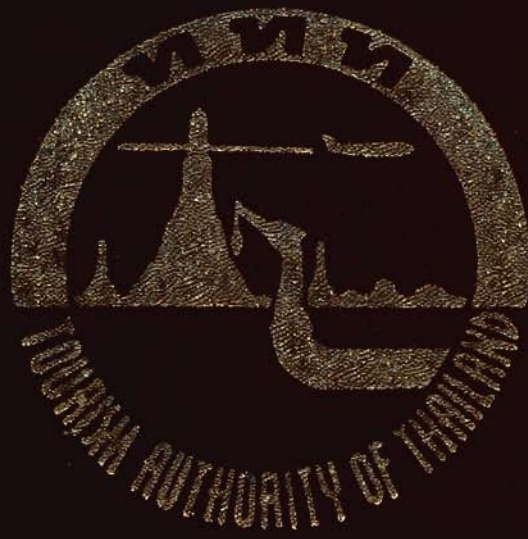




ห้องสมุดการทูตกรุงเทพฯ



รายงานประจำปี 2528



อกค  
353.78  
ทรท  
2528  
ฉ.3

ห้องสมุด  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

# รายงานประจำปี 2528 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Annual Report 1985  
Tourism Authority of Thailand

SUKHAT



SUKHAT

37 BANGKOK



THAI DRAMATICS

Grand Palace



Bangkok

5 ราชวังสุรินทร์



SURIN

Marble Temple



Bangkok

24 กระจ่าง



PATTANI

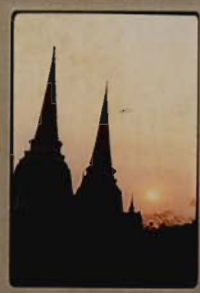
กระจ่าง

23 ล่องเรือในถ้ำ  
เชียงรายน



CHIANG RAI

พระธาตุ ๐๙๕๐๗



Ayutthaya

18 พระธาตุเมือง



NAKHON PATHOM

พระเครื่อง - เชียงใหม่



Chiang Mai

15

ภูเขา  
เขาทราย



KHAO YAI  
NAKHON NAYOK

ตลาดผ้า รatchบุรี



Ratchaburi

เขื่อนพระรามหก  
กาญจนบุรี



Kanchanaburi

\* เขื่อนพระรามหก



ภูเขาลอย  
ลพบุรี



LOEI

25 ละครหุ่น  
นาคนพรม



NAKHON PHANOM

200 ปี การรถไฟแห่งประเทศไทย



Bangkok

พัทยา



PATTAYA

นาฏศิลป์  
สุโขทัย



SUKHOTHAI

Wat Bangyikhan





# Thailand

BRILLIANT







## สารบัญ Contents

2

สารจากผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย  
Message from the Governor of the Tourism Authority of Thailand

4

คณะผู้บริหาร ททท.  
The Executive Team

6

นโยบายของคณะกรรมการ ททท. ปีงบประมาณ 2528 และรายนามคณะกรรมการ ททท.  
Policy Outline for Fiscal 1985 & TAT Board of Directors

10

ประวัติและความก้าวหน้าในการดำเนินงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย  
History and Development of Thailand's National Tourist Office

14

โครงสร้าง อำนาจหน้าที่ การจัดองค์กร ททท.และการพัฒนาบุคลากร ททท.  
Structure, Authority/Responsibilities, Organization and Personnel Development

22

แผนงาน งบประมาณและอัตรากำลังของ ททท. ในปีงบประมาณ 2528  
Plans, Budget and Manpower during Fiscal 1985.

28

ผลงานของ ททท. ในรอบปีงบประมาณ 2528  
Achievements and Actions during Fiscal 1985

40

การเสนอขายการท่องเที่ยว "Thailand Travel Scene"  
"Thailand Travel Scene" Promotion

43

การส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศสำหรับเยาวชนไทย  
Domestic Travel Promotion for Youth

46

การดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องร้านค้าปลอดภาษี  
Actions on Duty-Free Operations

48

แผนงานและโครงการ "ปีท่องเที่ยวไทย 2530"  
The 1987: Visit Thailand Year Project

52

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 พ.ศ. 2530 - 2534  
Tourism Development Plan under the 6th National Economic & Social Development Plan (1987-1991)

56

ภาคผนวก  
Appendices



# สารจากผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

แหล่งที่มา	ก. แชนแนล
เลขทะเบียน	6105 (4.5)
เลขเรียกหนังสือ	
วันที่	๐ / ๒๑ / ๒๐

๐๓  
๐๕๓.๖๘  
ทพท  
๒๕๖๔  
ก. ๓



การท่องเที่ยวของประเทศไทยในปัจจุบันมีแนวโน้มดีขึ้นตามลำดับ เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกเริ่มฟื้นตัวขึ้น ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวจากประเทศในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลกเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ประเทศไทยได้รับผลประโยชน์ดังกล่าวด้วย โดยในปี 2528 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาเยือนประเทศไทยเป็นจำนวน 2,438,270 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2527 ร้อยละ 3.9 และสามารถทำรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศให้แก่ประเทศไทยเป็นจำนวนสูงถึง 31,678 ล้านบาท นับเป็นรายได้อันดับหนึ่งของประเทศ ขณะที่สินค้าออกที่สำคัญอื่น ๆ ทำรายได้ในอันดับรองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์สิ่งทอประมาณ 23,575 ล้านบาท ข้าวประมาณ 22,523 ล้านบาท มันสำปะหลัง 14,978 ล้านบาท ตามลำดับ

การผลักดันและความสนับสนุนของรัฐบาลต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย นับเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเจริญเติบโตขึ้น ในปี 2528 ทพท.ได้รับการจัดสรรงบประมาณพิเศษเพิ่มเติมเป็นจำนวน 39 ล้านบาท เพื่อใช้จ่ายในการโฆษณาเผยแพร่ประเทศไทยให้กว้างขวางยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในตลาดหลักที่สำคัญของประเทศไทย นอกจากนี้ความร่วมมือและประสานงานระหว่างหน่วยงานราชการและธุรกิจเอกชนที่เกี่ยวข้อง ช่วยให้การดำเนินงานส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปโดยสะดวกรวดเร็วและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

จากการวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวในปี 2528 สามารถคาดการณ์ได้ว่า การท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคตจะมีแนวโน้มดีขึ้นเรื่อย ๆ นักท่องเที่ยวต่างชาติจากตลาดหลักที่สำคัญจะหันมาท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีการขยายเส้นทางบินมาสู่ประเทศไทยเพิ่มขึ้น ตลอดจนมีความสะดวก ปลอดภัย และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางระดับปานกลางจะช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคตได้เป็นอย่างมาก ทพท.ได้พยายามดำเนินนโยบายและมาตรการทั้งในด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาบริการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อชักจูงให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมาสู่ประเทศไทยให้มากที่สุด โดยประสานงานกับส่วนราชการและเอกชนอย่างใกล้ชิดในการวางแผนทั้งในระยะสั้นและระยะยาวอย่างดีเยี่ยมและเป็นระบบ ดังจะเห็นได้จากการจัดทำแผนการปฏิบัติงานเป็นรายปี ประกอบด้วยแผนงานพัฒนาการท่องเที่ยว แผนการตลาดท่องเที่ยวต่างประเทศและในประเทศซึ่งจัดทำเป็นประจำทุกปี ตลอดจนจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ในระยะ 5 ปี โดยสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ อันเป็นแผนแม่บทของชาติ ซึ่ง ทพท.ได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 พ.ศ. 2530 - 2534 ซึ่งเป็นแผนแม่บทในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเสร็จเรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้หากได้มีการดำเนินการตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้แล้วก็จะมั่นใจได้ว่าอนาคตของการท่องเที่ยวของประเทศไทยจะยังคงสดใสและสามารถพัฒนาให้เจริญก้าวหน้าสืบไปด้วยความมั่นคง และจะส่งผลต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศสูงขึ้นเรื่อย ๆ

สำหรับในปี 2530 อันเป็นปีที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อประวัติศาสตร์ของชาติไทย คือ เป็นปีแห่งมหามงคลสมัยที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเจริญพระชนมพรรษาครบ 5 รอบ ในวันที่ 5 ธันวาคม 2530 และพระราชพิธีรัชมังคลาภิเษกในปี 2531 ซึ่งพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวจะทรงครองราชย์ยืนยาวนานกว่าพระมหากษัตริย์ทุกพระองค์ในประวัติศาสตร์ชาติไทย รัฐบาลได้มีนโยบายที่จะจัดงานเฉลิมฉลองพระเกียรติในวาระอันสำคัญนี้ โดยเฉพาะในปี 2530 ต่อเนื่องกับปี 2531 ในวาระนี้ ทพท.ได้รับอนุมัติจากรัฐบาลให้ประกาศปี 2530 เป็น **"ปีท่องเที่ยว ไทย"** เพื่อร่วมเฉลิมฉลองพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและเผยแพร่พระราชกรณียกิจให้ขจรขยายไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ตลอดจนดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนโครงการทางการท่องเที่ยวเพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาสู่ประเทศไทยสูงขึ้น ซึ่ง ทพท.มีความเชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่า การท่องเที่ยวของประเทศไทยจะเจริญเติบโตและจะเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมโดยรวมเพิ่มขึ้นอย่างแน่นอน ทั้งนี้ หากได้รับความสนับสนุนและความร่วมมืออย่างจริงจังจากภาครัฐบาลและเอกชนดังเช่นที่ผ่านมา

พันเอก   
(สมชาย นีร์ฤกษ์)

ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



## Message from the Governor of the Tourism Authority of Thailand

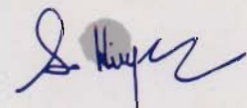
It is gratifying to note that the current trend of Thailand's tourism industry is on a steady upswing direction. One of the reasons is the fact that world's economy is beginning to improve, resulting in more tourists from various regions taking more trips. Thailand also gains from this welcome development. During 1985, there were some 2,438,270 overseas arrivals, an increase of 3.9% over the previous year, generating a revenue from foreign currency of Baht31,678 million, which was the top national revenue earner, compared with Baht23,575 million from textiles, Baht22,523 million from rice and Baht14,978 million from tapioca.

The encouragement and support from the government on tourism promotion and development contribution substantially to this achievement. In 1985, a total of Baht39 million special budget was allocated for the advertising and publicity activities, in particular in Thailand's major markets. Furthermore, the cooperation and coordination between the public and private sectors concerned have made the promotion and development efforts more expeditious and effective.

Based on tourism situation analysis of the year 1985, it may be predicted that Thailand's tourism would continue to grow with more overseas visitors from major markets coming to the country. This may be attributed to the expansion of aviation networks and routes to Thailand, the convenience, safety and comparatively low cost, which should contribute to the future of the industry in Thailand. TAT has endeavored to implement policies and measures in the development of destinations, tourism services and promotion by coordinating and systematically with both the government and private sectors on both short-and long-term bases. Such efforts can be seen from the formulation of annual work schedules supported by tourism development plans, overseas and domestic promotion plans and the five-year tourism development plans in conformance with the national economic and social development plans. As a matter of fact, the tourism development plan during the period of the 6th National Economic and Social Development Plan (1987-1991), which may be considered as the masterplan for Thailand's tourism development and promotion, has been completed. It is reasonably certain that, with implementation of the plan, the nation's tourism industry would remain favorable and be able to develop firmly, with increasing favorable effects on the national economy and society.

1987 is a year of tremendous significance for the nation of Thailand, for it is the year when His Majesty the King will complete his fifth 12-year cycle of birthday on December 5, 1987, and the following year 1988 will mark the occasion when His majesty will have reigned longer than any monarch in the history of Thailand. The government will be organizing a series of grand celebrations for the double-event in 1987-88. It is most fortunate that the government has approved the year 1987 as the Visit Thailand Year as a part of the celebrations, with the main objectives of publicizing the royal activities worldwide and to promote and support various promotion projects to induce more foreign visitors to Thailand.

Indeed, the nation's tourism industry will continue to grow and expand to the benefits of Thailand's economy and society, with the active support and cooperation of both the public and private sectors as in the past.



(Somchai Hiranyakit)  
Governor, Tourism Authority of Thailand



**คณะผู้บริหาร ททท.**  
**The Executive Team**



นายธรรมนูญ ประจวบเหมาะ  
รองผู้ว่าการฝ่ายการตลาด  
Mr. Dharmnoon Prachuabmoh  
Deputy Governor for Marketing



พ.อ.สมชาย หิรัญภักดิ์  
ผู้ว่าการ  
Colonel  
Somchai Hiranyakit  
Governor

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

นายไพโรจน์ ธรรมาภิมุข  
รองผู้ว่าการฝ่ายบริหาร  
Mr. Phairote Thammapiumuk  
Deputy Governor for Administration





### รายชื่อคณะผู้บริหาร ททท.

พ.อ.สมชาย หิรัญภัก

ผู้ว่าการ

นายธรรมนุญ ประจวบเหมาะ

รองผู้ว่าการฝ่ายการตลาด

นายเสรี วงศ์ไพจิตร

รองผู้ว่าการฝ่ายวางแผนและพัฒนา

นายไพโรจน์ ธรรมมาภิมุข

รองผู้ว่าการฝ่ายบริหาร

นางสิริมา ญาณประสาท

ที่ปรึกษา

นายวีระเกียรติ อังคทะวานิช

ผู้อำนวยการฝ่ายบริการการตลาด

น.ส.นวลตา เดชะโกศยะ

ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมการตลาด

นางญิบพัน พรหมโยธี

ผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

นายธรรมศักดิ์ โรจนสุนทร

ผู้อำนวยการฝ่ายวางแผนโครงการและพัฒนา

นายประเทศ แก้วสีปลาด

ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและงบประมาณ

น.ส.วนิดา สติตานนท์

ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารทั่วไป

### List of TAT's Executives

Colonel Somchai Hiranyakit

Governor

Mr. Dharmnoon Prachuabmoh

Deputy Governor for Marketing

Mr. Seree Wangpaichitr

Deputy Governor for Planning and Development

Mr. Phairote Thammapimuk

Deputy Governor for Administration

Mrs. Sirima Yanaprasart

Advisor

Mr. Virakiart Angkatavanich

Director of Marketing Service Department

Miss Nuanta Dejakaisaya

Director of Marketing and Promotion Department

Mrs. Yibpan Promyoti

Director of Technical Department

Mr. Tamasak Rojanasoonthon

Director of Project Planning and Development Department

Mr. Prates Kheosiplard

Director of Budget and Accounting Department

Miss Wanida Sathitanon

Director of General Administration Department



# นโยบายของคณะกรรมการ ททท. ปีงบประมาณ 2528 และรายนามคณะกรรมการ ททท. Policy Outline for Fiscal 1985 & TAT Board of Directors

## นโยบาย

เพื่อส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศให้เจริญรุดหน้าและสอดคล้องกับเป้าหมายในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525 - 2529), พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 และนโยบายของรัฐบาลและแผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (พ.ศ. 2528 - 2532) ในส่วนที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว จึงกำหนดนโยบายส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวประจำปีงบประมาณ 2528 ไว้ดังนี้ :-

1. ส่งเสริมและชักจูงให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาสู่ประเทศไทยมากขึ้น โดยเน้นการส่งเสริมในตลาดที่มีคุณภาพศักยภาพ และมีส่วนแบ่งตลาดในอันดับสูง ซึ่งสามารถจะดำเนินการตลาดให้ได้ผลอย่างจริงจังและเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่า แต่ได้ผลตอบแทนสูงและรวดเร็วกว่า โดยมุ่งดำเนินกิจกรรมด้านการตลาดทุกรูปแบบที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวโดยตรง (consumer) เป็นหลัก รวมทั้งการส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติในประเทศ การร่วมมือและร่วมทุนกับธุรกิจการท่องเที่ยวเอกชนและหน่วยงานอื่นทั้งในและต่างประเทศทุกสาขาเท่าที่โอกาสอำนวย

2. ส่งเสริมและชักจูงให้ประชาชนชาวไทยและผู้ที่พักอาศัยอยู่ในประเทศไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น โดยมุ่งดำเนินกิจกรรมด้านการตลาดทุกรูปแบบเพื่อให้เข้าถึงประชาชนให้มากที่สุด และชักชวนให้หน่วยงานในท้องถิ่นเห็นความจำเป็นที่จะร่วมกันสมทบค่าใช้จ่ายเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยการประสานแผนการตลาดกับทุกจังหวัด ตลอดจนร่วมมือกับธุรกิจการท่องเที่ยวเอกชนและหน่วยงานอื่นในแต่ละท้องถิ่นเพิ่มขึ้น เพื่อส่งเสริมให้มีการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้ถึงประชาชนในทุกภูมิภาค โดยเน้นส่งเสริมการขายในกลุ่มผู้จัดประชุมกลุ่มผู้ใช้แรงงานและกลุ่มเยาวชน เพื่อเป็นการเพิ่มสวัสดิการด้านการท่องเที่ยวให้แก่คนไทย ทั้งนี้ จะเร่งรัดพัฒนาฐานะและบทบาทของสำนักงานททท. ในประเทศให้เป็นศูนย์กลางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ความรับผิดชอบให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3. ส่งเสริมให้มีการเร่งรัดการพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐบาลและเอกชน โดยจะมุ่งเน้นการพัฒนาและการบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการค้นหาและประชาสัมพันธ์

In order to promote and develop the nation's tourism industry in conformance with the objectives of the 5th National Economic & Social Development Plan (1980-1986), the Tourism Act of B.E. 2522, and government policies and TAT Corporate Plan (1985-1989) where applicable, the following policy outlines for tourism promotion and development during fiscal 1985 are hereby adopted.

1. To promote and persuade more foreign visitors to Thailand by emphasizing promotional efforts in markets of quality, high potential and high market share, which would lend to a more effective marketing and less outlay of expenditure for a higher and faster rate of return. All manners of marketing activities which promise continuous and direct effect upon consumers are to be the main accent, including the promotion of international conventions in the country, cooperation and joint investment with all tourism-related and other private enterprises both within and outside the country as far as possible.

2. To promote and induce Thai nationals and foreign residents in Thailand to undertake more travel within the country through all manners of marketing activities for maximum exposure to the public, and to convince all local bodies on the necessity to cooperate financially in the promotion and support of domestic travel, such marketing plans to be coordinated with all provinces and increased cooperation to be extended to the travel private sector and other local agencies in order to promote the distribution of income from tourism to people in every region. In addition, stress is to be made on promotion among covention, labor and youth groups to increase welfare travel among the Thai people. In support of this, the status and roles of domestic TAT offices as centers for tourism promotion within their respective areas of responsibility are to be enhanced.

3. To promote the acceleration of tourism development by both the public and the private sectors by emphasizing on the development and maintenance of attractions, including the discovery of and publicity on new destinations nation-wide. In particular, coordination



ตลาดน้ำ  
จังหวัดนนทบุรี  
•  
Floating Market,  
Nonthaburi Province







แหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ทั่วประเทศ ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง จะรับเร่งการประสานงานระหว่างหน่วยราชการต่าง ๆ เพื่อพัฒนาทางโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น อันเป็นปัจจัยสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวให้มากที่สุด อาทิเช่น การพัฒนาทางด้านคมนาคมขนส่ง การไฟฟ้า การประปา การโทรศัพท์ เป็นต้น

4. ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรทางการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม โบราณวัตถุ โบราณสถาน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี และวิถีการดำรงชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น ตลอดจนให้ความสำคัญในเรื่องของการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยว โดยการเร่งรัดให้มีการบังคับใช้กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ ทั้งในส่วนที่เป็นอำนาจหน้าที่ของ ททท.เอง และของหน่วยราชการอื่นที่เกี่ยวข้องอย่างจริงจัง ตลอดจนให้มีการพิจารณาทบทวนและปรับปรุงแก้ไขกฎหมายระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและการพัฒนาบริการท่องเที่ยว ทั้งนี้ให้สอดคล้องและมีทิศทางเดียวกันกับนโยบายของรัฐบาลในเรื่องที่เกี่ยวกับการเร่งรัดพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในบริเวณพื้นที่เฉพาะแห่ง

5. เสริมสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวโดยประสานงานกับกรมตำรวจและสนับสนุนการดำเนินงาน การขยายอัตรากำลังและอาวุธยุทโธปกรณ์ของกองกำลังการ 8 กองปราบปราม (ตำรวจท่องเที่ยว) ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และจัดให้มีหน่วยตำรวจท่องเที่ยวเคลื่อนที่และสถานีเคลื่อนที่ในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ พัทยา เชียงใหม่ สงขลา/หาดใหญ่ ภูเก็ต กาญจนบุรี พิษณุโลก สุราษฎร์ธานี และกรุงเทพมหานคร

6. ส่งเสริมการผลิตสินค้าของที่ระลึกให้มีคุณภาพ คุณลักษณะ และรูปแบบตามความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยให้ความร่วมมือแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาสินค้าของที่ระลึก และสนับสนุนการจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกให้ขยายตลาดได้กว้างขวางยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการเสริมสร้างงานและอาชีพให้แก่อุตสาหกรรมครัวเรือนให้มากที่สุด ทั้งยังเป็นการใช้ประโยชน์จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อสนองนโยบายการส่งออกของ

รัฐบาลทั้งทางตรงและทางอ้อมได้อีกด้วย

7. การส่งเสริมมาตรฐานภัตตาคารและร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ใช้บริการที่มีมาตรฐานของภัตตาคารและร้านอาหารและเพื่อเป็นการรวมกลุ่มร่วมมือพิทักษ์ผลประโยชน์และสร้างประโยชน์ให้แก่ภัตตาคารและร้านอาหาร

8. ส่งเสริมการขายการดำเนินการร้านค้าปลอดอากรให้กระจายไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เพื่อบริการนักท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง เพื่อเพิ่มรายได้เข้าประเทศจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในจังหวัดเชียงใหม่ ภูเก็ต สงขลา/หาดใหญ่ และพัทยา

9. เร่งรัดพัฒนาบุคลากรในสาขาธุรกิจการท่องเที่ยวในระดับกลางและระดับกลาง ทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ ทั้งนี้ จะเพิ่มประสิทธิภาพของสถาบันฝึกอบรมวิชาการ โรงแรมและการท่องเที่ยว (สรท.) ให้สามารถรับกับการขยายตัวของแรงงานในด้านนี้ได้มากยิ่งขึ้น

10. ส่งเสริมให้ออกชนตลอดจนหน่วยงานของรัฐเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมอันเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

among official agencies is to be stressed to develop basic tourism structures which form the core of tourism development for maximum convenience to the visitors, such facilities to include communication and transport, electricity, waterworks, telephone services, etc.

4. To promote and support the preservation and restoration of historical, architectural, archaeological as well as cultural and traditional resources of tourism, including the local way of life. To convince and make aware to agencies concerned of the importance of the conservation of tourism-related environment and to urge serious enforcement of laws and regulations under the purview of both TAT and such agencies, as well as to review and improve such laws and regulations which may be detrimental to tourism and travel services development in conformance with government policies applicable to specific local economic and social development acceleration.

5. To generate confidence on the physical safety and property security by



the visitors by coordinating with the Police Department and to support the operations and manpower and equipment expansion programs of the 8th Sub-Division of the Crime Suppression Division (Police Tourist) for higher efficiency. To set up mobile Tourist Police units and stations in major destinations, including Pattaya, Chiang Mai, Songkhla/Hat Yai, Phuket, Kanchanaburi, Phitsanuloke, Surat Thani and Bangkok Metropolis.

6. To promote the production of souvenirs to meet the preferences of visitors in terms of quality and design by extending cooperation to bodies engaged in the development of local handicraft souvenirs and by supporting the expansion of such markets, which would contribute toward wider employment and occupation to the cottage industry. This would also be both a direct and indirect contribution from the tourism industry toward the export policy of the government.

7. To promote standards of restaurants and foodshops to enable them to provide quality services to visitors and to group them into a body for their own protection and interest.

8. To promote the expansion of duty-free facilities to major destinations to serve visitors more extensively as a means to increase national revenue through such expenditure, particularly in Chiang Mai, Phuket, Songkhla/Hat Yai and Pattaya.

9. To accelerate personnel development within the travel industry on both lower and middle levels. The efficiency of the Hotel and Tourism Training Institute is to be increased in order to meet the expanding demand of the market.

10. To encourage both the private and government sectors to take increased participation in activities relating to the promotion and development of tourism

## รายนามคณะกรรมการ ททท.

### ปีงบประมาณ 2528

นายบัญญัติ บรรทัดฐาน  
รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี  
ประธานกรรมการ

นายบุญซ็อน บุญสุขะ  
รองปลัดกระทรวงคมนาคม  
ผู้แทนปลัดกระทรวงคมนาคม  
กรรมการ

นายสวณิต คงศิริ  
อธิบดีกรมสารนิเทศ  
ผู้แทนปลัดกระทรวงการต่างประเทศ  
กรรมการ

นายไสว ศิริมงคล  
ผู้ตรวจราชการกระทรวงมหาดไทย  
ผู้แทนปลัดกระทรวงมหาดไทย  
กรรมการ

นายประวิทย์ รุยาพร  
เลขาธิการคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ  
กรรมการ

นายโฆสิต ปั้นเปี่ยมรัษฎ์  
ผู้ช่วยเลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ  
และสังคมแห่งชาติ  
ผู้แทนเลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ  
และสังคมแห่งชาติ  
กรรมการ

นายทักษพล เจียมวิจิตร  
ผู้อำนวยการกองกฎหมายต่างประเทศ  
ผู้แทนเลขาธิการคณะกรรมการกฤษฎีกา  
กรรมการ

พลอากาศเอก บัญชา สุขานุศาสน์  
กรรมการ

นายวิจิตร ณ ระนอง  
กรรมการผู้จัดการบริษัท เฟอร์ล จำกัด  
กรรมการ

นายอนันต์ สิริสันต์  
กรรมการผู้จัดการบริษัท อีสท์-เวสต์ ทัวร์ จำกัด  
กรรมการ

พันเอก สมชาย หิรัญกิจ  
ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย  
กรรมการและเลขานุการ

## List of TAT Board of Directors

Mr. Banyat Bantactan  
Minister to the office of the Prime Minister  
Chairman

Mr. Boonsorn Boonsukha  
Deputy Permanent Secretary for Communications  
Representative for Permanent Secretary  
for Communications  
Director

Mr. Sawanit Kongsiri  
Director-General, Department of Information  
Representative for Permanent Secretary  
of the Ministry of Foreign Affairs  
Director

Mr. Sawai Sirimongkol  
Inspector General of the Ministry of Interior  
Representative for Permanent Secretary for Interior  
Director

Mr. Pravit Ruyabhorn  
Secretary-General of the Office  
of the National Environment Board  
Director

Mr. Kosit Panpiemras  
Assistant Permanent-Secretary of  
the office of the National Economic  
and Social Development Board  
Representative for Secretary-General  
of the Office of the National Economic  
and Social Development Board  
Director

Mr. Taksapol Chiemwichitra  
Director of Foreign Law Division  
Representative for Secretary-General  
of the Office of the Juridical Council  
Director

Air Chief Marshal Bancha  
Sukhanusasna  
Director

Mr. Wichit Na Ranong  
Managing Director, Pearl Co., Ltd.  
Director

Mr. Anant Sirisant  
Managing Director, East-West Tour Co., Ltd.  
Director

Col. Somchai Hiranyakit  
Governor of the Tourism Authority of Thailand  
Director and Secretary of the Board



# ประวัติและความก้าวหน้าในการดำเนินงาน ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย History and Development of Thailand's National Tourist Office

พัฒนาทางการท่องเที่ยวของไทยมีมา  
ช้านานนับตั้งแต่สมัยสุโขทัย แต่การท่องเที่ยว  
ในสมัยนั้นแฝงอยู่ในรูปแบบการเดินทางเพื่อ  
ติดต่อค้าขายเป็นส่วนใหญ่ ดังจะเห็นได้จาก  
การติดต่อค้าขายกับประเทศจีนโดยทางเรือ  
สำเภา ต่อมาในสมัยกรุงศรีอยุธยาได้มีการ  
ติดต่อค้าขายและเชื่อมความสัมพันธ์ทางการ  
ทูตกับประเทศต่าง ๆ ทั้งในทวีปเอเชียและยุโรป  
และในสมัยต้นรัตนโกสินทร์ รัชกาลพระบาท-  
สมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยได้มีการขยาย  
การติดต่อกับประเทศแถบยุโรปและประเทศ  
ใกล้เคียงเพิ่มมากขึ้นมาตลอดจนถึงปัจจุบัน

การส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยเริ่มขึ้น  
อย่างจริงจังในสมัยรัชกาลที่ 5 ด้วยความริเริ่ม  
ของพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชร  
อรรคโยธิน ครั้นทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการ  
รถไฟ ทรงสนพระทัยเรื่องการท่องเที่ยว ได้  
ส่งเรื่องราวเกี่ยวกับเมืองไทยไปเผยแพร่ใน  
สหรัฐอเมริกา และในปี พ.ศ. 2467 ได้จัดตั้ง  
แผนกโฆษณาของการรถไฟขึ้น เพื่อรับรอง  
และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่  
เข้ามาในประเทศไทย รวมทั้งเผยแพร่โฆษณา  
ประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักแก่ชาวต่างประเทศ  
สำนักงานแห่งแรกตั้งอยู่ที่กรมรถไฟ ซึ่งสะพาน  
นพวงศ์ ต่อมาได้ย้ายมาตั้งอยู่ที่สถานีรถไฟ  
หัวลำโพง โดยมีหลวงวิไลเศษฐพานิชย์การ  
เป็นผู้ช่วยดำเนินการ เมื่อพระเจ้าบรมวงศ์-  
เธอกรมพระกำแพงเพชรอรรคโยธิน ทรงย้าย  
ไปดำรงตำแหน่งเสนาบดีกระทรวงพาณิชย์  
และคมนาคม งานด้านส่งเสริมการท่องเที่ยว  
จึงย้ายไปอยู่ที่กระทรวงพาณิชย์และคมนาคม  
จัดเป็นแผนกหนึ่ง และยังคงดำเนินงานร่วม  
กับกรมรถไฟ แต่ไม่ได้รับงบประมาณจาก  
รัฐบาล มีสำนักงานตั้งอยู่ที่ถนนเจริญกรุง  
หน้ากรมไปรษณีย์กลาง

เมื่อปี พ.ศ. 2479 การส่งเสริมการ  
ท่องเที่ยวได้เริ่มขึ้นอย่างเป็นทางการโดย  
กระทรวงเศรษฐกิจได้เสนอโครงการบำรุง  
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศสยามต่อ  
คณะรัฐมนตรี โดยวางแผนงานเป็น 3 ประการ  
คือ งานโฆษณาชักชวนนักท่องเที่ยว งาน  
รับรองนักท่องเที่ยวและงานบำรุงสถานที่  
ท่องเที่ยวและที่พัก พร้อมทั้งเสนอการจัด  
องค์กรในรูปแบบของสมาคมการท่องเที่ยว ซึ่ง  
คณะรัฐมนตรีในคราวประชุมเมื่อวันที่ 4  
พฤศจิกายน 2479 มีมติรับในหลักการของ  
โครงการบำรุงอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่ไม่  
อนุมัติจัดตั้งในรูปแบบสมาคม โดยมีมติให้ตั้งคณะ  
กรรมการขึ้นคณะหนึ่งสำหรับดำเนินงาน และ

“Tourism” in Thailand may  
conceivably be traced back to the times of  
the Sukhothai Period, although it was  
mainly in the form of “business travel”.  
Trading with China using junks was  
common then. During the Ayutthaya  
Period, commercial and diplomatic  
relations were established with both  
European and Asian powers. King Rama  
II of the early Rattanakosin Era  
substantially expanded such links which  
have remained until the present.

The very beginning of official  
tourism activities began during the reign  
of King Chulalongkorn (Rama V). In  
1924 Prince Kampaengphet, then  
Governor of the Royal State Railways, set  
up a publicity section to provide services  
to foreign visitors to Siam as well as to  
publicize the country overseas. Tourism  
activities were later transferred to the  
then Ministry of Commerce and  
Communications. Its office was on New  
Road opposite the General Post Office.

Serious tourism promotion took  
another step in 1936 when the Ministry  
of Economic Affairs proposed a  
three pronged plan to the Cabinet. It  
involved publicity and advertising,  
facilitations and attractions/accommoda-  
tions development. At the same time,  
the Ministry also proposed the setting  
up of a body in the form of a tourism  
promotion association. However, only  
the promotion aspect was accepted,  
and a committee was formed to  
implement it under the Ministry.  
Committee membership comprised of  
representatives from the Education and  
Interior ministries, the State Railways  
Department, the Fine Arts Department,  
the Propaganda Office and the Royal  
Household Bureau. A decision by the  
Committee called for the forming of a  
corporation with the government being  
the major shareholder and supported by  
an annual subsidy for operations. This  
recommendation was rejected for fear of  
financial losses. As the Department of  
Commerce was already running a  
commerce and tourism promotion  
section, the Ministry of Economic Affairs  
was asked to continue the tourism aspect.  
The section was closed down after its  
office was damaged by bombs during  
World War II.



วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร  
จังหวัดนครศรีธรรมราช  
Wat Phra Mahathat Vora Mahavihan,  
Nakom Sri Thammarat Province





มอบให้กระทรวงเศรษฐกิจเป็นเจ้าของเรื่อง และให้เชิญผู้แทนกระทรวงธรรมการ กระทรวงมหาดไทย กรมรถไฟ กรมศิลปากร สำนักงานโฆษณาการและสำนักพระราชวังร่วมเป็นกรรมการ คณะกรรมการนี้ได้ดำเนินการจัดประชุมและเห็นควรให้จัดตั้งในรูปบริษัท โดยรัฐบาลถือหุ้นใหญ่ และให้เงินบำรุงรายปีเพื่อความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน คณะรัฐมนตรีพิจารณาแล้วทรงจะขาดทุน จึงมีมติมอบให้เป็นงานของกระทรวงเศรษฐกิจต่อไป ซึ่งกระทรวงเศรษฐกิจได้มอบงานนี้ให้แก่กรมพาณิชย์เป็นผู้จัดทำ เนื่องจากกรมพาณิชย์มีแผนกส่งเสริมพาณิชย์และท่องเที่ยวอยู่ ทั้งนี้กระทรวงเศรษฐกิจได้ดำเนินการเรื่องนี้ต่อมาจนเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 และสำนักงานได้ถูกระเบิดจึงเลิกกิจการลงชั่วคราว

ต่อมาเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2492 คณะรัฐมนตรีได้พิจารณาเห็นควรปรับปรุงหน่วยงานท่องเที่ยว จึงมีมติให้กรมโฆษณาการร่างโครงการปรับปรุงหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวเสนอ และเมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2492 คณะรัฐมนตรีได้พิจารณาแล้วมีมติให้กรมโฆษณาการพิจารณาส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลอดจนสถานที่พักอาศัยในเช้าและโรงแรม โดยเฉพาะในการพิจารณาขั้นแรกให้ฟังเสียงถึงเรื่องการจัดอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เดินทางมาจากต่างประเทศ เพื่อเที่ยวชมงานแสดงพิพิธภัณฑ์สรรพสินค้าตะวันออกไกล ซึ่งกรมโฆษณาการได้ทำความตกลงกับกระทรวงเศรษฐกิจ (กระทรวงพาณิชย์และคมนาคม) ขอโอนกิจการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากกระทรวงพาณิชย์และคมนาคมมาขึ้นอยู่กับกรมโฆษณาการ ในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี และให้เรียกส่วนงานนี้ว่า "สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว" ซึ่งงบประมาณจรรยาของกรมโฆษณาการเป็นค่าใช้จ่ายของสำนักงานนี้ ต่อมากรมโฆษณาการได้พิจารณาเห็นว่ากิจการส่งเสริมการท่องเที่ยวกำลังตื่นตัวและได้รับความสนใจมากขึ้น จึงได้ยกฐานะสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวขึ้นเป็นงานส่วนหนึ่งของกรมโฆษณาการ ให้มีฐานะเทียบเท่ากอง เรียกว่า "สำนักงานท่องเที่ยว"

การจัดตั้ง "องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" เริ่มภายหลังจากที่ได้มีการจัดตั้งรัฐบาลของคณะปฏิวัติ โดย ฯพณฯ จอมพล สฤษดิ์ ธนะรัชต์ นายกรัฐมนตรี ได้เล็งเห็นผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่จะได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งกำลังตื่นตัวอยู่ในแถบยุโรปและสหรัฐอเมริกา ด้วยเหตุที่ประเทศ


ไทยมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอย่างเต็ม สมบูรณ์พร้อมที่จะพัฒนา ประกอบกับอัครยา-คัยไมตรีและวิถีทางดำเนินชีวิตของคนไทย เป็นที่น่าพอใจ รวมทั้งความเป็นศูนย์กลาง การบินพาณิชย์ของกรุงเทพฯ ทำให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบทางการท่องเที่ยวมากกว่าประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคนี้ หากได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ดังนั้น ในปี 2502 รัฐบาลจึงได้ประกาศพระราชกฤษฎีกาจัดแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2502 โดยตัด "สำนักงานท่องเที่ยว" ออกไป แล้วจัดตั้งขึ้นเป็นองค์การอิสระเรียกว่า "องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว" มีชื่อย่อว่า "อ.ส.ท." ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2502 และได้จัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวขึ้นเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2502 โดยมีนายถนัด คอมันตร์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงต่างประเทศ เป็นประธานกรรมการ ประกอบด้วยกรรมการ 11 คน และแต่งตั้งให้ พลเอก สุรจิต จารุเศรณี เป็นผู้อำนวยการ แต่ พลเอก สุรจิต จารุเศรณี ขอลาออก คณะกรรมการจึงได้แต่งตั้งให้ พลโท เฉลิมชัย จารุวัศร์ ซึ่งขณะนั้นมียศเป็นพันเอก เป็นผู้อำนวยการ โดยความเห็นชอบของนายกรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2503 โดยสำนักงานในระยะแรกตั้งอยู่ในอาคารของกรมประชาสัมพันธ์ ต่อมาได้ย้ายมาเปิดสำนักงานที่อาคารของกรมศาสนาเดิมถนนศรีอยุธยา บริเวณสนามเสือป่า เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2503 และการดำเนินได้ขยายออกไปกว้างขวางขึ้น จึงได้ย้ายมาเปิดสำนักงานที่อาคาร 2 ถนนราชดำเนินกลาง บริเวณมูมอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2505

เมื่อปี พ.ศ. 2506 ได้มีพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวฉบับที่ 2 พ.ศ. 2506 ให้เพิ่มคำว่า "แห่งประเทศไทย" ห้ายคำว่า "องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว" โดยเรียกย่อว่า "อ.ส.ท." ตามเดิม เพื่อให้การบริหารกิจการ อ.ส.ท.มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และในปี พ.ศ. 2507 คณะรัฐมนตรีได้มีมติให้องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รับโอนกิจการสถานตากอากาศบางแสน สนามกอล์ฟบางพระ และสถานพักผ่อน เขาใหญ่ จากกระทรวงการคลัง ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยเจริญเติบโตขึ้นเป็นลำดับ

ต่อมาปรากฏว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวางและเจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว จำนวนนักท่องเที่ยว

ที่เดินทางมาสู่ประเทศไทยเพิ่มทวีขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้เกิดปัญหาในด้านการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานบริการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการท่องเที่ยว แต่องค์กรในรูป อ.ส.ท.ไม่สามารถที่จะดำเนินการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ทันกับสถานการณ์ เนื่องจากไม่มีกฎหมายแม่บทที่ให้อำนาจหน้าที่ในการดำเนินการต่าง ๆ ได้โดยตรง โดยเหตุที่การปฏิบัติงานและโครงสร้างของ อ.ส.ท.โดยส่วนรวมมีความเกี่ยวข้องและขึ้นอยู่กับกรปฏิบัติงานของหน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและเอกชน ทำให้ไม่สามารถขจัดและป้องกันปัญหาดังกล่าวให้ได้ผลอย่างจริงจัง เมื่อ พันเอก สมชาย หิรัญกิจ ได้รับแต่งตั้งเป็นผู้อำนวยการ อ.ส.ท. สืบต่อมาจาก พลโท เฉลิมชัย จารุวัศร์ เมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2519 จึงได้เสนอให้มีการปรับปรุงขอบข่ายอำนาจหน้าที่ของ อ.ส.ท. ให้สามารถดำเนินงานได้อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น โดยเสนอร่างพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณา ซึ่งภกานิติบัญญัติแห่งชาติทำหน้าที่รัฐสภา ในการประชุมครั้งที่ 41 วันศุกร์ที่ 20 เมษายน 2522 ได้พิจารณาแล้วมีมติให้ประกาศใช้ร่างพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 เป็นกฎหมายได้ ต่อมาได้มีประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 96 ตอนที่ 72 ลงวันที่ 4 พฤษภาคม 2522 ยกฐานะ อ.ส.ท.ขึ้นเป็น "การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" เรียกโดยย่อว่า "ททท." และให้ใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า "Tourism Authority of Thailand" เรียกโดยย่อว่า "TAT"





On August 10, 1949, the Propaganda Department was asked by the government to draft a tourism promotion improvement project, and in October of the same year, the Cabinet instructed the Department to consider the question of hotel accommodations, with priority to the provision of facilities to those expected to visit the country for the Far West Trade Show. Under an agreement with the Ministry of Economic Affairs (formerly the Ministry of Commerce & Communications), the tourism promotion activities were transferred to the Propaganda Department under the Office of the Prime Minister. It was renamed Office for the Promotion of Tourism, using the Department's own floating budget for its operations. Recognizing the increasing interest in tourism promotion, the Department upgraded the office into a regular departmental body, with the status of a division called the Tourism Office.

The Tourist Organization of Thailand came into being during the administration of Field Marshal Sarisdi Danarajata. It was recognized that tourism held tremendous economic potentials as witnessed by the great interest in the industry in Europe and the United States. As Thailand possessed enormous tourism resources ready to be developed, plus the inborn friendliness and unique way of life and the fact that Bangkok was then the commercial aviation center of the region, the country had a great advantage over other neighboring destinations. In 1959 the government announced a Royal Decree on the re-organization of the Public Relations Department, taking out the Tourism Office, and an independent body was set up. It was the Tourist Organization (TOT) by the Royal Decree to Establish the National Tourist Office, B.E. 2502. A Tourism Promotion Board was formed on August 10, 1959, chaired by Mr. Thanat Khoman, the Foreign Minister, with eleven members. General Surachit Charuseranee was appointed director general. He was succeeded by Lt. Gen. Chalermchai Charuvastr, then a colonel, with the approval of the Prime Minister on January 15, 1960. Its very first

office was located within the premises of the PRD and later moved to the former office of the Department of Religious Affairs on Sri Ayutthaya Road in Sanam Sua Pa on March 18 of 1960. Operational expansions necessitated the opening of a more spacious location at Mansion II, Ratchadamnoen Klang Avenue on the corner of the Monument of Democracy on April 24, 1962.

In 1963, the 2nd Royal Decree on Tourist Promotion Office was proclaimed, adding the words "**of Thailand**" to the original title but with the same TOT initials. The Cabinet in 1964 transferred the operations of the Bangsaen Resort, the Bangphra Golf Course and the Khao Yai Hill Resort from the Ministry of Finance, thus adding another impetus to the growth of the tourism industry.

It was apparent that because of the rapid growth and expansion of the industry with steady increases in the number of arrivals which led to problems in terms of attraction preservation and development, quality and standards of services and actual promotional activities, TOT as it was would not be able to cope effectively or expeditiously, as it was not equipped with or supported by necessary legal powers to do so. In addition, TOT's operations and framework in the main must necessarily involve the roles of both the public and private sectors. This contributed to its inability to solve nor prevent such problems successfully.

When Colonel Somchai Hiranyakit took over director generalship from Lt. Gen. Chalermchai Charuvastr in 1976, he proposed the revision of TOT's scope of authority and responsibility to enable it to operate more extensively. A Tourism Authority of Thailand bill was submitted to the Cabinet, and the National Legislative Assembly, acting as parliament, in its April 20, 1979 session, adopted the bill. Subsequently, the Royal Gazette, Volume 96, Section 72, dated May 4, 1979, upgraded TOT into the Tourism Authority of Thailand (TAT).



# โครงสร้าง อำนาจหน้าที่ การจัดองค์กร ททท. และการพัฒนาบุคลากร ททท. Structure, Authority/responsibilities, Organization and Personnel Development

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีฐานะเป็นองค์การของรัฐ การบริหารงานของ ททท. จึงดำเนินไปตามระเบียบแบบแผนของทางราชการเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการเงินและงบประมาณ แต่อย่างไรก็ตามพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ก็ได้อำนาจให้ ททท. มีอิสระในการปฏิบัติงานอยู่เป็นอันมาก ความมีอิสระในการปฏิบัติงานนี้นับว่าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการบริหารงานของ ททท. เพราะการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นลักษณะงานระดับนานาชาติที่มีวิธีการดำเนินงานโดยเฉพาะและเกี่ยวข้องกับการบริการและวงการธุรกิจเอกชนภายในและต่างประเทศอยู่มาก อันจำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์ ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ความคล่องตัวและความฉับไวในการดำเนินงานเป็นประการสำคัญ ทั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ คือ :

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

## นโยบายหลักของททท.

เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว ททท. จึงได้วางนโยบายเพื่อเป็นกรอบการดำเนินงานไว้ดังนี้คือ :

1. ส่งเสริมชักจูงให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางมาสู่ประเทศไทย เพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าเพิ่มพูนเศรษฐกิจส่วนรวมโดยริบถ้วน
2. ขยายแหล่งท่องเที่ยวให้กระจายไปในท้องถิ่น เพื่อเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้ถึงประชากรในทุกภูมิภาค
3. อนุรักษ์และฟื้นฟูสมบัติ วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้คงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยไว้ด้วยดีที่สุด

Since the status of Tourism Authority of Thailand or TAT is of a state enterprise. TAT's administration follows mainly official procedures especially in the area of finances and budget. However, the Tourism Authority Act enacted in 1979 does provide TAT with considerable freedom to administer tourism activities. The administrative freedom is essential for TAT because tourism promotion on international basis involves the services and private sector of both domestic and international levels. In addition, the administration requires experiences, international relations, flexibility and promptness, with the following main objectives:

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

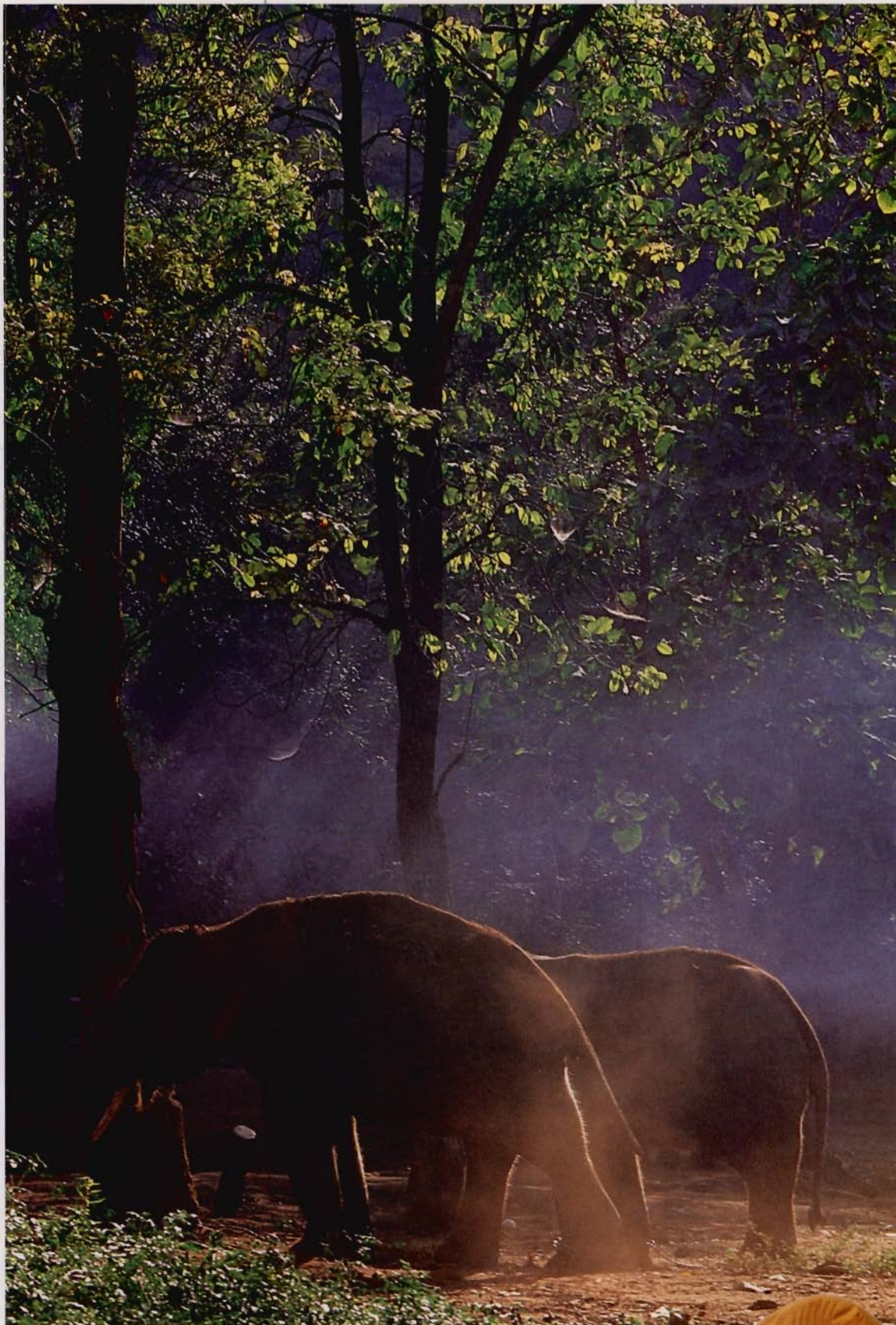
## Basic Policy of TAT

To achieve these objectives, TAT designates the following basic policy guidelines:

1. Promoting and inducing more international tourists to Thailand to effect the increase of revenue in the form of foreign currency from tourists as immediate contribution to the nation's economy.
2. Expanding tourist attractions in regional areas in order to distribute incomes from tourism to people of all regions.
3. Conserving natural resources and environment and reviving culture in order to retain Thai identity at its best.
4. Developing facilities and upgrading travel services to accepted standard to impress visitors in higher degree.
5. Promoting safety to both domestic and international tourists in







ศูนย์ฝึกลูกช้าง  
จังหวัดลำปาง  
•  
Elephant Kid Training Center,  
Lampang Province







4. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานที่ดี เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนให้มากขึ้น
5. เพิ่มความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้สามารถเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางต่าง ๆ ในประเทศไทยด้วยความมั่นใจในความปลอดภัยของร่างกายและทรัพย์สินของตนและหมู่คณะ
6. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยภายในประเทศโดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและเยาวชน เพื่อเป็นการเพิ่มสวัสดิการด้านการท่องเที่ยวให้แก่คนไทย
7. สร้างกำลังคนที่เป็นคนไทยเข้าทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มากที่สุด
8. ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมอันเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

### อำนาจหน้าที่ของ ททท.

ตามพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522 ได้กำหนดให้ททท.เป็นองค์การของรัฐ มีฐานะเป็นนิติบุคคล ผู้ที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์การมีฐานะเป็นพนักงานอำนาจหน้าที่ของ ททท.มีดังนี้คือ :

1. ให้คำปรึกษา แนะนำ ร่วมมือ และประสานงานกับส่วนราชการ องค์การ สถาบัน นิติบุคคล และเอกชนทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร
2. ส่งเสริม ร่วมมือ หรือดำเนินการในการฝึกอบรมและให้การศึกษาวិชาการต่าง ๆ เพื่อสร้างบุคลากรให้ได้มาตรฐานและเพียงพอในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
3. ส่งเสริมการทัศนศึกษา
4. สำรวจและรวบรวมหลักฐานต่าง ๆ จากส่วนราชการ องค์การ สถาบัน นิติบุคคล และเอกชนผู้ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ในการจัดทำสถิติเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
5. สำรวจ กำหนดพื้นที่และสถานที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ต้องสงวนไว้เป็นของรัฐ และให้อยู่ในความควบคุมดูแลของ ททท. โดยให้จัดทำเป็นพระราชกฤษฎีกา
6. สำรวจ วางแผน และดำเนินการจัดสร้าง ส่งเสริม อนุรักษ์ พัฒนาฟื้นฟู บูรณะ หรือพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและคุณภาพสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ภายใต้บังคับกฎหมายว่าด้วยการนั้น ๆ

แม้ ททท.จะมีขอบข่ายอำนาจหน้าที่มากขึ้นกว่าเดิม แต่ก็ยังไม่มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายที่จะเข้าไปจัดระเบียบและควบคุมการปฏิบัติงานของบุคคลและหน่วยงานต่าง ๆ ที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับวงการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นตามความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น บริษัทนำเที่ยว โรงแรมมัคคุเทศก์ ภัตตาคาร ตลอดจนร้านค้าของที่ระลึก ฯลฯ ให้ดำเนินการโดยซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามในขณะนี้ ททท.ได้แต่งตั้งคณะทำงานศึกษากฎหมายเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อทำการศึกษาและสรุปประเด็นที่ติของกฎหมายเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ประกอบการร่างพระราชบัญญัติจัดระเบียบธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อไป

### การดำเนินงานของ ททท.

1. ททท.มีคณะกรรมการบริหารกิจการคณะหนึ่งเรียกว่า "คณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" ประกอบด้วยนายกรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีผู้ซึ่งนายกรัฐมนตรีมอบหมายเป็นประธานกรรมการ ปลัดกระทรวงการต่างประเทศหรือผู้แทน ปลัดกระทรวงคมนาคมหรือผู้แทน ปลัดกระทรวงมหาดไทยหรือผู้แทน เลขาธิการคณะกรรมการกฤษฎีกาหรือผู้แทน เลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติหรือผู้แทน เลขาธิการคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติหรือผู้แทน และผู้ทรงคุณวุฒิอีกไม่เกินสามคน ซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งเป็นกรรมการ และให้ผู้ว่าการเป็นกรรมการและเลขาธิการ
2. คณะกรรมการมีอำนาจและหน้าที่วางนโยบายและควบคุมดูแลโดยทั่วไป ซึ่งกิจการของททท.อำนาจและหน้าที่เช่นว่านี้ให้รวมถึง
  - 2.1 กำหนดนโยบายและอนุมัติแผนงานของททท.เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
  - 2.2 ออกข้อบังคับหรือระเบียบเพื่อปฏิบัติการให้เป็นไปตามอำนาจและหน้าที่ของ ททท.
  - 2.3 ออกข้อบังคับว่าด้วยการประชุมและดำเนินกิจการของคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการ
  - 2.4 ออกข้อบังคับหรือระเบียบเกี่ยวกับการบริหารงานต่าง ๆ



order that they can reach their destinations with the confidence that their physical selves and property are free from danger.

6. Encouraging domestic travel, especially in low-income and youth groups, in order to increase travel services for Thais.

7. Increasing manpower in tourist industry as far as possible.

8. Encouraging Thai people to participate in activities related to tourism development.

### **Authority and Responsibilities of TAT**

Under the Tourism Act enacted in 1979, the Tourism Authority of Thailand is a State Enterprise with juristic person status. TAT personnel are all regarded as officials.

TAT authority as designated in the Tourism Act are:-

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

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

3. Promoting educational sight-seeing tour.

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

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

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

Although TAT has a wider scope of authority, it does not possess any law enforcement power to control or to regulate persons and agencies in the

tourist industry to ensure that they are trustworthy and reliable. Due to the rapid growth of tourism, there is an increase in the numbers of persons and agencies in tourist business such as travel agencies, hotels, guides, restaurants and souvenir shops. However, TAT has appointed a working group to study the laws of tourist industry from many countries to be used as basic data for an Act of Tourist Industry.

### **TAT's Administration**

1. The TAT Board of Directors is the executive body of TAT. The Board consists of a chairman who is either the Prime Minister or a Minister specially appointed by the Prime Minister. The members are the Permanent Secretary of the Ministry of Foreign affairs or his representative, the permanent secretary of the Ministry of Communications or his representative, the permanent secretary of the Ministry of Interior or his representative, the Secretary General of the Office of the Juridical Council or his representative, the secretary-general of the Office of the National Economic and Social Development Board or his representative, the secretary-general of the Office of the National Environment Board or his representative and no more than 3 other qualified persons appointed by the Cabinet. TAT's Governor is a member and secretary of TAT Board.

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

2.1 Formulating and approving of TAT's policies for the promotion and development of the tourism industry.

2.2 Laying down rules or regulations governing TAT's authority and responsibilities.

2.3 Laying down procedural regulations for the meetings and operations of the Board and other sub-committees.

2.4 Formulating rules and regulations governing administration in general.

2.5 Formulating directives on position classifications, salaries, wages and other remunerations for staff and employees.

2.6 Formulating directives governing the assignment, appointment, dismissal, salary or wage increments, regulations, disciplinary actions and appeal of staff and employees.

2.7 Formulating rules on grievances by staff and employees.

2.8 Formulating regulations on welfare or other funds for the benefits of staff and employees and their families with approval of the Cabinet.

2.9 Formulating regulations governing travel allowances, per diem, overtime pay, meeting compensations and other types of payments.

2.10 Formulating rules on staff and employees uniforms.

3. The Governor is the administrator of all TAT activities in line with the objectives and authority of TAT and under the laws, regulations and policies as laid down by the Board of Directors, and is the direct superior with command power over all staff members and employees. He is responsible to the TAT Board of Directors for all TAT operations.

4. The Governor has the following authority and responsibility:-

4.1 To form organizational framework with the approval of the Board

4.2 To assign, appoint, dismiss, increase or decrease or dock salaries or wages, to order disciplinary actions on staff and employees, including the power to dismiss staff and employees under the regulations laid down by the Board. However, if such actions involves staff or employees of a consultant status, experts, department heads or equivalent, prior consent must be obtained from the Board.

4.3 To lay down rules on the operations of TAT conforming to the rules and regulations and policies of the Board.

4.4 To appoint groups of persons to serve as ad hoc bodies for any specific activities of benefit



2.5 ออกข้อบังคับกำหนดตำแหน่งต่าง ๆ อัตราเงินเดือนค่าจ้าง และเงินอื่น ๆ ของพนักงานและลูกจ้าง

2.6 ออกข้อบังคับด้วยการบรรจุ การแต่งตั้ง การถอดถอน การเลื่อนเงินเดือนหรือค่าจ้าง ระเบียบวินัย การลงโทษ และการอุทธรณ์การลงโทษของพนักงานและลูกจ้าง

2.7 ออกระเบียบว่าด้วยการร้องทุกข์ของพนักงานและลูกจ้าง

2.8 ออกข้อบังคับว่าด้วยกองทุนสงเคราะห์หรือการสงเคราะห์อื่น เพื่อสวัสดิการของพนักงานและลูกจ้างและครอบครัว โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรี

2.9 ออกข้อบังคับว่าด้วยการจ่ายค่าพาหนะ เบี้ยเลี้ยงเดินทาง ค่าเช่าที่พัก ค่าทำงานล่วงเวลา เบี้ยประชุม และการจ่ายเงินอื่น ๆ

2.10 ออกระเบียบว่าด้วยเครื่องแบบพนักงานและลูกจ้าง

3. ผู้ว่าการเป็นผู้ดำเนินการของททท. ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และอำนาจหน้าที่ของ ททท.และตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ และนโยบายที่คณะกรรมการกำหนด และให้มีอำนาจบังคับบัญชาพนักงานและลูกจ้างทุกตำแหน่ง และผู้ว่าการต้องรับผิดชอบต่อคณะกรรมการ ททท.ในการดำเนินการของ ททท.

4. ผู้ว่าการมีอำนาจและหน้าที่ดังต่อไปนี้ :-

4.1 วางรูปการจัดตั้งองค์การ โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ

4.2 บรรจุ แต่งตั้ง ถอดถอน เลื่อนลด ตัดเงินเดือน หรือค่าจ้าง ลงโทษทางวินัยพนักงานและลูกจ้าง ตลอดจนให้พนักงานและลูกจ้างออกจากตำแหน่ง ตามข้อบังคับที่คณะกรรมการกำหนด แต่ถ้าเป็นพนักงานหรือลูกจ้างชั้นที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ ผู้อำนวยการฝ่ายหรือผู้ดำรงตำแหน่งเทียบเท่าขึ้นไป จะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการก่อน

4.3 วางระเบียบเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของ ททท. โดยไม่ขัดข้องหรือแย้งต่อระเบียบข้อบังคับ และนโยบายที่คณะกรรมการกำหนดไว้

4.4 แต่งตั้งคณะบุคคลเป็นกรรมการเฉพาะกิจเพื่อปฏิบัติการใด ๆ อันจะเป็นประโยชน์แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

4.5 ดำเนินการอื่นตามที่คณะกรรมการมอบหมาย

5. รองผู้ว่าการมีอำนาจบังคับบัญชา

พนักงานและลูกจ้างทุกตำแหน่งรองจากผู้ว่าการและมีอำนาจหน้าที่ดำเนินกิจการของ ททท.ตามที่ผู้ว่าการมอบหมาย

### ๔. การจัดองค์กรของ ททท.

ตามพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 นายกรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีผู้ซึ่งนายกรัฐมนตรีมอบหมายมีอำนาจและหน้าที่กำกับโดยทั่วไปซึ่งกิจการของ ททท. การจัดองค์กรของ ททท. จึงกำหนดให้นายกรัฐมนตรีเป็นผู้มีอำนาจสูงสุดในการดำเนินงานของ ททท. ถัดลงมาคือ คณะกรรมการททท.และผู้ว่าการ ททท.ตามลำดับ

สำหรับการจัดองค์กรภายใน ททท.เอง ได้จัดแบ่งเป็นหน่วยงานต่าง ๆ ตามลักษณะของงานในหน้าที่ความรับผิดชอบแต่ละประเภท เพื่อมิให้มีการปฏิบัติงานซ้ำซ้อนกัน ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานหลัก 3 ฝ่ายและหน่วยงานที่ขึ้นตรงต่อผู้ว่าการ 5 หน่วยงาน คือ

#### ก. หน่วยงานหลักของ ททท.

##### 1. ฝ่ายบริหาร ประกอบด้วย

ฝ่ายบริหารทั่วไป มีหน้าที่รับผิดชอบงานสารบรรณทั่วไป งานคณะกรรมการ ททท. งานบุคคล งานสถานที่ ยานพาหนะและพัสดุ รวมทั้งปฏิบัติงานด้านกฎหมายของ ททท. ตลอดจนประสานงานกับหน่วยงานที่ขึ้นตรงต่อผู้ว่าการ ยกเว้นสถานตากอากาศ

ฝ่ายบัญชีและงบประมาณ มีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านบัญชี การเงิน การวิเคราะห์และควบคุมงบประมาณ การจัดเก็บรายได้และค่าธรรมเนียมของ ททท.

ฝ่ายลงทุน มีหน้าที่รับผิดชอบงานจัดหาทุน การวิเคราะห์ การลงทุนและตรวจสอบการลงทุนต่าง ๆ ของ ททท.

##### 2. ฝ่ายการตลาด ประกอบด้วย

ฝ่ายส่งเสริมการตลาด มีหน้าที่ส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวในหมู่ประชาชนทั่วประเทศในทุกสาขาอาชีพ ประสานงานด้านการส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวให้กับผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติขึ้นในประเทศและประสานงานติดต่อกับองค์การระหว่างประเทศที่ ททท. เป็นสมาชิก ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนให้การต้อนรับและอำนวยความสะดวกแก่แขกของรัฐบาล หน่วยราชการที่ขอความร่วมมือและแขกของ ททท. และควบคุมการปฏิบัติงานส่งเสริมการท่องเที่ยวของสำนักงานในประเทศ

ฝ่ายบริการการตลาด มีหน้าที่ศึกษาและดำเนินการโฆษณาเผยแพร่การขายตลาดการท่องเที่ยวในรูปวารสาร นิตยสารหรือวิธีการอื่นที่จำเป็น และสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนและธุรกิจท่องเที่ยวในต่างประเทศ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างประเทศ รวมทั้งงานผลิตอุปกรณ์โฆษณาการท่องเที่ยวของประเทศทุกประเภทและแจกจ่ายแก่ผู้สนใจทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนควบคุมการปฏิบัติงานของสำนักงานต่างประเทศ

##### 3. ฝ่ายวางแผนและพัฒนา ประกอบด้วย

ฝ่ายวิชาการ มีหน้าที่รวบรวม ศึกษาวิเคราะห์และวิจัยข้อมูลและสถิติของการท่องเที่ยวเพื่อใช้กำหนดนโยบายและวางแผนในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว การฝึกอบรมและบรรยายแก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และดำเนินงานทางด้านวิชาการอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว รวมทั้งการกำหนดแผนงานและติดตามประเมินผลการทำงานของ ททท.

ฝ่ายวางแผนโครงการและพัฒนา มีหน้าที่จัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั่วประเทศทางด้านกายภาพและควบคุมโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นไปตามแผนงานที่กำหนดปฏิบัติงานสำรวจ ออกแบบ และวิศวกรรม รวมทั้งเข้าร่วมในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวและการจัดงานศิลปวัฒนธรรมและงานประเพณีต่าง ๆ ตลอดจนการพัฒนามาตรฐานบริการในธุรกิจท่องเที่ยว

##### ข. หน่วยงานที่ขึ้นตรงต่อผู้ว่าการ ประกอบด้วย

ที่ปรึกษา มีหน้าที่ให้คำแนะนำ คำปรึกษา และข้อคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ ต่อผู้ว่าการ สำนักงานผู้ว่าการ มีหน้าที่รับผิดชอบงานเลขานุการผู้ว่าการ งานประชาสัมพันธ์ และงานวิเทศสัมพันธ์

ผู้สอบบัญชีภายใน มีหน้าที่ตรวจสอบบัญชีของ ททท. และสถานตากอากาศ

สถาบันฝึกอบรมวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว มีหน้าที่ดำเนินการฝึกอบรมเกี่ยวกับวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว เพื่อสร้างบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถได้มาตรฐานตามความต้องการแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

สถานตากอากาศ มีหน้าที่ดำเนินการธุรกิจด้านสถานที่พักตากอากาศและสนามกอล์ฟ





to the travel industry.  
4.5 To execute any other assignments from the Board of Directors.

5. Deputy Governors are empowered to command all staff and employees after the Governor and to undertake TAT operations as assigned by the Governor.

### **Organization Structure of TAT**

Under the Tourism of Thailand Act 1979, the Prime Minister or the Minister designated by the Prime Minister has the responsibility and authority to control the general administration of TAT. After the Prime Minister, authority is vested in the Board of Directors and the Governor in that order:

The TAT organization's structure is divided into several departments responsible for different natures of responsibilities to avoid overlapping of works. It is composed of 3 main departments with 5 offices directly under the Governor.

#### **A. Major Departments.**

##### **1. Administration**

###### **General Administration**

Department is responsible for general documentation, TAT's Board affairs, personnel, office service, vehicles and provisions including legal affairs as well as co-operation with other offices directly under the Governor except the Resorts.

###### **Budget and Accounting**

Department is responsible for accounting and finance, budget analysis and administration, management of revenue and fees of TAT.

Investment Department is responsible for investment auditing, investment analysis and capital procurement.

##### **2. Marketing**

Marketing Promotion Department is responsible for the promotion of tourism among people of all professions, coordination on the sales promotion tourism agencies both domestic and foreign, promotion of international conventions for the country and cooperation with international organizations of which TAT is a member, provision of information to visitors including provision of reception and facilitation to guests of the Government, other agencies and TAT own guests, and

being responsible for the local offices operations.

Marketing Service Department is responsible for the marketing relations of tourism through periodicals, exhibitions and other necessary means as well as fostering smooth working relations with the media and the travel industry outside the country in order to attract foreign tourists. It is also responsible for promotional aids production and contribution of these materials to interested parties both in and outside the country, as well as being responsible for overseas offices.

##### **3. Planning and Development**

Technical Department is responsible for the collection, study, analysis and research of information and data on tourism to be used to determine the policy and planning of the development and promotion of tourism, the training of and lectures for those engaged in the travel industry and responsible for other technical matters concerning tourism including planning, follow-up and evaluation of TAT's performance.

Project Planning and Development Department is responsible for the physical planning of tourist destinations and ensuring that of development projects proceed according to work schedule on survey, design and engineering aspects. It will also participate in the development of tourist destinations and the organizing of the cultural festivals and traditional fairs. Its responsibilities include the development of the standard of services in the travel industry.

##### **B. Offices directly under the Governor**

Advisers whose duty is to give advice, suggestions and ideas on different matters to the Governor.

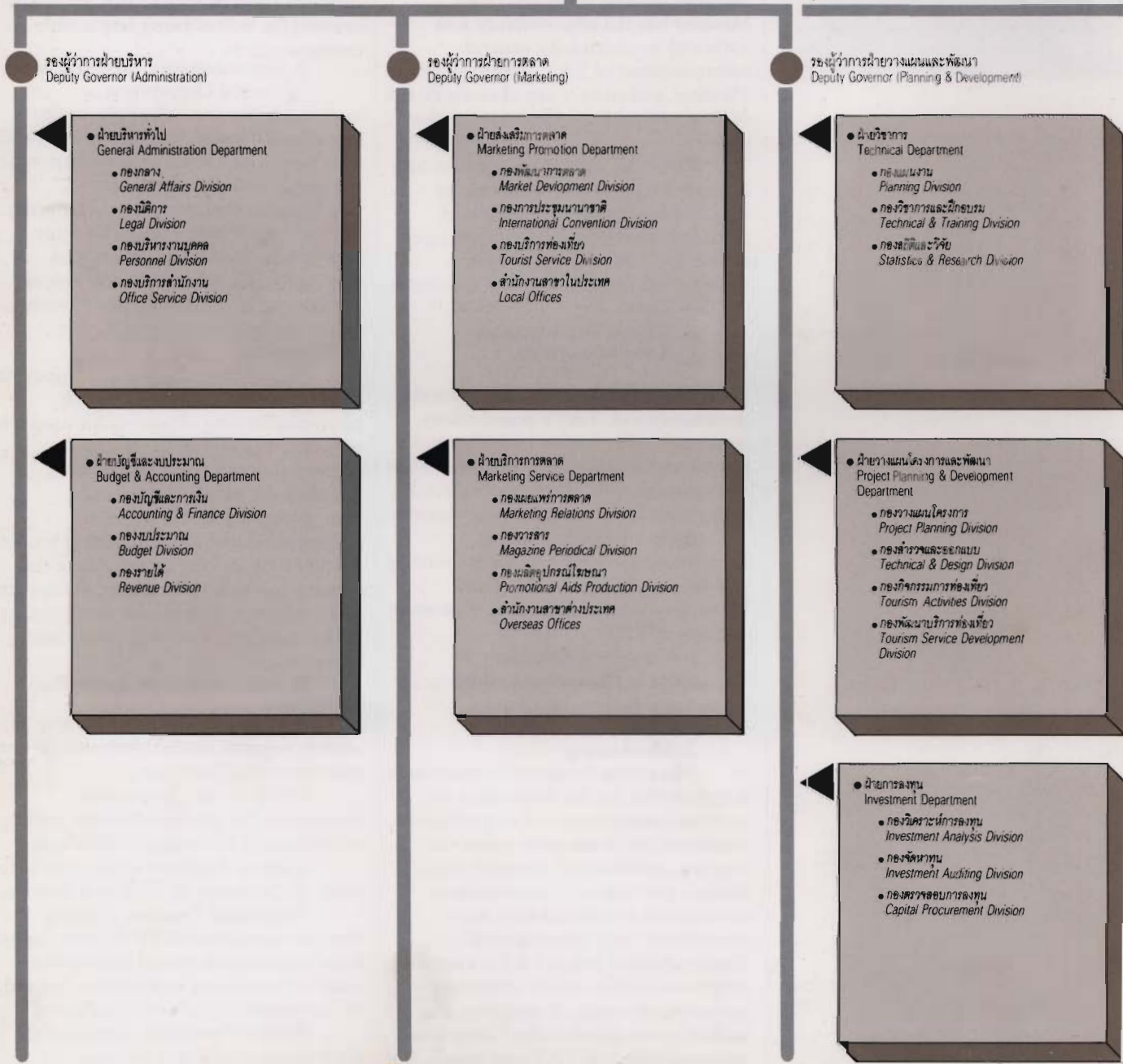
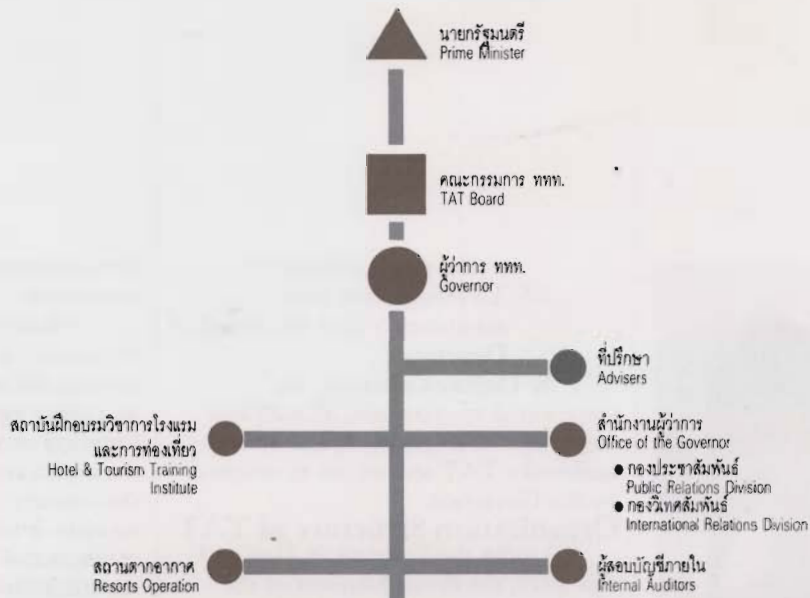
Office of the Governor is responsible for secretarial works, public relations and international relations.

Internal Auditors whose duty is to audit the accounts of TAT and Resorts.

Hotels and Tourism Training Institute is responsible for the training on hotel and tourism in order to produce qualified personnel to meet the demand of manpower in the tourist industry.

Resorts Operation is responsible for the resorts and golf courses.







# การพัฒนาบุคลากร ททท.

ในระยะเวลาที่ผ่านมา การดำเนินงานส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของ ททท. สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ด้วยดี นอกจากนี้จะขึ้นอยู่กับทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นที่น่าสนใจ ปัจจัยพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่น่าประทับใจ ตลอดจนความร่วมมือของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐบาลและเอกชนแล้ว ความสามารถในการปฏิบัติงานของบุคลากร ททท. นับว่ามีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อความก้าวหน้าของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากร ททท. จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อที่จะเพิ่มพูนความรู้ความสามารถและสมรรถภาพในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น และสามารถนำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ปฏิบัติงานให้ทันกับสถานการณ์ท่องเที่ยวในปัจจุบัน

ททท. ได้เล็งเห็นความสำคัญดังกล่าว และได้ดำเนินการด้านพัฒนาบุคลากร ททท. เป็นประจำมาโดยตลอด โดยในปี 2527 ได้จัดส่งพนักงานเข้ารับการอบรมและสัมมนาในประเทศ 95 คน และต่างประเทศ 7 คน รวมทั้งอนุมัติให้พนักงานลาไปศึกษาต่อต่างประเทศ 4 คน รวม 106 คน จากจำนวนพนักงาน ททท. ทั้งสิ้น 502 คน สำหรับในปี 2528 ได้จัดส่งพนักงานเข้ารับการอบรมและสัมมนาในประเทศ 94 คน และต่างประเทศ 9 คน รวมทั้งอนุมัติให้พนักงานลาไปศึกษาต่อในประเทศ 2 คน และต่างประเทศ 1 คน รวม 106 คน จากจำนวนพนักงาน ททท. ทั้งสิ้น 509 คน ซึ่งปรากฏว่า พนักงานที่ผ่านการฝึกอบรมสัมมนาและการศึกษาต่อดังกล่าว มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานในด้านต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ ททท. ได้กำหนดแนวทางในการพัฒนาบุคลากรไว้ดังนี้

● พนักงานระดับบริหาร มุ่งเพิ่มพูนความรู้ความสามารถในการบริหารในสายการปฏิบัติงานและเทคนิคใหม่ ๆ ของการปฏิบัติงาน

● พนักงานระดับปฏิบัติการ มุ่งวางพื้นฐาน ส่งเสริมเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ และเทคนิคใหม่ ๆ ของการปฏิบัติงาน

● พนักงานทุกระดับ เน้นการสร้างสำนึกเกี่ยวกับผิดชอบและอุทิศตนให้แก่งานเป็นประการสำคัญ

นอกจากการจัดส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรมและสัมมนาตามสถานต่าง ๆ แล้ว ททท. ยังได้ดำเนินการจัดอบรมขึ้นเอง โดยงานพัฒนาบุคคล กองบริหารงานบุคคล เพื่อเป็นการวางพื้นฐานความรู้ในการปฏิบัติงานใน

หน้าที่รับผิดชอบต่าง ๆ อาทิ ในปี 2528 ได้จัดอบรมด้านการบริหาร การให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์แก่พนักงานระดับบริหาร และจัดอบรมการป้องกันอุบัติเหตุ การสร้างความสัมพันธ์ในการให้บริการแก่ผู้มาติดต่อ การให้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยว การเขียนโครงการและแผนงานแก่พนักงานระดับปฏิบัติการ เป็นต้น สำหรับในปี 2529 ได้กำหนดโครงการพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่องจากปีที่แล้ว คือ พนักงานระดับบริหารจะจัดให้มีการอบรมเทคนิคการบริหารสมัยใหม่ การสร้างคุณภาพงาน (Q.C. Circle) และการบริหารโครงการ ส่วนพนักงานระดับปฏิบัติการจะจัดให้มีการอบรมการแนะนำเครื่องคอมพิวเตอร์ของ ททท. การปฏิบัติงานธุรการ การจัดประชุมในเทศและการจัดทัศนศึกษาแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ๆ นอกจากนี้จะจัดให้มีการบรรยายเรื่องการสร้างทัศนคติที่ดีในการทำงานแก่พนักงานทุกระดับด้วย.

## Personnel Development Plan

The satisfactory achievements in the past by TAT in the area of tourism promotion and development depended on large measures not only on the existing tourism resources, basic factors and impressive facilities, as well as the excellent cooperation extended by bodies in both the public and private sectors. The competence and capability of TAT's own personnel has also played a vital part in the growth and progress of the tourism industry. It is therefore essential that they should become even more knowledgeable, capable and efficient in their work and able to adopt new technology for application to cope with the current tourism situation.

With this in mind, TAT has been conducting regular personnel development activities. During 1984 alone, 95 staff members underwent training and attended seminars within the country, with an additional seven persons going overseas for the same purposes. In addition, four staffers were granted permission to pursue higher education overseas. The following year, 1985, saw 94 staffers attending training courses and seminars locally with nine going overseas, plus another two taking

up higher education in the country and one abroad. The overall results from these technical training, seminars and higher education have been satisfactory.

Personnel development follows the concept below:-

### ● Executive level.

Concentrated in increasing their administrative abilities in their respective lines of work and knowledge in new professional techniques.

● Operation level. Stress is placed in laying a firm foundation, raise the level of knowledge and understanding in new operational techniques.

● All levels. Emphasis is on creating sense of responsibility and dedication to the job.

Apart from arranging for staff members to undergo training and seminars in different institutions, TAT also conducts its own training organized by its Personnel Division as another means of laying down firm foundation of knowledge in their job and responsibilities. For example, in 1985 a basic course on computers was conducted for executive level staffers, as well as a "safety first" training. In addition courses on project and work plan writing for operational staffers, on techniques on how to provide services to enquirers and on how to provide tourism information, were arranged. For 1986 a continuing series of personnel development is planned. Specifically, executive staffers will undergo a course on new administrative techniques, on Q.C. Circle and on project administration. For operational level staff members, there will be an introductory course on computers now in use in TAT, and courses on administrative works and familiarization trips to major destinations. A lecture on how to create positive attitude toward work for staffers of all levels is also planned.



# แผนงาน-งาน-โครงการ

(หน่วย : บาท)

แผนงาน-งาน-โครงการ	ค่าครุภัณฑ์	ค่าที่ดินและ สิ่งก่อสร้าง	เงินอุดหนุน	รวม
<b>ก. แผนงานบริหารทั่วไป</b>	<b>290,800</b>	—	<b>22,473,600</b>	<b>22,764,400</b>
1. งานบริหารทั่วไป	290,800	—	22,473,600	22,764,400
(1) ครุภัณฑ์และที่ดิน	290,800	—	—	290,800
(2) กิจกรรมการดำเนินงาน	—	—	22,473,600	22,473,600
<b>ข. แผนงานส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว</b>	<b>10,921,300</b>	<b>135,000</b>	<b>185,249,400</b>	<b>196,305,700</b>
1. งานบริการทางการท่องเที่ยว	9,400	—	5,704,900	5,714,300
(1) ครุภัณฑ์และที่ดิน	9,400	—	—	9,400
(2) กิจกรรมการดำเนินงาน	—	—	3,044,900	3,044,900
(3) กิจกรรมยกมาตรฐานธุรกิจ	—	—	1,060,000	1,060,000
(4) กิจกรรมจัดระเบียบธุรกิจ	—	—	200,000	200,000
(5) กิจกรรมฝึกอบรมและสัมมนา	—	—	1,400,000	1,400,000
2. งานสถาบันฝึกอบรมวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว	487,500	—	3,058,700	3,546,200
(1) ครุภัณฑ์และที่ดิน	487,500	—	—	487,500
(2) กิจกรรมการดำเนินงาน	—	—	3,058,700	3,058,700
3. งานศูนย์รวบรวมข้อมูลและเผยแพร่ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว	14,100	—	5,859,200	5,873,300
(1) ครุภัณฑ์และที่ดิน	14,100	—	—	14,100
(2) กิจกรรมการดำเนินงาน	—	—	2,439,200	2,439,200
(3) กิจกรรมสำรวจศึกษาวิจัยนักท่องเที่ยว	—	—	1,400,000	1,400,000
(4) กิจกรรมการประเมินผล	—	—	320,000	320,000
(5) กิจกรรมในการศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว ของประเทศไทยในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง	—	—	1,000,000	1,000,000
(6) กิจกรรมในการศึกษาการพยากรณ์ข้อมูลการ พัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย	—	—	300,000	300,000
(7) กิจกรรมในการศึกษาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยว	—	—	400,000	400,000
4. งานสำรวจเพื่อวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	42,400	—	3,046,000	3,088,400
(1) ครุภัณฑ์และที่ดิน	42,400	—	—	42,400
(2) กิจกรรมการดำเนินงาน	—	—	2,346,000	2,346,000
(3) กิจกรรมสำรวจเบื้องต้นลำปาง/ลำพูน	—	—	200,000	200,000
(4) กิจกรรมสำรวจเบื้องต้นเพชรบูรณ์/เลย	—	—	200,000	200,000
(5) กิจกรรมสำรวจและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเร่งด่วน	—	—	300,000	300,000
5. งานส่งเสริมและเผยแพร่ทางการท่องเที่ยว	2,847,600	135,000	126,645,800	129,628,400
(1) ครุภัณฑ์และที่ดิน	2,847,600	135,000	—	2,982,600
(2) กิจกรรมการดำเนินงาน	—	—	19,620,500	19,620,500
(3) กิจกรรมการเสนอการขายการท่องเที่ยว	—	—	11,700,000	11,700,000
(4) กิจกรรมการผลิตเอกสาร	—	—	8,000,000	8,000,000
(5) กิจกรรมการโฆษณาเผยแพร่ในต่างประเทศ	—	—	24,000,000	24,000,000



# Work Plans-Activities-Projects

Unit : Baht

	Endurable Articles Costs	Land & Construction Costs	Subsidy	Total
<b>A. General Administration Plan</b>	<b>290,800</b>	<b>—</b>	<b>22,473,600</b>	<b>22,764,400</b>
1. General Administration	290,800	—	22,473,600	22,764,400
(1) Endurable articles & land	290,800	—	—	290,800
(2) Operations	—	—	22,473,600	22,473,600
<b>B. Tourism Promotion &amp; Development Plan</b>	<b>10,921,300</b>	<b>135,000</b>	<b>185,249,400</b>	<b>196,305,700</b>
1. Tourism Services	9,400	—	5,704,900	5,714,300
(1) Endurable articles & land	9,400	—	—	9,400
(2) Operations	—	—	3,044,900	3,044,900
(3) Standard improvement	—	—	1,060,000	1,060,000
(4) Business procedure	—	—	200,000	200,000
(5) Training & seminars	—	—	1,400,000	1,400,000
2. Hotel & Tourism Training Institute	487,500	—	3,058,700	3,546,200
(1) Endurable articles & land	487,500	—	—	487,500
(2) Operations	—	—	3,058,700	3,058,700
3. Tourism Data Compilation & Dissemination	14,100	—	5,859,200	5,873,300
(1) Endurable articles & land	14,100	—	—	14,100
(2) Operations	—	—	2,439,200	2,439,200
(3) Visitor survey & research	—	—	1,400,000	1,400,000
(4) Evaluation	—	—	320,000	320,000
(5) Study on direction on tourism promotion in the Middle East	—	—	1,000,000	1,000,000
(6) Study on tourism development data forecast	—	—	300,000	300,000
(7) Study on tourism impact on environment	—	—	400,000	400,000
4. Tourism Development Planning Survey	42,400	—	3,046,000	3,088,400
(1) Endurable articles & land	42,400	—	—	42,400
(2) Operations	—	—	2,346,000	2,346,000
(3) Preliminary survey on Lampang/Lamphun	—	—	200,000	200,000
(4) Preliminary survey on Phetchabun/Loei	—	—	200,000	200,000
(5) Survey & accelerated tourism development	—	—	300,000	300,000
5. Tourism Promotion & Publicity	2,847,600	135,000	126,645,800	129,628,400
(1) Endurable articles & land	2,847,600	135,000	—	2,982,600
(2) Operations	—	—	19,620,500	19,620,500
(3) Tourism sales promotion	—	—	11,700,000	11,700,000
(4) Printed materials production	—	—	8,000,000	8,000,000
(5) Overseas advertising & publicity	—	—	24,000,000	24,000,000
(6) Production of films, video tapes and slides	—	—	4,000,000	4,000,000
(7) Overseas exhibitions	—	—	1,650,000	1,650,000
(8) Participatation in overseas conferences & promotion of international conventions in Thailand	—	—	4,800,000	4,800,000
(9) Joint advertising with/associations & groups of which TAT is a member/overseas	—	—	3,700,000	3,700,000
(10) Domestic promotion & publicity	—	—	3,684,000	3,684,000
(11) Overseas offices	—	—	41,111,300	41,111,300
(12) Domestic offices	—	—	4,380,000	4,380,000



(6) กิจกรรมการจัดสร้างภาพยนตร์วิดีโอเทป สไลด์	—	—	4,000,000	4,000,000
(7) กิจกรรมการจัดนิทรรศการในต่างประเทศ	—	—	1,650,000	1,650,000
(8) กิจกรรมการร่วมประชุมในต่างประเทศและส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทย	—	—	4,800,000	4,800,000
(9) กิจกรรมการโฆษณาร่วมกับสมาคมและชมรมต่าง ๆ ที่ ททท. เป็นสมาชิกในต่างประเทศ	—	—	3,700,000	3,700,000
(10) กิจกรรมการส่งเสริมและเผยแพร่ในประเทศ	—	—	3,684,000	3,684,000
(11) กิจกรรมสำนักงานต่างประเทศ	—	—	41,111,300	41,111,300
(12) กิจกรรมสำนักงานในประเทศ	—	—	4,380,000	4,380,000
6. งานอำนวยความสะดวกและให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว	7,501,300	—	25,620,100	33,121,400
(1) ครุภัณฑ์และที่ดิน	7,501,300	—	—	7,501,300
(2) กิจกรรมการดำเนินงาน	—	—	25,620,100	25,620,100
7. อนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	9,500	—	1,987,800	1,997,300
(1) ครุภัณฑ์และที่ดิน	9,500	—	—	9,500
(2) กิจกรรมการดำเนินงาน	—	—	587,800	587,800
(3) กิจกรรมการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	—	—	850,000	850,000
(4) กิจกรรมการจัดทำคู่มือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	—	—	250,000	250,000
(5) กิจกรรมการจัดทำแผนที่และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทั่วประเทศ	—	—	300,000	300,000
8. งานสนับสนุนงานประเพณีในจังหวัดต่าง ๆ	9,500	—	3,576,900	3,586,400
(1) ครุภัณฑ์และที่ดิน	9,500	—	—	9,500
(2) กิจกรรมการดำเนินงาน	—	—	676,900	676,900
(3) กิจกรรมการสนับสนุนงานประเพณีในจังหวัดต่าง ๆ	—	—	380,000	380,000
(4) กิจกรรมงานเทศกาลเที่ยวเมืองไทย	—	—	200,000	200,000
(5) กิจกรรมงานสัปดาห์ข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี	—	—	300,000	300,000
(6) กิจกรรมงานแสดงศิลปวัฒนธรรมระหว่างภาค	—	—	300,000	300,000
(7) กิจกรรมงานแสดงแสงและเสียงตามแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน 4 แห่ง	—	—	600,000	600,000
(8) กิจกรรมเทศกาลตามแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	—	—	200,000	200,000
(9) กิจกรรมการศึกษาวิจัยการอนุรักษ์และฟื้นฟูงานเทศกาลและงานประเพณีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	—	—	300,000	300,000
(10) กิจกรรมงานแข่งเรือชิงชนะเลิศแห่งประเทศไทย	—	—	300,000	300,000
(11) กิจกรรมงานฉลอง 200 ปีเมืองกลาง จังหวัดภูเก็ต	—	—	200,000	200,000
(12) กิจกรรมในการประสานงานเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่นไปยังต่างประเทศ	—	—	120,000	120,000
9. โครงการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวสงขลา/หาดใหญ่	—	—	4,000,000	4,000,000
10. โครงการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชียงใหม่	—	—	4,000,000	4,000,000
11. โครงการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวนครศรีธรรมราช/พัทลุง/ตรัง	—	—	650,000	650,000
12. โครงการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวพังงา/กระบี่	—	—	550,000	550,000
13. โครงการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชียงราย/พะเยา	—	—	550,000	550,000
<b>รวมทั้งสิ้น(บาท)</b>	<b>11,212,100</b>	<b>135,000</b>	<b>207,723,000</b>	<b>219,070,100</b>



6. Facilitation for Visitors	7,501,300	—	25,620,100	33,121,400
(1) Endurable articles & land	7,501,300	—	—	7,501,300
(2) Operations	—	—	25,620,100	25,620,100
7. Destinations Preservation & Development	9,500	—	1,987,800	1,997,300
(1) Endurable articles & land	9,500	—	—	9,500
(2) Operations	—	—	587,800	587,800
(3) Destinations preservation & development	—	—	850,000	850,000
(4) Production of destinations development manuals	—	—	250,000	250,000
(5) Production of nation-wide tourism maps & data	—	—	300,000	300,000
8. Support for Traditional Fairs in the Provinces	9,500	—	3,576,900	3,586,400
(1) Endurable articles & land	9,500	—	—	9,500
(2) Operations	—	—	676,900	676,900
(3) Supporting measures for traditional fairs in the provinces	—	—	380,000	380,000
(4) Tourism Festival	—	—	200,000	200,000
(5) Bridge over the River Kwai Week	—	—	300,000	300,000
(6) Regional cultural shows	—	—	300,000	300,000
(7) Light & sound presentations at four historical destinations	—	—	600,000	600,000
(8) Seasonal fairs at various destinations	—	—	200,000	200,000
(9) Study & research on the preservation and revival of seasonal and traditional fairs of tourism interest	—	—	300,000	300,000
(10) Thailand boat-racing championship tournament	—	—	300,000	300,000
(11) Talang Bicentenary Celebrations, Phuket Island	—	—	200,000	200,000
(12) Coordination for publicizing local traditional fairs overseas	—	—	120,000	120,000
9. Songkhla/Hat Yai Tourism Development Project	—	—	4,000,000	4,000,000
10. Chiang Mai Tourism Development Project	—	—	4,000,000	4,000,000
11. Nakhon Si Thammarat/Pattalung/Trang Tourism Development Project	—	—	650,000	650,000
12. Phang-nga/Krabi Tourism Development Project	—	—	550,000	550,000
13. Chiang Rai/Pha-yao Tourism Development Project	—	—	550,000	550,000
<b>Total (Baht)</b>	<b>11,212,100</b>	<b>135,000</b>	<b>207,723,000</b>	<b>219,070,100</b>

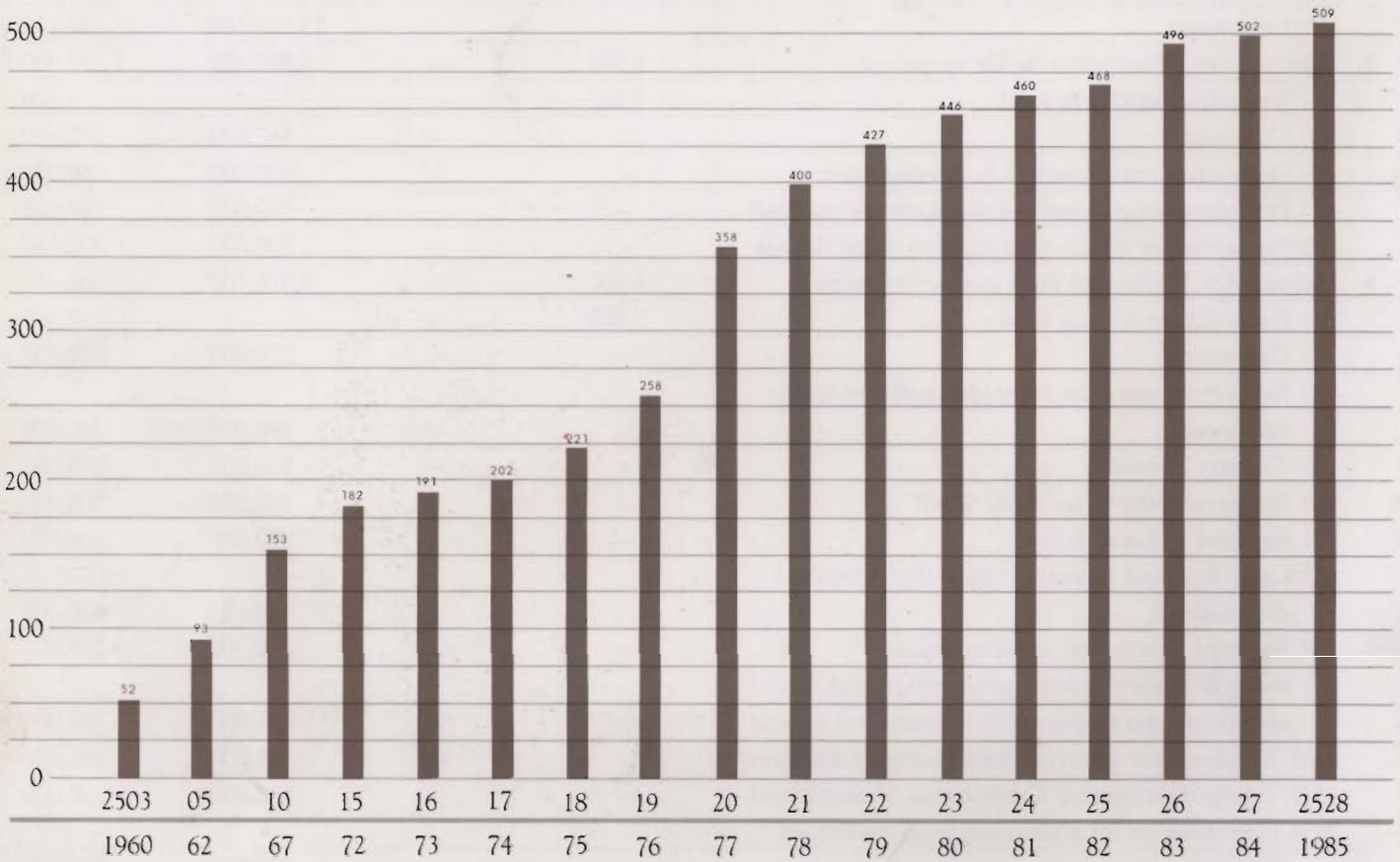


# อัตราการจ้างของ ททท. TAT's Personnel

อัตราการจ้างพนักงานจากปี 2503-2528

Number of TAT's personnel from 1960-1985

คน  
No. of Personnel

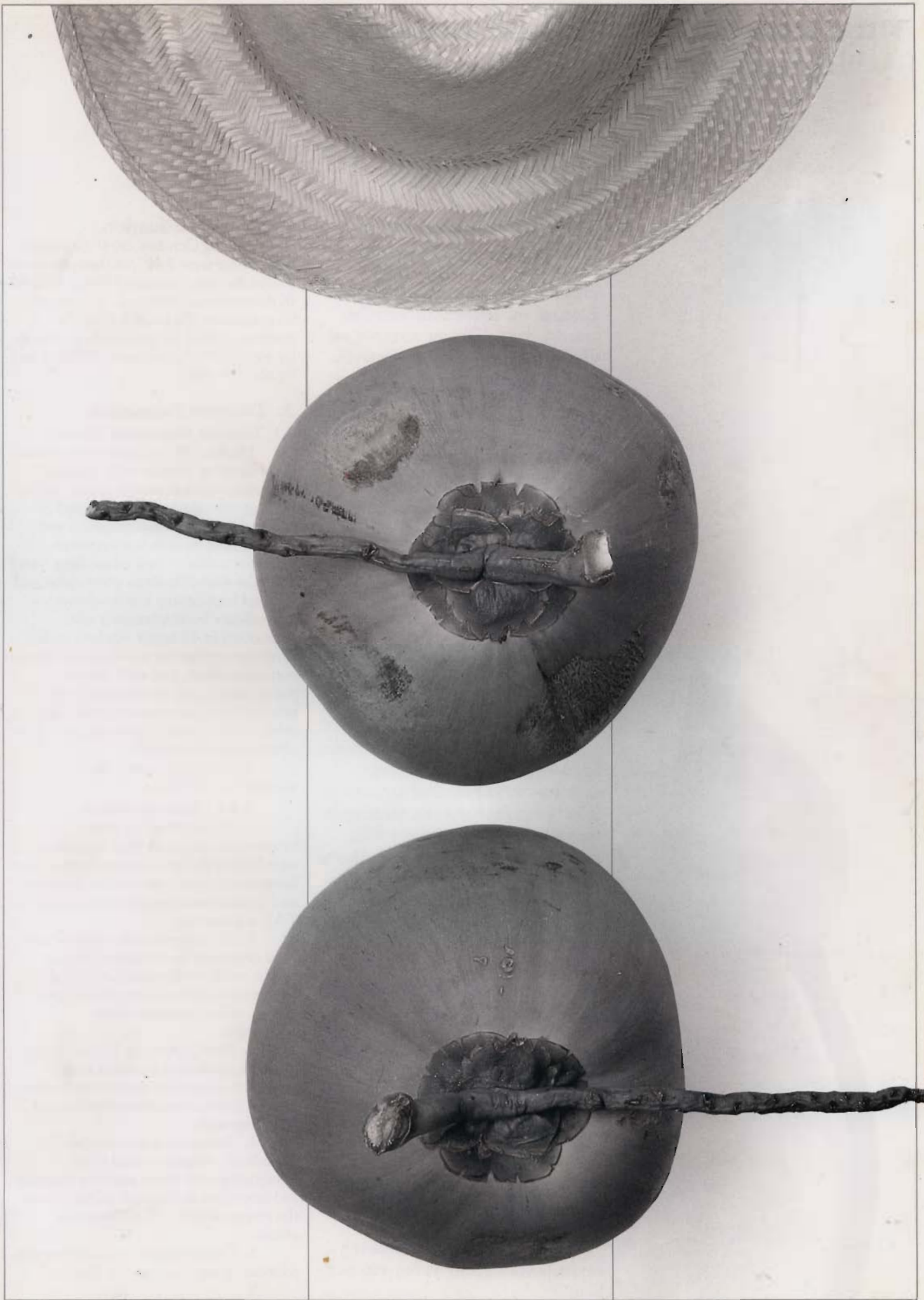


พนักงานจำแนกตามระดับ ปี 2528

Personnel classified by rank in 1985.

ระดับ	Rank	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
คน	No. of Personnel	48	30	111	83	118	58	22	28	7	3	1







# ผลงานของ ททท. ในรอบปีงบประมาณ 2528

## Achievements and Actions Fiscal 1985

สถานการณ์ท่องเที่ยวในรอบปีงบประมาณ 2528 (ระหว่างเดือนตุลาคม 2527-กันยายน 2528) มีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางมาสู่ประเทศไทยทั้งสิ้น 2,403,340 คน โดยมีจำนวนมากกว่าปีงบประมาณ 2527 ที่มีจำนวน 2,323,090 คน หรือมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.45 จำแนกเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาทางอากาศ 1,810,352 คน ทางบก 558,602 คน และทางน้ำ 34,386 คน

### การส่งเสริมการท่องเที่ยว

#### การส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างประเทศ

การดำเนินงานส่งเสริมการขายในตลาดต่างประเทศในปี 2528 ได้เน้นการส่งเสริมตลาดที่มีคุณภาพ ศักยภาพ และมีส่วนแบ่งตลาดในระดับสูง ตลอดจนแสวงหาตลาดท่องเที่ยวใหม่ โดยพิจารณาภาวะการณ์และความผันผวนทางเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศต่าง ๆ เป็นประการสำคัญ การดำเนินกิจกรรมเผยแพร่และโฆษณาในต่างประเทศ ได้คัดเลือกตลาดที่สามารถดำเนินการอย่างได้ผลจริงจัง ให้ผลตอบแทนสูงและรวดเร็ว แต่เสียค่าใช้จ่ายน้อย โดยเน้นการส่งเสริมการขายใน 15 ตลาดหลัก และดำเนินกิจกรรมที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวโดยตรงเป็นหลัก และอาศัยความร่วมมือและประสานงานระหว่างธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชน หน่วยราชการ และองค์การระหว่างประเทศต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ผลการดำเนินงานสรุปได้ดังนี้ :-

#### 1. กิจกรรมการขาย

- จัดงานเสนอการขาย จัดสัมมนา และจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ รวมทั้งจัดงานส่งเสริมการขายร่วมกับธุรกิจการท่องเที่ยว ชมรม สมาคม สภาบัน และองค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ ททท.เป็นสมาชิก รวม 56 ครั้ง

- จัดเสนอการขายแก่กลุ่มผู้บริโภคเพื่อกระตุ้นให้จัดการเดินทางท่องเที่ยวมาสู่ประเทศไทย ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งส่วนราชการและเอกชนในต่างประเทศ รวม 34 ครั้ง

- ร่วมงานนิทรรศการเพื่อเสนอการขาย และให้ข่าวสารการท่องเที่ยวแก่ผู้สนใจทั่วไป ธุรกิจการท่องเที่ยว และบริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ รวม 45 ครั้ง

- โฆษณาในวารสาร นิตยสารต่าง ๆ และร่วมโฆษณากับบริษัทนำเที่ยว รวม 263

### 1. Tourism Situation

During October 1984 - September 1985, there were 2,403,340 international tourist arrivals, compared with 2,323,090 in the previous fiscal year. The rate of increase over 1984 was 3.45%. The number may be broken down to arrivals by air - 1,810,352, by land - 558,602 and by sea - 34,386.

### 2. Tourism Promotion

#### 2.1 Tourism Promotion Abroad

During 1985 emphasis was placed on promoting markets with quality, potential and high market shares, and on seeking new tourist markets based on political and economic situation and development in such marketplaces. Overseas publicity and advertising were aimed at workable areas which promised fast and high return but involving low expenditure by emphasizing sales promotion in 15 major markets and carrying out tourism activities with direct consumer effect, and with greater participation and cooperation of the private sector, government offices and other international organizations both in and outside the country.

These activities may be summarized as follows;

#### 2.1.1 Sales Activities

1. No less than 56 sales promotions, seminars and workshops were held with the cooperation of tourist businesses, clubs, associations institutes and international organizations of which TAT is a member.

2. 34 consumer sales promotions were organized to stimulate greater tourist traffic to Thailand, with the cooperation of both government and private sector overseas offices concerned.

3. Participation in 45 exhibitions for sales promotion purposes and provision of tourist information to the general public, tourist enterprises and travel agencies.

4. Advertising activities in periodicals, magazines and joint-advertising with travel agencies totalling 263 insertions in 15 major markets under the responsibility of TAT overseas offices.

5. Organizing of 63 quiz shows and contests to win free trips to Thailand.



บวชนาค ที่หาดเสี้ยว  
จังหวัดสุโขทัย

•  
Ordination of Naga  
at Haad Siao,  
Sukhothai Province







ครั้ง ใน 15 ตลาดหลักที่อยู่ในความรับผิดชอบ  
ของสำนักสาขาต่างประเทศของ ททท.

- จัดรายการแข่งขันตอบปัญหาและการ  
ประกวดอื่น ๆ เพื่อชิงรางวัลมาท่องเที่ยว  
ประเทศไทย 63 ครั้ง

## 2. กิจกรรมการประชาสัมพันธ์

- เชิญผู้แทนบริษัทนำเที่ยวและสื่อมวลชน  
ต่างประเทศมาเยือนประเทศไทยเพื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่เรื่องราวเกี่ยวกับแหล่ง  
ท่องเที่ยว บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก  
ของประเทศไทยในตลาดต่างประเทศ รวม  
231 ราย และอำนวยความสะดวกแก่  
สื่อมวลชนที่เดินทางมายังประเทศไทย รวม  
11 ราย

- จัดทำ Press Release เพื่อแจกจ่าย  
แก่บุคคลในวงการธุรกิจการท่องเที่ยว รวม  
34 ครั้ง และ Newsletter รวม 30 ครั้ง

- เข้าร่วมประชุมเพื่อประชาสัมพันธ์และ  
เผยแพร่เรื่องราวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของ  
ประเทศไทย รวม 19 ครั้ง

## 3. กิจกรรมที่ปฏิบัติงานเพิ่มเติมจาก ที่กำหนดไว้

- ร่วมจัดงานส่งเสริมการขายกับธุรกิจ  
การท่องเที่ยว องค์การ และสถาบันในต่าง  
ประเทศ รวม 33 ครั้ง

- โฆษณาในวารสารและนิตยสารต่าง ๆ  
และร่วมโฆษณากับบริษัทนำเที่ยว รวม 7 ครั้ง

- ร่วมงานอื่น ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์  
ประเทศไทย อาทิ เข้าร่วมขบวนรณุปแห่งชาติ  
การบรรยายและเข้าร่วมประชุมภาควิชาการ  
ต่าง ๆ รวม 5 ครั้ง

## 4. การส่งเสริมการจัดประชุมใน ประเทศ

ในปัจจุบันการจัดประชุมนานาชาติ  
มีความสำคัญเพิ่มมากขึ้น เพราะเป็นธุรกิจที่  
ทำรายได้ให้แก่ระบบเศรษฐกิจของประเทศ  
ในอดีตราสูงมากกว่าสาขาการท่องเที่ยวโดยทั่ว  
ไป และช่วยสนับสนุนการลงทุนจากต่าง  
ประเทศได้อีกทางหนึ่งด้วย ททท.ได้ดำเนินการ  
เผยแพร่สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เกี่ยวกับการ  
การจัดประชุมในประเทศไทยแก่องค์การ  
และสถาบันต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศเพื่อ  
กระตุ้นความสนใจในการจัดประชุมระดับ  
ประเทศและนานาชาติ รวมทั้งให้ความร่วมมือ  
ในด้านการจัดประชุมแก่องค์การและสถาบัน  
ต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ ในปี 2528 ได้  
ดำเนินการส่งเสริมการประชุมนานาชาติ รวม  
43 กิจกรรม



## การส่งเสริมการขายในประเทศ

เพื่อส่งเสริมชักจูงชาวไทยและผู้ที่พักอาศัยอยู่ในประเทศไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยมากขึ้น ซึ่งเป็นมาตรการที่ช่วยกระจายรายได้และกระตุ้นเวียนทางการเงินสู่ท้องถิ่นและชนบทที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ก่อให้เกิดความเข้าใจอันดี ความสามัคคี ความหวงแหน และช่วยเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติไทยไว้ ททท.ได้ดำเนินการสนับสนุนและเผยแพร่รูปแบบในท้องถิ่นต่าง ๆ อย่างทั่วถึงเพื่อชักจูงให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคต่าง ๆ โดยขยายบทบาทของสำนักงานสาขาในประเทศของททท.เพิ่มขึ้น ผลการดำเนินงานสรุปได้ดังนี้ :

- ร่วมประชุมหารือกับส่วนราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ เป็นประจำทุกเดือน รวมทั้งแถลงข่าวการจัดงานประเพณีและงานเทศกาลต่าง ๆ เป็นประจำทุกเดือน

- ให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแก่บุคคลในวงการธุรกิจการท่องเที่ยว สื่อมวลชนและผู้เกี่ยวข้องในวงการต่าง ๆ และลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ทั่วประเทศ 21 ฉบับ และวารสารการท่องเที่ยว 8 ฉบับ รวม 29 ฉบับ

- จัดงานส่งเสริมเผยแพร่การท่องเที่ยวภายในประเทศและให้ความร่วมมือในการจัดงานร่วมกับธุรกิจการท่องเที่ยว ชมรม สมาคม สถาบันการท่องเที่ยว และจังหวัดต่าง ๆ ได้แก่ งานแสดงศิลป วัฒนธรรม งานประเพณี งานเทศกาล งานแสดงนิทรรศการ และการจัดงานอื่น ๆ

- จัดทัศนศึกษาและเชิญสื่อมวลชน บริษัทนำเที่ยว และบุคคลที่เกี่ยวข้องไปทัศนศึกษาชมงานและชมแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ รวมทั้งจัดทัศนศึกษาและจัดนำเที่ยวเยาวชนและจัดนำเที่ยวเพื่อสวัสดิการสังคมแก่ประชาชนกลุ่มต่าง ๆ

- จัดทำรายการและจัดทำภาพยนตร์สารคดีท่องเที่ยวประเทศไทยเผยแพร่ทางสถานีวิทยุ 4 รายการ เป็นประจำทุกเดือน ๆ ละ 39 ครั้ง และสถานีโทรทัศน์ 6 สถานีทั่วประเทศ 3-4 รายการ เป็นประจำทุกเดือน ๆ ละ 38 ครั้ง รวมทั้งจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ทางสื่อมวลชนเป็นประจำทุกเดือน

- ผลิตอนุสาร อ.ส.ท.รายเดือน 12 ฉบับ จำนวนพิมพ์ฉบับละ 50,000-60,000 เล่ม และนิตยสารฮอลิเดย์ ไทม์ อิน ไทยแลนด์ เป็นภาษาอังกฤษ รวม 6 ฉบับ จำนวนพิมพ์ฉบับละ 20,000 เล่ม

## 2.1.2 Public Relations Activities

1. Inviting 231 representatives from major travel agencies and foreign mass media who could contribute to the Thai tourism industry, in order to provide tourist information on attractions and facilities and extending services and facilities to 11 media representatives travelling on their own to Thailand.

2. Issuing 34 press releases and 30 newsletters distributed to those involved in the tourism industry.

3. Participation in 19 conferences to publicize Thai tourism.

### 2.1.3 Additional Activities

1. Participation in 33 sales promotions with the cooperation of tourist business, organizations and institutes abroad.

2. Seven insertions and joint-advertisement events in periodicals, magazines and co-advertising them with travel agencies.

3. Participation in five other activities designed to publicize Thailand; i.e, floral float processions, lectures, technical conferences.

### 2.1.4 Convention Promotion

International conventions today play an increasingly important roles as it helps distribute income to the Thai economy at a higher rate than other segments of tourism. In addition, it serves as a supportive measure for the promotion of foreign investment. TAT has publicized internationally and domestically the convention facilities in Thailand, plans for convention arrangements and other available services to convention organizers in order to encourage them to hold their conventions in Thailand. In 1985 there were 43 undertakings organized to promote international conventions.

### 2.2 Domestic Sales Promotion

To promote and induce Thai nationals and Thailand residents to undertake more domestic excursions is a factor to help distribute income to and generate flow of money for people in regional areas which are tourist destinations. This also helps to create better understanding unity and possessiveness, and reinforces national identity. TAT's activities are aimed at supporting and publicizing in every

manner to promote regional tourist destinations in order to encourage people to travel to such areas by expanding the roles of domestic branch offices.

TAT's activities in this area may be summarized as follows;

2.2.1 Regular attendance in monthly meetings of provincial tourism bodies, and issuing of news releases on fairs and festivals.

2.2.2 Distributing travel information to authorities concerned with the industry and mass media as well as placing advertisements in 21 newspapers and 8 trade periodicals.

2.2.3 Organizing promotional events for domestic tourism and coordinating with tourist businesses, clubs, associations, institutes and various provincial authorities to arrange art and cultural shows, festivals, fairs, exhibitions and other events.

2.2.4 Organizing study tours by inviting the mass media, tour agencies and individuals concerned to undertake familiarization tours in various provinces, as well as organizing study and sight-seeing trips for youths and social welfare tours for various public groups.

2.2.5 Production of four monthly radio programs to be broadcast thirty-nine times each month, including 3-4 documentary films on tourism televised by six television stations nation-wide. Newsletters were also published and distributed to the mass media every month.

2.2.6 Production of the "Anusarn Or-Sor-Tor" monthly magazine with a circulation of 50,000-60,000 and the bi-monthly English language "Holiday Time in Thailand" (10,000 copies per issue).

2.2.7 Production of brochures in both Thai and English, covering all aspects of tourism facilities distributed to the private sector and interested individuals in general.

2.2.8 Welcoming and providing services and facilities to tourist businesses, the mass media, study-tour groups, tourists and individuals concerned every month.

## 2.3 Activities Supporting Sales Promotion in Thailand and Abroad

2.3.1 Tourist brochures and folders, posters and souvenirs for publicity purposes, including:-



- ผลิตเอกสารเผยแพร่ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ธุรกิจการท่องเที่ยวเอกชนและผู้สนใจทั่วไป

- ต้อนรับและอำนวยความสะดวกแก่ธุรกิจการท่องเที่ยว สื่อมวลชน คณะทัศนศึกษา นักท่องเที่ยวและผู้เกี่ยวข้องเป็นประจำทุกเดือน

### ผลงานที่สนับสนุนงานส่งเสริมการขายในประเทศและต่างประเทศ

- ผลิตอุปกรณ์เผยแพร่โฆษณาที่เป็นเอกสารแผ่นพับและแผ่นภาพโฆษณาและของที่ระลึก อาทิ
  - แผ่นภาพโฆษณาภาษาไทย อังกฤษ จำนวน 8 ชนิด
  - เอกสารแผ่นพับทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ จำนวน 4 ชนิด
  - เอกสารเผยแพร่การดำเนินงานของ ททท. และเอกสารอื่น ๆ จำนวน 2 ชนิด
  - จัดทำของที่ระลึกเพื่อแจกจ่ายในงานเผยแพร่การท่องเที่ยว จำนวน 16 ชนิด

- แจกจ่ายเอกสารและอุปกรณ์เผยแพร่โฆษณาทางการท่องเที่ยวแก่ส่วนราชการ หน่วยงานและธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งในประเทศ จำนวนเอกสารที่แจกจ่ายรวม 2,264,199 ฉบับ และแผ่นภาพโฆษณา รวม 11,557 ฉบับ

- ผลิตภาพนิ่งและภาพขาวดำเพื่อใช้เผยแพร่ทั้งในประเทศ โดยเน้นภาพเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว งานประเพณี สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และสินค้าพื้นเมืองต่าง ๆ

- จัดนิทรรศการเพื่อเผยแพร่การท่องเที่ยวของประเทศ รวม 31 ครั้ง

### กิจการพัฒนาการท่องเที่ยว

#### การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

1. โครงการต่อเนื่องจากแผนงานประจำปี 2526 รวม 6 โครงการ ได้แก่:
  - สำรวจเบื้องต้นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว เชียงราย/พะเยา
  - แผนหลักพัฒนาการท่องเที่ยวระยอง จันทบุรี ตราด
  - แผนหลักพัฒนาการท่องเที่ยวเกาะสมุย/สุราษฎร์ธานี
  - ศึกษาเบื้องต้นเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและบริเวณใกล้เคียง
  - จัดทำคู่มือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภท

เนินเขา

- จัดทำคู่มือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ

2. โครงการต่อเนื่องจากแผนงานประจำปี 2527 รวม 13 โครงการ ได้แก่:

- จัดทำคู่มือป้ายชี้ทาง และป้ายแหล่งท่องเที่ยว และโครงการต่อเนื่องในการจัดทำคู่มือ
- สำรวจเบื้องต้นเพื่อจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอุบลราชธานี บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ มุกดาหาร
- สำรวจเบื้องต้นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว นครนายก/ปราจีนบุรี
- สำรวจเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวถ้ำเขาบิน จังหวัดราชบุรี
- จัดทำแผนหลักพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัด นครราชสีมา
- จัดทำคู่มือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน
- จัดทำแผนที่และข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวทั่วประเทศ โดยทำแผนที่เป็นรายจังหวัด
- ศึกษาวิจัยการอนุรักษ์และฟื้นฟูงานเทศกาลและงานประเพณีต่าง ๆ
- ศึกษาเรื่องวัดของภาคเหนือแทนโครงการจัดทำคู่มือในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทชุมชนเมือง หนองบึง และประเภทแม่น้ำลำธาร
- สำรวจแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในพื้นที่จังหวัดแพร่และน่าน
- ตรวจสอบสภาพแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตและอุทยานแห่งชาติเกาะตะรุเตา
- ศึกษาปรับปรุงแหล่งเสื่อมโทรม โดยจัดทำการศึกษาการพัฒนาถ้ำเขาสูง
- ศึกษาความเหมาะสมในการจัดตั้งศูนย์วัฒนธรรมและหัตถกรรมพื้นบ้านเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เปลี่ยนจากโครงการจัดตั้งศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้เกาะสมุย

3. โครงการตามแผนงานประจำปี 2528 รวม 5 โครงการ ได้แก่:

- ศึกษาความเหมาะสมแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชียงใหม่
- สำรวจและพัฒนาศูนย์ภูเขาน้ำพุร้อนสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่
- ศึกษาความเหมาะสมแผนพัฒนาการท่องเที่ยวสงขลา/หาดใหญ่
- ศึกษาขั้นต้นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวลำปาง/ลำพูน
- ศึกษาขั้นต้นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเพชรบูรณ์/เลย เปลี่ยนจากการสำรวจเบื้องต้นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเพชรบูรณ์/เลย

### การอนุรักษ์และฟื้นฟูงานประเพณี

- จัดแสดงและเสียง 6 โครงการ

ได้แก่ งานวันแห่งประวัติศาสตร์กรุงศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา, งานสืบค้าหิมะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี, การจัดแสดงละครอิงประวัติศาสตร์ประกอบแสงเสียงเรื่อง "เลือดกลาง" ในงานฉลอง 200 ปี วีรสตรีเมืองกลาง จังหวัดภูเก็ต, งานจัดพระเกียรติกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร, งานแผ่นดินสมเด็จพระนเรศวรมหาราชเจ้า จังหวัดนครปฐม (เป็นโครงการนอกแผน) นอกจากนี้ มีโครงการพัฒนาระบบแสงและเสียงถ้ำเขาบิน จังหวัดราชบุรี ที่อยู่ระหว่างดำเนินการ

- งานเทศกาลและศิลปวัฒนธรรม รวม 3 โครงการ ได้แก่ งานเทศกาลเที่ยวเมืองไทย และเสริมสร้างเอกลักษณ์ไทยปี 2527, งานแสดงศิลปวัฒนธรรมระหว่างภาคจังหวัดภูเก็ต, งานฉลอง 200 ปี วีรสตรีเมืองกลาง จังหวัดภูเก็ต

- สนับสนุนการจัดงานประเพณีจังหวัดต่าง ๆ รวม 27 งาน โครงการที่อยู่ในแผน 17 งาน ได้แก่ งานแห่ปราสาทผึ้ง จังหวัดสกลนคร งานไหลเรือไฟจังหวัดนครพนม งานแข่งเรือจังหวัดน่าน งานวิ่งควายจังหวัดชลบุรี งานลอยกระทงจังหวัดสุโขทัย งานเทศกาลไหมและประเพณีผูกเสี่ยวจังหวัดขอนแก่น งานแสดงของช่างจังหวัดสุรินทร์ งานเทศกาลกินเจจังหวัดภูเก็ต งานชักพระจังหวัดสุราษฎร์ธานี งานเทศกาลออกพรรษาจังหวัดแม่ฮ่องสอน งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์จังหวัดสุพรรณบุรี งานนบพระเล่นเพลงจังหวัดกำแพงเพชร งานสงกรานต์พระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ งานบุญบั้งไฟจังหวัดยโสธร งานประเพณีแห่เทียนพรรษาจังหวัดอุบลราชธานี งานประเพณีแข่งเรือจังหวัดพิจิตร งานวันสารทไทยด้วยไข่มืองกำแพงจังหวัดกำแพงเพชร และโครงการนอกแผนงาน 10 งาน คือ งานดับบาตรเทโวจังหวัดอุทัยธานี งานลานนาไทยเทรดแฟร์กรุงเทพฯ งานบุญบั้งไฟจังหวัดนครพนม งานเจ้าแม่ลิ้มกอเหนี่ยวจังหวัดปัตตานี งานวันตราดรำลึกจังหวัดตราด งานวันของดีเมืองเพชร จังหวัดเพชรบุรี งานสมโภชต้นศรีมหาโพธิ์ จังหวัดปราจีนบุรี งานสงกรานต์จังหวัดนครราชสีมา งานสืบค้าหิมะพานจังหวัดราชบุรี งานของดีเมืองระยอง จังหวัดระยอง

- จัดพิมพ์โปสเตอร์เผยแพร่การจัดงานประเพณีต่าง ๆ รวม 14 งาน





- Eight versions of posters in Thai and English.

- Four types of brochures and folders in Thai and foreign languages.

- Two types of documents on TAT's activities as well as other documents.

- Sixteen types of souvenirs for distribution in sales promotion events.

2.3.2 Distributing materials and publicity tools for publicity purposes available to government agencies and tourist businesses in and outside the country. Materials distributed totalled 2,264,199 pieces and 11,557 posters.

2.3.3 Producing slides and black&white photos for publicity purposes in and outside the country with emphasis on photographs of tourist attractions, fairs and festivals, tourism facilities and local products.

### **3. Tourism Development**

#### **3.1 Destination Development**

3.1.1 There have been six continuing projects since 1983;

- Preliminary survey for tourism development in Chiang Rai/Phayao.

- Basic tourism development plan of Rayong, Chanthaburi, Trat.

- Basic tourism development plan of Samui Island/Surat Thani.

- Preliminary study on tourism development of Ayutthaya and neighbouring areas.

- Handbooks of hill-type attractions development.

- Handbooks of cave-type attractions development.

3.1.2 The thirteen continuing plans from 1984 are:-

- Production of direction handbooks, location signs and continuing plans to produce handbooks.

- Preliminary survey for tourism development in Ubon Ratchathani, Buri Ram.

- Preliminary survey for tourism development in Nakhon Nayok/Prachin Buri.

- Survey of development at Kao Bin Cave, Ratchaburi.

- Production of basic tourism development plan for Nakhon Ratchasima.

- Production of handbooks on ancient remains development.



- ประสานงานเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่น ไปยังต่างประเทศ จัดส่งทีมเรือไทยไปแข่งขัน กับทีมเรือนานาชาติ 2 ครั้ง คือ ที่รัฐปีนัง ประเทศมาเลเซีย และที่ฮ่องกง นอกจากนี้ได้ จัดเตรียมโครงการจัดแข่งเรือยาวชิงชนะเลิศ แห่งประเทศไทยเพื่อจัดส่งเรือที่ชนะเลิศไป แข่งขันในต่างประเทศต่อไป

#### การพัฒนาบริการท่องเที่ยว

- งานเทศกาลเที่ยวเมืองไทยประเภท ร้านค้าของที่ระลึก
- การแสดงสินค้าในประเทศ รวม 6 งาน ได้แก่ งานของขวัญปีใหม่ งานเมดอิน ไทยแลนด์ งานแสดงสินค้าจังหวัดขอนแก่น งานฉลอง 200 ปี เมืองถลาง จังหวัดภูเก็ต งานสัปดาห์สินค้าไทย งานเทศกาลผลไม้และ อาหารไทยที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- งานแสดงสินค้าในต่างประเทศ
- ประสานงานกับกรมพาณิชย์สัมพันธ์ จัดงาน INGORGENTA ที่เมืองมินิก ประเทศ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน
- ติดตั้งและซ่อมแซมป้ายคู่มือที่ใน เขตกรุงเทพมหานคร
- จัดพิมพ์ Tourist Hand Book และ PATTAYA Guide Book จำนวนพิมพ์ เล่มละ 20,000 ฉบับ ทุก 4 เดือนครั้ง เพื่อเป็น คู่มือแนะนำและส่งเสริมการท่องเที่ยว
- ส่งเสริมมาตรฐานภัตตาคารและร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว
- ติดตั้งป้ายคู่มือละเอียดเกี่ยวกับ โรงแรมในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในเขต กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่ และ

หาดใหญ่ สนับสนุนโดยองค์การโทรศัพท์แห่ง ประเทศไทยและการทำอากาศยานแห่งประเทศไทย

- ส่งเสริมมาตรฐานร้านค้าของที่ระลึก ในเขตกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด รวมทั้งจัดทำ และเผยแพร่จุลสาร Thailand Official Shopping Guide จัดพิมพ์ครั้งละ 20,000 ฉบับทุก 2 เดือนครั้ง

- ประสานงานตำรวจท่องเที่ยวดำเนินการสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวเป็นประจำ

- การศึกษาวิจัย จัดทำคู่มือ และศึกษา ข้อมูล รวม 3 โครงการ คือการศึกษาเพื่อ แก้ไขปัญหาที่พิกนักท่องเที่ยวที่ไม่เข้าช่วย พบ.โรงแรม คู่มือพัฒนาบุคลากรด้านการ บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (ด้าน ภัตตาคารและร้านอาหาร) การศึกษารวบรวม ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาบริการท่องเที่ยว ในต่างประเทศ

#### โครงการสถิติและวิจัย

1. โครงการต่อเนื่องจากปี 2527 รวม 8 โครงการ ดำเนินการแล้วเสร็จ 4 โครงการ (ข้อ 1-4) และอยู่ระหว่างดำเนินการ 4 โครงการ (ข้อ 5-6) คือ :
  - สำรวจการซื้อสินค้าในประเทศของนัก ท่องเที่ยวปี 2527
  - สำรวจค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประ เภศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยปี 2527
  - ศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกรท่องเที่ยว
  - ศึกษาวิจัยตลาดการท่องเที่ยวแบบเป็นรางวัล

- สำรวจอัตราการเข้าพักของที่พักรวมใน กรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดปี 2527
- สำรวจเรื่องโครงการท่องเที่ยวในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ
- การศึกษาการจัดเก็บภาษีเงินทางออกนอก ประเทศของคนไทย
- โครงการศึกษาลาดนันทองเที่ยวอินเดีย อิตาลี และซาอุดีอาระเบีย

2. โครงการสถิติและวิจัยปี 2528 รวม 11 โครงการ เป็นโครงการที่มีลักษณะเป็นงาน ประจำ 5 โครงการ (ข้อ 1-5) และโครงการที่อยู่ ระหว่างดำเนินการ 6 โครงการ (ข้อ 6-11) คือ :
  - งานรวบรวมสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
  - งานระบบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว
  - จัดทำรายงานวิเคราะห์ข่าวภาวะการท่องเที่ยว
  - งานรวบรวมติดตามและวิเคราะห์ข่าวสาร การท่องเที่ยว
  - งานสำรวจสถานการณ์การท่องเที่ยวเฉพาะ แห่งตามที่ได้รับมอบหมายเป็นพิเศษ
  - สำรวจสภาวะการท่องเที่ยวภายในประเทศ ในแหล่งท่องเที่ยวหลัก
  - สำรวจและศึกษาข้อมูลด้านที่พักแรมและ อัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยว
  - สำรวจและศึกษาวิจัยธุรกิจบริการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว
  - ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ประเทศไทยในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง
  - ศึกษาการพยากรณ์ข้อมูลพัฒนาการท่องเที่ยว ของประเทศไทย
  - ศึกษาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมของการ ท่องเที่ยว





## โครงการด้านแผนงานและ ประเมินผล

1. โครงการที่ดำเนินการแล้วเสร็จ 9 โครงการ คือ :-
  - ประเมินผลโครงการเผยแพร่พระราชกรณียกิจและความรู้ทางการท่องเที่ยวปี 2527 เป็นโครงการนอกแผนต่อเนื่องจากปี 2527
  - ประเมินผลการจัดงานแสดงแสงและเสียงที่จังหวัดกำแพงเพชร เป็นโครงการต่อเนื่องจากปี 2527
  - จัดทำแผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยปี 2528-2532 เป็นโครงการนอกแผน ต่อเนื่องจากปี 2527
  - ประเมินผลงานแสดงแสงและเสียงในงานวันแห่งประวัติศาสตร์กรุงศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- Production of maps and data on tourist destination, one map to one province.
- Study and research on the preservation and revival of various traditional fairs and festivals.
- Research on temples in the North undertaken in place of handbooks on urban and river area development.
- Survey of new tourist spots in Phrae, Nan.
- Inspection of the environment of tourist spots in Phuket and Tarutau Marine National Park.
- Study on the improvement of

deteriorated areas through the Study on the development plan for Kao-Ngu Cave.

- Study on the suitability of the establishment of a Cultural and Handicraft Center in Samui Island, Surat Thani, in place of the project to establish a Southern Cultural Center on the Island.

3.1.3 The five plans undertaken under TAT's 1985 activities program were:-

- Study on the suitability of the tourism development plan for Chiang Mai.
- Survey and development of the San Kampaeng hot spring in Chiang Mai Province as a business operation.
- Study on the suitability of the tourism development plan for Songkhla/Hat Yai.

- Preliminary study on tourism development of Lampang/Lumphun.

- Preliminary study on tourism development of Phetchabun/Loei in stead of the preliminary survey on the same area.

### 3.2 Preservation and Restoration of Traditional Fairs

3.2.1 Six Light and Sound Presentations were carried out; i.e., Light and Sound Presentation at the Historical Park in Ayutthaya, the River Kwai Bridge Week, Kanchanaburi Province, Light and Sound Historical Drama "Luad Talang", presented on the occasion of the bicentenary of the

Heroines of Talang, Phuket Province, Celebration held in honour of Prince Chumphorn in Chumphon Province. The King Rama VI Commemorate Fair in Nakhon Pathom Province (additional project) as well as the Light and Sound System Development Project at Khao Bin Cave, Ratchaburi Province (now in process).

3.2.2 Three festival and cultural exhibition projects; i.e. Tourism Festival & National Identity Exhibition 1984, Regional Art and Cultural Exhibition, Phuket Province, the Bicentennial Celebration of the Heroines of Talang, Phuket Province.

3.2.3 Supporting the organization of twenty-seven festivals in various provinces. The seventeen projects under the plan were Wax Castle Fair - Sakon Nakhon, Illuminated Boats Procession Nakorn Panom, Boat Races - Nan, Buffalo Racing Fair - Chonburi, Loi Krathong (Festival of Lights) - Sukhothai, Silk and Phuk Siao - Fair (Friendship Festival) - Khon Kaen, Elephant Show - Surin, Vegetarian Fair - Phuket, Chak Phra Festival - Surat Thani, Ok Phansa - Mae Hong Son, Don Chedi Commemorative Fair - Suphan Buri, Nop Pra Len Pleng - Kamphaeng Phet, Songkran at Pra Pradaeng - Samut Prakan, Bung Fai Fair - Yasothon, Hae Tien Pansa - Ubon Ratchathani, Boat Races - Pichit, Sart Thai Kluay Kai - Kamphaeng Phet.





- ประเมินผลโครงการแลกเปลี่ยน  
ศิลปวัฒนธรรมระหว่างภาคในงานฉลอง 200  
ปี วีรสตรีเมืองกลาง จังหวัดภูเก็ต

- ประเมินผลการจัดงานนิทรรศการตาม  
แผนการตลาดในประเทศ

- จัดทำรายงานสถานการณ์และผลการ  
ปฏิบัติงานของ ททท.ประจำปีงบประมาณ  
2527 และรายงานประจำ 3 เดือน รายงาน  
15 วัน ประจำปีงบประมาณ 2528

- ประเมินผลแผนงานพัฒนาการท่องเที่ยวปี  
2528 และประเมินผลแผนงานการ  
ตลาดปี 2528

- ประเมินผลโฆษณาทางพิเศษในตลาด  
ออสเตรเลีย สิงคโปร์ เป็นโครงการที่อยู่นอก  
แผน

2. โครงการที่อยู่ระหว่างดำเนินการ 5  
โครงการ คือ :-

- จัดทำแผนประสานงานและโครงการ  
ของ ททท.ประจำปี 2528/2529 ตามแผนการ  
ตลาด แผนงานพัฒนา และแผนงานเฉพาะกิจ

- ประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ตลาด  
ต่างประเทศในหมวดกิจกรรม Familiarization  
Visit

- จัดทำรายงานประจำปีของ ททท.ปี  
2527

- ประเมินผลแผนวิสาหกิจการท่องเที่ยว  
แห่งประเทศไทยปี 2528-2532

- จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวใน  
ระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ  
ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) เป็นโครงการ  
นอกแผน

#### การยกระดับมาตรฐานวิชาชีพและ เผยแพร่วิชาการท่องเที่ยว

1. การอบรมวิชาชีพการท่องเที่ยว  
- จัดอบรมพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน  
ของบริษัทการบินไทย จำกัด รุ่นที่ 7 และ  
8/2528 วันที่ 18 ตุลาคม 2527 ณ ห้อง  
อบรมการบินไทย มีผู้เข้ารับการอบรม 36 คน

- จัดอบรมมัคคุเทศก์ภาคกลาง  
(กรุงเทพมหานคร) รุ่นที่ 17 ณ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย มีผู้ผ่านการอบรม 155 คน

- จัดอบรมมัคคุเทศก์ภาคใต้รุ่นพิเศษ  
ร่วมกับมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขต  
หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีผู้ผ่านการอบรม  
118 คน

- จัดอบรมวิชาการโรงแรมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ  
รุ่นที่ 4 จังหวัดขอนแก่น มี  
ผู้ผ่านการอบรม 150 คน

- จัดอบรมมัคคุเทศก์ภาคใต้ รุ่นที่ 4 ร่วม  
กับมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขต บัต  
ตานี จังหวัดปัตตานี มีผู้ผ่านการอบรม 96 คน

- จัดอบรมมัคคุเทศก์ทั่วไปรุ่นที่ 18 ร่วม  
กับคณะอักษรศาสตร์ และโครงการศึกษา  
ต่อเนื่องจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (อยู่ใน

ระหว่างดำเนินการ)

- จัดอบรมมัคคุเทศก์ภาคเหนือ รุ่นที่ 4  
ร่วมกับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

- จัดอบรมมัคคุเทศก์ภาคใต้ รุ่นที่ 6  
จังหวัดภูเก็ต มีผู้ผ่านการอบรม 193 คน

- จัดอบรมมัคคุเทศก์ประจำถิ่นขาบิน  
มีผู้เข้ารับการอบรม 30 คน

- จัดอบรมพนักงานขับรถเพื่อความ  
ปลอดภัยของนักท่องเที่ยว รุ่นที่ 1 มีผู้เข้า  
รับการอบรม 100 คน

- ประสานงานการอบรมเพื่อยกระดับ  
มาตรฐานภัตตาคารและร้านอาหาร รุ่นที่ 1 มี  
ผู้เข้ารับการอบรม จำนวน 84 คน

2. การเผยแพร่ความรู้ด้านการท่องเที่ยว  
- บรรยายพิเศษเพื่อให้ความรู้ด้านการ  
ท่องเที่ยวแก่หน่วยงานและสถาบันต่าง ๆ  
รวม 68 ครั้ง

3. การจัดสัมมนาการพัฒนาการ  
ท่องเที่ยว

- สัมมนาเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการ  
ท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ณ หอ  
ประชุม ดิณสุลานนท์ จังหวัดนครราชสีมา ใน  
วันที่ 11-13 ตุลาคม 2527 จำนวนผู้ร่วม  
สัมมนา 263 คน

4. การจัดทำเอกสารสรุปผลการสัมมนา  
- จัดทำเอกสารการสัมมนา 3 เรื่อง คือ  
เรื่อง "ทำอย่างไรจะให้นครศรีธรรมราชเป็น





Ten other projects were also undertaken:- Tak Bat Thewo Ceremony - Uthai Thani, Lanna Thai Trade Fair - Bangkok, Bung Fai Fair - Nakhon Phanom, Chao Mae Lim Kau Niew Fair - Pattani, Trat Romluak Day - Trat, Kong Dee Muang Petch Fair - Petchaburi, Sri-Maha-Po Celebration - Prachin Buri, Songkran Festival - Nakhon Ratchasima, Sweet Grapes Week - Ratchaburi, Kong Dee Muang Rayong Fair - Rayong.

3.2.4 Producing posters to publicize fairs and festivals.

3.2.5 Coordinating publicity campaigns of local culture in foreign countries such as sending boat racing teams to compete in international boat races in Penang, Malaysia and Hong Kong, and making arrangements for a long boat racing Championship Tournament of Thailand, the winner of which would represent the country in overseas boat races.

### 3.3 Tourist Service Development

1. Tourism Festival & National Identity Exhibition-Souvenir Shops category.

2. Organizing of six domestic trade fairs; i.e., New Year's Gifts Fair, Made in Thailand Fair, Products of Khon Kaen Fair, Talang Bicentennial Fair - Phuket, Thai Trade Fair Week, Fruit and Thai Food Fair - Hat Yai, Songkhla Province.

3. Participation in "Ingorgenta Fair" in cooperation with the Commercial Relations Department at Munich, Federal Republic of Germany.

4. Installation and repairing of map stands in Bangkok.

5. Publishing the 4-month, 20,000-copy Tourist Hand-Books and Pattaya Guide book as guides to visitors.

6. Promoting the standard of restaurants and food shops for tourists.

7. Installation of hotel information stands in major tourist spots in Bangkok, Pattaya, Phuket, Chiang Mai and Hat Yai with the support of the Telephone Organization of Thailand and the Airport Authority of Thailand.

8. Promoting the standard of souvenir shops in Bangkok and upcountry, and publishing pamphlets - the bi-monthly Thailand Official Shopping Guide - with a print-run of 20,000 copies.

9. Cooperating with the Tourist Police to support and provide security facilities and assistance to visitors.

10. Three projects on research, handbook publishing and data study were undertaken to solve problems of tourist accommodations not covered by the Hotel Act; a Handbook on manpower development in tourism services (restaurants and food shops); and data collection and research on domestic tourism services development.

### 3.4 Statistical Projects and Research

3.4.1 Eight projects continued from 1984, four of which were completed (items 1-4) and the other four are now ongoing (items 5-8):-

1. Survey on tourists' shopping activities (1984).

2. Survey on international visitors' expenditures (1984).

3. Research on factors affecting tourism.

4. Research on incentive travel markets.

5. Research on occupancy rate of accommodation in Bangkok and upcountry (1984)

6. Research on tourism network project in the Northeastern region.

7. Study on Thai travel tax regulations.

8. Research on Indian, Italian and Saudi-Arabian markets.

3.4.2 Out of the eleven statistical and research projects in 1985, five were of routine nature (items 1-5) while the remaining six were being carried out (items 6-11):-

1. Statistical collection of international visitors.

2. Tourist information data system.

3. Preparation of analytical reports on tourism situation.

4. Tourist information follow-up, collection and analysis.

5. Specific survey on tourism situation as assigned.

6. Survey on domestic tourism situation in major destination.

7. Survey and study of data on accommodation and occupancy rate.

8. Survey and research on tourist business and visitors.

9. Study on tourism promotion approach in the Middle East.

10. Study on data forecast of Thai tourism development.

11. Study on environmental impact of tourism.

### 3.5 Work Plans and Evaluation

3.5.1 Nine completed projects; i.e.,

1. Evaluation of project publicizing His Majesty the King's activities and tourism knowledge during 1984 (an additional project continued from 1984).

2. Evaluation of the Light and Sound Presentation at Kamphaeng Phet, a project continued from 1984.

3. Preparation of TAT Tourism Enterprise Corporate Plan for 1985-1989, a project continued from 1984.

4. Evaluation of the Light and Sound Presentation at the Historical Park in Ayutthaya.

5. Evaluation of interregional cultural exchange project at the Talang Heroine Bicentennial celebration, Phuket.

6. Evaluation of exhibitions held under domestic marketing plans.

7. Preparation of report on tourism situation and TAT's activities in during 1984 and the quarterly and 15-day regular reports during fiscal 1985.

8. Evaluation of the 1985 Tourism Development Plan and of the 1985 Marketing Plan.

9. Evaluation of special budget advertising campaigns in Australia and Singapore (additional project).

3.5.2 Five on-going projects; i.e.,

1. Preparation of coordination plan and TAT's projects under the 1985-86 marketing, development and ad hoc plans.

2. Evaluation of public relations activities in foreign markets under the Familiarization Visit Program.

3. Annual Report for fiscal 1984.

4. Evaluation of the Tourism Enterprise Corporate Plan of TAT 1985-1989.

5. Preparation of tourist development plans under the 6th National Economic and Social Development Plan (1987-1991), an additional project.

### 3.6 Upgrading the Tourism Professional Standard and Publicizing Tourism Courses

#### 3.6.1 Tourism Profession Training Courses

Briefings were given to the 7th & 8th/1985 classes of air stewardess of Thai Airways International on October





จุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวภายใน 3 ปี” การสัมมนาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การสัมมนาเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

5. การจัดทำเอกสารวิชาการท่องเที่ยว  
- จัดทำจุลสารการท่องเที่ยวฉบับเดือนสิงหาคม 2527

- จัดทำคู่มือวิชาการโรงแรม งานบริการส่วนหน้า งานบริการภัตตาคารและงานฝ่ายแม่บ้าน

- จัดทำแผ่นพับเพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

- จัดทำหนังสือประกอบการอบรมมัคคุเทศก์, Thailand Executive Diary, สูจิบัตร การแสดงในพิธีเปิดการประชุม Young Presidents Organization, เอกสารข้อมูลพื้นฐานในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยปี 2527

6. สถาบันฝึกอบรมวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว (สรท.)

- ผลการอบรมนักศึกษา สรท.รุ่นที่ 3 ประจำปี 2526 มีผู้สำเร็จการศึกษา 176 คน  
- เปิดอบรมนักศึกษา สรท.รุ่นที่ 4 ประจำปี 2527 มีผู้สำเร็จการศึกษา 194 คน  
- รับสมัครนักศึกษา สรท.รุ่นที่ 5

ประจำปี 2528 มีผู้ผ่านการสอบคัดเลือกเข้าศึกษา สรท. 231 คน

- ประเมินผลการฝึกงานของนักศึกษา รุ่นที่ 3 ตามโรงแรมในกรุงเทพฯ และพัทยา เมื่อวันที่ 1-5 ตุลาคม 2527  
- จัดส่งนักศึกษาไปอบรมและฝึกงานกิจการโรงแรมและสถาบันต่างๆ เกี่ยวกับสาขาการท่องเที่ยว

- จัดนิทรรศการเพื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่กิจกรรมและการดำเนินงานของสรท.แก่โรงเรียน สถาบันการศึกษาและบุคคลทั่วไป

- บรรยายเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยวให้แก่นักศึกษาทั่วไป

#### การบริหาร

##### งานด้านบุคคล

- อัตรากำลังพนักงาน ททท. 509 อัตรา ลูกจ้าง 85 อัตรา รวม 594 อัตรา  
- จัดส่งพนักงานไปฝึกอบรมและสัมมนาในประเทศ 94 อัตรา ต่างประเทศ 9 อัตรา รวม 103 อัตรา  
- พนักงานลาไปศึกษาต่อในประเทศ 2 อัตรา ต่างประเทศ 1 อัตรา รวม 3 อัตรา

#### สรุปด้านการเงินในปีงบประมาณ 2528

- การใช้จ่ายเงินเพื่อการบริหาร	21,873,906.18 บาท
- การใช้จ่ายเงินเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว	145,411,434.14 บาท
<b>รวม</b>	<b>167,285,340.32 บาท</b>

#### รายงานสถานตากอากาศของ ททท. ในปีงบประมาณ 2528

##### 1. โรงแรมบางแสน (รบส.)

- รายได้	2,011,670.00 บาท
- รายจ่าย	1,044,006.02 บาท
- กำไรสุทธิ	967,663.98 บาท

##### 2. สยามกอล์ฟบางพระ (กบพ.)

- รายได้	13,799,073.77 บาท
- รายจ่าย	13,548,287.65 บาท
- กำไรสุทธิ	250,786.12 บาท
- อัตราการเข้าพักร้อยละ 28.16	
- จำนวนห้องพักมีทั้งหมด 35 ห้อง เป็นห้องใหญ่ 8 ห้อง ห้องเล็ก 27 ห้อง	
- จำนวนพนักงานประจำ 113 อัตรา ลูกจ้างประจำ 2 อัตรา รวม 115 อัตรา	

##### 3. โรงแรมเขาใหญ่ (รพญ.)

- รายได้	12,787,937.71 บาท
- รายจ่าย	12,178,165.36 บาท
- กำไรสุทธิ	609,772.35 บาท
- อัตราการเข้าพักร้อยละ 39.14	
- จำนวนห้องพักแยกเป็นบังกาโล 30 หน่วย โมเต็ล 18 หน่วย เรือนพักทัศนาวจร 9 หน่วย	
- จำนวนพนักงานประจำ 94 อัตรา ลูกจ้างชั่วคราว 6 อัตรา รวม 100 อัตรา	



18,194 at Thai International Airways Training Room. Thirty-six attended.

- The 17th tourist guide training course for professional guides in the Central part (Bangkok) was conducted at Chulalongkorn University; - 155 successfully completed the course.

- The 4th tourist guide training course for professional guides in the South was organized in cooperation with Songkhlanakarin University in Hat Yai, Songkhla Province; 118 completed the course.

- The 4th hotel training course in the Northeast, Khon Kaen; - 150 completed the course.

- The 4th tourist guide training course for professional guides in the South was held in cooperation with the Songkhlanakarin University, Pattani, Pattani Province; - 96 completed the course.

- The 18th tourist guide training course for professional guides in general in cooperation with the Faculty of Arts and Continuing Education Project, Chulalongkorn University (on-going).

- The 4th tourist guide training course for professional guides in the North was organized in cooperation with Chiang Mai University.

- Organized the sixth tourist training course for professional guides in the South, Phuket Province;- 193 passed the course.

- Tourist guide training course for professional guides at Kao Bin Cave;- with 30 participants completing the course.

- Training course on safety given to the first group of drivers;- 100 passed the course.

- Coordinating the first training course aimed at upgrading the standard of restaurants and food shops;- 84 attended the course.

### 3.6.2 Dissemination of Knowledge on Tourism

- Sixty-eight special lectures given to various offices and institutes to publicize knowledge on tourism.

### 3.6.3 Seminar on Tourism Development

- Seminar held to develop and promote the tourism industry in the Northeastern region at Tinnasulanon Auditorium, Nakhon Ratchasima Province on 11-13 October 1984;- 263 attended the seminar.

### 3.6.4 Preparation of Seminar Papers

- Reports on the three seminars; i.e., "How to promote Nakhon Si Thammarat to become a tourist destination within 3 years", "Seminar on Northeastern region tourism development", "Seminar on tourism industry in Nakhon Si Thammarat" were produced.

### 3.6.5 Production of tourism papers

- Pamphlets on tourism,- August 1984.

- Handbooks on hotel courses, Front Office Service, Restaurants and Housekeeping.

- Production of folders to publicize knowledge on tourist industry.

- Production of texts for tourist guide training course; Thailand Executive Diary; program of the opening ceremony of the Young President Organization Convention; document on basic data of Thai tourism development plan in 1984.

### 3.6.6 Hotel and Tourism Training Institute

- Report on the training of the third group of students (1983);- 176 graduated.

- Completion of the group of training course; - 194 graduated.

- Enrollment for the fifth group of students attending training course (1985);- 231 passed the entrance examination.

- Evaluation of student trainees from the third group working at hotels in Bangkok and Pattaya on 1-5 October, 1984.

- Training of students at hotels and tourism institutes.

- Organizing of exhibitions to publicize the activities of the Hotel and Tourism Training Institute for educational institutes and the public in general.

- Lectures organized to disseminate knowledge on hotel and tourism to students in general.

## 4. Personnel Administration

4.1 The number of TAT staff was 512 regular members and 86 employees, totalling 598.

4.2 Staff members attended seminars and training courses both in Thailand and in other countries. Of the total attendees of 103, 94 attended domestic training courses and nine participated in courses abroad.

4.3 Two officials took extended leave to further their studies abroad and one within the country.

## 5. Financial Summary for Fiscal 1985

5.1 Expenditure (administration)	21,873,906.18	Baht.
5.2 Expenditure (promotion and development)	145,411,434.14	Baht.
<b>Totalling</b>	<b>167,285,304.32</b>	<b>Baht.</b>

## 6. Report on TAT's resorts for fiscal 1985

### 6.1 Bangsaen Beach Resort Hotel

- Income	2,011,670.00	Baht.
- Expenditure	1,044,006.00	Baht.
- Net Profit	967,663.98	Baht.

### 6.2 Bangphra Golf Course

- Income	13,799,073.77	Baht.
- Expenditure	13,548,287.65	Baht.
- Net Profit	250,786.12	Baht.
- Occupancy rate	28.16	%
- Room 35 units (8 large units and 27 small units).		
- Staff 113 persons, regular employees 2, totalling	115.	

### 6.3 Khao Yai Motor Lodge

- Income	12,787,837.71	Baht.
- Expenditure	12,178,165.36	Baht.
- Net Profit	609,772.35	Baht.
- Occupancy rate	39.14	%
- Rooms divided into 30 units of bungalows, Motel 18 units, Tourist Houses 9 units.		
- Staff 94, temporary employees 6, totalling 100 persons.		



# การเสนอขายการท่องเที่ยว “Thailand Travel Scene”

## “Thailand Travel Scene” Promotion



การดำเนินกระบวนการด้านการตลาด เพื่อส่งเสริมชักจูงให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางมาสู่ประเทศไทยนั้น มีลักษณะคล้ายคลึงกับอุตสาหกรรมอื่น โดยจะต้องดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดทุกรูปแบบ ในอันที่จะเพิ่มปริมาณยอดขายให้เพิ่มขึ้น จากผู้ซื้อทั่วโลก สินค้าท่องเที่ยวของประเทศ ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันดี คือ ธรรมชาติที่สวยงาม โบราณสถาน ทางประวัติศาสตร์และขนบธรรมเนียมประเพณีของไทยที่น่าสนใจ แต่กระบวนการด้านการตลาดการท่องเที่ยวค่อนข้างซับซ้อนกว่าอุตสาหกรรมและธุรกิจทั่วไป เนื่องจากสินค้าท่องเที่ยวเป็นสินค้าทางด้านบริการที่นักท่องเที่ยวสามารถซื้อหาบริโภคได้ แต่เป็นเจ้าของหรือนำกลับไปยังประเทศของตนไม่ได้ต่างกับการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคอื่น แต่สิ่งที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ ได้แก่ ความรู้ ความเพลิดเพลินและความประทับใจ เป็นต้น ทั้งนี้ การส่งเสริมการท่องเที่ยวยังต้องคำนึงถึงปัจจัยในการชักจูงนักท่องเที่ยว อาทิเช่น ภาวะรายได้ของนักท่องเที่ยว ระยะเวลาการเดินทาง ช่วงเวลาหรือฤดูกาลท่องเที่ยว ตลอดจนความสนใจและความนิยมของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เป็นต้น โดยกลุ่มเป้าหมายของตลาดการท่องเที่ยวจัดแบ่งได้เป็น

- กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว ได้แก่ บริษัทนำเที่ยว บริษัทการบิน โรงแรม และสมาคมหรือชมรมทางการท่องเที่ยวต่างๆ
- กลุ่มนักท่องเที่ยวโดยตรง ได้แก่ ลูกค้าของบริษัทนำเที่ยว ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าของที่ระลึก สมาชิกของสมาคมหรือชมรมต่างๆ ตลอดจนลูกจ้างของบริษัทร้านค้าและประชาชนทั่วไป
- กลุ่มผู้จัดประชุมหรือสัมมนาและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจเฉพาะด้าน

การดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว เน้นการส่งเสริมในตลาดต่างประเทศที่มีคุณภาพ ศักยภาพ และมีส่วนแบ่งตลาดในลำดับที่สูงเป็นหลัก ในขณะเดียวกันก็ได้พยายามแสวงหาตลาดท่องเที่ยวแห่งใหม่เพิ่มขึ้นด้วย ททท.ได้จัดทำแผนการตลาดท่องเที่ยวต่างประเทศขึ้นเป็นประจำทุกปี เพื่อกำหนดทิศทางและแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ สำหรับกิจกรรมการส่งเสริมตลาดต่างประเทศประกอบด้วย กิจกรรม การเสนอขายการท่องเที่ยวโดยอาจดำเนินงานเองหรือร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ การส่งเสริม

การขาย กิจกรรม การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และการโฆษณา ตลอดจนการผลิตสื่อทัศนูปกรณ์และอุปกรณ์ช่วยในการขาย อันได้แก่ แผ่นเอกสาร เอกสารแผ่นพับ/โปสเตอร์/ปฏิทิน แผ่นภาพโฆษณา (โปสเตอร์) ภาพนิ่ง (สไลด์) แถบบันทึกภาพโทรทัศน์และภาพยนตร์เผยแพร่การท่องเที่ยวไทย ตลอดจนอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดแสดงและจัดนิทรรศการต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้กิจกรรมที่มีผลในการกระตุ้นให้เกิดการจัดนำเที่ยวมาสู่ประเทศไทยที่สำคัญกิจกรรมหนึ่ง คือ การเสนอขายการท่องเที่ยว (Sales Activities)

โดยที่การเสนอขายการท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นการจัดให้ผู้แทนธุรกิจการท่องเที่ยว ทั้งที่มีศักยภาพ (Potential) และมีผลงาน (Productive) ในตลาดได้พบปะกับผู้แทน ททท.และธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อประโยชน์ของธุรกิจร่วมกันหรือการจัดงานเพื่อเสนอสินค้า (Product) อาทิ รายการท่องเที่ยว บริการของโรงแรมและภัตตาคาร ให้แก่ผู้ซื้อโดยตรงโดยเลือกจัดตามเมืองต่างๆ ที่เป็นศูนย์กลางของธุรกิจท่องเที่ยวหรือที่มีประชาชนสนใจ โดยจัดในลักษณะต่างๆ ดังนี้

- การสัมมนาหรือประชุมทางวิชาการ เป็นการให้ข่าวสารข้อมูลด้วยวิธีการบรรยายประกอบการฉายภาพยนตร์หรือสไลด์ ตอบข้อซักถามหรือการร่วมสัมมนาเพื่อหารือเกี่ยวกับโครงการจัดนำเที่ยวมายังประเทศไทยในรูปแบบต่างๆ ซึ่งธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยอาจร่วมจัดงานนี้ได้ โดยการสมทบทุนค่าใช้จ่ายในการจัดงานหรือจัดทำเอกสารส่งไปเผยแพร่
- การจัดงาน เสนอขายการท่องเที่ยว “Travel Mart” เป็นงานที่สมาคมหรือองค์การใดองค์การหนึ่งจัดขึ้นในลักษณะ Hard Sale ททท.อาจเข้าไปร่วมงานโดยลำพังหรือร่วมกับเอกชนด้วยการเช่าบูธ (Booth) หรือห้องไว้เพื่อให้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวแก่ผู้ซื้อที่มีความสนใจที่จะจัดนำเที่ยวมายังประเทศไทย โดยจะตกลงซื้อขายกันในวันที่หรือติดต่อซื้อขายกันภายหลังก็ได้
- การฉายภาพยนตร์หรือสไลด์หรือการแสดงทางวัฒนธรรม เป็นการเสนอขายในลักษณะ Soft Sale เพื่อให้ผู้แทนธุรกิจท่องเที่ยวหรือประชาชนที่สนใจได้ชม และรู้จักประเทศไทยดีขึ้นในทศวรรษที่ผ่านมา เพื่อตัดสินใจเลือกจัดนำเที่ยวมายังประเทศไทยต่อไป
- การไปพบผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว (Sales call) เป็นการไปพบปะผู้ประกอบ



The marketing techniques to promote and persuade overseas visitors to come to Thailand are not too different to those adopted for other industries. For they seek to attain a similar goal in increasing their sales volume. The tourism industry's main "exports" include beautiful nature, ancient monuments of historical significance and interesting local customs and traditions. Nevertheless, tourism marketing tends to be a somewhat more complex exercise. The main difference is that while the service-type tourism products may be easily "consumed" or "bought", but the consumer or buyer cannot take them back home. What the visitor gets is knowledge, enjoyment and appreciation. In addition, tourism promotion must also take into account the many factors which play a major part in persuading the visitor to come to a destination, for example, income, distance and traveling time, timing or season, as well as the special liking and preferences of various groups of visitors. In general, the marketing targets may be divided into:-

- Travel business operators including agencies, clients, department and travel associations or clubs.
- Direct consumer groups including agencies, clients, department stores, souvenir shops, members of associations or clubs as well as commercial concerns, employees and members of the general public.
- Convention organizers and special interest groups.

Marketing strategies for such specific targets call for emphasis in overseas markets of high quality, potentials and market shares. In the meantime, new markets of potential cannot be overlooked. TAT's own

regular annual marketing plans are designed to determine the direction and concept of effective promotion to reach the targets aimed for. Overseas marketing promotion include among its activities direct sales campaigns which may be undertaken independently or in cooperation with bodies concerned either in the country or overseas, sales promotion, publicity, public relations and advertising, as well as production of audio/ visual and printed sales aids (folders, brochures, postcards, posters, slides and film and video tapes on Thailand). This is in addition to having its own equipment and accessories for presentations and exhibitions. Basically, one of the most important activities in stimulating tourist traffic to the country is the sales activities.

The main features of such activities are the arranging of both potential and productive agents to meet with representatives of TAT and the travel private sector or of product presentations to offer an actual sampling of services directly to the consumers at central locations in travel-business-orientated centers. These arrangements may be one of the following natures:-

- Seminars or workshops which provide information and data through briefings accompanied by slides presentations, answering questions or joint discussions on the possibilities of organizing different types of tours to Thailand. Members of the private sector may take part in such activities by contributing to the expenses on the arrangements or by sending their own materials for display and publicity.

- Travel Mart activities which are normally organized by a travel association or organization as a hard-sale

exercise. TAT may participate alone or jointly with the private sector in renting booths in which travel information is available for callers who are interested in selling Thailand. An immediate transaction or deal may be concluded or finalized at a later date.

- Cultural presentations are usually in the form of film or shows or live performances. They are intended for agents or general public to generate interest in Thailand and to know more about the country, which could lead to their deciding to visit the destination.

- Sales calls are exactly what it means. Thai representatives visit in person travel agents in different locations to provide them with up-to-date information, make recommendations on tour arrangements or itineraries, give details in various areas and arrange services for their tour groups. It also serves as liaison in coordinating contacts with tour and travel operators in Thailand.

Generally sales campaigns arranged jointly with agencies concerned are held in either wholesaler or retailer markets or at various associations or clubs. They feature film or slide shows with briefings and seminars and may be of either hard-sale or soft-sale nature to travel agents or the traveling public. In such events, TAT is a joint host and contributes a portion of the expenses incurred as may be agreed. The private sector may participate by forwarding their materials for distribution or by attending personally. The team from Thailand is usually made up of travel or tourism associations, tour operators travel agents, hotels, airlines, incentive houses or convention organizers, department stores, local community



ธุรกิจการท่องเที่ยวในเมืองต่าง ๆ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ เสนอแนะสู่ทางการจัดนำเที่ยว ซึ่งแจกจ่ายละเอียดอื่น ๆ และให้บริการอำนวยความสะดวกในการจัดนำเที่ยวมายังประเทศไทย รวมทั้งเป็นตัวกลางในการประสานงานติดต่อให้กับผู้แทนธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย

สำหรับการเสนอขายที่ดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นการจัดงานร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวหรือหน่วยงานอื่นในตลาดที่เป็นรายใหญ่ ๆ (Wholesaler) หรือรายย่อย (Retailer) และสมาคมหรือชมรมต่าง ๆ โดยจัดในรูปการฉายภาพยนตร์หรือสไลด์ประกอบการบรรยายและสัมมนาทั้งในลักษณะ Soft Sale และ Hard Sale เพื่อชักจูงนักท่องเที่ยวโดยตรงหรือธุรกิจท่องเที่ยวให้จัดนำเที่ยวมายังประเทศไทย ในการจัดงานนี้ ททท.จะร่วมเป็นเจ้าของภาพจัดงาน โดยร่วมออกค่าใช้จ่ายในการจัดงานตามข้อตกลง และภาคเอกชนในประเทศไทยโดยอาจไปร่วมงานโดยจัดส่งเอกสารไปแจกหรือไปร่วมงานด้วยตนเองก็ได้ โดยหน่วยงานที่จัดงานร่วมกันส่วนใหญ่ ได้แก่ สมาคมการเดินทางหรือท่องเที่ยว ผู้จัดนำเที่ยว/บริษัทตัวแทน โรงแรม บริษัทการบิน ผู้จัดนำเที่ยว เพื่อเป็นรางวัลหรือตอบแทน (Incentive House) หรือองค์กรจัดประชุม ห้างสรรพสินค้า ชุมชนในท้องถิ่น/สมาคมไทย/หน่วยราชการไทยในต่างประเทศ/สำนักงานท่องเที่ยวของประเทศไทย/สมาคมหรือชมรมต่าง ๆ เป็นต้น

จะเห็นว่า การเสนอขาย เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่สามารถจะกระตุ้นให้บรรดาธุรกิจท่องเที่ยวในตลาดต่างประเทศที่สำคัญให้จัดนำเที่ยวมายังประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นอย่างได้ผลจริงจึง ททท.จึงได้ร่วมมือกับบริษัทการบินไทย จำกัด สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) และสมาคมโรงแรมไทยจัดงาน เสนอขายการท่องเที่ยวร่วมกัน เริ่มตั้งแต่เดือนกันยายน 2527 มีชื่อเรียกเป็นสากลว่า "Thailand Travel Scene" โดยการเลือกจัดงาน เสนอขายในตลาดหลักที่มีคุณภาพ มีแนวโน้มการเดินทางมายังประเทศไทยเพิ่มขึ้นในอัตราสูง และสามารถดำเนินกิจกรรมการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย สิงคโปร์ และญี่ปุ่น เป็นต้น การดำเนินงานจะเชิญผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่สำคัญ ที่อยู่ในเมืองที่จัดงานหรือในพื้นที่ใกล้เคียงใหม่มา

ร่วมงาน ซึ่งในงานจะมีการฉายภาพยนตร์หรือสไลด์ประกอบการบรรยายเกี่ยวกับประเทศไทย จากนั้นจะเป็นการประชุมกลุ่มย่อย ซึ่งเป็นโอกาสที่ผู้ที่ได้รับเชิญมาจะติดต่อกับธุรกิจกับหน่วยงานต่าง ๆ จากประเทศไทย ที่มาออกร้านแนะนำกิจการของตนในงานนี้ และในตอนเย็นของวันเดียวกันคณะผู้จัดงาน Thailand Travel Scene จะเป็นเจ้าภาพจัดเลี้ยงอาหารค่ำแก่แขกเชิญทั้งหมด ในงานเลี้ยงนี้จะจัดให้มีการแสดงเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมไทย แฟชั่นโชว์ผ้าไหมไทย และการจับสลากผู้โชคดีได้รับรางวัลเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยอีกด้วย

การจัดงาน Thailand Travel Scene ได้จัดมาแล้วหลายครั้งในประเทศที่เป็นตลาดหลักที่สำคัญของประเทศไทยที่เป็นเป้าหมายของการส่งเสริมการตลาดโดยมีลักษณะการจัดงานในแต่ละประเทศคล้ายคลึงกัน ในการจัดงานแต่ละครั้งสามารถจะสร้างความสนใจและความประทับใจแก่ผู้ร่วมงานเป็นอย่างดี ทำให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายของการจัดงานด้วยดีทุกครั้ง การจัดงานที่ผ่านมา ได้แก่ การจัดงานครั้งแรกที่เมืองดัลลัส มลรัฐเท็กซัส ประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อวันที่ 26 กันยายน 2527 การจัดงานที่เมืองซิดนีย์และเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย เมื่อวันที่ 23 และ 26 ตุลาคม 2527 ตามลำดับ และการจัดงานที่สิงคโปร์ เมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2527 เป็นต้น สำหรับในปี 2528 ได้มีการจัดงานที่กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศสเมื่อเดือนกรกฎาคม และที่ประเทศญี่ปุ่นเมื่อเดือนกันยายน สำหรับการจัดงานครั้งล่าสุดมีขึ้นที่นครนิวยอร์ก แอตแลนต้า ลอสแอนเจลิส และซานฟรานซิสโก ประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างวันที่ 29 กันยายน ถึงวันที่ 14 ตุลาคม 2528 ซึ่งมีรัฐมนตรีประจำสำนักงานนายกรัฐมนตรี (นายบัญญัติ บรรทัดฐาน) ประธานกรรมการ ททท. และปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (นายชูชาติ ประมุขผล) เดินทางไปร่วมงานครั้งนี้ด้วย และในโอกาสที่ ฯพณฯ พลเอก เปรม ติณสูลานนท์ นายกรัฐมนตรี ได้เดินทางไปกล่าวปราศรัยในโอกาสครบรอบ 40 ปี ขององค์การสหประชาชาติ ฯพณฯ ได้ให้เกียรติเป็นประธานในการจัดงานครั้งนี้ ณ โรงแรม St.Regis Sheraton ที่นครนิวยอร์ก ในวันที่ 2 ตุลาคม 2528 ด้วย ในงานนี้มีผู้บริหารระดับสูงของบริษัทนำเที่ยวในสหรัฐอเมริกาเข้าร่วมงานประมาณ 1,200 คน ซึ่งนับว่าประสบผลสำเร็จบรรลุเป้าหมายเป็นอย่างดี

groups, Thai associations and official agencies overseas, other national tourist offices, associations and clubs.

It can be seen that such sales campaigns form a part of the overall marketing activities which are really effective in stimulating greater tourist traffic to Thailand. Consequently, TAT, in cooperation with Thai International, Airways the Association of Thai Travel Agents and the Thai Hotels Association, has started a series of joint sales/promotion exercises. The first such event was in September of 1984, aptly named "Thailand Travel Scene". Markets of quality with upswing trend in tourist traffic to Thailand were selected as the venues, including the United States, Australia, Singapore and Japan. Guests to TTS's were leading travel agents in the venue cities or from nearby areas. The travel scene featured film or slide presentations accompanied by briefings on Thailand. It then moved into the workshop session where guests could meet and discuss with Thai representatives present matters of mutual interest, and in the evening a gala dinner would be organized for all invited guests, featuring Thai cultural shows, Thai silk shows and prize-drawings where the winners would awarded trips to Thailand.

Several Thailand Travel Scenes have been organized. Each TTS has achieved its goals in the target markets which included Dallas, Texas, September 26, 1984; Sydney/Melbourne, Australia, October 23/26, 1984; and Singapore, October 30, 1984. During 1985, TTS's were held in Paris (July) and Japan (September). The last series, during fiscal 1985 were in New York, Atlanta, Los Angeles and San Francisco (September 29-October 14). It should be noted that while H.E. Prime Minister Prem Tinasulanonda was in New York to address the General Assembly on the occasion of the United Nations 40th anniversary, he took time off from his busy schedule to grace the Thailand Travel Scene in New York on October 2 which was held at the St. Regis Sheraton. No less than one thousand leading agents in the U.S. were present at the function.



# การส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ สำหรับเยาวชนไทย

## Domestic travel Promotion for Youth

การส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ นับเป็นภาระหน้าที่ที่สำคัญอย่างหนึ่งของ ททท. ที่ได้ดำเนินการมาอย่างสม่ำเสมอ นอกเหนือจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวจาก ต่างประเทศ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ปัจจุบันพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เนื่องจากประโยชน์ที่ได้รับ จากการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของ ประชาชนคนไทย นอกจากจะให้ความรู้ ความ สนุกสนานและเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว ชาวไทยแล้ว ยังส่งผลดีต่อเศรษฐกิจและสังคม ของประเทศด้วย กล่าวคือ มีส่วนช่วยลด ส่วนรั่วไหลของเงินตราออกนอกประเทศ ก่อให้เกิด การกระจายรายได้และการหมุนเวียนทางการเงินสู่ ท้องถิ่นชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาค ต่าง ๆ ทั่วประเทศ รวมทั้งช่วยให้เกิดความ เข้าใจอันดี และความสามัคคีของประชาชน ในชาติ ความห่วงใยในสมบัติวัฒนธรรมของ ชาติและความร่วมมือเสริมสร้างเอกลักษณ์ อันดีงามของชาติให้เด่นชัด

ในขณะที่ประเทศไทยสามารถทำรายได้ จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทาง มาสู่ประเทศไทยปีละหลายหมื่นล้านบาท โดยในปี 2528 รายได้จากนักท่องเที่ยว ประมาณ 31,768 ล้านบาท ขณะเดียวกัน ก็ต้องสูญเสียรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของ

คนไทยที่เดินทางออกต่างประเทศปีละหลาย พันล้านบาท โดยในปี 2528 รายจ่ายจากการ ท่องเที่ยวประมาณ 7,587 ล้านบาท ซึ่งนับ ได้ว่ามีเงินตราไหลออกนอกประเทศเป็น จำนวนสูงมากต่อปี ด้วยเหตุผลดังกล่าว ททท. จึงได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริม การท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย เพิ่มมากขึ้น เพื่อกกระตุ้นให้คนไทยใน ประเทศหันมาสนใจเดินทางท่องเที่ยวไปใน ท้องถิ่นต่าง ๆ ของประเทศ โดยได้มีการจัดทำ แผนการตลาดในประเทศอย่างจริงจัง เริ่มตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2526 เป็นต้นมา ทั้งนี้ได้ร่วมมือกับ ส่วนราชการและเอกชนในแต่ละจังหวัด อย่างใกล้ชิด เพื่อให้ได้ผลในทางปฏิบัติ มากที่สุด

การพิจารณาส่งเสริมการท่องเที่ยว ภายในประเทศได้คำนึงถึงถิ่นที่อยู่อาศัย ของนักท่องเที่ยว ตลอดจนรายได้ อาชีพ เพศ และอายุเป็นหลัก เพื่อให้สามารถดำเนินการ ส่งเสริมอย่างได้ผล กลุ่มเยาวชนนับเป็น เป้าหมายที่สำคัญประการหนึ่งของการส่งเสริม การท่องเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งจัดอยู่ใน หมวดของการท่องเที่ยวเพื่อสวัสดิการ โดย มุ่งหวังที่จะให้เยาวชนของชาติมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวและรู้จัก คุณประโยชน์ของการท่องเที่ยวตลอดจนเป็น





การเสริมสร้างค่านิยมของการท่องเที่ยวภายในประเทศแก่กลุ่มเยาวชน โดยกิจกรรมที่จัดให้มีขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับเยาวชน ได้แก่

- สำรวจแหล่งท่องเที่ยว เส้นทาง การเดินทางท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ สถานที่พัก ร้านอาหาร และร้านค้าของที่ระลึกพื้นเมือง เป็นต้น เพื่อประโยชน์ในการจัดทัศนศึกษาในหมู่เยาวชน

- รวบรวมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเผยแพร่ และปลุกฝังให้เยาวชนเกิดความนิยมเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

- ส่งเสริมและสนับสนุนให้หน่วยงานราชการและเอกชนจัดนำเที่ยวในหมู่เยาวชนเพิ่มขึ้น โดยการลดค่าบริการลง

- ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีชมรม สมาคม การท่องเที่ยวในสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เพื่อให้มีการจัดนำเที่ยวในหมู่เยาวชนเพิ่มขึ้น

- จัดนำเที่ยวสำหรับเยาวชนในราคาประหยัด โดยเน้นด้านคุณภาพและประโยชน์ที่เยาวชนจะได้รับ

- ให้ความร่วมมือในการจัดนำเที่ยวสำหรับเยาวชนทั่วไป ด้วยการจัดวิทยากร พร้อมทั้งโสตทัศนอุปกรณ์ที่ทันสมัยออกเผยแพร่ยังสถาบันการศึกษาในท้องถิ่นของจังหวัดต่าง ๆ โดยเน้นสาระของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี แนวทางการจัดทัศนศึกษาการเป็นเจ้าของบ้านที่ดี และความร่วมมือกันเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศของหมู่เยาวชนในท้องถิ่นนั้น ๆ การดำเนินงานด้านนี้ได้เริ่มมาตั้งแต่ปี 2522 เรื่อยมาและได้ขยายพื้นที่การปฏิบัติงานไปตามภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยความร่วมมือของจังหวัดที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้รับความสนใจจากเยาวชนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวนมากในแต่ละจังหวัด

สำหรับในปี 2528 องค์การสหประชาชาติได้ประกาศให้เป็น "ปีเยาวชนสากล 2528" (International Youth Year 1985) โดยพิจารณาเห็นว่า คนหนุ่มสาวที่มีอายุระหว่าง 15-25 ปี ที่สังคมเรียกว่า เยาวชน นั้นนับเป็นผู้เตรียมตัวจะรับภาระและรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติต่อไป และเป็นวัยที่เริ่มมีความคิดสร้างสรรค์และมีอุดมการณ์เป็นของตนเอง หากได้รับการแนะนำในสิ่งที่ดีงาม และเป็นประโยชน์แล้ว ย่อมจะต้องเป็นผู้นำที่ดีของสังคมและประเทศชาติสืบไป จึงได้ให้ความสำคัญต่อเยาวชนด้วยการประกาศให้ปี

2528 เป็นปีเยาวชนสากล พร้อมทั้งได้มอบคำขวัญสำหรับเยาวชนทั่วโลกคือ "การมีส่วนร่วม การพัฒนาและสันติภาพ" และได้มอบสัญลักษณ์เผยแพร่เป็นรูปภาพหัวของเยาวชนมองจากด้านข้าง 3 หัว วางซ้อนเหลื่อมกัน โอบอุ้มด้วยรวงข้าวจากด้านล่างขึ้นมา ด้านข้างทั้ง 2 ด้าน

รัฐบาลไทยได้รับนโยบายปีเยาวชนสากล 2528 ขององค์การสหประชาชาติ โดยเมื่อวันที่ 3 มกราคม 2528 นายกรัฐมนตรีได้เป็นประธานพิธีเปิดงานปีเยาวชนสากล 2528 ของประเทศไทย ที่ตึกสันติไมตรี ทำเนียบรัฐบาล โดยมีเยาวชนจากหน่วยงานต่าง ๆ เข้าร่วมในพิธีจำนวนมาก และได้มอบคำขวัญแก่เยาวชนไทยให้สอดคล้องกับคำขวัญของเยาวชนทั่วโลกว่า "ร่วมแรงแข่งขัน ช่วยกันพัฒนา ฝ่าพายุหิมะ" รวมทั้งได้จัดตั้งคณะกรรมการจัดงานเยาวชนสากลปี 2528 ขึ้น โดยมีรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายกระมล ทองธรรมชาติ) เป็นประธาน และสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งชาติเป็นผู้ร่วมประสานงานการจัดงาน ซึ่งได้วางโครงการจัดงานสำหรับเยาวชนไทยตลอดปี 2528 รวม 15 โครงการ ได้แก่ โครงการประเมินนโยบายและแผนพัฒนาเยาวชนระยะยาว โครงการจัดกิจกรรมเยาวชนระดับจังหวัด โครงการจัดงานมหกรรมและประกวดผลงานเยาวชนไทย โครงการผลิตเอกสารและรายการวิทยุสำหรับส่งเสริมความสัมพันธ์ในครอบครัวของเยาวชน และโครงการเยาวชนบำเพ็ญประโยชน์ ฯลฯ

ในโอกาสนี้ ททท. ได้ร่วมดำเนินการสนับสนุนกิจกรรมสำหรับเยาวชนไทย เพื่อเป็นการสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล โดยจัดกิจกรรมพิเศษที่จะให้สาระน่ารู้และเป็นประโยชน์แก่เยาวชนไทยเพิ่มขึ้นตลอดปี 2528 อาทิ การจัดนำเที่ยวเยาวชนไปตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ พร้อมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและประโยชน์ของการท่องเที่ยว ในแบบแผนที่ถูกต้อง จัดเปิดคอลัมน์พิเศษ "เยาวชนท่องเที่ยว" ในอนุสาร อ.ส.ท. เพื่อเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดความรู้ สาระต่าง ๆ ในด้านการท่องเที่ยวของเยาวชน ร่วมจัดงานวันเด็กแห่งชาติประจำปี 2528 จัดทัศนศึกษาให้แก่เยาวชนจากแหล่งชุมชนแออัด จัดนิทรรศการการท่องเที่ยวสำหรับเยาวชน จัดบรรยายความรู้แหล่งท่องเที่ยวและฉายสไลด์เกี่ยวกับพระราชกรณียกิจแห่งพระบรมราชจักรีวงศ์ เป็นต้น

## Domestic Tourism Promotion for Youth

The promotion of domestic tourism has always been one of the most important responsibilities of TAT being undertaken continuously in addition to overseas promotion activities, development of destinations, basic structures and other facilities. Benefits gained from domestic travel are not confined only to knowledge, enjoyment and pleasure for Thai tourists but also serve as a substantial economic and social contribution to the nation, in that domestic tourism helps to stem the outflow of currency to the outside, generate income distribution and circulation in the rural areas which are tourism destinations nation-wide. In addition, it creates awareness and solidarity within the country, a sense of possessiveness in the national cultural assets and resources, and a willingness to cooperate in preserving and enhancing national identity.

While Thailand earns thousands of million of Baht through foreign leisure visitors, with an estimated revenue of some Baht 31,768 million during 1985, it also loses through Thai tourists' expenditure overseas to the tune of Baht 7,587 million in the same period, a substantial amount indeed. More emphasis therefore is being placed by TAT on domestic tourism for the Thais to stimulate greater interest in traveling within the country. Since 1983, serious attempts have been made in formulating domestic marketing plans in cooperation with the government and private sectors in many provinces for best practical results.

The domestic tourism promotion concept takes into account the domiciles of tourists, their income, profession, gender and age group in order to lay down an effective campaign. The youth group is one of the major targets of such effort, which forms a part of the tourism for welfare category. It is intended for the young people to be aware of and have an understanding on attractions and the benefits of tourism, as well as to promote the value of domestic tourism among youths. Activities organized to promote such travel include:-



- Survey conducted on destinations, travel routes and various facilities such as accommodation, foodshops and souvenir shops to be utilized for youth educational tours.
- Compilation of tourism and facilities data to be disseminated among youths and to instil in them a preference to travel within the country.
- Encouragement and support to public and private agencies to organize more youth travel arrangements at lower cost.
- Organizing of low-cost tours for youths, stressing quality and benefits for them.
- Cooperation extended to efforts to organize youth tours in general through briefings with audio/visual accompaniment in local and provincial educational institutes, emphasizing the substance of the tourism industry, how to conduct oneself as a good tourist, guidelines for organizing educational tours, how to behave as hosts, and cooperation from youth groups in helping to develop the industry in their respective localities. This activity has been ongoing since 1979 and has since been expanded to all regions of the country with the cooperation of provincial authorities concerned. Great interest has been expressed by senior secondary school students.

The year 1985 has been declared the International Youth Year by the United Nations as it was considered that young people of the 15-25 years age group

are on the threshold of becoming responsible citizens of the society and the nation. They are at the stage when they have their own creativeness and ideals. With proper guidance, they would become good leaders of society and the country.

Thailand itself has adopted the U.N. declaration on International Youth Year, and the Prime Minister himself presided over the opening of the event in Thailand on January 3, 1985. A Thai organizing committee on International Youth Year was also set up, which has subsequently formulated no less than fifteen projects in Thai youths throughout the year. TAT is extending support to the youth activities through the organizing of special events designed to be of interest and benefits to the young people during 1985, including tours to different destinations while providing them with knowledge on tourism and the benefits to be gained from properly-organized tours. A column on the Traveling Youth in the Thai-language Anusarn Or. Sor. Tor. has been introduced to serve as information center for disseminating knowledge and other substances on youth travel. In addition, TAT joined in the 1985 Children's Day celebrations, organized educational tours for youths from congested communities, mounted tourism exhibitions, arranged tourism briefings and slide shows on royal activities, etc.





# การดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องร้านค้าปลอดภาษี

## Actions on Duty-Free Operations



การขยายการจัดตั้งร้านค้าปลอดภาษีนับเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้เดินทางมาสู่ประเทศไทยและช่วยเสริมสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในรูปเงินตราต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น จะเห็นได้จาก ในระยะเวลาที่ผ่านมา ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นค่าซื้อสินค้าของที่ระลึก ซึ่งมีอัตราสูงถึงร้อยละ 30 ขึ้นไป ในขณะที่ค่าใช้จ่ายด้านอื่น ๆ ได้แก่ ค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าบริการบันเทิง ค่าบริการนันทิยและพาหนะฯ มีอัตราต่ำกว่า นอกจากนี้ เมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านได้แก่ ฮ่องกงและสิงคโปร์ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าสูงประมาณร้อยละ 65 แล้ว จะเห็นได้ว่า ประเทศไทยยังมีโอกาสอีกมากที่จะหารายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก หากได้มีการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดจำหน่ายอย่างจริงจัง

ททท. ได้พิจารณาสนับสนุนให้มีการขยายการจัดตั้งร้านค้าปลอดภาษีมานับตั้งแต่ในสมัยที่ยังมีรูปการบริหารงานเป็น อ.ส.ท. โดยได้นำเรื่อง "การขยายการจัดตั้งร้านค้าปลอดภาษีเพิ่มขึ้นในกรุงเทพมหานคร นอกเหนือจากร้านค้าปลอดภาษีที่ท่าอากาศยานกรุงเทพ ดำเนินการโดยบริษัทการบินไทย จำกัด" เสนอต่อคณะกรรมการ อ.ส.ท. ในคราว

ประชุมเมื่อวันที่ 11 มกราคม 2520 ซึ่งในสมัยนั้นมี นายดิสิต ศิริวรรณ รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีเป็นประธานกรรมการที่ประชุมได้พิจารณาเห็นว่า การจัดตั้งร้านค้าปลอดภาษีในกรุงเทพฯ จะเป็นสิ่งหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้เป็นอย่างดี จึงได้มีมติให้แต่งตั้งคณะกรรมการขึ้น เพื่อศึกษาเรื่องทำเลที่ตั้งร้านค้าปลอดภาษีและวิธีการควบคุม โดยมอบหมายให้ พันเอก สมชาย หิรัญกิจ ผู้อำนวยการ อ.ส.ท. เป็นประธาน ซึ่งผลของการพิจารณาได้มีการสรุปหลักการและเสนอความเห็นชอบที่จะให้บริษัทการบินไทย จำกัด เป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการเรื่องร้านค้าปลอดภาษีแต่ผู้เดียว ตามมติคณะรัฐมนตรี ซึ่งบริษัทการบินไทย จำกัด ได้รับในหลักการขยายกิจการร้านค้าปลอดภาษีให้กว้างขวางยิ่งขึ้นทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด และรับที่จะร่วมมือประสานงานกับธุรกิจเอกชนและหอการค้าไทย ในการสนับสนุนโครงการนี้ พร้อมทั้งจะจัดให้มีสินค้าประเภทต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม การขยายการจัดตั้งร้านค้าปลอดภาษีไม่มีผลคืบหน้ามากนัก เนื่องจากมีปัญหาอุปสรรคอยู่หลายประการ ดังนั้นหลังจากที่รัฐบาลได้พิจารณาให้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการร่วมภาครัฐบาลและเอกชนเพื่อแก้ไขปัญหาการค้าท่องเที่ยว โดยมอบหมาย

ให้ ร้อยตำรวจโท ชาญ มนุธรรม เป็นประธานอนุกรรมการ ได้มีการหยิบยกปัญหาด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในเรื่องร้านค้าปลอดภาษีขึ้นมาพิจารณาด้วย ซึ่งสรุปประเด็นปัญหาได้ดังนี้

1. การดำเนินกิจการร้านค้าปลอดภาษีมีผู้ดำเนินการเพียงรายเดียว จึงขาดการแข่งขันที่จะพัฒนาให้เป็นที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

2. การดำเนินกิจการร้านค้าปลอดภาษียังไม่เป็นที่แพร่หลายในหมู่นักท่องเที่ยว

3. ประเภทของสินค้าที่จำหน่ายมีจำกัดและไม่เป็นไปตามสมัยนิยม

4. จุดที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมีน้อย ดังนั้น ในการประชุมคณะอนุกรรมการ กอ.ท. ครั้งที่ 6/2526 เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2526 ได้มีมติให้มีการพิจารณาเรื่องการขยายกิจการร้านค้าปลอดภาษีและให้จัดตั้งคณะทำงานเพื่อพิจารณาศึกษาข้อมูลและความเป็นไปได้ในการขยายกิจการร้านค้าปลอดภาษี โดยมอบให้ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นประธานคณะทำงานและคณะทำงานประกอบด้วย ผู้แทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ บริษัทการบินไทย จำกัด สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว กรมศุลกากร กรมสรรพากร สมาคมไทยอุตสาหกรรมเพื่อการท่องเที่ยว ให้มีหน้าที่พิจารณาวิธีการขยายกิจการร้านค้าปลอดภาษี ศึกษาวิธีการดำเนินการที่เหมาะสม ตลอดจนกำหนดประเภทสินค้าที่สมควรจัดจำหน่ายในร้านค้าปลอดภาษี และศึกษาวิธีการอื่น ๆ เพื่อขยายสินค้าปลอดภาษีให้แก่ักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

คณะทำงานได้พิจารณาแล้วมีความเห็นชอบให้มีการส่งเสริมและสนับสนุนกิจการร้านค้าปลอดภาษีให้แพร่หลายมากยิ่งขึ้น เพื่อสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาซื้อสินค้าในประเทศไทย โดยเสนอให้มีการเพิ่มจุดกระจายสินค้าปลอดภาษีจากที่มีอยู่เดิม 2 แห่งให้มีมากขึ้น โดยอนุญาตให้เอกชนเป็นผู้ดำเนินการได้ พร้อมทั้งให้ปรับปรุงวิธีการดำเนินงานของร้านค้าปลอดภาษีใหม่ เพื่อจูงใจและสะดวกแก่การซื้อของนักท่องเที่ยว สำหรับประเภทของสินค้าที่จะจัดจำหน่ายควรจำกัดเพียง 24 ประเภท และให้มีร้านค้าปลอดภาษีของผู้โดยสารขาเข้าด้วย ทั้งนี้ได้นำผลการพิจารณาเสนอต่อคณะอนุกรรมการ



ในการประชุมครั้งที่ 7/2526 เมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน 2526 ซึ่งที่ประชุมมีมติเห็นชอบให้นำเสนอต่อคณะกรรมการ กอ.เศรษฐกิจต่อไป

ในการประชุมคณะรัฐมนตรีเศรษฐกิจครั้งที่ 21/2527 เมื่อวันที่ 10 กันยายน 2527 ได้พิจารณาเรื่องนี้และได้อนุมัติในหลักการตามที่คณะอนุกรรมการ กอ.ท่องเที่ยวเสนอ คือ ให้มีการขยายจำนวนร้านค้าปลอดภาษีเพิ่มขึ้น โดยมีเป้าหมายให้กระทรวงการคลังเป็นเจ้าของเรื่องร่วมกับกระทรวงพาณิชย์ และ ททท. รับผิดชอบหลักเกณฑ์การปฏิบัติประเภทสินค้าที่จะอนุญาตให้มีการจำหน่ายในร้านค้าปลอดภาษี และกำหนดหน่วยงานที่สมควรดำเนินกิจการร้านค้าปลอดภาษี เพื่อเสนอคณะรัฐมนตรีเศรษฐกิจพิจารณาต่อไป ซึ่งกระทรวงการคลังได้จัดประชุมหารือร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และได้เสนอผลพิจารณาดังกล่าวต่อคณะรัฐมนตรีเศรษฐกิจเพื่อทราบแล้วในการประชุม เมื่อวันที่ 10 ธันวาคม 2527 แต่เนื่องจากยังไม่มีกำหนดระเบียบและหลักเกณฑ์การขออนุญาตจัดตั้งร้านค้าปลอดภาษี รวมทั้งการกำหนดย่านที่ตั้งร้านค้าปลอดภาษียังไม่เหมาะสม คณะอนุกรรมการ กอ.ท่องเที่ยวในการประชุมครั้งที่ 1/2528 เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2528 จึงมีมติมอบหมายให้กรมศุลกากร กรมสรรพสามิต กระทรวงพาณิชย์ และ ททท. ประชุมร่วมกันเพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมในทางปฏิบัติ ต่อมากรมศุลกากรได้เชิญหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาประชุมหารือ และได้ดำเนินการในเรื่องจัดทำร่างประกาศกรมศุลกากร เรื่องระเบียบเกี่ยวกับการจัดตั้งคลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทร้านค้าปลอดอากร และแบบคำขออนุมัติจัดตั้งคลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทร้านค้าปลอดอากร และสัญญาประกันทัณฑ์บน โดยอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 8 ทวิ (1) แห่งพระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ. 2469 แก้ไขเพิ่มเติมโดยประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 329 ลงวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2515 ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่างการเสนออธิบดีกรมศุลกากรลงนามในร่างประกาศฉบับนี้ นอกจากนี้ได้มีคำสั่งเฉพาะกรมศุลกากร ที่ 10/2528 เรื่องแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาและดำเนินการเกี่ยวกับคำขอจัดตั้งคลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทร้านค้าปลอดภาษี ลงวันที่ 30 พฤษภาคม 2528 โดยมีผู้อำนวยการกองสินค้าอากรและส่งเสริมการส่งออกเป็นประธานกรรมการ และกรรมการประกอบด้วย เลขาธิการกรม หัวหน้าฝ่าย

โรงผลิตสินค้าและร้านค้าปลอดอากร หัวหน้าฝ่ายตรวจของผู้โดยสารด้านศุลกากรท่าอากาศยานกรุงเทพ หัวหน้าฝ่ายสืบสวน กองป้องกันและปราบปราม ผู้แทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหัวหน้าฝ่ายกฎหมายและพิธีการกองวิชาการ เป็นกรรมการและเลขานุการ

การดำเนินการในเรื่องร้านค้าปลอดภาษีดังกล่าว นับเป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐบาลและเอกชนอย่างใกล้ชิด โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีฝ่ายเศรษฐกิจ ซึ่งหากได้มีการดำเนินการสนับสนุนอย่างจริงจังแล้ว ก็จะเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมาก ทั้งนี้ ขณะนี้ได้มีบริษัทเอกชนให้ความสนใจในการขออนุญาตจัดตั้งร้านค้าปลอดภาษีจำนวนหลายรายด้วยกัน

## Steps taken re: Duty-free Facilities

Wider duty-free facilities are an important factor in attracting more visitors to the country and in adding to the volume of foreign exchange earnings. In recent years, foreign visitors' expenditure in the main was in the area of shopping, at more than 30% of total expenses, while other expenses in accommodation, food and beverages, entertainment, tour and transport services registered a lower proportion. It should also be noted that in some neighboring countries, Hong Kong and Singapore, for example, shopping account for over 65% of total visitor expenditure. With serious promotion and support, there is no reason why Thailand could not earn more from the selling of local products.

TAT has supported the idea of expansion duty-free facilities since it was the Tourist Organization of Thailand. A proposal to this effect was submitted to the TOT Board of Directors at its meeting on January 11, 1979. The Board agreed that such facilities within Bangkok itself (in addition to the existing one at Bangkok International Airport run by Thai Airways International), could very well be a great attraction for foreign visitors. A committee was set up under the chairmanship of the then Director General Somchai Hiranyakit to study possible locations of the new duty-free facilities and control systems.

The committee subsequently concluded that TG should continue solely operate the duty-free facilities as decided by the Cabinet. TG itself agreed in principle to the proposal of expanding such facilities both within Bangkok and in the provinces and to work closely with the private sector and the Thai Board of Trade, as well as to provide more choices of goods.

However, the expansion project encountered a number of problems and little progress was made. But the Public/Private Sectors Joint Sub-Committee on Tourism Problems, established by the new administration and under the chairmanship of Pol. Lt. Charn Manutham, a Minister of the Prime Minister's Office, raised the question of services and facilities in duty-free shops at one of its sessions. It was concluded that:-

1. As the duty-free operations were run by one sole operator, there tended to be a lack of competitiveness in developing more attraction to the visitors.
2. Duty-free facilities were not quite popular among visitors.
3. There were only a limited range of goods and goods were not of popular categories.
4. There were few service points.

A decision reached at the 6/2526 session of the Joint Sub-Committee on October 12, 1983, called for consideration in expanding duty-free operations, and a working group was set up to study data and feasibility on such expansion. The working group, under the chairmanship of Governor Somchai Hiranyakit of TAT, comprised of representatives from the Airport Authority of Thailand, Office of Economics & Finance, Office of the National Economic and Social Development Board, Thai Airways International, Association of Thai Travel Agents, Customs Department, Revenue Department and the Thai Tourism Industry Association. WG was charged with the job of reviewing ways and means for duty-free expansion, studying appropriate implementation and determining the types of goods to be made available. It would also study other means to expansion duty-free services to foreign visitors.



# แผนงานและโครงการ “ปีท่องเที่ยวไทย 2530”

## The 1987 : Visit Thailand Year Project



เนื่องในมหามงคลสมัยที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงเจริญพระชนมพรรษาครบ 5 รอบ ในวันที่ 5 ธันวาคม 2530 และในมหามงคลสมัยพระราชพิธีรัชมังคลาภิเษก วันที่ 2 กรกฎาคม 2531 ในโอกาสกษัตริย์พระองค์อื่น ๆ รัฐบาลในนามของประชาชนชาวไทย กำหนดจะจัดงานเฉลิมฉลองแสดงความกตัญญูตงที่ตารธรรม และแสดงความจงรักภักดีถวายแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โดยคณะรัฐมนตรีในคราวประชุมเมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2527 ได้อนุมัติให้แต่งตั้ง “คณะกรรมการอำนวยการจัดงานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว” ขึ้น โดยมี ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี (พลเอกเปรม ติณสูลานนท์) เป็นประธานกรรมการ ในการนี้ ททท.ได้เสนอโครงการเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ให้ฝ่ายเลขานุการคณะอนุกรรมการฝ่ายรัฐ ในคณะกรรมการอำนวยการจัดงานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว พิจารณารวม 3 โครงการคือ โครงการจัดประกวดรถบุปผชาติ โครงการรถกระเช้าไฟฟ้าขึ้นดอยสุเทพ จังหวัดเชียงใหม่ และโครงการประกาศให้ปี 2530 เป็นปีท่องเที่ยวไทย

เนื่องจากการประกาศให้ปี 2530 เป็นปีท่องเที่ยวไทย จำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการเตรียมการและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศล่วงหน้า เพื่อให้ได้ผลสูงสุดตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ททท.จึงได้เสนอคณะรัฐมนตรีในคราวประชุมเมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2528 ได้มีมติเห็นชอบและอนุมัติให้ประกาศปี 2530 เป็นปีท่องเที่ยวไทยและคณะรัฐมนตรีในคราวประชุมเมื่อวันที่ 7 มกราคม 2529 มีมติให้แต่งตั้ง “คณะกรรมการดำเนินงานปีท่องเที่ยวไทย 2530” โดยมีรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายบัญญัติ บรรทัดฐาน) เป็นประธานกรรมการ ประกอบด้วยกรรมการจากหน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและเอกชนที่เกี่ยวข้อง การดำเนินงานปีท่องเที่ยวไทย 2530 ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ คณะกรรมการดำเนินงานปีท่องเที่ยวไทย 2530 ได้พิจารณา กำหนดนโยบายและแผนการดำเนินงานขึ้นสำหรับให้หน่วยงานที่รับผิดชอบทั้งภาครัฐบาลและเอกชนใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน โดยมีวัตถุประสงค์ นโยบายและแผนการดำเนินงานดังต่อไปนี้

On the auspicious occasions of the completion of the fifth twelve-year cycles of His Majesty the King's birthday, which falls on December 5, 1987, and of His Majesty having reigned longer than any other monarch of the Kingdom of Thailand on July 2, 1988, the Royal Thai Government, representing the people of Thailand, has planned a series of grand celebrations to mark these two great events as a mark of loyalty and allegiance to the King. A decision of the Cabinet on May 29, 1986, established an Organizing Committee of the Great Celebrations to Honor His Majesty the King, under the chairmanship of the Prime Minister, H.E. General Prem Tinsulanonda.

TAT itself submitted three projects to the Committee as a part of the grand celebrations, namely, the Floral Float Contest project, the Doi Suthep Cable Car project, and the Visit Thailand Year project.

As it was necessary to have as much leadtime as possible to properly organize the VTY specially as far as advance domestic and overseas publicity was concerned, TAT obtained cabinet approval, given on January 7, 1986, to proclaim 1987 as the Visit Thailand Year. An organizing committee was also approved, with Minister Banyat Bantadtan of the Prime Minister's Office as chairman.

The committee has laid down the policy guidelines and work plans to be undertaken by responsible agencies both in the public and private sectors in order to achieve the desired objectives. Among the objectives, policies and implementation plans are:-

### Objectives

1. To honor His Majesty the King on the royal birthday anniversary on December 5, 1987, and to mark His Majesty's coronation anniversary on July 2, 1988.
2. To publicize as widely as possible various state functions and events both within and outside the country.
3. To expand tourism promotion and development activities.
4. To disseminate awareness and understanding on the importance of the tourism industry and to seek cooperation from all concerned in order to achieve the desired objectives.



หาดพัทยา  
จังหวัดชลบุรี  
•  
Pattaya Beach,  
Chonburi Province





### วัตถุประสงค์

1. เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในนามมงคลสมัยพระราชพิธีเฉลิมพระชนมพรรษาครบ 5 รอบ วันที่ 5 ธันวาคม 2530 และพระราชพิธีรัชมังคลาภิเษก วันที่ 2 กรกฎาคม 2531

2. เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานพระราชพิธีต่าง ๆ อย่างกว้างขวางทั้งในประเทศและต่างประเทศ

3. เพื่อขยายกิจกรรมการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ

4. เพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและแสวงหาความร่วมมือจากทุกฝ่าย เพื่อให้มีการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

**นโยบาย**  
1. ดำเนินกิจกรรม ปีท่องเที่ยวไทยให้เป็นการสนับสนุนและสอดคล้องกับการจัดงานพระราชพิธีและงานเฉลิมพระเกียรติ เพื่อส่งเสริมการเดินทางภายในประเทศของชาวไทย และชักจูงนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศให้มาเยือนประเทศไทยมากขึ้น

2. เสริมสร้างกิจกรรมและโครงการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวขึ้นในปี 2529-2531 อย่างต่อเนื่องกันตลอดทั้งปี โดยร่วมมือกับหน่วยงานทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

3. ริเริ่มกิจกรรมและโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระยะยาว

### แผนการดำเนินงาน

การดำเนินงานปีท่องเที่ยวไทย 2530 กำหนดเป็น 3 แผนงาน ซึ่งประกอบด้วย โครงการและกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งหมด 69 โครงการ และ 2 กิจกรรม มีหน่วยงานรับผิดชอบในการดำเนินงานทั้งภาครัฐบาลและเอกชนที่เกี่ยวข้อง โดยเริ่มดำเนินการ ตั้งแต่ปี 2529-2531 ดังนี้

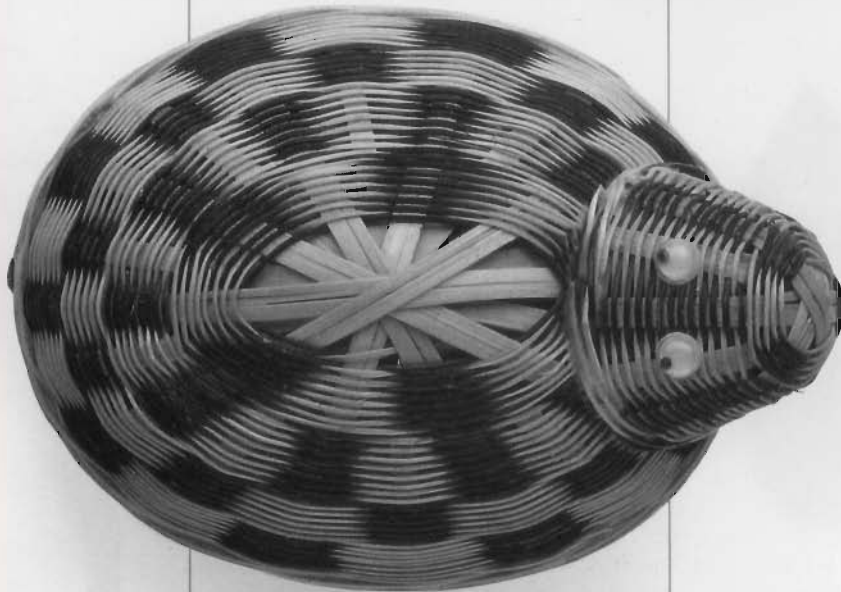
1. แผนพัฒนากิจกรรมปีท่องเที่ยวไทย 2530 ประกอบด้วยโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งหมด 40 โครงการและ 2 กิจกรรม ในส่วนของโครงการที่จะดำเนินงานโดย ททท. ที่สำคัญ ได้แก่

โครงการจัดทำปฏิทินงานพระราชพิธีเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และงานประเพณีต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่พระราชพิธีให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ โครงการชี้แจงจังหวัดเรื่อง “ปีท่องเที่ยวไทย 2530” แก่ผู้ว่าราชการจังหวัดทั่วประเทศ เพื่อชี้แจงแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 พ.ศ. 2530-2534 และขอความร่วมมือในการจัดทำกิจกรรมปีท่องเที่ยวไทย โครงการกระเช้าไฟฟ้าขึ้นดอยสุเทพ เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการขนส่งนักท่องเที่ยวและเป็นการสร้างสิ่งที่น่าสนใจทางการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ขึ้นใหม่ โครงการพัฒนาที่พักแรมสำหรับเยาวชน เพื่อส่งเสริมการจัดทัศนศึกษาแบบประหยัดในกลุ่มนักเรียน

นักศึกษาและเยาวชน โครงการประกวดธิดาบุปผชาติ และวงโยธวาทิต เพื่อเป็นปัจจัยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้เดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น รวมทั้งเป็นการสนับสนุนการตกแต่งประดิษฐ์ดอกไม้ และอุตสาหกรรมส่งออกดอกไม้สดไทย โครงการขบวนแห่งานประเพณีไทย เปิดงานปีท่องเที่ยวไทย 2530 เพื่ออนุรักษ์สนับสนุนและเผยแพร่งานประเพณีทั่วทุกภาคให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย และใช้เป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้เดินทางมาสู่ประเทศไทยเพิ่มขึ้น รวมทั้งโครงการจัดแสดงแสงและเสียงที่พระบรมมหาราชวัง และวัดพระศรีรัตนศาสดาราม โครงการจัดแสดงแสงและเสียงที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และโครงการแสดงดอกไม้ไฟที่กรุงเทพฯ เป็นต้น

2. แผนการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ ปีท่องเที่ยวไทย 2530 ประกอบด้วย 18 โครงการ โครงการที่จะดำเนินงานโดย ททท. ที่สำคัญ ได้แก่

โครงการจัดทำโสตทัศนูปกรณ์และเผยแพร่งานพิธีสำคัญต่าง ๆ เพื่อใช้ในการส่งเสริมเผยแพร่เกี่ยวกับพระราชกรณียกิจและพระราชพิธี ช่วยในการเสนอขายในต่างประเทศ โครงการจัดทำโสตทัศนูปกรณ์และเผยแพร่งานปีท่องเที่ยวไทย 2530 เพื่อใช้เผยแพร่งานปีท่องเที่ยวไทย โครงการโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์และสิ่งตีพิมพ์ เพื่อกระตุ้น







ความสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โครงการรณรงค์ส่งเสริมการประชุมนในประเทศไทย โครงการนิทรรศการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เพื่อเชิญหน่วยงานการท่องเที่ยวในต่างประเทศ มาแสดงนิทรรศการและเผยแพร่วัฒนธรรมให้คนไทยได้รู้จัก โครงการจัดทำ VIDEO TEXT เพื่อเผยแพร่ข่าวสารปีท่องเที่ยวไทยทางโทรทัศน์ทั้งในและต่างประเทศ และโครงการโฆษณาปีท่องเที่ยวไทยในธุรกิจร้านค้าของคนไทยในต่างประเทศ เป็นต้น

3. แผนส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศปีท่องเที่ยวไทย 2530 ประกอบด้วย 11 โครงการ โครงการที่จะดำเนินงานโดย ททท. ที่สำคัญ ได้แก่

โครงการประกวดคำขวัญและสัญลักษณ์ปีท่องเที่ยวไทย 2530 เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมให้ประชาชนทั่วไปได้มีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โครงการจัดงานเชิดชูเกียรติบุคคลและสถาบันดีเด่นด้านการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นให้บุคคลและสถาบันต่าง ๆ เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ โครงการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับพระราชกรณียกิจและความรู้ทางการท่องเที่ยว และโครงการแต่งเพลงปีท่องเที่ยวไทย ฯลฯ

#### Policies

1. All VTY activities are to be supportive of and in conformance with state functions and official celebrations as a mean to promote domestic travel by Thais and to persuade greater number of foreign tourists to visit Thailand.

2. Tourism-related activities and projects during 1987-88 are to be of continuous nature in cooperation with all concerned.

3. Tourism development activities and projects of long-term benefits to the industry are to be initiated.

#### Implementation

Three work plans are formulated for the VTY '87, comprising of 69 projects and 2 activities to be responsible for by both the public and private sectors bodies, all projects and activities to be activated during 1987-88.

1. The 1987 VTY activities development plan is made up of 40 projects and 2 activities. The main areas where TAT will be responsible include:-

- Production of state functions to honor His Majesty and of traditional festivals/fairs to publicize the Great Celebrations within and outside the country.

- Seminar of provincial governors on 1987 - Visit Thailand Year to explain the tourism development plan during the period of the 6th National Economic & Social Development Plan (1987-1991), and to seek their cooperation in organizing VTY activities.

- The Doi Suthep Cable Car project is intended to help improve transfer services for visitors and as a new tourist attraction in Chiang Mai.

- The project to develop hostels for youth is designed to promote economical educational tours for students and young people.

- The Floral Float Contest and Marching Band Parade serves as a magnet for domestic and foreign spectators and is also a supportive measure to promote the art of flower decorations and fresh flower export.

- The Thai Traditional Procession is intended as an effort to preserve, support and publicize traditional fairs from all parts of the country, which will also serve to draw more foreign visitors to Thailand.

- The Light & Sound shows at the Grand Palace and in Ayutthaya, as well as the Firework Display in Bangkok also have the same purpose.

2. The Overseas Public Relations plan for VTY '87 consists of 18 projects including the following:-

- Production of audio/visual aids and materials to publicize various major state functions as a means to promote awareness on Royal Activities and royal functions.

- Audio/visual aids and materials to publicize VTY '87.

- Production of radio, TV and printed commercials to stimulate interest on Thailand.

- Convention promotion campaigns.

- International tourism exhibitions open to overseas NTO's or travel trade agencies to exhibit and publicize their respective cultures among the Thai public.

- Production of video texts to

publicize information on VTY '87 on overseas and local television.

- Advertising on VTY '87 in Thai-owned businesses overseas.

3. Domestic tourism promotion plan during VTY '87 includes 11 projects among which are:-

- VTY '87 Slogan and Logo

Contest as a P.R. exercise and to promote public participation in tourism promotion.

- Tribute to individuals and institutions for their achievements in the field of tourism as a means to encourage others to take a more active part in the industry.

- Publicizing and creating awareness on Royal Activities and the tourism industry of the country.

- Musical composition contest on VTY '87.



# แผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 พ.ศ. 2530-2534

## Tourism Development Plan under the 6th National Economic & Social Development Plan (1987-1991)

ในช่วงต้นของแผนพัฒนาการท่องเที่ยว  
ในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ  
ฉบับที่ 5 พ.ศ. 2525-2529 การพัฒนา  
การท่องเที่ยวของไทยสามารถดำเนินการ  
ไปด้วยดี รวดเร็ว กว้างขวาง และได้ผลเป็น  
ที่น่าพอใจอย่างยิ่ง ก่อให้เกิดการเพิ่มขึ้น  
ของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ทางการ  
ท่องเที่ยวในอัตราสูง โดยในช่วง 3 ปีแรกของ  
แผนฯ มีรายได้เฉลี่ยถึงปีละ 25,400 ล้านบาท  
คิดเป็นร้อยละ 35 ของรายได้จากสาขา  
บริการรวมหรือมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.4  
ต่อปี สูงกว่าการขยายตัวของเศรษฐกิจ  
ส่วนรวมของประเทศ และนับเป็นรายได้อันดับ  
หนึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าออกที่สำคัญ  
อาทิ ข้าว ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ มันสำปะหลัง  
ยาง ข้าวโพด เป็นต้น รวมทั้งก่อให้เกิด  
การขยายการลงทุน ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว  
เพิ่มขึ้นอย่างกว้างขวาง ดังจะเห็นได้จาก  
กิจการโรงแรมในภูมิภาคต่าง ๆ ที่ได้รับการ  
ส่งเสริมการลงทุนมีจำนวนเพิ่มขึ้นถึง 128  
แห่ง นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดการสร้างงาน  
สร้างอาชีพ การกระจายรายได้ การพัฒนาแหล่ง  
ท่องเที่ยว การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและ  
ประเพณี ตลอดจนการสร้างสรรคความเจริญ  
ไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ อย่างทั่วถึง

แม้ว่าในระยะเวลานี้ผ่านมา การท่องเที่ยว  
จะได้รับการพัฒนาให้เจริญเติบโตขึ้น และ  
ก่อให้เกิดผลประโยชน์โดยตรงต่อเศรษฐกิจ  
และสังคมของประเทศอย่างมากมาโดยตลอด  
แต่ในการดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวก็  
ประสบปัญหาอุปสรรคหลายประการ ดังนี้

1. ปัญหานอกประเทศ อันเป็นปัญหา  
ที่ยากแก่การควบคุมและแก้ไข คือปัญหา  
ภาวะเศรษฐกิจชะงักงันและตกต่ำทั่วโลก  
ทำให้รัฐบาลในบางประเทศดำเนินมาตรการ  
แทรกแซงกิจการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ  
เพื่อสกัดกั้นการเดินทางของประชาชนออก  
นอกประเทศ ปัญหาการแข่งขันในการพัฒนา  
และส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ  
ทำให้ส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยลดน้อยลง  
และปัญหาการเผยแพร่ข่าวและภาพพจน์  
ในทางลบเกี่ยวกับประเทศไทย ทำให้  
นักท่องเที่ยวไม่กล้าเดินทางเข้ามาเที่ยว  
ประเทศไทย

2. ปัญหานภายในประเทศ อันเป็นปัญหาที่  
เกิดจากการดำเนินงานของหน่วยงานที่รับผิดชอบ  
ภายในประเทศทั้งภาครัฐบาลและเอกชน โดย  
จำแนกเป็นปัญหาหลักได้ 3 ประการคือ

- ปัญหาการบำรุงรักษาและพัฒนาแหล่ง

ท่องเที่ยว โดยเหตุที่กฎหมายของส่วนราชการ  
ต่าง ๆ ที่มีอยู่ ที่จะนำมาใช้พัฒนาแหล่ง  
ท่องเที่ยวในทางปฏิบัติ ไม่สามารถบรรลุ  
วัตถุประสงค์ทางการท่องเที่ยว และการ  
สนับสนุนของภาครัฐบาลต่อการพัฒนาการ  
ท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอ ตลอดจนการประสานงาน  
ระหว่างหน่วยงานภาครัฐบาลในการกำหนด  
นโยบายและแผนงานพัฒนาการท่องเที่ยวยังมีน้อย  
ทำให้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไม่ประสบผล  
สำเร็จอย่างจริงจัง

- ปัญหาการพัฒนาบริการท่องเที่ยว  
โดยเหตุที่บริการท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอ และ  
ไม่ได้มาตรฐานในด้านการอำนวยความสะดวก  
และการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว  
การรักษาระดับมาตรฐานบริการท่องเที่ยวของ  
ธุรกิจเอกชน การบริการคมนาคมขนส่งระหว่าง  
ประเทศและภายในประเทศ การพัฒนาบุคลากร  
ในธุรกิจการท่องเที่ยว ตลอดจนต้นทุนการ  
ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวสูงขึ้น ทำให้เป็น  
อุปสรรคต่อการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ

- ปัญหาการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดย  
เหตุที่การศึกษาและวิจัยข้อมูลเกี่ยวกับ  
อุปสงค์นักท่องเที่ยวมีน้อยไม่ต่อเนื่องกัน  
และงบประมาณในการเผยแพร่โฆษณาจำกัด  
ตลอดจนขาดมาตรการควบคุมป้องกัน  
การเผยแพร่ข่าวที่เป็นผลเสียต่อภาพพจน์และ  
การท่องเที่ยวของประเทศ ทำให้การส่งเสริม  
การท่องเที่ยวไม่ได้ประสิทธิผลเท่าที่ควร

3. ปัญหาข้อจำกัดเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่  
ของ ททท. โดยตรง มีสาเหตุจาก พรบ.จัดตั้ง  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522  
ไม่เอื้ออำนวยต่อการบริหารกิจการใน  
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยส่วนรวม โดยเฉพาะ  
ไม่ได้ให้อำนาจในการควบคุมดูแลธุรกิจ  
ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทำให้การดำเนินงาน  
ของ ททท. ไม่บรรลุผลเต็มที่

เมื่อพิจารณาปัญหาการพัฒนาการ  
ท่องเที่ยวโดยส่วนรวม จะเห็นว่าส่วนใหญ่  
มีสาเหตุจากโครงสร้างและอำนาจหน้าที่ของ  
ททท. ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบต่อการพัฒนา  
การท่องเที่ยวโดยตรง แต่เนื่องจากการดำเนินงาน  
ของ ททท. ประสบปัญหาเกี่ยวกับข้อจำกัดใน  
ด้านขอบเขตอำนาจหน้าที่ที่มีอยู่ จึงเสนอให้มี  
การปรับปรุงองค์กร ททท. จากรัฐวิสาหกิจเป็น  
หน่วยงานราชการระดับทบวง และประกอบด้วย  
บริษัทพัฒนาการท่องเที่ยว และบริษัทเงินทุน  
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในรัฐวิสาหกิจขึ้น  
ตรงต่อทบวงการท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้การพัฒนา  
การท่องเที่ยวเป็นไปอย่างเต็มรูปแบบและครบ





Thailand's tourism development during the early part of the 5th National Economic & Social Development Plan (1981-1986) has progressed satisfactorily, rapidly, extensively and highly effectively resulting in high rates of arrivals and revenue. During the first three years of the Plan, an annual average income of some Baht 25,400 million was registered, representing 35% of the entire revenue from the service industry. Compared with other major export earners such as rice, textiles, tapioca, rubber and maize, tourism is the top revenue producer, and has stimulated extensive expansion of investment in the travel industry. No less than 128 hotels located in various regions have been given promotional privileges. Tourism has also created substantial employment, helped in income distribution, stimulated attractions development and aided in the preservation of the arts, culture and traditions, as well as brought progress to all the regions.

Despite the fact that so far the tourism industry has been developed to the extent that it has made tremendous direct contribution to the national economy and social conditions, the development processes are still facing certain problems and difficulties. For example:-

1. External problems which are difficult to control and solve. These include world economic recession which has forced some countries to adopt preventive measures to discourage their nationals to travel overseas; competition by various destinations in tourism development and promotion which cut into Thailand's marketshare; and the negative image of Thailand caused by media exposure which discourages visitors to come to this country.

2. Domestic problems are those arising from the operations of responsible agencies in both the public and private sectors, which may be roughly divided into three categories:-

- Problems concerning the maintenance and development of attractions, due to the fact that existing laws and legislation which could be applied in the practical development of tourism are not fully effective to achieve tourism objectives and to support the government sector in tourism

development. Furthermore, there is inadequate coordination among members of the government sector itself in successfully pursuing such development.

- Problems in the area of tourism service development. Tourism services in the main are still inadequate and not up to standard, particularly in the fields of facilitation and security for visitors, maintenance of service standards by the private sector, international and domestic communications and transportation services, development of personnel in the travel industry, and higher operating costs, all of which tend to hold back a really effective promotion effort.

- Problems concerning tourism promotion. This is mainly due to disjointed study and data research effort on visitor's demand, as well as to the availability of promotion and advertising budget. In addition, there are no measures to control and prevent negative media reports which are detrimental to the national image and its tourism industry.

3. The problems arising from the limited authority of TAT can be traced to the act establishing the national tourist office of 1979, which does not lend itself to the management of the industry as a whole. In particular, there are no measures empowering TAT to supervise and control private tourism operations. This has somewhat stunted TAT's effort in this direction.

In viewing the overall picture of the problems relating to tourism development, it can be seen that the main factors are in fact the very structure and authority of TAT, the body directly responsible for tourism development. As current operations are facing difficulties arising from the limitation of authority and responsibility, a proposal was recently made to revise the status of TAT from that of a state enterprise into a bureau, to be supplemented by a tourism development corporation and a tourism industry finance corporation, both of which are to be of state enterprise status and directly under the bureau. This would help to make tourism development a complete and effective effort and contribute to the ability of problem-solving.







วงจร ตลอดจนสามารถแก้ไขปัญหาอุปสรรค  
ทางการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ  
ยิ่งขึ้น

### ทิศทางและเนื้อหาสาระของแผนฯ ฉบับที่ 6

ในการวิเคราะห์สถานการณ์ท่องเที่ยว  
และการดำเนินงานพัฒนาการท่องเที่ยวใน  
ระยะเวลาที่ผ่านมาตามแผนพัฒนาการ  
ท่องเที่ยวฯ ฉบับที่ 5 จะเห็นว่า ปัจจัย  
ต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศที่มีผล  
กระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย มิได้ส่ง  
ผลเสียหายมากนัก ในทางตรงกันข้าม กลับ  
ส่งผลเสียหายอย่างรุนแรงต่ออุตสาหกรรมใน  
สาขาเศรษฐกิจอื่น ๆ อย่างมาก โดยเฉพาะ  
สาขาเกษตรกรรม ซึ่งแสดงว่าอุตสาหกรรม  
ท่องเที่ยวยังมีโอกาสที่จะพัฒนาให้เจริญ  
ก้าวหน้าสืบต่อไป และจะยังผลประโยชน์  
ต่อเศรษฐกิจของประเทศในอนาคตเป็นอย่างดี

ดังนั้น ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยว  
ในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ  
ฉบับที่ 6 พ.ศ. 2530 - 2534 จึงได้กำหนด  
เป้าหมายและแผนงาน ตลอดจนกลยุทธ์  
ในการดำเนินงานไว้ โดยสรุปได้ดังต่อไปนี้

#### เป้าหมายในแผนพัฒนาการ ท่องเที่ยวฯ ฉบับที่ 6

โดยกำหนดเป้าหมายหลักในการเพิ่ม  
รายได้จากการท่องเที่ยว และให้ความสำคัญ  
กับการจ้างงานและการกระจายรายได้ไปสู่  
ท้องถิ่นควบคู่กันไปด้วย เป้าหมายที่สำคัญ  
คือ

- เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ  
ให้มีอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 7.0-7.5
- เพิ่มจำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว  
ต่างประเทศไม่ให้น้อยกว่า 5.5 วัน
- เพิ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของ  
นักท่องเที่ยวให้มีอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปี  
ร้อยละ 6.5 และ
- เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยให้  
เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น

#### แผนงานและโครงการพิเศษ

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการพัฒนา  
การท่องเที่ยวในระยะแผนฯ ฉบับที่ 6 ได้  
กำหนดการดำเนินงานภายใต้แผนงานสำคัญ  
5 แผนงานและโครงการพิเศษ 1 โครงการคือ  
แผนงานบำรุงรักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว  
แผนงานพัฒนาบริการท่องเที่ยว แผนงาน  
ส่งเสริมตลาดต่างประเทศ แผนงานส่งเสริม

ตลาดในประเทศ แผนงานปรับปรุงองค์กรและ  
ประสิทธิภาพการบริหารในอุตสาหกรรม  
ท่องเที่ยว และโครงการปีท่องเที่ยวไทยเป็น  
โครงการพิเศษ

#### กลยุทธ์การดำเนินงานในแผนพัฒนา การท่องเที่ยวฯ ฉบับที่ 6

1. แผนงานบำรุงรักษาและพัฒนาแหล่ง  
ท่องเที่ยว

- การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เน้นการ  
พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีระเบียบและ  
คุณภาพตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่  
ต่าง ๆ ที่ได้ทำการศึกษาไว้แล้ว 9 แผน  
รวม 15 จังหวัด คือ ภูเก็ต สงขลา/หาดใหญ่  
เชียงใหม่ กาญจนบุรี พิษณุโลก สุโขทัย  
กำแพงเพชร ตาก พิจิตร ชลบุรี/พัทยา ระยอง  
จันทบุรี ตรัง นครราชสีมา และสุราษฎร์ธานี/  
สมุย โดย ททท.จะดำเนินงานในด้านพัฒนา  
สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว  
ส่วนการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานขนาดใหญ่จะใช้  
วิธีประสานงานกับส่วนราชการอื่นที่เป็น  
หน่วยปฏิบัติ โดยผ่านทางสำนักงานคณะ  
กรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม  
แห่งชาติ นอกจากนี้จะสนับสนุนการร่วมลงทุน  
และความร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่นใน  
การพัฒนาพื้นที่ที่มีโอกาสทำรายได้ให้มี  
มากขึ้น เพื่อลดภาระการใช้จ่ายงบประมาณ  
ของรัฐบาลลง

- การพัฒนาสินค้าท่องเที่ยวในรูปแบบของ  
การจัดงานแสดง เน้นการจัดงานประเพณีขึ้น  
เป็นประจำตลอดปี โดยกำหนดระยะเวลาการ  
จัดงานให้แน่ชัดและจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยว  
เพื่อให้เผยแพร่โฆษณาเป็นการล่วงหน้า

- การเสริมสร้างงานใหม่ ๆ เน้นการ  
เสริมสร้างสินค้าท่องเที่ยวใหม่ โดยจะจัดให้มี  
งานแสดงและเสียง งานแสดงทางวัฒนธรรม  
ในบางพื้นที่เป็นการถาวร อาทิ อยุธยา  
สุโขทัย และกรุงเทพมหานคร เป็นต้น

2. แผนงานพัฒนาบริการท่องเที่ยว เน้น  
คุณภาพและมาตรฐานในการบริการ นักท่องเที่ยว  
อาทิ การอำนวยความสะดวกที่ทำอาภาคารยาน  
การรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว  
การสนับสนุนการจัดตั้งร้านค้าปลอดภาษี  
การพัฒนาสินค้าของที่ระลึกและสินค้า  
พื้นฐานเพื่อเพิ่มรายได้จากนักท่องเที่ยว  
และให้ถึงมือชาวบ้านโดยตรง

3. แผนงานส่งเสริมตลาดต่างประเทศ  
เน้นส่งเสริมในกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยว  
ต่างประเทศที่มีคุณภาพ ศักยภาพ และมี  
ส่วนแบ่งตลาดในลำดับที่สูง พร้อมทั้งแสวงหา



ตลาดใหม่ ๆ เพื่อชักจูงให้เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

4. แผนงานส่งเสริมตลาดในประเทศ เน้นส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะผู้มีรายได้สูง เพื่อให้คนไทยรู้จักประโยชน์ของการท่องเที่ยว และนิยมเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ นอกจากนี้ยังเป็นมาตรการสนับสนุนนโยบายนิยมไทยด้วย

5. แผนงานปรับปรุงองค์กรและประสิทธิภาพการบริหารในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เน้นการปรับโครงสร้างการบริหารของ ททท. ให้เข้ากับสถานการณ์ท่องเที่ยวและการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปัจจุบัน ตลอดจนสนับสนุนบทบาทการประสานงานระหว่างภาครัฐบาลและเอกชนอย่างต่อเนื่องจากแผนฯ ฉบับที่ 5

6. โครงการปีท่องเที่ยวไทย เน้นการเสริมสร้างและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศให้ได้ผลอย่างจริงจัง

## Direction & Substance of the 6th Plan

In reviewing the tourism situation and tourism development effort during the life of the 5th Plan, it can be seen that both external and internal factors which have had effect on Thailand have not been too serious one way or the other toward the tourism industry. On the contrary, other industries in the economy suffered considerably, especially in agriculture. Perhaps this is an indication that tourism has reasonable chance to be successfully developed and will continue to contribute toward the national economy in the future.

Based on this estimation, the tourism development plan in the 6th National Economic & Social Development Plan (1987-1991) calls for the following targets and plans as well as operational strategies:-

### Targets of the 6th Tourism Development Plan

The main targets are the increase of tourism revenue and emphasis on employment and distribution of income

to rural areas simultaneously.

Specifically, they include:-

- increase of foreign arrivals at an annual average of 7-7.5%.

- increase of average length of stay to a minimum of 5.5 days.

- increase tourist's average daily expenditure at an annual average rate of 6.5%, and

- increase the number of domestic tourists traveling within the country.

### Work Plans & Special Projects

In order to reach the tourism development targets under the 6th Plan, five work plans and one special project are decided on. They include the attractions maintenance and development plan, the tourism service development plan, overseas market promotion plan, domestic market promotion plan, organizational and management efficiency improvement plan for the industry, and the Visit Thailand Year project as a special feature.

### Operational Strategies

#### 1. Attraction Maintenance and Development

- stress is placed on developing well, organized and quality attractions in various locations on which nine tourism development plans have been made covering fifteen provinces, namely, Phuket, Songkhla/Hat Yai, Chiang Mai, Kanchanaburi, Phitsanulok, Sukhothai, Kamphangphet, Tak, Phichit, Chonburi/Pattaya, Rayong, Chandburi, Trad, Nakorn Ratchasima and Surat Thani/Samui. TAT Would handle the development of facilities in the destinations while the development of major basic structures would be effected through coordination with other official agencies acting the operating arm via the Office of the National Economic & Social Development Board. In addition, support would be given to joint investment and cooperation with local authorities in developing areas with potential to increase their income in order to lessen the budgetary burden by the central government.

- Souvenirs are to be promoted in the form of shows, with stress placed on organizing of traditional fairs throughout the year. The timing is to be definitely fixed and a tourism calendar produced to be used as advance publicity tools.

- In trying to create new jobs, it is intended to promote new tourism products such as light and sound shows, permanent cultural displays in locations such as Ayutthaya, Sukhothai and Bangkok.

2. The tourism service development plan emphasizes on quality and standard services for visitors, including facilitation at airports, security, support for establishment of more duty-free facilities, development of souvenirs and basic goods to increase tourism revenue and for the direct benefit of the people.

3. Emphasis in the overseas market promotion plan is placed on overseas targets of high quality, potential and market share, as well as on seeking new markets to induce them to visit Thailand in greater number.

4. The domestic market promotion plan is directed to the increase of domestic travel, particularly among high-earning groups, to make the Thais themselves more aware of the benefits from tourism and create preference to travel domestically. In addition, it will be a measure to support the "Thai First" policy.

5. The plan to improve the organization and management efficiency in the tourism industry will place accent on revising TAT's administrative structure to be more in line with prevailing tourism situation and expansion. It will also be a supportive measure toward the continuation of coordinated work between the public and private sectors from the 5th Plan.

6. The Visit Thailand Year project will stress the enhancement and development of tourism activities, the public relations and promotion of the country's tourism within and outside Thailand in an effective manner.



# สถานการณ์ท่องเที่ยวของประเทศไทย ปี 2528

## 1985 Tourism Situation

ในรอบปี 2528 ที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้ามาเยือนประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 2,438,270 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2527 ร้อยละ 3.9 ทั้งนี้เนื่องมาจากเศรษฐกิจของหลายภูมิภาคในโลกดีขึ้น เช่น ในยุโรป สหรัฐอเมริกา และเอเชีย สาเหตุที่สำคัญคือราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกเริ่มลดลง ประเทศอุตสาหกรรมใหญ่ 7 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ แคนาดา ญี่ปุ่น สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน ฝรั่งเศส อิตาลี ได้รับประโยชน์จากการลดราคาน้ำมันมากที่สุด การลดอัตราดอกเบี้ยในประเทศต่าง ๆ ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจโลกที่กำลังซบเซาให้กระเตื้องขึ้น อย่างไรก็ตามประเทศไทยหลายประเทศในเอเชีย เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ต้องเผชิญกับอัตราความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ลดลง แต่อินเดียนั้นมีเศรษฐกิจดีขึ้น ส่วนประเทศทางตะวันออกกลางเริ่มประสบปัญหาจากราคาน้ำมันตกต่ำทำให้เศรษฐกิจไม่เจริญเติบโตเท่าที่ควร ในปี 2528 นี้ นับว่าเป็นปีที่ประเทศส่วนใหญ่ในโลกได้ฟื้นจากภาวะเศรษฐกิจซบเซาต่อเนื่องจากปี 2527 กระนั้นก็ตามก็ตีปัญหาและอุปสรรคที่ทำให้การท่องเที่ยวไม่เติบโตเท่าที่ควรนั้นส่วนหนึ่งมาจากที่ยังมีรัฐบาลหลายประเทศเข้าแทรกแซงระบบการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพื่อผลทางด้านเศรษฐกิจ เช่น การเก็บภาษีเงินได้ การเพิ่มอัตราภาษีของสินค้านักท่องเที่ยว นำเข้าไป เป็นต้น แม้ว่าจะมีปัญหาและอุปสรรคดังกล่าว ทาง ททท. ได้พยายามรณรงค์ทางการตลาดการท่องเที่ยวมาตลอดปี

2528 โดยได้รับงบประมาณที่รัฐบาลให้เพิ่มเติมเป็นจำนวน 39 ล้านบาท ซึ่งทำให้การโฆษณาเผยแพร่ประเทศไทยเป็นไปได้อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้นกว่าแต่ก่อน ซึ่งจะมีผลสืบเนื่องไม่เฉพาะในปี 2528 แต่จะมีผลต่อไปปี 2529 อีกด้วย

### ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก

**มาเลเซีย** ในปี 2528 นักท่องเที่ยวมาเลเซียมีจำนวนทั้งสิ้น 553,830 คน ลดลงจากปี 2527 ในอัตราร้อยละ 3.26 สาเหตุสำคัญเนื่องมาจากเศรษฐกิจของมาเลเซียไม่ดีเท่าที่ควร เพราะราคาผลผลิตสำคัญของประเทศอันได้แก่ยางพารา ดีบุก และน้ำมันปาล์มมีราคาตกต่ำในตลาดโลก นอกจากนี้รัฐบาลมาเลเซียได้เพิ่มขึ้นขั้นตอนการทำบัตรผ่านแดน (Border Pass) ซึ่งอาศัยเวลานานกว่าแต่ก่อน อย่างไรก็ตาม คาดว่าในปี 2529 นักท่องเที่ยวจากมาเลเซียจะมีจำนวนมากกว่าเดิมเล็กน้อย ทั้งนี้เนื่องจากในปลายเดือนเมษายนปี 2529 รัฐบาลได้ยกเลิกการเก็บภาษีเงินได้ทางบกจากคนไทยที่จะเดินทางออกนอกประเทศ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าไทยมิได้มีท่าทีกีดกันประชาชนมิให้ออกเดินทางไปนอกประเทศอีกต่อไปแล้ว และคาดว่ารัฐบาลมาเลเซียคงจะผ่อนปรนมาตรการบางอย่างภายในประเทศบ้าง

**สิงคโปร์** ในปี 2528 นักท่องเที่ยวสิงคโปร์มีจำนวน 189,861 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2527 ในอัตราร้อยละ 9.09 เนื่องจากในปี 2528 สิงคโปร์ได้ประสบวิกฤตการณ์ด้านเศรษฐกิจที่รุนแรงที่สุดนับตั้งแต่สิงคโปร์ได้รับเอกราชในปี 2508 เป็นต้นมา จึงทำให้ชาวสิงคโปร์ต้องประหยัดเพิ่มขึ้น การเดินทางไปเที่ยวยุโรปและอเมริกา จำเป็นต้องงดและหันมาสนใจท่องเที่ยวประเทศเพื่อนบ้านเพิ่มขึ้นกว่าแต่ก่อน ดังนั้นประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศเพื่อนบ้านที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวมากมายและมีราคาปานกลางจึงได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ชาวสิงคโปร์ทวีความสนใจเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ นอกจากนี้กระทรวงคมนาคมได้อนุญาตเครื่องบินเช่าเหมาของบริษัท TRADEWINDS ให้บินตรงมาพำนักเป็นครั้งแรกนับว่าได้ช่วยให้ชาวสิงคโปร์ได้คุ้นเคยกับแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น คาดว่าในปี 2529 นักท่องเที่ยวสิงคโปร์จะเดินทางมาประเทศไทยเพิ่มขึ้น

**ฮ่องกง** ในปี 2528 นักท่องเที่ยวจากฮ่องกงที่ถือหนังสือเดินทาง (C.I.Holders)

และถือหนังสือเดินทางอังกฤษเดินทางเข้าประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 131,853 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2527 คิดเป็นอัตราร้อยละ 13.35 เนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจของฮ่องกงดีขึ้นและในปี 2528 นับว่าเป็นปีแรกของฮ่องกงที่ได้เปรียบดุลการค้าสูงถึง 3.73 พันล้านเหรียญฮ่องกง นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวของไทยเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวฮ่องกงที่มีรายได้ปานกลางที่นิยมพักผ่อนในที ๆ มีความสะดวก ครบครันและสามารถท่องเที่ยวรวมทั้งซื้อสินค้าราคาถูกได้ในเวลาเดียวกัน เช่น อาหาร ผลไม้ และเสื้อผ้าสำเร็จรูป เป็นต้น ในปี 2529 คาดว่านักท่องเที่ยวฮ่องกงจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจของฮ่องกงซึ่งคาดการณ์ว่าจะดีขึ้นเรื่อย ๆ

**ญี่ปุ่น** ในปี 2528 นี้ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีจำนวน 226,517 คน ลดลงจากปี 2527 ในอัตราร้อยละ 0.82 ซึ่งถือว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงยังน้อยมาก ชาวญี่ปุ่นมีฐานะทางเศรษฐกิจดีมากและเมื่อเดินทางท่องเที่ยวแล้วการท่องเที่ยวแต่ละครั้งจะต้องคุ้มค่างกับเงินที่เสียไป ดังนั้นชาวญี่ปุ่นมักจะเลือกเดินทางไปกับ ฮาวาย จีน และออสเตรเลีย ซึ่งคนญี่ปุ่นคาดว่ามิใช่สิ่งอำนวยความสะดวก ครบครันรวมทั้งอยู่ใกล้ประเทศญี่ปุ่นด้วย ส่วนประเทศไทยนั้น คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยรู้จักดีนักจึงทำให้ตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังดินแดนที่คุ้นเคยมากกว่า อย่างไรก็ตามในปี 2529 ทาง ททท. ได้รับงบประมาณโฆษณาเพิ่มเติมตามนิตยสาร สิ่งพิมพ์และโทรทัศน์ ซึ่งจะทำให้ชาวญี่ปุ่นได้รับความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยและมีความสนใจเพิ่มขึ้นกว่าแต่ก่อน คาดว่าจากการสนับสนุนทางด้านงบประมาณดังกล่าวจะทำให้นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่เดินทางมาประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นในปี 2529

**ออสเตรเลีย** ในปี 2528 นักท่องเที่ยวออสเตรเลียเดินทางมาประเทศไทยมีจำนวน 98,742 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2527 ในอัตราร้อยละ 21.31 นับว่านักท่องเที่ยวออสเตรเลียได้ตื่นตัวและสนใจมาเที่ยวเมืองไทยเพิ่มขึ้นในอัตราสูงกว่าทุก ๆ ปีที่เคยปรากฏมา ปัจจุบันทางด้านเศรษฐกิจก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ชาวออสเตรเลียมาประเทศไทย เนื่องจากค่าเงินดอลลาร์ของสหรัฐสูงขึ้นมากเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์ออสเตรเลีย เป็นผลให้ราคาค่าใช้จ่ายรายการนำเที่ยวระยะไกลไปยังยุโรปและอเมริกาเพิ่มสูงขึ้นประมาณร้อยละ 15 - 18 และร้อยละ 25 ตามลำดับ นักท่องเที่ยว



During the course of 1985, no less than 2,438,270 foreign visitors arrived in Thailand, a 3.9% increase over the previous year. This is due primarily to the improved economic conditions in many regions of the world such as Europe, the U.S. and Asia itself, resulting mainly from the lower cost of crude oil. Major industrialized nations, the U.S., United Kingdom, Canada, Japan, West Germany, France and Italy, all have benefited from this welcome development. In addition, lower interest rates in many countries have also helped to stimulate the stagnant world's economy.

Nevertheless, several countries in Asia, notably Singapore, Malaysia and Indonesia, had to face a slower rate of economic growth. On the other hand, India seemed to have improved on its economy. Further west, Middle Eastern powers were beginning to feel the pinch of low oil prices which have retarded their growth. All in all, 1985 may be considered a year of continued economic improvement since 1984. Still, there were difficulties and problems having adverse effect on tourism growth, one of which was the intervention by many governments on the international travel scene for economic reasons. These measures include the imposition of travel tax, increase on goods brought back by their nationals, etc. Despite such adverse factors, attempts by TAT have been carried out throughout 1985 on marketing campaigns utilizing the extra budget of Baht 39 million allocated by the government, which have helped to expand the extent of its publicity and advertising efforts and which should have reverberating effects not only during 1985 but also into the following year 1986.

**Asia and the Pacific**

During 1985, Malaysia provided some 553,830 visitors to Thailand, a decrease of 3.26% from the previous year. This was due mainly to the prevailing economic situation in that country as prices of its major exports such as rubber, tin and palm oil were rather low in world market. In addition, the Malaysian government introduced a new and longer process for application of border passes. Nevertheless, it is expected that Malaysian arrivals during 1986 will

improve somewhat as the Thai government in late April of 1986 rescinded the hitherto land travel tax on Thai travelers going abroad, a demonstration to our Malaysian friends that Thailand has no intention of hindering Thais traveling to other countries. It may help to the relaxation of certain measures by the Malaysian government.

**Singapore**

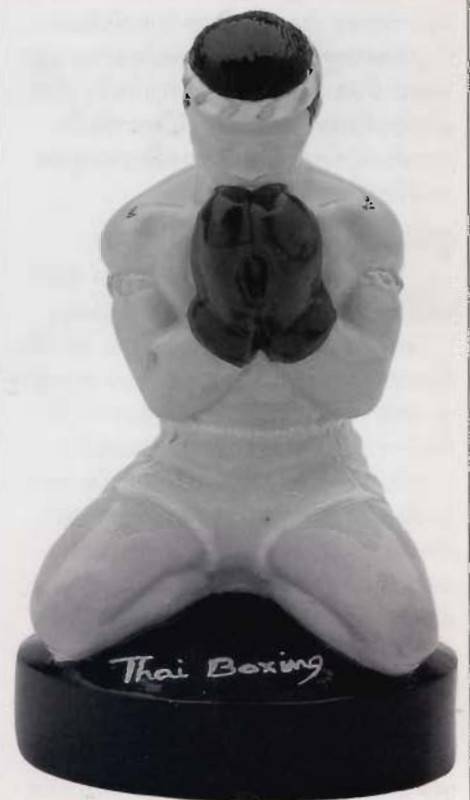
Some 189,861 Singaporean tourists visited Thailand during the year under review, an increase of 9.04% over the previous year. The main factor for the increase was probably the fact that because of its economic slump, the most serious since it became an independent state in 1965, the Singaporeans had to economize by cutting down on their usual vacations in Europe and America. They turned instead to neighboring countries. As a result, Thailand being abound with tourism resources and offering reasonable cost has gained more Singapore tourism business. In addition, the Trade Winds organization was able to obtain permission from the Ministry of Communications to operate chartered flights direct to Pattaya, which helped to boost Singapore's interest in new destinations in Thailand. It is expected that the number of arrivals will be even higher in 1986.

**Hong Kong**

C.I. and British passports holders from the Crown Colony numbered some 131,853 visitors to Thailand during 1985, an increase of 13.35% over 1984. The main reason was its improved economic condition which saw Hong Kong enjoying a surplus of HK\$ 3.73 billion for the first time in 1985. Another factor was that middle-income Hong Kong tourists tend to prefer Thailand where facilities, tour and shopping opportunities can be enjoyed at reasonable rates. Their favorite shopping items seemed to be fruits, food and ready-made clothes. Because of the expected continuation of favorable economic situation, there should be an increase in the number of Hong Kong visitors during 1986.

**Japan**

During the year under review, Japan sent some 226,517 visitors to Thailand, a very slight decrease of 0.82%.





ออสเตรเลียในช่วงนี้จึงหันมาท่องเที่ยวในแถบเอเชียมากขึ้น คาดว่าในปี 2529 นักท่องเที่ยวออสเตรเลียจะมีจำนวนเพิ่มขึ้น เนื่องจากชาวออสเตรเลียมีภาพพจน์เกี่ยวกับประเทศไทยดีขึ้นและสายการบินแควนตัสได้เสนออัตราค่าเครื่องบินต่ำลงกว่าแต่ก่อน รวมทั้งเสนอรายการนำเที่ยวราคาถูกมายังภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้วย

### ภูมิภาคตะวันออกกลาง

นักท่องเที่ยวชาวอู่อาระเบียเดินทางเข้าประเทศไทยในปี 2528 จำนวน 57,504 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2528 ร้อยละ 1.92 เศรษฐกิจของประเทศซาอุดีอาระเบียไม่รุ่งโรจน์เท่าปีที่ผ่านมาจาก OPEC ไม่สามารถตรึงราคาน้ำมันให้อยู่ในระดับสูงกว่าแต่ก่อนได้ ดังนั้นนักท่องเที่ยวซาอุดีอาระเบียจึงได้เริ่มเปลี่ยนแบบแผนการเดินทางจากประเทศที่เคยเป็นจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยวเช่นกลุ่มประเทศยุโรป บางประเทศในแถบอัฟริกาและตะวันออกกลางมาเป็นกรท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันออกไกล ทั้งนี้เนื่องจากเสียค่าใช้จ่ายต่ำกว่า และได้รับความสนุกสนาน สะดวกสบายจากบริการทางการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ ส่วนนักท่องเที่ยวจากประเทศคูเวตในปี 2528 มีจำนวนทั้งสิ้น 11,202 คน ลดลงจากปี 2527 ในอัตราร้อยละ 7.6 ประเทศคูเวตเองก็ประสบปัญหาเศรษฐกิจโดยขาดดุลงบประมาณราว 1,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คาดว่าในปี 2529 นักท่องเที่ยวจากซาอุดีอาระเบียจะเพิ่มขึ้นกว่าเดิมเล็กน้อย ส่วนนักท่องเที่ยวจากคูเวตจะมีอัตราใกล้เคียงกับปี 2528

### ภูมิภาคยุโรป

สหราชอาณาจักร ในปี 2528 มีนักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักรเดินทางมาประเทศไทยเป็นจำนวน 81,635 คน โดยเพิ่มขึ้นจากปี 2527 ในอัตราร้อยละ 9.09 เศรษฐกิจของสหราชอาณาจักรเริ่มดีขึ้นหลังจากที่ได้ฟื้นตัวจากการผละงานของคณงานเหมืองถ่านหินในปี 2527 อย่างไรก็ตาม เนื่องจากนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรที่เดินทางมาประเทศไทยนั้นส่วนใหญ่จะอาศัยอยู่แถบลอนดอนและทางตะวันออกเฉียงใต้ของเกาะอังกฤษ ซึ่งการผละงานของคณงานเหมืองถ่านหินมิได้มีผลกระทบโดยตรงมากนัก ประเทศไทยนั้นในขณะนั้นนับว่ามีความสงบเรียบร้อยและความปลอดภัยดีกว่าประเทศอินเดียและศรีลังกาที่เคยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของชาวอังกฤษ นอกจากนี้ประเทศ

ไทยยังมีที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกมาตรฐานมากมาย ซึ่งตรงกับความต้องการประการสำคัญของนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักร ด้วยเหตุผลดังกล่าวมาข้างต้นจึงทำให้ชาวอังกฤษเดินทางมาประเทศไทยเพิ่มขึ้น และคาดว่าในปี 2529 จะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกับปีก่อน

**เยอรมันตะวันตก** ในปี 2528 นักท่องเที่ยวจากเยอรมันตะวันตกเดินทางมาประเทศไทยเป็นจำนวน 96,473 คน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2527 ในอัตราร้อยละ 3.76 ประเทศไทยยังคงติดอันดับแรกในแถบเอเชียและแปซิฟิกที่มีนักท่องเที่ยวเยอรมันเข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ฮอลแลนด์ และสิงคโปร์ ประเทศไทยได้เปรียบที่ระยะทางใกล้กว่าประเทศทั้งสองและมีชายหาดซึ่งเป็นที่ถักใจของชาวเยอรมัน โดยเฉพาะพัทยา ส่วนแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น หัวหิน ชะอำ ภูเก็ต และเกาะสมุยยังไม่เป็นที่รู้จักเท่าไรนัก อย่างไรก็ตามคาดว่านักท่องเที่ยวจากเยอรมันจะเข้ามาประเทศไทยเพิ่มขึ้นในปี 2529 เพราะเศรษฐกิจเอื้ออำนวยให้มากกว่าปี 2528 นอกจากนี้ ททท.และธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชนได้ไปร่วมงานเผยแพร่การท่องเที่ยวในงานส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเมืองที่สำคัญต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องอยู่เสมอ

**ฝรั่งเศส** นักท่องเที่ยวจากฝรั่งเศสเดินทางมาประเทศไทยในปี 2528 มีจำนวน 70,063 คน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2527 ในอัตรา ร้อยละ 18.76 เศรษฐกิจของฝรั่งเศสในปี 2528 นั้นเริ่มฟื้นตัว จึงทำให้ชาวฝรั่งเศสที่มีฐานะค่อนข้างดีเริ่มออกเดินทางท่องเที่ยวทั้งในระยะใกล้และระยะไกล เช่น ทวีปเอเชีย ประเทศไทยได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวฝรั่งเศสมาก เนื่องจากประเทศไทยนั้นมีศิลปะและวัฒนธรรม รวมทั้งโบราณสถานเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวฝรั่งเศส ซึ่งมีความสนใจพิเศษทางด้านวัฒนธรรมค่อนข้างมากกว่าชาติอื่น ๆ ในยุโรป นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีชายทะเลที่สวยงามและสวยงามตรงกับรสนิยมของชาวฝรั่งเศส ที่นิยมสถานพักผ่อนที่ค่อนข้างสันโดษ รายการท่องเที่ยวทางเหนือ เช่น เชียงใหม่ เชียงราย และสามเหลี่ยมทองคำ ก็ได้รับความนิยมสูงด้วยเช่นกัน ประเทศไทยได้เปรียบกว่าประเทศเพื่อนบ้านในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้วยเหตุว่า การเดินทางจากฝรั่งเศสมาประเทศไทยใช้งบประมาณน้อยกว่า ไปยังประเทศอื่น ๆ ในแถบเดียวกัน คาดว่าในปี 2528 นักท่องเที่ยวฝรั่งเศสจะเดินทาง

มาประเทศไทยมากกว่าปีก่อน เนื่องจากมีแนวโน้มว่าเศรษฐกิจของฝรั่งเศสจะดีขึ้น เนื่องจากราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกลดลง

**อิตาลี** ในปี 2528 นักท่องเที่ยวจากอิตาลีเดินทางเข้ามาในประเทศไทยทั้งหมด 43,194 คน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2527 คิดเป็นอัตราร้อยละ 10.66 ทั้งนี้เนื่องมาจากบริษัทจัดรายการท่องเที่ยวของอิตาลีเสนอรายการท่องเที่ยวเข้ามายังประเทศหลายราย รัฐบาลอิตาลีสามารถทำให้อัตราเงินเฟ้อลดลงได้ต่ำกว่าร้อยละ 10 ทำให้ค่าใช้จ่ายชาวอิตาลีเงินไม่เปลี่ยนแปลงมากมายนัก จึงมีผลให้ชาวอิตาลีเริ่มมีเงินสะสมสำหรับใช้จ่ายท่องเที่ยวได้แน่นอนยิ่งขึ้นในปี 2529 นักเศรษฐศาสตร์ได้คาดการณ์ว่าเศรษฐกิจของอิตาลีมีอัตราใกล้เคียงกับปี 2528 จึงทำให้สถานการณ์คล้ายกับปีก่อน คาดว่านักท่องเที่ยวอิตาลีในปี 2529 จะมาเที่ยวประเทศไทยมากขึ้นกว่าปี 2528

### ภูมิภาคอเมริกา

**สหรัฐอเมริกา** ในปี 2528 มีนักท่องเที่ยวอเมริกันเดินทางมาประเทศไทยเป็นจำนวน 150,765 คน โดยเพิ่มขึ้นจากปี 2527 ในอัตรา ร้อยละ 9.6 ทั้งนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาฟื้นตัวขึ้นต่อเนื่องกันมาเป็นปีที่ 3 ในช่วงปี 2527 ถึงต้นปี 2528 นั้น ค่าเงินเหรียญอเมริกันได้ลดลงเรื่อย ๆ ดังนั้นการจับจ่ายใช้สอยเพื่อเดินทางไปต่างประเทศ โดยเฉพาะในแถบยุโรปย่อมจะสิ้นเปลืองมากกว่าแต่ก่อน ชาวอเมริกันจึงหันมาท่องเที่ยวในประเทศที่เงินเหรียญสหรัฐยังคงมีค่าไม่เปลี่ยนแปลงเท่าไรนัก เช่น ประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมทั้งได้เกิดเหตุการณ์ร้ายเกี่ยวข้องโดยตรงกับชาวอเมริกันที่เดินทางท่องเที่ยวในยุโรป เช่น การจี้เครื่องบินและเรือโดยสาร ชาวอเมริกันจึงพยายามหลีกเลี่ยงการเดินทางไปยุโรปและหันมาทางเอเชียเพิ่มขึ้น คาดว่าในปี 2529 นักท่องเที่ยวอเมริกันจะเดินทางมาประเทศไทยเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยมิได้มีเหตุการณ์ก่อการร้ายรุนแรงเท่าในยุโรป ประกอบกับสายการบินยุโรปในเดิต แอ์ไลน์ ได้เริ่มดำเนินการบินตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2529 ซึ่งจะเปิดเส้นทางกรุงเทพฯ - ไทเป - โตเกียว - นิวยอร์ก และเส้นทางกรุงเทพฯ - ไทเป - ซานฟรานซิสโก และลอสแอนเจลิส ซึ่งได้เชื่อมการเดินทางจากภาคตะวันออกและภาคตะวันตกของประเทศสหรัฐอเมริกาให้คล่องตัวยิ่งขึ้น



ตารางที่ 1 ตุลาคมท่องเที่ยวในระยะเวลาปี พ.ศ. 2520-2528

ปี	รายรับจากการท่องเที่ยว	มูลค่า (ล้านบาท)	
		รายจ่ายด้านการท่องเที่ยว ของคนไทย	ตุลาคมท่องเที่ยว
2520	4,607	3,184	+ 1,423
2521	8,894	3,579	+ 5,315
2522	11,232	4,648	+ 6,584
2523	17,765	4,989	+12,776
2524	21,455	6,027	+15,428
2525	23,879	6,151	+17,728
2526	25,050	7,896	+17,154
2527	27,317	7,208	+20,109
2528	31,768	7,587	+24,181

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบรายได้จากการท่องเที่ยวจากต่างประเทศกับรายได้จากสินค้าออกที่สำคัญของประเทศไทย พ.ศ. 2524-2528

ลำดับ	2524		2525		2526		2527		2528	
	สินค้าออก	มูลค่า (ล้านบาท)	สินค้าออก	มูลค่า (ล้านบาท)	สินค้าออก	มูลค่า (ล้านบาท)	สินค้าออก	มูลค่า (ล้านบาท)	สินค้าออก	มูลค่า (ล้านบาท)
1.	ข้าว	26,367	การท่องเที่ยว	23,879	การท่องเที่ยว	25,050	การท่องเที่ยว	27,317	การท่องเที่ยว	31,768
2.	การท่องเที่ยว	21,455	ข้าว	22,504	ข้าว	20,157	ข้าว	25,932	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	23,575
3.	มันสำปะหลัง	16,446	มันสำปะหลัง	19,869	มันสำปะหลัง	15,387	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	19,155	ข้าว	22,523
4.	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	12,531	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	14,049	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	14,351	มันสำปะหลัง	16,600	มันสำปะหลัง	14,978
5.	ยาง	10,840	น้ำตาล	12,933	ยาง	11,787	ยาง	13,004	ยาง	13,567
6.	น้ำตาล	9,571	ยาง	9,490	ข้าวโพด	8,486	ข้าวโพด	10,147	แผงวงจรไฟฟ้า	8,231
7.	ดีบุก	9,091	ข้าวโพด	8,330	อัญมณี	7,489	แผงวงจรไฟฟ้า	7,352	ข้าวโพด	7,700

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

2528 : ตัวเลขเบื้องต้น

ตารางที่ 3 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน รายได้และการขาดดุลการชำระเงินของประเทศไทย พ.ศ. 2520-2528

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (คน)	อัตราการเปลี่ยนแปลง	รายรับจากการท่องเที่ยวจากต่างประเทศ (ล้านบาท)	อัตราการเปลี่ยนแปลง	ดุลการค้าและบริการที่ไม่รวมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (ล้านบาท)	ดุลการค้าและอุตสาหกรรมที่รวมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (ล้านบาท)	ร้อยละของส่วนที่ขาดดุลการขาดดุล
2520	1,220,672	+11.12	4,607	+15.56	-24,617	-23,194	6.1
2521	1,453,839	+19.10	8,894	+93.05	-29,576	-24,261	21.9
2522	1,591,455	+ 9.47	11,232	+26.29	-50,399	-43,815	15.0
2523	1,858,801	+16.80	17,765	+58.16	-59,616	-46,840	27.2
2524	2,015,615	+ 8.44	21,455	+20.77	-75,167	-59,739	25.8
2525	2,218,429	+10.06	23,879	+11.29	-45,070	-27,342	64.8
2526	2,191,003	- 1.24	25,050	+ 4.90	-89,633	-72,479	23.6
2527	2,346,709	+ 7.11	27,317	+ 9.05	-73,705	-53,596	37.5
2528	2,438,270	+ 3.90	31,768	+16.29	-71,245	-47,064	51.4

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย



The normally well-off Japanese usually want to make sure that what they spend would be worth it and therefore tend to go to Guam, Hawaii, China and Australia where they expect to have complete facilities and which are quite close to Japan. The fact that Thailand is not yet widely known among Japanese is another reason they tend to visit more familiar destinations. However, during 1986 the additional budget allocated to TAT will be spent to publicize Thailand in publications and over television networks, which should help to create more awareness and interest on Thailand in the Japanese market. It is expected that the impact from the additional budget wisely spent would induce more Japanese to visit this country in 1986.

**Australia**

Some 98,742 Australians visited Thailand in 1985, a satisfactory increase of 21.31%, which attests to the fact that more and more Australians have paid greater interest in this country. The increase may also be attributed to the higher value of the U.S. dollar over Australian dollar, raising the cost of long-haul visits to Europe and the U.S. to adding some 15 to 18% and up to 25% to the cost of long-haul visits to Europe and U.S. respectively. As a result, Australians paid more attention to Asian destinations during the year. It is expected that 1986 will see a continuation of this improvement as Australians now have a better image of Thailand, plus the fact that Qantas has introduced a lower air fare structure as well as an economical package deal to Southeast Asia.

**The Middle East**

There were 57,504 Saudi Arabian tourists to Thailand in 1985, an increase of 1.92%. The Saudi economic situation was not so rosy as in the past as OPEC was unable to stabilize oil prices at a higher level. Consequently, Saudi travelers began to revise their normal habit of visiting formerly popular destinations in Europe and some countries in Africa and in the Middle East itself and turned to the Far East instead where cost is lower and where they can have more fun, facilities and services. On the other hand, Kuwait registered only 11,202 visitors, down 7.6%, as it also

faced economic problems in that its balance of trade was some US\$1 billion into the red. For 1986, it is expected the number of Saudi tourists would increase slightly while those from Kuwait would remain more or less the same.

**Europe**

The **United Kingdom** produced 81,635 arrivals to Thailand in 1985, an increase of 9.09%. British economy took a turn for the better, recovering from the repercussions of the miners' strikes in 1984. However, most of the U.K. tourists visiting Thailand came from near London and in Southeast England where effects from the strikes were not directly felt. The prevailing condition in Thailand, compared to India and Sri Lanka, its traditional destinations, was stable and safe. In addition, Thailand boasts adequate standard accommodation and facilities, the major requirements by the U.K. tourists. All these factors combined to persuade more British travelers to Thailand. 1986 should see the continuation of the upswing trend.

During the same period under review, **West Germany** sent some 96,473 visitors to Thailand, an increase of 3.76% over the previous year. Thailand remained the top destination with West German tourists among destinations in the Asia/Pacific region, followed by Hong Kong and Singapore. The advantages of Thailand are the shorter traveling distance and the beach scenes highly popular with the Germans, particularly Pattaya. But other beach resorts such as Hua Hin, Cha-am, Phuket and Samui are still relatively undiscovered. In any case, it is expected that the number of West German arrivals in 1986 will be more than that in 1985 as the new year seems to be more favorable in terms of economy. Moreover, the steady series of promotion undertaken by TAT and the private sector in this market should yield considerable returns in 1986.

70,063 visitors from **France** visited Thailand during 1985, an increase of 18.76%. The improved economic condition in that country in that year resulted in the upper-middle class taking more short and long-haul trips. Thailand is one of the more popular destinations among French visitors who are more

than other nationalities have great interest in the arts and culture as well as ancient monuments, which Thailand has in abundance. In addition, they also prefer quiet and scenic beach areas of Thailand and are interested in visits to the northern region, with Chiang Mai, Chiang Rai and the Golden Triangle being the top destinations. Another advantage Thailand has over its neighbors is the less expensive traveling cost. The continued upswing trend in the French economy should ensure another increase in arrivals from France in 1986.

Arrivals from **Italy** in 1985 numbers some 43,194 an increase of 10.66%. Main factors include the variety of package tours offered by Italian travel agents and the fact that its ability to hold inflation at lower than 10% had a stabilizing effect on maintaining the level of expenses, with the result that Italians were able to save more for traveling. Economists predict that the Italian economy would maintain its 1985 status, thus should help to increase the number of arrivals from that market.

**The Americas**

U.S. travelers to Thailand in 1985 numbered 150,765, an increase of 9.6% over the previous year. This was partly due to the third successive year that the U.S. economy has enjoyed a revival and partly due to the fact that with a lower dollar visits to traditional destinations in Europe would cost much more. Most U.S. tourists therefore turned to where their money's value remained more or less the same as before, namely, the Southeast Asian region. Moreover, terrorist acts perpetrated against U.S. citizens traveling in Europe had a daunting effect on their desire to go to Europe. The alternative was Asia. It is expected that 1986 would see more U.S. visitors to Thailand, as the country is a secure destination compared to the Continent. In addition, the air network from the U.S. to Thailand would be given a welcome boost with United Airlines operating its Bangkok-Taipei-Tokyo-New York and Bangkok-Taipei-San Francisco and Los Angeles routes, providing a more flexible linkage between this region and the East and West Coasts of the United States.



ตารางที่ 1 คุณการท่องเที่ยวในระยะปี พ.ศ. 2520-2528

ปี	รายรับจากการท่องเที่ยว	รายจ่ายด้านการท่องเที่ยว	
		ของคนไทย	คุณการท่องเที่ยว
2520	4,607	3,184	+ 1,423
2521	8,894	3,579	+ 5,315
2522	11,232	4,648	+ 6,584
2523	17,765	4,989	+12,776
2524	21,455	6,027	+15,428
2525	23,879	6,151	+17,728
2526	25,050	7,896	+17,154
2527	27,317	7,208	+20,109
2528	31,768	7,587	+24,181

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบรายได้จากการท่องเที่ยวจากต่างประเทศกับรายได้จากสินค้าออกที่สำคัญของประเทศไทย พ.ศ. 2524-2528

ลำดับ	2524		2525		2526		2527		2528	
	สินค้าออก	มูลค่า (ล้านบาท)	สินค้าออก	มูลค่า (ล้านบาท)	สินค้าออก	มูลค่า (ล้านบาท)	สินค้าออก	มูลค่า (ล้านบาท)	สินค้าออก	มูลค่า (ล้านบาท)
1.	ข้าว	26,367	การท่องเที่ยว	23,879	การท่องเที่ยว	25,050	การท่องเที่ยว	27,317	การท่องเที่ยว	31,768
2.	การท่องเที่ยว	21,455	ข้าว	22,504	ข้าว	20,157	ข้าว	25,932	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	23,575
3.	มันสำปะหลัง	16,446	มันสำปะหลัง	19,869	มันสำปะหลัง	15,387	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	19,155	ข้าว	22,523
4.	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	12,531	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	14,049	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	14,351	มันสำปะหลัง	16,600	มันสำปะหลัง	14,978
5.	ยาง	10,840	น้ำตาล	12,933	ยาง	11,787	ยาง	13,004	ยาง	13,567
6.	น้ำตาล	9,571	ยาง	9,490	ข้าวโพด	8,486	ข้าวโพด	10,147	แผงวงจรไฟฟ้า	8,231
7.	ดีบุก	9,091	ข้าวโพด	8,330	อัญมณี	7,489	แผงวงจรไฟฟ้า	7,352	ข้าวโพด	7,700

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

2528 : ตัวเลขเบื้องต้น

ตารางที่ 3 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน รายได้และการขดเชยคุณการชำระหนี้เงินของประเทศไทย พ.ศ. 2520-2528

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (คน)	อัตราการเปลี่ยนแปลง	รายรับจากการท่องเที่ยวจากต่างประเทศ (ล้านบาท)	อัตราการเปลี่ยนแปลง	คุณการชำระหนี้เงินที่รวม อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (ล้านบาท)	คุณการชำระหนี้เงินที่รวมอุตสาหกรรมที่รวมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (ล้านบาท)	ร้อยละของส่วนที่ขดเชยการขาดดุล
2520	1,220,672	+11.12	4,607	+15.56	-24,617	-23,194	6.1
2521	1,453,839	+19.10	8,894	+93.05	-29,576	-24,261	21.9
2522	1,591,455	+ 9.47	11,232	+26.29	-50,399	-43,815	15.0
2523	1,858,801	+16.80	17,765	+58.16	-59,616	-46,840	27.2
2524	2,015,615	+ 8.44	21,455	+20.77	-75,167	-59,739	25.8
2525	2,218,429	+10.06	23,879	+11.29	-45,070	-27,342	64.8
2526	2,191,003	- 1.24	25,050	+ 4.90	-89,633	-72,479	23.6
2527	2,346,709	+ 7.11	27,317	+ 9.05	-73,705	-53,596	37.5
2528	2,438,270	+ 3.90	31,768	+16.29	-71,245	-47,064	51.4

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย



Table 1 Balance of tourism revenue for the period of 1977-1985

(Million Baht)

Year	Tourism Revenue	Thai's Tourism Expenditure	Balance of Tourism Revenue
1977	4,607	3,184	+ 1,423
1978	8,894	3,579	+ 5,315
1979	11,232	4,648	+ 6,584
1980	17,765	4,989	+12,776
1981	21,455	6,027	+15,428
1982	23,879	6,151	+17,728
1983	25,050	7,896	+17,154
1984	27,317	7,208	+20,109
1985	31,768	7,587	+24,181

SOURCE OF DATA : BANK OF THAILAND

Table 2 Comparison between revenue from international tourism and from important export of Thailand for the period of 1981-1985

No.	1981		1982		1983		1984		1985	
	Export	Value (Million Baht)	Export	Value (Million Baht)	Export	Value (Million Baht)	Export	Value (Million Baht)	Export	Value (Million Baht)
1.	Rice	26,367	Tourism	23,879	Tourism	25,050	Tourism	27,317	Tourism	31,768
2.	Tourism	21,455	Rice	22,504	Rice	20,157	Rice	25,932	Textile Products	23,575
3.	Tapioca	16,446	Tapioca	19,869	Tapioca	15,387	Textile Products	19,155	Rice	22,523
4.	Textile Products	12,531	Textile Products	14,049	Textile Products	14,351	Tapioca	16,600	Tapioca	14,978
5.	Rubber	10,840	Sugar	12,933	Rubber	11,787	Rubber	13,004	Rubber	13,567
6.	Sugar	9,571	Rubber	9,490	Maize	8,486	Maize	10,147	Integrated circuits	8,231
7.	Tin	9,091	Maize	8,330	Precious Stones	7,489	Integrated circuits	7,352	Maize	7,700

SOURCE OF DATA : BANK OF THAILAND

1985 : Preliminary Data

Table 3 Number of International Tourists, Revenue and Expenditure Balance Compensation of Thailand During the Period of 1977-1985

Year	Number of International Tourists (Person)	Rate of Exchange	International Tourism Revenue (Million Baht)	Rate of Exchange	Trade Balance and Service Excluding Travel Industry (Million Baht)	Trade Balance and Industry Including Travel Industry (Million Baht)	Percentage of Balance Compensation
1977	1,220,672	+11.12	4,607	+15.56	-24,617	-23,194	6.1
1978	1,453,839	+19.10	8,894	+93.05	-29,576	-24,261	21.9
1979	1,591,455	+ 9.47	11,232	+26.29	-50,399	-43,815	15.0
1980	1,858,801	+16.80	17,765	+58.16	-59,616	-46,840	27.2
1981	2,015,615	+ 8.44	21,455	+20.77	-75,167	-59,739	25.8
1982	2,218,429	+10.06	23,879	+11.29	-45,070	-27,342	64.8
1983	2,191,003	- 1.24	25,050	+ 4.90	-89,633	-72,479	23.6
1984	2,346,709	+ 7.11	27,317	+ 9.05	-73,705	-53,596	37.5
1985	2,438,270	+ 3.90	31,768	+16.29	-71,245	-47,064	51.4

SOURCE OF DATA : BANK OF THAILAND



ตารางที่ 4 รายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ พ.ศ. 2528  
Table 4 Revenue from International Tourism 1985

ประเทศของนักท่องเที่ยว Country of Residence	จำนวน No. of Arrivals	ระยะ เวลาพำนักเฉลี่ย Average Length of Stay	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน Average Expenditures Person/Day		รายได้จากการท่องเที่ยว Revenue	
			บาท Baht	เหรียญสหรัฐ U.S.\$	ล้านบาท Million Baht	ล้านเหรียญสหรัฐ Million U.S.\$
รวมทั้งหมด Total	2,438,270	5.58	2,334.92	86.06	31,767.86	1,170.95
อเมริกาเหนือ North America	180,742	6.25	3,139.60	115.72	3,546.63	130.73
แคนาดา Canada	29,977	7.46	1,973.91	72.76	441.42	16.27
สหรัฐอเมริกา U.S.A.	150,765	6.01	3,427.02	126.32	3,105.21	114.46
ยุโรป Europe	455,329	8.73	1,709.26	63.00	6,794.33	250.44
ฝรั่งเศส France	70,063	9.20	1,470.50	54.20	947.85	34.94
เยอรมันตะวันตก W.Germany	96,473	10.69	1,357.14	50.02	1,399.61	51.59
อิตาลี Italy	43,194	6.74	2,101.30	77.45	611.75	22.55
เนเธอร์แลนด์ Netherlands	26,583	8.17	1,833.43	67.58	398.19	14.68
สวิตเซอร์แลนด์ Switzerland	32,602	10.19	1,968.68	72.56	654.02	24.11
อังกฤษ U.K.	81,635	7.55	1,762.65	64.97	1,086.40	40.04
× ประเทศยุโรปอื่น ๆ Other Europe	104,779	8.02	2,018.87	74.41	1,696.51	62.53
ตะวันออกกลาง Middle East	127,441	9.26	4,222.86	155.65	4,983.41	183.69
เอเชียและแปซิฟิก Asia & Pacific	1,650,782	4.36	2,234.47	82.36	16,082.42	592.79
ออสเตรเลีย Australia	98,742	6.61	2,400.10	88.47	1,566.51	57.74
จีนและไต้หวัน China & Taiwan	96,483	5.54	2,129.35	78.49	1,138.17	41.95
ฮ่องกง Hong Kong	131,853	6.55	1,642.07	60.53	1,418.15	52.27
อินเดีย India	120,170	3.80	2,080.24	76.68	949.93	35.01
ญี่ปุ่น Japan	226,517	3.98	2,746.34	101.23	2,475.93	91.26
มาเลเซีย Malaysia	553,830	3.35	1,940.48	71.53	3,600.23	132.70
นิวซีแลนด์ New Zealand	8,865	7.87	1,451.73	53.51	101.28	3.73
ฟิลิปปินส์ Philippines	32,028	3.59	2,965.06	109.29	340.92	12.56
สิงคโปร์ Singapore	189,861	4.56	2,294.85	84.59	1,986.80	73.23
× ประเทศเอเชียและแปซิฟิกอื่น ๆ Other Asia & Pacific	192,433	4.60	2,829.33	104.29	2,504.50	92.31
√ ประเทศอื่น ๆ ในโลก Other Countries	23,976	4.77	3,157.16	116.37	361.07	13.30

หมายเหตุ : อัตราแลกเปลี่ยน : 1 เหรียญสหรัฐ = 27.13 บาท

ที่มา : ข้อมูลจากโครงการสำรวจค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ พ.ศ. 2527 โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Note : Exchange rate : US\$ 1 = Bht. 27.13

Source of Data : Estimated Expenditures based on a Tourist Consumption Expenditures Survey 1984, conducted by Tourism Authority of Thailand.



ตารางที่ 5 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย  
ต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว (พ.ศ. 2512-2528)

Table 5 Number of International Tourist Arrivals, Average Length of Stay, Average Expenditure  
Per Person Per Day and Revenue from Tourism (1969-1985)

พ.ศ.	ค.ศ.	จำนวน นักท่องเที่ยว	% เพิ่ม-ลด	ระยะเวลา พำนักเฉลี่ย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน (บาท)	รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)	% เพิ่ม-ลด
Year B.E.	A.D.	Number of International Tourist Arrivals	% Change	Average Length of Stay	Average Expenditure Per Person Per Day (Baht)	Revenue from International Tourism (Million Baht)	% Change
2512	1969	469,784	+ 24.52	4.88	600.00	1,770	+ 45.08
2513	1970	628,671	+ 33.82	4.82	765.19	2,175	+ 22.88
2514	1971	638,738	+ 1.60	4.87	765.19	2,214	+ 1.79
2515	1972	820,758	+ 28.50	4.93	765.19	2,718	+ 22.76
2516	1973	1,037,737	+ 26.43	4.70	765.19	3,457	+ 27.18
2517	1974	1,107,392	+ 6.71	4.83	765.45	3,852	+ 11.42
2518	1975	1,180,075	+ 6.56	5.07	765.45	4,538	+ 17.50
2519	1976	1,098,442	- 6.19	5.09	765.45	3,990	- 12.08
2520	1977	1,220,672	+ 11.12	4.51	836.40	4,607	+ 15.56
2521	1978	1,453,839	+ 19.10	4.84	1,263.80	8,894	+ 93.05
2522	1979	1,591,455	+ 9.47	5.09	1,386.51	11,232	+ 26.29
2523	1980	1,858,801	+ 16.80	4.90	1,950.92	17,765	+ 58.16
2524	1981	2,015,615	+ 8.44	4.95	2,146.00	21,455	+ 20.77
2525	1982	2,218,429	+ 10.06	4.79	2,248.11	23,879	+ 11.29
2526	1983	2,191,003	- 1.24	4.91	2,328.56	25,050	+ 4.90
2527	1984	2,346,709	+ 7.11	5.47	2,127.32	27,317	+ 9.05
2528	1985	2,438,270	+ 3.90	5.58	2,334.92	31,768	+ 16.29



# รายชื่อและสถานที่ตั้งสำนักงาน ททท. List & Address of TAT Offices

## สำนักงานใหญ่

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย  
ถนนราชดำเนินนอก กรุงเทพฯ 10100  
โทร. 2821143-7, 2813188  
โทรเลขย่อ TOT กรุงเทพฯ  
เทเล็กซ์ 72059 TAT BKK TH  
สถาบันฝึกอบรมวิชาการโรงแรม  
และการท่องเที่ยว  
บางแสน อำเภอเมือง  
จังหวัดชลบุรี 20130  
โทร. (038) 377008, 376029  
ศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว  
(ตำรวจท่องเที่ยว)  
สำนักงานใหญ่  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย  
โทร. 2810372, 2815051

## สถานตากอากาศ ททท.

- สนามกอล์ฟบางพระ  
45 หมู่ 6 อำเภอศรีราชา  
จังหวัดชลบุรี 20210  
โทร. (038) 311149, 311321  
- โรงแรมเขาใหญ่  
ตู้ ป.ณ. 11 อำเภอปากช่อง  
จังหวัดนครราชสีมา 30130  
โทร. 2352175-85 ต่อ 3017  
- จองสถานที่พักได้ที่ :  
สำนักงานใหญ่  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย  
โทร. 2813041, 2825209

## สำนักงานต่างประเทศ

- สำนักงานนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา  
5 World Trade Center,  
Suite No. 2449 New York.  
N.Y. 10048 U.S.A.  
โทร. (212) 4320433  
โทรเลขย่อ  
"THAITOUR NEW YORK"  
เทเล็กซ์ 667612 TOT UW.  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนพฤษภาคม 2508
- สำนักงานลอสแอนเจลิส สหรัฐอเมริกา  
3440 Wilshire Blvd...Suite 1101  
Los Angeles, California 90010  
U.S.A.  
โทร. (213) 382-2353-55  
โทรเลขย่อ  
"THAITOUR LOS ANGELES"  
เทเล็กซ์ 686208 TTC LSA.  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2512
- สำนักงานโตเกียว ญี่ปุ่น  
Hibiya Mitsui Building.  
1-2, Yurakucho 1-Chome.  
Chiyoda-Ku, Tokyo 100.  
Japan  
โทร. (03) 580-6776, 580-6777, 508-0237  
โทรเลขย่อ "THAITOUR TOKYO"  
เทเล็กซ์ 33964 TATTYO J.  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2515

- สำนักงานแฟรงก์เฟิร์ต เยอรมันนี  
4th Floor, Bethmann Strasse 58/IV.  
D-6000, Frankfurt/M 1 West Germany  
โทร. (069) 295704, 295804  
โทรเลขย่อ  
"THAITOUR FRANKFURT/M"  
เทเล็กซ์ 413542 TAFRA D.  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2515
- สำนักงานซิดนีย์ ออสเตรเลีย  
12th Floor, Royal Exchange Bldg.  
56 Pitt Street, Sydney  
N.S.W. 2000 Australia  
โทร. (02) 277-549, 277-540  
โทรเลขย่อ "THAITOUR SYDNEY"  
เทเล็กซ์ 23467 THAI TC AA  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนมีนาคม 2517
- สำนักงานสิงคโปร์  
C/O Royal Thai Embassy  
370 Orchard Road, Singapore 0923  
โทร. 235-7694, 235-7901  
โทรเลขย่อ  
"THAITOUR SINGAPORE"  
เทเล็กซ์ 39428 TATSIN RS  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนสิงหาคม 2520
- สำนักงานลอนดอน อังกฤษ  
9 Stafford Street, Cnr.  
Albemarle Street,  
London W 1 X. 3FE England  
โทร. (01) 499-7670, 449-7679  
โทรเลขย่อ "THAITOUR LONDON"  
เทเล็กซ์ 298706  
THAI TR G. TAT/LON.  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนกันยายน 2520
- สำนักงานปารีส ฝรั่งเศส  
90 Avenue des Champs Elysees  
75008 Paris France  
โทร. 4562-8656, 4562-8748  
โทรเลขย่อ "THAITOUR PARIS"  
เทเล็กซ์ 650093 TAT PAR F.  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนกันยายน 2521
- สำนักงานกัวลาลัมเปอร์ มาเลเซีย  
C/O Royal Thai Embassy  
206 Jalan Ampang Kuala Lumpur,  
Malaysia  
โทร. 248-0958  
เทเล็กซ์ 31089 TA TKL MA  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนกรกฎาคม 2525
- สำนักงานฮ่องกง  
Room No. 702-B, 7th Floor  
Admiralty Center, Tower 1  
Harcourt Rd. Hong Kong  
โทร. 5-286763, 5-286841  
โทรเลขย่อ HKTHAI TOUR  
เทเล็กซ์ 63092 HKTAT HX  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2527

## สำนักงานในประเทศ

- สำนักงานเชียงใหม่  
135 ถนนไพบูลย์ อ.เมือง  
จังหวัดเชียงใหม่ 50000  
โทร. (053) 235334  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนมกราคม 2511
- สำนักงานหาดใหญ่  
1/1 ซอย 2 ถนนนิพัทธ์อุทิศ 3  
อ.หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110  
โทร. (074) 243747, 245986  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนพฤษภาคม 2514
- สำนักงานกาญจนบุรี  
ถนนแสงชูโต อ.เมือง  
จังหวัดกาญจนบุรี 71000  
โทร. (034) 511200  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนตุลาคม 2516
- สำนักงานพัทยา  
382/1 ถนนชายหาด  
เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 20260  
โทร. (038) 419113, 418750  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนมีนาคม 2520
- สำนักงานภูเก็ต  
73-75 ถนนภูเก็ต อ.เมือง  
จังหวัดภูเก็ต 83000  
โทร. (076) 212213  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนพฤษภาคม 2520
- สำนักงานนครราชสีมา  
53/1-4 ถนนมูขมนตรี อ.เมือง  
จังหวัดนครราชสีมา 30000  
โทร. (044) 243427, 243751  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนสิงหาคม 2521
- สำนักงานพิษณุโลก  
209/7-8 ถนนบรมไตรโลกนาถ อ.เมือง  
จังหวัดพิษณุโลก 65000  
โทร. (055) 252742-3  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนกรกฎาคม 2527
- สำนักงานสุราษฎร์ธานี  
ศาลาประชาคม ถนนหน้าเมือง อ.เมือง  
จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84000  
โทร. (077) 282828, 281828  
เปิดดำเนินการเมื่อเดือนกันยายน 2528



08  
353.78  
ททท  
2528

ห้องสมุดการท่องเที่ยวฯ

T06105



รายงานประจำปี 2528 การท่องเที่ยว  
แห่งประเทศไทย = Annual



### Head Office :

- Tourism Authority of Thailand  
Ratchadamnoen Nok Ave.  
Bangkok 10100  
Tel. 2821143-7, 2813188  
Cable: TOT Bangkok  
Telex: 72059 TAT BKK TH
- Hotel and Tourism Training Institute  
Bangsaen, Amphur Muang  
Chonburi 20130  
Tel. (038) 377008, 376029
- Tourist Assistance Center  
(Tourist Police)  
Tourism Authority of Thailand,  
Head office  
Tel. 2810372, 2815051

### TAT's Resorts :

- Bangphra Golf Course  
45 Group 6 Amphur Sriracha  
Chonburi 20210  
Tel. (038) 311149, 311321
- Khao Yai Motor Lodge  
P.O. Box 11 Amphur Pakchong  
Nakorn Ratchasima 30130  
Tel. 2352175-85 Extension 3017
- Resorts Reservations :  
Tourism Authority of Thailand,  
Head office  
Tel. 2813041, 2825209

### Oversea Offices

1. New York Office, U.S.A.  
5 World Trade Center,  
Suite No. 2449  
New York N.Y. 10048 U.S.A.  
Tel: (212) 4320433 Cables:  
"THAITOUR NEW YORK"  
Telex: 667612 TOTUW  
Opened in May, 1965.
2. Los Angeles Office, U.S.A.  
3440 Wilshire Blvd.,  
Suite 1101 Los Angeles,  
California 90010 U.S.A.  
Tel: (213) 382-2353-55  
Cables:  
"THAITOUR LOS ANGELES"  
Telex: 686208 TTCLSA  
Opened in November, 1969.
3. Tokyo Office, Japan  
Hibiya Mitsui Building 1-2,  
Yurakucho 1-Chome Chiyoda-Ku,  
Tokyo 100 Japan  
Tel: (03) 580-6776, 580-6777, 508-0237  
Cables: "THAITOUR TOKYO"  
Telex: 33964 TATTYO J.  
Opened in November, 1972.
4. Frankfurt Office, Germany  
4th Floor, Bethmann Strasse 58/IV.  
D-6000 Frankfurt/M 1 West Germany  
Tel: (069) 295704, 295804 Cables:  
"THAITOUR FRANKFURT/M"  
Telex: 413542 TAFRA D.  
Opened in November, 1972.

5. Sydney Office, Australia  
12th Floor, Royal Exchange Bldg.  
56 Pitt Street, Sydney  
N.S.W. 2000 Australia  
Australia Tel: (02) 277-549, 277-540  
Cables: "THAITOUR SYDNEY"  
Telex: 23467 THAI TC AA  
Opened in March, 1974.
6. Singapore Office  
C/O Royal Thai Embassy  
370 Orchard Road,  
Singapore 0923 Tel: 235-7694, 235-7901  
Cables:  
"THAITOUR SINGAPORE"  
Telex: 39428 TATSIN RS  
Opened in August, 1977.
7. London Office, United Kingdom  
9 Stafford Street, Cnr.  
Albemarle Street,  
London W1X 3FE England  
Tel: (01) 499-7670, 449-7679  
Cables: "THAITOUR LONDON"  
Telex:  
298706 THAI TR G TAT/LON  
Opened in September, 1977.
8. Paris Office, France  
90 Avenue des Champs Elysees  
75008 Paris, France  
Tel: 4562-8656, 4562-8748  
Cables: "THAITOUR PARIS"  
Telex: 650093 TAT PAR F.  
Opened in September, 1978.
9. Kuala Lumpur Office, Malaysia  
C/O Royal Thai Embassy  
206 Jalan Ampang  
Kuala Lumpur, Malaysia Tel: 248-0958  
Telex: 31089 TA TKL MA  
Opened in July, 1982.
10. Hong Kong Office  
Room No. 702-B, 7th Floor  
Admiralty Center,  
Tower 1 Harcourt Rd., Hong Kong  
Tel: 5-286763, 5-286841  
Cables: HK THAITOUR  
Telex: 63092 HK TAT HX  
Opened in February 23, 1984.

### Local Offices

1. Chiangmai Office  
135 Praisani Road, Amphur Muang  
Chiangmai 50000  
Tel: (053) 235334  
Opened in January, 1968.
2. Haadyai Office  
1/1 Soi 2 Niphath Uthit 3 Road,  
Amphur Haadyai, Songkhla 90110  
Tel: (074) 243747, 245986  
Opened in May, 1971.
3. Kanchanaburi Office  
Saengshuto Road, Amphur Muang,  
Kanchanaburi 71000  
Tel: (034) 511200  
Opened in October, 1973.
4. Pattaya Office  
382/1 Chai Hat Road,  
Muang Pattaya, Chonburi 20260  
Tel: (038) 419113, 418750  
Opened in March, 1977.
5. Phuket Office  
73-75 Phuket Road, Amphur Muang  
Phuket 83000 Tel: (076) 212213  
Opened in May, 1977.
6. Nakorn Ratchasima Office  
53/1-4 Mukmontri Road,  
Amphur Muang,  
Nakorn Ratchasima 30000  
Tel: (044) 243427, 243751  
Opened in August, 1978.
7. Phitsanulok Office  
209/7-8 Boromatriloakanat Road,  
Amphur Muang, Phitsanulok 65000  
Tel: (055) 252742-3  
Opened in July, 1984.
8. Surat Thani Office  
Salaprachakhom Na-Muang Road,  
Amphur Muang, Surat Thani 84000  
Tel: (077) 282828, 281828  
Opened in September, 1985.

Design : Matchbox Graphics Co., Ltd.  
Print : Phongwarin Printing Ltd.  
Color Separation : 71 Film

Photo Credits :  
Cover-Kampen Photo House  
Gatefold Cover, 1, 7, 11, 15, 29-Manit Sriwanichpoom  
Inside Cover, 55-Matchbox Graphics Co., Ltd.Collection  
49, 54 - TAT Collection.  
Other Portraits and Packshot Photographs-  
Kampen Photo House



