

กองประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

✓ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นอุตสาหกรรมที่มีมานานแล้วเพียงแต่ว่าในอดีตนั้นแฝงอยู่ในรูปของการเดินทางค้าขาย และไม่ค่อยมีใครให้ความสนใจนัก จนกระทั่งพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ซึ่งครั้งนั้นทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ ทรงสนพระทัยเรื่องการท่องเที่ยว ได้ส่งเรื่องราวเกี่ยวกับเมืองไทยไปเผยแพร่ในสหรัฐอเมริกา และในปี 2467 ได้ทรงจัดตั้งแผนกโฆษณาของการรถไฟขึ้น เพื่อทำหน้าที่รับรองและให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาประเทศไทย รวมทั้งการโฆษณาเผยแพร่ประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศ สำนักงานแห่งแรกตั้งอยู่ที่กรมรถไฟ เชียงสะพานหลวง ต่อมาได้ย้ายมาตั้งที่สถานีรถไฟหัวลำโพง เมื่อพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธินย้ายไปทรงดำรงตำแหน่งเสนาบดี กระทรวงพาณิชย์และคมนาคม งานด้านส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงย้ายไปอยู่ที่กระทรวงพาณิชย์และคมนาคม ด้วยแต่ยังคงทำงานร่วมกับกรมรถไฟ และยังคงปฏิบัติงานด้านส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่เช่นเดิม

งานด้านส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้เริ่มขึ้นอย่างเป็นทางการเมื่อปี พ.ศ. 2479 เมื่อได้มีการเสนอโครงการบำรุงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย สยามขึ้น ต่อจากนั้น ก็ได้มีการพัฒนามาจนถึง พ.ศ. 2502 ที่รัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวมากขึ้น จึงได้แยกสำนักงานท่องเที่ยวที่ขึ้นอยู่กับกรมประชาสัมพันธ์ในขณะนั้น ก่อตั้งเป็นองค์การอิสระมีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจ ชื่อองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ.ส.ท.) หลังจากเห็นการพัฒนากการท่องเที่ยวก็ได้เจริญรุดหน้าขึ้นเป็นลำดับ และโดยที่โครงสร้างทางการส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวในส่วนรวม มีความเกี่ยวข้องและขึ้นอยู่กับการปฏิบัติงานของทั้งธุรกิจเอกชนและหน่วยราชการต่าง ๆ เพื่อจัดปัญหาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสภาพ และเพื่อพัฒนากการท่องเที่ยวให้ได้ผลดียิ่งขึ้น ในปี พ.ศ. 2522 จึงได้มีการพิจารณาขออนุมัติจากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็น ก่อตั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่ง ททท. ได้มีบทบาทและอำนาจกว้างขวางกว่าเดิมและได้ดำเนินงานทางด้านการพัฒนากการท่องเที่ยวให้บังเกิดผลมากขึ้นจนกระทั่งการ

ท่องเที่ยวโลกกลายเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นรายได้หลักอันค้ำบั้่งหนึ่งของประเทศเช่นในปัจจุบัน

การจัดรูปแบบองค์กรของ ททท.

¹ เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับตัวบุคคล หน่วยราชการ ธุรกิจภาคเอกชน ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือประสานงานจากหน่วยงานต่าง ๆ ไม่น้อย ด้วยเป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง มีการไหวตัวง่าย และมีความละเอียดอ่อนสัมพันธ์กับภาพพจน์ของประเทศทั้งในวงแคบและวงกว้าง การประชาสัมพันธ์ตลอดทั้งการเผยแพร่โฆษณาและกลยุทธ์ทางการตลาด จึงเป็นหัวใจหลักสำคัญประการหนึ่งของอุตสาหกรรมประเภทนี้

โดยที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีฐานะเป็นองค์กรของรัฐใช้ชื่อว่า ททท. งานของ ททท. จึงดำเนินไปตามระเบียบแบบแผนของทางราชการเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการเงินและงบประมาณ แต่อย่างไรก็ดี ตามพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ก็ได้อำนวยโอกาสให้ ททท. มีอิสระในการปฏิบัติงานอยู่พอสมควร คือลักษณะการจัดรูปแบบ การกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละฝ่ายงานในองค์กรก็ค่อนข้างเอื้อต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นงานที่ ททท. รับผิดชอบดำเนินการอยู่ โดยมีการจัดรูปแบบองค์กรและการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบออกเป็น 3 ฝ่ายใหญ่ดังต่อไปนี้

1. ฝ่ายบริหาร (Administration) ประกอบด้วย 2 ฝ่าย คือ
 - 1.1 ฝ่ายบริหารทั่วไป (General Administration Department)
รับผิดชอบงานสารบรรณทั่วไป งานบุคคล การจัดซื้อ จัดหาสถานที่ ยานพาหนะ ที่พัก และงานด้านกฎหมาย
 - 1.2 ฝ่ายบัญชีและงบประมาณ (Budget and Accounting Department)
รับผิดชอบงานด้านบัญชี การเงิน การวิเคราะห์ และควบคุมงบประมาณ การจัดเก็บรายได้และค่าธรรมเนียม

¹บรรจง เศรษฐทรัพย์โสภณา, "การเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ททท. ศึกษาเฉพาะกรณีสื่อวิทยุ," (สารนิพนธ์วารสารศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาประชาสัมพันธ์ คณะวารสารศาสตร์ฯ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2530), หน้า 6.

2. ฝ่ายการตลาด (Marketing) ประกอบด้วย 2 ฝ่าย คือ

2.1 ฝ่ายส่งเสริมการตลาด (Market Promotion Department)

มีหน้าที่ส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวในหมู่ประชาชนทั่วไป รวมทั้งประสานงานด้านส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ส่งเสริมให้มีการประชุมนานาชาติขึ้นในประเทศรวมทั้งการประสานงานติดต่อระหว่างประเทศที่ ททท. เป็นสมาชิก ให้บริการข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนให้การต้อนรับอำนวยความสะดวกแก่แขกของรัฐบาล หน่วยราชการที่ขอความร่วมมือ และแขกของ ททท.

2.2 ฝ่ายบริการการตลาด (Market Service Department)

มีหน้าที่ศึกษาและดำเนินการโฆษณาและเผยแพร่การขายตลาดท่องเที่ยวในรูปแบบวารสาร นิตยสาร หรือวิธีการอื่นที่จำเป็น สร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน และธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศต่าง ๆ เพื่อถึงลูกค้าท่องเที่ยวต่างประเทศ ผลិតอุปกรณ์โฆษณาการท่องเที่ยวของประเทศไทยทุกประเภท รวมทั้งแจกจ่ายแก่ผู้สนใจทั้งในและต่างประเทศ

3. ฝ่ายวางแผนและพัฒนา (Planning and Development) ประกอบด้วย 3 ฝ่ายคือ

3.1 ฝ่ายวิชาการ (Technical Department)

มีหน้าที่รวบรวม ศึกษาวิเคราะห์และวิจัยข้อมูลทางการท่องเที่ยว เพื่อกำหนดนโยบายและวางแผนในการพัฒนา ศึกษาและประกอบวิชาชีพการท่องเที่ยว ดำเนินการทางด้านวิชาการอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว กำหนดแผนการติดตามประเมินผล การดำเนินงานของ ททท.

3.2 ฝ่ายวางแผนโครงการและการพัฒนา (Project Planning and Development Department)

มีหน้าที่จัดทำแผนหลักและศึกษาค้นคว้าเหมาะสมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั่วประเทศทางด้านกายภาพ กำหนดแผนปฏิบัติงานสำรวจออกแบบ วางแผนขยายและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว ควบคุมโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นไปตามแผนงานที่กำหนด ร่วมเป็นกรรมการกับจังหวัดและบรรษัทพัฒนาการท่องเที่ยว เข้าร่วมในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวและจัดงานเกี่ยวกับการแสดงออกทางวัฒนธรรมประเพณีของแต่ละท้องถิ่นทั่วประเทศ

3.3 ฝ่ายประสานแผนการท่องเที่ยว (Tourism Planning Coordination Department)

รับผิดชอบในการประสานแผนการลงทุนภาครัฐบาล ภาคเอกชน วิเคราะห์ และติดตามผล รวมทั้งการบริหารแผนการลงทุน

นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานซึ่งขึ้นตรงกับผู้ว่าการ ททท. อีก 4 หน่วยงาน คือ

1. สำนักผู้ว่าการ (Office of the Governer)

รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์และงานวิเทศสัมพันธ์ของ ททท. และมีหน้าที่กลั่นกรองตรวจสอบความถูกต้อง พร้อมทั้งเสนอแนะเกี่ยวกับงานที่จะเสนอผู้ว่าการ และปฏิบัติงานในฐานะเลขาธิการของผู้ว่าการ

2. สถาบันฝึกอบรมวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว (Hotel and Tourism Training Institute)

มีหน้าที่ดำเนินการฝึกอบรมวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว เพื่อสร้างบุคลากรที่มีความรู้และความสามารถไ้มาจากรัฐานออกไปปฏิบัติงานตอบสนองความต้องการแรงงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

3. สถานตากอากาศ (Resorts Operation)

ททท. รับผิดชอบการดำเนินการของสถานตากอากาศ 3 แห่ง คือ โรงแรมบางแสน สนามกอล์ฟบางพระ และโรงแรมเขาใหญ่

4. ผู้สอบบัญชีภายใน (Internal Auditors)

(ดูแผนภูมิที่ 1)

จากการจัดรูปแบบขององค์กรในลักษณะนี้ ทำให้ ททท. มีการทำงานที่คล่องตัว มีความฉับไวในการดำเนินงาน และหน่วยงานตั้งแต่ระดับงานขึ้นไปจนถึงระดับกอง และระดับฝ่าย ต่างก็ทำงานประสานกันเป็นอย่างดี ลักษณะงานของกองต่าง ๆ นั้นจะสอดคล้องเข้าด้วยกัน ซึ่งทำให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีลักษณะเป็นองค์กรหรือหน่วยงานประชาสัมพันธ์ทั้งหน่วยงาน ไม่ว่าจะเป็นงานโสตทัศนูปกรณ์ งานศิลปกรรม งานบริการข่าวสาร การท่องเที่ยว งานพัฒนาข่าวสาร งานต้อนรับ งานสถิติ-วิจัย งานจัดรายการวิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น และลักษณะการดำเนินงานของกองหรือฝ่ายต่าง ๆ นี้จะตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของ ททท. เป็นอย่างดี ซึ่งจะกล่าวต่อไป

วัตถุประสงค์ของ ททท. ✓

¹วัตถุประสงค์ของ ททท. มีดังต่อไปนี้ คือ

1. ส่งเสริมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ตลอดจนการประกอบอาชีพของคนไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
2. เผยแพร่ประเทศไทยในด้านการงานของธรรมชาติ โบราณวัตถุสถาน ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม การกีฬา และวิทยาการทางเทคโนโลยี ตลอดจนกิจการอย่างอื่นอันจะเป็นการชักจูงให้มีการเดินทางท่องเที่ยว
3. อำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว
4. ส่งเสริมความเข้าใจอันดี และความเป็นมิตรไมตรีระหว่างประชาชน และระหว่างประเทศ โดยอาศัยการท่องเที่ยว
5. ริเริ่มให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวและให้ทุนวิจัยพื้นฐานและถึงอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

นโยบายของคณะกรรมการ ททท. ประจำปีงบประมาณ 2531

นโยบาย

²เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เจริญรุดหน้า สอดคล้องกับเป้าหมายทางการท่องเที่ยวในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525-2529) และสนับสนุนกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) รวมทั้งนโยบายของรัฐบาล เกี่ยวกับการส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ จึงกำหนดนโยบายประจำปีงบประมาณ 2531 ไว้ดังนี้

1. ส่งเสริมชักจูงให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาสู่ประเทศไทยมากขึ้น โดยดำเนินกิจกรรมด้านการตลาดให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลเต็มที่ รวมทั้งส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศในด้านการส่งเสริมการตลาด

¹25 ปี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, เอกสารของพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. หน้า 1-3.

²กองวิชาการ ททท., "นโยบายของคณะกรรมการ ททท. ประจำปีงบประมาณ 2531". (พิมพ์คัด)

2. ส่งเสริมชักจูงชาวไทยและผู้ที่ไม่ใช่คนไทยที่อยู่ในประเทศไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มผู้จัดประชุม ผู้ใช้แรงงาน และเยาวชน โดยดำเนินกิจกรรมด้านตลาดทุกรูปแบบในทุกภูมิภาคอย่างทั่วถึง รวมทั้งส่งเสริมความร่วมมือในด้านการตลาดในประเทศ

3. ส่งเสริมและเร่งรัดพัฒนาการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ และระดับรองลงมาอย่างมีระบบ รวม 9 พื้นที่ได้แก่ ภูเก็ต สงขลา หาดใหญ่ เชียงใหม่ กาญจนบุรี พิษณุโลก สุโขทัย ตาก กำแพงเพชร พิจิตร ชลบุรี วิทยา ระยอง ตรวค นครราชสีมา และสุราษฎร์ธานี สนับสนุนทั้งประสานการลงทุนพัฒนาการท่องเที่ยวของภาครัฐบาล และเอกชน ให้เป็นไปโดยสอดคล้องกัน เพื่อประโยชน์ทางการท่องเที่ยวของประเทศ

4. ส่งเสริมและสนับสนุนการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรทางการท่องเที่ยว รวมทั้งการอนุรักษ์และพัฒนาสิ่งแวดล้อมหรือสภาวะธรรมชาติให้ตรงคุณค่าทางการท่องเที่ยว

5. เร่งรัดให้มีการใช้กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ตลอดจนให้มีการพิจารณา ทบทวนและปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยว

6. ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการจัดระเบียบธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

7. ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์งานเฉลิมฉลองพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในรัชกาลปัจจุบัน เนื่องในโอกาสครบรอบพระชนมายุ 60 พรรษา ในปี 2530 โดยเผยแพร่ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ รวมทั้งส่งเสริมกิจกรรมต่าง ๆ ในปีท่องเที่ยวไทย 2530

8. ส่งเสริมการผลิตสินค้าของที่ระลึกให้ที่คุณภาพ คุณลักษณะ และรูปแบบให้เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างงานและอาชีพให้แก่อุตสาหกรรมครัวเรือนและส่งออกนโยบายการส่งออกของประเทศ และโครงการปีศิลปหัตถกรรมไทย 2531-2532 ให้ต่อเนื่องจากปีท่องเที่ยวไทย

9. ส่งเสริมการขายร้านค้าปลอดอากรให้กระจายไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เพื่อบริการนักท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง

10. ส่งเสริมการสนับสนุนการลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยว ดำเนินถึงการอนุรักษ์และสอดคล้องกับสภาวะแวดล้อม

11. ส่งเสริมการพัฒนายุทธศาสตร์ทางการท่องเที่ยวทุกสาขาและทุกระดับ โดยเฉพาะระดับกลางและระดับล่าง ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ

12. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐบาล และเอกชนให้มีการพัฒนาและส่งเสริมทางด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนแก้ไขปัญหาคอขวดทางการท่องเที่ยว

13. ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ " ปีศิลป์ทัศนกรรมไทย 2531-2531 " ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งสนับสนุนกิจกรรมพิเศษและเป็นการเฉลิมพระเกียรติ ให้การสนับสนุนคู่มือโครงการศิลปาชีพพิเศษของสมเด็จพระนางเจ้า ฯ พระบรมราชินีนาถที่จะจัดขึ้นตั้งแต่ 12 สิงหาคม 2531 เป็นต้นไป ทั้งนี้เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ต่อเนื่องจากปีท่องเที่ยวไทย 2530

กองประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1 ตามคำสั่ง ททท. ที่ 213/2530 เรื่อง จัดแบ่งงานภายในกองและกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของหน่วยงาน เพื่อให้เหมาะสมยิ่งขึ้น โดยอาศัยอำนาจตามความใน มาตรา 28(3) แห่งพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 และข้อบังคับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2524) ไล้จัดแบ่งงานภายในกองและกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของหน่วยงานต่าง ๆ ในกองประชาสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

หน้าที่ของกองประชาสัมพันธ์

กองประชาสัมพันธ์มีหน้าที่รับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์ ผลการดำเนินงานของ ททท. งานด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน และความสัมพันธ์กับ สื่อมวลชน ธุรกิจท่องเที่ยว และผู้เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อประโยชน์ในการเสริมสร้างความเข้าใจ การแลกเปลี่ยนข่าวสาร และการเผยแพร่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศให้สอดคล้องกับการดำเนินการทางด้านการตลาดและการพัฒนาของ ททท. รวมทั้งวางแผนงานด้านประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัตถุประสงค์ เป้าหมาย กลยุทธ์ ให้สอดคล้องกับแผนการดำเนินงานทางด้านการตลาดของ ททท. โดยมีการจัดแบ่ง

¹ กองประชาสัมพันธ์ ททท. , " คำสั่ง ททท. ที่ 213/2530 เรื่องจัดแบ่งงานภายในกองและกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของหน่วยงาน " (อัดสำเนา)

ลักษณะงานออกเป็น

1. งานข่าว
2. งานสื่อมวลชนสัมพันธ์
3. งานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสัมพันธ์

งานข่าว

งานข่าวมีหน้าที่ดังต่อไปนี้ คือ

1. สนับสนุนและเผยแพร่กิจกรรมผลงานและแผนงานของ ททท. ทางสื่อการประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนภายในหน่วยงาน ททท.
2. เผยแพร่กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐบาลและภาคเอกชน
3. สร้างความคึกคักของกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเผยแพร่
4. ประสานงานกับสื่อมวลชนทุกประเภท เพื่อให้สัมภาษณ์ แลกเปลี่ยน หรือชี้แจงข้อ

เท็จจริง

5. ติดตามทำข่าวสัมภาษณ์ บรรดาผู้ประกอบการท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ
6. ตรวจสอบวิเคราะห์ แลกเปลี่ยน ข่าว และชี้แจงข่าวทั้งในประเทศและต่างประเทศ
7. ประสานงานกับ ททท. สำนักงานสาขาทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนตัวแทนของ ททท. ในต่างประเทศ เพื่อเผยแพร่ข่าว
8. ติดตามความเคลื่อนไหวของสื่อมวลชนในประเทศและต่างประเทศ ในด้านที่จะมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ
9. ประเมินผลการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์
10. ปฏิบัติงานอื่นที่เกี่ยวข้องตามที่ได้รับมอบหมาย

งานสื่อมวลชนสัมพันธ์

หน้าที่และความรับผิดชอบของงานสื่อมวลชนสัมพันธ์มีดังนี้

1. สร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนทุกสาขา ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
2. จัดทำแผน และหาทางเชิญนักเขียน สื่อมวลชน และช่างภาพต่างประเทศมาทำข่าวและเรื่องราวในประเทศ
3. จัดทำแผนและหาทางเชิญสื่อมวลชนในประเทศ เดินทางไปทำข่าวและ

เรื่องราวในภูมิภาคต่าง ๆ

4. สร้างความสัมพันธ์ระหว่างลุ่มมวลชนในประเทศ กับลุ่มมวลชนต่างประเทศ เพื่อประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนข่าวสาร
5. ทำรายละเอียดของลุ่มมวลชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ
6. ศึกษา วางแผนงานค้ำลุ่มมวลชนสัมพันธ์ วิเคราะห์ ติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผน รวมทั้งการแก้ไขปรับปรุง เพื่อให้การปฏิบัติงานได้ผลอย่างคุ้มค่า
7. ปฏิบัติงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ตามที่ได้รับมอบหมาย

งานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสัมพันธ์

หน้าที่ของงานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสัมพันธ์มีดังต่อไปนี้

1. สร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน อันได้แก่ หน่วยงานราชการ วิชาธุรกิจ ทั้งส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค สมาคม ชมรม หรือ ธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ
 2. ประสานงานกับงานข่าว เพื่อประชาสัมพันธ์ผลงานและกิจกรรมในข้อ 1.
 3. ติดตามความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมของกลุ่มต่าง ๆ ในข้อ 1. ที่จะมีผลต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ
 4. จัดทำแผนเพื่อให้มีการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มธุรกิจในข้อ 1. ในประเทศกับต่างประเทศ เพื่อประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนข่าวสาร
 5. จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มธุรกิจตามข้อ 1. รวมทั้งการประเมินผล
 6. จัดทำรายละเอียดกลุ่มธุรกิจตามข้อ 1.
 7. พิจารณาความเหมาะสมในการเข้าร่วมในการประชุม สัมมนาของกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
 8. ปฏิบัติงานอื่นที่เกี่ยวข้องตามที่ได้รับมอบหมาย
(ดูแผนภูมิที่ 2)
- การท่องเที่ยววนั้นเหมือนกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่จะต้องมีการดำเนินงานทางด้านการขาย เพื่อชักจูงให้ลูกค้ามาซื้อสินค้า แต่การขายของการท่องเที่ยววนั้นมีกระบวนการ

ที่ซับซ้อนมากกว่า เนื่องจากมีองค์ประกอบในการที่จะดำเนินการชักจูงให้ลูกค้า ตือนักท่องเที่ยว เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนหลายประการ เช่น กำลั้งเงิน (ภาวะรายได้อัน) ของนักท่องเที่ยวว่ามีเพียงพอหรือไม่ มีเวลาหรือไม่ช่วงใด นิยมการท่องเที่ยวประเภทใด เหล่านี้เป็นต้น

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นวิธีการหนึ่งของการส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) จะเป็นการสื่อสารของผู้ผลิต โดยมีวัตถุประสงค์ในการให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับองค์กร สร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่องค์กรหรือสินค้า ข่าวสารส่วนใหญ่จึงเป็นไปในลักษณะแจ้งข่าวมากกว่าที่จะรุกเร้าให้มีการตัดสินใจซื้อดังเช่นโฆษณา (Advertising)

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทำให้หลายวิธี คือ

1. Publicity คือ การมีบทความต่าง ๆ ที่พิมพ์ในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในตลาด ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่อาจจะต้องเสียโดยตรงในการลงบทความเช่นการโฆษณาซึ่งไม่ต้องซื้อค่าเวลา ซื้อเนื้อที่ในการโฆษณา แต่อาจจะเสียค่าใช้จ่ายในลักษณะที่ออกค่าใช้จ่ายให้ผู้ที่จัดทำนั้นไปหาข้อมูล หรือในกรณีที่จัดทำด้วยตนเอง ค่าใช้จ่ายส่วนนี้ก็ไม่มากนัก ลักษณะของการจัดทำ Publicity การท่องเที่ยว ซึ่งได้จัดทำอยู่ทั่วไป คือ

1.1 การจัดทำ Educational Trip ให้กับสื่อมวลชนต่าง ๆ ทั้งนักเขียน นักหนังสือพิมพ์ ช่างภาพ นักข่าวจากสถานีโทรทัศน์ หรือนักข่าวจากสถานีวิทยุต่าง ๆ มาเยี่ยมชมทัศนศึกษาในประเทศไทย เพื่อนำข้อมูลที่ได้ออกไปเสนอในหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ หรือวิทยุต่าง ๆ ซึ่งการเขียนข่าวของบุคคลเหล่านี้ย่อมได้รับความเชื่อถือจากผู้บริโภค ตือนักท่องเที่ยวมากกว่า

1.2 การจัดทำ Business News หรือที่เรียกว่า Newsletter เป็นลักษณะจดหมายข่าวที่หน่วยงานการท่องเที่ยว จัดทำขึ้นเพื่อเสนอข่าวความเคลื่อนไหวทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ การเสนอ Project ใหม่ ๆ ต่าง ๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการ

¹ จุริรัตน์ ชวเจริญ, "การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว", การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

หันมาขึ้นมา การสร้างโรงแรมใหม่ ๆ บริการนำเที่ยวใหม่ ๆ เป็นต้น

1.3 Press Release คือ การแจ้งข่าวเป็นครั้งคราวไป เมื่อมีเหตุการณ์อะไรที่เกี่ยวข้องกับสินค้า และองค์กร นอกจากจะทำเป็น Press Release แล้ว อาจทำเป็น Photo Release แยกแยะการสัมภาษณ์บุคคลในองค์กร หรือในวงการธุรกิจที่เกี่ยวข้องของเป็นคน

1.4 Press Conference คือ จัดแถลงข่าวให้กับสื่อมวลชนต่าง ๆ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ เกี่ยวกับสินค้า

2. Community Relation คือ การเข้าร่วมกับชุมชนต่าง ๆ เช่น การเข้าร่วมจัดงานประจำปีของเมือง หรือประเทศ โดยเข้าร่วมกับเจ้าของหน่วยงานนั้น ๆ เป็น การเข้าไปมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชนนั้น ๆ เช่น การจัดงาน Rose Parade ที่สหรัฐอเมริกา ททท. สำนักงานลอสแอนเจลิส ได้จัดขบวนรถบุปผชาติเข้าร่วมในงานนั้น ๆ ด้วย เพื่อเป็นการ แยกแยะประเทศไทย

3. การ จัด Special Event ได้แก่ การจัดกิจกรรมพิเศษขึ้นเป็นครั้งคราว เช่น การแข่งขันกีฬาขององค์กรร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ จัดการแข่งขันประกวดกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้นในตลาด ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์องค์กรของตนให้เป็นที่รู้จัก หรือสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร .

จากกิจกรรมดังกล่าว อาจสรุปเป็นลักษณะการดำเนินงานทางการประชาสัมพันธ์ที่แบ่งตามขอบเขตพื้นที่ ได้ 2 ลักษณะดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ เช่น การจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ออก แยกแยะยังสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ จัดนิทรรศการทางการท่องเที่ยว จัดรายการส่งเสริม ความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น

2. การประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ เช่น การจัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อต่าง ๆ ในต่างประเทศ เชิญสื่อมวลชนต่างประเทศมาเยือนประเทศไทย เพื่อให้รับข้อมูล ที่ได้กลับไปเผยแพร่ จัดงานส่งเสริมเผยแพร่การท่องเที่ยวมาสู่ประเทศไทย เป็นต้น .

กลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ของ ททท.

¹ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของ ททท. สามารถจัดแบ่งกลุ่มเป้าหมายได้ดังนี้

¹บรรจจเศก ทรัพย์โสภาก, อ่างแล้ว หน้า 9.

1. กลุ่มเป้าหมายประชาชนในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ประชาชนทั่วไป สื่อมวลชน ตลอดจนผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวทั้งผู้ทำงานประกอบการธุรกิจการโรงแรม การจำหน่ายเที่ยว บริษัทท่องเที่ยว สินค้าของที่ระลึก หรืออื่น ๆ ภายในประเทศ

2. กลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศ ทั้งประเทศเพื่อนบ้าน หรือประเทศใน ทวีปอื่น ๆ ที่อยู่ไกลออกไป หมายรวมถึงนักท่องเที่ยวทั่วไป ชมรม สมาคมที่เล็งเห็นข้อ กิ่งการท่องเที่ยว สื่อมวลชน และบรรดาผู้ทำงาน และผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยว แขนงต่าง ๆ ใน ต่างประเทศ

จากการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ออกเป็น 2 ลักษณะดังนี้ ทำให้ลักษณะการดำเนินงานทางด้านประชาสัมพันธ์ของ ททท. ต้องแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ เพื่อตอบสนองกับกลุ่มเป้าหมาย คือ

1. การประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ เช่น การจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ออก แยกแยะยังสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ จัดนิทรรศการทางการท่องเที่ยว จัดรายการส่งเสริม ความรู้ ความเข้าใจ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น

2. การประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ เช่น จัดทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่าง ๆ ในต่างประเทศ เชิญสื่อมวลชนต่างประเทศมาเยือนประเทศไทย เพื่อให้ นำข้อมูลที่ได้ออกไปเผยแพร่ จัดงานส่งเสริมเผยแพร่การท่องเที่ยวมาสู่ประเทศไทย เป็นต้น

ชำนาญการพิเศษ