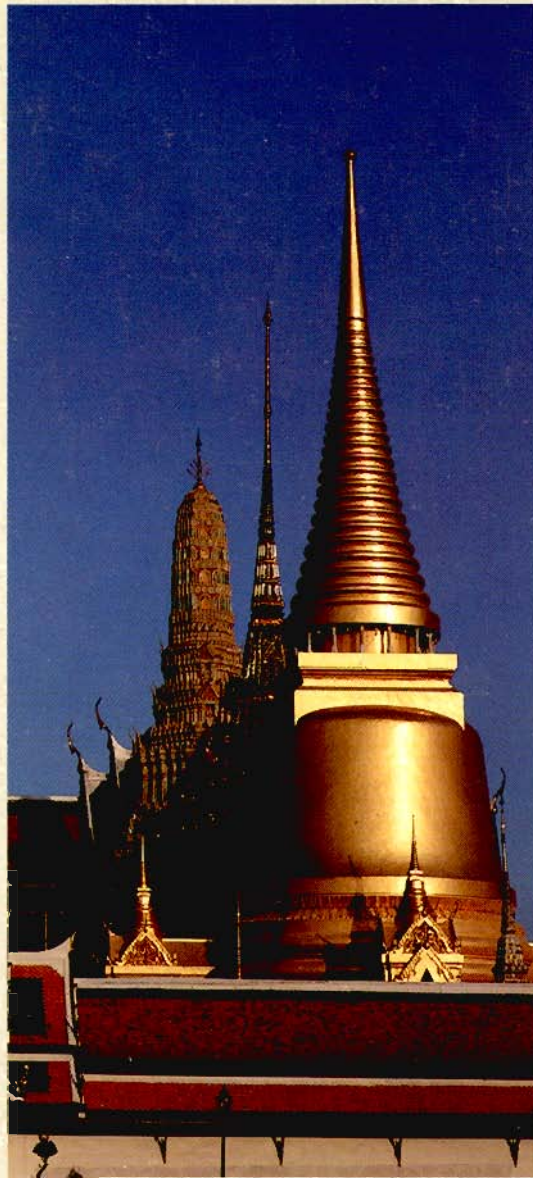


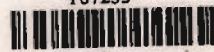


ห้องสมุดการท่องเที่ยวฯ
T07233



BN
353.78
ทธท
2533

ห้องสมุดการท่องเที่ยวฯ
T07233



รายงานประจำปี 2533 การท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทย - Annual




รายงานประจำปี ๒๕๓๓
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ANNUAL REPORT 1990
TOURISM AUTHORITY OF THAILAND

ฉค
.353-78
ทธท
2533
ฉ.1



C O N T E N T S

<p>การศึกษาวิจัย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลการศึกษาเรื่องการกระจายและกรณีไหลของรายได้จากการท่องเที่ยวในธุรกิจโรงแรมและธุรกิจท่องเที่ยว - การศึกษาขีดความสามารถในการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเกาะสมุย 	<p>Research Study</p> <ul style="list-style-type: none"> - Results of the Study on Distribution and Leakage of Tourism Revenue in the Hotel and Travel Agent Sectors - Study on the Carrying Capacity for Tourism Development of Ko Samui 	<p>งบประมาณ</p>	<p>Budget</p>
<p>ความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในรอบ 30 ปี ผลงานสำคัญของ ททท.ในรอบ 30 ปีที่ผ่านมา</p>	<p>Growth of the Tourism Industry in Its 30 Years The TAT's Major Achievements in the Past 30 Years</p>	<p>อัตรากำลังพนักงานจากปี 2503-2533</p>	<p>Number of TAT's Personnel from 1960-1990</p>
<p>แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535- 2539)</p>	<p>An Outline of Tourism Development in the 7th National Economic and Social Development Plan (1992-1996)</p>	<p>ภาคผนวก</p>	<p>Appendix</p>
<p>งบดุล</p>	<p>Balance Sheet</p>		



สารผู้ว่าการ ททท.

Message from the Governor of Tourism Authority of Thailand

ในโอกาสที่ปี 2533 เป็นปีแห่งการครบรอบ 30 ปีของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศได้เจริญรุดหน้าอย่างเป็นที่น่าพอใจ สามารถทำประโยชน์ให้กับประเทศชาติได้ทุกประการตามที่กำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติทุกฉบับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้พัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและการกระจายรายได้และการสร้างงานไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในส่วนภูมิภาค

การเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวในรอบ 30 ปีที่ผ่านมา นับได้ว่ามีการขยายตัวรวดเร็วมาก แม้ว่าจะต้องเผชิญกับการแข่งขันทางการท่องเที่ยวในตลาดโลกและความผันผวนทางเศรษฐกิจและการเมืองในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลกก็ตาม ในปี 2503 อันเป็นปีแรกของการก่อตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยขึ้นนั้น มีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางมาเยือนประเทศไทยเพียง 8 หมื่นคน ขณะที่ในปี 2533 มีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 5.3 ล้านคน ในด้านรายได้จากการท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกัน ในปี 2503 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพียง 196 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็น 110,000 ล้านบาท ในปี 2533 ซึ่งก็เป็นอุตสาหกรรมที่นำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทยได้เป็นอันดับหนึ่งต่อเนื่องกันมาเป็นเวลาหลายปี จากการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างรวดเร็วนี้ เป็นผลให้ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวล้นหลามเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อย่างมาก (Mass Tourism) และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อสภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างมาก เช่นกัน อันเป็นลักษณะอย่างหนึ่งของวัฏจักร (Life Cycle) ของแหล่งท่องเที่ยว ปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ได้ปรากฏให้เห็นชัดเจนนับแต่ปีท่องเที่ยวไทย 2530 ที่ผ่านมา ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยก็ได้ตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงอันหลีกเลี่ยงไม่ได้นี้เป็นอย่างดี จึงได้พยายามจำกัดความเปลี่ยนแปลงทางลบให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด และวางรากฐานการดำเนินงานแก้ไขปัญหาดัง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวไว้ในงานของปี 2533 เป็นส่วนใหญ่

ในปี 2533 นี้ ในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากต่างประเทศค่อนข้างมีอัตราการเจริญเติบโตที่ชะลอตัวลงอันเนื่องมาจากการก่อตัวของวิกฤติการณ์สงครามในตะวันออกกลาง ส่วนการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศยังคงมีการขยายตัวเป็นปกติ ส่วนในด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ นั้น เริ่มมีปัญหาค่าเสื่อมโทรมและความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยในการให้บริการต่อนักท่องเที่ยวมากขึ้น ปัญหาเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อภาพพจน์ทางการท่องเที่ยวของประเทศอย่างมากในลักษณะที่ทำให้จุดขายหรือสิ่งดึงดูดใจซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยที่มีมาแต่ช้านานนั้น เริ่มสูญหายไป การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้เน้นความสำคัญในการแก้ไขปัญหาด้านการพัฒนาเหล่านี้ให้มากขึ้นในปี 2533 โดยร่วมมือกับองค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐบาลและเอกชนดำเนินงานสำคัญ ๆ เช่น การอนุรักษ์หรือปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มีขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) ให้มากขึ้น การรณรงค์ปลูกฝังความสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวในระยะยาว (Sustainable Development) การส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทความสนใจพิเศษเกี่ยวกับนิเวศวิทยา (Eco-Tourism) การศึกษาวิจัยและการสัมมนาเกี่ยวกับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ และการจัดระเบียบธุรกิจต่าง ๆ ที่ให้บริการต่อนักท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งการดำเนินงานเหล่านี้ก็ได้รับความร่วมมือจากองค์กรต่าง ๆ เป็นอย่างดี และเป็นการวางรากฐานที่สำคัญในการดำเนินการแก้ไขปัญหาดัง ๆ ที่เกิดขึ้นในเวลาข้างหน้า ซึ่งจะช่วยให้สามารถรักษาภาพพจน์การท่องเที่ยวและสภาวะแวดล้อมที่ดีของประเทศไทยไว้ได้ และเป็นจุดดึงดูดใจให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียงอยู่ได้อิณนานตลอดไป

โอกาสนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงใคร่ขอขอบคุณสถาบันและองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐบาลและเอกชนที่ได้ให้ความร่วมมือร่วมใจทำงานเพื่อประโยชน์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างดีตลอดมา รวมทั้งประชาชนไทยที่ได้ตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวและช่วยกันอนุรักษ์ไว้ ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญในการเสริมสร้างภาพพจน์การท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เป็นที่ประทับใจต่อนักท่องเที่ยวสืบไป

(นายธรรมบุญ ประจวบเหมาะ)
ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



The year 1990 marked the 30th anniversary of the Tourism Authority of Thailand, culminating in satisfactory progress in the history of national tourism promotion. It brought about all the benefits to the country as outlined in all editions of the National Economic and Social Development Plan. In particular it generated revenue in foreign exchange for use in the country's economic development, income distribution and creation of jobs at the travel destinations in the upcountry.

Tourism growth of the past 30 years proceeded at a very rapid rate despite having to face fierce competition from the world travel market and economic and political upheavals in various regions around the world. In 1960, the year in which the Tourist Organization of Thailand was established, there were only 80,000 tourists visiting the country, compared with 5.3 million tourists in 1990. And likewise the tourism revenue. In 1960 Thailand earned 196 million baht, which figure increased to 110,000 million baht in 1990. These later figures made the tourism industry the country's top foreign exchange earner for many successive years. The rapid expansion of the tourism industry resulted in mass tourism that brought forth a huge onrush of travellers to various destinations of Thailand and effecting enormous changes in the economy, society, culture and environment of the destinations, which bore out the life cycle of a destination. The phenomenon became evident since the 1987 Visit Thailand Year. The Tourism Authority of Thailand was well aware of the inevitable change and so put in its best effort to minimize the negative outcomes of the change and lay the foundation for solving the problems especially the physical environment of the destinations which formed the major bulk of the 1990 operations.

In 1990, the growth of international travel to the country slowed down as a result of the build-up to the Gulf war while domestic tourism continued to grow at a normal rate. As for the development of travel destinations and services, there appeared to be the growing problems of deterioration and disorderliness in tourist service industry. These problems badly tarnished the travel image of the country by destroying the selling points or other attractions which have long been identified with Thailand. The Tourism Authority of Thailand thus laid heavier stress on resolving these development problems in 1990 through cooperation with concerned agencies in the public and private sectors in carrying out important operations, e.g. preservation or renovation of travel destinations to increase their carrying capacity; awareness campaign for conservation of natural resources toward sustainable development; eco-tourism promotion, research studies and seminars on environmental impact at travel destinations; and regulation of travel businesses. These operations received excellent cooperation from various organizations and constituted an important foundation for resolving future problems so as to foster the tourism image and preserve the environment of Thailand in good condition so that Thailand continues to be a quality and well-known destination at all times.

The Tourism Authority of Thailand would like to express its deep gratitude to institutions and organizations in the public and private sectors for their continued cooperation and contribution to the travel industry. Thanks are also due to the Thai people for their awareness of the value of tourism resources and helping with their conservation, which will play an important part in promoting the travel image of Thailand to all visitors.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dharmnoon Prachuabmoh'.

(DHARMNOON PRACHUABMOH)
Governor
Tourism Authority of Thailand



รายนามคณะกรรมการ ททท.

The Board of Directors of the Tourism Authority of Thailand

นายกร ทัพพะรังสี รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี	ประธานกรรมการ	Mr. Korn Dabbaransi Minister Attached to the Office of the Prime Minister	<i>Chairman</i>
นายสว่าง ศรีนิลทา รองปลัดกระทรวงคมนาคม		Mr. Sawarng Srinilta Deputy Permanent Secretary	<i>Director</i>
ผู้แทนปลัดกระทรวงคมนาคม	กรรมการ	<i>Representative for Permanent Secretary, Ministry of Communications</i>	
นายสมพงษ์ ฝ่ายจำปา อธิบดีกรมสารนิเทศ		Mr. Sompongse Faichampa Director-General, Department of Information	<i>Director</i>
ผู้แทนปลัดกระทรวงการต่างประเทศ	กรรมการ	<i>Representative for Permanent Secretary, Ministry of Foreign Affairs</i>	
นายฉลอง วงษา ผู้ตรวจราชการกระทรวงมหาดไทย		Mr. Chalong Wongs Inspector General	<i>Director</i>
ผู้แทนปลัดกระทรวงมหาดไทย	กรรมการ	<i>Representative for Permanent Secretary, Ministry of Interior</i>	
นายอาทร สุฟโปฎก เลขาธิการคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ	กรรมการ	Mr. Arthorn Suphapodok Secretary-General, Office of the National Environment Board	<i>Director</i>
นายบุญญรักษ์ นิงสานนท์ ผู้อำนวยการกองวางแผนส่วนรวม		Mr. Bunyaraks Ninsananda Director Overall Planning Division	<i>Director</i>
ผู้แทนเลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	กรรมการ	<i>Representative for Secretary-General Office of the National Economic and Social Development Board</i>	
นายทักษพล เจียมวิจิตร กรรมการร่างกฎหมายประจำ		Mr. Taksapol Chiemwichitra Permanent Legislative Councillor	<i>Director</i>
ผู้แทนเลขาธิการคณะกรรมการกฤษฎีกา	กรรมการ	<i>Representative for Secretary-General, Office of the Juridical Council</i>	
พลอากาศเอก วีระ กิจจาทร กรรมการผู้อำนวยการใหญ่		Air Chief Marshal Weera Kitchathorn President	<i>Director</i>
บริษัท การบินไทย จำกัด	กรรมการ	<i>Thai Airways International Ltd</i>	
นายกำพล เดชะหรุวิจิตร	กรรมการ	Mr. Kumpol Techaruvichit	<i>Director</i>
นางเยาวลักษณ์ แผงสกา	กรรมการ	Mrs. Yavelaksana Pangsapa	<i>Director</i>
นายธรรมบุญ ประจวบเหมาะ ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	กรรมการและเลขานุการ	Mr. Dharmnoon Prachuabmoh Governor, Tourism Authority of Thailand	<i>Director and Secretary of the Board</i>
นายเสรี วงศ์ไพจิตร รองผู้ว่าการฝ่ายวางแผนและพัฒนา ททท.	ผู้ช่วยเลขานุการ	Mr. Seree Wangpaichitr Deputy Governor for Planning and Development Tourism Authority of Thailand	<i>Assistant Secretary of the Board</i>





รายนามคณะผู้บริหาร ททท.



นายธรรมนูญ ประจวบเหมาะ
ผู้ว่าการ
Mr. Dhamnoo Prachuabmoh
Governor

นายเสรี วงษ์ไพบิจิตร
รองผู้ว่าการฝ่ายวางแผนและพัฒนา
Mr. Seree Wangpaichitr
Deputy Governor for Planning and Development

นายไพโรจน์ ธรรมากิมุข
รองผู้ว่าการฝ่ายบริหาร
Mr. Phairote Thammapimuk
Deputy Governor for Administration

นางสิริมา ญาณประสาธ
ที่ปรึกษา
Mrs. Sirima Yanaprasart
Advisor

นายวิระเกียรติ อังคทะวานิช
รองผู้ว่าการฝ่ายการตลาด
Mr. Virakiat Angkatavanich
Deputy Governor for Marketing



นายประเทษ แก้วสีปลาด
ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและงบประมาณ
Mr. Prates Kheosiplard
Director, Budget and Accounting Department

นายธรรมศักดิ์ ไรจนสุนทร
ผู้อำนวยการฝ่ายวางแผนโครงการและพัฒนา
Mr. Tamasak Rojanasoonthon
Director, Project Planning and Development Department

นายธีระ สีบุญเรือง
ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมการตลาด
Mr. Tira Seeboonruang
Director, Market Promotion Department

นางยุบพัน พรหมโยธี
ผู้อำนวยการฝ่ายบริการการตลาด
Mrs. Yibpan Promyothi
Director, Marketing Service Department

นางอมรา อภิชาติโยธิน
ผู้อำนวยการสำนักงานผู้ว่าราชการ
Mrs. Amra Apichatyotin
Director, Governor Office

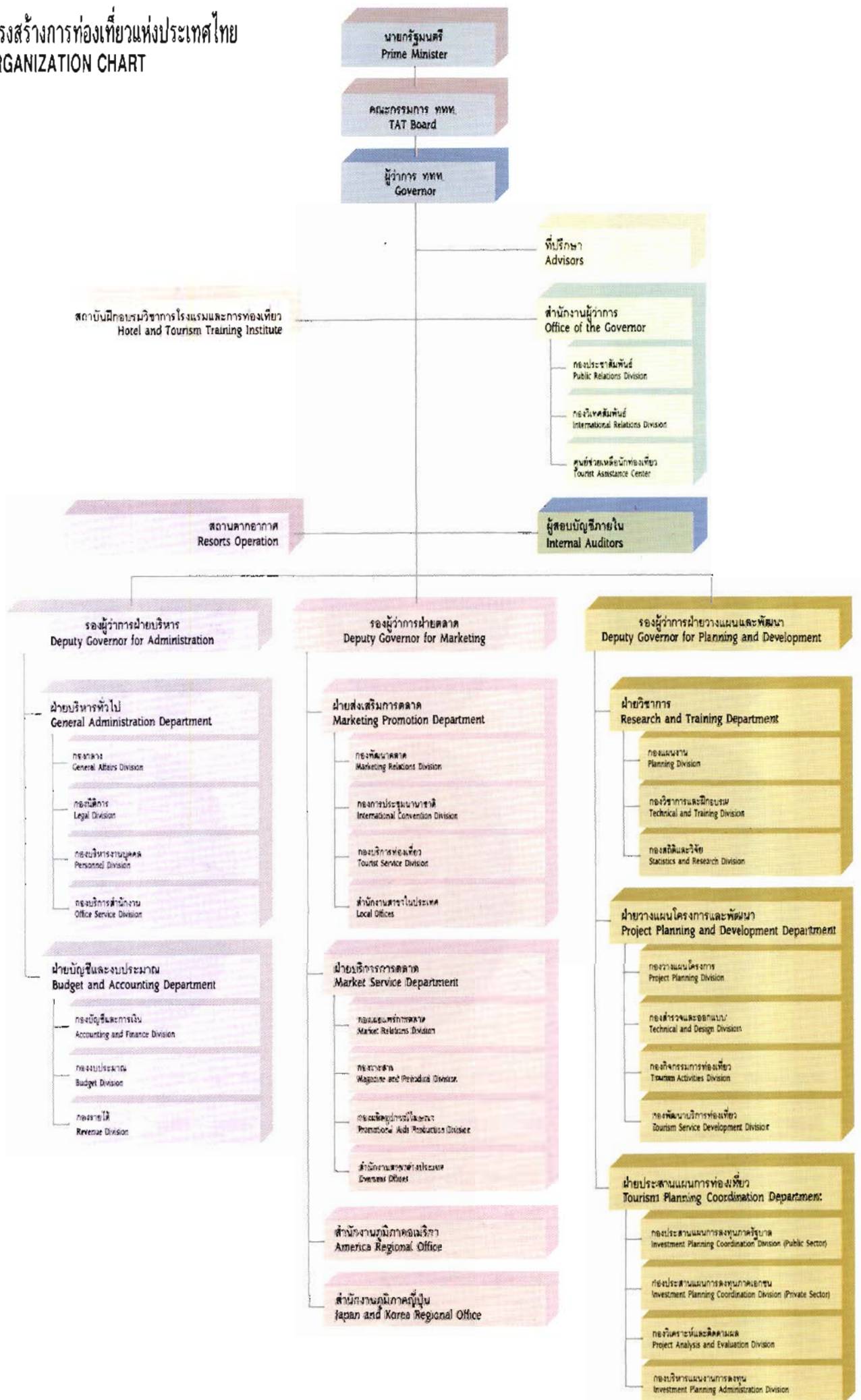
นายมนูญ วงศ์โกมลเชษฐ์
ผู้อำนวยการสำนักงาน ททท. ภูมิภาคญี่ปุ่น
Mr. Manoon Wongkomolshet
Director, Japan & Korea Regional Office

น.ส.วนิดา สถิตานนท์
ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารทั่วไป
Miss Wanida Sathitanon
Director, General Administration Department

นายวิสิทธิ์ ศรีนาวา
ผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ
Mr. Visit Srinava
Director, Research and Training Department

นางสาวนวลตา เดชะโกศยะ
ผู้อำนวยการสำนักงาน ททท. ภูมิภาคอเมริกา
Miss Nuanta Dejakaisaya
Director, America Regional Office

โครงสร้างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ORGANIZATION CHART



นโยบายของคณะกรรมการ ททท. ปีงบประมาณ 2533

The Policies of the Board of Directors, Tourism Authority of Thailand, Fiscal Year 1990

1. ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางท่องเที่ยวทุกภูมิภาคมีจำนวนมากขึ้น พักนานวันขึ้น และใช้จ่ายเงินมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวแบบครอบครัว

2. ขยายและส่งเสริมให้คนไทยทุกวัยและอาชีพเดินทางท่องเที่ยวสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ภายในประเทศให้มากยิ่งขึ้น

3. อนุรักษ์ ฟื้นฟู และพัฒนาทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวของประเทศให้คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ คุณภาพ และเป็นที่ยกย่องของคนไทยทั้งชาติ

4. พัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวทุกสาขา ทุกระดับให้มีคุณภาพและปริมาณเพียงพอแก่การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

5. สนับสนุนและร่วมลงทุนปรับปรุงและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะไปทุกขั้นพื้นฐาน และสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ

6. ปรับปรุงระบบธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศให้มีมาตรฐาน เป็นที่เชื่อถือของธุรกิจท่องเที่ยวระหว่างประเทศ รวมทั้งการป้องกันและกำจัดการกระทำที่ไม่เป็นธรรมต่อนักท่องเที่ยวและเสื่อมเสียต่อภาพพจน์ของประเทศ

7. ส่งเสริมให้สายการบินนานาชาติใช้ท่าอากาศยานระหว่างประเทศในส่วนภูมิภาค นอกเหนือจากท่าอากาศยานกรุงเทพ เป็นประตูเข้าสู่ประเทศไทย โดยให้มีจำนวนเที่ยวประจำและเช่าเหมาลำมากยิ่งขึ้นและสม่ำเสมอตลอดทุกฤดูกาล

8. ร่วมมือกับประเทศในภูมิภาคใกล้เคียง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มประเทศอาเซียนและกลุ่มประเทศอินโดจีน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกัน โดยมีเจตนารมณ์ให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางแห่งกิจกรรมดังกล่าว

9. ส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติ ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กรมป่าไม้กำหนด รวมทั้งร่วมมือและประสานงานในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการต่าง ๆ ในเขตอุทยานแห่งชาติ โดยมีให้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ

10. ส่งเสริมกิจกรรมด้านการแข่งขันกีฬานานาชาติและการสร้างภาพพจน์ของประเทศให้เป็นแหล่งซื้อสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

11. แสวงหารายได้ภายในกรอบอำนาจที่มีอยู่เพื่อนำมาสมทบงบประมาณในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ

1. To promote and encourage foreign travellers to visit every region in larger numbers, to stay longer and to spend more money. Special attention will be given to family travel.

2. To expand and promote the larger number of Thais of all ages and in all walks of life to visit the regions.

3. To conserve, renovate and develop the country's tourism resources so as to retain their identity and quality and so that they remain the pride of the Thai people.

4. To develop every branch and every level of tourism personnel so that they are of sufficient quality and quantity to meet the growth of the tourism industry.

5. To support and jointly invest in the improvement and development of the facilities, infrastructures and new tourist attractions.

6. To improve and upgrade the standard of the country's travel trade to the level acceptable to the international travel community including the prevention and elimination of unfair exploitation of the tourists, which is detrimental to the image of the country.

7. To promote the use by international airlines of the international airports in the upcountry regions in addition to Bangkok International Airport as the gateways into Thailand for both scheduled and charter services with increased frequency and regularly in all seasons.

8. To cooperate with neighbouring countries especially the ASEAN and Indochinese countries in undertaking joint tourism promotion with Thailand as the hub of all those activities.

9. To promote tourism in national parks in conformity with the criteria and conditions prescribed by the Royal Forestry Department. To provide cooperation and coordination in developing the facilities and services provided in the national parks in such a way that the natural environment will not be affected.

10. To promote international sport contests and the fostering of the country's good image as a shopping paradise for foreign tourists.

11. To seek earnings within the framework of ordained power and use the earnings to supplement the budget for the country's tourism development.





สถานการณ์ท่องเที่ยว Tourism Overview

ในปี 2533 มีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้ามาประเทศไทยจำนวนทั้งสิ้น 5,298,860 คน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้วร้อยละ 10.17 โดยที่นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศเอเชีย-แปซิฟิกมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.40 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาได้แก่ นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป อเมริกา เอเชียใต้ และตะวันออกกลาง ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวจากทุกภูมิภาคยกเว้นแต่เพียงตะวันออกกลาง มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น กล่าวคือ เอเชียและแปซิฟิกเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.86 ยุโรปเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.60 อเมริกาเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.93 และเอเชียใต้เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.07 ในขณะที่ตะวันออกกลางลดลง ร้อยละ 27.40

สาเหตุสำคัญที่เอื้ออำนวยต่อภาวะการท่องเที่ยว ซึ่งยังผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทยเพิ่มขึ้น แบ่งได้เป็น 3 ประการ ดังนี้

1. การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศอุตสาหกรรม

(Organization for Economic Cooperation and Development Countries) ยังคงอยู่ในระดับที่เพิ่มขึ้น โดยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ทั้งนี้เยอรมันตะวันตกและญี่ปุ่นยังคงเป็นประเทศผู้นำทางเศรษฐกิจโลก ทั้งสองประเทศนี้เป็นตลาดหลักทางการท่องเที่ยวของไทย ประกอบกับการเติบโตทางเศรษฐกิจของเอเชียมีการขยายตัวมากที่สุดในโลกเฉลี่ยร้อยละ 5.5 นับเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวจากประเทศต่าง ๆ ในเอเชีย โดยเฉพาะเกาหลีใต้ ไต้หวันฮ่องกง และสิงคโปร์ เดินทางท่องเที่ยวนอกประเทศในอัตราการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

2. ความนิยมเดินทางท่องเที่ยวระยะไกลโดยเฉพาะในทวีปยุโรป เริ่มมีสูงขึ้น ประกอบกับแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง เช่น ทางแถบทะเลเมดิเตอร์เรเนียน ประสบปัญหาหาลภาวะและความเสื่อมโทรม นอกจากนี้ ประเทศต่าง ๆ ทางแถบเอเชียใต้ที่เคยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมกำลังประสบปัญหาความไม่สงบในบ้านเมือง สาเหตุเหล่านี้ย่อมทำให้นักท่องเที่ยวหันมาเดินทางท่องเที่ยวเมืองไทยเพิ่มขึ้น

3. ประเทศไทยในขณะนี้ได้รับความนิยมจากสายการบินหลายสาย โดยกำหนดให้เป็นศูนย์กลางการบินพาณิชย์แห่งเอเชีย ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะทางภูมิศาสตร์ของไทยเอื้ออำนวยให้เป็นจุดแวะพักที่เหมาะสมสำหรับการบินเชื่อมระหว่างทวีปยุโรปและออสเตรเลีย รวมทั้งจากยุโรปไปยังเอเชีย-ตะวันออกไกล

อย่างไรก็ตาม ในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2533 จำนวนนักท่องเที่ยวจากบางตลาดหลักได้ลดลง ทั้งนี้เนื่องจากเกิดวิกฤติการณ์อ่าวเปอร์เซีย ในช่วงต้นเดือนสิงหาคม จึงทำให้นักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางต้องงดการเดินทางลงเป็นจำนวนมาก รวมทั้งนักท่องเที่ยวอเมริกันและยุโรปบางประเทศค่อนข้างหันเหกับภัยในการเดินทางออกนอกประเทศ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวบางส่วนชะลอการเดินทางมายังประเทศไทย

In 1990, Thailand welcomed a total of 5,298,860 international tourist arrivals, representing an increase of 10.17 per cent over the previous year. Travellers from the Asia-Pacific region made up the biggest group, accounting for 62.40 per cent of the total arrivals, followed by Europe, the Americas, South Asia and the Middle East.

There was an increase in tourists from all the regions except the Middle East: Asia and the Pacific up by 11.86 per cent, Europe up by 11.60 per cent, the Americas up by 6.93 per cent and South Asia by 7.07 per cent while the Middle East down by 27.40 per cent.

There were 3 main factors that favoured the increase in inbound travel to Thailand:

1. The economic growth of the Organization for Economic Cooperation and Development countries continued to register higher at a 3 per cent growth rate. West Germany and Japan, Thailand's target markets, continued to lead the world economic performance. This is coupled with the fact that Asian economic growth had the world's largest average expansion at 5.5 per cent. As a result, Asian tourists especially from South Korea, Taiwan, Hong Kong and Singapore travelled overseas at a greatly accelerated growth rate.

2. There was a rising trend in long-haul travel especially in Europe, coupled with the environmental deterioration of certain destinations, e.g. along the Mediterranean coastline. In addition, several countries in South Asia, which were once popular destinations, were being plagued with domestic disturbance. All these factors served to disperse travellers on course to Thailand.

3. Thailand now is very popular with several airlines which look to it as Asia's commercial aviation hub on account of Thailand's geographical advantage of being an excellent stop-over between Europe and Australia as well as en route from Europe to the Far East.

However the 1990 fourth-quarter tourist arrivals from some target markets declined in number as a result of the Persian Gulf crisis which began early September and caused travellers from the Middle East to cancel their trips in large numbers. American and some of the European travellers also were filled with fear of potential danger in overseas travel. The result was a slowdown in travel to Thailand from some quarters.



ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงและแปซิฟิก

ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกเป็นตลาดนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญที่สุดในปัจจุบัน นอกเหนือจากมีสัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดประมาณร้อยละ 60 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดแล้ว อัตราการเติบโตการท่องเที่ยวโดยส่วนรวมของภูมิภาคยังอยู่ในเกณฑ์ที่ดีคือประมาณร้อยละ 10-15 ต่อปี

ในปี 2533 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกเดินทางมาเยือนประเทศไทย จำนวน 3,306,414 คน เพิ่มขึ้นจากระยะเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 11.86 โดยประเทศที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวสูง ได้แก่ ไต้หวัน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย ทั้งนี้เนื่องจากฐานะทางเศรษฐกิจของ 3 ประเทศที่กล่าวมาข้างต้นเอื้ออำนวยเป็นอย่างดี โดยเฉพาะเมื่อเกาหลีใต้และไต้หวันยกเลิกมาตรการกีดกันคนเดินทางออกต่างประเทศ ออสเตรเลียนั้นได้ประสบปัญหาทางเศรษฐกิจจนทำให้เกิดภาวะเงินเฟ้อส่งผลให้ราคาท่องเที่ยวภายในประเทศสูงขึ้น จึงหันมาเที่ยวประเทศไทยเพิ่มขึ้นเพราะราคาถูกกว่าเที่ยวภายในประเทศ นักท่องเที่ยวจากฮ่องกง สิงคโปร์ และอินเดีย ยังคงนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มขึ้นเหมือนเช่นปีก่อนเนื่องจากพึงพอใจกับความหลากหลายทางทรัพยากรท่องเที่ยวของไทยและค่าใช้จ่ายถูกกว่าไปประเทศอื่น ๆ

สำหรับตลาดมาเลเซียนั้น จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในอัตราค่อนข้างต่ำ เนื่องจากข่าวการระบาดของโรคเอดส์ในประเทศไทยรวมทั้งค่าเงินริงกิตลดลง ประกอบกับรัฐบาลมาเลเซียส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวภายในประเทศในปีท่องเที่ยวมาเลเซีย

อนึ่ง นักท่องเที่ยวจากซาอุดีอาระเบียลดลงอย่างมาก เนื่องจากความตึงเครียดจากวิกฤติการณ์ของประเทศเพื่อนบ้าน กรณีสอิริกใช้กำลังทหารบุกยึดคูเวต จึงทำให้นักท่องเที่ยวซาอุดีอาระเบียค่อนข้างหวั่นเกรงภัยในการเดินทางออกนอกประเทศ

ASIA AND THE PACIFIC

Asia and the Pacific currently is the most important segment of the travel market. It represented the largest portion of all the inbound travel, about 60 per cent. The region's overall travel growth remained at a good level, about 10-15 per cent yearly.

In 1990, there were 3,306,414 tourist arrivals to Thailand from Asian and the Pacific, an increase of 11.86 per cent over the previous year. The countries which registered large growth rates were Taiwan, South Korea, and Australia. The economy of these countries especially the first three mentioned was extremely favourable to travel and even more so when South Korea and Taiwan lifted their overseas travel restrictions. Australia somehow was faced with the economic problems and inflation which caused its domestic travel cost to go up. Growing numbers of Australians therefore turned to Thailand which was priced lower than domestic travel. Travellers from Hong Kong, Singapore and India continued to come to Thailand in great numbers like the previous year out of satisfaction with the wide variety of tourism resources of Thailand and lower cost compared with other countries.

Travellers from Malaysia showed a rather low growth rate, which resulted from the news report of the AIDS epidemic, devaluation of the ringgit, and the Malaysian government's campaign for increased domestic tourism during the Visit Malaysia Year.

Travellers from Saudi Arabia sharply declined as a result of the tension from the crisis in its neighbour country, Kuwait which was invaded by Iraq. Saudi Arabian travellers were quite apprehensive for their own safety in overseas travel.



ภูมิภาคยุโรป

ในปี 2533 นักท่องเที่ยวจากยุโรปเดินทางเข้ามาในประเทศไทย มีจำนวนทั้งสิ้น 1,229,957 คน โดยมีอัตราการเติบโตในทุกตลาด และเพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนเฉลี่ยร้อยละ 11.06 ปัจจัยสำคัญคือ นักท่องเที่ยวเริ่มเบี่ยงแหล่งท่องเที่ยวทางแถบทะเลอาเดรียติกและทะเลเมดิเตอร์เรเนียน โดยเฉพาะสเปนและกรีซ มีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง นอกจากนี้ เหตุการณ์ความวุ่นวายที่เกิดขึ้นต่อเนื่องในประเทศอินเดีย ศรีลังกา และเนปาล มีส่วนสำคัญที่ทำให้ นักท่องเที่ยวหลีกเลี่ยงการเดินทางไปยังประเทศเหล่านี้ และหันมาเที่ยวทางแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะประเทศไทย ซึ่งในขณะนั้น การเดินทางเป็นไปอย่างสะดวกสบาย และค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวยังไม่แพงนัก เมื่อเทียบกับประเทศทางแถบทะเลเมดิเตอร์เรเนียน

อนึ่ง แม้ว่าเกิดวิกฤติการณ์อ่าวเปอร์เซีย นับตั้งแต่เดือนสิงหาคมเป็นต้นมาก็ตาม แต่นักท่องเที่ยวจากยุโรปส่วนใหญ่ยังมั่นใจในสถานการณ์และความปลอดภัยในการเดินทางมายังประเทศไทย เนื่องจากได้เลือกใช้บริการสายการบินที่ไม่ได้หยุดแวะพักในแถบตะวันออกกลาง และบางส่วนได้ยกเลิกการเดินทางท่องเที่ยวแถบอียิปต์และตุรกี เพื่อเปลี่ยนมายังประเทศไทย

ภูมิภาคอเมริกา

ในปี 2533 มีนักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกาเดินทางมาประเทศไทย จำนวน 367,778 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.17 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยตลาดสหรัฐอเมริกา มีจำนวน 285,352 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.93 รองลงมาได้แก่ ตลาดแคนาดา มีจำนวน 68,987 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.91

นักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกา มีจำนวนเพิ่มขึ้นในอัตราชะลอตัวลงกว่าทุกปี ทั้งนี้เนื่องจากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาในช่วงปลายปี 2533 ได้เริ่มเข้าสู่ภาวะถดถอย โดยเฉพาะเมื่อเกิดวิกฤติการณ์อ่าวเปอร์เซีย ซึ่งได้ส่งผลให้ราคาน้ำมันในประเทศสูงขึ้นกว่าเท่าตัว นักลงทุนจึงไม่แน่ใจในสถานการณ์ทำให้อัตราดอกเบี้ยและการลงทุนลงชั่วคราว รวมทั้งประชาชนยังได้ลดการใช้จ่ายในบางส่วนอีกด้วย อย่างไรก็ตาม การเดินทางระหว่างประเทศไทยและสหรัฐอเมริกา ยังคงสะดวกสบายเหมือนเช่นปีที่ผ่านๆ มา โดยมีสายการบินหลายสายรองรับในเส้นทางนี้ นอกจากนี้ ยังมีการเพิ่มเที่ยวบินตรงระหว่าง 14 ลอสแอนเจลิส โฮล และกรุงเทพฯ อีก 3 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ โดยได้เริ่มเปิดเที่ยวบินในเดือนมิถุนายนที่ผ่านมา

สำหรับนักท่องเที่ยวจากแคนาดานั้น มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่การเปิดเส้นทางการบินระหว่างแคนาดาและไทย ช่วงปลายปี 2530 นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างไทยและแคนาดาได้เพิ่มขึ้น และความช่วยเหลือต่าง ๆ ที่แคนาดาให้ไทย ทำให้การเดินทางติดต่อมีมากขึ้น

EUROPE

In 1990, there were 1,229,957 European tourist arrivals to Thailand, representing growth in all the target markets and an increase of 11.06 per cent over the previous year. The main reasons for the increase came from the tourists's growing satiety with destinations along the Adriatic and Mediterranean Seas particularly Spain and Greece which met with decline in tourist numbers. In addition, constant disturbance occurring in India, Sri Lanka and Nepal drove away potential visitors from these countries, who instead headed for Southeast Asia especially Thailand. They were encouraged by current convenient travel and lower cost compared with the Mediterranean destinations.

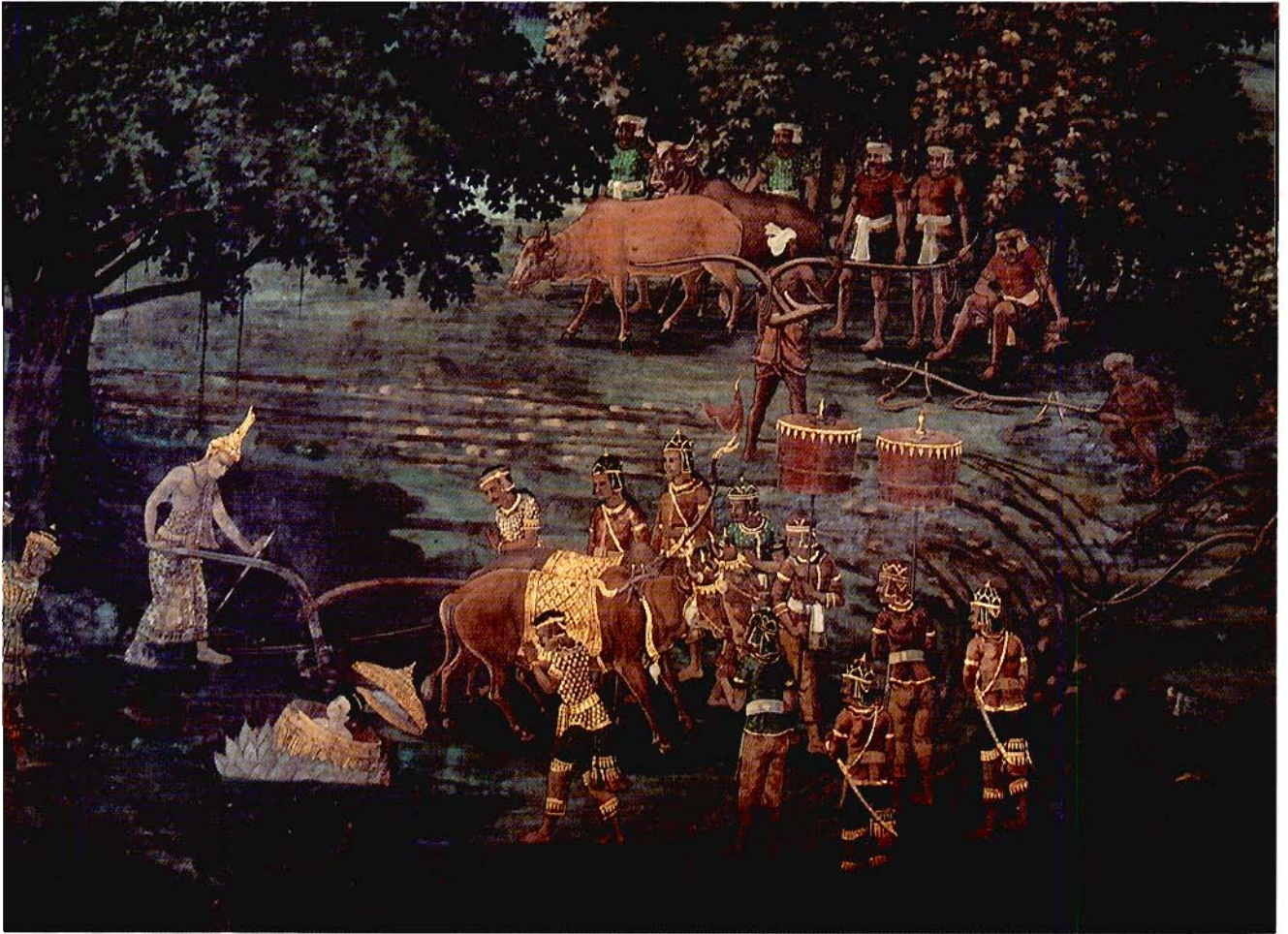
Although the Persian Gulf crisis loomed large from August 1990, the majority of European travellers still felt confident about the situation and safety in travel to Thailand by choosing those airlines that do not fly over the Middle East. Some of them cancelled their planned trips to Egypt and Turkey and came to Thailand instead.

THE AMERICAS

In 1990, there were 367,778 tourist arrivals to Thailand from the American continents, an increase of 8.17 per cent over the previous year. The U.S.A. accounted for 285,352 travellers, an increase of 6.93 per cent, followed by Canada at 68,987 travellers, an 11.91 per cent increase.

U.S. travellers continued to come to Thailand in larger numbers, but its growth rate was smaller than the previous years as a result of the slowdown in U.S. economic growth toward the end of 1990. The recession became apparent at the outbreak of the Persian Gulf crisis to cause the domestic oil price to double. Investors were left uncertain about the situation and halted their activity temporarily. People also partially cut down their spending. Nevertheless travel between Thailand and the U.S.A. was still as convenient as the previous year with a number of airlines plying the route. In addition, 3 more weekly flights were added to the direct service on the Los Angeles-Seoul-Bangkok route, beginning in June.

Canadian travellers expanded steadily since the inauguration of the flight operation between Canada and Thailand late 1987. Thai-Canadian trade relations were also on the increase while the Canadian aid programs directed at Thailand helped increase travel and communications.





การส่งเสริมการท่องเที่ยว Tourism Promotion

1. การส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาดต่างประเทศ

การดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาดต่างประเทศในปี 2533 นั้น การกำหนดเป้าหมายทางการตลาดยังคงเน้นเรื่องการเพิ่มรายได้เงินตราต่างประเทศจากการท่องเที่ยวเป็นประการสำคัญ โดยการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว วันพักเฉลี่ย และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยควบคู่กันไป ทั้งนี้ได้กำหนดการแบ่งกลุ่มตลาดเป้าหมายออกเป็น 3 กลุ่ม โดยพิจารณาถึงขนาดของจำนวนนักท่องเที่ยวคุณภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวและแนวโน้มศักยภาพในการเติบโตของแต่ละตลาดประกอบกัน ซึ่งได้แก่

กลุ่มที่ 1 ได้แก่ ญี่ปุ่น ฮองกง สหรัฐอเมริกา ไต้หวัน เยอรมัน ฝรั่งเศส ออสเตรเลีย อังกฤษ เกาหลี มาเลเซีย สิงคโปร์ และอิตาลี

กลุ่มที่ 2 ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ แคนาดา เนเธอร์แลนด์ สวีเดน ออสเตรีย เดนมาร์ก ฟินแลนด์ นอร์เวย์ เบลเยียม นิวซีแลนด์ สเปน และกรีซ

กลุ่มที่ 3 ได้แก่ อินเดีย ซาอุดีอาระเบีย อิสราเอล และอินโดนีเซีย

สำหรับการดำเนินงานด้านการส่งเสริมและเผยแพร่ นั้น ได้ดำเนินงานโดยการเลือกกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณภาพและส่งเสริมให้มีการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทั่วทุกภาคให้มากขึ้นและในทุกฤดูกาล โดยดำเนินการเผยแพร่ร่วมกับภาคเอกชนและภาครัฐบาลทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อที่จะก่อให้เกิดผลประโยชน์ร่วมกัน ในด้านการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นประตูการบินระหว่างประเทศเข้าสู่กลุ่มประเทศอินโดจีนและพม่า รวมทั้งส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นจุดแวะพัก (STOPOVER) ให้มากขึ้น โดยสนับสนุนให้มีเที่ยวบินประจำและเช่าเหมาลำจากระยะกลางและระยะไกลใช้สนามบินนานาชาติในภูมิภาคให้กว้างขวางขึ้น และยังกระตุ้นให้การเดินทางท่องเที่ยวทางเรือในแหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะและริมฝั่งทะเลต่าง ๆ รวมทั้งได้ส่งเสริมให้มีการใช้สินค้าที่ระลึก สินค้าปลอดอากร ตลอดจนอาหารและผลไม้เป็นจุดขายเสริม

สรุปผลการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาดต่างประเทศ ได้ดังนี้ :-

- การขายร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ โดย ททท. ได้ร่วมกับภาคเอกชนจัดงานเสนอขายตามเมืองสำคัญต่าง ๆ ในตลาดแถบเอเชีย อเมริกา และยุโรป

- การร่วมงาน Travel Show และ Travel Mart อื่น ๆ ซึ่งเป็นงานที่นอกเหนือจากการเข้าร่วมงานกับธุรกิจเอกชนในประเทศไทย โดยได้เข้าร่วมงานระดับชาติดังกล่าว 20 งาน

- การเสนอขายในงาน Convention & Exhibition และงาน Incentive, Travel Show ในงานที่สำคัญ

- การร่วมดำเนินงานด้านการตลาดกับสมาคมท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อผนึกกำลังเสนอขายการท่องเที่ยวของประเทศในกลุ่มสมาชิกร่วมกัน โดยดำเนินการทั้งในรูปการจัดทำการเสนอขาย (Presentation) ต่อบริษัทผู้จัดการนำเที่ยวและบริษัทผู้ค้าปลีกต่าง ๆ

การส่งเสริมการตลาดในประเทศไทย

คือ การดำเนินงานเพื่อส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น ได้แก่ การเดินทางไปยังภูมิภาคต่าง ๆ คือแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและโบราณวัตถุสถาน รวมทั้งการสร้างจิตสำนึกให้คนไทยช่วยกันปกป้องรักษาทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ตลอดจนสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมและประเพณีไทย งานเทศกาลต่าง ๆ แหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพื่อเป็นการกระจายรายได้และทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพในท้องถิ่น ทำให้คนไทยนิยมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศอย่างกว้างขวาง ซึ่งจะยังผลให้ลดการเดินทางออกนอกประเทศไทย โดยการดำเนินงาน ททท. จะร่วมมือกับหน่วยราชการในท้องถิ่นและธุรกิจภาคเอกชนดำเนินการด้านการตลาดเพื่อเสนอขายท้องถิ่น

สรุปผลการดำเนินงานด้านการตลาดในประเทศ ได้ดังนี้ :-

- การส่งเสริมรูปแบบและเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ ๆ โดยทำการสำรวจและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ ๆ ขึ้น เน้นการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นหลัก และยังมี การส่งเสริมการจัดรูปแบบการนำเที่ยวใหม่ ๆ เช่น ทัวร์ดำน้ำ เป็นต้น

- การนำผู้แทนธุรกิจท่องเที่ยวและสื่อมวลชนไปทัศนศึกษาในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพื่อนำไปเสนอขายต่อไป โดยสำนักงานพัทธานำตัวแทนบริษัทนำเที่ยวจากกรุงเทพฯ ไปทัศนศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในภาคตะวันออก และสำนักงานอุบลราชธานีนำตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยวและสื่อมวลชนจากตลาดที่สำคัญ ได้แก่ กรุงเทพฯ ภาคใต้ และภาคเหนือมาชมแหล่งท่องเที่ยวและงานเทศกาล งานประเพณีในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นอกจากนี้ สำนักงานสุราษฎร์ธานีได้เชิญธุรกิจท่องเที่ยว สมาคม/ชมรม และสื่อมวลชนจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ให้เดินทางมาชมแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่รับผิดชอบเพื่อเป็นข้อมูลในการเสนอขายต่อไป



1. Marketing

Overseas Marketing Promotions

For 1990 overseas marketing promotion, the major target was still focused principally on generating more tourism revenue in foreign exchange through increasing tourist arrivals, average length of stay, and average expenditure all concurrently. The markets were divided into 3 groups, based on consideration of tourist number, economic and social quality, and growth potential:

Group 1: Japan, Hong Kong, United States of America, Taiwan, Germany, France, Australia, United Kingdom, Korea, Malaysia, Singapore and Italy.

Group 2: Switzerland, Canada, Netherlands, Sweden, Austria, Denmark, Finland, Norway, Belgium, New Zealand, Spain and Greece.

Group 3: India, Saudi Arabia, Israel and Indonesia.

The promotion and publicity operations were launched through selection of quality target groups and promotion of expanded travel to destinations in every region and in all seasons. The operations were jointly undertaken by the private and public sectors both in domestic and overseas quarters to mutually benefit each other. Promotion was under way for Thailand to be the aviation gateway into the Indochinese countries and Myanmar and for it to be the major stopover by promotion more scheduled and charter flights on medium-haul and long-haul route to international airports in the upcountry regions. There was also 'promotion' of cruising to islands and coastal resorts and of shopping for souvenirs, duty free goods with food and fruits as additional selling points.

Summaries of overseas marketing operations:

- Joint sale promotions with local and overseas tour operators. The TAT joined with the private sector in organizing travel shows at major cities in Asia, the Americas and Europe.
- Participation in other travel shows and travel fairs in addition to those joint promotions with the Thai private sector. There were 20 such international fairs.
- Participation in important convention, exhibition and incentive travel shows.
- Participation in marketing operations with travel associations to sell tourism packages jointly with their members. Presentations were made to tour operators and retail travel agents.

Domestic Marketing Promotions

These operations were directed at the promotion of increased domestic tourism-travel to the upcountry regions to visit natural and archaeological destinations including fostering awareness among Thais of the preservation of tourism resources and supporting or promoting revival and introduction of Thai art, culture, customs, festivals and new destinations. They should result in income distribution and creation of employment at a local level. The Thai people would also take up more travel inside the country to result in a drop in overseas travel. The TAT joined with local public agencies and private businesses in sales and marketing promotions in support of the local attractions.

Summaries of domestic marketing operations:

- Promotion of new travel formats and routes. Operations were undertaken to survey and develop new travel routes with emphasis on development of new travel routes in the Northeastern region. There will also be promotion of new travel formats, e.g. diving tour.
- Organization of fam trips for travel agents and media. The Pattaya office organized fam trips for travel agents from Bangkok to visit destinations in the Eastern region. The Ubon Ratchathani office organized fam trips for travel agents and media from the important markets in Bangkok, Southern region and Northern region to visit destinations and observe festivals and traditional fairs in the Northeast. The Surat Thani office also invited travel businesses, associations or clubs and media from other destinations to visit destinations and facilities in the area under its jurisdiction to collect data for use in making sale presentations.



2. การเผยแพร่โฆษณา

การเผยแพร่โฆษณาในตลาดต่างประเทศ

การเผยแพร่โฆษณาในตลาดต่างประเทศในปี 2533 นั้น แม้ว่าเป้าหมายทางการตลาดจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นก็ตาม แต่การโฆษณาจะเน้นอยู่ในตลาดหลักที่สำคัญเพียง 16 ตลาด กลุ่มตลาดเป้าหมายอื่น ๆ นั้นไม่ได้มุ่งเน้นในด้านนี้มากนัก การโฆษณาที่ดำเนินการนั้นได้กระจายไปในสื่อต่าง ๆ คือ :-

- การโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ ได้ดำเนินการโฆษณาในตลาดหลักต่าง ๆ เช่น ตลาดฮ่องกง ตลาดอเมริกา ตลาดไต้หวัน ตลาดฝรั่งเศส ตลาดเยอรมัน เป็นต้น ซึ่งนอกจากจะเป็นการโฆษณาของ ททท. เองแล้ว ยังร่วมโฆษณากับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น สายการบิน องค์การท่องเที่ยวของประเทศอื่น ๆ โดยจัดทำในสิงคโปร์ ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา เป็นต้น
- การโฆษณาทางโทรทัศน์ ได้ดำเนินการโฆษณาต่อเนื่องทางโทรทัศน์ในตลาดฮ่องกง และไต้หวันในช่วงฤดูท่องเที่ยว คือ ช่วงปิดภาคเรียนและช่วงปีใหม่
- การจัดทำบทความพิเศษ ได้ดำเนินงานในการจัดทำบทความพิเศษร่วมกับนิตยสารและหนังสือต่าง ๆ พร้อมการโฆษณาสับสุนุน เช่น ในตลาดเยอรมัน ตลาดฝรั่งเศส ตลาดมาเลเซีย ตลาดอิตาลี เป็นต้น รวมทั้งร่วมมือกับสมาคมต่าง ๆ คือ สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียตะวันออก (East Asia Travel Association - EATA) และ สมาคมอาเซียน (ASEAN) ในการโฆษณาด้านการประชุม
- การจัดทำป้ายโฆษณา ได้จัดทำป้ายโฆษณาติดข้างรถรางและในรถประจำทางในตลาดฮ่องกง จัดทำป้ายโฆษณาในเมืองต่าง ๆ ของมาเลเซีย ป้ายโฆษณาที่สถานีรถไฟใต้ดินในอิตาลี
- การโฆษณาทางวิทยุ ได้ดำเนินการในตลาดอเมริกาและตลาดมาเลเซีย

การเผยแพร่โฆษณาในตลาดภายในประเทศ

ในปี 2533 ได้ดำเนินการลงโฆษณาในสิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ โดยมีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว งานเทศกาล งานประเพณี ในภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องกับปีที่ผ่านมามีได้แก่ "เมืองไทย 5 ภาค" สำหรับกลุ่มเป้าหมาย นอกจากจะเป็นประชาชนทั่วไปแล้ว ยังได้เน้นกลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษาไปจนถึงระดับอุดมศึกษา หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ บริษัท ห้างร้าน ตลอดจนชาวต่างชาติที่พำนักอยู่ในประเทศไทยด้วย

ช่วงการลงโฆษณาอยู่ในระหว่างเดือน มกราคม ถึง มีนาคม เพื่อส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยวนอกฤดูกาลท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

3. การประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ในตลาดต่างประเทศ

มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างภาพพจน์ส่วนรวมของประเทศให้ดีขึ้นในตลาดต่างประเทศ รวมทั้งพยายามดำเนินการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวให้มากที่สุด กิจกรรมซึ่งได้ดำเนินการในปี 2533 ได้มุ่งเน้นในประเด็นสำคัญ คือ

- การเชิญผู้ประกอบการ กิจนำเที่ยวและสื่อมวลชนมาทัศนศึกษาประเทศไทย ซึ่งได้เชิญผู้แทนบริษัทนำเที่ยวรวม 612 ราย นักเขียน 405 ราย ช่างภาพและผู้จัดรายการโทรทัศน์ รวม 7 กลุ่ม โดยนอกจากจะจัดให้ไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวหลัก คือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ พัทยา ภูเก็ต และได้ผนวก หัวหิน-ชะอำ สมุย แม่ฮ่องสอน เชียงราย และแหล่งท่องเที่ยวในภาคอีสานเข้าไว้ด้วย
- การจัดทำ Newsletter และ Press Release ซึ่งเป็นกิจกรรมหลักด้านการประชาสัมพันธ์ซึ่งได้มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องมาตลอด โดยได้เผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหวใหม่ ๆ ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยไปยังกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ในทุกตลาด ทั้งนี้ได้จัดทำประมาณปีละ 4 ครั้ง สำหรับ Press Release นั้น การดำเนินงานเป็นไปในลักษณะแจ้งข่าวสารต่อสื่อมวลชนเพื่อนำไปเผยแพร่ต่อไป
- การให้ข่าวสารโดยผ่านระบบคอมพิวเตอร์หรือวงจรโทรทัศน์ โดยใช้เครื่องมือใหม่ ๆ ตามความเหมาะสมของตลาด เช่น ใช้ระบบวงจรโทรทัศน์ในตลาดออสเตรเลีย อิตาลี ส่วนในสหรัฐอเมริกา ได้ให้บริการข่าวสารโดยเครื่องคอมพิวเตอร์

การประชาสัมพันธ์ตลาดในประเทศ

ได้ดำเนินการดังนี้คือ

- การประชาสัมพันธ์ทางวิทยุและโทรทัศน์ ได้ดำเนินการจัดรายการวิทยุและโทรทัศน์ มีเนื้อหาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว งานประเพณี สินค้าของที่ระลึกของจังหวัดต่าง ๆ นอกจากนี้ รายการต่าง ๆ ยังสอดแทรกความรู้ด้านการท่องเที่ยวและการเป็นเจ้าของบ้านที่ดี ตลอดจนการรณรงค์ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี และสภาพแวดล้อมอีกด้วย ซึ่งรายการวิทยุและโทรทัศน์ได้ทำการออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ทั่วประเทศ

- การจัดทำข่าวในประเทศ ในปี 2533 ได้จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมของ ททท. และความเคลื่อนไหวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตลอดจนงานเทศกาลและงานประเพณีของจังหวัดต่าง ๆ โดยเผยแพร่ในรูปของจดหมายข่าว และการแถลงข่าว เป็นต้น

- การให้บริการข่าวสารทางการท่องเที่ยว ในปี 2533 ได้ให้บริการข่าวสารทั้งในกรุงเทพฯ และในจังหวัดต่าง ๆ ที่มีสำนักงาน ททท. ตั้งอยู่ และได้ตั้งศูนย์ข่าวสารของ ททท. เพื่อบริการข่าวสารในบางจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมามากด้วย

- การจัดนิทรรศการ ในปี 2533 ได้มีการจัดนิทรรศการในกรุงเทพฯ และจังหวัดต่าง ๆ ที่มีสำนักงานสาขาของ ททท. เพื่อเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวในงานเทศกาล และหรือ งานประเพณีที่จังหวัดจัดขึ้น รวมประมาณ 50 ครั้ง



2. Advertising

Overseas Advertising

The 1990 overseas advertising concentrated on only 16 important target markets even though the number of target markets has been increased. The other target markets did not receive much emphasis in this area of promotion. Advertising was undertaken in the following media:

- Publication. Advertising was launched in the target markets, e.g. Hong Kong, United States of America, Taiwan, France, and Germany. It was both advertising for the TAT and joint advertising with other agencies, e.g. airlines and other NTOs and was launched in, e.g. Singapore, Australia and the United States of America.

- Television. Regular television advertising was launched in Hong Kong and Taiwan during the tourist season, i.e. school holidays and New Year.

- Feature articles. Feature articles were published jointly with magazines and books with support advertising in, e.g. Germany, France, Malaysia and Italy. Joined with some associations, i.e. East Asia Travel Association (EATA) and ASEAN in convention advertising.

- Billboards. Advertising billboards attached to trams and inside buses were launched in Hong Kong. Advertising billboards were launched in Malaysian cities. Advertising billboards were set up at underground stations in Italy.

- Radio. Radio advertising was launched in the United States of America and Malaysia.

Domestic Advertising

In 1990, advertising was launched in publications to publicize destinations, festivals and traditional fairs of the regions around the country. The campaign was a continuation of the previous year, i.e. "Thailand's 5 Regions." The target groups were not only the general public but youth groups from school to university levels, government agencies and state enterprises, companies and expatriates.

Advertising was carried out from January to March to promote more off-season travel.



3. Public Relations

Overseas Public Relations

The objective was to foster improvement of the overall image of the country overseas and to provide data to the greatest possible number of tourists. The important activities for 1990 included:

- Invitations were extended to tour operators and media to take fam trips to Thailand. Invited were 612 travel agents, 405 writers and 7 groups of photographers and TV producers. They visited the major destinations: Bangkok, Chiang Mai, Pattaya, Phuket, and the lesser ones: Hua Hin, Cha-am, Samui, Mae Hong Son, Chiang Rai and Northeastern destinations.

- Production of newsletters and press releases was a principal feature of public relations operations and has been carried out continually. Through them were disseminated news and information on new movements in Thailand's tourism industry to target groups in every market. There were about 4 such productions each year. Press releases were issued to inform the media who further helped spread the information about.

- Information was publicized through computer-based message system and teletext, using latest equipment suitable to the market, e.g. use of teletext in Australia and Italy while in the U.S.A. computer-based transmission (videotext) was used.

Domestic Public Relations

The operations included:

- Public relations through radio and television. Radio and television programs were produced to publicize destinations, traditional fairs and souvenir goods of the provinces. The programs were interspersed with items of information on Travel and hospitality as well as campaigns for conservation of culture, customs and environment. The radio and television programs were broadcast via stations around the country.

- Domestic news. In 1990, news publicity was carried out for the TAT's activities and movements in the tourist industry as well as festivals and traditional fairs in the provinces. The news was spread through newsletters and press conferences.

- Travel information services. In 1990, information services were provided in Bangkok and the provinces where the TAT local offices were situated. The TAT information centers were also set up to provide information service in some provinces where there were large numbers of visitors.

- Exhibitions. In 1990, exhibitions were staged in Bangkok and the provinces where the TAT local offices were situated to publicize tourist destinations at the festivals and/or traditional fairs that were organized by the provinces. There were 50 such occasions.

4. การส่งเสริมการประชุมนานาชาติในประเทศไทยและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (International Convention Promotion and Incentive Travel)

การจัดประชุมนานาชาตินับว่ามีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ตลอดจนการดำรงชีวิตประจำวันของประชากรในแต่ละท้องถิ่น เนื่องจากผู้ที่เดินทางไปเพื่อการประชุมจะมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวธรรมดา เพราะส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าหน้าที่ระดับบริหารของหน่วยงาน และเป็นผู้ที่มีรายได้โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ทั้งยังมีหน่วยงานเจ้าสังกัดเป็นผู้อุปถัมภ์ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปร่วมประชุมด้วย มีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนไม่น้อยที่ถือโอกาสนำครอบครัวเดินทางไปด้วย ซึ่งย่อมจะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น โดยทั่วไปกำหนดระยะเวลาของการจัดประชุมส่วนใหญ่อยู่ในระหว่าง 5-7 วัน ซึ่งหากนับรวมวันเดินทางไปเที่ยวก่อนและหลังการประชุมด้วยแล้วระยะเวลาพำนักอยู่ในประเทศนั้น ๆ ก็จะเฉลี่ยประมาณ 8-10 วัน

ตามรายละเอียดสถิติการประชุมนานาชาติในประเทศไทย จะเห็นได้ว่าประเทศไทยได้รับเลือกให้เป็นสถานที่จัดประชุมนานาชาติเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ ในปี 2533 มีการประชุมนานาชาติในประเทศไทย 428 ครั้ง มีจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมประมาณ 85,659 คน ส่วนมากเป็นการประชุมระดับภูมิภาค ประเภทของการประชุมที่มีการจัดบ่อยครั้งที่สุดคือการจัดประชุมด้านการค้า การพาณิชย์ และอุตสาหกรรม สถานที่ของการจัดประชุมส่วนใหญ่จะเป็นที่กรุงเทพฯ รองลงมาคือภูเก็ต

การประชุมที่สำคัญ ๆ ในรอบปี 2533 มีดังนี้ :-

- ASEAN Tourism Forum 1990
- 4th World Assembly on Adult Education
- 2nd Asian Pacific Racing Pigeon Conference
- Diverging Roads in Changing Society : Roles of Higher Education in the 90's
- 6th World Congress of Menopause
- Global Change : Effect on Tropical, Forest, Agricultural, Urbanization and Industrial Ecosystem
- The Combined Meeting of ASEAN Orthopaedic Association 10th Congress and the Thai Orthopaedic Association
- 33rd Colombo Plan Consultation Committee Meeting
- 7th Congress of Federation of Asian Veterinary Association (FAVA)
- 5th Asian Congress on Rural Medicine
- 2nd Western Pacific Congress on Infectious Diseases and Chemotherapy
- The Asian Regional Conference of Jaycees International

อนึ่ง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้เข้าร่วมงานส่งเสริมการประชุม IMF / World Bank ที่กรุงวอชิงตัน ดี ซี ประเทศสหรัฐอเมริกา ในวันที่ 25-27 กันยายน 2533 เพื่อเชิญให้ผู้เข้าร่วมประชุมและผู้ติดตามการประชุมกองทุนการเงินระหว่างประเทศและ

สภาผู้ว่าการธนาคารโลกมาร่วมประชุม World Bank / IMF ที่กรุงเทพฯ ในวันที่ 15-17 ตุลาคม 2534

ททท.ได้ถือเป็นเรื่องสำคัญที่จะส่งเสริมการประชุมนานาชาติในประเทศไทยและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เนื่องจากประเทศไทยมีโครงสร้างในการบริการการประชุมครบวงจรทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดหลายแห่ง มาตรฐานของโรงแรมไม่แพ้ประเทศอื่น หรือดีกว่า ห้องประชุมมีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ทันสมัย การคมนาคมรวดเร็ว บุคลากรมีความรู้และประสบการณ์ รวมทั้งประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามมากมาย มีวัฒนธรรม คนไทยเป็นชนชาติที่มีความเป็นมิตรยิ้มแย้มแจ่มใส ดังนั้น ประเทศไทยจึงเหมาะสมเป็นสถานที่จัดประชุมและจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

วัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการประชุมนานาชาติในประเทศไทยและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีดังนี้

1. เพื่อโฆษณาเผยแพร่ไปยังต่างประเทศเกี่ยวกับความพร้อมของสถานที่ อุปกรณ์และบริการการประชุมของประเทศไทยอย่างกว้างขวางว่ามีความเหมาะสมที่จะใช้เป็นสถานที่จัดประชุมนานาชาติและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
2. เพื่อเชิญชวนและโน้มน้าวให้สมาคมและองค์กรระหว่างประเทศ ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล มาจัดในประเทศไทย

ในการดำเนินงานการส่งเสริมการประชุมนานาชาติและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีแผนดำเนินงาน ดังนี้

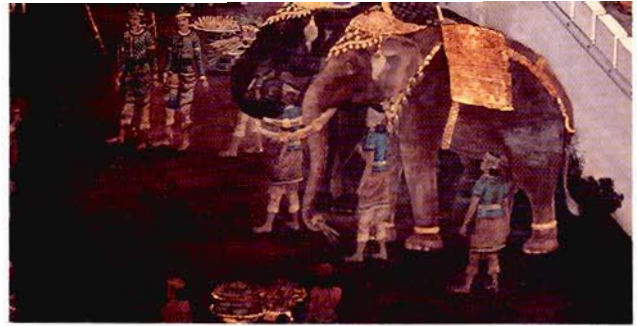
1. ผลิตเอกสาร

ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่และอุปกรณ์การประชุม กำหนดการการประชุมนานาชาติในประเทศไทย ตลอดจนเอกสารแสดงสถานที่ประชุมที่เหมาะสมหรือมีความพร้อมในการจัดประชุมนานาชาติ รวมทั้งเอกสารแจกผู้จัดประชุมเพื่อใช้ในการจัดพิมพ์เพื่อเผยแพร่การประชุม เช่น แผ่นพับ เอกสารการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Brochure) และปฏิทินการประชุมนานาชาติซึ่งจัดพิมพ์ขึ้นทุก ๆ ปี หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการส่งเสริมการประชุมนานาชาติ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของททท.คือกองการประชุมนานาชาติ มีหน้าที่ในการส่งเสริมเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทยและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

2. การเชิญผู้จัดประชุม ผู้จัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และนักเขียน เดินทางมาทัศนศึกษาประเทศไทย

โดยร่วมมือกับสายการบินและสมาชิกผู้ส่งเสริมการประชุมนานาชาติในประเทศจัดโครงการเชิญผู้จัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และนักเขียนมาทัศนศึกษาและสำรวจสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้แก่ สถานที่ อุปกรณ์ และบริการด้านการประชุมด้วยตนเอง เพื่อเกิดแนวความคิดที่จะจัดประชุมหรือจัดบริการนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel)

นอกจากนี้ ยังเชิญผู้แทนสื่อมวลชนมาทัศนศึกษาเพื่อนำข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการการประชุมไปเผยแพร่



4. International Convention Promotion and Incentive Travel

International conferences have an important role in promoting the national economy as well as the daily life of the local people because conference delegates tend to have greater expenditure than the spending of average tourists. The majority are executive officers, earn on average higher income and travel on expense account. Quite a large number of delegates bring along their families on the trip, which incur additional expenditure. In general, most conferences run from 5-7 days which if pre and post-tour days are included can be expanded to about 8-10 days of stay in that country.

According to the statistics on conferences held in Thailand, it was found that Thailand has been increasingly selected as venue for international conferences. In 1990, there were 428 conferences held in Thailand with a total of 85,659 delegates. Most of them were regional conferences. The most frequently-held types of conferences were trade, commercial and industrial conferences. Venues for most conferences were in Bangkok, followed by Phuket.

Important conferences held in 1990 were:

- ASEAN Tourism Forum 1990
- 4th World Assembly on Adult Education
- 2nd Asian Pacific Racing Pigeon Conference
- Diverging Roads in Changing Society : Roles of Higher Education in the 90's
- 6th World Congress of Menopause
- Global Change : Effect on Tropical, Forest, Agricultural, Urbanization and Industrial Ecosystem
- The Combined Meeting of ASEAN Orthopaedic Association 10th Congress and the Thai Orthopaedic Association
- 33rd Colombo Plan Consultation Committee Meeting
- 7th Congress of Federation of Asian Veterinary Association (FAVA)
- 5th Asian Congress on Rural Medicine
- 2nd Western Pacific Congress on Infectious Diseases and Chemotherapy
- The Asian Regional Conference of Jaycees International

The Tourism Authority of Thailand attended the World Bank/IMF Meeting in Washington, D.C., U.S.A. on 25-27 September 1990 to extend invitations to the delegates and their retinues to the Board of Governors of the World Bank and International Monetary Fund Meeting to attend the World Bank/IMF Meeting in Bangkok on 15-17 October 1991.

The TAT considers it an important policy to promote international conferences in Thailand and incentive travel as Thailand has an integrated structure of convention services in Bangkok and several provinces. The standard of its hotels are on a par with other countries or better. Conference rooms or halls are equipped with modern amenities and state-of-the-art equipment. Communications are fast and efficient and staff are knowledgeable and experienced. Thailand itself has numerous beautiful destinations and interesting culture. The Thais are a race of friendly, smiling people. Therefore Thailand is an ideal venue for holding conferences and an agreeable destination for incentive travel.

The objectives of promoting international conventions in Thailand and incentive travel were:

1. To make known overseas Thailand's readiness in terms of venue, equipment and services for organizing conventions and that it is a suitable venue for holding international conventions and organizing incentive travel.
2. To invite and persuade international associations and bodies including related agencies to bring conventions and incentive travel to Thailand.

The strategies used in promoting international conventions and incentive travel included:

1. Publications

They were a collection of data on available facilities which include venue and equipment, schedule of international conventions in Thailand as well as compilation of convention venues which are suitable or have readiness for holding international conventions. There were also brochures given to organizers to be printed as publicity for the convention, e.g. folders, incentive brochures and annually-published convention and exhibition calendars. The TAT office responsible for promotion of international convention and incentive travel is the International Convention Division, whose duty is to promote and publicize facilities for holding international conventions in Thailand and incentive travel.

2. Fam trips for Convention Organizers, Incentive Travel Organizers and Writers

With cooperation from airlines and international convention organizers in the country, fam trips were arranged for incentive travel organizers and writers to observe for themselves various facilities, e.g. conference venue, equipment and services for ideas and inspiration in organizing conventions or arranging incentive travel.

In addition, the media representatives were invited to take fam trips so they could later publicize data on convention facilities and services.

3. การผลิตวัสดุทัศนูปกรณ์

ผลิตภาพยนตร์และวิดีโอเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่จัดประชุม อุปกรณ์และบริการการประชุม ตลอดจนข้อมูลเกี่ยวกับการประชุมออกเผยแพร่ต่อผู้จัดการประชุม ผู้จัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และหน่วยงานที่มีแนวโน้มในการจัดประชุมนานาชาติในตลาดการท่องเที่ยวสำคัญ ๆ ของไทย

4. การส่งเสริมการขายและการร่วมนิทรรศการ

ร่วมดำเนินงานกับสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) และสมาคม Asian Association of Convention and Visitors Bureau (AACVB) ที่ ททท.เป็นสมาชิกเข้าร่วมงานส่งเสริมการขายการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและนิทรรศการ ได้แก่งาน The European Incentive and Business Travel and Meeting Exhibition (EIBTME) ที่นครเจนีวา ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ในวันที่ 8-10 พฤษภาคม 2533 ร่วมงาน Incentive Travel and Meeting Executives (ITME) ที่ชิคาโก ประเทศสหรัฐอเมริกา ในวันที่ 9-11 ตุลาคม 2533 งาน SERVI Congress วันที่ 4-6 ธันวาคม 2533 ที่ปารีส ประเทศฝรั่งเศส และงาน CONFEX จัดที่ลอนดอน ประเทศอังกฤษ ในวันที่ 6-8 กุมภาพันธ์ 2533 งาน Corporate Travel ที่ลอนดอน ประเทศอังกฤษ ในวันที่ 27 กุมภาพันธ์ - 1 มีนาคม 2533

5. การลงโฆษณาในวารสารการประชุม

เลือกลงโฆษณาในวารสารที่มุ่งเผยแพร่แก่ผู้จัดการประชุม และผู้จัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel) ในตลาดท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย โดยเผยแพร่ประเทศไทยในฐานะเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมนานาชาติที่สำคัญและทันสมัยแห่งหนึ่งในเอเชีย

6. การอำนวยความสะดวกและการให้บริการด้านการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

เพื่อให้การประชุมเป็นที่ประทับใจแก่ผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติ และเพื่อผลในการจัดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel) ในโอกาสต่อไป จึงให้ความสะดวกและบริการแก่ผู้เข้าร่วมประชุมและผู้จัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในการต้อนรับที่สนามบิน การจัดเลี้ยงต้อนรับ การฉายสไลด์ประกอบการบรรยายสถานที่ท่องเที่ยวและสถานที่จัดประชุมในประเทศไทย พร้อมด้วยการแสดงทางวัฒนธรรมไทย ตลอดจนประสานงานกับหน่วยราชการต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ การทำอากาศยานแห่งประเทศไทย กรมศุลกากร กองตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น

ส่วนการให้บริการด้านการประชุม ประกอบด้วย

- ให้คำแนะนำในการจัดนำเที่ยวก่อนหลังการประชุม
- ให้คำปรึกษาและแนะนำแก่สมาคมในการเชิญสมาคมระหว่างประเทศมาจัดประชุมในประเทศไทย

ประเทศมาจัดประชุมในประเทศไทย

- ช่วยเรื่องเอกสารแผ่นพับและโปสเตอร์ เพื่อให้ผู้จัดทำไปจัดพิมพ์ข้อความเผยแพร่การประชุมต่อไป

7. การรณรงค์ให้มีการจัดประชุมในประเทศไทย

ททท.จะทำงานร่วมกับสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) เป็นส่วนใหญ่ ในปี 1990 ประเทศไทยได้เสนอขอรับเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทยและได้รับการตัดสินเป็นสถานที่จัดประชุม ดังนี้

1. The 35th Australian Federation of Travel Agents (AFTA) โดยจะจัดในวันที่ 22-27 กรกฎาคม 2535 ที่โรงแรมแชงกรีล่า คาดว่า จะมีผู้เข้าร่วมประชุมประมาณ 1,200 คน โดย ททท.ร่วมกับ ททท. ชิดนีย์และสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ เป็นผู้ดำเนินงานในการขอรับเป็นเจ้าภาพ

2. The 6th Animal Science Congress of The Asian-Australasian Association of Animal Production Societies (AAAP) คาดว่า จะมีผู้เข้าร่วมประชุมประมาณ 1,000 คน ในเดือนพฤศจิกายน 2535

3. The 13th International PIG Veterinary Society Congress คาดว่า จะมีผู้เข้าร่วมประชุมประมาณ 1,500 คน จะจัดประชุมในปี 2537

4. The 2nd Asian Urological Congress คาดว่า จะมีผู้เข้าร่วมประชุมประมาณ 500 คน จะจัดในปี 2534

5. The 9th Congress of Southeast Asian Librarians (CONSAL) คาดว่า จะมีผู้เข้าร่วมประชุมประมาณ 800 คน จะจัดในปี 2536

6. The 34th International Association of Agricultural Students (IAAS) World Congress คาดว่า จะมีผู้เข้าร่วมประชุมประมาณ 200 คน จะจัดในวันที่ 12 กรกฎาคม ถึง 3 สิงหาคม 2533 ที่ขอนแก่น





3. Audio-Visual Equipment Production

Films and videotapes were produced to feature travel attractions, convention venues, equipment and amenities as well as data on convention for distribution to convention organizers, incentive travel organizers and agencies in Thailand's travel target markets who were likely to hold international conventions.

4. Sale Promotion and Exhibition

The TAT joined with the Thailand Incentive and Convention Association (TICA) and the Asian Association of Convention and Visitors Bureau (AACVB), of which the TAT was a member, in participating in convention and incentive travel shows and exhibitions, e.g. the European Incentive and Business Travel and Meeting Exhibition (EIBTME) in Geneva, Switzerland on 8-10 May 1990; the Incentive Travel and Meeting Executives (ITME) in Chicago, U.S.A. on 9-11 October 1990; the SERVI Congress on 4-6 December 1990 in Paris, France; the CONFEX in London, England on 6-8 February 1990; and the Corporate Travel in London, England on 27 February-1 March 1990.

5. Advertising in Conference Journals

Advertising was undertaken in selected journals that aimed at conference and incentive travel organizers in the target markets of Thailand. Thailand was publicized as one of Asia's important and modern convention centers.

6. Facilitation and Services for Conventions and Incentive Travel

To make attendance at international conferences a memorable experience for delegates and to expand incentive travel opportunities on subsequent occasions, facilitation and services were provided for delegates and incentive travel organizers such as airport hospitality, welcome party, slide presentation to accompany talks on travel destinations and convention venues of Thailand, Thai cultural performances as well as coordination with government agencies for assistance in facilitation, i.e. Airports Authority of Thailand, Customs Department and Immigration Division.

Convention services provided included:

- Advice for arranging pre and post-tour,
- Advice and suggestions given to associations in extending invitations to international associations to host conferences in Thailand,
- Assistance with brochures, folders and posters to be printed by organizer for announcement and distribution.

7. Convention Promotion Campaign for Thailand

The TAT largely cooperated with the Thailand Incentive and Convention Association (TICA). In 1990, Thailand bid for international conferences to be held in Thailand and was awarded the following:

1. The 35th Australian Federation of Travel Agents (AFTA) to be held on 22-27 July 1992 at the Shangri-La. About 1,200 delegates were expected to attend. The TAT in conjunction with the TAT Sydney office and the Thailand Incentive and Convention Association would host the event.
2. The 6th Animal Science Congress of the Asian-Australasian Association of Animal Production Societies (AAAP). About 1,000 delegates were expected to attend the conference in November 1992.
3. The 13th International PIG Veterinary Society Congress. About 1,500 delegates were expected to attend the conference in 1994.
4. The 2nd Asian Urological Congress. About 500 delegates were expected to attend the conference in 1991.
5. The 9th Congress of Southeast Asian Librarians (CONSAL). About 800 delegates were expected to attend the conference in 1993.
6. The 34th International Association of Agricultural Students (IAAS) World Congress. About 200 delegates were expected to attend the conference on 12 July-3 August 1990 in Khon Kaen.



5. ความร่วมมือทางการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ความร่วมมือระหว่างกลุ่มประเทศอาเซียนในการเตรียมการจัดงานปีท่องเที่ยวอาเซียน (Visit ASEAN Year 1992 - VAY'92)

ความเป็นมา

1. โครงการปีท่องเที่ยวอาเซียน (Visit ASEAN Year 1992 - VAY'92) เป็นผลสืบเนื่องมาจากที่ประชุมพิเศษ ของคณะกรรมการด้านการค้าและการท่องเที่ยวของอาเซียน (ASEAN Committee on Trade and Tourism - COTT) เมื่อวันที่ 6-8 พฤศจิกายน 2529 ที่กรุงเทพฯ ได้มอบให้ คณะอนุกรรมการด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน (ASEAN Sub-Committee on Tourism - SCOT) เสนอโครงการริเริ่มใหม่ ๆ ในด้านการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งในระหว่างกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน และจากภูมิภาคอื่น ๆ

2. SCOT ได้เสนอโครงการปีท่องเที่ยวอาเซียนต่อ COTT เพื่อขอความเห็นชอบและได้มีการนำเรื่องนี้เสนอต่อที่ประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 3 (ASEAN SUMMIT) เมื่อวันที่ 14-16 ธันวาคม 2530 ที่มะนิลา ประเทศฟิลิปปินส์ ที่ประชุมมีมติ ดังนี้

- ให้ความเห็นชอบและประกาศในปี 2535 เป็นปีท่องเที่ยวอาเซียน

- ให้รัฐบาลของแต่ละประเทศสมาชิก ให้การสนับสนุนการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมต่าง ๆ ของปีท่องเที่ยวอาเซียน โดยเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2532 - พ.ศ. 2535

- สั่งการให้คณะกรรมการต่าง ๆ ของอาเซียนรวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับทราบมติดังกล่าว และให้การสนับสนุนด้วยการจัดกิจกรรมทั้งด้านวัฒนธรรม กีฬา และการค้า เพื่อสนับสนุนปีท่องเที่ยวอาเซียน

3. การประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวอาเซียน จะเน้นทั้งกิจกรรมที่ส่งผลต่อธุรกิจท่องเที่ยว (Travel Trade) และกิจกรรมที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวโดยตรง (Consumer) ในตลาดหลักของอาเซียน คือ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เยอรมันตะวันตก และกลุ่มประเทศอาเซียน โดยหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว และสายการบินแห่งชาติ จะร่วมมือกัน ดังนี้

- จัดโครงการ Hospitality Bank โดยเชิญนักเขียนสารคดีท่องเที่ยวจากประเทศที่เป็นตลาดหลักของอาเซียน คือ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เยอรมัน มาเยือนประเทศในอาเซียน

- จัดทำแผนโฆษณา ในตลาดท่องเที่ยวที่สำคัญ

- จัดประชาสัมพันธ์โครงการ VAY'92 โดยมอบให้บริษัท

AMC - Melawar Zecha Communication (AMC - MZC) เป็นผู้ประชาสัมพันธ์ โดยโครงการ VAY ในตลาดหลักมีการจัดทำภาพยนตร์ VAY เป็นภาษาอังกฤษ ญี่ปุ่น และเยอรมัน จัดพิมพ์ Brochure, Tour Shell, Calendar of Events และ ASEAN Tourism Update รวมทั้งการลงโฆษณาในสื่อต่าง ๆ

- จัด ASEAN EVENT ในแต่ละประเทศสมาชิก ปี 1992

หน่วยงานรับผิดชอบ

การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของปีท่องเที่ยวอาเซียน มีหน่วยงานที่ร่วมรับผิดชอบดังนี้

- ศูนย์ข่าวสารการท่องเที่ยวของอาเซียน (ASEAN Tourist Information Centre - ATIC)

- ชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของอาเซียน (ASEAN Promotional Chapter - APCT) ในอังกฤษ ลอสแอนเจลิส โตเกียว แฟรงก์เฟิร์ต และซิดนีย์

- หน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งชาติของแต่ละประเทศ (National Tourist Organization - ASEAN NTOs)

- คณะกรรมการปีท่องเที่ยวอาเซียนแห่งชาติ (National Committee for VAY'92)

- หน่วยงานอื่น ๆ ของอาเซียน เช่น สมาคมบริษัทนำเที่ยวของอาเซียน (ASEAN Travel Association - ASEANTA) คณะกรรมการด้านการขนส่งและการคมนาคมของอาเซียน (Committee on Transport and Communication - COTAC) คณะกรรมการด้านการเงินและการธนาคารของอาเซียน (Committee on Finance and Banking - COFAB) และคณะกรรมการว่าด้วยวัฒนธรรมและสนเทศของอาเซียน (Committee on Culture and Information - COCI)

งบประมาณ

งบประมาณการประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวอาเซียน เป็นเงิน 3,000,000 เหรียญสหรัฐ ประเทศละ 500,000 เหรียญสหรัฐ





5. International Tourism Cooperation

ASEAN Cooperation to Stage the Visit ASEAN Year 1992 (VAY '92)

Origin

1. Visit ASEAN Year 1992 (VAY'92) Project. Following a special meeting of the ASEAN Committee on Trade and Tourism (COTT) on 6-8 November 1986 in Bangkok, the ASEAN Sub-Committee on Tourism (SCOT) was asked to propose new projects to promote tourism among ASEAN member countries and from other regions.

2. SCOT proposed the Visit ASEAN Year project to COTT for approval and the matter was submitted to the 3rd ASEAN Summit Meeting on 14-16 December 1990 in Manila, the Philippines. The following were the meeting's deliberations:

- Approved and declared 1992 the Visit ASEAN Year,
- Asked the government of each member country to support the public relations effort for and other activities of the Visit ASEAN Year beginning 1989-1992,
- Instructed the various committees of ASEAN and related agencies about the deliberations and to provide support by launching activities related to culture, sport and trade for the Visit ASEAN Year.

3. The public relations for the Visit ASEAN Year would emphasize both activities that cause impact on the travel trade and activities that cause direct consumer impact. They would be undertaken in ASEAN's target markets, i.e. Japan, Australia, West Germany and ASEAN member countries as joint effort by tourism agencies and national airlines. They were:

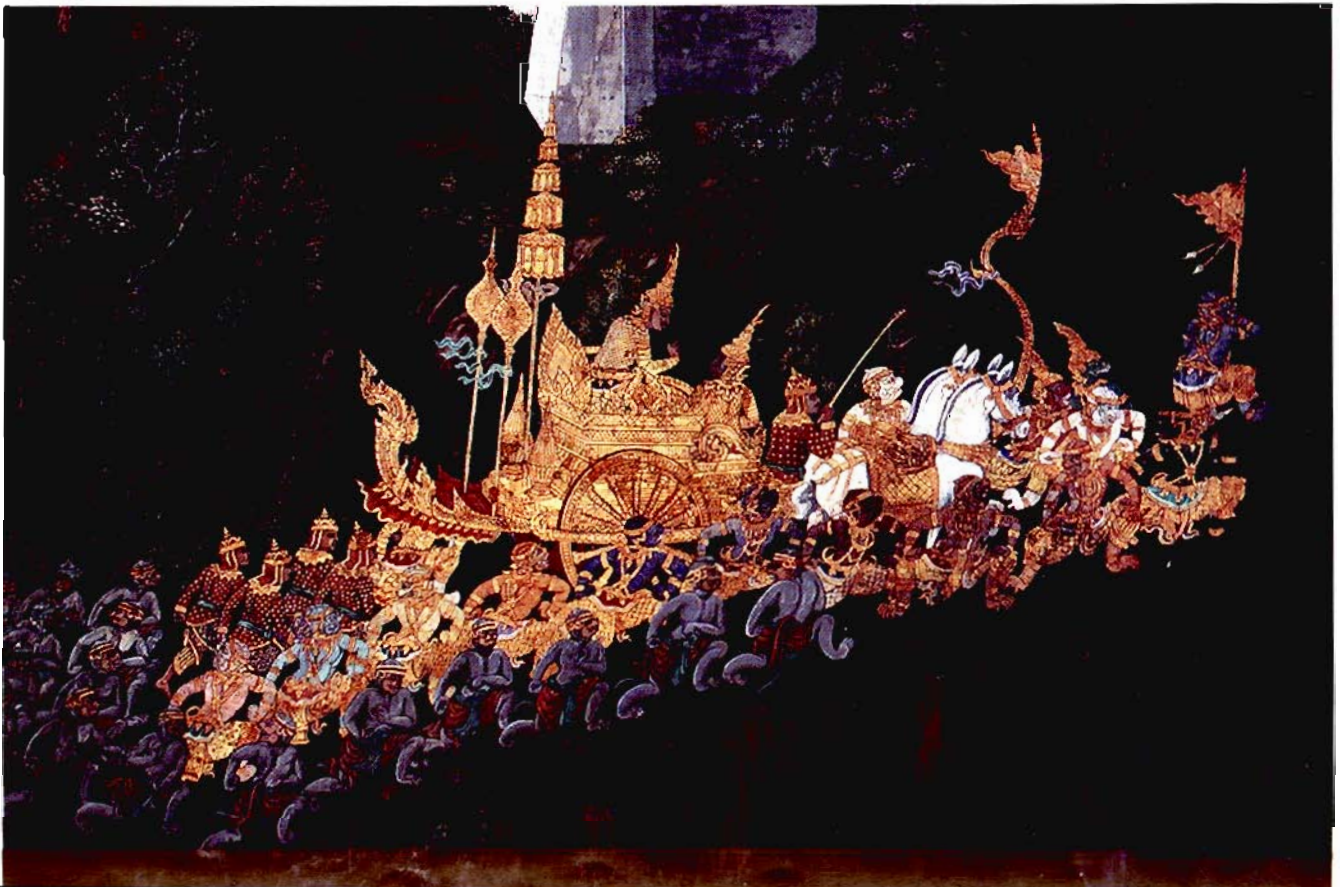
- Hospitality Bank project in which travel writers were invited from ASEAN's target markets, i.e. Japan, Australia and Germany for a visit to ASEAN member countries.
- Advertising planning for important markets.
- VAY'92 public relations. AMC-Melawar Zecha Communication (AMC-MZC) was appointed as PR agent for the VAY project in the target markets. VAY films will be produced in English, Japanese and German. Brochures, Tour Shelf, Calendar of Events and ASEAN Tourism Update will be published. Advertising will also be undertaken in various media.
- ASEAN EVENT will be staged in each member country in 1992.

Agency in Charge

- Implementation of activities geared to the Visit ASEAN Year was entrusted to the following agencies:
- ASEAN Tourist Information Centre (ATIC)
 - ASEAN Promotional Chapter (APCT) in United Kingdom, Los Angeles, Tokyo, Frankfurt and Sydney
 - ASEAN National Tourist Organizations (ASEAN NTOs)
 - National Committee for VAY'92
 - Other agencies of ASEAN, e.g. ASEAN Travel Association (ASEANTA), Committee on Transport and Communication (COTAC), Committee on Finance and Banking (COFAB) and Committee on Culture and Information (COCI).

Budget

The public relations budget for the Visit ASEAN Year amounted to US\$3,000,000 with each country receiving US\$500,000.





การอนุรักษ์และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

Conservation and Development of Destinations

1. บทบาทของ ททท. ด้านการอนุรักษ์ ป้องกัน และ แก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ดำเนินงานด้านการอนุรักษ์ ป้องกันและแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม ด้วยตระหนักในผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายใต้เป้าหมายหลักข้อหนึ่งของ ททท. ที่ระบุไว้อย่างชัดเจนว่า อนุรักษ์และฟื้นฟูสมบัติวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้คงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยไว้ด้วยดีที่สุด

ททท.เป็นหน่วยงานที่นอกจากจะมีบทบาทในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวแล้ว บทบาทที่สำคัญมากอีกด้านหนึ่งก็คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศให้เจริญเติบโตอย่างถูกต้องและดำเนินไปในทิศทางที่เหมาะสม โดยรักษาสภาพแวดล้อมที่ดั้งเดิมให้คงอยู่ควบคู่ไปกับการพัฒนาที่มุ่งอนุรักษ์คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นการพัฒนาโดยถือว่าการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของสิ่งแวดล้อมในระบบนิเวศ สามารถใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อมของระบบนิเวศโดยไม่เป็นการเปลี่ยนแปลงหรือทำลายด้วยการพัฒนาการท่องเที่ยวตามรูปแบบ Eco-Tourism หรือระบบนิเวศท่องเที่ยว

เนื่องด้วยสิ่งแวดล้อมคือทรัพยากรของการท่องเที่ยว ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงหมายถึง การพัฒนาสิ่งแวดล้อมนั่นเอง โดยการใช้ประโยชน์อย่างถูกต้องเหมาะสมด้วยการศึกษาและวางแผนเพื่อปรับปรุง สร้างเสริมและสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์พร้อม ๆ กับการพยายามอนุรักษ์คุณค่าของสิ่งแวดล้อมนั้นไว้ให้คงอยู่หรือให้เสื่อมสภาพน้อยที่สุด ก่อให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่ายาวนานที่สุด ซึ่งเป็นการพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable Development) ที่สามารถใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อมนั้นได้ตลอดไป

สรุปการดำเนินงานของ ททท.ในด้านการอนุรักษ์ป้องกันและแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมในระยะเวลาที่ผ่านมาได้ 5 ประเด็นหลัก ดังนี้

1.) การดำเนินงานด้านงานวางแผนและวิชาการ

1.1 การศึกษาวิจัยและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่ง ททท.ดำเนินการมี 4 ระดับ คือ การสำรวจเบื้องต้น การศึกษาเบื้องต้น การจัดทำแผนหลัก และการศึกษาความเหมาะสมโดยในทุก ๆ ระดับของการวางแผนนั้น ททท.ได้เน้นความสำคัญในเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับของการจัดทำแผนหลักเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว แต่ละแผนฯ นั้นได้ระบุถึงการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งไว้ รวมทั้งสภาพปัญหาข้อเท็จจริงแนวทางการดำเนินการป้องกันแก้ไข ผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่อาจมีต่อสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระดับต่าง ๆ ได้แก่ การสำรวจเบื้องต้นจังหวัดลำปาง/ลำพูน (ปี 2528) การศึกษาเบื้องต้นจังหวัดสตูล/ปัตตานี/ยะลา/นราธิวาส (ปี 2530) แผนหลักจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (ปี 2531) และการศึกษาความเหมาะสมจังหวัดภูเก็ต (ปี 2522) เป็นต้น

1.2 การจัดทำคู่มือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ

แยกตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ถูกต้องตามหลักวิชาการ ไม่ดำเนินการพัฒนาให้ขัดต่อสภาพแวดล้อม ในคู่มือดังกล่าวได้เสนอแนะแนวทางการพัฒนาและการอนุรักษ์ธรรมชาติและสภาพแวดล้อม อาทิ การจัดวางองค์ประกอบในพื้นที่ให้กลมกลืนกับสภาพธรรมชาติ การก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกให้อยู่ในรูปแบบที่เหมาะสม

คู่มือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางกายภาพ แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

คู่มือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ อาทิ คู่มือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทเนินเขา ถ้ำ น้ำตก อ่างเก็บน้ำ และชายทะเล คู่มือนิเวศวิทยุจรรภาคเหนือและภาคอีสาน

คู่มือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานและศาสนา อาทิ คู่มือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน คู่มือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดในแต่ละภาค และคู่มือพัฒนาภูมิทัศน์เมืองเพื่อการท่องเที่ยว

คู่มือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมประเพณี และกิจกรรม อาทิ แนวทางการอนุรักษ์ฟื้นฟูงานเทศกาลและประเพณีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย แนวทางการพัฒนาทรัพยากรได้ทะเลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีศึกษาจังหวัดชุมพร และสุราษฎร์ธานี และการศึกษาเพื่อพัฒนาเส้นทางเดินเท้าเพื่อการท่องเที่ยว : กรุงเทพมหานคร

1.3 การศึกษาผลกระทบจากการท่องเที่ยว

เป็นที่ตระหนักกันดีอยู่แล้วว่าการพัฒนาใด ๆ ก็ตาม มักจะก่อให้เกิดผลกระทบทั้งด้านกายภาพและด้านวัฒนธรรม ดังนั้น ททท.จึงเล็งเห็นความสำคัญในประเด็นนี้และได้ดำเนินการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบที่เกิดขึ้นเพื่ออนุรักษ์ไว้ซึ่งคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่หลักทางการท่องเที่ยว เช่น จังหวัดเชียงใหม่ ภูเก็ต และเมืองพัทยา เป็นต้น

การศึกษามลกระทบจากการท่องเที่ยวจะนำเสนอ ลักษณะของผลกระทบ สาเหตุที่เกิดแนวทางและมาตรการในการแก้ไข รวมถึงองค์การและสถาบันที่เกี่ยวข้องในปัญหานั้น ๆ ที่จะต้องร่วมมือกันในการป้องกันและแก้ไข งานวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ อาทิเช่น การศึกษาเรื่องผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสังคมและวัฒนธรรมกรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาแนวทางการอนุรักษ์และฟื้นฟูงานเทศกาลประเพณีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย และ การศึกษามลกระทบการท่องเที่ยวเดินป่าต่อสภาวะแวดล้อมและประชาชนในท้องถิ่น



1. The TAT's Role in Environmental Conservation, Prevention and Solving of Environmental Problems

The Tourism Authority of Thailand (TAT) carried out its work on the environmental conservation, prevention and solving of environmental problems out of awareness of the impact of tourism development under one of its major policies, which clearly stated that it would work toward conservation and renovation of the cultural and natural heritage and the environment in order to preserve the Thai identity in its purest form.

The TAT is a public agency whose role is not only to promote tourism but its other important role is to develop national tourism so that it achieves healthy growth in the right direction. The ideal is to preserve the pristine surroundings in conjunction with the development that aims at conservation of the natural resources and environment. It is the sort of development that considers tourism to be part of the surroundings in an eco-system and makes use of the surroundings in the eco-system without disturbing or destroying the balanced interaction. This is commonly known as eco-tourism.

Because the environment is the resources of tourism, tourism development is simply the development of the environment. It seeks proper utilization through study and planning to improve, renew and create a host of benefits along with attempts to conserve the environment in its original condition or with the least deterioration in order to produce worthwhile benefits for as long as possible. This is sustainable development in which the environment serves as an endless source of benefits

The TAT's operations on the environmental conservation, prevention and solving of environmental problems fell into 5 principal issues:

1. Planning and Technical Operations

1.1 *Research Study and Planning of Tourism Development*

The TAT carried out its tourism development planning at 4 levels, i.e. basic survey, basic study, drawing up a master plan, and feasibility study. At each level of the planning, the TAT stressed the importance of environmental conservation especially in drawing up the master plan for tourism development. Each plan included statements on the preservation of the environmental quality of each destination including the problem and guidelines for seeking prevention and solutions to tourism impact on the environment. Examples of tourism development planning at various levels included basic survey of Lampang/Lamphun (1985), basic study of Satun/Pattani/Yala/Narathiwat (1987), master plan of Phra Nakhon Si Ayutthaya (1988), feasibility studies of Phuket (1979), etc.

1.2 *Production of Handbooks on Development of Various Types of Destinations*

Classification of destinations was intended to produce guidelines for destination development in accordance with the technical principles to ensure a development that does not conflict with the environment. The handbooks offered guidelines for development and conservation of nature and the environment, e.g. lay-out of components to agree with natural condition and construction of facilities based on appropriate design.

Handbooks on physical development of destinations fell into 3 types:

Handbooks on development of destinations in the nature category, e.g. handbooks on development of destinations which are mountains, caves, waterfalls, reservoirs and the seaside, and handbooks on eco-excursions to the Northern region and Northeastern region.

Handbooks on development of destinations in the historical, archaeological and religious category, e.g. handbooks on development of destinations which are archaeological sites, handbooks on development of destinations which are temples in each region, and handbooks on development of city landscaping for tourism.

Handbooks on development of destinations in the culture, customs and activities category, e.g. guidelines for conservation and revival of festivals and traditional fairs related to tourism in Thailand, guidelines for development of undersea resources for tourism promotion, case studies of Chumphon and Surat Thani, and study of the development of tourist walkways in Bangkok.

1.3 *Studies of Tourism Impact*

It is commonly acknowledged that all development is to cause both physical and cultural impact. The TAT therefore emphasized the importance of this issue and carried out research studies on the impact in the framework of environmental conservation. The targets were the major destinations, e.g. Chiang Mai, Phuket and Pattaya.

Studies of tourism impact provided insight into the nature of the impact, causes, guidelines and measures of solutions as well as mentioned organizations and institutions related to the problem which must join forces in prevention and correction. Examples of these studies included studies of tourism impact on the society and culture of Chiang Mai : a case study, studies of conservation and revival of festivals related to tourism in Thailand, and studies of the impact of jungle tour on the environment and local people.

1.4 การศึกษาขีดจำกัดในการพัฒนา (Carrying Capacity)

เนื่องจากในการพัฒนาการท่องเที่ยวแต่ละพื้นที่จำเป็นต้องคำนึงถึงความเหมาะสมในการพัฒนาที่จะไม่ก่อปัญหาหรือผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ ดังนั้น จึงต้องมีการศึกษาขีดจำกัดในการพัฒนาว่าสามารถกระทำได้ในระดับใด เพื่อให้ทราบถึงความสามารถในการรองรับของพื้นที่ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอันจะเป็นการป้องกันปัญหาทางด้านมลภาวะเสียตั้งแต่ในขั้นต้น

การศึกษาขีดจำกัดในการพัฒนานี้ เป็นความจำเป็นอย่างยิ่งของการพัฒนาที่ต้องมีการกำหนดขอบเขตความสามารถของการพัฒนา โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวมาก จะเป็นแหล่งที่มีความเปราะบางต่อการเสื่อมสภาพ การเจริญเติบโตจึงต้องมีขีดจำกัด มิใช่มุ่งในทางปริมาณเพียงอย่างเดียว แต่ต้องเป็นการพัฒนาให้มีความเหมาะสมพอดี โดยคำนึงถึงคุณภาพเป็นสำคัญ นั่นคือ การพัฒนาตามขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่

ททท.ได้ดำเนินการศึกษาขีดจำกัดการพัฒนาของพื้นที่ท่องเที่ยว โดยในระยะแรกได้ศึกษาพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวและเกิดการพัฒนาย่างรวดเร็ว ได้แก่ การศึกษาขีดความสามารถในการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี และการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของหมู่เกาะพีพี จังหวัดกระบี่ เป็นต้น

การดำเนินงานด้านงานวางแผนและวิชาการทั้งหมด ซึ่งททท.จัดทำขึ้นนั้นกล่าวได้ว่า เป็นการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมอย่างมาก โดยนอกจาก ททท.จะได้เสนอกรอบและแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมแล้ว ยังได้พิจารณาถึงการแก้ไขตลอดจนการป้องกันปัญหาสิ่งแวดล้อมด้วย

2.) การสนับสนุนด้านงบประมาณในการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว

นับตั้งแต่ปี 2530 ททท.ได้รับการจัดสรรงบประมาณการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวปรากฏตามชื่อโครงการต่าง ๆ ดังนี้

1. โครงการเร่งรัดฟื้นฟูการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (กฟค.)
2. โครงการอุดหนุนการปรับปรุงสาธารณูปโภค พัฒนาสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวกขนาดเล็กในภูมิภาค
3. โครงการประเภทพัฒนาและอนุรักษ์ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวตามแผนพัฒนาของ ททท.หรือโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ
4. โครงการตามแผนงานเงินกู้เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว (โครงการเงินกู้ OECF หรือ Oversea Economic Cooperation Fund)

5. โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (โครงการอีสานเขียว)

การจัดสรรงบประมาณในโครงการต่าง ๆ เท่าที่ผ่านมา ททท.จะประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รายละเอียดโครงการที่ ททท.ให้การสนับสนุนมีทั้งโครงการพัฒนาสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ โครงการพัฒนาสภาพภูมิทัศน์ และโครงการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว

ในประเด็นด้านการสนับสนุนงบประมาณนั้น ททท.ได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณาสนับสนุนโดยเน้นหนักและให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมทั้งการจัดสภาพภูมิทัศน์และการปรับปรุงภูมิสถาปัตยกรรมด้วย

3.) การสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

ททท.ได้ให้ความสำคัญกับบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้จากการจัดอบรมและการบรรยายให้ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ทั้งในกลุ่มนักเรียน นักศึกษา มัคคุเทศก์ ยูวมัคคุเทศก์ ข้าราชการ พนักงานบริษัท รวมถึงพระภิกษุตามวัดต่าง ๆ และผู้มีอาชีพเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยวในวงการต่าง ๆ เช่น พนักงานต้อนรับ คนขับรถ คนขับเรือ เป็นต้น เนื้อหาในการอบรมสัมมนาจะเน้นและแรงจูงใจในเรื่องการให้ความรู้ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ตลอดจนจัดโครงการอบรมอาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเพื่ออบรมให้ความรู้ความเข้าใจแก่อาสาสมัครในการต้อนรับและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งช่วยดูแลรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวด้วย

4.) การจัดประชุมสัมมนาในการแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยว

เนื่องจากปัญหาที่เกิดจากการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นปัญหาที่ค่อนข้างซับซ้อนหรือบางปัญหามีขนาดและความร้ายแรงมาก ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือของหลายหน่วยงาน จึงจะสามารถแก้ไขได้ ดังนั้น ในช่วงเวลาที่ผ่านมาก ททท.จึงได้จัดการประชุมสัมมนาเพื่อหาสาเหตุและแนวทางการแก้ไขที่เหมาะสมต่อไป เช่น การจัดสัมมนาผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล ที่จังหวัดเพชรบุรี เมื่อปี 2533 ที่ผ่านมาก

ในการจัดประชุมสัมมนานั้น เท่าที่ผ่านมากจะมีการสัมมนาเกี่ยวกับปัญหาคุณภาพสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวหลัก เช่น ภูเก็ต พัทยา ประเด็นปัญหาที่มักจะพิจารณา เช่น ปัญหาอาคารและสิ่งก่อสร้างที่ไม่เหมาะสมและไม่เป็นระเบียบ ปัญหามลภาวะ เป็นต้น



1.4 Studies of Carrying Capacity

Because the tourism development of each location must take into account safe development that does not cause problems or impact on the environment, it becomes necessary that studies of carrying capacity be carried out to determine the extent of tourism development capacity of the area in order to forestall the pollution problems.

Studies of carrying capacity are a necessary feature of all development which must determine the limits of development capacity particularly of very popular destinations. They are very vulnerable to deterioration, whose growth must stay within a certain limit and cannot be measured in terms of quantity alone. Their development must strike a proper balance, using quality as the main criterion, i.e. development in accordance with carrying capacity of the area.

The TAT carried out its studies of carrying capacity of destinations in stages. At the initial stage it studied popular and fastly-developing destinations, e.g. studies of carrying capacity of Ko Samui, Surat Thani and studies of carrying capacity of Phi Phi Islands, Krabi.

All the planning and technical operations of the TAT attached great importance to the environment. The TAT aimed to propose some suitable framework and guidelines as well as find solutions to and prevention of environmental problems.

2. Budget Support for Development and Conservation of Destinations

Since 1987 the TAT has been given budgetary allocations for development and conservation of destinations as were named by these projects:

1. Projects to accelerate and revive economic expansion
2. Projects to support improvement of public utilities, develop landscapes and small-scale facilities in the countryside
3. Projects for development and conservation of destinations under the TAT development plan or projects to develop important destinations
4. Projects under loan agreements for tourism development and promotion (OECD or Overseas Economic Cooperation Fund loan programs)

5. Project to develop destinations in the Northeastern region (Green E-san Project).

On budgetary allocations for the projects in the past, the TAT coordinated with related agencies in the central and upcountry regions. Projects supported by the TAT included projects to develop public utilities and public works, landscaping projects, and projects to improve environmental quality in destinations.

In allocating budget support, the TAT used as the criteria environmental conservation as well as landscaping and land and architectural improvement.

3. Support for Tourism Personnel Development

The TAT attached importance to tourism personnel as can be seen from the training and lecture programs on various topics given to pupils, students, guides, youth guides, government officials, company staff and monks as well as workers in various segments of the tourist business, e.g. receptionists, drivers, and boatmen. The content of these training seminars was focused on campaigns to impart knowledge on environmental conservation. There was also a training project for tourist volunteers who were trained to provide hospitality and assistance to tourists and to look after the tourism resources.

4. Meetings to Solve Tourism Problems

Problems arising from tourism development are quite complex and some are of gigantic proportions and vicious, which require cooperation of several agencies in order to solve them. In the past therefore, the TAT held meetings and seminars to determine causes and suitable solutions, e.g. seminar on tourism impact on the environment at seaside destinations in Phetchaburi 1990.

In the meetings and seminars, discussion was centered on the physical aspects of the environmental quality particularly in major destinations, e.g. Phuket and Pattaya. The problems and issues often raised included for example the problem of unsuitable and disorderly buildings and constructions, and pollution problems.



5.) การรณรงค์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ได้ดำเนินการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ในเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสื่อมวลชนสาขาต่าง ๆ ทั้งทางรายการวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสารต่าง ๆ ตลอดจนสิ่งพิมพ์ที่ ททท.จัดทำเผยแพร่ เช่น อนุสาร อ.ส.ท. วารสารธุรกิจท่องเที่ยว จุลสารการท่องเที่ยว เป็นต้น

นอกจากนี้ จะเริ่มดำเนินโครงการอบรมผู้นำเยาวชนเพื่อการอนุรักษ์พิทักษ์ท่องเที่ยวไทยในเดือนมิถุนายน 2534 โดยเชิญผู้นำเยาวชนจากทั้ง 73 จังหวัดมาร่วมโครงการประมาณ 200 คน เพื่ออบรมความรู้ในเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง ซึ่งโครงการนี้จะดำเนินต่อไปทุกปี และในส่วนภูมิภาคก็ได้เริ่มโครงการเรารักทะเลสาบสงขลา ซึ่งจัดอบรมสัมมนาการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้กับกลุ่มเยาวชนที่อยู่รอบ ๆ พื้นที่ทะเลสาบสงขลา

พร้อมทั้งมีโครงการจัดทำเอกสารและโปสเตอร์เพื่อผลิตเป็นสื่อรณรงค์การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมแล้วเผยแพร่ไปยังหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษาโดยทั่วประเทศ โครงการรักษาไทยให้สะอาด (Keep Thailand Clean) เพื่อรณรงค์การรักษาความสะอาดและตกแต่งสถานที่ต่าง ๆ ให้สวยงามซึ่งจะดำเนินการตั้งแต่ปี 2534 และโครงการเกาะภูเก็ตสวยงามด้วยความร่วมมือ โดยจะรณรงค์ให้เยาวชนชาวภูเก็ตช่วยกันรักษาความสะอาดของชายหาดสาธารณะ เป็นต้น

การดำเนินงานของ ททท.ด้านการอนุรักษ์ป้องกันและแก้ไขปัญหาสีเขียวสิ่งแวดล้อมดังกล่าวข้างต้น ถือได้ว่าเป็นหน้าที่หลักด้านหนึ่งของ ททท.เนื่องจากการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งมีผลกระทบตามมาด้วยนั้น จำเป็นต้องมีการป้องกันและแก้ไขผลกระทบด้านลบที่เกิดขึ้น การดำเนินงานด้านอนุรักษ์ก็เป็นส่วนหนึ่ง เพื่อรักษาสภาพแวดล้อมที่ดีให้คงอยู่นานที่สุด ก่อให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่าที่สุด โดยจะต้องดำเนินการควบคู่ไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยว และในอนาคตที่มีการพัฒนาการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น การอนุรักษ์ก็ยิ่งต้องเน้นการดำเนินการให้มากยิ่งขึ้นด้วย เพื่อให้เกิดการพัฒนาในทิศทางที่ถูกต้องและเหมาะสม มีประสิทธิภาพ ดังคำขวัญที่ว่า "พัฒนาคุณภาพพิทักษ์ท่องเที่ยวไทย"

5. Environmental Conservation Campaign

Dissemination of information and public relations on environmental conservation as related to tourism were undertaken through various branches of the media, i.e. radio, television, newspapers, magazines including the TAT's own publications, e.g. Anusarn Or-Sor-Tor (TOT Travel Magazine), Thurakit Thongthieo (Travel Trade Journal) and Chulasam Karn Thongthieo (Tourism Review).

In addition, there would be begun a training program called "youth for Thailand tourism conservation" which would be held in June 1991. About 200 youths would be invited from all the 73 provinces to participate in the program. They were to be instructed in the proper methods of environmental conservation and tourism. The project would be continued every year. In the upcountry there would be begun a project "We love Songkhla Lake", which provided training on environmental conservation to youth living around the Great Songkhla Lake.

A project was launched to produce brochures and posters which would be used as media aids in the campaign for conservation of destinations that are both nature and culture attractions. They were distributed to public and private agencies and academic institutes around the country. The campaign project "Keep Thailand Clean" aimed at maintenance of cleanliness and decoration of buildings and was slated to begin in 1991. And the project to beautify Phuket was a campaign to persuade Phuket youth to keep public beaches clean.

The TAT's operations on environmental conservation, prevention of and solving environmental problems are considered one of its principal responsibilities because tourism development will inevitably cause negative impact which must be prevented and corrected. The conservation operations constitute one effort to preserve the wholesome environment for as long as possible and so that it yields the highest benefit. It must be undertaken together with tourism development. In the future when tourism development greatly expands, conservation must be stepped up accordingly so that development proceeds in the right direction and efficiently.





2. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

1. การสำรวจเพื่อวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

- โครงการศึกษาเบื้องต้นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ชลบุรี/ ฉะเชิงเทรา/สมุทรปราการ ซึ่งอยู่ในระหว่างการดำเนินงานจัดทำ รายงานความก้าวหน้า ครั้งที่ 1 ซึ่งควบคุมการศึกษาพื้นฐานทั้งด้าน อุปทานและรวบรวมข้อมูลพื้นฐานอื่น ๆ ที่จำเป็น

- โครงการงบประมาณสมทบความช่วยเหลือจัดทำแผนหลัก พัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประชาคมยุโรป ติดต่อบริษัทที่ปรึกษาของประชาคมยุโรป โดยมีเจ้าหน้าที่ จากบริษัทสกอร์ จำกัด เป็นบริษัทที่ปรึกษาของประชาคมยุโรป ซึ่งจะติดตามผลการดำเนินงานและจัดทำรายงานเสนอให้ทราบ

- การสำรวจแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะเร่งด่วน โดยจัดสัมมนา การจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัด สุราษฎร์ธานี วันที่ 15 มิถุนายน 2533

- การสำรวจเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของสำนักงานภายใน ประเทศ 10 แห่ง สำนักงาน ททท.ในประเทศ เป็นผู้รับผิดชอบการ ดำเนินงานทั้งหมด โดยเป็นผู้กำหนดกิจกรรมด้านการพัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยว การอนุรักษ์และสนับสนุนงานเทศกาลและงานประเพณี ต่าง ๆ ร่วมกับจังหวัดหรือพื้นที่ที่อยู่ในความรับผิดชอบ

2. การอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

- การปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามแผนหลักและ แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยประสานงานกับหน่วยงานปฏิบัติเจ้าของ พื้นที่ จัดทำรายละเอียดโครงการ และประสานงานกับสำนัก งบประมาณ กรมบัญชีกลาง เรื่องการเบิกจ่ายเงินสำหรับดำเนินการ ประจำปีงบประมาณ 2533 นี้ กำหนดโครงการที่จะดำเนินการไว้ ทั้งสิ้น 47 โครงการใน 3 ลักษณะ คือ ลักษณะของโครงการ สาธารณูปโภคย่อย โครงการพัฒนาสภาพภูมิทัศน์ และโครงการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

- การประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการปรับปรุงและ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามแผนหลักและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ โดย ติดต่อบริษัทที่ปรึกษาและเดินทางไปร่วมประชุมหารือกับหน่วยงาน ปฏิบัติเจ้าของพื้นที่ เพื่อเสนอแนะ ตรวจสอบ และควบคุมงานการ ปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ

2. Development of Destinations

1. Survey Study for Development of Destinations

- Project for preliminary study of tourism development of Chon Buri, Chachoengsao and Samut Prakan, which was being compiled for the first progress report. The study covered supply and collected other preliminary data as necessary.

- Project to provide supplementary budget for the European community's assistance in drawing up a master plan for the Northeast. Coordination was made with the EC officials through officials of Score Consultants, consultant to the EC, who would do the follow-up and submit a progress report.

- Urgent survey of destinations. On 15 June 1990, a seminar was held on making a development plan for Ko Samui, Surat Thani.

- Survey study of development of destinations conducted by the 10 TAT local offices. The study determined the scope of activities on tourism development, conservation and support of festivals and traditional fairs in conjunction with the province or area under its jurisdiction.

2. Conservation and Development of Destinations

- Improvement and development of destinations according to a master plan and of major destinations through coordination with operating agencies in the area, working out particulars of the project, and coordination with the Bureau of the Budget and the Comptroller-General's Department on reimbursement for the operations in fiscal 1990. There were altogether 47 projects grouped under 3 categories : projects for small-scale public utilities, landscaping projects and projects on facilities.

- Coordination with related agencies on improvement and development of destinations according to a master plan and of major destinations through coordination and travelling to meet with operating agencies in the area in order to make suggestions, check on and supervise operations on the improvement and development of major destinations in various areas around the country.



3. การสนับสนุนงานประเพณีในจังหวัดต่าง ๆ

- การจัดแสดงแสง-เสียง และกิจกรรมเสริมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัดต่าง ๆ โดยได้ดำเนินการจัดการแสดงแสงและเสียงเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในงานต่าง ๆ เช่น งานเปิดโลกทะเลชุมพร จังหวัดชุมพร งานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี และงานประเพณีลอยกระทงเผาเทียนเล่นไฟ จังหวัดสุโขทัย เป็นต้น

- โครงการแลกเปลี่ยนกิจกรรมทางวัฒนธรรมกับต่างประเทศ โดยได้ส่งทีมเรือตัวแทนประเทศไทยไปร่วมแข่งเรื่อนานาชาติ ณ เมืองเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย เมื่อวันที่ 1-5 มีนาคม 2533 และส่งทีมเรือตัวแทนประเทศไทยร่วมแข่งเรื่อนานาชาติในประเทศสาธารณรัฐสิงคโปร์ วันที่ 24-29 พฤษภาคม 2533

- โครงการจัดงานว่าวนานาชาติ โดยจัดงานขึ้น ณ บริเวณหาดนาจอมเทียน พัทยา จังหวัดชลบุรี เมื่อวันที่ 13-15 เมษายน 2533

- การสนับสนุนงานประเพณีจังหวัดต่าง ๆ การดำเนินงานแบ่งตามงบประมาณที่ได้รับออกเป็น 2 ส่วน คือ

(1) กิจกรรม/งานประเพณีที่ได้รับการจัดสรรจากงบประมาณของ ททท. โดยแบ่งตามพื้นที่ดำเนินการตามโครงการ คือ รวมทั้งสิ้น 20 งาน

(2) กิจกรรมพิเศษที่ได้รับงบประมาณจัดสรรจากโครงการอีสานเขียวรวม 5 กิจกรรม คือ

- โครงการจัดงานมหกรรมว่าวอีสาน จ.บุรีรัมย์ วันที่ 1-2 ธ.ค. 32

- โครงการจัดงานรวมเผ่าไทยมุกดาหาร มะขามหวานชายโขง จ.มุกดาหาร วันที่ 9-15 ม.ค. 2533

- โครงการอีสานสัมพันธ์ จ.นครราชสีมา วันที่ 23 มีนาคม - 3 เมษายน 2533

- โครงการจัดงานวันดอกกล้วยวนาน จ.ศรีสะเกษ วันที่ 9-11 มีนาคม 2533

- โครงการงานวัฒนธรรมสองฝั่งโขง จ.นครพนม วันที่ 29 กันยายน - 4 ตุลาคม 2533

3. Support for Traditional Fairs in Various Provinces

- Light and sound presentations and additional activities to promote tourism of various provinces. Provincial fairs that received light-and-sound support included for example Discover Chumphon's Marine Splendour, the River Kwai Bridge Week, Kanchanaburi, and Loy Krathong and Candle Festival, Sukhothai.

- Project to exchange cultural activities with foreign countries, which included sending a boat team to represent Thailand at an international boat race in Melbourne, Australia on 1-5 March 1990 and sending a boat team to represent Thailand at an international boat race in Singapore on 24-29 May 1990

- Project for international kite festival which was held at Jomtien Beach, Pattaya, Chon Buri on 13-15 April 1990.

- Support for traditional fairs in the provinces may be divided into 2 parts by budgetary allocations:

1. Activities or traditional fairs given budget support out of the TAT's regular budget. They were scattered in different areas and totalled 20 fairs in all.

2. Special activities given budgetary allocations out of the Green E-San Project. There were 5 projects as follows:

- Project for E-San kite festival, 1-2 December 1989

- Project for Mukdahan tribal fair and sweet tamarind on the Mekong, Mukdahan, 9-15 January, 1990

- E-San relations project, Nakhon Ratchasima, 23 March-3 April 1990

- Project for Lamduan Flower Fair, Si Sa Ket, 9-11 March 1990

- Project for Thai-Lao Cultural Fair, Nakhon Phanom, 29 September-4 October 1990.





3. ผลการดำเนินงานของธุรกิจน้ำพุร้อนสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

ความเป็นมา

จังหวัดเชียงใหม่ จัดเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคเหนือ ดอนบน ทั้งนี้เนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งแบบธรรมชาติและแบบในเมืองผสมผสานกัน ธุรกิจการให้บริการอาบน้ำแร่ เป็นลักษณะการให้บริการทางการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ร่วมมือกับสหกรณ์การเกษตรหมู่บ้านสหกรณ์สันกำแพงในการดำเนินธุรกิจน้ำพุร้อนสันกำแพงมาตั้งแต่ปี 2527 โดยขอความร่วมมือจากส่วนราชการและเอกชนหลายฝ่าย อาทิ จังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบท การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กรมทรัพยากรธรณี มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมให้มีสภาพดีขึ้น และสร้างรายได้ให้คนในท้องถิ่นได้มีรายได้เพิ่มเติมจากอาชีพเกษตรกรรมที่ทำอยู่ตามปกติ กิจกรรมที่ให้บริการนักท่องเที่ยวได้แก่ ห้องอาบน้ำแร่ สวนไม้ดอกไม้ประดับ ร้านค้าของที่ระลึก และร้านขายผลิตภัณฑ์จากชาวมุขบ้านสหกรณ์การเกษตร นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเข้าชมและใช้บริการเป็นจำนวนมาก ในปี 2533 มีจำนวนถึง 157,663 คน

ผลการดำเนินงานในรอบปีที่ผ่านมา

ผลการดำเนินงานของธุรกิจน้ำพุร้อนสันกำแพง ประจำปี 2533 ธุรกิจ มียอดขายได้ทั้งสิ้น 2,203,044.26 บาท มีผลกำไรก่อนหักค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์และค่าใช้จ่ายตัดจ่ายจำนวน 1,102,532.69 บาท เมื่อหักค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์และค่าใช้จ่ายตัดจ่ายจำนวน 298,181.38 บาท จะทำให้ธุรกิจ มีกำไรจากการดำเนินงานจำนวน 804,351.31 บาท และเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2532 ธุรกิจ มียอดขายได้เพิ่มขึ้น 525,993.75 บาท

จากการขยายตัวทางการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และการดำเนินการที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ของธุรกิจ เพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น เนื่องจากขีดจำกัดทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวและเป็นการเพิ่มรายได้แก่ธุรกิจ ธุรกิจ จึงได้จัดทำแผนงานการพัฒนาขึ้น โดยในขั้นแรกได้ดำเนินการว่าจ้างบริษัทผู้เชี่ยวชาญจัดทำวางแผนผังในการพัฒนาพื้นที่ (Master Plan) พร้อมทั้งได้ดำเนินการผลิตน้ำแร่สำหรับดื่มออกจำหน่ายซึ่งคาดว่าจะเริ่มออกจำหน่ายในเร็ว ๆ นี้ อีกทั้งได้ร่วมมือกับ ททท. ทำการศึกษาโอกาสและช่องทางในการลงทุนเพื่อพัฒนาน้ำพุร้อนสันกำแพงเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ ต่อไป

3. Results of Operations on San Kamphaeng Hot Spring Enterprise, Chiang Mai

History

Chiang Mai is considered the Upper North's renowned tourism center because of its wonderful mixture of nature and city attractions. Hot spring enterprise is another form of tourism services which have recently come into wide popularity in the North. The Tourism Authority of Thailand joined forces with the agricultural cooperative of Sahakon San Kamphaeng Village in running the San Kamphaeng Hot Spring enterprise since 1984. It requested the cooperation of several government and private agencies, e.g. Chiang Mai provincial authorities, Office of Accelerated Rural Development, Electricity Generating Authority of Thailand and Department of Mineral Resources. The objectives were to improve the condition of the original tourist attraction and generate more income for the local people as extra earnings in addition to their regular income from agriculture. Services provided for tourists included mineral bathrooms, flower gardens, souvenir shops and shops selling farm produce from the agricultural cooperative village. A large number of tourists visited and used the services of the spa. A total of 157,663 visitors came in 1990.

Results of the Operations

In 1990, San Kamphaeng Hot Spring had a gross income of 2,203,044.26 baht and earned a profit of 1,102,532.69 baht before deducting depreciation and amortization. When the depreciation and amortization which totalled 298,181.38 baht were deducted, there was a profit of 804,351.31 baht left. Compared with the 1989 operations, the earnings made by the enterprise increased by 525,993.75 baht.

The tourism expansion of Chiang Mai and the record of its past operations indicated that the number of tourists visiting the enterprise and its earnings increased every year. At present, the enterprise can accommodate only a limited number of tourists under the constraint of the facilities. In order to accommodate the expected increase in tourists and raise its earnings, the enterprise drew up its development plan. At this initial stage, a professional firm was hired to draw up a master plan for area development. The enterprise also began the production of mineral water for sale, which is expected to be in the market very soon. It joined with the TAT in studying the opportunity and possibilities for investment to develop San Kamphaeng Hot Spring commercially.

4. ความช่วยเหลือจากต่างประเทศด้านการพัฒนาการ ท่องเที่ยว

โครงการเงินกู้เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว (OECF)
ปี 2533

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้รับอนุมัติจาก
คณะรัฐมนตรีให้ดำเนินการแผนงานเงินกู้เพื่อพัฒนาและส่งเสริม
การท่องเที่ยว พ.ศ. 2531 - 2534 โดยใช้เงินกู้จากกองทุนความ
ร่วมมือทางเศรษฐกิจโพ้นทะเลแห่งประเทศญี่ปุ่น (The Overseas
Economic Cooperation Fund of Japan : O.E.C.F.) งวดที่ 13 วงเงินรวม
ทั้งสิ้น 1,544.901 ล้านบาท เพื่อดำเนินการโครงการย่อยจำนวน 71
โครงการ ในพื้นที่ท่องเที่ยว 8 พื้นที่ รวม 28 จังหวัด โดยมีหน่วยงาน
ปฏิบัติที่เกี่ยวข้องรวม 8 หน่วยงาน ได้แก่ กรมการปกครอง
กรมป่าไม้ กรมศิลปากร กรมทางหลวง กรมโยธาธิการ สำนักงาน
เร่งรัดพัฒนาชนบท การประปาส่วนภูมิภาค และ ททท. กิจกรรมที่
ดำเนินการพัฒนาในแต่ละกลุ่มท่องเที่ยวโดยใช้เงินกู้นี้ได้เน้นความสำคัญ
ทางการก่อสร้างและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน (โดยเฉพาะถนน)
รวมทั้งการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่าง ๆ และการ
ส่งเสริมด้านการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่แหล่ง
ท่องเที่ยวในพื้นที่ที่กำหนดไว้

ในปี 2533 มีโครงการย่อยที่ดำเนินการภายใต้แผนงานดังกล่าว
อยู่จำนวนทั้งสิ้นรวม 44 โครงการ วงเงินรวม 1,076.558 ล้านบาท
และมีโครงการที่ได้ดำเนินการก่อสร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วในปีนี้จำนวน
13 โครงการ เป็นโครงการที่อยู่ในความรับผิดชอบของกรมการ
ปกครอง 6 โครงการ กรมป่าไม้ 2 โครงการ กรมศิลปากร 2
โครงการ และสำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบท 3 โครงการ โครงการ
ที่ดำเนินการเสร็จแล้วได้แก่ :-

1. โครงการปรับปรุงทางหลวงสายชุมพร - อ่าวทุ่งวีวัฒน์
อ.ปะทิว จ.ชุมพร

2. โครงการปรับปรุงถนนสายกรุน้อย อ.เมือง จ.ระยอง
3. โครงการปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก
ศูนย์วัฒนธรรมและผ้าไหมปักธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา
4. โครงการปรับปรุงถนนทางเข้าบ้านแม้วตอยปุย อ.เมือง
จ.เชียงใหม่
5. โครงการปรับปรุงถนนวัดสว่างอารมณ์ - อ่าวแดง
อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี
6. โครงการปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก
อนุสาวรีย์สุนทรภู่ อ.แกลง จ.ระยอง
7. โครงการปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก
อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะลันตา อ.คุระบุรี จ.พังงา
8. โครงการก่อสร้างท่าเทียบเรืออุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์
อ.คุระบุรี จ.พังงา
9. โครงการปรับปรุงถนนเมืองเซลิ้ง - ศรีสีชนาลัย - เตาทูเรียง
อ.ศรีสีชนาลัย จ.สุโขทัย
10. โครงการปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก
ปราสาทหินศิขรภูมิ อ.ศิขรภูมิ จ.สุรินทร์
11. โครงการปรับปรุงทางแยกเข้าน้ำตกคลองลาน อ.คลองลาน
จ.กำแพงเพชร
12. โครงการปรับปรุงทางสายบ้านบุญ - บ้านโคกสะอาด
อ.ปะโคนชัย จ.บุรีรัมย์
13. โครงการปรับปรุงทางสายบ้านยายแยม - บ้านจรเข้มาก
อ.ปะโคนชัย จ.บุรีรัมย์

ผลที่ได้รับจากการพัฒนาโครงการดังกล่าว นอกจากจะช่วย
ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้นแล้ว ยังสามารถ
เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวภายในกลุ่มและต่างกลุ่มด้วยเมื่อมีการพัฒนา
เส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังทำให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว
ประหยัดเวลา และทำให้การเดินทางมีลักษณะเป็นวงจรมากขึ้น





4. Overseas Assistance for Tourism Development

OECF Loan Programs for Tourism Development and Promotion 1990

The Tourism Authority of Thailand (TAT) was granted approval by the Cabinet to implement the loan plan for tourism development and promotion 1988-1991 with the loan agreement under the Overseas Economic Cooperation Fund (OECF) of Japan No. 13 in the amount of 1,544.901 million baht. The loan programs supported 71 sub-projects in 8 tourist areas that comprised 28 provinces and was executed by 8 agencies in related operations : the Local Administration Department, the Royal Forestry Department, the Fine Arts Department, the Department of Highways, Public Works Department, the Office of Accelerated Rural Development, the Provincial Water Works Authority and the TAT. The development work in each area under the loan program stressed the construction and improvement of the infrastructures (particularly roads) including the improvement of necessary facilities and marketing promotion to publicize destinations in the designated areas.

In 1990 alone, there were 44 sub-projects brought into operation under the loan programs in the amount of 1,076.558 million baht. Of the number, 13 projects were already completed in the year. Six projects were under the responsibility of the Local Administration Department, 2 projects under the Royal Forestry Department, 2 projects under the Fine Arts Department, and 3 projects under the Office of the Accelerated Rural Department. The projects were:

1. Project to improve Chumphon-Ao Thung Wua Laen Highway, Amphoe Pathiu, Chumphon

2. Project to improve Karun Noi Road, Amphoe Muang, Rayong
3. Project to improve landscape and facilities at Pak Thong Chai Cultural and Silk Center, Amphoe Pak Thong Chai, Nakhon Ratchasima
4. Project to improve side-road into Doi Pui Meo Village, Amphoe Muang, Chiang Mai
5. Project to improve Wat Sawang Arom-Ao Chaweng, Amphoe Ko Samui, Surat Thani
6. Project to improve landscape and facilities at Sunthonphu Monument, Amphoe Klaeng, Rayong
7. Project to improve landscape and facilities at Similan Islands National Marine Park, Amphoe Khura Buri, Phangnga
8. Project to build ferry landing stage at Surin Islands National Marine Park, Amphoe Khura Buri, Phangnga
9. Project to improve Muang Chaliang-Si Satchanalai-Thuriang Kiln, Amphoe Si Satchanalai, Sukhothai
10. Project to improve landscape and facilities at Prasat Hin Sikhorphum, Amphoe Sikhorphum, Surin
11. Project to improve side-road into Khlong Lan Waterfall, Amphoe Khlong Lan, Kamphaeng Phet
12. Project to improve Ban Bu-Ban Khok Sa-ad route, Amphoe Prakhon Chai, Buri Ram
13. Project to improve Ban Yai Yam-Ban Chorakhei Mak route, Amphoe Prakhon Chai, Buri Ram

The results of these development projects were two-fold: To renovate the condition of each destination and to link together destinations in each zone and with those in different zones after the development of routes into the destinations was completed. The direct benefits included ease, speed, time-saving and more extensive circuit tourism.





การพัฒนาบริการและบุคลากร Services and Personnel Development

1. การพัฒนาบริการท่องเที่ยว

1. การบริการทางการท่องเที่ยว

- การอำนวยความสะดวกและบริการท่องเที่ยว ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในเรื่องของการอำนวยความสะดวก การแก้ไขปัญหา และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและบุคคลที่เกี่ยวข้อง อาทิ กรมการขนส่งทางบก เพื่อสนับสนุนการจดทะเบียนรถยนต์โดยสารไม่ประจำทางและการขอเปิดสัมปทานเดินรถกรมการเดินพาณิชย์ เพื่อขอรับการสนับสนุนการบินเช่าเหมาลำให้แก่บริษัทและสายการบินต่างชาติที่จะนำนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในราชอาณาจักร กระทรวงการต่างประเทศ เรื่องการอำนวยความสะดวกในการตรวจลงตราหนังสือเดินทางให้แก่นักท่องเที่ยว กระทรวงมหาดไทย เรื่องการกำหนดช่องทางอนุญาตตรวจตราหนังสือเดินทางเพิ่มเติม ณ ด่านตรวจคนเข้าเมือง 3 แห่ง ได้แก่ สนามบินเชียงใหม่ สนามบินภูเก็ต และสนามบินหาดใหญ่ การกำหนดเขตท่องเที่ยวอันเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามมติคณะรัฐมนตรี กรณีจังหวัดพัทลุงขอรับการสนับสนุนเป็นเขตท่องเที่ยวอันเป็นแหล่งท่องเที่ยว

- การพัฒนาบุคลากรในการให้บริการขนส่ง ประสานงานกับสำนักงาน ททท.ในสวนภูมิภาค จัดการอบรมเพื่อให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและภาษาอังกฤษพื้นฐานในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ให้แก่พนักงานขับรถรับจ้างและคนขับรถม้าในเขตพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ คือ ลำปาง นครราชสีมา พัทยา/ชลบุรี และเชียงใหม่ ประสานงานกับสำนักงาน ททท.กาญจนบุรี จัดการอบรมพนักงานขับรถรับจ้างที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

การติดตั้งและซ่อมแซมป้ายตู้แผนที่ สำรอง ปรับปรุง และแก้ไขข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นกับตู้แผนที่จังหวัดพิษณุโลก ซ่อมแซมและติดตั้งตู้แผนที่เพิ่มเติมในเขตพัทยา ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดหาผู้รับเหมาดำเนินการซ่อมแซมตู้แผนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร ชี้แจงรายละเอียดการซ่อมแซมตู้แผนที่แสดงแหล่งท่องเที่ยวของบริษัทอีกฝ่าย

- การจัดพิมพ์เอกสารเพื่อป้องกันปัญหาความเดือดร้อนแก่นักท่องเที่ยวจัดพิมพ์คู่มือมีคฤศเทกซ์นำชมพระบรมมหาราชวังและวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ภาษาญี่ปุ่น ภาษาจีน ภาษาเกาหลี และภาษาฝรั่งเศส

- โครงการส่งเสริมมาตรฐานภัตตาคารและร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวจัดการอบรมพนักงานบริการจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดใกล้เคียง ตรวจสอบสภาพพนักงานบริการในภัตตาคารและร้านอาหารที่เป็นสมาชิก จำนวน 1,172 ราย ดำเนินการจัดพิมพ์คู่มือการพัฒนาบริการในภัตตาคารและร้านอาหาร

- โครงการส่งเสริมและยกระดับมาตรฐานธุรกิจสินค้าของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว จัดการประชุมคณะอนุกรรมการส่งเสริมมาตรฐานร้านค้าของที่ระลึก ครั้งที่ 3/2532 เมื่อวันที่ 7 ธันวาคม 2532 ตรวจสอบคุณสมบัติร้านค้าของที่ระลึกที่สมัครขอรับเครื่องหมายคุณภาพร้านค้าของที่ระลึก จัดทำเอกสารแก้ไขปัญหาการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวด้านการจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก

2. งานศูนย์รวบรวมข้อมูลและเผยแพร่ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

- โครงการศึกษาและสำรวจข้อมูลหลักทางด้านอุปสงค์และอุปทานของนักท่องเที่ยว แบ่งการดำเนินงานออกเป็น 2 โครงการย่อย คือ :-

(1) การสำรวจข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทยทั้งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ปี 2533 บันทึกข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ จำแนกตามสัญชาติและถิ่นที่อยู่ ณ กองตรวจคนเข้าเมือง

(2) การสำรวจค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย ปี 2533 โดยว่าจ้างหน่วยนโยบายและพยากรณ์เศรษฐกิจและสังคม สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นผู้ดำเนินการ

- โครงการสำรวจและศึกษาข้อมูลหลักทางการท่องเที่ยวภายในประเทศ แบ่งการดำเนินงานออกเป็น 2 โครงการย่อย คือ :-

(1) การสำรวจนักท่องเที่ยวเดินทางภายในประเทศ ปี 2533 อยู่ระหว่างการติดต่อสถาบันการศึกษาเพื่อเป็นผู้ดำเนินการ

(2) การสำรวจอัตราการเข้าพักแรม ปี 2533 ปฏิบัติงานเก็บข้อมูลภาคสนามในช่วงแรก

- การรวบรวมและวิเคราะห์ วิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวระยะ 6 เดือนแรกของปี 2532 สถานการณ์ตลาดอังกฤษ สรุปข้อมูลความร่วมมือระหว่างไทย-ยุโรปตะวันออก

- การปรับปรุงแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 อยู่ในระหว่างการพิจารณาปรับปรุงแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7

- โครงการประเมินผลการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในประเทศ โดยว่าจ้างคณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เป็นผู้ดำเนินการศึกษา ขณะนี้อยู่ในระหว่างการเสนอแนวทางการดำเนินการต่อ ททท.



1. Tourism Service Development

1. Tourism Services

- Tourist facilitation and services. Coordination was made with related agencies in giving facilitation, solving problems and providing services to tourists and related persons, e.g. with the Department of Local Transport in the registration of coaches and granting concession to operate car transportation, with the Department of Aviation to promote charter flights by foreign airlines to bring tourists into the country, with the Ministry of Foreign Affairs in facilitating the granting of visas to tourists, with the Ministry of Interior in setting up more counters for processing visas at 3 immigration check-points, i.e. Chiang Mai Airport, Phuket Airport and Hat Yai Airport, and the designation of zones as tourist destinations in accordance with the Cabinet's decision as in the case of Phatthalung Province requesting the support for the tourist destination status.

- Development of transportation service personnel.

Coordination was made with the TAT local offices in providing training in the fundamental knowledge of the tourism industry and basic English to drivers of passenger vehicles and horse-drawn carriages in serving tourists in various provinces, i.e. Lampang, Nakhon Ratchasima, Pattaya/Chon Buri and Chiang Mai. Coordination was made with the TAT Kanchanaburi office in providing training to drivers of passenger vehicles who served tourists in Kanchanaburi.

- Installation and repair of map stands. Survey, improvement and correction were made to map stands in Phitsanulok. Repair and installation of more map stands were made in Pattaya. Coordination was made with related agencies in seeking the contractor to repair map stands in Bangkok.

- Project to promote and upgrade tourist souvenir industry standard. A meeting of the sub-committee for the promotion of souvenir shop standard was convened for its 3/1989 session on 7 December 1989. The examination of the qualifications of souvenir shops applying for the quality emblem was made. Documents on seeking solutions to the problem of the souvenir shop's exploitation of tourists were produced.

2. Center to Compile and Disseminate Tourism Data

- Project to study and survey basic data on the demand and supply of tourists. The operations were composed of 2 sub-projects:

1. Survey of data on the international tourist arrivals to Thailand by air, land and sea in 1990. The international tourist arrivals data were recorded by nationality and country of residence at the Immigration Division.

2. Survey of the expenditure of the international tourist arrivals to Thailand in 1990. The Economic and Social Policy and Prediction Unit, Institute of Social Research, Chulalongkorn University was hired to undertake the survey.

- Project to survey and study the basic data on domestic tourism. The operations were composed of 2 sub-projects:

1. Survey of tourists travelling inside the country in 1990. It was in the process of finding an academic institute to undertake the survey.

2. Survey of hotel occupancy in 1990. Field data collection was made.

- Compilation and analysis. Analysis and data summary were made on the tourism situation in the first half of 1989, the situation of the United Kingdom market, and the Thai-Eastern European cooperation.

- Improvement of tourism development planning under the 6th National Economic and Social Development Plan. The process was made with the consideration of the tourism development concepts under the 7th National Economic and Social Development Plan.

- Project to evaluate the results of domestic advertising and public relations. The Faculty of Journalism and Mass Communications, Thammasat University was hired to undertake the study. It was in the process of submitting the lines of operations to the TAT.



3. การดำเนินงานของศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว (ศชท.)

ศชท.เป็นหน่วยงานหนึ่งของ ททท. มีหน้าที่บริการอำนวยความสะดวก

ในการรับแจ้งเรื่องร้องเรียนของนักท่องเที่ยว รักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว โดยหามาตรการป้องกันและลดอุบัติเหตุหรืออันตรายต่าง ๆ ที่จะเกิดแก่นักท่องเที่ยว โดยร่วมกำหนดแผนปฏิบัติงานประจำปีกับกองกำกับการ 8 กองปราบปราม นอกจากนี้ยังให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว อำนาจความสะดวกต่าง ๆ และดำเนินการในขอบเขตอำนาจหน้าที่ที่สามารถกระทำได้

- รับเรื่องร้องเรียนทั้งสิ้น 546 เรื่อง ดำเนินการเสร็จสิ้น 402 เรื่อง อยู่ระหว่างดำเนินการ 114 เรื่อง ไม่สามารถดำเนินการได้เนื่องจากข้อมูลไม่เพียงพอ 30 เรื่อง ซึ่งแยกลักษณะการร้องเรียนได้ดังนี้ :-

- ก. เกี่ยวกับร้านค้าอาชญากรรม 345 เรื่อง
- ข. โรงแรมที่พัก 64 เรื่อง
- ค. บริษัทนำเที่ยว 94 เรื่อง
- ง. ก่อความเดือดร้อน 43 เรื่อง

- ให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวที่ได้รับอุบัติเหตุและช่วยประสานงานในการอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ แก่ผู้เคราะห์ร้ายรวมทั้งสิ้นจำนวน 69 ราย

- รับมอบทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวจากพลเมืองดีและ ศชท.

ได้นำส่งคืนนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นเจ้าของโดยตรง หรือผ่านทางสถานทูต รวมทั้งสิ้นจำนวน 29 ราย

- ให้ความช่วยเหลือ แนะนำข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวทางโทรศัพท์ รวมทั้งสิ้นจำนวน 2,177 ราย

- ร่วมกับกองบัญชาการอาสาสมัครรักษาดินแดน กระทรวงมหาดไทยในการจัดอบรมสมาชิกกองอาสาสมัครรักษาดินแดนเพื่อช่วยในการให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และร่วมคุ้มครอง อนุรักษ์ และฟื้นฟูทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทั้งประเภทธรรมชาติและโบราณสถานตามโครงการกองอาสาสมัครรักษาดินแดน (อส.) สนับสนุนการท่องเที่ยวซึ่งจัดอบรมให้แก่สมาชิกอาสาสมัคร 7 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี ภูเก็ต สงขลา สุราษฎร์ธานี ชลบุรี และกาญจนบุรี

- ติดตามประสานงานกับหน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและเอกชนเพื่อปรับปรุงมาตรการเพิ่มเติมในการอำนวยความสะดวกและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว

- รวบรวมสถิติผลคดีที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว เพื่อรายงานการปฏิบัติงานของ ศชท.และกองกำกับการ 8 กองปราบปรามทุกระยะ

- จัดทำแผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีของกองกำกับการ 8 กองปราบปราม ร่วมกับกองกำกับการ 8 กองปราบปราม

- ประสานงานในการรักษาความปลอดภัยในงานกิจกรรมต่าง ๆ ที่ ททท.จัดขึ้น

3. Tourist Assistance Center (TAC)

The TAC is an agency of the TAT and has the duty to give facilitation to tourists by administering to their complaints and providing safety protection to tourists through measures to prevent and reduce accidents or dangers that may happen to tourists under the annual plan of operations jointly laid down with Sub-Division 8, Crime Suppression Division. In addition, it rendered other assistance and facilitation to tourists within its authorized powers and responsibilities.

- A total of 546 complaints were lodged with 402 cases completed, 114 cases under investigation and 30 cases suspended owing to insufficient evidence. They were:

- A. Jewelry shops 345 cases
- B. Hotels 64 cases
- C. Travel agents 94 cases
- D. Inconveniences 43 cases

- Assistance was given to tourists injured in accidents and various forms of facilitation were provided to a total of 69 tourists.

- Tourists's belongings were handed over by law-abiding citizens to the TAC which returned them directly or through embassies to a total of 29 tourists.

- Advice and information were given on telephone to tourists on 2,177 occasions.

- Training was given jointly with the Volunteers Defence Division, the Ministry of Interior to members of the Volunteers Defence Division on the provision of security protection to tourists and on the conservation and restoration of tourism resources in both nature and archaeological site categories under the Volunteers Defence Division to support tourism. Training was given to volunteer members in 7 provinces: Prachuab Khiri Khan, Phetchaburi, Phuket, Songkhla, Surat Thani, Chon Buri and Kanchanaburi.

- Coordination was made with the government and private sectors to improve upon and seek out measures to provide facilitation and assistance to tourists.

- Statistical compilation of tourist complaint cases was made as a record of the operations of the TAC and Sub-Division 8, Crime Suppression Division.

- Annual operating plan and budget appropriations plan of Sub-Division 8 were jointly drawn up by the TAC and Sub-Division 8, Crime Suppression Division.

- Security coordinations were made for the TAT-organized activities.



2. การพัฒนาบุคลากร ททท.

ในปีงบประมาณ 2533 มีอัตรากำลังรวม 743 อัตรา คือ พนักงาน จำนวน 586 อัตรา แยกตามระดับได้ดังนี้

ระดับ	อัตรากำลัง
11	1
10	3
9 - 10	1
9	9
8	39
7	30
6	152
5	88
4	77
3	132
2	25
1	29
รวม	586

ลูกจ้าง จำนวน 157 คน

จากอัตรากำลังทั้งหมดนี้ ททท. ได้กระจายกำลังไปยัง

สำนักงานในประเทศและต่างประเทศ เพื่อสนับสนุนการส่งเสริมการตลาดให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลทางการท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด โดยจัดแบ่งอัตรากำลังได้ดังนี้

สำนักงาน ททท.ในประเทศ	จำนวนพนักงาน	จำนวนลูกจ้าง
1. สำนักงานเชียงใหม่	6	3
2. สำนักงานนครราชสีมา	6	-
3. สำนักงานกาญจนบุรี	4	3
4. สำนักงานพญา	4	1
5. สำนักงานภูเก็ต	3	4
6. สำนักงานหาดใหญ่	4	3
7. สำนักงานพิษณุโลก	4	1
8. สำนักงานสุราษฎร์ธานี	4	5
9. สำนักงานอุบลราชธานี	4	2
10. สำนักงานชะอำ	2	-
11. สำนักงานขอนแก่น	1	-

2. Development of TAT Personnel

In fiscal 1990, there was altogether a staff force of 743 positions. They were:

Regular staff members: 586 positions whose breakdown by level was as follows:

Level	Position
11	1
10	3
9-10	1
9	9
8	39
7	30
6	152
5	88
4	77
3	132
2	25
1	29
Total	586

Employees: 157 positions.

The TAT spread this staff force to its local and overseas offices to give efficient and effective support to its marketing promotion as follows:

TAT Local Office	Staff	Employee
1. Chiang Mai	6	3
2. Nakhon Ratchasima	6	-
3. Kanchanaburi	4	3
4. Pattaya	4	1
5. Phuket	3	4
6. Hat Yai	4	3
7. Phitsanulok	4	1
8. Surat Thani	4	5
9. Ubon Ratchathani	4	2
10. Cha-am	2	-
11. Khon Kaen	1	-

สำนักงาน ททท.ต่างประเทศ	จำนวนพนักงาน	จำนวนลูกจ้าง
1. สำนักงานภูมิภาคญี่ปุ่น	3	2
2. สำนักงานภูมิภาคอเมริกา	3	2
3. สำนักงานนิวยอร์ก	2	2
4. สำนักงานลอนดอน	2	3
5. สำนักงานแฟรงก์เฟิร์ต	2	2
6. สำนักงานซิดนีย์	2	2
7. สำนักงานสิงคโปร์	2	3
8. สำนักงานปารีส	2	3
9. สำนักงานฮ่องกง	2	2
10. สำนักงานกัวลาลัมเปอร์	2	2
11. สำนักงานกรุงโรม	2	2
12. สำนักงานโอซากา	2	2

นอกจากนี้ ททท.ได้วางแผนที่จะเปิดสำนักงานทั่วประเทศ เพื่อรองรับการแผ่ขยายตัวของการท่องเที่ยว ที่ต้องรีบเร่งวางแผน และประสานงานในการพัฒนาและอนุรักษ์ รวมทั้งการปรับปรุงและ แก้ไขปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถ ของสำนักงานในส่วนภูมิภาค โดยทำการเปิดสำนักงานในประเทศขึ้น 4 แห่ง ในปี 2533 ดังนี้

1. ภาคเหนือ ที่จังหวัดเชียงราย
2. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่จังหวัดขอนแก่น
3. ภาคตะวันออก ที่จังหวัดระยอง
4. ภาคใต้ ที่จังหวัดนครศรีธรรมราช

เพื่อเพิ่มพูนความรู้และความสามารถในการปฏิบัติงานของ พนักงาน ททท. ได้จัดอบรม สัมมนา บรรยาย และดูงานแก่พนักงาน โดยจัดอบรมภายในและส่งพนักงานเข้ารับการอบรมภายนอกหน่วยงาน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในปี 2533 ดังนี้

1. **ส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรมและศึกษาดูงาน ณ ต่างประเทศ จำนวน 10 ราย หลักสูตรต่าง ๆ ดังนี้**

- หลักสูตร Tourism Development in Development Countries ประเทศอิสราเอล 1 ราย
- หลักสูตร Tourism Promotion ประเทศญี่ปุ่น 1 ราย
- หลักสูตร Executive Development Industry for Tourism (EDIT Program) ประเทศสหรัฐอเมริกา 1 ราย
- ดูงานเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยว ประเทศ ออสเตรเลีย 2 ราย
- ดูงาน INTERBEE '89 ประเทศญี่ปุ่น 1 ราย
- ดูงาน Broadcast Asia '90 ประเทศสหรัฐอเมริกาและ สิงคโปร์ 3 ราย
- ดูงาน International Broadcasting Convention ประเทศ อังกฤษ 1 ราย

2. **ส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรม สัมมนา และศึกษาใน ประเทศจำนวน 212 ราย หลักสูตรส่วนใหญ่เกี่ยวกับการพัฒนา คุณภาพของบุคลากรในทุก ๆ ด้าน และหลักสูตรอื่น ๆ เช่น**

- **ด้านวิชาการทั่วไป** ได้แก่ การบริหารโครงการ การสื่อสาร กับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 7 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แกนนำการพัฒนาในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 7 การออกแบบและวางแผนการจัดทำ ระบบสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจ ทรัพยากรมนุษย์โครงการชายฝั่ง ทะเลภาคใต้และการพัฒนาภาคใต้ การพัฒนาเมืองและควบคุม ประสิทธิภาพญี่ปุ่นและไทย เทคนิคการฝึกอบรมในธุรกิจโรงแรม สถิติสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ประชุมทางวิชาการสถิติ ประยุกต์ ข่ายงานข้อมูลแรงงานในประเทศไทย การเขียนโครงการ วิจัย การพัฒนาหลักสูตร ระบบศูนย์รวมแหล่งข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม ทิศทางการปฏิรูปนโยบายเศรษฐกิจไทยในทศวรรษหน้า
- **ด้านคอมพิวเตอร์** ได้แก่ Lotus 1-2-3, Economic Data

Analysis by Using Microcomputer, การประมวลผลด้วยระบบ คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2533 ภาควิชา Computer Concept and Programming Logic (100) และภาควิชาการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปกับ Micro computer (650), Introduction to Computer, DBASE III Plus, บทบาทคอมพิวเตอร์ในการพัฒนา สถิติและคอมพิวเตอร์ในยุค เทคโนโลยีสารสนเทศ

- **ด้านประชาสัมพันธ์** ได้แก่ ปี 2533 ธุรกิจจะฟูหรือเฟื่อง อยู่ที่การประชาสัมพันธ์ ระบบสื่อสารสมัยใหม่ (OPZ) นำไทยไปสู่ ความมั่งคั่งจริงหรือ การต้อนรับที่ประสบผลสำเร็จ

- **ด้านบริหารและบัญชี** ได้แก่ ระบบการบริหารพัสดุกับความ มั่นคงของชั้น การจัดงานบุคคลชั้นสูง สถานภาพ บทบาท และ ทิศทางของการฝึกอบรมในการพัฒนาหน่วยงานในทศวรรษที่ 1990 การวิจัยและพัฒนาเพื่อพึ่งตนเองและกฎหมายแรงงานใหม่ ปี 2533 การงบประมาณระดับผู้บังคับบัญชา การวางระบบและบริหาร งบประมาณสัมพันธในรัฐวิสาหกิจ เทคนิคการหาความจำเป็นในการ ฝึกอบรม การสร้างและพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม การบริหารงาน พัสดุที่มีประสิทธิภาพ โรคของนักบริหารสมัยใหม่ รัฐวิสาหกิจ เข้าตลาดหลักทรัพย์ ใครได้ใครเสีย งานมหกรรมเสริมสร้างคุณภาพ การประชุมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรการนำบริหารร่างกายในการ ฝึกอบรม เพื่อประสิทธิภาพการบริหารโดยการตรวจสอบภายใน

- **ด้านอื่น ๆ** ได้แก่ กฎหมายแรงงาน ประเด็นปัญหาปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ยกระดับ เลขาธิการ ดำนำ ประมุขให้ความรู้แก่ผู้ที่จะเดินทางไปต่าง ประเทศและผู้ปฏิบัติหน้าที่ต้อนรับชาวต่างประเทศ ประชุมทาง วิชาการเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยประจำปี 2532 มนุษย์สัมพันธ์ในการทำงาน เสริมสร้างความเป็นเลิศในการให้ บริการ เพื่อพัฒนาประชาธิปไตย อุดมศึกษาบนเส้นทาง การเปลี่ยนแปลงของสังคมในทศวรรษหน้า วัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมกับการท่องเที่ยว เทคโนโลยีพื้นฐานและการวางแผนระบบสื่อสาร



ผ่านดาวเทียม การจัดหมวดหมู่หนังสือระบบหอสมุดรัฐสภาอเมริกัน
สัมมนาระหว่างประเทศเรื่อง "แรงงานในญี่ปุ่น"

3. การจัดอบรม สัมมนา บรรยาย และดูงานของพนักงาน
จำนวน 93 ราย โดย ททท. จัดขึ้นเอง ได้แก่ ปฐมนิเทศผู้เข้า
ปฏิบัติงานใหม่ การให้ข่าวสารในวันหยุด

TAT Overseas Office	Staff	Employee
1. Japan Regional Office	3	2
2. America Regional Office	3	2
3. New York	2	2
4. London	2	3
5. Frankfurt	2	2
6. Sydney	2	2
7. Singapore	2	3
8. Paris	2	3
9. Hong Kong	2	2
10. Kuala Lumpur	2	2
11. Rome	2	2
12. Osaka	2	2

In addition, the TAT planned to open offices all over the country in preparation for tourism expansion which must be urgently planned and coordinated with respect to development and conservation as well as improvement and solving various problems and obstacles that happen in order to raise the capabilities of the regional offices. Four such offices were opened in 1990:

1. The North at Chiang Rai
2. The Northeast at Khon Kaen
3. The East at Rayong
4. The South at Nakhon Si Thammarat

To enhance the knowledge and skills of its staff in their job performance, the TAT provided them with in-house and external training, seminars, lectures and study tours undertaken inside the country and abroad in 1990 as follows:

1. Training and study tours abroad were given to 10 Officers in the following courses:

- Tourism Development in Developing Countries, Israel 1 officer
- Tourism Promotion, Japan 1 officer
- Executive Development Industry for Tourism (EDIT Program), United States of America 1 officer
- Study tour on the tourism situation, Australia 2 officers
- Study tour at INTERBEE'89, Japan 1 officer
- Study tour at Broadcast Asia'90, United States of America and Singapore 3 officers
- International Broadcasting Convention, United Kingdom 1 officer

2. Training, seminars and study tours inside the country were open to 212 officers. Most of the courses were concerned with all aspects of the upgrading of manpower quality and others:

- **Technical subjects:** Project administration, communications and the 7th Development Plan, science and technology, guiding principles of development in the 7th Development Plan, design and planning of information system for decision-making, human resources: project for the southern coast and southern development and control: Japanese-Thai experience, training technique in hotel business, research, statistics for social science, conference on applied statistics, labour data network in Thailand, research project writing, course development, environmental data processing system, and direction of the reformation of economic policy in the next decade.

- **Computers:** Lotus 1-2-3, Economic data analysis by using microcomputer, evaluation by computer 1990 with computer concept and programming logic (100) and microcomputer (650), introduction to computer, DBASE III plus, role of computer in development, and statistics and computer in the age of information technology.

- **Public relations:** 1990-public relations as cause of business boon or bane, Will modern communications system (DPZ) bring prosperity to Thailand?, and successful hospitality

- **Administration and accountancy:** Store administration system and rack stability, advanced personnel management, status, role and direction of training in agency development in the 1990s, research and development for self-reliance and new labour law 1990, budgeting for supervisors, system and administration of labour relations in state enterprise, technique for spotting training necessity, creation and development of training courses, effective store administration, diseases of modern executives, state enterprise listed in stock market: who's the winner and loser, health promotion fair, workshop on exercise and training, and internal examination for executive efficiency:

- **Other:** Labour - current issues and future trends, prevention and relief of public disaster, upgrading of secretaries, diving, orientation for those about to go abroad and those whose duty is to give hospitality to foreigners, technical conference on security protection 1989, human relations at work, creating excellence in service, for democracy development, tertiary education and social change in the next decade, environmental culture and tourism, fundamental technology and satellite communication system, library of Congress classification system, and international seminar entitled "Labour in Japan".

3. In-house training, seminar, lecture and study tour were given to 93 staff members, consisting of orientation of new staff members and information counter service on public holidays.

3. การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว

จากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบกับสภาพการแข่งขันที่มีสูงขึ้นทั้งจากภายในประเทศและต่างประเทศ เป็นผลให้ความต้องการแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมีมากขึ้นเป็นลำดับ

ททท.ได้ประสานงานและร่วมมือกับหน่วยงาน สถานบันการศึกษา ทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จัดโครงการอบรม ประชุม สัมมนา เพื่อผลิตและพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีจำนวนและคุณภาพเพียงพอต่อความต้องการ ตลอดจนมีการวางแผนทางเพื่อพัฒนาหลักสูตร และการเรียนการสอนวิชาการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานในระดับสากล อันเป็นการแก้ไขปัญหาทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยมีโครงการต่าง ๆ ที่สำคัญคือ

1. การจัดอบรมวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว

ปัจจุบันการผลิตบุคลากรทางการท่องเที่ยวโดยสถานบันการศึกษายังไม่สามารถทำได้เพียงพอต่อความต้องการ จึงมีการจัดอบรมระยะสั้นในหลักสูตรต่าง ๆ คือ

1.1 การอบรมมีคฤหะศึก ททท.ร่วมกับสถานบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาจัดการอบรมมีคฤหะศีกภาษาต่าง ๆ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส ภาษาเยอรมัน ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น โดยในปี 2533 มีการจัดอบรมรวม 10 ครั้ง จำนวนผู้สำเร็จการอบรมรวม 987 คน แยกเป็น ภาคกลาง 820 คน ภาคเหนือ 55 คน ภาคตะวันออก เชียงเหนือ 56 คน ภาคใต้ 56 คน

1.2 การอบรมวิชาการโรงแรมและภัตตาคาร ททท.ร่วมกับสถานบันการศึกษา ชมรมและสมาคมที่เกี่ยวข้อง ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จัดการอบรมวิชาการโรงแรมและภัตตาคาร ทั้งในระดับบริการ ระดับหัวหน้างาน จนถึงระดับผู้บริหาร โดยในระดับบริการ แยกเป็นหลักสูตรพนักงานบริการส่วนหน้าของโรงแรม หลักสูตรพนักงานแม่บ้าน หลักสูตรพนักงานบริการอาหารและเครื่องดื่ม โดยในปี 2533 มีการอบรมรวม 9 ครั้ง มีผู้ผ่านการอบรม 740 คน แยกเป็นภาคกลาง 218 คน ภาคตะวันออก 56 คน ภาคเหนือ 175 คน ภาคตะวันออกเชียงเหนือ 173 คน และภาคใต้ 118 คน

2. การดำเนินงานของสถานบันฝึกอบรมวิชาการโรงแรมและ

42 การท่องเที่ยว (สรท.) ที่บางแสน ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี

สถานบันฝึกอบรมวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว (สรท.) เป็นหน่วยงานที่ ททท.จัดตั้งขึ้นเพื่ออบรมวิชาชีพหลักสูตรระยะสั้น 1 ปี ผลิตบุคลากรเป็นพนักงานระดับพื้นฐานหรือระดับปฏิบัติการสำหรับประกอบอาชีพในธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว แผนกที่เปิดสอนมีแผนกบริการส่วนหน้า แผนกแม่บ้าน แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม แผนกประกอบอาหาร และแผนกธุรกิจท่องเที่ยว

ในรอบปีงบประมาณ 2533 สรท.ได้เปิดฝึกอบรมหลักสูตรต่าง ๆ และให้ความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ ในการจัดฝึกอบรมดังนี้ :-

- การจัดฝึกอบรมนักศึกษา รุ่นที่ 9 ประจำปีการศึกษา 2532 ระยะเวลา 1 ปี (กันยายน 2532 - สิงหาคม 2533) นักศึกษาเสร็จสิ้นการฝึกปฏิบัติงานตามสถานประกอบการต่าง ๆ ระยะเวลา 3 เดือน (มิถุนายน - สิงหาคม 2533) โดยได้รับความร่วมมือจากโรงแรม บริษัทนำเที่ยวและสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ รับผิดชอบเข้าฝึกปฏิบัติงานรวม 48 แห่ง ต่างประเทศคือโรงแรม วิลล่า ประเทศสาธารณรัฐเกาหลี ในประเทศประกอบด้วย กรุงเทพฯ 26 แห่ง พัทยา 9 แห่ง เชียงใหม่ 6 แห่ง กูเก็ต 4 แห่ง หัวหิน-ชะอำ 2 แห่ง

- การจัดฝึกอบรมนักศึกษา รุ่นที่ 10 ประจำปี 2533 ระยะเวลา 9 เดือน โดย สรท.ได้ปรับปรุงหลักสูตรฝึกอบรมใหม่ให้สามารถจัดอบรมนักศึกษาได้เพิ่มขึ้นเป็นปีละ 2 รุ่น (รวม 480 คน) เพื่อผลิตบุคลากรสาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยวให้ได้จำนวนมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงาน โดยได้จัดฝึกอบรมภาคทฤษฎีที่สถานบันเป็นระยะเวลา 6 เดือน ฝึกปฏิบัติงานระยะเวลา 3 เดือน รวม 9 เดือน (สิงหาคม 2532 - เมษายน 2533) สรท.ได้เริ่มจัดการเรียนการสอนสำหรับนักศึกษา รุ่นที่ 10 ต่อไป มีนักศึกษาผ่านการสอบคัดเลือกเข้ารับการฝึกอบรมตามหลักสูตรในแผนกต่าง ๆ 245 คน

- ให้ความร่วมมือหน่วยงานภายนอกจัดอบรมหลักสูตรระยะสั้น รวม 14 ครั้ง อาทิ อบรมวิชาการโรงแรมแผนกต่าง ๆ หลักสูตรพนักงานโรงแรมและภัตตาคารระดับบริการ และวิชาการโรงแรมภาคทฤษฎี เป็นต้น

- การจัดอบรมหลักสูตรของ สรท.ในโครงการต่าง ๆ รวม 3 ครั้ง คือ :-

: หลักสูตรระยะสั้นให้บุคคลภายนอก

: อบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับผู้บริหาร ในหัวข้อ Building Effectiveness of Survey

- จัดวิทยากรบรรยายพิเศษและแนะแนวการศึกษาให้หน่วยงานภายนอก รวม 18 ครั้ง อาทิ เรื่องศิลปการบังคับบัญชาและจิตวิทยาในการทำงาน เรื่องความรู้ด้านงานอาชีพโรงแรม และเรื่องการสื่อสารข้อความ เป็นต้น

- จัดวิทยากรภายนอกมาบรรยายพิเศษ รวม 2 ครั้ง เรื่อง ความสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อธุรกิจท่องเที่ยว และเรื่องสภาพแวดล้อมความเป็นอยู่และการฝึกปฏิบัติงาน

- จัดส่งพนักงานเข้ารับการสัมมนาอบรมทางวิชาการและศึกษาดูงาน รวม 17 ครั้ง อาทิ เรื่องการพัฒนาหลักสูตรโดยใช้วิธีการแบบ DACUM ร่วมสัมมนาเรื่องระบบการบริหารพัสดุกับความสัมพันธ์ของชาติ เป็นต้น

- ดือนรับคณะเยี่ยมชมกิจการ สรท.รวม 37 ครั้ง อาทิ คณะเจ้าหน้าที่ระดับสูงของกระทรวงการท่องเที่ยวประเทศตุรกี คณะนักศึกษาจากวิทยาลัยครูอุดรธานี และคณะผู้แทนกระทรวงการต่างประเทศจากประเทศอินโดนีเซีย เป็นต้น



3. Training, Conference and Seminar on Tourist Service Department

In 1990, training and seminars were organized on tourist services on 4 occasions:

- Seminar on "Strategic Planning for Tourist Industry"
- "Seminar on Japanese Tourist"
- Japanese language training for tourism.
- Training in language and services for Korean tourists

There were a total of 242 participants to the training and seminars.

4. Conference and Seminar on Tourism Promotion and Development

In 1990 there was a conference and seminar for workers and executives related to tourism promotion and development from the central and regional areas on 2 occasions for a total of 255 persons.

5. Operations of the Sub-Committee on Tourism Personnel Development

The Sub-Committee on Tourism Personnel Development was chaired by the TAT governor and joined by representatives of related agencies, educational institutions and private sector. Its important operations included:

- Organizing a seminar to set guidelines for hotel and tourism curricula at various levels of educational management in order to attain the right quality that better meets the market demand.

- Setting guidelines for the production of personnel in sufficient number through another survey of demand in tourism manpower in 1991.

6. Project for Cooperation with International Associations or Agencies on Tourism Personnel Development

6.1 The Pacific Asia Travel Association (PATA) gave cooperation in training lecturers and teacher personnel on tourism from colleges and universities as well as hotels and travel agents around the country, totalling 45 persons.

6.2 ASEAN with the cooperation of the European Community (EC) provided assistance for various projects:

- Training was given to lecturers in the front office department for 1 class of 34 trainees from teachers' colleges, Rajamanggala technological institutes and universities around the country.

- Training was given to teachers in the kitchen department for 3 classes of 52 trainees from educational institutions around the country.

- The standardization of hotel and tourism curricula at the same standard level within the ASEAN member countries was begun by appointing experts to the TAT to undertake the study from March 1990-April 1991.

The training standard was already drawn up for 10 subjects and would be continued in 1991 for subsequent adaptation in actual use.





การศึกษาวิจัย Research Study

1. ผลการศึกษาเรื่องการกระจายและการไหลของรายได้จากการท่องเที่ยวในธุรกิจโรงแรมและธุรกิจท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์การศึกษา

เพื่อหาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการกระจายตัวของรายได้จากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยพิจารณาผลทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นและกระจายไปตามสาขาการผลิตต่าง ๆ เฉพาะส่วนที่เป็นรายได้ของธุรกิจโรงแรมและบริษัทนำเที่ยว สองธุรกิจเท่านั้น รวมทั้งการศึกษาการรั่วไหลของรายได้ดังกล่าว เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการส่งเสริมการลงทุนในภาคธุรกิจโรงแรมและภาคธุรกิจนำเที่ยว

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาคครอบคลุมธุรกิจโรงแรมและธุรกิจนำเที่ยว กำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ดังนี้

1. พิจารณาผลทางเศรษฐกิจที่จะกระจายไปตามสาขาการผลิตอันเกิดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทย โดยไม่รวมค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวคนไทย
2. พิจารณาการใช้จ่ายเงินเฉพาะที่นักท่องเที่ยวจ่ายให้โรงแรมและบริษัทนำเที่ยวเท่านั้น และจะไม่พิจารณาผลต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการใช้จ่ายอื่น ๆ ซึ่งโรงแรมและบริษัทนำเที่ยวไม่ได้รับเงินมาเป็นรายรับ

3. การศึกษานี้จะใช้ข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญ คือ จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศตามสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการคำนวณต่าง ๆ

4. พื้นที่ที่ทำการศึกษายู่ในเขตกรุงเทพมหานคร นครราชสีมา พัทธยา กาญจนบุรี สงขลา ภูเก็ต และเชียงใหม่

ผลการศึกษา

สาระสำคัญของผลการศึกษา ในธุรกิจโรงแรมและธุรกิจนำเที่ยว

1. ธุรกิจโรงแรม

ปรากฏว่าในช่วงการก่อสร้างโรงแรมมีการนำเข้าปัจจัยการผลิตจากต่างประเทศประมาณ ร้อยละ 38.7 ของค่าก่อสร้างทั้งหมด สำหรับช่วงการดำเนินงานของโรงแรม มีการนำเข้าปัจจัยดังกล่าวประมาณ ร้อยละ 14 ของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ การก่อสร้างโรงแรมทำให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้นในระบบเศรษฐกิจ 1.68 เท่าของเงินที่ลงทุน กล่าวคือหากมีการลงทุนก่อสร้างโรงแรม 1 ล้านบาท จะก่อให้เกิดการจ้างงานในระบบเศรษฐกิจ คิดเป็นมูลค่า 182,700 บาท ประมาณเกือบครึ่งหนึ่งของการจ้างงานส่วนใหญ่จะอยู่ในสาขาโรงแรมและภัตตาคาร นอกนั้นจะกระจายไปในสาขาบริการและสาขาอื่น ๆ ส่วนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในโรงแรม ก็จะทำให้เกิดรายได้กระจายไปในสาขาการผลิตต่าง ๆ 1.7 - 1.8 เท่าของมูลค่าการใช้จ่าย

2. ธุรกิจนำเที่ยว

จากผลการศึกษาปรากฏว่า ค่าใช้จ่ายของการนำเข้าปัจจัยการผลิตจากต่างประเทศเป็นประมาณร้อยละ 25 ของรายได้ที่ธุรกิจนำเที่ยวได้รับจากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ สำหรับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศให้กับธุรกิจนำเที่ยว จะก่อให้เกิดรายได้กระจายไปในสาขาการผลิตต่าง ๆ 1.33 เท่าของมูลค่าการใช้จ่าย หรือหากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศใช้จ่ายเงิน 1 ล้านบาทให้แก่ธุรกิจนำเที่ยวจะก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นมูลค่า 705,000 บาท

2. การศึกษาขีดความสามารถในการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเกาะสมุย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาและกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของเกาะสมุยทั้งด้านกายภาพ สิ่งแวดล้อม และทางสังคม และนำผลการศึกษาไปใช้ในการวางแผน และกำหนดมาตรการปิดกั้นปัญหาที่อาจเกิดขึ้นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเกาะสมุย

ขอบเขตการศึกษา

1. ศึกษาขีดความสามารถในการรองรับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อระบุขีดจำกัดของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท คือ ด้านกายภาพ สิ่งแวดล้อม และทางสังคม
2. กำหนดปริมาณโครงสร้างพื้นฐาน จำนวนที่พักและศูนย์กลางการท่องเที่ยว การบริการทางสังคม ระบบประปา และการกำจัดสิ่งเน่าเสียที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท โดยกำหนดกรอบและสัดส่วนให้สอดคล้องกับขีดจำกัดของแหล่งท่องเที่ยวนั้น
3. แบ่งเขตพื้นที่ และกำหนดกิจกรรมให้เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท
4. เสนอแนวทางการวางแผน และการจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และมาตรการควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยวตามขีดความสามารถที่กำหนด

ผลการศึกษา

ผลต่อพื้นที่เกาะสมุย

1. ได้ทราบถึงขีดความสามารถในการรองรับของเกาะสมุยและแหล่งท่องเที่ยวหลัก
2. ได้แนวทางในการพัฒนาภาครัฐและเอกชน
3. ได้แนวทางในการควบคุม ให้การท่องเที่ยวสามารถประสานสอดคล้องกับวิถีชีวิตของประชาชนท้องถิ่น

ผลต่อการท่องเที่ยวทั้งระบบ

1. ได้ตรวจสอบ ประยุกต์ และพัฒนา การศึกษาขีดความสามารถในการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยว
2. ได้ข้อกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นแนวทางสำหรับการนำไปปรับใช้กับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ



1. Results of the Study on Distribution and Leakage of Tourism Revenue in the Hotel and Travel Agent Sectors

Objective

The study sought to uncover facts on distribution of tourism revenue through consideration of economic consequences and distribution to production sectors. It dealt with the revenue earned in the hotel and travel agent sectors only and also analysed leakage of the revenue. Results of the study would be used in promoting investment in the hotel and travel agent sectors.

Scope of Study

The Study covering the hotel and travel agent sectors had the following scope of study:

1. It analysed the economic consequences that were spread to various production sectors as a result of international tourist spending excluding the spending of Thai tourists.
2. It analysed the tourist expenditure as payment to hotels and travel agents only and would not analyse consequences arising from other expenditure that did not become the receipts of the hotels and travel agents.
3. The study employed as the basic data the number of international tourists as compiled by the Tourism Authority of Thailand in various calculations.
4. The areas under study were Bangkok, Nakhon Ratchasima, Pattaya, Kanchanaburi, Songkhla, Phuket and Chiang Mai.

Study Results

1. Hotel

It was found that when under construction the hotels imported production supplies from overseas at about 38.7 per cent of the total construction cost. When in operation, the hotels imported the supplies at about 14 per cent of the expenditure of international tourists. Hotel construction injected revenue into the economy at 1.68 times the capital. That is to say, if there is an investment of 1 million baht in hotel construction, there will be employment occurring in the economy worth 182,700 baht. About half the employment was in the hotel and restaurant segments. The rest was spread to the services and other segments. The spending by international tourists in hotels produced revenue that was distributed to various production sectors at 1.7-1.8 times the amount spent.

2. Travel Agent

The study revealed that the expenses involved in importing production supplies from overseas came to about 25 per cent of the revenue that the travel agents earned from international tourists. The spending by international tourists in payment to the travel agents produced revenue that was distributed to various production sectors at 1.33 times the amount spent, which is to say, if international tourists spend 1 million baht in payment to the travel agents, there will be employment worth 705,000 baht.

2. Study on the Carrying Capacity for Tourism Development of Ko Samui

Objective

The study aimed at determining the carrying capacity for tourism development of Ko Samui regarding the physical, environmental and social aspects. The results would be used in planning and determining measures to forestall any problems that might occur as a result of tourism development on Ko Samui.

Scope of Study

1. The study will determine the carrying capacity for tourism development of each type of travel attractions with respect to physical, environmental and social aspects.
2. It will determine the quantity of infrastructures, accommodations, travel attractions, social services, water supplies, refuse disposal and water treatment system that are suitable to each type of travel attractions. Proper framework and proportion will be set to strike a balance with the limitations of the destination.
3. There will be area demarkation and determination of activities that are suitable to each type of travel destinations.
4. There will be proposed guidelines for planning and managing the attractions in accordance with the capacity for receiving tourists, and measures to control the number of tourists as determined by the capacity limit.

Study Results

Results applicable to Ko Samui:

1. Knowledge of the carrying capacity of Ko Samui and major destinations.
2. Guidelines for development by the public and private sectors.
3. Guidelines for control so that tourism harmonises with the lifestyle of the local people.

Results applicable to tourism as a whole:

1. The study served as an opportunity for testing, application and development of the study and the carrying capacity for tourism development.
2. It served as guidelines for determining the carrying capacity for tourism development of other destinations



ความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในรอบ 30 ปี

Growth of the Tourism Industry in Its 30 Years

ก่อนที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยจะเจริญรุดหน้ามาจนถึงปัจจุบันนี้ ผู้ที่มีบทบาทในการริเริ่มบุกเบิก ทำให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศ คือ พระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ทรงดำรงตำแหน่งผู้บังคับบัญชาการรถไฟ ได้ส่งเรื่องเกี่ยวกับประเทศไทยไปเผยแพร่ในสหรัฐอเมริกา และได้จัดตั้งแผนกโฆษณาของการรถไฟขึ้นในปี พ.ศ. 2476 เพื่อทำหน้าที่รับรองและให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย รวมทั้งโฆษณาเผยแพร่ประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศด้วย ต่อมาพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ได้ย้ายไปทรงดำรงตำแหน่งเสนาบดี กระทรวงพาณิชย์และคมนาคม งานด้านส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงย้ายไปอยู่ที่กระทรวงพาณิชย์และคมนาคม ต่อมาในปี พ.ศ. 2492 งานด้านการท่องเที่ยวได้โอนมาอยู่ในความรับผิดชอบของกรมโฆษณาการ สำนักนายกรัฐมนตรี เรียกส่วนงานนี้ว่า “สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว” ต่อมาได้รับการสถาปนาให้มีฐานะเทียบเท่ากอง เรียกว่า “สำนักงานท่องเที่ยว” โดยพระราชกฤษฎีกาจัดวางระเบียบราชการกรมโฆษณาการในสำนักนายกรัฐมนตรี พ.ศ. 2493 งานด้านการท่องเที่ยวในยุคนั้นส่วนใหญ่จะเป็นงานเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกผู้เดินทางที่มาจากต่างประเทศ รวมทั้งการเผยแพร่ประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักในหมู่ชาวต่างประเทศ

งานส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย เริ่มเป็นรูปร่างเข้าระบบเมื่ออดีตนายกรัฐมนตรี จอมพล สฤษดิ์ ธนะรัชต์ ได้พิจารณาเห็นว่าประเทศไทยนั้นอุดมด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวมากมาย สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดีถ้ามีการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ดังนั้น จึงได้มีการประกาศพระราชกฤษฎีกาขึ้นในปี พ.ศ. 2502 โดยตัด “สำนักงานท่องเที่ยว” ออกแล้วจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ชื่อย่อว่า อ.ส.ท. ขึ้นเป็นหน่วยงานอิสระ สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี เพื่อทำหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้ก้าวหน้าต่อไป

ในยุคนั้น ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนเพียง 81,000 คน และมีรายได้จากการท่องเที่ยว 196 ล้านบาท ในช่วง 10 ปีแรก คือ ระหว่างปี พ.ศ. 2503-2512 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนประเทศไทยเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 19.56 ต่อปี ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2512 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนประมาณ 469,000 คน และมีรายได้จากการท่องเที่ยว 1,770 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2512 ประเทศไทยได้เป็นเจ้าภาพจัดประชุมประจำปีสมาคม Pacific Area Travel Association หรือ PATA (ต่อมาเปลี่ยนเป็น Pacific Asia Travel Association) ซึ่งหลังจากนั้น ประเทศไทยก็เป็นที่รู้จักของนักธุรกิจการท่องเที่ยวจากทั่วโลก ซึ่งเป็นสมาชิกของ PATA กว่า 1,000 คน กรุงเทพฯ และเชียงใหม่ ซึ่งเป็นสถานที่จัดประชุม เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางทั่วโลก ส่งผลให้

มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนประเทศไทยในปี พ.ศ. 2513 ถึง 628,000 คน และมีรายได้จากการท่องเที่ยว 2,175 ล้านบาท ในช่วงปี พ.ศ. 2513-2522 อัตราเพิ่มของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนประเทศไทยเฉลี่ยร้อยละ 13.71 ต่อปี โดยในปี พ.ศ. 2522 มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนประเทศไทยประมาณ 1.59 ล้านคน และมีรายได้จากการท่องเที่ยวถึง 11,232 ล้านบาท และนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2522 เป็นต้นมา รัฐบาลไทยได้พิจารณาเห็นว่าการท่องเที่ยวอัน หากจะมุ่งเน้นการดำเนินงานเฉพาะด้านการตลาด การส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยวเข้ามายังประเทศไทยให้มาก แต่เพียงประการเดียวนั้นไม่เพียงพอ จำเป็นที่จะต้องมีการมุ่งไปทางด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและปัจจัยพื้นฐานทางด้านการท่องเที่ยวควบคู่กันไปด้วย ดังนั้น ในปี พ.ศ. 2522 องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้รับการเปลี่ยนฐานะเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งยังคงเป็นหน่วยงานที่สังกัดอยู่ในสำนักนายกรัฐมนตรี การเปลี่ยนฐานะจาก อ.ส.ท.เป็น ททท. นั้นก็เพื่อให้หน่วยงานนี้มีบทบาท หน้าที่ ทางด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อจัดและแก้ไขปัญหา การบริการท่องเที่ยวที่ด้วยคุณภาพ ตลอดจนทำให้เกิดการลงทุน เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยวได้อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นผลให้การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเป็นรูปร่างและมีแนวทางที่เด่นชัดในการดำเนินงานด้านการตลาดและการพัฒนาทาง การท่องเที่ยวควบคู่กันไป

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2522 เป็นต้นมา การพัฒนาส่งเสริม การท่องเที่ยวได้รับความสนใจจากรัฐบาลมากขึ้น กล่าวคือ ได้มีการบรรจุแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520-2524) ซึ่งนับเป็นครั้งแรก และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยก็ถูกบรรจุเข้าไว้ในแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แต่นับมา

ในช่วงระหว่างปี 2523 ถึงปี 2530 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนประเทศไทยเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 10.53 ต่อปี โดยในปี 2523 มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนประมาณ 1.85 ล้านคนและในปี 2530 เข้ามาเยือนจำนวน 3.48 ล้านคน จนกระทั่งถึงปี พ.ศ. 2532 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้ามาเยือนจำนวน 4,809,508 คน และมีรายได้จากการท่องเที่ยว 96,385.57 ล้านบาทมีอัตราเพิ่มเฉลี่ยร้อยละ 15.02 ต่อปี โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2533 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มาเยือนจำนวน 5,298,860 คน และมีรายได้จากการท่องเที่ยว 110,572 ล้านบาท กล่าวได้ว่าประเทศไทยประสบผลสำเร็จอย่างยิ่งใน อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมแขนงอื่น ๆ ของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากเปรียบเทียบรายได้จากสินค้าออก ของประเทศชนิดอื่น ๆ แล้วพบว่า นับตั้งแต่ปี 2525 เป็นต้นมา อุตสาหกรรมท่องเที่ยวทำรายได้ให้แก่ประเทศไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง จนถึงปัจจุบัน



Before Thailand's tourism industry achieved the present-day progress, the person who pioneered the introduction of Thailand to foreigners was His Royal Highness Prince Purachatra Jayakara (Krom Phra Kambaengbejra Agrayodhin) who as Commissioner-General of the Royal State Railway of Siam sent publicity materials on Thailand to the United States of America and established a publicity section under the Royal State Railway of Siam in 1933. Its duty was to provide reception and facilitation services to visitors to Siam as well as manage publicity promotions. Later H.R.H. Prince Purachatra Jayakara moved to assume a new post as Minister of Commerce and Communications, the tourism promotions were thus moved to the Ministry of Commerce and Communications.

In 1949 the tourism promotions were transferred to the Publicity Department under the Office of the Prime Minister and were named "Office for the Promotion of Tourism". Later it was elevated to the status of a division called "the Tourism Office", following the 1950 Royal Decree on the Restructuring of the Publicity Department. In the beginning, most of the tourism operations were related to the facilitation of overseas visitors as well as the publicity dissemination of information on Thailand to foreigners.

The tourism promotion of Thailand began to take concrete shape when the former Prime Minister Field Marshal Srisdi Dhanarajata was of the opinion that Thailand possessed the tourism resources in abundance which could be used to draw tourists perfectly well if serious promotion was under way. Therefore, a royal decree was announced in B.E. 2502 (1959), by which the Tourism Office was replaced by the establishment of the Tourist Organization of Thailand, whose acronym was TOT, to act as an independent agency under the Office of the Prime Minister and have the duty to undertake the tourism promotion of Thailand.

In the initial period, Thailand welcomed only 81,000 visitors and earned a tourism revenue of 196 million baht. In the first 10 years from 1960-1969, the international tourist arrivals to Thailand increased on average by 19.56 per cent per annum. In 1969, Thailand welcomed about 469,000 visitors and earned a tourism revenue of 1,770 million baht. In the same year Thailand hosted the Annual Conference of the Pacific Area Travel Association (PATA), whose name was later changed to Pacific Asia Travel Association. After that Thailand became known to over 1,000 tourism trade professionals from around

the world who were also PATA members. Bangkok and Chiang Mai were chosen as the venue and Thailand received tremendous world-wide publicity boost. The result was the record number of international tourist arrivals to Thailand in 1970 which stood at 628,000 visitors and the tourism revenue of 2,175 million baht. From 1970-1979 the growth rate of international tourist arrivals to Thailand was on average 13.71 per cent per annum. In 1979, there were about 1.59 million visitors to Thailand, generating a record revenue of 11,232 million baht. Since 1979 the Thai Government has begun to see that emphasis should not be placed on marketing to promote growth in international arrivals to the country alone, but that the development of destinations, tourist facilities and infrastructures must be done concurrently. In 1979 the Tourist Organization of Thailand was thus upgraded to become the Tourism Authority of Thailand (TAT), still an agency under the Office of the Prime Minister. The change of status from TOT to TAT was completed in order to enable the agency to assume the role and duty to undertake the development of destinations and tourist services in order to eliminate and find solutions to the problem of substandard tourist services as well as stimulate and expand investment in the development of destinations and tourist services. The result was that the tourism affairs clearly took shape in the proper framework of the twin activities of marketing and tourism development.

From 1979, the tourism development and promotion attracted the greater attention of the government. That is to say, tourism was for the first time included in the 4th National Economic and Social Development Plan (1977-1981) and the planning of tourism development has ever since been included in the National Economic and Social Development Plan.

From 1980 to 1987, the international tourist arrivals to Thailand increased on average by 10.53 per cent per annum. In 1980 the tourist number was about 1.85 million and in 1987 it was 3.48 million. In 1989, the country achieved 4,809,508 million arrivals and a tourism revenue of 96,385.57 million baht, an increase of 15.02 per cent on average per annum. In 1990, it was increased to 5,298,860 million arrivals and a tourism revenue of 110,572 million baht. It can be said that Thailand achieved great success for its tourism industry, compared with other industrial branches of the country. In particular, if compared with receipts from other exports of the country, the tourism industry topped the list of the country's earnings from 1982 to the present.



ผลงานสำคัญของ ททท.ในรอบ 30 ปีที่ผ่านมา

1. ร่วมกับคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นครั้งแรก จัดอบรมมัคคุเทศก์รุ่นแรก เมื่อปี 2504 มีผู้เข้ารับการอบรมจำนวน 120 คน และต่อมาก็ได้มีการจัดอบรมร่วมกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในทุกภาคของประเทศตลอดมา

2. ได้รับเป็นเจ้าภาพจัดประชุมใหญ่ครั้งที่ 17 ของสมาคมสหประชาชาติองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว (International Union of Official Travel Organization - IUOTO) ที่ประเทศไทย เมื่อวันที่ 3-14 พฤศจิกายน 2505 ณ ศาลาสันติธรรม IUOTO มีสมาชิกจากประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกเดินทางมาร่วมประชุม และการเป็นเจ้าภาพจัดประชุมครั้งนี้ยังผลให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักแก่วงการท่องเที่ยวของโลกยิ่งขึ้น (ปัจจุบัน IUOTO คือองค์การท่องเที่ยวโลก - World Tourism Organization - WTO)

3. ร่วมกับการรถไฟแห่งประเทศไทยและคณะกรรมการจังหวัดสุรินทร์ จัดงานการแสดงและจัดนำเที่ยวระยะไกลด้วยขบวนรถไฟพิเศษเป็นครั้งแรก เพื่อพานักท่องเที่ยวไปชมงานการแสดงของช้าง จังหวัดสุรินทร์ ปี 2504 ได้ผลตามวัตถุประสงค์ จึงได้มีการจัดต่อมาเป็นประจำทุกปี

4. ได้จัดการสัมมนาว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยว ครั้งที่ 1 ณ ศาลาสันติธรรม ในปี 2506 ผู้เข้าร่วมสัมมนาประกอบด้วยผู้แทนบริษัทการบินและผู้แทนหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนับเป็นการสัมมนาด้านการท่องเที่ยวครั้งแรกในประเทศไทย

5. ในปี 2507 อ.ส.ท.จัดการรวานรถยนต์ “สองโต” นำนักท่องเที่ยว เดินทางท่องเที่ยวโดยทางรถยนต์ผ่านจังหวัดภาคใต้หลายจังหวัด ซึ่งทำให้จังหวัดและเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นเห็นความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวว่ามีผลดีในการส่งเสริมความเจริญก้าวหน้าในทางเศรษฐกิจและสังคมแก่จังหวัดภาคใต้ เช่นทำให้มีการปรับปรุงซ่อมแซมถนน มีการสร้างโรงแรมและร้านค้าเพิ่มขึ้น ที่สำคัญคือนับเป็นจุดเริ่มต้นในการส่งเสริมให้มีการเดินทางจากส่วนกลางไปยังจังหวัดภาคใต้ โดยทางรถยนต์ และเป็นผลให้มีผู้นิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยทางรถยนต์เพิ่มมากขึ้นในเวลาต่อมา

6. ในปี 2508 ได้จัดตั้งสำนักงานสาขาต่างประเทศเป็นแห่งแรกที่นครนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา จนถึงปี 2533 ททท. มีสำนักงานต่างประเทศรวม 12 แห่ง ในจำนวนนี้เป็นสำนักงานในระดับภูมิภาค 2 แห่งใน 10 ประเทศ ได้แก่ สำนักงานนิวยอร์ก สำนักงานภูมิภาคอเมริกาที่ลอสแอนเจลิส สำนักงานลอนดอน สำนักงานแฟรงค์เฟิร์ต สำนักงานซิดนีย์ สำนักงานสิงคโปร์ สำนักงานปารีส สำนักงานกัวลาลัมเปอร์ สำนักงานฮ่องกง สำนักงานภูมิภาคญี่ปุ่นที่โตเกียว สำนักงานกรุงโรม

7. ในปี 2511 ได้จัดตั้งสำนักงานสาขาในประเทศแห่งแรกที่จังหวัดเชียงใหม่ จนถึงปี 2533 ททท.ได้ขยายพื้นที่การจัดตั้งสำนักงานในประเทศ ในจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ รวม 10 แห่ง คือ สำนักงานเชียงใหม่ สำนักงานนครราชสีมา สำนักงานกาญจนบุรี สำนักงานพิจัย สำนักงานภูเก็ต สำนักงานหาดใหญ่ สำนักงานพิษณุโลก สำนักงานสุราษฎร์ธานี สำนักงานอุบลราชธานี สำนักงานชะอำ

8. ปี 2512 ททท.ในนามของประเทศไทยได้รับเป็นเจ้าภาพจัดประชุมใหญ่ประจำปีครั้งที่ 18 ของสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคแปซิฟิก (Pacific Area Travel Association - PATA) ณ โรงแรมนารายณ์ โดยแบ่งการประชุมเป็นภาควิชาการที่จังหวัดเชียงใหม่ (23-24 มกราคม 2512) มีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวน 440 คน ผู้ติดตาม 117 คน รวม 557 คน สำหรับการประชุมใหญ่ประจำปีจัดที่กรุงเทพฯ ในวันที่ 27-31 มกราคม 2512 มีผู้เข้าร่วมประชุม 899 คน ผู้ติดตาม 224 คน รวม 1,123 คน การที่ประเทศไทยได้รับเลือกให้เป็นสถานที่จัดประชุมในครั้งนี้ประสบผลสำเร็จและได้รับประโยชน์ทางด้านการโฆษณามาก นอกจากนี้ยังเป็นการประชุมของสมาคม PATA ที่มีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนมากที่สุดนับตั้งแต่ได้มีการจัดประชุมประจำปีของสมาคมในประเทศต่าง ๆ มาแล้ว 18 ครั้ง

9. ททท.ได้กำหนดแนวทางแก้ไขปัญหาการให้บริการเกี่ยวกับธุรกิจสินค้าของที่ระลึก โดยจัดทำโครงการส่งเสริมมาตรฐานร้านค้าของที่ระลึกขึ้นในปี 2518 เพื่อรวบรวมกลุ่มผู้ประกอบการที่ดี มีมาตรฐานและนำไปเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยวในจุลสาร Thailand Shopping Guide เพื่อเลือกใช้บริการต่อไป โครงการนี้จัดให้มีขึ้นเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร เมืองพิจัย เชียงใหม่ นครศรีธรรมราชและภูเก็ต และเมื่อสิ้นปี 2533 ททท.ได้ระงับโครงการนี้ไว้เป็นการชั่วคราวเพื่อปรับปรุงวิธีการและมาตรฐานใหม่

10. พ.ศ. 2519 ได้ริเริ่มให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นรูปแบบและมีระบบมากยิ่งขึ้น โดยได้รับความร่วมมือจาก Netherlands Institute of Tourism Development Consultants จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ (National Plan on Tourism Development) ซึ่งนับเป็นแผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับแรกของประเทศ แผนนี้ได้มีการวางกรอบการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไว้อย่างมีระบบ มีการกำหนดการพัฒนาท่องเที่ยวในส่วนต่าง ๆ ที่สำคัญไว้อย่างครบถ้วน และได้นำหลักการนี้มาใช้กับการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวต่อมา จนสามารถครอบคลุมพื้นที่ได้เกือบทั่วประเทศไทย



11. ททท.ประสานงานกับธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชนขอความร่วมมือกับกรมตำรวจ จัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวกและให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว (ศอ.นท.) ในสังกัดของกองบังคับการกองปราบปราม เมื่อเดือนมีนาคม 2519 ทำหน้าที่รับเรื่องร้องเรียนและให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อมาเมื่อการท่องเที่ยวได้ขยายตัวออกไปสู่ภูมิภาค เช่น ที่พัทยา/ชลบุรี เชียงใหม่ หาดใหญ่ ททท.ก็ได้ประสานงานเสนอให้มีการจัดตั้งหน่วยตำรวจท่องเที่ยวขึ้น ซึ่งคณะรัฐมนตรีได้มีมติให้จัดตั้งขึ้นในระดับกองกำกับการ สังกัดในกองกำกับการ 8 ของกองปราบปราม (กก. 8 ป.) เมื่อเดือนมีนาคม 2525 โดย ททท.ได้จัดพนักงานปฏิบัติงานร่วมกับ กก. 8 ป. ด้วย และเพื่อให้หน่วยงานนี้มีการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถปฏิบัติงานช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ คณะกรรมการ ททท. จึงได้มีมติให้ ททท.จัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว (ศทท.) ชื่อภาษาอังกฤษว่า (Tourist Assistance Center) ขึ้น เริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2531 เป็นต้นมา

The TAT's Major Achievements in the Past 30 Years

1. The TAT joined with the Faculty of Arts, Chulalongkorn University in organizing the first guide training program in 1961. It was attended by 120 persons. Over the years it organized similar training jointly with other university in every region of the country.

2. It hosted the 17th Conference of the International Union of Official Travel Organizations (IUOTO), Sala Santidharma, Bangkok, November 3-14, 1962. It was attended by IUOTO participants from around the world. The conference tremendously publicized Thailand in the world tourism community. (IUOTO is currently the World Tourism Organization.)

3. It joined with the State Railway of Thailand and Surin provincial authorities in staging the Elephant Round-up in Surin in 1961. It successfully organized a special train tour to take tourists to see the spectacle, which has been continued every year.

4. It organized the first seminar on travel and tourism at Sala Santidharma in 1963. The participants included representatives of the airlines and related government agencies. It was Thailand's first seminar on tourism.

5. In 1964, the TOT organized a "Go South" autoventure for visitors, passing through several provinces in the South. It made the provinces and local authorities realize the importance of tourism development in promoting the South's economic and social prosperity, e.g. road repair and construction of additional hotels and shops. The important thing is that it was the beginning of the promotion of car travel from the central region to southern provinces and led to greater popularity in car travel.

6. In 1965, the first overseas office was opened in New York, U.S.A. Up to 1990, the TAT maintained 12 overseas

offices, two of which were regional offices, in 10 countries: New York, America Regional Office at Los Angeles, London, Frankfurt, Sydney, Singapore, Paris, Kuala Lumpur, Hong Kong, Japan Regional Office at Tokyo, and Rome.

7. In 1968, the first local office was opened in Chiang Mai. Up to 1990, the TAT expanded its local offices to the provinces around the country for a total of 10 offices : Chiang Mai, Nakhon Ratchasima, Kanchanaburi, Pattaya, Phuket, Hat Yai, Phitsanulok, Surat Thani, Ubon Ratchathani and Cha-am.

8. In 1969, the TAT on behalf of Thailand hosted the 18th Annual Conference of the Pacific Area Travel Association (PATA) at Narai Hotel. The technical conference was held in Chiang Mai, January 23-24, 1969 and attended by 440 delegates and 117 accompanying persons for a total of 557 participants. The general conference was held in Bangkok, January 27-31, 1969 and attended by 899 delegates and 224 accompanying persons for a total of 1,123 participants. Thailand achieved great success and received major publicity boost in being chosen as venue for the conference. The conference was also the largest PATA Annual Conference ever held in various countries on the 18 previous occasions.

9. The TAT set the guidelines for solving the problems related to the souvenir trade by initiating a project to promote souvenir shop standard in 1975 in which fair and responsible business dealers were listed and given publicity promotion in its publication Thailand Shopping Guide to assist tourists in their shopping. The project was launched only in Bangkok, Pattaya, Chiang Mai, Nakhon Si Thammarat and Phuket. At the end of 1990, the TAT temporarily called a halt to the project to readjust the procedure and standard.

10. Thailand's tourism development assumed a definite format and systematic framework in 1976 when the Netherlands Institute of Tourism Development Consultants provided assistance in producing the National Plan on Tourism Development-the country's first development blueprint. The plan outlined the country's framework to systematic tourism development with detailed prescriptions for tourism development in various area. The principle has been extended in the mapping of other development blueprints to cover all areas of Thailand.

11. The TAT coordinated with the private travel trade sector in requesting cooperation of the Royal Thai Police Department to set up the Center for Facilitation and Safety Protection of Tourists in March 1976 and place it under the Crime Suppression Division. Its duty was to administer to tourist complaints and give safety protection to tourists in Bangkok. Later when tourism spread to the regions, e.g. Pattaya (Chon Buri), Chiang Mai and Hat Yai, the TAT set up more tourist police units. The Cabinet approved the setting up of a subsidiary division, Sub-Division 8, under the Crime Suppression Division (CSD) in March 1982. In order to increase its efficiency in handling the tourist complaints and troubles, the TAT Board of Directors set up the Tourist Assistance Center on April 1, 1988 to coordinate with the Sub-Division 8, CSD or tourist police.

12. จัดการสัมมนาผู้นำทางการท่องเที่ยวครั้งที่ 1 ณ โรงแรมบางแสน จังหวัดชลบุรี ในวันที่ 17-21 มกราคม 2520 ผู้เข้าร่วมสัมมนา ประกอบด้วยผู้นำทางการท่องเที่ยวจากจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ ทั้งส่วนราชการและเอกชน เป็นการรณรงค์ให้จังหวัดต่าง ๆ และหน่วยงานต่าง ๆ มีความเข้าใจในความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อความร่วมมือร่วมใจกันพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เจริญก้าวหน้าต่อไปด้วยความถูกต้องและเหมาะสม

13. ในปี 2520 อ.ส.ท. ร่วมกับจังหวัดสุโขทัยและกรมศิลปากรริเริ่มให้มีการฟื้นฟูประเพณีลอยกระทงเผาเทียนเล่นไฟ ณ จังหวัดสุโขทัย เป็นครั้งแรก และงานนี้ได้กลายเป็นงานประจำปีของจังหวัดสุโขทัยต่อมา

14. ในปี 2523 ททท. ร่วมกับจังหวัดกาญจนบุรี จัดงาน "สัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว" เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรีให้เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว โดยได้จัดการแสดงแสงและเสียงเกี่ยวกับประวัติการก่อสร้างสะพานข้ามแม่น้ำแควให้ผู้ชมได้เห็นภาพเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 ด้วย

15. คณะรัฐมนตรีได้อนุมัติให้ประกาศปีท่องเที่ยวไทยรวม 2 ครั้ง คือ :-

- ประกาศปีพุทธศักราช 2523 เป็นปีท่องเที่ยวไทย เพื่อส่งเสริมให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ และชักจูงให้ชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในการดำเนินการดังกล่าว ได้จัดงานแสดงศิลปวัฒนธรรมระหว่างภาคขึ้นในภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนกลางได้จัดงานที่กรุงเทพฯ ใช้ชื่องานว่า "งานเทศกาลเที่ยวเมืองไทยและเสริมสร้างเอกลักษณ์ไทย" ซึ่งได้รับความสนใจอย่างกว้างขวาง ททท. จึงได้จัดขึ้นตลอดมาเป็นประจำทุกปี ต่อมาได้มีมติคณะรัฐมนตรีให้รวมการจัดงานเทศกาลเที่ยวเมืองไทยกับงานสัปดาห์แห่งเอกลักษณ์ไทยเป็นงานเดียวกัน โดยใช้ชื่อว่า "งานเทศกาลเที่ยวเมืองไทยและเสริมสร้างเอกลักษณ์ไทย"

- ประกาศปีพุทธศักราช 2530 เป็นปีท่องเที่ยวไทย เพื่อร่วมเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 5 รอบ วันที่ 5 ธันวาคม 2530 และพระราชพิธีรัชมังคลาภิเษก วันที่ 2 กรกฎาคม 2531 ได้มีการเผยแพร่

ประชาสัมพันธ์งานพระราชพิธีต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ ได้รับความร่วมมือจากภาคราชการและเอกชนจัดกิจกรรมปีท่องเที่ยวไทยเป็นพิเศษทั่วประเทศ อาทิ ความร่วมมือในกิจกรรมด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างเข้มข้น โครงการชบวนแห่ประเพณีไทยเปิดงานปีท่องเที่ยวไทย โครงการสนับสนุนงานประเพณีของจังหวัดต่าง ๆ เป็นต้น จากการประสานความร่วมมือดังกล่าวก่อให้เกิดผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศและสนับสนุนให้เกิดกระแสการเดินทางท่องเที่ยวที่มาจากต่างประเทศเป็นทวีคูณ

16. ททท. รับผิดชอบเจ้าภาพจัดประชุมใหญ่ประจำปีของสมาคมนักเขียนอเมริกัน (The Society of American Travel Writers - SATW) ที่ประเทศไทยในปี 2524 เนื่องจากได้พิจารณาเห็นว่าสมาคมนี้มีสมาชิกที่เป็นบรรณาธิการ สื่อมวลชน และช่างภาพประจำนิตยสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนั้น จึงได้เชิญชวนให้สมาคมมาจัดประชุมที่ประเทศไทยใน พ.ศ. 2524 ซึ่งเป็นปีก่อนการฉลองสมโภช 200 ปี กรุงรัตนโกสินทร์ เพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวประเทศไทยในช่วงการฉลอง 200 ปี และในปีต่อ ๆ ไปให้มากขึ้น ปรากฏว่าผลการจัดประชุมเป็นประโยชน์ในด้านการส่งเสริมเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ประเทศไทยเป็นอย่างมาก

17. ททท. ได้รับอนุมัติจากคณะรัฐมนตรีให้จัดตั้งสถาบันฝึกอบรมวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว (สรท.) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อจัดหาแรงงานที่มีประสิทธิภาพให้แก่ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจท่องเที่ยว โดยสถาบันได้เริ่มเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2524 ในสาขาต่าง ๆ คือ สาขาบริการส่วนหน้า สาขาแม่บ้าน สาขาบริการอาหารและเครื่องดื่ม สาขาประกอบอาหาร และสาขาธุรกิจการท่องเที่ยว

18. เป็นเจ้าภาพจัดประชุมใหญ่ประจำปี ครั้งที่ 31 ของสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคแปซิฟิก (Pacific Area Travel Association เปลี่ยนชื่อเป็น Pacific Asia Travel Association - PATA) ที่กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ และพัทยา ในปี 2525 ซึ่งกำหนดเวลาที่จัดประชุมตรงกับการจัดงานสมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี ปรากฏว่าการจัดประชุมครั้งนี้ได้รับผลสำเร็จในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และได้รับความสนใจจากสมาชิกของสมาคมเดินทางมาร่วมประชุม 1,957 คน

19. จัดประชุมเพื่อแก้ปัญหาการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 ที่โรงแรมแมนดาริน กรุงเทพฯ เมื่อวันที่ 9-11 สิงหาคม 2525 เป็นการสัมมนาที่ได้รับความสนใจทั้งจากหน่วยราชการและธุรกิจการท่องเที่ยวแขนงต่าง ๆ มีผู้เข้าร่วมสัมมนาประกอบด้วยผู้ว่าราชการจังหวัด นายกรัฐมนตรี หัวหน้าส่วนราชการ ผู้แทนธุรกิจโรงแรม ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจสินค้าของที่ระลึก และสื่อมวลชน จำนวน 748 คน

20. ปี 2526 ร่วมหารือกับสำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบท เพื่อปรับปรุงพื้นที่บริเวณน้ำพุร้อน สันกำแพง จำนวน 75 ไร่ ในหมู่บ้านสหกรณ์สันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเมื่อสำรวจพื้นที่แล้วปรากฏว่ามีความเป็นไปได้มาก ททท. จึงได้ร่วมลงทุนกับสหกรณ์การเกษตรหมู่บ้านสหกรณ์สันกำแพง จำกัด สร้างห้องอาบน้ำแร่ สระอาบน้ำแร่ และสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน โครงการธุรกิจนำพุร้อนสันกำแพงได้เปิดบริการนักท่องเที่ยวในปี 2527 เป็นโครงการตอบสนองแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่จะให้สมาชิกสหกรณ์การเกษตรสันกำแพงได้มีโอกาสทำกินในพื้นที่ดังกล่าว



12. The first seminar for tourism leaders was held at Bangsaen Hotel, Chon Buri, January 17-21, 1977. The participants included the tourism leaders of various provinces around the country in both the government and private sectors. It was a campaign to make the provinces and agencies understand the importance of the tourism industry so that they may unite in spirit and action to assist the tourism industry development.

13. In 1977, the TOT, Sukhothai Province and the Fine Arts Department jointly revived the Loi Krathong and Candle Festival in Sukhothai. The fair has since been held regularly in Sukhothai every year.

14. In 1980, the TAT and Kanchanaburi Province jointly organized the first River Kwai Bridge Week to promote tourism in Kanchanaburi. The light and sound presentation was staged to allow visitors to see the vision detailing the construction of the historic railway during World War II.

15. The Cabinet announced the Visit Thailand Year on 2 occasions:

- The Visit Thailand Year 1980 was aimed to promote domestic travel among Thais and international visitors to Thailand. The features included cultural performances staged in the North, the South, the Northeast, and the Central. In Bangkok the fair was named the Thailand Tourism Festival which drew enthusiastic response. The TAT therefore made it an annual event. Later the Cabinet commanded that the Thailand Tourism Festival and National Identity Fair be combined to be held under one banner entitled the Thailand Tourism Festival and National Identity Fair.

- The 1987 Visit Thailand Year was a grand campaign to join in the celebrations of His Majesty the King's 60th Birthday Anniversary, December 5, 1987 and the Longest Reign Celebrations, July 2, 1988. Extensive publicity campaigns to promote all royal and supplementary ceremonies and fairs were mounted at home and abroad with excellent cooperation from the government and private sectors, e.g. intensive marketing and public relations campaigns, Thai customs procession to inaugurate the Visit Thailand Year, and project to support traditional fairs in the provinces. These cooperative efforts did much to invigorate the country's tourism industry and raise the number of tourist arrivals to a record figure.

16. The TAT hosted the annual meeting of the Society of American Travel Writers (SATW) in 1981 based on the consideration that its members were editors, journalists and photographers of travel magazines. They were invited to hold their annual meeting in Thailand in 1981- just one year before the Ratanakosin Bicentennial Year- in an effort to help the promotion of international tourist traffic to Thailand in the Bicentennial Year and the following. The gathering of the travel media representatives was a tremendous boost to the promotions and publicity of Thailand.

17. The TAT was approved by the cabinet in the establishment of the Hotel and Tourism Training Institute (HTTI) with the aim of providing skilled work - force to the hotel and travel agent industry. The institute was opened on November 5, 1981 and gave courses in front office, housekeeping, restaurant and bar, kitchen department and travel trade.

18. The TAT hosted the 31st Annual Conference of the Pacific Area Travel Association (later changed to Pacific Asia Travel Association) or PATA in Bangkok, Chiang Mai and Pattaya in 1982 to coincide with the Ratanakosin Bicentennial 1982. The conference met with publicity success and was attended by 1,957 members.

19. A conference to map out effective solutions and measures on tourism industry development in the 5th Development Plan was held on August 9-11, 1982, Mandarin Hotel, Bangkok. The meeting was attended by 748 participants from the government and private sectors all over the country including provincial governors, mayors, department heads, and representatives of the hotel, travel agent and media industry.

20. In 1983, the TAT joined in consultations with the Office of Accelerated Rural Development on the renovation of 75-rai San Kamphaeng Hot Spring, Chiang Mai to be used as a tourist attraction. The results of the survey were quite promising. The TAT and the Agricultural Co-operative Co., Ltd. of San Kamphaeng therefore entered into joint investment by constructing mineral bathhouses, baths and other amenities. San Kamphaeng Hot Spring has been catering to tourists since 1984. It is the project that was executed in response to the Royal initiative which desired the members of the Agricultural Cooperative of San Kamphaeng to be able to profit from the area.



21. ได้ก่อตั้งสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) Thailand Convention Promotion Association - TCPA) เมื่อวันที่ 5 กันยายน 2527 โดยความร่วมมือจากภาครัฐ เอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดประชุมทั้งทางตรงและทางอ้อมทุกสาขา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ประเทศไทยเป็นสถานที่จัดประชุมนานาชาติ ส่งเสริมการบริการด้านการประชุมนานาชาติให้มีคุณภาพสูงเท่าเทียมกับการประชุมนานาชาติ ช่วยเหลือองค์กรต่าง ๆ ในประเทศไทยที่จะขอรับเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมระดับนานาชาติให้มาจัดในประเทศไทย ต่อมาสมาคมนี้เปลี่ยนชื่อเป็น Thailand Incentive and Convention Association - TICA

22. ในปี 2527 ททท.ได้ร่วมกับกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข และกรุงเทพมหานคร จัดทำโครงการส่งเสริมมาตรฐานภัตตาคารและร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อปรับปรุงมาตรฐานด้านบริการและความสะอาด โดยที่ภัตตาคารร้านอาหารที่ผ่านการตรวจสอบตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้จะได้รับเครื่องหมายรับรองคุณภาพรูปแม่ค้ากับเสาแทรกติดไว้ประจำร้าน นอกจากนี้ ททท.ยังเผยแพร่รายชื่อร้านที่ผ่านการตรวจสอบให้นักท่องเที่ยวและประชาชนได้รับทราบเพื่อเลือกใช้บริการต่อไป รวมทั้งได้จัดทำเมนูแนะนำรายการอาหารเป็นภาษาอังกฤษไว้แจกให้แก่ภัตตาคารร้านอาหารเพื่อใช้เป็นแนวทางจัดทำเมนูเป็นภาษาอังกฤษสำหรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศอีกด้วย (โครงการนี้ยกเลิกไปเมื่อปี 2534)

23. รับเป็นเจ้าภาพจัดประชุมและงานส่งเสริมการขาย การท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Forum - ATF) 2 ครั้ง :-

- ครั้งแรกจัดในปี 2528 ที่โรงแรม Hyatt Central Plaza กรุงเทพมหานคร (ปัจจุบันคือโรงแรม Central Plaza) มีผู้นำจากวงการธุรกิจท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลกเข้าร่วมประชุมประมาณ 800 คน การจัดงานได้รับผลสำเร็จด้วยดีทั้งด้านการส่งเสริมการขายให้นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่น ๆ เดินทางมาท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน รวมทั้งการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวภายในกลุ่มประเทศสมาชิกเอง

54 - ครั้งที่ 2 จัดในปี 2533 ที่พัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นครั้งแรกที่จัดงานนี้ในเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงหลวง เพื่อกระจายการท่องเที่ยวไปยังท้องถิ่นอื่น และเพื่อให้ผู้ร่วมงานได้สัมผัสและพบเห็นสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทางด้านการท่องเที่ยวของอาเซียนที่พัฒนาไปอย่างเท่าเทียมกัน การจัดงานครั้งนี้มีผู้นำจากวงการธุรกิจท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก รวมทั้งสื่อมวลชนเข้าร่วมงานประมาณ 1,100 คน

24. ในปี 2528 ททท.ร่วมกับบริษัทการบินไทย จำกัด สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมโรงแรมไทย สมาคมพาทัวร์ไทย และสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) จัดงานส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวไทย (Thailand Travel Scene) ในเมืองใหญ่ ๆ ของ

สหรัฐอเมริกา ได้แก่ นิวยอร์ก แอดแลนต้า ลอสแอนเจลิส และซานฟรานซิสโก เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ในตลาดอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดสำคัญระดับสูงของประเทศไทย การจัดงานครั้งนั้นนอกจากจะเป็นผลดีแก่การตลาดท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่ประเทศไทยด้วย

25. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยการสนับสนุนขององค์การความร่วมมือทางเศรษฐกิจใ้พื้นที่ทะเลจากประเทศญี่ปุ่น (The Overseas Economic Cooperation Fund - OECF)

- คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2530 อนุมัติให้บรรจุแผนหลักพัฒนาการท่องเที่ยวในโครงการเงินกู้ OECF ครั้งที่ 13 ประจำปี 2530 และรัฐบาลไทยโดยกระทรวงการคลัง ได้ลงนามในสัญญาเมื่อวันที่ 22 มกราคม 2531 ในวงเงิน 1,342.03 ล้านบาท แผนหลักดังกล่าวครอบคลุมพื้นที่ในภาคเหนือตอนบนและตอนล่าง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคใต้ตอนบน ผังตะวันตก ภาคใต้ตอนบน ผังตะวันออก และภาคใต้ตอนล่าง ระยะเวลาดำเนินการระหว่างปี 2531-2534

- แผนงานเงินกู้ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะสนับสนุนการพัฒนาพื้นที่ในชนบท ก่อให้เกิดการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค เพิ่มรายได้เงินตราต่างประเทศและการจ้างงาน รวมทั้งให้มีการพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้คงสภาพ

26. คณะรัฐมนตรีในการประชุมเมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม 2531 ให้อนุมัติให้ประกาศปีศิลปหัตถกรรมไทย 2531 ตามโครงการที่ ททท.เสนอ ระหว่างวันที่ 12 สิงหาคม 2531 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2532 โดยใช้ชื่อว่า "ปีศิลปหัตถกรรมไทย 2531-2532" มีวัตถุประสงค์เพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ในงานส่งเสริมศิลปาชีพพิเศษและเป็นการสนองพระราชโอรสชาติที่จะส่งเสริมงานอาชีพและเพิ่มรายได้แก่ชาวชนบท ตลอดจนรักษาศิลปหัตถกรรมไทย นอกจากนี้ยังมุ่งผลด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อเนื่องจากปีท่องเที่ยวไทย 2530 ด้วย

27. คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 25 เมษายน 2532 เห็นชอบกับนโยบายการลงทุนกิจการร้านค้าปลอดอากรในเมืองของ ททท. โดยร่วมกับบริษัทเอกชน (บริษัท ดาวนทาวน์ ดี.เอฟ.เอส. จำกัด) ดำเนินธุรกิจร้านค้าปลอดอากรในกรุงเทพฯ มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อสร้างภาพพจน์ของประเทศไทยในการเป็นแหล่งซื้อสินค้าให้เกิดในหมู่นักท่องเที่ยว และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินมากขึ้น ทั้งยังเป็นการแสวงหารายได้สนับสนุนการดำเนินงานส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของ ททท. สถานที่ตั้งของบริษัทฯ อยู่ที่ถนนเพลินจิต

28. ททท.ได้จัดทำโครงการการศึกษาเพื่อพัฒนาเส้นทางเดินเท้าเพื่อการท่องเที่ยว โดยมีจุดประสงค์เพื่อปรับปรุงเส้นทางเดินเท้าในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานที่ท่องเที่ยว ร้านค้า ห้างสรรพสินค้า



เพื่อให้เกิดผลดีด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และสภาพแวดล้อมที่ดี โดยได้เปิดเส้นทางจุดแรกจากสุขุมวิทซอย 11 ถึงบริเวณสี่แยกราชประสงค์ เมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2532 ในการดำเนินการทท.ร่วมกับ กรุงเทพมหานครและการไฟฟ้านครหลวงติดตั้งไฟส่องสว่างทางเท้าเพิ่มเติม จัดตั้งศูนย์ให้ข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ศูนย์แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และศูนย์ตำรวจท่องเที่ยว รวมทั้งติดตั้งแผนที่ และป้ายบอกทางด้วย

21. The TAT founded the Thai Convention Promotion Association (TCPA) on September 5, 1984 with the cooperation of all branches of the private sector which has direct and indirect business interests in conventions. The primary objectives were to publicize Thailand as an international convention venue, to upgrade the convention service quality to international standard and to assist local bodies in their bids to host international conventions in Thailand. The association later had its name changed to the Thailand Incentive and Convention Association (TICA).

22. In 1984, the TAT joined with the Department of Health and the Bangkok Municipality Administration in creating a project to promote the standard of restaurants and foodshops to improve the standard of their services and cleanliness. Any eating establishments that passed inspection and met the criteria would be awarded the quality emblem for shop-front display. The TAT further published the list of those shops that passed inspection so that tourists and the public could use their services with confidence. It also produced English-language menus to be distributed to the restaurants for their guidelines. (The project was terminated in 1991.)

23. The TAT twice hosted the ASEAN Tourism Forum (ATF):

1. April 7-11, 1985, Hyatt Central Plaza Bangkok: About 800 delegates participated in the technical meetings and travel sales functions. Thailand and the ASEAN member countries as a result enjoyed an upsurge of international arrivals from other regions and within the ASEAN region itself.

2. January 13-18, 1990 Pattaya, Chonburi : ATF was for the first time staged in a destination town away from a national capital. The successful effort led to a greater distribution of tourists to regional destinations and created better awareness of new developments in tourist facilities among 1,100 participants.

24. In 1985, the TAT cooperated with Thai International Airways, the Association of Thai Travel Agents, the Thai Hotels Association, the PATA Thailand Chapter, and the Thai Convention Promotion Association in organizing the Thailand Travel Scene in major American cities : New York, Atlanta, Los

Angeles, and San Francisco. The campaign was to publicize Thailand in the American market, which was Thailand's top quality market. The travel show was a marketing success and helped to foster a good image of Thailand

25. Development of tourism destinations with the assistance from the Overseas Economic Cooperation Fund (OECF).

- The Cabinet at its September 15, 1987 meeting approved the inclusion of the tourism development master plan under the OECF Loan Agreement No. 13 for 1987 and the Ministry of Finance for the Royal Thai Government signed a contract on January 22, 1988 to the amount of 1,342.03 million baht. The master plan covered the Upper and Lower North, the Northeast, the East, the West, the Upper South on the West Coast, the Upper South on the East Coast, and the Lower South. The loan programs covered the years 1988-1991.

- The objectives of the loan plan were to make tourism development a principal strategy in support of rural development, to share wealth and prosperity with the regions, to add to foreign exchange earnings and employment, and to make possible the proper development and conservation of tourism resources.

26. The Cabinet on May 3, 1988 announced the Year of Handicrafts as proposed by the TAT, which ran from August 12, 1988-December 31, 1989 with the official title of the "Thailand Arts and Crafts Year 1988-1989." The objectives were to celebrate and supplement Her Majesty the Queen's efforts at the development of craftsmanship and design, and marketing of folk arts and crafts and to spread income to the rural areas. It was also a conservation campaign for Thai arts and craft as well as a continuation of the tourism promotion launched in the 1987 Visit Thailand Year.

27. The Cabinet on 25 April 1989 approved an investment policy on the setting up of a downtown duty free shop in Bangkok to be managed and directed jointly by the TAT and a private firm Downtown D.F.S. Co., Ltd. the duty free enterprise is part of a drive to promote Thailand as a shopping paradise and incentive for more tourist spending. The new venture will further be a source of income to the TAT and to be used in its tourism promotions and operations. The shop is located on Ploenchit Road.

28. The TAT undertook a study project for Bangkok tourist walkway development through the improvement of sidewalks in those areas of the Bangkok Metropolis where there are tourist attractions, shops and department stores. The aim was to create positive effects on the economic condition, tourism and the environment. The project was officially launched on 11 December 1989 and ranged from Sukhumvit Soi 11 to the Ratchaprasong intersection. The Bangkok Metropolitan Administration and the Metropolitan Electricity Authority gave further assistance in installing street lightings, setting up a tourist information center, foreign exchange counters and a tourist police center as well as map-boards and roads signs.

แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535-2539) An Outline of Tourism Development in the 7th National Economic and Social Development Plan (1992-1996)

1. วัตถุประสงค์ของแผน

- 1.1 เพิ่มรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศจากการท่องเที่ยว
- 1.2 เน้นการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและมาตรการควบคุมผลกระทบที่เกิดขึ้น
- 1.3 กระจายการพัฒนาและบริการการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นการลงทุนและการจ้างงาน
- 1.4 เน้นการบูรณะและบริหารทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อรักษาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว

2. โอกาสและข้อจำกัด

2.1 โอกาส

ด้านการตลาดต่างประเทศ ตลาดที่มีศักยภาพในการขยายตัวสูง คือตลาดที่มีอำนาจการซื้อสูง อันได้แก่ ตลาดการประชุมนานาชาติ ตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel) และ ตลาดการท่องเที่ยวประเภทความสนใจพิเศษ (Special Interest Travel) ภาวะเศรษฐกิจของตลาดหลักทางการท่องเที่ยวยังคงอยู่ในระดับที่ดี ธุรกิจการบินระหว่างประเทศมีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างมาก และ จากสภาพภูมิศาสตร์ ประเทศไทยยังคงเป็นประตู (Gateway) ที่จะเข้าสู่ อินโดจีน ได้ง่ายที่สุด

ด้านการตลาดในประเทศ ตลาดกลุ่มผู้มีรายได้ระดับกลางขึ้นไป มีแนวโน้มที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้น มีการกระจาย การเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ นอกเหนือจากเมืองหลักทาง การท่องเที่ยวมากขึ้น และหน่วยงานภาครัฐบาลและเอกชนระดับท้องถิ่น ให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวมากขึ้น

2.2 ข้อจำกัด

ด้านการตลาด แหล่งท่องเที่ยวหลักหลายแห่งอยู่ในสภาพ เสื่อมโทรม ขาดการบำรุงรักษาและอนุรักษ์ ทำให้ขาดเอกลักษณ์ ทั้งด้านสิ่งแวดล้อมและศิลปวัฒนธรรมซึ่งเป็นจุดขายสำคัญ การแข่งขัน ทางการท่องเที่ยวในตลาดโลกมีมากขึ้น ภาพพจน์ค่าใช้จ่ายเพื่อ การท่องเที่ยวในประเทศไทยที่สูงขึ้นมากอาจทำให้ปริมาณความต้องการ เดินทางท่องเที่ยวลดลงได้

ด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวตามบริเวณแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ขยายตัวไม่ทันต่อการลงทุนของธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชน การให้ บริการแก่นักท่องเที่ยวยังไม่ได้มาตรฐานและไม่เป็นระเบียบ ก่อให้เกิด การเอารัดเอาเปรียบแก่นักท่องเที่ยว และการพัฒนาบุคลากรทางการ ท่องเที่ยวยังมีจำกัดทั้งทางด้านคุณภาพและปริมาณ

ด้านการประสานแผนการปฏิบัติงาน ยังขาดกลไกประสาน การปฏิบัติงานระหว่างหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา การท่องเที่ยวทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติ แหล่งท่องเที่ยวขาด การบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง การใช้ประโยชน์ในที่ดินไม่เหมาะสม อันเนื่องมาจากการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวที่เป็นไปอย่างปราดจาก ทิศทาง ตลอดจนกฎหมายที่เกี่ยวข้องยังมีช่องทางให้หลบเลี่ยงได้ ทำให้ มีปัญหาการบุกรุกทำลายสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

3. ข้อเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 1 รักษาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถรองรับ การขยายตัวด้านการตลาดในระยะยาว

แนวทางการดำเนินการ คือ กำหนดพื้นที่เป้าหมายที่จะ บูรณะ บริหาร และจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ชัดเจน เชื่อมโยงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งกำหนดมาตรการเพื่อรักษาคุณภาพของ แหล่งท่องเที่ยวในการควบคุมการใช้ประโยชน์จากที่ดิน มาตรการ ควบคุมและการจัดระบบการกำจัดน้ำเสียส่วนรวมในแหล่งท่องเที่ยวให้ เกิดผลในทางปฏิบัติ นอกจากนี้ ยังจำเป็นต้องสนับสนุนให้ประชาชน ธุรกิจเอกชน และองค์กรของรัฐระดับท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการ บริหารทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ โดยมีแผนจังหวัด เป็นแผนชั้นนำแผนงานและกิจกรรมการดำเนินงาน รวมทั้งกำหนด หลักเกณฑ์ในการอนุรักษ์บำรุงรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ

กลยุทธ์ที่ 2 ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว ในภูมิภาคอาเซียนและอินโดจีน

แนวทางการดำเนินการ คือ มุ่งที่จะรวบรวมทุนพัฒนางจร ท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนโดยอาศัยความร่วมมือทางการตลาด ระหว่างประเทศสมาชิกสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีน สนับสนุนการลงทุนของภาคเอกชนในกิจกรรมหรือแหล่งท่องเที่ยว ประเภทใหม่ ๆ และพัฒนารูปแบบและคุณภาพสินค้าประเภทใช้สอยและ ของที่ระลึกให้เกิดความหลากหลายและตรงกับรสนิยมและความต้องการ ของนักท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 3 ปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารราชการและ กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้เอื้อต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ คือ เร่งรัดการปรับปรุงแก้ไข กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อจัด การเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ตลอดจนให้เป็นธรรมและ ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนา กระจาย และใช้ประโยชน์จากการพัฒนา ระบบบริการพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยวในลักษณะเครือข่าย

แนวทางการดำเนินการ คือ เพิ่มบทบาทภาคเอกชน ให้เข้าร่วมพัฒนาระบบพื้นฐานที่จำเป็น โดยเฉพาะการลงทุนในกิจการ บริการด้านการบินและสนามบินภูมิภาค และเชื่อมโครงข่ายคมนาคม ทุกทางเข้าด้วยกัน เพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนางจรการท่องเที่ยว ตลอดจนบูรณะ บำรุงรักษาระบบดังกล่าวให้เป็นประโยชน์ต่อ นักท่องเที่ยวในระยะยาว

กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาและยกระดับคุณภาพบุคลากรทางการ ท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ คือ จัดระบบการศึกษาภาครัฐ เพื่อผลิตบุคลากรให้ได้คุณภาพและปริมาณสอดคล้องกับความต้องการ ของตลาด สนับสนุนภาคเอกชนให้เข้ามามีบทบาทในเรื่องนี้มากขึ้น และกระจายศูนย์ฝึกอบรมบุคลากรออกไปยังภูมิภาคให้มากขึ้น



1. Objectives of the Plan

- 1.1 To increase foreign exchange earnings through tourism
- 1.2 To emphasize the conservation of tourist destinations and measures in order to control negative aftereffects
- 1.3 To spread tourism development and services in order to stimulate investment and employment
- 1.4 To emphasize the restoration and management of tourism resources in order to preserve the quality of tourist destinations

2. Opportunities and Limitations

2.1 Opportunities

On Overseas Markets Markets with great potential for expansion are those with strong purchasing power such as international conventions, incentive travel and special interest travel. The economy of the target markets is still strong and thus favourable to sustained tourist arrivals into the country. Expansion of international airline operations is also on the increase. From an advantageous geographical location, Thailand stands an excellent chance to be a gateway into Indochina.

On Domestic Markets The trend for expansion of domestic tourism is upward. Apart from the major tourist provinces, more tourist destinations have been established. Moreover, both the government and private sectors at the local level have accorded more importance to tourism.

2.2 Limitations

On Marketing Major tourist destinations are in a state of deterioration owing to a lack of maintenance and conservation. As a result, the environmental and cultural identity which is an important selling point is missing. In addition, Thailand is now engaged in a more intensely competitive tourism. Thailand's image as an increasingly expensive destination will probably have a negative effect on the number of tourist arrivals.

On the Development of Tourism Facilities and Services

The expansion of infrastructures in major tourist destinations does not keep pace with the ever-growing private sector's tourism business investment. The service given to tourists is not up to the standard and disorderly, resulting in the unfair treatment of tourists. Moreover, tourism manpower development is still limited in both quality and quantity.

On Coordination of Operations There is still a lack of mechanisms for coordinating operations between governmental agencies with respect to tourism at both the policy and practice level. There is also a lack of continuing conservation of tourist destinations. The expansion of tourist businesses without direction, moreover, results in improper use of land. There are also loopholes in related laws, hence provoking encroachment and destruction of the environment of tourist-destinations.

3. Proposed Strategies for Tourism Development

Strategy 1 : Maintenance of the quality of tourist destinations to meet market expansion on a long-term basis.

Courses of Action Clearly determine target localities for restoration, administration and management as well as link up development of target tourist destinations with the development of natural resources and environment. Measures will be established to control land use in order to preserve the quality of tourist destinations. There will also be measures for controlling and managing central water treatment system in tourist destinations.

In addition, the public, the private sector and local governmental agencies should be encouraged to participate in the systematic administration of natural tourism resources with provincial plans serving as guidelines for planning and activities. Also criteria for conservation and maintenance of various tourism resources are to be established.

Strategy 2 : Campaign for Thailand to be the tourism center of ASEAN and Indochina.

Courses of Action Undertake joint ventures with a view to developing a tourism network for ASEAN resting on marketing cooperation among member countries. Support the policy of turning Thailand into a gateway to Indochina. Encourage private sector investment in novel tourist activities or destinations and developing designs and quality of consumer products and souvenirs that evince greater diversity in response to tourist taste and demand.

Strategy 3 : Improvement of bureaucratic administration and related laws and regulations to favour tourism development and promotion.

Courses of Action Accelerate the improvement of laws and regulations related to tourism development and promotion with the aim of eradicating the unfair treatment of tourists as well as providing fairness and safety to tourists.

Strategy 4 : Development, dissemination and utilization of infrastructures to support a tourism network.

Courses of Action Allow the private sector greater roles in participating in the development of essential infrastructures, especially investment in airline and regional airport services and link up all transportation route networks in response to the development of a tourism network as well as restore and maintain such systems for the benefit of tourists on a long-term basis.

Strategy 5 : Development and upgrading of quality of tourism manpower.

Courses of Action Systematize public education in such a way as to promote manpower production in both quality and quantity that meets existing demand of the tourism market. Accord the private sector more active role in the matter, as well as support the establishment of more regional manpower training centers.



งบดุล Balance Sheet

งบดุล ณ วันที่ 30 กันยายน 2533 Balance of Budget as of September 30, 1990

หน่วย: บาท.
(Unit: Baht)

สินทรัพย์ (Assets)

สินทรัพย์หมุนเวียน (Circulating Assets)

เงินสดและเงินฝากธนาคาร (Cash and cash deposit)	243,883,151.96
ลูกหนี้ (Debtors)	36,373,777.61
สินค้าคงเหลือ (Stock in trade)	507,712.52
วัสดุคงเหลือ (Unused store)	1,037,126.44
เงินโอนรอการจัดจ่ายสำนักงานสาขา (Money to be transferred to branch offices)	52,987,214.40
เงินงบประมาณกันไว้จ่ายเหลือมีปี (Budget to be used in the following year)	88,614,283.00
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น ๆ (Other circulating assets)	24,224,504.74

รวมสินทรัพย์หมุนเวียน (Total Circulating Assets)

447,627,770.67

ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ - สุทธิ (Land, building and equipment - net)

194,995,167.33

สินทรัพย์อื่น ๆ (Other assets)

3,724,506.00

เงินลงทุนในบริษัทบางพระกอล์ฟอินเตอร์เนชันแนล (Investment in Bang Phra Golf International Co.)

80,300,000.00

รวมสินทรัพย์ (Total Assets)

726,647,444.00



หนี้สินและทุน (Debts and Capital)

(หน่วย : บาท)
(Unit : Baht)

หนี้สินหมุนเวียน (Circulating Debts)	
เจ้าหนี้ (Creditors)	2,576,764.52
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย (Outstanding payments)	17,187,187.41
เงินอุดหนุนที่มีข้อผูกพัน (Financial support with obligations)	64,500,373.80
เงินอุดหนุนรอการเบิกจ่าย (Subsidy reserved for disbursement)	112,628,916.17
หนี้สินหมุนเวียนอื่น ๆ (Other circulating debts)	1,399,669.31
รวมหนี้สินหมุนเวียน (Total Circulating Debts)	198,292,911.21
สิทธิการเช่ารอการบันทึกเป็นรายได้ (Rental rights awaiting entry as income)	2,133,333.00
หนี้สินอื่น ๆ (Other debts)	15,969,362.55
เงินทุนเลี้ยงชีพ (Financial support funds)	16,817,892.60
รวมหนี้สิน (Total Debts)	233,213,499.36
ส่วนของทุน (Capital)	
ส่วนเกินทุนจากการร่วมลงทุนกับ จ.จ.พ.ช. (Excess capital from investment with J.G.P.I)	191,211,318.61
ทุน (Capital)	199,492,837.86
	390,704,156.47
บัญชีรายได้ค่าใช้จ่าย (Revenue-Expense Account)	
ยอดยกมา (Balance)	62,757,973.28
บวก รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายงวดนี้ (Plus income higher than expense for this period)	39,971,814.89
	102,729,788.17
รวมส่วนของทุน (Total Capital)	493,433,944.64
รวมหนี้สินและทุน (Total Capital and Debts)	726,647,444.00

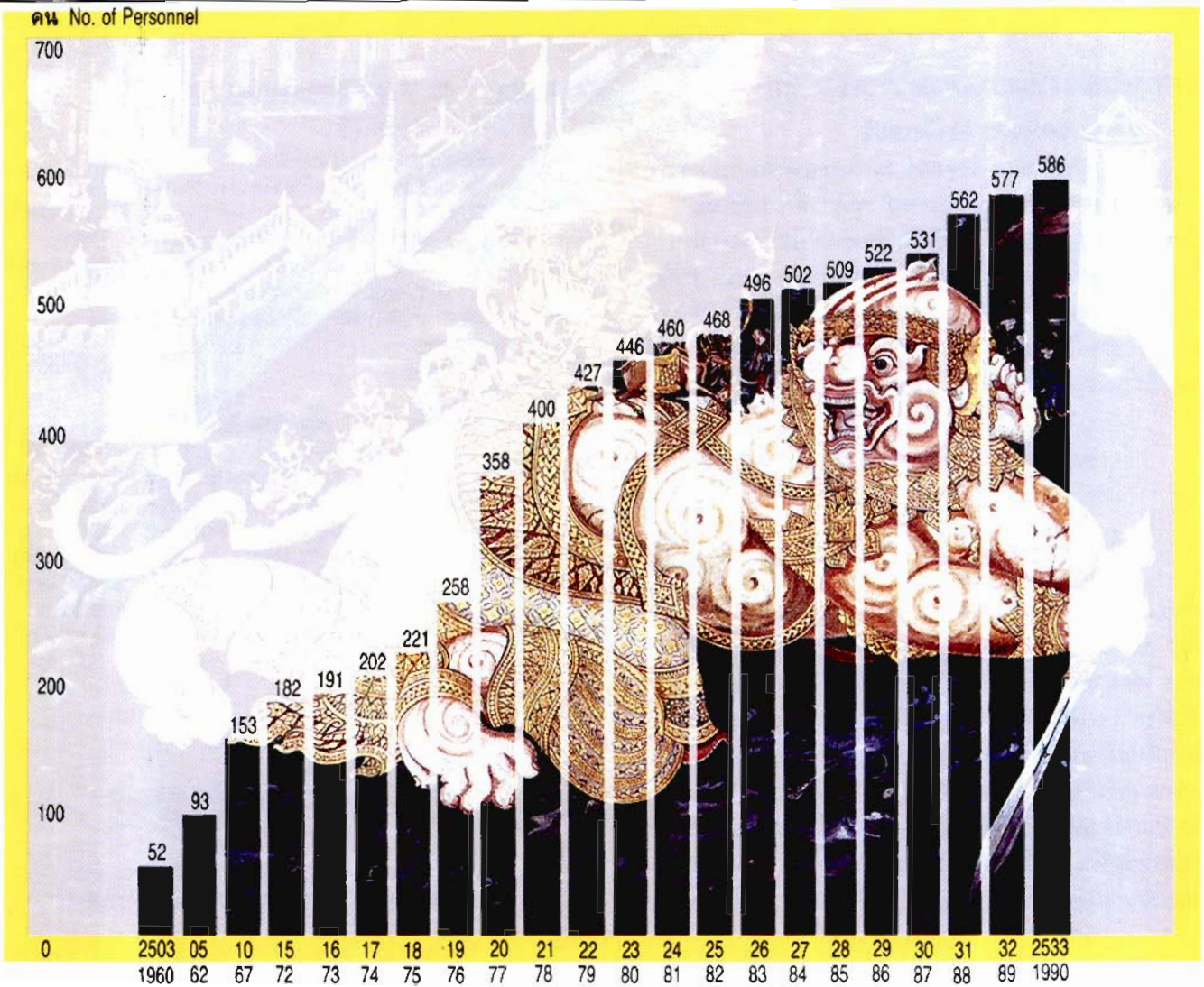


งบประมาณ Budget

งบประมาณปี 2533 ของ ททท.
TAT 1990 Budget

	งบประมาณ บาท Budget (Baht)
ก. แผนงานบริหารทั่วไป (General Administration Plan)	35,193,000.00
1. งานบริหารทั่วไป (General Administrative Plan)	35,193,000.00
ข. แผนงานส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยว (Tourism Promotion and Development Plan)	789,899,300.00
1. งานบริการทางการท่องเที่ยว (Tourism Services)	12,015,400.00
2. งานสถาบันฝึกอบรมวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว (Hotel) and Tourism-Training Institute Activities)	8,032,100.00
3. งานศูนย์รวบรวมข้อมูลและเผยแพร่ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว (Tourism Information and Promotion Center Activities)	8,213,500.00
4. งานสำรวจเพื่อวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (Survey for Tourism Planning Activities)	5,915,400.00
5. งานส่งเสริมและเผยแพร่ทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion Activities)	367,578,200.00
6. งานอำนวยความสะดวกและให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว (Tourist Assistance Activities)	76,828,100.00
7. งานอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (Conservation and Development of Tourist Destinations)	286,834,000.00
8. งานสนับสนุนงานประเพณีในจังหวัดต่างๆ (Promotion of Provincial Festivals)	19,782,600.00
9. โครงการเงินกู้ OECF เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว (OECF Loan Project for Tourism Development and Promotion)	4,700,000.00
รวม (Total)	825,092,300.00

อัตราการจ้างพนักงานจากปี 2503-2533 Number of TAT's Personnel from 1960-1990



พนักงานจำแนกตามระดับปี 2533

Personnel Classified by Rank in 1990

ระดับ Rank	1	2	3	4	5	6	7	8	9	9-10	10	11
คน No. of Personnel	29	25	132	77	88	152	30	39	9	1	3	1

ผลการดำเนินงานสถานตากอากาศของ ททท.

1. โรงแรมบางแสน จังหวัดชลบุรี

จากการดำเนินงานของโรงแรมบางแสนแต่เดิมประสบการขาดทุน คณะกรรมการททท.ในคราวประชุมครั้งที่ 7/2525 เมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2525 จึงได้มีมติให้เอกชนเช่าโรงแรมบางแสนไปดำเนินการกิจการ ททท.จึงได้ให้ บริษัท บางแสนบีช รีสอร์ท จำกัด เข้าโรงแรมบางแสน และลงนามในสัญญาแล้ว เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2526 ซึ่ง ททท.ได้รับผลประโยชน์ในรูปแบบค่าเช่าดำเนินการทำให้เกิดผลกำไรในปัจจุบัน สำหรับปีงบประมาณ 2533 จำนวนได้ดังนี้

- รายได้	3,097,941.98 บาท
- รายจ่าย	178,647.60 บาท
- กำไร	2,919,294.38 บาท

2. สนามกอล์ฟบางพระ จังหวัดชลบุรี

จากมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 21 เมษายน 2524 ให้ ททท. ดำเนินการเกี่ยวกับการให้เอกชนเข้าดำเนินการในสถานตากอากาศของ ททท. ประกอบกับมติของคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2528 ให้นำหน่วยงานภาครัฐวิสาหกิจเข้าร่วมดำเนินการกับเอกชนในวิธีการต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ททท.จึงได้ให้บริษัท Japan Golf Promotion Inc. ร่วมลงทุนเพื่อพัฒนาสถานตากอากาศสนามกอล์ฟบางพระ โดยบริษัทดังกล่าวได้เริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี 2529 เป็นต้นมา และ ททท.ได้รับผลประโยชน์ในรูปแบบการเช่าที่ดิน ทำให้เกิดผลกำไรในปัจจุบัน สำหรับปีงบประมาณ 2533 จำนวนได้ดังนี้

- รายได้	500,666.04 บาท
- รายจ่าย	332,548.68 บาท
- กำไร	168,117.36 บาท

3. โรงแรมเขาใหญ่

- รายได้	24,376,678.66 บาท
- รายจ่าย	18,575,715.22 บาท
- กำไร	5,800,963.44 บาท
- อัตราการเข้าพักร้อยละ	55.46
- จำนวนห้องพัก แยกเป็นบังกาโล 30 หน่วย โมเต็ล 18 หน่วย	
- เรือนที่ศนาจร 8 หน่วย	
- จำนวนพนักงานประจำ 97 อัตรา ลูกจ้างชั่วคราว 17 อัตรา รวม 114 อัตรา	

RESULTS OF THE OPERATIONS OF THE TAT'S RESORTS :

1. Bang Saen Hotel, Chon Buri

The operation of Bang Saen Hotel had run into a loss The TAT Board of Directors at its 7/1982 meeting on July 19, 1982 therefore voted to transfer its operation to a private group. Bang Saen Beach Co. Ltd. The lease contract was signed on September 12, 1983, by which the TAT made its earnings in the form of rent. The operations at present resulted in profits which in fiscal 1990 were classified as follows :

- Revenue	3,097,941.98 Baht
- Expenses	178,647.60 Baht
- Profit	2,919,294.38 Baht

2. Bang Phra Golf Course, Chon Buri

The Cabinet at its April 21, 1981 meeting empowered the TAT to privatize the operations of its resorts. Supported by the Cabinet's decisions made on February 12, 1985 which permitted state enterprises to enter into joint ventures with the private sector in various ways to maintain the country's economic stability, the TAT chose Japan Golf Promotion Inc to co-invest in the development of Bang Phra Golf Course. The Company began its operations since 1986 and the TAT received financial returns in the form of land rent. The profits earned for fiscal 1990 were classified as follows :

- Revenue	500,666.04 Baht
- Expenses	332,548.68 Baht
- Profits	168,117.36 Baht

3. Khao Yai Motor Lodge

- Revenue	24,376,678.66 Baht
- Expenses	18,575,715.22 Baht
- Profits	5,800,963.44 Baht
- Occupancy Rate	55.46 Per cent
- Accommodations : Bungalow 30 units, Motel-18 units	
- Tourist House - 8 units	
- Permanent staff members-97 positions, Employees-17 positions, to make a total of 114 positions	

Table 1 Balance of Tourism Revenue for the Period of 1981-1990

ปี Year		รายรับจากการท่องเที่ยว ล้านบาท Tourism Revenue (Million Baht)	รายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของคนไทย ล้านบาท Thai's Tourism Expenditure (Million Baht)	ดุลการท่องเที่ยว Balance of Tourism Revenue
พ.ศ. B.E.	ค.ศ. A.D.			
2524	1981	21,455	6,027	+ 15,428
2525	1982	23,879	6,151	+ 17,728
2526	1983	25,050	7,896	+ 17,154
2527	1984	27,317	7,290	+ 20,027
2528	1985	31,768	7,622	+ 24,146
2529	1986	37,321	7,799	+ 29,522
2530	1987	50,024	9,902	+ 40,122
2531	1988	78,859	15,209	+ 63,650
2532	1989	96,385	19,293	+ 77,092
2533	1990	110,572	21,822	+ 88,749

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบรายได้จากการท่องเที่ยวจากต่างประเทศกับรายได้จากสินค้าออกที่สำคัญของประเทศไทย พ.ศ. 2529-2533

Table 2 Comparison Between Revenue from International Tourism and from Important Export of Thailand for the period of 1986-1990

ลำดับ No.	ปี พ.ศ. B.E. 2529 YEAR ค.ศ. A.D. 1986		2530 1987		2531 1988		2532 1989		2533 1990	
	สินค้าออก Export	มูลค่า Value (ล้านบาท) (Million Baht)	สินค้าออก Export	มูลค่า Value (ล้านบาท) (Million Baht)	สินค้า Export	มูลค่า Value (ล้านบาท) (Million Baht)	สินค้าออก Export	มูลค่า Value (ล้านบาท) (Million Baht)	สินค้าออก Export	มูลค่า Value (ล้านบาท) (Million Baht)
1	การท่องเที่ยว Tourism	37,321	การท่องเที่ยว Tourism	50,024	การท่องเที่ยว Tourism	78,859	การท่องเที่ยว Tourism	96,386	การท่องเที่ยว Tourism	110,572
2	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ Textile Products	31,268	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ Textile Products	48,555	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ Textile Products	58,627	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ Textile Products	74,027	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ Textile Products	84,472
3	ข้าว Rice	20,315	ข้าว Rice	22,703	ข้าว Rice	34,676	ข้าว Rice	45,462	คอมพิวเตอร์ Computer & Parts	38,671
4	มันสำปะหลัง Tapioca	19,086	มันสำปะหลัง Tapioca	20,661	ยาง Rubber	27,189	ยาง Rubber	26,423	ข้าว Rice	27,770
5	ยาง Rubber	15,116	ยาง Rubber	20,539	มันสำปะหลัง Tapioca	21,844	มันสำปะหลัง Tapioca	23,974	ยาง Rubber	23,557
6	แผงวงจรไฟฟ้า Integrated Circuits	12,818	แผงวงจรไฟฟ้า Integrated Circuits	15,179	ัญชุนี Precious Stones	13,958	น้ำตาล Sugar	19,244	มันสำปะหลัง Tapioca	23,136
7	ข้าวโพด Maize	9,261	ัญชุนี Precious Stones	11,550	แผงวงจรไฟฟ้า Integrated Circuits	8,691	วงจรไฟฟ้า Integrated Circuits	18,424	ัญชุนี Precious Stones	22,045

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย
Source of Data : Bank of Thailand

2533 ตัวเลขเบื้องต้น
1990 Preliminary Data

ตารางที่ 3 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน รายได้และการชดเชยดุลการชำระเงินของประเทศไทย พ.ศ. 2524-2533

Table 3 Number of International Tourists, Revenue and Expenditure Balance Compensation of Thailand During the Period of 1981-1990

ปี Year		จำนวนนักท่องเที่ยว ระหว่างประเทศที่ค้างคืน Person Number of International Tourists (Person)	อัตรา เปลี่ยนแปลง Rate of Exchange	รายรับจากการท่องเที่ยว จากต่างประเทศ (ล้านบาท) International Tourism Revenue (Million Baht)	อัตรา เปลี่ยนแปลง Rate of Exchange	ดุลการค้าและบริการที่ ไม่รวมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (ล้านบาท) Trade Balance and Service Excluding Travel Industry (Million Baht)	ดุลการค้าและบริการที่ รวมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (ล้านบาท) Trade Balance and Service Including Travel Industry (Million Baht)
พ.ศ. B.E.	ค.ศ. A.D.						
2524	1981	2,015,615	+ 8.44	21,455	+ 20.77	- 75,167	- 59,739
2525	1982	2,218,429	+ 10.06	23,879	+ 11.29	- 45,070	- 27,342
2526	1983	2,191,003	+ 1.24	25,050	+ 4.90	- 89,633	- 72,479
2527	1984	2,346,709	+ 7.11	27,317	+ 9.05	- 73,705	- 53,678
2528	1985	2,438,270	+ 3.90	31,768	+ 16.29	- 70,565	- 46,419
2529	1986	2,818,092	+ 15.58	37,321	+ 17.48	- 28,291	+ 601
2530	1987	3,482,958	+ 23.59	50,024	+ 34.04	- 59,537	- 15,114
2531	1988	4,230,727	+ 21.47	78,859	+ 57.64	- 111,401	- 47,795
2532	1989	4,809,508	+ 13.68	96,385	+ 22.22	- 147,925	- 69,530
2533	1990	5,298,860	+ 10.17	110,572	+ 14.72	- 240,802	- 160,077

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย
Source of Data : Bank of Thailand

2533 ตัวเลขเบื้องต้น
1990 Preliminary Data

Table 4 Revenue from International Tourism 1990

ประเทศของนักท่องเที่ยว Country of Residence	จำนวน No. of Arrivals	ระยะเวลา พำนักเฉลี่ย Average Length of Stay	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน Average Expenditures / Person/Day		รายได้จากการท่องเที่ยว Revenue	
			บาท Baht	เหรียญสหรัฐ U.S.S	ล้านบาท Million Baht	ล้านเหรียญสหรัฐ Million U.S.S
			ภูมิภาคอเมริกา The Americas	367,778	7.52	3,025.95
แคนาดา Canada	68,987	7.36	2,532.62	99.08	1,286.05	50.31
สหรัฐอเมริกา U.S.A.	285,352	7.64	3,133.01	122.57	6,831.95	267.29
อเมริกาอื่น ๆ Other Americas	13,439	5.85	3,242.88	126.87	254.74	9.97
ยุโรป Europe	1,229,957	10.85	2,723.51	106.55	36,354.67	1,422.33
ฝรั่งเศส France	194,414	11.05	3,102.25	121.37	6,666.71	260.83
เยอรมนีตะวันตก West Germany	243,123	14.00	2,442.71	95.56	8,315.21	325.32
อิตาลี Italy	108,129	9.35	3,211.89	125.66	3,245.81	126.99
เนเธอร์แลนด์ Netherland	63,500	11.24	2,502.47	97.90	1,786.31	69.89
สวิตเซอร์แลนด์ Switzerland	81,051	10.39	2,481.25	97.07	2,089.28	81.74
อังกฤษ United Kingdom	227,875	9.33	2,449.32	95.82	5,204.96	203.64
ยุโรปอื่น ๆ Other Europe	311,865	9.95	2,915.32	114.06	9,046.39	353.92
เอเชียและแปซิฟิก Asia & Pacific	3,573,997	5.63	3,121.10	122.11	62,801.62	2,457.02
ออสเตรเลีย Australia	252,173	6.95	3,045.18	119.13	5,333.94	208.68
นิวซีแลนด์ New Zealand	32,406	8.14	2,760.89	108.01	728.31	28.49
จีน People's Republic of China	60,810	11.32	2,734.35	106.97	1,883.01	73.67
ฮ่องกง Hong Kong	382,772	5.29	3,210.02	125.58	6,502.60	254.41
อินเดีย India	128,242	5.93	2,876.52	112.54	2,186.94	85.56
ญี่ปุ่น Japan	652,299	4.70	3,726.47	145.79	11,415.66	446.62
เกาหลี Korea	147,655	3.38	3,498.44	136.87	1,746.28	68.32
มาเลเซีย Malaysia	751,569	4.07	2,360.14	92.33	7,211.70	282.15
สิงคโปร์ Singapore	335,679	5.35	3,071.53	120.16	5,518.03	215.89
ไต้หวัน Taiwan	503,156	8.52	3,500.00	136.93	15,005.81	587.08
เอเชียอื่น ๆ Other Asia	327,234	5.82	2,766.78	108.25	5,269.34	206.15
ตะวันออกกลาง Middle East	94,921	9.95	2,566.31	100.40	2,422.86	94.79
อื่น ๆ Others	32,207	7.85	2,450.00	93.85	619.75	24.25
รวมทั้งหมด Total	5,298,860	7.06	2,955.63	115.63	110,571.64	4,325.96

ที่มา : รัฐบาลไทยกรสารค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ พ.ศ. 2533 โดยนักท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Source of Data : Estimated Expenditures Based on a Tourist Consumption Expenditures Survey 1990 Conducted by Tourism Authority of Thailand

หมายเหตุ : อัตราแลกเปลี่ยน เงินบาทต่อเหรียญสหรัฐ = 25.00 บาท

Note : Exchange rate : S.B.T = Baht 25.00

ตารางที่ 5 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว (พ.ศ. 2519-2533)
Table 5 Number of International Tourist Arrivals, Average Length of Stay, Average Expenditure Per Person Per Day and Revenue from Tourism (1976-1990)

ปี Year	จำนวน นักท่องเที่ยว Number of International Tourist Arrivals	ร้อยละ เพิ่มขึ้น/ลดลง Per Cent Increase/Decrease	ระยะเวลา พำนักเฉลี่ย Average Length of Stay	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน บาท Average Expenditure Per Person Per Day (Baht)	รายได้จากการท่องเที่ยว ล้านบาท Revenue from International Tourism (Million Baht)	ร้อยละ เพิ่มขึ้น/ลดลง Per Cent Increase/Decrease
2519	1,098,442	- 6.19	5.09	765.45	3,990	-12.08
2520	1,220,672	+11.12	4.51	836.40	4,607	+15.56
2521	1,453,839	+19.10	4.84	1,263.80	8,894	+93.05
2522	1,591,455	+ 9.47	5.09	1,386.51	11,232	+26.29
2523	1,858,801	+16.80	4.90	1,950.92	17,765	+58.16
2524	2,015,615	+ 8.44	4.96	2,146.00	21,455	+20.77
2525	2,218,429	+10.06	4.79	2,248.11	23,879	+11.29
2526	2,191,003	- 1.24	4.91	2,328.56	25,050	+ 4.90
2527	2,346,709	+ 7.11	5.47	2,127.32	27,317	+ 9.05
2528	2,438,270	+ 3.90	5.58	2,334.92	31,768	+16.29
2529	2,818,092	+15.58	5.93	2,233.28	37,321	+17.48
2530	3,482,958	+23.59	6.06	2,370.04	50,024	+34.04
2531	4,230,737	+21.47	7.36	2,532.54	78,859	+57.64
2532	4,809,508	+13.68	7.63	2,626.56	96,385	+22.22
2533	5,298,860	+10.17	7.06	2,955.63	110,572	+14.72

ตารางที่ 6 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้าร่วมการประชุมนานาชาติในประเทศไทย จำแนกตามตลาดหลัก เปรียบเทียบปี พ.ศ. 2532-2533

Table 6 Number of Foreign Participants in International Conventions Held in Thailand Classified by Major Market Comparison Between 1989-1990

ตลาดหลัก Major Market	ปี Year	2532 1989	2533 1990	ร้อยละ (เพิ่ม/ลดลง) Per Cent (Increase/Decrease)
รวม Total		33,255	43,232	+ 30.00
สหรัฐอเมริกา U.S.A.		2,545	3,258	+ 28.02
แคนาดา Canada		378	807	+ 113.49
อเมริกาอื่นๆ Other Americas		186	286	+ 53.76
ฝรั่งเศส France		397	736	+ 85.39
เยอรมันตะวันตก West Germany		402	1,012	+ 151.74
อิตาลี Italy		243	1,332	+ 448.15
เนเธอร์แลนด์ Netherlands		388	343	-11.60
สวิตเซอร์แลนด์ Switzerland		297	425	+ 43.10
อังกฤษ United Kingdom		2,032	1,795	-11.66
ยุโรปอื่น ๆ Other Europe		1,350	2,017	+ 49.41
ออสเตรเลีย Australia		3,594	4,141	+ 15.22
นิวซีแลนด์ New Zealand		483	493	+ 2.07
อินเดีย India		600	1,318	+ 119.67
ญี่ปุ่น Japan		1,822	1,451	-20.36
มาเลเซีย Malaysia		3,771	7,675	+ 103.53
ฟิลิปปินส์ Philippines		1,451	2,303	+ 58.72
สิงคโปร์ Singapore		2,535	3,318	+ 30.89
ไต้หวัน Taiwan		1,459	946	-35.16
จีน People's Republic of China		1,080	707	-34.54
ฮ่องกง Hong Kong		3,139	2,237	-28.74
เอเชียอื่น ๆ Other Asia		4,283	5,436	+ 26.92
ตะวันออกกลาง Middle East		640	592	-7.50
อื่นๆ Others		180	604	+ 235.56

2533 คัดเลือเบื้องต้น
1990 Preliminary Data

ตารางที่ 7 รายละเอียดเกี่ยวกับการประชุมนานาชาติในประเทศไทย จำแนกตามจังหวัด ปี พ.ศ. 2533

Table 7 Details in International Conventions Held in Thailand Classified by City 1990

จังหวัด City	รวม Total	กรุงเทพฯ Bangkok	เชียงใหม่ Chiang Mai	ชลบุรี-พัทยา Chon Buri- Pattaya	ภูเก็ต Phuket	สงขลา-หาดใหญ่ Songkhla- Hat Yai	นครปฐม Nakhon Pathom	ขอนแก่น Khon Kaen	อื่น ๆ Others
รายละเอียด Details									
จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมทั้งหมด (คน) Total Number of Participants	85,659	44,600	4,173	15,671	10,594	2,921	2,204	477	5,019
ผู้เข้าร่วมประชุมต่างประเท คน Foreign Participants	43,232	22,478	1,971	9,998	4,755	972	915	114	2,029
ผู้เข้าร่วมประชุมคนไทย คน Thai Participants	42,427	22,122	2,202	5,673	5,839	1,949	1,289	363	2,990
จำนวนครั้งของการประชุม (ครั้ง) Number of Conventions	428	208	26	27	85	23	14	3	42
การค้า การพาณิชย์ อุตสาหกรรม Commerce and Industry	153	54	9	8	64	4	2	0	12
การแพทย์และสาธารณสุข Medicine and Public Health	63	31	6	6	5	0	9	1	5
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี Sciences and Technology	81	44	6	4	5	4	0	2	16
สังคมและวัฒนธรรม Social and Culture	34	20	3	2	3	2	3	0	1
การเมือง Politics	12	1	0	0	1	10	0	0	0
ศาสนา Religion	1	0	0	1	0	0	0	0	0
กีฬา Sports	14	13	0	0	1	0	0	0	0
การท่องเที่ยว Tourism	4	3	0	0	1	0	0	0	0
อื่นๆ Others	66	42	2	6	5	3	0	0	8

2533 คัดเลือเบื้องต้น
1990 Preliminary Data

รายชื่อของสถานที่ตั้งสำนักงาน ททท. List & Address of TAT Offices

สำนักงานใหญ่

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ถนนราชดำเนินนอก กรุงเทพฯ 10100 ประเทศไทย
โทร. 282-1143-7 โทรเลขย่อ TOT กรุงเทพฯ
แฟกซ์ 84194 TATBKK TH FAX 66 2 280 1744

สำนักงานต่างประเทศ เอเชียและแปซิฟิก

ฮ่องกง

Room 401 Fairmont House,
8 Cotton Tree Drive, Central, HONG KONG
โทร. (5) 868-0732 (5) 868-0854 โทรเลขย่อ HK THAITOUR
แฟกซ์ 63092 HKTAT HX โทรสาร: (852 5) 868-4585
พื้นที่รับผิดชอบ
ฮ่องกง ไต้หวัน ฟิลิปปินส์ มาเก๊า
และสาธารณรัฐประชาชนจีน

กัวลาลัมเปอร์ มาเลเซีย

C/O Royal Thai Embassy,
206 Jalan Ampang, Kuala Lumpur, MALAYSIA
โทร. 248-0958 แฟกซ์ 31089 TATKL MA
โทรสาร: (09 3) 241-3002
พื้นที่รับผิดชอบ
มาเลเซีย และบรูไน

โอซากา ญี่ปุ่น

Hiranomachi Yachiyō Bldg., 5F,
1-8-13 Hiranomachi Chuo-ku Osaka 541, JAPAN.
โทร. (06) 231-4434 แฟกซ์ 64675 TATOSAKA J
โทรสาร: (81 6) 231-4437
พื้นที่รับผิดชอบ
ภาคใต้ของญี่ปุ่น เกาหลี

สำนักงานภูมิภาคญี่ปุ่น

Hibiya Mitsui Bldg., 1-2 Yurakucho 1-Chome,
Chiyoda-ku, Tokyo 100, JAPAN.
โทร. (03) 3580 6776-7 3508-0237
โทรเลขย่อ THAITOUR TOKYO
แฟกซ์ 33964 TATTOKYO โทรสาร: (81 3) 508 7808
พื้นที่รับผิดชอบ
ภาคเหนือของญี่ปุ่น เกาหลี

สิงคโปร์

C/O Royal Thai Embassy,
370 Orchard Rd., Singapore 0923, SINGAPORE
โทร. 235-7694 235-7901
โทรเลขย่อ THAITOUR SINGAPORE
แฟกซ์ 39428 TATSIN RS โทรสาร: 551 733 5653
พื้นที่รับผิดชอบ
สิงคโปร์และอินโดนีเซีย

ซิดนีย์ ออสเตรเลีย

12th Floor, Royal Exchange Bldg.,
56 Pitt Street, Sydney 2000, AUSTRALIA
โทร. 02 247 7549 247 7540 โทรเลขย่อ THAITOUR SYDNEY
แฟกซ์ 23467 THAIT AA โทรสาร: 61 2 251 2465
พื้นที่รับผิดชอบ
ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์

ยุโรป

แฟรงค์เฟิร์ต เยอรมัน

Thailändisches Fremdenverkehrsbur.
Bethmann Str 58/IV D-6030 Frankfurt/M.1, WEST GERMANY
โทร. 069 295-704 295-804 โทรเลขย่อ THAITOUR Frankfurt/M
แฟกซ์ 413542 TAFRA D โทรสาร: (4909) 281-468
พื้นที่รับผิดชอบ
เยอรมัน ออสเตรีย ยุโรปตะวันออก และสวิตเซอร์แลนด์

ลอนดอน อังกฤษ

49 Albemarle Street, London W1X 3 FE England UK
โทร. (01) 499-7679 โทรเลขย่อ THAITOUR LONDON
แฟกซ์ 2987906 THAITOUR G โทรสาร: (44 1) 629-5519
พื้นที่รับผิดชอบ
สหราชอาณาจักร ไอร์แลนด์ ฟินแลนด์ และสแกนดิเนเวีย

ปารีส ฝรั่งเศส

Office National du Tourisme de Thaïlande,
90 Avenue des Champs Elysées 75008 Paris, FRANCE.
โทร. 4562-8656 4562-8748 โทรเลขย่อ THAITOUR PARIS
แฟกซ์ 650093 TATPARF โทรสาร: (331) 45633888
พื้นที่รับผิดชอบ
ฝรั่งเศส เบลเยียม ลักเซมเบิร์ก เนเธอร์แลนด์

โรม อิตาลี

Ente Nazionale per il Turismo Thailandese,
Via Barbenni 5000187 Roma ITALY
โทร. (06) 474-7410 474 7660
แฟกซ์ 625139 TAT โทรสาร: (39 6) 474 7660
พื้นที่รับผิดชอบ
อิตาลี สเปน กรีซ โปรตุเกส อิสราเอล อียิปต์ ตุรกี

อเมริกาเหนือ

สำนักงานลอสแอนเจลิส

3440 Wilshire Blvd., Suite 1101
Los Angeles, CA 90010 U.S.A.
โทร. (213) 382-2353, 54-55
โทรเลขย่อ THAITOUR LOS ANGELES
แฟกซ์ 686208 TTC LSA โทรสาร: (1 213) 380-7544
พื้นที่รับผิดชอบ
ภาคตะวันตกของอเมริกา ละตินอเมริกา ภาคตะวันตกของแคนาดา

นิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา

5 World Trade Center, Suite No. 2449
New York, NY 10048, U.S.A.
โทร. 212 432-0433-0435 โทรเลขย่อ THAITOUR NEW YORK
แฟกซ์ 667612 TOT LW โทรสาร: (1 212) 912-0920
พื้นที่รับผิดชอบ
ภาคตะวันออกของอเมริกา และภาคตะวันออกของแคนาดา

สำนักงานภูมิภาค สหรัฐอเมริกา

Tourism Authority of Thailand
303 East Wacker Drive, Suite 400
Chicago, IL 60601
โทร. (312) 810-2990-0
พื้นที่รับผิดชอบ
อเมริกา

สำนักงานภายในประเทศ

ส่วนกลาง

กาญจนบุรี

ถนนแสงชูโต อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี 71000
โทร. (034) 511-200 โทรสาร: (034) 511-200

พัทธยา

332/1 ถนนชายนาถ พัทธยาใต้ จ.ชลบุรี 20260
โทร. (038) 428-750 429-113 โทรสาร: (038) 429-113

ชะอำ

500/51 ถนนเพชรเกษม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120
โทร. (032) 471502 โทรสาร: (032) 471502

ภาคเหนือ

เชียงใหม่

องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ ถนนสิงหนคร
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 57000
โทร. (053) 717433 โทรสาร: (053) 717434

เชียงใหม่

105/1 ถนนเชียงใหม่-ลำพูน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50000
โทร. (053) 248-604 248-607 โทรสาร: (053) 248-605

พิษณุโลก

209/7 8 ศูนย์การค้าสุริยง ถนนบรมไตรโลกนาถ
อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก 65000
โทร. (055) 252 742 252 743 โทรสาร: (055) 252-742

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นครราชสีมา

2102 2104 ถนนมิตรภาพ ตำบลในเมือง
อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000
โทร. (044) 243-427 243-751 โทรสาร: (044) 243-427

อุบลราชธานี

264 1 ถนนเขื่อนธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000
โทร. (045) 243-770-1 โทรสาร: (045) 243 771

ขอนแก่น

ศาลาประชาคม ถนนกลางเมือง อำเภอเมือง
จังหวัดขอนแก่น 40000
โทร. (043) 244498, 244499 โทรสาร: (043) 244497

ภาคใต้

หาดใหญ่

1/1 ซอย 2 ถนนนิพัทธ์อุทิศ 3 หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
โทร. (074) 243-747 245-986 โทรสาร: (074) 245-986

ภูเก็ต

73-75 ถนนภูเก็ต อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต 83000
โทร. (076) 212-213 211-036 โทรสาร: (076) 213-582

สุราษฎร์ธานี

5 ถนนตลาดใหม่ บ้านดอน อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84000
โทร. 077 282 828 281 828 โทรสาร: (077) 282 828

นครศรีธรรมราช

1180 บวรบวรราช ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง
จังหวัดนครศรีธรรมราช 80000
โทร. (075) 356264 โทรสาร: (075) 356264

HEAD OFFICE

Ratchadamnoen Nok Avenue, Bangkok 10100, THAILAND
Tel: 282-1143, 282-4175 Cable: TOT BANGKOK
Telex: 84194 TATBKK TH Fax: 662 280-1744

OVERSEAS OFFICES ASIA & PACIFIC

HONG KONG

401 Farmont House, 8 Cotton Tree Drive, Central, HONG KONG
Tel: 868-0732, 868-0854 Cable: HK THAITOUR
Fax: 852 868-4585
Area of Responsibility: Hong Kong, Taiwan, Philippines
Macau and People's Republic of China

KUALA LUMPUR

c/o Royal Thai Embassy, 206 Jalan Ampang, Kuala Lumpur, MALAYSIA
Tel: 248-0958, 248-6529 Fax: (093) 241-3002
Area of Responsibility: Malaysia and Brunei

OSAKA

Hiranomachi Yachiyō Bldg., 5F, 1-8-13 Hiranomachi Chuo-ku
Osaka 541, JAPAN
Tel: (06) 231-4434 Telex: 64675 TATOSAKA J Fax: 81 6 231-4337
Area of Responsibility: Southern Japan

TOKYO

Hibiya Mitsui Bldg., 1-2 Yurakucho 1-Chome, Chiyoda-ku, Tokyo 100, JAPAN
Tel: (03) 3580-6776-7, 3508-0237 Cable: THAITOUR TOKYO
Telex: 33964 TATTOKYO J Fax: 81 3 508-7808
Area of Responsibility: Northern Japan, Korea

SINGAPORE

c/o Royal Thai Embassy, 370 Orchard Rd., Singapore 0923, SINGAPORE
Tel: 235-7694, 235-7901, 7336723 Cable: THAITOUR SINGAPORE
Telex: 33428 TATSIN RS Fax: 65 733-6653
Area of Responsibility: Singapore and Indonesia

SYDNEY

12th Floor, Royal Exchange Bldg., 56 Pitt Street, Sydney 2000, AUSTRALIA
Tel: (02) 247-7549, 247-7540 Cable: THAITOUR SYDNEY
Fax: 61 2 251-2465
Area of Responsibility: Australia, New Zealand and South Pacific

EUROPE

FRANKFURT

Thalandsches Fremdenverkehrsbüro, Bethmannstr., 58IV D-6000 Frankfurt/M :
GERMANY
Tel: (069) 295-704, 295-604 Cable: THAITOUR Frankfurt/M
Telex: 413542 TAFRA D Fax: 49-69-281468
Area of Responsibility: Germany, Austria, East Europe and Switzerland

LONDON

49 Albemarle Street, London W1X 3 FE, England U.K.
Tel: (071) 489-7679 Cable: THAITOUR LONDON
Telex: 24136 TATLON G Fax: 44-71-629-6519
Area of Responsibility: United Kingdom, North Ireland, Iceland,
Finland and Scandinavia

PARIS

Office National du Tourisme de Thaïlande, 90 Avenue des Champs
Elysees, 75008 Paris, FRANCE
Tel: 4562-8656, 4562-8748 Cable: THAITOUR PARIS
Telex: 650093 TATPAR F Fax: 33-1-45637888
Area of Responsibility: France, Belgium, Luxembourg, the Netherlands

ROME

Ente Nazionale per il Turismo Thailandese, Via Barberini, 50
00187 Roma, ITALY
Tel: (06) 487-3479, 487-3500 Telex: 626139 TAT I
Fax: 39 6 487-3500
Area of Responsibility: Italy, Spain, Greece, Portugal,
Israel, Egypt, Turkey

NORTH AMERICA

LOS ANGELES

3440 Wilshire Blvd., Suite 1100, Los Angeles, CA 90010, U.S.A.
Tel: (213) 392-2353-55 Cable: THAITOUR LOS ANGELES
Fax: 1 213 3897544
Area of Responsibility: Western U.S.A., Latin America, Western Canada

NEW YORK

5 World Trade Center, Suite No. 3443, New York, N.Y. 10048, U.S.A.
Tel: (212) 432-0433-35 Cable: THAITOUR NEW YORK
Fax: 1 212 9120920
Area of Responsibility: Eastern U.S.A., and Eastern Canada

CHICAGO

Tourism Authority of Thailand
303 East Wacker Drive, Suite 430
Chicago, IL 60601
Tel: (312) 819-3990-6
Area of Responsibility: The Americas

LOCAL OFFICE

CENTRAL

KANCHANABURI

Saeng Chuto Rd., Amphoe Muang, Kanchanaburi 71000
Tel: (034) 511-200 FAX: (034) 511-200

PATTAYA

382/1 Chaihat Rd., South Pattaya, Chon Buri 20260
Tel: (038) 428-750, 429-113 FAX: (038) 429-113

CHA-AM

500/51 Phetchakasem Road, Amphoe Cha-Am, Phetchaburi 76120
Tel: (032) 471502 FAX: (032) 471502

NORTH

CHIANG RAI

Provincial Administration Organization (PAC) Singhakrila Road,
Amphoe Muang, Chiang Rai 57000
Tel: (053) 717433 FAX: (053) 717434

CHIANG MAI

105/9 Chiang Mai-Lamphun Rd., Amphoe Muang, Chiang Mai 50000
Tel: (053) 248-604, 248-607 FAX: (053) 248-605

PHITSANULOK

209/7 8 Surasi Trade Center, Boromtrailokrajit Rd.,
Amphoe Muang, Phitsanulok 65000
Tel: (055) 252-742, 252-743 FAX: (055) 252-742

NORTHEAST

NAKHON RATCHASIMA

2102-2104 Mittraphap Rd., Tambon Nai Muang
Amphoe Muang, Nakhon Ratchasima 30000
Tel: (044) 243-427, 243-751 FAX: (044) 243-427

UBON RATCHATHANI

264/1 Khuanthani Road, Amphoe Muang, Ubon Ratchathani 34000
Tel: (045) 243-770 1 FAX: (045) 243-771

KHON KAEN

Saengsakthom, Klang Muang Road, Amphoe Muang, Khon Kaen 40000
Tel: (043) 244496, 244498 FAX: (043) 244497

SOUTH

HAT YAI

1/1 Soi 2 Niphat Uthit 3 Rd., Hat Yai, Songkhla 90110
Tel: (074) 243-747, 245-986 FAX: (074) 245-986

PHUKET

73 75 Phueket Rd., Amphoe Muang, Phuket 83000
Tel: (076) 212-213, 211-036 FAX: (076) 213-582

SURAT THANI

5 Talat Mai Rd., Ban Don, Amphoe Muang, Surat Thani 84000
Tel: (077) 282-828, 281-828 FAX: (077) 282-828

NAKHON SI THAMMARAT

1199 Bowsin Bazaar, Ratchadamnoen Road, Amphoe Muang,
Nakhon Si Thammarat 80000
Tel: (035) 358264 FAX: (035) 358264



09
353.78
ททท
2533

ห้องสมุดการท่องเที่ยวฯ

T07233



รายงานประจำปี 2533 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย = Annual



