

การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



นาย รพีพล ยุวะนิยม

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาเศรษฐศาตร์มหาบัณฑิต

ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2537

ISBN 974 - 583 - 791 - 1

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I 16904707

PUBLIC RELATIONS OF TOURISM AUTHORITY OF THAILAND

Mr. Rapeepon Yuvaniyama

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts

Department of Public Relations

Graduate School

Chulalongkorn University

1994

ISBN 974 - 583 - 791 - 1

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย


โดย นาย รพีพล ยวະนิยม

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์


อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.ประมะ สตะเวทิน

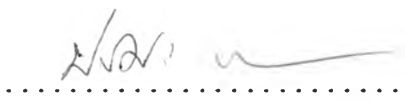



บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต


..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์ ดร.ถาวร วัชรราชัย)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ จิตรารมณ สุทธิวรเศรษฐ์)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.ประมะ สตะเวทิน)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ อุบลวรรณ ปิตินันทะโมษิต)



พิมพ์ด้วยฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสีเขียวนี้เพียงฉบับเดียว

รพีพล ยูวะนิคม : การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (PUBLIC RELATIONS OF TOURISM AUTHORITY OF THAILAND) อาจารย์ที่ปรึกษา : รศ.ดร.ประมะ สตะเวทิน, 231 หน้า. ISBN 974-583-791-1

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. นโยบายและการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2. โครงสร้างและบทบาทหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 3. อุปสรรคและปัญหาในการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

บุคคลที่เป็นเป้าหมายในการศึกษา คือ ผู้บริหารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 50 คน และเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการในกองประชาสัมพันธ์ จำนวน 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และเอกสารที่เกี่ยวข้อง การนำเสนอผลการวิจัยใช้วิธีบรรยาย ผลการวิจัย มีดังนี้

1. นโยบายและการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของกองประชาสัมพันธ์ สำนักงานในประเทศ 22 แห่ง และสำนักงานต่างประเทศ 17 แห่ง มีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน คือ มีนโยบายเป็นหลักในการวางแผน แผนมีทั้งระยะสั้นและระยะยาว มีการกำหนดรายละเอียดของแผนอย่างชัดเจน แต่ไม่มีการประเมินผลโดยตรง

2. ด้านโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กองประชาสัมพันธ์สำนักงานใหญ่มีการแบ่งส่วนงานอย่างชัดเจน และแบ่งหน้าที่รับผิดชอบตามความชำนาญของบุคลากร แต่สำนักงานในประเทศและสำนักงานต่างประเทศส่วนใหญ่ไม่มีการแบ่งส่วนงาน เนื่องจากไม่มีฝ่ายประชาสัมพันธ์โดยตรงจึงอาศัยการทำงานร่วมกัน ผู้บริหารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยส่วนใหญ่มีบทบาทในการกำหนดนโยบายและบทบาทหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์

3. ส่วนอุปสรรคและปัญหาในการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั้น สำนักงานใหญ่ สำนักงานในประเทศและสำนักงานต่างประเทศ ส่วนใหญ่มีอุปสรรคและปัญหาด้านบุคลากรและงบประมาณไม่เพียงพอ

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ
ปีการศึกษา 2536

ลายมือชื่อนิสิต รพีพล ยูวะนิคม
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

C550981 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION
KEY WORD: PUBLIC RELATIONS/TOURISM AUTHORITY OF THAILAND
RAPEEPON YUVANIYAMA : PUBLIC RELATIONS OF TOURISM AUTHORITY OF THAILAND. THESIS ADVISOR : ASSO.PROF.PARAMA SATAWEDIN, Ph.D.
231 pp. ISBN 974-583-791-1

The objectives of this research were to study : 1. the public relations policy and planning of Tourism Authority of Thailand (TAT), 2. the structure and roles of public relations of TAT, and 3. the obstacles and problems of public relations of TAT.

The target group of this study were 50 administrators of TAT and 10 operational officers in public relations division. The instruments used in data gathering were questionnaires and related documents. The literary description was employed to present the research results.

The results of this research were as follows :

1. The public relations policies and planning of the public relations division, 22 domestic offices and 17 overseas offices were similar to one another. Most of them had the policy as the framework for public relations planning. Public relations plans were both long-term and short-term. The details of the plans were mentioned clearly. The plans, however, did not obviously include the evaluation process.
2. For the structure and roles of public relations of TAT, the public relations division was obviously divided into sections with specialization of personnel in each section. However, the domestic and overseas offices did not organize the public relations work into a certain unit of administration. Rather, public relations work was carried out by cooperation of all personnel. The administrators of TAT participated in policy making and operating of public relations work.
3. The obstacles and problems of the public relations division of TAT, domestic offices and overseas offices were the lack of public relations personnel and budget.

ภาควิชา..... การประชาสัมพันธ์..... ลายมือชื่อนิติ..... ทรัพย์ล ยานิชยพ

สาขาวิชา..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... *[Signature]*

ปีการศึกษา..... 2536..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากข้าพเจ้าได้รับความกรุณา และความช่วยเหลือจากบุคคลหลายท่าน

ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ผู้มีพระคุณสูงสุดอย่างหาที่เปรียบมิได้ ที่คอยห่วงใย ให้กำลังใจ และให้ความช่วยเหลือในทุกๆ ด้านเสมอมา รวมทั้งขอขอบพระคุณพี่สาวทั้งสองที่ให้กำลังใจ และความช่วยเหลือในการทำวิทยานิพนธ์อย่างดียิ่ง

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ประมะ สตะเวทิน อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาให้คำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไข และให้ข้อคิดเห็นต่างๆ ให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น รองศาสตราจารย์ จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ และรองศาสตราจารย์ อุบลวรรณ บิณฑิณะโฆสิต ที่กรุณาให้คำแนะนำ เป็นประธานกรรมการ และกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ และดร.วิเชียร เกตุสิงห์ ที่ให้คำแนะนำในเรื่องระเบียบวิธีวิจัย และแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณ คุณอา ดร.อิสระ นิติทัศน์ประกาศ ผู้ให้ความช่วยเหลือในการติดต่อกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยด้วยความเต็มใจยิ่ง ทำให้การดำเนินการเป็นไปอย่างราบรื่น ขอขอบพระคุณ คุณธรรมณู ประจวบเหมาะ ผู้ว่าการ ผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือ และความช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ บัณฑิตวิทยาลัย ที่ให้ความช่วยเหลือด้านทุนวิจัยในบางส่วน และการออกจดหมายติดต่อขอความร่วมมือ

และขอขอบคุณ คุณธนา เตรัตนชัย คุณศักดิ์สิทธิ์ พิศาลสุนงค์ และคุณณทยา เงินหมื่น ผู้ให้ความช่วยเหลือในการพิสูจน์อักษรด้วยความเต็มใจยิ่ง

รพีพล ยวະนิยม

สารบัญ



	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์	6
ปัญหาวิจัย	6
ขอบเขตการวิจัย	6
นิยามศัพท์	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
ความหมายของการท่องเที่ยว	8
ความเป็นมาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	10
ลักษณะการดำเนินงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	12
สำนักงานสาขาในประเทศ	13
สำนักงานสาขาต่างประเทศ	16
โครงสร้างองค์กรของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	18
การประชาสัมพันธ์	19

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การประชุมสัมมน้ำขององค์การรัฐวิสาหกิจ	24
นโยบายและการวางแผนงานประชุมสัมมน้ำ	27
หลักในการวางแผนงานประชุมสัมมน้ำ	37
ทฤษฎีระบบ	40
โครงสร้างของหน่วยงานประชุมสัมมน้ำ	46
การบริหารงานประชุมสัมมน้ำ	48
คุณสมบัติและหน้าที่ของนักประชุมสัมมน้ำ	51
อุปสรรคและปัญหาในการดำเนินการประชุมสัมมน้ำ	53
สารนิพนธ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	60
3 ระเบียบวิธีวิจัย	66
แหล่งที่มาของข้อมูล	66
บุคคลที่เป็นเป้าหมายในการให้ข้อมูล	67
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	67
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	68
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	68
สถิติที่ใช้ในการวิจัย	68
การวิเคราะห์และการนำเสนอผลการวิจัย	69
4 ผลการวิจัย	71
ลักษณะทางประชากรของผู้บริหารของกำรท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	71

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ลักษณะทางประชากรของเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการในกองประชาสัมพันธ์- ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	78
นโยบายและการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	83
โครงสร้างและบทบาทหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่ง- ประเทศไทย	94
อุปสรรคและปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่ง- ประเทศไทย	121
5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	127
บรรณานุกรม	175
ภาคผนวก ก. จดหมายขอความร่วมมือในการวิจัย	180
ภาคผนวก ข. โครงการประชาสัมพันธ์แก้ไขภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย กรณีศึกษาทมิฬ	184
ภาคผนวก ค. โครงการ Clear Thailand Image	194
ภาคผนวก ง. รายละเอียดของแผนงานและโครงการทางการตลาด และการประชาสัมพันธ์ ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2535 - 2539) และประจำปี 2537.....	199
ภาคผนวก จ. แบบสอบถาม (ตัวอย่างเฉพาะสำนักงานต่างประเทศ)	217
ประวัติผู้วิจัย	231

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. จำนวนและร้อยละของผู้บริหารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามเพศ	72
2. จำนวนและร้อยละของผู้บริหารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามอายุ	73
3. จำนวนและร้อยละของผู้บริหารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามระดับการศึกษา	74
4. จำนวนและร้อยละของผู้บริหารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามสาขาการศึกษา	75
5. จำนวนและร้อยละของผู้บริหารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามตำแหน่งงาน	76
6. จำนวนและร้อยละของผู้บริหารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามการได้รับความรู้และประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์	77
7. จำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการในกองประชาสัมพันธ์ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามเพศ	78
8. จำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการในกองประชาสัมพันธ์ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามอายุ	79
9. จำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการในกองประชาสัมพันธ์ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามระดับการศึกษา	80
10. จำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการในกองประชาสัมพันธ์ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามสาขาการศึกษา	81

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่

11. จำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการในกองประชาสัมพันธ์
ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามการได้รับความรู้และ
ประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ 82
12. จำนวนและร้อยละของผู้บริหารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
สำนักงานใหญ่ และเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการในกองประชาสัมพันธ์
จำแนกตามความคิดเห็นด้านอุปสรรคและปัญหาในการดำเนินงาน
ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ 122
13. จำนวนและร้อยละของผู้อำนวยการสำนักงานในประเทศ จำแนกตาม
ความคิดเห็นด้านอุปสรรคและปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของ
สำนักงานในประเทศ 124
14. จำนวนและร้อยละของผู้อำนวยการสำนักงานต่างประเทศ จำแนกตาม
ความคิดเห็นด้านอุปสรรคและปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของ
สำนักงานต่างประเทศ 126
15. ตารางเปรียบเทียบนโยบายและการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ระหว่าง
สำนักงานใหญ่ สำนักงานในประเทศ และสำนักงานต่างประเทศ 147
16. ตารางเปรียบเทียบโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์
ระหว่างสำนักงานใหญ่ สำนักงานในประเทศ และสำนักงานต่างประเทศ . 157
17. ตารางเปรียบเทียบอุปสรรคและปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
ระหว่างสำนักงานใหญ่ สำนักงานในประเทศ และสำนักงานต่างประเทศ . 170