท่องเที่ยว พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหา  
ดังกล่าว

ในรอบปี 2526 คณะอนุกรรมการร่วมภาครัฐบาลและเอกชน  
เพื่อแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวได้จัดประชุม รวม 3 ครั้ง เมื่อวันที่  
7 กันยายน 2526 ณ ทำเนียบรัฐบาล เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2526  
ณ โรงแรมดุสิตธานี และเมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน 2526 ณ โรงแรม  
เอเชีย

ในการประชุมคณะอนุกรรมการฯ ทั้ง 3 ครั้งดังกล่าว ที่ประชุม  
ได้พิจารณาปัญหาต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้ :-

1. การแต่งตั้งอนุกรรมการเพิ่มเติมเพื่อให้คณะอนุกรรมการฯ  
ปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและคล่องตัวยิ่งขึ้น
2. การแต่งตั้งคณะทำงาน รวม 6 คณะ เพื่อให้การพิจารณา  
ปัญหาและอุปสรรคการท่องเที่ยวทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค  
ของจังหวัดต่าง ๆ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักเป็นไปโดยละเอียด  
รอบคอบยิ่งขึ้น
3. ปัญหาดังมาจากการพิจารณาของคณะอนุกรรมการฯ  
ในรัฐบาลชุดที่แล้ว
4. ปัญหาเรื่องห้องพักโรงแรมในกรุงเทพฯ และตามแหล่ง  
ท่องเที่ยวหลักในปัจจุบันมีจำนวนมากเกินความต้องการ ทำให้  
ประสบภาวะการแข่งขัน คณะอนุกรรมการได้พิจารณาแต่งตั้ง  
คณะทำงานเฉพาะกิจเพื่อเร่งดำเนินการพิจารณาศึกษาข้อมูลความ  
เป็นไปได้ในการชะลอการขยายการก่อสร้างกิจการโรงแรมใน  
กรุงเทพฯ และตามแหล่งท่องเที่ยวหลักตั้งแต่ปี 2525-2529 โดยมี  
ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นประธาน และมีผู้แทนที่  
เกี่ยวข้องร่วมเป็นคณะทำงานรวม 12 คน
5. ปัญหาท่าอากาศยานกรุงเทพฯ เกี่ยวกับมัคคุเทศก์มิชชันนารี  
แอบอ้างขายบริการก่อความเดือดร้อนแก่นักท่องเที่ยว และปัญหา  
รถรับจ้างผิดกฎหมายเอารถเอ้าท์เปรียบนักท่องเที่ยว คณะอนุกรรมการฯ  
ได้พิจารณาให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับไปพิจารณานามาตรการ  
เพื่อสามารถดำเนินการตามกฎหมายต่อกลุ่มบุคคลดังกล่าวผู้ประพฤตินี้  
มิชอบต่อไป
6. ปัญหาเรื่องการขายกิจการร้านค้าปลอดภาษี คณะ  
อนุกรรมการฯ มีมติให้หน่วยงานที่รับผิดชอบร่วมกันพิจารณา  
ดำเนินการและศึกษาวิธีการอื่น ๆ ที่เหมาะสม โดยเฉพาะในเรื่องที่  
สำคัญ คือการขายกิจการและขายสินค้าปลอดภาษีแก่นักท่องเที่ยว  
ระหว่างประเทศ ซึ่งขณะนี้เรื่องอยู่ในระหว่างดำเนินการ.

finding solutions and guidelines on problems and  
obstacles of tourism development.

In 1983, the sub-committee of joint government and  
private sectors solving tourism problems arranged three  
meetings: a meeting at Government House on September  
7, 1983, a meeting at Dusit Thani Hotel on October 12,  
1983 and a meeting at Asia Hotel on November 24, 1983.

In the three meetings, the sub-committee considered  
the following issues :

1. Appointment of additional members of the  
sub-committee in order to increase the efficiency and  
flexibility in the sub-committee's administration
2. Appointment of six working groups to consider  
more carefully the problems and obstacles of tourism  
in central region and regional areas including major  
tourist resort provinces.
3. Unresolved problems of the sub-committee  
of the former government.
4. Problems on an over-supply of hotel rooms  
in Bangkok and major tourist resort provinces and  
problems on competition of hotel room price rate  
Therefore, the sub-committee appointed a working group  
on specific problem to consider the possibility of  
decelerating expansion of hotel construction in Bangkok  
and major tourist resort provinces from 1982-1986  
The sub-committee appointed TAT Governor as the  
group's chairman and twelve persons concerned in the  
matter as members.
5. Problems in Bangkok international airport  
concerning with unauthorized guides who caused  
problems to tourists and problem of illegal taxi drivers  
who overcharged tourists. The sub-committee informed  
the problems to the departments concerned in order  
that they took legal actions against these people.
6. Problem on the expansion of duty-free shops  
The sub-committee agreed that the departments  
responsible in the issue jointly considered suitable methods  
and operation especially in the case of expanding duty-free  
products and business for international tourists  
The consideration was in the process of operation







8812  
5188





GREENFIELD  
CAMPING





# การส่งเสริมการท่องเที่ยว

## Tourism Promotion



### การส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวของประเทศไทย ที่ลอนดอน ประเทศอังกฤษ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) โดยสำนักงาน ททท. ลอนดอน ร่วมกับบริษัทการบินไทย จำกัด และผู้ประกอบการธุรกิจภาคเอกชน ได้จัดงานส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวของประเทศไทย ขึ้นที่โรงแรม Portman ในนคร London ระหว่างวันที่ 28-29 ตุลาคม 2526 โดยได้จัดเชิญผู้แทนบริษัทนำเที่ยวชั้นนำจากตลาดสำคัญ ๆ ในทวีปยุโรป ตลอดจนสื่อมวลชนทางการท่องเที่ยวมาร่วมงานในครั้งนี้เพื่อส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวมาสู่ประเทศไทย โดยการเชิญผู้ซื้อ (buyers) ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนบริษัทนำเที่ยว (travel agency) และผู้ประกอบการท่องเที่ยว (tour operator) สำคัญ ๆ ที่คัดเลือกแล้วจากทั่วยุโรปมาพบกับผู้ขาย (sellers) ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจาก ททท. การบินไทย สมาคมโรงแรมไทย สมาคมบริษัทนำเที่ยวไทย ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว และภัตตาคารอาหารไทย

รูปแบบของการจัดงาน ได้แบ่งการจัดงานออกเป็น 3 ภาค คือ :-

1. ภาคเช้า วันที่ 28 ตุลาคม 2526 เป็นการเชิญเฉพาะ (U.K. Travel Agents) จำนวน 100 คน มาร่วมงานระหว่างเวลา 09.30-14.30 น. โดยเริ่มด้วยการกล่าวคำปราศรัยต้อนรับผู้มาร่วมงาน แล้วเสนอภาพนิ่งประกอบคำบรรยาย (slide presentation) เกี่ยวกับประเทศไทย เสร็จแล้วเป็นการสัมมนาการขาย (workshop) โดยเชิญแขกที่มาร่วมงานไปพบปะตุกลงธุรกิจกับผู้ขายจากประเทศไทยตาม booth ต่าง ๆ และมีการเลี้ยงอาหารกลางวันประกอบการแสดงนาฏศิลป์ไทย การแสดงดนตรีแบบ Trio จากโรงแรมวงค์อมตย์ และการจับสลากรางวัลแก่ผู้มาร่วมงาน

2. ภาคบ่าย วันที่ 28 ตุลาคม 2526 เป็นการเชิญเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวที่สำคัญจากตลาดต่าง ๆ คือ อังกฤษ สแกนดิเนเวีย ฝรั่งเศส อิตาลี เยอรมัน กลุ่มประเทศเบนลักซ์ สวิตเซอร์แลนด์ และกรีซ จำนวน 200 คน มาร่วมงาน งานเริ่มด้วยประธานกรรมการ ททท. (นายบัญญัติ บรรทัดฐาน) รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี กล่าวคำปราศรัยกับผู้มาร่วมงาน แล้วเสนอภาพนิ่งประกอบคำบรรยายเกี่ยวกับประเทศไทย เสร็จแล้วเป็นการสัมมนาการขาย โดยเชิญแขกที่มาร่วมงานไปพบปะตุกลงธุรกิจกับผู้ขายจากประเทศไทยตาม booth ต่าง ๆ และเลี้ยงอาหารค่ำประกอบการแสดงดนตรีสากลแบบ Trio จากโรงแรมวงค์อมตย์ และการแสดงนาฏศิลป์ไทย การแสดงพื้นตาบจากสวนลพบุรี การจับสลากรางวัลตั๋วเครื่องบินของการบินไทย และการให้ที่พักพิวเป็นรางวัลของบรรดาธุรกิจโรงแรมจากประเทศไทยที่มาร่วมงาน เสร็จแล้วประธานกรรมการททท. กล่าวขอบคุณผู้มาร่วมงาน แล้วจัดให้มีลีลาศประกอบดนตรีจนถึงเวลาประมาณ 24.00 น. จึงปิดงาน

### Sales Promotion of Thailand Tourism in London, England

On behalf of the Tourism Authority of Thailand, TAT's London office cooperated with Thai Airways. International and private sector arranged Sales Promotion Fair of Thailand Tourism. The fair was held at Portman hotel in London during 28-29 October 1983. TAT invited representatives from famous travel agencies in major European markets as well as representatives from mass media. The fair's aim was to promote sales on tourism to Thailand by inviting the buyers in European countries to meet the sellers from Thailand. The buyers consisted of representatives of travel agencies and selected tour operators in Europe. The sellers were the representatives from TAT, Thai Airways International, Thai Hotels Association, Association of Thai Travel Agency and entrepreneurs in hotel business, tourist industry and Thai food restaurants.

Form of the Fair Arrangement divided into three sessions :-

1. Morning session: On October 28, 1983 TAT invited one-hundred travel agents from United Kingdom to join the fair during 09.30 a.m.-14.30 p.m. The session started with welcome address and slide presentation of Thailand. Then, during sales workshop session, the agents made business agreements with Thai sellers at various booths. TAT offered a lunch party with Thai classical dance show, a trio band from Wongse Amattaya hotel and lottery of which prizes were given to guests.

2. Afternoon session: On October 28, 1983, TAT invited two-hundred tour operators from major European markets such as England, Scandinavia, France, Italy, Germany, Benelux countries, Switzerland and Greece. The session started with the speech of TAT Board's





3. ภาคเช้า วันที่ 29 ตุลาคม 2526 เป็นการทำสัมมนา การขายต่อ ระหว่าง 09.00-12.00 น. เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีการนัดหมายหรือค้างการติดต่อตกลงธุรกิจจากวันก่อนได้พบกับผู้ขายจากประเทศไทยอีกครั้งหนึ่ง

การส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวประเทศไทยที่ลอนดอนในครั้งนี้ได้สำเร็จลุล่วงไปด้วยความเรียบร้อยและนับได้ว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีดังตามความมุ่งหมาย กล่าวคือผลในระยะสั้นนับว่าเป็นประโยชน์สำหรับบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย ที่ได้รับความรู้เกี่ยวกับข้อมูลทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งจะเป็นการช่วยส่งเสริมการขายของประเทศไทยที่มีอยู่ในตลาดแล้วให้มากยิ่งขึ้น สำหรับผลในระยะยาวนั้น นับว่าเป็นประโยชน์ต่อบริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพวกบริษัทนำเที่ยวที่มีการจัดรายการทัวร์มาประเทศไทยในการสร้างความมั่นใจให้มีการลงทุนจัดโปรแกรมขายประเทศไทยในตลาดต่อไปในอนาคต

สำหรับการสัมมนาการขายนั้น เป็นการจัดให้ผู้ขายซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยให้มาพบกับผู้ซื้อซึ่งเป็นบริษัทนำเที่ยวในท้องถิ่น นับได้ว่าเป็นประโยชน์ต่อกันทั้ง 2 ฝ่าย กล่าวคือ ทำให้ผู้ซื้อไม่ต้องเดินทางไกลมาตกลงธุรกิจถึงประเทศไทย จึงสามารถเลือกตกลงธุรกิจได้หลายฝ่ายในการพบกันเพียงวันเดียว สำหรับผู้ขายก็ไม่ต้องเดินทางไกลหลายแห่งเพื่อติดต่อขายธุรกิจของตน ทั้งยังเป็นการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายของสองฝ่ายอีกด้วย

### การพัฒนาโครงข่ายและแบบแผนการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

เป็นที่ทราบกันดีแล้วว่า การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการสร้างงานและกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนในหลายระดับอาชีพ ส่งผลต่อมวลรวมรายได้ประชาชาติ อันเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมโดยรวม ดังนั้น ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525-2529) ได้กำหนดให้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศให้มากขึ้น นอกจากนี้จะเป็นการป้องกันการสูญเสียซึ่งเงินตราออกนอกประเทศแล้ว ยังเป็นการสร้างความรู้สึกรักหวงแหนในศิลปวัฒนธรรม ประเพณีเก่า ๆ ของไทย และความเป็นคนไทย ตลอดจนรู้จักการอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวให้คงอยู่ตลอดไปอีกด้วย

ในปัจจุบันคนไทยนิยมเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากกิจการธุรกิจท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจโรงแรมหรือธุรกิจนำเที่ยวได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงมาก ทั้งนี้ เพราะคนไทยได้หันมาใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวภายในประเทศมากกว่าจะเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง แต่เส้นทางนำเที่ยวที่บริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ เสนอขายในขณะนี้ ส่วนมากจะซ้ำ ๆ กัน และจำกัดอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวจำนวนไม่กี่แห่ง ทั้งที่แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมีอยู่มากมาย ดังนั้น เพื่อให้การบริการการท่องเที่ยว



chairman, Mr. Banyat Banthadtharn, the minister to the Office of the Prime Minister and then, the slide presentation of Thailand with description Later, during sales workshop session, the agents made business agreements with Thai sellers at various booths TAT offered a dinner party with Thai classical dance show, a trio band from Wongse Amattaya hotel and lottery of which prizes were air tickets from Thai Airways International and free hotel rooms from entrepreneurs in hotel business of Thailand. Later, the chairman of TAT Board presented a thanks speech There was a dance with live band performance until the end of the fair at midnight.

3 Morning session On October 29, 1983, further sales workshop, during 9 00-12 00 a.m , provided opportunities to all tour operators to make appointments and business agreements with the sellers from Thailand.

The sales promotion of Thailand tourism in London was greatly beneficial to both European buyers and Thai sellers According to TAT's aims, the promotion was regarded as a success For a short-period result, the U K tour operators knew more about tourist information of Thailand Thus, it promoted more sales to Thailand. For a long-period result, the travel agents, most of them arranged tours to Thailand, were assured to invest in the future tour programmes to Thailand

The sales workshop was arranged for sales meet between the sellers — Thailand's entrepreneurs in tourist industry, and the buyers — local tour operators. The workshop was beneficial to both sides The buyers did not need to go to Thailand for business agreements since they could made ageements with many sellers within one day. In addition, the sellers did not need to go to various places for their business The workshop saved time and expenditure of both sides.



ในลักษณะนี้เติบโตให้เหมาะสมกับการเพิ่มขึ้นของความต้องการท่องเที่ยว จึงจำเป็นที่จะจัดให้มีเส้นทางพานำเที่ยวไปในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ มากขึ้น เพื่อให้เกิดกระจายของการท่องเที่ยวไปยังภูมิภาคต่าง ๆ แทนที่จะจำกัดอยู่เฉพาะส่วนใดส่วนหนึ่งของประเทศเท่านั้น

ดังนั้น ททท.จึงได้ทำการศึกษาในเรื่องนี้ โดยมีชื่อโครงการว่า “การพัฒนาโครงข่ายและแบบแผน การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ” โดยเริ่มศึกษาเส้นทางภาคเหนือและภาคใต้ก่อน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดนำเที่ยว เส้นทางที่พิจารณาของการศึกษานี้ครอบคลุมเส้นทางในภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดอุตรดิตถ์ แพร่ น่าน และเส้นทางในภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดชุมพร จังหวัดระนอง จังหวัดนครศรีธรรมราช เนื่องจากมีการเปิดเส้นทางหลวงใหม่ในภาคเหนือจากพิษณุโลก-อุตรดิตถ์-แพร่-น่าน และสามารถขึ้นไปถึงเชียงใหม่ได้ ทำให้การเดินทางสะดวกขึ้น และสำหรับทางภาคใต้นั้น ขณะนี้ปัญหาคือการร้ายในเส้นทางนี้ ได้สงบไปมาก ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวในเส้นทางนี้ปลอดภัยขึ้น

จากการศึกษาด้านอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ สรุปได้ว่า ทัศนียภาพที่สวยงามของแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาคือการคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว สำหรับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ปรากฏว่า แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ซึ่งมีป่าเขา และน้ำตก ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมา คือแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม ประเพณี และชีวิตความเป็นอยู่ และแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานที่ทางประวัติศาสตร์/ศาสนา ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่มีแหล่งซื้อของนั้นได้รับความสนใจน้อยที่สุด เมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น

จากผลการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวพบว่า แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ในพื้นที่ที่พิจารณามีความดึงดูดใจสูง การคมนาคมค่อนข้างสะดวก ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ถ้าได้มีการปรับปรุงให้ดีขึ้นแล้ว จะสามารถทำให้ขอบเขตของการจัดนำเที่ยวไปยังพื้นที่ดังกล่าวกว้างขวางขึ้น

ดังนั้น การจัดนำเที่ยวในเส้นทางที่พิจารณานี้จึงสามารถทำได้ เนื่องจากสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่มีศักยภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตาม ในระยะแรกก็อาจต้องช่วยควบคู่ไปกับแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นที่นิยมอยู่แล้ว เพราะแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดที่พิจารณานั้นยังมีผู้รู้จักน้อย นอกจากนั้นยังเป็นการส่งเสริมซึ่งกันและกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวใหม่และแหล่งท่องเที่ยวเก่าด้วย

หลังจากที่ทราบผลการศึกษาแล้วว่า สามารถจัดนำเที่ยวไปในเส้นทางที่พิจารณาได้ ททท.จึงได้เชิญผู้แทนธุรกิจท่องเที่ยวจากส่วนกลางและส่วนภูมิภาค อันได้แก่ สมาคมและชมรมธุรกิจการ

## Development of Network and Pattern of Domestic Tourism

It is widely known that tourism helps create more employment or occupations for people and it helps distribute more income to the people of various areas. On the socio-economic base, tourism is beneficial to the gross national product. Therefore, the Fifth Plan of Socio-Economic Development (1982-1986) puts more emphasis on domestic tourism promotion. Besides, tourism prevents the flow of currency from Thailand and it also promotes greater appreciation of art, culture, tradition and pride in being a Thai. It encourages people to conserve tourist resources to last forever.

Nowadays, more Thai people favour travel in Thailand. It results in the growth of tourist industry such as the expansion of hotel business and tour operation. Thai people are more inclined to employ local travel services rather than self-arranged tours. The present travel routes of tour operators are mostly the same old ones and they are limited to only a few attractions. However, Thailand possesses abundant of tourist attractions. To response to the increasing demand of local tourist attractions, TAT needs to provide more travel routes of new attractions. Since the new travel routes expand tourism to various regions, tourism does not limit to only one region.

In the past few years, TAT studied new travel routes under a project named 'Development of Network and Pattern of Domestic Tourism'. Started with the study on the North's and the South's travel routes, the project aimed at the possibility of travel arrangements. The North's travel route covered U-tradit, Prae and Nan provinces. The southern route covered Chumporn, Ranong and Nakhon Si Thammarat provinces. For the North, there was a new highway from Phitsanulok — U-tradit — Prae — Nan — Chiangrai. The highway facilitated travel to the North. For the South, the travel was sufficiently safe for there was no political conflict.

The study on domestic tourists' demand showed that beautiful scenery was the most important factor in selecting tourist attractions. Minor factors were communication and tourist facilities. Attractions' categories were divided according to the degree of tourists' interests from the highest to the lowest. The natural attractions such as forest and waterfall were the most interested kind. Others were sea-side attractions, attractions of culture, tradition as well as Thai lifestyle and attractions relating to history and religion. When compared with other attractions, the shopping places were the least interested.

From the evaluation on potentiality of tourist attractions in the studied areas, TAT found that the potential attractions should possess convenient communication. In terms of tourist facilities, the attractions needed to be developed

ท่องเที่ยวต่าง ๆ ผู้แทนบริษัทนำเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร และ สื่อมวลชน โดยเฉพาะนักเขียนและผู้สื่อข่าวด้านการท่องเที่ยว และหนังสือพิมพ์ด้านธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งได้รับความนิยมจากผู้่านทั่วไปเดินทางไปทัศนศึกษาในเส้นทางที่เปิดใหม่ และประชุมส่งเสริมการขาย (Trade Meet) ที่จังหวัดน่านและจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งผู้เข้าร่วมประชุมได้แสดงความคิดเห็นต่าง ๆ เกี่ยวกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ตลอดจนการแลกเปลี่ยนความรู้ วิธีการ และแนวทางในการขายซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ยังได้จัดฉายสไลด์โชว์ และจัดนิทรรศการด้านการท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ศิลปะทัศนกรรม ฯลฯ ของจังหวัดต่าง ๆ ที่เดินทางไปให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้ชมอีกด้วย

การจัดทัศนศึกษาและประชุมส่งเสริมการขายในครั้งนี้ ได้รับความสำเร็จตรงตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ ทั้งในด้านการเปิดเส้นทาง การท่องเที่ยวเส้นทางใหม่ และการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้ว่า บริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ ที่เข้าร่วมเดินทางไปในครั้งนี้ ได้เริ่มบรรจุรายการนำเที่ยวไปยังจังหวัดต่าง ๆ ในพื้นที่ที่ทำการ ศึกษ โดยเฉพาะจังหวัดนครศรีธรรมราช มีการแวะพักค้างคืนที่ จังหวัดนี้อย่างน้อย 1 คืน และในงานประเพณีเดือนสิบที่ผ่านมา มีบริษัทนำเที่ยวเป็นจำนวนมากได้จัดนำนักท่องเที่ยวไปชมงาน ดังกล่าว ซึ่งแต่ก่อนนั้น บริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ ไม่นิยมจัดนำเที่ยว ในเส้นทางนี้ เพราะไม่แน่ใจในความปลอดภัย แต่เมื่อได้เดินทางไปทัศนศึกษาแล้ว ทำให้ทราบสถานการณ์ต่าง ๆ และสภาพโดยทั่วไป จึงเริ่มจัดนำนักท่องเที่ยวไปเยือน และมีแนวโน้มว่าจะมากขึ้นตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบเส้นทางในสายเหนือและสายใต้แล้วอาจสรุป ได้ว่า เส้นทางสายใต้ประกอบด้วยสินค้าทางการท่องเที่ยวซึ่งได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวมากกว่าเส้นทางสายเหนือ กล่าวคือ ภาคใต้มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ ป่าเขา น้ำตก และชายหาด ซึ่งมีระดับความเป็นไปได้สูง และแหล่งท่องเที่ยว ประเภทนี้ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมาก คือ ประมาณร้อยละ 90 ของนักท่องเที่ยวสนใจแหล่งท่องเที่ยวประเภทป่าเขา-น้ำตก และประมาณร้อยละ 80 ของนักท่องเที่ยวสนใจแหล่งท่องเที่ยว ประเภทชายหาด ส่วนภาคเหนือ (เฉพาะที่ทำการสำรวจ) มีแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นประเภทประวัติศาสตร์/ศาสนา ซึ่งเมื่อ พิจารณาด้านอุปสงค์มีเพียงร้อยละ 40 ของนักท่องเที่ยวเท่านั้น ที่สนใจแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ อย่างไรก็ตาม ถ้าได้มีการผนวก แหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ที่มีหรือเป็นที่นิยมอยู่แล้ว ก็สามารถ ขยายกลุ่มลูกค้าได้กว้างขวาง เช่น การผนวกแหล่งท่องเที่ยวประเภท ธรรมชาติ ป่าเขา เข้าไปในเส้นทางกรนำเที่ยวสายเหนือ และ นอกจากนั้นแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมและชีวิตความเป็นอยู่ ก็จะสามารถเพิ่มความสนใจแก่ลูกค้ากลุ่มอื่น ๆ ได้ เพราะผู้ที่สนใจ แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมนี้มีถึงร้อยละ 50 ของนักท่องเที่ยว

to expand touring area

It was possible to arrange tours to the studied area because the tourist products were potential and they were in accordance with tourists' demands. Nevertheless, in the beginning, the new attractions should be added to the popular tourist sites since they were not widely known. Besides, the travel routes combined with old and new attractions reciprocally promoted tourism in both places.

From the results of the study, it was evident that tour arrangements to new attractions were feasible. Therefore, TAT invited representatives of tourist business from central and regional areas to join the sight-seeing tours of new travel routes. These people came from various institutions such as travel agencies, hotels, restaurants, mass media. Moreover, TAT invited well-known article writers from local newspapers and tourism magazines. All of them participated trade meets in Nan and Nakhon Si Thammarat provinces. There, the representatives expressed their opinions concerning tourist industry's development and they exchanged ideas, methods and guidelines of sales promotion. During the meeting session, there were slide presentation and tourism exhibition which presented tourist facilities, art and handicrafts of the provinces on the new routes.

The sight-seeing tours and trade meets were successful for they achieved TAT's objectives — introduction of new travel routes and development of tourist industry. It resulted in the addition of provinces on the new routes to the tour programmes of various tour agencies. Particularly in Nakhon Si Thammarat province, tourists stayed at least one night. During the traditional Duan Sip festival in Nakhon Si Thammarat, many tour operators arranged tour programmes to the province. This rendered abundant of tourists. Formerly, the route of Nakhon Si Thammarat was unpopular among tour operators since they were not confident in the tourists' safety. However, after the sight-seeing tour, they were assured of the province's peaceful situation. There was a trend showed an increase of tours to Nakhon Si Thammarat.

The comparison of the North's route and the South's route showed that the southern route, consisted of tourist products appreciated by most tourists, was more popular than the northern route. The South of Thailand possessed many natural attractions such as forest, waterfall and beach and they were mostly of high potentiality. These attractions were popular among Thai tourists. The statistics of tourist attitudes showed that ninety percent of tourists favoured the waterfall and forest attractions and eighty percent of them favoured beaches. On the contrary, the North (merely in the studied areas) possessed a great number of attractions related to history and religion. Only forty percent of tourists appreciated such attractions. However, the new northern attractions should be added to the popular ones in order to extend the scope of market segment; for example, the addition of more natural attractions to the northern route.



ทั้งหมด

ในด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนั้น จากการที่มีการจัดทัศนศึกษาและประชุมส่งเสริมการขายนั้น ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเวลาต่าง ๆ เช่น บริษัทนำเที่ยวและโรงแรม ได้มีโอกาสพบปะพูดคุยกันทำให้สามารถกำหนดราคาและบริการนำเที่ยวให้อยู่ในระดับเดียวกัน ซึ่งเป็นผลดีต่อนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการเหล่านั้น และยังช่วยปรับปรุงมาตรฐานในด้านการบริการให้มีระดับที่ดีขึ้นอีกด้วย

สำหรับกิจกรรมเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศที่ ททท.ดำเนินการอยู่เป็นประจำคือ การสนับสนุนการจัดนำเที่ยวแก่ธุรกิจเอกชนและราชการ โดย ททท.ได้ริเริ่มจัดนำเที่ยวตัวอย่างไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่มีผู้จัดไป เช่น ในภาคอีสาน ได้จัดทัวร์อีสานขึ้น การจัดนำเที่ยววงานประเพณีใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ โดยเชิญชวนให้ธุรกิจนำเที่ยวร่วมไปกับททท. เพื่อจะได้นำมาใช้ปรับปรุงรายการนำเที่ยวของตนเอง นอกจากนี้ หน่วยราชการหรือเอกชนที่ขอรายการนำเที่ยวมายัง ททท. ก็ยังอำนวยความสะดวกจัดรายการนำเที่ยว ตลอดจนติดต่ออำนวยความสะดวกในการนำเที่ยวให้อีกด้วย

### สำนักงานส่งเสริมการประชุมนานาชาติแห่งประเทศไทย

การจัดประชุมนานาชาติในประเทศ นับเป็นผลดีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยโดยส่วนรวม เนื่องจากชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาร่วมการประชุมหรือสัมมนาในประเทศไทยจะนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายจำนวนมาก มีข้อเท็จจริงปรากฏชัดจากผลของการวิจัยว่าผู้ที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเข้ามาเพื่อร่วมประชุมจะมีการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวธรรมดาประมาณ 2 1/2 เท่า ทั้งนี้ เพราะส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าหน้าที่ระดับบริหารของหน่วยงาน นักธุรกิจสาขาต่าง ๆ ซึ่งมีรายได้ค่อนข้างสูง และมีภาวะครอบครัวมาด้วย นอกจากนี้ ยังได้รับการอุปถัมภ์ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาร่วมประชุมจากหน่วยงานต้นสังกัดของตน ฉะนั้น บุคคลประเภทนี้จึงมีอำนาจการใช้จ่ายเงินสูงกว่านักท่องเที่ยวธรรมดาโดยทั่วไป ทั้งยังมีจำนวนวันพักอยู่ในประเทศไทยนานกว่า เนื่องจากระยะเวลาประชุมส่วนใหญ่ประมาณ 4-7 วัน และถ้าผนวกวันจัดนำเที่ยวก่อนและหลังการประชุม (Pre and Post Tour) ด้วยแล้วจะมีวันพักอยู่นานถึงประมาณ 10-12 วัน นอกจากนี้การที่นักธุรกิจสาขาต่าง ๆ ได้เข้ามาประชุมในประเทศไทยย่อมถือโอกาสดูงานเพื่อหาแหล่งลงทุนทางธุรกิจอันจะเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมทางด้านลงทุนของประเทศไทยอีกประการหนึ่งด้วย

ในปัจจุบันมีหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการส่งเสริมการประชุมนานาชาติโดยตรง เพียง 2 หน่วยงาน คือ กองการประชุมนานาชาติของ ททท. และคณะกรรมการส่งเสริมการประชุมนานา

In addition, the cultural and Thai lifestyle attractions could be in the consideration of other market segments since the culture-enthusiasts totalled fifty percent of all tourists

In term of tourist industry development, the sight-seeing tours and trade meets provided opportunities for tourist entrepreneurs such as travel agents and hoteliers to jointly fix their service prices beneficial to tourists. Moreover, they helped upgrade the service standard

TAT's routine activities on domestic tourism promotion mainly concerned with the encouragement and support of government and private sectors in tour arrangements. Consequently, TAT initiated a tour which had not been arranged by any tour operators. For example, there were the Northeast's tour and a tour of an attractive festival. TAT invited entrepreneurs of tourist industry to join such initiative tour which they could adapt in their tour programmes. Besides, TAT provided touring information according to the government and private sectors' requests. TAT offered conveniences for travel as well as assistance in order to facilitate the process of tour arrangements

### Thailand Convention Promotion Board

The arrangement of international convention in Thailand is beneficial to Thai tourist industry as a whole. The international convention participants render foreign currency to Thailand for they expend far greater than average tourists. The research on convention participants' expenditures show that their expenditure is two and a half times more than ordinary tourists'. Most convention participants are government executives and high-income businessmen. Moreover, their travel expenditure is supported by the governmental departments or the companies. Therefore, they have high purchasing power. Due to the convention period varied from four to seven days, they have longer length of stay than ordinary tourists. If the days of pre and post tours are added, they will stay in Thailand about ten to twelve days. Besides, many businessmen, who attend the convention in Thailand, may take the opportunity to invest in Thailand. Thus, the international convention is beneficial to investment promotion of Thailand

Nowadays, two departments are directly responsible for international convention promotion, i.e., TAT's International Convention Division and ICCA Thailand Committee. The Committee's members consist of travel agencies, hotels, Thai Airways International and TAT. Other businesses in need of advertising international convention in Thailand shall self-administer activities on the convention for they cannot enter the Committee's membership. According to the Committee's regulations, the present number of members cannot be exceeded. Therefore, the businesses appeal to TAT to establish Thailand Convention Promotion Board or TCPB which is similar to the convention organizations in other countries, e.g. Sydney Convention Bureau, Philippines Convention

ชาติ (ICCA Thailand Committee) ซึ่งมีสมาชิกประกอบด้วย บริษัทนำเที่ยว โรงแรม บริษัทการบินไทย และ ททท. ส่วนธุรกิจ เอกชนอื่นที่ต้องการโฆษณาส่งเสริมการจัดประชุมในประเทศไทย ต้องดำเนินการตามลัทธิ เพราะไม่สามารถเข้าร่วมเป็นสมาชิก หน่วยงานดังกล่าวได้ เนื่องจากธรรมเนียมข้อบังคับไม่เปิดโอกาสให้ มีการเพิ่มจำนวนสมาชิก จึงได้เรียกร้องให้ ททท.พิจารณาหาแนว ทางจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการประชุมนานาชาติแห่งประเทศไทย (Thailand Convention Promotion Board-TCPB) ขึ้น เช่นเดียวกับหน่วยงานลักษณะเดียวกันที่บางประเทศได้จัดตั้งแล้ว เช่น Sydney Convention Bureau, Philippines Convention Bureau และ Singapore Convention Bureau เป็นต้น โดยมี วัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อส่งเสริมให้มีการจัดประชุมนานาชาติและการท่องเที่ยว แบบ Incentive มาสู่ประเทศไทยอย่างจริงจัง โดยเน้นถึงความ ร่วมมือระหว่างรัฐบาลและภาคธุรกิจเอกชน ซึ่งจะทำการเชิญ ให้มาจัดประชุมในประเทศไทยมีความน่าเชื่อถือและประสบความสำเร็จ มากยิ่งขึ้น

2. เพื่อระดมทุน กำลังความคิด และบุคลากรจากธุรกิจที่ เกี่ยวข้องและมีผลประโยชน์จากการจัดประชุมทั้งทางตรงและทาง อ้อมให้มากที่สุด อันจะเป็นมาตรการสำคัญที่จะมีส่วนช่วยให้มีการ ส่งเสริมกิจการประชุมนานาชาติของประเทศไทยขยายตัวกว้างขวาง ทัดเทียมกับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาค

3. เพื่อส่งเสริมมาตรฐานการจัดประชุมนานาชาติของ ประเทศไทยให้เข้าระดับมาตรฐานสากล

### การจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการประชุมนานาชาติ

ททท.ได้เชิญหน่วยงานภาคธุรกิจเอกชนที่เกี่ยวข้องจำนวน 105 ราย เข้าร่วมประชุมขอความเห็นชอบในการจัดตั้งหน่วยงาน ดังกล่าว และได้แต่งตั้งคณะกรรมการก่อตั้ง (Steering Committee) ซึ่งประกอบด้วย นายสมาคมโรงแรมไทย นาย กสมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว นายสมาคมภัตตาคาร นายสมาคม พ่อค้าเพชรพลอย ผู้แทนสถาบันการเงิน ผู้แทนบริษัทรถเช่า ผู้แทน ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าของที่ระลึก บริษัทการบินไทย และ ททท. เพื่อพิจารณารายละเอียดเกี่ยวกับการจัดทำธรรมนูญข้อบังคับ การกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมสมาชิก การจัดหาสถานที่ทำงาน และบุคลากร การแบ่งประเภทของสมาชิก ตลอดจนโครงการด้าน การตลาด

ในการประชุมคณะกรรมการก่อตั้งครั้งที่ 3/2526 เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2526 ที่ประชุมได้แต่งตั้งคณะมนตรีบริหารชั่วคราว (Interim Council) ขึ้น เพื่อบริหารงานให้เป็นที่มาของวัตถุประสงค์ และได้แต่งตั้งให้ผู้อำนวยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นประธาน (Chairman of the Interim Council) โดยมีวาระการดำรง

Bureau and Singapore Convention Bureau The TCPB's objectives are as follows :

1. To promote international convention and incentive travel in a serious manner by emphasizing on the cooperation between the government and private sectors. With such cooperation, the invitation of international convention to Thailand is more reliable and more successful

2. To accumulate capital, ideas and personnel from convention-related business in order to render benefits to Thailand's convention in both direct and indirect manners Therefore, the accumulation is a major measure to help extend the scope of Thailand's international convention promotion in order that it can compete with neighbouring countries.

3. To promote and to upgrade the standard of international convention in Thailand.

### Establishment of Thailand Convention Promotion Board

TAT invited one-hundred and five entrepreneurs from convention-related business to attend a meeting for approval of the Board's establishment The entrepreneurs appointed a steering committee consisted of the chairpersons from Thai Hotels Association, Association of Thai Travel Agency, Association of Restaurant as well as Association of Jewellers and representatives from finance institute, car rent company, souvenir shops, Thai Airways International and TAT The committee was responsible for the preparation of the Board's regulations, membership fee rate, the preparation of the Board's office and personnel, member division and project on marketing

In the third steering committee's meeting of 1983 on December 21, the committee appointed an interim council to administer Thailand's international convention according to the Board's objectives. In addition, the committee appointed TAT's Governor as the chairman of the interim council with the tenure started from the appointment's date to the first annual meeting in October, 1984

Moreover, the steering committee elected members of interim executive committee to administer Thailand Convention Promotion Board on January 31, 1984. The steering committee appointed TAT's Governor as the chairman of the executive committee with the same tenure as the interim council's.

Although Thailand Convention Promotion Board was in the establishment process, the Board was credited and recognized by international conventioners and organizations because the government sector cooperated with TAT and private sector to support the Board The cooperation resulted in convention sales abroad which Thailand was voted to be a venue of large-scale convention by convention-related departments as followed



ตำแหน่งนับจากวันที่แต่งตั้งจนถึงการประชุมสามัญประจำปี ครั้งที่ 1 ในเดือนตุลาคม 2527

นอกจากนี้ยังได้มีการเลือกคณะกรรมการบริหารชั่วคราว (Interim Executive Committee) ขึ้นเพื่อบริหารงานสำนักงานส่งเสริมการประชุมนานาชาติแห่งประเทศไทยขึ้นเมื่อวันที่ 31 มกราคม 2527 โดยผู้ว่าการ ททท.ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นประธานคณะกรรมการบริหารชั่วคราว (Chairman of the Executive Committee) มีวาระการดำรงตำแหน่งเช่นเดียวกับคณะมนตรีบริหารชั่วคราว

ถึงแม้ว่าสำนักงานส่งเสริมการประชุมนานาชาติแห่งประเทศไทยยังอยู่ในระหว่างการจัดตั้ง แต่ด้วยความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐบาล โดย ททท.และภาคธุรกิจเอกชนทุกสาขาที่เกี่ยวข้อง ทำให้ได้รับความเชื่อถือจากวงการนักจัดประชุมนานาชาติ และเป็นที่ยอมรับในองค์การสมาคมต่าง ๆ เป็นอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากการออกไปส่งเสริมการขายในต่างประเทศ ทำให้ประเทศไทยสามารถขจัดความกังวลในทีประชุมของหน่วยงานที่จะมีการจัดประชุม และได้รับมติให้มีการจัดประชุมหรือมีแนวโน้มที่จะมีการจัดประชุมขนาดใหญ่ขึ้นในประเทศไทย ได้แก่

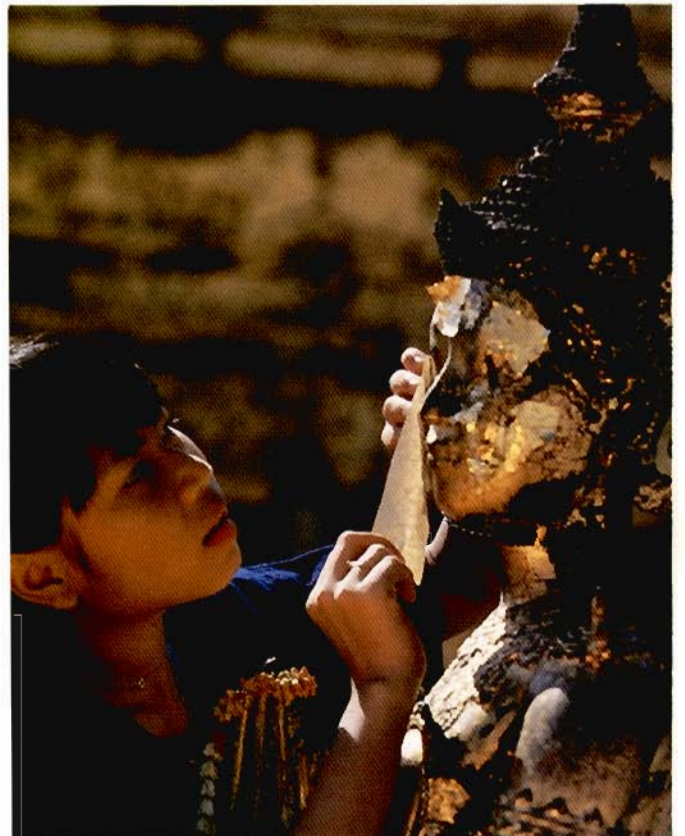
3rd World Congress of Paediatric Cardiology กำหนดจัดในปี 2532 โดยจะมีผู้เข้าร่วมประชุมประมาณ 3,000 คน และคาดว่าจะนำรายได้มาสู่ประเทศไทยเป็นเงินตราต่างประเทศไม่ต่ำกว่า 90 ล้านบาท

South East Asia Regional Computer Confederation (SEARCC) มีกำหนดการจัดประชุมในปี 2529 มีผู้ที่จะเข้าร่วมประชุมประมาณ 800 คน โดยจะมีการจัดนิทรรศการทางด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่สุดที่เคยมีมาในประเทศไทย

Interhash '86 เป็นสมาคมนักวิ่งออกกำลังกายสากล ได้ตกลงที่จะนำสมาชิกจำนวนไม่น้อยกว่า 2,000 คน เข้ามาประชุมและวิ่งออกกำลังกาย ณ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในเดือนมีนาคม-เมษายน 2529

Thailand Golf Classic Tournament ยังอยู่ในระหว่างการพิจารณา ซึ่งหากประเทศไทยได้รับเลือกเป็นเจ้าภาพก็จะมีนักกอล์ฟที่มีชื่อเสียงของโลก เดินทางมาร่วมแข่งขัน ซึ่งจะได้ผลในการเผยแพร่ชื่อเสียงของประเทศไทยไปทั่วโลก และจะมีผลต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยทั้งทางตรงและทางอ้อมอีกด้วย

เชื่อว่าในอนาคตข้างหน้า สำนักงานส่งเสริมการประชุมนานาชาติจะมีบทบาทอย่างสำคัญในการรณรงค์การส่งเสริมและเผยแพร่ให้ประเทศไทยสามารถขยายตลาดการท่องเที่ยวไปยังกลุ่มการประชุม ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพยังประโยชน์ให้กับการขยายตัวต่อเศรษฐกิจของประเทศมากขึ้น



- Third World Congress of Paediatric Cardiology to be held in 1989 with three thousand participants. The expected foreign currency from the convention is not less than ninety million Baht.

- South East Asia Regional Computer Confederation (SEARCC) to be held in 1986 with eight hundred participants. It will be the biggest computer technology exhibition ever held in Thailand.

- Interhash '86 of International Jogging Club with two-thousand participants who will attend the convention and they will jog around Pattaya, Chonburi province from March-April, 1986

- Thailand Golf Classic Tournament, still in the period of consideration. Many World's famous golfers will be invited to join the tournament. If Thailand is chosen as a venue of the tournament, the country's name will be known world-wide. Thus, it promotes tourism of Thailand in both direct and indirect manners

In the near future, Thailand Convention Promotion Board will have major roles in tourism campaign of Thailand especially convention market segment. The convention participants are potential tourists who are beneficial to Thailand's economic expansion.





## การพัฒนาการท่องเที่ยว Tourism Development



### งานแสดงแสงและเสียง ณ วัดพระบรมธาตุวรมหาวิหาร จ.นครศรีธรรมราช

ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีต่าง ๆ นับเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สำคัญยิ่ง เพราะนอกจากจะเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวต่างถิ่นแล้ว ยังเป็นมรดกอันเป็นเอกลักษณ์ที่เจ้าของท้องถิ่นจะพึงรักษาไว้ด้วยความรัก ความหวงแหน และภาคภูมิใจ งานประเพณีงานหนึ่งที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ให้การสนับสนุนจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ งานเทศกาลเดือนสิบ ซึ่งเป็นงานประเพณีที่แสดงออกถึงความกตัญญูรู้คุณในบรรพชนของชาวนครศรีธรรมราช เป็นงานประเพณีงานหนึ่งที่รู้จักกันดีของชาวไทยภาคใต้และภาคอื่น ๆ ซึ่งทางจังหวัดได้จัดให้เป็นงานเทศกาลประจำปีตลอดมา

ในปี 2526 ซึ่งเป็นปีที่ทางจังหวัดประกาศให้เป็นปีแห่งการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการชักจูงนักท่องเที่ยวจากทุก ๆ ภาคให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและพักผ่อนในจังหวัดให้มากขึ้น จึงได้จัดให้มีการแสดง แสง และเสียง ณ วัดพระบรมธาตุวรมหาวิหารขึ้น โดยผนวกเป็นส่วนหนึ่งของ การจัดงานเทศกาล เดือนสิบ ซึ่งมีพระธาตุวรมหาวิหารจังหวัดนครศรีธรรมราช ร่วมกับ ททท. จัดขึ้นในวันที่ ๓๐ กันยายน ถึงวันที่ ๙ ตุลาคม ๒๕๒๖ รวม ๑๐ คืน ๆ ละ ๗ รอบ ตั้งแต่เวลา ๒๐.๐๐ น. - ๒๑.๐๐ น. โดยมีประธานคณะกรรมการททท. รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายบัญญัติ บรรทัดฐาน เป็นประธานเปิดงาน การจัดการแสดง แสง เสียง ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสนับสนุนปีแห่งการท่องเที่ยวของจังหวัด นครศรีฯ และฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น สร้างความเข้าใจถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น

ลักษณะการจัดงาน เป็นการบรรยายประกอบแสงและเสียงเกี่ยวกับประวัติศาสตร์เมืองนครศรีธรรมราช ซึ่งยังปรากฏหลักฐานทางโบราณวัตถุอยู่มากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์พระบรมธาตุฯ สิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมือง และศูนย์รวมทางด้านจิตใจของพุทธศาสนิกชนทั้งในภาคใต้และทั่วประเทศ การจัดงานครั้งนี้ นับเป็นการสร้างสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัดกันโบราณวัตถุ พร้อมทั้งเป็นเครื่องกระตุ้นให้ประชาชนตระหนักถึงคุณค่า ความภาคภูมิใจ และความรัก หวงแหน ในมรดกวัฒนธรรมของชาติ ก่อให้เกิดความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของชนในชาติ และความร่วมมือร่วมใจกันอนุรักษ์มรดกโบราณวัตถุของชาติให้คงอยู่สืบไป

### งานแสดงศิลปวัฒนธรรมระหว่างภาค จ.ยะลา

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กำหนดโครงการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทยขึ้น ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2523 อันเป็นปีที่รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ โดยประกาศในปี 2523 เป็นปีท่องเที่ยวไทย ในการดำเนินงานดังกล่าว ททท.

### Light and Sound Presentation at Wat Phra Borommathat Woramahawihan, Nakhon Si Thammarat Province

Art, culture and tradition are all important tourist resources which attract tourists from other regions. Moreover, they are a heritage which shows locals' identity to be conserved with love, sense of possession and pride. A provincial festival, which TAT has supported, is the Traditional 'Duan Sip' in Nakhon Si Thammarat province. The festival expresses the local's gratitude towards their ancestors. Famous among the people of the South and other regions, the festival is annually arranged by Nakhon Si Thammarat provincial authority.

In 1983, the provincial authority declared that it was the year of province's tourism in order to induce more tourists of various regions to visit and stay overnight in Nakhon Si Thammarat. Thus, the authority arranged the Light and Sound Presentation at Wat Phra Borommathat Woramahawihan. The presentation, supported by Wat Phra Borommathat Woramahawihan, the provincial authority and TAT, was a part of the Traditional 'Duan Sip' held from September 30 to October 9, 1983.

During the festival, there were ten presentations. Only one presentation was presented each night. The show's schedule was from 20:00-21:00 p.m. The chairman of TAT board, a minister to the Office of the Prime Minister (Mr. Banyat Banthadtharn), opened the presentation. The objectives of the light and sound presentation were to promote the year of province's tourism, to conserve and revive the locals' art and culture and to promote greater appreciation of local tourist attractions.

The presentation was a vivid description of Nakhon Si Thammarat's history with the use of light and sound to create the atmosphere. The province's historical evidences were abundant. It was obvious that the much revered chedi of Wat Phra Borommathat Woramahawihan which enshrined the Buddha's relics was the major evidence. The chedi was the centre of morale for buddhists both in the South and all over the country. The presentation created a new tourist attraction relating to history. Also, it helped encourage people to realize the value of the nation's cultural heritage worthy of pride, love and sense of possession. Consequently, the people all felt that they were united in the same nation and they would jointly conserve the nation's heritage.

### 6th Regional Cultural Show in Yala Province

The Tourism Authority of Thailand (TAT) designed a project on Thai cultural promotion in 1980 — the year of Thai tourism, declared by the government. It was the year which the government's policy emphasized on tourism promotion. To achieve the cultural promotion project's objectives, TAT arranged regional cultural shows in various regions of Thailand. The show consisted of cultural



ได้จัดงานแสดงศิลปวัฒนธรรมระหว่างภาคขึ้นในภาคต่าง ๆ ของประเทศ ซึ่งในงานประกอบด้วยการแสดงทางวัฒนธรรมของแต่ละภาค ด้านนาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์ จัดนิทรรศการและการออกร้านจำหน่ายผลงานศิลปหัตถกรรมและสินค้าพื้นเมือง จากการจัดงานในปี 2523 ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ ดังนั้น ททท.จึงได้กำหนดจัดงานในลักษณะเดียวกันขึ้นเป็นงานประจำปีในภาคต่าง ๆ จากภาคอีสาน ภาคเหนือ และภาคใต้ ตามลำดับ โดยผนวกกับงานเทศกาลหรืองานประเพณีประจำปีของจังหวัดใดจังหวัดหนึ่งในภาคนั้น ๆ และใช้ชื่อการจัดงานใหม่ว่า “งานแสดงศิลปวัฒนธรรมระหว่างภาค”

สำหรับในปี 2526 ททท.ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรจัดงานแลกเปลี่ยนศิลปวัฒนธรรมระหว่างภาคขึ้นที่จังหวัดยะลา เนื่องจากเป็นจังหวัดหนึ่งทางภาคใต้ที่เหมาะสมแก่การพัฒนาการท่องเที่ยว และเพื่อเป็นการจัดงานในท้องถิ่นที่ไกลออกไปให้ประชาชนในภูมิภาคนั้นได้มีโอกาสได้เห็นศิลปวัฒนธรรมของภูมิภาคอื่น ๆ โดยกำหนดจัดงานขึ้น 3 วัน ในช่วงวันงานเทศกาลสมโภชหลักเมืองยะลา ระหว่างวันที่ 25-27 พฤษภาคม 2526 ทั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์

1. เพื่ออนุรักษ์และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมของชาติ
2. เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อวัฒนธรรมของประชาชนแต่ละภาค อันจะเป็นทางก่อให้เกิดความรัก ความหวงแหน และความภาคภูมิใจในสมบัติวัฒนธรรมของชาติ
3. เพื่อให้ประชาชนเข้าใจถึงความสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรมในแง่ที่เป็นทรัพยากรสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว
4. เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนและเผยแพร่วัฒนธรรมของแต่ละภาค

presentations, regional dances, regional music, exhibitions, local product shops, and art and handicraft shops. The regional shows in 1980 were all successful and they achieved the project's objectives. Therefore, TAT arranged such shows each year and they consisted of the Northeast's, the North's and the South's shows. Each show was added to annual festival or annual traditional fair of a province in each region. The show was named 'Regional Cultural Show'.

In 1983, TAT arranged 'Regional Cultural Show' in Yala province because Yala — a southern province — was suitable for tourism promotion. In addition, TAT arranged the show in such a remoted area as Yala in order to provide opportunities to local people to see art and culture from different regions. The show lasted three days from 25-27 May, 1983. It was during the celebration of Yala's city pillar. The show's objectives were as followed .

1. To conserve and to revive Thai cultural heritage.
2. To promote good understanding towards culture of each region among people. It was a means to promote greater appreciation, sense of possession and pride in the nation's culture
3. To make people understand the importance of cultural heritage as tourist resource
4. To exchange and to publicize culture of each region
5. To make people realize the importance of cooperation between government and private sectors in tourist industry promotion
6. To be employed as guidelines of income distribution to people of various regions.
7. To encourage people to be interested in domestic travel and to decrease travel abroad
8. To attract international tourists to visit Thailand.
9. To promote interest and understanding in the importance of tourist industry.

The evaluation of the 6th Regional Cultural Show in Yala province showed that the show was a success. Moreover, it achieved TAT's objectives. For each day, there were approximately four thousand people visited the three-day show. However, the number did not include the listeners of the broadcasting from two Yala's radio stations — Yala and WPT 16. The stations broadcasted the performances of the first two days in Thai and Yawee languages. It was expected that there were many listeners in adjacent southern provinces and in northern Malaysia. People were greatly interested in the show especially the night-time art and cultural performances.

Information from questionnaires showed that the visitors appreciated the art and cultural shows of all four main regions. Most of them were youths at the average age of twenty to thirty years and they were students, government officials and state's enterprise officials. It was satisfactory that the youths still realized the value of the nation's art



5. เพื่อให้ประชาชนเห็นความร่วมมือในการทำงานเพื่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างหน่วยงานภาครัฐบาลและภาคเอกชน

6. เพื่อเป็นการชี้แนะแนวทางในการกระจายรายได้ออกไปสู่ภาคต่าง ๆ

7. เพื่อส่งเสริมให้เกิดความสนใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศและลดการเดินทางออกนอกประเทศ

8. เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้มาเยือนประเทศไทย

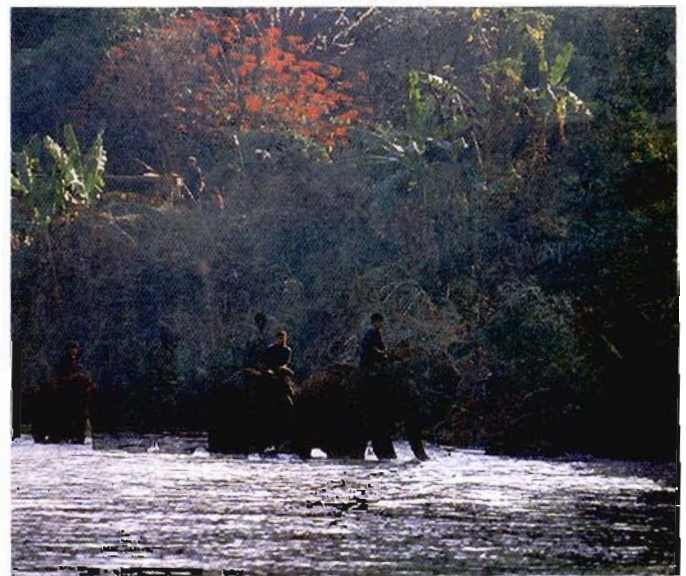
9. เพื่อส่งเสริมให้มีความสนใจและเข้าใจในความสำเร็จของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

จากการประเมินผลในการจัดงานแสดงศิลปวัฒนธรรมระหว่างภาคที่ จ.ยะลาครั้งนี้ ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีตามวัตถุประสงค์ของการจัดงาน กล่าวคือ มีผู้ชมประมาณการตลอดงานทั้ง 3 วัน เฉลี่ยวันละ 4,000 คน ทั้งนี้ยังไม่นับรวมผู้ฟังการถ่ายทอดทางสถานีวิทยุกระจายเสียง จ.ยะลา และสถานีวิทยุ วปท. 16 จ.ยะลา ซึ่งได้ทำการถ่ายทอดตลอดเวลากារแสดง 2 วันแรกของงานเป็นภาษาไทยและภาษาเขมร ซึ่งคาดว่าจะมีผู้ฟังชาวไทยในจังหวัดใกล้เคียงและชาวมาเลเซียตอนเหนือเป็นจำนวนมากฟังการถ่ายทอด ผู้ชมให้ความสนใจต่องานนี้มาก โดยเฉพาะการแสดงศิลปวัฒนธรรมในภาคกลางคืน

จากข้อมูลที่ต้องการศึกษาและรวบรวมได้จากแบบสอบถามปรากฏว่า ผู้ชมมีความชื่นชอบต่อการแสดงศิลปวัฒนธรรมของทั้ง 4 ภาค ผู้ชมส่วนใหญ่อยู่ในวัยหนุ่มสาว คืออยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 20-30 ปี และเป็นนักเรียนนักศึกษาและข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจใน จ.ยะลา จึงนับว่าเป็นนิมิตอันดีที่คนรุ่นหนุ่มสาวยังคงให้ความสำคัญกับศิลปวัฒนธรรมของชาติ นอกจากนี้ ผู้เดินทางมาชมงานส่วนใหญ่จะเป็นประชาชนในท้องถิ่น 4 จังหวัดภาคใต้ ซึ่งทางราชการกำลังดำเนินแผนการปฏิบัติงานทางจิตวิทยาอยู่ ดังนั้น ในการจัดงานครั้งนี้จึงเท่ากับเป็นการสนับสนุนแผนการปฏิบัติงานดังกล่าว เพราะเป็นการสร้างความเข้าใจในศิลปวัฒนธรรมของแต่ละภาค ซึ่งแม้จะมีรูปแบบแตกต่างกัน แต่ในส่วนรวมกลับมีเอกลักษณ์เดียวกัน ย่อมจะสร้างความภาคภูมิใจในความเป็นชาติและก่อให้เกิดความสามัคคีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของคนในชาติด้วย

### อุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า

ภูหินร่องกล้าเป็นเทือกเขาที่มีภูมิทัศน์สวยงามมาก ตั้งอยู่ระหว่าง จ.เพชรบูรณ์ เลย และพิษณุโลก มีธรรมชาติเป็นป่าใหญ่เขียวชอุ่มตลอดปี มีลานหินกว้างใหญ่ ซึ่งเกิดรอยแตกเป็นร่องยาวและลึกอยู่มากมาย บางตอนเป็นหน้าผาตัดชัน นอกจากนั้นดินแดนนี้ยังเคยเป็นยุทธภูมิที่สำคัญเนื่องมาจากความขัดแย้งของลัทธิและแนวความคิดทางการเมือง กล่าวคือ เทือกเขาหินร่องกล้านี้



and culture Besides, most visitors came from four lower southern provinces where government officials promoted understanding of Thai art and culture among the locals In such viewpoint, the show was successful since it encouraged people to know more about art and culture of other regions It also made them proud to be Thai and it rendered unity in the nation.

### Phu Hin Rong Kla National Park

Phu Hin Rong Kla mountain range, blessed with beautiful scenery, straddles on Petchabun, Loei and Phitsanulok provinces. It possesses deciduous forest, spacious rock platforms with long and deep cracks and steep cliffs. Besides, it is a former battlefield of two groups with different political ideas. Once, Phu Hin Rong Kla mountain range was a biggest northern centre of Thailand's communist party. From the centre, communist propaganda was spreaded to adjacent areas such as Khao Khor, Phu Khad, and Phu Mieng. Thus, it caused political instability to Thailand. Later, a battalion of civilians, police and military (CPM 33) seized the centre without casualties. It was a proud task. Then, CPM 33 started a project of strategic development on the centre's area. In the end of November 1982, CPM 33 cut new route through the central area of Phu Hin Rong Kla. In April 1983, CPM 33 and National Park Division of Forestry Department established Phu Hin Rong Kla National Park.

### Tourist Attraction Development of Phu Hin Rong Kla

Phu Hin Rong Kla is an important tourist attraction of Thailand's lower northern region. To promote the park as a tourist attraction and to make it widely known, CPM 33 asked for TAT's assistance to develop the park as a tourist attraction. Consequently, CPM 33 appointed TAT as a



เคยเป็นศูนย์กลางที่ตั้งฐานที่มั่นการเผยแพร่ลัทธิคอมมิวนิสต์ที่ใหญ่และสำคัญที่สุดของภาคเหนือ ซึ่งเป็นศูนย์กลางแพร่กระจายลัทธิคอมมิวนิสต์ไปสู่เขาค้อ ภูซัด และภูเมียง จนทำให้เกิดปัญหาความมั่นคงทางการเมือง ต่อมากองบัญชาการผสมพลเรือนตำรวจทหารที่ 33 พตท.33 ได้ยึดพื้นที่ภูหินร่องกล้ากลับคืนมาได้โดยไม่มี การเสียเลือดเนื้อแต่อย่างใด ถือว่าเป็นสิ่งที่น่าภาคภูมิใจ จากนั้น จึงได้เริ่มโครงการยุทธศาสตร์พัฒนาต่อพื้นที่แห่งนี้ เมื่อปลายเดือนพฤศจิกายน 2525 โดยพตท. 33 ได้ตัดเส้นทางผ่านใจกลางภูหินร่องกล้า และได้ประสานงานกับกองอุทยานแห่งชาติ กรมป่าไม้ ในการดำเนินงานจัดตั้งอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า ขึ้นเมื่อปลายเดือนเมษายน 2526

#### การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภูหินร่องกล้า

ภูหินร่องกล้าจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของภาคเหนือตอนล่าง และเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สมบูรณ์แบบและเป็นที่ยุ้จักกันทั่วไปของนักท่องเที่ยว พตท.33 ได้ขอความร่วมมือ ททท. วางแผนพัฒนาภูหินร่องกล้าให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว และได้แต่งตั้ง ททท.ร่วมเป็นกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวภูหินร่องกล้า โดยมีความรับผิดชอบในการวางแผน เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และจัดทำระเบียบการท่องเที่ยวภูหินร่องกล้า

ททท.ได้ให้ความร่วมมือ พตท.33 โดยได้ส่งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องเดินทางไปบันทึกภาพจัดทำเอกสารเผยแพร่ ถ่ายทำเทปบันทึกภาพ และรวบรวมข้อมูลเพื่อการเผยแพร่และโฆษณาภูหินร่องกล้าให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. จัดทำระเบียบการท่องเที่ยวภูหินร่องกล้า โดยใช้แนวทางจากระเบียบการท่องเที่ยวของภูหลวง จ.เลย และได้กำหนดรูปแบบขององค์กรบริหาร และการจัดตั้งองค์กรเพื่อพัฒนาภูหินร่องกล้าเป็นแหล่งท่องเที่ยว

2. ให้ความรู้แก่มีดคุ้คนักขุดแรกจำนวน 30 คน ซึ่งพตท.33 จัดอบรม

3. บันทึกภาพเทปโทรทัศน์ และจัดทำเอกสารเผยแพร่ภูหินร่องกล้าจำนวน 20,000 ชุด โดยพตท.33 เป็นผู้ออกค่าใช้จ่าย

4. จัดทำข่าวภูหินร่องกล้าเผยแพร่ทางโทรทัศน์ทั้ง 4 สถานี และมีโครงการจัดทำเทปโทรทัศน์ขนาดความยาว 27 นาที ออกเผยแพร่ทางโทรทัศน์ได้

นอกจากนี้ ททท.ยังได้เผยแพร่ข่าวสารการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภูหินร่องกล้า โดยได้ดำเนินการดังนี้

1. ส่งเอกสารโฆษณาเผยแพร่ภูหินร่องกล้าให้บริษัทนำเที่ยวในประเทศทุกบริษัท

2. ส่งเอกสารเผยแพร่ให้สำนักงาน ททท.ต่างจังหวัด 6 แห่ง และสำนักงานททท.ต่างประเทศ 9 แห่ง เพื่อแจกจ่ายและเผยแพร่

3. ส่งเอกสารเผยแพร่ให้กองอุทยานแห่งชาติ กรมป่าไม้ ให้นำแจกจ่ายและเป็นข้อมูลเผยแพร่



member of Phu Hin Rong Kla Tourism Promotion Board, TAT was responsible for Phu Hin Rong Kla's development plan, publication, public relations and tourist regulations.

TAT offered assistance to CPM 33 in various manners. It sent a group of officials to the park. These people were assigned to write articles, to take photos and to record the park's scenery in video-tape. With the information, advertisement and articles, the park was a tourist attraction in its true meaning. TAT's assistance was classified as followed :

1. Arranging Phu Hin Rong Kla's tourist regulations based on the guidelines from Phu Luang's tourist regulations. Designing organizational establishment in order to develop Phu Hin Rong Kla as a tourist attraction.

2. Giving information to the first thirty tourist guides trained by CPM 33.

3. Recording video-tape and publishing 20,000 brochures for Phu Hin Rong Kla's publication. CPM 33 offered all expenditures.

4. Producing Phu Hin Rong Kla's news to broadcast in four TV channels. A project of TV film production with the length of twenty-seven minutes.

Besides, TAT assisted in publicizing information of Phu Hin Rong Kla's development. The assistance classified into following details :

1. Sending brochures of Phu Hin Rong Kla to all domestic travel companies.

2. Sending brochures of Phu Hin Rong Kla to six TAT local offices and nine overseas offices for distribution and publication.

3. Sending brochures of Phu Hin Rong Kla to the National Park Division of Forestry Department for distribution and publication.



4. ลงเรื่องภูหินร่องกล้าในอนุสาร อ.ส.ท. ฉบับเดือนมิถุนายน 2526

พตท.33 ได้ทำพิธีเปิดการท่องเที่ยวภูหินร่องกล้า จ.เพชรบูรณ์อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 29 เมษายน 2526 โดยมี พลเอกอาทิตย์ กำลังเอก เป็นประธานในพิธี

### แผนหลักพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

จังหวัดกาญจนบุรีประกอบด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวทุกประเภท เช่น ลักษณะธรรมชาติที่งดงาม ร่องรอยและหลักฐานทางประวัติศาสตร์ตั้งแต่สมัยหินเก่าตอนปลาย สมัยอยุธยา จนกระทั่งสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ทำให้กาญจนบุรีมีแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเป็นจำนวนมาก และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มจำนวนขึ้นในอนาคต การท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรียังขาดการพัฒนาในแนวทางที่เหมาะสมอย่างจริงจัง การวางแผนพัฒนาจึงมีความสำคัญและมีความจำเป็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งมีจุดมุ่งหมายที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่นและประเทศ

#### การแบ่งกลุ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี

สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี จัดแบ่งกลุ่มตามที่ตั้งและลักษณะภูมิประเทศซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม คือ

**กลุ่มที่ 1** ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ราบ ในอำเภอเมืองพนมทวน ท่าม่วง และท่ามะกา เป็นบริเวณที่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุด เนื่องจากสะดวกในการเดินทาง มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมกว่าในบริเวณอื่น สถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในประเภทประวัติศาสตร์ เช่น สะพานข้ามแม่น้ำแคว สุสานชนประชาชาติ ปราสาทเมืองสิงห์ พิพิธภัณฑ์แห่งชาติบ้านเก่า

**กลุ่มที่ 2** ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวในลุ่มแม่น้ำแควน้อย ในเขตอำเภอไทรโยค ทองผาภูมิ และสังขละบุรี เป็นบริเวณที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวตามลำน้ำ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ เช่น อุทยานแห่งชาติไทรโยค ปิ๊ลอก ด้านเจดีย์สามองค์

**กลุ่มที่ 3** ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวในลุ่มแม่น้ำแควใหญ่ ในเขตอำเภอศรีสวัสดิ์ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงคือ อุทยานแห่งชาติเอราวัณ เขื่อนศรีนครินทร์ อุทยานแห่งชาติห้วยแม่ขมิ้น

**กลุ่มที่ 4** ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวในเขตอำเภอปอพลอย และศรีสวัสดิ์ (บางส่วน) สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญคือ ปอพลอย อุทยานแห่งชาติเฉลิมรัตนโกสินทร์

#### ตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี

ในปี 2525 จังหวัดกาญจนบุรีมีนักท่องเที่ยว 924,726 คน ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวไทย 806,519 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 118,207 คน ในจำนวนนี้นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่พักแรมมีร้อยละ 38.1 ซึ่งนิยมพักแรมในโรงแรมในตัวเมืองและที่พักริมแควน้อย นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พักแรมร้อยละ 44.7 ส่วนใหญ่

4 Publishing articles of Phu Hin Rong Kla in Anusarn Aor Sor Tor, Thai tourism magazine, of June issue, 1983  
CPM 33 officially opened Phu Hin Rong Kla on April, 29, 1983. The opening ceremony was presided by General Arthit Kamlang-Ek

### Master Plan of Tourism Development of Kanchanaburi Province

Kanchanaburi province consists of all kinds of tourist resources such as beautiful natural scenery, historical traces and evidences of Stone Age, Avudhya period and the second World War. Due to these resources, international and domestic tourists are induced to visit Kanchanaburi in a great number. A trend shows an increase of tourists in the future. However, Kanchanaburi's tourism lacks proper development guidelines. Consequently, development plan is essential to the province's tourism development of which main objective is the economic and social benefit to the province and to Thailand.

#### Classification of Tourist Resources in Kanchanaburi Province

Kanchanaburi's tourist attractions are classified according to locations and geographical characteristics. The classification is divided into four major groups:

**Group 1** Tourist attractions on the plains in Muang, Phanom Tuan, Tha Muang and Tha Makhha districts. Majority of tourists visit such attractions because they are equipped with more facilities than other areas. Most attractions are related to history such as Bridge over the River Kwai, Allied Cemetery, Muang Singh Castle and Ban Kao National Museum

**Group 2** Tourist attractions along the River Kwai Noi in Sai Yok, Thong Pha Phum and Sangkhala districts. The attractions are famous for cruising voyage. Major attractions are Sai Yok National Park, Pi Lok and Three Pagodas' Pass

**Group 3** Tourist attractions along the River Kwai Yai in Si Sawat district. The famous attractions are Erawan National Park, Sri Nakharin Dam and Huby Mae Khamin National Park

**Group 4** Tourist attractions in Bor Ploy district and some areas of Si Sawat district. Major tourist attractions are ruby-pits and Chalerm Ratanakosin National Park

#### Tourist Market of Kanchanaburi Province

In 1982, there were 924,726 tourists to Kanchanaburi consisted of 906,519 Thai tourists and 118,207 international tourists. 38.1 percentage of international tourists stayed in municipal hotels and lodgings along the River Kwai Noi. Thai tourists of 44.7 percent stayed in national parks, dams, official residences, friends' and relatives' homes. Most international tourists visited Kanchanaburi from November to February. Most Thai tourists visited the province during summer vacation

พักผ่อนตามอุทยานแห่งชาติ เขื่อน ที่พักของทางราชการ บ้านญาติ หรือบ้านเพื่อน นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เดินทางไป จังหวัดกาญจนบุรีในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงกุมภาพันธ์ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยมีมากในช่วงปิดภาคเรียนและวันเทศกาล โดยเฉพาะในวันหยุดสุดสัปดาห์ มีนักท่องเที่ยวชาวไทยถึงร้อยละ 75 ของนักท่องเที่ยวชาวไทยตลอดสัปดาห์

ในช่วงปี 2525-2544 คาดว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จะเพิ่มจาก 118,207 คน ในปี 2525 เป็น 527,350 คน ในปี 2544 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยจะเพิ่มจาก 806,519 คน ในปี 2525 เป็น 2,650,594 คน ในปี 2544

#### ข้อจำกัดและปัญหาในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี

1. กาญจนบุรีเป็นแหล่งท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ (week-end resort) การเดินทางไปจังหวัดกาญจนบุรีสามารถไปกลับได้ภายในวันเดียวโดยไม่พักค้าง หรือในกรณีที่พักค้างก็สามารถใช้เวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ได้ ทำให้ไม่สามารถขยายวันพักผ่อนให้ยาวนานขึ้น ซึ่งเปรียบเทียบกับจำนวนห้องพักที่มีอยู่และศักยภาพทางด้านแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งยังพัฒนาได้

2. สภาพอากาศร้อนจัดในฤดูร้อน ทำให้เกิดสภาวะไม่สบายในการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกมีน้ำน้อย ทำให้ไม่สวยงามเท่าในฤดูฝน

3. การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทั้ง

4 กลุ่ม มีความแตกต่างกันมาก ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวที่สะดวกแก่การเดินทางและมีชื่อเสียง มีนักท่องเที่ยวมากจนเกินไปในบางช่วงเวลา ซึ่งทำให้เกิดปัญหาในการจัดการท่องเที่ยว

4. ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์และโบราณคดีทั้งในสมัยก่อนประวัติศาสตร์ สมัยสงครามไทยรบพม่า และสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ยังมิได้รับการพัฒนาเพื่อใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง เพื่อให้สื่อความหมายเป็นรูปธรรมที่สามารถเข้าใจได้ง่ายทั้งในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

5. การถือครองที่ดินและการใช้ประโยชน์ที่ดินในสถานที่ท่องเที่ยว และบริเวณใกล้เคียงยังขาดความควบคุม จึงเกิดการพัฒนามาในทางที่ไม่เหมาะสม ไม่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม

#### แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

1. กลุ่มที่ 1 พัฒนาให้เป็นกลุ่มท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมสำหรับแวะชม เน้นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ทั้งในส่วนที่เป็นเรื่องราวสมัยก่อนประวัติศาสตร์ สมัยประวัติศาสตร์สงครามไทย-พม่า และสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยมีเมืองกาญจนบุรีเป็นศูนย์กลางการพักผ่อนและสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมที่ควรส่งเสริมได้แก่พิพิธภัณฑ์และแหล่งบันเทิง

and national holidays Especially during week-end, seventy-five percentage of Thai tourists in a week-visited the province

In a period of 1982-2001, it was expected that 118,207 international tourists in 1982 would increase by 527,350 tourists in 2001 and 806,519 Thai tourists in 1982 would increase by 2,650,594 tourists in 2001.

#### Limitations and Problems on Tourism Development of Kanchanaburi Province

1 Kanchanaburi is a week-end resort Travelling to Kanchanaburi does not require an overnight stay in the province because tourists can visit the province and return home within one day. In a case of an overnight stay, tourist can stay in the province during week-end Consequently, the length of stay cannot be extended while hotel and lodging rooms as well as tourist attractions' potentiality can be developed.

2 Hot climate in summer causes tourists to feel uncomfortable to travel Waterfalls, possessing less water in summer, are not as attractive as in rainy season

3. Due to great differences of tourists' distribution to four major groups of tourist attractions, there are too many tourists visiting the famous and convenient attractions during some periods of the year Thus, it causes problems on tour arrangements

4 Undeveloped tourist resources relating to history – Thai-Burmese war and the second World War – and archaeology of pre-historic age Owing to the lack of simple explanation, most international and Thai tourists cannot understand the resources' meanings.

5. Because of the lack of control on land possession and exploitation of tourist attractions, the attractions' development does not harmonize with the surroundings

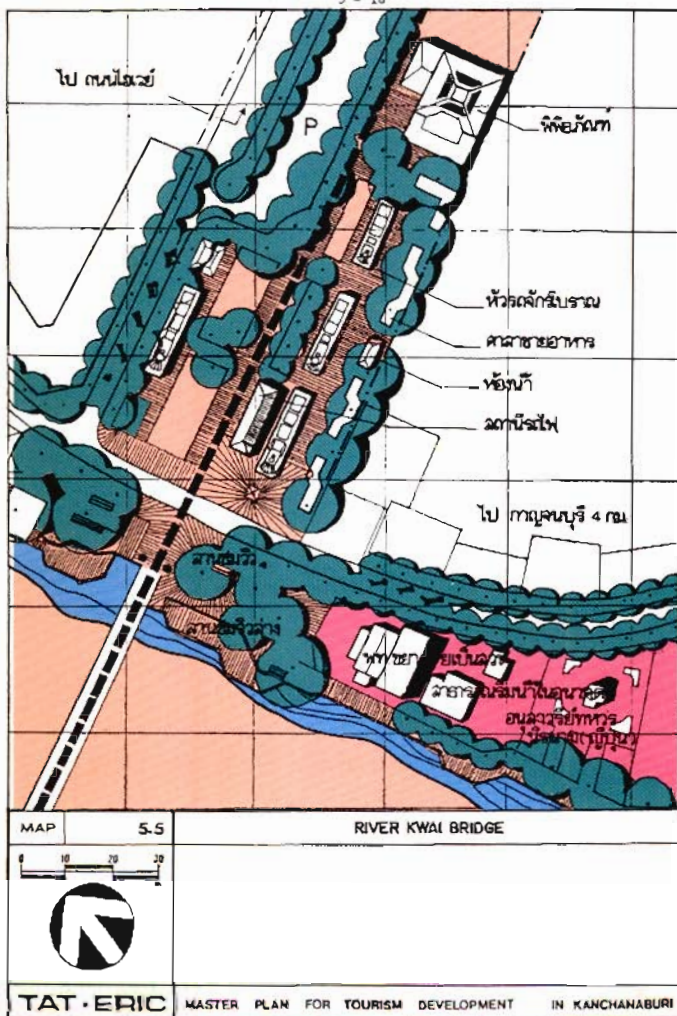
#### Guidelines on Tourism Development of Kanchanaburi

1. **Group 1** . Developing Kanchanaburi to be an attraction for a group of tourists who are interested in history and culture The development emphasizes on tourist attractions relating to history such as pre-historic sites, Thai and Burmese war and the second World War. Kanchanaburi town is a centre of lodgings and facilities Encouraged activities are museum and entertaining attraction

2. **Group 2** Developing Kanchanaburi to be an attraction for a group of tourists who are interested in nature and rest The development emphasizes on natural attractions Lodgings and facilities scatter near the Kwa Noi River and Khao Laem Dam Potential community for tourism centre is Thong Pha Phum Encouraged activities are trekking, cruising voyage, recreation on land and on water and development of Pak Sang landing.

3. **Group 3** : Developing Kanchanaburi to be an attraction for a group of tourists who are interested





2. กลุ่มที่ 2 พัฒนาให้เป็นกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สำหรับแวะชมและพักผ่อน โดยเน้นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นหลัก ส่วนที่พักแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกนั้น ให้มีการกระจายตัวใกล้แม่น้ำแควน้อยและเขื่อนเขาแหลม ชุมชนที่มีศักยภาพเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวบริเวณนี้คือ ทองผาภูมิ กิจกรรมที่ควรส่งเสริมได้แก่การเดินป่า การท่องเที่ยวทางน้ำและนันทนาการ ทั้งทางบกและทางน้ำ โดยการปรับปรุงท่าเรือที่ปากแคว

3. กลุ่มที่ 3 พัฒนาให้เป็นกลุ่มท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สำหรับแวะชมและพักผ่อน สำหรับที่พักแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกนั้น ให้มีการพัฒนาที่อุทยานแห่งชาติเอราวัณ อุทยานแห่งชาติศรีนครินทร์ และในบริเวณเขื่อนศรีนครินทร์ กิจกรรมที่ควรส่งเสริมได้แก่ การเดินป่า การท่องเที่ยวทางน้ำและนันทนาการ โดยการปรับปรุงท่าเทียบเรือที่ท่ากระดาน

4. กลุ่มที่ 4 พัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่พักผ่อนและสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีการพัฒนาที่อุทยานแห่งชาติเฉลิมรัตนโกสินทร์

5. เส้นทางเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มท่องเที่ยว เพื่อให้มีการต่อเนื่อง ถ่ายเทนักท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มท่องเที่ยว ควรพัฒนาเส้นทางเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มที่ 2, 3 และ 4 ขึ้นให้สามารถติดต่อกันได้โดยสะดวก

in nature and rest Lodgings and facilities should be developed at Erawan Dam, Sri Nakharin National Park and Sri Nakharin Dam Encouraged activities are trekking, cruising voyage, recreation and development of The Kradan landing

4. Group 4 Developing Kanchanaburi to be a natural tourist attraction Lodgings and facilities should be developed at Chalem Rattanakosin National Park

5. Routes, connected tourist groups, are for continuity of travel and a shift between different tourist groups The routes connected groups two, three and four should be developed for convenient transportation





# บทบาทของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ

## Roles of Tourist Industry on Economic Development

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญประเภทหนึ่งที่น่าเงินตราต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทย และเป็นอุตสาหกรรมหลักที่มีความสัมพันธ์และมีผลกระทบต่อการลงทุนในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกัน เช่น กิจการโรงแรม กิจการบริษัทนำเที่ยว กิจการขนส่ง กิจการภัตตาคาร ดังนั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการพัฒนาอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องจึงควรต้องทำควบคู่กันไป ถ้าหากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่ขยายตัวในปริมาณที่ควรจะเป็นก็จะส่งผลกระทบต่อจนถึงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่อง ในทำนองเดียวกันถ้าหากอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมโรงแรมไม่ได้รับการพัฒนาให้สามารถดำเนินธุรกิจและให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็จะต้องได้รับความกระทบกระเทือนด้วยเช่นกัน ธุรกิจโรงแรมนำมาซึ่งรายได้เข้าประเทศโดยการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยวก็เช่นกัน เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทยและเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ในประเทศ รายจ่ายของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวย่อมก่อให้เกิดรายได้แก่ธุรกิจ ซึ่งทำให้เกิดการกระจายรายได้ต่อไปในระบบเศรษฐกิจรวม (Multiplier Effect) สิ่งเหล่านี้เน้นให้เห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่รัฐใช้งบประมาณในการลงทุนน้อย แต่ได้ผลในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเป็นอย่างมาก

ความเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีผลต่อเนื่องในการสร้างงานให้คนในชาติได้อย่างมาก โดยสามารถแยกลักษณะงานออกเป็น 2 ลักษณะ คือ :

- งานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม บริษัทนำเที่ยว ลายการบิน ร้านค้าของที่ระลึก มัคคุเทศก์ ร้านอาหาร สถานเริงรมย์ เป็นต้น
- งานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางอ้อม ได้แก่ งานด้านเกษตรกรรม การก่อสร้าง ธนาคาร ฯลฯ

ในจังหวัดที่การท่องเที่ยวเจริญเติบโตมาก เช่น ในกรุงเทพฯ เชียงใหม่ พัทยา ภูเก็ต และหาดใหญ่ ธุรกิจต่างๆ ก็ต้องการกำลังคนในการประกอบการมากขึ้นเป็นเงาตามตัว อาทิ กิจการโรงแรมต้องการพนักงานในหน้าที่ต่าง ๆ บริษัทนำเที่ยวต้องการมัคคุเทศก์ พนักงานขับรถ พนักงานประจำสำนักงาน เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันความต้องการวัตถุดิบที่จะป้อนให้กิจการเหล่านี้ก็จะเพิ่มขึ้น เช่น โรงแรมต้องการพืช ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ เพื่อประกอบอาหาร จึงจำเป็นต้องซื้อจากเกษตรกร รายได้ต่างๆ

Tourist industry is a significant industry rendering foreign currency to Thailand. Moreover, it is the main industry which affects and relates to other related industry such as hotel, travel agency, transportation and restaurant. Therefore, the development of tourist industry and tourist-related industry should be operated side by side. If the tourist industry does not expand in sufficient quantity, it will affect the tourist-related industry. In the same manner, if the hotel-related industry is not fully developed in order to offer services to tourists efficiently, the tourist industry will be affected. Hotel business renders income to the country by offering services to tourists. In tourist business, the expenditure of tourists, who visit Thailand and travel to many places, render income to the business. Such expenditure promotes income distribution beneficial to the nation's economics with multiplier effect. The preceded cases show the importance of tourist industry. The industry requires only a small amount of investment from the government but it greatly benefits the country's socio-economic development.

The growth of tourism creates employment for the people. The employment is divided into two kinds :

- Direct employment e.g. hotel business, travel agency, airlines, souvenir shop, tourist guide, restaurant, entertaining places.
- Indirect employment e.g. agriculture, construction, banks

In the provinces where tourism grows such as Bangkok, Chiang Mai, Pattaya and Haadyai, various businesses need manpower to serve their activities. For example, hotel requires personnel of many positions and travel agency requires tourist guides, drivers and office clerks. At the same time, there is an increasing demand of material to serve the industry's activities. For example, hotel needs vegetable, fruit and meat for cooking so the hotel buys them from agriculturists. Consequently, income is distributed to many levels of employees. The income distribution increases the people's income and it also creates employment.

### Importance of Hotel Business on Tourism Development

Hotel business is an important business which promotes tourist industry. The hotel business is a facility that directly and greatly supports tourist industry because it is a temporary residence for tourists who travel to reach tourist destinations.

Tourist facilities are the necessities which serve demands of tourists who travel to reach tourist destinations. We can divide tourist facilities into two major kinds as follows

1. Direct tourist facilities e.g. roads, accommodations and food shops
2. Indirect tourist facilities e.g. communications, entertaining places and markets

จะกระจายไปในหลายระดับของผู้ประกอบอาชีพ ซึ่งเป็นการช่วย  
เพิ่มรายได้และสร้างงานให้แก่ประชาชนทั่วไป

### ความสำคัญของธุรกิจโรงแรมกับการพัฒนา การท่องเที่ยว

ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญยิ่งในการสนับสนุน  
และส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นสิ่งอำนวยความสะดวก  
ที่สนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยตรงมากที่สุด เนื่องจาก  
เป็นที่พักทั้งค้างแรมของนักท่องเที่ยวซึ่งเดินทางเข้ามาสู่จุดหมาย  
ปลายทางของการท่องเที่ยว

สิ่งอำนวยความสะดวกที่สนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว  
ได้แก่ สิ่งที่สำคัญต้องมีอยู่เพื่อสนองความต้องการของ  
นักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางเข้ามาถึงจุดหมายปลายทาง เราอาจ  
จะแยกประเภทสิ่งอำนวยความสะดวกที่สนับสนุนอุตสาหกรรม  
ท่องเที่ยวออกได้เป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ :

1. ประเภทสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยตรง ได้แก่ ถนน  
หนทาง ที่พักแรม และสถานที่รับประทานอาหาร
2. ประเภทสนับสนุนการท่องเที่ยวทางอ้อม ได้แก่ การติดต่อ  
สื่อสาร สถานเริงรมย์ และตลาดสินค้า เป็นต้น

เราจึงถือได้ว่าธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญ มี  
อิทธิพลต่อการขยายตัวของ การท่องเที่ยวโดยตรง นักท่องเที่ยว  
ทั้งที่เดินทางมาจากต่างประเทศหรือนักท่องเที่ยวภายในประเทศ  
ย่อมต้องการที่พักแรมอย่างน้อยที่สุด ณ สถานที่ที่อยู่ไม่ห่างจาก  
จุดสนใจของการท่องเที่ยวมากนัก หากอยู่ในใจกลางของศูนย์  
กลางการท่องเที่ยวย่อมให้อำนวยความสะดวกสบายให้แก่  
นักท่องเที่ยว โรงแรมที่อยู่ในระดับมาตรฐานสูง ระดับสากล  
ย่อมมีอิทธิพลชักจูงให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็น  
อย่างมาก ดังนั้นในการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องมี  
ที่จะต้องมี การส่งเสริมธุรกิจโรงแรมไปพร้อม ๆ กันด้วย

ระดับมาตรฐานของโรงแรมในประเทศไทยมีทั้งที่ได้อิง  
มาตรฐานสากลและที่อยู่ในระดับต่ำกว่ามาตรฐาน ความจริงแล้ว  
ในจังหวัดและเมืองที่ถือว่าเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญ ซึ่ง  
ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต และหาดใหญ่ นั้น มี  
โรงแรมที่อยู่ในระดับมาตรฐานสากลอยู่อย่างมากมาย มีสิ่ง  
อำนวยความสะดวกแก่เขาผู้มาพักอย่างครบถ้วน แต่ในท้องถิ่น  
จังหวัดอื่น ๆ ยังขาดโรงแรมที่ได้มาตรฐานสากลอยู่อีกมาก  
แต่อย่างไรก็ตาม ได้เริ่มมีการพัฒนาธุรกิจโรงแรมในระดับ  
มาตรฐานสากลขึ้นอยู่เรื่อย ๆ เช่นในจังหวัดพิษณุโลก  
กำแพงเพชร ตาก พังงา ชุมพร ขอนแก่น ฯลฯ ได้เริ่มมีโรงแรม  
ชั้นหนึ่งได้มาตรฐานสากลเกิดขึ้น

Thus, we regard hotel business as an influential  
industry which directly affects tourism expansion. Both  
international and domestic tourists need at least to lodge  
at a place adjacent to tourist attraction. If such place is in  
tourist centre, it will certainly be convenient for tourists.  
Moreover, international-standard hotel can induce more  
tourists to travel to its surrounding attractions. Therefore,  
tourism development greatly requires hotel business  
promotion at the same time

Thailand's hotel standard is of two types –  
international level and under international level. In fact,  
major tourist centre provinces and towns – Bangkok,  
Pattaya, Chiang Mai, Phuket and Haadyai – all possess  
abundant of international hotels fully equipped with  
facilities. On the contrary, in other provinces, lack of  
international hotels is still prevalent. However, many  
provincial hotels upgrade their standard. There are more  
international hotels in Phitsanulok, Kamphaeng Petch,  
Tak, Phang-Nga, Chumporn and Khon Kaen provinces.

During the first period of the Fifth National Plan of  
Economic-Socio Development (1982-1987), a collection  
of bungalow rooms' data showed that there were 65,107  
bungalow rooms classified into 14,878 rooms in Bangkok  
and other tourist centres – 7,642 rooms in Pattaya,  
5,093 rooms in Chiang Mai, 4,472 rooms in Songkhla/  
Haadyai and 2,886 rooms in Phuket. The remnants were  
other provinces' hotel rooms of which some parts were  
from newly built hotels and extension of hotels. Most  
new hotels opened in the end of 1981 and the beginning  
of 1982. All were prepared to accommodate tourists  
during Bangkok's Bicentennial Celebrations, 1982.  
In Bangkok, there were many newly-opened first-class  
hotels e.g. Hilton International Bangkok Hotel, Rama  
Gardens Hotel, Central Plaza Hotel, Bangkok Peninsula  
Hotel, Bangkok Palace Hotel, Bangkok Centre Hotel,  
Bangkok Airport Hotel and Royal Orchids Hotel.

Investment in hotel business was partly promoted  
by the Board of Investment (BOI). During the period of  
application for BOI's promotion in Bangkok from  
December 26, 1978-February 1, 1979, there were  
twenty-three projects with 13,983 hotel rooms applied  
for the promotion. Of the twenty-three projects, only  
eleven projects with 7,119 rooms were allowed in 1979.  
Also, in 1981, BOI allowed an addition of four projects  
with 3,078 hotel rooms. In other provinces, there was a  
hotel investment boom. It resulted in a number of projects  
applied for BOI's promotion. Of thirty-two projects,  
seventeen projects with 2,588 rooms were allowed

However, at present, the extension of hotel  
investment causes an over-supply of hotel rooms in  
Bangkok and in tourist centre provinces. It results in  
cut-price of hotel room rate and competition for customers



ในช่วงปีของแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520 - พ.ศ. 2524) การขยายตัวของธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจการท่องเที่ยว ด้านกิจการโรงแรมได้มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จากจำนวนห้อง 30,058 ห้องในปี 2520 เพิ่มขึ้นเป็น 61,302 ห้องในปี 2524 คิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.85 ทั้งนี้ มีผลมาจากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งมีอัตราถึงร้อยละ 12.99 และการขาดแคลนห้องพักโรงแรมตั้งแต่ช่วงต้นของแผนฯ ตลอดจนนักท่องเที่ยวชาวไทยได้มีความสนใจท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้นด้วย

สำหรับในช่วงต้นของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525 - พ.ศ. 2529) จากการรวบรวมจำนวนสถานที่พักประเภทมังกาโล ด้วยพบว่า ในปี 2525 มีห้องพักจำนวน 65,107 ห้อง ในจำนวนนี้แบ่งเป็นที่พักในเขตกรุงเทพฯ 14,878 ห้อง และในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ พัทยา 7,642 ห้อง เชียงใหม่ 5,093 ห้อง สงขลา 4,472 ห้อง และภูเก็ต 2,886 ห้อง นอกนั้นเป็นห้องพักโรงแรมในจังหวัดอื่น ๆ จำนวนที่เพิ่มขึ้นนี้ส่วนหนึ่งขยายจากโรงแรมเดิม และส่วนหนึ่งก็สร้างขึ้นใหม่ ซึ่งส่วนใหญ่เปิดดำเนินการในปลายปี 2524 และต้นปี 2525 ทั้งนี้เพื่อให้ทันรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา ในช่วงงานสมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปีที่ผ่านมา ในกรุงเทพฯ มีโรงแรมชั้นหนึ่งที่เปิดใหม่คือ โรงแรมฮิลตันอินเตอร์เนชั่นแนล บางกอก, โรงแรมรามารการ์เดน, โรงแรมไฮแอทเซ็นทรัลพลาซา, โรงแรมบางกอกเพนเนนซูลา, โรงแรมบางกอกพาลาซ, โรงแรมบางกอกเซ็นเตอร์, โรงแรมบางกอกแอร์พอร์ท, โรงแรมรอยัล-ออร์คิด

การลงทุนในธุรกิจโรงแรม ส่วนหนึ่งได้รับการสนับสนุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนในช่วงระยะเปิดรับพิจารณา คำขอส่งเสริมในเขตกรุงเทพฯ ระหว่างวันที่ 26 ธันวาคม 2521 ถึงวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2522 มีผู้ยื่นขอรับการส่งเสริมกิจการโรงแรมจำนวนทั้งสิ้น 23 โครงการ จำนวนห้องรวม 13,983 ห้อง ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนในปี 2522 11 โครงการ จำนวนห้องรวม 7,119 ห้อง และในปี 2524 คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้อนุมัติกิจการโรงแรมเพิ่มขึ้นอีก 4 โครงการ จำนวนห้องรวม 3,078 ห้อง สำหรับในต่างจังหวัดก็มีการตื่นตัวในการลงทุนธุรกิจโรงแรมอย่างรวดเร็วเช่นเดียวกัน โดยพิจารณาได้จากจำนวนโครงการส่งเสริมการลงทุนในปี 2522 มีจำนวนถึง 32 โครงการ แต่ได้รับอนุมัติ 17 โครงการ เป็นจำนวนห้องพักรวม 2,588 ห้อง



Thus, the government finds a measure to decelerate hotel business extension

#### Hotel Rooms in Thailand 1977-1982

ZONE/REGION	1977	1978	1979	1980	1981	1982
Bangkok	11,104	11,286	11,326	11,927	13,824	14,878
Central (except Bangkok)	1,915	3,487	3,799	3,799	5,430	5,794
East	3,760	4,844	4,844	7,035	8,632	9,444
North	4,320	6,032	6,784	6,784	12,053	12,410
South	5,351	6,980	8,218	8,218	9,735	10,098
Northeast	3,608	5,330	6,834	6,834	11,628	12,483
<b>Total</b>	<b>30,058</b>	<b>37,959</b>	<b>41,805</b>	<b>44,597</b>	<b>61,302</b>	<b>65,107</b>
<b>% Increase per year</b>	<b>+ 8.70</b>	<b>+ 26.28</b>	<b>+ 10.13</b>	<b>+ 6.68</b>	<b>+ 37.46</b>	<b>+ 4.88</b>

Note : 1977-1980 Only first-class and economy-class hotels  
1981-1982 Hotels of all classes

#### Hotel Rooms in Bangkok and Major Tourist Centres (1977-1982)

Province	1977	1978	1979	1980	1981	1982
Bangkok	11,104	11,286	11,326	11,927	13,824	14,878
Pattaya	3,305	3,339	3,439	3,784	6,582	7,642
Chiangmai	2,639	3,038	3,249	3,255	4,870	5,093
Songkhla/Haadvai	1,962	2,169	2,554	2,800	4,147	4,472
Phuket	983	1,643	1,945	2,147	2,520	2,886

Note : 1977-1980 Only first-class and economy-class hotels  
1981-1982 Hotels of all classes

#### Importance of Travel Agency Business to Tourism Development

To improve tourist industry development, it requires not only a great number of tourist attractions but also sufficient tourist facilities. To tourists, the standard travel services render good understanding and reliable facts concerning the places they visit. Moreover, the tourists are offered facilities and opportunities to

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันมีการขยายการลงทุนในธุรกิจโรงแรมจนมีจำนวนห้องพักโรงแรมมากเกินความต้องการ ทั้งในเขตกรุงเทพฯ และในต่างจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ทำให้เกิดปัญหาการดีดราคาและแก่งแย่งลูกค้า ซึ่งรัฐบาลกำลังศึกษาหามาตรการที่จะลดการขยายตัวของกิจการโรงแรมอยู่ในขณะนี้

จำนวนห้องพักของโรงแรมในประเทศไทย พ.ศ. 2520 - 2525

เขต/ภูมิภาค	2520	2521	2522	2523	2524	2525
กรุงเทพฯ	11,104	11,286	11,326	11,927	13,824	14,878
ภาคกลาง (ยกเว้นกรุงเทพฯ)	1,915	3,487	3,799	3,799	5,430	5,794
ภาคตะวันออก	3,760	4,844	4,844	7,035	8,632	9,444
ภาคเหนือ	4,320	6,032	6,784	6,784	12,053	12,410
ภาคใต้	5,351	6,980	8,218	8,218	9,735	10,098
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3,608	5,330	6,834	6,834	11,628	12,483
รวม	30,058	37,959	41,805	44,597	61,302	65,107
เพิ่มร้อยละต่อปี	+ 8.70	+ 26.28	+ 10.13	+ 6.68	+ 37.46	+ 4.88

หมายเหตุ: ปี 2520-2523 เฉพาะโรงแรมชั้น 1-2  
ปี 2524-2525 นับรวมโรงแรมทุกประเภท  
\* ข้อมูลไม่รวมห้องพักของโรงแรมเล็ก ๆ

จำนวนห้องพักโรงแรมในกรุงเทพฯ และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ปี 2520 - 2525

จังหวัด	2520	2521	2522	2523	2524	2525
กรุงเทพฯ	11,104	11,286	11,326	11,927	13,824	14,878
พัทยา	3,305	3,339	3,439	3,784	6,582	7,642
เชียงใหม่	2,639	3,038	3,249	3,255	4,870	5,093
สงขลา/หาดใหญ่	1,982	2,169	2,554	2,600	4,147	4,472
ภูเก็ต	983	1,643	1,945	2,147	2,520	2,886

หมายเหตุ: ปี 2520-2523 เฉพาะโรงแรมชั้น 1-2  
ปี 2524-2525 นับรวมโรงแรมทุกประเภท  
\* ข้อมูลไม่รวมห้องพักของโรงแรมเล็ก ๆ

### ความสำคัญของธุรกิจนำเที่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว

การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เจริญก้าวหน้าขึ้น นอกจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีมากขึ้นแล้ว ยังจำเป็นต้องจัดตั้งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนอย่างพอเพียง การมีบริการนำเที่ยวที่ได้มาตรฐาน จะทำให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจ เรียนรู้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสิ่งที่ได้พบเห็น ได้รับความสะดวก ได้ชมสิ่งที่สวยงามและน่าสนใจ ในเวลาอันจำกัด มาตรฐานการบริการของบริษัทนำเที่ยวจึงมีอิทธิพลในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างมาก นอกจากนี้ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่บริษัทนำเที่ยวอาจให้บริการได้ เช่น บริการจองตั๋วเครื่องบิน จองที่พักจัดพาไปซื้อของ

see many attractions in limited time. The standard of travel agency's service is an influential factor to induce more tourists. Besides the facilities, travel reservation, shopping guide and foreign currency exchange are provided. All of them attract more tourists to visit a country. Tourists are classified into two categories as follows:

1. **International tourists** are foreign tourists visiting Thailand for leisure, friends and relatives' visit, convention and business.

2. **Domestic tourists** are Thai nationals and Thailand residents, whose place of residence is in Thailand, travelling to and from provinces for leisure, business, convention and participation in religious ceremony.

Tour arrangement business has important role in tourist industry. International tourists derive convenience from travel agency's services. During 1949-1951, there were only three travel agencies with insufficient number of tourist guides because there were a few tourists. Nowadays, there are a great number of travel agencies in Thailand which are classified into four categories:

1. Travel agencies, handling only inbound tourists, mainly offer domestic tour services to international tourists.

2. Travel agencies, handling inbound and outbound tourists, offer domestic tour services mostly to international tourists. Also, they offer outbound tour services to Thais as well.

3. Travel agencies handle domestic tours and outbound tours. These agencies arrange domestic tours and outbound tours for Thai tourists only.

4. Travel agencies handle only domestic tours. Nowadays, there are four-hundred travel agencies in Bangkok and some of them have branches in other provinces. Excluding Bangkok, only a few tourist agencies, mostly small firms, locate on several tourist centres such as Chiang Mai, Songkhla, Phuket, Nakhon Ratchasima and Pattaya. Due to various factors, travel agency business fluctuates for several times. Owing to marketing and financial problems, some firms close. Still, many people invest in the business for it requires small amount of capital. Consequently, the business' structure is composed of high competition and many inexperienced businessmen. Since these people aim at high profits in a short period, they are irresponsible and sometimes they cheat tourists.

For the period of Fifth Plan of Tourism Development (1982-1986), TAT designs a law concerning the regulations of tourist-related industry such as hotels and accommodations, travel agencies and tourist guides. This Act was once submitted to the Legislative Assembly for consideration. The Act's contents are summarized as follows:

The regulations on tourist business operation  
The one, who operates tourist business, must possess



ที่ระลึก แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ฯลฯ นักท่องเที่ยว  
จำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ-

1. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ได้แก่ นักท่องเที่ยวจาก  
ต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเยือนประเทศไทยเพื่อพักผ่อน เยี่ยม  
ญาติมิตร ประชุมสัมมนา ติดต่อธุรกิจ เป็นต้น

2. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ ได้แก่ ชาวไทยและชาวต่าง  
ประเทศที่พำนักอาศัยถาวรอยู่ในประเทศไทยที่เดินทางท่องเที่ยว  
ระหว่างจังหวัดต่าง ๆ เพื่อพักผ่อน ติดต่อธุรกิจ ประชุมสัมมนา  
ประกอบพิธีทางศาสนา เป็นต้น

การเจ้าหน้าที่เป็นธุรกิจที่มีบทบาทต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว  
อย่างสำคัญอย่างหนึ่ง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะได้รับความ  
สะดวกโดยอาศัยบริการนำเที่ยวที่สะดวกสบายในช่วงระยะเวลา  
พ.ศ. 2492-2494 มีบริษัทนำเที่ยวตั้งขึ้นเพียง 3 แห่ง และมี  
มัคคุเทศก์จำนวนไม่มาก เพราะจำนวนนักท่องเที่ยวมีน้อย แต่  
ในปัจจุบันมีบริษัทนำเที่ยวตั้งขึ้นมามากมาย โดยอาจแบ่ง  
ประเภทของบริษัทนำเที่ยวที่ดำเนินการอยู่ในประเทศไทยได้  
4 ประเภท ดังนี้คือ-

1. บริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการเจ้าหน้าที่ เฉพาะนักท่องเที่ยว  
ที่มาจากต่างประเทศ (Inbound) กล่าวคือ จะให้บริการหลัก  
โดยการนำเที่ยวภายในประเทศสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่าง  
ประเทศ

2. บริษัทนำเที่ยวที่เจ้าหน้าที่ทั้งนักท่องเที่ยวที่มาจาก  
ต่างประเทศ และเจ้าหน้าที่ไปต่างประเทศ  
(inbound/outbound) กล่าวคือ ให้บริการเจ้าหน้าที่ภายใน  
ประเทศสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่  
และเจ้าหน้าที่ในต่างประเทศสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย  
อีกด้วย

3. บริษัทนำเที่ยวที่เจ้าหน้าที่ในประเทศและต่าง-  
ประเทศ (domestic/outbound) คือบริษัทที่เจ้าหน้าที่ สำหรับคนไทย  
ทั้งในประเทศและต่างประเทศและอาจเจ้าหน้าที่ในประเทศสำหรับ  
นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

4. บริษัทนำเที่ยวที่เจ้าหน้าที่ในประเทศเท่านั้น  
(domestic)

ในปัจจุบันในกรุงเทพฯ มีบริษัทนำเที่ยวอยู่ประมาณ 400  
แห่ง บางบริษัทมีสาขาในต่างจังหวัดด้วย บริษัทนำเที่ยวใน  
ต่างจังหวัดมีอยู่ไม่มากนัก ส่วนใหญ่เป็นบริษัทเล็ก ๆ อยู่ตาม  
จังหวัดที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว เช่น เชียงใหม่ สงขลา  
ภูเก็ต นครราชสีมา และเมืองพัทยา การขยับตัวขึ้นลงของธุรกิจ  
ท่องเที่ยวที่ดำเนินการเหล่านี้จะเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา อัน



a license. The qualified applicant for a license must be a proprietor of a firm and he must possess sufficient property and status to establish and to manage the firm. He must not be a bankrupt, an invalid and beyond twenty years of age. He must be a Thailand resident. To apply for a license, he must deposit cash or bank guarantee as a pledge with the amount designated by the Board of Regulations on Tourist Industry. The license-holders must notify the service rates of his business to registrar. In addition, he shall manage his business according to the designated regulations and standard. The license for tourist business operation must be renewed annually

Travel agency business greatly relates to tourist guide services. Therefore, TAT cooperated with Chulalongkorn University and Silpakorn University arrange a training course to give knowledge to tourist guides. TAT offers certificates to all who pass the course's exam. Moreover, TAT encourages tourist guides to be trained since the guides should possess exact knowledge of tourist attractions concerning Thai history, Thai art and Thai culture. Only tourist guide with TAT's certificate can enter the Grand Palace because the palace is of historical, art and cultural value. TAT designs to extend the measure to other attractions such as the National Museum, Wat Bodhi, Bang Pa-In Palace and other attractions with entrance fee. In all tourist guide training courses, TAT keeps trainees' profiles used as references for future examining of tourist guides

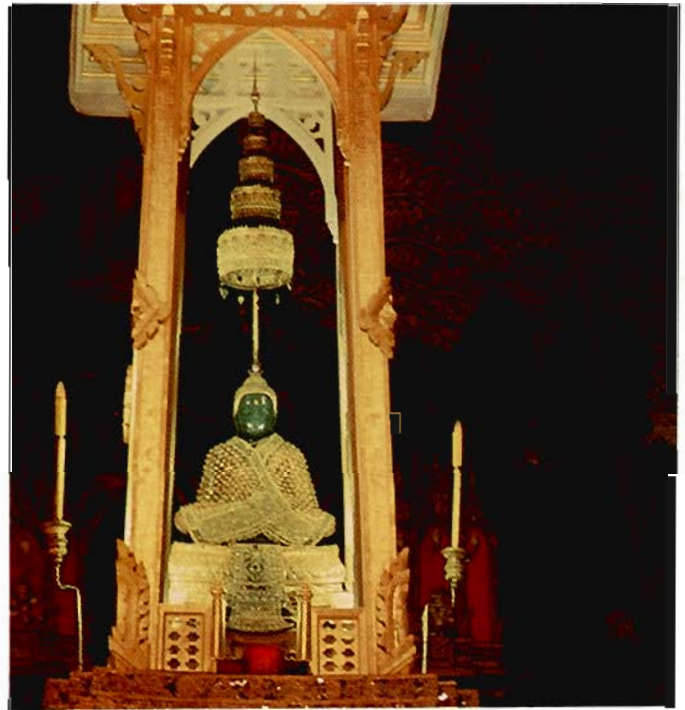


เป็นผลมาจากปัจจัยหลายประการ บางบริษัทจะประสบปัญหาด้านการตลาดและด้านการเงิน ทำให้ต้องเลิกกิจการไป แต่ก็มีผู้สนใจลงทุนเปิดกิจการด้านนี้เพิ่มขึ้นตลอดเวลาเช่นกัน การที่มีผู้สนใจมาลงทุนในกิจการนำเที่ยวอยู่สม่ำเสมออาจจะเนื่องมาจากการลงทุนในธุรกิจประเภทนี้ใช้เงินทุนไม่มากนัก โครงสร้างของธุรกิจนำเที่ยวจึงมีการแข่งขันกันมากและเป็นธุรกิจที่มีมือสมัครเล่นเข้ามาประกอบการจำนวนมากไม่ใช่มุ่งหวังกำไรในระยะสั้น ส่งผลทำให้เกิดการแข่งขัน บางครั้งขาดความรับผิดชอบ มีการคิดโกงหลอกหลวงนักท่องเที่ยว

ในช่วงแผนพัฒนาการท่องเที่ยวฯ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525 - พ.ศ. 2529) ได้กำหนดให้มีกฎหมายจัดระเบียบธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น โรงแรมและที่พักแรมประเภทต่าง ๆ บริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ซึ่งพ.ร.บ.นี้ได้เคยเสนอให้สภานิติบัญญัติพิจารณาครั้งหนึ่งแล้ว สรุปสาระสำคัญได้ดังนี้ :-

การจัดระเบียบการประกอบธุรกิจนำเที่ยว ผู้ที่ประกอบธุรกิจนำเที่ยวต้องได้รับใบอนุญาตและผู้ที่จะขออนุญาตจะต้องมีคุณสมบัติ คือเป็นเจ้าของกิจการและเป็นผู้มีทรัพย์สินหรือฐานะพอที่จะตั้งและประกอบธุรกิจนำเที่ยวได้ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย เป็นคนไร้ความสามารถและอายุต้องไม่ต่ำกว่ายี่สิบปี และมีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศไทย ในการขออนุญาตจะต้องวางเงินหรือหนังสือค้ำประกันของธนาคารเป็นประกันการประกอบธุรกิจตามจำนวนที่คณะกรรมการจัดระเบียบธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกำหนด ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่ได้รับใบอนุญาตแล้วจะต้องแจ้งอัตราค่าบริการในการประกอบธุรกิจนำเที่ยวต่อนายทะเบียน และจะต้องประกอบธุรกิจตามระเบียบและมาตรฐานที่กำหนด ใบอนุญาตในการประกอบธุรกิจนำเที่ยวจะต้องทำการขอต่อใบอนุญาตทุกปี

ธุรกิจนำเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการให้บริการของมัคคุเทศก์เป็นอย่างมาก ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จึงได้ร่วมกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยศิลปากร จัดการอบรมให้ความรู้แก่มัคคุเทศก์และออกประกาศนียบัตรให้แก่ผู้ผ่านการอบรม และสนับสนุนให้มัคคุเทศก์มารับการอบรม เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสำคัญด้านประวัติศาสตร์ ศิลป วัฒนธรรมของชาติ จะต้องเข้มงวดในการตรวจและอนุญาตให้เฉพาะมัคคุเทศก์ที่ได้ผ่านการอบรมมาแล้วเท่านั้นนำนักท่องเที่ยวเข้าชมได้ เช่น บริเวณพระบรมมหาราชวัง ซึ่งปัจจุบันได้ดำเนินการเรื่องนี้เรียบร้อยแล้ว และสมควรขยายมาตรการเหล่านี้ไปยังพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ วัดโพธิ์ พระราชวังบางปะอิน และตามสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ ที่มีการ



The present situation delays tourism growth. The efficient development of tourist industry requires a cooperation of public and private sectors. In various tourism activities, the government and tourist business jointly promote and publicize Thailand in many tourist markets. The cooperation is varied in forms such as joint advertising and joint sales promotion abroad. Thus, the cooperation, based on accumulation of ideas and capital, greatly benefits Thailand's public relations.

Moreover, the government's policy values the importance of tourist industry. Through the passing years, high tourist income greatly contributed to national income. Due to problems and obstacles on tourism, the tourist industry required the cooperation of government and private sectors to solve the problems. The government appointed a sub-committee of joint government and private sectors solving tourism problems. The sub-committee solved many problems on policy level such as adjustment of hotel tax, improvement of Bangkok International Airport's services and facilities and deceleration of hotel construction. For other tourism problems, the sub-committee was in a process of finding solutions which would be beneficial to tourist industry in the future.

It is believed that the results from the cooperation of government and private sectors solving tourism situation will accelerate tourism growth. Thus, the tourism development of private sectors will certainly progress and it will result in tourism development as a whole.



เก็บค่าเข้าชม ส่วนการฝึกอบรมมีคฤหบดีทุกครั้งจะต้องมีการทำประวัติของผู้เข้ารับการอบรมไว้อย่างดี ซึ่งทะเบียนประวัตินี้สามารถใช้เป็นเอกสารในการที่จะตรวจสอบมีคฤหบดีได้ทางหนึ่ง

ในสถานการณ์ปัจจุบันมีผลทำให้การเจริญเติบโตทางการท่องเที่ยวไม่ขยายตัวเท่าที่ควร ดังนั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เจริญก้าวหน้าไปอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องผลักดันกำลังกับทุกฝ่ายระหว่างภาครัฐบาลและเอกชน ในการดำเนินการกิจการทางการท่องเที่ยวหลายประการ รัฐบาลและเอกชนในธุรกิจท่องเที่ยวได้ร่วมมือกันอย่างจริงจัง กล่าวคือ ได้มีการร่วมมือกันส่งเสริมและเผยแพร่ประเทศไทยในตลาดต่างประเทศในรูปแบบต่างๆ มีการโฆษณาร่วมกัน และจัดงานส่งเสริมการขายในต่างประเทศร่วมกัน การดำเนินงานร่วมกันเป็นการผลักดันกำลังความคิด และกำลังเงิน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการประชาสัมพันธ์ประเทศไทย

ยิ่งกว่านั้น ในระดับนโยบาย รัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยพิจารณาเห็นว่าในช่วงเวลาที่ผ่านมาก รายได้จากการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง และมีความสำคัญต่อรายได้ของประเทศเป็นอย่างมาก แต่ได้เกิดปัญหาและอุปสรรคซึ่งต้องการความร่วมมือทั้งภาครัฐบาลและเอกชน เพื่อขจัดปัญหาและอุปสรรคให้หมดไป จึงได้ตั้งคณะกรรมการร่วมภาครัฐบาลและเอกชนเพื่อแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวขึ้น คณะอนุกรรมการชุดนี้ได้มีการพิจารณาแก้ไขปัญหาในระดับนโยบาย สู่ล่องไปด้วยดีหลายเรื่องด้วยกัน อาทิเช่น การปรับปรุงภาษีโรงแรม การปรับปรุงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทำอาภาคยานกรุงเทพฯ และการชลอการสร้างโรงแรม เป็นต้น สำหรับปัญหาต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวอีกหลายประการ คณะอนุกรรมการฯ ก็ได้พยายามหาทางแก้ไขให้เกิดประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อไป

เป็นที่เชื่อว่า ผลจากการที่ได้มีการร่วมมือกันอย่างจริงจังของภาครัฐบาลและเอกชนเพื่อแก้ไขสถานการณ์ท่องเที่ยวดังที่กระทำอยู่ จะทำให้การท่องเที่ยวมีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้น และนั่นย่อมหมายถึงว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวในส่วนองเอกชน จะก้าวหน้ายิ่งขึ้น อันเป็นผลให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยรวม

**การดำเนินงานของ  
สถานตากอากาศ ททท.  
Management of TAT's Resorts**





### การดำเนินงานกิจการของสถานตากอากาศ ททท.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้รับมอบหมายจากรัฐบาลให้เข้าไปดำเนินกิจการโรงแรมบางแสน สนามกอล์ฟบางพระ โรงแรมเขาใหญ่ และสนามกอล์ฟเขาใหญ่ เมื่อปี พ.ศ. 2507 โดย ททท.เข้ารับภาระในเรื่องรับรองและให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและนักกอล์ฟทั้งในด้านที่พัก อาหาร สิ่งอำนวยความสะดวก ตลอดจนความปลอดภัยและความบันเทิง ซึ่ง ททท.ได้ดำเนินการอย่างดีที่สุด แต่เนื่องจากสถานตากอากาศทั้ง 3 แห่งนี้เป็นงานที่ได้รับโอนมาจากสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ซึ่งทำเลที่ตั้ง ตลอดจนสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ได้ทำไว้แล้วอย่างถาวร และเคยดำเนินการมาแล้วในลักษณะรายจ่ายสูงกว่ารายได้ แต่เมื่อททท.ได้เข้าไปดำเนินงานก็ปรากฏผลดีขึ้นตามลำดับ ทำให้สถานตากอากาศเหล่านี้ได้รับความนิยมจากประชาชนและมีรายได้สูงกว่ารายจ่าย ถึงแม้ว่าในระยะแรกจะต้องประสบการขาดทุนบ้าง แต่ก็เป็น การขาดทุนชนิดที่เริ่มการลงทุน พัฒนาสิ่งก่อสร้าง และบริการที่ทันสมัยขึ้นให้ทันและเพียงพอต่อความต้องการของประชาชนในปัจจุบัน ซึ่งรัฐบาลก็ได้พิจารณาจัดสรรงบประมาณอุดหนุนไปก่อนในระยะแรก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2511 เป็นต้นมา สถานตากอากาศทั้ง 3 แห่ง ได้บริหารงานโดยไม่ได้รับการอุดหนุนงบประมาณจากรัฐบาล กิจการอยู่ในฐานะเลี้ยงตัวเองได้

สำหรับโรงแรมบางแสน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้เอกชนเช่าไปดำเนินการตั้งแต่เดือนตุลาคม 2526 ทั้งนี้เป็นไปตามมติของคณะกรรมการการท่องเที่ยวฯ และความเห็นของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สนามกอล์ฟบางพระ

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา กีฬาอล์ฟได้รับความนิยมจากประชาชนเพิ่มขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะในหมู่ข้าราชการและเอกชน เป็นผลให้มีการลงทุนก่อสร้างสนามกอล์ฟเพิ่มขึ้น เป็นที่น่าสังเกตว่าสนามกอล์ฟที่สร้างขึ้นใหม่จะรวมตัวอยู่ในเขตตะวันออก

### Management of TAT's Resorts

The Tourism Authority of Thailand (TAT) was assigned by the government to manage Bang Saen Beach Resort Hotel, Bang Phra Golf Course, Khao Yai Motor Lodge and Khao Yai Golf Course in 1964. TAT was responsible for tourists' and golfers' reception as well as services of lodging, food, facilities including safety and entertainment. TAT managed the resorts with its utmost efforts. The three resorts, once managed by the Government Lottery Bureau of Thailand, were transferred to TAT with debts and permanent constructions. Under TAT's management, the three resorts were more popular among Thais and they rendered profits. However, in the beginning, they experienced deficiency due to investment in new and modern constructions. The development of buildings and service was responsive to the people's demands. Therefore, the government offered subsidy to support the resorts' management in the beginning. From 1968, the three resorts self-supported their businesses without the government's subsidy.

### Bang Phra Golf Course

During the past ten years, golf has attracted more and more people, especially government officials and businessmen. Thus, it results in an increasing number of golf courses. Noticeably, new golf courses cluster in the East and Bangkok. They also extend along the highway of Bangkok-Pattaya. Bang Phra Golf Course is an old and well-known golf course in Thailand. Bang Phra's identity which attracts customers is beautiful scenery and perfect geographical condition for golf-playing.

The survey on the attitudes of golfers both Thais and foreigners shows that Bang Phra Golf Course is a standard one which golfers can play for all seasons and it challenges the golfers' skills far more than other courses in Thailand. TAT has administered Bang Phra Golf Course for nineteen years since the transfer of the management from the Government Lottery Bureau of Thailand in 1964.



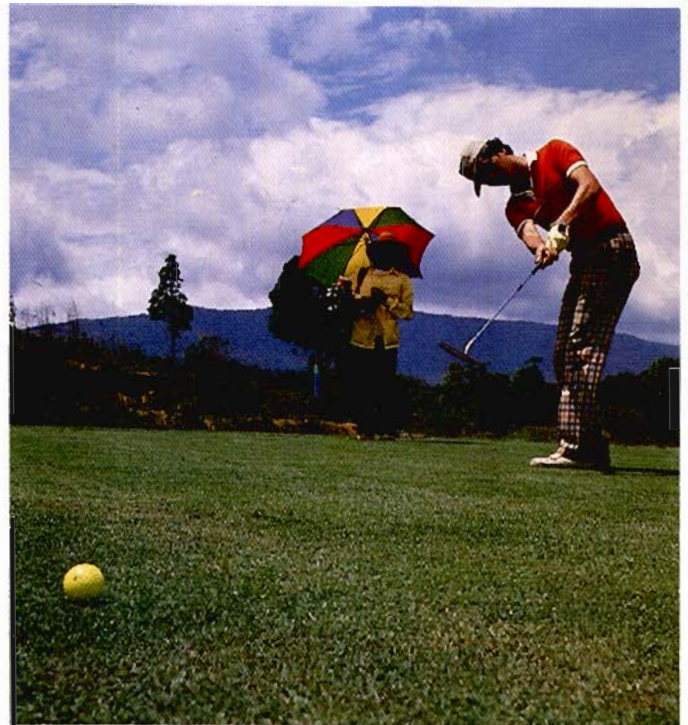
เขตกรุงเทพฯ และขยายมาตามแนวเส้นทางระหว่างกรุงเทพฯ-พัทยา สนามกอล์ฟบางพระ เป็นสถานบริการประเภทสนามกอล์ฟที่เก่าแก่แห่งหนึ่ง และมีชื่อเสียงมานานนับปี สิ่งที่เป็นจุดดึงดูดความสนใจของผู้มาใช้บริการและเอกลักษณ์ของสนามกอล์ฟบางพระได้แก่ทัศนียภาพที่สวยงามและสภาพพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับกีฬาประเภทนี้เป็นอย่างยิ่ง

จากการสำรวจทัศนคติจากผู้ที่มีใจกีฬาประเภทนี้ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ สรุปได้ว่า สนามกอล์ฟบางพระเป็นสนามที่ได้มาตรฐาน เล่นได้ทุกฤดูกาลและท้าทายต่อความสามารถดีกว่าสนามกอล์ฟอื่น ๆ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้รับโอนกิจการสนามกอล์ฟบางพระจากสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลมาดำเนินงานจนถึงปัจจุบันนับได้ 19 ปี หลังจากได้รับมอบกิจการมาแล้วได้ทำการปรับปรุงสนามเป็นการใหญ่ เช่น แต่งกรีน ทำแฟร์เวย์ ขยับหลุมให้ได้ระยะเข้ามาตรฐานสากล นอกจากนี้ได้เชิญผู้เชี่ยวชาญในด้านกอล์ฟจากต่างประเทศมาช่วยให้คำแนะนำและปรับปรุงทุกอย่างให้เข้ามาตรฐานและมีความสะดวกสบายมากขึ้น และได้ก่อสร้างอาคารเพิ่มเติมขึ้นอีก บริการของสนามกอล์ฟบางพระเป็นสนามกอล์ฟ 18 หลุม ระยะทาง 6,618 หลา มีห้องพักแบบโมเต็ล 35 ห้อง และห้องประชุมจุคนได้ 200 คน

### โรงแรมและสนามกอล์ฟเขาใหญ่

ททท.ได้รับโอนกิจการโรงแรมและสนามกอล์ฟเขาใหญ่จากสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเมื่อเดือนตุลาคม 2507 ซึ่งประกอบด้วยสนามกอล์ฟ 1 สนาม, บังกาโล 16 หลัง, โมเต็ล 2 หลัง และเรือนทัศนาจรอีก 10 ห้อง เนื่องจากที่พักที่ได้รับมอบมานั้นมีน้อยมากจนไม่พอแก่ความต้องการของนักท่องเที่ยว ททท.จึงได้พยายามปรับปรุงเพิ่มเติม สร้างที่พักให้เพิ่มตามลำดับ จนกระทั่งในปัจจุบันนี้โรงแรมเขาใหญ่มีที่พักแบบบังกาโล 30 หลัง โมเต็ล 18 หลัง เรือนทัศนาจร 8 หลัง และห้องประชุม 1 ห้อง แต่แม้กระนั้นก็ยังไม่เพียงพอแก่ความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่ไปใช้บริการเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

การดำเนินงานของโรงแรมและสนามกอล์ฟเขาใหญ่นั้น นอกจากจะมีนโยบายที่จะส่งเสริมให้มีบริการด้านที่พัก อาหาร และการพักผ่อนหย่อนใจที่จำเป็นไว้เพื่อรับรองนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศแล้ว ยังมีนโยบายที่จะสนับสนุนให้มีการรักษาธรรมชาติที่มีอยู่ในบริเวณนี้ รวมทั้งสัตว์ป่าต่าง ๆ ให้คงมีสภาพอยู่โดยไม่สิ้นสูญไป ตลอดจนช่วยกวาดล้างขยะของนักท่องเที่ยวที่มาพักผ่อนในเขตของโรงแรมและสนามกอล์ฟเขาใหญ่ ได้ปฏิบัติตามกฎข้อบังคับของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่อย่างเคร่งครัดอีกด้วย



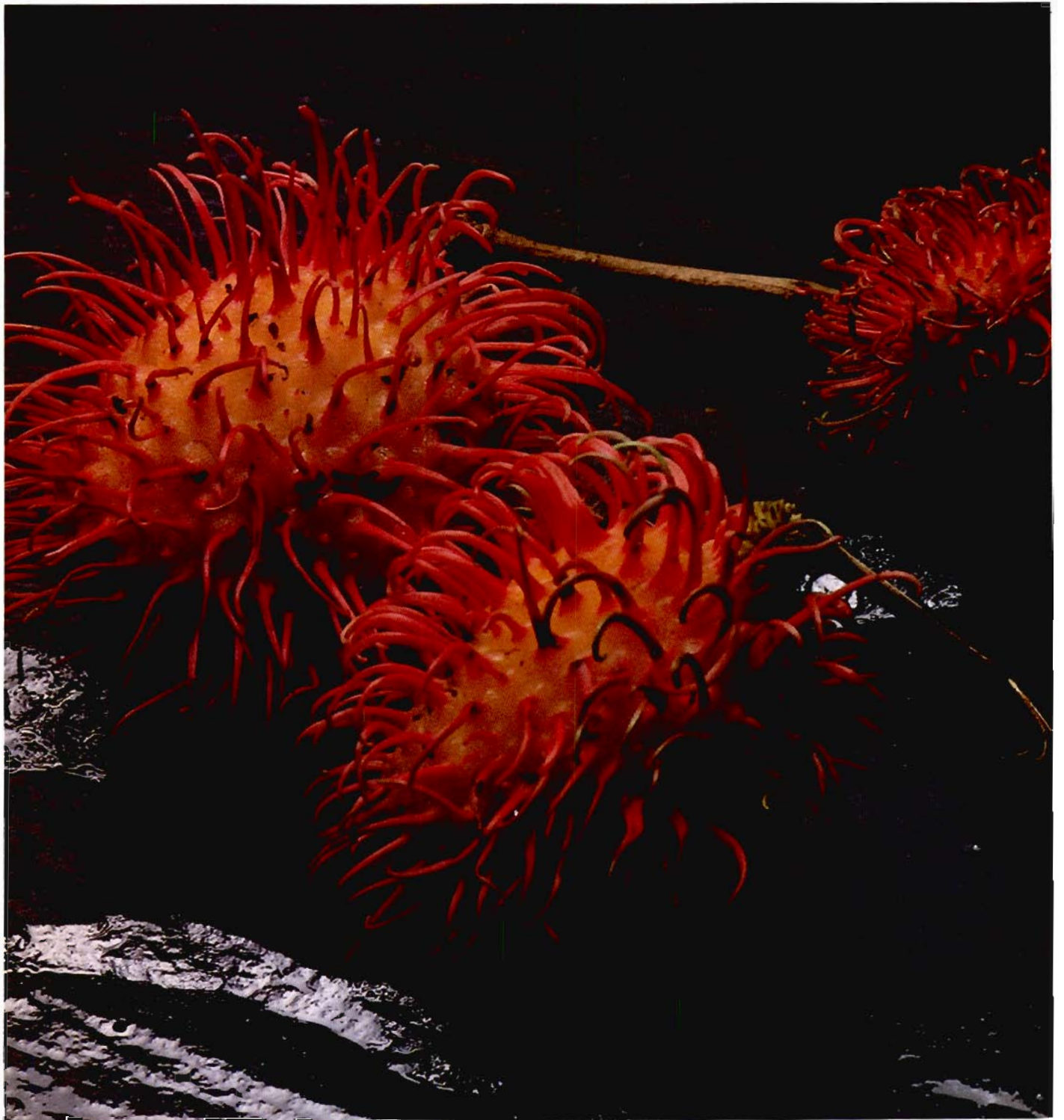
After the transfer, TAT has improved the lawn's conditions such as trimming putting greens, making fairways and adjusting distance of each hole according to international standard. There are more buildings to serve the customers' demands. Bang Phra Golf Course is an eighteen-hole course with the distance of 6,618 yards. There are thirty-five motel rooms and a convention room with the capacity of two-hundred persons.

### Khao Yai Motor Lodge and Golf Course

In October 1964, TAT was assigned to manage Khao Yai Motor Lodge and Golf Course, once managed by the Government Lottery Bureau of Thailand. The motor lodge consisted of sixteen bungalows, two motels and a tourist building of ten rooms including with a golf course. The rooms were not sufficient for tourists' demands. Therefore, TAT constructed more buildings. Nowadays, Khao Yai Motor Lodge consists of thirty bungalows, eighteen motels, eight tourist buildings and a convention room. However, they are not sufficient for the increasing international and local tourists' demands.

Khao Yai Motor Lodge and Golf Course's management mainly serves the policy of promoting lodging, food and recreational services to international and local tourists. It also promotes natural and wildlife conservation. Moreover, the Lodge's officers help the park's wardens to warn tourists in the Lodge's areas to obey the National Park's regulations.





# ภาคผนวก Appendix

## แนะนำสำนักงาน ททท.ฮ่องกง

ฮ่องกงเป็นศูนย์กลางพาณิชย์ในภูมิภาคตะวันออกไกล มีกระแสเที่ยวบินพาณิชย์ระหว่างประเทศกับไทย (air trunk route) ที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคอื่นเรียกว่า Far East Golden Route โดยตนเองในฐานะเป็นอาณานิคมของอังกฤษ มีความแออัดของพลเมืองทั้งจีนและอังกฤษ และเป็นประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางออกมาสู่ประเทศไทยมากแห่งหนึ่ง ในปี 2525 มีผู้อาศัยอยู่ในฮ่องกงเดินทางออกนอกประเทศ 1,134,853 คน ในอัตราเพิ่ม 6% ซึ่งในปีเดียวกันนี้ประเทศไทยรับนักท่องเที่ยวจากฮ่องกงเพียง 150,234 คน ในอัตราลดลง 3.41% หรือคิดเป็นร้อยละ 13.24 ของคนฮ่องกงที่เดินทางออกทั้งหมด

ในภาวะเศรษฐกิจโลกที่ผันผวนไม่แน่นอน รัฐบาลมีนโยบายเน้นหนักที่ตลาดใกล้เคียง ซึ่งสามารถจะดึงดูดนักท่องเที่ยวมาได้จำนวนมากภายในเวลารวดเร็ว ทั้งนี้ในปี 2525 ประเทศไทยรับนักท่องเที่ยวจากฮ่องกงเป็น 6.77% ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด ส่วนใหญ่จะเป็นคนสัญชาติอังกฤษและจีน นอกจากนี้ฮ่องกงยังเป็นศูนย์กลางพาณิชย์ในภูมิภาค ซึ่งมีนักท่องเที่ยวประเภทธุรกิจ หมายถึงนักท่องเที่ยวที่มีการเดินทางลมาเสมอและใช้จ่ายสูงเป็นจำนวนมาก ในปัจจุบันนี้การแข่งขันเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวในตลาดนี้มีการแข่งขันสูง ทั้งมาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และสิงคโปร์ ต่างก็มีสำนักงานในฮ่องกง เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวไปยังประเทศของตน

ในฐานะคู่แข่งปัจจุบันฮ่องกงได้ตั้งกระแสเที่ยวบินจากยุโรปไปจากกรุงเทพฯ ซึ่งเคยเป็นประตูใหญ่สู่ตะวันออกไกลมาแต่เดิมเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะจากสหราชอาณาจักร สหพันธ์รัฐเยอรมันนี และสวิตเซอร์แลนด์ ในฐานะตลาดเหนือไทย ฮ่องกงเป็นประตูใหญ่จากอเมริกาและออสเตรเลีย ซึ่งนักท่องเที่ยวเดินทางต่อมายังประเทศไทยและประเทศอาเซียนอื่น ๆ ดังนั้น จึงจำเป็นที่จะต้องมีสำนักงาน ททท.เพื่อโฆษณาดึงดูดกระแสการเดินทางท่องเที่ยวจากฮ่องกงมาประเทศไทย และติดตามความเคลื่อนไหวของตลาดต่าง ๆ ที่ผ่านฮ่องกง เพื่อดึงต่อมาสู่ประเทศไทยในอนาคต

จากเหตุผลดังกล่าว คณะกรรมการ ททท.โดย ฯพณฯ รองนายกรัฐมนตรี พันเอกถนัด คอมันตร์ เป็นประธาน จึงได้ดำริให้เปิดสำนักงาน ททท.ขึ้นที่ฮ่องกง

## การเปิดสำนักงาน ททท.ฮ่องกง

ททท.ได้กระทำการเปิดสำนักงาน ททท.ฮ่องกงอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2527 ณ ห้องเลขที่ 702 ชั้น 7 ศูนย์การค้า Admiralty Centre, Tower I Building ถนน Harcourt โดยมีรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายบัญญัติ บรรทัดฐาน) ประธานกรรมการ ททท. เดินทางไปเป็นประธานในพิธีเปิดสำนักงาน

ในโอกาสการเปิดสำนักงาน ททท.ฮ่องกงนี้ ททท.พิจารณาเห็นว่า เป็นโอกาสอันดีที่จะจัดงานส่งเสริมการขายขึ้น จึงได้

## Introduction of TAT's Hong Kong Office

Hong Kong, a commercial centre of the Far East, possesses the region's greatest air trunk route to Thailand which is called 'Far East Golden Route' As a British Crown colony, Hong Kong citizens are mostly British and Chinese. It generates a great number of tourists to Thailand In 1982, Hong Kong residents travelling abroad totalled 1,134,853 with six percent increase In the same year, there were only 150,234 Hong Kong tourists to Thailand or 13.24 percent of Hong Kong tourists However, the tourists to Thailand decreased by 13.24 percent

Due to uncertainty of the World's economic situation, the government of Thailand emphasizes on short-haul market which generates a great number of tourists in a short period. In 1982, Hong Kong tourists to Thailand totalled 6.77 percentage of the total number of tourists and most of them were British and Chinese nationals. Besides, Hong Kong is the Far East's commercial centre consisted of business-related tourists characterized by regular travels and high expenditures At present, there are high competitions to induce Hong Kong tourists to various countries In addition, Malaysia, the Philippines and Singapore establish tourist offices to attract tourists to visit their countries.



As a competitor, Hong Kong draws abundant of Europe's direct flights from Bangkok — once the great gateway to the Southeast The flights are especially from the United Kingdom, the Federal Republic of Germany and Switzerland With superior marketing status to Thailand, Hong Kong is a significant gateway for Australia and America of which tourists travel further to Thailand and ASEAN countries Therefore, TAT requires an office establishment in Hong Kong in order to draw more travels from Hong Kong to Thailand and to pursue the trends of Hong Kong's markets for Thailand's further benefits

Owing to preceded reasons, TAT Board presided by deputy prime minister, Colonel Thanat Khoman, designed a plan to open TAT's Hong Kong office



พิจารณาร่วมกับบริษัทการบินไทย จำกัด และธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชน จัดงานส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวขึ้นในวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2527 ณ ห้อง Marina โรงแรม Excelsior ฮองกง ซึ่งมีผู้แทนบริษัทนำเที่ยวฮองกงจำนวน 150 ราย ผู้แทนบริษัทนำเที่ยวจากญี่ปุ่น เกาหลี และได้วัน 40 ราย และผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวจากประเทศไทย 120 คน มาร่วมงานด้วย

การจัดงานนี้ให้ชื่อว่า Thailand Travel Scene ลักษณะการจัดงานเป็นการแนะนำประเทศไทยในแง่ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดย ฯพณฯ รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี ประธานกรรมการ ททท. เป็นผู้กล่าวต้อนรับ และมีการฉายสไลด์ประกอบคำบรรยายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ในระหว่างเวลา 16.00-18.00 น. ของวันเดียวกันนี้ ผู้แทนบริษัทนำเที่ยวจากต่างประเทศและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชนของไทยได้ทำการเจรจาธุรกิจกันโดยตรงที่เรียกว่า Workshop ณ ห้อง Gloucester โรงแรม Excelsior ด้วย หลังจากนั้นเป็นการเลี้ยงเครื่องดื่มรับรองและจัดเลี้ยงอาหารค่ำ

นอกจากนี้ยังได้จัดงานเทศกาลอาหารและการแสดงวัฒนธรรมไทย ตั้งแต่วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2527 ถึงวันที่ 4 มีนาคม 2527 ที่โรงแรม Excelsior เป็นการทำการเผยแพร่ต่อเนื่องจากงาน



Thailand Travel Scene ดังกล่าว โดย ททท. บริษัทการบินไทย จำกัด และโรงแรมรอยัลลอร์ดริค ร่วมกันจัดงาน

ในการเปิดสำนักงาน ททท.ฮองกงครั้งนี้ ททท.ได้จัดให้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นของฮองกง 2 ฉบับ จัดทำฉบับพิเศษรายงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้วย คือ หนังสือพิมพ์ South China Morning Post ตีพิมพ์เป็นภาษาอังกฤษ จำนวนพิมพ์จำหน่าย 64,596 ฉบับ และหนังสือพิมพ์ Ming Pao Daily ตีพิมพ์เป็นภาษาจีน จำนวนพิมพ์จำหน่าย 470,000 ฉบับ หนังสือพิมพ์ทั้ง 2 ฉบับนี้เป็นหนังสือพิมพ์รายวันที่ได้รับความนิยมจากผู้อ่านสูงสุดในฮองกง นับว่าการจัดงานครั้งนี้ได้รับการประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวาง

### Opening of TAT's Hong Kong Office

On February 23, 1984, TAT officially opened TAT's Hong Kong office located at Room No. 702, 7th Floor, Admiralty Center, Tower I Building, Hartcourt Road The minister to the Office of the Prime Minister, Mr. Banyat Banthadtharn, TAT Board's chairman was the president of the office's opening ceremony

On the occasion of the office's opening, TAT regarded it as a good opportunity to arrange a sales promotion fair. Therefore, TAT cooperated with Thai Airways International and private sector arranged sales promotion fair on February 23, 1983 at Marina room, Excelsior hotel in Hong Kong. Guests joined the fair were one-hundred and fifty Hong Kong's travel agency representatives, forty representatives from Japan, Korea and Taiwan and one-hundred and twenty representatives of Thai tourist industry.

The fair was under the name – 'Thailand Travel Scene'. The fair's arrangement emphasized on the introduction of Thailand as a tourist attraction. The minister to the Office of the Prime Minister, chairman of TAT Board, made a welcome speech and there was a slide presentation with description concerning tourism of Thailand.

During 16:00-18:00 p.m. on the same day, representatives from various countries and representatives of tourist industry from Thailand made direct tourist agreements known as workshop in Gloucester room in Excelsior hotel. Subsequently, there were a toast and dinner party.

Moreover, TAT arranged Thai Food Festival and Thai Cultural Show from February 24-March 4, 1984 at Excelsior hotel. The show and festival's objective was a further promotion of tourism of Thailand. As a pursuing programme of 'Thailand Travel Scene', the show and festival were jointly arranged by TAT, Thai Airways International and Royal Orchids Hotel.

On the occasion of the office's opening, TAT contacted two Hong Kong's local newspapers to publish supplements on report of tourism of Thailand. The two newspapers 'South China Morning Post' in English language with the circulation of 64,596 and 'Ming Pao Daily' in Chinese language with the circulation of 470,000. The two newspapers were the most popular in Hong Kong. Thus, the opening of TAT's Hong Kong office was extensively publicized.

# รายชื่อสำนักงานต่างประเทศ และในประเทศ

## List of Overseas Offices and Local Offices

### รายชื่อสำนักงานต่างประเทศ

1. สำนักงานนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา  
5 World Trade Center,  
Suite No 2449 New York  
N.Y. 10048 U.S.A  
โทร. (212) 4320433  
โทรเลขย่อ "THAITOUR NEW YORK"  
เทเล็กซ์ 667612 TOT UW  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนพฤษภาคม 2508
2. สำนักงานลอสแอนเจลิส สหรัฐอเมริกา  
3440 Wilshire Blvd...Suite 1101  
Los Angeles, California 90010  
U.S.A  
โทร. (213) 382-2353  
โทรเลขย่อ "THAITOUR LOS ANGELES"  
เทเล็กซ์ 686208 TTC LSA  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2512
3. สำนักงานโตเกียว ญี่ปุ่น  
Hibiya Mitsui Building,  
1-2, Yurakucho 1-Chome  
Chiyoda-Ku, Tokyo 100  
Japan  
โทร. (03) 580-6776, 580-6777  
โทรเลขย่อ "THAITOUR TOKYO"  
เทเล็กซ์ 02227313 TATTYO J.  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2515
4. สำนักงานแฟรงก์เฟิร์ต เยอรมันนี  
4th Floor, Bethmann Strasse 58,  
D-6000. Frankfurt/M 1 Germany.  
โทร. (0611) 295704, 295804  
โทรเลขย่อ "THAITOUR FRANKFURT/M"  
เทเล็กซ์ 0413542 TAFRA D.  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2515
5. สำนักงานซิดนีย์ ออสเตรเลีย  
12th Floor, Royal exchange Bldg.  
Cnr. Pitt & Bridge ST Sydney  
N.S.W. 2000 Australia  
โทร. (02) 277-549, 277-540  
โทรเลขย่อ "THAITOUR SYDNEY"  
เทเล็กซ์ 23467 THAI TC AA  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนมีนาคม 2517

### List of Overseas Offices

1. New York Office, U.S.A  
5 World Trade Center, Suite No 2449 New York  
N.Y. 10048 U.S.A. Tel: (212) 4320433 Cables:  
"THAITOUR NEW YORK" Telex 667612 TOTUW  
Opened in May, 1965
2. Los Angeles Office, U.S.A  
3440 Wilshire Blvd., Suite 1101 Los Angeles,  
California 90010 U.S.A. Tel (213) 382-2353  
Cables "THAITOUR LOS ANGELES" Telex: 686208 TTC LSA  
Opened in November, 1969.
3. Tokyo Office, Japan Hibiya Mitsui Building 1-2,  
Yurakucho 1-Chome Chiyoda-Ku, Tokyo 100 Japan  
Tel: (03) 580-6776, 580-6777 Cables "THAITOUR  
TOKYO" Telex: 02227313 TATTYO J.  
Opened in November, 1972
4. Frankfurt Office, Germany  
4th Floor, Bethmann Strasse 58, D-6000 Frankfurt/M1  
Germany Tel. (0611) 295704, 295804 Cables "THAITOUR  
FRANKFURT/M" Telex. 0413542 TAFRA D.  
Opened in November, 1972
5. Sydney Office, Australia  
12th Floor, Royal exchange Bldg. Cnr Pitt & Bridge St.  
Sydney N.S.W. 2000 Australia Tel: (02) 277-549, 277-540  
Cables: "THAITOUR SYDNEY" Telex. 23467 THAI TC AA  
Opened in March, 1974
6. Singapore Office  
C/O Royal Thai Embassy 370 Orchard Road, Singapore 9  
Tel 235-7694, 235-7901 Cables: "THAITOUR  
SINGAPORE" Telex: 39428 TATSIN RS  
Opened in August, 1977
7. London Office, United Kingdom  
9 Stafford Street, Cnr Albemarle Street, London W1X 3FE  
England Tel (01) 499-7670, 449-7679 Cables "THAITOUR  
LONDON" Telex. 298706 THAI TR G TAT/LON  
Opened in September, 1977
8. Paris Office, France  
90 Avenue des Champs Elysees 75008 Paris France  
Tel: 562-8656, 562-8748 Cables: "THAITOUR PARIS"  
Telex 650093 TAT PAR F.  
Opened in September, 1978
9. Kuala Lumpur Information Centre, Malaysia  
C/O Royal Thai Embassy 206 Jalan Ampang Kuala  
Lumpur Tel 421506 Telex: THAIKL MA 31566  
Opened in July, 1982



6. สำนักงานสิงคโปร์  
 C/O Royal Thai Embassy  
 370 Orchard Road, Singapore 9  
 โทร. 235-7694, 235-7901  
 โทรเลขย่อ "THAITOUR SINGAPORE"  
 เทลีสึกซ์ 39428 TATSIN RS  
 เปิดดำเนินการเมื่อเดือนสิงหาคม 2520
7. สำนักงานลอนดอน อังกฤษ  
 9 Stafford Street, Cnr Albemarle Street.  
 London W 1 X 3FE England  
 โทร. (01) 499-7670, 449-7679  
 โทรเลขย่อ "THAITOUR LONDON"  
 เทลีสึกซ์ 298706 THAI TR G, TAT/LON.  
 เปิดดำเนินการเมื่อเดือนกันยายน 2520
8. สำนักงานปารีส ฝรั่งเศส  
 90 Avenue des Champs Elysees  
 75008 Paris France  
 โทร. 562-8656, 562-8748  
 โทรเลขย่อ "THAITOUR PARIS"  
 เทลีสึกซ์ 650093 TAT PAR F.  
 เปิดดำเนินการเมื่อเดือนกันยายน 2521
9. ศูนย์ให้ข่าวสารกัวลาลัมเปอร์ มาเลเซีย  
 C/O Royal Thai Embassy  
 206 Jalan Ampang Kuala Lumpur  
 โทร. 421506  
 เทลีสึกซ์ THAIKL MA 31566  
 เปิดดำเนินการเมื่อเดือนกรกฎาคม 2525
10. สำนักงานฮ่องกง  
 Room No 702, 7th Floor  
 Admiralty Center, Tower 1  
 Harcourt Rd Hong Kong  
 โทร. 5-286763, 5-286841  
 โทรเลขย่อ HKTHAITOUR  
 เทลีสึกซ์ 63092 HKTAT HX  
 เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2527
10. Hong Kong Office  
 Room No 702, 7th Floor Admiralty Center, Tower 1  
 Harcourt Rd. Hong Kong Tel 5-286763, 5-286841 Cables  
 HK THAITOUR Telex: 63092 HK TAT HX  
 Opened in February 23, 1984

## รายชื่อสำนักงานในประเทศ

1. สำนักงานเชียงใหม่  
135 ถนนไพบรชนีย์ อ.เมือง  
จังหวัดเชียงใหม่ 50000  
โทร. 053 235334  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนมกราคม 2511
2. สำนักงานหาดใหญ่  
1/1 ซอย 2 ถนนนิพัทธ์อุทิศ 3  
อ.หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110  
โทร. (074) 243747, 245986  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนพฤษภาคม 2514
3. สำนักงานกาญจนบุรี  
ถนนแสงชูโต อ.เมือง  
จังหวัดกาญจนบุรี 71000  
โทร. (034) 511200  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนตุลาคม 2516
4. สำนักงานพัทยา  
282/1 ถนนชายหาด  
เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 20150  
โทร. (038) 419113, 418750  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนมีนาคม 2520
5. สำนักงานภูเก็ต  
73-75 ถนนภูเก็ต อ.เมือง  
จังหวัดภูเก็ต 83000  
โทร. (076) 212213  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนพฤษภาคม 2520
6. สำนักงานนครราชสีมา  
53/1-4 ถนนมุขมนตรี อ.เมือง  
จังหวัดนครราชสีมา 30000  
โทร. (044) 234427, 234751  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนสิงหาคม 2521

## List of Local Offices

1. Chiangmai Office  
135 Praisani Road, A. Muang  
Chiangmai 50000  
Tel: (053) 235334  
Opened in January, 1968
2. Haadyai Office  
1/1 Soi 2 Niphat Uthit 3 Road,  
Haadyai, Songkhla 90110  
Tel: (074) 243747, 245986  
Opened in May, 1971
3. Kanchanaburi Office  
Saengshuto Road, A. Muang,  
Kanchanaburi 71000  
Tel: (034) 511200  
Opened in October, 1973
4. Pattaya Office  
282/1 Chai Hat Road,  
Muang Pattaya, Chonburi 20150  
Tel: (038) 419113, 418750  
Opened in March, 1977
5. Phuket Office  
73-75 Phuket Road, Phuket 83000  
Tel: (076) 212213  
Opened in May, 1977
6. Nakorn Ratchasima Office  
53/1-4 Mukmontri Road, A. Muang,  
Nakorn Ratchasima 30000  
Tel: (044) 234427, 234751  
Opened in August, 1978





**หนังสืออ้างอิง**  
**ใช้เฉพาะภายในห้องสมุด**

ตาราง 1 รายได้จากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ พ.ศ.2526  
Table 1 Revenue from International Tourism 1983

ประเทศของนักท่องเที่ยว Country of Residence	จำนวน No of Arrivals	ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย Average Length of Stay	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน Average Expenditures Person/Day		รายได้จากการท่องเที่ยว Revenue	
			บาท Baht	เหรียญสหรัฐ U S \$	ล้านบาท Million Baht	ล้านเหรียญสหรัฐ Million U S \$
<b>รวมทั้งหมด Total</b>	<b>2,101,003</b>	<b>4.91</b>	<b>2,328.58</b>	<b>101.24</b>	<b>25,050.23</b>	<b>1,089.15</b>
<b>อเมริกาเหนือ North America</b>	<b>146,712</b>	<b>5.50</b>	<b>2,272.53</b>	<b>98.81</b>	<b>1,833.74</b>	<b>79.73</b>
แคนาดา Canada	21,564	6.81	1,814.52	78.89	266.46	11.59
สหรัฐอเมริกา U.S.A	125,148	5.28	2,371.86	103.12	1,567.28	68.14
<b>ยุโรป Europe</b>	<b>380,823</b>	<b>7.78</b>	<b>2,022.35</b>	<b>87.93</b>	<b>5,978.27</b>	<b>259.71</b>
ฝรั่งเศส France	48,664	8.20	1,973.84	84.25	773.28	33.62
เยอรมันตะวันตก W.Germany	86,847	9.64	1,365.26	59.36	1,143.00	49.70
อิตาลี Italy	36,919	6.08	2,910.07	126.52	653.22	28.40
เนเธอร์แลนด์ Netherlands	24,093	7.22	2,026.76	88.12	352.56	15.33
สวิสเซอร์แลนด์ Switzerland	24,837	9.16	2,481.48	107.89	564.55	24.55
อังกฤษ U.K	73,915	7.28	2,085.58	90.68	1,122.25	48.79
ประเทศยุโรปอื่นๆ Other Europe	85,348	6.47	2,470.86	107.43	1,364.41	59.32
<b>ตะวันออกกลาง Middle East</b>	<b>106,044</b>	<b>7.93</b>	<b>4,855.73</b>	<b>211.12</b>	<b>4,083.32</b>	<b>177.54</b>
<b>เอเชียและแปซิฟิก Asia &amp; Pacific</b>	<b>1,529,778</b>	<b>3.81</b>	<b>2,159.48</b>	<b>93.89</b>	<b>12,588.41</b>	<b>547.24</b>
ออสเตรเลีย Australia	74,461	6.20	2,090.88	90.91	965.27	41.97
จีนและไต้หวัน China & Taiwan	77,372	5.54	1,705.20	74.14	730.92	31.78
ฮ่องกง Hong Kong	128,817	3.81	1,853.09	80.57	909.48	39.54
อินเดีย India	103,460	4.11	2,161.76	93.99	919.22	39.97
ญี่ปุ่น Japan	234,585	3.70	2,765.81	120.25	2,400.62	104.37
มาเลเซีย Malaysia	545,375	2.73	1,732.01	75.30	2,578.74	112.12
นิวซีแลนด์ New Zealand	9,686	7.30	1,527.21	66.40	107.99	4.70
ฟิลิปปินส์ Philippines	35,658	2.62	1,354.92	58.91	126.58	5.50
สิงคโปร์ Singapore	153,051	4.47	2,041.37	88.76	1,396.58	60.72
ประเทศเอเชียและแปซิฟิกอื่นๆ Other Asia & Pacific	167,311	4.87	3,008.10	130.79	2,451.01	106.57
<b>ประเทศอื่นๆ ในโลก Other Countries</b>	<b>27,848</b>	<b>5.32</b>	<b>3,870.98</b>	<b>168.30</b>	<b>573.40</b>	<b>24.93</b>

หมายเหตุ : อัตราแลกเปลี่ยน : 1 เหรียญสหรัฐ = 23.00 บาท

ที่มา : ข้อมูลจากโครงการสำรวจค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ พ.ศ.2525 โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Note Exchange rate . US\$ 1 = Bht. 23.00

Source of Data : Estimated Expenditures based on a Tourist Consumption Expenditures Survey 1982, conducted by Tourism Authority of Thailand.





ตารางที่ 2 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน, ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย, ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยว (พ.ศ.2512-2526)

Table 2 Number of International Tourist Arrivals, Average Length of Stay, Average Expenditure Per Person Per Day and Revenue from Tourism (1969-1983)

พ.ศ.	ค.ศ.	จำนวน นักท่องเที่ยว	% เพิ่ม-ลด	ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน (บาท)	รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)	% เพิ่ม-ลด
Year B. E.	A. D.	Number of International Tourist Arrivals	% Change	Average Length of Stay	Average Expenditure Per Person Per Day (Baht)	Revenue from International Tourism	% Change
2512	1969	469,784	+ 24.52	4.88	600.00	1,770	+ 45.08
2513	1970	628,671	+ 33.82	4.82	765.19	2,175	+ 22.88
2514	1971	638,738	+ 1.60	4.87	765.19	2,214	+ 1.79
2515	1972	820,758	+ 28.50	4.93	765.19	2,718	+ 22.76
2516	1973	1,037,737	+ 26.43	4.70	765.19	3,457	+ 27.18
2517	1974	1,107,392	+ 6.71	4.83	765.45	3,852	+ 11.42
2518	1975	1,180,075	+ 6.56	5.07	765.45	4,538	+ 17.50
2519	1976	1,098,442	- 6.19	5.09	765.45	3,990	- 12.08
2520	1977	1,220,672	+ 11.12	4.51	836.40	4,607	+ 15.56
2521	1978	1,463,839	+ 19.10	4.84	1,263.80	8,894	+ 93.05
2522	1979	1,591,455	+ 9.47	5.09	1,386.51	11,232	+ 26.29
2523	1980	1,858,801	+ 16.80	4.90	1,950.92	17,765	+ 58.16
2524	1981	2,015,615	+ 8.44	4.96	2,146.00	21,455	+ 20.77
2525	1982	2,218,429	+ 10.06	4.79	2,248.11	23,879	+ 11.29
2526	1983	2,191,003	- 1.24	4.91	2,328.56	25,050	+ 4.90



OW  
353-78  
กรท  
2526

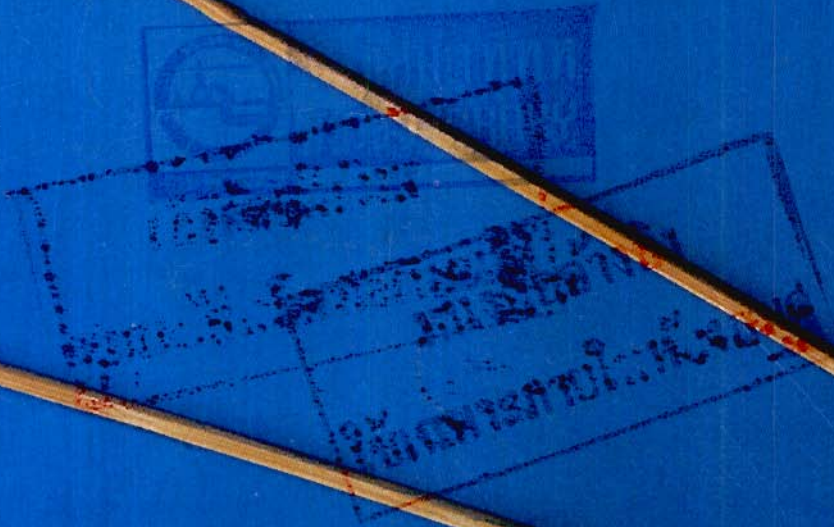
ห้องสมุดสารท่องเที่ยวฯ

T05327



รายงานประจำปี 2526 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - Annual





Designed by : Sam Noh 2454466, 2453781 EXT. 302  
4671180, 2518899

Photography : Studio Mirage  
Color Separation : 71 Film  
Printed : Victory



