




การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

๑๖๐๐ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน
เขตราชเทวี กรุงเทพฯ ๑๐๕๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๐๐
ศูนย์บริการข่าวสารท่องเที่ยว ๑๖๗๒

Website: www.tourismthailand.org
E-mail: center@tat.or.th

Tourism Authority of Thailand

1600 New Phetchaburi Road, Makkasan,
Ratchathewi, Bangkok 10400
Tel: +66 2250 5500
TAT Contact Center 1672



“เปิดประสบการณ์หาซื้อไม่ได้
เต็มความภูมิใจเล็ก ๆ
กับการท่องเที่ยวแบบลึกลับ ๆ”

#UniqueThailandExperience
#AmazingThailand
#Thailand
#Uthaihani



สารบัญ

#สารจากผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

๗

#ข้อมูลทั่วไปของ ททท.

- ประวัติความเป็นมา ๑๔
- วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายองค์กร ๑๖
- แผนยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจ สาขาสังคมและเทคโนโลยี ๒๐
- ประเภทและลักษณะการประกอบกิจการ ๒๒
- การถือหุ้นนิติบุคคลของ ททท. ๒๔
- สรุปข้อมูลที่สำคัญทางการเงิน ๒๖
- ปัจจัยความเสี่ยงสำคัญที่มีผลกระทบต่อการทำงานของ ททท. ๒๖
- ภาวะและสถานการณ์การท่องเที่ยวในอนาคต ๒๘
- สรุปแผนปฏิบัติการของ ททท. ๓๘

#คณะกรรมการและคณะผู้บริหาร ททท.

- โครงสร้างองค์กร ๔๖
- คณะกรรมการ ททท. ๕๐
- ประวัติคณะกรรมการ ททท. ๕๔
- โครงสร้างและความรับผิดชอบของคณะกรรมการ ททท. ๖๔
- โครงสร้างอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการและคณะกรรมการที่แต่งตั้งโดยคณะกรรมการ ททท. ๗๐
- นโยบายการกำหนดค่าตอบแทนของคณะกรรมการและอนุกรรมการ ททท. ๘๒
- สรุปการเข้าประชุมของคณะกรรมการ ททท. ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๐ ๘๔
- สรุปค่าตอบแทนและค่าเบี้ยประชุมของคณะกรรมการ ททท. ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๐ ๘๖
- ผลการดำเนินงานของคณะกรรมการ ททท. ในปีงบประมาณ ๒๕๖๐ ๘๘
- คณะผู้บริหาร ททท. ๙๔
- คำตอบแทนผู้บริหาร ๑๑๐
- โครงสร้างเงินทุน ๑๑๑
- เงินงบประมาณที่ได้รับและการจ่ายเงินนำส่งรัฐหรือเงินปันผล ๑๑๒
- การลงทุนที่สำคัญในปัจจุบันและอนาคต ๑๑๓

Contents

#Message from the Governor Tourism Authority of Thailand

7

#General Information on the Tourism Authority of Thailand (TAT)

- TAT Background 15
- TAT's Vision, Mission and Organisational Targets 17
- State Enterprise Strategic Plan Based on Social and Technological Drives 21
- Type and Nature of Tour Operations 23
- TAT's Juristic Person's Shareholding 25
- Summary of TAT's Important Financial Information 27
- Major Risk Factors with Likely Impact on TAT's Operations 27
- Tourism Situations and Forecasts 28
- Summary of the TAT Action Plan 39

#TAT Board of Directors and TAT Executives

- Organisation Chart 48
- TAT Board of Directors 51
- Profiles of the TAT Board of Directors 54
- The Structure and Responsibility of the TAT Board of Directors 65
- Structure, Power and Duties of Subcommittees and Committees Appointed by the TAT Board of Directors 71
- Remuneration Scheme for the TAT Board of Directors and Subcommittees 83
- Summary of the Attendance of Members of the Board of Directors in the Fiscal Year 2017 85
- Summary of the Remuneration of the TAT Board of Directors in the Fiscal Year 2017 87
- Performance of the TAT Board of Directors in the Fiscal Year 2017 89
- TAT Executives 94
- Executive Remuneration 110
- Capital's Structure 111
- Allocated Budget and Remittance to the Government on Dividends 112
- Current and Future Major Investments 121

#ผลการดำเนินงานของ ททท.

รายงานวิเคราะห์ทางการเงิน	๑๒๒
รายงานวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน	๑๒๔
รางวัลด้านการท่องเที่ยว	๑๔๖
นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี	๑๔๘
นโยบายป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์	๑๕๐
รายงานของคณะกรรมการตรวจสอบ ททท.	๑๕๔
รายงานคณะกรรมการสรรหา ททท.	๑๕๘

#ภาคผนวก

โครงสร้างอัตรากำลัง จำแนกตามด้าน	๑๕๘
ค่าใช้จ่ายรวมด้านพนักงานและลูกจ้าง ททท.	๑๕๙
งบการเงิน	๑๖๐
สถานที่ตั้ง ททท. สำนักงานในประเทศและต่างประเทศ	๑๖๘

#TAT Operations

Financial Analysis Report	123
Operation Analysis Report	125
Tourism Awards	146
Good Corporate Governance Policies	149
Conflict of Interest Preventive Policy	151
TAT Audit Committee Report	155
The TAT Selection Committee Report	158

#Appendix

TAT Personnel: Classification of Department	158
Total Expenses for TAT Staff Members and Employees	159
Financial Statement	160
TAT Directory	168



สารจากผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Message from the Governor Tourism Authority of Thailand

ปี ๒๕๖๐ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ยังคงสานต่อภารกิจหลักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความสมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม สร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่น (Differentiation) และนำเสนอคุณค่าความเป็นไทยผ่านการส่งมอบประสบการณ์ และแบ่งปันความสุขด้วยวิถีท้องถิ่นไทย (Unique Thai Local Experiences) ซึ่งเป็นการต่อยอดแนวคิดเชิงคุณค่าของ “วิถีไทย” ที่ลงลึกมากขึ้น เพื่อสร้างความประทับใจและยกระดับมุมมองจาก Value for Money เป็น Value for Experience เพื่อให้เกิดการบอกต่อในวงกว้าง และเป็นการชักจูงนักท่องเที่ยวทั่วโลกให้เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมเยือนประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่ารายได้ทางการท่องเที่ยว สร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ รวมถึงสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว ภายใต้โจทย์ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” ตามเป้าหมายสำคัญของรัฐบาล


การดำเนินงานด้านสื่อสารการตลาดของ ททท. นอกจากการสื่อสารเชิงรุกถึงความหลากหลายในความเป็นไทย ด้วยข้อความ “Discover Amazing Stories in Amazing Thailand” ที่ส่งออกไปทั่วโลกเป็นการต่อยอดการรับรู้แบรนด์ประเทศไทย Amazing Thailand ควบคู่กับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเชิงรุกที่จะกระตุ้นให้เกิดการเดินทางตลอดทั้งปี

ส่วนแคมเปญ “ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋สไตล์ลิคซิ่ง” เป็นการสื่อสารภายในประเทศที่มุ่งสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าและภาพลักษณ์ที่ดีต่อการเที่ยววิถีไทยผ่าน “ประสบการณ์ เอกสิทธิ์เฉพาะท้องถิ่น” และโน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวไทยได้เปิดมุมมองใหม่ต่อการท่องเที่ยวที่ลงลึก มีส่วนร่วมมากขึ้น

In 2017, the Tourism Authority of Thailand (TAT) continued to deliver its core mission in promoting tourism that achieves a balance between the economic, social, and environmental dimensions, as well as, created brand differentiation, and presented Thai values through unique Thai local experiences. These core missions were a continuation of the promoted “Thainess” approach to create an impression and materialisation of the “Value-for-Experience” perception instead of being a “Value-for-Money” destination. The objectives were to provide broader publicity, persuade tourists to continuously visit Thailand, which eventually contributed to increasing tourism revenue, strengthening the economy, as well as, achieving sustainable tourism under the government’s goal of driving Thailand towards stability, prosperity, and sustainability.

The operation of TAT’s marketing communication used proactive PR to globally promote Thai diversity via the “Discover Amazing Stories in Amazing Thailand” campaign, which reinforced the recognition of the “Amazing Thailand” brand coupled with aggressive marketing promotion activities that encouraged travelling to the kingdom throughout the year.

As for the “Thong Thiao Withi Thai Kekai Style Luek Sueng” campaign, it was a form of domestic communication aimed at creating recognition of Thainess through “Unique Local Experiences” and to persuade Thai tourists to open up to new tourism perspectives that deepened with participation.


(นายยุทธศักดิ์ สุภสร)
ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
Yuthasak Supasorn
Governor

ด้านตลาดต่างประเทศ เพื่อยกระดับภาพลักษณ์สู่การเป็น Preferred Destination โดยการเพิ่มประสิทธิภาพและประยุกต์ด้านไอที โดยเฉพาะการใช้สื่อออนไลน์ บริหารจัดการภาพลักษณ์ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเชิงบวกของประเทศไทย เพื่อลดผลกระทบเชิงลบจากวิกฤติต่างๆ ที่เกิดขึ้น มีการจัดทำ Viral Campaign ผ่านสื่อ Social Media ใน Platform ระดับโลก สามารถสร้างการรับรู้กว่า ๔,๘๐๐ ล้านคน-ครั้ง ทั่วโลก และจัดกิจกรรม Agent Fam Trip (AET) และ Media Fam Trip (MET) กว่า ๓๐๐ ครั้ง มุ่งหวังให้เกิดการขยายผลด้านประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย ผ่านสื่อสารมวลชนและบรรจุเป็นรายการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวหรือตัวแทนจำหน่ายทั่วโลก ที่เสนอขายการท่องเที่ยวสู่ประเทศไทย



ความสำเร็จจากการที่ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดงาน World Travel & Tourism Council (WTTC) Global Summit 2017 ซึ่งเป็นการประชุมสุดยอดระดับโลกในกลุ่มผู้บริหารระดับสูง ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และเป็นสมาชิกสภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก นับเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสร้างความเชื่อมั่นและความประทับใจให้กับผู้เข้าร่วมประชุม เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจัดงาน เป็นโอกาสดีต่อประเทศไทยในฐานะประเทศเจ้าภาพที่ได้แสดงศักยภาพความพร้อมรองรับด้านการท่องเที่ยว เป็นที่ยอมรับ มีความน่าเชื่อถือต่อการขยายโอกาสการเจรจาธุรกิจของภาคเอกชนในภาคการท่องเที่ยวและการลงทุน

นอกเหนือจากนั้น ททท. ได้เน้นการสร้างรายได้โดยการเข้าถึงตลาดที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย กลุ่มระดับกลาง-บน อาทิ กลุ่มกอล์ฟ สุขภาพ-ความงาม คู่แต่งงาน-ฮันนีมูน ไปจนถึงระดับชั้นชอบความหรูหรา (กลุ่ม Luxperience) การรักษารูปร่างตลาดเดิม ขยายฐานตลาดใหม่ รวมทั้งการขยายพื้นที่ตลาดใหม่ ผ่านการจัดกิจกรรมเทรดโชว์ โรดโชว์ การเข้าร่วมงานส่งเสริมการขายสำคัญๆ เช่น งาน International Luxury Travel Market (ILTM) เมืองกาน สาธารณรัฐฝรั่งเศส และงาน World Travel Market (WTM) เมืองลอนดอน สหราชอาณาจักร การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยง AEC ในงาน Thailand Travel Mart Plus Amazing Gateway to the Greater Mekong Subregion (TTM+) 2017 จังหวัดเชียงใหม่ และการส่งเสริม International Events เป็นต้น



Overseas Marketing Operation: Adjusting the country's position to become a "Preferred Destination" by optimising and applying IT, especially the use of online platforms, as well as, national branding, and PR to reduce a negative impact. In addition, viral campaigns were developed through social media in the global platform to create awareness with over 4.8 billion people/views around the world. More than 300 events of Agent Fam Trip (AET) and Media Fam Trip (MET) were conducted to gain mass media attention that would benefit the promotion of our tourist attractions and tourism routes, which eventually would become international travel agencies' package tours.

As a member of the World Travel and Tourism Council (WTTC), Thailand's success in hosting the 2017 WTTC Global Summit, which was a top executives summit relating to the tourism industry, was another channel to gain the attendees' confidence and impression, as well as, to coincide with the event's objectives. In addition, it was a good opportunity for Thailand as the host country to showcase its tourism

capacity's potential, to be accepted, and to be liable for private sector's business opportunities in the tourism and investment dimensions.

In addition, TAT focused on generating revenue by accessing potential mid-to-high-end markets; such as, golfers, the health and beauty segment, honeymooners, to the "Luxperience Group". Moreover, TAT maintained the current target markets, implemented market expansion, expanded to new areas via trade/road shows, as well as, attended major promotional events like the International Luxury Travel Market (ILTM) in Cannes, France, World Travel Market (WTM) in London, UK, AEC Connectivity tourism promotion at the Thailand Travel Mart Plus Amazing Gateway to Greater Mekong Sub-region (TTM+) 2017 in Chiang Mai, and other international promotional events.



ด้านตลาดในประเทศ นอกจากกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวกระแสหลักแล้ว ยังให้ความสำคัญกับกลุ่มตลาดที่มีศักยภาพ เช่น Gen Y คนรุ่นใหม่ อายุ ๒๐ - ๓๐ ปี, Women ผู้หญิงโสดวัยทำงาน อายุ ๓๖ - ๔๕ ปี, Silver Age ผู้สูงอายุวัยเกษียณอายุ ๕๕ ปีขึ้นไป, Multi Gen คนวัยทำงานที่มีลูก อายุ ๓๑ - ๕๐ ปี ด้วยการนำเสนอความหลากหลายของกิจกรรมที่สร้างสรรค์และตอบสนองพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย อาทิ การจัดงาน “เทศกาลเที่ยวเมืองไทย ๒๐๑๗” ณ สวนลุมพินี มีจำนวนผู้เข้าชมงานกว่า ๖๐๐,๐๐๐ คน และก่อให้เกิดเงินหมุนเวียนภายในงานกว่า ๓๘๓ ล้านบาท มีการจัดโครงการทำเที่ยวข้ามภาคปลูกกระแสการเดินทางท่องเที่ยว และการบอกต่อผ่านสื่อออนไลน์ของกลุ่ม Gen Y โดยมีคุณดี๊ดี้ - เจษฎาภรณ์ ผลดี เป็น Brand Ambassador นอกจากนี้ ได้จัดแคมเปญต่างๆ เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มผู้หญิง อีกทั้งต่อยอดการดำเนินงานโครงการ ๑๒ เมืองต้องห้าม...พลาด Plus นอกจากนี้ยังได้จัดทำโครงการต่างๆ เพื่อส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย โครงการ Creative Tourism District โครงการ Village to the World โครงการศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ร่วมกับโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNDP) โครงการอาสาสมัครเพื่อการท่องเที่ยว (เจ้าบ้านที่ดี) และโครงการต้นแบบท่องเที่ยวเพื่อเกษตรยั่งยืน

ด้านบริหารองค์กร การขับเคลื่อนภายในมุ่งสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organisation: HPO) โดยการพัฒนาระบบข้อมูลด้านการตลาดการท่องเที่ยว (TAT Intelligence Center) ให้มีมาตรฐานและเพิ่มความน่าเชื่อถือ พัฒนาระบบสารสนเทศ

ที่ทันสมัย มีการประเมินสมรรถนะและการจัดทำแผนพัฒนาบุคลากร เพื่อพัฒนาศักยภาพภายใต้โครงการเสริมสร้างค่านิยมองค์กร (TAT SPIRITS) การจัดทำแผนบริหารความเสี่ยง ทั้งด้านกลยุทธ์ ปฏิบัติการด้านการเงิน การปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับ รวมทั้งให้ความสำคัญในการส่งเสริมการดำเนินงานตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี และตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนและหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

กล่าวได้ว่า ด้วยความมุ่งมั่นในการดำเนินงานตลอดปีที่ผ่านมา ภายใต้ความร่วมมือจากหุ้นส่วนพันธมิตรที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้ประเทศไทยสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้ถึง ๒.๖๕ ล้านล้านบาท และได้รับรางวัลระดับนานาชาติที่แสดงถึงการยอมรับในคุณภาพจากเวทีต่าง ๆ ทั่วโลก ทั้งที่มอบให้กับประเทศไทย รางวัลที่ให้กับ ททท. และบุคลากรของ ททท. ตลอดจนรางวัลที่ภาคเอกชนด้านการท่องเที่ยวของไทยได้รับ รวมมากกว่า ๑๕๓ รางวัล ซึ่งความสำเร็จนี้ต้องขอขอบคุณทุกความร่วมมือและการสนับสนุนที่ดีตลอดมา จากทุกภาคส่วนที่เสริมให้ ททท. บรรลุภารกิจและเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยพวกเราชาว ททท. จะยืนหยัดและมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้ก้าวไปข้างหน้าอย่างยั่งยืน ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคมต่อไป



Domestic Marketing Operation: In addition to stimulating the travel of mainstream tourists, TAT also focused on potential marketers; such as, “Gen Y” aged between 20 - 30 years old, single working women aged between 36 - 45 years old, “Silver Age” or retiree aged 55 and above, as well as, “Multi Gen” or working groups aged between 31 - 50 years old with children by offering a variety of creative activities and responding to the behaviour of each target group. Some of these events included the “Thailand Tourism Festival 2017” at Lumpini Park, which saw over 600,000 attendees and generated turnover of over 383 million Baht.

In addition to this, there was the “Travelling to Different Regions” project with Mr. Jesdaporn Pholdee as Brand Ambassador, in which it prompted Gen-Y’s travelling and word-of-mouth through online media. Furthermore, there were many campaigns to stimulate potential groups’ spending that included the elderly and women, as well as, implementation of the “12 Hidden Gems Plus Projects”. In addition, various projects were set up to promote tourism destinations based on the concept of a creative economy; for example, “Creative Tourism District Project”, “Village to the World Project”, “Follow the King’s Wisdom for Sustainable Tourism Project” together with the United Nations Development Programme (UNDP), “Volunteer for Tourism (Good Host) Project”, and “Amazing Green: A’Maze 2017”.

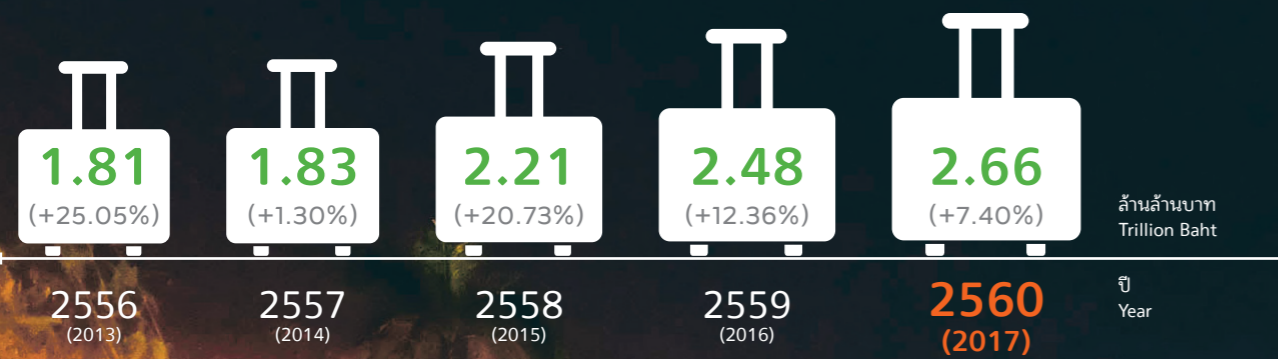
Corporate Governance Operation: There was a drive to become a high performance organisation (HPO) by developing the TAT Intelligence Centre for standards and reliability, modern information systems, performance assessments and a human resource development plan under the “TAT SPIRITS” project, risk management plan in strategic aspects, as well as, operations, financial, and regulatory compliances. In addition, TAT emphasised on promoting good corporate governance practices, plus social and environmental responsibility to create confidence among the public and private sectors.

In conclusion, with Thailand’s commitment throughout the year under the cooperation from our allied partners, the country generated about 2.65 trillion Baht in tourism revenue. It also received international recognition for the quality of performances from all over the world, both to Thailand, to TAT and TAT staff, as well as, to the private sector in the tourism industry that received over 153 awards. With this achievement, we would like to thank our partners and support from all sectors that have assisted TAT to achieve our set goals and missions. We will strive to promote and support the tourism industry in moving forward sustainably with corporate governance and corporate social responsibility.



รายได้ทางการท่องเที่ยวรวม ปี 2556 - 2560

#Total Tourism-generated Income 2013 - 2017



ออกค้นหาคำตอบ
ด้วยตัวเอง

ชิมให้รู้ ลองทุกรส

#TourismThailand



หมายเหตุ: ข้อมูลปีงบประมาณ 2560 เป็นข้อมูลเบื้องต้น
Note: Primary Information, fiscal year 2017

ข้อมูลทั่วไปของ กกท.

#ประวัติความเป็นมา

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ก่อตั้งโดยพระราชกฤษฎีกาลงประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ ๓๖ ตอนที่ ๗๔ ลงวันที่ ๒๘ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๐๒ ในสมัยรัฐบาลจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ เป็นนายกรัฐมนตรี ให้เป็น "องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" ใช้ตัวย่อ "อ.ส.ท." และประกอบพิธีเปิดสำนักงานเป็นทางการเมื่อวันที่ ๑๘ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๐๓

ต่อมาได้รับการยกฐานะตามมติสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ทำหน้าที่รัฐสภา ลงประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ ๙๖ ตอนที่ ๗๒ ลงวันที่ ๔ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๒๒ ยกฐานะ อ.ส.ท. ขึ้นเป็น "การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" ใช้ตัวย่อ "ททท."

ปัจจุบัน ททท. ยังคงทำงานส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างต่อเนื่องเป็นเวลากว่าครึ่งศตวรรษ โดยกำหนดวิสัยทัศน์ที่มุ่งสู่การเป็นผู้นำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน และยังคงให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และการส่งเสริมเอกลักษณ์ความสวยงามของความเป็นไทย เพื่อให้เกิดดุลยภาพทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

#วัตถุประสงค์

ตามพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๒๒ มาตรา ๘ กำหนดให้ ททท. มีวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

๑. ส่งเสริมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตลอดจนการประกอบอาชีพของคนไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
๒. เผยแพร่ประเทศไทยในด้านความงามของธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม การกีฬา และวัฒนธรรมเทคโนโลยี ตลอดจนกิจกรรมอย่างอื่นอันเป็นการชักจูงให้มีการเดินทางท่องเที่ยว
๓. อำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว
๔. ส่งเสริมความเข้าใจอันดีและความเป็นมิตรไมตรีระหว่างประชาชนและระหว่างประเทศโดยอาศัยการท่องเที่ยว
๕. ริเริ่มให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยว และเพื่อพัฒนาปัจจัยพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยว



General Information on the Tourism Authority of Thailand (TAT)

#TAT Background

The Tourist Organisation of Thailand (TOT) was established by a Royal Decree, which was announced in the Government Gazette Vol. 36, Part 74, dated 28 July B.E. 2502 (1959) when Field Marshal Sarit Thanarat was the country's Prime Minister. The official opening ceremony of the TOT office was conducted on 18 March, 1960.

Subsequently, the National Legislative Assembly had the status of the organisation elevated to that of **the Tourism Authority of Thailand (TAT)** with the Tourism Authority of Thailand Act announced in the Government Gazette Vol. 96, Part 72, Special Issue, on 4 May B.E. 2522 (1979).

Until now, TAT has consistently carried out its mandate to advance the country's tourism for over half a century having been guided by its avid vision for the forefront of promoting the country's tourism industry to make it a sustainable Preferred Destination. It has attached significance to sustainable tourism and the promotion of the identities and grace of Thainess, to engender economic, social and environmental balances.

#Objectives

According to the Tourism Authority of Thailand Act B.E. 2522 (1979) Section 8, TAT operates under the following objectives:

1. To promote tourism and the tourism industry as well as the occupations of Thai citizens working in the tourism industry;
2. To disseminate Thailand's reputation as a country blessed with natural beauty, archaeological sites, valuable artefacts, history, arts and culture, sports, technological culture, as well as promoting a myriad of other activities to encourage tourism;
3. To facilitate and provide the utmost safety for tourists;
4. To promote good understanding and hospitality among peoples and nations by means of tourism;
5. To initiate tourism development along with related tourist infrastructure and facilities.



#วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายองค์กร

วิสัยทัศน์

“ททท. เป็นผู้นำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน”

พันธกิจ

๑. ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ เพื่อเน้นคุณค่าการท่องเที่ยวของประเทศไทย
๒. ขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว สร้างมูลค่าเพิ่มและกระจายรายได้อย่างยั่งยืน
๓. พัฒนาข้อมูลเชิงลึกด้านความต้องการของตลาดท่องเที่ยว
๔. พัฒนาให้ ททท. เป็นองค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organisation) ด้านตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทย

นโยบายการดำเนินงาน

“ดำเนินงานด้านการส่งเสริมให้ประเทศไทยมุ่งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวไทย นึกถึงและเลือกมาท่องเที่ยวเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก ด้วยนวัตกรรมและเครือข่ายบนพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพที่มุ่งรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ภายใต้หลักธรรมาภิบาล เพื่อให้เกิดการบูรณาการและการสร้างมูลค่าเพิ่มในภาคส่วนต่าง ๆ อันจะนำมาซึ่งรายได้ที่เป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยอย่างยั่งยืน”

เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

๑. เพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยว

- ประกอบด้วย ๕ ยุทธศาสตร์ (Strategic Initiatives)
- ๑.๑ เพิ่มค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในตลาดหลัก
 - ๑.๒ ขยายตลาดกลุ่มประเทศอาเซียน
 - ๑.๓ ขยายตลาดใหม่
 - ๑.๔ ขยายฤดูกาลท่องเที่ยว
 - ๑.๕ พัฒนาภาพลักษณ์ของประเทศ

๒. สร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว

- ประกอบด้วย ๔ ยุทธศาสตร์ (Strategic Initiatives)
- ๒.๑ บริหารความสัมพันธ์เครือข่าย
 - ๒.๒ ส่งเสริมและสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการและเครือข่าย
 - ๒.๓ ส่งเสริมพื้นที่ท่องเที่ยว และสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน
 - ๒.๔ กระจายโอกาสในการท่องเที่ยว และส่งเสริมการเรียนรู้

๓. พัฒนาการสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง

- ประกอบด้วย ๕ ยุทธศาสตร์ (Strategic Initiatives)
- ๓.๑ เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กร
 - ๓.๒ เพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ของบุคลากร
 - ๓.๓ เพิ่มมูลค่าและบริหารจัดการสินทรัพย์
 - ๓.๔ วิจัยและพัฒนาข้อมูลการตลาดการท่องเที่ยว
 - ๓.๕ ส่งเสริมการสื่อสารภายในองค์กร

#TAT's Vision, Mission and Organisational Targets

Vision

“The Tourism Authority of Thailand is at the forefront of promoting the country's tourism industry to make it a sustainable Preferred Destination.”

Mission

1. Carry out marketing promotion and publicity activities that highlight the value of Thailand's tourism.
2. Drive the Value Chain in the tourism industry to create tourist satisfaction, generate added value and sustainable income distribution.
3. Develop in-depth information on the demands in the tourism markets.
4. Advance TAT as a High Performance Organisation in Thailand's tourism market.

Operational Policy

“To operate the works of promoting Thailand as a tourist destination to both foreign and local tourists prompting them to consider and choose the country as one of the world's foremost tourism destinations with innovations and networks based on quality tourism that through corporate governance also ensures the longevity of the natural and cultural environments in order to achieve integration and value creation in all sectors vital to sustainably drive the country's economic and social development.”

Strategic Objectives

- 1. Boosting tourism-based revenue** through five strategic initiatives as follows:
 - 1.1 Increase tourist spending in major markets.
 - 1.2 Expand into the ASEAN markets.
 - 1.3 Grow new markets.
 - 1.4 Extend the tourist seasons.
 - 1.5 Enhance the country's image.
- 2. Creating tourism sustainability** through four strategic initiatives as follows:
 - 2.1 Manage network relationship.
 - 2.2 Promote and encourage the potential of tour operators and networks.
 - 2.3 Promote sustainable tourism sites and value creation.
 - 2.4 Foster distribution of tourism opportunities and encourage learning experiences.
- 3. Marshalling TAT towards a high performance organisation** through five strategic initiatives as follows:
 - 3.1 Enhance the TAT's corporate management efficiency.
 - 3.2 Boost the productivity of the TAT personnel.
 - 3.3 Increase value and manage TAT's asset portfolio.
 - 3.4 Research and develop tourism marketing information.
 - 3.5 Encourage the TAT's internal communication.





เป้าหมายองค์กร

จากวิสัยทัศน์ “ททท. เป็นผู้นำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน” กำหนดเป็นตัวชี้วัดเพื่อวัดผลสำเร็จในปี ๒๕๖๔ ซึ่งรวมถึงการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของประเทศจาก “Value for Money” สู่การเป็น “Preferred Destination” การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่รองรับนักท่องเที่ยวระดับคุณภาพมากขึ้น

อีกทั้งเป็นการเตรียมความพร้อม เพื่อผลักดันการท่องเที่ยวของประเทศไทยสู่ความยั่งยืน ซึ่งคงไว้ด้วยเอกลักษณ์ความเป็นไทย รักษาสมดุลของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เสริมสร้างผู้ประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน รวมทั้งคำนึงถึงชุมชนและสังคมในด้านการสร้างรายได้อย่างเท่าเทียมทุกภาคส่วน

เป้าหมาย	ปี ๒๕๖๐
เป้าหมายระดับวิสัยทัศน์	
• อันดับประเทศที่มีรายได้จากการท่องเที่ยว	รักษาอันดับ ๑ ใน ๑๐
• อัตราการเติบโตของการเดินทางของนักท่องเที่ยวไทยต่อปี (% ของคนต่อครั้ง)	ร้อยละ ๓
• คะแนนประเมินผลรัฐวิสาหกิจ	๓.๘
เป้าหมายระดับยุทธศาสตร์	
ด้านการเพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยว	
• อัตราการเติบโตของรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อปี	ร้อยละ ๘.๕
• อัตราการเติบโตของรายได้จากนักท่องเที่ยวไทยต่อปี	ร้อยละ ๘
ด้านการสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว	
• ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้น	เป็นฐาน
• อันดับ Loyalty Index	๑ ใน ๓ (เฉพาะประเทศใน Asia Pacific)
ด้านการพัฒนาองค์กรสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง	
• ค่าคะแนน SEPA ของ ททท. ไม่ต่ำกว่า ๒๐๐ คะแนน ภายในปี ๒๕๖๔	๑๖๐

Organisation Targets:

Based on its vision “The Tourism Authority of Thailand is at the forefront of promoting the country’s tourism industry to make it a sustainable Preferred Destination.” the key success indicator for 2021 has been clearly established to move the country’s current “Value for Money” image towards the “Preferred Destination” with enhanced facilities ready for the arrivals of more quality tourists whilst preparing it

to be a sustainable tourist destination that continues to offer authentic Thai identities with the balance of natural resources and the environment maintained. Concurrently, it is set on introducing relevant standards covering both tour operators and tourist sites taking into account the interests of related communities and society at large to ensure fair distribution of tourism-generated revenue among all concerned sectors.

Objectives	2017
Vision-related Objectives	
• Thailand’s ranking in terms of tourism-based revenue	Top ten rankings
• Annual growth rate among domestic tourists (% per visit)	3%
• State Enterprise Appraisal Score	3.8
Strategic Objectives	
Tourism-based Revenue Growth	
• Annual income growth rate based on overseas arrivals	8.5%
• Annual income growth rate based on domestic tourists	8%
Tourism Sustainability Creation	
• Increase satisfaction level among tourists visiting Thailand	As base
• Loyalty Index Ranking	1 in 3 (Countries exclusive to the Asia - Pacific)
Organisational development gearing towards a high-performance organisation	
• The TAT’s SEPA score no less than 200 by 2021	160



#แผนยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจ สาขาสังคมและเทคโนโลยี

แผนยุทธศาสตร์ภาพรวม: ยุทธศาสตร์ของรัฐวิสาหกิจ สาขาสังคมและเทคโนโลยี มีความสอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กรอบยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ (ปี ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ประเทศไทย ๔.๐ และแผนดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (Digital Economy: DE) โดยมุ่งเน้นยุทธศาสตร์ จำนวน ๕ ด้าน ได้แก่ (๑) กำหนดบทบาทรัฐวิสาหกิจให้ชัดเจนเพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ (๒) บริหารแผนการลงทุนให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ประเทศ (๓) เสริมสร้างความแข็งแกร่งทางการเงินเพื่อความยั่งยืนในระยะยาว (๔) สนับสนุนการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ Thailand 4.0 และ (๕) แผน DE และส่งเสริมระบบธรรมาภิบาลให้มีความโปร่งใสและมีคุณธรรม จึงส่งผลให้ยุทธศาสตร์ภาพรวมของสาขาสังคมและเทคโนโลยี “เพื่อมุ่งเน้นเป้าหมายการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจในสาขาสังคมและเทคโนโลยี ให้เป็นกำลังหลักในการพัฒนางานวิจัยและนวัตกรรมแก่ภาคธุรกิจ ตามนโยบายของรัฐบาล การสร้างทุนมนุษย์ในการสร้างบุคลากรทางด้านวิทยาศาสตร์ รวมถึงการสร้างความมั่นคงด้านสุขภาพแก่ภาคประชาชน”

บริบทเฉพาะสำหรับสาขาสังคมและเทคโนโลยี (ด้านการท่องเที่ยว): มุ่งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวอดนียม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน ด้วยการเพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยว ควบคู่กับการสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว โดยเน้นสร้างความเข้มแข็งภายในประเทศแล้วจึงเชื่อมต่อเศรษฐกิจไทยเข้ากับเศรษฐกิจโลกอย่างมีประสิทธิภาพด้วยวิถีไทย ผ่านการส่งมอบประสบการณ์เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Local Experience) ที่สามารถเพิ่มคุณค่าและสร้างคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวไทย อันจะเป็นฟันเฟืองสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น เพื่อให้คนไทยในท้องถิ่นเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหัวใจของการพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔

- (๑) การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน
- (๒) การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว
- (๓) การสร้างสมดุลให้กับการท่องเที่ยวผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่น
- (๔) การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ

เป้าหมายของกระทรวงเจ้าสังกัด: การท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน มีความสมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมีเป้าหมายรายได้จากการท่องเที่ยว ๑ ใน ๕ ของโลก และจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นอันดับ ๑ ใน ๑๐ ของโลก พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกให้คนไทยรักประเทศและเป็นเจ้าบ้านที่ดี



#State Enterprise Strategic Plan Based on Social and Technological Drives

Overview of the Strategic Plan: The social-and technological-specific strategy of state enterprises is in line with the Sufficiency Economy Philosophy in the country’s 20-year National Strategy Framework as prescribed by the Twelfth National Economic and Social Development Plan (2017 - 2021) aimed at sustainable development under the Sustainable Development Goals (SDGs) in the Thailand 4.0 Initiative and the Digital Economy (DE) Plan. Accordingly, emphasis is given to five areas including (1) the precise role of State Enterprises as the underlying forces behind the national master plan, (2) the management of the investment plan to coincide with the national strategy, (3) financial stability for long-term sustainability, (4) the use of innovation and technology encouraged to ensure they concur with the country’s Thailand 4.0 Initiative, and (5) the DE plan and the promotion of good corporate governance to ensure transparency and ethics. As a result, the overall social and technological strategy “stresses the performances of state enterprises both socially and technologically as the major driving forces behind the development of research and innovation for the business sector, the creation of human capital for the scientific arena and the formulation of health security for the public as directed by the state policy”.

The social- and technological-specific context (tourism) directed at becoming a sustainable Preferred Destination comprises the increase of tourism-generated revenue along with the creation of sustainable tourism: focus is given to the local strength with domestic economy effectively linked to that of the globe through the country’s proud Thainess heritage. By sharing local experiences, value for Thailand’s tourism can be enhanced and created. This therefore can become a vital element to strengthen the grassroots economy and income distribution in the related localities. In the process, the local people can develop an impression that they are part of the greater tourism in the crux of sustainable economic and tourism development.

The Strategy of the Ministry of Tourism and Sports, 2017 - 2021

- (1) Quality development in tourism sites, products and services to achieve balance and sustainability.
- (2) Tourism personnel development and the promotion of the public participatory role in tourism development.
- (3) The creation of tourism balance through target markets, promotion of Thainess and confidence building.
- (4) Tourism management integration and international collaboration promotion.

Supervisory Ministry’s Objective: TAT is to grow continuously alongside the country’s economic, social and environmental balance, given that it is ranked among the world’s top five tourist spending destinations and the world’s top 10 most visited countries. In the meantime, the public has been cultivated with a love for the country and a sense of being hospitable hosts.



#ประเภทและลักษณะการประกอบกิจการ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นหน่วยงานด้านการตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งมีบทบาทในการส่งเสริมการตลาดและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย โดยเผยแพร่ประเทศไทยในด้านต่างๆ อาทิ ความงามของธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ตลอดจนส่งเสริมความเข้าใจอันดีและความเป็นมิตรไมตรีระหว่างประชาชนและระหว่างประเทศ โดยอาศัยการท่องเที่ยว

ในปัจจุบัน ททท. ได้ให้บริการข้อมูลสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว อาทิ ความรู้ด้านการตลาดการท่องเที่ยว สถานการณ์ตลาด และแนวโน้มทางการท่องเที่ยว ผ่านระบบฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด รวมทั้งได้จัดอบรมให้ความรู้ให้คำแนะนำด้านการตลาดการท่องเที่ยวในโอกาสต่าง ๆ ซึ่งเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

ททท. ยังเป็นผู้จัดหาและให้บริการเวทีซื้อขายทางการท่องเที่ยวให้แก่ผู้ประกอบการ ผ่านการจัดงานส่งเสริมการขาย เวทีเจรจาการค้า และงานสำหรับผู้บริโภค เป็นต้น

นอกจากนั้น ททท. ได้ให้บริการข้อมูลเพื่อส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ อาทิ ข้อมูลทั่วไปของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว และข้อมูลกิจกรรมประเพณี เป็นต้น โดยนำเสนอผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ TAT Contact Centre อนุสาร อ.ส.ท. และสื่อออนไลน์ของ ททท. เป็นต้น

#Type and Nature of Tour Operations

The Tourism Authority of Thailand (TAT) is the marketing arm for the tourism markets with the mandate to promote the country's tourism and the tourism industry. To do so, it promotes different aspects of the country including natural attractions, archaeological sites, valuable artefacts, history, arts and culture as well as a myriad of other activities that encourage tourism, enhance good understanding and friendship among peoples and nations through tourism.

To date, it provides information relating to tourism marketing promotions including information on tourism marketing, market situations and market forecasts through its tourism marketing database system. It also organises training, offers extensive tourism markets to benefit both domestic and international tour operators. Beneficiaries of the TAT's efforts also include local administrative organisations and

the public. Moreover, it stages tourism trade shows for tour operators through sales promotion events and travel festivals for consumers.

Tourism promotion information for local and foreign tourists featuring tourism products and services is offered in addition to tradition-oriented activities by way of communication channels including public relations media, the TAT Contact Centre, O So Tho magazine and TAT online media, among others.



#การถือหุ้นนิติบุคคลของ กกท.

ชื่อบริษัท / สถานที่ตั้ง / โทรศัพท์ / โทรสาร	ลักษณะกิจการ	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)	ผลการดำเนินงานโดยสังเขป
๑. บริษัท ไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด จำกัด ที่อยู่: ๑๑๐/๒ สาทรเหนือ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ ๑๐๕๐๐ โทรศัพท์: ๐ ๒๓๕๒ ๓๐๐๐ โทรสาร: ๐ ๒๓๕๒ ๓๐๐๑ เว็บไซต์: www.thailandelite.com	จำหน่ายบัตรสมาชิกพิเศษ (Thailand Elite Card) แบ่งเป็น ๓ ประเภท ได้แก่ Individual, Family และ Thailand Easy Access โดยให้บริการ ดังนี้ ๑. Special Entry Visa ๒. บริการต้อนรับ EPA ๓. บริการ Immigration Fast Track ๔. บริการลีมูซีน ๕. กอล์ฟ ๖. สปา ๗. อำนาจความสะดวกในการติดต่อหน่วยงานราชการ ๘. ส่วนลดร้านค้า ๙. บริการ Call Center	๑๐๐	ผลการดำเนินงานประจำปี ๒๕๕๙ • รายได้ ๑๙๗,๗๖๐,๑๗๗.๕๒ บาท • ค่าใช้จ่าย ๑๘๓,๖๑๐,๓๒๕.๕๑ บาท • กำไรสุทธิ ๑๔,๑๔๙,๘๕๑.๙๑ บาท • ขาดทุนสะสม (๘๒๒,๓๑๓,๘๑๙.๖๒) บาท • เงินสดคงเหลือ ๕๑๒,๔๐๖,๐๔๕.๑๖ บาท • สมาชิก ๓,๘๕๗ ราย **หมายเหตุ: ผลการดำเนินงานดังกล่าวยังไม่ได้รับการรับรองจาก สตง. ผลการดำเนินงาน ณ วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๐ • สินทรัพย์ ๔๘๗,๖๘๓,๒๑๔.๑๔ บาท • หนี้สิน ๖๐๘,๐๑๙,๙๗๕.๐๑ บาท • ขาดทุนสะสม (๗๗๐,๙๒๕,๘๑๙.๙๙) บาท • เงินสดคงเหลือ ๘๔๗,๕๒๓,๘๐๗.๙๓ บาท • สมาชิก (ณ เดือนตุลาคม ๒๕๖๐) ๔,๙๕๖ ราย
๒. กิจการของน้ำพุร้อน อำเภอสันกำแพง ที่อยู่: ๑ หมู่ ๗ ต.บ้านสหกรณ์ อ.แม่ออน จ.เชียงใหม่ ๕๐๑๓๐ โทรศัพท์: ๐ ๕๓๐๓ ๗๑๐๐ โทรสาร: ๐ ๕๓๐๓ ๗๑๐๑	ให้บริการดังนี้ ๑. สระและห้องอาบน้ำแร่ ๒. ที่พัก ๓. อาหาร ๔. นวดแผนไทย ๕. สินค้าของที่ระลึก	ร้อยละ ๕๐ (ปัจจุบัน มีสถานะเป็นผู้ร่วมทุนเดิม โดยได้รับเงินปันผลปีละ ร้อยละ ๑๒.๕ ของกำไรสุทธิ)	ผลการดำเนินงานประจำปี ๒๕๕๙ • รายได้ ๘๖,๘๒๒,๕๘๑.๓๔ บาท • ค่าใช้จ่าย ๓๑,๕๑๘,๗๗๒.๑๔ บาท • กำไรสุทธิ ๑๔,๙๐๓,๘๐๙.๒๐ บาท • กำไรสะสม ๒๑,๗๐๗,๙๓๕.๙๔ บาท • เงินสดคงเหลือ ๕๒,๓๔๕,๐๖๕.๔๒ บาท **หมายเหตุ: ผลการดำเนินงานดังกล่าวได้รับการรับรองจากผู้สอบบัญชีเรียบร้อยแล้ว ผลการดำเนินงาน ณ วันที่ ๓๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๐ • สินทรัพย์ ๕๔,๐๑๔,๖๖๒.๖๓ บาท • หนี้สิน ๔,๓๓๓,๓๕๐.๓๖ บาท • กำไรสะสม ๒๑,๓๗๙,๗๔๔.๓๕ บาท • เงินสดคงเหลือ ๒๔,๘๕๑,๔๒๙.๔๒ บาท คำตอบแทนที่ ททท. ได้รับ • เงินปันผลปี ๒๕๕๙ ๑,๘๖๒,๙๗๖.๑๕ บาท
๓. บริษัท ไทยจัดการท่องเที่ยว จำกัด ที่อยู่: ๑ อาคารทีพีแอนด์ที ซอย ๑๙ วิชาวุฒิมหานคร แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ ๑๐๙๐๐ โทรศัพท์: ๐ ๒๕๓๖ ๑๖๔๔ โทรสาร: ๐ ๒๕๓๖ ๑๖๔๖ เว็บไซต์: www.thailongstay.co.th	จำหน่ายบัตรสมาชิก อายุ ๑ ปี ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยว แบ่งเป็น ๔ ประเภท ได้แก่ Platinum, Gold, Silver และ Silver Plus โดยให้บริการดังนี้ ๑. วีซ่าเกษียณอายุ ๑ ปี และสิทธิการเดินทางเข้าออกประเทศไทย ได้หลายครั้ง ๒. บริการรายงานตัวนักท่องเที่ยว ๙๐ วัน ๓. บริการ Immigration Fast Track ๔. บริการทำใบขับขี่ไทย	๓๐	ผลการดำเนินงานประจำปี ๒๕๕๙ • รายได้ ๑๗,๐๙๓,๔๑๖.๑๖ บาท • ค่าใช้จ่าย ๑๕,๑๓๐,๙๕๒.๑๑ บาท • กำไรสุทธิ ๑,๙๖๒,๔๖๔.๐๕ บาท • ขาดทุนสะสม (๖๑,๗๐๕,๑๔๔.๗๐) บาท • เงินสดคงเหลือ ๓๒,๑๐๔,๓๕๕.๓๙ บาท • สมาชิก ๑๑๔ ราย **หมายเหตุ: ผลการดำเนินงานดังกล่าวยังไม่ได้รับการรับรองจาก สตง. ผลการดำเนินงาน ณ วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๐ • สินทรัพย์ ๔๕,๗๑๓,๔๒๒.๐๘ บาท • หนี้สิน ๕,๕๙๘,๖๘๔.๕๔ บาท • ขาดทุนสะสม (๕๘,๑๓๔,๓๓๕.๙๘) บาท • เงินสดคงเหลือ ๓๓,๕๕๐,๔๓๕.๐๕ บาท • สมาชิก ๑๐๗ ราย
๔. กิจการสนามกอล์ฟบางพระ จ.ชลบุรี ที่อยู่: ๔๕ หมู่ ๖ ต.บางพระ อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี ๒๐๒๑๐ โทรศัพท์: ๐ ๓๘๓๔ ๑๑๔๙-๕๐ โทรสาร: ๐ ๓๘๓๔ ๑๑๕๑, ๐ ๓๘๓๔ ๒๐๑๒ เว็บไซต์: www.bangpragolf.co.th	ให้บริการดังนี้ ๑. สนามกอล์ฟ ๒. ที่พัก ๓. อาหาร ๔. สินค้าของที่ระลึก	จ้างบริษัทเอกชนบริหารจัดการ	ผลการดำเนินงานประจำปี ๒๕๖๐ (๑๓ ตุลาคม ๒๕๕๙ - ๑๒ ตุลาคม ๒๕๖๐) • รายได้ ๑๐๗,๘๔๐,๖๗๖.๐๓ บาท • ค่าใช้จ่าย ๘๔,๒๗๖,๘๐๐.๕๘ บาท • กำไรสุทธิ ๒๓,๕๖๓,๘๗๕.๔๕ บาท คำตอบแทนที่ ททท. ได้รับ • เงินคืนเงินลงทุนของ ททท. ๒๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท • กำไรสุทธิ ๑๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท ** หมายเหตุ: ๑. กำไรสุทธิดังกล่าวเป็นตัวเลขประมาณการที่ ททท. จะได้รับหลังหักคำตอบแทน การใช้ประโยชน์ที่ราชพัสดุและคำตอบแทนพิเศษให้ผู้รับจ้าง ๒. คาดว่า ททท. จะได้รับเงินกำไรสุทธิในปีงบประมาณ ๒๕๖๑

#TAT's Juristic Person's Shareholding

Name of the Company / Address / Telephone / Facsimile	Nature of Business	Shareholding (%)	Performance Results in Brief
1. Thailand Privilege Card Co., Ltd. Address: 110/2 North Sathorn Road, Silom Sub-district, Bang Rak District, Bangkok 10500 Tel: 0 2352 3000 Facsimile: 0 2352 3001 Website: www.thailandelite.com	The sale of the Thailand Elite Card is available under three categories including Individual, Family and Thailand Easy Access for the following services: 1. Special Entry Visa 2. EPA Reception Service 3. Immigration Fast Track Service 4. Limousine Service 5. Golf 6. Spa 7. Facilitating contacts with government agencies 8. Shopping Discount 9. Call Centre Service.	100	Operating Results in 2016 • Income 197,760,177.42 Baht • Expense 183,610,325.51 Baht • Net Profit 14,149,851.91 Baht • Accumulated Loss (822,313,819.62) Baht • Cash on Hand 512,406,045.16 Baht • Number of Members 3,857 **Note: The financial statement of the operating results is yet to be verified by the Office of the Auditor General (OAG). Operating Results as at 30 September 2017 • Assets 487,683,214.14 Baht • Liabilities 608,019,975.01 Baht • Accumulated Loss (770,925,815.99) Baht • Cash on Hand 847,523,807.93 Baht • Number of members 4,946 (as at October 2017)
2. San Kamphaeng Hot Springs Address : 1 Mu 7, Tambon Ban Sahakon, Mae On District, Chiang Mai 50130 Tel: 0 5303 7100 Facsimile: 0 5303 7101	Services include: 1. Mineral water pool and private mineral water baths 2. Accommodation 3. Dining 4. Traditional Thai massage 5. Souvenirs.	50 (Current status as an existing investor entitled it to a 12.5% annual dividend.)	Operating Results in 2016 • Income 46,422,581.34 Baht • Expense 31,518,772.14 Baht • Net Profit 14,903,809.20 Baht • Accumulated Profit 21,707,935.94 Baht • Cash on Hand 52,345,065.42 Baht **Note: The financial statement of the operating results was already verified by the Office of the Auditor General (OAG). Operating Results as at 30 November 2017 • Assets 54,014,662.63 Baht • Liabilities 4,333,350.36 Baht • Accumulated Profit 21,379,744.35 Baht • Cash on Hand 24,851,429.42 Baht Earnings received by TAT • Investor dividend for 2016 1,862,976.15 Baht
3. Thai Longstay Management Co., Ltd. Address: 1 TP&T Building, Soi 19 Vibhavadi Rangsit Road, Chatuchak, Bangkok 10900 Tel: 0 2936 1644 Facsimile: 0 2936 1646 Website : www.thailongstay.co.th	Four types of one-year membership are available to groups of long-stay tourists: Platinum, Gold, Silver and Silver Plus. Services include: 1. A one-year retirement visa and multiple entries to Thailand 2. Tourist Immigration Report Service for a 90-day stay 3. Immigration Fast Track Service 4. Acquisition of a Thai driving license.	30	Operating Results in 2016 • Income 17,093,416.16 Baht • Expense 15,130,952.11 Baht • Net Profit 1,962,491.05 Baht • Accumulate Loss (61,705,144.70) Baht • Cash on Hand 32,104,395.39 Baht • Number of Members 114 **Note: The financial statement of the operating results is yet to be verified by the Office of the Auditor General (OAG). Operating Results as at 30 September 2017 • Assets 45,713,422.08 Baht • Liabilities 5,498,684.54 Baht • Accumulated Loss (58,134,335.98) Baht • Cash on Hand 33,950,435.05 Baht • Number of Members 107
4. Bangpra Golf Club Chon Buri Address: 45 Mu 6, Bang Phra, Si Racha District, Chon Buri 20210 Tel: 0 3834 1149 - 50 Facsimile: 0 3834 1151, 0 3834 2012 Website : www.bangpragolf.co.th	Services include: 1. Golf course 2. Accommodation 3. Dining 4. Souvenirs.	A private management company was commissioned to run the business interest.	Operating Results in 2017 (13 October 2016 - 12 October 2017) • Income 107,840,676.03 Baht • Expense 84,276,800.58 Baht • Net Profit 23,563,875.45 Baht Earnings received by TAT • Refund of TAT's investment: 20,000,000 Baht • Net Profit 15,000,000 Baht **Note: 1. The above-mentioned net profit represents an estimate to be received by TAT following the deduction of compensation for the use of State Property and contractors' incentives. 2. Net profit to be received by TAT is expected in the fiscal year 2018.

#สรุปข้อมูลที่สำคัญทางการเงิน

	หน่วย	ปี ๒๕๕๘	ปี ๒๕๕๙	ปี ๒๕๖๐
งบกำไรขาดทุน				
รายได้รวม	ล้านบาท	๕,๘๘๐.๔๓	๖,๓๑๖.๔๘	๗,๐๕๙.๙๖
ค่าใช้จ่ายรวม	ล้านบาท	๕,๗๔๘.๘๔	๖,๑๘๑.๙๖	๗,๐๓๖.๘๑
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	ล้านบาท	๑๓๑.๕๙	๑๓๔.๕๒	๒๓.๑๕
งบดุล				
รวมสินทรัพย์	ล้านบาท	๗,๑๘๐.๙๔	๗,๕๑๔.๙๕	๘,๓๙๗.๐๘
รวมหนี้สิน	ล้านบาท	๕,๖๔๗.๖๗	๖,๓๖๘.๕๗	๗,๓๑๘.๓๐
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	ล้านบาท	๑,๕๓๓.๒๗	๑,๑๔๖.๓๗	๑,๐๗๘.๗๘
อัตราส่วนทางการเงิน				
อัตรากำไร (ขาดทุน) สุทธิต่อรายได้รวม	ร้อยละ	๒.๒๔	๒.๑๓	๐.๓๓
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม	ร้อยละ	๑.๘๓	๑.๗๙	๐.๒๘
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	ร้อยละ	๘.๕๘	๑๑.๗๓	๒.๑๕



#ปัจจัยความเสี่ยงสำคัญที่มีผลกระทบต่อ การดำเนินงานของ ททท.

ความเสี่ยงจากการบริหารความสัมพันธ์ระหว่าง ททท. กับเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อ การดำเนินงานขององค์กร ซึ่ง ททท. สามารถบริหารความสัมพันธ์ เครือข่ายได้เป็นอย่างดี ทั้งในส่วนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและสื่อมวลชน ในการ นำเสนอสินค้า/บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งได้รับความร่วมมือในการ ดำเนินการ รวมถึงทำให้เครือข่ายมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน ของ ททท. โดย ททท. ได้ดำเนินกิจกรรมบริหารความเสี่ยงเพื่อ ลดผลกระทบ ดังนี้

- รวบรวมข้อมูลพื้นฐาน และจัดประชุมเพื่อกำหนดแนวทาง ดำเนินงานกับผู้เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร
- การสร้างความสัมพันธ์และเพิ่มศักยภาพให้แก่ภาคี เครือข่าย รวมถึงภาคีเครือข่ายอื่น ๆ ผ่านการดำเนินงานโครงการ/ กิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน
- ปรับปรุงการสร้างสรรค์และออกแบบสินค้า กิจกรรม พร้อม เรื่องราวร่วมกับเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวและหน่วยงานเกี่ยวข้อง



#Summary of TAT's Important Financial Information

	Unit: Million Baht	2015	2016	2017
Summary of the Statement of Income				
Total Income	Mil Bht	5,880.43	6,316.48	7,059.96
Total Expense	Mil Bht	5,748.84	6,181.96	7,036.81
Net Profit (Loss)	Mil Bht	131.59	134.52	23.15
Balance Sheet				
Total Assets	Mil Bht	7,180.94	7,514.95	8,397.08
Total Liabilities	Mil Bht	5,647.67	6,368.57	7,318.30
Total Shareholders' Equity	Mil Bht	1,533.27	1,146.37	1,078.78
Financial Ratio				
Net Profit (Loss) Margin : Total Income	%	2.24	2.13	0.33
ROA	%	1.83	1.79	0.28
ROE	%	8.58	11.73	2.15

#Major Risk Factors with Likely Impact on TAT's Operations

Risks arising from relations management between TAT and tourism network represent those which affect TAT's operations. TAT was able to manage the relations effectively in areas covering related field units, tour operators and the media as tourism products/services were successfully presented thanks to collaborative efforts with satisfactory results on TAT's operations as the following risk management activities were carried out to lower risk impact:

- Groundwork information was gathered and meetings organised with concerned parties both inside and outside the organisation to determine operational guidelines;
- Relationship building and potential promotion for affiliated networks and others through joint project operation/ activities;
- Enhancement of products/activities and design creativity along with stories jointly developed with "owners" of tourism sites and related parties.

#ภาวะและสถานการณ์การท่องเที่ยวในอนาคต

สถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ ปีงบประมาณ ๒๕๖๐

	เป้าหมาย ปีงบประมาณ ๒๕๖๐	ผลการดำเนินงาน ปีงบประมาณ ๒๕๖๐	ผลการดำเนินงาน ปีงบประมาณ ๒๕๕๙
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (คน)	-	๓๓,๘๓๕,๗๗๘ (+๕%)*	๓๒,๕๙๙,๘๒๙ (+๑๐%)
รายได้ (ล้านบาท)	๑,๘๘๓,๖๓๐ (+๑๐%)	๑,๗๒๔,๕๗๘ (+๖%)*	๑,๖๒๕,๐๑๘ (+๑๕%)

หมายเหตุ: *จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ปี ๒๕๖๐ ประมาณการโดยอ้างอิงจากสถิตินักท่องเที่ยวรายสัญชาติระหว่าง ม.ค. - ก.ย. ของกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ภาพรวมสถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ: ระหว่างเดือนตุลาคม ๒๕๕๙ - กันยายน ๒๕๖๐ มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ ๔ เมื่อเปรียบเทียบกับปีงบประมาณ ๒๕๕๙ โดยทุกภูมิภาคมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น ยกเว้นเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งมีนักท่องเที่ยวลดลงเล็กน้อยประมาณร้อยละ ๐.๓ อัตราการเติบโตในภาพรวมที่อยู่ในระดับปานกลางในปีนี้ เกิดจากไตรมาสที่ ๑ และ ๒ ของไทยได้รับผลกระทบจากการลดลงของนักท่องเที่ยวจีนจากมาตรการปราบปรามทัวร์ศูนย์เหรียญ ส่งผลให้ในภาพรวมอัตราการเติบโตไม่สูงมากนัก เนื่องจากจีนเป็นตลาดนักท่องเที่ยวหลักของไทย

อย่างไรก็ตาม ตลาดเริ่มมีการฟื้นตัวในช่วงกลางไตรมาสที่ ๒ ประกอบกับการเติบโตที่ดีของตลาดนักท่องเที่ยวระยะใกล้อื่น ๆ เช่น ตลาดในกลุ่ม CLMV เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น อินเดีย และตลาดระยะไกล เช่น สหรัฐอเมริกา และกลุ่มลาตินอเมริกา ที่เริ่มฟื้นตัวจากเศรษฐกิจ ทำให้สถานการณ์ทั่วไปเริ่มปรับตัวดี ในขณะที่ในช่วงปลายปีงบประมาณ ตลาดยุโรปหลายตลาดเริ่มมีการชะลอตัวจากความไม่แน่นอนของสถานการณ์การเมือง การเลือกตั้งในประเทศหลาย ๆ ประเทศและค่าเงินปอนด์ที่อ่อนค่าลง

#Tourism Situations and Forecasts

Overseas Tourism Markets Situation in the Fiscal Year 2017

	Targets in the Fiscal Year 2017	Operating Results in the Fiscal Year 2017	Operating Results in the Fiscal Year 2016
Number of overseas tourists (unit)	-	33,835,778 (+4%)*	32,599,829 (+10%)
Tourism-generated revenue (million Baht)	1,883,630 (+10%)	1,724,578 (+6%)*	1,625,018 (+14%)

Note: *The number of tourists and tourism-generated revenue in 2017 represent estimates on the figure of nationality-based statistics during January - September by the Bureau of Economic Tourism and Sports, Ministry of Tourism and Sports.

Overview of Overseas Tourist Arrivals: During October 2016 - September 2017, the number of overall overseas arrivals which increased by 4% as opposed to that in the fiscal year 2016 represented the growth across the board except Northeast Asia where its arrivals dropped slightly by 0.3%. The overall growth rate was moderate in 2017 due to the slow growth in the number of tourists from China, Thailand's major tourism market, in the first two quarters of the year following Thailand's crackdown campaign on "zero dollar" Chinese tours. The situation, however, picked up in the middle of the second

quarter of the year, fostered by the encouraging growth in other short-haul tourism markets including the CLMV markets, South Korea, Japan, India and those from long-haul markets like tourists from the USA and Latin America, which began to see economic recovery in their respective regions. While the overall situation seemed to be better, the last few months of the fiscal year witnessed a slowdown in several European markets, due to the political uncertainties, the elections in several countries and the weaker British Pound.

"ออก
ค้นหาคำตอบ
ด้วยตัวเอง ชิมให้รู้
ลองทุกรส"



#เที่ยวไทยเท่
#แชร์ให้โลกรู้
#Thailand
#Phuket

ปัจจัยสนับสนุนและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวไทย ปีงบประมาณ ๒๕๖๐

ปัจจัยสนับสนุน	ปัจจัยท้าทาย
การเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลวันหยุดทั้งในไทยและต่างชาติ เช่น ตรุษจีน สงกรานต์ อีสเตอร์ และ Golden Week ในญี่ปุ่น โดยระหว่างช่วงเทศกาลสงกรานต์และอีสเตอร์ ระหว่างวันที่ ๑๓ - ๑๖ เมษายน ๒๕๖๐ มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยประมาณ ๓.๖ แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ ๔ จากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา	การลดลงของนักท่องเที่ยวจีนจากการปราบปรามทัวร์ศูนย์เหรียญ ส่งผลให้ในไตรมาสที่ ๑ ของปีงบประมาณ มีนักท่องเที่ยวจีนลดลงร้อยละ ๒๒ และไตรมาสที่ ๒ ลดลงร้อยละ ๗ ซึ่งเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้รายได้มีแนวโน้มที่จะไม่ถึงเป้าหมาย
เที่ยวบินใหม่ในปีนี้มีมากกว่า ๒๘๒ เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ส่วนใหญ่เป็นเที่ยวบินใหม่จากจีน อาเซียน เอเชียใต้ และรัสเซีย	จากการสำรวจค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติของกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ค่าใช้จ่ายต่อทริปของนักท่องเที่ยวต่างชาติขยายตัวตั้งแต่ไตรมาสที่ ๑ ของปีงบประมาณ ๒๕๖๐ โดยมีค่าใช้จ่ายในหลายตลาดลดลง เช่น มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ฝรั่งเศส รัสเซีย อังกฤษ ยุโรปตะวันออก ออสเตรเลีย เป็นต้น และแนวโน้มค่าใช้จ่ายในปี ๒๕๖๐ มีการขยายตัวต่ำเช่นกัน ส่งผลกระทบต่อรายได้ในภาพรวม
ค่าเงินบาทที่อ่อนค่า ตุลาคม ๒๕๕๙ - มิถุนายน ๒๕๖๐ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวระยะไกลโดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา รัสเซีย ญี่ปุ่น และลาตินอเมริกา เดินทางเข้าไทยมากขึ้น	นักท่องเที่ยวยุโรปบางส่วนชะลอการเดินทางในช่วงการเลือกตั้ง เช่น ฝรั่งเศส และอังกฤษ เนื่องจากไม่มั่นใจในนโยบายใหม่ว่าจะมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจหรือการแยกตัวออกจาก EU หรือไม่ ส่งผลให้ค่าเงินปอนด์และเงินยูโรอ่อนค่า
ความขัดแย้งระหว่างจีนกับเกาหลีใต้เรื่องการติดตั้งระบบต่อต้านขีปนาวุธ THAAD ในเกาหลีใต้ ส่งผลให้จีนห้ามนักท่องเที่ยวแบบ package tours ไปเกาหลีตั้งแต่มีนาคม ส่งผลให้ในหลายเดือนที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวเกาหลีเดินทางเข้าไทยมากขึ้นอย่างชัดเจน และจีนเริ่มฟื้นตัวกลับมาไทยนับจากปลายเมษายนเป็นต้นมา	
การส่งเสริมตลาดของททท. โดยเน้น ๑) การเจาะกลุ่มตลาดระดับบน เพื่อทดแทนกลุ่มทัวร์ศูนย์เหรียญที่หายไปในตลาดจีน โดยเน้นนักท่องเที่ยวในพื้นที่ใหม่ (หนานหนิง หนานจิง และซีอาน) และมุ่งเจาะกลุ่ม FIT คนจีนรุ่นใหม่ผ่าน celebrity marketing ๒) การเป็นเจ้าภาพงานท่องเที่ยวระดับโลกเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยในเวทีโลก เช่น "2017 WTTC Annual Global Summit" ในเดือนเมษายน ที่กรุงเทพฯ และงาน Destination Wedding Planners Congress 2017 ในเดือนพฤษภาคม ที่ภูเก็ต ๓) การส่งเสริมการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวและเปิดตัวแคมเปญใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น "Amazing Thai Taste" กระตุ้นตลาดผ่าน "Gastronomy Tourism"	

แนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ ๒๕๖๑

สถานการณ์การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเศในปีงบประมาณ ๒๕๖๑ (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๖๑) มีแนวโน้มเติบโตสดใส ซึ่งคาดว่าในภาพรวมจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากปี ๒๕๖๐ โดยทุกภูมิภาคมีแนวโน้มที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวไทยเพิ่มขึ้น เนื่องจากการฟื้นตัวกลับเป็นปกติของนักท่องเที่ยวจีน ความนิยมในการเดินทาง

ระยะใกล้ของนักท่องเที่ยวเอเชีย นอกจากนี้ ในปี ๒๕๖๑ เป็นปีที่ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน หรือ Amazing Thailand Tourism Year 2018 ซึ่งจะมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปี คาดว่าจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวไทยมากขึ้น

Supportive and Obstructive Factors on Tourism in Thailand in 2017

Supportive Factors	Challenging Factors
At the height of festive holidays both locally and globally including Chinese New Year, Songkran, Easter and Japan's Golden Week, in particular during Songkran and Easter during 13 - 16 April 2017, approximately 360,000 overseas arrivals visited Thailand. The impressive figure amounted to a 4% increase in overseas arrivals compared with that in the same period a year earlier.	The decline of Chinese tourists due to the "zero dollar" crackdown campaign by the Thai authorities began to show its impact with arrivals from China dropping by 22% and 7% in the first and second quarters of the fiscal year, respectively, the very reason tourism-based income tended to miss the set target.
The year 2017 saw an impressive rise in new inbound flights, which accounted for more than 282 flights weekly; the majority of which was newly introduced from China, ASEAN, South Asia and Russia.	Surveys on overseas tourist spending by the Bureau of Economic Tourism and Sports had indicated minimal growth since the first quarter of the fiscal year 2017 with similar situations in many markets including Malaysia, the Philippines, Singapore, France, Russia, the UK, Eastern Europe and Australia, which were also on the decline. So, too, was a similar tendency in 2017. Together, they would predictably affect the total tourism-generated revenue.
Thanks to a weak Thai Baht during the months of October 2016 - June 2017, a significant rise in long-haul flights carrying tourists from the USA, Russia, Japan and Latin America landed in Thailand.	Some European tourists including those from France and the UK were inclined to postpone their trips during elections, as they were uncertain about future policies if they might have an economic impact or the consequences of Britain's departure from the European Union, which could possibly result in a weaker British Pound and Euro.
Following the conflict between China and South Korea over the installation of the THAAD Anti-Missile System, China put a ban on its tour groups from visiting South Korea in March. Under the circumstance, Thailand stood to enjoy an increase in the number of Korean visitors whilst tourist arrivals from China had picked up since the end of April.	
TAT Marketing Promotions put emphasis on 1) The focus on the high-end markets to make up for the loss of the "zero dollar" inbound tours from China. Efforts were made to attract tourists from new geographic areas (Nanning, Nanjing and Xian) by targeting China's new generation of FIT (Fully Independent Travellers) through celebrity marketing; 2) Playing host to world-class tourism events in order to promote Thailand's image on international arenas including the April "2017 WTTC Annual Global Summit" in Bangkok and the May Destination Wedding Planners Congress 2017 in Phuket, and 3) Encouraging the organisation of tourism activities and new campaign launches on a continued basis, e.g. "Amazing Thai Taste" to stimulate markets through "Gastronomy Tourism".	

International Tourism Markets Forecast in 2018

Overseas tourist arrivals in the fiscal year 2018 (October - December 2018) is expected to grow impressively with the overall forecast believed to increase from that of the previous year, an all-encompassing prospect across all regions in Thailand thanks to the return of the Chinese market and the preference for short-haul travels among Asian tourists.

More importantly, Thailand has declared 2018 the Amazing Thailand Tourism Year 2018 with the thematic focus on sustainably chic Thainess the Thai Way to be marketed through year-round tourism promotion activities to draw more tourists to Thailand.

ปัจจัยสนับสนุนและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวไทยปี ๒๕๖๑

ปัจจัยสนับสนุน	ปัจจัยท้าทาย
<p>ด้านเศรษฐกิจ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • สภาวะทางเศรษฐกิจโลกในปี ๒๕๖๑ มีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง โดย IMF คาดว่า ในปี ๒๕๖๑ เศรษฐกิจโลกจะขยายตัวเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ ๓.๖ (ปี ๒๕๖๐ คาดว่าเติบโตร้อยละ ๓.๕) โดยมีแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจจากประเทศแถบเอเชียและแปซิฟิก ได้แก่ อินเดีย เมียนมา ฟิลิปปินส์ กัมพูชา ลาว เวียดนาม และจีน 	<p>สถานการณ์ยุโรปยังคงไม่แน่นอน:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ความไม่แน่นอนทางด้านการเมืองของประเทศสำคัญ ๆ ในยุโรป อาทิ กระบวนการต่าง ๆ หลัง Brexit ของสหราชอาณาจักร หรือความต้องการแยกตัวของหลาย ๆ ประเทศ อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นและความผันผวนของค่าเงิน
<p>ด้านนโยบายภาครัฐ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • รัฐบาลมีมติให้ปี ๒๕๖๑ เป็นปี “ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน” หรือ “Amazing Thailand Tourism Year 2018” เริ่มตั้งแต่พฤศจิกายน ๒๕๖๐ - ๑ มกราคม ๒๕๖๒ เป็นต้นไป ซึ่งจะมีการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ คาดว่าจะส่งผลดีต่อภาพลักษณ์และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามายังประเทศไทยมากขึ้น • ประเทศไทยได้รับเกียรติให้เป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมที่มีความสำคัญหลายกิจกรรมในปี ๒๕๖๑ ซึ่งคาดว่าจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และกระตุ้นการท่องเที่ยวของประเทศไทยจากตลาดต่างประเทศได้มากขึ้น อาทิ <ul style="list-style-type: none"> - การประชุม ASEAN Tourism Forum (ATF) 2018 ณ จังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างวันที่ ๒๒ - ๒๖ มกราคม ๒๕๖๑ - การประชุมสมัชชาสหพันธ์กีฬานานาชาติ (Sport Accord Convention 2018) (ระหว่างวันที่ ๑๕ - ๒๐ เมษายน ๒๕๖๑) - UNWTO World Forum on Gastronomy Tourism ครั้งที่ ๔ ในปี ๒๕๖๑ (ยังไม่กำหนดวันและเวลาอย่างเป็นทางการ) • การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเพิ่มศักยภาพและรองรับการขยายตัวด้านการท่องเที่ยวในอนาคต เช่น <ul style="list-style-type: none"> - การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก โดยเฉพาะการพัฒนาสนามบินอู่ตะเภา - โครงการเรือเฟอร์รี่เส้นทางหัวหิน-พญา-บางปู เป็นโครงการที่เกิดขึ้นเพื่อร่นระยะเวลาในการเดินทางข้ามอ่าวไทย - โครงการรถไฟความเร็วสูงกรุงเทพฯ-พญา-ระยอง 	<p>ภัยก่อการร้ายทั่วโลก:</p> <ul style="list-style-type: none"> • แนวโน้มภัยก่อการร้ายที่เกิดขึ้นบ่อยครั้ง โดยเฉพาะยุโรป
<p>ด้านการบิน:</p> <ul style="list-style-type: none"> • มีเที่ยวบินใหม่ที่มีแผนจะเปิดทำการบินในปี ๒๕๖๑ จากประเทศจีนและหลาย ๆ ประเทศในภูมิภาคเอเชีย 	<p>ขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของไทย:</p> <ul style="list-style-type: none"> • สนามบินนานาชาติของไทยและแหล่งท่องเที่ยวหลักเริ่มแออัดไม่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น
<p>ด้านการดำเนินการส่งเสริมตลาดของ ททท.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านอาหารไทย ในโครงการ The Michelin Guide Thailand เป็นระยะเวลา ๕ ปีงบประมาณปี ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔ โดยคาดว่า Michelin Guide Book ฉบับแรกจะออกมาปลายปีนี้ ซึ่งประเทศไทยจะเป็นประเทศที่ ๖ ในภูมิภาคนี้ที่ได้ Michelin Star นอกเหนือจากญี่ปุ่น จีน เกาหลี สิงคโปร์ และฮ่องกง • ททท. มีแผนจะเปิดสำนักงานใหม่ ภายในปี ๒๕๖๐ - ๒๕๖๑ จำนวน ๒ แห่ง คือ ไทรอนโต ประเทศแคนาดา และเซาเปาลู ประเทศบราซิล ซึ่งคาดว่าจะส่งผลดีในการเสริมสร้างการรับรู้และภาพลักษณ์ของประเทศไทย ให้นักท่องเที่ยวในแถบอเมริกาเหนือและอเมริกาใต้รู้จักและเดินทางเข้ามาในไทยเพิ่มขึ้นในปี ๒๕๖๑ 	<p>การแข่งขันด้านการท่องเที่ยวจากประเทศต่าง ๆ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visit Viet Nam Year 2018 คาดว่าจะมีกิจกรรมต่าง ๆ ที่เวียดนามจะนำมาใช้ดึงดูดนักท่องเที่ยวในปีนี้ • การดึงนักท่องเที่ยวจีน ผ่านการสานสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เช่น EU-China Year of Tourism 2018 หรือ Canada-China Year of Tourism 2018

Supportive and Obstructive Factors on Tourism in Thailand in 2018

Supportive Factors	Challenging Factors
<p>Economy-related:</p> <ul style="list-style-type: none"> • World economy in 2018 is likely to grow which, according to the IMF, would rise by about 3.6% (as opposed to the estimated growth of approximately 3.5%) in 2017, thanks to the strong economic drives from the countries in the Asia-Pacific region including India, Myanmar, the Philippines, Cambodia, Lao PDR, Vietnam and China. 	<p>Uncertainties in Europe:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Looming political uncertainties in major European countries including the post-Brexit procedures in the United Kingdom or the demand for territorial secession in many countries could shake public confidence and currency volatility.
<p>Public Policy:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The government declared 2018 the “Amazing Thailand Tourism Year 2018” from November 2017 - 1 January 2019. Tourism activities to be organised are expected to enhance the country’s image and attract more tourists to Thailand; • Thailand will play host to a wide range of high-profile international events in 2018. No doubt they will help boost the country’s image and further stimulate its tourism industry in international markets. The calendar of international conventions to be hosted by Thailand include: <ul style="list-style-type: none"> - ASEAN Tourism Forum (ATF) 2018 in Chiang Mai during 22 - 26 January 2018; - Sports Accord Convention 2018 (during 15 - 20 April 2018); - The 4th UNWTO World Forum on Gastronomy Tourism 2018 (itinerary to be announced); • The infrastructure development drives in the country designed to boost its potential and meet future tourism demand growth could be seen in: <ul style="list-style-type: none"> - The Eastern Economic Corridor Initiative (EEC), especially the planned expansion of the U-tapao Rayong-Pattaya International Airport; - The Hua Hin-Pattaya-Bang Pu ferry initiative conceived to cut down on travel time across the Gulf of Thailand; - The Bangkok-Pattaya-Rayong high-speed train project. 	<p>Global terrorism threats:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Europe in particular is increasingly threatened by terrorist attacks.
<p>Aviation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • New flights with services to be offered in 2018 from China and other countries in the Asian region. 	<p>Thailand’s capacity to meet growing tourist demand:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The country’s existing international airports and tourist sites look overcrowded and inadequate to meet the growing number of tourists.
<p>TAT Marketing Promotion Operation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Thai Cultural Tourism Promotion Campaign: culinary tourism executed through a five-year Michelin Guide Thailand contract under the 2017 - 2021 budgetary commitment is expected to come up with the first Michelin Guide Book at the end of the year. Thailand becomes the sixth country in the region to be awarded the Michelin Star in addition to Japan, China, Korea, Singapore and Hong Kong; • TAT has mapped out plans to open two new branch offices within the fiscal year 2017 - 2018, including one in Toronto, Canada, and another in São Paulo, Brazil, with positive results expected in terms of awareness building and the image of the country among tourists in North and South America and ultimately attract more tourists from those regions to Thailand in 2018. 	<p>Increased aviation competition from other countries:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The Visit Viet Nam Year 2018 is expected to see a range of activities to be marketed this year in an attempt to vie for tourists. • Chinese tourists to be attracted through the strengthening of international ties including the EU-China Year of Tourism 2018 or the Canada-China Year of Tourism 2018;

ปัจจัยสนับสนุน	ปัจจัยท้าทาย
	การจัดอีเวนต์สำคัญระดับโลก ซึ่งอาจดึงนักท่องเที่ยวบางส่วนไป: <ul style="list-style-type: none"> กีฬาโอลิมปิกฤดูหนาว ๒๐๑๘ ณ เมืองพยองชัง ประเทศเกาหลีใต้ (ระหว่างวันที่ ๙ - ๒๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑) เอเชียนเกมส์ ๒๐๑๘ ณ กรุงจาการ์ตาและปาเล็มบัง ประเทศอินโดนีเซีย (ระหว่างวันที่ ๑๘ สิงหาคม - ๒ กันยายน ๒๕๖๑) มหกรรมฟุตบอลโลก FIFA World Cup 2018 ณ ประเทศรัสเซีย (ระหว่างวันที่ ๑๔ มิถุนายน - ๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๑) และรัสเซียจะไม่มีกรายกเว้นวีซ่าให้กับผู้เข้าร่วมมหกรรมครั้งนี้ด้วย

สถานการณ์ท่องเที่ยวตลาดในประเทศ ปีงบประมาณ ๒๕๖๐ (ตุลาคม ๒๕๕๙ - กันยายน ๒๕๖๐) ภาพรวม

	เป้าหมายปีงบประมาณ ๒๕๖๐	ผลปีงบประมาณ ๒๕๖๐	ผลปีงบประมาณ ๒๕๕๙
จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทย (ล้านคน-ครั้ง)	-	๑๕๐ (+๕%)*	๑๔๒.๙ (+๖%)
รายได้ (ล้านบาท)	๙๕๖,๖๒๐ (๑๐%)	๙๓๔,๓๖๔.๔๓ (+๙.๐๙%)*	๘๕๖,๔๙๕.๔๑ (+๑๐.๒๑%)

หมายเหตุ: *จำนวนและรายได้ผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทยปีงบประมาณ ๒๕๖๐ ข้อมูลเดือนตุลาคม ๒๕๕๙ - กันยายน ๒๕๖๐ เป็นข้อมูลจากการประมาณการเบื้องต้น โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ณ วันที่ ๒๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐

ภาพรวมสถานการณ์การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทยในปี ๒๕๖๐ คาดว่าการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทยจะเติบโตในระดับปานกลาง เนื่องจากได้รับผลกระทบทั้งจากปัจจัยภายนอกอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งบรรยากาศของประเทศที่อยู่ในช่วงความโศกเศร้าตลอดทั้งปี ภาวะเศรษฐกิจไทยที่ปรับตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป อีกทั้งเกิดอุทกภัยในหลายพื้นที่ของภาคใต้ ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือในช่วงต้นปีและกลางปี ๒๕๖๐ อย่างไรก็ตาม อิทธิพลของปัจจัยภายในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นสำคัญที่ผลักดันให้สถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศยังคงเติบโตอยู่ ทั้งจากการส่งเสริมตลาดของ ททท. ที่มุ่งกระจายการเดินทางสู่เมืองรองอย่างต่อเนื่อง โดยสานต่อโครงการ “๑๒ เมืองต้องห้ามพลาด...พลัส”, การกระตุ้นการเดินทางข้ามภูมิภาคเพื่อให้เกิดการใช้จ่าย และการทำการตลาดของภาคเอกชน อาทิ การเปิดเส้นทางบินใหม่ ๆ ข้ามภูมิภาคของสายการบินต้นทุนต่ำ, การเปิดเดินเรือเฟอร์รี่ข้ามภูมิภาคพัทยา - หัวหิน, การจัดกิจกรรม Sport Tourism ทั้งการแข่งขันวิ่งมาราธอน วิ่งเทรล จักรยานทางไกล และการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก ซึ่งจัดการแข่งขันกระจายไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั่วประเทศ



Supportive Factors	Challenging Factors
	World-class Events put a dent in tourist arrivals: <ul style="list-style-type: none"> Winter Olympics 2018 in Pyeongchang, South Korea (during 9 - 25 February 2018); Asian Games 2018 in Jakarta and Palembang, Indonesia (during 18 August - 2 September 2018); FIFA World Cup 2018 in Russia (from 14 June - 15 July 2018) although the host country has no plan to offer visa-free entry to spectators of the Games.

Domestic Tourism Markets Situation in the Fiscal Year 2017 (October 2016 - September 2017) Overall Results

	Target in the Fiscal Year 2017	Operating Results in the Fiscal Year 2017	Operating Results in the Fiscal Year 2016
Number of domestic tourists (in million tourists-trips)	-	150 (+5%)*	142.9 (+6%)
Tourism-based revenue (million Baht)	946,620 (10%)	934,364.43 (+9.09%)*	856,495.41 (+10.21%)

Note: *The number of domestic tourists and related revenue estimates in the fiscal year 2017 based on the information during October 2016 - September 2017 were representative of the preliminary information by the Ministry of Tourism and Sports on 21 February, 2018.

Overview of the Overall Domestic Tourism Situation in 2017: Domestic tourism was expected to grow moderately due to factors external to the tourism industry and the country's year-long mourning period for the passing of the late King Bhumibol Adulyadej.

While the Thai economy continued its gradual adjustment, many areas in Southern, Northern and Northeastern Thailand were under water in ravaging and prolonged floods in early and mid 2017. Yet, domestic tourism continued to thrive, thanks to several factors intrinsic to the tourism industry that provided the needed influencing stimulators including TAT's ongoing marketing promotion activities to further expand domestic tourism into secondary travel destinations following the popular "12 Hidden Gems Plus" campaign. Meanwhile, efforts were made to promote cross-regional travels designed to stimulate spending. The private sector also contributed to a range of exciting marketing activities as low-cost airlines unveiled flights to new cross-regional destinations; Pattaya - Hua Hin cross-regional ferry services were launched; sports tourism activities including marathon and track races, long-distance cycling trips and Thai league football matches were staged, notably in venues across cross-regional sites nationwide.

ปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทย ปีงบประมาณ ๒๕๖๐

ปัจจัยสนับสนุน	ปัจจัยอุปสรรค
ด้านนโยบายภาครัฐ: ภาครัฐผลักดัน “ไทยเที่ยวไทย”	
<ul style="list-style-type: none"> นโยบาย Thailand 4.0 สร้างความเข้มแข็งจากภายใน เน้นส่งเสริมท่องเที่ยวภายในประเทศ รัฐบาลให้หน่วยงานภาครัฐจัดประชุมสัมมนาในพื้นที่ ๗๐ เส้นทางตามรอยพระบาท ตลอดปีงบประมาณ ๒๕๖๐ มาตรการภาษีเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในช่วงสิ้นปี ๒๕๕๙ 	
ด้านเศรษฐกิจ: ความเชื่อมั่นในการใช้จ่ายเริ่มฟื้นกลับมา ประชาชนมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น	
<ul style="list-style-type: none"> เศรษฐกิจไทยยังคงเติบโตต่อเนื่อง คาดว่าจะขยายตัวสูงกว่าที่คาดการณ์ ขยายเวลาคงภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ไว้ที่ร้อยละ ๗ อีก ๑ ปี ราคาน้ำมันภายในประเทศทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ 	<ul style="list-style-type: none"> เงินบาทแข็งค่ากระตุ้นคนไทยเที่ยวต่างประเทศ
ด้านสังคมและการเมือง: บรรยากาศประเทศอยู่ในช่วงของความอวล	
<ul style="list-style-type: none"> เกิดกระแสท่องเที่ยว “ตามรอยโครงการในพระราชดำริ/โครงการหลวง” เพื่อรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณของรัชกาลที่ ๙ มีวันหยุดต่อเนื่องหลายช่วงตลอดทั้งปี 	<ul style="list-style-type: none"> ขาดบรรยากาศท่องเที่ยว เนื่องจากอยู่ในช่วงโศกเศร้าและแสดงความอาลัยจากการเสด็จสวรรคตของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ ๙
ด้านคมนาคม: การเดินทางข้ามภูมิภาคสะดวกรวดเร็วและมีทางเลือกมากขึ้น	
<ul style="list-style-type: none"> เปิดให้บริการเรือเฟอร์รี่ข้ามภูมิภาค (พัทยา - หัวหิน) การพัฒนาสนามบินอุตะเภานในเชิงพาณิชย์ การเปิดเส้นทางบินใหม่/เพิ่มเติมเที่ยวบินเชื่อมโยงข้ามภูมิภาคของสายการบิน Low Cost อาทิ ภูเก็ต - เชียงราย, กรุงเทพฯ - ภูเก็ต, อุตะเภาน - ภูเก็ต, อุตะเภาน - อุบลราชธานี 	<ul style="list-style-type: none"> รัฐบาลขึ้นภาษีน้ำมันเครื่องบินภายในประเทศ ราคาบัตรโดยสารเครื่องบินปรับสูงขึ้น
ด้านการตลาดและการท่องเที่ยว: มีสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ที่เพิ่มมูลค่า แต่ยังคงเผชิญกับการแข่งขันสูง	
<ul style="list-style-type: none"> สภาพภูมิอากาศฤดูหนาวมีระยะเวลาสั้นกว่าปีที่ผ่านมาเอื้อต่อการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวใหม่เปิดปี ๒๕๖๐ อาทิ โรงละครดึกดำบรรพ์ (ชลบุรี), ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน (สิงห์บุรี), เมืองมัลลิกา ร.ศ. ๑๒๔ (กาญจนบุรี), Miffy’s Garden (เพชรบุรี), Frost Magical Ice of Siam 	<ul style="list-style-type: none"> คู่แข่งในเอเชียรุกดึงดูดคนไทย โดยเน้นทำตลาดกลุ่ม FIT อาทิ ไต้หวัน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้

แนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยวตลาดในประเทศ ปีงบประมาณ ๒๕๖๑

คาดว่าสถานการณ์ท่องเที่ยวของชาวไทยจะเติบโตอย่างต่อเนื่องในระดับเดียวกับปี ๒๕๖๐ จากภาพเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีแนวโน้มการเติบโตต่อเนื่องตามลำดับ สร้างความเชื่อมั่นให้ประชาชนกล้าใช้จ่ายใช้สอย ผนวกกับนโยบายเพิ่มกำลังซื้อให้กับประชาชน โดยการปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาใหม่ในปี ๒๕๖๐ ทำให้มีภาระจ่ายภาษีลดลง และการคงอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ที่ร้อยละ ๗ อีกหนึ่งปี รวมทั้งการส่งเสริมจากภาครัฐ โดยรัฐบาลประกาศให้ปี ๒๕๖๑ เป็น “ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน (Amazing Thailand Year 2018)”

ซึ่งจะมีการจัดกิจกรรม (Event) ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี สร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวให้กลับมาคึกคักอีกครั้ง อย่างไรก็ตาม ยังคงต้องจับตามองความเคลื่อนไหวทางการเมืองอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะภายหลังการเลือกตั้งทั่วไป ซึ่งคาดว่าจะเกิดขึ้นในปี ๒๕๖๑

Supportive and Obstructive Factors on Domestic Tourism in the Fiscal Year 2017

Supportive Factors	Obstructive Factors
Government Policy: Championing the “Thai Thiao Thai” Campaign	
<ul style="list-style-type: none"> Thailand 4.0, a sector-specific industrial policy, initiated to strengthen Thailand from within, put emphasis on domestic tourism promotion. At the Government’s instruction, seminars were to be organised by government agencies along 70 royal-footstep routes throughout the fiscal year 2017. Tax incentives were reintroduced to stimulate 2017 year-end domestic tourism. 	
Economy: The recovery of spending confidence increased consumers’ purchasing power	
<ul style="list-style-type: none"> The continued growth in the Thai economy was expected to exceed estimates. The 7% VAT period was extended for a further year. Domestic gasoline price was stable at a low level. 	<ul style="list-style-type: none"> Thai people opted for overseas trips on a strong Baht.
Social and Political Situations: Internally, the country in the midst of a mourning period	
<ul style="list-style-type: none"> There emerged a travel trend to travel “The Traces of the Royal Initiatives/Royal Projects” in remembrance of the great benevolence of the late King Rama IX. Year-long extended holidays abound. 	<ul style="list-style-type: none"> Lacking the mood of travelling as the country was in a mourning period in honour of the passing of the late King Rama IX.
Transportation: Convenience and speed as well as increased alternatives for cross-regional travel	
<ul style="list-style-type: none"> The launch of the cross-regional ferry service (Pattaya - Hua Hin). The commercial development of the U-tapao Rayong-Pattaya International Airport. The introduction of new routes and increasing of cross regional flights by low-cost airlines in such offerings as Phuket - Chiang Rai, Bangkok - Phuket, U-tapao - Phuket and U-tapao - Ubon Ratchathani, among others. 	<ul style="list-style-type: none"> With the government raising the excise tax on jet fuel for domestic flights, airfares were on the rise.
Marketing Drives and Tourism: new added-value tourism products face tougher competition	
<ul style="list-style-type: none"> The longer-than-normal winter climate was favourable to tourism. New tourist sites were introduced in 2017. These include the D’LUCK Cinematic Theatre (Chon Buri Province); Ban Rachan Retro Market (Sing Buri Province), Mallika city R.E.124 (Kanchanaburi Province), Miffy’s Garden (Phetchaburi Province) and Frost Magical Ice of Siam. 	<ul style="list-style-type: none"> Asian competitors, in particular Taiwan, Japan and South Korea, aggressively drew tourists, especially the FIT groups, from the Thai domestic market.

Domestic Tourism Markets Forecast in the Fiscal Year 2018

It is expected that growth in domestic tourism will continue at the same level as that of the previous year and well in line with the country’s economic growth forecast. Therefore, with regained confidence, consumers are prepared to spend. Meanwhile, the government policy to enhance the public’s purchasing power was clearly reflected in the revised personal income tax structure 2017 to result in reduced tax burden on the denizens along with the one-year extension

of the current 7% VAT. To promote the country’s domestic tourism further, 2018 was designated “The Amazing Thailand Tourism Year 2018” with year-round events planned to inspire an upbeat mood for the country’s tourism. However, political development in the country must be closely monitored, especially the situation immediately after the general election, which has been slated for in early 2019.

ปัจจัยสนับสนุนและความท้าทายของการท่องเที่ยวภายในประเทศ ปีงบประมาณ ๒๕๖๑

ปัจจัยสนับสนุน	ประเด็นท้าทาย
<ul style="list-style-type: none"> รัฐบาลประกาศให้เป็น "ปีแห่งการท่องเที่ยวไทย" มุ่งนำเสนอความเป็นผู้นำทางการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ และเน้นยกระดับมาตรฐานสินค้า/บริการ รวมถึงนำเสนอสินค้า/กิจกรรมท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ 	<ul style="list-style-type: none"> เสถียรภาพทางการเมืองภายหลังการเลือกตั้งทั่วประเทศที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในปี ๒๕๖๑
<ul style="list-style-type: none"> การสานต่อนโยบาย Thailand 4.0 สร้างความเข้มแข็งจากภายใน เน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> ปัญหาทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติเสื่อมโทรม อาทิ แหล่งดำน้ำดูปะการังถูกทำลาย ป่าไม้ถูกทำลาย ปัญหาขยะ/น้ำเสียในแหล่งท่องเที่ยว
<ul style="list-style-type: none"> เศรษฐกิจไทยยังคงเติบโตต่อเนื่อง 	<ul style="list-style-type: none"> การรุกตลาดคนไทยต่อเมืองของคู่แข่งชั้น โดยเฉพาะประเทศในเอเชีย อาทิ ไต้หวัน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ เช่น ไต้หวันต่ออายุยกเว้นวีซ่าให้กับชาวไทยเข้าประเทศ
<ul style="list-style-type: none"> กลุ่มคนชั้นกลางมีกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นจากผลจากการปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 	
<ul style="list-style-type: none"> บรรยากาศการท่องเที่ยวเข้าสู่ภาวะปกติ ภายหลังผ่านช่วงเวลาความอวลของชาวไทย 	
<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาด้านคมนาคมในภาคตะวันออก จากโครงการระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) 	
<ul style="list-style-type: none"> เทรนด์ Sport Event ยังคงอยู่ในกระแสความนิยม อาทิ มาราดอนจักรยาน ฟุตบอล ส่งเสริมให้เกิดการเดินทางกระจายทั่วประเทศ 	
<ul style="list-style-type: none"> การมุ่งเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบลึกซึ้งของ ททท. โดยนำเสนอ Local Experience ทำให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ และเพิ่มมุมมองใหม่ๆ ให้แก่แหล่งท่องเที่ยวเดิม 	

#สรุปแผนปฏิบัติการของ กกท.

แผนการตลาดของ ททท. ปี ๒๕๖๐ จัดทำขึ้นภายใต้กรอบแนวคิดของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. ๒๕๕๘ - ๒๕๖๐ และแผนวิสาหกิจ ททท. พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔ ผนวกกับภาวะวิกฤตที่ปัจจัยภายในและภายนอก เพื่อให้ได้แผนที่เกิดประโยชน์ต่อประเทศไทย และมีประสิทธิภาพสูงสุด

การส่งเสริมตลาดต่างประเทศ

มุ่งเน้นให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วโลก ปรับโครงสร้างตลาดนักท่องเที่ยวสู่กลุ่มตลาดระดับกลาง-บน และสร้างรายได้ที่ยั่งยืนจากการเติบโตของค่าใช้จ่ายมากกว่าจำนวนของนักท่องเที่ยว ด้วยการต่อยอดวิถีไทยซึ่งเป็นจุดแข็งที่แตกต่าง

ลงลึกมากขึ้นสู่ประสบการณ์วิถีท้องถิ่นไทย (Unique Local Experience) เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ชื่นชอบความเป็นของแท้ที่คงเอกลักษณ์ดั้งเดิม (Authenticity) มาชื่นชมทุกองค์ประกอบของความเป็นไทย ทั้งในเมืองใหญ่และเมืองเล็กที่มีวิถีแตกต่างกัน โดยใช้ Content Marketing นำเสนอเรื่องราวประสบการณ์วิถีท้องถิ่นไทยสู่เวทีโลก ภายใต้แคมเปญ "Discover Amazing Stories in Amazing Thailand" โดยจะดำเนินงานภายใต้ ๔ ทิศทางหลักประกอบด้วย

๑. เจาะตลาดนักท่องเที่ยวใหม่ ในเชิงกลุ่มตลาดเพื่อปูพื้นฐานลูกค้ากลุ่มใหม่แทนที่ลูกค้าเดิมโดยเฉพาะในพื้นที่ตลาดหลัก เช่น กลุ่มนักเรียนและนักศึกษา กลุ่ม Gap Year กลุ่มผู้เริ่มทำงานใหม่ กลุ่ม Young Executive และกลุ่มมุสลิม รวมถึงเจาะตลาดเชิงพื้นที่ในประเทศที่เศรษฐกิจยังคงเติบโตได้ดี ในสภาวะการชะลอตัว

Supportive Factors and Challenges in Domestic Tourism in the Fiscal Year 2018

Supportive Factors	Challenging Factors
<ul style="list-style-type: none"> The government designated 2018 "Thailand Tourism Year" having positioned the country as the tourism leader in different areas with focused efforts to raise products/ services standards as well as presentation of brand-new tourism products/activities. 	<ul style="list-style-type: none"> Political stability following the set general election in early 2019.
<ul style="list-style-type: none"> Advancing Thailand 4.0 Economic Model to sustain strength from within with focused efforts on domestic tourism promotion. 	<ul style="list-style-type: none"> The issue of the deteriorating natural tourism resources, e.g. damages inflicted on the coral reefs in diving spots and forests, waste/polluted water problems in tourist destinations.
<ul style="list-style-type: none"> The Thai economy continues to grow. 	<ul style="list-style-type: none"> Competitors, particularly those in the Asian countries, continually employ aggressive marketing tactics to attract tourists in the Thai domestic market. These include Taiwan which offers an extended entry visa and visa-free entry to Thai tourists.
<ul style="list-style-type: none"> The middle class enjoys higher purchasing power as a result of the revised personal income tax structure. 	
<ul style="list-style-type: none"> Tourism mood is back on track following the end of the countrywide mourning period. 	
<ul style="list-style-type: none"> Transportation development ventures in the Eastern Region as a result of the Eastern Economic Corridor (EEC) Initiative. 	
<ul style="list-style-type: none"> The trend of Sports Events continues unabated with such offerings as marathon races, cycling, and football matches, which help fuel the distribution of nationwide travels. 	
<ul style="list-style-type: none"> By concentrating on TAT's efforts on deep tourism promotion, the availability of a Local Experience results in creative tourism patterns and added fresh perspectives to existing tourism sites. 	

#Summary of the TAT Action Plan

The TAT Marketing Plan for 2017 was drawn within the scope of the National Economic and Social Development Plan: Thailand's Tourism Strategic Plan, B.E. 2558 - 2560 and the TAT Enterprise Plan, B.E. 2560 - 2564 in conjunction with internal and external analyses to ensure that they most benefit the country with top efficiency.

Overseas Markets Promotion

Promotion activities were designed to make Thailand the Preferred Destination amongst world tourists with the restructuring of target markets focusing on the middle and high-end groups to ensure long-term revenue generation in accordance with the Value over Volume concept. Accordingly, the Thainess theme, which constitutes the country's unique strength was taken forward to a more profound level through Unique Local Experiences. Overseas tourists were invited to

appreciate the authenticity of all the elements that are uniquely Thai both in big cities and small towns with their diverse ways of life. In this regard, Content Marketing was adopted and implemented to present stories of local experiences to the world under the "Discover Amazing Stories in Amazing Thailand" theme under four main different guidelines including the followings:

1. Tapping into New Markets in different market groups with the foundation laid for new customer segments, especially such promising markets as students, the Gap Year group, first jobbers, young executives and Muslims. Similarly, efforts were also given to markets with a vibrant economy amidst the global economic slowdown. These included those in Latin America (Brazil, Argentina, and Mexico), Eastern Europe (the Czech Republic, Poland, Hungary, Romania, CIS - Kazakhstan, Uzbekistan and Ukraine), the Middle East (Iran and Qatar),

ของเศรษฐกิจโลก อาทิ กลุ่มลาตินอเมริกา (บราซิล อาร์เจนตินา เม็กซิโก) ยุโรปตะวันออก (เช็ก โปแลนด์ ฮังการี โรมาเนีย CIS - คาซัคสถาน อุซเบกิสถาน ยูเครน) ตะวันออกกลาง (อิหร่าน กาตาร์) พม่า รวมทั้งพื้นที่เมืองรองในตลาดหลัก อาทิ อินเดีย (ลัคเนา, จัยปูร์, จันดีการ์) จีน (เช่น ชิงเต่า, ซูโจว, หนานจิง ฯลฯ)

๒. ขยายฐานตลาดที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย ในกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวทั่วไปที่มีรายได้ระดับกลาง-บน (รายได้ต่อคนตั้งแต่ ๒๐,๐๐๐ เหรียญสหรัฐต่อคนต่อปีขึ้นไป) ซึ่งเป็นกลุ่มตลาดที่มีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง โดยเฉพาะในตลาดหลัก เช่น จีน อินเดีย รัสเซีย สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ฯลฯ โดยจะนำเสนอสินค้าและบริการท่องเที่ยวคุณภาพและหรูหราเหนือความคาดหมาย (Luxury) นอกจากนี้ยังมุ่งขยายฐานตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวความสนใจพิเศษที่มีแนวโน้มใช้จ่ายสูง ๔ กลุ่มหลักต่อเนื่องจากปี ๒๕๕๙ ได้แก่ กลุ่มอันนิมูนและแต่งงาน กลุ่มสุขภาพและความงาม กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจวิถีชีวิตและสิ่งแวดล้อม (Green Tourism) ซึ่งนิยมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ Soft Adventure และการท่องเที่ยวชุมชน และกลุ่มท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยเน้นกีฬาที่กำลังได้รับความนิยมและมีฐานตลาดใหญ่ ได้แก่ จักรยาน มาราธอน มวยไทย ไตรกีฬา

๓. กระตุ้นการใช้จ่ายและรักษาฐานตลาดเดิม โดยเฉพาะในกลุ่มตลาดระดับกลางขึ้นไป ได้แก่ กลุ่มผู้หญิงซึ่งเป็นตลาดแรงงานสำคัญของโลกที่กำลังเติบโตสูง มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อและมีแนวโน้มใช้จ่ายสูง รวมทั้งกลุ่มครอบครัว และกลุ่มสูงวัย (Baby Boomer) ด้วยการนำเสนอสินค้าคุณภาพ และจัดกิจกรรมพิเศษที่สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละกลุ่มตลาด เช่น ชีอปปิ้งผ้าไทย สปา นวดไทย อาหารไทย สวนสนุก ฯลฯ รวมถึงกิจกรรมเทศกาลประเพณีที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของวิถีไทยและกิจกรรมท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ให้ประสบการณ์และสร้างความทรงจำที่มีคุณค่ากับนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวชุมชน ฯลฯ เพื่อดึงดูดให้เกิดการเดินทางซ้ำและกระตุ้นให้ใช้จ่ายมากขึ้น

๔. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศใน AEC โดยดึงคนอาเซียนเดินทางท่องเที่ยวในอาเซียน โดยเฉพาะกลุ่ม CLMV รวมทั้งประสานความร่วมมือกับพันธมิตรในอาเซียนดึงนักท่องเที่ยวจากยุโรปและอเมริกาเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยแบบเชื่อมโยงในเส้นทาง AEC Connectivity

การส่งเสริมตลาดในประเทศ

สร้างความเข้มแข็งจากภายใน (Strength from Within) ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือทำให้คนไทยมองเห็นคุณค่าความเป็นไทย จนเกิดความรักและความภาคภูมิใจในประเทศ สร้างความรู้สึกการเป็นเจ้าของ (Sense of Belonging) ที่จะร่วมกันดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม คงเอกลักษณ์ความเป็นไทย และเป็นบ้านที่ดี ซึ่งเป็นจุดต่างที่เข้มแข็งของการท่องเที่ยวไทย โดย ททท. จะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเปิดมุมมองใหม่ทางการท่องเที่ยวจากการสัมผัสและมีส่วนร่วมกับประสบการณ์เอกลักษณ์เฉพาะ



แต่ละท้องถิ่นของไทยภายใต้จุดขายเชิงคุณค่าของแต่ละภูมิภาค (ภาคเหนือ - เหนือผืน ล้านแรงบันดาลใจ ภาคอีสาน - อีสานแซ่บนัว ภาคกลาง - สุขกลางใจ ใกล้แค่เอื้อม ภาคตะวันออก - สีสันตะวันออก และภาคใต้ - ปักษ์ใต้ ปักหมุดหยุดเวลา) เพื่อให้เกิดการส่งต่อประสบการณ์ ความรู้ และความประทับใจจากการท่องเที่ยวแก่ผู้อื่น (User-Generated Content) ในรูปแบบ Viral Marketing ภายใต้แคมเปญสื่อสารการตลาด “ท่องเที่ยว วิถีไทย เก้ไก้สไตส์ลึกลับ” โดยจะดำเนินงานภายใต้ ๕ ทิศทางหลัก ประกอบด้วย

- ๑. เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวกระแสหลัก โดยใช้กลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (Gen Y) จุดกระแส การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศภายใต้โครงการ “ประกาศศักดิ์ ทำเที่ยวข้ามภาค”
- ๒. กระตุ้นการเดินทางในวันธรรมดา มุ่งส่งเสริมให้คนทำงานออกไปท่องเที่ยวในวันธรรมดา เพื่อจุดประกายความคิดใหม่ ๆ ในการทำงานภายใต้แนวคิด “เที่ยวได้งาน”
- ๓. เพิ่มค่าใช้จ่ายจากชนชั้นกลางขึ้นไปที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Age) ด้วยแคมเปญ “เก๋าก๊วนชวนเที่ยว” และกลุ่มผู้หญิงด้วยแคมเปญ “ผู้หญิงท่องเที่ยว...เที่ยว”

Myanmar including secondary prospects in major markets like India (Lucknow, Jaipur and Chandigarh), and China (Tsingtao, Suzhou, Nanjing, etc.);

2. Expanding Those Market Bases with Spending Potential in the middle and high-end markets (with per capita income starting from US\$ 20,000 per year) with clear indications of continued growth prospects in such major markets as China, India, Russia, the USA, UK, etc., to which quality and ultra-luxury tourism products/services would be offered. Extra efforts for market expansion also targeted Special Interest Niches in the high-spending markets notably the four designated groups including wedding and honeymoon, health and beauty as well as Green Tourism, or those taking an avid interest in lifestyle and the environment with preference for Soft Adventure and community tourism. Last, but not least, was sports tourism with resources dedicated to popular sports with large-base followings in cycling, marathon races, Thai boxing and triathlons.

3. Stimulating Spending and Retaining Existing Markets, in particular, the middle markets and above including woman tourists, the world’s major job market that enjoys high growth with purchasing decision-making power and the tendency for high spending, family as well as the baby-boomer groups. Thus, quality products and special activities were designed and offered to match the demand of each market. Shopping, Thai fabrics, spa, traditional Thai massage, Thai cuisine and amusement parks, among others, were the areas especially carved out for them while traditional festive activities reflecting the Thainess identity and Creative Tourism offering community tourism, etc. were staged to allow tourists memorable experiences they could take home at the end of their trips and ultimately encourage repeat trips and further spending.

4. Promoting AEC Connectivity Tourism by drawing ASEAN tourists, in particular the CLMV countries, to travel within the ASEAN bloc, saw the collaboration among ASEAN partners to attract tourists from Europe and the Americas to visit Thailand through the AEC Connectivity route.

Domestic Markets Promotion

“Strength from Within” served as the underlying tourism instrument to make Thai people recognise the very values of Thainess to such an extent that it inspired love and pride in the country, created a sense of belonging needed in the care for the environment, preserved the Thai identity and the sense

of being a good host, all of which exude the differentiated strength Thailand’s tourism has to offer. Domestic tourists were urged to open up new tourism perspectives and be part of the experiential values unique to each locale under sales pitches of regional values (the North: A Million Inspiration, A Thousand Charms; the Northeast: Spicy Isan; the Central Region: Happiness within Reach; the East: Simply Colourful and the South: Wonderful Hideaway), clearly instigated to facilitate the transfer of experiences, newly-acquired knowledge and impression from their trips to other people (User-Generated Content) based on Viral Marketing approach. Under the marketing communication campaign “Discover Thainess: Local Experience”, five major operational guidelines ensued:

- 1. **Growing Thailand’s mainstream tourist market** base through Gen-Y tourists to create the travel buzz of Domestic Tourism under the “Prakat Sakda Tha Thiao Kham Phak” (Daring Travel Stunt: Cross-Regions Challenge) Programme.
- 2. **Promoting weekday travel** among regular jobbers based on the working concept “Thiao Dai Ngan” (Outing Hand-in-Hand with Work) with the possibilities of spotting new ideas.
- 3. **Spending stimulation targeting at tourists in the middle class and above** with potential, especially the Silver Age group via the “Kao Yok Kuan Chuan Thiao” (Seniors on the Go Day Trips) and “Phuying Thong...Thiao” (Woman’s Journey) campaigns.
- 4. **Promoting the distribution of tourism to secondary travel** destinations through the 12 Hidden Gems Plus campaign with plans to make Khon Kaen a principal tourism city (where the total number of domestic and international tourists amounts to over five million) under the conceptual theme of New Biz Connect to turn the city into a cosmopolis of meetings, seminars, field visits and special events for Thai and CLMV tourists.
- 5. **Spreading tourism opportunities to people with total monthly household income under 30,000 Baht** in the hope that tourism would be instrumental to enhanced quality of life and encouraging Thai tourists to pay more attention to the environment through the 7 Greens concepts that would help strengthen society and the environment.

To ensure overall success in the set targets of tourism marketing drives, TAT has integrated its operations inclusively with the Value Chain of the public and private sectors for the advancement of tourism innovation. Accordingly,

๔. ส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวสู่พื้นที่รอง ผ่านโครงการ ๑๒ เมืองต้องห้าม...พลาด และผลักดันให้ขอนแก่นเป็นเมืองหลักทางการท่องเที่ยว (ที่มีนักท่องเที่ยวไทย-เทศมากกว่า ๕ ล้านคน) ภายใต้แนวคิด New Biz Connect เน้นความเป็นเมืองสำหรับการประชุม สัมมนา ดูนาง และกิจกรรมพิเศษ (Event) สำหรับนักท่องเที่ยวคนไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติจาก CLMV

๕. กระจายโอกาสทางการท่องเที่ยวสู่คนไทยที่มีรายได้ครัวเรือนต่ำกว่า ๓๐,๐๐๐ บาทต่อเดือน โดยมุ่งหวังให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิต อีกทั้งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวอย่างใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้นภายใต้แนวคิด 7 Greens เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้สังคมและสิ่งแวดล้อม

เพื่อให้การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวในภาพรวมประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย ททท. จึงจะบูรณาการทำงานกับ Value Chain ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนอย่างเป็นองค์รวม เพื่อยกระดับนวัตกรรมทางการท่องเที่ยว ตลอดจนสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนและเครือข่ายให้สามารถนำจุดแข็งของท้องถิ่นมาสร้างความน่าสนใจและมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวไทยตามแนวทาง Inclusive Tourism และ Thailand 4.0

ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดการบูรณาการอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน จึงได้คัดเลือกจังหวัดเชียงรายเป็นต้นแบบการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยในปี ๒๕๖๐ จะเริ่มสร้างรากฐานจากอำเภอเชียงแสน และขยายตัวสู่พื้นที่อื่น ๆ ในจังหวัด เมื่อสิ้นสุดปี ๒๕๖๔ จังหวัดเชียงรายจะกลายเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจากความสำเร็จของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Green Growth) นอกจากนี้ยังคัดเลือก ๕ พื้นที่จากทั่วประเทศมาเป็นต้นแบบในการพัฒนา Creative Tourism ซึ่งได้แก่ เชียงราย บุรีรัมย์ อ่างทอง ตราด และพังงา

ในมิติเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน ศูนย์ TAT Academy ของ ททท. จะจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นและความรู้ด้านการตลาดสมัยใหม่แก่ผู้ประกอบการและมัคคุเทศก์ ผู้เป็นสื่อกลางในการส่งเสริมการตลาดด้วย Content Marketing ตามแนวทางที่ ททท. มุ่งเน้น รวมทั้งศูนย์ TAT Intelligence Center จะให้ข้อมูลสถานการณ์ท่องเที่ยว งานวิจัย และบทความทางการท่องเที่ยว ผ่านเว็บไซต์ www.tourismthailand/tatic เพื่อเป็นเข็มทิศชี้นำทิศทางการประกอบธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ

การบริหารองค์กร

๑. การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กร

ดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานด้านสนับสนุนองค์กรให้สอดคล้องกับเกณฑ์การประเมินคุณภาพรัฐวิสาหกิจ (SEPA) และเป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยปรับปรุง

กระบวนการติดตามและประเมินผล ปรับปรุงการทำงานด้านการบริหารจัดการภาวะวิกฤต ทบทวนกระบวนการจัดทำแผนวิสาหกิจ ททท. และแผนปฏิบัติการประจำปี เพื่อพัฒนาองค์กรให้มุ่งไปสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organisation) การปรับปรุงกฎ ระเบียบ การนำเกณฑ์การวิเคราะห์ความคุ้มค่าโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานและส่งผลให้การทำงานเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล พร้อมทั้งนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาสนับสนุนในการทำงานเพื่อลดขั้นตอนและเพิ่มความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน

๒. การเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) บุคลากร

ดำเนินการพัฒนาและขยายผลการทำงานด้านการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ตามแผนแม่บทการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคลและเกณฑ์การประเมินคุณภาพรัฐวิสาหกิจ (SEPA) โดยเสริมสร้างความรู้ให้แก่บุคลากรในองค์กรให้สอดคล้องกับภารกิจและทิศทางการดำเนินงานที่องค์กรกำหนด และส่งเสริมให้บุคลากรเป็นผู้นำด้านการตลาดการท่องเที่ยว รวมทั้งพัฒนาระบบการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management) เพื่อให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาบุคลากรและพัฒนาองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ มุ่งเน้นการเสริมสร้างความผูกพันในองค์กรปลูกฝังและส่งเสริมค่านิยมองค์กร (TAT SPIRITS) ให้บุคลากรใช้เป็นแนวทางที่ยึดปฏิบัติทั่วทั้งองค์กร พัฒนาจนกลายเป็นค่านิยมองค์กรที่เข้มแข็ง และมีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้

๓. การเพิ่มมูลค่าและบริหารจัดการสินทรัพย์

ดำเนินการกำกับ ดูแล และบริหารจัดการสินทรัพย์ให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดโดยพัฒนาต่อยอดจากสินทรัพย์ที่ ททท. มีอยู่ในปัจจุบัน รวมทั้งพัฒนา สร้างสรรค์นวัตกรรมขององค์กรให้เกิดมูลค่าเพิ่ม เพื่อนำมาสู่การสร้างรายได้ให้แก่องค์กรในอนาคต

๔. การพัฒนาการบริหารจัดการองค์กรที่ดีและการสื่อสารภายในองค์กร

ดำเนินการส่งเสริมค่านิยมองค์กร การทำงานตามหลักธรรมาภิบาล และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ผ่านการจัดกิจกรรมรูปแบบต่าง ๆ ตามแผนแม่บทการกำกับดูแลกิจการที่ดีของ ททท. และแผนแม่บทการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม พร้อมทั้งวางระบบการสื่อสารภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพเพื่อใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารเนื้อหาสำคัญขององค์กร และสร้างความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างผู้บริหารกับพนักงานในองค์กร

support was given to communities and related networks to enable them to capitalise on their strength in terms of value creation for domestic tourism in accordance with the Inclusive Tourism and Thailand 4.0 concepts by making their products attractive.

In order to attain tangible and stable integration, the province of Chiang Rai was chosen as the prototype of Sustainable Tourism Zone Development with groundwork planned for the district of Chiang Saen in 2017 before having it expanded to other districts. It is expected that by the end of 2021, it would become a sustainable tourism area founded upon economic, social and environmental balance (Green Growth). Meanwhile, Chiang Rai together with four other provinces across the country including Buri Ram, Ang Thong, Trat and Phang-nga were chosen to be developed as Creative Tourism models.

In terms of potential and competitiveness enhancement, the TAT Academy provides training on local identities and modern-day marketing updates both to tour operators and tourist guides, the main communication channel through whom marketing promotions activities are executed via TAT's stable instrument – content marketing – that it emphasises continually. Information relating to tourism situations, tourism-related researches and articles are available on www.tourismthailand/tatic, the compass giving business directions to tour operators.

Organisational Management

1. Organisational Management Enhancement

Operational process development and enhancement efforts geared towards organisational support were carried out in accordance with SEPA requirements and international standards with the monitoring and assessment enhanced, crisis management improved, TAT Enterprise Plan Procedures and annual operational plan revised in order to take the organisation towards a High Performance Organisation. Rules and regulations, too, were brought up to date while Projects and Activities Cost Benefit Analysis criteria were used in support of the operations to ensure efficiency and effectiveness. The introduction of information technology system helped streamline the operation and cut down on operating procedures while operational agility was also on the rise.

2. Boosting Personnel Productivity

During the year, human resources management and development underwent the process of enhancement and expansion based on SEPA Human Resources Management and Development Master Plan and its appraisal criteria under which training was to be held to advance the knowledge of TAT personnel in accordance with its set mission and operating directions. In addition, to turn them into tourism marketing leaders, tourism marketing knowledge was consistently updated; the system of knowledge management which is instrumental to personnel development and organisational enhancement to make TAT a learning organisation was also installed. Meanwhile, TAT SPIRITS was further strengthened to cultivate, promote and enhance organisational commitment, which TAT personnel organisation-wide was encouraged to adopt as the practical guidelines which, following constant revisions, make them strong corporate values vital to the achievement of the organisation's set objectives.

3. Value Creation and Asset Management Improvement

Asset management was closely regulated and carried out to ensure TAT's optimum interest for the assets currently under its management. The efforts involved the development and creation of organisational innovation to ensure value creation to result in future revenue generation for the organisation.

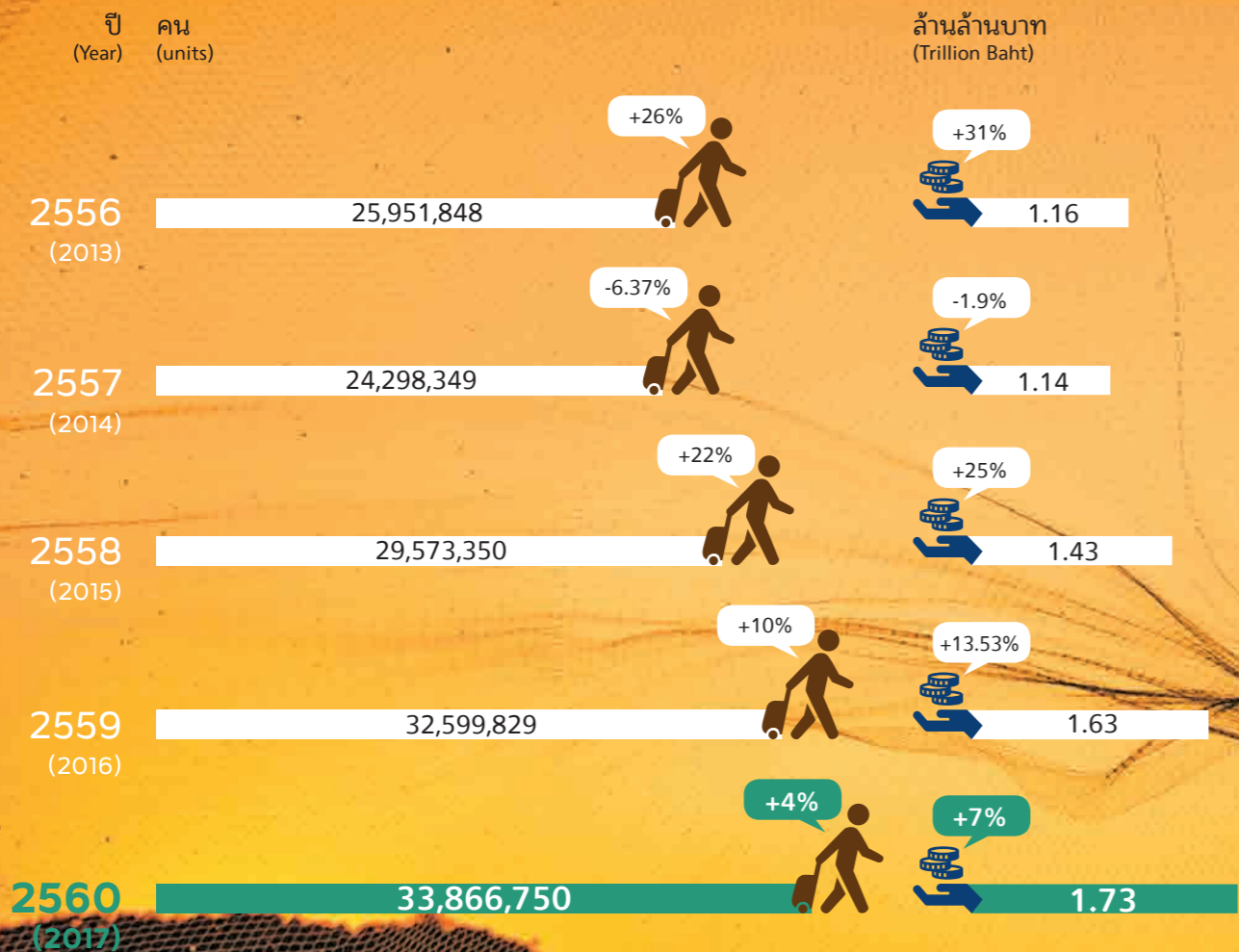
4. CG, CSR and Internal Communication Management Enhancement

Corporate Value Set, Good Corporate Government (CG) and Corporate Social Responsibility (CSR) were vigorously promoted through a wide range of activities based on TAT's CG and CSR Master Plan. Likewise, the corporate communication system to serve internal purposes was in place to ensure communication effectiveness in the communication of important corporate messages and help maintain a common understanding between management and staff.

ตลาดต่างประเทศ/Overseas Markets

#รายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2556 - 2560

#Income and Number of Tourists (2013 - 2017)



จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (คน)
Number of Overseas Entries (Units)

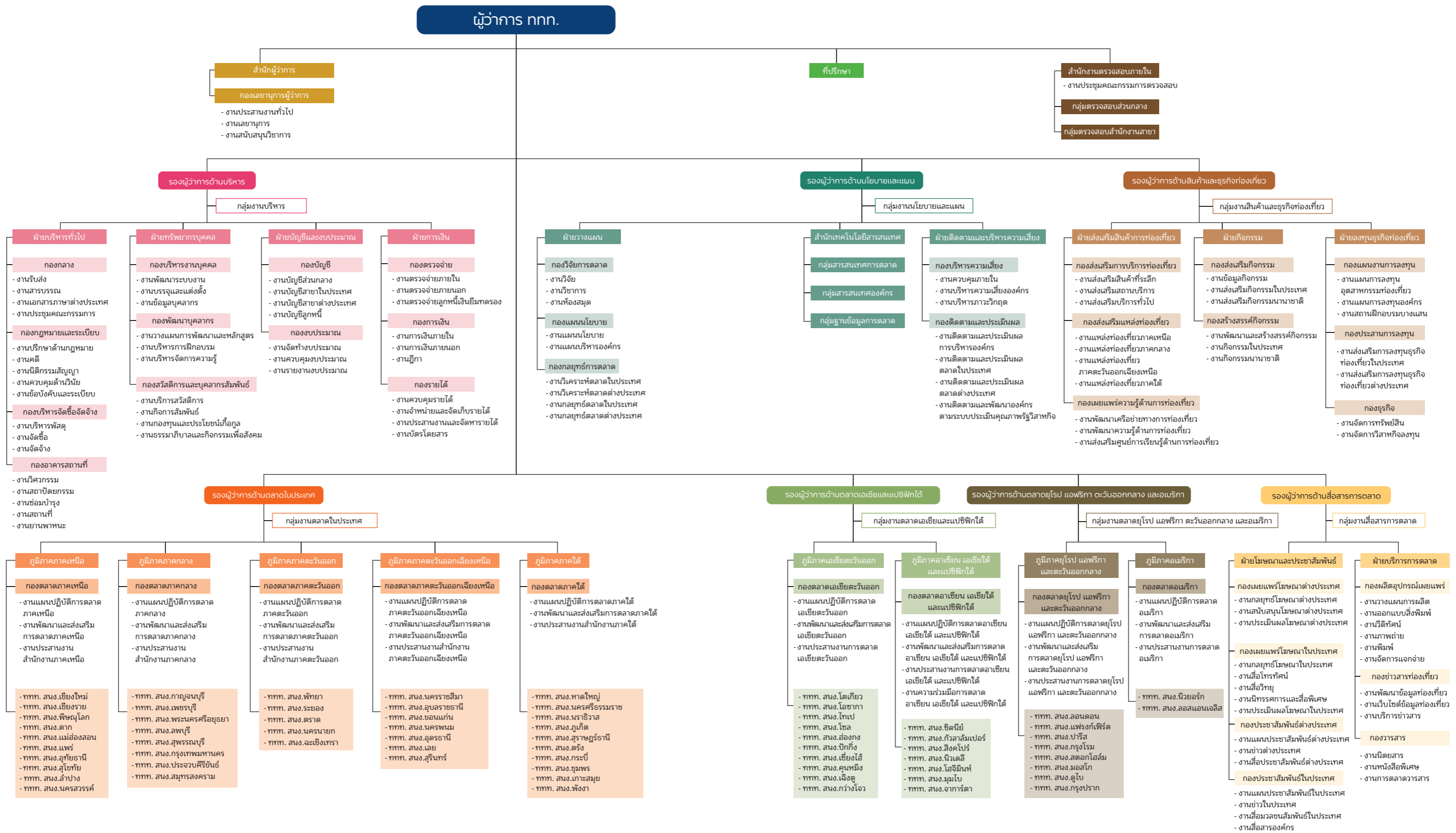
รายได้ (ล้านบาท)
Income (Trillion Baht)

หมายเหตุ: ข้อมูลปีงบประมาณ 2560 เป็นข้อมูลเบื้องต้น ประเมินการโดย ททท.
Note: Primary Information in the fiscal year 2017 represents TAT estimates.

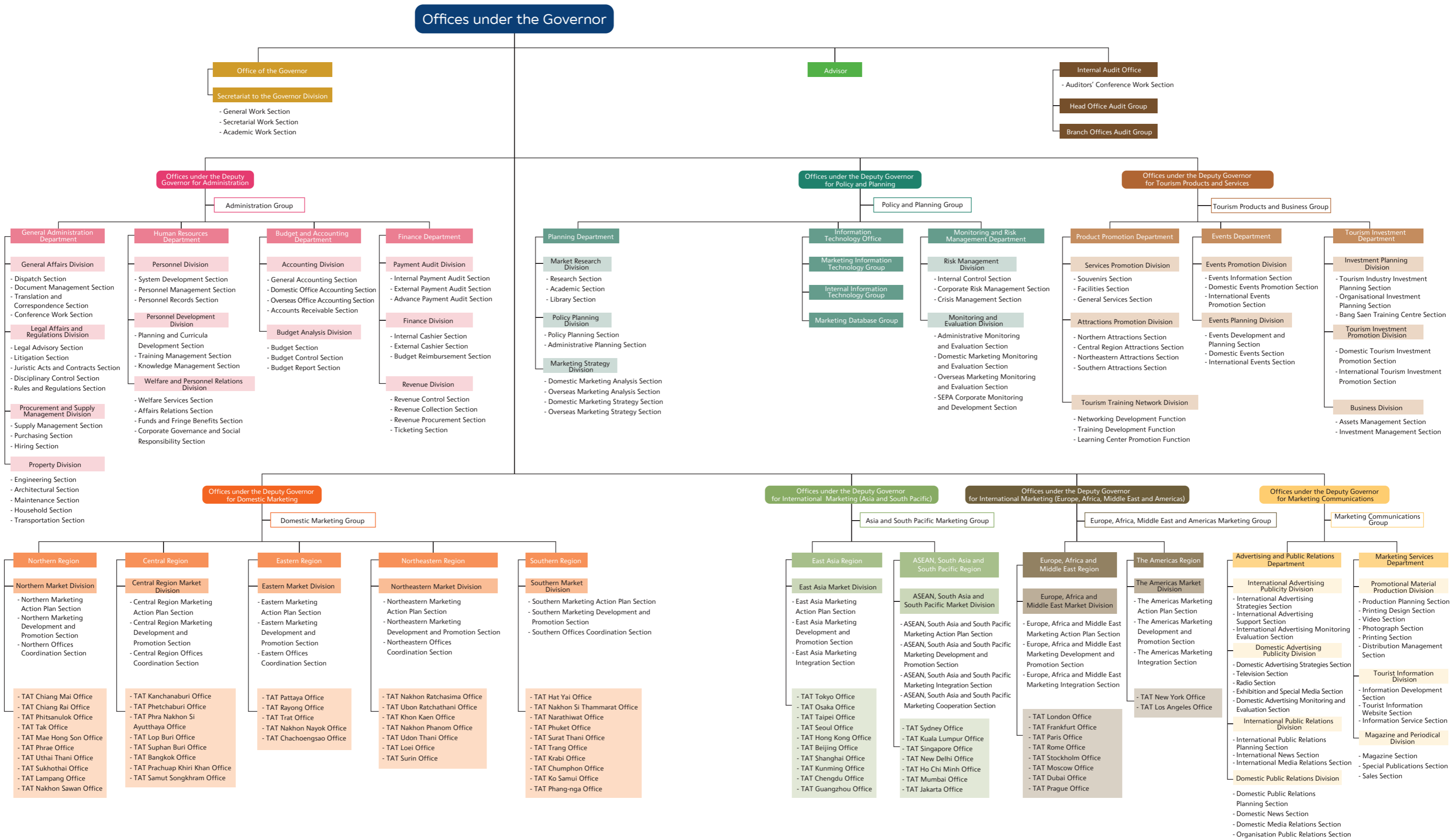
ออกเที่ยวอย่าง
ลึกซึ้ง
ดูให้รู้ว่าเขา
อยู่-กิน-ทำ
กันอย่างไร?

#TourismThailand
#AmazingThailand

โครงสร้างองค์กร



Organisation Chart



คณะกรรมการ กกท.

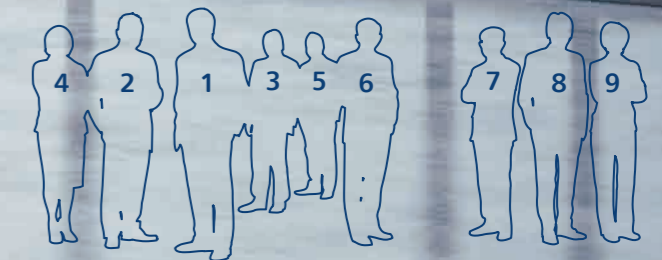
#รายนามคณะกรรมการ กกท. ปีงบประมาณ ๒๕๖๐

- | | |
|---|---|
| <p>๑. นายกสินทร์ สารสิน ประธานกรรมการ ททท.
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๒ ตุลาคม ๒๕๕๗ - ปัจจุบัน</p> <p>๒. นายพงษ์ภานุ เสวตรนทร์ กรรมการ
ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
ดำรงตำแหน่งตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๕๘ - ปัจจุบัน</p> <p>๓. นายเสข วรรณเมธี กรรมการ
อธิบดีกรมสารนิเทศ
ผู้แทนปลัดกระทรวงการต่างประเทศ
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๑ ตุลาคม ๒๕๕๖ - ๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐</p> <p>๔. นางสาวบุษฎี สันติพิทักษ์ กรรมการ
อธิบดีกรมสารนิเทศ
ผู้แทนปลัดกระทรวงการต่างประเทศ
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๒๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐ - ปัจจุบัน</p> <p>๕. นายดรุณ แสงฉาย กรรมการ
รองปลัดกระทรวงคมนาคม
ผู้แทนปลัดกระทรวงคมนาคม
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๘ ตุลาคม ๒๕๕๘ - ๑๘ ธันวาคม ๒๕๕๙</p> | <p>๖. นายกฤษเทพ สิมลี กรรมการ
รองปลัดกระทรวงคมนาคม
ผู้แทนปลัดกระทรวงคมนาคม
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๒๕ มกราคม ๒๕๖๐ - ปัจจุบัน</p> <p>๗. นายชยพล ธิติศักดิ์ กรรมการ
รองปลัดกระทรวงมหาดไทย
ผู้แทนปลัดกระทรวงมหาดไทย
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๑๔ ตุลาคม ๒๕๕๘ - ปัจจุบัน</p> <p>๘. นายรินทร์ กัลยาณมิตร กรรมการ
ผู้ตรวจราชการกระทรวงการคลัง
ผู้แทนปลัดกระทรวงการคลัง
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๓๐ มีนาคม ๒๕๕๘ - ปัจจุบัน</p> <p>๙. นางสาวผ่องพรรณ เจียรวิริยะพันธ์ กรรมการ
รองปลัดกระทรวงพาณิชย์
ผู้แทนปลัดกระทรวงพาณิชย์
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๒๔ ตุลาคม ๒๕๕๙ - ปัจจุบัน</p> |
|---|---|

TAT Board of Directors

#Name of the TAT Board of Directors, Fiscal Year 2017

- | | |
|--|--|
| <p>1. Mr. Kalin Sarasin
Chairman of the TAT Board of Directors
Term in office from 2 October, 2014 - present.</p> <p>2. Mr. Pongpanu Svetarundra
Member of the TAT Board of Directors
Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports
Term in office from 1 October, 2015 - present.</p> <p>3. Mr. Sek Wannamethee
Member of the TAT Board of Directors
Director-General, Department of Information
Representative of the Permanent Secretary,
Ministry of Foreign Affairs
Term in office from 1 October, 2013 - 7 February, 2017.</p> <p>4. Miss Busadee Santipitaks
Member of the TAT Board of Directors
Director-General, Department of Information
Representative of the Permanent Secretary,
Ministry of Foreign Affairs
Term in office from 24 February, 2017 - present.</p> | <p>5. Mr. Daroon Saengchai
Member of the TAT Board of Directors
Deputy Permanent Secretary, Ministry of Transport
Representative of the Permanent Secretary,
Ministry of Transport
Term in office from 8 October, 2015 - 18 December, 2016.</p> <p>6. Mr. Krichthep Simlee
Member of the TAT Board of Directors
Deputy Permanent Secretary, Ministry of Transport
Representative of the Permanent Secretary,
Ministry of Transport
Term in office from 25 January, 2017 - present.</p> <p>7. Mr. Chayabol Thitisak
Member of the TAT Board of Directors
Deputy Permanent Secretary, Ministry of Interior
Representative of the Permanent Secretary,
Ministry of Interior
Term in office from 14 October, 2015 - present.</p> <p>8. Mr. Narin Kalayanamit
Member of the TAT Board of Directors
Inspector General, Ministry of Finance
Representative of the Permanent Secretary,
Ministry of Finance
Term in office from 30 March, 2015 - present.</p> <p>9. Miss Pongpun Gearaviriyapun
Member of the TAT Board of Directors
Deputy Permanent Secretary, Ministry of Commerce
Representative of the Permanent Secretary,
Ministry of Commerce
Term in office from 25 October, 2016 - present.</p> |
|--|--|



- ๑๐. **นายนิพนธ์ อะภิณี** กรรมการ
กรรมการร่างกฎหมายประจำ (ได้รับการแต่งตั้งเป็น
รองเลขาธิการคณะกรรมการกฤษฎีกา ตั้งแต่ ๑ ตุลาคม ๒๕๕๔)
ผู้แทนเลขาธิการคณะกรรมการกฤษฎีกา
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๒๔ มกราคม ๒๕๕๔ - ปัจจุบัน
- ๑๑. **นายอิทธิฤทธิ์ กิ่งเล็ก** กรรมการ
ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ได้รับการแต่งตั้งเมื่อ ๗ ตุลาคม ๒๕๕๗ - ปัจจุบัน
- ๑๒. **นางศิริรัตน์ เด่นนรพงษ์สาสุข** กรรมการ
กรรมการสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ผู้แทนสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๑ ธันวาคม ๒๕๕๗ - ปัจจุบัน
- ๑๓. **นายยุทธชัย สุนทรรัตนเวช** กรรมการ
กรรมการสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ผู้แทนสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๑ ธันวาคม ๒๕๕๗ - ๒๑ ธันวาคม ๒๕๕๙

- ๑๔. **นายวุฒิชัย เหลืองอมรเลิศ** กรรมการ
กรรมการสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ผู้แทนสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๒๒ ธันวาคม ๒๕๕๙ - ปัจจุบัน
- ๑๕. **พลเอก ภาณุวัชร นาควงษ์** กรรมการ
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๒ ตุลาคม ๒๕๕๗ - ปัจจุบัน
- ๑๖. **นายสุรัตน์ เมฆะวรากุล** กรรมการ
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๒ ตุลาคม ๒๕๕๗ - ปัจจุบัน
- ๑๗. **นางอังครัตน์ เพ็ญจริยวัฒน์** กรรมการ
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๒ ตุลาคม ๒๕๕๗ - ปัจจุบัน
- ๑๘. **นายยุทธศักดิ์ สุภสร** กรรมการและเลขานุการ
ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๑ กันยายน ๒๕๕๘ - ปัจจุบัน

- 10. **Mr. Niphon Hakimi**
Member of the TAT Board of Directors
Permanent Law Councillor (Appointed as Deputy
Secretary-General, Office of the Council of State,
since 1 October, 2011)
Representative of the Secretary-General, Office of
the Council of State
Term in office from 24 January, 2011 - present.
- 11. **Mr. Ittirth Kinglek**
Member of the TAT Board of Directors
President of the Tourism Council of Thailand
Term in office from 7 October, 2014 - present.
- 12. **Mrs. Sirirat Denvoropongsasuk**
Member of the TAT Board of Directors
Member of the Board of Directors, Tourism Council of
Thailand
Representative of the Tourism Council of Thailand
Term in office from 1 December, 2014 - present.
- 13. **Mr. Yutthachai Soonthronrattavate**
Member of the TAT Board of Directors
Member of the Board of Directors, Tourism Council of
Thailand
Representative of the Tourism Council of Thailand
Term in office from 1 December, 2014 - 21 December,
2016.
- 14. **Mr. Wuthichai Luangamornlert**
Member of the TAT Board of Directors
Member of the Board of Directors, Tourism
Council of Thailand
Representative of the Tourism Council of Thailand
Term in office from 22 December, 2016 - present.

- 15. **Gen. Parnuvach Narkavong**
Member of the TAT Board of Directors
Qualified Member
Term in office from 2 October, 2014 - present.
- 16. **Mr. Surat Mekavarakul**
Member of the TAT Board of Directors
Qualified Member
Term in office from 2 October, 2014 - present.
- 17. **Mrs. Angkarat Priebjrivat**
Member of the TAT Board of Directors
Qualified Member
Term in office from 2 October, 2014 - present.
- 18. **Mr. Yuthasak Supasorn**
Member and Secretary of the TAT Board of Directors
Governor of the Tourism Authority of Thailand
Term in office from 1 September, 2015 - present.



#ประวัติคณะกรรมการ nkk.

#Profiles of the TAT Board of Directors



นายกลินท์ สารสิน
ประธานกรรมการ

อายุ ๕๖ ปี

การศึกษา:

- หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร (วปอ.) รุ่นที่ ๕๗
- หลักสูตรผู้บริหารระดับสูง วิทยาการตลาดทุน (วตท. รุ่น ๑๗)
- หลักสูตร Advanced Management Program, Harvard University สหรัฐอเมริกา
- Master of Business Administration, University of Notre Dame สหรัฐอเมริกา
- Bachelor of Science in Industrial Engineering, Lehigh University สหรัฐอเมริกา

ประวัติการทำงาน:

- ประธานกรรมการ หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
- Director - Government Liaison and Public Affairs บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)
- กรรมการผู้จัดการ บริษัทเอสซีจี เทอร์คิง จำกัด
- คณะกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ (สปท.)

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ:

- คณะกรรมการสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
- นายกสมาคมไทย-ญี่ปุ่น
- ประธานกรรมการมูลนิธิพลตำรวจเอก เภา สารสิน
- คณะกรรมการสานพลังประชารัฐ หัวหน้าเอกชน คณะทำงานส่งเสริม SMEs & Productivity (D2) และด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวและ MICE (D3)
- คณะกรรมการธนาคารกสิกรไทย
- คณะกรรมการบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด
- คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาการ ด้านอุตสาหกรรม คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
- คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ คณะกรรมการภูมิสารสนเทศแห่งชาติ
- คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ คณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

Mr. Kalin Sarasin

Age: 56 years

Chairman of the TAT Board of Directors

Educational Background:

- National Defence Regular Course (Class 57).
- Senior Executive Course, Capital Market Academy (Class 17).
- Advanced Management Program, Harvard University, U.S.A.
- Master of Business Administration, University of Notre Dame, U.S.A.
- Bachelor of Science in Industrial Engineering, Lehigh University, U.S.A.

Working Experience:

- Chairman of the Board of Directors, Thai Chamber of Commerce and Board of Trade of Thailand.
- Director - Government Liaison and Public Affairs, Siam Cement Public Company Limited.
- Managing Director, SCG Trading Company Limited.
- Member, National Reform Steering Assembly (NRSA).

Director/Senior Executive in Other Organisations:

- Member, Council of the Thai Red Cross Society.
- President of the Thai-Japanese Association.
- Chairman of the Board of Directors, Pol. Gen. Pow Sarasin Foundation.
- Member, Public - Private Collaborative Committee; Head Representative of the Private Sector, the Working Committee for the Promotion of SMEs & Productivity (D2) and Tourism & MICE (D3).
- Member of the Board of Directors, Kasikornbank Public Company Limited.
- Member of the Board of Directors, Toyota Motor Thailand Company Limited.
- Member, Engineering and Industrial Research Committee, National Research Council of Thailand (NRCT).
- Qualified Member, National Geo-Informatics Board.
- Qualified Member, National Digital Economy and Society



นายพงษ์ภาณุ เศวตรุนทร์

อายุ ๕๘ ปี
กรรมการ

การศึกษา:

- Master of Art, Economics, Northwestern University, U.S.A.
- Bachelor of Commerce, Economics, University of Auckland, New Zealand

ประวัติการทำงาน:

- ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- รองปลัดกระทรวงการคลัง
- อธิบดีกรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง
- อธิบดีกรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ:

- กรรมการ ในคณะกรรมการการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.)

Mr. Pongpanu Svetarundra

Age: 58 years

Member of the TAT Board of Directors

Educational Background:

- Master of Art, Economics, Northwestern University, U.S.A.
- Bachelor of Commerce, Economics, University of Auckland, New Zealand.

Working Experience:

- Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports.
- Deputy Permanent Secretary, Ministry of Finance.
- Director-General, Excise Department, Ministry of Finance.
- Director-General, Comptroller General's Department, Ministry of Finance.

Director/Senior Executive in Other Organisations:

- Member, SAT Board of Directors, Sports Authority of Thailand (SAT).



นายเสก วรณเมธี

อายุ ๕๓ ปี
กรรมการ

การศึกษา:

- Master of Philosophy (Economic History), London School of Economics and Political Science, University of London สหราชอาณาจักร
- Bachelor of Science (Economics), London School of Economics and Political Science, University of London สหราชอาณาจักร

ประวัติการทำงาน:

- เอกอัครราชทูต ผู้แทนถาวรไทยประจำสหประชาชาติ ณ นครเจนีวา
- อธิบดีกรมสารนิเทศและโฆษกกระทรวงการต่างประเทศ
- อธิบดีกรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้
- รองอธิบดีกรมสารนิเทศและโฆษกกระทรวงการต่างประเทศ
- อัครราชทูต รองผู้แทนคณะผู้แทนถาวรไทยประจำสหประชาชาติ ณ นครเจนีวา
- อัครราชทูต สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงวอชิงตัน สหรัฐอเมริกา

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ:

- กรรมการสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
- กรรมการมูลนิธิรางวัลสมเด็จเจ้าฟ้ามหิดล ในพระบรมราชูปถัมภ์
- กรรมการมูลนิธิรางวัลสมเด็จเจ้าฟ้ามหิดล ในพระบรมราชูปถัมภ์
- กรรมการมูลนิธิรางวัลสมเด็จเจ้าฟ้ามหิดล ในพระบรมราชูปถัมภ์
- กรรมการมูลนิธิยุวทูตความดี ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี
- กรรมการมูลนิธิไทย

Mr. Sek Wannamethee

Age: 53 years

Member of the TAT Board of Directors

Educational Background:

- Master of Philosophy (Economic History), London School of Economics and Political Science, University of London, United Kingdom.
- Bachelor of Science (Economics), London School of Economics and Political Science, University of London, United Kingdom.

Working Experience:

- Ambassador and Permanent Representative of Thailand to the United Nations, Geneva.
- Director-General, Department of Information, and Spokesperson of the Ministry of Foreign Affairs.
- Director-General, Department of American and South Pacific Affairs.
- Deputy Director-General, Department of Information, and Deputy Spokesperson of the Ministry of Foreign Affairs.
- Minister and Deputy Permanent Representative of Thailand to the United Nations, Geneva.
- Minister, Royal Thai Embassy, Washington D.C., U.S.A.

Director/Senior Executive in Other Organisations:

- Member of the Board of Directors, Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organisation).
- Member of the Board of Trustees, Prince Mahidol Award Foundation under the Royal Patronage.
- Member of the Board of Trustees, Princess Srinagarindra Award Foundation under the Royal Patronage.
- Member of the Board of Trustees, the Young Ambassadors of Virtue Foundation under the Royal Patronage of HRH Princess Maha Chakri Sirindhorn.
- Member of the Board of Directors, Thailand Foundation.



นางสาวบุษยิ์ สันติพิทักษ์

อายุ ๕๓ ปี
กรรมการ

การศึกษา:

- ปริญญาโท (MALD) ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ, The Fletcher School of Law and Diplomacy, Tufts University สหรัฐอเมริกา
- ปริญญาตรี (B.A. Honours) วรรณคดีอังกฤษ Delhi University ประเทศอินเดีย

ประวัติการทำงาน:

- อธิบดีกรมสารนิเทศและโฆษกกระทรวงการต่างประเทศ
- เอกอัครราชทูต คณะผู้แทนถาวรไทยประจำอาเซียน ณ กรุงจาการ์ตา
- อัครราชทูต คณะผู้แทนถาวรไทยประจำอาเซียน ณ กรุงจาการ์ตา
- รองอธิบดีกรมอาเซียน

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ:

- กรรมการสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
- กรรมการมูลนิธิรางวัลสมเด็จพระเจ้าฟ้ามหิดล ในพระบรมราชูปถัมภ์
- กรรมการมูลนิธิรางวัลสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี ในพระบรมราชูปถัมภ์
- กรรมการมูลนิธิยุวทูตความดี ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี
- กรรมการมูลนิธิไทย



นายดรณ แสงฉาย

อายุ ๕๙ ปี
กรรมการ

การศึกษา:

- บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) มหาวิทยาลัยบูรพา
- Master of Science/ Tropical Public Health Engineering, University of Leeds, สหราชอาณาจักร
- วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต (วิศวกรรมโยธา) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ประวัติการทำงาน:

- อธิบดีกรมท่าอากาศยาน
- รองปลัดกระทรวงคมนาคม
- อธิบดีกรมทางหลวงชนบท
- รองอธิบดีกรมทางหลวงชนบท
- ผู้อำนวยการสำนักทางหลวงชนบทที่ ๓ (ชลบุรี)

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ:

- กรรมการ การรถไฟฟ้ายานขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.)



นายฤทธิเทพ สิมลี

อายุ ๕๙ ปี
กรรมการ

การศึกษา:

- ปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาผู้นำทางสังคม ธุรกิจและการเมือง มหาวิทยาลัยรังสิต
- ปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมโยธา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประวัติการทำงาน:

- รองปลัดกระทรวงคมนาคม
- ผู้ตรวจราชการกระทรวงคมนาคม
- รองอธิบดีกรมทางหลวงชนบท
- ผู้อำนวยการสำนักก่อสร้างทาง กรมทางหลวงชนบท

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ:

- คณะกรรมการการท่าเรือแห่งประเทศไทย
- คณะกรรมการบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)



นายชยพล ธิติศักดิ์

อายุ ๕๗ ปี
กรรมการ

การศึกษา:

- Master of Developmental Administration, Western Michigan University สหรัฐอเมริกา
- รัฐศาสตรบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการทำงาน:

- รองปลัดกระทรวงมหาดไทย
- ผู้ว่าราชการจังหวัดนครสวรรค์
- ผู้ว่าราชการจังหวัดหนองบัวลำภู
- รองผู้ว่าราชการจังหวัดอุดรธานี

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ:

- ประธานกรรมการ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

Miss Busadee Santipitaks

Age: 53 years

Member of the Board of Directors

Educational Background:

- Master of International Relations (MALD), The Fletcher School of Law and Diplomacy, Tufts University, U.S.A.
- Bachelor of Arts (B.A. Honours), English Literature, Delhi University, India.

Working Experience:

- Director-General, Department of Information, and Spokesperson of the Ministry of Foreign Affairs.
- Ambassador and Permanent Representative of Thailand to ASEAN, Jakarta.
- Minister and Permanent Representative of Thailand to ASEAN, Jakarta.
- Deputy Director-General, Department of ASEAN Affairs.

Director/Senior Executive in Other Organisations:

- Member of the Board of Directors, Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organisation).
- Member of the Board of Trustees, Prince Mahidol Award Foundation under the Royal Patronage.
- Member of the Board of Trustees, Princess Srinagarindra Award Foundation under the Royal Patronage.
- Member of the Board of Trustees, the Young Ambassadors of Virtue Foundation under the Royal Patronage of HRH Princess Maha Chakri Sirindhorn.
- Member of the Board of Directors, Thailand Foundation.

Mr. Daroon Saengchai

Age: 59 years

Member of the TAT Board of Directors

Educational Background:

- Master of Business Administration (MBA), Burapha University.
- Master of Science/Tropical Public Health Engineering, University of Leeds, United Kingdom.
- Bachelor of Engineering (Civil Engineering), Prince of Songkla University.

Working Experience:

- Director-General, Department of Airports.
- Deputy Permanent Secretary, Ministry of Transport.
- Director-General, Department of Rural Roads.
- Deputy Director-General, Department of Rural Roads.
- Director, Bureau of Rural Roads 3 (Chon Buri).

Director/Senior Executive in Other Organisations:

- Member of the Board of Directors, Mass Rapid Transit Authority of Thailand (MRTA)

Mr. Krichthep Simlee

Age: 59 years

Member of the TAT Board of Directors

Educational Background:

- Master of Arts (Leadership in Society, Business and Politics Programme), Rangsit University.
- Bachelor of Engineering (Civil Engineering), Chiang Mai University.

Working Experience:

- Deputy Permanent Secretary, Ministry of Transport.
- Inspector General, Ministry of Transport.
- Deputy Director-General, Department of Rural Roads.
- Director, Bureau of Road Construction, Department of Rural Roads.

Director/Senior Executive in Other Organisations:

- Member of the Board of Directors, Port Authority of Thailand.
- Member of the Board of Directors, Airports of Thailand Public Company Limited.

Mr. Chayabol Thitisak

Age: 57 years

Member of the TAT Board of Directors

Educational Background:

- Master of Developmental Administration, Western Michigan University, U.S.A.
- Bachelor of Arts (Political Science), Chulalongkorn University.

Working Experience:

- Deputy Permanent Secretary, Ministry of Interior.
- Governor, Nakhon Sawan Province.
- Governor, Nong Bua Lam Phu Province.
- Vice Governor, Udon Thani Province.

Director/Senior Executive in Other Organisations:

- Chairman of the Board of Directors, Provincial Electricity Authority.



นายนิรันดร์ กัลยาณมิตร์

อายุ ๕๙ ปี
กรรมการ

การศึกษา:

- ประกาศนียบัตรหลักสูตรการบริหารการท่องเที่ยวสำหรับผู้บริหารระดับสูง (TME) รุ่นที่ ๑ ประจำปี ๒๕๖๐
- ประกาศนียบัตรผู้บริหารระดับสูง ด้านการค้าและการพาณิชย์ (TEPCoT) รุ่นที่ ๘ สถาบันวิทยาการการค้า
- ประกาศนียบัตรผู้บริหารระดับสูง รุ่นที่ ๑๖ สถาบันวิทยาการตลาดทุน (วตท.)
- ประกาศนียบัตร Director Certification Program (DCP) รุ่นที่ ๑๖๗ สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย [Thai Institute of Directors Association (IOD)]
- ประกาศนียบัตรการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย สำหรับนักบริหารระดับสูง รุ่นที่ ๑๕ สถาบันพระปกเกล้า
- ปริญญาบัตรหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร (วปอ.) รุ่นที่ ๕๐ วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ
- ประกาศนียบัตรนักปกครองระดับสูง (นปส.) รุ่นที่ ๔๘ วิทยาลัยมหาดไทย สถาบันดำรงราชานุภาพ กระทรวงมหาดไทย
- ปริญญาโท M.S. (Management and Human Relations), Abilene Christian University, Texas, U.S.A.
- ปริญญาตรี B.A. (Political Science), Delhi University, India

ประวัติการทำงาน:

- รองปลัดกระทรวงการคลัง
- ผู้ตรวจราชการกระทรวงการคลัง
- ที่ปรึกษาด้านพัฒนาระบบสิทธิประโยชน์ทางศุลกากร กรมศุลกากร
- รองอธิบดีกรมศุลกากร
- ผู้อำนวยการสำนักตรวจสอบอากร สำนักตรวจสอบอากร

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ:

- กรรมการ ธนาคารอาคารสงเคราะห์
- กรรมการ บริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด มหาชน

Mr. Narin Kalayanamit
Member of the TAT Board of Directors

Age 59 years

Educational Background:

- Certificate in Tourism Management for Executives (TME Class 1), 2017.
- Top Executive Programme in Commerce and Trade (TEPCoT Class 8), Commerce Academy.
- Senior Executive Course, Capital Market Academy (CMA, Class 16).
- Director Certification Programme (DCP Class 167), Thai Institute of Directors Association (IOD).
- Certificate in Politics and Governance in Democratic Systems for Executives (Class 15), King Prajadhipok's Institute.
- Certificate, National Defence Regular Course (NDC Class 50), National Defence College, National Defence Studies Institute.
- Senior Administrator Programme, Class 48, Interior College, Damrong Rajanubhap Institute of Research and Development, Ministry of Interior.
- Master of Science (Management and Human Relations), Abilene Christian University, Texas, U.S.A.
- Bachelor of Arts (Political Science), Delhi University, India

Working Experience:

- Deputy Permanent Secretary, Ministry of Finance.
- Inspector General, Ministry of Finance.
- Principal Advisor, Customs Incentive System Development, Customs Department.
- Deputy Director-General, Customs Department.
- Director, Post-Clearance Audit Bureau.

Director/Senior Executive in Other Organisations:

- Director of the Board of Directors, Government Housing Bank.
- Director of the Board of Directors, CAT Telecom Public Company Limited.



นางสาวพองพรรณ เจียรวิริยะพันธุ์

อายุ ๖๐ ปี
กรรมการ

การศึกษา:

- Master of Business Administration (MBA), Ball State University, Indiana สหรัฐอเมริกา พ.ศ. ๒๕๓๒
- นิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๒๘
- ประกาศนียบัตรบัณฑิตทางการสอบบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๒๓
- บัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๒๒

ประวัติการทำงาน:

- รองปลัดกระทรวงพาณิชย์
- อธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า
- ที่ปรึกษาการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ (ปฏิบัติหน้าที่ผู้อำนวยการสำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า)
- รองอธิบดีกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
- รองอธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ:

- ไม่มี

Miss Pongpun Gearaviriyapun
Member of the TAT Board of Directors

Age 60 years

Educational Background:

- Master of Business Administration (MBA), Ball State University, Indiana, U.S.A.
- Bachelor of Laws, Thammasat University.
- Graduate Diploma in Auditing, Thammasat University.
- Bachelor of Accounting, Thammasat University.

Working Experience:

- Deputy Permanent Secretary, Ministry of Commerce.
- Director-General, Department of Business Development.
- Commercial Advisor, Ministry of Commerce (Acting on behalf of the Director, Office of Business Policy and Strategy).
- Deputy Director-General, Department of Foreign Trade, Ministry of Commerce.
- Deputy Director-General, Department of Business Development, Ministry of Commerce.

Director/Senior Executive in Other Organisations:

- None.



นายนิพนธ์ ะกิมิ

อายุ ๖๐ ปี
กรรมการ

การศึกษา:

- ประกาศนียบัตร Brevet d'Administration Publique สถาบัน École Nationale d'Administration (ENA) สาธารณรัฐฝรั่งเศส
- D.S.U. กฎหมายแรงงาน มหาวิทยาลัยปารีส ๒ สาธารณรัฐฝรั่งเศส
- D.S.U. อาชญาวิทยา มหาวิทยาลัยปารีส ๒ สาธารณรัฐฝรั่งเศส
- D.E.A. สังคมวิทยากฎหมาย มหาวิทยาลัยปารีส ๒ สาธารณรัฐฝรั่งเศส
- นิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ประวัติการทำงาน:

- รองเลขาธิการคณะกรรมการกฤษฎีกา สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา
- กรรมการร่างกฎหมายประจำ (นักกฎหมายกฤษฎีกาทรงคุณวุฒิ) สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา
- กรรมการร่างกฎหมายประจำ กลุ่มร่างกฎหมายและให้ความเห็นทางกฎหมาย สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ:

- คณะกรรมการธนาคาร ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย

Mr. Niphon Hakimi
Member of the TAT Board of Directors

Age 60 years

Educational Background:

- Certificate, Brevet d'Administration Publique, École Nationale d'Administration (ENA), France.
- D.S.U. (Labour Law), University of Paris II, France.
- D.S.U. (Criminology), University of Paris II, France.
- D.E.A. (Sociology, Civil Law), University of Paris II, France.
- Bachelor of Laws, Thammasat University.

Working Experience:

- Deputy Secretary-General, Office of the Council of State.
- Permanent Law Councillor (Krisdika Counsel, Advisory Level), Office of the Council of State.
- Permanent Law Councillor, Law Drafting Staff, Office of the Council of State.

Director/Senior Executive in Other Organisations:

- Member of the Board of Directors, Islamic Bank of Thailand.



นายอิทธิฤทธิ์ กิ่งเล็ก

อายุ ๕๘ ปี
กรรมการ

การศึกษา:

- ปริญญาโท คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (NIDA)
- ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเซียอาคเนย์
- วปอ. รุ่นที่ ๒๓ (วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร)
- หลักสูตรนักบริหารการงบประมาณระดับสูง สำนักงานประมาณ
- หลักสูตรการบริหารการท่องเที่ยวสำหรับผู้บริหารระดับสูง (TME) รุ่นที่ ๑ ประจำปี ๒๕๖๐
- หลักสูตรผู้บริหารระดับสูงด้านการค้าและการพาณิชย์ (TEPCoT รุ่นที่ ๙)
- หลักสูตรการกำกับดูแลกิจการสำหรับกรรมการและผู้บริหารระดับสูงของรัฐวิสาหกิจและองค์กรมหาชน (PDI)
- หลักสูตรการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ประวัติการทำงาน:

- ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- รองประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- ที่ปรึกษาสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่
- นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่
- กรรมการผู้จัดการโรงแรมอ่าวนาง ปรีณชวัลลี รีสอร์ท
- กรรมการบริษัท อ่าวนาง ทราเวล แอนด์ ทัวร์ จำกัด

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ:

- คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ
- คณะกรรมการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์
- คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- คณะอนุกรรมการปฏิรูปการท่องเที่ยว
- คณะอนุกรรมการดูแลผลประโยชน์ของคนไทยในต่างแดน

Mr. Ittirit Kinglek
Member of the TAT Board of Directors

Age 58 years

Educational Background:

- Master of Public Administration, National Institute of Development and Administration (NIDA).
- Bachelor of Business Administration, Southeast Asia University.
- National Defence Joint Public/Private Sector Course (Class 23), National Defence College.
- Certificate, Budget Management Senior Executives, the Bureau of the Budget.
- Certificate in Tourism Management for Executives (TME Class 1), 2017.
- Top Executive Programme in Commerce and Trade (TEPCoT Class 9).
- Corporate Governance Programme for Directors and Top Executives in State Enterprises and Public Organisations, Public Director Institute (PDI).
- Tourist Attraction Management for Sustainability Program.

Working Experience:

- President, Tourism Council of Thailand (TCT).
- Vice President, Tourism Council of Thailand (TCT).
- Advisor, Krabi Tourism Association.
- President, Krabi Tourism Association.
- Managing Director, Aonang Princeville Resort.
- Managing Director, Aonang Travel and Tour Company Limited.

Director/Senior Executive in Other Organisations:

- Member of the National Reform Steering Assembly (NRSA).
- Member of the National Tourism Policy Committee.
- Member of the Tourism Business and Guides Committee.
- Member of the Small and Medium Enterprises Promotion Commission.
- Member of the Sub-committee on Tourism Reform.
- Member of the Sub-committee on Protection of Thai Nationals Abroad.



นางศิริรัตน์ เด่นวรวงษ์
อายุ ๔๗ ปี
กรรมการ

การศึกษา:

- ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประวัติการทำงาน:

- กรรมการผู้จัดการ บริษัท อุบลวพงษ์ จำกัด
- กรรมการผู้จัดการ บริษัท วรพงษ์ ริเวอร์ พาร์ค จำกัด
- รองประธานด้านบริหาร สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ:

- ไม่มี



นายยุทธชัย สุนทรรัตนเวช
อายุ ๕๓ ปี
กรรมการ

การศึกษา:

- ปริญญาตรี รัฐศาสตรบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการทำงาน:

- กรรมการผู้จัดการ บริษัท โดมฮอลิเดย์ แทรเวล เซอร์วิส จำกัด
- นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ (สทท.)
- รองประธานด้านตลาดในประเทศ สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- กรรมการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ:

- ที่ปรึกษาสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ (สทท.)



นายวุฒิชัย เหลืองอมรเลิศ
อายุ ๔๓ ปี
กรรมการ

การศึกษา:

- วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการเงิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ (เกียรตินิยม) มหาวิทยาลัยซัสฟอร์ด สหราชอาณาจักร

ประวัติการทำงาน:

- เลขาธิการ คณะกรรมการสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท สยามพาร์ค บางกอก จำกัด
- รองประธานคณะกรรมการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ หอการค้าไทย และสภาหอการค้าไทยแห่งประเทศไทย

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ:

- นายกสมาคมสวนสนุกและสวนพักผ่อนหย่อนใจ
- กรรมการ สมาคมสวนสนุกโลก



พลเอก ภาณุวัชร นาควงษ์
อายุ ๖๑ ปี
กรรมการ

การศึกษา:

- วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ ๕๒
- วิทยาลัยเสนาธิการทหาร รุ่นที่ ๔๔
- ปริญญาโท สาขาพัฒนาบริหารศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ คณะรัฐประศาสนศาสตร์ M.P.A. (NIDA)

ประวัติการทำงาน:

- สมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ
- ผู้ทรงคุณวุฒิพิเศษกองทัพบก
- รองเสนาธิการทหารบก
- ผู้ช่วยเสนาธิการทหารบกฝ่ายกิจการพลเรือน
- รองแม่ทัพภาคที่ ๑
- ผู้บัญชาการกองพลทหารราบที่ ๙

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ:

- กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบของบริษัท คิงส์ เทเลคอม จำกัด (มหาชน)

Mrs. Sirirat Denvorapongsasuk Age 47 years
Member of the TAT Board of Directors

Educational Background:

- Bachelor of Business Administration (Services Industries), Ramkhamhaeng University.

Working Experience:

- Managing Director, Ubon Vorapong Company Limited.
- Managing Director, Vorapong River Park Company Limited.
- Vice President (Administration), Tourism Council of Thailand (TCT).

Director/Senior Executive in Other Organisations:

- None.

Mr. Yutthachai Soonthronrattana Age 53 years
Member of the TAT Board of Directors

Educational Background:

- Bachelor of Arts (Political Science), Chulalongkorn University.

Working Experience:

- Managing Director, Dome Holiday Travel Service Company Limited.
- President, Association of Domestic Travel (ADT).
- Vice President, Domestic Marketing, Tourism Council of Thailand (TCT).
- Member of the Committee of Tourism Business and Guides.

Director/Senior Executive in Other Organisations:

- Advisor, Association of Domestic Travel (ADT).

Mr. Wuthichai Luangamornlert Age 43 years
Member of the TAT Board of Directors

Educational Background:

- Master of Science (Marketing), Thammasat University.
- Master of Science (Finance), Chulalongkorn University.
- Bachelor of Science (Hons), Business and Economics, Salford University, United Kingdom.

Working Experience:

- Secretary-General of the Board of Directors, Tourism Council of Thailand.
- Managing Director, Siam Park Bangkok Company Limited.
- Vice Chairman of the Board of Directors, Tourism Business and Services, Thai Chamber of Commerce and Board of Trade of Thailand.

Director/Senior Executive in Other Organisations:

- President of the Thai Amusement and Leisure Park Association (TAPA).
- Member of the Board of Directors, International Association of Amusement Parks and Attractions (IAAPA).

Gen. Parnuvach Narkavong Age 61 years
Member of the TAT Board of Directors

Educational Background:

- National Defence College, Class 52.
- Joint Staff College, Class 44.
- Master of Public Administration, School of Public Administration, National Institute of Development and Administration (NIDA).

Working Experience:

- Member of the National Legislative Assembly.
- Special Qualified Person, Royal Thai Army.
- Deputy Chief of Staff, Royal Thai Army.
- Assistant Chief of Staff for Civil Affairs, Royal Thai Army.
- 1st Army Area Deputy Commander.
- 9th Infantry Division Commanding General.

Director/Senior Executive in Other Organisations:

- Independent Director and Member of the Audit Committee, King Telecom Public Company Limited.



นายสุรัตน์ เมฆะวารกุล

อายุ ๕๘ ปี
กรรมการ

การศึกษา:

- ปริญญาโท คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ประวัติการทำงาน:

- ประธานกรรมการกลุ่มบริษัท ไมค์ จำกัด
- กรรมการบริหารสำนักงานส่งเสริมการประชุมและจัดนิทรรศการนานาชาติ (องค์การมหาชน)
- รองประธานหอการค้าจังหวัดชลบุรี
- นายกสมาคมธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา
- ประธานชมรมโรงแรมเมืองพัทยา

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ:

- ประธานสภาวัฒนธรรม อำเภอบางละมุง



นางอังครัตน์ เพ็ริยจรรย์วัฒน์

อายุ ๖๑ ปี
กรรมการ

การศึกษา:

- ปริญญาเอก Doctor of Philosophy (Accounting), New York University, สหรัฐอเมริกา
- ปริญญาโท บัญชีมหาบัณฑิต (การบัญชี) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ปริญญาตรี บัญชีบัณฑิต (การบัญชี) (เกียรตินิยมอันดับ ๒) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- IFRS Certificate, Institute of Chartered Accountants in England and Wales (ICAEW)

ประวัติการทำงาน:

- รองศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- คณะทำงานเพื่อติดตามการปฏิบัติงานด้านบัญชีและบริษัทภิบาลสำนักงาน ก.ล.ต.
- ประธานคณะกรรมการกำกับดูแล กองทุนเปิดดัชนีพันธบัตรไทยเอปไอเอฟ
- ที่ปรึกษาคณะกรรมการตรวจสอบ กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ:

- ผู้เชี่ยวชาญประจำด้านการเปิดเผยสารสนเทศและมาตรฐานการบัญชีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- กรรมการอิสระและประธานคณะกรรมการตรวจสอบ บริษัท ทีเอสไอไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
- กรรมการตรวจสอบ องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย
- กรรมการมาตรฐานและนโยบายบัญชีภาครัฐ กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง
- กรรมการบริหารความเสี่ยงและอนุกรรมการการบัญชีการเงิน การรถไฟแห่งประเทศไทย

Mr. Surat Mekavarakul

Age 58 years

Member of the TAT Board of Directors

Educational Background:

- Master of Public Administration, National Institute of Development and Administration (NIDA).
- Bachelor of Arts, Thammasat University.

Working Experience:

- Chief Executive Officer, Mike Group of Companies.
- Member of the Board of Directors, Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organisation).
- Vice Chairman, Chon Buri Chamber of Commerce.
- President, Pattaya Business and Tourism Association (P.B.T.A.).
- Chairman, Pattaya Hotels Club.

Director/Senior Executive in Other Organisations:

- Chairman, Cultural Council, Amphoe Bang Lamung.

Mrs. Angkarat Priebjivat

Age 61 years

Member of the TAT Board of Directors

Educational Background:

- Doctor of Philosophy (Accounting), New York University, U.S.A.
- Master of Science (Accounting), Thammasat University.
- Bachelor of Business Administration (Accounting) (Second-class Honours), Thammasat University.
- IFRS Certificate, Institute of Chartered Accountants in England and Wales (ICAEW).

Working Experience:

- Associate Professor, School of Business Administration, National Institute of Development and Administration (NIDA).
- Member, Working Committee, Accounting Practices and Corporate Governance Monitoring Committee, The Securities and Exchange Commission, Thailand.
- Chairperson, Supervisory Committee, ABF Thailand Bond Index Fund.
- Advisor, Audit Committee, Government Pension Fund.

Director/Senior Executive in Other Organisations:

- Specialist on Information Disclosure and Accounting Standards, The Stock Exchange of Thailand.
- Independent Director and Chairperson of the Audit Committee, TISCO Financial Group Public Company Limited.
- Member of the Audit Committee, Thai Public Broadcasting Service.
- Member, Committee on Public Accounting Standards and Policy, the Comptroller General's Department, Ministry of Finance.
- Member of the Risk Management Committee and Member of the Financial Accounting Subcommittee, State Railway of Thailand.



นายยุทธศักดิ์ สุภสร

อายุ ๕๑ ปี
กรรมการและเลขานุการ

การศึกษา:

- Doctoral Program of the School of Economics (Major: Economics) Keio University ประเทศญี่ปุ่น
- Economic Policy, Keio University ประเทศญี่ปุ่น
- เศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาปริมาณวิเคราะห์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการทำงาน:

- รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่และปฏิบัติหน้าที่ด้านการเงิน บริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน)
- ที่ปรึกษา ศูนย์พัฒนาภูมิภาค สถาบันส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.)
- ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) กระทรวงอุตสาหกรรม
- ผู้อำนวยการสถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม
- รองผู้อำนวยการสถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม
- เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการลงทุน สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ:

- ไม่มี

Mr. Yuthasak Supasorn

Age 51 Years

Member and Secretary of the TAT Board of Directors

Educational Background:

- Doctoral Programme of the School of Economics (Major: Economics), Keio University, Japan.
- Master's Programme in Economic Policy, Keio University, Japan.
- Bachelor of Economics, (Quantitative Economics), Chulalongkorn University.

Working Experience:

- Executive Vice President, Chief Financial Officer, MCOT Public Company Limited.
- Advisor, Regional Development Centre, Institute for Good Governance Promotion, Office of the Public Sector Development Commission (OPDC).
- Director, Office of Small and Medium Enterprises Promotion (OSMEP), Ministry of Industry.
- Director, National Food Institute (NFI), Ministry of Industry.
- Deputy Director, National Food Institute (NFI), Ministry of Industry.
- Analyst, Policy and Plan Analysis, Office of the National Economic and Social Development Board.
- Investment Promotion Officer, Office of the Board of Investment Promotion.

Director/Senior Executive in Other Organisations:

- None.

หมายเหตุ: รายงานและประวัติคณะกรรมการฯ เป็นข้อมูลถึงประมาณ ๒๕๖๐ (วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๕๙ - วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๐) [ตามพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๐]

Note: The Names and Profiles of the TAT Board of Directors represent the data from the fiscal year 2017 (1 October 2016 - 30 September 2017). [In accordance with the Tourism Authority of Thailand Act (No. 2) B.E. 2550 (2007)].

โครงสร้างและควมรับผิดชอบของคณะกรรมการ ททท.

๑. องค์ประกอบของคณะกรรมการ ททท. ในมาตรา ๑๘ ตามพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๒๒ และ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๐ บัญญัติไว้ว่า ให้มีคณะกรรมการคณะหนึ่ง เรียกว่า “คณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” ประกอบด้วยประธานกรรมการซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้ง ปลัดกระทรวงการคลัง ปลัดกระทรวงการต่างประเทศ ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปลัดกระทรวงคมนาคม ปลัดกระทรวงพาณิชย์ ปลัดกระทรวงมหาดไทย เลขาธิการคณะกรรมการกฤษฎีกา ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้แทนสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสองคน และผู้ทรงคุณวุฒิอีกไม่เกินสามคน ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งเป็นกรรมการ และให้ผู้ว่าการเป็นกรรมการและเลขานุการ

๒. การแต่งตั้งกรรมการอื่น การแต่งตั้งกรรมการรัฐวิสาหกิจเป็นไปตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๑๘ กรกฎาคม ๒๕๖๐ เรื่องแนวทางการแต่งตั้งกรรมการรัฐวิสาหกิจ และระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการกำหนดนโยบายและกำกับดูแลรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๕๗ ข้อ ๑๐ (๖) กำหนดให้คณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ

พิจารณาความเหมาะสมของบุคคลที่ได้รับการเสนอชื่อ เพื่อแต่งตั้งเป็นกรรมการในคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจ ประกอบด้วยข้อ ๑๒ ในการพิจารณาความเหมาะสมของบุคคลตามข้อ ๑๐ (๖) ให้รัฐมนตรีเจ้าสังกัดเสนอรายชื่อบุคคลที่มีคุณวุฒิและประสบการณ์ที่เหมาะสมกับรัฐวิสาหกิจต่อประธานกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ เพื่อให้ความเห็นชอบ โดยให้บุคคลที่ได้รับการเสนอชื่อแต่งตั้งเป็นกรรมการในคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจกรอกข้อความตามแบบท้ายระเบียบนี้ และรับรองว่าตนเป็นผู้มีคุณสมบัติครบถ้วนและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมาย ทั้งนี้ เมื่อประธานกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจให้ความเห็นชอบแล้ว ให้เสนอคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจพิจารณาก่อนนำเสนอคณะรัฐมนตรีหรือดำเนินการเพื่อแต่งตั้งตามกฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับของรัฐวิสาหกิจนั้นต่อไป

สำหรับการแต่งตั้งกรรมการอื่นที่มีใช้กรรมการโดยตำแหน่งในรัฐวิสาหกิจแห่งใด ให้ผู้มีอำนาจพิจารณาแต่งตั้งจากบุคคลในบัญชีรายชื่อกรรมการที่กระทรวงการคลังจัดทำขึ้นไม่น้อยกว่าหนึ่งในสามของจำนวนกรรมการอื่นของรัฐวิสาหกิจนั้น ทั้งนี้เป็นไปตามมาตรา ๑๒/๑ แห่งพระราชบัญญัติคุณสมบัติมาตรฐาน



The Structure and Responsibility of the TAT Board of Directors

1. The Composition of the TAT Board of Directors: Section 18 of the Tourism Authority of Thailand Act, B.E. 2522 (1979) and the Tourism Authority of Thailand Act (Edition 2), B.E. 2550 (2007), stipulates that there shall be a Board called the “Board of Directors of the Tourism Authority of Thailand”, which comprises the Chairperson appointed by the Minister in charge, the Permanent Secretary of the Ministry of Finance, the Permanent Secretary of the Ministry of Foreign Affairs, the Permanent Secretary of the Ministry of Tourism and Sports, the Permanent Secretary of the Ministry of Transport, the Permanent Secretary of the Ministry of Commerce, the Permanent Secretary of the Ministry of Interior, the Secretary-General of the Council of State, the President of the Tourism Council of Thailand, two representatives of the Tourism Council of Thailand, and not more than three qualified persons appointed by the Minister, as Directors, and the TAT Governor shall be Director and Secretary of the Board.

2. Appointment of Other Directors in any state enterprise shall be in line with the Cabinet Resolution dated 18 July, 2017, on the Appointments of State Enterprise Directors and Regulations under the Prime Minister Office’s State Enterprise Policy and Regulatory Guidelines B.E. 2557 (2014), No.10 (6). The State Enterprise Policy Committee shall deliberate in

conjunction with Guideline No. 12 under Guideline 10 (6) the qualifications of the proposed candidates to be appointed as Directors in state enterprises. Following, the decision of the proposed candidates with the qualifications and experiences relevant to the State Enterprises’ requirements, the list shall be delivered to the Minister in charge before it is submitted to the Chairperson of the State Enterprise Policy Committee for approval. The successful candidates shall be required to complete a regulatory form in order to verify their qualifications and legal status that does not disallow them from taking up state enterprise offices. The approved list by the Chairperson in charge of the State Enterprise Policy Committee shall then be returned to the State Enterprise Policy Committee and subsequently to the Cabinet to have the qualified candidates appointed in compliance with the state enterprise laws or regulations.

Appointment of other directors, who are not ex officio members in any state enterprise, shall be carried out by the authorised person(s) based on the list of directors prepared by the Ministry of Finance. Such appointments shall constitute no less than one-third of the number of other Directors in the state enterprise; this is to be in line with Section 12/1



สำหรับกรรมการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๑๘ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

๓. จำนวนกรรมการ มิได้รวมทั้งสิ้นไม่เกินสิบเอ็ดคน หากมีความจำเป็นต้องมีกรรมการเกินกว่าสิบเอ็ดคน ให้รัฐมนตรีเจ้าสังกัดเสนอขออนุมัติจากคณะรัฐมนตรีได้เป็นการเฉพาะราย แต่ทั้งนี้จำนวนกรรมการรวมทั้งสิ้นต้องไม่เกินสิบห้าคน และกรรมการจะดำรงตำแหน่งกรรมการในรัฐวิสาหกิจได้ไม่เกินสามแห่ง โดยให้นับรวมเป็นกรรมการ โดยตำแหน่งที่ได้มีการมอบหมายให้ผู้อื่นปฏิบัติราชการแทนในตำแหน่งนั้นด้วย ทั้งนี้ เป็นไปตามพระราชบัญญัติคุณสมบัติมาตรฐานสำหรับกรรมการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๑๘ และที่แก้ไขเพิ่มเติม มาตรา ๖ - ๗

๔. วาระการดำรงตำแหน่งและการพ้นตำแหน่ง ตามพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๒๒ และ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๐ บัญญัติว่า

มาตรา ๑๙ ให้ประธานกรรมการและกรรมการซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งอยู่ในตำแหน่งคราวละสองปี ในกรณีที่ประธานกรรมการหรือกรรมการซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งพ้นจากตำแหน่งก่อนวาระ หรือในกรณีที่รัฐมนตรีแต่งตั้งกรรมการเพิ่มขึ้นในระหว่างที่กรรมการซึ่งแต่งตั้งไว้แล้วยังมีวาระอยู่ในตำแหน่ง ให้ผู้ได้รับแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งแทนหรือเป็นกรรมการเพิ่มขึ้นอยู่ในตำแหน่งเท่ากับ

วาระที่เหลืออยู่ของผู้ซึ่งได้แต่งตั้งไว้แล้ว เมื่อครบกำหนดวาระตามวรรคหนึ่ง หากยังมีได้มีการแต่งตั้งประธานกรรมการหรือกรรมการขึ้นใหม่ ให้ประธานกรรมการหรือกรรมการพ้นจากตำแหน่งตามวาระนั้นอยู่ในตำแหน่งเพื่อดำเนินงานต่อไปจนกว่าประธานกรรมการหรือกรรมการซึ่งได้รับแต่งตั้งขึ้นใหม่จะเข้ารับหน้าที่ ประธานกรรมการหรือกรรมการซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระอาจได้รับการแต่งตั้งอีกได้แต่ต้องไม่เกินสองวาระติดต่อกัน

มาตรา ๒๐ นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระตาม มาตรา ๑๙ ประธานกรรมการและกรรมการซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งพ้นจากตำแหน่ง เมื่อ (๑) ตาย (๒) ลาออก (๓) รัฐมนตรีให้ออก (๔) เป็นบุคคลล้มละลาย (๕) เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ (๖) ได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดลหุโทษ หรือความผิดอันได้กระทำโดยประมาท (๗) ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตาม มาตรา ๑๘/๑

๕. อำนาจหน้าที่ พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๒๒ และ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๐ บัญญัติว่า

มาตรา ๒๑ เพื่อประโยชน์แห่งกิจการของ ททท. ให้คณะกรรมการมีอำนาจแต่งตั้งคณะอนุกรรมการ เพื่อดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใดของ ททท. ตามที่คณะกรรมการมอบหมาย

of the Standard Qualifications of State Enterprise Directors and Officials Act, B.E. 2518 (1975) and modifications.

3. The Number of Directors: Together, they shall not exceed eleven. Should there exist a need to appoint more than eleven members, the Minister in charge shall propose each of the Directors for the approval of the Council of Ministers. However, the maximum number of Directors shall not exceed fifteen, each of whom shall be allowed to take up a directorship at no more than three state enterprises, including those ex officio directors who delegate other persons to perform the duties on their behalf, as required by the Standard Qualifications of State Enterprise Directors and Officials Act, B.E. 2518 (1975) and modifications in Sections 6 - 7.

4. Term of Office and Termination are designated in the Tourism Authority of Thailand Act, B.E. 2522 (1979) and the Tourism Authority of Thailand Act (Edition 2), B.E. 2550 (2007) which state in:

Section 19 that the Chairperson and Directors appointed by the Minister in charge shall hold office for a two-year term. In the case where the Chairperson or Director vacates office before the expiration of his/her term, or in the case where an additional Director is appointed by the Minister during the

term of a serving incumbent, such appointee shall hold office for the remaining term of the Director already appointed. After the expiration of the term of office under paragraph one and new Directors have yet to be appointed, the Directors whose terms in office have been served shall continue in office to carry out its works until the newly-appointed Directors have taken over their duties. The outgoing Chairperson or Director may be re-appointed, but for not more than two consecutive terms.

Section 20 that in addition to vacating office under Section 19, the Chairperson and Directors appointed by the Minister vacate office upon (1) death; (2) resignation; (3) being removed by the Minister; (4) being bankrupt; (5) being incapacitated or quasi-incapacitated; (6) having been imprisoned by a final ruling to a term of a prison sentence, except for a petty offence or an offence committed through negligence, and (7) lacking of qualifications or being under any prohibition clauses under Section 18/1.

5. Power and Duties: The Tourism Authority of Thailand Act, B.E. 2522 (1979) and the Tourism Authority of Thailand Act (Edition 2), B.E. 2550 (2007) state that:



มาตรา ๒๒ ให้คณะกรรมการมีอำนาจและหน้าที่วางนโยบาย และควบคุมดูแลโดยทั่วไป ซึ่งกิจการของ ททท. อำนาจและหน้าที่ เช่นว่านี้ให้รวมถึง

- (๑) กำหนดนโยบายและอนุมัติแผนงานของ ททท. เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- (๒) ออกข้อบังคับหรือระเบียบ เพื่อปฏิบัติการให้เป็นไปตามมาตรา ๘ และมาตรา ๙
- (๓) ออกข้อบังคับว่าด้วยการประชุม และดำเนินกิจการของคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการ
- (๔) ออกข้อบังคับหรือระเบียบเกี่ยวกับการบริหารงานต่าง ๆ
- (๕) ออกข้อบังคับกำหนดตำแหน่ง อัตราเงินเดือน ค่าจ้าง และเงินอื่น ๆ ของพนักงานและลูกจ้าง
- (๖) ออกข้อบังคับว่าด้วยการบรรจุ การแต่งตั้ง การถอดถอน การเลื่อนเงินเดือนหรือค่าจ้าง ระเบียบวินัย การลงโทษ และการอุทธรณ์การลงโทษของพนักงานและลูกจ้าง
- (๗) ออกระเบียบว่าด้วยการร้องทุกข์ของพนักงานและลูกจ้าง
- (๘) ออกข้อบังคับว่าด้วยกองทุนสงเคราะห์หรือการสงเคราะห์อื่นเพื่อสวัสดิการของพนักงานและลูกจ้างและครอบครัว โดยได้รับความเห็นชอบจากกระทรวงการคลัง

(๙) ออกข้อบังคับว่าด้วยการจ่ายค่าพาหนะ เบี้ยเลี้ยงเดินทาง ค่าเช่าที่พัก ค่าทำงานล่วงเวลา เบี้ยประชุม และการจ่ายเงินอื่น ๆ

(๑๐) ออกระเบียบว่าด้วยเครื่องแบบพนักงานและลูกจ้าง

มาตรา ๒๔ ให้คณะกรรมการเป็นผู้แต่งตั้งผู้ว่าการ

มาตรา ๒๖ ผู้ว่าการพ้นจากตำแหน่ง เมื่อ (๕) คณะกรรมการมีมติเห็นสมควรให้เลิกจ้าง มติของคณะกรรมการให้เลิกจ้างตาม (๕) ต้องประกอบด้วยคะแนนเสียงไม่น้อยกว่าสองในสามของจำนวนกรรมการทั้งหมดเท่าที่มีอยู่นอกจากผู้ว่าการ และต้องได้รับความเห็นชอบจากรัฐมนตรี

สำหรับการแต่งตั้งผู้ว่าการ ททท. จะต้องดำเนินการโดยกระบวนการสรรหาตามพระราชบัญญัติคุณสมบัติมาตรฐานสำหรับกรรมการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๑๘ และที่แก้ไขเพิ่มเติม มาตรา ๘ จัตวา

Section 21, for the benefit of TAT activities, the Board of Directors shall have the power to appoint a subcommittee to carry out any related undertaking as entrusted by the Board.

Section 22, the Board shall have the power and duty to lay down the policy and to supervise in general the affairs of TAT. Such power and duties shall include:

- (1) Laying down policies and approving plans of TAT for the development and promotion of tourism and the tourism industry;
- (2) Issuing regulations or rules to ensure compliance with Sections 8 and 9;
- (3) Issuing regulations on the meeting and the carrying out of activities of the Board and subcommittees;
- (4) Issuing regulations and rules on the administration of TAT affairs;
- (5) Issuing regulations on prescribing the positions, rates of salaries, wages and other monetary benefits of officials and employees;
- (6) Issuing regulations on the recruitment, appointment, removal, promotion of salaries or wages, disciplinary measures,

punishment, and appeal against punishment of officials and employees;

(7) Issuing regulations on petitions of officials and employees;

(8) Issuing orders on the aid fund and other forms of aid for the welfare of officials and employees and their families, with the approval of the Ministry of Finance;

(9) Issuing regulations on the payment of travel expenses and allowances, accommodation allowances, overtime, meeting allowances and other allowances;

(10) Issuing regulations on the uniforms of officials and employees.

Section 24, the Board of Directors shall appoint the Governor.

Section 26, the Governor shall vacate office upon (5) the resolution of the Board of Directors to terminate employment which according to clause (5) shall be supported by not less than two-thirds of the total number of Directors, excluding the Governor. Such resolution of the termination of the contract shall be subject to the approval of the Minister.

The appointment of the TAT Governor shall be carried out through the selection process under the Standard Qualifications of State Enterprise Directors and Officials Act, B.E. 2518 (1975) and modifications in Section 8 quarter.



โครงสร้าง อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ และคณะกรรมการที่แต่งตั้งโดยคณะกรรมการ กกท.

๑. คณะกรรมการสรรหาผู้ว่าการ กกท.

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๑ แห่งพระราชบัญญัติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๒๒ และมาตรา ๘ จัตวา แห่งพระราชบัญญัติคุณสมบัติมาตรฐานสำหรับกรรมการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๑๘ และที่แก้ไขเพิ่มเติม ประกอบกับ มติคณะกรรมการ ททท. ในการประชุมครั้งที่ ๔/๒๕๕๘ เมื่อวันที่ ๒๕ มีนาคม ๒๕๕๘ จึงให้ดำเนินการยกเลิกคำสั่งคณะกรรมการ ททท. ที่ ๔/๒๕๕๗ ลงวันที่ ๘ พฤษภาคม ๒๕๕๗ และคำสั่ง คณะกรรมการ ททท. ที่ ๑๑/๒๕๕๗ ลงวันที่ ๓๑ ตุลาคม ๒๕๕๗ และ แต่งตั้งคณะกรรมการสรรหาผู้ว่าการ ททท. ตามคำสั่งคณะกรรมการ ททท. ครั้งที่ ๕/๒๕๕๘ ลงวันที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๕๘ ประกอบด้วย

๑. นายจรินทร์ จักกะพาก
ประธานกรรมการ
๒. นายนิพนธ์ ฮะกีมี
กรรมการ
๓. นายวิโรจน์ สันติประภาพ
กรรมการ
๔. นางพรศิริ มโนหาญ
กรรมการ
๕. นางพรรณชนิตตา บุญครอง
กรรมการ
๖. ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ททท.
เลขานุการ

มีหน้าที่

สรรหาบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ เหมาะสมที่จะเป็นผู้ว่าการ ททท. ซึ่งต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะ ต้องห้ามตามพระราชบัญญัติคุณสมบัติมาตรฐานสำหรับกรรมการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๑๘ และที่แก้ไขเพิ่มเติม และ พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๒๒ และ ที่แก้ไขเพิ่มเติม ทั้งนี้ โดยคำนึงถึงความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบ ได้ เมื่อได้ผู้ที่มีความเหมาะสมแล้ว ให้เสนอต่อคณะกรรมการ ททท. พิจารณาแต่งตั้งเป็นผู้ว่าการ ททท. ต่อไป โดยอาจเสนอชื่อ ผู้ที่มีความเหมาะสมมากกว่าหนึ่งชื่อก็ได้

หมายเหตุ: คณะกรรมการ ททท. ในการประชุมครั้งที่ ๖/๒๕๕๙ วันที่ ๒๗ มิถุนายน ๒๕๕๙ มีมติให้คณะกรรมการสรรหาผู้ว่าการ ททท. สิ้นสภาพลง เนื่องจาก ได้ปฏิบัติหน้าที่เสร็จสิ้นแล้ว

๒. คณะอนุกรรมการพิจารณาผลตอบแทน ของผู้ว่าการ กกท.

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๑ แห่งพระราชบัญญัติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๒๒ และมาตรา ๘ จัตวา แห่งพระราชบัญญัติคุณสมบัติมาตรฐานสำหรับกรรมการและพนักงาน รัฐวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๑๘ และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๕๓ และ (ฉบับที่ ๖) พ.ศ. ๒๕๕๐ ประกอบกับมติคณะกรรมการ ททท. ในการประชุมครั้งที่ ๕/๒๕๕๘ เมื่อวันที่ ๒๙ มิถุนายน ๒๕๕๘ จึงแต่งตั้งคณะอนุกรรมการพิจารณาผลตอบแทนของผู้ว่าการ ททท. ประกอบด้วย

๑. นายเฉลิมพร พิรุณสาร
ประธานอนุกรรมการ
๒. นายยุทธชัย สุนทรรัตนเวช
อนุกรรมการ
๓. นางศิริพร เหลืองนวล
อนุกรรมการ
๔. ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ททท.
เลขานุการ
๕. ผู้อำนวยการกองบริหารงานบุคคล ททท.
ผู้ช่วยเลขานุการ
๖. ผู้อำนวยการกองติดตามและประเมินผล ททท.
ผู้ช่วยเลขานุการ

มีหน้าที่

๑. ศึกษาและพิจารณากำหนดผลตอบแทนตำแหน่งผู้ว่าการ ททท. โดยให้เป็นไปตามกฎหมาย มติคณะรัฐมนตรี ข้อบังคับ ททท. ระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง
๒. จัดทำร่างสัญญาจ้างบริหารตำแหน่งผู้ว่าการ ททท. ตามความเหมาะสม โดยไม่ขัดต่อกฎหมาย มติคณะรัฐมนตรี ข้อบังคับ และระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง
๓. เชิญบุคคลภายนอกเข้าร่วมประชุมให้ข้อคิดเห็น พร้อมทั้ง ขอข้อมูลเอกสารเพื่อใช้ประกอบการพิจารณาได้ตามความเหมาะสม
๔. พิจารณาเสนอเรื่องอื่นที่อาจจะเกี่ยวข้องและจำเป็น ต่อการจ้างผู้ว่าการ ททท.
๕. รายงานผลการดำเนินงานให้คณะกรรมการ ททท. ทราบโดยเร็ว

หมายเหตุ: คณะกรรมการ ททท. ในการประชุมครั้งที่ ๖/๒๕๕๙ วันที่ ๒๗ มิถุนายน ๒๕๕๙ มีมติให้คณะกรรมการสรรหาผู้ว่าการ ททท. สิ้นสภาพลง เนื่องจาก ได้ปฏิบัติหน้าที่เสร็จสิ้นแล้ว

Structure, Power and Duties of Subcommittees and Committees Appointed by the TAT Board of Directors

1. TAT Governor Selection Committee

By virtue of Section 21 of the Tourism Authority of Thailand Act, B.E. 2522 (1979) and in conjunction with Section 8 quarter of the Standard Qualifications of State Enterprise Directors and Officials Act, B.E. 2518 (1975) and amendments therein, together with the resolution of the TAT Board of Directors at its meeting No. 4/2558 dated 25 March, 2015, the TAT Board of Directors Order No. 4/2557 dated 8 May, 2014, and No. 11/2557 dated 31 October, 2014, were repealed and replaced by the TAT Board of Directors Order No. 5/2558 dated 31 March, 2015, to appoint the TAT Governor Selection Committee with the following members:

1. Mr. Jarin Chakkaphak
Chairperson
2. Mr. Niphon Hakimi
Member
3. Mr. Veerathai Santiprabhob
Member
4. Mrs. Phornsiri Manoharn
Member
5. Mrs. Pankanitta Boonkrong
Member
6. Executive Director, Human Resources Department, TAT
Secretary

Duties:

To select the qualified candidate with relevant knowledge, competence and experiences for TAT Governor. The selected candidate must have the required qualifications and be free from any prohibitive attributes as stipulated in the Standard Qualifications of State Enterprise Directors and Officials Act, B.E. 2518 (1975) and amendments therein as well as the Tourism Authority of Thailand Act, B.E. 2522 (1979) and amendments therein. In consideration of transparency and accountability, once the qualified candidate is identified, the result shall be submitted to the TAT Board of Directors for consideration and appointment as the TAT Governor. In this regard, one or more qualified candidates could also be proposed for consideration.

Note: Upon completion of its designated assignment, the TAT Governor Selection Committee was dissolved in accordance with the resolution of the TAT Board of Directors at its meeting No. 6/2559 dated 27 June, 2016.

2. Subcommittee to Determine the Remuneration of the TAT Governor

By virtue of Section 21 of the Tourism Authority of Thailand Act, B.E. 2522 (1979) and in conjunction with Section 8 quarter of the Standard Qualifications of State Enterprise Directors and Officials Act, B.E. 2518 (1975) and amendments (No. 4), B.E. 2543 (2000) and (No. 6) B.E. 2550 (2007), and the resolution of the TAT Board of Directors at its meeting No. 5/2558 dated 29 June, 2015, the following members were appointed to the Subcommittee to Determine the Remuneration of the TAT Governor:

1. Mr. Chalermpon Phirunsarn
Chairperson
2. Mr. Yutthachai Soonthronrattanavate
Member
3. Mrs. Siriporn Luangnual
Member
4. Executive Director, Human Resources Department, TAT
Secretary
5. Director, Personnel Division, TAT
Assistant Secretary
6. Director, Monitoring and Evaluation Division, TAT
Assistant Secretary

Duties:

1. To study and determine the remuneration of the TAT Governor in compliance with the law, the Cabinet's resolutions, regulations and other practice guidelines relating to the TAT;
2. To have the employment contract for the TAT Governor properly prepared without contradiction to the law, the Cabinet's resolutions, regulations and other practice guidelines relating to the TAT;
3. To invite external parties as appropriate to join the meeting(s) and provide recommendation(s), information and documents for remuneration consideration;
4. To consider other matters that may be relevant and essential to employing the TAT Governor;
5. To promptly report the result of the designated assignment to the TAT Board of Directors.

Note: Upon completion of the designated assignment, the Subcommittee to Determine the Remuneration of the TAT Governor was dissolved in accordance with the resolution of the TAT Board of Directors at its meeting No. 6/2559 dated 27 June, 2016.

#เที่ยวไทยเก๋
#ช่วยกันดูแลแฮร์รี่ให้โลกรู้
#TourismThailand
#Thailand
#ChiangMai

"ดูด้วยตา ฟังด้วยหู
ทำด้วยมือ
เรียนรู้อากเหง้า
ของปู่ย่า"

๓. คณะอนุกรรมการกำหนดเกณฑ์และประเมินผลงานผู้ว่าการ ททท.

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๑ แห่งพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๒๒ คณะกรรมการ ททท. มีมติในการประชุมครั้งที่ ๑๑/๒๕๖๐ วันที่ ๒๐ ตุลาคม ๒๕๖๐ แต่งตั้งคณะอนุกรรมการกำหนดเกณฑ์และประเมินผลงานผู้ว่าการ ททท. ประกอบด้วย

๑. นายรินทร์ กัลยาณมิตร
ประธานอนุกรรมการ
๒. นายสุรัตน์ เมฆะวารกุล
อนุกรรมการ
๓. นางศิริรัตน์ เด่นนรพงษ์สาสุข
อนุกรรมการ
๔. นายธเนศ วรศรัณย์
อนุกรรมการ
๕. นางสาวธัญญา ปิยะเกียรติพิบูลย์
เลขานุการ

3. Subcommittee to Determine the Criteria for and Assessment of the TAT Governor's Performance

By virtue of the Tourism Authority of Thailand Act 21, B.E. 2522 (1979), the TAT Board of Directors at its meeting No. 11/2560 dated 20 October, 2017, appointed the Subcommittee to Determine the Criteria for and Assessment of the TAT Governor's Performance with the following members:

1. Mr. Narin Kalayanamit
Chairperson
2. Mr. Surat Mekavarakul
Member
3. Mrs. Sirirat Denvorapongsasuk
Member
4. Mr. Thanate Vorasaran
Member
5. Ms. Thapanee Kiatphaibool
Secretary

มีหน้าที่

๑. พิจารณาแผนดำเนินงานการท่องเที่ยวของผู้ว่าการ ททท. เพื่อกำหนดเกณฑ์และตัวชี้วัดการประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยอยู่บนพื้นฐานของการยอมรับระหว่างคณะกรรมการ ททท. และผู้ว่าการ ททท.

๒. ติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ว่าการ ททท. ตามกรอบระยะเวลาที่ระบุในสัญญาจ้าง และเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการ ททท.

๓. ปฏิบัติหน้าที่ที่เกี่ยวข้องตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการ ททท. และกระทรวงการคลัง

๔. คณะกรรมการตรวจสอบ ททท.

อาศัยอำนาจตามความในข้อ ๖ แห่งระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยคณะกรรมการตรวจสอบและหน่วยตรวจสอบภายในของรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๕๕ โดยคณะกรรมการ ททท. ได้มีคำสั่งที่ ๙/๒๕๕๘ ลงวันที่ ๘ กรกฎาคม ๒๕๕๘ แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ดังนี้

Duties:

1. To consider the TAT Governor's Tourism Operation Plan in order to have the evaluation criteria and performance indicators established based on the mutual agreement between the Board and the TAT Governor;
2. To monitor and assess the performance of the TAT Governor according to the specified timeline in the employment contract with the results submitted to the Board of Directors for consideration;
3. To perform any other duties as assigned by the TAT Board of Directors and the Ministry of Finance.

4. TAT Audit Committee

By virtue of Item No. 6 of the Ministry of Finance Rule on Audit Committee and Internal Audit Office of State Enterprises, B.E. 2555 (2012), the TAT Board of Directors in its resolution No. 9/2558 dated 8 July, 2015, appointed the following members to the TAT Audit Committee:

๑. นายนิพนธ์ ะกะมี
ประธานกรรมการ
๒. นางอังครัตน์ เปรียบจริยวัฒน์
กรรมการ
๓. นายนรินทร์ กัลยาณมิตร
กรรมการ
๔. ผู้อำนวยการสำนักตรวจสอบภายใน ททท.
เลขานุการ

มีหน้าที่

๑. จัดทำกฎบัตรว่าด้วยการตรวจสอบภายในของคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ให้สอดคล้องกับขอบเขตความรับผิดชอบในการดำเนินงานของ ททท. โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ ททท. และมีการสอบทานความเหมาะสมของกฎบัตรดังกล่าวอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง
๒. สอบทานประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกระบวนการควบคุมภายใน กระบวนการกำกับดูแลที่ดี และกระบวนการบริหารความเสี่ยง
๓. สอบทานให้ ททท. มีการรายงานทางการเงินอย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ
๔. สอบทานการดำเนินงานของ ททท. ให้ถูกต้องตามกฎหมายระเบียบ ข้อบังคับ วิธีปฏิบัติงาน มติคณะรัฐมนตรี ประกาศหรือคำสั่งที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของ ททท.
๕. สอบทานให้ ททท. มีระบบการตรวจสอบภายในที่ดี และพิจารณาความเป็นอิสระของสำนักตรวจสอบภายใน ททท.
๖. พิจารณารายการที่เกี่ยวข้องกันหรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ หรือมีโอกาสเกิดการทุจริตที่อาจมีผลกระทบต่อการปฏิบัติงานของ ททท.
๗. เสนอข้อแนะนำต่อคณะกรรมการ ททท. ในการพิจารณาแต่งตั้ง โยกย้าย เลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง และประเมินผลงานของผู้อำนวยการสำนักตรวจสอบภายใน ททท.
๘. ประสานงานเกี่ยวกับผลการตรวจสอบกับผู้สอบบัญชี และอาจเสนอแนะให้สอบทานหรือตรวจสอบรายการใดที่เห็นว่าจำเป็น รวมถึงเสนอคำตอบแทนของผู้สอบบัญชีต่อคณะกรรมการ ททท.
๙. รายงานผลการดำเนินงานเกี่ยวกับการตรวจสอบภายในของคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ต่อคณะกรรมการ ททท. อย่างน้อยไตรมาสละหนึ่งครั้งภายในหกสิบวัน นับแต่วันสิ้นสุดในแต่ละไตรมาส ยกเว้นรายงานผลการดำเนินงานในไตรมาสที่สี่ ให้จัดทำเป็นรายงานผลการดำเนินงานประจำปี พร้อมทั้งส่งรายงานดังกล่าวให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและกระทรวงการคลังเพื่อทราบภายในเก้าสิบวันนับแต่วันสิ้นปีบัญชีการเงินของ ททท.
๑๐. ประเมินผลการดำเนินงานเกี่ยวกับการตรวจสอบภายในของคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. อย่างน้อยปีบัญชีการเงินละหนึ่งครั้ง รวมทั้งรายงานผลการประเมิน ปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนแผนการปรับปรุงการดำเนินงานให้คณะกรรมการ ททท. ทราบ

๑๑. เปิดเผยแพร่รายงานผลการดำเนินงานประจำปีของคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. และคำตอบแทนของผู้สอบบัญชีในรายงานประจำปีของ ททท.
๑๒. ปฏิบัติงานอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดหรือคณะกรรมการ ททท. มอบหมาย

๕. คณะกรรมการกิจการสัมพันธ์ของ กกท.

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๙ วรรคหนึ่ง แห่งพระราชบัญญัติแรงงานรัฐวิสาหกิจสัมพันธ์ พ.ศ. ๒๕๔๓ ประกอบกับมติคณะกรรมการ ททท. ในการประชุมครั้งที่ ๑๐/๒๕๕๘ เมื่อวันที่ ๒๘ ตุลาคม ๒๕๕๘ คณะกรรมการ ททท. จึงแต่งตั้งประธานกรรมการแทนตำแหน่งที่ว่างลง และคำสั่งคณะกรรมการ ททท. ที่ ๕๙/๒๕๕๙ ลงวันที่ ๒๕ ธันวาคม ๒๕๕๙ จึงแต่งตั้งคณะกรรมการกิจการสัมพันธ์ของ ททท. ดังนี้

๑. นายชยพล ธิติศักดิ์
ประธานกรรมการ
๒. ผู้แทนฝ่ายนายจ้าง (ททท.)
จำนวน ๙ คน
๓. ผู้แทนฝ่ายลูกจ้าง (ททท.)
จำนวน ๙ คน

มีหน้าที่

- โดยให้คณะกรรมการดังกล่าวมีวาระในการดำรงตำแหน่ง ๒ ปี จนถึงวันที่ ๓๐ ตุลาคม ๒๕๕๙ ตามมาตรา ๒๐ และมีอำนาจหน้าที่และดำเนินการ ตามความในมาตรา ๒๓ แห่งพระราชบัญญัติแรงงานรัฐวิสาหกิจสัมพันธ์ พ.ศ. ๒๕๔๓ ดังนี้
๑. พิจารณาให้ความเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงประสิทธิภาพในการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ ตลอดจนส่งเสริมและพัฒนาแรงงานสัมพันธ์
 ๒. หาทางปรองดองและระงับข้อขัดแย้งในรัฐวิสาหกิจนั้น
 ๓. พิจารณาปรับปรุงระเบียบข้อบังคับในการทำงาน อันจะเป็นประโยชน์ต่อนายจ้าง ลูกจ้าง และรัฐวิสาหกิจนั้น
 ๔. ปรึกษาหารือเพื่อแก้ปัญหาตามคำร้องทุกข์ของลูกจ้างหรือสหภาพแรงงาน รวมถึงการร้องทุกข์เกี่ยวกับการลงโทษทางวินัย
 ๕. ปรึกษาหารือเพื่อพิจารณาปรับปรุงสภาพการจ้าง

๖. คณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๑ แห่งพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๒๒ คณะกรรมการ ททท. ได้มีมติในการประชุมครั้งที่ ๙/๒๕๖๐ เมื่อวันที่ ๒๓ สิงหาคม ๒๕๖๐

1. Mr. Nipon Hakimi
Chairperson
2. Mrs. Angkarat Priebjriwat
Member
3. Mr. Narin Kalayanamit
Member
4. Executive Director, Internal Audit Office, TAT
Secretary

Duties:

1. To prepare the TAT Internal Audit Charter for the TAT Audit Committee to ensure it was consistent with the scope of responsibilities in the TAT's operations. Approval of the charter resides with the TAT Board of Directors. The charter shall be reviewed for its suitability at least once a year;
2. To review the effectiveness and efficiency of the TAT's internal control, good corporate governance and risk management processes;
3. To review the accuracy and accountability of the TAT financial reporting;
4. To review and ensure that the TAT's operations are in compliance with the law, rules and regulations, practice guidelines, the Cabinet's resolutions, announcements or any other instructions relating to the TAT's operations;
5. To review and ensure that the TAT has a sound internal audit system and consider the independence of the TAT's Internal Audit Office;
6. To consider any connected or conflict-of-interest transaction(s) or fraud occurrence(s) that may affect the TAT's undertakings;
7. To make recommendations to the TAT Board of Directors on the consideration of appointment, transfer, promotion of rank and position and performance evaluation of the Executive Director of the TAT Internal Audit Office;
8. To coordinate with external auditors on audit results, verification or review of any item that requires attention, and make recommendation(s) on the auditor's remuneration to the TAT Board of Directors;
9. To report to the Board of Directors the performance of the TAT Audit Committee on a quarterly basis at the least and within 60 days following the end of each quarter, except for the fourth quarter, which was to be prepared as the Annual Performance Report and have it submitted to the Ministry of Tourism and Sports and the Ministry of Finance within 90 days as from the last day of the TAT's fiscal year;
10. To assess the performance of the TAT Audit Committee on the internal audit including problems and obstacles at least once every fiscal year, and have the assessment results along with its operation improvement plan submitted to the TAT Board of Directors;

11. To disclose the annual performance report of the TAT Audit Committee along with the remuneration of the auditors in the TAT Annual Report;
12. To perform any other duties as stipulated by law or those assigned by the TAT Board of Directors.

5. TAT's Relations Affairs Committee

By virtue of Section 19, paragraph 1, of the State Enterprise Labour Relations Act B.E. 2543 (2000) and in conjunction with the TAT Board of Directors' resolution at its meeting No. 10/2558 dated 28 October, 2015, a new Chairperson was appointed to fill the vacancy. Furthermore, according to the TAT Board of Directors' Order No. 59/2559 dated 25 December, 2016, the TAT's Relations Affairs Committee was appointed with the following members:

1. Mr. Chayabol Thitisak
Chairperson
2. Representatives of the Employer (TAT)
9 persons
3. Representatives of the Employees (TAT)
9 persons

Duties:

- Under Section 20, the Committee has a two-year term in office, which took effect until 30 October, 2016, and under Section 23 of the State Enterprise Labour Relations Act, B.E. 2543 (2000), has the power and duties to carry out the following tasks:
1. To make recommendations on efficiency improvement in the operation of the state enterprise, as well as labour relations promotion and development;
 2. To seek reconciliations for and restraints to labour conflicts in the state enterprise;
 3. To consider improving work-related rules and regulations for the benefits of both the Employer, Employees, and the state enterprise;
 4. To discuss and find solutions to the grievances raised by the employees or the Labour Union, including complaints of disciplinary action;
 5. To discuss the improvements of employment conditions.

6. Subcommittee on Good Corporate Governance and Social Responsibility

By virtue of Section 21 of the Tourism Authority of Thailand Act, B.E. 2522 (1979), and in conjunction with the resolutions of the TAT Board of Directors at its meeting No. 9/2560

แต่งตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย

๑. นายอิทธิฤทธิ์ กิ่งเล็ก
ประธานอนุกรรมการ
๒. นายวุฒิชัย เหลืองอมรเลิศ
อนุกรรมการ
๓. นายอภิชาติ อินทร์พงษ์พันธ์
อนุกรรมการ
๔. นายธเนศ วรศรีธัญญ์
อนุกรรมการ
๕. รองผู้อำนวยการด้านบริหาร ททท.
อนุกรรมการ
๖. ผู้อำนวยการฝ่ายวางแผน ททท.
อนุกรรมการ
๗. ผู้อำนวยการฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ททท.
อนุกรรมการ
๘. ผู้อำนวยการสำนักผู้ว่าการ ททท.
เลขานุการ
๙. ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมสินค้าการท่องเที่ยว ททท.
ผู้ช่วยเลขานุการ

มีหน้าที่

๑. กำหนดนโยบาย กลยุทธ์ เป้าหมาย และแผนการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม และสอดคล้องกับการดำเนินงานของ ททท.

๒. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคณะกรรมการ ผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงานของ ททท. ในกิจกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมทั้งส่งเสริมให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงานของ ททท. และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) มีส่วนร่วมในกิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างครบถ้วนและสม่ำเสมอ

๓. กำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามนโยบายและแผนการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

๔. ติดตามการดำเนินงานและรายงานผลการดำเนินงานรวมทั้งให้ข้อเสนอแนะด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ต่อคณะกรรมการ ททท. อย่างน้อยเป็นรายไตรมาส

๕. แต่งตั้งคณะทำงานเพื่อการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมได้ตามความเหมาะสม

๖. ดำเนินการอื่นใดเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการ ททท.

๗. คณะอนุกรรมการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในของ กกท.

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๑ แห่งพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๒๒ คณะกรรมการ ททท. ได้มีมติในการประชุมครั้งที่ ๑๑/๒๕๖๐ วันที่ ๒๐ ตุลาคม ๒๕๖๐ เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในของ ททท. และแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในของ ททท. ประกอบด้วย

dated 23 August, 2017, the Subcommittee on Good Corporate Governance and Social Responsibility was appointed with the following members:

1. Mr. Ittirith Kinglek
Chairperson
2. Mr. Wuthichai Luangamornlert
Member
3. Mr. Apichart Intharapongpan
Member
4. Mr. Thanate Vorasaran
Member
5. Deputy Governor for Administration, TAT
Member

6. Executive Director, Planning Department, TAT
Member
7. Executive Director, Advertising and Public Relations Department, TAT
Member
8. Executive Director, Office of the Governor, TAT
Secretary
9. Executive Director, Product Promotion Department, TAT
Assistant Secretary

Duties:

1. To determine policies, strategies, objectives and action plans on good corporate governance and social responsibility that are clear, concrete and consistent with the TAT's operations;
2. To promote the participation of the TAT Board of Directors, its executives and staff members in good corporate governance activities, and encourage the involvements of the TAT Board of Directors, its executives, staff members and stakeholders in social responsibility activities fully and regularly;
3. To ensure that the implementation of policies and action plans on good corporate governance and social responsibility is carried out with optimum efficiency and effectiveness;
4. To follow up and report its performances including recommendations on good corporate governance and social responsibility to the TAT Board of Directors at least once every quarter;
5. To appoint a working party to carry out good corporate governance and social responsibility activities as appropriate;
6. To perform any other duties relating to good corporate governance and social responsibility activities as assigned by the TAT Board of Directors.

7. Subcommittee on TAT's Risk Management and Internal Control

By virtue of Section 21 of the Tourism Authority of Thailand Act, B.E. 2522 (1979) and in conjunction with the resolutions of the TAT Board of Directors at its meeting No. 11/2560 dated 20 October, 2017, the Subcommittee on TAT's Risk Management and Internal Control was appointed with the following members:



๑. นายรินทร์ กัลยาณมิตร
ประธานอนุกรรมการ
๒. ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
อนุกรรมการ
๓. นายวุฒิชัย เหลืองอมรเลิศ
อนุกรรมการ
๔. รองผู้ว่าการด้านตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้ ททท.
อนุกรรมการ
๕. รองผู้ว่าการด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว ททท.
อนุกรรมการ
๖. รองผู้ว่าการด้านบริหาร ททท.
อนุกรรมการ
๗. รองผู้ว่าการด้านตลาดยุโรป แอฟริกา
ตะวันออกกลาง และอเมริกา ททท.
อนุกรรมการ
๘. รองผู้ว่าการด้านสื่อสารการตลาด ททท.
อนุกรรมการ
๙. รองผู้ว่าการด้านนโยบายและแผน ททท.
อนุกรรมการ
๑๐. รองผู้ว่าการด้านตลาดในประเทศ ททท.
อนุกรรมการ
๑๑. ผู้อำนวยการฝ่ายติดตามและบริหารความเสี่ยง ททท.
เลขานุการ
๑๒. ผู้อำนวยการกองบริหารความเสี่ยง ททท.
ผู้ช่วยเลขานุการ

มีหน้าที่

๑. กำหนดนโยบาย แนวทางการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในประจำปี
๒. กำกับ ดูแล และติดตามการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในประจำปี
๓. พิจารณาให้ความเห็นชอบแผนและคู่มือการบริหารความเสี่ยง และแผนการปรับปรุงการควบคุมภายใน
๔. รายงานผลการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในต่อคณะกรรมการ ททท.

๘. คณะอนุกรรมการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและระเบียบ ข้อบังคับ ททท.

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๑ แห่งพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๒๒ ประกอบกับมติคณะกรรมการ ททท. ในการประชุมครั้งที่ ๑๐/๒๕๕๖ เมื่อวันที่ ๒๘ ตุลาคม ๒๕๕๖ คณะกรรมการ ททท. จึงให้ยกเลิกคำสั่งคณะกรรมการ ททท. ที่ ๑๓/๒๕๕๑ ลงวันที่ ๙ ธันวาคม ๒๕๕๑ และคำสั่งคณะกรรมการ ททท. ที่ ๓/๒๕๕๔ ลงวันที่ ๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔

และแต่งตั้งคณะอนุกรรมการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ ททท. ประกอบด้วย

๑. นายนิพนธ์ สะกิมิ
ประธานอนุกรรมการ
๒. นางสาวชนนิต ศรีสวัสดิ์
อนุกรรมการ
๓. นายอภิวัฒน์ คงชาติ
อนุกรรมการ
๔. นายรติศ เอกอุษณีย์
อนุกรรมการ
๕. รองผู้ว่าการด้านบริหาร ททท.
อนุกรรมการ
๖. ผู้อำนวยการกองกฎหมายและระเบียบ ททท.
เลขานุการ
๗. หัวหน้างานข้อบังคับและระเบียบ ททท.
ผู้ช่วยเลขานุการ

มีหน้าที่

พิจารณากลับกรองการจัดทำ การปรับปรุงแก้ไขกฎหมายระเบียบ ข้อบังคับ ททท. เพื่อเสนอคณะกรรมการ ททท. พิจารณาต่อไป รวมทั้งปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการ ททท.

๙. คณะอนุกรรมการสนับสนุนประสิทธิภาพการดำเนินงานของคณะกรรมาการ ททท.

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๑ แห่งพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๒๒ คณะกรรมการ ททท. ได้มีมติในการประชุมครั้งที่ ๙/๒๕๕๓ เมื่อวันที่ ๒๙ กันยายน ๒๕๕๓ ครั้งที่ ๓/๒๕๕๔ เมื่อวันที่ ๓๐ มีนาคม ๒๕๕๔ ครั้งที่ ๗/๒๕๕๔ เมื่อวันที่ ๒๗ มิถุนายน ๒๕๕๔ และครั้งที่ ๗/๒๕๕๗ วันที่ ๒๙ ตุลาคม ๒๕๕๗ แต่งตั้งคณะอนุกรรมการสนับสนุนประสิทธิภาพการดำเนินงานของคณะกรรมการ ททท. ประกอบด้วย

๑. นายนิพนธ์ สะกิมิ
ประธานอนุกรรมการ
๒. พลเอก ภาณุวัชร นาควงษ์
อนุกรรมการ
๓. นายสุรัตน์ เมฆะวารกุล
อนุกรรมการ
๔. ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารทั่วไป ททท.
เลขานุการ
๕. ผู้อำนวยการกองกลาง ททท.
ผู้ช่วยเลขานุการ

1. Mr. Narin Kalayanamit
Chairperson
2. TAT Governor
Member
3. Mr. Wuthichai Luangamornlert
Member
4. Deputy Governor for International Marketing (Asia and South Pacific), TAT
Member
5. Deputy Governor for Tourism Products and Business, TAT
Member
6. Deputy Governor for Administration, TAT
Member
7. Deputy Governor for International Marketing (Europe, Africa, Middle East and Americas), TAT
Member
8. Deputy Governor for Marketing Communications, TAT
Member
9. Deputy Governor for Policy and Planning, TAT
Member
10. Deputy Governor for Domestic Marketing, TAT
Member
11. Executive Director, Monitoring and Risk Management Department, TAT
Secretary
12. Director, Risk Management Division, TAT
Assistant Secretary

Duties:

1. To determine the policy and approaches on annual risk management and internal control;
2. To regulate, supervise and monitor annual risk management and internal control;
3. To consider granting approval to the risk management plan and handbook, as well as the internal control improvement plan;
4. To report the results of risk management and internal control to the TAT Board of Directors.

8. Subcommittee on the Improvement and Revision of the TAT Law, Rules and Regulations

By virtue of Section 21 of the Tourism Authority of Thailand Act B.E. 2522 (1979), and in conjunction with the resolution of the TAT Board of Directors at its meeting No. 10/2556 dated 28 October, 2013, the TAT Board of Directors had its Orders No. 13/2551 dated 9 December, 2008, and No. 3/2554 dated 7 February, 2011, repealed and appointed

the Subcommittee on the Improvement and Revision of the TAT Law, Rules and Regulations with the following members:

1. Mr. Niphon Hakimi
Chairperson
2. Ms. Chomnaad Srisawasdi
Member
3. Mr. Apiwat Kongchatree
Member
4. Mr. Radit Aekusanee
Member
5. Deputy Governor for Administration, TAT
Member
6. Director, Legal Affairs and Regulations Division, TAT
Secretary
7. Chief, Rules and Regulations Section, TAT
Assistant Secretary

Duties:

The Subcommittee was to consider, screen and arrange for the improvement and revision of the TAT's law, rules and regulations and have them submitted to the TAT Board of Directors for consideration. It was also to perform other duties as assigned by the TAT Board of Directors.

9. Subcommittee on the TAT Board of Directors' Operation Efficiency Support

By virtue of Section 21 of the Tourism Authority of Thailand Act, B.E. 2522 (1979), and in conjunction with the resolutions of the TAT Board of Directors at its meetings No. 9/2553 dated 29 September, 2010, No. 3/2554 dated 30 March, 2011, No. 7/2554 dated 27 June, 2011 and No. 7/2557 dated 29 October, 2014, the Subcommittee on the TAT Board of Directors' Operation Efficiency Support was appointed with the following members:

1. Mr. Niphon Hakimi
Chairperson
2. Gen. Parnuvach Narkavong
Member
3. Mr. Surat Mekavarakul
Member
4. Executive Director, General Administration Department, TAT
Secretary
5. Director, General Affairs Division, TAT
Assistant Secretary

มีหน้าที่

พิจารณาตรวจสอบการดำเนินงานของคณะกรรมการ ททท. โดยกำหนดการประชุมหารือร่วมกันก่อนการประเมินตนเองของคณะกรรมการ ททท. เพื่อหาข้อบกพร่องและแนวทางการแก้ไขการดำเนินงานของคณะกรรมการ ททท. และเพื่อพัฒนาการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ ททท. ให้มีความสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพมากขึ้น

๑๐. คณะอนุกรรมการสนับสนุนการจัดทำแบรนด์แคมเปญด้านการท่องเที่ยวของ ททท.

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๑ แห่งพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๒๒ ประกอบกับมติคณะกรรมการ ททท. ในการประชุมครั้งที่ ๖/๒๕๕๘ วันที่ ๒๔ กรกฎาคม ๒๕๕๘ คณะกรรมการ ททท. จึงแต่งตั้งคณะอนุกรรมการสนับสนุนการจัดทำแบรนด์แคมเปญด้านการท่องเที่ยวของ ททท. ประกอบด้วย

๑. นางสาวศิริกุล เลากัยกุล
ประธานอนุกรรมการ
๒. นายวุฒิชัย ดวงรัตน์
อนุกรรมการ
๓. นายเสข วรรณเมธี
อนุกรรมการ
๔. นายยุทธชัย สุนทรรัตนเวช
อนุกรรมการ
๕. นายสุรัตน์ เมฆะวารกุล
อนุกรรมการ
๖. รองผู้อำนวยการด้านสื่อสารการตลาด ททท.
อนุกรรมการ
๗. รองผู้อำนวยการด้านนโยบายและแผน ททท.
อนุกรรมการ
๘. ผู้อำนวยการกองเผยแพร่โฆษณาต่างประเทศ ททท.
เลขาธิการ

มีหน้าที่

๑. ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และกำกับดูแล รวมทั้งสนับสนุนการจัดทำแบรนด์แคมเปญด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาประเทศของรัฐบาล เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและสามารถบูรณาการกับหน่วยงานอื่นได้
๒. ให้คำปรึกษาในการวางกรอบและนโยบายให้กับ ททท. เพื่อใช้สำหรับการจัดทำแบรนด์แคมเปญด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์การตลาดประจำปีและสถานการณ์ปัจจุบัน
๓. ดำเนินการอื่น ๆ ตามที่คณะกรรมการ ททท. มอบหมาย

๑๑. คณะทำงานเพิ่มมูลค่าทรัพย์สินของ ททท.

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๑ แห่งพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๒๒ คณะกรรมการ ททท. ในการประชุมครั้งที่ ๘/๒๕๕๙ วันที่ ๒๗ กรกฎาคม ๒๕๕๙ มีมติแต่งตั้งคณะทำงานเพิ่มมูลค่าทรัพย์สินของ ททท. ดังนี้

๑. นายสุรัตน์ เมฆะวารกุล
หัวหน้าคณะทำงาน
๒. นายอิทธิฤทธิ์ กิ่งเล็ก
คณะทำงาน
๓. นางศิริรัตน์ เด่นพรพงษ์สุข
คณะทำงาน
๔. พลเอก ภาณุวัชร นาควงษ์
คณะทำงาน
๕. นางอังครัตน์ เปรียบจรรย์วัฒน์
คณะทำงาน
๖. นางสาวศิริกุล เลากัยกุล
คณะทำงาน
๗. รองผู้อำนวยการด้านบริหาร ททท.
คณะทำงาน
๘. รองผู้อำนวยการด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว ททท.
คณะทำงาน
๙. ผู้อำนวยการฝ่ายลงทุนธุรกิจท่องเที่ยว ททท.
เลขานุการ
๑๐. ผู้อำนวยการกองแผนงานการลงทุน ททท.
ผู้ช่วยเลขานุการ

มีหน้าที่

๑. พิจารณาแนวทางในการเพิ่มมูลค่าทรัพย์สินของ ททท. โดยคัดเลือกและจัดลำดับความสำคัญตามความจำเป็นเร่งด่วนของทรัพย์สินของ ททท. ที่มีศักยภาพในการนำมาหาประโยชน์เพื่อก่อให้เกิดรายได้แก่ ททท. รวมทั้งพิจารณาแนวทางจัดสรรผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากทรัพย์สินของ ททท. เพื่อให้เป็นไปตามกฎหมาย ข้อบังคับและระเบียบ ททท. ที่เกี่ยวข้อง
๒. กำกับดูแล ติดตาม และประเมินผลการดำเนินการเพิ่มมูลค่าทรัพย์สินของ ททท. ให้เป็นไปตามแนวทางที่กำหนดไว้
๓. ดำเนินการอื่น ๆ ตามที่คณะกรรมการ ททท. มอบหมาย

Duties:

The Subcommittee was empowered to consider and examine the operation of the TAT Board of Directors with meetings arranged for joint discussion prior to the Board's self-assessment exercise in order to identify its shortcomings and formulate guidelines aimed at greater completeness and effectiveness of its operation.

10. Subcommittee on TAT's Tourism Campaign Brand-building Support

By virtue of Section 21 of the Tourism Authority of Thailand Act, B.E. 2522 (1979) in conjunction with the resolution of the TAT Board of Directors at its meeting No. 6/2558 dated 24 July, 2015, the Subcommittee on TAT's Tourism Campaign Brand-building Support was appointed with the following members:

1. Ms. Sirikul Laukaikul
Chairperson
2. Mr. Vuthichai Duangratana
Member
3. Mr. Sek Wannamethee
Member
4. Mr. Yutthachai Soonthronrattanavate
Member
5. Mr. Surat Mekavarakul
Member
6. Deputy Governor for Marketing Communications, TAT
Member
7. Deputy Governor for Policy and Planning, TAT
Member
8. Director International Advertising Publicity Division, TAT
Secretary

Duties:

1. To provide consultation and recommendations, regulate, supervise and support tourism campaign brand-building efforts to ensure, for optimum effectiveness, that they are consistent with the government's national development plans and favourable to integration with those of other agencies;
2. To provide consultation in the determination of the TAT's framework and policy for its tourism-campaign branding which is to be in line with its annual marketing strategy plan and current situation;
3. To perform other functions as assigned by the TAT Board of Directors.

11. TAT's Assets Value Working Committee

By virtue of Section 21 of the Tourism Authority of Thailand Act, B.E. 2522 (1979), and in conjunction with the resolution of the TAT Board of Directors at its meeting No. 8/2559 dated 27 July, 2016, the TAT's Assets Value Working Committee was appointed with the following members:

1. Mr. Surat Mekavarakul
Head
2. Mr. Ittirith Kinglek
Member
3. Mrs. Sirirat Denvorapongsasuk
Member
4. Gen. Parnuvach Narkavong
Member
5. Mrs. Angkarat Priebjivat
Member
6. Ms. Sirikul Laukaikul
Member
7. Deputy Governor for Administration, TAT
Member
8. Deputy Governor for Tourism Products and Business, TAT
Member
9. Executive Director, Tourism Investment Department, TAT
Secretary
10. Director, Investment Planning Division, TAT
Assistant Secretary

Duties:

1. To consider approaches for the TAT's assets value increase by selecting and prioritising those with potential based on their importance and necessity to ensure they benefit TAT's income-generation obligations. It is also to consider guidelines in the allocation of profits from those assets to make sure they comply with TAT-related law, rules and regulations;
2. To supervise, follow up and assess the operations relating to the TAT's assets value increase to ensure they followed the set guidelines;
3. To perform any other functions as assigned by the TAT Board of Directors.

นโยบายการกำหนดค่าตอบแทนของคณะกรรมการและอนุกรรมการ nnn.



พระราชกฤษฎีกาเบี้ยประชุมกรรมการ พ.ศ. ๒๕๔๗ มาตรา ๑๔ บัญญัติว่า “การประชุมของคณะกรรมการหรือคณะอนุกรรมการต้องมีกรรมการหรืออนุกรรมการร่วมประชุมอย่างน้อยกึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการหรืออนุกรรมการทั้งหมด จึงจะเป็นองค์ประชุมและมีสิทธิเบิกเบี้ยประชุมตามพระราชกฤษฎีกานี้ เว้นแต่บทบัญญัติแห่งกฎหมายประกาศพระบรมราชโองการหรือคำสั่งที่จัดให้มีคณะกรรมการหรือคณะอนุกรรมการนั้นจะกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น” ดังนั้น เพื่อให้การนับองค์ประชุมของคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการเป็นไปในทางเดียวกัน สอดคล้องกับการปฏิบัติราชการ กรณีแต่งตั้งกรรมการหรืออนุกรรมการโดยตำแหน่ง ถ้าผู้ดำรงตำแหน่งนั้นไม่อาจเข้าร่วมประชุมได้ และมอบหมายเป็นหนังสือให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเข้าประชุมแทน ผู้เข้าร่วมประชุมแทนตามที่ได้รับมอบหมายดังกล่าว ย่อมถือเป็นกรรมการหรืออนุกรรมการซึ่งปฏิบัติหน้าที่แทนผู้ดำรงตำแหน่งข้างต้น ให้นับองค์ประชุมและมีสิทธิได้รับเบี้ยประชุมกรรมการตามพระราชกฤษฎีกาเบี้ยประชุมกรรมการ พ.ศ. ๒๕๔๗ ด้วย

ททท. ได้กำหนดอัตราค่าตอบแทนและเบี้ยประชุมคณะกรรมการ ททท. และคณะกรรมการชุดย่อย/คณะอนุกรรมการ/คณะทำงานอื่น ในอัตราสูงสุดตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๒ กรกฎาคม ๒๕๕๖ ดังนี้

๑. ค่าตอบแทนรายเดือนคณะกรรมการ ททท.

๑.๑ ประธานกรรมการ	๑๖,๐๐๐	บาทต่อเดือน
๑.๒ กรรมการ	๘,๐๐๐	บาทต่อเดือน

หมายเหตุ: กรณีที่กรรมการดำรงตำแหน่งไม่เต็มเดือนให้จ่ายค่าตอบแทนรายเดือนตามสัดส่วนระยะเวลาการดำรงตำแหน่ง

๒. เบี้ยประชุมคณะกรรมการ ททท.

๒.๑ ประธานกรรมการ	๑๐,๐๐๐	บาทต่อครั้ง
(ประธานกรรมการได้รับเบี้ยประชุมสูงกว่ากรรมการร้อยละ ๒๕)		
๒.๒ กรรมการ	๘,๐๐๐	บาทต่อครั้ง
๒.๓ ผู้ช่วยเลขานุการ	๑,๐๐๐	บาทต่อครั้ง

หมายเหตุ: จ่ายเป็นรายครั้งเฉพาะกรรมการที่มาประชุมไม่เกิน ๑ ครั้งต่อเดือน

๓. เบี้ยประชุมคณะกรรมการชุดย่อย/ คณะอนุกรรมการ/ คณะทำงานอื่น

๓.๑ ประธานอนุกรรมการ		
- กรรมการ ททท.	๑๐,๐๐๐	บาทต่อครั้ง
- บุคคลภายนอก	๓,๗๕๐	บาทต่อครั้ง
๓.๒ รองประธานอนุกรรมการ		
- กรรมการ ททท.	๘,๐๐๐	บาทต่อครั้ง
- บุคคลภายนอก	๓,๓๗๕	บาทต่อครั้ง
๓.๓ อนุกรรมการ		
- กรรมการ ททท.	๘,๐๐๐	บาทต่อครั้ง
- บุคคลภายนอก	๓,๐๐๐	บาทต่อครั้ง
- บุคคลภายใน	๓,๐๐๐	บาทต่อครั้ง
(กรณีที่ เป็นคณะกรรมการชุดย่อย/คณะอนุกรรมการ/คณะทำงานอื่นที่แต่งตั้งโดยบทบัญญัติแห่งกฎหมาย เช่น คณะกรรมการกิจการสัมพันธ์)		

หมายเหตุ: กรรมการ ททท. ที่ได้รับแต่งตั้งเป็นอนุกรรมการมากกว่า ๑ คณะ ให้ได้รับเบี้ยประชุมคณะอนุกรรมการรวมแล้วไม่เกิน ๒ คณะ คณะละไม่เกิน ๑ ครั้งต่อเดือน

Remuneration Scheme for the TAT Board of Directors and Subcommittees

The Royal Decree of Meeting Allowance of Directors B.E. 2547 (2004), Section 14, states that “the meetings of the committee or subcommittee must have at least half of the total number of members of the committee or subcommittee present to form a quorum, whereby they will have the right to receive the meeting allowance according to the Decree, unless the legislation, the Royal Proclamation, or the Order to establish such committee or subcommittee states otherwise”. In the case that the ex officio appointed member of the committee or the subcommittee cannot attend the meeting and designates in writing any other person to act on his/her behalf, such proxy shall be considered in a quorum of such committee or subcommittee and therefore entitled to receive the meeting allowance according to this Decree.

The remuneration and meeting allowance determined by TAT for its Board of Directors/Board committees/subcommittees/other working groups according to the Cabinet Resolution dated 2 July, 2013, are as follows:

1. The monthly remuneration for the Board of Directors

1.1 Chairperson	16,000	Baht/Month
1.2 Member	8,000	Baht/Month

Note: In case a member has served on the Board less than one complete month, the remuneration to be paid will be proportionate to the period he/she has served on the Board.

2. The meeting allowance paid to the Board of Directors

2.1 Chairperson	10,000	Baht/Meeting
(The allowance received by the Chairperson is 25% higher than that paid to other Board members.)		
2.2 Member	8,000	Baht/Meeting
2.3 Assistant Secretary	1,000	Baht/Meeting

Note: The meeting allowance is paid per meeting, no more than once a month, to members who attend the meeting.

3. The meeting allowance paid to Board committees, subcommittees or other working groups

3.1 Chairperson		
- Member,	10,000	Baht/Meeting
TAT Board of Directors		
- Outsiders	3,750	Baht/Meeting

3.2 Deputy Chairperson

- Member,	9,000	Baht/Meeting
TAT Board of Directors		
- Outsiders	3,375	Baht/Meeting

3.3 Subcommittee Members

- Member,	8,000	Baht/Meeting
TAT Board of Directors		
- Outsiders	3,000	Baht/Meeting
- TAT staff members	3,000	Baht/Meeting
(For Board committees, subcommittees or other working groups as appointed by virtue of law; such as, the Relations Affairs Committee)		

Note: Any TAT Board Member, appointed by the TAT Board of Directors as a member of more than one subcommittee shall be entitled to receive the meeting allowance of no more than two subcommittees and no more than once a month per subcommittee.



#สรุปการเข้าประชุมของคณะกรรมการ กกท. ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๐

ลำดับ	รายนามคณะกรรมการ	คณะกรรมการ กกท.	คณะกรรมการสรรหาผู้ว่าราชการ กกท.	คณะกรรมการพิจารณาผลตอบแทนของผู้ว่าราชการ กกท.	คณะกรรมการกำหนดและประเมินผลงานผู้ว่าราชการ กกท.	คณะกรรมการตรวจสอบ กกท.	คณะกรรมการกิจการสัมพันธ์ของ กกท.	คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการรับผิดชอบต่อสังคม	คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและความปลอดภัยของ กกท.	คณะกรรมการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและระเบียบข้อบังคับของ กกท.	คณะกรรมการสนับสนุนประสิทธิภาพการทำงานของคณะกรรมการ กกท.	คณะกรรมการสนับสนุนการจัดทำแผนรณรงค์ด้านการท่องเที่ยวของ กกท.	คณะกรรมการดำเนินงานเพิ่มมูลค่าทรัพย์สินของ กกท.
		๐ ครั้ง	๐ ครั้ง	๐ ครั้ง	๔ ครั้ง	๒๑ ครั้ง	๘ ครั้ง	๔ ครั้ง	๔ ครั้ง	๔ ครั้ง	๔ ครั้ง	๑ ครั้ง	๔ ครั้ง
จำนวนครั้งการจัดประชุมตลอดปีงบประมาณ ๒๕๖๐													
๑	นายภคินท์ สารสิน												
๒	นายพงษ์ภาณุ เศวตรุนทร์												
๓	นายเสข วรรณเมธี										๑/๑		
๔	นางสาวบุษย์ สันติพิทักษ์												
๕	นายดรณ แสงฉาย												
	นายฤทธิเทพ ลิ้มลี												
	นายชยพล รัตติกัด						๗/๘						
๖	นายรินทร์ กัลยาณมิตร				๔/๔	๑๔/๒๑			๔/๔				
๗	นางสาวฟองพรรณ เจริญริยะพันธ์												
๘	นายนิพนธ์ ฐะกัณ	๐/๐				๒๐/๒๑			๓/๔				
๙	นายอิทธิฤทธิ์ กิ่งเล็ก							๔/๔					
๑๐	นางศิริรัตน์ ด้วนพรพงษ์สุข				๓/๔								
๑๑	นายอนุชชัย สุพรรณรัตน์		๐/๐										
๑๒	นายวุฒิชัย เหลืองอมรเลิศ							๒/๔					
๑๓	พลเอก ภาณุวัชร นาควงษ์												๗/๘
๑๔	นายสุรัตน์ เมฆะวารกุล				๔/๔						๓/๔	๑/๑	๘/๘
๑๕	นางอึ้งครรัตน์ เจริญบริรักษ์					๒๑/๒๑							๘/๘
๑๕	นายอนุชศักดิ์ สุภสร												๘/๘

หมายเหตุ: ตัวเลขในตาราง หมายถึง จำนวนครั้งที่เข้าประชุม/จำนวนครั้งที่มีการจัดประชุม ในช่วงเวลาที่คณะกรรมการ กกท. ได้ดำรงตำแหน่ง

#Summary of the Attendance of Members of the Board of Directors in the Fiscal Year 2017

No.	Name List of Committee Members	TAT Board of Directors	TAT Governor Selection Committee	Sub-committee to Determine the Remuneration of the TAT Governor	Sub-committee to Determine the Criteria for and Assessment of the TAT Governor's Performance	TAT Audit Committee	TAT's Relations Affairs Committee	Sub-committee on Good Corporate Governance and Social Responsibility	Sub-committee on TAT's Risk Management and Internal Control	Sub-committee on the Improvement and Revision of the TAT Law, Rules and Regulations	Sub-committee on the TAT Board of Directors' Operational Efficiency Support	Sub-committee on TAT's Tourism Campaign Brand-building Support	TAT's Assets Value Working Committee
1	Mr. Kalin Sarasin	13/13											
2	Mr. Pongpanu Svetarundra	11/13											
3	Mr. Sek Wannamethee	3/13										1/1	
4	Ms. Busadee Santipitaks	4/13											
5	Mr. Daroon Saengchai	0											
6	Mr. Krichthep Simlee	4/13											
7	Mr. Chayabol Thitisak	10/13				7/8							
8	Mr. Narin Kalayanamit	12/13		4/4	4/4	19/21			4/4				
9	Ms. Pongpun Gearaviriyapun	13/13											
10	Mr. Niphon Hakimi	12/13	0/0			20/21			9/9	4/4			4/8
11	Mr. Ittirith Kinglek	10/13						4/4					8/8
12	Mrs. Sirirat Denvorapongsak	11/13			3/4								
13	Mr. Yutthachai Soonthronrattanavate	3/13	0/0										
14	Mr. Wuthichai Luangamornlert	8/13					2/4				4/4		7/8
15	Gen. Parnuvach Narkavong	12/13											8/8
16	Mr. Surat Mekavarakul	11/13		4/4							3/4	1/1	8/8
17	Mrs. Angkarat Priebrivatt	13/13				21/21							8/8
18	Mr. Yuthasak Supasorn	13/13											8/8

Note: Numbers in the table refer to the number of attendance/the number when meetings were held during the tenure of the TAT Board of Directors

#สรุปค่าตอบแทนและค่าเบี้ยประชุมของคณะกรรมการ กกท. ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๐

ลำดับ	รายนามคณะกรรมการ	ค่าตอบแทนรายเดือน			ค่าเบี้ยประชุมคณะกรรมการ กกท. และคณะกรรมการ												รวม (บาท)		
		คณะกรรมการ กกท.	คณะกรรมการ ตรวจสอบ กกท.	คณะกรรมการ สรรหา ผู้ว่าการ กกท.	คณะกรรมการ รักษา หน้าที่และ ประเมิน ผลงาน ผู้ว่าการ กกท.	คณะกรรมการ พิจารณาค่า เงินรางวัล ของผู้ว่า กกท.	คณะกรรมการ กำหนด เกณฑ์และ ประเมิน ผลงาน ผู้ว่าการ กกท.	คณะกรรมการ ดำเนิน การ สัมพันธ์ ของ กกท.	คณะกรรมการ กำกับดูแล การก่อ และ รับผิดชอบต่อ สังคม	คณะกรรมการ คุ้มครอง ความ ปลอดภัย ของ กกท.	คณะกรรมการ ปรับปรุง กฎหมาย และระเบียบ ข้อบังคับ กกท.	คณะกรรมการ สนับสนุน การดำเนินงาน ของ คณะ กรรมการ กกท.	คณะกรรมการ สนับสนุน การจัดทำ แผน การดำเนินงาน ของ คณะ กรรมการ กกท.	คณะกรรมการ สนับสนุน การจัดทำ แผน การดำเนินงาน ของ คณะ กรรมการ กกท.	คณะกรรมการ สนับสนุน การจัดทำ แผน การดำเนินงาน ของ คณะ กรรมการ กกท.				
๑	นายกฤษี สารสิน	๑๒๐,๐๐๐		๑๖๖,๐๐๐															๓๑๒,๐๐๐
๒	นายพงษ์ภาณุ เศวตอุณหทัย	๗๖,๐๐๐		๑๒๖,๐๐๐															๑๖๖,๐๐๐
๓	นายเสว วรรณเมธี	๓๒,๐๐๐		๒๕๐,๐๐๐															๖๘,๐๐๐
๔	นางสาวบุญฉวี สันติพิทักษ์	๖๔,๐๐๐		๒๒๖,๐๐๐															๓๕๖,๐๐๐
๕	นายสุรทิน แสงฉาย	๒๔,๐๐๐		๐															๒๔,๐๐๐
๖	นายสุรทิน สันติทิพย์	๗๖,๐๐๐		๑๒๖,๐๐๐	๕๐,๐๐๐	๖๖,๕๐๐													๓๖๖,๐๐๐
๗	นางสาวพวงพรรณ เจริญชัยพันธ์	๗๖,๐๐๐		๑๒๖,๐๐๐															๓๖๖,๐๐๐
๘	นายนิพนธ์ ธีระกิจ	๗๖,๐๐๐		๑๒๖,๐๐๐	๐														๓๖๖,๐๐๐
๙	นายอภินันท์ กิ่งเล็ก	๗๖,๐๐๐		๑๒๖,๐๐๐															๓๖๖,๐๐๐
๑๐	นางศิริรัตน์ เตชะพรหมเสนา	๗๖,๐๐๐		๑๒๖,๐๐๐															๓๖๖,๐๐๐
๑๑	นายสุรทิน เตชะพรหมเสนา	๗๖,๐๐๐		๑๒๖,๐๐๐															๓๖๖,๐๐๐
๑๒	นายสุรทิน เตชะพรหมเสนา	๗๖,๐๐๐		๑๒๖,๐๐๐															๓๖๖,๐๐๐
๑๓	นายสุรทิน เตชะพรหมเสนา	๗๖,๐๐๐		๑๒๖,๐๐๐															๓๖๖,๐๐๐
๑๔	นางอภินันท์ เจริญชัยพันธ์	๗๖,๐๐๐		๑๒๖,๐๐๐															๓๖๖,๐๐๐
๑๕	นายสุรทิน เตชะพรหมเสนา	๗๖,๐๐๐		๑๒๖,๐๐๐															๓๖๖,๐๐๐
รวม (บาท)		๑,๕๖๖,๐๐๐	๓๑๒,๐๐๐	๑,๒๕๐,๐๐๐	๐	๐	๐	๕๐,๐๐๐	๕๐,๐๐๐	๕๐,๐๐๐	๕๐,๐๐๐	๕๐,๐๐๐	๕๐,๐๐๐	๕๐,๐๐๐	๕๐,๐๐๐	๕๐,๐๐๐	๕๐,๐๐๐	๕๐,๐๐๐	๕๐,๐๐๐

หมายเหตุ:

๑. คณะกรรมการ กกท. ได้รับค่าตอบแทนรายเดือนและค่าเบี้ยประชุม
๒. คณะกรรมการตรวจสอบ กกท. ได้รับเฉพาะค่าตอบแทนรายเดือน
๓. ค่าตอบแทนรายเดือนจะจ่ายเป็นรายจ่ายตามต้นเดือน เดือนละ ๑ ครั้ง ตลอดระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่ง กรณีที่กรรมการดำรงตำแหน่งไม่เต็มเดือนให้จ่ายค่าตอบแทนรายเดือนตามสัดส่วนระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่ง
๔. ค่าเบี้ยประชุมจะจ่ายเป็นรายครั้งต่อประชุมกรรมการที่มีไม่เกิน ๑ ชั่วโมงต่อเดือน
๕. กรรมการ กกท. ที่ได้รับการแต่งตั้งเป็นอนุกรรมการมากกว่า ๑ คณะ ให้ได้รับเบี้ยประชุมคณะกรรมการไม่เกิน ๒ คณะ และไม่เกิน ๑ ครั้งต่อเดือน

#Summary of the Remuneration of the TAT Board of Directors in the Fiscal Year 2017

No.	Name List of Committee Members	Meeting Allowance for Members of the TAT Board of Directors and Other Subcommittees											
		TAT Board of Directors	TAT Audit Committee Members	TAT Governor Selection Committee	Sub-committee to Determine the Remuneration of the TAT Governor	Sub-committee to Determine the Criteria for and Assessment of the TAT Governor's Performance	TAT's Relations Affairs Committee	Sub-committee on Good Corporate Governance and Social Responsibility	Sub-committee on Risk Management and Internal Control	Sub-committee on Improvement and Revision of the TAT's Law, Rules and Regulations	Sub-committee on the TAT Board of Directors' Operation Efficiency Support	Sub-committee on TAT's Tourism Campaign Brand-building Support	TAT's Assets Value Working Committee
1	Mr. Kalin Sarasin	120,000	192,000										312,000
2	Mr. Pongpanu Svetarundra	96,000	72,000										168,000
3	Mr. Sek Wannamethee	32,000	24,000							8,000			64,000
4	Ms. Busadee Santipitaks	64,000	32,000										96,000
5	Mr. Daroon Saengchai	24,000	0										24,000
6	Mr. Krichthep Simlee	72,000	32,000										104,000
7	Mr. Chayabol Thitsak	96,000	80,000			66,500							242,500
8	Mr. Narin Kalayanamit	96,000	88,000		40,000			40,000					360,000
9	Ms. Pongpun Gearavinyapun	96,000	96,000										192,000
10	Mr. Niphon Hakimi	96,000	96,000	0					70,000	30,000			412,000
11	Mr. Ittirth Kinglek	96,000	72,000					40,000					240,000
12	Mrs. Sirirat Denvorapongsak	96,000	80,000										176,000
13	Mr. Yutthachai Sornthronattanavate	24,000	24,000		0								48,000
14	Mr. Wuthichai Luangomolert	72,000	56,000						16,000	9,000			153,000
15	Gen. Panuvach Narkavong	96,000	88,000										184,000
16	Mr. Surat Mekavarakul	96,000	80,000			32,000				8,000			216,000
17	Mrs. Angkat Priebrivat	96,000	96,000										192,000
18	Mr. Yuthasak Supasorn	96,000	96,000										192,000
Total (Baht)		1,464,000	312,000	1,304,000	0	0	96,000	56,000	66,500	70,000	16,000	296,000	3,815,500

Note:

1. Remuneration and meeting allowance is paid to the TAT Board of Directors on a monthly basis.
2. Remuneration is paid to members of the TAT Audit Committee on a monthly basis.
3. Monthly allowance is paid once a month through the tenure period; in case a given director fails to work the full month, the monthly remuneration is paid proportionately to the period of the tenure.
4. Meeting allowance is paid on a meeting-by-meeting basis for those directors whose meeting attendance is limited to one meeting a month.
5. Any TAT Board member appointed as a member of more than 1 committee shall be entitled to receive the meeting allowance of only two committees a month.

ผลการดำเนินงานของคณะกรรมการ ททท. ในปีงบประมาณ ๒๕๖๐

#การดำเนินงานของคณะกรรมการ ททท.

คณะกรรมการ ททท. มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและนโยบายขององค์กร ตลอดจนมอบแนวทางการดำเนินงานให้ผู้บริหาร ททท. นำไปใช้ในการกำกับดูแล ให้มีการดำเนินการตามแผนและงบประมาณที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล นอกจากนี้ คณะกรรมการ ททท. ได้มีการดูแลติดตามผลการดำเนินงาน ทั้งระยะสั้นและระยะยาวที่สำคัญขององค์กรให้เป็นไปตามเป้าหมาย โดยจัดให้มีการรายงานผลความคืบหน้าของการดำเนินงาน เสนอในการประชุมคณะกรรมการ ททท. อย่างสม่ำเสมอ โดยในการประชุมคณะกรรมการ ททท. จะมีการกำหนดการประชุมและวาระการประชุมไว้ล่วงหน้า และจัดให้มีการประชุมทุกเดือน เดือนละ ๑ ครั้ง หรือตามความเหมาะสม ซึ่งส่วนใหญ่คณะกรรมการ ททท. ได้ให้ข้อเสนอแนะหรือข้อสังเกตที่สำคัญและเป็นประโยชน์ต่อองค์กร เพื่อให้การดำเนินงานของ ททท. มีประสิทธิภาพมากขึ้น ขณะเดียวกัน คณะกรรมการ ททท. ได้แต่งตั้งกรรมการ ททท. เป็นกรรมการและอนุกรรมการต่าง ๆ เพื่อกำกับดูแลการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ของ ททท. รวมทั้งมีการมอบหมายหรือแต่งตั้งอนุกรรมการหรือผู้แทนกรรมการทำหน้าที่กลั่นกรองแผนงานในเบื้องต้นก่อน นำเสนอคณะกรรมการ ททท. พิจารณา และมีการกำหนดผู้รับผิดชอบของคณะทำงานหรือคณะอนุกรรมการอย่างชัดเจน ทั้งนี้ ในปีงบประมาณ ๒๕๖๐ คณะกรรมการ ททท. มีการจัดการประชุมทั้งสิ้น ๑๓ ครั้ง มีการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

๑. อนุมัติให้ ททท. จัดสรรเงินรายได้คงเหลือ ณ วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๕๙
๒. ให้ความเห็นชอบกรอบทิศทางดำเนินงานและกรอบคำของงบประมาณแผนปฏิบัติการ ททท. ประจำปี ๒๕๖๑
๓. ให้ความเห็นชอบเกณฑ์การประเมินผลงานของผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๐ (วันที่ ๑ กันยายน ๒๕๕๙ ถึงวันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๐) และเกณฑ์การผ่านการประเมินผลงานและการจ่ายค่าตอบแทนผลงานผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี ๒๕๖๐
๔. อนุมัติการจ่ายเงินโบนัสตามผลการประเมินองค์กร ประจำปีบัญชี ๒๕๕๗
๕. อนุมัติให้ ททท. จำหน่ายหนี้สูญจากบัญชีลูกหนี้ บริษัท ไทยแลนด์ ดีวีดี พีรี ซีโอพี จำกัด ออกจากบัญชี
๖. ให้ความเห็นชอบ ร่างพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ฉบับที่...) พ.ศ. ...
๗. พิจารณาการประมวลผลการประเมินตนเองของ คณะกรรมการ ททท. ประจำปีบัญชี ๒๕๖๐ ในหกเดือนแรก (๑ ตุลาคม ๒๕๕๙ - ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๐)

๘. ให้ความเห็นชอบแนวทางการปรับปรุงองค์กร ตามข้อสังเกตหรือประเด็นปัญหาที่ได้จากการประเมินผลองค์กร ประจำปีบัญชี ๒๕๕๘
๙. ผลักดันให้ ททท. ดำเนินการจัดอบรมหลักสูตรการบริหารการท่องเที่ยวสำหรับผู้บริหารระดับสูง (Tourism Management Program for Executives: TME) ประจำปี ๒๕๖๐
๑๐. ให้ความเห็นชอบการปรับบัญชีโครงสร้างเงินเดือนและอัตราค่าจ้างของพนักงานและลูกจ้าง ททท. ใหม่ และการปรับอัตราเงินเดือนและค่าจ้างแรกบรรจุ รวมทั้งการปรับเงินเดือนและค่าจ้างชดเชยให้ผู้ที่ได้รับผลกระทบ
๑๑. พิจารณาแต่งตั้งประธานอนุกรรมการและอนุกรรมการในคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการแทนตำแหน่งที่ว่างลง
๑๒. ให้ความเห็นชอบการกำหนดทักษะ ความรู้ ความเชี่ยวชาญ (Skill Matrix) ของกรรมการ ททท.
๑๓. ให้ข้อเสนอแนะในการปรับเปลี่ยนรูปแบบของอนุสาร อ.ส.ท. ให้มีความทันสมัยและเข้าถึงกลุ่มผู้อ่านได้สะดวกยิ่งขึ้น
๑๔. สนับสนุนการจัดโครงการ “เที่ยวไทยเท่า” เพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ



Performance of the TAT Board of Directors in the Fiscal Year 2017

#Performance of the TAT Board of Directors

The TAT Board of Directors played a significant role in determining the organisation's directions and policies while giving operational guidelines for the TAT executives to adopt in regulating TAT's operation to ensure it was consistent with the set budget and plans in an efficient and effective manner. It also oversaw and monitored TAT's short-term and long-term operations, which were crucial to the goals of the organisation. The progress reports of these operations had been regularly presented to the meetings of the TAT Board of Directors. Meanwhile, meeting dates and agendas were set in advance and held on a monthly basis or called specifically as appropriate. At the meetings, the TAT Board of Directors normally made key recommendations and notable remarks to the benefit of the organisation, primarily to promote greater efficiency among all its operations. At the same time, it performed the duty of appointing Board members to various committees and subcommittees to oversee the different fields of TAT's operations. Accordingly, subcommittee members or representatives of the Board members were appointed or assigned to go through the TAT's operational plans prior to

submitting them to the Board for consideration. Thus, the persons responsible for the working groups or subcommittees were clearly designated. In the fiscal year 2017, the TAT Board of Directors held a total of 13 meetings that resulted in the following significant decisions:

1. Granted approval to the TAT's allocation the of the income balance as of 30 September, 2016;
2. Agreed to the TAT's frameworks of operating directions and action plan budget request for 2018;
3. Agreed to the performance assessment criteria for the TAT Governor for the fiscal year 2017 (1 September, 2016 - 30 September, 2017) and the criteria on a performance assessment pass and disbursement of remuneration to the TAT Governor for 2017;
4. Granted approval for disbursement of a bonus based on the assessment of the organisation's performance in the fiscal year 2014;
5. Granted approval for the TAT's write-off of debt from the Thailand Duty Free Shops Co., Ltd.'s account receivable;
6. Agreed to the draft of the Tourism Authority of Thailand Act (Edition...) B.E.;
7. Considered the compilation of the TAT Board of Directors' self-assessment for the first half of the fiscal year 2017 (1 October, 2016 - 31 March, 2017);
8. Agreed to the TAT's organisational improvement guidelines based on the observation or issues derived from the organisational assessment of the fiscal year 2015;
9. Prompted TAT to arrange the Tourism Management Programme for Executives (TME) for the year 2017;
10. Agreed to the adjustment of the structure of salaries and wages for TAT officials and employees and the adjustment of salary and wage rates for new officials and employees. Similar adjustment was also made in terms of remuneration for those affected;
11. Determined the appointment of chairpersons and members of the subcommittees in the committees and subcommittees in replacement for the posts left vacant;
12. Agreed to the Skills Matrix (skill, knowledge and expertise) for TAT directors;



๑๕. ให้ความเห็นชอบแนวทางการจัดทำแผนการบริหารจัดการท่าเรือเชียงแสนแห่งที่ ๑ จังหวัดเชียงรายเป็นท่าเรือท่องเที่ยว ตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๑๘ มกราคม ๒๕๕๔

๑๖. สนับสนุนการจัดโครงการ The Michelin Guide Bangkok

๑๗. สนับสนุนการจัดโครงการ Upcycling the Oceans, Thailand

๑๘. ให้ความเห็นชอบร่างข้อบังคับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่าด้วยการพัสดุ (ฉบับที่...) พ.ศ. ...

๑๙. ให้ความเห็นชอบทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวและแผนกลยุทธ์ของ ททท. ปี ๒๕๖๑ เพื่อนำไปใช้ในการจัดทำแผนปฏิบัติการ ททท. ปี ๒๕๖๑

๒๐. ให้ความเห็นชอบร่างระเบียบการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่าด้วยเงินยืมทตรง พ.ศ. ...

๒๑. ให้ความเห็นชอบร่างข้อบังคับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปปฏิบัติงานในประเทศไทย พ.ศ.

๒๒. ให้ความเห็นชอบร่างตัวชี้วัดและข้อมูลประกอบการจัดทำบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำปีบัญชี ๒๕๖๑

๒๓. ให้ความเห็นชอบแนวทางการบริหารจัดการสนามกอล์ฟบางพระ จังหวัดชลบุรี ภายหลังวันที่ ๑๒ ตุลาคม ๒๕๖๐

๒๔. ให้ความเห็นชอบแผนปฏิบัติการ ททท. ปี ๒๕๖๑

๒๕. ให้ความเห็นชอบกรอบทิศทางการดำเนินงานและกรอบคำของบประมาณแผนปฏิบัติการ ททท. ประจำปี ๒๕๖๒

๒๖. ให้ความเห็นชอบร่างข้อบังคับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปปฏิบัติงานในต่างประเทศ พ.ศ.

#การพัฒนาตนเองของคณะกรรมการ ททท.

คณะกรรมการ ททท. ได้มีการพัฒนาตนเอง โดยจัดให้มีการประเมินผลตนเองของคณะกรรมการ ททท. จำนวน ๒ ครั้ง และมีการรายงานผลการประเมินให้คณะกรรมการรับทราบ พร้อมทั้งคณะกรรมการได้มีการอภิปรายร่วมกันในที่ประชุม และกำหนดแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการให้เกิดประสิทธิผลยิ่งขึ้น โดยคณะกรรมการสนับสนุนประสิทธิภาพการดำเนินงานของคณะกรรมการ ททท. ได้กำหนดโครงการเสริมสร้างประสิทธิภาพการกำกับดูแลการบริหารจัดการองค์กร ปี ๒๕๖๐ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และวิสัยทัศน์ด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยในบทบาทสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนให้กับคณะกรรมการ ททท. และเพื่อให้กรรมการได้รับทราบข้อมูลปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาด้านการให้บริการการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายและการให้ข้อเสนอแนะเพื่อกำกับดูแลองค์กรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกำหนดจัดโครงการฯ เดินทางในพื้นที่ต่างประเทศ จำนวน ๑ เส้นทาง คือ เส้นทางศึกษาแนวทางการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ: สาธารณรัฐอินเดีย (แคชเมียร์-ศรีนาคา)

นอกจากนี้ คณะกรรมการ ททท. ยังได้เข้าร่วมกิจกรรมที่ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในองค์กรและงานส่งเสริมการขายสินค้าทางการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ เช่น งานเทศกาลเที่ยวเมืองไทยปี ๒๕๖๐ งาน World Travel Market (WTM) 2016 ณ สหราชอาณาจักร งาน Internationale Tourismus-Börse (ITB) 2017 ณ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี งาน Arabian Travel Mart (ATM) 2017 เป็นต้น รวมถึงได้เข้าร่วมกิจกรรมที่ส่งเสริมความรู้ความสามารถของคณะกรรมการ ได้แก่ การเข้ารับการอบรมหลักสูตร "การกำกับดูแลกิจการสำหรับกรรมการและผู้บริหารระดับสูงของรัฐวิสาหกิจและองค์กรมหาชน" ของสถาบันพัฒนากรรมการและผู้บริหารระดับสูงภาครัฐ

13. Recommended changes to the format of the O So Tho magazine to make it modern and more accessible to target readers;

14. Supported the "Thiao Thai The" campaign to promote domestic tourism;

15. Agreed to the draft guidelines for the Chiang Saen Port 1 Management Plan in Chiang Rai to designate it as a tourist port in accordance with the Cabinet Resolution dated 18 January, 2011;

16. Supported the Michelin Guide Bangkok initiative;

17. Supported the Upcycling the Oceans, Thailand project;

18. Agreed to the draft of the Tourism Authority of Thailand Regulation on Procurement and Supplies on the TAT (Edition...) B.E.;

19. Granted approval to the TAT tourism promotion directions and strategy 2018 to be used in preparation for the TAT Operational Plan for 2018;

20. Agreed to the draft of the TAT Advance Payment Regulations, B.E.;

21. Agreed to the draft of the TAT Regulations on Domestic On-duty Travel Allowance, B.E.;

22. Agreed to the draft of KPI and information for the establishment of memorandum of TAT's Performance Assessment for the fiscal year 2018;

23. Agreed to the Management Guidelines for Bangpra Golf International Co., Ltd., Chon Buri after 12 October, 2017;

24. Agreed to the TAT Operational Plan 2018;

25. Agreed to the framework for TAT operational directions and operating budget plan request for the fiscal year 2019;

26. Agreed to the TAT Regulations on Overseas On-duty Travel Allowance B.E.

#TAT Board of Directors' Self Development

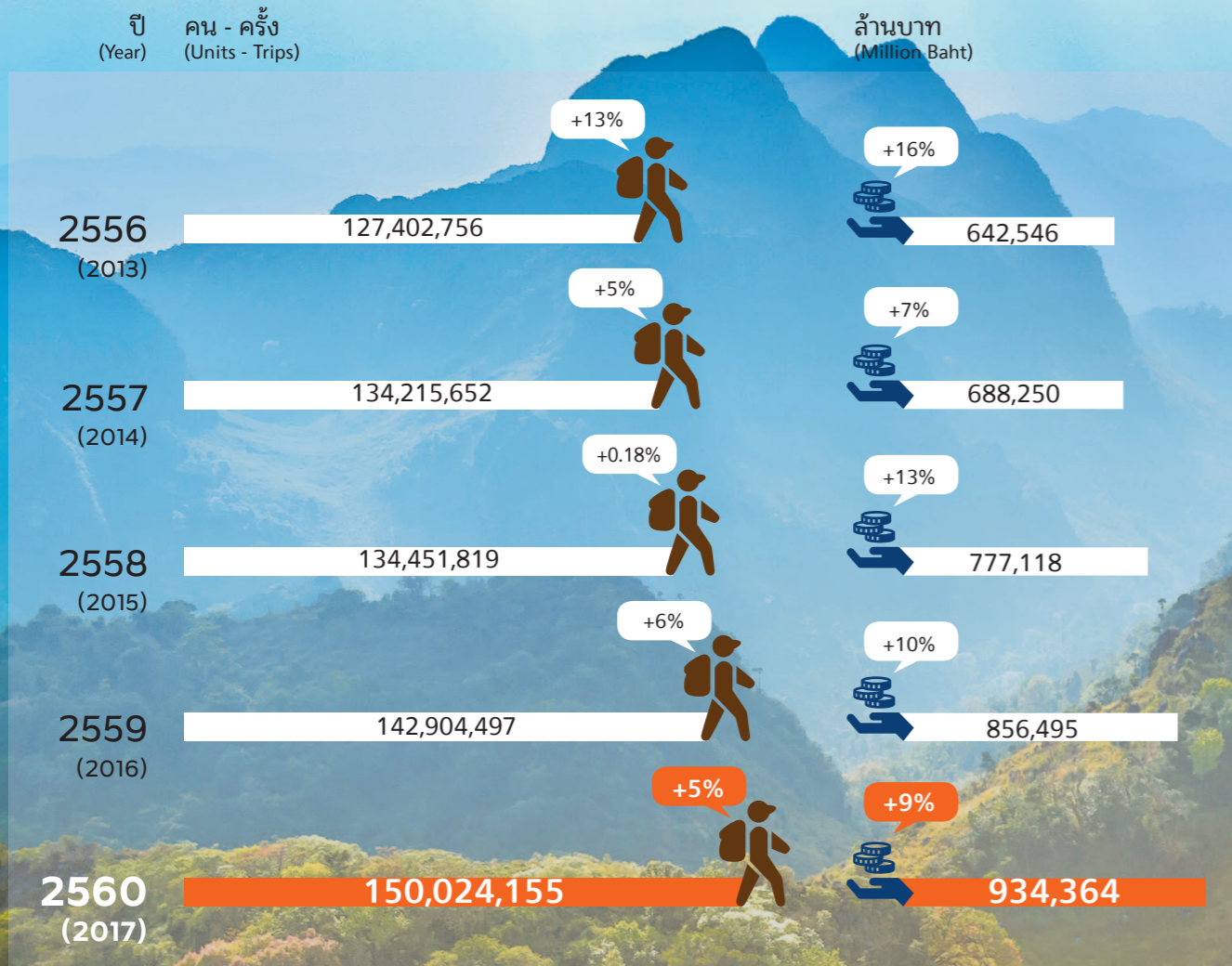
The TAT Board of Directors underwent self-development activities with two ensuing self-assessment sessions; the results were subsequently reported to the Board's attention. Joint discussions to formulate guidelines also took place at its meetings to enable it to carry out its mandate more effectively. Accordingly, the Subcommittee on the TAT Board of Directors' Operation Efficiency Support introduced the Efficiency Enhancement Programme in Organisational Management and Supervision 2017 to help broaden and boost their knowledge and vision in the country's tourism industry given that Thailand is an AEC member country. In addition, Board members were kept abreast of problem-related information and solution guidelines for tourism services, which would enable them to formulate policies and make recommendations for effective organisational regulations. The Kashmir-Srinagar route in the Republic of India was the one overseas route chosen as the study route dedicated to marketing promotion initiatives for quality tourists.

Members of the TAT Board of Directors also joined such activities as the Thailand Tourism Festival 2017, the World Travel Market (WTM) 2016 in the United Kingdom and the Internationale Tourismus-Börse (ITB) 2017 in the Federal Republic of Germany to help advance their organisational knowledge and understanding of promotional events both at home and abroad. In addition, they also underwent management training in the "Corporate Governance Course for Directors and Senior Executives of State Enterprises and Public Organisations" by the Public Director Institute (PDI).

ตลาดในประเทศ/Domestic Markets

#รายได้และจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทย ปี 2556 - 2560 #Income and Number of Thai Tourists (2013 - 2017)

หมายเหตุ: ข้อมูลปีงบประมาณ 2560 เป็นข้อมูลเบื้องต้นจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
Note: Primary Information from Ministry of Tourism and Sports, fiscal year 2017



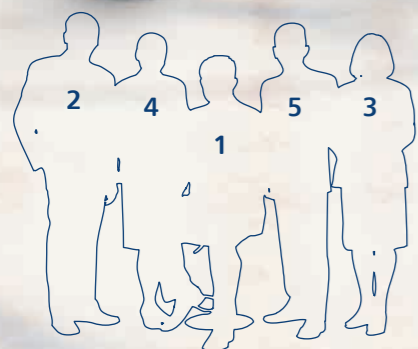
"หลงลึกแบบอนุรักษณ์
เรียนรู้ด้วยใจรัก"

จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทย (คน - ครั้ง)
Number of Thai Tourists (Units - Trips)

รายได้ (ล้านบาท)
Income (Million Baht)

#TourismThailand
#AmazingThailand

คณะผู้บริหาร nnn. TAT Executives



๑. นายยุทธศักดิ์ สุภสร ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

อายุ ๕๑ ปี

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ กันยายน ๒๕๕๘
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๓๑ สิงหาคม ๒๕๖๒

ประวัติการศึกษา:

- Doctoral Program of the School of Economics (Major: Economics), Keio University, Japan.
- Master's Program, Economics Policy (Economic Policy), Keio University, Japan.
- เศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาปริมาณวิเคราะห์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการทำงานที่สำคัญ:

- ปี ๒๕๕๘ รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่และปฏิบัติหน้าที่ด้านการเงิน บริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน)
- ปี ๒๕๕๖ - ๒๕๕๗ ที่ปรึกษา ศูนย์พัฒนาภูมิภาค สถาบันส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการระบบราชการ (ก.พ.ร.)
- ปี ๒๕๕๒ - ๒๕๕๕ ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) กระทรวงอุตสาหกรรม
- ปี ๒๕๕๐ - ๒๕๕๒ ผู้อำนวยการสถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม
- ปี ๒๕๔๗ - ๒๕๔๙ รองผู้อำนวยการสถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม
- ปี ๒๕๔๕ - ๒๕๔๗ เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- ปี ๒๕๓๙ - ๒๕๔๕ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการลงทุน สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

#หน่วยงานขึ้นตรงกับผู้ว่าการ

๒. นายจรัญ อับมี ที่ปรึกษา ๑๐

อายุ ๕๘ ปี

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๘
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐

ประวัติการศึกษา:

- พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- เศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาการคลัง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ประวัติการทำงานที่สำคัญ:

- ๙ ตุลาคม ๒๕๕๗ ผู้อำนวยการฝ่ายวางแผน
- ๒ ตุลาคม ๒๕๕๖ ผู้อำนวยการฝ่ายลงทุนธุรกิจท่องเที่ยว
- ๑ สิงหาคม ๒๕๕๔ ผู้อำนวยการกองแผนนโยบาย

๓. นางสาวบุญศรี ทองหยิบ ผู้อำนวยการสำนักตรวจสอบภายใน

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๙
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐

๔. นางสาวอังคณา พุ่มพกา ที่ปรึกษา ๙

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๙
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐

๕. นายศิริปรภณ์ เชี่ยวสมุท ผู้อำนวยการสำนักผู้ว่าการ

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๙
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐

1. Mr. Yuthasak Supasorn Governor

Age 51 years

(Serving period: 1 September, 2015 - 31 August, 2019)

Educational Background:

- Doctoral Program of the School of Economics (Major: Economics), Keio University, Japan.
- Master's Program, Economics Policy (Economic Policy), Keio University, Japan.
- Bachelor of Economics (Quantitative Economics), Chulalongkorn University.

Work Experience:

- 2015 Executive Vice President and Chief Financial Officer, MCOT Public Company Limited.
- 2013 - 2014 Advisor, Regional Development Centre, Institute for Good Governance Promotion, Office of the Public Sector Development Commission (OPDC).
- 2009 - 2012 Director General, Office of Small and Medium Enterprises Promotion (OSMEP), Ministry of Industry.
- 2007 - 2009 President, National Food Institute (NFI), Ministry of Industry.
- 2004 - 2006 Executive Vice President, National Food Institute (NFI), Ministry of Industry.
- 2002 - 2004 Plan and Policy Analyst, Office of the National Economic and Social Development Board.
- 1996 - 2002 Investment Promotion Officer, Office of the Board of Investment.

#Offices under the Governor

2. Mr. Charun Ohnmee Advisor 10

Age 58 years

(1 October, 2015 - 1 October, 2017)

Educational Background:

- Master of Economics (Development Economics), National Institute of Development Administration (NIDA).
- Bachelor of Economics (Treasury), Thammasat University.

Work Experience:

- 9 October, 2014 Executive Director, Planning Department.
- 2 October, 2013 Executive Director, Tourism Investment Department.
- 1 August, 2011 Director, Policy Planning Division.

3. Miss Boonsri Thongyib Executive Director, Internal Audit Office (1 October, 2016 - 1 October, 2017)

4. Miss Aungkana Pumpaka Advisor 9 (1 October, 2016 - 1 October, 2017)

5. Mr. Siripakorn Cheawsamoot Executive Director, Office of the Governor (1 October, 2016 - 1 October, 2017)

#ด้านตลาดยุโรป แอฟริกา ตะวันออกกลาง และอเมริกา

๑. นายเรนควร์ เพชรสุวรรณ อายุ ๕๕ ปี
รองผู้อำนวยการด้านตลาดยุโรป แอฟริกา ตะวันออกกลาง
และอเมริกา

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๙

วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐

ประวัติการศึกษา:

- นิเทศศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ประวัติการทำงานที่สำคัญ:

- ๑ ตุลาคม ๒๕๕๖ ผู้อำนวยการภูมิภาคยุโรป แอฟริกา และตะวันออกกลาง
- ๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๓ ผู้อำนวยการกองตลาดยุโรป แอฟริกา และตะวันออกกลาง
- ๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๙ ผู้อำนวยการ ททท. สำนักงานลอนดอน

๒. นางภัทรพร สิกธีรวิช
ผู้อำนวยการภูมิภาคยุโรป แอฟริกา และตะวันออกกลาง

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๙

วันที่พ้นตำแหน่ง: -

๓. นางสาวจิตติมา สุขพลิน

ผู้อำนวยการภูมิภาคอเมริกา

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๙

วันที่พ้นตำแหน่ง: -

#International Marketing (Europe, Africa, Middle East and Americas)

1. Mr. Tanes Petsuwan Age 54 years
Deputy Governor for International Marketing
(Europe, Africa, Middle East and Americas)

(1 October, 2016 - 1 October, 2017)

Educational Background:

- Bachelor of Communication Arts, Bangkok University.

Work Experience:

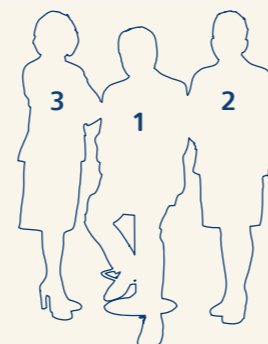
- 1 October, 2013 Executive Director, Europe, Africa and Middle East Region.
- 1 February, 2010 Director, Europe, Africa and Middle East Market Division.
- 1 February, 2006 Director, TAT London Office.

2. Mrs. Pataraporn Sithivanich
Executive Director, Europe, Africa and Middle East
Region

(1 October, 2016 - Present)

3. Miss Jittima Sukpalin
Executive Director, The Americas Region

(1 October, 2016 - Present)





#ด้านสื่อสารการตลาด

๑. นายจกกันต์ ภูษธร ณ ออยุธยา
รองผู้อำนวยการด้านสื่อสารการตลาด

อายุ ๕๔ ปี

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๙

วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐

ประวัติการศึกษา:

- Master of Arts, Boston University
- รัฐศาสตรบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการทำงานที่สำคัญ:

- ๙ ตุลาคม ๒๕๕๗ ผู้อำนวยการฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์
- ๑ ตุลาคม ๒๕๕๖ ผู้อำนวยการฝ่ายติดตามและบริหารความเสี่ยง
- ๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๕ ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ

๒. นายกฤษณะ แก้วธำรงค์
ผู้อำนวยการฝ่ายบริการการตลาด

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ พฤศจิกายน ๒๕๕๘

วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐

๓. นางสาวสุปราณี ป้องปัด

ผู้อำนวยการฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๙

วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐

#Marketing Communications

1. Mr. Chattan Kunjara Na Ayudhya

Age 54 years

Deputy Governor for Marketing Communications

(1 October, 2016 - 1 October, 2017)

Educational Background:

- Master of Arts, Boston University.
- Bachelor of Arts (Political Science), Chulalongkorn University.

Work Experience:

- 9 October, 2014 Executive Director, Advertising and Public Relations Department.
- 1 October, 2013 Executive Director, Monitoring and Risk Management Department.
- 1 February, 2012 Director, International Public Relations Division.

2. Mr. Kitsana Kaewtumrong

Executive Director, Marketing Services Department

(1 November, 2015 - 1 October, 2017)

3. Miss Supranee Pongpat

Executive Director, Advertising and Public Relations Department

(1 October, 2016 - 1 October, 2017)



#ด้านบริหาร

๑. นางสมรค์ คำพุท

รองผู้อำนวยการด้านบริหาร

อายุ ๖๐ ปี

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๖

วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐

ประวัติการศึกษา:

- รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารจัดการสาธารณะ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- นิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- บัญชีบัณฑิต สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ประวัติการทำงานที่สำคัญ:

- ๑ ตุลาคม ๒๕๕๓ ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารทั่วไป
- ๑ ตุลาคม ๒๕๕๒ ผู้อำนวยการกองงบประมาณ
- ๑ กรกฎาคม ๒๕๕๖ ผู้อำนวยการกองบริหารจัดการซื้อจัดจ้าง

๒. นายชนะ ชัยชนะโยธินวัชร

ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและงบประมาณ

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ พฤศจิกายน ๒๕๕๘

วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐

๓. นายบัญญัติ กาฬสุวรรณ

ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารทั่วไป

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๖

วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐

๔. นางสาวสุกัญญา สิริกาญจนากุล

ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ พฤศจิกายน ๒๕๕๘

วันที่พ้นตำแหน่ง: -

๕. นางสุนีย์ อภิชาติกุลชัย

ผู้อำนวยการฝ่ายการเงิน

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ พฤศจิกายน ๒๕๕๘

วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐

#Administration

1. Mrs. Somrak Kumputch

Age 60 years

Deputy Governor for Administration

(1 October, 2013 - 1 October, 2017)

Educational Background:

- Master of Arts (Public Affairs), Thammasat University.
- Bachelor of Laws, Thammasat University.
- Bachelor of Accountancy, University of the Thai Chamber of Commerce.

Work Experience:

- 1 October, 2010 Executive Director, General Administration Department.
- 1 October, 2009 Director, Budget Analysis Division.
- 1 July, 2003 Director, Procurement and Supply Management Division.

2. Mr. Chana Chaichanayotinvatthara

Executive Director, Budget and Accounting Department

(1 November, 2015 - 1 October, 2017)

3. Mr. Banyat Kalasuwan

Executive Director, General Administration Department

(1 October, 2013 - 1 October, 2017)

4. Miss Sukanya Sirikanjanakul

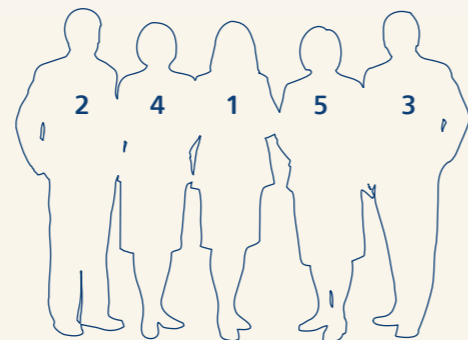
Executive Director, Human Resources Department

(1 November, 2015 - Present)

5. Mrs. Sune Apichartkulchai

Executive Director, Finance Department

(1 November, 2015 - 1 October, 2017)





#ด้านนโยบายและแผน

๑. นายสันติ ชูดิษฐา
รองผู้ว่าการด้านนโยบายและแผน
วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๙ ตุลาคม ๒๕๕๗
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐

อายุ ๖๐ ปี

๒. นางน้ำฝน บุญยะวัฒน์
ผู้อำนวยการฝ่ายวางแผน
วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ พฤศจิกายน ๒๕๕๘
วันที่พ้นตำแหน่ง: -

ประวัติการศึกษา:

- การวางแผนภาคและเมืองมหบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนภาค
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อักษรศาสตรบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการทำงานที่สำคัญ:

- ๑ ตุลาคม ๒๕๕๖ ผู้อำนวยการภูมิภาคภาคตะวันออก
- ๑ ตุลาคม ๒๕๕๔ ผู้อำนวยการฝ่ายวางแผน
- ๑ สิงหาคม ๒๕๕๑ ผู้อำนวยการกองตลาดอเมริกา

๓. นางสาวจุฑาทิพย์ เจริญลาภ
ผู้อำนวยการฝ่ายติดตามและบริหารความเสี่ยง
วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙
วันที่พ้นตำแหน่ง: -

๔. นางสาวเพลินพิศ หมื่นพล
ผู้อำนวยการสำนักเทคโนโลยีสารสนเทศ
วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๙
วันที่พ้นตำแหน่ง: -

#Policy and Planning

1. Mr. Santi Chudintra Age 60 years
Deputy Governor for Policy and Planning
(9 October, 2014 - 1 October, 2017)

Educational Background:

- Master of Urban and Regional Planning (Regional Planning),
Chulalongkorn University.
- Bachelor of Arts, Faculty of Arts, Chulalongkorn University.

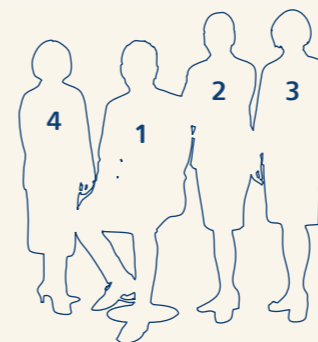
Work Experience:

- 1 October, 2013 Executive Director, Eastern Region.
- 1 October, 2011 Executive Director, Planning Department.
- 1 August, 2008 Director, The Americas Market Division.

2. Mrs. Numfhon Boonyawat
Executive Director, Planning Department
(1 November, 2015 - Present)

3. Miss Chutathip Chareonlarp
Executive Director, Monitoring and Risk Management
Department
(1 February, 2016 - Present)

4. Miss Plernpit Muenpon
Executive Director, Information Technology Office
(1 October, 2016 - Present)



#ด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว

๑. นายบพดล ภาคพรต

อายุ ๕๗ ปี

รองผู้ว่าการด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๙

วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐

ประวัติการศึกษา:

- การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- การศึกษาระดับบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติการทำงานที่สำคัญ:

- ๑ ตุลาคม ๒๕๕๖ ผู้อำนวยการฝ่ายกิจกรรม
- ๑ พฤศจิกายน ๒๕๕๓ ผู้อำนวยการกองส่งเสริมกิจกรรม
- ๑๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๑ ผู้อำนวยการกองส่งเสริมการบริการท่องเที่ยว

๒. นายกรวิทย์ วงศ์ประเสริฐ

ผู้อำนวยการฝ่ายลงทุนธุรกิจท่องเที่ยว

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๙

วันที่พ้นตำแหน่ง: -

๓. นางสาวฐาปณีย์ เกียรติไพบูลย์

ผู้อำนวยการฝ่ายกิจกรรม

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๙

วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐

๔. นายนิธิร์ สีแพร

ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมสินค้าการท่องเที่ยว

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๙

วันที่พ้นตำแหน่ง: -

#Tourism Products and Business

1. Mr. Noppadon Pakprot

Age 57 years

Deputy Governor for Tourism Products and Business

(1 October, 2016 - 1 October, 2017)

Educational Background:

- Master of Urban and Regional Planning, Chulalongkorn University.
- Bachelor of Education, Srinakharinwirot University.

Work Experiences:

- 1 October, 2013 Executive Director, Events Department.
- 1 November, 2010 Director, Events Promotion Division.
- 16 November, 2008 Director, Services Promotion Division.

2. Mr. Korawit Wongprasert

Executive Director, Tourism Investment Department

(1 October, 2016 - Present)

3. Miss Thapanee Kiatphaibool

Executive Director, Events Department

(1 October, 2016 - 1 October, 2017)

4. Mr. Nithee Seepree

Executive Director, Product Promotion Department

(1 October, 2016 - Present)





#ด้านตลาดในประเทศ

๑. นางสุจิตรา จงชาญสิโร
รองผู้ว่าการด้านตลาดในประเทศ

อายุ ๕๙ ปี

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๘
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐

ประวัติการศึกษา:

- วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารภาครัฐและเอกชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการทำงานที่สำคัญ:

- ๑ ตุลาคม ๒๕๕๕ ผู้อำนวยการภูมิภาคภาคเหนือ
- ๒๗ มิถุนายน ๒๕๕๙ ผู้อำนวยการสำนักผู้ว่าการ
- ๑ กรกฎาคม ๒๕๕๖ ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ในประเทศ

๒. นายสมชาย ชมภูน้อย
ผู้อำนวยการภูมิภาคภาคกลาง

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๓
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐

๓. นางสาวสมฤดี จิตรจง

ผู้อำนวยการภูมิภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๖
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐

๔. นายชาญชัย ดวงจิตต์

ผู้อำนวยการภูมิภาคภาคใต้

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๙ ตุลาคม ๒๕๕๗
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐

๕. นายวิบูลย์ นิมิตรวานิช

ผู้อำนวยการภูมิภาคภาคเหนือ

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๙
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐

๖. นายกฤษฎา รัตนพุกภัย

ผู้อำนวยการภูมิภาคภาคตะวันออก

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๒ ธันวาคม ๒๕๕๗
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐

#Domestic Marketing

1. Mrs. Sujitra Jongchansitto Age 59 years
Deputy Governor for Domestic Marketing

(1 October, 2015 - 1 October, 2017)

Educational Background:

- Master of Arts (Communication Management for Public and Business), Thammasat University.
- Bachelor of Communication Arts (Public Relations), Chulalongkorn University.

Work Experience:

- 1 October, 2012 Executive Director, Northern Region.
- 27 June, 2006 Executive Director, Office of the Governor.
- 1 July, 2003 Director, Domestic Public Relations Division.

2. Mr. Somchai Chompoonoi
Executive Director, Central Region

(1 October, 2010 - 1 October, 2017)

3. Mrs. Somradee Chitchong
Executive Director, Northeastern Region

(1 October, 2013 - 1 October, 2017)

4. Mr. Chanchai Doungjit
Executive Director, Southern Region

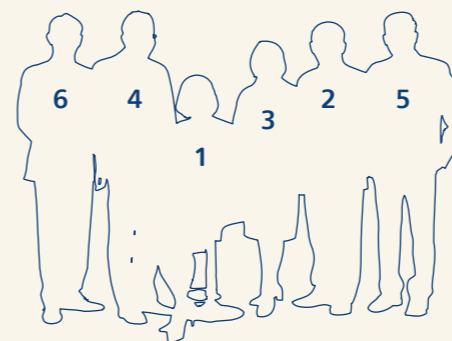
(9 October, 2014 - 1 October, 2017)

5. Mr. Wiboon Nimitrwanich
Executive Director, Northern Region

(1 October, 2016 - 1 October, 2017)

6. Mr. Klissada Ratanapruk
Executive Director, Eastern Region

(2 December, 2014 - 1 October, 2017)



#ด้านตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้

๑. นางศรีสุดา วนภัญญ์คักดิ์

อายุ ๕๗ ปี

รองผู้อำนวยการด้านตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๘

วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐

ประวัติการศึกษา:

- นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการโฆษณา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาภูมิศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประวัติการทำงานที่สำคัญ:

- ๒ ตุลาคม ๒๕๕๖ ผู้อำนวยการภูมิภาคเอเชียตะวันออก
- ๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๖ ผู้อำนวยการกลุ่มงานตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้
- ๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๒ ผู้อำนวยการสำนักงาน ททท. สำนักงานนิวยอร์ก
- ๑ สิงหาคม ๒๕๔๗ ผู้อำนวยการกองผลิตอุปกรณ์โฆษณา

๒. นางสาวโลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์

ผู้อำนวยการภูมิภาคอาเซียน เอเชียใต้ และแปซิฟิกใต้

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ พฤศจิกายน ๒๕๕๘

วันที่พ้นตำแหน่ง: -

๓. นางสาวรณจวน ทองรุต

ผู้อำนวยการภูมิภาคเอเชียตะวันออก

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙

วันที่พ้นตำแหน่ง: -

#International Marketing (Asia and South Pacific)

1. Mrs. Srisuda Wanapinyosak

Age 57 years

Deputy Governor for International Marketing
(Asia and South Pacific)

(1 October, 2015 - 1 October, 2017)

Educational Background:

- Master of Communication Arts (Advertising), Chulalongkorn University.
- Bachelor of Education (Geography), Silpakorn University.

Work Experience:

- 2 October, 2013 Executive Director, East Asia Region.
- 1 February, 2013 Director, Asia and South Pacific Marketing Group.
- 1 February, 2009 Director, TAT New York Office.
- 1 August, 2004 Director, Advertising Production Division.

2. Miss Walailak Noypayak

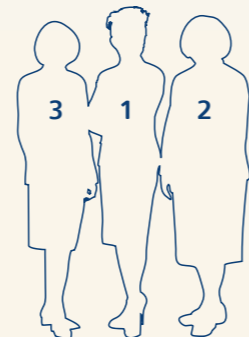
Executive Director, ASEAN, South Asia and South
Pacific Region

(1 November, 2015 - Present)

3. Miss Runjuan Tongrut

Executive Director, East Asia Region

(1 February, 2016 - Present)



ค่าตอบแทนผู้บริหาร

ค่าตอบแทนผู้บริหารเป็นค่าตอบแทนที่ผู้บริหารสำคัญได้รับจาก ททท. ประกอบด้วยเงินเดือน ค่าเลี้ยงรับรอง ค่าเช่ารถยนต์นั่งส่วนบุคคล ค่าตอบแทนพิเศษ ฯลฯ โดยผู้บริหารสำคัญ หมายถึง ผู้ว่าการ ททท. สำหรับค่าตอบแทนผู้ว่าการเปรียบเทียบ ๓ ปี มีรายละเอียดดังนี้

รายการ	ปี ๒๕๕๘	ปี ๒๕๕๙	ปี ๒๕๖๐
ค่าตอบแทนผู้ว่าการ ททท.	๔,๔๗๘,๗๗๙.๖๐	๖,๐๘๗,๓๖๕.๓๑	๕,๗๗๖,๘๔๕.๐๒
รวมทั้งสิ้น	๔,๔๗๘,๗๗๙.๖๐	๖,๐๘๗,๓๖๕.๓๑	๕,๗๗๖,๘๔๕.๐๒



โครงสร้างเงินทุน

#ทุนและโครงสร้างผู้ถือหุ้นของรัฐวิสาหกิจ

ณ วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๐ ททท. มีทุนประเดิม ๕๘.๖๘ ล้านบาท เท่ากับปี ๒๕๕๙ โดยกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นร้อยละ ๑๐๐

#หนี้เงินกู้ยืมของรัฐวิสาหกิจ

ในปีงบประมาณ ๒๕๖๐ ททท. ไม่มีหนี้เงินกู้ยืมค้างของรัฐวิสาหกิจ



Executive Remuneration

Remuneration for the top executive provided by TAT includes monthly salary, business entertainment allowances, private sedan rental and bonus among others. The top executive refers to the TAT Governor whose remuneration over the past three years was listed in comparative detail:

Item	2015 (Baht)	2016 (Baht)	2017 (Baht)
Remuneration for the TAT Governor	4,478,779.60	6,087,365.31	5,776,845.02
Total	4,478,779.60	6,087,365.31	5,776,845.02

Capital's Structure

#Capital and Investors' Structure of a State-owned Enterprise

The Capital and Investors' Structure of a State-owned Enterprise as of 30 September, 2017, TAT, which is wholly owned by the Ministry of Finance, had 58.68 million Baht in initial capital, an amount unchanged since 2016.

State-owned Enterprise's Liabilities

In the fiscal year 2017, TAT posted no SOE's outstanding borrowings.

เงินงบประมาณที่ได้รับและการจ่ายเงินนำส่งรัฐหรือเงินปันผล Allocated Budget and Remittance to the Government on Dividends in the Fiscal Years 2015 - 2017

ปีงบประมาณ ๒๕๕๕										
แผนงาน/ผลผลิต	งบประมาณที่ได้รับ (ล้านบาท)	งบประมาณโอน/เปลี่ยนแปลง/ปรับลด (ล้านบาท)	งบประมาณที่ได้รับโอน/เปลี่ยนแปลง (ล้านบาท)	การเบิกจ่าย (ล้านบาท)	เงินเกินเหลือมีปี (ล้านบาท)	ร้อยละการใช้จ่ายงบประมาณ	จำนวนเงินที่ไม่ได้วางฎีกา (ล้านบาท)	ส่งคืนคลัง (ล้านบาท)		
แผนงานพัฒนาและเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ	๖,๓๓๓.๓๓๗	-	๖,๓๓๓.๓๓๗	๖,๓๕๑.๔๒๐	๒.๐๕๕	๙๙.๖๖	๒๑.๙๗๗	๐.๒๒๗		
ผลผลิตที่ ๑ การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ	๒,๐๔๐.๓๕๕	(๑๕.๐๖๗)	๒,๐๒๕.๒๘๗	๒,๐๒๕.๐๘๐	-	๙๙.๙๕	๑.๒๓๗	๐.๐๑๗		
ผลผลิตที่ ๒ การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดในประเทศ	๑,๐๘๓.๒๙๒	(๑๑.๕๑๖)	๑,๐๗๑.๗๗๖	๑,๐๕๙.๙๕๕	๒.๐๕๕	๙๘.๙๐	๑๑.๗๙๑	๐.๑๙๕		
ผลผลิตที่ ๓ การส่งเสริมและสนับสนุนการค้าเงินงานด้านตลาด	๔๔๖.๐๕๕	๒๖.๕๘๓	๔๗๒.๖๖๗	๔๖๓.๗๑๘	-	๙๘.๑๑	๘.๙๕๙	๐.๐๑๕		
โครงการเร่งเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ	๒,๘๐๓.๖๓๗	-	๒,๘๐๓.๖๓๗	๒,๘๐๓.๖๓๗	-	๑๐๐.๐๐	-	-		
แผนงานส่งเสริมบทบาทและการใช้โอกาสในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน	๑๖.๐๐๐	-	๑๖.๐๐๐	๑๖.๐๐๐	-	๑๐๐.๐๐	-	-		
โครงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน	๑๖.๐๐๐	-	๑๖.๐๐๐	๑๖.๐๐๐	-	๑๐๐.๐๐	-	-		
แผนงานส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา	๑๒๕.๐๐๐	-	๑๒๕.๐๐๐	๑๒๕.๐๐๐	-	๑๐๐.๐๐	-	-		
ผลผลิตข้อมูลเชิงลึกเพื่อพัฒนาการตลาด	๑๒๕.๐๐๐	-	๑๒๕.๐๐๐	๑๒๕.๐๐๐	-	๑๐๐.๐๐	-	-		
รวม	๖,๕๑๔.๓๓๗	-	๖,๕๑๔.๓๓๗	๖,๕๙๒.๔๒๐	๒.๐๕๕	๙๙.๖๖	๒๑.๙๗๗	๐.๒๒๗		

หมายเหตุ: เงินเกินเหลือมีปี จำนวน ๒.๐๕๕ ล้านบาท ขอลงทุนที่ลงนามสัญญาในปี ๒๕๕๕ ดำเนินการเบิกจ่ายในปี ๒๕๕๙

Fiscal Year 2015									
Work Plan/Output	Allocated Budget (million Baht)	Transferred/Charged/Reduced Budget (million Baht)	Allocated after Transfer/Charge (million Baht)	Disbursement (million Baht)	Prior Year Carry-over Reserves Fund (million Baht)	% of Budget Disbursement	Unrequested Amount (million Baht)	Amount Returned to the Treasury (million Baht)	
Tourism-and-service-generated Revenue Growth	6,373.397	-	6,373.397	6,351.420	2,055	99.66	21.977	0.227	
Output 1: Overseas Tourism Markets Promotion	2,040.384	(15.067)	2,025.317	2,024.080	-	99.94	1.237	0.017	
Output 2: Domestic Tourism Markets Promotion	1,083.292	(11.516)	1,071.776	1,059.985	2,055	98.90	11.791	0.195	
Output 3: Marketing Operation Promotion and Support	446.084	26.583	472.667	463.718	-	98.11	8.949	0.015	
Domestic and Overseas Tourism-generated Revenue Growth Acceleration Project	2,803.637	-	2,803.637	2,803.637	-	100.00	-	-	
Role Enhancement and Opportunity Exploitation of the AEC Entry	16.000	-	16.000	16.000	-	100.00	-	-	
Competitiveness Enhancement in Preparation for the AEC Entry Project	16.000	-	16.000	16.000	-	100.00	-	-	
Research and Development Enhancement Plan	125.000	-	125.000	125.000	-	100.00	-	-	
Output: In-depth Information for Marketing Development	125.000	-	125.000	125.000	-	100.00	-	-	
Total	6,514.397	-	6,514.397	6,492.420	2,055	99.66	21.977	0.227	

Note: Prior Year Carry-over Reserves Fund amounting to 2,055 million Baht of as the investment budget with committed contracts on 2015 to be disbursed in 2016 (capital budget)

ปีงบประมาณ ๒๕๕๙										
แผนงาน/ผลผลิต	งบประมาณที่ได้รับ (ล้านบาท)	งบประมาณโอน/เปลี่ยนแปลง (ล้านบาท)	งบประมาณที่ได้รับเปลี่ยนแปลง (ล้านบาท)	งบประมาณที่ได้รับโอน/เปลี่ยนแปลง (ล้านบาท)	งบประมาณที่ได้รับโอน/เปลี่ยนแปลง (ล้านบาท)	การเบิกจ่าย (ล้านบาท)	เงินเกินเหลือมี (ล้านบาท)	ร้อยละการใช้จ่ายงบประมาณ	จำนวนเงินที่ไม่ได้วงเงิน (ล้านบาท)	ส่งคืนคลัง (ล้านบาท)
๑. งบประจำปี	๖,๓๗๔.๕๐๒	(๒,๗๕๕)	๖,๓๗๑.๗๔๗	(๒,๗๕๕)	๖,๓๖๑.๗๔๗	๖,๓๖๑.๗๔๗	-	๙๙.๕๕	๑๐.๐๑๙	๓๐.๒๒๔
แผนงานพัฒนาและเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ	๖,๕๓๔.๗๐๒	(๒,๗๕๕)	๖,๕๓๑.๙๔๗	(๒,๗๕๕)	๖,๕๒๑.๙๔๗	๖,๕๒๑.๙๔๗	-	๙๙.๕๕	๑๐.๐๐๕	๓๐.๒๑๐
ผลผลิตที่ ๑ การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ	๒,๐๗๖.๑๐๐	(๒,๗๕๕)	๑,๓๒๑.๓๔๕	(๒,๗๕๕)	๑,๓๒๑.๓๔๕	๑,๓๒๑.๓๔๕	-	๙๙.๕๕	๓.๓๕๓	๒๔.๑๖๑
ผลผลิตที่ ๒ การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดในประเทศ	๑,๑๑๐.๖๕๕	(๐.๖๖๗)	๑,๑๐๙.๙๘๘	(๐.๖๖๗)	๑,๑๐๙.๙๘๘	๑,๑๐๙.๙๘๘	-	๙๙.๕๕	๓.๓๕๕	๐.๐๑๔
ผลผลิตที่ ๓ การส่งเสริมและสนับสนุนการค้าเงินงานด้านตลาด	๔๓๓.๗๔๗	๒๕.๕๙๐	๔๕๙.๓๓๗	๒๕.๕๙๐	๔๕๙.๓๓๗	๔๕๙.๓๓๗	-	๙๙.๕๕	๒.๕๖๗	๒๐.๓๕๕
โครงการเร่งเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ	๒,๙๒๐.๐๙๗	-	๒,๙๒๐.๐๙๗	-	๒,๙๒๐.๐๙๗	๒,๙๒๐.๐๙๗	-	๑๐๐.๐๐	-	-
แผนงานส่งเสริมบทบาทและผู้ใช้โอกาสในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน	๑๖๒.๕๐๐	-	๑๖๒.๕๐๐	-	๑๖๒.๕๐๐	๑๖๒.๕๐๐	-	๑๐๐.๐๐	-	-
โครงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านตลาด	๑๖๒.๕๐๐	-	๑๖๒.๕๐๐	-	๑๖๒.๕๐๐	๑๖๒.๕๐๐	-	๑๐๐.๐๐	-	-
การท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน	๓๗.๐๐๐	-	๓๗.๐๐๐	-	๓๖.๙๕๖	๓๖.๙๕๖	-	๙๙.๙๖	๐.๐๑๔	๐.๐๑๔
ผลผลิตวิจัยเพื่อพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว	๓๗.๐๐๐	-	๓๗.๐๐๐	-	๓๖.๙๕๖	๓๖.๙๕๖	-	๙๙.๙๖	๐.๐๑๔	๐.๐๑๔
๒. งบกลาง	๒๓๓.๑๕๗	(๒๔.๙๔๗)	๒๐๘.๒๑๐	(๒๔.๙๔๗)	๒๐๘.๒๑๐	๒๐๘.๒๑๐	๒๒.๔๓๑	๙๐.๙๖	๒๒.๔๓๑	-
แผนงานบริหารเพื่อรองรับกรณีฉุกเฉินหรือจำเป็น	๒๓๓.๑๕๗	(๒๔.๙๔๗)	๒๐๘.๒๑๐	(๒๔.๙๔๗)	๒๐๘.๒๑๐	๒๐๘.๒๑๐	๒๒.๔๓๑	๙๐.๙๖	๒๒.๔๓๑	-
ผลผลิตเงินสำรองจ่ายเพื่อกรณีฉุกเฉินหรือจำเป็น	๒๓๓.๑๕๗	(๒๔.๙๔๗)	๒๐๘.๒๑๐	(๒๔.๙๔๗)	๒๐๘.๒๑๐	๒๐๘.๒๑๐	๒๒.๔๓๑	๙๐.๙๖	๒๒.๔๓๑	-
รวม = ๑+๒	๗,๐๔๗.๖๕๙	(๒๗.๗๐๕)	๗,๐๑๙.๙๕๔	(๒๗.๗๐๕)	๖,๙๙๒.๒๔๙	๖,๙๙๒.๒๔๙	๒๒.๔๓๑	๙๙.๕๕	๓๒.๕๕๐	๓๐.๒๒๔

หมายเหตุ: เงินเกินเหลือมี จำนวน ๒๒.๕๓๑ ล้านบาท งบกลางที่ใช้ในการเบิกจ่ายลักษณะของทุน ลงนามสัญญาในปี ๒๕๕๙ ดำเนินการเบิกจ่ายในปี ๒๕๖๐

Fiscal Year 2016										
Work Plan/Output	Allocated Budget (million Baht)	Budget Transfer/Change/Decrease (million Baht)	Budget Received after Transfer/Change (million Baht)	Disbursement (million Baht)	Prior Year Carry-over Reserve Fund (million Baht)	% of Budget Disbursement	Unrequested Amount (million Baht)	Amount Returned to the Treasury (million Baht)		
1. Budget	6,774.502	(2.758)	6,771.744	6,761.725	-	99.85	10.019	30.224		
Work Plan: Development and Increase of Tourism-and-service-generated Revenue	6,574.702	(2.758)	6,571.944	6,561.939	-	99.85	10.005	30.210		
Output 1: Overseas Tourism Markets Promotion	2,076.100	(27.681)	2,048.419	2,045.036	-	99.83	3.383	28.161		
Output 2: Domestic Tourism Markets Promotion	1,140.658	(0.667)	1,139.991	1,136.236	-	99.67	3.755	0.014		
Output 3: Marketing Operation Promotion and Support	437.847	25.590	463.437	460.570	-	99.38	2.867	2.035		
Domestic and Overseas Tourism-generated Revenue Growth Acceleration Project	2,920.097	-	2,920.097	2,920.097	-	100.00	-	-		
Work Plan: Role Enhancement and Exploitation of the AEC Entry	162.800	-	162.800	162.800	-	100.00	-	-		
Competitiveness Enhancement in Tourism Markets	162.800	-	162.800	162.800	-	100.00	-	-		
in Preparation for the AEC Entry Project										
Work Plan: Research Enhancement and Development	37.000	-	37.000	36.986	-	-	0.014	0.014		
Output: Research for Tourism Marketing Development	37.000	-	37.000	36.986	-	99.96	0.014	0.014		
2. General Budget	273.187	(24.947)	248.240	225.809	22.431	90.96	22.431	-		
Work Plan: Emergency-or Contingency-based Preparedness Management	273.187	(24.947)	248.240	225.809	22.431	90.96	22.431	-		
Output: Emergency-or Contingency-based Advance Money	273.187	(24.947)	248.240	225.809	22.431	90.96	22.431	-		
Total = 1+2	7,047.689	(27.705)	7,019.984	6,987.534	22.431	99.54	32.450	30.224		

Note: Prior Year Carry-over Reserve Fund amounting to 22,431 million Baht, payment requested as Investment Budget signed in 2016 with the Request of Payment to take place in 2017.

ปีงบประมาณ ๒๕๖๐										
แผนงาน/ผลผลิต	งบประมาณที่ได้รับ (ล้านบาท)	งบประมาณ์โอน/เปลี่ยนแปลง/ปรับลด (ล้านบาท)	งบประมาณ์ที่ได้รับเปลี่ยนแปลง (ล้านบาท)	การเบิกจ่าย (ล้านบาท)	เงินเกินเหลือในปี (ล้านบาท)	ร้อยละการใช้จ่ายงบประมาณ	จำนวนเงินที่ไม่ได้วงเงิน (ล้านบาท)	ส่งคืนคลัง (ล้านบาท)		
๑. งบประมาณ	๗,๒๕๗.๐๔๙	-	๗,๒๕๗.๐๔๙	๗,๒๕๗.๐๔๙	๒๕.๓๗๖	๙๙.๖๕	๒๕.๓๗๖	๑๔.๐๙๙		
แผนงานบุคลากรภาครัฐสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ	๙๐๓.๒๐๙	๑๑.๘๖๐	๙๑๕.๐๖๙	๙๑๕.๐๖๙	-	๙๙.๙๙	๐.๐๕๑	๑๔.๐๗๕		
ผลผลิตที่ ๑ รายการค่าใช้จ่ายบุคลากรภาครัฐ สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ	๙๐๓.๒๐๙	๑๑.๘๖๐	๙๑๕.๐๖๙	๙๑๕.๐๖๙	-	๙๙.๙๙	๐.๐๕๑	๑๔.๐๗๕		
แผนงานพื้นฐานสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ	๔,๑๘๐.๙๑๐	(๑๑.๘๖๐)	๔,๑๖๙.๐๕๐	๔,๑๖๙.๐๕๐	๒๕.๓๗๖	๙๙.๙๙	๒๕.๖๔๙	๐.๐๒๔		
ผลผลิตที่ ๑ การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ	๒,๔๙๔.๕๕๐	(๑๑.๑๓๕)	๒,๔๘๓.๔๑๕	๒,๔๘๓.๔๑๕	๓๖.๖๗๕	๙๙.๖๙	๓๖.๖๗๕	๐.๐๒๔		
ผลผลิตที่ ๒ การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดในประเทศ	๑,๖๘๖.๓๖๐	(๐.๕๖๕)	๑,๖๘๕.๗๙๕	๑,๖๘๕.๗๙๕	๓๖.๖๗๕	๙๙.๙๐	๓๖.๖๗๕	-		
ผลผลิตที่ ๓ การส่งเสริมและสนับสนุนการค้าเชิงงานด้านตลาด	๓๖๖.๐๙๕	(๐.๑๕๗)	๓๖๕.๙๓๘	๓๖๕.๙๓๘	๙.๙๙๐	๙๙.๙๐	๙๐.๐๒๒	-		
แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ	๑,๙๘๙.๗๗๗	-	๑,๙๘๙.๗๗๗	๑,๙๘๙.๗๗๗	-	๑๐๐.๐๐	-	-		
โครงการเร่งเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ	๑,๙๘๙.๗๗๗	-	๑,๙๘๙.๗๗๗	๑,๙๘๙.๗๗๗	-	๑๐๐.๐๐	-	-		
แผนงานบูรณาการส่งเสริมการค้าเชิงงานด้านตลาด	๒๐.๘๙๕	-	๒๐.๘๙๕	๒๐.๘๙๕	-	๑๐๐.๐๐	-	-		
โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว	๒๐.๘๙๕	-	๒๐.๘๙๕	๒๐.๘๙๕	-	๑๐๐.๐๐	-	-		
แผนงานบูรณาการเสริมสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ	๑๖๒.๒๕๕	-	๑๖๒.๒๕๕	๑๖๒.๒๕๕	-	๑๐๐.๐๐	-	-		
โครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเพชรบุรี	๑๖๒.๒๕๕	-	๑๖๒.๒๕๕	๑๖๒.๒๕๕	-	๑๐๐.๐๐	-	-		
๒. งบกลาง	๒๔๖.๙๐๕	-	๒๔๖.๙๐๕	๒๔๖.๙๐๕	๓๑.๙๕๐	๘๖.๙๙	๓๑.๙๕๐	-		
แผนงานส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์	๒๔๖.๙๐๕	-	๒๔๖.๙๐๕	๒๔๖.๙๐๕	๓๑.๙๕๐	๘๖.๙๙	๓๑.๙๕๐	-		
ค่าใช้จ่ายส่งเสริมและสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจภายในประเทศ	๒๔๖.๙๐๕	-	๒๔๖.๙๐๕	๒๔๖.๙๐๕	๓๑.๙๕๐	๘๖.๙๙	๓๑.๙๕๐	-		
รวม = ๑+๒	๗,๕๐๓.๙๕๔	-	๗,๕๐๓.๙๕๔	๗,๕๐๓.๙๕๔	๕๗.๓๒๖	๙๙.๖๔	๕๗.๓๒๖	๑๔.๐๙๙		

หมายเหตุ: ๑. เงินเกินเหลือปี จำนวน ๒๕.๓๗๖ ล้านบาท ประกอบด้วย
 ๑.๑ งบลงทุนที่คงเหลือสัญญาในปี ๒๕๖๐ ดำเนินการเบิกจ่ายในปี ๒๕๖๑ จำนวน ๑๗.๕๕๘ ล้านบาท
 ๑.๒ งบลงทุนที่ยังไม่ได้ลงนามสัญญาในปี ๒๕๖๐ ดำเนินการลงนามสัญญาในปี ๒๕๖๑ จำนวน ๗.๘๑๘ ล้านบาท
 ๒. เงินเกินเหลือมีปี จำนวน ๓๑.๙๕๐ ล้านบาท ขงกลางที่เป็นการเบิกจ่ายลักษณะเงินอุดหนุนตามแผนเบิกจ่ายงบประมาณปี ๒๕๖๐ ในเดือนตุลาคม ๒๕๖๐ - พฤศจิกายน ๒๕๖๐ ดำเนินการเบิกจ่ายในปี ๒๕๖๑

Fiscal Year 2017										
Work Plan/Output	Allocated Budget (million Baht)	Budget Transfer/Change/Decrease (million Baht)	Budget Received after Transfer/Change (million Baht)	Disbursement (million Baht)	Prior Year Carry-over Reserve Fund (million Baht)	% of Budget Disbursement	Unrequested Amount (million Baht)	Amount Returned to the Treasury (million Baht)		
1. Fiscal Budget	7,257.049	-	7,257.049	7,231.349	25.376	99.65	25.700	14.099		
Work Plan: Personnel in Public Sector Generating Tourism and Service Revenue	903.209	11.860	915.069	915.018	-	99.99	0.051	14.075		
Output 1: Total Expenses for Personnel in Public Sector	903.209	11.860	915.069	915.018	-	99.99	0.051	14.075		
Work Plan: Tourism-and-service-generated Revenue Base	4,180.910	(11.860)	4,169.050	4,143.401	25.376	99.38	25.649	0.024		
Output 1: Overseas Tourism Markets Promotion	2,494.550	(11.138)	2,483.412	2,475.703	7.678	99.69	7.709	0.024		
Output 2: Domestic Tourism Markets Promotion	1,320.302	(0.565)	1,319.737	1,311.819	7.918	99.40	7.918	-		
Output 3: Marketing Operation Promotion and Support	366.058	(0.157)	365.901	355.879	9.780	97.26	10.022	-		
Tourism-and-service-generated Revenue Integration Plan	1,989.737	-	1,989.737	1,989.737	-	100.00	-	-		
Domestic and Overseas Tourism-generated Revenue Growth Acceleration Project	1,989.737	-	1,989.737	1,989.737	-	100.00	-	-		
Research Enhancement and Development Integration Plan	20.898	-	20.898	20.898	-	100.00	-	-		
Research for Tourism Marketing Development Project	20.898	-	20.898	20.898	-	100.00	-	-		
Domestic Economy Strengthening and Sustainability Enhancement Integration Plan	162.295	-	162.295	162.295	-	100.00	-	-		
Phet Samut Khiri Tourism and Economic Stimulation Project	162.295	-	162.295	162.295	-	100.00	-	-		
2. General Budget	246.905	-	246.905	214.782	31.950	86.99	32.123	-		
Work Plan: Creative-Economy-based Tourism Promotion	246.905	-	246.905	214.782	31.950	86.99	32.123	-		
Total Expenses for Domestic Economy Enhancement and Strengthening Initiative	246.905	-	246.905	214.782	31.950	86.99	32.123	-		
Total = 1+2	7,503.954	-	7,503.954	7,446.131	57.326	99.23	57.823	14.099		

Note: 1. Prior Year Carry-over Reserve Fund amounting to 25.376 million Baht comprising:
 1.1 Investment Budget with committed contract in 2017 to the amount of 17.458 million Baht to be disbursed in 2018
 1.2 Investment Budget pending signatory endorsement in 2017 to the amount of 7.918 million Baht with to be disbursed in 2018
 2. Prior Year Carry-over Reserve Fund amounting to 31.950 million Baht of the General Budget, disbursed as Financial Subsidy based on the Fiscal Budget 2017 Disbursement Plan for October - November 2017 with the disbursement in 2018

“เปิดประสบการณ์หาซื้อไม่ได้
เต็มความภูมิใจเล็ก ๆ
กับการท่องเที่ยวแบบลึก ๆ”



#เที่ยวไทยแท้
#แชร์ให้โลกรู้
#TourismThailand
#Thailand
#Trat

#จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนที่เดินทางเข้าพื้นที่
และจำนวนรายได้ทางการท่องเที่ยว ปี 2560

#Number of tourists visiting the target areas
and Tourism-generated income in 2017

12 เมือง ต้องห้าม พลาด plus

12 Hidden Gems...



+4.03%
จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือน (คน-ครั้ง)
Number of Tourists (Units-Trips)
รวม 20,141,576 คน

+7.59%
จำนวนรายได้ (ล้านบาท)
Income (Million Baht)
รวม 65,819.89 ล้านบาท

หมายเหตุ: ข้อมูลปีงบประมาณ ๒๕๖๐ เป็นข้อมูลเบื้องต้นจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
Note: Primary Information from Ministry of Tourism and Sports, fiscal year 2017

การลงทุนที่สำคัญในปัจจุบันและอนาคต

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีการดำเนินงานที่สอดคล้องตามนโยบายรัฐบาล ที่มุ่งเน้นการนำประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศ ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ททท. จึงกำหนดการดำเนินงานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยว ดังนี้

๑. แผนการจัดตั้งสำนักงาน ททท. สาขาในประเทศและต่างประเทศ

ททท. กำหนดจัดตั้งสำนักงานสาขาในประเทศและต่างประเทศเพิ่มขึ้น เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจทั่วไทยและสามารถแข่งขันด้านตลาดการท่องเที่ยวในระดับโลก ดังนี้

ปี ๒๕๖๐: ททท. มีแผนจัดตั้งสำนักงานสาขาในประเทศเพิ่มขึ้น ๔ สำนักงาน คือ ททท. สำนักงานพังงา (ยกระดับจากศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวขึ้นเป็นสำนักงาน) ททท. สำนักงานจะเข้ เทรา ททท. สำนักงานลำปาง และ ททท. สำนักงานนครสวรรค์ สำหรับในต่างประเทศมีสำนักงานสาขาเพิ่มขึ้น ๒ สำนักงาน คือ ททท. สำนักงานโทรอนโต รับผิดชอบและปฏิบัติงานพื้นที่ประเทศแคนาดา ททท. สำนักงานเซาเปาลู รับผิดชอบและปฏิบัติงานพื้นที่สหพันธ์สาธารณรัฐบราซิลและประเทศอเมริกาใต้ ๑๒ ประเทศ ได้แก่ อาร์เจนตินา โบลิเวีย บราซิล ชิลี โคลอมเบีย เอกวาดอร์ กายอานา ปารากวัย เปรู ซูรินาม อุรุกวัย และเวเนซุเอลา

๒. แผนการส่งเสริมและสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการและเครือข่าย

ตามแผนวิสาหกิจ ททท. พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔ ภายใต้วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์สร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว กำหนดส่งเสริมและพัฒนารางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Awards) เป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพสินค้าการท่องเที่ยวไทย (Quality Mark) โดยเป็นความมุ่งมั่นตั้งใจของ ททท. ในการสร้างสรรค์สินค้าคุณภาพ และความยั่งยืนในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผ่านการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และมอบ “กิ้นริ” รางวัลอันทรงเกียรติให้เป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพสินค้า ช่วยยกระดับมาตรฐานให้แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยผลักดันให้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพของบริการและสินค้าทางการท่องเที่ยว อาทิ โรงแรม ที่พัก รายการนำเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว

ทั้งนี้ รางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นรางวัลที่องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organisation) ให้การยอมรับและชื่นชมที่ ททท. ให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องและเป็นส่วนร่วมในงาน “วันท่องเที่ยวโลก” (World Tourism Day) จึงเป็นความภาคภูมิใจ



ของ ททท. และผู้ประกอบการ ที่จะได้นำแนวทางไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาสินค้าและบริการให้เกิดคุณค่าและมูลค่าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดมากขึ้น

๓. แผนการเพิ่มมูลค่าและบริหารจัดการสินทรัพย์ ททท.

ตามแผนวิสาหกิจ ททท. พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔ ภายใต้วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์พัฒนาองค์กรสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง มีแนวทางดำเนินงานบริหารจัดการทรัพย์สินที่ ททท. ลงทุน/ร่วมทุน ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในพื้นที่ที่อยู่ในความครอบครองของ ททท. อาทิ พื้นที่ในจังหวัดชลบุรี พื้นที่ในจังหวัดนครราชสีมา และพื้นที่ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยกำกับดูแลบริหารสัญญาและติดตามการดำเนินงานให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

Current and Future Major Investments

of Brazil and the 12 South American countries including the Argentine Republic, Plurinational State of Bolivia, Republic of Chile, Republic of Colombia, Republic of Ecuador, Cooperative Republic of Guyana, Republic of Paraguay, Republic of Peru, Republic of Suriname, Oriental Republic of Uruguay and Bolivarian Republic of Venezuela.

2. Operators and Networks Reinforcement and Potential Creation Plan

Based on the TAT Enterprise Master Plan 2017 - 2021 under the strategic objectives of tourism sustainability, TAT is to promote and develop the Thailand Tourism Awards as the industry's Quality Mark. The initiative represents TAT's intent to enhance tourism product quality and sustainability in the economy, society and environment through the Thailand Tourism Awards Contest and the presentation of the prestigious "Kinnari" Award as the Quality Mark to endorse product quality, help raise the standard of the tourism industry, encourage operators to recognise the quality of services and such tourism products as hotels, accommodation, tour programmes and travel destinations.

The Thailand Tourism Awards are recognised by the World Tourism Organization (WTO) as the latter's expression of recognition and appreciation for TAT's continued support and participation in the World Tourism Day. Therefore, they are symbolic of the pride shared both by TAT and the tourism operators for having adopted and implemented the product and service improvement guidelines to further related benefits and values that can better meet market requirements.

3. Value Creation and TAT Asset Management Plan

Following the TAT Enterprise Master Plan 2017 - 2021 under the strategic objectives of corporate development towards a high-performance organisation, guidelines were laid down for the TAT Asset Management Operations involving investment aimed at maximum interests for TAT-owned assets in provinces; such as, Chon Buri, Nakhon Ratchasima and Chiang Mai. As a result, contract management and management monitoring measures have been carried out to ensure their effectiveness and optimum corporate interests.

In its operation, TAT has abided by the government's policy, which is geared towards the country's stability, prosperity and sustainability with tourism being instrumental in its advancement in terms of economic, social and environmental development. Steps had been taken, therefore, to leverage its tourism competition as follows:

1. TAT Domestic and Overseas Expansion Plan

The following plans have been drawn by TAT to have additional domestic and overseas offices established in support of Thailand's economic drive across the country to help enable it to compete successfully in tourism marketing efforts on a global scale:

2017: TAT planned to open four new domestic offices including TAT offices in Phang-Nga (elevated from the TAT Tourism Coordination Centre), Chachoengsao, Lampang and Nakhon Sawan, respectively. Internationally, two new offices were planned. The Toronto Office would be in charge of the operations across Canada, and the Sao Paulo Office would take charge of operations in the areas of the Federative Republic



รายงานวิเคราะห์ทางการเงิน

#ภาพรวมผลการดำเนินงานสำหรับปีงบประมาณ ๒๕๖๐ เทียบกับปี ๒๕๕๙

ปีงบประมาณ ๒๕๖๐ งบการเงินเฉพาะกิจการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีรายได้รวมจำนวน ๗,๐๕๙.๙๖ ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน จำนวน ๗๔๓.๔๘ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๑๑.๗๗ และมีค่าใช้จ่ายรวมจำนวน ๗,๐๓๖.๘๑ ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน จำนวน ๘๕๔.๘๕ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๑๓.๘๓

รายได้: จำนวน ๗,๐๕๙.๙๖ ล้านบาท ประกอบด้วย

1. รายได้เงินอุดหนุนจากรัฐบาลจำนวน ๖,๗๑๔.๖๑ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๙๕.๑๑ ของรายได้รวม โดยเพิ่มขึ้นจากปีก่อนจำนวน ๖๔๗.๒๕ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๑๐.๖๗
2. รายได้จากการขายและบริการ และรายได้อื่น จำนวน ๓๔๕.๓๖ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๔.๘๙ ของรายได้รวม โดยเพิ่มขึ้นจากปีก่อน จำนวน ๙๖.๒๐ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๓๘.๖๑

ค่าใช้จ่าย: จำนวน ๗,๐๓๖.๘๑ ล้านบาท ประกอบด้วย

1. ค่าใช้จ่ายจากเงินอุดหนุนรัฐบาล จำนวน ๖,๗๑๔.๖๑ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๙๕.๔๒ ของค่าใช้จ่ายรวม โดยเพิ่มขึ้นจากปีก่อนจำนวน ๖๔๗.๒๕ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๑๐.๖๗
 - 1.1 ค่าใช้จ่ายจากการส่งเสริมการตลาด จำนวน ๕,๒๕๑.๙๗ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๗๔.๘๙ ของค่าใช้จ่ายรวม โดยเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ๕๖๖.๒๔ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๑๒.๑๑
 - 1.2 ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน และค่าใช้จ่ายอื่น จำนวน ๑,๔๖๒.๖๔ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๙๓ ของค่าใช้จ่ายรวม โดยเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ๘๑.๐๕ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๕.๘๒

2. ค่าใช้จ่ายจากการขายและบริการ จำนวน ๓๒๒.๒๐ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๔.๕๘ ของค่าใช้จ่ายรวม โดยเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ๒๐๗.๕๖ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๑๘๑.๐๕
 - 2.1 ต้นทุนสินค้าและบริการใช้ไปจำนวน ๕๖.๒๔ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๐.๖๖ ของค่าใช้จ่ายรวม โดยเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ๑๓.๐๕ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๓๙.๓๒
 - 2.2 ค่าใช้จ่ายดำเนินงานและค่าใช้จ่ายอื่น จำนวน ๒๖๕.๙๖ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๘๒.๕๒ ของค่าใช้จ่ายรวม โดยเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ๑๙๔.๕๑ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๒๓๘.๘๑

สภาพคล่อง

ณ วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๐ ททท. มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดคงเหลือ จำนวน ๓,๔๖๓.๑๓ ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากต้นปีงบประมาณ ๒๕๖๐ (๑ ตุลาคม ๒๕๕๙) จำนวน ๓๕๗.๖๓ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๑๑.๕๒ ประกอบด้วยเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน ๑,๑๐๘.๑๗ ล้านบาท และเงินสดสุทธิใช้ไปจากกิจกรรมลงทุน ๖๖๘.๓๔ ล้านบาท และผลกระทบจากการขาดทุนในอัตราแลกเปลี่ยน ๘๒.๒๐ ล้านบาท

Financial Analysis Report

#Overview of the Total Operating Results in Fiscal Year 2017 as Opposed to Those in 2016

In the fiscal year 2017, the Tourism Authority of Thailand's (TAT) financial statement alone posted 7,059.96 billion Baht in total revenue, up by 743.48 million Baht or an 11.77% growth over the previous year; total expenditure amounted to 7,036.81 billion Baht, an increase of 854.85 million Baht equalling a 13.83% rise.

2.2 Operations-incurred expenditure and other costs worth 275.96 million Baht representing 3.92% of the total expenditure, an equivalent rise of 194.51 million Baht or 238.81% over the previous year.

Liquidity

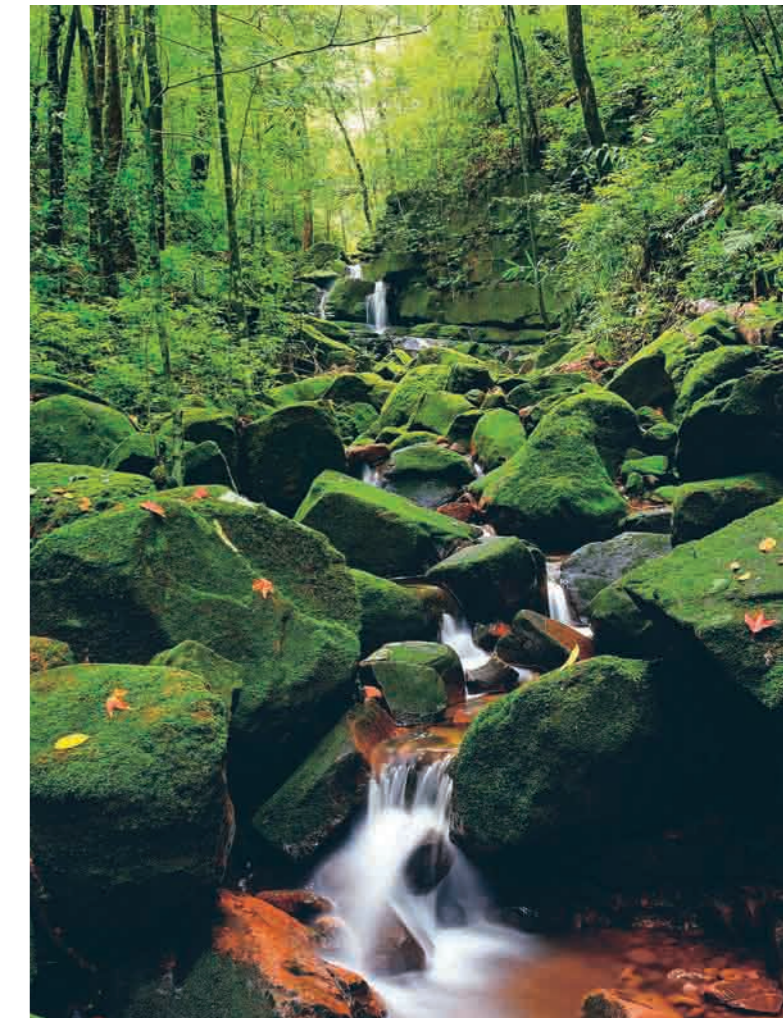
As at 30 September, 2017, TAT's cash and equivalents amounted to 3,463.13 billion Baht, up by 357.63 million Baht or an 11.52% rise against that at the beginning of the fiscal year 2017 (1 October, 2016) which comprised 1,108.17 billion Baht in net cash from the operating activities, 668.34 million Baht in net cash from the investment activities.

Revenue Totalling 7,059.96 million Baht was represented by:

1. Government subsidy amounting to 6,714.61 billion Baht or 95.11% of the total revenue, an increase of 647.29 million Baht or a 10.67% rise against that of the previous year.
2. Sales-and service-based revenue and other revenues to the amount of 345.36 million Baht or 4.89% of the total revenue and representative of a 96.20 million Baht rise or 38.61% as opposed to that in the previous year.

Expenditure Breakdown of 7,036.81 million Baht comprised:

1. Expenditure from the government's budget allocation of 6,714.61 billion Baht equalling 95.42% of the total expenditure, or an increase of 647.29 million Baht or 10.67% against that in 2016.
 - 1.1 Marketing-promotion-based expenditure to the amount of 5,241.97 billion Baht or 74.49% of the total expenditure, representing a rise of 12.11% over the previous year;
 - 1.2 Operations-incurred expenditure and other expenses to the amount of 1,472.64 billion Baht representing 20.93% of the total expenditure, an increase of 81.05 million Baht or 5.82% against that a year ago.
2. Sales-and services-related expenditure amounting to 322.20 million Baht or 4.58% of the total expenditure, a rise of 207.56 million Baht or 181.05% over the previous year:
 - 2.1 Costs of supply and services equalling 46.24 million Baht or 0.66% of the total expenditure, up by 13.05 million Baht or an increase of 39.32% as opposed to that in 2016;





รายงานวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

#ด้านตลาดต่างประเทศ

ปีงบประมาณ ๒๕๖๐ ททท. ดำเนินงานภายใต้โครงการต่าง ๆ เพื่อมุ่งหวังยกระดับภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน ด้วยการให้ความสำคัญกับคุณค่าเชิงประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ (Value for Experience) ที่มีความแตกต่างกันเฉพาะแต่ละบุคคล เสมือนเป็นการเปิดมุมมองใหม่ ๆ ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศไทย เพื่อให้ประเทศไทยเป็นทางเลือกลำดับต้น ๆ ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวศักยภาพกลุ่มรายได้ระดับกลาง - บน ซึ่งจะส่งผลให้อุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน โดยตลอดทั้งปีมีผลงานที่สำคัญ ดังนี้

๑. สื่อสารความเป็นไทย สร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวทั่วโลกเดินทางมาประเทศไทย ด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านแคมเปญ Amazing Thailand นำเสนอคุณค่าความเป็นไทยผ่านประสบการณ์ จากวิถีความเป็นไทยที่โดดเด่นและแตกต่างอย่างมีคุณค่า ที่สร้างความประทับใจและความสุขเพื่อยกระดับภาพลักษณ์การเป็น Preferred Destination สามารถสร้างการรับรู้กว่า ๔,๘๐๐ ล้านคน-ครั้ง ทั่วโลก โดยมีการดำเนินการดังนี้

๑.๑ ผลិតสื่อโฆษณาต่าง ๆ เผยแพร่ในสื่อสมัยใหม่และสื่อดั้งเดิม เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะเป็น Quality Leisure Destination ผ่านการเปิดตัวแคมเปญ "Discover Amazing Stories in Amazing Thailand: The Unique Thai Local Experiences" รวมทั้งจัดทำ Viral Campaign ผ่านสื่อทางช่องทาง Social Media ใน Platform

ระดับโลก และในพื้นที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสาขาต่างประเทศ ๒๘ สำนักงาน

๑.๒ จัดกิจกรรม Agent Fam Trip (AET) และ Media Fam Trip (MET) กว่า ๓๐๐ ครั้ง โดยมีสื่อมวลชนจากประเทศต่าง ๆ เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่า ๑,๘๐๐ คน เพื่อสร้างการรับรู้และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางการท่องเที่ยว รวมทั้งจัดทำ Celebrity Testimonials ทั้งในสื่อออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของไทยและกิจกรรมประเพณีไทยต่าง ๆ ผ่านผู้มีชื่อเสียงระดับโลกในแวดวงต่าง ๆ

๑.๓ เผยแพร่ประเทศไทยผ่านงานระดับ World Events ด้านกีฬา ด้านบันเทิง และด้านอื่น ๆ ที่มีชื่อเสียงระดับสากล ผ่านการสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ โดยสร้างการรับรู้ประเทศไทย ภายใต้แคมเปญ Amazing Thailand ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ศิลปิน หรือนักกีฬามีชื่อเสียง เช่น การจัดแคมเปญเชิญชวนชาวญี่ปุ่นท่องเที่ยวประเทศไทยร่วมกับศิลปินไอดอลญี่ปุ่นชื่อดัง Nogizaka46 เป็นต้น ซึ่งสามารถทำให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก รวมถึงชาวต่างชาติที่พำนักอาศัยอยู่ในประเทศไทยได้

๑.๔ จัดการประชุมระดับโลก World Travel and Tourism Council (WTTC) Global Summit 2017 เป็นเวทีที่แสดงศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทยด้านการท่องเที่ยว ในการรองรับการจัดการประชุมระดับโลก รวมทั้งยกระดับภาพลักษณ์ประเทศไทยในฐานะที่เป็นประเทศแรกในเอเชียที่ได้รับเลือกให้เป็นเจ้าภาพในการจัดงาน โดยมีผู้เดินทางเข้าร่วมงานจากทั่วโลกประมาณ ๙๐๐ ราย และสามารถสร้างการรับรู้จากผู้เข้าร่วมประชุมและ

Operation Analysis Report

#Overseas Markets

During the fiscal year 2017, a range of campaigns were initiated and carried out by TAT with the single objective of boosting the country's image to turn it into a sustainable Preferred Destination with Value for Experience being the focus of the campaign launches. The central concept behind the campaigns was to offer experiences for individual tourists to take home fresh, new perspectives they have of Thailand in order to establish the country amongst the top destinations for world tourists, in particular the middle- and high-income markets, which would undoubtedly contribute significantly to Thailand's tourism industry. Outstanding results during the year included:

1. Thainess Communicated to Motivate World Tourists to Visit Thailand under the flagship theme of "Amazing Thailand" to offer the values of Thainess through the country's distinct and differentiated experiences that were to make memorable impressions on tourists and make them happy at the same time; the country's image also benefitted as it was to be perceived as the Preferred Destination with the awareness reaching over 4.8 billion tourists-trips worldwide, thanks to the following communication approaches.

1.1 The production of multi-channel communication including both new and traditional media in an information publicity blitz on Thailand's tourism as a Quality Leisure Destination through the launch of the "Discover Amazing Stories in Amazing Thailand: The Unique Thai Local Experiences". Viral Marketing was pivotal in the publicity efforts as

information was communicated through social media on worldwide platforms and the expenses of the 28 TAT overseas branch offices.

1.2 Over 300 Agent Fam Trip (AET) and Media Fam Trip (MET) activities with more than 1,800 international media participants from different countries taking part in the awareness building and public relations initiatives to introduce tourist destinations and tourist routes. These activities also took advantage of the online and offline Celebrity Testimonials to further drum up Thailand's tourist destinations and traditions through world-famous celebrities from different circles.

1.3 Promoting Thailand through such world event platforms as sports, entertainment and others to create an awareness of Thailand under the thematic Amazing Thailand campaign by way of activities and the involvement of leading artists as well as world-renowned sport personalities. Japanese tourists invited to visit Thailand was one such campaign organised in conjunction with the visit of Nogizaka46, Japan's female idol group, an approach that made it possible for Thailand to access world tourists including expats living in Thailand.

1.4 Hosting the World Travel and Tourism Council (WTTC) Global Summit 2017, a major event that gave the forum a show of the country's tourism potential and capability as a world-class summit destination which helped raise its image as Asia's first country to be chosen as host of the Summit in which 900 people around the globe participated. The objective of awareness building among those present at the Summit was also achieved with the results promoted to other world



เครือข่ายสมาชิกที่ครอบคลุมกลุ่มธุรกิจไม้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลก อาทิ สายการบิน โรงแรม กลุ่มอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจอาหาร การสื่อสาร รวมกว่า ๑๔๐ องค์กรชั้นนำทั่วโลก

๒. มุ่งสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยผสานความร่วมมือกับพันธมิตรทั้งในและนอกอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกว่า ๒,๖๐๐ ราย ดำเนินงานร่วมกัน ดังนี้

๒.๑ ขยายฐานตลาดของกลุ่มความสนใจพิเศษที่มีแนวโน้มใช้จ่ายสูง ในกลุ่มกอล์ฟ กลุ่มสุขภาพและความงาม กลุ่มแต่งงานและฮันนีมูน และกลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผ่านการเผยแพร่โฆษณาและประชาสัมพันธ์ ตามช่องทางการสื่อสาร สามารถสร้างการรับรู้กว่า ๒๒๗ ล้านคน-ครั้ง และเสนอขายรายการนำเที่ยวคุณภาพร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวต่างประเทศกว่า ๓๕๐ ราย มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศซื้อแพ็คเกจมากกว่า ๔๐,๐๐๐ ราย โดยในปีที่ ททท. มีการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญสำหรับตลาดเฉพาะ อาทิ เจ้าภาพ จัดงาน Destination Wedding Planners Congress (DWP Congress) 2017 งาน Thailand Golf Travel Mart 2017 และงาน Amazing Thailand Health and Wellness Showcase 2017 เป็นต้น



๒.๒ กระตุ้นการใช้จ่ายกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ โดยขยายการเจาะกลุ่มผู้มีรายได้สูง (กลุ่ม Luxury) ควบคู่กับสานต่อการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวระดับกลาง-บน ทั้งกลุ่มเดินทางครั้งแรก (First Visitor) และกลุ่มเดินทางซ้ำ (Revisit) โดยการจัดและเข้าร่วมงานส่งเสริมการขาย ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในรูปแบบ Business to Business (B to B) และ Business to Consumer (B to C) มากกว่า ๒๑๐ ครั้ง เช่น งาน International Luxury Travel Market (ILTM) เมืองกาน สาธารณรัฐฝรั่งเศส งาน World Travel Market (WTM) เมืองลอนดอน สหราชอาณาจักร เป็นต้น รวมทั้งจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและสร้างการรับรู้ให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวต่างประเทศ อาทิ งาน Amazing Thailand Luxury Trade Meet โดยเชิญผู้แทนบริษัทนำเที่ยวชั้นนำจาก ๒๔ ประเทศ เยี่ยมชมสินค้าและบริการ พร้อมเปิดการเจรจาทางธุรกิจ เพื่อเป็นการสร้างช่องทางตลาดใหม่ ๆ อีกด้วย



๒.๓ สร้างกระแสการเดินทางท่องเที่ยวกลุ่มผู้หญิง "Women's Journey Thailand" สานต่อการจัดกิจกรรมสำหรับกลุ่มผู้หญิงต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา ด้วยการจัดกิจกรรมตลอดเดือนสิงหาคม ๒๕๖๐ นอกจากเป็นกิจกรรมเพื่อเฉลิมฉลองเนื่องในโอกาสเฉลิมพระชนมพรรษาสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ แล้ว ยังมุ่งสร้างภาพลักษณ์ความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย ทั้งนี้ ททท. ได้ร่วมกับภาคเอกชนกว่า ๒๐๐ ราย มอบโปรโมชั่นส่วนลดสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว อาทิ โปรแกรมตรวจสุขภาพ แพคเกจด้านศิลปกรรมความงาม แพคเกจโยคะเพื่อการทำสมาธิ และจัดกิจกรรมใหญ่ อาทิ กิจกรรม "มหัศจรรย์ผ้าไทย เกิดใต้อ้อมราชินี" (The Magic of Thai Fabric) ณ หอคำหลวง อุทยานราชพฤกษ์ จังหวัดเชียงใหม่

๓. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยง AEC โดยสร้างเครือข่ายความร่วมมือ และประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการท่องเที่ยวเชื่อมโยง AEC ในลักษณะ Thailand & Beyond ก่อให้เกิดการรับรู้ในภาพรวมกว่า ๔๖ ล้านคน-ครั้ง มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศซื้อแพ็คเกจมากกว่า ๑๓,๕๐๐ คน โดยมีตัวอย่างการดำเนินงานดังนี้

๓.๑ จัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์และนำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวเส้นทางเชื่อมโยง AEC อาทิ จัดคาราวานรถยนต์ "MET Fam Trip Caravan Songkran 2017" โดยนำสื่อมวลชนเดินทางท่องเที่ยวทางถนนในเส้นทางคุนหมิง - ลาว - ไทย และจัด FAM Trip โดยเชิญสื่อมวลชนจากภูมิภาคยุโรปและตะวันออกกลางสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างไทยกับประเทศในอาเซียน นอกจากนี้ยังมีการจัด AEC Mart เช่น งาน Experience Thailand and More เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยได้พบปะกับผู้ประกอบการต่างชาติที่ขายเส้นทางเชื่อมโยง

๓.๒ จัดงานส่งเสริมการขาย Thailand Travel Mart Plus Amazing Gateway to the Greater Mekong Subregion (TTM+) 2017 จังหวัดเชียงใหม่ เป็นเวทีให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวไทยและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจากประเทศกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ได้นำเสนอสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจากต่างประเทศ



tourism-based networks including airlines, hotels, real estate, catering, and communications, all of which comprised more than 140 organisations worldwide.

2. Sustainable tourism-generated revenue was one other major objective carried forward with the collaboration of more than 2,600 partners both within and outside the tourism industry through the following activities:

2.1 Growing Thailand's special interest tourist market base with high-spending potential in such groups as golf, health and beauty, wedding and honeymoon as well as ecotourism; tourism sales were stimulated in these niches while advertising and publicity through awareness building communication apparatus resulted in more than 627 million people views with quality tourist options jointly orchestrated by 350 foreign tour operators and more than 40,000 pax of packages sold. During the past year, major tourism promotion events especially designed for special interest tourist markets were held. The Tourism Authority of Thailand played host to the Destination Wedding Planners Congress (DWP Congress) 2017, the Thailand Golf Travel Mart 2017 and the Amazing Thailand Health and Wellness Showcase 2017, among others.

2.2 Stimulating spending particularly in the quality tourist groups, efforts were made to tap into the Luxury Group and expansion in the middle and high-spending markets both with first visitors and revisits. As a result, TAT actively played host to and took part in over 210 events of a variety of domestic and overseas sales promotion activities of different orientations, i.e. Business to Business (B to B) and Business to Consumer (B to C), including the International Luxury Travel Market (ILTM) in Cannes, France, and the World Travel Market (WTM) in London, U.K. To further boost the perception of overseas tour operators, marketing promotion events; such as, the Amazing Thailand Luxury Trade Meet was



held with leading travel agents from 24 countries invited to have first-hand experiences with Thailand's luxury products and services, making it possible for buyers and sellers from the tourism industry to converge, discuss business and create new marketing channels.

2.3 Setting the trend for "Women's Journey Thailand," an extension of similar activities from the previous years, tourism activities were organised throughout August which, in addition to marking the birthday anniversary of Her Majesty Queen Sirikit, they also served to enhance the safety image of Thailand's tourism industry. With the collaboration of more than 200 partners in the private sector, discount promotions and other special benefits were offered for purchase of tourism products and services including a health check package, cosmetic surgery package, yoga meditation package and other major events like "The Magic of Thai Fabric" at Ho Kham Luang Royal Pavilion, Royal Park Rajapruek, Chiang Mai Province.

3. The Promotion of AEC Tourism Connectivity saw the emergence of collaboration and publicity networks for tourism products and services in the "Thailand & Beyond" AEC connectivity. Overall, awareness building of the initiative reached more than 46 million people views with over 13,500 overseas tourists purchasing packages in the sales drives. The following was the actions taken:

3.1 Publicity blitz and AEC Tourism Connectivity product offers took shape in the "MET Fam Trip Caravan Songkran 2017" under which members of the media were taken on the route covering Kunming, China - Lao People's Democratic Republic - Thailand. The FAM Trip, meanwhile, was organised with representatives of the media from Europe and the Middle East invited to explore the travel route between Thailand and other ASEAN countries. Moreover, the AEC Mart

ทั่วโลก โดยมีจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศและจากประเทศเพื่อนบ้านในแถบกลุ่มน้ำโขงในฐานะผู้ขายจำนวน ๓๕๘ หน่วยงาน และมีผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวต่างประเทศในฐานะผู้ซื้อ ๕๖ ประเทศ จำนวน ๔๑๙ ราย โดยผลการเจรจาที่เกิดขึ้น คิดเป็นมูลค่าทางธุรกิจโดยรวมประมาณ ๔๑.๑๗ ล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ ๑,๔๔๑ ล้านบาท

#ด้านตลาดในประเทศ

มุ่งเน้นการสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยว ด้วยการส่งเสริมการออกเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มกระแสหลักและกลุ่มศักยภาพต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา โดยสร้างกระแสการเดินทางผ่านการสื่อสารภายใต้แนวคิด “ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋สไตล์ลึกลับ” ให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปสัมผัสเสน่ห์อันทรงคุณค่าของวิถีไทยรอบตัว ผ่านประสบการณ์เฉพาะถิ่นที่มีเอกลักษณ์แตกต่างกันในแต่ละภูมิภาค โดยตลอดทั้งปีมีผลงานที่สำคัญ ดังนี้

๑. กระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวกระแสหลัก โดยผลความสำเร็จในภาพรวมสามารถสร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายถึง ๑,๖๑๖ ล้านคน-ครั้ง เกิดการซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวผ่านพันธมิตรที่เข้าร่วมโครงการกว่า ๔๗๘,๐๖๖ ราย และคนไทยเกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวจากการรับสื่อ คิดเป็นร้อยละ ๘๑.๙๗ (จากข้อมูลการประเมินผลการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการสื่อสารการตลาดในประเทศของ ททท. ประจำปี ๒๕๖๐) ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

๑.๑ งานเทศกาลเที่ยวเมืองไทย ครั้งที่ ๓๗ จัดขึ้นระหว่างวันที่ ๒๕ - ๒๙ มกราคม ๒๕๖๐ ภายใต้แคมเปญ “ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋สไตล์ลึกลับ” เป็นการนำเสนอสินค้าการท่องเที่ยวที่โดดเด่นของภูมิภาคต่าง ๆ สร้างแรงจูงใจในการออกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยมีจำนวนผู้เข้าชมงานกว่า ๖๐๐,๐๐๐ คน ก่อให้เกิดเงินหมุนเวียนภายในงานกว่า ๓๘๓ ล้านบาท

๑.๒ ท้าเที่ยวข้ามภาค เป็นโครงการที่เจาะตลาดกลุ่ม GEN-Y เพื่อให้เป็นผู้ปลุกกระแสการเดินทางท่องเที่ยวจากการบอกต่อผ่านสื่อออนไลน์ โดยมีคุณตึก - เจษฎาภรณ์ ผลดี เป็น Brand Ambassador

๑.๓ โครงการส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดา เป็นการกระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว โดยเจาะกลุ่มเป้าหมายคนทำงาน กระตุ้นการเดินทางของกลุ่มธุรกิจ กลุ่ม Corporate กลุ่มประชุมสัมมนา และกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ภายใต้แนวคิด “เที่ยวได้งาน” ผ่านการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย Consumer Fair “วันธรรมดามาเที่ยว” ระหว่างวันที่ ๑๑ - ๑๔ พฤษภาคม ๒๕๖๐ ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ มีผู้สนใจเข้าชมงานกว่า ๒๐๐,๐๐๐ คน และมีรายได้จากการซื้อสินค้าและบริการกว่า ๑๐๕ ล้านบาท

๒. กระตุ้นการใช้จ่ายนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ เพื่อขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มผู้หญิง รวมถึงกลุ่มเฉพาะและความสนใจพิเศษ โดยผลความสำเร็จในภาพรวมสามารถสร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายถึง ๔๓๙ ล้านคน-ครั้ง เกิดการซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวผ่านพันธมิตรที่เข้าร่วมโครงการกว่า ๓๔๒,๕๔๓ ราย ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

๒.๑ จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มผู้หญิง ด้วยแนวคิดท่องเที่ยวด้วยแคมเปญ “ผู้หญิงท่องเที่ยว...เที่ยว” นำเสนอสินค้าการท่องเที่ยว/ โปรโมชันพิเศษให้เป็นเสมือน “รางวัลแห่งชีวิต” ส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุด้วยแคมเปญ “เก๋ไก๋ก๊วนชวนเที่ยวไทย” และนำเสนอรูปแบบการทำกิจกรรมกับกลุ่มเพื่อน สร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวใหม่ หรือทบทวนความสนุกสนานที่เคยผ่านมา พร้อมทั้งสร้างการรับรู้ด้วยการนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเป้าหมายผ่านรายการโทรทัศน์และนิตยสารชั้นนำ อีกทั้งยังได้ร่วมกับผู้ประกอบการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเสนอขายทั่วประเทศ เช่น เส้นทาง “เที่ยวตามรอยนาดี” จังหวัดอุทัยธานี เส้นทาง “ยกก๊วนชวนอิมบิยู ไหว้พระร้อยวัด มหัศจรรย์วันเดียว” จังหวัดสุราษฎร์ธานี ฯลฯ

featuring Experience Thailand and More gave travel agents and overseas tour operators an opportunity to meet and discuss sales of the connectivity route.

3.2 Thailand Travel Mart Plus Amazing Gateway to the Greater Mekong Subregion (TTM+) 2017 in Chiang Mai was initiated as a sales promotion event where sellers both from Thailand’s and the Greater Mekong Subregion tourism industry were actively involved in meeting tour operators from around the globe to discuss tourism products and services. A total of 358 selling agents representing tour operators from Thailand and the neighbouring Mekong Subregion countries came face to face with 419 participating buyers from 56 countries. In terms of business value, the event was able to generate approximately US\$41.17 million or 1.441 billion Baht.

#Domestic Markets

With emphasis given to tourism-generated revenue using Thainess as the dominant theme to entice tourists in the mainstream and high potential tourism markets, the market was led by an extended campaign of the existing theme which, actively promoted by communication means, was an initiative to create a travel buzz of the *Thong Thiao Withi Thai, Kekai Style Luek Sueng* (Discover Thainess: Deep Immersion), a concept to emphatically offer tourists’ travel-based experiences of the charm of Thainess values that they could find all year round, thanks to the unique region-based experiences. Major achievements in the fiscal year 2017 included the following:

1. Stimulating Tourists in the Mainstream Tourism Market: Overall success was represented by 1.616 million people views. Tourism-based products and services purchased through campaign partners amounted to 478,066 units with 81.97% of domestic tourists expressing their wish to travel as a result of the communication campaign (based on TAT’s assessment of the advertising/public relations and domestic marketing communication results 2017) through the following activities:

1.1 The 37th Thailand Tourism Festival 2017: Held during 25 - 29 January, 2017, under the thematic campaign, *“Thong Thiao Withi Thai, Kekai Style Luek Sueng”* (Discover Thainess: Deep Immersion), offered outstanding tourism products from the country’s different regions. The event was able to generate more than 600,000 festival visitors in domestic travel and over 383 million Baht in circulation.

1.2 Tha Thiao Kham Phak (Cross-region Travel Challenge): a campaign designed especially for the Gen-Y segment to inspire travel trends through viral marketing with Jesdaporn Pholdee as the campaign’s Brand Ambassador.

1.3 Weekday Travel Promotion, a project initiated in an attempt to spread the travel period amongst the work sector including corporate clientele, seminar groups and freelancers being the niches under the *“Thiao Dai Ngan”* (Travel and Work Combined) theme, it was promoted through the *“Wan Thammada Na Thiao”* Consumer Fair during 11 - 14 May, 2017, at the Queen Sirikit National Convention Centre. The event saw more than 200,000 visitors and sales from products and services hit over 105 million Baht.

2. Spending Stimulation Project Targetting Tourists with Potential to grow the targeted sectors with potential including the Elderly market, Woman market, including the specific and special-interest groups: awareness building successfully prompted 439 million people views in the target groups. Product and service purchases through partners in the campaign resulted in 342,543 units through the following activities:

2.1 Tourism promotion activities organised in favour of the woman groups staging the travel concept and eventually the *“Phuying Thong Thiao”* (Woman Wandering... Travelling) campaign under which tourism-based products/ special promotions treated as a “life reward” were offered while travel orientations among the elderly was encouraged through the *“Kao Yok Kuan Chuan Thiao Thai”* (The Senior Gang





๒.๒ จัดประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Awards) ครั้งที่ ๑๑ ประจำปี ๒๕๖๐ อันเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นเลิศด้านการประกอบธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาในเชิงคุณภาพด้านการบริหารจัดการ และการบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสาขาต่าง ๆ โดยมีพิธีมอบรางวัล เมื่อวันที่ ๒๗ กันยายน ๒๕๖๐ ณ รอยัลพารากอนฮอลล์ สยามพารากอน มีผู้ได้รับรางวัลทั้งสิ้น ๑๐๘ ผลงาน

๓. ส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวสู่พื้นที่รอง เพื่อลดการกระจุกตัวของพื้นที่ท่องเที่ยวหลัก มุ่งให้เกิดการเติบโตของรายได้ทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้วยการต่อยอดการดำเนินงานโครงการ ๑๒ เมืองต้องห้าม...พลาด Plus และคัดเลือกพื้นที่ใหม่ที่มีศักยภาพเพื่อส่งเสริมเป็นจังหวัดหลัก โดยผลความสำเร็จในภาพรวมสามารถสร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายถึง ๑๗๕ ล้านคน-ครั้ง เกิดการซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวผ่านพันธมิตรที่เข้าร่วมโครงการกว่า ๒๔๑,๕๒๓ ราย อัตราการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดรอง ร้อยละ ๖.๙๕ (จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ประกอบกับแนวโน้มของกองกลางการค้าปลีก) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ทุกกลุ่มทั้งนักท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และประชาชนทั่วไปในพื้นที่ มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของ ททท. ในทุกโครงการมากกว่าร้อยละ ๙๐ (จากข้อมูลโครงการประเมินผลการดำเนินงานเพื่อกระจายพื้นที่ท่องเที่ยวในตลาดในประเทศของ ททท. ปี ๒๕๖๐) ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

๓.๑ จัดทำโครงการขอนแก่น New Biz ภายใต้แนวคิด New Business Connect เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ความพร้อมด้านการเป็นเมืองสำหรับการประชุม สัมมนา และศึกษาดูงาน ตลอดจนส่งเสริมการจัด Event ขนาดใหญ่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทย อาทิ งานหมอลำคารินิวส์ จังหวัดขอนแก่น รวมสุดยอดการแสดงจากคณะหมอลำที่มีชื่อเสียงของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

๓.๒ จัดทำโครงการเชียงรายได้ เพื่อพัฒนาจังหวัดเชียงรายได้ให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวที่ยั่งยืน จากความสมดุลของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เมื่อสิ้นสุดปี ๒๕๖๔ โดยทั้ง ๓ โครงการได้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูด

ให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้าพื้นที่ เช่น จัดคาราวานรถยนต์ E-GO TO CARAVAN ท่องเที่ยวในเมืองต้องห้ามพลาด และจัดกิจกรรมเชียงรายได้ แต่ แต่ เชะ-เชะอย่างยั่งยืน เป็นต้น

๓.๓ พัฒนาลินค้าท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ (Creative Tourism) เพื่อผลักดันเข้าสู่กระบวนการขายโดยออกแบบสินค้าการท่องเที่ยวที่เสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ ผูกโยงเรื่องราวที่น่าสนใจจากอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ รวมทั้งจัดอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ โดยได้คัดเลือกพื้นที่ต้นแบบในการพัฒนา Creative Tourism ได้แก่ เส้นทางเกาะหมาก จังหวัดตราด พื้นที่แอ่งฝ่งทะเลตะวันออก

๔. สร้างความเข้มแข็งให้สังคมและสิ่งแวดล้อมผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยว กระจายโอกาสด้านการท่องเที่ยวสู่คนไทยผ่านกิจกรรมต่างๆ โดยผลความสำเร็จในภาพรวมสามารถสร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายถึง ๑๙ ล้านราย เกิดการซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวผ่านพันธมิตรที่เข้าร่วมโครงการกว่า ๑๔,๕๕๕ ราย และจากข้อมูลการประเมินผลการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการสื่อสารการตลาดในประเทศของ ททท. ประจำปี ๒๕๖๐ พบว่า คนไทยร้อยละ ๘๗.๖๑ เห็นด้วยและเห็นด้วยมาก ว่า ททท. เป็นองค์กรที่ดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

๔.๑ จัดกิจกรรม “ตามรอยความเรียงรอง...รอบเกาะรัตนโกสินทร์” จัดรถเวียนสำหรับท่องเที่ยวในเส้นทางรอบเกาะรัตนโกสินทร์ ร่วมกับเทศบาลนครนนทบุรี ท่องเที่ยวไหว้พระทางเรือ ร่วมกับสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจัดกิจกรรม “เที่ยวได้ เที่ยวได้” ในรูปแบบคาราวานรถบัสท่องเที่ยวภาคใต้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อการท่องเที่ยวภายหลังเกิดอุทกภัย

๔.๒ ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างใส่ใจสิ่งแวดล้อมใน “โครงการ Green Tourism” เพื่อให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงการท่องเที่ยวโดยไม่กระทบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีกิจกรรมที่น่าสนใจ เช่น กิจกรรม Green for You Tourism for All: Bike @Trang “ปั่นรวมพลังทำดีเพื่อพ่อ” ปั่นจักรยานท่องเที่ยวและร่วมเก็บขยะและขุดลอกทางระบายน้ำ บริเวณน้ำตกโตนปลิว เขตอนุรักษ์สัตว์ป่ากะช่อง กิจกรรม Nation Bike “ปั่นเที่ยวไป ตามรอยเสด็จ@ทุ่งงา”

Goes Gallivanting in Thailand) campaign. Pals' Activities deals were also featured to bring about fresh, new travel experiences or a rethink of past pleasure of days gone by. Television programmes and leading magazines were the channels used to help promote the different tourism offers to targeted audiences. Through collaborative efforts with tour operators, travel routes nationwide including the “In the Nakhi Footprints” in Uthai Thani Province, and “Yok Kuan Chuan Im Bun, Wai Phra Roi Wat Mahatsachan Wan Diao” (Ganging up to Make Merit at A Hundred Temples – A One-day Wonder) in Surat Thani Province, among others, were offered in promotion pitches.

2.2 The 11th Thailand Tourism Awards, the iconic award symbolic of excellence in the travel business, was held to boost quality management and services enhancement in the different areas of tourism industry development. The Awards were presented to 108 award winners in recognition of their success on 27 September, 2017, at the Royal Paragon Hall, Siam Paragon Shopping Complex.

3. Promoting tourism distribution to secondary travel destinations to ease the heavy concentration of tourism traffic in major travel destinations engineered for revenue growth in sustainable tourism through the expanded 12 Hidden Gems Plus campaign, new travel prospects of potential were identified in an attempt to eventually turn them into major travel destinations. Overall success registered 175 million people views with over 241,523 tourists buying tourism products and services through collaborative parties that resulted in a 6.95% revenue growth rate in secondary travel destinations (information derived from the Ministry of Tourism and Sports in conjunction with forecast by the TAT's Marketing Strategy Division). Moreover, 90% of the stakeholders including tourists, the public and private sectors and the local people universally voiced their satisfaction with every project initiated by

TAT (information based on the assessment of the TAT's Undertakings for Domestic Travel Distribution Expanses 2017) through the following activities:

3.1 The Khon Kaen New Biz Project introduced under the concept New Business Connect to promote the image of the province for its readiness for meetings, seminars and field studies as well as major events to attract domestic tourists through the Khon Kaen Morlum Carnival, a major event where famous Morlum Troupes in the Northeastern Region converged and performed.

3.2 Chiang Rai Tae Tae, initiated to turn the province into a sustainable tourism destination based on its economic, social and environmental balance, was a project to last until the end of 2021. The three projects promoted in a wide range of publicity channels were galvanised by such events as the E-GO TO CARAVAN, Exploring the Hidden Gems City and Chiang Rai Tae Tae, Chae Share Yang Yangyuen (Chiang Rai Truly – Snap & Share Sustainably), among others.

3.3 Creative Tourism Products Development geared towards the sales process through tourism product designs for enhanced experiences took advantage of the engrossing identities of individual areas. The initiative included trainings to boost the potential of the stakeholders in individual areas with certain sites including the Ko Mak Route in Trat Province, the coastal lowlands in Eastern Thailand, selected as a Creative Tourism Model.

4. Social and Environmental Strengthening through Tourism Promotion to spread tourism opportunities to domestic tourists using a range of different activities. The overall result was impressive with awareness creation reaching the 19 million targeted audience. Purchases of tourism products and services through over 14,545 participating partners followed. Moreover, based on the results of the TAT's Domestic Advertising, Public Relations and Marketing Assessment Report 2017, 87.61% of the Thai people surveyed agreed and agreed more to the statement that “TAT is a corporate entity whose operations comply with the code of corporate social and environmental responsibility” through the following activities:

4.1 Tam Roi Khwam Rueangrong...Rop Ko Rattanakosin (In the Footprints of Opulence...around the Rattanakosin Island), an event with appointed vehicles taking turns to drive tourists on a sightseeing trip around Rattanakosin Island. Alternately, in collaboration with the Nonthaburi Municipality, trips on merit-making tours by boat were organised while the joint effort with the tourism

ขึ้นจักรยานท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ตามรอยเสด็จในจังหวัดพังงา พร้อมทั้งร่วมกิจกรรมรักษาสีสิ่งแวดล้อม และกิจกรรมสำนึกรักบ้านเกิด “เซรากราว Go Green” โดยจัดกิจกรรมปลูกพืชเพื่อเป็นอาหารให้ช้าง ณ หมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น

๔.๓ จัดโครงการ Upcycling the Oceans, Thailand ร่วมกับบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) และมูลนิธิอีโคอัลฟ์ เพื่อรณรงค์การจัดการปัญหาขยะในแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลของไทยอย่างเป็นระบบและยั่งยืน โดยส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกในกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลไทยให้คงความอุดมสมบูรณ์และสวยงาม รวมทั้งรณรงค์ในเรื่องการทิ้งขยะและการแยกขยะพลาสติกที่สามารถนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีมูลค่าได้ ทั้งนี้ มีพื้นที่นำร่องของโครงการทางฝั่งทะเลตะวันออก ได้แก่ เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ฝั่งทะเลอ่าวไทย ได้แก่ เกาะเต่าและเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี และฝั่งทะเลอันดามัน ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต

๕. ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยจัดทำโครงการ ๕ โครงการ ดังนี้

๕.๑ โครงการ Creative Tourism District
เปิดตัวแบรนด์แคมเปญการท่องเที่ยวใหม่จากโครงการพัฒนาย่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือ Creative Tourism District โดยนำร่องสร้างแบรนด์ให้จังหวัดน่านภายใต้แนวคิด “น่าน...ยิ่งเที่ยว ยิ่งสนุก ยิ่งผูกพัน” พร้อมสร้างเส้นทางท่องเที่ยว ๘ เส้นทาง เพื่อตอบโจทย์กลุ่มนักท่องเที่ยวทุกรูปแบบ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเป็นต้นแบบการพัฒนา โดยให้คนในพื้นที่ทุกภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชน ทั้งนี้ ได้จัดพิธีเปิดตัวโครงการ พร้อมทั้งจัดกิจกรรม Business Matching and Showcase ณ C Asean กรุงเทพฯ ระหว่างวันที่ ๒๘ - ๒๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๐ เพื่อเปิดโอกาสให้ชุมชนได้นำเสนอเรื่องราวความน่าสนใจของจังหวัดน่านทั้งในเชิงอัตลักษณ์ รวมทั้งสินค้าและกิจกรรมท่องเที่ยวด้วยตนเอง

๕.๒ โครงการ Village to the World 4.0
จัดกิจกรรม Village Tourism 4.0 ภายใต้โครงการ Village to the World 4.0 เป็นการสร้างสรรค์กิจกรรมและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่นขนานรับนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการยกระดับความเป็นอยู่ของคน ในชุมชนท้องถิ่นให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืน โดยลงพื้นที่สำรวจแหล่งท่องเที่ยวภายใต้โครงการพัฒนาทุกจังหวัด (แอ่งท่องเที่ยว) และร่วมทำ Workshop กับชุมชน ให้ความรู้ด้านการตลาด สร้างความพร้อมให้ตัวแทนชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมผสมผสานกับผลิตภัณฑ์ทางภูมิปัญญาและการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ เพื่อก่อให้เกิดการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงซึ่งเป็นการสร้างทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ ได้เริ่มดำเนินการใน ๖ พื้นที่ ได้แก่ ชุมชนแหลมสัก จังหวัดกระบี่ ชุมชนบ้านลำพูน จังหวัดตรัง ชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรรักษ์เขาบายศรี จังหวัดจันทบุรี ชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านแหลมมะขาม จังหวัดตราด ชุมชนปูหมื่น จังหวัดเชียงใหม่ ชุมชนบ้านแซว จังหวัดเชียงราย

๕.๓ โครงการศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ร่วมกับโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNDP) จัดทำโครงการศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยได้นำแนวคิดด้านการพัฒนามนุษย์และการพัฒนาเศรษฐกิจตามหลัก “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” รวมทั้งหลักการ “เข้าใจ เข้าถึง และพัฒนา” มาเป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนผ่านการท่องเที่ยว ใน ๔ พื้นที่ ได้แก่ ชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี ชุมชนบ้านปางห้วยลาน จังหวัดเชียงใหม่ ชุมชนรอบโครงการพัฒนาพื้นที่หนองใหญ่ จังหวัดชุมพร และชุมชนบ้านหนองสำน จังหวัดสกลนคร ทั้งนี้ ได้เปิดตัวโครงการเมื่อวันที่ ๓๑ กรกฎาคม ๒๕๖๐ ณ สยามนิรมิต และจัดนิทรรศการในโครงการ “ตามรอยศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน” เมื่อวันที่ ๔ - ๘ ตุลาคม ๒๕๖๐ ณ ศูนย์การค้าดิ เอ็มโพเรียม รวมทั้งได้ร่วมกับบริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จัดทำวิดีโอสารคดีและหนังสือ ชุด “วิชา ๙ หน้า ศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนาของพ่อ” นำเสนอศาสตร์พระราชารูปแบบที่เข้าใจง่าย ผ่าน ๙ บุคคล ซึ่งเป็น

business association resulted in the “Thiao Tai Thiao Dai” (Southern Trips, Trips Possible) campaign through the Southern Trip Bus Caravan, an initiative designed to restore confidence in tourism following the extensive deluge that ravaged the Southern provinces.

4.2 “Green Tourism” was initiated as an environmentally-concerned project to make tourists realise how they could enjoy their trips without spoiling nature and the environment. Activities of interest included the “Green for You Tourism for All: Bike @Trang”, a cycling event in remembrance of the late King Bhumibol Adulyadej that engaged tourists in waste collection and waterways cleanup efforts in the Namtok Ton Plio, Khao Chong, Wildlife Conservation Development and Extension Centre, the Nation Bike Thailand 2016 “Pan Thiao Pai Tam Roi Sadet @ Phang-nga” in which cyclists enjoyed the learning experiences along the trail of the late King Bhumibol Adulyadej in Phang-nga province where they took part in environmental conservation activities, and the homecoming “Srou Krao Go Green” (Rural Go Green) offering that gave tourists an opportunity to grow plants as elephant feed at Ban Ta Klang Elephant Village in the province of Surin.

4.3 Upcycling the Oceans, Thailand, held in conjunction with the PTT Global Chemical Public Company Limited and the Ecoalf Foundation was initiated to promote responsible tourism through systematic and sustainable trash collection management in the Thai oceans. Thus, stakeholders from all sectors got to learn and build awareness in the conservation of Thailand’s coastal tourist sites to help maintain its abundance and beauty. Designed to educate the public as well as those directly involved in the entire waste chain, the Campaign focused on Waste Disposal and Separation of Plastic Waste that could be Recycled into New Products of Value. The Pilot Project in Thailand’s East Sea included Ko Samet in Rayong province, the Gulf of Thailand at Ko Tao

and Ko Samui in Surat Thani province and the Andaman Sea in Phuket province.

5. Promoting Creative Tourism through the Following Launches:

5.1 Creative Tourism District
The launch of the new tourism brand campaign underlining the Creative Tourism District Development efforts featured the brand-building pilot project in Nan province under the concept “Nan...Ying Thiao Ying Sanook Ying Phukphan” (Nan...More Travels, Greater Fun, Deeper Affinity). Eight travel routes were introduced to meet tourists’ diverse demands and promote creative tourism drives through the development model in which all the local parties, in particular, the community, were involved. The two-day project launch along with the Business Matching and Showcase @ C ASEAN in Bangkok took place during 28 - 29 November, 2017, to give related communities an opportunity to present their own accounts of the attractions of Nan province in terms of its unique identity, tourism products and activities.

5.2 Village to the World 4.0
Village Tourism 4.0 was an initiative under the Village to the World 4.0 Project with activities created to promote local tourist destinations in response to the government’s policy to sustainably raise the standard of living of the local people. Targeted sites were explored following the Province Cluster Development Plan (tourism cluster); joint workshops were held with the related communities and marketing know-how was shared to prepare community representatives and tour operators for future enterprises. Community creativity, meanwhile, was encouraged through tourism sites development to benefit their way of life and culture with the products of local wisdom and tourism seamlessly integrated. Ultimately, the initiative was intended to give rise to tourism connectivity that offered tourists choices of six earmarked areas for the launch of the undertaking. Among them were the Laem Sak Community in Krabi province, Ban Lam Khanun Community in Trang province, Khao Bai Si Agriculture-based Tourism Community in Chanthaburi province, the Culture-based Tourism Community at Ban Laem Makhm in Trat province, Pu Muen Community in Chiang Mai province and Ban Saeo Community in Chiang Rai province.

5.3 From Royal Initiatives to Sustainable Tourism Development Project

The Sustainable Tourism Development Project was conceived as a collaboration between TAT and the United





ผู้มีอิทธิพลทางความคิดในแวดวงต่าง ๆ มาเป็นผู้ถ่ายทอดแต่ละ “วิชา” ที่ได้ไปสัมผัสจริงผ่านการ “ท่องเที่ยวชุมชน” ที่แต่ละชุมชน ได้น้อมนำหลักการและแนวคิดของพระองค์เป็นแนวทางในการใช้ชีวิตและพัฒนาชุมชนให้เกิดการเติบโตอย่างยั่งยืน

๕.๔ โครงการอาสาสมัครเพื่อการท่องเที่ยว (เจ้าบ้านที่ดี)

จัดทำหลักสูตรอบรมเพิ่มทักษะการให้บริการและการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวให้แก่บุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และท้องถิ่น เพื่อให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในฐานะของเจ้าบ้านที่ดี ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมการขายและบริการที่มีคุณค่าไปยังนักท่องเที่ยว เสริมสร้างภาพลักษณ์การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่ามาเยือนจากการบอกต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าประทับใจ ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวซ้ำ อันจะนำไปสู่การสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวและการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมทั้งยังเป็นการสร้างเครือข่ายอาสาสมัครเพื่อการท่องเที่ยว เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อนำไปต่อยอดในพื้นที่ตนเอง ทั้งนี้ ททท. ได้ดำเนินการจัดอบรม ๕ ครั้งในพื้นที่ทุกภูมิภาค ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดนนทบุรี จังหวัดขอนแก่น จังหวัดสงขลา และจังหวัดชลบุรี มีจำนวนผู้เข้าอบรมทั้งสิ้น ๒,๕๐๖ คน

๕.๕ โครงการต้นแบบท่องเที่ยวเพื่อเกษตรยั่งยืน

จัดทำโครงการต้นแบบท่องเที่ยวเพื่อเกษตรยั่งยืน ภายใต้ชื่อ Amazing Green: A'Maze 2017 ณ วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี เมื่อวันที่ ๑๘ - ๒๖ พฤศจิกายน ๒๕๖๐ จากแนวคิดในการเปลี่ยนพื้นที่ทางการเกษตรให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว Creative Agro-Tourism เพื่อเพิ่มรายได้ให้เกษตรกรนอกเหนือไปจากการขายผลิตผลทางการเกษตรและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นในรูปแบบเขาวงกตจากทุ่งต้นข้าวโพด โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักคือ กลุ่มครอบครัวสมัยใหม่ (Millennial Family) เพื่อให้ครอบครัวได้ใช้เวลาร่วมกันและเพื่อให้เด็ก ๆ ได้เรียนรู้จากธรรมชาติ เพิ่มทักษะการเรียนรู้ และเสริมสร้างพัฒนาการทางอารมณ์ที่มากกว่าการเรียนรู้ในห้องเรียน มีหน่วยงานต่าง ๆ

ทั้งภาครัฐ สถาบันการศึกษา โรงเรียน ๒๗ แห่ง และประชาชนในพื้นที่เข้าร่วมศึกษาชมงาน โดยมีผู้เข้าร่วมงานทั้งสิ้น ๕,๙๑๙ คน ก่อให้เกิดรายได้เข้าสู่จังหวัดกาญจนบุรี ประมาณ ๔.๗๘ ล้านบาท

#ด้านบริหารจัดการองค์กร

ปีงบประมาณ ๒๕๖๐ ททท. มุ่งเน้นการพัฒนาองค์กรสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organisation: HPO) ด้วยการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้ในการปฏิบัติงานและจัดทำระบบวางแผนทรัพยากรองค์กร เพื่อสนับสนุนการทำงาน ปรับปรุงระบบงาน และลดขั้นตอนการทำงาน เพื่อให้เกิดความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาทรัพยากรบุคคลและระบบการบริหารจัดการความรู้ (KM) ภายในองค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับเกณฑ์การประเมินคุณภาพรัฐวิสาหกิจ (SEPA) และเป็นไปตามมาตรฐานสากล

ตลอดปีงบประมาณ ๒๕๖๐ ททท. มีผลงานที่สำคัญดังนี้

- ๑. **ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กร:** ททท. ดำเนินการปรับปรุงระบบโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานภายในองค์กร ได้แก่ การพัฒนาระบบวางแผนทรัพยากรองค์กร (Enterprise Resource Planning) และปรับปรุงการดำเนินงานด้านบริหารให้เกิดความคล่องตัว ทันกาล และเกิดประสิทธิภาพ ผ่านการดำเนินโครงการจัดทำข้อกำหนดและติดตาม Service Level Agreement (SLA) รวมทั้งการจัดทำคู่มือเกี่ยวกับกฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้องกับด้านบริหารสำหรับพนักงาน เพื่อส่งเสริมการทำงานตามหลักธรรมาภิบาลและไม่ขัดต่อกฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กร

- ๒. **ด้านการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) บุคลากร:** ททท. ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและการบริหารจัดการองค์ความรู้ขององค์กร โดยส่งเสริมให้มีการรวบรวมองค์ความรู้ภายในองค์กรมาจัดเก็บอย่างเป็นระบบ และส่งเสริม

Nations Development Programme (UNDP) based on the late King Bhumibol Adulyadej’s Wisdom. By adopting the King’s Human Development Approach, the “Sufficiency Economy Philosophy”, and his principle of “Understanding, Reaching out and Development” as the guidelines for tourism-based community economy development, four areas including the Chanthaboon Waterfront Community in Chanthaburi province, Ban Pong Huai Lan Community in Chiang Mai province, the community around the Nong Yai Development Project in Chumphon province and Ban Nong San Community in Sakhon Nakhon province had been earmarked. The project launch took place on 31 July, 2017, at the Siam Niramit Theatre followed by the “In Royal Footsteps towards Sustainable Tourism Exhibition” during 4 - 8 October, 2017, at the Emporium Shopping Complex. In addition, together with Bangchak Corporation Public Company Limited, “The Nine Progress Subjects, the Royal Wisdom from Father’s Textbook,” a set of documentary videos and books was produced to highlight the late King’s wisdom in an easy-to-understand presentation through nine personalities who were influencers in their respective circles. In making their presence, they imparted the gem of each “subject” based on their real-life experiences in “community tourism” in accordance with King Rama IX’s principle and concept, which each community has adopted as their way of life and approach of community development with the result of sustainable growth.

5.4 Tourism Volunteers Project (Be a Good Host)

Training Courses in Services and Communication with Tourists Skill Enhancement were provided to tourism personnel from the public and private sectors as well as those at the community level to prepare them as good hosts when they interact with tourists, an integral element in the delivery of valuable products and services to tourists, which would further boost the country’s image as an attractive tourist destination once the impressive experiences from the visits were passed on to bring about repeaters with the result of tourism-based revenue and sustainable growth in the tourism industry. In addition, it helped create networks of tourism volunteers whereby acquired information could be shared and built upon in one’s own domain. Five such trainings were organised by TAT in every region including Chiang Mai, Nonthaburi, Khon Kaen, Songkhla and Chon Buri provinces with a total of 2,506 participants.

5.5 Sustainable Agrotourism Prototype Project

Under Amazing Green: A'Maze 2017, the model for Sustainable Agrotourism was conceived at the Kanchanaburi College of Agriculture and Technology during 18 - 26 November,

2017. The precept of the prototype was to transform farming belts into Creative Agrotourism sites for improved income for farmers in addition to that generated from sales of agricultural produce. Moreover, the revenue could be distributed to benefit local communities following the “maze in a cornfield” pattern. The Millennial Family constituted the main target group to allow family members to spend precious time together and for youngsters to learn from nature, improve their learning skills and enhance their emotional development instead of being limited to the classroom environment. Different agencies including those in the public sector, educational institutions and 27 schools as well as the population in the targeted areas joined the initiative that generated approximately 4.78 million Baht in Kanchanaburi province.

#Organisational Management

In the fiscal year 2017, TAT continued its focused efforts on bringing the organisation forward to become a High Performance Organisation (HPO). An advanced IT system was therefore adopted in its operations and enterprise resource planning to help boost its operating system while procedures were streamlined for improved effectiveness both in speed and efficiency. In addition, due support was given to Human Resources Development and TAT’s organisational Knowledge Management (KM) System in accordance with the SEPA-based Criteria and international standards.

TAT’s Major Achievements in the Fiscal Year 2017

- 1. **Boosting the efficiency of its organisational management:** TAT had its IT infrastructure revamped to increase the efficiency of its internal operations. Actions were taken for the development and improvement of its Enterprise Resource Planning and Management Operation, respectively to ensure their effectiveness both in speed and efficiency with the Requirements and Service Level Agreement (SLA) Monitoring Project formulated. For TAT personnel, the Personnel Management Handbook on Rules and Regulations was produced to promote CG-based practices and not in contradiction against the organisation’s rules, regulations and requirements.
- 2. **Personnel Productivity:** Since the development of the personnel’s potential and organisation’s Knowledge Management are crucial to TAT’s performance, knowledge in the organisation was gathered and systematically organised and TAT personnel were encouraged to access the knowledge that they could make

ให้บุคลากรเข้าถึงองค์ความรู้และสามารถใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ททท. มีการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานด้านทรัพยากรบุคคลไปสู่การปฏิบัติ ได้แก่ ระบบการบริหารผลงาน (Performance Management System: PMS)

๓. ด้านการเพิ่มมูลค่าและบริหารจัดการสินทรัพย์: ททท. มุ่งเน้นการพัฒนาต่อยอดและสร้างประโยชน์จากทรัพย์สินของ ททท. ที่มีอยู่ในปัจจุบัน โดยเฉพาะการเพิ่มมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญา ได้แก่ การสร้างแบรนด์น้องสุขใจ และการจำหน่ายอนุสาร อ.ส.ท.

๔. ด้านการพัฒนาการบริหารจัดการองค์กรที่ดีและสื่อสารภายในองค์กร: ททท. พัฒนาระบบการสื่อสารภายในองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยมีการจัดทำแผนการสื่อสารภายในองค์กรระยะยาว (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๔) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานและสร้างการรับรู้และความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้บริหารกับพนักงานในเนื้อหาการสื่อสารที่สำคัญขององค์กรและนำไปสู่การปฏิบัติให้ผลการดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย นอกจากนี้ ททท. ได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการดำเนินการตามแผนแม่บทการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) เพื่อผลักดันให้องค์กรมีการทำงานตามหลักธรรมาภิบาล รวมทั้งการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) โดยการส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรเข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม CSR ขององค์กร เช่น กิจกรรม Upcycling the Oceans, Thailand เป็นกิจกรรมที่รวบรวมขยะในแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและแปรรูปขยะพลาสติกเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีตรงกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามัน (ภูเก็ต), ฝั่งทะเลอ่าวไทย (เกาะสมุย, เกาะพะงัน, เกาะเต่า) จังหวัดสุราษฎร์ธานี และฝั่งทะเลตะวันออก (เกาะเสม็ด) จังหวัดระยอง

#ด้านบริหารความเสี่ยง

ในปี ๒๕๖๐ ททท. มีการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบทั่วทั้งองค์กร โดยคณะกรรมการ ททท. คณะอนุกรรมการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในของ ททท. ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงและมีส่วนร่วมในการบริหารความเสี่ยง

อย่างบูรณาการ ผ่านการดำเนินงานกิจกรรมบริหารความเสี่ยงตามแผนบริหารความเสี่ยง ททท. ร่วมกับหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง รวมถึงมีการติดตามผลการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องและทบทวนการบริหารความเสี่ยง เช่น การทบทวนความเสี่ยงที่สำคัญขององค์กรให้สอดคล้องกับสถานการณ์และปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน และปรับปรุงกิจกรรมหรือมาตรการบริหารความเสี่ยงที่สามารถลดผลกระทบได้ดีมากยิ่งขึ้น

#ด้านการควบคุมภายใน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ดำเนินการบริหารจัดการองค์กรด้านการควบคุมภายใน ให้เป็นไปตามระเบียบคณะกรรมการตรวจเงินแผ่นดินว่าด้วยการกำหนดมาตรฐานการควบคุมภายใน พ.ศ. ๒๕๔๔ ข้อ ๖ และได้มีการพัฒนาระบบการควบคุมภายในของ ททท. มาอย่างต่อเนื่อง การดำเนินการติดตามประเมินผลการควบคุมภายใน ททท. มีการติดตามผลระหว่างการปฏิบัติงาน (Ongoing Monitoring) อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ มีการประเมินผลเป็นรายครั้ง (Separate Evaluation) โดยแยกเป็นการประเมินตนเอง (Control Self-Assessment: CSA) ปีละ ๑ ครั้ง และมีการประเมินการควบคุมภายในอย่างเป็นอิสระ (Independent Assessment) โดยสำนักตรวจสอบภายใน จากผลการประเมินองค์ประกอบของการควบคุมภายในของ ททท. ประจำปี ๒๕๖๐ พบว่า ในภาพรวมมีความเพียงพอเหมาะสม แต่มีบางกิจกรรมที่ยังคงต้องเร่งดำเนินการสรุปสาระสำคัญจำแนกตาม ๕ องค์ประกอบของการควบคุมภายใน ดังนี้

๑. สภาพแวดล้อมของการควบคุม มีสภาพแวดล้อมการควบคุมโดยภาพรวมถือว่าอยู่ในระดับดี มีความเหมาะสมเพียงพอ กล่าวคือ พนักงานระดับผู้บริหารให้ความสำคัญและสร้างแรงจูงใจให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเป็นตัวอย่างที่ดีในเรื่องความซื่อสัตย์ มีจริยธรรมในการทำงาน เน้นการทำงานด้วยความสุจริต โปร่งใส ตรวจสอบได้ หน่วยงานใน ททท. มีการวางแผนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ มีการกระจายภาระงาน มอบอำนาจและหน้าที่ ความรับผิดชอบให้กับพนักงานอย่างเหมาะสม



use of efficiently. Its IT system was also revamped in support of the Human Resources Department which could make use of the Performance Management System (PMS).

3. Value Creation and Assets Management: TAT was determined to carry its development efforts forward and make the most of its current asset portfolios, especially value creation for its intellectual property including Nong Suk Chai (Happiness) brand-building and the sales of the O So Tho magazine.

4. CG and Internal Communication Management Development: TAT has gone through development phases for its internal communication system. To make it more effective, a long-term Internal Communication Plan (2018 - 2021) was developed to be used as the guidelines for operations, awareness-building and a mutual understanding among its executives and personnel regarding the organisation's essential message to be implemented in order to meet the set objectives. Moreover, importance was given to promoting its operations based on its Good Corporate Governance Master Plan to thoroughly drive its Corporate Governance (CG) and Corporate Social Responsibility (CSR) practices. Accordingly, TAT personnel were urged to take part in such CSR activities as the Upcycling the Oceans, Thailand, an activity of transforming plastic waste collected from Thailand's coastal attractions including the Andaman Sea (Phuket), the Gulf of Thailand (Ko Samui, Ko Pha-ngan, Ko Tao) in Surat Thani province and the East Coast (Ko Samet) in Rayong province. At the end of the process, the waste was to be turned into environmentally-friendly products.

#Risk Management

In 2017, risk management systematically covered the entire organisation at TAT. Its personnel including the TAT Board of Directors, the Subcommittees in charge of Risk Management

and Internal Control, its executives and staff members at every level of the organisation recognise its magnitude and, without exception, were involved in risk management in an integrated manner through its internal unit of risk management in accordance with the TAT Risk Management Plan. Continued monitoring of risk management also took place and was reviewed. TAT's crucial risks were therefore reviewed regularly in line with the changing situations and factors that could affect its operations while activities or risk management measures were adjusted to minimise any impact.

#Internal Control

As part of its organisational management, TAT's internal control was carried out in accordance with the Rules of the Office of the Auditor General on the Establishment of Internal Control Standards B.E. 2544 (2001) No. 6. While the development of the system has been a continuing process, TAT carried out ongoing monitoring on its performance along with separate evaluations comprising an annual Control Self-Assessment (CSA) and an Independent Assessment through the Internal Audit Office. The overall assessment results covering all the components in the TAT Internal Control Report 2017 indicated that, except for certain activities, they were appropriate in accordance with the following summaries of the five components:

1. Overall Control Environment was appropriate. Having recognised its importance, the management offered their subordinates inspirational standards of integrity, allowing work ethics to guide them in their performances, which were undertaken with transparency and accountability. In carrying out their duties, TAT observed its systematically planned functions, with missions and responsibility properly delegated.



๒. การประเมินความเสี่ยง มีการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายการดำเนินงานไว้ในแต่ละโครงการ/กิจกรรม/แผนงานอย่างชัดเจนในแผนปฏิบัติการประจำปี มีการประเมินกิจกรรมการควบคุม มีการกำหนดวิธีการควบคุมกรณีการควบคุมไม่เพียงพอเพื่อป้องกันหรือลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นก่อนดำเนินงาน ขณะดำเนินงานและหลังดำเนินงานแล้ว เพื่อให้สามารถปิดจุดอ่อนในครั้งต่อไป และมีการติดตามผลการปฏิบัติงานทุกกิจกรรม/โครงการ/แผนงาน ที่หน่วยงานใน ททท. ได้จัดทำขึ้นตามแผนปฏิบัติการ

๓. กิจกรรมการควบคุม โดยภาพรวมถือว่ามีการควบคุมอยู่ในระดับดี พนักงานทุกคนเข้าใจวัตถุประสงค์ และยึดถือปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ฯลฯ ที่เกี่ยวข้อง เมื่อ ททท. มีการปรับเปลี่ยนกฎ ระเบียบ ฯลฯ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการแจ้งเวียนให้พนักงานทุกคนทราบ อาทิ รับทราบและยึดถือปฏิบัติเกี่ยวกับการกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ วงเงินอนุมัติของผู้บริหารแต่ละระดับไว้อย่างชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร มีการแบ่งแยกหน้าที่การปฏิบัติงานที่สำคัญหรืองานที่เสี่ยงต่อความเสียหาย

๔. สารสนเทศและการสื่อสาร มีระบบสารสนเทศและการสื่อสารสำหรับผู้บริหารและบุคลากรภายใน ททท. โดยมีระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงาน เช่น ระบบ E-mail ระบบฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาดภายใน ระบบงานควบคุมงบประมาณ รวมถึงระบบสารสนเทศสำหรับการตัดสินใจและ/หรือการรายงานให้ผู้บริหารระดับสูงได้ทราบ เป็นต้น พร้อมทั้งมีช่องทางการรับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะและ/หรือข้อร้องเรียนในการปรับปรุงการดำเนินงานให้เป็นรูปธรรม มีศูนย์ประสานรับ-ส่งเรื่องร้องเรียนภายนอก และมีการส่งเสริมให้พนักงานใน ททท. ได้เข้ารับการอบรมเชิงปฏิบัติการในส่วนของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งนี้ระบบสารสนเทศยังต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงให้ตอบสนองต่อการใช้งานของบุคลากรให้มากขึ้น

๕. การติดตามประเมินผล มีการติดตามและประเมินผลทั้ง ๒ แบบ คือ มีการติดตามประเมินผลระหว่างปฏิบัติงาน

(Ongoing Monitoring) และมีการประเมินผลเป็นรายครั้ง (Separate Evaluation) โดยมีการเปรียบเทียบแผนและผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง มีการจัดทำรายงานผ่านระบบฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด เพื่อแสดงความคืบหน้าและผลการดำเนินงาน และรายงานผู้บริหาร คณะกรรมการฯ ที่เกี่ยวข้อง ทราบเป็นรายเดือน รายไตรมาส และรายปี

ผลการประเมินโดยรวม: มีการควบคุมภายในครบทั้ง ๕ องค์ประกอบ ในภาพรวมอยู่ในระดับที่เหมาะสม อย่างไรก็ตาม มีบางกิจกรรมที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องเร่งดำเนินการเพื่อให้ ททท. เป็นองค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organisation: HPO) จึงต้องเร่งดำเนินการในเรื่องต่อไปนี้

๑. เรื่องการสรรหาบุคลากรเพื่อให้เต็มกรอบอัตรากำลังของแต่ละหน่วยงานต้องได้รับ รวมทั้งเรื่องการสร้างบุคลากรทดแทนผู้ที่เกษียณอายุและผู้ที่เกษียณอายุก่อนกำหนด

๒. จัดอบรมหลักสูตรความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ เรื่องการบริหารจัดการวัสดุครุภัณฑ์ภายในสำนักงานให้เป็นระบบมากขึ้นต่าง ๆ หลักสูตรเรื่องการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน

๓. ด้านระบบสารสนเทศและการสื่อสาร ควรมีการปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีการตอบสนองต่อการใช้งานมากขึ้น สำหรับด้านการสื่อสารควรมีการสื่อสารในเรื่องต่าง ๆ ให้บุคลากรใน ททท. ได้รับทราบผ่านช่องทางต่าง ๆ

๔. สรุปรวบรวมและแจ้งเวียนระเบียบ ข้อบังคับ ฯลฯ ต่าง ๆ ที่บุคลากรใน ททท. ต้องทราบและถือปฏิบัติโดยภาพรวมอย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง พร้อมทั้งจัดทำเป็นรูปเล่มแจกให้กับบุคลากรใน ททท. ได้รับทราบ

2. Risk Assessment including set objectives and operational targets for each project, activity and plan clearly stated in the Annual Operation Plan was well covered. Control methods in control activities assessment were identified where the control proved inadequate; this was to help avert and minimise risks that could surface throughout the execution stages to pre-empt future flaws. Operational performance monitoring on every activity, project and plan initiated by TAT's various operating units were consistent with the TAT Operation Plan.

3. Control activities overall indicated that activity control was appropriate. TAT personnel had a good understanding of the organisation's objectives and law, rules and regulations, etc., were properly observed. Changes to existing code of practices and others were circulated in writing by the related units for staff information to acknowledge on matters including the changes and compliance of the scope of authority and responsibility, financial authorisation limits for executives at different levels, absolute division of crucial operations or tasks vulnerable to damages over the entire process.

4. Information and communication for TAT executives and personnel were appropriately adequate for operational benefits organisation-wide through a range of information facilities including the E-mail system, domestic tourism marketing database, budget control and information systems, which were crucial in decision-making and/or reports for senior executives, among others. Employees' Opinions/Grievances Channels were established as a tangible operational improvement move with an existing external dispatch coordination centre. However, as TAT personnel were encouraged to attend IT workshops, development and improvement in certain areas was still needed to meet increased employee demand.

5. Assessment monitoring was carried out through ongoing monitoring and separate evaluation with plans and operating results continually compared. Reports were prepared using the Tourism Marketing Database to substantiate any progress and operating results as well as the monthly, quarterly and annual reports of TAT executives and those filed by the related committees.

Overall Assessment Results: TAT's Internal Control completed the assessment of the five required components which proved to be appropriately adequate. However, in order to make TAT a High Performance Organisation (HPO), immediate actions were required for certain activities under different units. Close attention therefore was called for in the following areas:



1. Selection of personnel to fill the allocated human resource requirement in each operation unit in addition to the necessity to identify replacement personnel to fill the posts left vacant as a result of retirements or early retirements.

2. Trainings for staff members to help create an understanding of the Finance Ministry's Guidelines on Government Procurement and Supplies Management Act, B.E. 2560 (2017) to ensure a more systematic management approach of TAT's supplies management. Trainings on Knowledge in Risk and Internal Control should also be provided to TAT employees to enable them to appreciate their importance.

3. IT and communication systems should be revamped to meet an increasing demand for communication. Channels of communication on various subjects should also be made available to staff members.

4. Summaries of rules and regulations that TAT personnel should know and comply with were gathered and circulated on a yearly basis. To reinforce the result of this attempt, the rules and regulations applied to TAT's operations should be published and distributed to TAT personnel.





#ด้านการตรวจสอบ

สำนักตรวจสอบภายในเป็นหน่วยงานอิสระที่มีโครงสร้างหน่วยงานขึ้นตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบและผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานตรวจสอบภายในอย่างอิสระและเที่ยงธรรม มีบทบาทหลักในการสร้างความเชื่อมั่น (Assurance) และให้คำแนะนำปรึกษา (Consulting) ฝายบริหารและคณะกรรมการตรวจสอบในการตรวจสอบประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกระบวนการควบคุมภายใน กระบวนการกำกับดูแลที่ดี กระบวนการบริหารความเสี่ยง และการปฏิบัติตามข้อบังคับ มติคณะรัฐมนตรี ระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของหน่วยงาน รวมทั้งมีการประเมินการบริหารความเสี่ยง การควบคุม การกำกับดูแล และการปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ ของ ททท. อย่างเป็นระบบและมีระเบียบแบบแผนที่ดี อันเป็นการเพิ่มคุณค่าและการปรับปรุงการดำเนินงานของ ททท. ให้สามารถบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของ ททท. ที่กำหนดไว้ รวมถึงนำเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการปฏิบัติงานให้มีระบบและระเบียบที่ดีขึ้น โดยได้ปฏิบัติตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยคณะกรรมการตรวจสอบและหน่วยตรวจสอบภายในของรัฐบาล พ.ศ. ๒๕๕๕ มาตรฐานงานวิชาชีพตรวจสอบภายใน คู่มือการปฏิบัติงานการตรวจสอบภายในของรัฐบาล พ.ศ. ๒๕๕๕ โดยคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) กระทรวงการคลัง

และระเบียบคณะกรรมการตรวจเงินแผ่นดิน (คตง.) ว่าด้วยการปฏิบัติหน้าที่ของผู้ตรวจสอบภายใน พ.ศ. ๒๕๕๖ โดยสรุปการดำเนินงานดังนี้

๑. จัดทำกฎบัตรของสำนักตรวจสอบภายในและมีคู่มือการปฏิบัติงานตรวจสอบภายในที่ชัดเจนและครบถ้วนเป็นลายลักษณ์อักษร และมีการทบทวนอย่างสม่ำเสมอ

๒. จัดทำแผนการตรวจสอบภายในระยะยาว ๓ ปี และแผนการตรวจสอบประจำปี โดยคำนึงถึงทิศทางกลยุทธ์ ตัวชี้วัด และความเสี่ยงที่สำคัญ อันส่งผลกระทบต่อการทำงานของ ททท. (Risk-Based Approach) และกำหนดการตรวจสอบด้านการดำเนินงาน (O: Operation) ด้านการเงิน (F: Financial) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT: Information Technology) และการปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ มติคณะรัฐมนตรี (C: Compliance) ซึ่งครอบคลุมกระบวนการที่สำคัญ อาทิ กิจกรรมโฆษณาประชาสัมพันธ์ กิจกรรมส่งเสริมการขาย กิจกรรมการเบิกจ่ายและการตรวจสอบเอกสาร งบการเงิน ฯลฯ

๓. ตรวจสอบกิจกรรมและกระบวนการตามแผน เพื่อให้ความเชื่อมั่นในประสิทธิผลของการควบคุมภายในในการลดความเสี่ยงของกิจกรรมหรือกระบวนการนั้น ๆ โดยให้ความสำคัญต่อระบบ

#Audits

An independent unit in TAT, the Internal Audit Office reports directly to the Audit Committee and TAT Governor. It is tasked with the mission of independent and impartial auditing operation and, consistent with its major role, is to provide assurance and consulting to the TAT management and the Audit Committee to ensure that TAT's internal work process is accompanied by efficient and effective internal control, good corporate governance, risk management and compliance with related rules and regulations and the Cabinet's resolutions systematically, supported by a well-devised plan. The entrusted mandate is aimed at TAT's value creation and operational improvement to achieve its set objectives and goals. Therefore, recommendations were made to secure systematically improved performances in line with the Finance Ministry's regulations on State Enterprise Audit Committee and Internal Control Units, B.E. 2555 (2012), Professional Internal Audit Standards, the SEPO-based Internal Audit Manual on the Internal Audits of State Enterprise as well as the State Audit Commission's Regulations on the Execution of Internal Auditors' Duties, B.E. 2546 (2003). Summaries of the Internal Audit Office's achievements included:

1. Establishment and regular reviews of the Charter for the TAT Internal Audit Office along with an explicit and complete Work Manual on the Execution of Duties of the Internal Audit Office in writing.
2. Completion of the Internal Audit's 3-year Plan and its Annual Audit Plan using the Risk-based Approach with consideration given to TAT's strategy, indicators and major risk(s) that might jeopardise TAT's operations; Internal Audit activities also covered TAT's Operation (O), Financial (F), Information Technology (IT) and Compliance (C) of related rules, regulations, orders as well as the Cabinet's resolutions, which involved the entire process including such areas as advertising and public relations, sales promotions, disbursement and scrutiny of documents and financial statements, among others;
3. Activities and work processes were verified as planned to secure confidence in internal control efficiency and minimise any intrinsic risk with focus given to the COSO-based Internal Control System. At the same time, the assessment of internal control adequacy was enhanced further on all relevant activities including control environment, risk assessment, control activities,

ควบคุมภายในตามแนวทางของ COSO เพิ่มการประเมินความเสี่ยงของการควบคุมภายในทุกกิจกรรมที่ตรวจสอบ รวม ๕ องค์ประกอบ ได้แก่สภาพแวดล้อมการควบคุม(Control Environment) การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) กิจกรรมควบคุม (Control Activities) สารสนเทศและการสื่อสาร (Information & Communication) และการติดตามประเมินผล (Monitoring) เพื่อความเชื่อถือได้ของการรายงานทางการเงินและไม่ใช้การเงิน และเพื่อให้มีการปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ฯลฯ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการองค์กร โดยตรวจสอบ ณ ททท. ส่วนกลาง และตรวจสอบ ณ ที่ตั้งสำนักงานสาขาในประเทศและต่างประเทศ และนำเสนอรายงานผลการตรวจสอบให้คณะกรรมการตรวจสอบ ททท. และผู้ว่าการ ททท. พิจารณาให้ความเห็นชอบ รวมถึงการรายงานต่อคณะกรรมการ ททท. และหน่วยงานกำกับดูแลเป็นประจำทุกไตรมาสและรายปี รวมทั้งมีการติดตามผลการดำเนินการตามข้อเสนอแนะที่พบจากการตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ

๔. ให้คำแนะนำ/ปรึกษาข้อปฏิบัติที่ถูกต้องแก่หน่วยรับตรวจ และนำความรู้เรื่องความเสี่ยง และการควบคุมภายในที่ได้มาจากการให้คำปรึกษาใช้ในกระบวนการกำหนดและประเมินความเสี่ยง ที่มีนัยสำคัญขององค์กร เพื่อทบทวนความเหมาะสมของแผนในปีถัดไป

๕. จัดทำ “ข้อปฏิบัติที่พึงระวังสำหรับการปฏิบัติตามกฎ ระเบียบของ ททท.” จากข้อมูลประเด็นที่ตรวจพบและข้อหาหรือ ประชาสัมพันธ์ ในระบบ DMS: Document Management System เพื่อให้พนักงาน ททท. ได้ศึกษาและใช้เป็นแนวปฏิบัติที่ถูกต้อง รวมทั้งมีการปรับปรุงให้เป็นปัจจุบัน

๖. มีการพัฒนาผู้ตรวจสอบภายในตามนโยบายการส่งเสริม เพิ่มพูนความรู้และทักษะตามภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย เพื่อให้เกิดความชำนาญ เชี่ยวชาญ สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมืออาชีพมากขึ้น และมีความระมัดระวังในการประกอบวิชาชีพ อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับมาตรฐานและจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ ตรวจสอบภายใน โดยกำหนดให้ผู้ตรวจสอบภายในต้องเข้ารับการอบรมไม่น้อยกว่า ๔๐ ชั่วโมงต่อคนต่อปี

ทั้งนี้ ในการปฏิบัติงานของสำนักตรวจสอบภายใน ไม่มีข้อจำกัดในการแสดงความคิดเห็น และไม่มีประเด็นที่มีความเห็นขัดแย้งกันระหว่างหน่วยงานรับตรวจกับสำนักตรวจสอบภายใน

information and communication and monitoring to ensure the reliability of both the financial and non-financial reports in addition to ensuring that, among others, law, rules, and regulations involving organisational management were duly observed. Auditing took place both at the TAT Head Office and its branch offices at home and abroad. Finally, audit results were brought to the attention of the TAT Audit Committee and its Governor for approval and reported to the TAT Board of Directors and other regulatory units on a quarterly and yearly basis. Moreover, regular monitoring was conducted on operational results based on the recommendations made during audit exercises.

4. Recommendations and consulting on proper guidelines were given to the Audited Unit while risk- and internal-control-related information gathered from previous consultations was used in determining and assessing pertinent risks crucial to TAT to review the bearing of the plan for the coming year.

5. “Cautionary Practices in Compliance with TAT Rules and Regulations” based on the information detected during audit exercises and discussions with the Audited Unit were published

along with other recommendations and subsequent updates on the Document Management System (DMS) for TAT personnel to study and adopt as the proper practices.

6. In line with the TAT’s Knowledge and Skills Development Policy for the enhancement of Internal Auditors’ skills to enable them to perform their assigned tasks expertly and professionally with proper caution adopted in their professional practices and in conjunction with Professional Internal Audit Standards and Ethics, Internal Auditors were required to take an annual 40-hour training course.

It should be noted that the work carried out by the Internal Audit Office imposed no restriction on comments and no issue of conflicts existed between the Audited Unit and the Internal Audit Office.





รางวัลด้านการท่องเที่ยวที่ ททท.
ได้รับ ปีงบประมาณ 2560

Tourism Awards to the TAT in Fiscal Year 2017

153 รางวัล
Awards



กลุ่มรางวัลที่ ททท. และบุคลากร
ของ ททท. ได้รับ

Awards Given to the TAT and
TAT's personnel

28 รางวัล
Awards



กลุ่มรางวัลสำหรับ
ประเทศไทย

Awards Given to
Thailand

30 รางวัล
Awards



กลุ่มรางวัลที่ภาคเอกชน
ด้านการท่องเที่ยวของไทยได้รับ

Awards Given to
Private Organisations

95 รางวัล
Awards

“เรียนให้รู้
ดูให้ลึก ลองถึงแก่น
สัมผัสทุกประสบการณ์
แปลกใหม่”



#เที่ยวไทยแท้
#แชร์ให้โลกรู้
#TourismThailand
#Thailand

รางวัลด้านการท่องเที่ยว

ในปีงบประมาณ ๒๕๖๐ ประเทศไทยได้รับความนิยมในการเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกปรารถนาจะมาเยือน อันเป็นผลมาจากมุ่งมั่นดำเนินงานของ ททท. ร่วมกับพันธมิตรทั้งในและนอกอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในและต่างประเทศ ดังบทพิสูจน์ความสำเร็จซึ่งสะท้อนผ่านรางวัลการยอมรับจากเวทีต่าง ๆ ทั่วโลก ๑๕๓ รางวัล ประกอบด้วยกลุ่มรางวัลที่ ททท. และบุคลากรของ ททท. ได้รับ ๒๘ รางวัล กลุ่มรางวัลสำหรับประเทศไทย ๓๐ รางวัล และกลุ่มรางวัลที่ภาคเอกชนด้านการท่องเที่ยวของไทยได้รับ ๙๕ รางวัล ตัวอย่างรางวัลที่สำคัญ ได้แก่

Tourism Awards

In the fiscal year 2017, Thailand continued to enjoy world recognition as a tourist destination that tourists from every corner of the world wish to visit, thanks to TAT's undeterred performance, which it jointly undertook with its domestic and overseas partners both in and outside the tourism industry. This proven success was reflected in the 153 awards of recognition presented to Thailand at different stages around the globe. These included the 28 awards won by the Tourism Authority of Thailand (TAT) and TAT's personnel, 30 awards for Thailand and 95 awards won by the private sector in the tourism industry. The following represents some of the awards of prestige received:

ลำดับ No.	ชื่อรางวัล/สาขารางวัล Award Name / Category	สถานที่/แหล่งที่ได้รับรางวัล Awarded Campaigns / Attractions	ผู้มอบรางวัล Awarded by
รางวัลที่ ททท. และบุคลากร ททท. ได้รับ [Awards Given to the Tourism Authority of Thailand (TAT) and TAT's Personnel]			
1.	PATA Grand and Gold Awards Winners 2017 / CSR	Tourism Authority of Thailand "The Village to the World project"	Pacific Asia Travel Association (PATA)
2.	PATA Grand and Gold Awards Winners 2017 / Travel Journalism Travel Guide Book	Tourism Authority of Thailand "Blue Paradise Thailand"	Pacific Asia Travel Association (PATA)
3.	TTG Travel Awards 2017 / Outstanding Achievement Award (Winner Best Travel Marketing Effort)	Tourism Authority of Thailand	TTG Asia Media's Travel Trade Publishing Group
4.	Finalist / Ad That Works (Effective Communication) Categories	Tourism Authority of Thailand "Pad Thai"	Adman Awards and Symposium
5.	Silver / Direct Marketing / Best Use of Social Platform: Social Media & Viral Marketing	Tourism Authority of Thailand "Pad Thai"	Adman Awards and Symposium
6.	Bronze / Film Categories / Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains	Tourism Authority of Thailand "Pad Thai"	Adman Awards and Symposium
7.	Gold / Promo & Activation Categories / Corporate Image & Communication	Tourism Authority of Thailand "Pad Thai"	Adman Awards and Symposium
8.	Bronze / Ad That Works (Effective Communication) Categories	Visa International (Thailand) and Tourism Authority of Thailand #notatourist Thailand Postcard	Adman Awards and Symposium
9.	Pioneer in LGBT Destination Marketing	Tourism Authority of Thailand	IGLTA
10.	Integrated Campaign Gold Award Winner	Tourism Authority of Thailand #ThaiFitChallenge	Davey Awards
11.	Tourism Website Silver Award Winner	Tourism Authority of Thailand #ThaiFitChallenge	Davey Awards
12.	Best Tourism Promotion Activities	Tourism Authority of Thailand	Ministry of Tourism Cambodia
รางวัลที่ประเทศไทยได้รับ (Awards Given to Thailand)			
1.	Condé Nast Traveller Readers' Travel Awards 2017 / The Best Islands In The World	Ko Samui	Condé Nast Traveller
2.	Condé Nast Traveller Readers' Travel Awards 2017 / The best countries in the world	Thailand	Condé Nast Traveller

ลำดับ No.	ชื่อรางวัล/สาขารางวัล Award Name / Category	สถานที่/แหล่งที่ได้รับรางวัล Awarded Campaigns / Attractions	ผู้มอบรางวัล Awarded by
3.	Ctrip Best Tourist Destination of the Year Awards 2016 / Best Luxury Destination	Ko Samui	Ctrip.com
4.	Ctrip Best Tourist Destination of the Year Awards 2016 / Best FIT Destination	Chiang Mai	Ctrip.com
5.	The 2017 World's Best Awards / The Top Cities in Asia	Bangkok	Travel + Leisure
6.	The 2017 World's Best Awards / The Top Islands in Asia	Ko Samui	Travel + Leisure
7.	India's Best Awards 2016 / Best Wedding Destination	Thailand	Travel + Leisure India & South Asia
8.	2016 Business Traveller Asia-Pacific Awards / Best Leisure Destination in Asia-Pacific	Bangkok	Business Traveller Asia-Pacific Magazine
9.	Best Destination for Relaxation (International)	Thailand	Lonely Planet
10.	The Next Golf Destination of the Year Asia & Australasia 2017	Chiang Mai	International Association of Golf Tour Operators (IAGTO)
11.	World's Best Travel Destinations of 2016	Thailand	China's Travel + Leisure Magazine
12.	The World's Favourite Holiday Destination / Mastercard Global Destination Cities Index 2017	Thailand	Mastercard
รางวัลที่เอกชนด้านการท่องเที่ยวได้รับ (Awards Given to Private Organisations)			
1.	PATA Grand and Gold Awards Winners 2017 / Environment - Ecotourism Project	Elephant Hills Luxury Tented Camps	Pacific Asia Travel Association (PATA)
2.	PATA Grand and Gold Awards Winners 2017 / Heritage and Culture - Culture	Thai Show 2013 Co., Ltd., Thailand "Muay Thai Live: The Legend Lives"	Pacific Asia Travel Association (PATA)
3.	PATA Grand and Gold Awards Winners 2017 / Marketing Media - Social Media	Cox & Kings "Forever Young: Thailand as a women friendly destination"	Pacific Asia Travel Association (PATA)
4.	TTG Travel Awards 2017 / Best Beach Resort	Trisara Phuket	TTG Asia Media's Travel Trade Publishing Group
5.	The 2017 World's Best Awards / The Best Resort Hotels in Southeast Asia	Dhara Dhevi Chiang Mai	Travel + Leisure
6.	Asia Spa Awards 2016 / Spa Cuisine of the Year	Kamalaya Wellness Sanctuary & Holistic Spa Koh Samui	Asia Spa Awards
7.	2016 Business Traveller Asia-Pacific Awards / Best Airport Hotel in Asia-Pacific	Novotel Bangkok Suvarnabhumi Airport	Business Traveller Asia-Pacific Magazine
8.	International Best Hotel	Soneva Kiri Trat	Life and Business Magazine Portugal
9.	World Luxury Hotel Awards 2016/ Luxury Wedding Destination Hotel (Continent Winners)	InterContinental Hua Hin Resort	World Luxury Hotel Awards
10.	SKYTRAX World Airline Awards 2017 / World's best Regional Airline	Bangkok Airways	SKYTRAX
11.	Best Long-haul Airlines 2017	Thai Airways	Telegraph
12.	2016 Business Traveller Asia-Pacific Awards / Best Economy Class	Thai Airways	Business Traveller Asia-Pacific Magazine

นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ในปีงบประมาณ ๒๕๖๐ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้มุ่งมั่นดำเนินงานขับเคลื่อนแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ ททท. กลายเป็นองค์กรที่มีภาพลักษณ์การเป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการที่ดีตามหลักธรรมาภิบาล ขับเคลื่อนประมวลจริยธรรมขององค์กร นำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม และส่งเสริมให้บุคลากรมีศักยภาพสูงพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง โดยมีวัฒนธรรมการทำงานตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี สอดคล้องกับแนวทางการกำกับดูแลที่ดีในรัฐวิสาหกิจของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจและมาตรฐานสากล ๗ ประการ ดังนี้

- (๑) ความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติหน้าที่ (Accountability)
- (๒) ความสำนึกในหน้าที่ด้วยขีดความสามารถและประสิทธิภาพที่เพียงพอ (Responsibility)
- (๓) การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยสุจริต และจะต้องพิจารณาให้เกิดความเท่าเทียมกัน (Equitable Treatment)
- (๔) ความโปร่งใสในการดำเนินงานที่สามารถตรวจสอบได้ และมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส (Transparency)
- (๕) การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจกรรมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว (Value Creation)
- (๖) การส่งเสริมพัฒนาการกำกับดูแลและจรรยาบรรณที่ดีในการดำเนินงาน (Ethics)
- (๗) การมีส่วนร่วมส่งเสริมให้เกิดการกระจายโอกาสแก่ประชาชนให้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินการใด ๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อชุมชนหรือท้องถิ่น (People Participation)

#กิจกรรมที่ดำเนินการในปีงบประมาณ ๒๕๖๐

๑. ประกาศ ททท. เรื่องการแสดงเจตจำนงสุจริตด้านคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงาน และนโยบายด้านการป้องกันและต่อต้านการทุจริตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ททท. มีประกาศแสดงเจตจำนงสุจริตด้านคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานและนโยบายด้านการป้องกันและต่อต้านการทุจริตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ ๒๘ เมษายน ๒๕๖๐ พร้อมทั้งจัดทำเอกสารลงนามรับทราบและแจ้งเวียนไปยังรัฐวิสาหกิจทุกแห่งเพื่อร่วมลงนามรับทราบประกาศดังกล่าว เพื่อสร้างการรับรู้และร่วมสนับสนุนการดำเนินงานของ ททท. โดยวันที่ ๑๑ กรกฎาคม ๒๕๖๐ นายยุทธศักดิ์ สุภสร ผู้ว่าการ ททท. เป็นประธานการแถลงเจตจำนงดังกล่าวในการประชุมบูรณาการแผนปฏิบัติการ ททท. (TATAP 2018) จังหวัดราชบุรี โดยผู้บริหารและพนักงาน ททท. เข้าร่วมอย่างพร้อมเพรียง

๒. โครงการส่งเสริมการทำงานตามหลักธรรมาภิบาล

๒.๑ พัฒนาหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยดำเนินการปรับปรุงแบบรายงานเรื่องความขัดแย้งทางผลประโยชน์ของพนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และระเบียบการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ว่าด้วยหลักเกณฑ์และแนวทางการปฏิบัติเกี่ยวกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์ พ.ศ. ๒๕๖๐ (แก้ไขเพิ่มเติม ครั้งที่ ๑) และเริ่มใช้ในปีงบประมาณ ๒๕๖๐

๒.๒ การเพิ่มช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนเพิ่มเติมหัวข้อ “การจัดซื้อจัดจ้าง” ในแบบฟอร์มรับเรื่องร้องเรียนและข้อคิดเห็นด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้ประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถมีช่องทางการร้องเรียนเพิ่มมากขึ้น

๒.๓ การให้ความรู้ เรื่อง “ความขัดแย้งทางผลประโยชน์” โดยผู้เชี่ยวชาญจากสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) มาเป็นวิทยากรในการสร้างความรู้ความเข้าใจถึงแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยเฉพาะเรื่องความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ประเภท และการจัดการความขัดแย้งทางผลประโยชน์

๒.๔ การจัดงานสัปดาห์ส่งเสริมธรรมาภิบาล ปี ๒๕๖๐ (TAT CG WEEK 2017) ระหว่างวันที่ ๑๑ - ๑๕ กันยายน ๒๕๖๐ โดยได้รับเกียรติจากพระมหาสุเมธี วชิรเมธี มาบรรยายธรรมในหัวข้อ “คุณธรรมในการทำงาน” เมื่อวันที่ ๑๒ กันยายน ๒๕๖๐ และได้รับเกียรติจากนายปราโมทย์ โชติมงคล ผู้อำนวยการศูนย์โรงเรียนคุณธรรม บรรยายในหัวข้อ “ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการพัฒนาองค์กรคุณธรรม” เมื่อวันที่ ๑๔ กันยายน ๒๕๖๐ ทั้งนี้ผู้บริหารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นายสันติ ชูตินธรรารองผู้ว่าการด้านนโยบายและแผน ททท. ได้รับรางวัล “บุคคลต้นแบบ” ด้านการมีส่วนร่วมส่งเสริมธรรมาภิบาลและต่อต้านการทุจริตในองค์กร ประจำปี ๒๕๖๐ จากพลตำรวจเอก วัชรพล ประสารราชกิจ ประธานกรรมการ ป.ป.ช. โดยรางวัลนี้เป็นหนึ่งในกิจกรรมการรณรงค์ ส่งเสริมการบังคับใช้ประมวลจริยธรรมเพื่อสร้างขวัญ กำลังใจ และยกย่องผู้ที่มีความซื่อสัตย์ ยึดมั่นในคุณธรรม จริยธรรม ในการปฏิบัติงานในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ภายใต้โครงการส่งเสริมและสนับสนุนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ ว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต ระยะที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) ภายใต้ข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ประจำปี ๒๕๖๐

Good Corporate Governance Policies

In the fiscal year 2017, the Tourism Authority of Thailand (TAT) continued its good corporate governance pursuits to make TAT an enterprise whose corporate image is noted for its management of good corporate governance driven by the corporate code of ethics which has been tangibly implemented. At the same time, efforts were made to get its high-potential personnel ready for changes in the workplace culture in line with the state enterprises' principles and good governance practices as required by the State Enterprise Policy Office (SEPO) and the seven universal tenets as the benchmark for its own administration as follows:

- (1) Accountability;
- (2) Responsibility with adequate ability and efficiency;
- (3) Equitable treatment to all stakeholders;
- (4) Transparency in verifiable operation and information disclosure;
- (5) Value creation for short-term and long-term activities;
- (6) Promoting regulatory development and operational ethics;
- (7) Supporting participation in the spread of opportunity enhancement by encouraging the public to voice their opinions about any aspect of the operation that may affect the community or locality (people participation).

#Activities Carried out in the Fiscal Year 2017

1. TAT announcement of its intent on moral principles and transparency in its operations and its Counter and Anti-Corruption Policy

TAT made an announcement to explicitly express its moral and transparent intent in its operations as well as its preventive and anti-corruption policy on 28 April, 2017. It was concretely marked by an acknowledgment document for all TAT personnel to sign. Similarly, the copies for the same purpose were circulated to all other state enterprises to create awareness and seek the support for its operational intent. On 11 July, 2017, TAT Governor Yuthasak Supasorn publicly expressed the same intent at the TATAP 2018 Meeting in Ratchaburi Province in the midst of TAT executives and personnel.

2. Corporate Governance Promotion Project

2.1 The CG Criteria Development was completed with a revised report form on TAT Personnel's Conflict of Interest along with the TAT Regulations and Practices on Conflict of Interest 2017 (Revision No. 1) which took effect in the fiscal year 2017.

2.2 More channels to facilitate complaints from the public and other stakeholders were added with the "procurement" subject being introduced in the Complaint and Opinion on tourism Form.

2.3 Experts from the Office of National Anti-Corruption Commission (NACC) were invited to help create TAT personnel's awareness and understanding of good corporate governance, in particular the subject of conflicting interests including the range of categories and conflict of interest management.

2.4 The TAT CG WEEK 2017 was held during 11 - 15 September, 2017, with Phra Maha Wuttichai Vajiramedhi as the guest speaker on "Work Ethics" on 12 September, 2017, and Mr. Pramote Chotimongkol, Director of the Centre of Moral Schools invited to give a talk on the "Success Factors in the Development of Moral Enterprises" on 14 September, 2017. In this connection, the NACC President Pol. Gen. Watcharapol Prasarnrajkit presented the "Role Model" Award to Mr. Santi Chudintra, TAT Deputy Governor for Policy and Planning, for his role in the Promotion of Corporate Governance Participation and Corporate Anti-Corruption Endeavour. The Award was among the activities to campaign and promote the enforcement of the code of ethics for morale boosting and recognition for those who adopt honesty, morality and ethics as their code of conduct in State Enterprises under the Promotion and Support in the Drive of the National Anti-Corruption Strategy: Phase 3 (2017 - 2021) under the 2017 MOU.



นโยบายป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

การดำเนินงานของ ททท. ให้ความสำคัญกับนโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์ จึงได้กำหนดให้มีหลักเกณฑ์และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of Interest) ขึ้น โดยผู้ว่าราชการ ททท. ได้ลงนามระเบียบ ททท. ว่าด้วยหลักเกณฑ์และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์ พ.ศ. ๒๕๕๔ เมื่อวันที่ ๑๒ กันยายน ๒๕๕๔ และระเบียบ ททท. ว่าด้วยหลักเกณฑ์และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์ พ.ศ. ๒๕๖๐ (แก้ไขเพิ่มเติมครั้งที่ ๑) เพื่อให้การดำเนินงานของ ททท. เป็นไปด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยยึดหลักความถูกต้อง ระมัดระวัง มุ่งประโยชน์ส่วนรวม แล้วจัดให้มีการควบคุมดูแลและป้องกันเกี่ยวกับการทำรายการที่เกี่ยวข้องกันหรือรายการระหว่างกันอย่างเหมาะสมภายใต้กรอบจริยธรรมที่ดี ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของจรรยาบรรณสำคัญที่กรรมการและพนักงานต้องยึดถือปฏิบัติโดยเคร่งครัด

๑. “ความขัดแย้งทางผลประโยชน์” หมายความว่า การขัดกันแห่งผลประโยชน์ส่วนตนของผู้ปฏิบัติงานกับผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม

๒. “ประโยชน์อื่นใด” หมายความว่า สิ่งที่มีมูลค่า ได้แก่ การลดราคา การรับความบันเทิง การรับบริการ การรับการฝึกอบรม หรือสิ่งอื่นใดในลักษณะเดียวกัน

๓. “ของขวัญ” หมายความว่า เงิน ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใดที่ให้แก่กันเพื่ออวยชัยไมตรี และให้หมายความรวมถึงเงิน ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใดที่เป็นรางวัล ให้โดยเสนหา หรือเพื่อการสงเคราะห์ หรือให้เป็นสินน้ำใจ การให้สิทธิพิเศษซึ่งมิใช่เป็นสิทธิที่จัดไว้สำหรับบุคคลทั่วไป ในการได้รับการลดราคา ทรัพย์สิน หรือการให้สิทธิพิเศษในการได้รับการบริการหรือความบันเทิง ตลอดจนการออกค่าใช้จ่ายในการเดินทางหรือท่องเที่ยว

ค่าที่พัก ค่าอาหาร หรือสิ่งอื่นใดในลักษณะเดียวกัน และไม่ว่าจะให้เป็นบัตร ตั๋ว หรือหลักฐานอื่นใด การชำระเงินให้ล่วงหน้า หรือการคืนเงินให้ในภายหลัง

๔. “ญาติ” หมายความว่า ผู้บุพการี ผู้สืบสันดาน พี่น้องร่วมบิดามารดาหรือร่วมบิดาหรือมารดาเดียวกัน ลุง ป้า น้า อา คู่สมรส ผู้บุพการีหรือผู้สืบสันดานของคู่สมรส บุตรบุญธรรมหรือผู้รับบุตรบุญธรรม

เพื่อป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ททท. ได้กำหนดห้ามมิให้ผู้ปฏิบัติงานกระทำการใดที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ การกระทำหรือกรณีอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้ ให้ถือว่าเป็นการกระทำที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ด้วย

๑. การใช้ข้อมูลของ ททท. เพื่อแสวงหาผลประโยชน์ให้ตนเองหรือผู้อื่น

๒. การริเริ่ม เสนอ จัดทำ หรืออนุมัติโครงการของ ททท. โดยทุจริต เพื่อเอื้อประโยชน์ต่อตนเองหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่งโดยเฉพาะไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม

๓. การใช้อำนาจหน้าที่ซึ่งตนมีอยู่ไปมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยอิสระในการใช้อำนาจตามตำแหน่งหรือหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงานซึ่งดำรงตำแหน่งอื่นโดยทุจริตไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม

๔. การหาประโยชน์สำหรับตนเองหรือผู้อื่นไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อมจากตำแหน่งหรือหน้าที่

๕. การเป็นกรรมการ หรือเป็นผู้พิจารณา หรือเกี่ยวข้องกับการให้ข้อมูล ให้ความเห็นหรือมีอำนาจสั่งการในเรื่องที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์

๖. การดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการ หรือเป็นบุคคลซึ่งโดยพฤติการณ์มีอำนาจหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

Conflict of Interest Preventive Policy

Conflict of interest is crucial to TAT’s operations. Therefore, the TAT Regulations on the Conflict of Interest 2011, which the TAT Governor endorsed, was in place to give rise to the Regulations and Practices on the Conflict of Interest dated 12 September, 2011, and more recently, its revision in 2017 (Revision No. 1) to ensure transparent operations where the concept of good corporate governance is taken into account. The regulations are intended to make certain that TAT’s work is transparent and can be monitored according to the principle of good corporate governance by adhering to the rules of correctness, caution and public interest. As a result, work that could be a cause of conflicts of interest has been brought under a process of control, monitoring and prevention within the framework of well-established good ethics. This is an important code of conduct that members of the TAT Board of Directors and TAT staff members are to abide by. The guidelines include the following:

1. A “Conflict of Interest” refers to a direct and indirect conflict of the staff members’ personal interest and TAT’s common interest.
2. “Other Benefits” include any offer of value, among which are discounts, entertainment, services, training or any other propositions of a similar nature.
3. “Gifts” imply cash, assets or any other interests involving favourable exchanges. They are also associated with cash, assets or any other benefits given as a reward, gratuity, allowance, gifts, special treatment not generally available

to members of the public for the acquisition of discounted assets or special offers for services or entertainment, as well as sponsored travels, accommodation, food or any other offers of similar nature be they tickets or other forms of proof, cash advances or refunds.

4. “Kin” refers to one’s forebears, progenies, siblings or half-siblings, uncles, aunts, spouses, the spouses’ forebears or their progenies and stepchildren or step-parents.

To prevent a conflict of interest in the conduct of TAT, staff members are not allowed to undertake any action which occasions a conflict of interest. The following actions are also determined as conflicts of interest:

1. Using TAT’s information for personal gain or for that of others.
2. Illegally initiating, presenting, producing or endorsing TAT’s projects for personal gain or for that of others, whether directly or indirectly.
3. Abusing one’s power to influence otherwise freely-made decisions based on one’s authority or a position on duty held at TAT, whether directly or indirectly.
4. Seeking personal gain or for others, whether directly or indirectly, through a position on duty held at TAT.
5. Acting as a committee member or approver or being involved in providing information, opinion, or be in an authoritative position to direct matters that may potentially be a conflict of interest.

กำหนดนโยบายการดำเนินงาน หรือการบริหารจัดการกิจการที่เป็นคู่สัญญา กับ ททท. หรือกิจการที่มีลักษณะเป็นการแข่งขันกับ ททท. เว้นแต่การดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการ หรือ ตำแหน่งบริหารอื่นที่ ททท. มอบหมายเป็นลายลักษณ์อักษร

๗. การมีบุคคลในครอบครัวเป็นผู้ดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการ หรือเป็นบุคคลซึ่งโดยพฤติการณ์มีอำนาจหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจกำหนดนโยบาย การดำเนินงาน หรือการบริหารจัดการกิจการที่เป็นคู่สัญญา กับ ททท.

๘. ไม่รับทรัพย์สินหรือประโยชน์อื่นใดจากบุคคลนอกเหนือจากทรัพย์สินหรือประโยชน์อันควรได้ตามกฎหมาย หรือกฎข้อบังคับที่ออกโดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย เว้นแต่การรับทรัพย์สินหรือประโยชน์อื่นใดโดยธรรมจรรยาตามที่กำหนดในระเบียบ ททท. ว่าด้วยหลักเกณฑ์และแนวทางการปฏิบัติเกี่ยวกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์ พ.ศ. ๒๕๕๔

๙. ไม่กระทำการใด ๆ ที่อาจเป็นเหตุทำให้ผู้ปฏิบัติงานในตำแหน่งหน้าที่ที่รับผิดชอบอยู่ นั้น มีการปฏิบัติงานหรือตัดสินใจสั่งการ อนุมัติ อนุญาต ที่เอื้อเอียงหรือเบี่ยงเบนไปจากที่ควรจะเป็น เพื่อประโยชน์ส่วนตัวและส่งผลกระทบต่อประโยชน์ของหน่วยงาน

๑๐. ไม่ให้ของขวัญแก่ผู้บังคับบัญชาหรือบุคคลในครอบครัวของผู้บังคับบัญชา เว้นแต่เป็นการให้ของขวัญตามปกตินิยมและของขวัญนั้นมีราคาหรือมูลค่าไม่เกินสามพันบาท

๑๑. ผู้ปฏิบัติงานจะต้องไม่ทำการเรียกรับเงินหรือทรัพย์สินอื่นใดหรือใช้เงินสวัสดิการใด ๆ เพื่อมอบให้หรือจัดหาของขวัญให้ผู้บังคับบัญชาหรือบุคคลในครอบครัวของผู้บังคับบัญชาไม่ว่ากรณีใด ๆ

ในเดือนกรกฎาคมของทุกปี กองบริหารงานบุคคลกำหนดให้พนักงานและลูกจ้าง ททท. ทุกคนกรอกแบบรายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์และจะรวบรวมไว้เป็นเวลาอย่างน้อย ๒ ปี หากมีรายงานกรณีที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์เกิดขึ้น ให้สำเนารายงานดังกล่าวให้สำนักตรวจสอบภายใน เพื่อจัดทำสรุปรายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นในระหว่างปีรายงานต่อผู้ว่าการ ททท. แล้วนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. และคณะกรรมการ ททท. ต่อไป สำหรับปีงบประมาณ ๒๕๖๐ ผลจากการรายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์พบว่าไม่มีผู้ใดมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์

ทั้งนี้ งานธรรมาภิบาลและกิจกรรมเพื่อสังคมได้มีการปรับปรุงแบบรายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์ตามแนวทางของที่ประชุมการพัฒนาช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน และเพิ่มเติมรายละเอียดแบบรายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์ รวมถึงจัดทำระเบียบ ททท. ว่าด้วยหลักเกณฑ์และแนวทางการปฏิบัติเกี่ยวกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์ พ.ศ. ๒๕๖๐ (แก้ไขเพิ่มเติมครั้งที่ ๑) และเผยแพร่ลงในคู่มือระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดีของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

6. Holding the position of managing director, manager or an individual with the authority to decide or being involved in policy-making decisions or business management of TAT's contracting party or competing counterpart, except in the case where the individual has been appointed in writing by TAT.

7. Having a family member in the position of a managing director, manager or in a position with the authority or participatory role to direct or involve in policy-making decisions, operations, or management that are in a contractual agreement with TAT.

8. Accepting any assets or benefits other than those allowed by law or regulations stipulated in legal provisions, unless the acts of accepting any such assets or benefits are morally recognised in line with the TAT Regulations on the Conflict of Interest 2011.

9. Any such acts that may compel the staff members to decide, order, approve or allow work that indicates preference for or a diversion from what is legal for personal gain and has consequential impact on the organisation's interests.

10. Offering gifts to a superior or his/her immediate family members, except those which are customary fitting or not exceeding 3,000 Baht.

11. Soliciting donations or assets from others or using welfare money or obtaining gifts for a superior or his/her immediate family members under any circumstance.

During July of each year, TAT's officials and employees are obliged by the Personnel Division to complete the form reporting the conflict of interest. A record of such report is kept for at least two years and in the event of any conflict of interest occurring, the copy of conflict of interest report will be brought to the attention of the Office of Internal Audit to prepare a yearly summary report on the cases of conflict of interest for the TAT Governor who subsequently presents it to the TAT Audit Committee as well as the TAT Board of Directors for further actions. For the fiscal year 2017, the Conflict of Interest Report showed no record of anyone implicated in conflicts of interest.

It should be noted that the Corporate Governance and Social Responsibility Section has the conflict of interest report format improved in accordance with the meeting resolution on the enhancement of channels of complaints and the institution of TAT Regulations and Practices on Conflict of Interest 2017 (Revision No. 1). Such changes were disseminated subsequently through the TAT Good Corporate Governance Regulatory System Handbook.



รายงานของคณะกรรมการตรวจสอบ ททท.

คณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ปฏิบัติงานอย่างเป็นอิสระและเที่ยงธรรมตามหลักเกณฑ์และแนวทางปฏิบัติของคณะกรรมการตรวจสอบและคู่มือการปฏิบัติงานของคณะกรรมการตรวจสอบในรัฐวิสาหกิจตามที่กระทรวงการคลังกำหนด ซึ่งประกอบด้วย การกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงและระบบการควบคุมภายใน การรายงานทางการเงินให้มีความถูกต้องและเชื่อถือได้ การตรวจสอบภายใน การสอบบัญชี การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง การปฏิบัติตามหลักจริยธรรมธุรกิจ และจรรยาบรรณผู้บริหารและพนักงาน รวมถึงดำเนินการตามภารกิจที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการ ททท.

๑. การประชุม

ในปีงบประมาณ ๒๕๖๐ (ตุลาคม ๒๕๕๙ - กันยายน ๒๕๖๐) มีการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. รวมทั้งสิ้นจำนวน ๒๑ ครั้ง โดยสรุปได้ดังนี้

๑.๑ ประชุมร่วมกับสำนักตรวจสอบภายใน (สตน.) จำนวน ๑๒ ครั้ง รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อหารือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ตรวจสอบภายใน ในเรื่องการทำแผนการตรวจสอบ การปฏิบัติตามกฎระเบียบ มติคณะรัฐมนตรี การติดตามการดำเนินงาน และการสรุปผลการตรวจสอบ โดยเปิดโอกาสให้ผู้ตรวจสอบภายในได้แสดงความคิดเห็นอย่างเป็นอิสระโดยไม่มีฝ่ายบริหาร ททท. ร่วมด้วย

๑.๒ ประชุมร่วมกับผู้อำนวยการและรองผู้อำนวยการสำนักงานสาขาในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งผู้แทนหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน ๙ ครั้ง เพื่อรับทราบผลการดำเนินงาน สถานการณ์ท่องเที่ยว ปัญหาและอุปสรรคด้านการดำเนินการในพื้นที่รับผิดชอบ รวมทั้งสังเกตการณ์การปฏิบัติงานที่สำนักงานสาขา การบริหารจัดการ การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว และการให้ความสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของสำนักงานสาขา ดังนี้

สำนักงานสาขาในประเทศ จำนวน ๖ ครั้ง

- ๑) วันที่ ๒๔ - ๒๕ พฤศจิกายน ๒๕๕๙ ททท. สำนักงานหาดใหญ่
- ๒) วันที่ ๒๖ - ๒๗ มีนาคม ๒๕๖๐ ททท. สำนักงานกระบี่
- ๓) วันที่ ๙ มิถุนายน ๒๕๖๐ ททท. สำนักงานกรุงเทพมหานคร
- ๔) วันที่ ๒๓ - ๒๕ มิถุนายน ๒๕๖๐ ททท. สำนักงานขอนแก่น
- ๕) วันที่ ๒๔ - ๒๖ สิงหาคม ๒๕๖๐ ททท. สำนักงานอุดรธานี
- ๖) วันที่ ๒๙ - ๓๐ สิงหาคม ๒๕๖๐ ททท. สำนักงานแม่ฮ่องสอน

สำนักงานสาขาต่างประเทศ จำนวน ๓ ครั้ง

- ๑) วันที่ ๑๖ - ๒๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐ ททท. สำนักงานกรุงโรม
- ๒) วันที่ ๒๓ - ๒๗ เมษายน ๒๕๖๐ ททท. สำนักงานมูมไบ
- ๓) วันที่ ๒๘ พฤษภาคม - ๓ มิถุนายน ๒๕๖๐ ททท. สำนักงานลอสแอนเจลิส

๑.๓ ประชุมร่วมกับคณะผู้บริหารระดับสูง ททท. และผู้สอบบัญชีจากสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน จำนวน ๑ ครั้ง เพื่อพิจารณาหาแนวทางและมาตรการในการกำกับดูแล รวมทั้งติดตามผลการปฏิบัติการตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบ ททท.

๒. ผลการดำเนินงานตามภารกิจด้านต่าง ๆ มีรายละเอียดต่อไปนี้

๒.๑ การกำกับดูแลความเพียงพอของการบริหารความเสี่ยงและระบบการควบคุมภายใน

โดยสอบทานรายงานการควบคุมภายในประจำปี และการปรับปรุงการควบคุมภายในประจำปี ตามระเบียบของคณะกรรมการตรวจเงินแผ่นดิน พ.ศ. ๒๕๕๔ เพื่อให้การควบคุมภายในของ ททท. มีความเพียงพอ มีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามมาตรฐานการควบคุมภายใน โดยเชิญผู้สอบบัญชีจากสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินเข้าร่วมประชุมและชี้แจงในเรื่องความถูกต้องครบถ้วนของรายงานทางการเงิน งบการเงินรายไตรมาส/รายปี และรายการปรับปรุงบัญชีที่มีผลกระทบต่ออย่าง เป็นสาระสำคัญต่อ งบการเงินตามที่สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินได้สอบทานแล้ว

๒.๒ การกำกับดูแลความเชื่อถือได้ของรายงานทางการเงิน

โดยสอบทานงบการเงินรายไตรมาส งบการเงินประจำปี และรายงานผลการเบิกจ่ายลงทุนรายเดือน รายงานผลการปฏิบัติงานและงบทำการปีงบประมาณ ๒๕๖๐ รายไตรมาส เพื่อให้ ททท. มีรายงานทางการเงินที่จัดทำขึ้นอย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ

๒.๓ การกำกับดูแลความครบถ้วนเพียงพอในการปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ มติคณะรัฐมนตรี

คณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ได้ดำเนินการสอบทาน และปรับปรุงกฎบัตรของคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. และกฎบัตรของสำนักตรวจสอบภายใน

๒.๔ การกำกับดูแลความเพียงพอและเหมาะสมในการปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณของรัฐวิสาหกิจ

โดยสอบทานการกำกับดูแลกิจการที่ดีของททท. ประจำปี ส่งเสริมการปฏิบัติงานตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี หลักจรรยาบรรณ และการดำเนินงานของฝ่ายบริหารในการเป็น

TAT Audit Committee Report

Having total independence, the TAT Audit Committee undertook its duties in accordance with the criteria and guidelines on state enterprise auditing as prescribed by the Ministry of Finance. It supervised an internal control system, risk management, accuracy and reliability of the financial reports, internal and financial audits as well as compliance of laws, regulations, corporate code of ethics and those to be abided by TAT executives and personnel in addition to performing any other tasks as assigned by the TAT Board of Directors.

1. Meetings

In the fiscal year 2017 (October 2016 - September 2017), the TAT Audit Committee held a total 21 meetings including the following:

1.1 Twelve (12) joint meetings with the Internal Audit Office involving all related parties to discuss and exchange opinions with the internal auditors and officers concerned on such matters as setting the scope of responsibility and the development of an audit plan, implementation of rules and the Cabinet's resolutions, activities monitoring and summery of audit results. The internal auditors were given the floor to voice their opinions freely without the presence of TAT executives.

1.2 Nine (9) meetings were held jointly with directors and deputy directors of the TAT domestic and overseas offices, including representatives of the public and private sectors, to discuss and acknowledge the results of operations, tourism situations, problems and obstacles to operations within their respective areas of responsibility. Time was also spent in TAT's branch offices to observe the operations, management, tourism markets promotion, support and promotion of tourism activities.

Domestic Offices, 6 trips:

- 1) 24 - 28 November 2016 TAT Hat Yai Office
- 2) 26 - 27 March 2017 TAT Krabi Office
- 3) 9 June 2017 TAT Bangkok Office
- 4) 23 - 25 June 2017 TAT Khon Kaen Office
- 5) 24 - 26 August 2017 TAT Udon Thani Office
- 6) 29 - 30 August 2017 TAT Mae Hong Son Office

Overseas Offices, 3 trips:

- 1) 16 - 23 February 2017 TAT Rome Office
- 2) 23 - 27 April 2017 TAT Mumbai Office
- 3) 28 May - 3 June 2017 TAT Los Angeles Office

1.3 One (1) joint meeting was held with the TAT executives and auditors from the Office of the Auditor General of Thailand (OAG) to consider regulatory guidelines and measures as well as following up on the implementation of the TAT Audit Committee's recommendations.

2. Operational Results of Other Undertakings with the Following Details:

2.1 Supervised the Adequacy of Risk Management and Internal Control System:

Annual internal control reports and improvement of annual internal control according to the State Audit Commission's Regulations, B.E. 2544 (2001) were verified to ensure that the TAT Internal Control was adequate, effective and in compliance with the internal control standards. OAG Auditors were present at the meeting where explanation was given on the accuracy of the financial reports, quarterly/annual financial statements and accounting adjustments that might significantly affect the financial statements already verified by the OAG.

2.2 Supervised the Reliability of Financial Reports:

The TAT quarterly/annual financial statements and monthly financial reports, as well as monthly requests of payment for investment, quarterly operational results and operating budget for the fiscal year 2017 were verified to ensure the accuracy and reliability of the TAT financial reporting procedures.

2.3 Supervised the Completeness and Adequacy in the Observance of Rules, Regulations and Cabinet's Resolutions:

The TAT Audit Committee's charter and that of the internal Audit Office were verified and revised.

2.4 Supervised the Adequacy and Suitability of TAT's Compliance with the Code of Ethics of State Enterprise:

The TAT's annual Good Corporate Governance report was verified to ensure the promotion of working based on the principles of good corporate governance, code of ethics and the management's exemplary operational approaches. Verification was conducted on conflicts of interest at all functional levels.



แบบอย่างที่ดี โดยมีการสอบทานความขัดแย้งทางผลประโยชน์ของผู้ปฏิบัติงานทุกระดับ และมีการสนับสนุนการดำเนินงานให้สอดคล้องตามนโยบาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ มติคณะรัฐมนตรี

๒.๕ การกำกับดูแลงานตรวจสอบภายใน

โดยสอบทานแผนการตรวจสอบระยะยาว แผนการตรวจสอบภายในประจำปี ๒๕๖๐ ซึ่งจัดทำขึ้นจากข้อมูลการวิเคราะห์ความเสี่ยงของ ททท. และสอดคล้องกับกลยุทธ์ทิศทางขององค์กร รวมทั้งสอบทานงบประมาณ อัตราค่าจ้าง แผนการพัฒนาศักยภาพในและแผนสรรหาบุคลากรเพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สอบทานผลการตรวจสอบภายในของ ททท. ส่วนกลาง และ ททท. สำนักงานสาขา ตามแผนการตรวจสอบภายในประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๐

๒.๖ การกำกับดูแล สนับสนุนและส่งเสริมงานของ ททท. สำนักงานสาขา

คณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ได้เดินทางไปตรวจสอบที่ตั้งสำนักงานสาขาในประเทศ ๖ แห่ง และสำนักงานสาขาในประเทศ ๓ แห่ง และได้ให้ข้อเสนอแนะด้านการตลาดและการบริหารจัดการ

๒.๗ การติดตามการดำเนินการจำหน่ายหนี้สูญจากบัญชีลูกหนี้ บริษัท ไทยแลนด์ ดิวตี้ ฟรี ช็อปส์ จำกัด (บจก. TDFS)

คณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ได้มีข้อเสนอแนะให้ฝ่ายบริหาร ททท. พิจารณาเร่งรัดดำเนินการจำหน่ายหนี้สูญจากบัญชีลูกหนี้บริษัท ไทยแลนด์ ดิวตี้ ฟรี ช็อปส์ จำกัด (บจก. TDFS) ออกจากบัญชีให้แล้วเสร็จ ซึ่งในการประชุมคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๒๔ ตุลาคม ๒๕๖๐ มีมติเห็นชอบ และให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาตรวจสอบข้อมูลข้อเท็จจริงเพื่อให้ทราบถึงสาเหตุ ปัญหา อุปสรรค รวมทั้งผู้รับผิดชอบต่อความเสียหายของรัฐที่เกิดขึ้นให้ชัดเจนด้วย

๒.๘ ภาพรวมโครงการพัฒนาสถานีริมทางเพื่อส่งเสริมการค้าและการท่องเที่ยวท้องถิ่น (ร้านค้าประชารัฐสุขใจ)

คณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ได้รับทราบขั้นตอนการดำเนินงานโครงการพัฒนาสถานีริมทางเพื่อส่งเสริมการค้าและการท่องเที่ยวท้องถิ่น (ร้านค้าประชารัฐสุขใจ) และมีข้อเสนอแนะให้ ททท. พิจารณาดำเนินการทบทวนรายละเอียดการรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างในข้อกำหนดโครงการของโครงการร้านค้าประชารัฐสุขใจเพิ่มเติม ให้มีความรอบคอบครบถ้วนตามสัญญา

๒.๙ ข้อปฏิบัติที่พึงระวังสำหรับการปฏิบัติตามกฎ ระเบียบของ ททท.

คณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ได้มีข้อเสนอแนะให้สำนักตรวจสอบภายในหรือแนวทางการดำเนินการเพื่อเผยแพร่ข้อปฏิบัติที่พึงระวังสำหรับการปฏิบัติตามกฎ ระเบียบของ ททท. ให้พนักงานและลูกจ้าง ททท. ได้รับรู้อย่างทั่วถึง

๒.๑๐ การรักษาคุณภาพงานของคณะกรรมการตรวจสอบ ททท.

โดยมีการสอบทาน การวางแผน การดำเนินงาน และประเมินผลการปฏิบัติงานตนเอง (Self Assessment) ประจำปี เป็นรายบุคคล รวมทั้งรายงานผลการประเมิน ปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนแผนการปรับปรุงการดำเนินงานให้คณะกรรมการ ททท. ทราบ ตามกฎบัตรของคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. และแนวปฏิบัติที่ดีอย่างมีประสิทธิภาพตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยคณะกรรมการตรวจสอบและหน่วยตรวจสอบภายในของรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๕๕ และคู่มือการปฏิบัติงานของคณะกรรมการตรวจสอบในรัฐวิสาหกิจ ฉบับปรับปรุง ปี ๒๕๕๕

Support was also in place for all the operations to comply with established policies, laws, rules and regulations as well as the Cabinet’s resolutions.

2.5 Supervised the Internal Audit Affairs through the verification of the long-term Auditing Plan and the Internal Audit Plan for 2017, all of which were prepared based on the results of TAT’s risk analyses and in accordance with its strategic directions. In addition, verifications of budget, staff requirements, internal auditors development plan as well as a personnel selection plan were also conducted to ensure operational efficiency and effectiveness. Internal audit, too, was carried out on the TAT Head Office and its branch offices in accordance with the Internal Audit Plan for the fiscal year 2017.

2.6 Supervision, Support and Promotion for the TAT Branch Offices:

The TAT Audit Committee took six and three field visits respectively to the TAT’s domestic offices. The Following was the marketing and management recommendations made:

2.7 Monitoring of the Write-off of Bad Debts in the Thailand Duty Free Shops Company Limited (TDFS)

The Audit Committee recommended that the TAT management expedite the completion of the write-off process of bad debts incurred in the Thailand Duty Free Shops Company Limited (TDFS) in accordance with the resolution at the Cabinet’s Meeting dated 24 October, 2017, which instructed the Ministry of Tourism and Sports to investigate the exact facts and figures of their causes, problems and hindrances including those responsible for the damages inflicted on the government.

2.8 An Overview of the Roadside Stations Development Project in Support of Local Businesses and Tourism (Pracharath Suk Chai Shops)

The Audit Committee was informed about the operational procedures of the Roadside Stations Development Project in Support of Local Businesses and Tourism (the Pracharath Suk Chai Shops); recommendations were made accordingly for TAT to carry out a detailed review of the project to further ensure that any flaw in the designated project procurement terms involved in the criteria of the Pracharath Suk Chai Shops were thoroughly and completely addressed based on the terms of contract.

2.9 Cautionary Practices in the Compliance of the TAT’s Rules and Regulations

The TAT Audit Committee suggested that the Internal Audit Office discuss the operational guidelines in

the comprehensive drive of the Cautionary Practices for Compliance of the TAT’s Rules and Regulations among its staff and employees.

2.10 Maintenance of the TAT Audit Committee’s Performance Quality

This was secured with verification, planning, related implementation, annual self-assessments and performance assessment outcomes having been in compliance with the Charter of the TAT’s Audit Committee and the Good and Effective Practice Guidelines in the Operational Manual for Audit Committees and Internal Audit Units in State Enterprises, B.E. 2555 (2012) and the Revised Operational Manual for Audit Committees in State Enterprises, B.E. 2555 (2012).



รายงานคณะกรรมการสรรหา กกท.

ในปีงบประมาณ ๒๕๖๐ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ไม่มีการสรรหาผู้ว่าการ ททท. เนื่องจาก ททท. ได้สรรหาผู้ว่าการ ททท. แล้ว ตามคำสั่ง ททท. ที่ ๑๔/๒๕๕๘ ลงวันที่ ๒๘ สิงหาคม ๒๕๕๘ แต่งตั้งนายยุทธศักดิ์ สุภสร ดำรงตำแหน่งผู้ว่าการ ททท. ตั้งแต่วันที่ ๑ กันยายน ๒๕๕๘ เป็นต้นไป ซึ่งได้มีการจัดทำสัญญาจ้างผู้ว่าการ ททท. ณ วันที่ ๒๘ สิงหาคม ๒๕๕๘ มีกำหนดเวลานับตั้งแต่วันที่ ๑ กันยายน ๒๕๕๘ ถึงวันที่ ๓๑ สิงหาคม ๒๕๖๒

The TAT Selection Committee's Report

In the fiscal year 2017, TAT had no requirement for the selection of the TAT Governor as the assignment was fulfilled in accordance with the TAT Order No. 14/2558 dated 28 August, 2015. Mr. Yuthasak Supasorn was duly appointed as the TAT Governor on 1 September, 2015, under the TAT Governor Employment Contract dated 28 August, 2015, for the duration covering 1 September, 2015, until 31 August, 2019.



#โครงสร้างอัตรากำลัง จำแนกตามด้าน

#TAT Personnel: Classification of Department

ข้อมูล ณ 30 กันยายน 2560
As at 30 September, 2017

หน่วยงาน Offices	จำนวน Amount	ร้อยละ Percent
หน่วยงานผู้ว่าการ Offices under the Governor	37	3.63
หน่วยงานด้านบริหาร Offices under the Deputy Governor for Administration	198	19.47
หน่วยงานด้านนโยบายและแผน Offices under the Deputy Governor for Policy and Planning	108	10.62
หน่วยงานด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว Offices under the Deputy Governor for Tourism Products and Business	98	9.64
หน่วยงานด้านตลาดในประเทศ Offices under the Deputy Governor for Domestic Marketing	323	31.76
หน่วยงานด้านตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้ Offices under the Deputy Governor for International Marketing (Asia and South Pacific)	76	7.47
หน่วยงานด้านตลาดยุโรป แอฟริกา ตะวันออกกลาง และอเมริกา Offices under the Deputy Governor for International Marketing (Europe, Africa, Middle East and Americas)	56	5.51
หน่วยงานด้านสื่อสารการตลาด Offices under the Deputy Governor for Marketing Communications	121	11.90
รวม/Total	1,017	100.00

#ค่าใช้จ่ายรวมด้านพนักงานและลูกจ้าง กกท.

#Total Expenses for TAT Staff Members and Employees

(หน่วย : บาท / Unit : Baht)

รายการ Items	ปี/Year		
	2558/2015	2559/2016	2560/2017
เงินเดือน Salary	439,585,745.20	440,273,941.92	489,607,821.00
โบนัสและค่าตอบแทนผลงาน Bonus and Performance Remuneration	50,740,994.85	83,704,886.17	66,083,732.31
ค่าล่วงเวลา Overtime Payment	4,028,211.00	6,605,908.00	8,396,487.57
เงินช่วยเหลือบุตร Childcare Subsidy	1,103,800.00	967,262.51	930,306.00
ค่าเล่าเรียนบุตร Child's Tuition Fees	6,167,565.58	6,360,039.97	4,745,634.92
ค่ารักษาพยาบาล Medical Treatment Expenses	50,558,260.85	48,617,807.97	45,261,842.19
ค่าเช่าบ้าน Housing Rent	98,375,700.24	94,823,668.53	97,879,113.04
สมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ Contribution to the Provident Fund	34,946,863.36	35,247,745.65	39,245,409.55
ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงาน Staff Benefits	62,251,847.55	51,167,274.15	49,367,984.00
เงินเพิ่มพิเศษข้าราชการต่างประเทศ Extra Allowances for Overseas Postings	104,540,042.16	121,445,694.30	114,862,620.33
ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลอื่น Other Personnel Expenses	27,387,793.32	21,242,319.21	52,789,302.57
รวมทั้งสิ้น / Total	879,686,824.11	910,456,548.38	969,170,253.48

งบแสดงฐานะการเงิน

การท่อก่เกี่ยวข้องแห่งประเทศไทยและบริษัทย่อย
ณ วันที่ 30 กันยายน 2560

หน่วย : บาท

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	30 กันยายน 2560	30 กันยายน 2559	30 กันยายน 2560	30 กันยายน 2559
สินทรัพย์				
สินทรัพย์หมุนเวียน				
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	3,673,931,228.26	3,287,706,504.59	3,463,134,182.38	3,105,500,657.68
เงินลงทุนชั่วคราว	4,283,044,123.99	3,360,828,148.64	3,621,044,123.99	3,030,828,148.64
ลูกหนี้การค้า	785,599.11	741,954.05	785,599.11	741,954.05
ลูกหนี้อื่น	221,255,718.03	216,971,600.88	216,727,706.43	214,398,656.82
วัสดุคงเหลือ	4,214,724.94	5,665,557.09	732,975.74	726,329.14
เงินอุดหนุนค้างรับ	57,325,968.35	22,986,334.47	57,325,968.35	22,986,334.47
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	3,703,645.42	1,139,959.54	645,134.10	451,274.32
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	8,244,261,008.10	6,896,040,059.26	7,360,395,690.10	6,375,633,355.12
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน				
เงินลงทุนในบริษัทร่วม	50,300,000.00	70,300,000.00	50,300,000.00	70,300,000.00
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	927,628,571.74	979,691,060.63	897,268,658.85	962,866,557.42
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	74,386,816.74	60,268,120.66	43,923,989.76	58,982,616.38
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	105,385,842.55	76,650,383.92	45,192,244.07	47,162,689.96
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	1,157,701,231.03	1,186,909,565.21	1,036,684,892.68	1,139,311,863.76
รวมสินทรัพย์	9,401,962,239.13	8,082,949,624.47	8,397,080,582.78	7,514,945,218.88

หมายเหตุ: งบการเงินปีงบประมาณ 2560 อยู่ระหว่างการตรวจสอบและรับรองจากสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

งบแสดงฐานะการเงิน (ต่อ)

การท่อก่เกี่ยวข้องแห่งประเทศไทยและบริษัทย่อย
ณ วันที่ 30 กันยายน 2560

หน่วย : บาท

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	30 กันยายน 2560	30 กันยายน 2559	30 กันยายน 2560	30 กันยายน 2559
หนี้สิน				
หนี้สินหมุนเวียน				
เจ้าหนี้การค้า	575,239,773.77	442,412,697.45	569,413,643.27	434,910,064.70
เจ้าหนี้อื่น	83,738,370.33	119,011,983.34	59,384,974.40	103,934,365.62
เงินอุดหนุนรอการรับรู้เป็นรายได้ - ระยะสั้น	4,969,167,716.58	4,113,754,233.25	4,969,167,716.58	4,113,754,233.25
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	208,112,068.17	238,834,182.47	203,659,535.90	235,305,750.64
รวมหนี้สินหมุนเวียน	5,836,257,928.85	4,914,013,096.51	5,801,625,870.15	4,887,904,414.21
หนี้สินไม่หมุนเวียน				
ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์ของพนักงาน	775,481,307.00	666,494,366.33	770,599,867.00	658,557,799.00
เงินอุดหนุนรอการรับรู้เป็นรายได้ - ระยะยาว	722,576,839.11	791,142,457.48	722,576,839.11	791,142,457.48
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	1,059,788,806.69	664,623,152.15	23,494,833.05	30,966,996.70
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	2,557,846,952.80	2,122,259,975.96	1,516,671,539.16	1,480,667,253.18
รวมหนี้สิน	8,394,104,881.65	7,036,273,072.47	7,318,297,409.31	6,368,571,667.39
ส่วนของทุน				
ทุนประเดิม	58,680,000.00	58,680,000.00	58,680,000.00	58,680,000.00
กำไรสะสม	949,177,357.48	987,996,552.00	1,020,103,173.47	1,087,693,551.49
รวมส่วนของทุน	1,007,857,357.48	1,046,676,552.00	1,078,783,173.47	1,146,373,551.49
รวมหนี้สินและส่วนของทุน	9,401,962,239.13	8,082,949,624.47	8,397,080,582.78	7,514,945,218.88

หมายเหตุ: งบการเงินปีงบประมาณ 2560 อยู่ระหว่างการตรวจสอบและรับรองจากสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

การท่งเกี่ยวแห่งประเทศไทยและบริษัทย่อย
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2560 และ 2559

หน่วย : บาท

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2560	2559	2560	2559
รายได้				
รายได้จากการขายและบริการ	130,456,032.83	111,439,301.23	130,456,032.83	111,439,301.23
รายได้ค่าสมาชิก	205,041,995.19	189,919,974.56	-	-
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	0.00	0.00	-	-
รายได้เงินอุดหนุนจากรัฐบาล	6,714,607,066.98	6,067,319,105.05	6,714,607,066.98	6,067,319,105.05
รายได้อื่น	232,310,865.75	145,556,854.42	214,901,497.06	137,716,651.56
รวมรายได้	7,282,415,960.75	6,514,235,235.26	7,059,964,596.87	6,316,475,057.84
ค่าใช้จ่าย				
ต้นทุนสินค้าและบริการใช้ไป	111,164,766.44	92,873,004.69	46,240,593.73	33,193,262.92
ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการตลาด	5,269,184,373.12	4,702,618,122.59	5,241,968,135.66	4,675,732,965.04
ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์ของพนักงาน	1,040,873,874.70	970,319,693.47	969,170,253.48	910,456,548.38
ค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหาร	26,692,609.33	28,044,766.99	19,901,344.31	23,608,817.80
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	177,112,657.81	123,386,056.84	171,758,680.05	121,390,230.37
ค่าใช้จ่ายอื่น	606,947,430.86	430,429,448.09	587,774,501.66	417,576,318.89
รวมค่าใช้จ่าย	7,231,975,712.26	6,347,671,092.67	7,036,813,508.89	6,181,958,143.40
กำไรสำหรับปีก่อนภาษีเงินได้	50,440,248.49	166,564,142.59	23,151,087.98	134,516,914.44
ภาษีเงินได้นิติบุคคล	(308,237.35)	4,987,906.51	-	-
กำไรสุทธิหลังหักภาษี	50,748,485.84	161,576,236.08	23,151,087.98	134,516,914.44
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น				
กำไร (ขาดทุน) จากการคำนวณใหม่ ของภาระผูกพัน	(90,741,466.00)	0.00	(90,741,466.00)	0.00
กำไร (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	(39,992,980.16)	161,576,236.08	(67,590,378.02)	134,516,914.44

หมายเหตุ: งบการเงินปีงบประมาณ 2560 อยู่ระหว่างการตรวจสอบและรับรองจากสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของคุณ

การท่งเกี่ยวแห่งประเทศไทยและบริษัทย่อย
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2560 และ 2559

หน่วย : บาท

	งบการเงินเฉพาะกิจการ		
	ทุน	กำไรสะสม	รวม ส่วนของคุณ
ยอดยกมา ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2558	58,680,000.00	953,176,637.05	1,011,856,637.05
กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับงวด	-	134,516,914.44	134,516,914.44
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2559	58,680,000.00	1,087,693,551.49	1,146,373,551.49
ยอดยกมา ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2559	58,680,000.00	1,087,693,551.49	1,146,373,551.49
กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับงวด	-	(67,590,378.0)	(67,590,378.0)
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2560	58,680,000.00	1,020,103,173.47	1,078,783,173.47

หมายเหตุ: งบการเงินปีงบประมาณ 2560 อยู่ระหว่างการตรวจสอบและรับรองจากสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของคุณ

การทอ้งเกี่ยวแห่งประเทศไทยและบริษัทย่อย
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2560 และ 2559

หน่วย : บาท

	งบการเงินรวม		
	ทุน	กำไรสะสม	รวม ส่วนของคุณ
ยอดยกมา ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2558	58,680,000.00	816,712,965.52	715,343,946.93
ผลสะสมจากการแก้ไขข้อผิดพลาดทางบัญชี	-	9,707,350.40	9,707,350.40
กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับงวด	-	161,576,236.08	161,576,236.08
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2559	58,680,000.00	987,996,552.00	1,046,676,552.00
ยอดยกมา ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2559	58,680,000.00	987,996,552.00	1,046,676,552.00
ผลสะสมจากการแก้ไขข้อผิดพลาดทางบัญชี	-	1,173,785.64	1,173,785.64
กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับงวด	-	(39,992,980.16)	(39,992,980.16)
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2560	58,680,000.00	949,177,357.48	1,007,857,357.48

หมายเหตุ: งบการเงินปีงบประมาณ 2560 อยู่ระหว่างการตรวจสอบและรับรองจากสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

งบกระแสเงินสด

การทอ้งเกี่ยวแห่งประเทศไทยและบริษัทย่อย
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2560

หน่วย : บาท

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	30 กันยายน 2560	30 กันยายน 2559	30 กันยายน 2560	30 กันยายน 2559
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน				
กำไร (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จรวมสำหรับงวด	(39,992,980.16)	161,576,236.08	(67,590,378.02)	134,516,914.44
รายการปรับกระทบกำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับงวด เป็นเงินสดรับ (จ่าย) จากกิจกรรมดำเนินงาน:				
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	177,112,657.81	123,386,056.84	171,758,680.05	121,390,230.37
ผลสะสมจากการแก้ไขข้อผิดพลาดทางการบัญชี	1,173,785.64	-	-	-
ค่าตัดจำหน่ายสิทธิการใช้	1,007,529.04	-	-	-
ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงาน	144,807,455.64	(153,126.64)	142,752,540.00	(3,208,682.00)
(กำไร) ขาดทุนจากการตัดจำหน่ายทรัพย์สิน	(16,718,367.53)	3,346,250.16	2,228,272.64	2,335,409.86
(กำไร) ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน (แปลงค่าเงินฝากธนาคาร)	80,685,828.32	10,609,110.18	82,199,671.94	10,609,110.18
รายได้เงินอุดหนุน	(188,475,177.70)	(241,277,474.13)	(188,475,177.70)	206,235,513.86
รายได้ดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร	(86,795,558.26)	(94,539,984.44)	(78,931,239.23)	(84,678,525.92)
รายได้ค่าสมาชิก	(205,041,995.19)	-	-	-
กำไรจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลง ในสินทรัพย์ และหนี้สินดำเนินงาน	(132,236,822.39)	(37,052,931.95)	63,942,369.68	387,199,970.79
สินทรัพย์ดำเนินงาน (เพิ่มขึ้น) ลดลง				
ลูกหนี้การค้า	(43,645.06)	306,653.44	(43,645.06)	306,653.44
ลูกหนี้อื่น	(3,077,177.90)	(41,759,631.40)	(18,536.01)	(40,861,393.41)
วัสดุคงเหลือ	1,450,832.15	-	(6,646.60)	-
เงินอุดหนุนค้างรับ	(34,339,633.88)	(18,308,032.85)	(34,339,633.88)	(18,308,032.85)
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	(2,563,685.88)	(984,898.90)	(193,859.78)	25,787.00
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	(29,742,987.67)	8,459,646.54	1,970,445.89	7,459,646.54
หนี้สินดำเนินงาน เพิ่มขึ้น (ลดลง)				
เจ้าหนี้การค้า	132,827,076.32	221,379,983.01	134,503,578.57	222,720,339.91
เจ้าหนี้อื่น	(35,273,613.01)	30,112,928.66	(44,549,391.22)	22,089,449.51
เงินอุดหนุนรอการรับรู้ - ระยะสั้น	855,413,483.33	482,521,691.20	855,413,483.33	482,521,691.20
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	(30,722,114.30)	23,815,632.53	(31,646,214.74)	21,697,250.41
ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงาน				
เงินอุดหนุนรอการรับรู้ - ระยะยาว	124,706,440.33	199,833,214.59	124,706,440.33	42,866,166.67
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	600,207,649.73	191,350,627.13	(7,472,163.65)	9,698,049.45
เงินสดรับดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร	85,588,619.01	96,328,144.76	76,620,725.63	86,466,686.24
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้ถูกหัก ณ ที่จ่าย				
เงินสดจ่ายผลประโยชน์พนักงาน	(35,820,514.97)	(54,375,956.15)	(30,710,472.00)	-
เงินสดสุทธิได้มาในกิจกรรมดำเนินงาน	1,496,373,905.81	1,101,627,070.61	1,108,176,480.49	1,223,882,264.90

หมายเหตุ: งบการเงินปีงบประมาณ 2560 อยู่ระหว่างการตรวจสอบและรับรองจากสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

งบกระแสเงินสด (ต่อ)

การทอ้งเกี่ยวแห่งประเทศไทยและบริษัทย่อย
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2560

หน่วย : บาท

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	30 กันยายน 2560	30 กันยายน 2559	30 กันยายน 2560	30 กันยายน 2559
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน				
เงินสดรับจากการจำหน่ายทรัพย์สิน	693,195.00	1,643,610.00	693,195.00	1,643,610.00
เงินสดรับจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	20,000,000.00	-	20,000,000.00	-
เงินสดจ่ายสำหรับเงินลงทุนชั่วคราว	(922,215,975.35)	(1,343,480,234.01)	(590,215,975.35)	(1,343,480,234.01)
เงินสดจ่ายสำหรับลงทุนในอาคารและอุปกรณ์	(91,120,503.50)	(108,939,546.50)	(91,120,503.50)	(98,188,219.54)
เงินสดจ่ายสำหรับลงทุนในสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	(36,820,069.97)	(58,126,925.83)	(7,700,000.00)	(57,030,425.83)
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน	(1,029,463,353.82)	(1,508,903,096.34)	(668,343,283.85)	(1,497,055,269.38)
ปรับผลกระทบกำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยนสำหรับเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	(80,685,828.32)	(10,609,110.18)	(82,199,671.94)	(10,609,110.18)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	386,224,723.67	(417,885,135.91)	357,633,524.70	(283,782,114.66)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นงวด	3,287,706,504.59	3,705,591,640.50	3,105,500,657.68	3,389,282,772.34
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันสิ้นสุด	3,673,931,228.26	3,287,706,504.59	3,463,134,182.38	3,105,500,657.68

หมายเหตุ: งบการเงินปีงบประมาณ 2560 อยู่ระหว่างการตรวจสอบและรับรองจากสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

“สัมผัสประสบการณ์แปลกใหม่
เที่ยวอย่างเก๋ไก๋ มีสไตล์ลึกลับ”

#เที่ยวไทยเก๋
#เซอร์ให้โลกรู้
#TourismThailand
#Thailand
#ChiangRai

สถานที่ตั้ง กกท. สำนักงานในประเทศและต่างประเทศ

TAT Directory

#สำนักงานใหญ่

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

๑๖๐๐ ถ.เพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน
เขตราชเทวี กรุงเทพฯ ๑๐๕๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๐๐ (อัตโนมัติ ๘๐ เลขหมาย)
โทรสาร ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๑๑ (อัตโนมัติ ๒ เลขหมาย)
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org
อีเมล center@tat.or.th

#สำนักงานในประเทศ

ภูมิภาคภาคเหนือ

ททท. สำนักงานเชียงใหม่ (เชียงใหม่)

๑๐๕/๑ ถ.เชียงใหม่-ลำพูน ต.วัดเกต อ.เมือง
จ.เชียงใหม่ ๕๐๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๕๓๒๔ ๘๐๔-๕
โทรสาร ๐ ๕๓๒๔ ๘๐๖
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/chiangmai
อีเมล tatchmai@tat.or.th

ททท. สำนักงานแม่ฮ่องสอน (แม่ฮ่องสอน)

๔ ถ.ราชธรรมพิทักษ์ ต.จองคำ อ.เมือง
จ.แม่ฮ่องสอน ๕๘๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๕๓๖๑ ๒๙๘๒-๓
โทรสาร ๐ ๕๓๖๑ ๒๙๘๔
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/maehongson
อีเมล tatmhs@tat.or.th

ททท. สำนักงานเชียงราย (เชียงราย พะเยา)

๔๔๘/๑๖ ถ.สิงห์โคกล อ.เมือง
จ.เชียงราย ๕๗๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๕๓๗๑ ๗๔๓๓ / ๐ ๕๓๗๔ ๔๖๗๔-๕
โทรสาร ๐ ๕๓๗๑ ๗๔๓๔
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/chiangrai
อีเมล tatchrai@tat.or.th

ททท. สำนักงานแพร่ (แพร่ น่าน)

๒ ถ.บ้านใหม่ ต.ในเวียง อ.เมือง
จ.แพร่ ๕๔๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๕๔๕๒ ๑๑๒๗
โทรสาร ๐ ๕๔๕๒ ๑๑๑๙
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/phrae
อีเมล tatphrae@tat.or.th, tatphrae@gmail.com

#Head Office

Tourism Authority of Thailand

1600 New Phetchaburi Road, Makkasan, Ratchathewi,
Bangkok 10400, THAILAND
Tel: 662 250 5500 (80 automatic lines)
Fax: 662 250 5511 (2 automatic lines)
Website: www.tourismthailand.org
E-mail: center@tat.or.th

#Domestic Offices

Northern Region

TAT Chiang Mai Office (Chiang Mai)

105/1 Chiang Mai-Lamphun Road, Tambon Wat Ket,
Amphoe Mueang, Chiang Mai 50000
Tel: 66 5324 8604-5
Fax: 66 5324 8606
Website: www.tourismthailand.org/chiangmai
E-mail: tatchmai@tat.or.th

TAT Mae Hong Son Office (Mae Hong Son)

4 Ratchatham Phithak Road, Tambon Chong Kham,
Amphoe Mueang, Mae Hong Son, 58000
Tel: 66 5361 2982-3
Fax: 66 5361 2984
Website: www.tourismthailand.org/maehongson
E-mail: tatmhs@tat.or.th

TAT Chiang Rai Office (Chiang Rai, Phayao)

448/16 Singhakhilai Road, Amphoe Mueang,
Chiang Rai 57000
Tel: 66 5371 7433 / 66 5374 4674-5
Fax: 66 5371 7434
Website: www.tourismthailand.org/chiangrai
E-mail: tatchrai@tat.or.th

TAT Phrae Office (Phrae, Nan)

2 Ban Mai Road, Tambon Nai Wiang,
Amphoe Mueang, Phrae 54000
Tel: 66 5452 1127
Fax: 66 5452 1119
Website: www.tourismthailand.org/phrae
E-mail: tatphrae@tat.or.th, tatphrae@gmail.com

ททท. สำนักงานพิษณุโลก (พิษณุโลก เพชรบูรณ์)

๒๐๙/๗-๘ ศูนย์การค้าสุรัสวดี ถ.บรมไตรโลกนาถ
อ.เมือง จ.พิษณุโลก ๖๕๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๕๕๒๕ ๒๗๔๒-๓, ๐ ๕๕๒๕ ๙๙๐๗
โทรสาร ๐ ๕๕๒๓ ๑๐๖๓
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/phitsanulok
อีเมล tatphlok@tat.or.th

ททท. สำนักงานตาก (ตาก)

๑๙๓ ถ.ตากสิน ต.หนองหลวง
อ.เมือง จ.ตาก ๖๓๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๕๕๕๑ ๔๓๔๑-๓
โทรสาร ๐ ๕๕๕๑ ๔๓๔๔
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/tak
อีเมล tattak@tat.or.th

ททท. สำนักงานอุทัยธานี (อุทัยธานี)

๒๘/๕ ถ.รักการดี ต.อุทัยใหม่ อ.เมือง
จ.อุทัยธานี ๖๑๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๕๖๕๑ ๔๖๕๑-๒
โทรสาร ๐ ๕๖๕๑ ๔๖๕๐
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/uthaithani
อีเมล tatuthai@tat.or.th

ททท. สำนักงานสุโขทัย

(สุโขทัย อุตรดิตถ์ กำแพงเพชร)
๒๐๐ ถ.จรัลวิถีถ่ง ต.ธานี
อ.เมือง จ.สุโขทัย ๖๔๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๕๕๖๑ ๖๒๒๘-๙
โทรสาร ๐ ๕๕๖๑ ๖๓๖๖
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/sukhothai
อีเมล tatsukho@tat.or.th

ททท. สำนักงานลำปาง (ลำปาง ลำพูน)

๓๕๘/๓-๔ ถ.บ้านเชียงราย ต.สบตุ๋ย อ.เมือง
จ.ลำปาง ๕๒๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๕๔๒๒ ๒๒๑๔-๕
โทรสาร ๐ ๕๔๒๒ ๒๒๑๖
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/lampang
อีเมล tatlampang@tat.or.th

ททท. สำนักงานนครสวรรค์ (นครสวรรค์ พิจิตร)

๑๐๔๕/๒ ชั้น ๑-๒ หมู่ ๑๐ ถ.นครสวรรค์-พิษณุโลก
ต.นครสวรรค์ตึก อ.เมือง จ.นครสวรรค์ ๖๐๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๕๖๒๒ ๑๘๑๑-๑๒
โทรสาร ๐ ๕๖๒๒ ๑๘๑๐
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/nakhon-sawan
อีเมล tatsawan@tat.or.th

TAT Phitsanulok Office (Phitsanulok, Phetchabun)

209/7-8 Surasi Trade Centre, Borommatrailokkanat Road,
Amphoe Mueang, Phitsanulok 65000
Tel: 66 5525 2742-3, 66 5525 9907
Fax: 66 5523 1063
Website: www.tourismthailand.org/phitsanulok
E-mail: tatphlok@tat.or.th

TAT Tak Office (Tak)

193 Taksin Road, Tambon Nong Luang,
Amphoe Mueang, Tak 63000
Tel: 66 5551 4341-3
Fax: 66 5551 4344
Website: www.tourismthailand.org/tak
E-mail: tattak@tat.or.th

TAT Uthai Thani Office (Uthai Thani)

28/5 Rak Kan Di Road, Tambon Uthai Mai,
Amphoe Mueang, Uthai Thani 61000
Tel: 66 5651 4651-2
Fax: 66 5651 4650
Website: www.tourismthailand.org/uthaithani
E-mail: tatuthai@tat.or.th

TAT Sukhothai Office

(Sukhothai, Uttaradit, Kamphaeng Phet)
200 Charot Withi Thong Road, Tambon Thani,
Amphoe Mueang, Sukhothai 64000
Tel: 66 5561 6228-9
Fax: 66 5561 6366
Website: www.tourismthailand.org/sukhothai
E-mail: tatsukho@tat.or.th

TAT Lampang Office (Lampang, Lamphun)

358/3-4 Ban Chiang Rai Road, Tambon Sop Tui,
Amphoe Mueang, Lampang, 52000
Tel: 66 5422 2214-5
Fax: 66 5422 2216
Website: www.tourismthailand.org/lampang
E-mail: tatlampang@tat.or.th

TAT Nakhon Sawan Office (Nakhon Sawan, Phichit)

1045/2 Mu 10, 1st - 2nd Floor, Nakhon Sawan - Phitsanulok
Road, Tambon Nakhon Sawan Tok, Amphoe Mueang,
Nakhon Sawan 60000
Tel: 0 5622 1811-12
Fax: 0 5622 1810
Website: www.tourismthailand.org/nakhon-sawan
E-mail: tatsawan@tat.or.th

ภูมิภาคภาคกลาง

ททท. สำนักงานกรุงเทพมหานคร (กรุงเทพฯ ปทุมธานี นนทบุรี)
อาคาร D2 ชั้น ๘ โครงการปรีชา คอมเพล็กซ์ เลขที่ ๔๘/๑๑
ถ.รัชดาภิเษก แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ ๑๐๓๑๐
โทรศัพท์ ๐ ๒๒๗๖ ๒๗๒๐-๑
โทรสาร ๐ ๒๒๗๖ ๒๗๒๒
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org
อีเมล tatbangkok@tat.or.th

ททท. สำนักงานสมุทรสงคราม (สมุทรสงคราม สมุทรสาคร)
๑๕๐/๘-๙ ถ.สมุทรสงคราม-บางแพ ต.อัมพวา อ.อัมพวา
จ.สมุทรสงคราม ๗๕๑๑๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๔๗๕ ๒๘๔๗-๘
โทรสาร ๐ ๓๔๗๕ ๒๘๔๖
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/samutsongkhram
อีเมล tatsmsk@tat.or.th, tatsmsk@gmail.com

ททท. สำนักงานเพชรบุรี (เพชรบุรี)
๕๐๐/๕๑ ถ.เพชรเกษม อ.ชะอำ จ.เพชรบุรี ๗๖๑๒๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๒๔๗ ๑๐๐๕-๖
โทรสาร ๐ ๓๒๔๗ ๑๕๐๒
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/phetchaburi
อีเมล tatphet@tat.or.th

ททท. สำนักงานประจวบคีรีขันธ์ (ประจวบคีรีขันธ์)
๓๙/๙ ถ.เพชรเกษม ต.หัวหิน
อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์ ๗๗๑๑๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๒๕๑ ๓๘๘๕, ๐ ๓๒๕๑ ๓๘๕๕, ๐ ๓๒๕๑ ๓๘๗๐
โทรสาร ๐ ๓๒๕๑ ๓๘๙๘
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/prachuapkhirikhan
อีเมล tatprachuap@tat.or.th

ททท. สำนักงานกาญจนบุรี (กาญจนบุรี ราชบุรี)
๑๔ ถ.แสงชูโต ต.บ้านเหนือ อ.เมือง
จ.กาญจนบุรี ๗๑๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๔๕๑ ๑๒๐๐, ๐ ๓๔๕๑ ๒๕๐๐
โทรสาร ๐ ๓๔๕๑ ๑๕๒๙
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/kanchanaburi
อีเมล tatkan@tat.or.th, tourismkan@gmail.com

ททท. สำนักงานพระนครศรีอยุธยา (พระนครศรีอยุธยา สระบุรี)
๑๐๘/๒๒ หมู่ ๔ ต.ประตูชัย อ.พระนครศรีอยุธยา
จ.พระนครศรีอยุธยา ๑๓๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๖๐๗๖-๗
โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๖๐๗๘
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/ayutthaya
อีเมล tatyutya@tat.or.th

Central Region

TAT Bangkok Office (Bangkok, Pathum Thani, Nonthaburi)
48/11 Preecha Complex, 8th Floor D2 Building, Ratchadaphisek
Road, Samsen Nok, Huai Khwang, Bangkok 10310
Tel: 66 2276 2720-1
Fax: 66 2276 2722
Website: www.tourismthailand.org
E-mail: tatbangkok@tat.or.th

TAT Samut Songkhram Office (Samut Songkhram, Samut Sakhon)
150/8-9 Samut Songkhram-Bang Phae Road, Tambon
Amphawa, Amphoe Amphawa, Samut Songkhram 75110
Tel: 66 3475 2847-8
Fax: 66 3475 2846
Website: www.tourismthailand.org/samutsongkhram
E-mail: tatsmsk@tat.or.th, tatsmsk@gmail.com

TAT Phetchaburi Office (Phetchaburi)
500/51 Phetchakasem Road, Amphoe Cha-am, Phetchaburi 76120
Tel: 66 3247 1005-6
Fax: 66 3247 1502
Website: www.tourismthailand.org/phetchaburi
E-mail: tatphet@tat.or.th

TAT Prachuap Khiri Khan Office (Prachuap Khiri Khan)
39/9 Phetchakasem Road, Tambon Hua Hin,
Amphoe Hua Hin, Prachuap Khiri Khan 77110
Tel: 66 3251 3885, 66 3251 3854, 66 3251 3871
Fax: 66 3251 3898
Website: www.tourismthailand.org/prachuapkhirikhan
E-mail: tatprachuap@tat.or.th

TAT Kanchanaburi Office (Kanchanaburi, Ratchaburi)
14 Saengchuto Road, Tambon Ban Nuea, Amphoe Mueang,
Kanchanaburi 71000
Tel: 66 3451 1200, 66 3451 2500
Fax: 66 3451 1529
Website: www.tourismthailand.org/kanchanaburi
E-mail: tatkan@tat.or.th, tourismkan@gmail.com

TAT Phra Nakhon Si Ayutthaya Office (Phra Nakhon Si Ayutthaya, Saraburi)
108/22 Mu 4, Tambon Phratu Chai, Amphoe Phra Nakhon
Si Ayutthaya, Phra Nakhon Si Ayutthaya 13000
Tel: 66 3524 6076-7
Fax: 66 3524 6078
Website: www.tourismthailand.org/ayutthaya
E-mail: tatyutya@tat.or.th

ททท. สำนักงานสุพรรณบุรี (สุพรรณบุรี นครปฐม)
๙๑ ถ.พระพิฆเนศ ต.ท่าพี่เลี้ยง
อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี ๗๒๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๕๒ ๕๘๖๗, ๐ ๓๕๕๒ ๕๘๘๐
โทรสาร ๐ ๓๕๕๒ ๕๘๖๓-๔
เว็บไซต์ www.tatsuphan.net
อีเมล tatsuphan@tat.or.th

ททท. สำนักงานลพบุรี (ลพบุรี อ่างทอง สิงห์บุรี ชัยนาท)
ศาลากลางจังหวัดลพบุรี ถ.นารายณ์มหาราช ต.ทะเลชุบศร
อ.เมือง จ.ลพบุรี ๑๕๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๖๗๗ ๐๐๙๖-๗
โทรสาร ๐ ๓๖๗๗ ๐๐๙๘
เว็บไซต์ www.tat7.com
อีเมล tatlobri@tat.or.th

ภูมิภาคภาคตะวันออก

ททท. สำนักงานพัทยา (ชลบุรี)
๖๐๙ หมู่ ๑๐ ถ.พระตำหนัก ต.หนองปรือ
อ.บางละมุง จ.ชลบุรี ๒๐๑๕๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๘๔๒ ๗๖๖๗, ๐ ๓๘๔๒ ๘๗๕๐, ๐ ๓๘๔๒ ๓๙๙๐
โทรสาร ๐ ๓๘๔๒ ๙๑๑๓
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/pattaya
อีเมล tatchon@tat.or.th

ททท. สำนักงานระยอง (ระยอง จันทบุรี)
๑๕๓/๔ หมู่ ๑๒ ถ.สุขุมวิท ต.ตะพง
อ.เมือง จ.ระยอง ๒๑๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๘๖๕ ๕๕๒๐-๑
โทรสาร ๐ ๓๘๖๕ ๕๕๑๐
เว็บไซต์ www.tat-rayong.com
อีเมล tatrayong@tat.or.th

ททท. สำนักงานตราด (ตราด)
๑๐๐ หมู่ ๑ ถ.ตราด-แหลมงอบ ต.แหลมงอบ
อ.แหลมงอบ จ.ตราด ๒๓๑๒๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๙๕๙ ๗๒๕๙-๖๐
โทรสาร ๐ ๓๙๕๙ ๗๒๕๕
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/trat
อีเมล tattrat@tat.or.th

ททท. สำนักงานนครนายก (นครนายก ปราจีนบุรี สระแก้ว)
๑๘๒/๘๘ หมู่ ๑ ถ.สุวรรณศร ต.ท่าช้าง
อ.เมือง จ.นครนายก ๒๖๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๗๓๑ ๒๒๘๒, ๐ ๓๗๓๑ ๒๒๘๘
โทรสาร ๐ ๓๗๓๑ ๒๒๘๖
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/nakhonnayok,
www.tat8.com
อีเมล tatnayok@tat.or.th

TAT Suphan Buri Office (Suphan Buri, Nakhon Pathom)
91 Phra Phan Wasa Road, Tambon Tha Phi Liang,
Amphoe Mueang, Suphan Buri 72000
Tel: 66 3552 5867, 66 3552 5880
Fax: 66 3552 5863-4
Website: www.tatsuphan.net
E-mail: tatsuphan@tat.or.th

TAT Lop Buri Office (Lop Buri, Ang Thong, Sing Buri, Chai Nat)
Lop Buri City Hall, Narai Maharat Road, Tambon Thale Chup Son,
Amphoe Mueang, Lop Buri 15000
Tel: 66 3677 0096-7
Fax: 66 3677 0098
Website: www.tat7.com
E-mail: tatlobri@tat.or.th

Eastern Region

TAT Pattaya Office (Chon Buri)
609 Mu 10, Phra Tamnak Road, Tambon Nong Prue,
Amphoe Bang Lamung, Chon Buri 20150
Tel: 66 3842 7667, 66 3842 8750, 66 3842 3990
Fax: 66 3842 9113
Website: www.tourismthailand.org/pattaya
E-mail: tatchon@tat.or.th

TAT Rayong Office (Rayong, Chanthaburi)
153/4 Mu 12, Sukhumvit Road, Tambon Taphong,
Amphoe Mueang, Rayong 21000
Tel: 66 3865 5420-1
Fax: 66 3864 5510
Website: www.tat-rayong.com
E-mail: tatrayong@tat.or.th

TAT Trat Office (Trat)
100 Mu 1, Trat-Laem Ngop Road, Tambon Laem Ngop,
Amphoe Laem Ngop, Trat 23120
Tel: 66 3959 7259-60
Fax: 66 3959 7255
Website: www.tourismthailand.org/trat
E-mail: tattrat@tat.or.th

TAT Nakhon Nayok Office (Nakhon Nayok, Prachin Buri, Sa Kaeo)
182/88 Mu 1, Suwannason Road, Tambon Tha Chang,
Amphoe Mueang, Nakhon Nayok 26000
Tel: 66 3731 2282, 66 3731 2284
Fax: 66 3731 2286
Website: www.tourismthailand.org/nakhonnayok,
www.tat8.com
E-mail: tatnayok@tat.or.th

ททท. สำนักงานฉะเชิงเทรา (ฉะเชิงเทรา สมุทรปราการ)
 ๒๐๓ ถ.หน้าเมือง ต.หน้าเมือง
 อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา ๒๕๐๐๐
 โทรศัพท์ ๐ ๓๘๕๑ ๔๐๐๙
 โทรสาร ๐ ๓๘๕๑ ๔๐๐๘
 เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/chachoengsao
 อีเมล tatchoengsao@tat.or.th

TAT Chachoengsao Office (Chachoengsao, Samut Prakan)
 203 Na Mueang Road, Tambon Na Mueang,
 Amphoe Mueang, Chachoengsao 24000
 Tel: 66 3851 4009
 Fax: 66 3851 4008
 Website: www.tourismthailand.org/chachoengsao
 E-mail: tatchoengsao@tat.or.th

ททท. สำนักงานเลย (เลย หนองบัวลำภู)
 ที่ว่าการอำเภอเมืองเลย (หลังเก่า) ถ.เจริญรัฐ
 ต.กุดป่อง อ.เมือง จ.เลย ๔๒๐๐๐
 โทรศัพท์ ๐ ๔๒๘๑ ๒๘๑๒, ๐ ๔๒๘๑ ๑๔๐๕
 โทรสาร ๐ ๔๒๘๑ ๑๔๘๐
 เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/loei
 อีเมล tatloei@tat.or.th

TAT Loei Office (Loei, Nong Bua Lam Phu)
 Loei District Office (Old building), Charoen Rat Road,
 Tambon Kut Pong, Amphoe Mueang, Loei 42000
 Tel: 66 4281 2812, 0 4281 1405
 Fax: 66 4281 1480
 Website: www.tourismthailand.org/loei
 E-mail: tatloei@tat.or.th

ภูมิภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Northeastern Region

ททท. สำนักงานนครราชสีมา (นครราชสีมา ชัยภูมิ)
 ๒๑๐๒-๒๑๐๔ ถ.มิตรภาพ ต.ในเมือง
 อ.เมือง จ.นครราชสีมา ๓๐๐๐๐
 โทรศัพท์ ๐ ๔๔๒๑ ๓๐๓๐, ๐ ๔๔๒๑ ๓๖๖๖
 โทรสาร ๐ ๔๔๒๑ ๓๖๖๗, ๐ ๔๔๒๕ ๑๗๒๑
 เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/nakhonratchasima,
 www.tourismthailand.org/chaiphum
 อีเมล tatsima@tat.or.th

TAT Nakhon Ratchasima Office (Nakhon Ratchasima, Chaiyaphum)
 2102-2104 Mittraphap Road, Tambon Nai Mueang,
 Amphoe Mueang, Nakhon Ratchasima 30000
 Tel: 66 4421 3030, 66 4421 3666
 Fax: 66 4421 3667, 66 4435 1721
 Website: www.tourismthailand.org/nakhonratchasima,
 www.tourismthailand.org/chaiphum
 E-mail: tatsima@tat.or.th

ททท. สำนักงานสุรินทร์ (สุรินทร์ บุรีรัมย์)
 ๓๕๕/๓-๖ ถ.เทศบาล ๑ ต.ในเมือง
 อ.เมือง จ.สุรินทร์ ๓๒๐๐๐
 โทรศัพท์ ๐ ๔๔๕๑ ๔๔๔๗-๘
 โทรสาร ๐ ๔๔๕๑ ๘๕๓๐
 เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/surin,
 www.เที่ยวอีสาน.com
 อีเมล tatsurin@tat.or.th, thetatsurin@gmail.com

TAT Surin Office (Surin, Buri Ram)
 355/3-6 Thetsaban 1 Road, Tambon Nai Mueang,
 Amphoe Mueang, Surin 32000
 Tel: 66 4451 4447-8
 Fax: 66 4451 8530
 Website: www.tourismthailand.org/surin,
 i-san.tourismthailand.org
 E-mail: tatsurin@tat.or.th, thetatsurin@gmail.com

ททท. สำนักงานอุบลราชธานี (อุบลราชธานี อำนาจเจริญ ยโสธร ศรีสะเกษ)
 ๒๖๔/๑ ถ.เขื่อนธานี ต.ในเมือง
 อ.เมือง จ.อุบลราชธานี ๓๕๐๐๐
 โทรศัพท์ ๐ ๔๕๒๔ ๓๗๗๐, ๐ ๔๕๒๕ ๐๗๑๔
 โทรสาร ๐ ๔๕๒๔ ๓๗๗๑
 เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/ubonratchathani
 อีเมล tatubon@tat.or.th

TAT Ubon Ratchathani Office (Ubon Ratchathani, Amnat Charoen, Yasothon, Si Sa Ket)
 264/1 Khuean Thani Road, Tambon Nai Mueang,
 Amphoe Mueang, Ubon Ratchathani 34000
 Tel: 66 4524 3770, 66 4525 0714
 Fax: 66 4524 3771
 Website: www.tourismthailand.org/ubonratchathani
 E-mail: tatubon@tat.or.th

ภูมิภาคภาคใต้

Southern Region

ททท. สำนักงานขอนแก่น (ขอนแก่น ร้อยเอ็ด กาฬสินธุ์ มหาสารคาม)
 ๒๗๗/๒๐-๒๑ ถ.กลางเมือง ต.ในเมือง
 อ.เมือง จ.ขอนแก่น ๔๐๐๐๐
 โทรศัพท์ ๐ ๔๓๒๒ ๗๗๑๔-๕
 โทรสาร ๐ ๔๓๒๒ ๗๗๑๗, ๐ ๔๓๒๒ ๗๗๑๙
 เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/khonkaen
 อีเมล tatkhkn@tat.or.th

TAT Khon Kaen Office (Khon Kaen, Roi Et, Kalasin, Maha Sarakham)
 277/20-21 Klang Mueang Road, Tambon Nai Mueang,
 Amphoe Mueang, Khon Kaen 40000
 Tel: 66 4322 7714-5
 Fax: 66 4322 7717, 66 4322 7719
 Website: www.tourismthailand.org/khonkaen
 E-mail: tatkhkn@tat.or.th

ททท. สำนักงานหาดใหญ่ (สงขลา สตูล)
 ๑/๑ ซ.๒ ถ.นิพัทธ์อุทิศ ๓ อ.หาดใหญ่
 จ.สงขลา ๙๐๑๑๐
 โทรศัพท์ ๐ ๗๕๒๓ ๑๐๕๕, ๐ ๗๕๒๓ ๘๕๑๘, ๐ ๗๕๒๔ ๓๗๘๗
 โทรสาร ๐ ๗๕๒๔ ๕๕๘๖
 เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/hatyai
 อีเมล tathatyai@tat.or.th

TAT Hat Yai Office (Songkhla, Satun)
 1/1 Soi 2 Niphath Uthit 3 Road, Amphoe Hat Yai,
 Songkhla 90110
 Tel: 66 7423 1055, 66 7423 8518, 66 7424 3747
 Fax: 66 7424 5986
 Website: www.tourismthailand.org/hatyai
 E-mail: tathatyai@tat.or.th

ททท. สำนักงานนครพนม (นครพนม สกลนคร มุกดาหาร)
 ๑๘๔/๑ ถ.สุนทรวิจิตร ต.ในเมือง
 อ.เมือง จ.นครพนม ๔๘๐๐๐
 โทรศัพท์ ๐ ๔๒๕๑ ๓๔๙๐-๑
 โทรสาร ๐ ๔๒๕๑ ๓๔๙๒
 เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/nakhonphanom,
 www.tatsanuk.blogspot.com
 อีเมล tatphnom@tat.or.th

TAT Nakhon Phanom Office (Nakhon Phanom, Sakon Nakhon, Mukdahan)
 184/1 Sunthon Wichit Road, Tambon Nai Mueang,
 Amphoe Mueang, Nakhon Phanom 48000
 Tel: 66 4251 3490-1
 Fax: 66 4251 3492
 Website: www.tourismthailand.org/nakhonphanom,
 www.tatsanuk.blogspot.com
 E-mail: tatphnom@tat.or.th

ททท. สำนักงานนครศรีธรรมราช (นครศรีธรรมราช, พัทลุง)
 สนามหน้าเมือง ถ.ราชดำเนิน อ.เมือง
 จ.นครศรีธรรมราช ๘๐๐๐๐
 โทรศัพท์ ๐ ๗๕๓๔ ๖๕๑๕-๖
 โทรสาร ๐ ๗๕๓๔ ๖๕๑๗
 เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/nakhonsithammarat
 อีเมล tatnksri@tat.or.th

TAT Nakhon Si Thammarat Office (Nakhon Si Thammarat, Phatthalung)
 Sanam Na Mueang, Ratchadamnoen Road,
 Amphoe Mueang, Nakhon Si Thammarat 80000
 Tel: 66 7534 6515-6
 Fax: 66 7534 6517
 Website: www.tourismthailand.org/nakhonsithammarat
 E-mail: tatnksri@tat.or.th

ททท. สำนักงานอุดรธานี (อุดรธานี หนองคาย บึงกาฬ)
 ๑๖/๕ ถ.มยุรมนตรี ต.หมากแข้ง
 อ.เมือง จ.อุดรธานี ๔๑๐๐๐
 โทรศัพท์ ๐ ๔๒๓๒ ๕๔๐๖-๗
 โทรสาร ๐ ๔๒๓๒ ๕๔๐๘
 เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/udonthani
 อีเมล tatudon@tat.or.th

TAT Udon Thani Office (Udon Thani, Nong Khai, Bueng Kan)
 16/5 Muk Montri Road, Tambon Mak Khaeng,
 Amphoe Mueang, Udon Thani 41000
 Tel: 66 4232 5406-7
 Fax: 66 4232 5408
 Website: www.tourismthailand.org/udonthani
 E-mail: tatudon@tat.or.th

ททท. สำนักงานนราธิวาส (นราธิวาส ยะลา ปัตตานี)
 ๑๐๒/๓ หมู่ที่ ๒ ถ.นราธิวาส-ตากใบ ต.กะลุวอเหนือ
 อ.เมือง จ.นราธิวาส ๙๖๐๐๐
 โทรศัพท์ ๐ ๗๓๕๒ ๒๔๑๑, ๐ ๗๓๕๔ ๒๓๔๖
 โทรสาร ๐ ๗๓๕๔ ๒๓๔๗
 เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/narathiwat
 อีเมล tatnara@tat.or.th

TAT Narathiwat Office (Narathiwat, Yala, Pattani)
 102/3 Mu 2, Narathiwat-Tak Bai Road, Tambon Kaluwo Nuea,
 Amphoe Mueang, Narathiwat 96000
 Tel: 66 7352 2411, 66 7354 2346
 Fax: 66 7354 2347
 Website: www.tourismthailand.org/narathiwat
 E-mail: tatnara@tat.or.th

ททท. สำนักงานภูเก็ต (ภูเก็ต)
 ๑๙๑ ถ.กลาง ต.ตลาดใหญ่ อ.เมือง
 จ.ภูเก็ต ๘๓๐๐๐
 โทรศัพท์ ๐ ๗๖๒๑ ๑๐๓๖, ๐ ๗๖๒๑ ๒๒๑๓
 โทรสาร ๐ ๗๖๒๑ ๓๕๘๒
 เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/phuket
 อีเมล tatphuket@tat.or.th

TAT Phuket Office (Phuket)
 191 Thalung Road, Tambon Talat Yai, Amphoe Mueang,
 Phuket 83000
 Tel: 66 7621 1036, 66 7621 2213
 Fax: 66 7621 3582
 Website: www.tourismthailand.org/phuket
 E-mail: tatphuket@tat.or.th

ททท. สำนักงานสุราษฎร์ธานี (สุราษฎร์ธานี)

๕ ถ.ตลาดใหม่ บ้านดอน อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี ๘๔๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๗๗๒๘ ๘๘๑๘-๙
โทรสาร ๐ ๗๗๒๘ ๒๘๒๘
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/suratthani
อีเมล tatsurat@tat.or.th

ททท. สำนักงานตรัง (ตรัง)

๓๓๐/๓ ถ.ห้วยยอด ต.ทับเที่ยง
อ.เมือง จ.ตรัง ๙๒๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๗๕๒๑ ๕๘๖๗
โทรสาร ๐ ๗๕๒๑ ๕๘๖๘
เว็บไซต์ www.inlovesatuntrang.com
อีเมล tattrang@tat.or.th

ททท. สำนักงานกระบี่ (กระบี่)

๒๙๒ ถ.มหาสาร อ.เมือง จ.กระบี่ ๘๑๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๗๕๖๒ ๒๑๖๓, ๐ ๗๕๖๑ ๒๘๑๑-๒
โทรสาร ๐ ๗๕๖๒ ๒๑๖๔
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/krabi
อีเมล tatkrabi@tat.or.th

ททท. สำนักงานชุมพร (ชุมพร ระนอง)

๑๑๑/๑๑-๑๒ ถ.วีรลีนคำ ต.ท่าตะเภา
อ.เมือง จ.ชุมพร ๘๖๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๗๗๕๐ ๒๗๗๕-๖, ๐ ๗๗๕๐ ๑๘๓๑
โทรสาร ๐ ๗๗๕๐ ๑๘๓๒
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/chumphon
อีเมล tatchumphon@tat.or.th

ททท. สำนักงานพังงา (พังงา)

๒/๒๗ ถ.ศิริราษฎร์ ต.ท้ายช้าง อ.เมือง
จ.พังงา ๘๒๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๗๖๔๑ ๓๔๐๐-๒
โทรสาร ๐ ๗๖๔๑ ๓๔๐๓
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/phangnga
อีเมล tatphangnga@tat.or.th

ททท. สำนักงานเกาะสมุย (เกาะสมุย เกาะพะงัน เกาะเต่า)

๓๗๐ หมู่ ๓ ต.อ่างทอง อ.เกาะสมุย
จ.สุราษฎร์ธานี ๘๔๑๔๐
โทรศัพท์ ๐ ๗๗๔๒ ๐๕๐๔, ๐ ๗๗๔๒ ๐๗๒๐-๒๒
โทรสาร ๐ ๗๗๔๒ ๐๗๒๑
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/Koh-Samui
อีเมล tatsamui@tat.or.th

TAT Surat Thani Office (Surat Thani)

5 Talat Mai Road, Ban Don, Amphoe Mueang, Surat Thani 84000
Tel: 66 7728 8818-9
Fax: 66 7728 2828
Website: www.tourismthailand.org/suratthani
E-mail: tatsurat@tat.or.th

TAT Trang Office (Trang)

330/3 Huai Yot Road, Tambon Thap Thiang,
Amphoe Mueang, Trang 92000
Tel: 66 7521 5867
Fax: 66 7521 5868
Website: www.inlovesatuntrang.com
E-mail: tattrang@tat.or.th

TAT Krabi Office (Krabi)

292 Maharat Road, Amphoe Mueang, Krabi 81000
Tel: 66 7562 2163, 66 7561 2811-2
Fax: 66 7562 2164
Website: www.tourismthailand.org/krabi
E-mail: tatkrabi@tat.or.th

TAT Chumphon Office (Chumphon, Ranong)

111/11-12 Thawi Sinkha Road, Tambon Tha Taphao,
Amphoe Mueang, Chumphon 86000
Tel: 66 7750 2775-6, 66 7750 1831
Fax: 66 7750 1832
Website: www.tourismthailand.org/chumphon
E-mail: tatchumphon@tat.or.th

TAT Phang-nga Office (Phang-nga)

2/27 Sirirat Road, Tambon Thai Chang,
Amphoe Mueang, Phang-nga 82000
Tel: 66 7641 3400-2
Fax: 66 7641 3403
Website: www.tourismthailand.org/phangnga
E-mail: tatphangnga@tat.or.th

TAT Ko Samui Office (Ko Samui, Ko Pha-ngan, Ko Tao)

370 Mu 3, Tambon Ang Thong, Amphoe Ko Samui,
Surat Thani 84140
Tel: 66 7742 0504, 66 7742 0720-22
Fax: 66 7742 0721
Website: www.tourismthailand.org/Koh-Samui
E-mail: tatsamui@tat.or.th

“หลงใหลแบบอนุรักษ์
เรียนรู้ด้วยใจรัก”



#เที่ยวไทยแท้
#ช่วยกันดูแลเซอร์ให้โลกรู้
#TourismThailand
#Thailand
#PhangNga

#สำนักงานต่างประเทศ #Overseas Offices

ASEAN, SOUTH ASIA AND SOUTH PACIFIC REGION

TAT KUALA LUMPUR OFFICE

Area of Responsibility: Malaysia and Brunei Darussalam
Suite 22.01, Level 22, Menara Citibank, 165 Jalan Ampang,
50450 Kuala Lumpur, MALAYSIA
Tel: (60 3) 2162 3480
Fax: (60 3) 2162 3486
Website: www.tourismthailand.my
E-mail: tatkul@tat.or.th, info@tourismthailand.my

TAT JAKARTA OFFICE

Area of Responsibility: Indonesia
The PLAZA Office Tower, 38th Floor, Zone B, J.L.M.H.Thamrin
Kav. 28-30, Jakarta 10350, INDONESIA
Tel: (62) 21 2992 2353
Fax: (62) 21 2992 8355
Website: www.wisatathailand.com
E-mail: tatjak@tat.or.th

TAT SINGAPORE OFFICE

Area of Responsibility: Singapore and the Philippines
C/O Royal Thai Embassy, 372 Orchard Road, SINGAPORE
238870
Tel: (65) 6235 7901
Fax: (65) 6733 5653
Website: http://sg.tourismthailand.org
E-mail: tatsin@tat.or.th

TAT NEW DELHI OFFICE

Area of Responsibility: Northern and Eastern India, Bangladesh,
Nepal and Bhutan
A 12/4 (Ground Floor), Vasant Vihar, New Delhi 110057, INDIA
Tel: (91 11) 4166 3567-9, 4674 1111
Fax: (91 11) 4166 3570
Website: www.tourismthailand.in
E-mail: tatdel@tat.or.th

TAT MUMBAI OFFICE

Area of Responsibility: Western and Southern India, Sri Lanka
and Maldives
No. 123-124, 12th Floor, Mittal Chambers, Barrister Rajni
Patel Marg, 228 Nariman Point, Mumbai 400021, INDIA
Tel: (91 22) 2202-0264 -65
Fax: (91 22) 2202-0268
E-mail: tatumumbai@tat.or.th,
tatumbaimail@gmail.com

TAT SYDNEY OFFICE

Area of Responsibility: Australia, New Zealand and South Pacific
Royal Exchange, Suite 2002, Level 20, 56 Pitt Street, Sydney,
NSW 2000, AUSTRALIA
Tel: (61 2) 9247 7549
Fax: (61 2) 9251 2465
Website: www.tourismthailand.org/au
E-mail: info@thailand.net.au, tatsyd@tat.or.th

TAT HO CHI MINH

Area of Responsibility: Vietnam, Lao PDR and Cambodia
Unit 4, 18th Floor Saigon Centre, Tower 2, 67 Le Loi Street,
District 1, Ho Chi Minh City, VIETNAM
Tel: (84 86) 291 3885-6
Fax: (84 86) 291 3887
Website: www.tourismthailand.org.vn
E-mail: tathcm@tat.or.th

EAST ASIA REGION

TAT HONG KONG OFFICE

Area of Responsibility: Hong Kong and Macau
Room 2101, 21/F Prosperity Tower, 39 Queen's Road, Central,
HONG KONG
Tel: (852) 2868 0732
Fax: (852) 2868 4585
Website: www.tourismthailand.org/hk
E-mail: tathkg@amazingthailand.org.hk, tathkg@tat.or.th

TAT TAIPEI OFFICE

Area of Responsibility: Taiwan
Thailand Tourism Division 13th Floor, Boss Tower, No. 111
Sung Chiang Road, (Near Nanking East Road Junction), Taipei
104, TAIWAN
Tel: (886 2) 2502 1600
Fax: (886 2) 2502 1603
Website: www.tattpe.org.tw
E-mail: tattpe@ms3.hinet.net, tattpe@tat.or.th

TAT BEIJING OFFICE

Area of Responsibility: Beijing, Tianjin, Hebei, Henan, Shanxi,
Liaoning, Jilin, Heilongjiang, Inner Mongolia Autonomous
Region and Mongolia
Room 902, Office Tower E1, Oriental Plaza, No. 1 East Chang
An Avenue, Dong Cheng District, Beijing 100738, CHINA
Tel: (86 10) 8518 3526-29
Fax: (86 10) 8518 3530
E-mail: tatbjs@tat.or.th

TAT SHANGHAI OFFICE

Area of Responsibility: Shanghai, Shandong, Hubei, Anhui,
Jiangsu and Zhejiang
27th Floor, Room 2703, CH Finance Centre Building, 288
Nanjing Road (West), Huang Pu District, Shanghai 200003,
CHINA
Tel: (86 21) 33 66 3409
Fax: (86 21) 33 66 3408
E-mail: tatshi@tat.or.th

TAT KUNMING OFFICE

Area of Responsibility: Yunnan, Guizhou and Guangxi Zhuang
Autonomous Region
Room 1301, Brilliant Plaza, No. 6 Sanshi Street, Kunming,
Yunnan PR. 650011, CHINA
Tel: (86 87) 1317 8840
Fax: (86 87) 1317 1664
E-mail: tatkunming@tat.or.th

TAT CHENGDU OFFICE

Area of Responsibility: Xinjiang Uygur Autonomous Region,
Qinghai, Ningxia Hui Autonomous Region, Gansu, Shaanxi,
Chongqing, Sichuan and Tibet Autonomous Region
Room No. 1404, Yanlord Landmark Office Tower, 1 Renmin
South Road Section 2, Chengdu 610016, Sichuan, P.R. CHINA
Tel: (86 28) 6465 6299
Fax: (86 28) 6465 6399
Website: www.amazingthailand.org.cn
E-mail: tatchengdu@tat.or.th

TAT GUANGZHOU OFFICE

Area of Responsibility: Jiangxi, Fujian, Guangdong, Hainan
and Hunan
Room M07, The Garden Hotel, 368 Huanshi Dong Road,
Yuexiu District, Guangzhou, Guangdong, 510064, CHINA
Tel: (86) 20 8365 1823, 20 8365 1836
Fax: (86) 20 8382 1061
E-mail: tatguangzhou@tat.or.th

TAT TOKYO OFFICE

Area of Responsibility: Northern Area of Honshu Island,
Tohoku, Kanto and Hokkaido Island
Yurakucho Denki Building, South Tower 2nd Floor, Room 259,
1-7-1 Yurakucho, Chiyoda-ku, Tokyo 100-0006, JAPAN
Tel: (813) 3218 1077
Fax: (813) 3218 0655
Website: www.thailandtravel.or.jp
E-mail: tattky@tattky.com, tattky@tat.or.th

TAT OSAKA OFFICE

Area of Responsibility: The Central, Western and Southern Area
of Honshu Island, Kyushu Island, Shikoku Island and Okinawa
Nikke Yotsubashi Building, 1-4-26, Shinmachi, Nishi-ku, Osaka
550-0013, JAPAN
Tel: (81 6) 6543 6654, 6543 6655
Fax: (81 6) 6543 6660
Website: www.thailandtravel.or.jp
E-mail: info@tatosaka.com

TAT SEOUL OFFICE

Area of Responsibility: Republic of Korea
Room No.1205, Daeyungak Tower, 12th Floor, 25-5, 1 Ka,
Chungmu-Ro, Chung-Ku, Seoul 100-706, SOUTH KOREA
Tel: (82 2) 779 5416-8, 779 5160, 779 5162-4
Fax: (82 2) 779 5419
Website: www.tatsel.or.kr, www.visitthailand.or.kr
E-mail: info@tatsel.or.kr, tatsel@tat.or.th,
info@visitthailand.or.kr

THE AMERICAS

TAT LOS ANGELES OFFICE

Area of Responsibility: Alaska, Arizona, California, Colorado,
Hawaii, Idaho, Kansas, Montana, Nebraska, Nevada, New
Mexico, North Dakota, Oklahoma, Oregon, South Dakota,
Texas, Utah, Washington, Wyoming, Guam Island and a Central
American countries.
611 North Larchmont Boulevard, 1st Floor, Los Angeles, CA
90004, U.S.A.
Tel: (1 323) 461 9814
Fax: (1 323) 461 9834
E-mail: info@tourismthailandla.com

TAT NEW YORK OFFICE

Area of Responsibility: Alabama, Arkansas, Connecticut,
Delaware, Florida, Georgia, Illinois, Indiana, Iowa, Kentucky,
Louisiana, Maine, Maryland, Massachusetts, Michigan,
Minnesota, Mississippi, Missouri, New York, New Hampshire,
New Jersey, North Carolina, Ohio, Pennsylvania, Rhode Island,
South Carolina, Tennessee, Vermont, Virginia, Washington D.C.,
West Virginia, Wisconsin, Puerto Rico and the Bahamas
61 Broadway, Suite 2810 New York, N.Y. 10006, U.S.A.
Tel: (1 212) 432 0433
Fax: (1 212) 269 2588
E-mail: info@tatny.com

TAT TORONTO OFFICE

Area of Responsibility: Canada
130 King St. West, Suite 620, Toronto, ON Canada M5X 1A9
Tel: (1 647) 329 1000
Fax: (1 647) 660 1918
Email: info@tatcan.com

EUROPE, AFRICA AND MIDDLE EAST REGION

TAT LONDON OFFICE

Area of Responsibility: United Kingdom, Ireland, South Africa, Kenya, Nigeria, Ethiopia
1st Floor, 17-19 Cockspur Street, Trafalgar Square, London SW1Y 5BL, UNITED KINGDOM
Tel: (44 207) 925 2511
Fax: (44 207) 925 2512
E-mail: info@tourismthailand.co.uk, tatuk@tat.or.th

TAT STOCKHOLM OFFICE

Area of Responsibility: Sweden, Norway, Denmark, Finland, Iceland, Estonia, Latvia and Lithuania
Drottninggatan 33 GF, 111 51 Stockholm, SWEDEN
Tel: (46 8) 700 56 91
Fax: (46 8) 700 56 99
E-mail: info@tourismthailand.se

TAT FRANKFURT OFFICE

Area of Responsibility: Germany, Austria, Slovenia, Croatia, Switzerland, Liechtenstein, and Bosnia-Herzegovina
Thailandisches Fremdenverkehrsamt Bethmann Street 58, D-60311 Frankfurt/M., GERMANY
Tel: (49 69) 138 139 0
Fax: (49 69) 138 139 50
Website: www.thailandtourismus.de
E-mail: info@thailandtourismus.de

TAT MOSCOW OFFICE

Area of Responsibility: Russia, Belarus, Georgia, Armenia, Azerbaijan, Kazakhstan, Uzbekistan, Turkmenistan, Tajikistan and Kyrgyzstan
Office 3, 3rd Floor, 16/23 bld.1, 1st Tverskaya-Yamskaya Street, Moscow, Russian Federation, Moscow, 101000, RUSSIA
Tel: 7 (499) 250 8345, 7 (499) 251 6433
Fax: 7 (495) 623 2773
Website: www.tourismthailand.ru
E-mail: tatmoscow@tat.or.th

TAT PARIS OFFICE

Area of Responsibility: France, Belgium, Luxembourg, The Netherlands, Morocco, Monaco, Tunisia and Algeria
Office National du Tourisme de Thaïlande, 90, Avenue des Champs-Élysées, 75008 Paris, FRANCE
Tel: (33 1) 5353 4700
Fax: (33 1) 4563 7888
E-mail: tatpar@wanadoo.fr, tatpar@tat.or.th, infosthailand@gmail.com

TAT ROME OFFICE

Area of Responsibility: Italy, Spain, Greece, Portugal, Israel, Turkey and Cyprus
Ente Nazionale per il Turismo Thailandese Via Barberini 68, 4th Floor, 00187 Roma, ITALY
Tel: (39 06) 420 14422, (39 06) 420 14426
Fax: (39 06) 487 3500
E-mail: tat.rome@turismothailandese.it, tatrome@tat.or.th

TAT DUBAI OFFICE

Area of Responsibility: Bahrain, Iran, Iraq, Jordan, Kuwait, Lebanon, Oman, Qatar, Saudi Arabia, Syria, United Arab Emirates, Egypt, Libya, Yemen and Palestine
Dusit Thani Dubai, 133 Sheik Zayed Road, Apartment No. 1804, P.O. Box 450019, Dubai, U.A.E.
Tel: (971) 4325 0184-5
Fax: (971) 4325 0187
E-mail: tatdubai@tat.or.th

TAT PRAGUE OFFICE

Area of Responsibility: Czech Republic, Republic of Poland, Republic of Hungary, Slovak Republic, Republic of Bulgaria, Romania, Ukraine, Serbia, Moldova, Macedonia, Monte Negro and Albania
Quadrio Offices, Purkynova, 2121/3 11000 Prague 1, CZECH REPUBLIC
Tel: +420 281 913 738-9
E-mail: tatprague@tat.or.th

“เรียนให้รู้
ดูให้ลึก ลองถึงแก่น
สัมผัสทุกประสบการณ์
แปลกใหม่”

#เที่ยวไทยแท้
#แชร์ให้โลกรู้
#TourismThailand
#Thailand
#Trat

เติมชีวิตด้วยเรื่องราวชั้นดี
ช็อป-แฮร์-ชวน เพื่อน
เที่ยวอย่างเก๋ไก๋ มีสไตล์ลิ่ง



เที่ยวเก๋ไก๋ สไตล์ลิ่ง



Amazing Thailand



เที่ยวไทยเท่



#ชมชิมช่วยช็อปแฮร์
#แฮร์ให้โลกรู้
#TourismThailand
#Thailand
#SamutSongkhram