

บรรณานุกรม



ภาษาไทย

หนังสือ

- การฝึกหัดครู, กรม. การท่องเที่ยว. พระนคร : หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกหัดครู, 2533.
- จิตรราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- ชม ภูมิภาค. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์, 2526.
- ไชยยศ เรืองสุวรรณ. การประชาสัมพันธ์ : หลักการและแนวปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์เรือนแก้วการพิมพ์, 2522.
- บุญเลิศ ศฤติติก. การวางแผนการสื่อสารเพื่อการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530.
- ประมะ สตะเวทิน และคณะ. รายงานการวิจัยเรื่องสถานภาพของบุคลากรและหน่วยงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524.
- ประจวบ อื่นอ้อด. คัมภานุกรมสื่อมวลชน. พระนคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2520.
- ประชาสัมพันธ์, กรม. แนวนโยบายและการวางแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ. พระนคร : กรมประชาสัมพันธ์, 2520.
- ระเด่น ทักษณา. ความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ต้องพบกันครึ่งทาง. นاناتักษณาเกี่ยวกับ การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : สหมิตรการพิมพ์, 253.
- วัฒนา พุทธางกูรานนท์. การประชาสัมพันธ์เบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2525.

- วิจิตร อวาทกุล. การประชาสัมพันธ์ : หลักและวิธีปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์
ไทยวัฒนาพานิช, 2533.
- วิรัช ลภีรัตน์กุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2535.
- วิเชียร เกตุสิงห์. คู่มือการวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร, 2534.
- สะอาด ตันศุภผล. ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ของรัฐในปัจจุบัน. หลักการบริหาร. พระนคร :
โรงพิมพ์ส่วนท้องถิ่น, 2507.
- สุพิน ปัญญาภัก. การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจ. การวางแผนงานประชาสัมพันธ์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช : โรงพิมพ์อักษรไทย, 2530.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ ฉบับที่ 6 พ.ศ.2530 - 2534, 2530.
- อรุณ งามดี. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร, 2528.

วารสาร

- จิตรารักษ์ สุทธิวรเศรษฐ์. การพัฒนาการท่องเที่ยวกับการประชาสัมพันธ์ : จากอดีตถึง
ปัจจุบัน. วารสารนิเทศศาสตร์. ปีที่ 7 ฉบับภาคการศึกษาปลาย 2529. คณะ
นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ดวงดาว สุวรรณรังษี. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. อนุสาร อ.ส.ท.. ปีที่ 34 ฉบับที่
6 (มกราคม 2537) : 15 - 17
- สามพร มณีไมตรีจิต. การท่องเที่ยวกับประเทศกำลังพัฒนา. ททท. จุลสารการท่องเที่ยว.
ปีที่ 12 ฉบับที่ 3 (กรกฎาคม - กันยายน 2536) : 38 - 39
- สุดาวร วรพล. บทบาทของการท่องเที่ยว. ททท. จุลสารการท่องเที่ยว. ปีที่ 12 ฉบับที่ 3
(กรกฎาคม - กันยายน 2536) : 19

สุพิน ปัญญาภัก. การวางแผนงานประชาสัมพันธ์โครงการ. วารสารสื่อสารมวลชน. 2.

(พฤศจิกายน 2525 - มีนาคม 2526) : 27 - 28

_____ . แผนประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ : ความคิดเห็นจากประสบการณ์. วารสาร

นิเทศศาสตร์. ปีที่ 11 ฉบับภาคการศึกษาปลาย 2533. คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย : 32 - 33

วิทยานิพนธ์

ชมนุช นุตาคม. การประชาสัมพันธ์ของกรมการฝึกหัดครู. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

เตรียม ดันดีเวชกุล, พ.ศ.อ.(พิเศษ). แนวโน้มงานประชาสัมพันธ์ของกรมตำรวจ. วิทยา

นิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

สิทธิเดช จันทรศิริ. การดำเนินงานระบบเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ระดับโรงเรียนของกรม

สามัญศึกษา : ศึกษาเฉพาะกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

สุชาวดี สุกโตชะ. การจัดการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524.

สุเทพ เดชะชีพ. คุณสมบัติและภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

อรอุบล ภูบัวเผื่อน. การศึกษาการวางแผนการประชาสัมพันธ์และสถานการณ์การดำเนินงาน

ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานธุรกิจใจในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

สารนิพนธ์

นิรมล ภาวะโพบูลย์. การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สารนิพนธ์
ปริญญาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2523.

เอกสาร

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. โครงการแก้ไขภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
: กรณีศึกษาทมิฬ. สำนักผู้ว่าการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กรุงเทพ
มหานคร, 2535. (อัดสำเนา)
- ____. โครงการ Clear Thailand Image. สำนักผู้ว่าการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
กรุงเทพมหานคร, 2536. (อัดสำเนา)
- ____. แผนการตลาดการท่องเที่ยว ปี 2537. สำนักผู้ว่าการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
กรุงเทพมหานคร, 2537. (อัดสำเนา)
- ____. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (2535-
2539). กองวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร,
2535. (อัดสำเนา)
- ____. แผนการประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ 2537. กองประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร, 2537. (อัดสำเนา)
- ____. หน้าที่และความรับผิดชอบของกองประชาสัมพันธ์. กองประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร, 2537. (อัดสำเนา)

ภาษาอังกฤษ

- Bertalanffy, Ludwig von. General System Theory. New York : George Brazitler, 1975.
- Cutlip, Scott M., and Allen H. Center. Effective Public Relations. 5 th ed. New Jersey : Prentice-Hall Inc., 1978.
- Grunig, James E., and Todd Hunt. Managing Public Relations. New York : Holt, Rine-hart and Winston, 1984.
- Marston, John E., The Nature of Public Relations. New York : Mc Graw-Hill Book Co., 1963
- Miller, Robert W., Corporate Policy and Public Attitude. Washington, DC : The American University, 1965.
- Schramm, Wilbur. Communication Development and The Development Process. Princeton, N.J. : Princeton University, 1963.

ภาคผนวก ก



ที่ ทม 0309/104 12

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพญาไท กรุงเทพฯ 10330

พ.พ.
- 4 อ.ค. ๒๕๓๗

16 ธันวาคม ๒๕๓๖

เรื่อง ขอความร่วมมือในการวิจัย
เรียน ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นายรพีพล ยูวะนิม นิสิตชั้นปริญญาโท บัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ กำลัง
ดำเนินการวิจัยเพื่อเสนอเป็นวิทยานิพนธ์เรื่อง "การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย"
โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.ประม ณะเวทิน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ในการนี้ นิสิตจำเป็นต้องเก็บรวบรวม
ข้อมูลที่เกี่ยวข้องซึ่งขอเรียนสัมพันธ์ท่าน และแจกแบบสอบถามแก่ผู้บริหารของการท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทย

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่านได้โปรดพิจารณาอนุญาตให้ นายรพีพล ยูวะนิม
ได้เก็บรวบรวมข้อมูลดังกล่าว เพื่อประโยชน์ทางวิชาการ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

ร.ถาวร วัชรากัย

(ศาสตราจารย์ ดร.ถาวร วัชรากัย)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

*ทนาย-รพีพล ยูวะนิม
นาง-วิมลรัตน์ กอฬ.น.๒
นาง. วิมลรัตน์ กอฬ.น.๒
๑๖๖*

แผนกมาตรฐานการศึกษา
โทร. 2183530

ร.วิมลรัตน์

301.๐๓๘

4/๑๑/๓๗



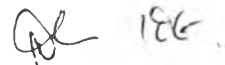
บันทึกข้อความ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฝ่าย วิชาการ กอง โทร. 223-5154
ที่ วันที่ 28 ธันวาคม 2536
เรื่อง ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามและส่งกลับ

เรียน ผู้อำนวยการสำนักงานภูมิภาค
ผู้อำนวยการสำนักงานต่างประเทศ

เนื่องด้วย นายรพีพล ยูวะนิม นิสิตชั้นปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ กำลังดำเนินการวิจัยเพื่อเสนอเป็นวิทยานิพนธ์เรื่อง "การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.ประมะ สตะเวทิน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ในการนี้ นิสิตจำเป็นต้องเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยการแจกแบบสอบถามแก่ผู้บริหารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามและส่งกลับ ตามกำหนดด้วย



(นายสันติชัย เอื้องประสิทธิ์)

ผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ



28 ธันวาคม 2536

เรื่อง ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

เรียน

- สิ่งที่ส่งมาด้วย
- 1) แบบสอบถามเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด
 - 2) บัตรคูปองจากผู้ช่วยการถ่ายวิชาการ จำนวน 1 ฉบับ
 - 3) ซองจดหมายสำหรับส่งแบบสอบถามคืน จำนวน 1 ซอง

ด้วยข้าพเจ้า นายรพีพล ยูวะโยม นิสิตปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะบดีคณะศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กำลังดำเนินการวิจัยเพื่อเสนอเป็นวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" ซึ่งเป็นแนวทางและเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเอง

งานการนี้ ข้าพเจ้าได้ติดต่อขอขออนุญาตจากผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแล้ว และท่านผู้ว่าการได้มอบหมายให้ผู้ช่วยการถ่ายวิชาการ เป็นผู้ออกบัตรคูปองขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม

จึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความ เป็นจริง โดยข้าพเจ้าขอรับรองว่าจะรักษาคำตอบของท่านเป็นความลับ และจะนำมาใช้เพื่อการวิจัยนี้เท่านั้นจะไม่ส่งผลกระทบต่อท่าน หรือนำที่ทำการงานของท่านแต่อย่างใดทั้งสิ้น

จึงเรียนมาเพื่อขอความร่วมมือดังกล่าว และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถืออย่างสูง

(นายรพีพล ยูวะโยม)

หมายเลข : กฐนส่งแบบสอบถามคืน ก่อฉบับที่ 20 ลงวันที่ 20 ธันวาคม 2537

(๑) กฐนกรุงเทพฯ ก่อฉบับที่ 31 ลงวันที่ 31 ธันวาคม 2537

ภาคผนวก ข.

โครงการประชาสัมพันธ์แก้ไขภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยกรณีพายุทมิฬ

ตามที่ได้เกิดเหตุการณ์ความไม่สงบในการประท้วงเรียกร้องประชาธิปไตยในประเทศไทยเมื่อเดือนพฤษภาคม 2535 ได้ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยและการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างมากและรัฐบาลได้ให้ความสำคัญแก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยได้แต่งตั้งคณะทำงานท่องเที่ยวเฉพาะกิจแห่งชาติ โดยท่าน นายกรัฐมนตรี (นาย อานันท์ ปันยารชุน) ได้กรุณาเป็นประธาน รองนายกรัฐมนตรี (ม.ร.ว. เกษมสโมสร เกษมศรี) เป็นรองประธาน ประกอบด้วยรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี ผู้แทนหน่วยราชการและธุรกิจท่องเที่ยวเอกชนที่เกี่ยวข้องร่วมเป็นคณะทำงาน เพื่อแสวงหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคทั้งในระยะเร่งด่วนระยะสั้น และระยะยาว และคณะทำงานท่องเที่ยวเฉพาะกิจแห่งชาติได้ประชุมพิจารณาเรื่องดังกล่าวนี้เมื่อวันที่ 26 มิถุนายน 2535

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ร่วมกับธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชนและหน่วยงานของภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมโรงแรมไทย อเมริกันเอ็กซ์เพรส บริษัทการบินไทย จำกัด พิจารณาถึงแนวทางดำเนินการแก้ไขภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย และมาตรการที่จะเร่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวฟื้นตัวขึ้นได้โดยเร็วซึ่งได้แยกคณะทำงานออกเป็น 2 ชุด คือ

1. คณะทำงานด้านบริษัทนำเที่ยว มีนายเบิร์ด แวน วอลบิค แห่งบริษัทสยามเอ็กซ์เพรส เป็นประธานและผู้แทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นเลขานุการ
2. คณะทำงานด้านสื่อมวลชน มีนายอิมเซียง มัคบิล แห่งนิตยสารพาต้าแทรเวลนิวส์ เป็นประธาน และผู้แทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นเลขานุการ

คณะทำงานทั้งสองชุดนี้ได้พิจารณาจัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์แก้ไขภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยดำเนินกิจกรรมต่างๆ ผ่านทางด้านสื่อมวลชน ด้านตัวแทนบริษัทนำเที่ยว และกิจกรรมที่เข้าถึงนักท่องเที่ยวโดยตรง 3 โครงการ คือ

1. โครงการที่ 1 - Back to Normal Inspection

โดยให้สำนักงานสาขาต่างประเทศเชิญผู้แทนบริษัทนำเที่ยวและสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ในท้องถิ่นมาเยือนประเทศไทยให้เห็นสภาพที่แท้จริง และนำกลับไปเผยแพร่ต่อไป ค่าใช้จ่ายของโครงการนี้ใช้จากงบประมาณประจำปีงบประมาณ ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้รับอยู่แล้ว

2. โครงการที่ 2 - Come See & Tell

โดยการเชิญผู้ประกอบการหรือตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่ไม่ได้ร่วมโครงการที่ 1 เยือนประเทศไทยและให้ส่วนลดสำหรับบัตรโดยสารเครื่องบิน ที่พัก และรายการนำเที่ยวในราคาพิเศษ กิจกรรมนี้จะช่วยให้พนักงานบริษัทนำเที่ยวยุติความไม่พอใจและสามารถยืนยันถึงความปลอดภัยในประเทศไทยให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่และช่วยประชาสัมพันธ์ถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปดูมาแล้วสุดนี้ให้แพร่หลายต่อไปอีกด้วย โครงการนี้ไม่ต้องใช้เงินงบประมาณ

3. โครงการที่ 3 - The World : Our Guests

เป็นโครงการแก้ไขภาพพจน์ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยแต่งตั้งบริษัท PRESKO/Hill and Knowlton Asia เป็นประชาสัมพันธ์ในวงเงิน 740,000 เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 19,240,000 บาท (สิบเก้าล้านสองแสนสี่หมื่นบาทถ้วน)

รายละเอียดของแต่ละโครงการมีดังนี้

1. โครงการ Back to Normal

วัตถุประสงค์

เพื่อให้ผู้แทนบริษัทนำเที่ยวและสื่อมวลชนท้องถิ่นได้เห็นสภาพที่แท้จริงของไทย ว่าได้กลับสู่สภาพปกติ และมีความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

การเชิญบริษัทนำเที่ยวมาทัศนศึกษา

เชิญผู้แทนบริษัทนำเที่ยวที่เป็นพนักงานขายและระดับบริหารที่เกี่ยวข้องตลอดจนสื่อมวลชนต่างๆ โดยเฉพาะการบินไทย มอบบัตรโดยสารเครื่องบินเป็นอนิกันแทนการ และททท. ขอความร่วมมือไปยังโรงแรมต่างๆ เพื่อขอห้องพักแก่คณะดังกล่าว โดย ททท. จะเป็นผู้รับผิดชอบด้านค่าใช้จ่ายต่างๆ (อาหารเครื่องดื่ม พาหนะ และอื่นๆ)

โครงการต่างๆ ที่ได้ดำเนินการและกำลังจะดำเนินการ

1. คณะผู้แทนบริษัทนำเที่ยวจากสิงคโปร์ จำนวน 30 คน โดยความร่วมมือของการบินไทยและสิงคโปร์แอร์ไลน์ ระหว่างวันที่ 24-26 มิถุนายน 35 งบประมาณ 100,000 บาท
2. คณะผู้แทนบริษัทนำเที่ยวจากโอซาก้าและนาโงย่า จำนวน 100 คน โดยความร่วมมือของการบินไทย ระหว่างวันที่ 3-7 และ 10-14 กรกฎาคม 35 งบประมาณ 500,000 บาท
3. คณะผู้แทนบริษัทนำเที่ยวจากโตเกียว จำนวน 220 คน โดยความร่วมมือของการบินไทย ระหว่างวันที่ 4-7 (110 คน) และ 11-14 กรกฎาคม 35 (110 คน) งบประมาณทั้งสองคณะประมาณ 980,000 บาท
4. คณะผู้แทนบริษัทนำเที่ยวจากสิงคโปร์ จำนวน 13 คน โดยความร่วมมือสายการบินคาเธ่ย์แปซิฟิก ระหว่างวันที่ 6-10 กรกฎาคม 35 งบประมาณ 100,000 บาท
5. คณะผู้แทนบริษัทนำเที่ยวจากออสเตรเลีย จำนวน 60 คน โดยความร่วมมือของสายการบินแควนตัส ระหว่างวันที่ 13-21 สิงหาคม 35 งบประมาณ 400,000 บาท
6. นอกจากนี้ยังมีสำนักงานต่างๆ อีกหลายแห่งกำลังพิจารณาจัดงานมาอีกหลายสำนักงาน ซึ่งส่วนมากใช้บงของแต่ละสำนักงานซึ่งจะเข้าในช่วงที่มีการจัด ASEAN Travel Show คาดว่าจะมีการจำนวน 200 คน งบประมาณ 1,500,000 บาท

รวมค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น 3,580,000 บาท โดยใช้งบประมาณประจำซึ่งมีอยู่แล้ว

การเชิญสื่อมวลชนมาทัศนศึกษา

ททท. มีโครงการเชิญสื่อมวลชนมาทัศนศึกษาประเทศไทยเป็นประจำทุกปี โดยสำนักงาน ททท. ในต่างประเทศดำเนินการร่วมกับบริษัทการบินไทย จัดบัตรโดยสารเป็นเอกินันทนา การ เลือกเชิญสื่อมวลชนด้านการท่องเที่ยวเพื่อนำไปเผยแพร่ในต่างประเทศในปี 534 ได้เชิญมา รวมทั้งสิ้น 159 ราย สำหรับปีงบประมาณ 2535 ได้เชิญมาแล้วจนถึงเดือนพฤษภาคม เป็นจำนวน 280 ราย ใช้งบประมาณไปแล้วทั้งสิ้น 5,273,000 บาท และขณะนี้ได้แจ้งให้ สทท. รับเร่งดำเนินการเชิญสื่อมวลชนมาเพื่อทัศนศึกษาเก็บข้อมูลนำไปเผยแพร่เพื่อขยายผลด้านการประชาสัมพันธ์ในเวลาอันรวดเร็ว

โดยกำหนดเชิญจากตลาดที่สำคัญ โดยให้ สทท. ในต่างประเทศ 16 แห่ง เลือกเชิญแต่ละ 10 คน รวมทั้งสิ้น 160 คน ทั้งนี้ โดยขอความร่วมมือจากสายการบินและโรงแรมจัดบัตรโดยสารเครื่องบินและที่พักเป็นเอกินันทนาการ ททท. รับผิดชอบการจัดโปรแกรมนำเที่ยว จัดรถ มีคูปองและเลี้ยงรับรอง

จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 20,000 บาท ต่อการเดินทาง 5 คืน ดังนั้นจึงมีค่าใช้จ่ายในการทัศนศึกษาเพื่อสื่อมวลชนสำหรับโครงการฟื้นฟูการท่องเที่ยวช่วง กรกฎาคม - กันยายน รวมค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น 3,600,000 บาท โดยใช้งบประมาณประจำซึ่งมีอยู่แล้ว

2. โครงการ Come See & Tell

วัตถุประสงค์

เพื่อต้องการให้ผู้แทนบริษัทนำเที่ยวที่ไม่ได้ร่วมโครงการ Back to Normal โดยเฉพาะพนักงานขายของบริษัทนำเที่ยวต่างๆ ได้มีโอกาสเดินทางมาเห็นสภาพที่แท้จริงของไทยว่า ยังมีความปลอดภัยเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวซึ่งพนักงานขายเหล่านั้น สามารถที่จะนำสิ่งที่ได้พบได้เห็นไปแจ้งแก่ลูกค้าที่จะมาซื้อรายการนำเที่ยวว่าประเทศไทยยังเป็นจุดหมายปลายทาง ที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้เช่นที่ผ่านมา

วิธีการดำเนินการ

1. สายการบินไทยได้เสนอบัตรโดยสารราคาพิเศษ AD90 แก่ผู้ที่จะเดินทางในโครงการนี้ และคุณฉัตรชัย บุญยอนันต์ ในฐานะประธานของ BAR กำลังจะขอความร่วมมือจากสายการบินสมาชิกให้ความร่วมมือบนพื้นฐานเดียวกัน
2. สมาคมโรงแรมไทยและสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวจะจัดห้องพักและรายการนำเที่ยวในราคาพิเศษสุด ซึ่งอยู่ในระหว่างการพิจารณา
3. การสนับสนุนทั้งในข้อ 1 และ 2 จะสิ้นสุดในเดือนกันยายน 35 และ กำลังขอความร่วมมือให้มีผลจนถึงสิ้นเดือนธันวาคม 35

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เนื่องจากพนักงานขายของบริษัทนำเที่ยวต่างๆ เปรียบเสมือนประตูด่านแรกที่จะพบกับลูกค้า (Consumer) ดังนั้นหากพนักงานขายได้มีโอกาสเดินทางมาเห็นสภาพที่แท้จริงของประเทศไทย ก็จะสามารถเป็นการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวไปสู่ Consumer ได้

งบประมาณ

โครงการนี้ไม่ต้องใช้งบประมาณ

3. โครงการ The World, Our Guest

วัตถุประสงค์

เพื่อส่งเสริมและฟื้นฟูภาพลักษณ์ของประเทศไทย

วิธีการดำเนินการ

1. การจัดออกนันทนาการของสมาชิกโรงแรมไทย

สมาคมโรงแรมไทยเข้าร่วมในโครงการ "โลกเป็นแขกของเรา" หรือ "The World, Our Guest" โดยจัดออกนันทนาการดังนี้

1.1 นักท่องเที่ยวอิสระชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในวันที่ 12 สิงหาคม 2535 และได้จองห้องพักมาล่วงหน้ากับโรงแรมสมาชิกของสมาคมฯ จะได้รับออกนันทนาการพักฟรี 1 คืนในวันนั้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับโรงแรมสมาชิกนั้นๆ จะมีห้องพักว่างหรือไม่

หรืออีกนัยหนึ่ง คือ โรงแรมสมาชิกสมาคมที่เข้าร่วมในโครงการ "The World, Our Guest" นี้จะไม่คิดค่าห้องพัก 1 คืนกับนักท่องเที่ยวที่ได้จองห้องพักกับโรงแรม และได้เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในวันที่ 12 สิงหาคม 2535 จริง โรงแรมสามารถตรวจสอบนักท่องเที่ยวท่านนั้นๆ โดยการขอ ดู บัญชีสัญลักษณ์ "The World, Our Guest" หรือหลักฐานการตีตราในหนังสือเดินทางของนักท่องเที่ยวได้

1.2 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในวันที่ 12 สิงหาคม 2535 ในลักษณะของกรุ๊ปทัวร์หรือแพคเกจทัวร์ที่ได้จ่ายเงินล่วงหน้า จะได้รับ "hotel voucher สีเขียว" สำหรับการพักฟรี 1 คืนเช่นกัน แต่จะต้องใช้สิทธิภายใน 1 ปี โดยจะต้องเป็นบุคคลเดียวกันและจะต้องพักในโรงแรมเดียวกันกับที่ตนพักด้วย

นอกจากนี้ยังมี "hotel voucher สีเขียว" สำหรับมอบให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในวันนั้นโดยกรุ๊ปทัวร์หรือแพคเกจทัวร์โรงแรม จะต้องกรอกรายละเอียดต่างๆ ของแขก ชื่อโรงแรม พร้อมลายเซ็นผู้จัดการและตราประทับของโรงแรมในช่องว่างด้านขวาล่าง จะสังเกตเห็นหมายเลขประจำของ "hotel voucher สีเขียว" แต่ละใบบนด้านขวาบนเพื่อความสะดวกในการอ้างอิงในอนาคต

1.3 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในวันที่ 12 สิงหาคม 2535 โดยไม่ได้จองห้องพักล่วงหน้า สามารถจะขอห้องพักฟรี 1 คืน ได้โดยการติดต่อขอที่พักฟรีจากเคาน์เตอร์ร่วมของสมาคมโรงแรมไทยกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (THA/TAT

counter) ที่ท่าอากาศยานกรุงเทพ เชียงใหม่และภูเก็ต เท่านั้น ในวันที่ 12 สิงหาคม 2535 อาจจะมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวนหนึ่งเดินทางเข้ามาโดยไม่ได้มีการจองห้องพักกับ โรงแรมใด หากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการจะขอห้องพักฟรี 1 คืนสำหรับวันที่ 12 สิงหาคมแล้ว เคาน์เตอร์ร่วมของสมาคมโรงแรมไทยและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่สนามบินทั้งสามแห่ง จะจัดหาห้องพักให้ได้โดยใช้โควตาห้องพักที่สมาชิกของสมาคมฯ ได้มอบให้ต่างหาก ในการจัดหาห้องพักจะใช้วิธีสุ่มและใช้ระบบ "มาก่อน ได้ก่อน" โดยนักท่องเที่ยวไม่มีสิทธิว่าจะเลือกพักที่ใด นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ขอห้องพักจาก THA/TAT counter ที่สนามบินทั้งสามแห่งจะได้รับ "hotel voucher สีเหลือง" ซึ่งจะนำไปแสดงที่เคาน์เตอร์เช็คอินของโรงแรม

การกักกันหนทางการห้องพักฟรี 1 คืน จะใช้พักได้เฉพาะคืนวันที่ 12 สิงหาคม 2535 เท่านั้น ดังนั้น สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศบางส่วนที่เดินทางมาถึงประเทศไทยในตอนเช้าของวันที่ 12 สิงหาคม เช่น เข้ามาในเวลา 01.00 น. และเดินทางถึงโรงแรมในตอนเช้ามืด ซึ่งในกรณีนี้ ตามกฎเกณฑ์ของธุรกิจโรงแรมนั้น ยังจะต้องถือว่าเป็นการเข้าพักของคืนวันที่ 11 สิงหาคม ดังนั้นหากนักท่องเที่ยวท่านนั้น ต้องการจะเข้าพักในโรงแรม ในระหว่างเวลา 01.00 ถึง 12.00 น. ของวันที่ 12 สิงหาคม แล้ว แยกท่านนั้นจะต้องเสียค่าที่พักสำหรับช่วงระยะเวลานั้น การกักกันหนทางการที่พักรับจะจัดขึ้นในระหว่าง 12.00 น. ของวันที่ 12 สิงหาคม ไปจนถึง 12.00 น. ของวันที่ 13 สิงหาคม

2. กักกันหนนาการของแอตต้า (ATTA) -- การจัดรายการทัวร์ฟรี

นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในวันที่ 12 สิงหาคม นี้ สามารถจะขอจองรายการทัวร์ฟรีด้วยตนเองที่เคาน์เตอร์ทัวร์ที่โรงแรมที่เป็นจุดเริ่มต้นทัวร์เหล่านี้ หรืออาจขอจองผ่านรีเซพชันของโรงแรมที่ตนพักอยู่ หรือจากเคาน์เตอร์ทัวร์ในโรงแรมที่ตนพักอยู่ได้เช่นกัน โดยทาง ATTA ให้สิทธิแก่ 2,500 คนแรกที่จองเท่านั้น

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ต้องการใช้สิทธิรายการทัวร์ฟรีนี้จะต้องแสดงป้ายสัญลักษณ์ "The World, Our Guest" เป็นหลักฐานด้วย

รายชื่อโรงแรมพร้อมโทรศัพท์ในกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นทัวร์ฟรี ได้แก่

โรงแรมสยาม อินเตอร์ คอนติเนนตัล	253-0355
โรงแรมอิมพีเรียล	254-0023
โรงแรมซวงกรี-ล่า	236-7777
โรงแรมรอยัล ออคิต เซอรادتัน	234-5599

รายการเที่ยวชมฟรี ที่กรุงเทพฯ ภูเก็ต และเชียงใหม่

- กรุงเทพฯ

- ตัวเมือง 12 สิงหาคม เวลา 14.00 น.
- ตลาดน้ำ 13 สิงหาคม เวลา 7.30 น.
- ตัวเมือง 13 สิงหาคม เวลา 9.00 น.

- ภูเก็ต

- ตัวเมือง 12 สิงหาคม เวลา 14.00 น.

- เชียงใหม่

- ตัวเมือง 12 สิงหาคม เวลา 14.00 น.

3. สิ่งพิมพ์โปสเตอร์และสติ๊กเกอร์

โรงแรมจะได้รับโปสเตอร์และสติ๊กเกอร์จำนวนหนึ่งเกี่ยวกับโครงการ "The World, Our Guest" สมาคมฯ ขอร่วมมือในการติดตั้งและเผยแพร่ตั้งแต่วันที่ 10 หรือ 11 สิงหาคม

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- จะชักจูงให้นักท่องเที่ยวมาเยือนประเทศไทย
- จะเปิดช่องทางให้ประเทศไทยสามารถดำเนินโครงการต่อเนื่องอื่นๆ ได้

- จะเป็นช่องทางให้ประเทศไทยสามารถเข้าสู่เครือข่ายของสถานีโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์อื่นๆ ทั่วโลก
- จะเป็นก้าวแรกที่สำคัญซึ่งจะวางรากฐานของความพยายามในการดำเนินโครงการระยะยาวของประเทศไทย เพื่อแก้ไขปัญหาภาพพจน์หรือหัวข้อต่างๆ ที่ประชาชนในประเทศอื่นๆ ให้ความสนใจ

โครงการทั้ง 3 โครงการ มีการจัดแถลงข่าว 2 ครั้งในวันที่ 24 กรกฎาคม 2535 1 ครั้ง และวันที่ 10 สิงหาคม 2535 1 ครั้ง

การประเมินผล

1. ทักษะคดีของผู้มาท่องเที่ยว
 - ใช้วิธีการแจกแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ที่สนามบิน
 - กระทำ 2 ครั้ง ครั้งแรกคือ หลังจากเผยแพร่ข่าวโครงการ The World, Our Guest ไปแล้วประมาณ 1-2 สัปดาห์ และครั้งที่ 2 คือวันที่ 13 สิงหาคม 2535
2. ความครอบคลุมของสื่อ
 - การเผยแพร่ข่าวในสื่อในเมืองใหญ่ จะใช้วิธีการประเมินเชิงปริมาณ
 - ความครอบคลุมในการได้รับข่าว จะประเมินโดยวิธีการประเมินเชิงคุณภาพ

ภาคผนวก ค.

โครงการ Clear Thailand Image

Clear Thailand Image เป็นกิจกรรมด้านตัวแทนบริษัทนำเที่ยว ทำการประชาสัมพันธ์แก้ไขภาพพจน์การท่องเที่ยวในต่างประเทศ โดยนำผู้แทนสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวต่างๆ และผู้แทนธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชนที่ได้รับการยอมรับในวงการธุรกิจท่องเที่ยวต่างประเทศ เดินทางไปร่วมประชุมพบปะสังสรรค์ทำความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับผู้แทนธุรกิจท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กันอยู่ในต่างประเทศโดยไปในนามของตัวแทนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย และไม่มีวัตถุประสงค์ทางการค้าใดๆ แอบแฝง อีกทั้งต้องสละเวลาและค่าใช้จ่ายส่วนตัวด้วย สำหรับเมืองที่จะไปนั้นกำหนดตามความเร่งด่วนและความรุนแรงของผลกระทบ ซึ่งเป็นตลาดแถบยุโรปและเอเชีย มีค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นประมาณ 33 ล้านบาท ตามรายละเอียดในเอกสาร สรุปได้ดังนี้

1. ยุโรป

1.1 ใช้เวลา 2 สัปดาห์ ใน 10 เมือง คือ มิลาน แมดริด ปารีส อัมสเตอร์ดัม ลอนดอน แมนเชสเตอร์ สตอกโฮล์ม แฟรงก์เฟิร์ต มิวนิค และเวียนนา

1.2 ค่าใช้จ่าย รวม 626,400 เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 16,,286,400 บาท แบ่งเป็น

12.1 ค่ารับรอง	350,000	เหรียญสหรัฐ
12.2 ค่าที่พัก	84,000	เหรียญสหรัฐ
12.3 ค่า Promotion	50,000	เหรียญสหรัฐ
12.4 ค่าเดินทาง (ทางบก)	6,000	เหรียญสหรัฐ
12.5 เบ็ดเตล็ด	50,000	เหรียญสหรัฐ
12.6 ค่าเครื่องบิน (สายการบินปกติ)	86,400	เหรียญสหรัฐ

2. เอเชีย

2.1 ใช้เวลา 2 สัปดาห์ ใน 10 เมือง คือ โตเกียว โอซาก้า โซล ไทเป ฮ็องกง กัวลาลัมเปอร์ สิงคโปร์ จาการ์ตา เมลเบิร์น และซิดนีย์

2.2 ค่าใช้จ่าย รวม 645,600 เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 16,785,600 บาท แบ่งเป็น

22.1 ค่ารับรอง	275,000	เหรียญสหรัฐ
22.2 ค่าที่พัก	84,000	เหรียญสหรัฐ
22.3 ค่า Promotion	45,000	เหรียญสหรัฐ
22.4 ค่าเดินทาง (ทางบก)	6,000	เหรียญสหรัฐ
22.5 เบ็ดเตล็ด	50,000	เหรียญสหรัฐ
22.6 ค่าเครื่องบิน (สายการบินปกติ)	185,600	เหรียญสหรัฐ

CLEAR THAILAND IMAGE FLY-A-ROUND

I. EUROPE

WEEK	DAY	CITY	AGENTS EXPECTED	CITY COORDINATORS	BUDGET	US\$
1	MO	MILAN	250	K. ROBERTO	A) 3500 AGENT ENTERTAINMENT AT US100	= 350,000
	TU	MADRID	250	K. ROBERTO	B) 40 PARTICIPANTS, 14 NIGHTS AT US150	= 84,000
	WE	PARIS	400	K. WEINGAND	C) PROMOTION COST: GIVE AWAYS	35,000
	TH	AMSTERDAM	300	K. WEINGAND	P.R. AGENCY	10,000
	FR	LONDON	500	K. GUIGNON	MAILING HOUSE	5,000
						= 50,000
2	MO	MANCHESTER	400	A. GUIGNON	D) TRANSPORTATION GROUND	6,000
	TU	STOCKHOLM	300	TBA	E) MISCELLANEOUS	<u>50,000</u> 540,000
	WE	FRANKFURT	500	B V WALBEEK	F) TRANSPORTATION AIR (42 HRS)	
	TH	MUNCHEN	400	B V WALBEEK	1) ALL charter	11,831,600 B = 473,364
	FR	VIENNA	200	P. WEINGAND	2) Scheduled/charter	4,500,000 B = 180,000
				3) All scheduled	2,160,000 B = 86,400	

II. ASIA-PACIFIC

WEEK	DAY	CITY	AGENTS EXPECTED	CITY COORDINATORS	BUDGET	US\$
1	MO	TOKYO	300	TBA	A) 2,750 AGENT ENTERTAINMENT AT US100	= 275,000
	TU	OSAKA	300		B) 40 PARTICIPANTS, 14 NIGHTS AT US150	= 84,000
	WE	SEOUL	200		C) PROMOTION COST: GIVE AWAYS	30,000
	TH	TAIPEI	200		P.R. AGENCY	10,000
	FR	HONGKOKG	500		MAILING HOUSE	<u>5,000</u>
						= 45,000
2	MO	KUALA LUMPUR	200	D) TRANSPORTATION GROUND		= 6,000
	TU	SINGAPORE	400	E) MISCELLANEOUS		= <u>450,000</u> 460,000
	WE	JAKARTA	200	F) TRANSPORTATION AIR (40 HRS)		
	TH	MELBOURNE	200	1) ALL charter (guestimate)		= 450,000
	FR	SYDNEY	250	2) Scheduled/charter	4,500,000	B = 185,600

ภาคผนวก ง

แผนงาน/โครงการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2535 - 2539)

แผนงาน/โครงการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2535 - 2539) เป็นส่วนหนึ่ง ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 การดำเนินงานตามแผนงานและโครงการนี้ เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งที่สนับสนุนให้วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ในส่วนของการรักษาอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจให้คงอยู่ในระดับที่เหมาะสมและต่อเนื่องประสบความสำเร็จ

แผนปฏิบัติการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประกอบด้วย 2 แผนงาน 10 งาน และ 2 โครงการ ขอดังงบประมาณเพื่อดำเนินงานระยะ 5 ปี รวมทั้งสิ้นประมาณ 8,105.49 ล้านบาท ตามรายละเอียดดังนี้

1. แผนงานบริหารการท่องเที่ยว

ประกอบด้วย 1 งาน ดังนี้

งานบริหารทั่วไป

การดำเนินงานมีลักษณะเป็นงานประจำทั้งหมด ขอดังงบประมาณในระยะ 5 ปี

รวม 7.90 ล้านบาท

2. แผนงานส่งเสริมและเผยแพร่การท่องเที่ยว

ประกอบด้วย 9 งาน และ 2 โครงการ ดังนี้

2.1 งานบริหารทางการท่องเที่ยว

การดำเนินงานประกอบด้วยงานประจำ และโครงการใหม่ ขอดังงบ

ประมาณระยะ 5 ปี รวม 98.22 ล้านบาท

2.2 งานสถาบันฝึกอบรมวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว

การดำเนินงานมีลักษณะเป็นงานประจำทั้งหมด ขอดำเนินงบประมาณระยะ 5 ปี
รวม 52.70 ล้านบาท

2.3 งานศูนย์รวบรวมข้อมูลและเผยแพร่ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

การดำเนินงานมีลักษณะเป็นงานประจำทั้งหมด ขอดำเนินงบประมาณระยะ 5
ปี รวม 71.36 ล้านบาท

2.4 งานสำรวจเพื่อวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

การดำเนินงานมีลักษณะเป็นงานประจำทั้งหมด ขอดำเนินงบประมาณระยะ 5
ปี รวม 22.59 ล้านบาท

2.5 งานส่งเสริมและเผยแพร่ทางการท่องเที่ยว

การดำเนินงานประกอบด้วยงานประจำ โครงการต่อเนื่อง และโครงการ
ใหม่ ขอดำเนินงบประมาณระยะ 5 ปี รวม 4,584.82 ล้านบาท แยกเป็น

- งานประจำ 3,116.42 ล้านบาท

- โครงการต่อเนื่อง 2 โครงการ

1) โครงการปีท่องเที่ยวอาเซียน 2535 : กำหนดดำเนินการในปีงบประมาณ 2535 เป็นโครงการต่อเนื่องจากปี 2534 ขอดำเนินงบประมาณดำเนินงาน 0.4 ล้านบาท

2) โครงการขยายสำนักงาน ททท. ในประเทศ : กำหนดดำเนินการในปีงบประมาณ 2535 เป็นโครงการต่อเนื่องจากปี 2534 ขอดำเนินงบประมาณดำเนินการรวม 18.00 ล้านบาท

- โครงการใหม่ 2 โครงการ

1) โครงการจัดตั้งสำนักงาน ททท. ในต่างประเทศ : กำหนดดำเนินการในปี 2535 ขอดำเนินงบประมาณดำเนินการรวม 50.00 ล้านบาท

2) โครงการก่อสร้างอาคารและตกแต่งภายในสำนักงานใหญ่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กำหนดดำเนินการในปี 2538 - 2539 ขอดำเนินงบประมาณดำเนินการ

ระยะ 2 ปี รวม 1,400.00 ล้านบาท

2.6 งานอำนวยความสะดวกและให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

การดำเนินงานมีลักษณะเป็นงานประจำทั้งหมด ขอดังงบประมาณระยะ 5

ปี รวม 533.49 ล้านบาท

2.7 งานอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

การดำเนินงานประกอบด้วยงานประจำ และโครงการต่อเนื่อง ขอดังงบ

ประมาณระยะ 5 ปี รวม 1,408.28 ล้านบาท แยกเป็น :-

- งานประจำ 121.22 ล้านบาท

- โครงการต่อเนื่อง 2 โครงการ

1) โครงการอุดหนุนและปรับปรุงสาธารณูปโภค พัฒนาสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวกขนาดเล็กในภูมิภาค : กำหนดจัดทำโครงการทุกปีในระยะ 5 ปี ของแผนฯ เป็นโครงการที่ต่อเนื่องจากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวฯ ฉบับที่ 6 ขอดังงบประมาณรวม 1,150.00 ล้านบาท

2) โครงการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตามโครงการน้ำพระทัยจากในหลวงเพื่อพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือตามแนวพระราชดำริ (โครงการอีสานเขียว) : กำหนดดำเนินการในปีงบประมาณ 2535 และเป็นโครงการที่ต่อเนื่องมาจากปี 2534 ด้รับงบประมาณดำเนินการ 137.06 ล้านบาท

2.8 งานสนับสนุนงานประเพณีในจังหวัดต่างๆ

การดำเนินงานประกอบด้วยงานประจำและโครงการต่อเนื่อง ขอดังงบ

ประมาณดำเนินการระยะ 5 ปี รวม 260.96 ล้านบาท แยกเป็น :-

- งานประจำ 220.96 ล้านบาท

- โครงการต่อเนื่อง 1 โครงการ

โครงการจัดแสดงแสง-เสียงถาวร ณ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรั-
อยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา : กำหนดดำเนินการในงบประมาณ 2536 เป็นโครงการต่อ
เนื่องจากปีงบประมาณ 2534 ขอดังงบประมาณดำเนินการ 40.00 ล้านบาท

2.9 โครงการเงินกู้ OECF เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ระยะที่ 2

(OECF : The Overseas Economic Cooperation Fund)

เป็นโครงการต่อเนื่องที่กำหนดดำเนินการทุกปีในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 7
โดยเริ่มดำเนินงานในงบประมาณ 2536 ขอดังงบประมาณรวม 905.60 ล้านบาท

2.10 สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

การดำเนินงานมีลักษณะเป็นการจัดระเบียบธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ให้
มีมาตรฐานและเป็นระบบ ขอดังงบประมาณรวม 79.57 ล้านบาท

2.11 โครงการพิเศษเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว

เป็นโครงการใหม่ที่มีลักษณะเป็นการพัฒนาและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การ
ท่องเที่ยวของประเทศ โดยการแสวงหาจุดขายทางการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเด่นในแต่ละปี โดย
เริ่มขอดังงบประมาณในปี 2535 จำนวน 20.00 ล้านบาท และระหว่างปี 2537 - 2539 ขอ
ตั้งปีละ 20.00 ล้านบาท รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 80.00 ล้านบาท

แผนงานประชาสัมพันธ์ของกองประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำปี 2537

งานข่าวในประเทศ

ลำดับ	งาน/โครงการ	งบประมาณที่ขอร้อง ปี 2537	รายละเอียด (แยกงบประมาณเป็น หมวดค่าใช้จ่าย ตอบแทน วัสดุและสาธารณูปโภค)
1.	<p><u>การจัดทำข่าวเผยแพร่และสำรวจวิเคราะห์ข่าว</u> ผลิตและเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับแผนงาน กิจกรรม และผลงานของ ททท. รวมทั้งภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เผยแพร่แก่สื่อมวลชนในประเทศไทย</p> <p>สำรวจและวิเคราะห์ข่าว เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวและรับทราบถึงแนวความคิดของประชาชนต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว</p>	1,600,000.-	<p>เพื่อให้ประชาชน หน่วยงานราชการ และองค์กรเอกชน ได้ทราบกิจกรรม ผลงาน และความเคลื่อนไหวในการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่ง ททท. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการเพื่อสร้างความเข้าใจและให้ความร่วมมือสนับสนุนวิธีการดำเนินงานดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทำข่าวภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เผยแพร่เฉลี่ยเดือนละ 30 ข่าว ส่งสื่อมวลชนไทยและต่างประเทศครั้งละประมาณ 200 ราย - จัดส่งเอกสารข่าว เอกสารวิชาการ เอกสารเผยแพร่ กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวและเอกสารประชาสัมพันธ์ต่างๆ ถึงสื่อมวลชนและผู้เกี่ยวข้องในวงการธุรกิจเดือนละประมาณ 3 ครั้ง ครั้งละ 500 ราย - จัดทำแฟ้มข้อมูลข่าวสาร ภาพสไลด์ ภาพวิดีโอ และเอกสาร เพื่อสนับสนุนนักเขียน/นักข่าว ในการเขียนบทความ - ตรวจสอบข่าวเพื่อวิเคราะห์และประเมินผล

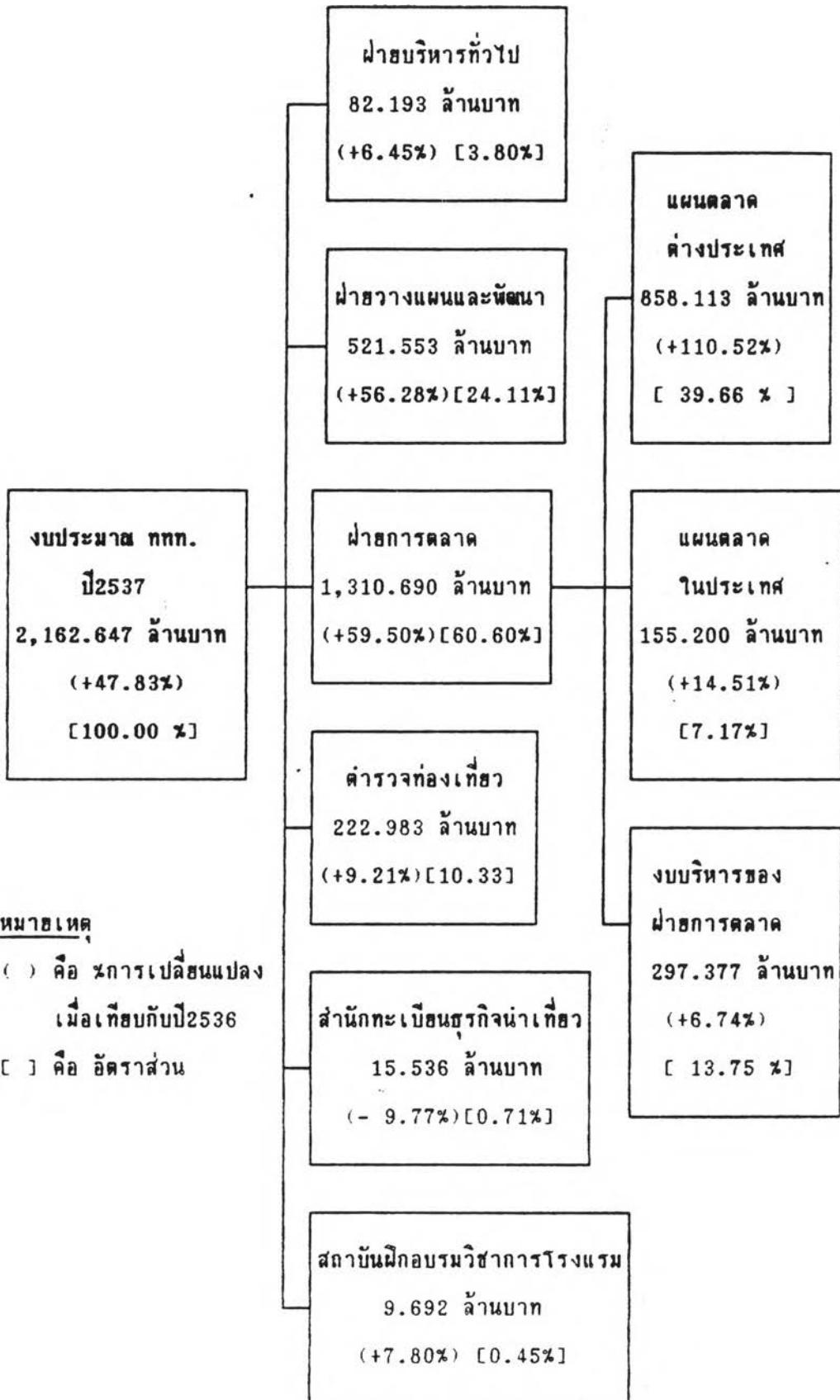
ลำดับ	งาน/โครงการ	งบประมาณที่ขอตั้ง ปี 2537	รายละเอียด (แยกงบประมาณเป็น หมวดค่าใช้จ่าย ตอบแทน วัสดุและสาธารณูปโภค)
2.	<u>ทัศนศึกษาสำหรับสื่อมวลชน</u>	2,300,000	<p>งบประมาณ (1,600,000 บาท)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ค่าจัดพิมพ์กระดาษหัวข่าวและช่องข่าว 200,000.- - ค่าจัดพิมพ์รายชื่อปิดหน้าซอง 150,000.- - ค่าจัดพิมพ์แฟ้มข่าว เอกสารเผยแพร่อื่นๆ 200,000.- - ค่าจัดทำภาพข่าวสี/สไลด์ 200,000.- - ค่าเช่าโทรทัศน์จัดทำภาพประกอบข่าว 100,000.- - ค่าเช่าเครื่องโทรสาร 1 เครื่อง และค่าใช้จ่ายบริการ 300,000.- - ค่าเช่าเครื่องถ่ายเอกสารและค่าบริการ 100,000.- - ค่าซื้อหนังสือพิมพ์และนิตยสาร 150,000.- - ค่าจ้างเหมาการตรวจตัดข่าว 200,000.- <p>เพื่อเป็นการสนับสนุนจังหวัดต่างๆ ในการเผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยวให้ประชาชนได้รับทราบและเกิดความสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น และเพื่อให้สื่อมวลชนได้รับรู้การดำเนินงานของ ททท. ทั้งในและต่างประเทศเพื่อทำบทความและข่าวเผยแพร่</p>

ลำดับ	งาน/โครงการ	งบประมาณที่ขอตั้ง ปี 2537	รายละเอียด (แยกงบประมาณเป็น หมวดค่าใช้จ่าย ตอบแทน วัสดุและสาธารณูปโภค)
3.	<u>จัดทำวารสารธุรกิจท่องเที่ยว</u> เป็นวารสารรายปักษ์ ขนาด 4 หน้ายก (11"x15") หนา 20 หน้า พิมพ์ 4 สี ทุกหน้าด้วยกระดาษอาร์ต 80 แกรม จำนวนพิมพ์ครั้งละ 5,000 ฉบับ	2,100,000	<p>- จัดทัศนศึกษาในประเทศประมาณ 12-20 ครั้ง โดยเชิญสื่อมวลชนครั้งละประมาณ 10-20 คน ค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหารและประสานงานเฉลี่ยคนละ 5,000 บาทต่อครั้ง รวมเป็นเงิน 1,200,000 บาท</p> <p>- จัดทัศนศึกษาในต่างประเทศ เมื่อมีกิจกรรมด้านการตลาด ซึ่งนำโดยผู้บริหารระดับสูง ปีละประมาณ 5 ครั้งๆ ละ 5 คน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณครั้งละ 250,000 บาท เป็นเงิน 1,100,000 บาท</p> <p>เพื่อใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวคราวความเคลื่อนไหวในวงการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งการเผยแพร่นโยบายและกิจกรรมของการท่องเที่ยว เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด และการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้ประกอบการ หน่วยงานของรัฐ สถาบันการศึกษา และประชาชนผู้สนใจทั่วไป เกิดความรู้และความเข้าใจในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว</p> <p><u>งบประมาณ</u> ค่าจัดพิมพ์และนำเผยแพร่ฉบับละ 87,500 บาท</p>

ลำดับ	งาน/โครงการ	งบประมาณที่ขอตั้ง ปี 2537	รายละเอียด (แยกงบประมาณเป็น หมวดค่าใช้จ่าย ตอบแทน วัสดุและสาธารณูปโภค)
4.	<u>การประชาสัมพันธ์งานเทศกาล และงานประเพณี</u>	6,000,000	<p>- เพื่อสนับสนุนสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดและหน่วยงานต่างๆ ในการจัดกิจกรรม เทศกาลท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมให้คนไทยท่องเที่ยวไทย เฉลี่ยแล้วจะมีการจัดงานดังกล่าวปีละประมาณ 35 ครั้ง จะช่วยประชาสัมพันธ์ในด้านการจัดป้ายคำนำ จัดทำสโปดโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ ลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ เฉลี่ยค่าใช้จ่ายงานละ 150,000 บาท = 6 ล้านบาท</p>
5.	<u>การประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ไขและฟื้นฟูสภาพพจนของการท่องเที่ยว</u>	6,500,000	<p>- จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อฟื้นฟูสภาพพจนของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวม และกระตุ้นจิตสำนึกของคนในท้องถิ่นให้อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยการจัดประกวดบทความ ดำเนินการรณรงค์ให้อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ความสะอาด และให้ร่วมมือแก้ไขปัญหาก็เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยว่าจ้างบริษัทเอกชนดำเนินการ</p>

ลำดับ	งาน/โครงการ	งบประมาณที่ขอตั้ง ปี 2537	รายละเอียด (แยกงบประมาณเป็น หมวดค่าใช้จ่าย ตอบแทน วัสดุและสาธารณูปโภค)
	<p><u>การจ้างบริษัทประชาสัมพันธ์เพื่อทำหน้าที่ปรึกษาด้านการ -</u> <u>ประชาสัมพันธ์ในตลาดต่างประเทศ โดยจัดให้มีการวิเคราะห์</u> ภาพพจน์ของประเทศไทย เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดี ทำข่าวเผยแพร่ เพื่อส่งเสริมการจัดบริการนำเที่ยวมาไทย และสร้างความมั่นใจ แก่บริษัทนำเที่ยวและประชาชนทั่วไปในการที่จะเดินทางมาไทย จัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างภาพพจน์แก่ประเทศ</p>	<p>40,000,000</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ค่าธรรมเนียมในการดำเนินงานโดยบริษัทที่มีบริการครอบคลุม ไปยังประเทศต่างๆ ที่เป็นตลาดสำคัญทางการท่องเที่ยว ประมาณ 10 ประเทศ เฉลี่ยเดือนละประมาณ 200,000 บาทต่อประเทศ = 30 ล้านบาท - ค่าใช้จ่ายในการจัดพิมพ์ Newsletter เดือนละ 1 ฉบับ = 2 ล้านบาท - ค่าใช้จ่ายในการจัดทำจดหมายข่าวต่างประเทศเผยแพร่เดือน ละ 3 ข่าว = 2 ล้านบาท - ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานติดต่อสื่อมวลชนในแต่ละประเทศ = 6 ล้านบาท

การจัดสรรงบประมาณการท่องเที่ยวปี 2537



หมายเหตุ

() คือ %การเปลี่ยนแปลง
เมื่อเทียบกับปี2536

[] คือ อัตราส่วน

เป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศ 2537

เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยปี 2537 ให้เป็น 38.1 ล้านคน-ครั้ง*
ในอัตราเพิ่มร้อยละ 3 จากฐานปี 2536 ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณ 37.2 ล้านคน-ครั้ง

(* " วิชาการนับ " คน-ครั้ง " คือ การเดินทางแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวแต่ละคน จะถูกนับ
เป็น 1 คน-ครั้ง ซึ่งบางคนอาจมีการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 1 คน-ครั้งต่อปี)

กลุ่มตลาดเป้าหมายสำหรับตลาดในประเทศ 2537

ดำเนินงานด้านการตลาดโดยให้ความสำคัญต่อกลุ่มเป้าหมายหลักต่อเนื่องจากปี 2536
ตามลำดับ ดังนี้

1. กลุ่มผู้มีรายได้สูงสุด 20 % แรกของกรุงเทพฯ และ 5 % แรกของเมืองใหญ่ ๆ
เช่น กลุ่มนักธุรกิจ ผู้บริหาร และกลุ่มวิชาชีพเฉพาะ
2. กลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
3. กลุ่มบ้านานาญ
4. กลุ่มเยาวชนและนักศึกษา
5. กลุ่มแรงงาน-ลูกจ้าง
6. กลุ่มแม่บ้าน
7. กลุ่มชาวต่างชาติที่พำนักอยู่ในประเทศไทย

งบประมาณตลาดในประเทศ (หน่วย : บาท)

รวมงบประมาณการตลาดในประเทศ	<u>155,200,000</u>
การประชาสัมพันธ์	<u>90,112,000</u>
การดำเนินงานของ กปส.	18,500,000
การสำรวจและบริการให้ข่าวสาร (กบท.)	5,040,000
การจัดนิทรรศการในประเทศ (กผค.)	2,250,000
การจัดทำรายการวิทยุ (กผค.)	8,350,000
การจัดทำรายการโทรทัศน์ (กผค.)	40,025,000
การประชาสัมพันธ์โดยสำนักงานในประเทศ	15,947,000 **
การโฆษณา	<u>44,958,000</u>
การโฆษณาโดยส่วนกลาง	44,555,000
- โฆษณาทางสิ่งพิมพ์	9,087,000
- โฆษณาทางโทรทัศน์	28,146,000
- สื่อโฆษณาอื่น ๆ	7,322,000
การโฆษณาโดยสำนักงานในประเทศ	403,000 **
การส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวในประเทศ	<u>10,809,000</u>
การส่งเสริมการขายร่วมกับธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศ	1,300,000
การส่งเสริมการท่องเที่ยวเฮาเวน	1,250,000
การส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับประชาชนทั่วไป	900,000
การส่งเสริมการขายโดยสำนักงาน	7,359,000 **
การผลิตเอกสารและวัสดุสนับสนุน	<u>6,600,000</u>
การดำเนินงานกลุ่มตลาดการท่องเที่ยว	<u>500,000</u>
การประสานงานโครงการต่าง ๆ ของ ททท. ส่วนกลาง	<u>1,591,000 **</u>
สำรองการตลาดในประเทศ	<u>630,000</u>

หมายเหตุ : * คือ งบประมาณที่แสดงรายละเอียดใน หน้าถัดไป (งบฯสำนักงานในประเทศ)

การจัดสรรงบประมาณ จำแนกตามสำนักงานในประเทศ

Offices	Total	Advertising	Public Relations	Sales Activities	Others
TOTAL	25,300,000	403,000	15,947,000	7,359,000	1,591,000
Chiang Mai	1,350,000	6,000	880,000	250,000	214,000
Chiang Rai	1,150,000	20,000	800,000	320,000	10,000
Phitsanulok	1,150,000	10,000	750,000	360,000	30,000
Tak	900,000	20,000	540,000	300,000	40,000
Nakhon Ratchasima	1,250,000	5,000	805,000	260,000	180,000
Ubon Ratchathani	1,150,000	10,000	768,000	352,000	20,000
Khon Kaen	1,150,000	20,000	860,000	240,000	30,000
Udon Thani	1,200,000	8,000	542,000	430,000	220,000
Nakhon Panom	1,000,000	50,000	620,000	300,000	30,000
Ayuthaya	1,000,000	5,000	450,000	445,000	100,000
Lop Buri	1,000,000	6,000	558,000	424,000	12,000
Kanchanaburi	1,150,000	20,000	720,000	350,000	60,000
Cha-am	1,150,000	20,000	860,000	240,000	30,000
Pattaya	1,350,000	5,000	1,075,000	250,000	20,000
Rayong	1,150,000	20,000	650,000	450,000	30,000
Trad	900,000	20,000	450,000	300,000	130,000
Nakhon Nayok	900,000	15,000	595,000	260,000	30,000
Phuket	1,350,000	20,000	770,000	460,000	100,000
Hat Yai	1,350,000	30,000	820,000	470,000	30,000
Surathani	1,350,000	10,000	940,000	330,000	70,000
Nakhon Si Thammarat	1,150,000	10,000	820,000	300,000	20,000
Narathiwat	900,000	10,000	640,000	230,000	20,000
Reserve	300,000	63,000	34,000	38,000	165,000

ในแผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2537 ได้กำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมาย โดยพิจารณาจากศักยภาพของตลาดนั้น ๆ และต่อเนื่องจากปี 2536 จำแนกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มตลาดหลักที่มีศักยภาพสูง ได้แก่ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เกาหลี เยอรมนี สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส อิตาลี และสหรัฐอเมริกา
2. กลุ่มตลาดใหม่ที่มีศักยภาพสูง ได้แก่ จีน เนเธอร์แลนด์ ออสเตรเลีย กรีซ บราซิล ฮังการี ออสเตรเลีย และแอฟริกาใต้
3. กลุ่มตลาดอื่น ๆ ที่ต้องรักษาไว้ ได้แก่ มาเลเซีย ฮ่องกง สิงคโปร์ อินโดนีเซีย นิวซีแลนด์ อินเดีย แคนาดา สวิสเซอร์แลนด์ สวีเดน สเปน เบลเยียม เดนมาร์ก นอร์เวย์ เม็กซิโก อิสราเอล และอียิปต์

หมายเหตุ : ศักยภาพของตลาดพิจารณาจาก

1. รายได้จากนักท่องเที่ยว
2. เสถียรภาพทางเศรษฐกิจและการเมือง
3. จำนวนประชากรและสัดส่วนการเดินทางออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศ (Propensity to Travel)
4. อัตราการเพิ่มของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังประเทศไทย
5. สัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวแต่ละตลาด
6. ระยะทางและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางมาประเทศไทย

การจัดสรรงบประมาณการตลาดการท่องเที่ยว 2537

งบประมาณตลาดต่างประเทศ

(หน่วย : บาท)

รวมงบประมาณตลาดต่างประเทศ	<u>858,113,000</u>
การประชาสัมพันธ์	<u>100,700,000</u>
การประชาสัมพันธ์โดยส่วนกลาง	45,000,000
- การดำเนินงานของ กปส.	40,000,000
- โครงการแข่งขันแรลลี่มิตรภาพ ไทย-พม่า-จีน	5,000,000
การประชาสัมพันธ์โดยสำนักงาน	55,700,000 *
การโฆษณา	<u>488,483,000</u>
การโฆษณาโดยส่วนกลาง	269,283,000
- โฆษณาส่งพิมพ์	94,606,000
- Supplement	49,530,000
- อื่น ๆ	45,076,000
- โทรทัศน์	174,677,000
การโฆษณาโดยสำนักงาน	219,200,000 *
- เป็นการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์และวิทยุ	
การผลิตวัสดุอุปกรณ์โฆษณา	<u>102,940,000</u>
เป็นการผลิตวัสดุอุปกรณ์โฆษณาต่าง ๆ เช่น เอกสารแนะนำแหล่งท่องเที่ยว, VIDEO TAPE, SLIDE MULTIVISION และ INFORMATION SHEET	
- ผลิตเพื่อใช้โดยรวม	62,940,000
- ผลิตโดยจำแนกตามตลาดต่าง ๆ	40,000,000

การเสนอขาย	<u>97,000,000</u>
การเสนอขายโดยส่วนกลาง	31,700,000
- เป็นการเข้าร่วม/จัดงานเสนอขาย ทั้งในและต่างประเทศ ได้แก่	
- TOP RESA (กช.-คค.)	3,000,000
- WTM'94 (นช.)	6,000,000
- ATF'94 (มค.)	1,000,000
- FITUR'94 (มค.)	1,500,000
- BIT'94 (กท.)	1,500,000
- ITB'94 (มค.)	7,000,000
- PATA TRAVEL MART'94 (เมช.)	700,000
- THAILAND MINI MART	1,000,000
- THAILAND TRAVEL SCENE	9,000,000
- TRAVEL TRADE CO-OPERATION	1,000,000
 การเสนอขายโดยสำนักงาน	 65,300,000 *
 การส่งเสริมการประชุมนานาชาติ	 <u>37,990,000</u>
พัฒนาการตลาด	<u>24,000,000 *</u>
วิจัยและประเมินผล	<u>2,000,000</u>
สำรวจการตลาด	<u>5,000,000</u>

หมายเหตุ : * คือ งบประมาณที่แสดงรายละเอียดใน หน้าถัดไป (งบฯสำนักงานต่างประเทศ)

การจัดสรรงบประมาณ จำแนกตามตลาดต่างประเทศ

Region/Market	Total	Advertising				Public Relations	Sales Activity	Marketing Rep.	Sales Aid Production
		Printed	TV.	Radio	Total				
Grand Total	404.20	76.00	113.20	30.00	219.20	55.70	65.30	24.00	40.00
East Asia & Pacific									
Japan	101.20	10.00	63.50	3.00	76.50	8.00	8.70	0.00	8.00
Korea	16.00	3.00	5.00	0.00	8.00	2.00	1.60	1.40	3.00
Taiwan	19.00	4.00	5.00	3.00	12.00	2.00	2.00	1.80	1.20
Hong Kong	15.00	2.00	4.00	3.00	9.00	2.00	2.50	0.00	1.50
China	15.00	5.00	4.00	0.00	9.00	1.50	3.00	1.00	0.50
Malaysia	15.00	3.00	5.00	3.00	11.00	1.50	2.00	0.00	0.50
Singapore	14.00	4.00	4.00	2.00	10.00	1.00	2.00	0.00	1.00
Indonesia	6.00	2.00	1.00	1.00	4.00	0.40	0.80	0.60	0.20
Laos	2.00	0.50	0.00	0.00	0.50	0.50	0.80	0.00	0.20
Australia	18.00	3.00	4.00	2.00	9.00	2.00	3.00	2.00	2.00
New Zealand	5.00	0.50	1.00	0.27	1.77	1.23	0.70	0.80	0.50
Europe									
U.K.	18.00	4.00	2.00	1.50	7.50	3.50	4.00	1.50	1.50
Scandinavia	9.00	3.00	0.00	0.00	3.00	1.50	2.00	1.50	1.00
France	16.00	2.00	2.00	2.00	6.00	3.50	3.50	1.00	2.00
Netherland	4.00	1.00	0.00	0.00	1.00	0.70	0.80	0.80	0.70
Belgium	3.00	0.50	0.00	0.00	0.50	0.70	0.70	0.60	0.50
Germany	20.00	4.00	2.00	2.00	8.00	4.00	4.00	1.80	2.20
Austria	3.00	0.50	0.00	0.00	0.50	0.80	0.50	0.70	0.50
Switzerland	5.00	0.50	0.00	0.00	0.50	1.50	1.00	1.20	0.80
Italy	20.00	4.00	7.00	2.00	13.00	1.50	3.50	0.80	1.20
Spain	5.00	0.50	1.00	1.00	2.50	0.50	1.00	0.50	0.50
Greece	3.00	0.40	1.00	0.00	1.40	0.30	0.60	0.40	0.30
Portugal	3.00	0.40	1.00	0.00	1.40	0.30	0.60	0.40	0.30
Americas									
U.S.A.	30.00	9.00	0.00	0.00	9.00	6.20	8.00	1.80	5.00
Canada	8.00	3.00	0.00	0.00	3.00	1.40	1.50	1.60	0.50
Brazil	3.00	0.50	0.00	0.00	0.50	0.50	1.20	0.30	0.50
Africa									
S.Africa	4.00	0.50	0.00	0.00	0.50	1.00	1.50	0.50	0.50
Middle East									
Israel	1.50	0.50	0.00	0.00	0.50	0.30	0.50	0.00	0.20
U.A.E.	2.00	0.50	0.00	0.00	0.50	0.30	1.00	0.00	0.20
South Asia									
India	4.00	1.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00
Other	9.00	2.20	0.00	1.20	3.40	3.30	0.30	0.00	2.00
Reserve	7.50	1.00	0.70	3.03	4.73	0.77	1.00	1.00	0.00

ภาคผนวก จ

แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่อง การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

คำชี้แจง หน่วยงาน หมายถึง สำนักงานในต่างประเทศที่ผู้ตอบแบบสอบถามปฏิบัติงานอยู่

กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงใน () หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง

ตอนที่ 1

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุ () ต่ำกว่า 30 ปี () 30-40 ปี () 41-50 ปี () สูงกว่า 50 ปี
3. ระดับการศึกษา
 - () ต่ำกว่าปริญญาตรี คือ () ต่ำกว่ามัธยม 6
 - () มัธยม 6 (มัธยมศึกษา 5 ตามแบบเดิม)
 - () ปวช. สาขาวิชา.....
 - () ปวส. สาขาวิชา.....
 - () ปวท. สาขาวิชา.....
 - () ปริญญาตรี วุฒิกการศึกษา.....สาขาวิชา/ภาควิชา.....
 - () สูงกว่าปริญญาตรี คือ () ปริญญาโท วุฒิกการศึกษา.....
 - สาขาวิชา/ภาควิชา.....
 - () ปริญญาเอก วุฒิกการศึกษา.....
 - สาขาวิชา/ภาควิชา.....

4. ตำแหน่งงานปัจจุบัน

- () ผู้ว่าการ () ผู้อำนวยการสำนักงานในภูมิภาค
 () รองผู้ว่าการ () ผู้อำนวยการสำนักงานในต่างประเทศ
 () ผู้อำนวยการฝ่าย () หัวหน้างาน
 () ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ () เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการในกองประชาสัมพันธ์

5. ท่านปฏิบัติงานอยู่ใน

- () ส่วนกลาง
 () สำนักงานส่วนภูมิภาค
 () สำนักงานในต่างประเทศ

6. ท่านเคยได้รับความรู้และประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ โดย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () การศึกษาจากสถาบันการศึกษาโดยตรง
 () การฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์
 () การศึกษาค้นคว้าจากตำรา และเอกสาร
 () การสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์
 () อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2

7. นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของท่าน คืออะไร

.....

8. ในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ข้อมูลที่ใช้ในการวางแผนได้มาจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () สถิติอ้างอิง หรือการวิจัย
 - () ผลลัพธ์จากการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ครั้งก่อน
 - () ประสบการณ์ส่วนตัวของผู้วางแผน
 - () อื่นๆ (โปรดระบุ).....
9. ในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ท่านมีการประสานงานกับฝ่ายใดในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยบ้าง
- (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () ฝ่ายบริหารทั่วไป
 - () ฝ่ายวางแผนและพัฒนา
 - () ฝ่ายการตลาด
 - () ฝ่ายวิชาการ
 - () ฝ่ายบัญชีและงบประมาณ
 - () อื่นๆ (โปรดระบุ).....
10. แผนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของท่าน เป็นแผนลักษณะใด
- () ระยะสั้น
 - () ระยะยาว
 - () ทั้ง 2 แบบ
11. แผนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของท่าน ได้นำไปใช้ปฏิบัติจริงมากน้อยเพียงใด
- () ปฏิบัติงานจริงทุกครั้ง
 - () ปฏิบัติจริงเป็นบางครั้ง
 - () ไม่ได้นำไปปฏิบัติจริงเลย
 - () อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
12. ปัจจัยใดบ้างที่นำมาพิจารณาในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () นโยบายขององค์กร

- () ความรู้ ทักษะ ค่านิยมด้านการประชาสัมพันธ์
- () สภาพเศรษฐกิจทั่วไป
- () การเมือง หรือความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ
- () ความต้องการของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย
- () งบประมาณ
- () บรรทัดฐานทางสังคม ค่านิยม ประเพณี
- () ผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ครั้งก่อน
- () อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

13. การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของท่านมีลักษณะอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ใช้ผู้วางแผนประชาสัมพันธ์ที่มีความชำนาญ
- () มีการประสานงานกับฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- () มีงบประมาณในการดำเนินการเพียงพอ
- () มีการกำหนดรายละเอียดในการดำเนินงานอย่างชัดเจน
- () มีการกำหนดการประเมินผลอย่างชัดเจน
- () ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มีส่วนร่วมในการวางแผน
- () สอดคล้องกับนโยบายหลักขององค์การ
- () มีความยืดหยุ่นของแผน
- () ใช้หลักเกณฑ์การวิเคราะห์เหตุผลเป็นที่ตั้ง มีขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานเป็นแบบแผนอย่างแน่นอนตายตัว
- () อาศัยสามัญสำนึก ไม่มีหลักเกณฑ์แน่นอน
- () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

(หากข้อ 13. มีการประเมินผล ให้ทำต่อข้อ 14-15/ถ้าไม่มีการประเมินผลให้ข้ามไปทำข้อ 16)

14. จากข้อ 13. หากมีการประเมินผล ใช้วิธีการใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () การวิจัย
 - () พิจารณาจากรายได้จากการท่องเที่ยว
 - () พิจารณาจากรายงานของหน่วยงานที่ปฏิบัติงาน
 - () อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
15. ใครคือผู้มีหน้าที่ประเมินผลการประชาสัมพันธ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () ฝ่ายวิจัยและประเมินผลขององค์การ
 - () เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ภายในหน่วยงานทำเอง
 - () บริษัทเอกชนที่ทำหน้าที่วิจัยโดยเฉพาะ
 - () อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
16. ท่านคิดว่า ปัจจัยใดที่สนับสนุนการประชาสัมพันธ์ของท่านให้ประสบความสำเร็จ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () บุคลากรมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
 - () มีงบประมาณเพียงพอ
 - () มีการวิจัย และการประเมินผล
 - () มีการประสานงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ
 - () มีวัสดุอุปกรณ์ในการทำการประชาสัมพันธ์อย่างเพียงพอ
 - () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 3

17. บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของท่านมีจำนวน.....คน
18. งานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของท่าน มีลักษณะเป็นอย่างไร
- () เป็นงานที่ทำอย่างต่อเนื่อง
 - () เป็นงานชั่วคราว หรืองานเฉพาะกิจ
 - () อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

19. การแบ่งส่วนงานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของท่านมีลักษณะเป็นอย่างไร

- () มีการแบ่งงานเป็นสัดส่วนอย่างชัดเจน เช่น งานผลิตสื่องานวางแผน เป็นต้น
- () มีการแบ่งงานเป็นสัดส่วน แต่สามารถยืดหยุ่นได้
- () ไม่มีการแบ่งงานเป็นสัดส่วน ใช้การทำงานร่วมกัน
- () อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

20. การทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของท่านมีลักษณะเช่นใด

- () มีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบตามความชำนาญเฉพาะด้าน
- () บุคลากรฝ่ายประชาสัมพันธ์สามารถปฏิบัติงานได้ทุกหน้าที่
- () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

21. หน่วยงานของท่านทำงานประชาสัมพันธ์ด้านใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () เผยแพร่ข่าวสาร
- () สื่อมวลชนสัมพันธ์
- () ประสานงานกับธุรกิจท่องเที่ยวทุกสาขา
- () ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เช่น วารสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ฯลฯ
- () จัดงานแถลงข่าว
- () ให้คำแนะนำด้านการประชาสัมพันธ์แก่ผู้บริหาร
- () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

22. ท่านมีบทบาทต่องานด้านการประชาสัมพันธ์อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () มี
- () ไม่มี

คือ

- () กำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์
- () กำหนดบทบาทหน้าที่งานประชาสัมพันธ์
- () พิจารณาบุคลากรที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์
- () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

23. ใครเป็นผู้กำหนดคุณสมบัติของบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ผู้ว่าการหรือรองผู้ว่าการ
- () ผู้อำนวยการสำนักงานต่างประเทศ
- () กองบริหารงานบุคคล
- () อื่นๆ (โปรดระบุ)

24. บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของท่านได้รับความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์จากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () การศึกษาจากสถาบันการศึกษาโดยตรง
- () การฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์
- () การศึกษาค้นคว้าจากตำรา และ เอกสาร
- () การสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์
- () ประสบการณ์จากการทำงานด้วยตนเอง
- () อื่น ๆ (โปรดระบุ)

25. หากท่านจะรับบุคลากรปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ ท่านต้องการบุคลากรที่มีคุณสมบัติเช่นไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () มีความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์
- () มีทักษะในการสื่อสารทั้งด้านการเขียนและการพูด
- () มีความอดทน อดกลั้นต่อสภาวะการณ์ต่างๆ
- () มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
- () ใฝ่หาข่าวสารได้ทันเหตุการณ์
- () มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
- () มีประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์

() มีความสามารถจัดระเบียบหน่วยงาน

() อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

26. หน่วยงานของท่านมีการประเมินผลการใช้สื่อ หรือไม่ อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() ไม่มี () มี ประเมินผลในด้าน () พฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มเป้าหมาย

() เนื้อหาที่ใช้ในสื่อแต่ละประเภท

() สื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากน้อย

เพียงใด

() ความคุ้มค่าในการซื้อสื่อ

() อื่นๆ (โปรดระบุ).....

.....
.....

(หากข้อ 26. มีการประเมินผลการใช้สื่อให้ตอบข้อ 27. ถ้าไม่มีให้ข้ามไปทำข้อ 28.)

27. การประเมินผลการใช้สื่อของหน่วยงานของท่านใช้วิธีการใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() เอกสารทางข้อมูล และสถิติ

() การวิจัย

() ใช้ประสบการณ์ในการคาดคะเนเอง

() อื่นๆ (โปรดระบุ).....

28. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานในต่างประเทศ ของท่านมีการประสานงานกับ

สำนักงานใหญ่ (ส่วนกลาง) และหน่วยงานราชการหรือหน่วยงานเอกชนอื่นๆ อย่างไรบ้าง

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สำนักงานใหญ่ (ส่วนกลาง)

() สำนักงานผู้ว่าการ ประสานงานในด้าน.....

.....

หน่วยงานอื่นๆ

- () หน่วยงานราชการ คือ.....ประสานงานในด้าน.....
ประสานงานในด้าน.....
ประสานงานในด้าน.....
- () หน่วยงานเอกชน คือ.....ประสานงานในด้าน.....
ประสานงานในด้าน.....
ประสานงานในด้าน.....
- () อื่นๆ (โปรดระบุ).....ประสานงานในด้าน.....
ประสานงานในด้าน.....
ประสานงานในด้าน.....

29. ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินหรือเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบในด้านลบต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ (เช่นกรณีพายุทอร์นาโด กรณีโศกณัติเด็ก กรณีตึกถล่มที่โคราช ฯลฯ เป็นต้น) หน่วยงานของท่านมีการดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ชี้แจงเผยแพร่ข้อเท็จจริงให้ถูกต้องและกระจ่างชัด
- () ให้นำหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเรื่องนั้นๆ เป็นผู้ชี้แจง
- () ปล่อยให้เรื่องนั้นจางหายไปเอง
- () หลีกเลี่ยงการให้ข่าวสารในเรื่องนั้น แต่เผยแพร่ข่าวสารในด้านอื่นๆ ที่เป็นด้านดีเพื่อชักจูงให้คนเดินทางท่องเที่ยวแทน
- () วางแผนประชาสัมพันธ์เฉพาะกรณีเพื่อแก้ไขภาพลักษณ์ของประเทศ
- () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

30. ในฤดูกาลท่องเที่ยวต่างๆ (เช่น งานลอยกระทงเผาเทียนเล่นไฟที่สุโขทัย งานแห่เทียนเข้าพรรษาที่อุบลราชธานี ฯลฯ เป็นต้น) หน่วยงานของท่านมีบทบาทหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () จัดแถลงข่าว
- () จัดเพรสทัวร์ (Press Tour)
- () จัดทำข่าว บทความ สารคดี เผยแพร่ทางสื่อมวลชน
- () ให้บริการ และติดต่อเรื่องที่พัก ซึ่งเป็นกิจการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเอง แก่สื่อมวลชนแขนงต่างๆ
- () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

31. ท่านคิดว่าอุปสรรคและปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานในต่างประเทศ มีอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ด้านนโยบายและเป้าหมาย คือ
 - ก.....
 - ข.....
 - ค.....
- () ด้านแผนการประชาสัมพันธ์ คือ
 - ก.....
 - ข.....
 - ค.....
- () ด้านข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ คือ
 - ก.....
 - ข.....
 - ค.....

- () ด้านบุคลากร คือ
- ก.....
- ข.....
- ค.....
- () ด้านงบประมาณ คือ
- ก.....
- ข.....
- ค.....
- () ด้านวัสดุอุปกรณ์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ คือ
- ก.....
- ข.....
- ค.....
- () ด้านการประสานงานภายในสำนักงานต่างประเทศ คือ
- ก.....
- ข.....
- ค.....
- () ด้านการประสานงานภายนอกสำนักงานต่างประเทศ คือ
- ก.....
- ข.....
- ค.....
- () ด้านการจัดระบบงาน คือ
- ก.....
- ข.....
- ค.....

() ด้านอื่น ๆ คือ

ก.....

ข.....

ค.....

32. ท่านคิดว่าการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อองค์การของท่านหรือไม่ อย่างไร

() ไม่มีความสำคัญ เพราะ.....
.....

() มีความสำคัญ คือ () เป็นการบอกกล่าว ชี้แจงเผยแพร่การดำเนินงาน ผลงานและกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งความเคลื่อนไหวต่างๆ ขององค์การ

() ช่วยให้ทราบถึงทัศนคติ ประชามติ หรือความรู้สึกนึกคิด ของประชาชนที่มีต่อองค์การ

() ช่วยในการคาดการณ์ล่วงหน้า และค้นหาจุดบกพร่องในการดำเนินงานขององค์การ

() ช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างบุคลากรในองค์การ

() ช่วยแก้ไขปัญหายุ่ยากต่างๆ ในองค์การ

() ช่วยปกป้องและรักษาชื่อเสียงขององค์การไม่ให้เสื่อมเสีย

() อื่นๆ (โปรดระบุ).....
.....



ประวัติผู้วิจัย

นาย รพีพล ยุทธนิยาม เกิดวันที่ 13 กรกฎาคม พ.ศ.2510 จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีนิเทศศาสตรบัณฑิต ภาควิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ในปีการศึกษา 2532 เคยทำงานด้านการโฆษณา ฝ่ายการตลาดที่บริษัท สยามดนตรียามาฮ่า จำกัด เป็นเวลา 3 ปี จากนั้นจึงลาออกมาศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิตที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อ พ.ศ.2535