amazing THAILAND

amazing ไทยเท่

ปีท่องเที่ยววิถีไทย
amazing
THAILAND
Tourism Year 2018

ปีท่องเที่ยว วิถีไทย

amazing THAILAND

Tourism Year 2018

รายงานประจำปี ๒๕๖๑
Annual Report 2018

วนอุทยานภูชี้ฟ้า จ.เชียงราย

สารบัญ

สารจากผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ๕

ข้อมูลทั่วไปของ ททท.

ประวัติความเป็นมา ๑๐
วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายองค์กร ๑๒
แผนยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจ สาขาสังคมและเทคโนโลยี ๑๖
ประเภทและลักษณะการประกอบกิจการ ๑๘
การถือหุ้นนิติบุคคลของ ททท. ๒๐
สรุปข้อมูลที่สำคัญทางการเงิน ๒๒
ปัจจัยความเสี่ยงสำคัญที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของ ททท. ๒๓
ภาวะและสถานการณ์การท่องเที่ยวในอนาคต ๒๔
สรุปแผนปฏิบัติการของ ททท. ๓๘

โครงสร้างการบริหารองค์กร

โครงสร้างองค์กร ๔๖
คณะกรรมการ ททท. ๕๐
ประวัติคณะกรรมการ ททท. ๕๔
โครงสร้างและความรับผิดชอบของคณะกรรมการ ททท. ๗๐
โครงสร้าง อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการที่แต่งตั้งโดยคณะกรรมการ ททท. ๗๖
นโยบายการกำหนดค่าตอบแทนของคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการ ททท. ๘๔
สรุปการเข้าประชุมของคณะกรรมการ ททท. ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๑ ..... ๘๖
สรุปค่าตอบแทนและค่าเบี้ยประชุมของคณะกรรมการ ททท. ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๑ ..... ๘๘
ผลการดำเนินงานของคณะกรรมการ ททท. ปีงบประมาณ ๒๕๖๑ ..... ๙๐
คณะผู้บริหาร ททท. ๙๘
ค่าตอบแทนผู้บริหาร ๑๐๘
โครงสร้างเงินทุน ๑๐๙
เงินงบประมาณที่ได้รับและการจ่ายเงินนำส่งรัฐหรือเงินปันผล ปีงบประมาณ ๒๕๕๙ - ๒๕๖๑ ..... ๑๑๐

การลงทุนที่สำคัญในปัจจุบันและอนาคต

แผนการส่งเสริมและสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการและเครือข่าย ๑๑๖
แผนการเพิ่มมูลค่าและบริหารจัดการสินทรัพย์ ททท. ๑๑๖

ผลการดำเนินงานของ ททท.

รายงานวิเคราะห์ทางการเงิน ๑๑๘
รายงานวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน ๑๒๐
รางวัลด้านการท่องเที่ยว ๑๓๖
การดำเนินงานตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี ประจำปี ๒๕๖๑ ..... ๑๓๘
ผลงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ในปีงบประมาณ ๒๕๖๑ ..... ๑๔๑
นโยบายป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ๑๔๔
นโยบายด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ๑๔๘

รายงานการดำเนินงานต่าง ๆ ขององค์กร

รายงานผลการดำเนินงานของคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๑ ..... ๑๕๐
รายงานคณะกรรมการสรรหา ททท. ๑๕๖

ภาคผนวก

โครงสร้างอัตรากำลัง จำแนกตามหน่วยงาน ๑๕๗
ค่าใช้จ่ายรวมด้านพนักงานและลูกจ้าง ททท. ๑๕๗
งบแสดงฐานะการเงิน ๑๕๘
สถานที่ตั้ง ททท. สำนักงานในประเทศและต่างประเทศ ๑๖๖

Contents

Message from the Governor, Tourism Authority of Thailand 5

General Information on the Tourism Authority of Thailand (TAT)

TAT Background 11
TAT's Vision, Mission and Organisational Targets 13
State Enterprise Strategic Plan Based on Social and Technological Drives 16
Type and Nature of Tour Operations 19
TAT's Juristic Person's Shareholding 21
Summary of TAT's Important Financial Information 22
Major Risk Factors with Likely Impact on TAT Operations 23
Tourism Situations and Forecasts 25
Summary of the TAT Action Plan for 2018 39

TAT Corporate Structure

Organisation Chart 48
TAT Board of Directors 50
Profiles of the TAT Board of Directors 54
The Structure and Responsibility of the TAT Board of Directors 70
Structure, Power and Duties of Committees and Subcommittees
Appointed by the TAT Board of Directors, Fiscal Year 2018 77
Remuneration Scheme for the TAT Board of Directors and Subcommittees 85
Summary of the Attendance of Members of the Board of Directors in the Fiscal Year 2018 87
Summary of the Remuneration of the TAT Board of Directors in the Fiscal Year 2018 89
Performance of the TAT Board of Directors in the Fiscal Year 2018 91
TAT Executives 98
Executive Remuneration 108
Capital's Structure 109
Allocated Budget and Remittance to the Government on Dividends in the Fiscal Years 2016 - 2018 ... 110

Current and Future Major Investments

Operators and Networks Reinforcement and Potential Creation Plan 117
Value Creation and TAT Asset Management Plan 117

TAT Operations

Financial Analysis Report 119
Performance Analysis Report 121
Tourism Awards 136
Good Corporate Governance Policies 139
Good Corporate Governance Results in Fiscal Year 2018 141
Conflict of Interest Preventive Policy 145
Corporate Social Responsibility Policy 149

TAT Operational Report

The TAT Selection Committee Report 156

Appendix

TAT Personnel: Classification of Department 157
Total Expenses for TAT Staff Members and Employees 157
TAT Directory 166

นายยุทธศักดิ์ สุภสร
ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Mr. Yuthasak Supasorn
Governor

01/

สารจากผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Message from the Governor, Tourism Authority of Thailand

ปี ๒๕๖๑ นับเป็นปีแห่งความท้าทายการทำงานของทุกคนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย จากสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นความสดใหม่ของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของประเทศคู่แข่ง และการดำเนินการตลาดที่ล้ำหน้าของประเทศชั้นนำด้านการท่องเที่ยวในการใช้ประโยชน์จากโลกดิจิทัล ทั้งการสื่อสาร การประมวลผล รวมถึงการวิเคราะห์ Big data อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ให้ความสำคัญต่อทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เกิดการเติบโตของรายได้ และนำประเทศไทยไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างยั่งยืน และยังคงสร้างความชัดเจนในการใช้ Thai Local Experience เป็นจุดขายหลักอย่างเป็นรูปธรรม ผ่านการสื่อสารสู่กลุ่มลูกค้าและการร่วมมือกับพันธมิตรในอุตสาหกรรม ภายใต้แนวคิดไทยแลนด์ ๔.๐ ในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ

ด้านการตลาดต่างประเทศ ททท. มุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ พร้อมกับปรับโครงสร้างตลาดอย่างต่อเนื่อง ในการขยายฐานตลาดเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมอย่างยั่งยืน ในปี ๒๕๖๑ ได้ให้ความสำคัญในทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเน้นกลุ่ม Wedding & Honeymoon เป็นพิเศษ เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการเดินทางเป็นกลุ่มคณะ โดยนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ ๆ เพื่อการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเหล่านี้เพิ่มมากขึ้น ขยายตลาดให้เกิดการรับรู้ในกลุ่มนักท่องเที่ยว ภายใต้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับคู่รัก คู่ฮันนีมูน ทำให้สามารถสร้างการรับรู้ผ่านสื่อ Online และ Offline มากถึง ๓๕๐ ล้านคน-ครั้ง จากการสร้างภาพลักษณ์ Amazing Romance สร้างภาพประทับใจของนักท่องเที่ยวในการสัมผัสประสบการณ์งานวิวาห์ในฝันแบบไทย นอกเหนือจากนั้น ในส่วนของการสื่อสารการตลาดยังใช้แคมเปญ Amazing Thailand ภายใต้แนวคิดหลัก Open to the New Shades นำเสนอประสบการณ์การเดินทางที่หลากหลายของวัฒนธรรม ผู้คน อาหาร และสถานที่ ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากความหลากหลายที่มีคุณค่า

The ever higher degree of tourism competitiveness made 2018 another challenging year for all the workforce in Thailand's tourism industry due to the newly emerging resources of our competitors and the advanced and digitalised marketing technology used by leading tourism countries to effectively communicate, process, as well as analyse big data. In this connection, the Tourism Authority of Thailand (TAT) attached importance to the promotion of tourism to enhance the growth of tourism-generated revenue and to lead our country to become a sustainable quality destination. We still continued to be clear-cut in using the Thai Local Experience as our main selling point in a concrete manner by communicating with the customers and cooperating with tourism alliances under the concept of Thailand 4.0 to add value to Thailand's tourism products and services.

In terms of international marketing, TAT reiterated the creation of an image of a quality destination while also adjusting the market structure uninterruptedly by expanding our market base to enhance the image of a preferred and sustainable quality tourism destination. In 2018, the tourism promotion direction focused especially on the 'Wedding and Honeymoon' segment, as most visitors would travel in groups. New products and services were offered to cater to more various demands of this segment. The market base was expanded to increase awareness among them under the image of Thailand as a Wedding and Honeymoon destination through the concept of 'Amazing Romance' for visitors to be impressed by a dream wedding experience in the Thai style, which created awareness of up to 350 million views through online and offline media. As for marketing communications, the Amazing Thailand campaign continued to be used under the main concept "Open to the New Shades" to present the country's diversified and valuable travel experiences of culture, people, food, and places.

ด้านการตลาดในประเทศ ททท. ยังคงมุ่งขยายกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อสูง โดยกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มสตรีและกลุ่มผู้สูงวัย นอกจากนั้น เรายังมุ่งเน้นในการเพิ่มกระแสการเดินทางของกลุ่ม Gen Y โดยการเปิดตัวโครงการใหม่ “ท้าเที่ยว ข้ามภาค” จุดกระแสคุณค่าประสบการณ์จากการเดินทางข้ามภาคผ่านโซเชียลมีเดีย สำหรับกระแสการเดินทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง ภายใต้โครงการ “๑๒ เมืองต้องห้าม...พลาด” ททท. ได้สร้างการรับรู้ผ่านการสื่อสารการตลาด และผลักดันไปสู่การส่งเสริมการตลาดที่เป็นรูปธรรมด้วยการร่วมมือกับภาคเอกชน ผลักดันการเดินทางสู่เมืองรอง ทั้งจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในเมืองรอง เช่น สงกรานต์เมืองรอง การนำสื่อมวลชน บล็อกเกอร์ นักเขียนลงพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองรองให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น และการเปิดเส้นทางบินใหม่ ๆ ตรงเข้าสู่เมืองรอง

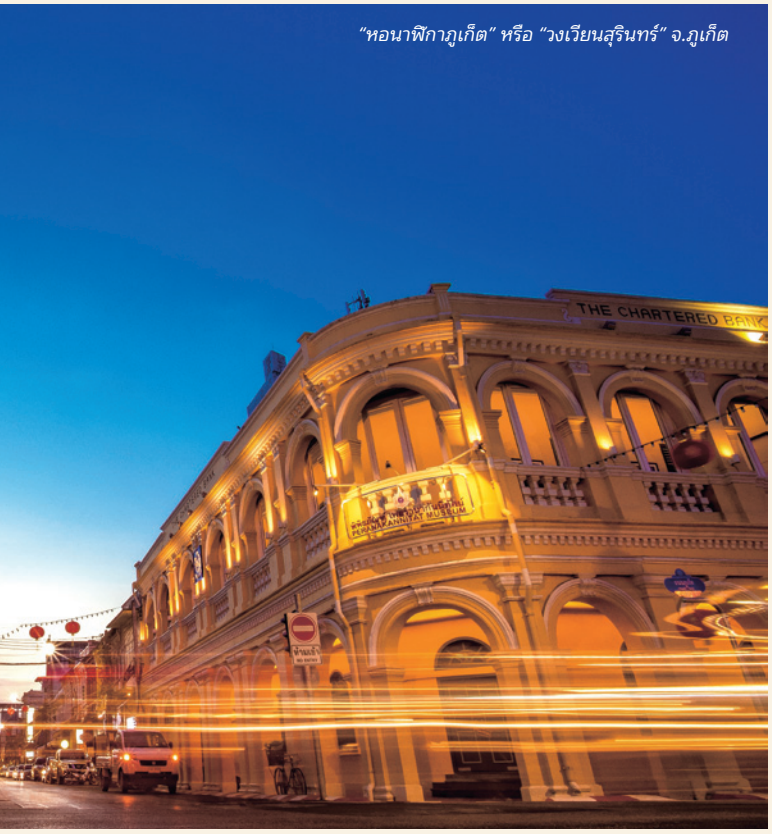
นอกจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยให้เกิดการเติบโตของรายได้และนำประเทศไทยไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างยั่งยืนแล้ว ททท. ยังคงให้ความสำคัญในการพัฒนาองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organisation: HPO) โดยดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ ททท. และกรอบบันทึกข้อตกลงการประเมินผลการดำเนินงานของ ททท. เพื่อให้ประชาชนและหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเกิดความเชื่อมั่นในการทำงาน และการให้บริการของ ททท. โดยปี ๒๕๖๑ เน้นการติดตามความคืบหน้าการดำเนินโครงการวิเคราะห์โอกาสความสำเร็จ เพื่อนำมาใช้ปรับปรุงการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี และตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ประชาชนและหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเกิดความเชื่อมั่นในการดำเนินงานขององค์กร

สุดท้ายนี้ ด้วยความมุ่งมั่นตั้งใจในการดำเนินงานตลอดปี ๒๕๖๑ ที่ผ่านมา ภายใต้ความร่วมมือกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน หุ้นส่วนพันธมิตรที่เกี่ยวข้องที่ให้การสนับสนุนและให้ความร่วมมือกับ ททท. ด้วยดีตลอดมา ซึ่งความสำเร็จเหล่านี้ต้องขอขอบคุณทุกความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือเช่นนี้ตลอดไปในอนาคต โดยพวกเราชาว ททท. จะมุ่งมั่นยืนหยัดที่จะส่งเสริม และสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้พัฒนาอย่างมั่นคงก้าวหน้ายั่งยืนต่อไป

(นายยุทธศักดิ์ สุภสร)
ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

In mentioning domestic marketing, TAT still kept on expanding its high-spending markets, targeting mainly on women and the elderly. We also focused on encouraging more Gen Y tourist traffic by launching a new programme “Tha Thiao Kham Phak”, challenging the Gen Y to travel across the region and share their experiences via social media. As for the “12 Hidden Gems” programme that aimed at stimulating tourist traffic to secondary tourist provinces, TAT created awareness through various forms of marketing communications and cooperated with the private sector to launch a concrete promotion through various activities in these secondary provinces; such as, the Songkran Festival, blogger’s familiarisation trips, and new routes of direct flights.

In addition to promoting Thai tourism to generate increased revenue and to lead the country to become a sustainable quality destination, TAT continued to attach great significance to developing itself towards being a High Performance Organisation (HPO). The TAT Action Plan and Memorandum of Agreement on the Performance Evaluation of TAT were implemented in order to enhance confidence among the public and private sectors in TAT’s operations and services in 2018 during which the progress of project operations had been monitored and opportunities for



"หอนาฬิกาภูเก็ต" หรือ "วงเวียนสุรินทร์" จ.ภูเก็ต

success analysed for the organisation's more effective and efficient operations under good governance and with social and environmental responsibility. All of these had been done to enhance confidence among the public as well as government and private sectors in the organisation's operations.

In conclusion, with its determined operation throughout 2018, as well as concerted cooperation and support provided by agencies in the government and private sectors, related partners and alliances, TAT would like to thank all these parties concerned for its success. And it is hoped that we would still receive such good cooperation as usual in the future. We at TAT will continue with determination to promote and support the country's tourism industry for it to further develop on a secure and sustainable basis.

Yuthasak Supasorn
Governor

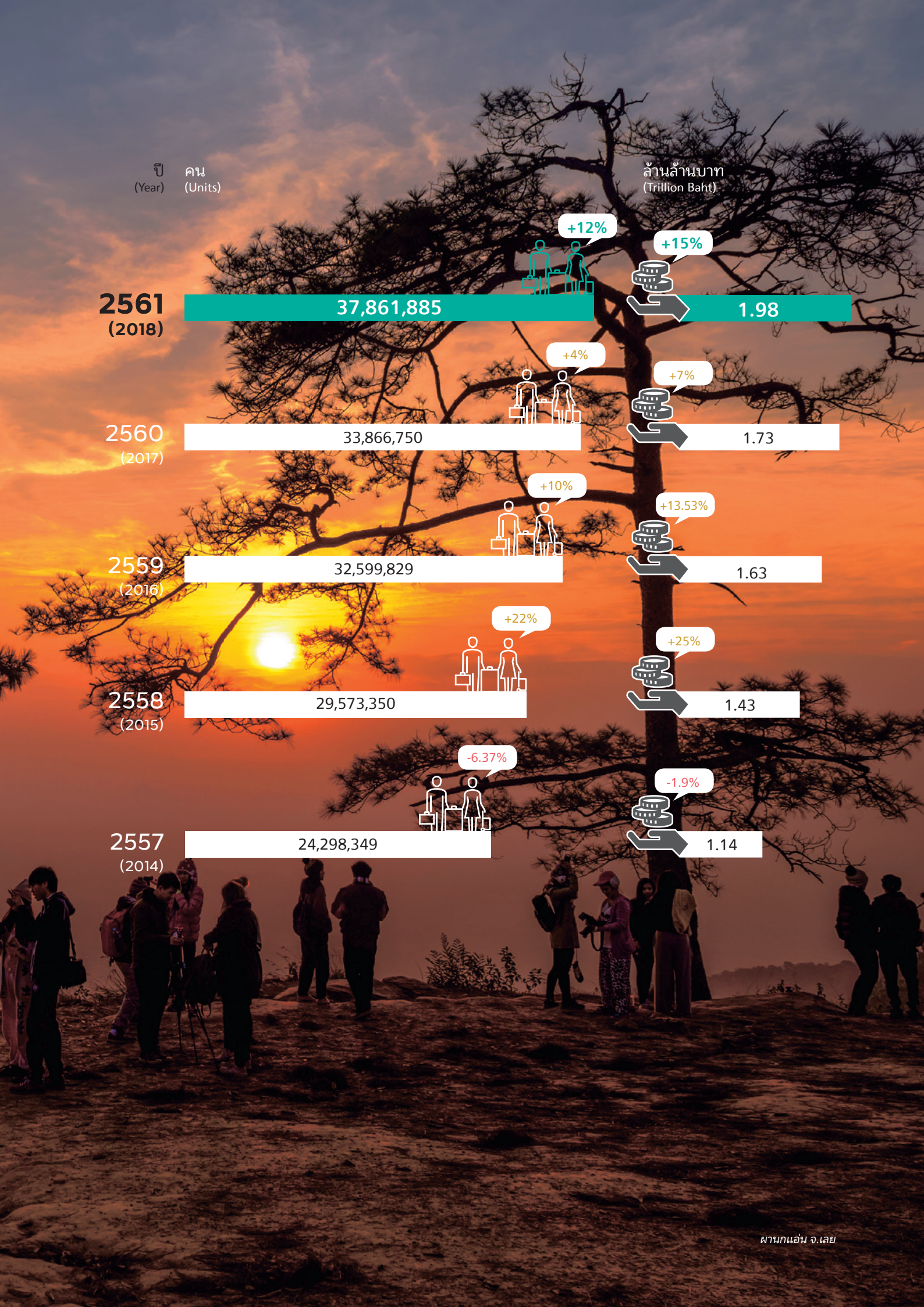
ตลาด อ.ต.ก. กรุงเทพฯ

ตลาดต่างประเทศ
Overseas Markets

รายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี ๒๕๕๗ - ๒๕๖๑
Income and Number of Tourists (2014 - 2018)

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (คน)
Number of Overseas Entries (Units)

รายได้ (ล้านล้านบาท)
Income (Trillion Baht)


ปี
(Year)
คน
(Units)
ล้านล้านบาท
(Trillion Baht)
+12%
+15%
2561
(2018)
37,861,885
1.98
+4%
+7%
2560
(2017)
33,866,750
1.73
+10%
+13.53%
2559
(2016)
32,599,829
1.63
+22%
+25%
2558
(2015)
29,573,350
1.43
-6.37%
-1.9%
2557
(2014)
24,298,349
1.14
ผานกแอ่น จ.เลย

02/

ข้อมูลทั่วไป ของ ททท.

General Information on the Tourism Authority of Thailand (TAT)

ประวัติความเป็นมา

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ก่อตั้งโดยพระราชกฤษฎีกา ลงประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ ๓๖ ตอนที่ ๗๔ ลงวันที่ ๒๘ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๐๒ ในสมัยรัฐบาลจอมพล สฤษดิ์ 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. ยังคงทำงานส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศมาอย่างต่อเนื่องเป็นเวลากว่าครึ่งศตวรรษ โดยกำหนดวิสัยทัศน์ที่มุ่งสู่การเป็นผู้นำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน และยังคงให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และการส่งเสริมเอกลักษณ์ความสง่างามของความเป็นไทย เพื่อให้เกิดดุลยภาพทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

วัตถุประสงค์

ตามพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๒๒ มาตรา ๘ กำหนดให้ ททท. มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

๑. ส่งเสริมการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตลอดจนการประกอบอาชีพของคนไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

๒. เผยแพร่ประเทศไทยในด้านความงามของธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม การกีฬา และวัฒนธรรมเทคโนโลยี ตลอดจนกิจกรรมอย่างอื่นอันเป็นการชักจูงให้มีการเดินทางท่องเที่ยว

๓. อำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

๔. ส่งเสริมความเข้าใจอันดีและความเป็นมิตรไมตรีระหว่างประชาชนและระหว่างประเทศโดยอาศัยการท่องเที่ยว

๕. ริเริ่มให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยว และเพื่อพัฒนาปัจจัยพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

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 Distination. 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. เป็นผู้นำในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน"

พันธกิจ

๑. ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ เพื่อเน้นคุณค่าการท่องเที่ยวของประเทศไทย

๒. ขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว สร้างมูลค่าเพิ่ม และกระจายรายได้อย่างยั่งยืน

๓. พัฒนาข้อมูลเชิงลึกด้านความต้องการของตลาดท่องเที่ยว

๔. พัฒนาให้ ททท. เป็นองค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organisation) ด้านตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทย

กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านศรีดอนชัย จ.เชียงราย

นโยบายการดำเนินงาน

"ดำเนินงานด้านการส่งเสริมให้ประเทศไทยมุ่งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวไทยนึกถึง และเลือกมาท่องเที่ยวเป็นอันดับต้น ๆ ของโลกด้วยนวัตกรรมและเครือข่ายบนพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ที่มุ่งรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมภายใต้หลักธรรมาภิบาล เพื่อให้เกิดการบูรณาการและการสร้างมูลค่าเพิ่มในภาคส่วนต่าง ๆ อันจะนำมาซึ่งรายได้ที่เป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอย่างยั่งยืน"

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. พัฒนาองค์กรสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง

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

เสาดินนาน้อย จ.น่าน

Vision

"To be a leader in promoting Thailand as a preferred destination."

Mission

1. To enhance and advertise the value of Thailand's tourism.
2. To strengthen the tourism value chain to improve tourists' satisfaction and tourism income distribution.
3. To develop and provide in-depth tourism information.
4. To become a high performance tourism marketing organization.

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 อีกทั้งเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อผลักดันการท่องเที่ยวของประเทศไทยสู่ความยั่งยืน ซึ่งคงไว้ด้วยเอกลักษณ์ความเป็นไทย รักษาสมดุลของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เสริมสร้างผู้ประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน รวมทั้งคำนึงถึงชุมชนและสังคมในด้านการสร้างรายได้อย่างเท่าเทียมทุกภาคส่วน

เป้าหมาย	ปี ๒๕๖๑
เป้าหมายด้านการเพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยว	
• สร้างรายได้รวมทางการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นร้อยละ	๑๑
• ตลาดต่างประเทศ	๑๒
• ตลาดในประเทศ	๙
เป้าหมายด้านการสร้างความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย	
• อันดับ Loyalty Index	๑ ใน ๓ ของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก
• ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ทั้งนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศ	เพิ่มขึ้นร้อยละ ๐.๐๕
เป้าหมายด้านการพัฒนาองค์กรสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง	
• ค่าคะแนน SEPA	ไม่ต่ำกว่า ๑๗๑ คะแนน

Organisational 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	Year 2018
Strategic Objectives: Tourism-based Revenue Growth	
• To generate total tourism-based revenue growth	11%
• Overseas arrivals	12%
• Domestic tourists	9%
Strategic Objectives: Tourism Sustainability Creation	
• Loyalty Index Ranking	1 in 3 (countries exclusive to the Asia-Pacific Region)
• Satisfaction level among domestic and overseas tourists	To increase by 0.05%
Organisational development gearing towards a high-performance organisation	
• The TAT's SEPA score no less than	171

อุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง จ.เพชรบูรณ์

แผนยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจ สาขาสังคมและเทคโนโลยี

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

บริบทเฉพาะสำหรับสาขาสังคมและเทคโนโลยี (ด้านการท่องเที่ยว): มุ่งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน ด้วยการเพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยวควบคู่กับการสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว โดยเน้นสร้างความเข้มแข็งภายในประเทศแล้วจึงเชื่อมต่อเศรษฐกิจไทยเข้ากับเศรษฐกิจโลกอย่างมีประสิทธิภาพด้วยวิถีไทย ผ่านการส่งมอบประสบการณ์เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Local Experience) ที่สามารถเพิ่มคุณค่าและสร้างคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวไทย อันจะเป็นฟันเฟืองสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น เพื่อให้คนไทยในท้องถิ่นเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหัวใจของการพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

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.

น้ำตกพาเจริญ จ.ตาก

ประเภทและลักษณะการประกอบกิจการ

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

ในปัจจุบัน ททท. ได้ให้บริการข้อมูลสารสนเทศเพื่อส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว อาทิ ความรู้ด้านการตลาดการท่องเที่ยว สถานการณ์ตลาด และแนวโน้มทางการท่องเที่ยว ผ่านระบบฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด รวมทั้งได้จัดอบรมให้ความรู้ ให้คำแนะนำด้านการตลาดการท่องเที่ยวในโอกาสต่างๆ ซึ่งเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและผู้ที่สนใจทั่วไป อีกทั้ง ททท. ยังเป็นผู้จัดหาและให้บริการเวทีซื้อขายทางการท่องเที่ยวให้แก่ผู้ประกอบการผ่านการจัดงานส่งเสริมการขาย เวทีเจรจาการขาย และงานสำหรับผู้บริโภค เป็นต้น

นอกจากนั้น ททท. ได้ให้บริการข้อมูลเพื่อส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ อาทิ ข้อมูลทั่วไปของสินค้าและการบริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้งข้อมูลกิจกรรมประเพณี โดยนำเสนอผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ TAT Contact Center อนุสาร อ.ส.ท. และสื่อออนไลน์ของ ททท. เป็นต้น

เกาะมุก จ.ตรัง

ดอยหนอก จ.พะเยา

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 Center, O So Tho magazine and TAT online media, among others.

การถือหุ้นนิติบุคคลของ ททท.

ชื่อบริษัท / สถานที่ตั้ง / โทรศัพท์ / โทรสาร	ลักษณะกิจการ	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)	ผลการดำเนินงานโดยสังเขป
๑. บริษัท ไทยแลนด์ พริวิเลจ คาร์ด 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 โดยให้บริการดังนี้ ๑. Special Entry Visa ๒. บริการต้อนรับ EPA ๓. บริการ Immigration Fast Track ๔. บริการลีมูซีน ๕. กอล์ฟ ๖. สปา ๗. อำนวยความสะดวกในการติดต่อหน่วยงานราชการ ๘. ส่วนลดร้านค้า ๙. บริการ Call Center	๑๐๐	**ผลการดำเนินงานประจำปี ๒๕๖๑** • รายได้ ๓๐๓,๘๕๘,๐๑๒.๕๙ บาท • ค่าใช้จ่าย ๒๓๑,๖๗๒,๔๘๒.๕๗ บาท • กำไรสุทธิ ๗๒,๓๓๐,๗๘๙.๐๒ บาท • ขาดทุนสะสม (๖๙๘,๓๑๑,๖๑๖.๔๑) บาท • เงินสดคงเหลือ ๑,๕๓๘,๕๓๕,๙๐๑.๑๗ บาท • สมาชิก ๗,๑๓๕ ราย **ผลการดำเนินงาน ณ วันที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๒** • เงินสดคงเหลือ ๒,๐๐๘,๐๕๑,๙๒๕.๐๐ บาท (วันที่ ๙ เมษายน ๒๕๖๒) • สมาชิก ๗,๖๔๕ ราย (ณ เดือนมีนาคม ๒๕๖๒)
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 (ปัจจุบันมีสถานะเป็นผู้ร่วมทุนเดิม โดยได้รับเงินปันผลปีละร้อยละ ๑๒.๕ ของกำไรสุทธิ)	**ผลการดำเนินงานประจำปี ๒๕๖๐** • รายได้ ๔๗,๘๐๘,๑๕๐.๗๑ บาท • ค่าใช้จ่าย ๓๔,๒๔๓,๖๗๖.๒๙ บาท • กำไรสุทธิ ๑๒,๕๖๔,๔๗๔.๔๒ บาท • กำไรสะสม ๒๑,๗๑๒,๗๖๐.๘๘ บาท • เงินสดคงเหลือ ๔๓,๖๐๐,๐๒๙.๐๕ บาท **ผลการดำเนินงาน ณ วันที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๒** • รายได้ ๒,๘๑๑,๗๗๓.๙๙ บาท • ค่าใช้จ่าย ๒,๘๙๕,๓๒๙.๗๗ บาท • เงินสดและเงินฝากสถาบันการเงิน ๕๒,๓๓๑,๘๓๙.๒๙ บาท **ค่าตอบแทนที่ ททท. ได้รับ** • เงินปันผลปี ๒๕๖๐ ๑,๕๗๐,๕๕๙.๐๕ บาท
๓. บริษัท ไทยจัดการลองสเตย์ จำกัด **ที่อยู่:** ๑ อาคารทีพีแอนด์ที ซอย ๑๙ วิภาวดีรังสิต แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ ๑๐๙๐๐ **โทรศัพท์:** ๐ ๒๙๓๖ ๑๖๔๔ **โทรสาร:** ๐ ๒๙๓๖ ๑๖๔๖ **เว็บไซต์:** www.thailongstay.co.th	จำหน่ายบัตรสมาชิก อายุ ๑ ปี ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มลองสเตย์ แบ่งเป็น ๔ ประเภท ได้แก่ Platinum, Gold, Silver และ Silver Plus โดยให้บริการดังนี้ ๑. วีซ่าเกษียณอายุ ๑ ปี และสิทธิการเดินทางเข้าออกประเทศไทยได้หลายครั้ง ๒. บริการรายงานตัวนักท่องเที่ยว ๙๐ วัน ๓. บริการ Immigration Fast Track ๔. บริการทำใบขับขี่ไทย	๓๐	**ผลการดำเนินงานประจำปี ๒๕๖๑** • รายได้ ๒๑,๐๗๒,๗๕๙.๐๘ บาท • ค่าใช้จ่าย ๑๖,๘๐๓,๕๐๘.๙๐ บาท • กำไรสุทธิ ๓,๒๗๓,๗๔๑.๕๑ บาท • ขาดทุนสะสม ๕๖,๒๒๒,๕๗๕.๘๔ บาท • เงินสดคงเหลือ ๓๓,๔๔๕,๐๕๐.๐๙ บาท

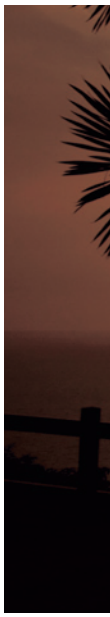
ตลาดน้ำอัมพวา จ.สมุทรสงคราม

TAT's Juristic Person's Shareholding

Name of the Company / Address / Telephone / Fascimile	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 Center Service	100	**Operating Results in 2018** • Income 303,858,012.59 Baht • Expense 231,672,482.57 Baht • Net Profit 72,330,789.02 Baht • Accumulated Loss (698,311,616.41) Baht • Cash on Hand 1,538,535,901.17 Baht • Number of Members 7,135 **Operating Results as of 31 March 2019** • Cash on Hand (9 April 2019) 2,008,051,925.00 Baht • Number of Members (as of March 2019) 7,645
2. San Kamphaeng Hot Springs **Address :** 1 Mu 7, Tambon Ban Sahakon, Mae On District, Chiang Mai 50130 **Tel:** 0 5303 7100 **Fascimile:** 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 2017** • Income 47,808,150.71 Baht • Expense 34,243,676.29 Baht • Net Profit 12,564,474.42 Baht • Accumulated Profit 21,712,760.88 Baht • Cash on Hand 43,600,029.05 Baht **Operating Results as of 31 March 2019** • Income 2,811,773.99 Baht • Expense 2,895,329.77 Baht • Cash on Hand and Cash at Bank 52,331,839.29 Bah **Earnings received by TAT** • Investor dividend for 2017 1,570,559.05 Baht
3. Thai Longstay Management Co., Ltd. **Address:** 1 TP&T Building, Soi 19 Vibhavadi Rangsit Road, Chatuchak, Bangkok 10900 **Tel:** 0 2936 1644 **Fascimile:** 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 2018** • Income 21,072,759.08 Baht • Expense 16,803,508.90 Baht • Net Profit 3,273,741.51 Baht • Accumulated Loss 56,222,575.84 Baht • Cash on Hand 33,445,050.09 Baht

สรุปข้อมูลที่สำคัญทางการเงิน

	หน่วย	ปี ๒๕๕๙	ปี ๒๕๖๐	ปี ๒๕๖๑
• งบกำไรขาดทุน				
รายได้รวม	ล้านบาท	๖,๓๑๕.๘๐	๗,๗๕๕.๓๑	๗,๐๔๔.๐๖
ค่าใช้จ่ายรวม	ล้านบาท	๖,๑๘๑.๒๘	๗,๐๒๓.๗๐	๖,๗๘๙.๒๓
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	ล้านบาท	๑๓๔.๕๒	๗๓๑.๖๑	๒๕๔.๘๓
• งบดุล				
รวมสินทรัพย์	ล้านบาท	๗,๕๑๔.๙๔	๙,๑๒๙.๙๔	๑๐,๕๐๘.๙๖
รวมหนี้สิน	ล้านบาท	๖,๓๖๘.๕๗	๗,๓๔๒.๗๐	๘,๔๖๖.๘๘
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	ล้านบาท	๑,๑๔๖.๓๗	๑,๗๘๗.๒๔	๒,๐๔๒.๐๘
• อัตราส่วนทางการเงิน				
อัตรากำไร (ขาดทุน) สุทธิต่อรายได้รวม	ร้อยละ	๒.๑๓	๙.๔๓	๓.๖๒
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม	ร้อยละ	๑.๗๙	๘.๐๑	๒.๔๒
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	ร้อยละ	๑๑.๗๓	๔๐.๙๔	๑๒.๔๘



Summary of TAT's Important Financial Information

	Unit: (Million Baht)	2016	2017	2018
• Summary of the Statement of Income				
Total Income	MIL Bht	6,315.80	7,755.31	7,044.06
Total Expense	MIL Bht	6,181.28	7,023.70	6,789.23
Net Profit (Loss)	MIL Bht	134.52	731.61	254.83
• Balance Sheet				
Total Assets	MIL Bht	7,514.94	9,129.94	10,508.96
Total Liabilities	MIL Bht	6,368.57	7,342.70	8,466.88
Total Shareholders' Equity	MIL Bht	1,146.37	1,787.24	2,042.08
• Financial Ratio				
Net Profit (Loss) Margin: Total Income	%	2.13	9.43	3.62
ROA	%	1.79	8.01	2.42
ROE	%	11.73	40.94	12.48

ศูนย์วิจัยหัตถกรรมบ้านห้วยต้ม จ.ลำพูน

ปัจจัยความเสี่ยงสำคัญที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของ ททท.

ปัจจัยเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กรในปีงบประมาณ ๒๕๖๑ คือ **"ขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยลดลง"** ซึ่งมีสาเหตุมาจากปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย และอัตราการเติบโตของรายได้ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยลดลง อาทิ เหตุการณ์เรือล่มที่จังหวัดภูเก็ต และผลต่อเนื่องจากการที่เจ้าหน้าที่ รปภ. สนามบินดอนเมืองทำร้ายนักท่องเที่ยวชาวจีน และการนำเสนอข่าวโรคไข้เลือดออกระบาดในประเทศไทยของสื่อจีน โดยเหตุการณ์เหล่านี้ได้ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจีน และรายได้ทางการท่องเที่ยวในไตรมาสที่สามของปี ๒๕๖๑ แต่ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อยอดรวมรายได้ทางการท่องเที่ยวในภาพรวมของทั้งปี ๒๕๖๑

จุดชมวิวเกาะช้าง จ.ตราด

Major Risk Factors with Likely Impact on TAT Operations

The **"decline in Thailand's tourism competitiveness"** constituted during the fiscal year 2018 had been the major risk factor affecting the organisation's operations, largely due to uncontrollable external factors and, as a result, a significant impact on the confidence of overseas arrivals; thus, the drop in the country's tourism-related revenue growth. Such factors included the Phuket's boat capsize incident, followed soon after by the attack on Chinese tourist by a security guard at Don Mueang Airport, and extensive media coverage in China on Dengue fever plague. Undoubtedly, such incidents and reports hurt the country's image which further rocked the confidence of Chinese tourist arrivals and, subsequently, tourist-related revenue in the third quarter of 2018. Nevertheless, on the whole, the country's total tourist revenue for the year remained unaffected.

น้ำตกนางรอง จ.นครนายก

ภาวะและสถานการณ์การท่องเที่ยวในอนาคต

สถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ ปีงบประมาณ ๒๕๖๑

ภาพรวม

	เป้าหมาย ปีงบประมาณ ๒๕๖๑	ผล ปีงบประมาณ ๒๕๖๑	คาดการณ์ผล ปีงบประมาณ ๒๕๖๐
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (คน)		๓๗.๘๙ (+๑๑%)*	๔๐.๑๒ (+๖%)
รายได้ (ล้านล้านบาท)	เพิ่มขึ้นร้อยละ ๘	๑.๙๙ (+๑๔%)*	๒.๑๖ (+๙%)

*หมายเหตุ: *จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ปี ๒๕๖๑ ประมาณการโดยอ้างอิงจากสถิตินักท่องเที่ยวรายสัญชาติ ของกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ข้อมูล ณ เดือนมีนาคม ๒๕๖๒)*

ภาพรวมสถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ: ระหว่างเดือนตุลาคม ๒๕๖๐ - กันยายน ๒๕๖๑ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติยังคงเติบโตดีอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลจากการฟื้นตัวกลับมาอย่างก้าวกระโดดของตลาดจีนในช่วง ๓ ไตรมาสแรก หลังจากตลาดซบเซาในช่วงปี ๒๕๕๙ - ๒๕๖๐ จากมาตรการปราบปรามทัวร์ศูนย์เหรียญ ทั้งนี้ เกือบทุกภูมิภาคมีการเติบโตดี โดยเฉพาะตลาดระยะใกล้ อาทิ ฮ่องกง ไต้หวัน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ มาเลเซีย เวียดนาม และอินเดีย ขณะที่ตลาดระยะกลางยังคงได้รับผลกระทบจากความผันผวนทางเศรษฐกิจภายในประเทศ ทำให้ภูมิภาคโอเชียเนียยังคงอยู่ในภาวะทรงตัว และเริ่มมีการชะลอตัวในบางตลาดของภูมิภาคตะวันออกกลาง เช่น ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซึ่งเป็นผลจากรายได้จากการส่งออกน้ำมันลดลงเนื่องจากราคาน้ำมันโลกตกต่ำ และตลาดอิหร่านซึ่งถูกสหรัฐอเมริกาคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามจากเหตุการณ์เรือนักท่องเที่ยวชาวจีนประสบอุบัติเหตุที่ จ.ภูเก็ตเมื่อเดือนกรกฎาคม ๒๕๖๑ ส่งผลให้สถานการณ์ตลาดจีนกลับเข้าสู่ภาวะหดตัวอีกครั้งในไตรมาสที่ ๔ แต่จากความร่วมมือของทุกภาคส่วน ในการเร่งแก้ไขสถานการณ์ และการเติบโตอย่างก้าวกระโดดในช่วงสามไตรมาสแรก ทำให้ภาพรวมทั้งปีของตลาดจีนยังคงเติบโตในแดนบวก ส่งผลให้ปีงบประมาณ ๒๕๖๑ จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาประเทศไทยเติบโตเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ ๑๑ สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยประมาณ ๒ ล้านล้านบาท

Tourism Situations and Forecasts

Overseas Tourism Markets Situation in the Fiscal Year 2018

Overview

	Targets in the Fiscal Year 2018	Results in the Fiscal Year 2018	Results Forecast in the Fiscal Year 2017
Number of overseas tourists (unit)		37.89 (+11%)*	40.12 (+6%)
Tourism-generated revenue (trillion Baht)	(+8%) increase	1.99 (+14%)*	2.16 (+9%)

*Note:*The number of tourists and tourism-generated revenue in 2018 represent estimates on the figure of nationality-based statistics by the Bureau of Economic Tourism and Sports, Ministry of Tourism and Sports. (As of March 2019)*

Overview of Overseas Tourist Arrivals: During October 2017 - September 2018, the number of overseas tourist arrivals continued to grow as a result of the significant recovery in the Chinese market during the first three quarters of the year, this after a period of stagnation during 2016 - 2017, thanks to Thailand's crackdown campaign on the so-called 'zero-dollar' Chinese tour. However, growth was evident in the short-haul tourism markets including Hong Kong, Taiwan, Japan, South Korea, Malaysia, Vietnam and India. On the other hand, the medium-haul markets continued to suffer the impact of domestic economic swings. While tourism situations in the Oceania markets remained stable, signs of decline started to show in such Middle Eastern markets as Saudi Arabia and the United Arab Emirates which were suffering the backlash of the U.S. sanctions with the consequences of decreased revenues from their oil exports as prices in the world market continued to drop. The Iranian market was no exception as the country's revenues from oil exports were also hit by US imposed economic sanctions. For the Chinese tourist arrivals, the Phuket boat capsize incident with the deaths of Chinese tourists in July 2018, no doubt, contributed to the significant decline in the Chinese market during the fourth quarter of the year. But thanks to the collaborative efforts by all related sectors to relentlessly correct the unfortunate accident, the Chinese tourist market suddenly grew by leaps and bounds for the first three quarters of the year. Thus, the total annual growth in this market was on the mend with the number of overseas arrivals in the fiscal year 2018 increased by 11%, netting a total of two-Trillion-Baht in revenue for the country's coffer.

วัดถ้ำพุหว้า จ.กาญจนบุรี

ปัจจัยสนับสนุนและปัจจัยท้าทายต่อการท่องเที่ยวไทย ปี ๒๕๖๑

ปัจจัยสนับสนุน	ปัจจัยท้าทาย
• **การเติบโตอย่างร้อนแรงของตลาดจีนในช่วงครึ่งแรกของปีงบประมาณ** โดยมีอัตราการเติบโตมากกว่าร้อยละ ๔๐ และเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๑ เป็นครั้งแรกที่นักท่องเที่ยวจีนเดินทางเข้ามามากกว่า ๑ ล้านคนภายในหนึ่งเดือน	• **ปัญหาการเมืองระหว่างประเทศ** จากมาตรการคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกา ทำให้ค่าเงินอ่อนค่าในหลายประเทศ เช่น รัสเซีย, อิหร่าน และตุรกี ในมิติของลูกค้าส่งผลให้กำลังซื้อลดลง และมิติของคู่แข่ง ทำให้ได้เปรียบมีต้นทุนการท่องเที่ยวถูกลง อาจดึงส่วนแบ่งตลาดของนักท่องเที่ยวจากยุโรป
• **การเพิ่มเที่ยวบินใหม่ตรงเข้าสู่ไทย :** ในปี ๒๕๖๑ มีจำนวนรวมทั้งสิ้นประมาณ ๓๓๗ เที่ยวบิน โดยมีเที่ยวบินใหม่จากเมืองต่าง ๆ อาทิ ญี่ปุ่น (ซัปโปโร), เยอรมนี (โคโลญ, มิวนิก), เกาหลีใต้ (มูอัน), อินเดีย (ภุพเนศวร, วิสาขปัทนัม, คยา) และศรีลังกา (โคลัมโบ)	• **การจัดกิจกรรมระดับโลก** การแข่งขันฟุตบอลโลก FIFA World Cup 2018 ที่รัสเซีย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวจากยุโรปเดินทางไปรัสเซียมากขึ้น
• **ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยผ่านการจัดกิจกรรมระดับโลก** เช่น การประชุม ASEAN Tourism Forum (ATF) 2018, การประชุมสมัชชาสหพันธ์กีฬานานาชาติ (Sport Accord Convention 2018), UNWTO World Forum on Gastronomy Tourism ครั้งที่ ๔	• **ปัญหาด้านความปลอดภัย** - เหตุการณ์เรือนักท่องเที่ยวจีนล่มที่ จ.ภูเก็ต ในเดือนกรกฎาคม ๒๕๖๑ ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนชะลอตัวลงหลังเกิดเหตุการณ์อย่างต่อเนื่อง - ภัยพิบัติทางธรรมชาติและช่วงมรสุมที่ยาวนาน เช่น อุทกภัยที่ สปป.ลาว และญี่ปุ่น ไฟป่าที่กรีซ ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยว รวมทั้งมรสุมที่เกิดขึ้นในหลายประเทศและไทย ทำให้ไม่สะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว
• **ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย** จากการร่วมมือของอาสาสมัครทั่วโลกในการปฏิบัติการช่วยเหลือทีมหมูป่าที่ถ้ำหลวง-ขุนน้ำนางนอน จ.เชียงราย และการได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวจากทั่วโลก เช่น - **Lonely Planet:** ส้มตำติดอันดับ ๕ อาหารถูกปากจากนักชิมทั่วโลก ในการจัดอันดับ Ultimate Eat List - **Travel Weekly UK:** ประเทศไทย ติดอันดับ Top 10 ถึง ๔ รายการ ได้แก่ Best for Spa & Wellness (อันดับ ๑), Best Value for Money (อันดับ ๒), Best for Food & Drink (อันดับ ๔) และ Best for Luxury (อันดับ ๙) - **Condé Nast Traveller:** ประเทศไทยได้รับการโหวตจากผู้อ่านให้เป็น Best Country for People 2018 - **Agoda:** จากข้อมูลการจองที่พักในปี ๒๕๖๑ กรุงเทพฯ เป็นเมืองท่องเที่ยวอันดับ ๑ และเมืองพัทยาติดอันดับ ๑๐ - **Euromonitor:** กรุงเทพมหานครติดอันดับ ๒ และภูเก็ตติดอันดับ ๑๑ ในการจัดอันดับ ๑๐๐ เมืองที่มีผู้ท่องเที่ยวมากที่สุดในโลกประจำปี ๒๕๖๑ - **China Travel Agent Magazine:** ประเทศไทยได้รับการโหวตให้เป็น Most Popular Tourist Destination 2018	• **การแข่งขันที่รุนแรงทางการท่องเที่ยว** - ประเทศคู่แข่งขันในภูมิภาคอาเซียน เช่น เวียดนาม เร่งพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างก้าวกระโดด - ประเทศท่องเที่ยวยอดนิยมอย่างอียิปต์และตูนิเซีย กลับมาได้รับความนิยมอีกครั้งหลังสถานการณ์การก่อการร้ายภายในประเทศคลี่คลาย
• **การดำเนินการส่งเสริมการตลาดของ ททท.** เช่น - การจัดงาน Thailand Travel Mart Plus 2018 เพื่อเพิ่มศักยภาพการขายแหล่งและบริการท่องเที่ยวในตลาดต่างประเทศ - เปิดสำนักงานสาขาต่างประเทศแห่งใหม่ ณ เมืองโทรอนโต ประเทศแคนาดา เพื่อทำตลาดเชิงรุกในภูมิภาคอเมริกาตอนเหนือ	• **ปัญหาการพัฒนาการรองรับนักท่องเที่ยวในระยะยาวของประเทศไทย** โดยปัจจุบันกำลังประสบปัญหาขีดความสามารถในการรองรับของสนามบินหลักไม่สามารถทันกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก

Supportive and Challenging Factors on Tourism in Thailand in 2018

Supportive Factors	Challenging Factors
• The dramatic growth of the Chinese market at over 40% growth rate during the first half of the fiscal year exceeded one million tourist arrivals from China for the first time in February 2018, surpassing past records in any single month;	• International political conflicts as a result of the U.S. economic sanctions had weakened currencies in many countries including Russia, Iran and Turkey. Under the circumstance, both the service providers and consumers were affected with the former's purchasing power reduced while more attractive travel cost helped increase market share from the European tourism market.
• The total increase of 337 newly introduced direct flights to Thailand in 2018 from inbound locations included those from Japan (Sapporo), Germany (Cologne and Munich), South Korea (Muan), India (Gaya, Bhubaneswar, Visakhapatnam) and Sri Lanka (Colombo), among others;	• World events like the FIFA World Cup 2018 in Russia clearly boosted tourist flows from Europe to Russia.
• Promoting Thailand through world-class events including the ASEAN Tourism Forum (ATF) 2018, the Sport Accord Convention 2018, the 4th UNWTO World Forum on Gastronomy Tourism;	• Safety concerns: - The July-2018 boat capsize tragedy off the tourist resort island of Phuket in southern Thailand with the deaths of Chinese tourists on board resulted in continued shrinkage in Chinese tourist arrivals immediately after the incident; - Natural disasters and the long monsoon seasons including the floods in the Lao People's Democratic Republic and Japan as well as wildfires in Greece could have possible impact on overseas tourist arrivals; In addition, monsoons that hit several countries and Thailand also rendered it inconvenient for people to travel.
• Thailand's exceptional image as a result of the collaborative efforts of international volunteers at the rescue operations of the Wild Boars Football Team from Tham Luang Khun Nam Nang Non Cave, Chiang Rai Province, earned the country world acclaims through such international tourism awards including: - Lonely Planet: the ever-popular Som Tam, Thai spicy papaya salad, was ranked fifth by world gastronomists in the Ultimate Eat List; - Travel Weekly UK: Thailand was among the top 10 picks for four categories, namely Best for Spa & Wellness (#1), Best Value for Money (#2), Best for Food & Drink (#4) and Best for Luxury (#9) ; - Conde Nast Traveller: Thailand was voted Best Country for People 2018 by its readers; - Agoda: based on accommodation records in 2018, Bangkok was listed the most favoured city while Pattaya was ranked # 10; - Euromonitor: Bangkok was ranked #2 while Phuket came 11th on the list of Euromonitor Top 100 City Destinations Ranking 2018; - China Travel Agent Magazine: Thailand was awarded the highest score winning it the Most Popular Tourist Destination 2018.	• Intense Tourism Competition: - Competing countries in the ASEAN region including Vietnam where its leapfrogging tourism development has been on the fast track; - Popular tourist destinations like Egypt and Tunisia became trendy again following the improved domestic terrorism situation in those countries.
• TAT Marketing Promotion Operations: - Thailand Travel Mart Plus 2018 to boost the sale potential of its tourism sites and services abroad; - The opening of TAT Toronto Branch Office in Canada to carry out proactive moves in North American tourism markets.	• Thailand's long-term infrastructure development drives to meet growing future tourist demand as the country's existing facility including airports prove overcrowded and inadequate in the face of the fast-growing number of tourists.

แนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยว ตลาดต่างประเทศ ๒๕๖๒

สถานการณ์การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในปีงบประมาณ ๒๕๖๒ (ตุลาคม ๒๕๖๑ - กันยายน ๒๕๖๒) คาดว่าจะยังคงมีแนวโน้มเติบโตที่ดี โดยในภาพรวมจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากปี ๒๕๖๑ แม้ว่าอาจมีบางตลาดประสบภาวะชะลอตัวจากปัญหาการเมืองและเศรษฐกิจของประเทศซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก แต่ปัจจัยภายในประเทศเป็นแรงผลักที่สำคัญของการขยายตัวในปี ๒๕๖๒ โดยเฉพาะด้านภาพลักษณ์ของประเทศไทย ทั้งในด้านความรุ่มรวยทางศิลปวัฒนธรรมที่สืบทอดมายาวนานจากงานพระราชพิธีบรมราชาภิเษกที่สำคัญและยิ่งใหญ่ และด้านพัฒนาการทางการเมืองจากการกลับมาปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตย นอกจากนี้ ยังมีแรงเสริมจากภาครัฐโดยการออกมาตรการต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการเติบโตของภาคการท่องเที่ยวในปี ๒๕๖๒

International Tourism Markets Forecast in 2019

Overseas tourist arrivals in the fiscal year 2019 (October 2018 - September 2019) is expected to grow impressively with overall growth momentum continues to rise from those in 2018 although contraction may occur in some markets due to political and economic concerns which are external factors. Internally, domestic tourism growth will benefit from certain key factors in 2019, especially the country's age-old image of artistic and cultural richness to be in full display during the royal coronation ceremony of Thailand and its return to democratic rule in the country's political development. The industry will also stand to gain from the government's measures designed to boost tourism growth in 2019.

มัสยิดกรือเซะ จ.ปัตตานี

LED CLOCK
أَللَّهُمَّ افْتَحْ لِيْ أَبْوَابَ رَحْمَتِك

ปัจจัยสนับสนุนและปัจจัยท้าทายต่อการท่องเที่ยวไทยในปี ๒๕๖๒

ปัจจัยสนับสนุน	ปัจจัยท้าทาย
• **การเฉลิมฉลองที่ยิ่งใหญ่ เนื่องในงานพระราชพิธีบรมราชาภิเษก** ในเดือนพฤษภาคม ๒๕๖๒	• **เศรษฐกิจของประเทศลูกค้าหลักชะลอตัวจากปัญหาของแต่ละประเทศ** เช่น ปัญหา Brexit ของสหราชอาณาจักร, การประท้วงของกลุ่มเสื้อกั๊กเหลืองในฝรั่งเศส, สงครามการค้าระหว่างจีนกับสหรัฐอเมริกา, เศรษฐกิจในตะวันออกกลางหดตัวจากราคาน้ำมันตกต่ำ
• **ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย** จากการกลับมาปกครองภายใต้ระบอบประชาธิปไตย โดยจัดให้มีการเลือกตั้งทั่วไปเมื่อเดือนมีนาคม ๒๕๖๒	• **การแข็งค่าของเงินสกุลเอเชีย** จูงใจให้นักท่องเที่ยวเอเชียเดินทางไปภูมิภาคยุโรปและสหรัฐอเมริกา เนื่องจากค่าใช้จ่ายที่ถูกลง
• **มาตรการวีซ่ากระตุ้นการท่องเที่ยว** เช่น Double Entry Visa, Re-entry Permit และการยกเว้นค่าธรรมเนียม Visa on Arrival ให้กับ ๒๐ ประเทศ ๑ เขตปกครองพิเศษ	• **การแข่งขันด้านการท่องเที่ยวจากประเทศต่าง ๆ** โดยเฉพาะประเทศขนาดเล็กที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ยังมีความสดใหม่ มีแนวโน้มที่นักท่องเที่ยวแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่แออัดมากขึ้น
• **การเริ่มฟื้นตัวกลับมาของตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีน** ในช่วงไตรมาสที่ ๑ ของปี ๒๕๖๒	• **ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติในไทย** ที่ต้องพักฟื้นฟูจากความแออัดของนักท่องเที่ยว และความไม่ใส่ใจรักษาสิ่งแวดล้อม
• **สร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย** โดยปรับมาตรการดูแลความปลอดภัยนักท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด เช่น จัดเจ้าหน้าที่ Life Guard ดูแลตามชายหาด, การตรวจสอบความพร้อมของเรือและผู้ควบคุมเรือก่อนให้บริการ	
• **เส้นทางบินใหม่ในปี ๒๕๖๒** โดยสายการบินต่าง ๆ มีแผนที่จะเปิดเที่ยวบินใหม่ ๆ เข้าไทยเพิ่มขึ้น ทั้งเที่ยวบินประจำและเที่ยวบินเช่าเหมาลำจากรัสเซีย เยอรมนี นอร์เวย์ รวมทั้งการทำการบินของสายการบินใหม่ Eastar Jet เส้นทางจากเกาหลีมายังประเทศไทย	
• **การขยายโครงข่ายคมนาคมในภูมิภาคอาเซียน** เช่น การเปิดใช้สะพานมิตรภาพไทย-พม่า ข้ามแม่น้ำเมยแห่งที่ ๒ (แม่สอด-เมียวดี), โครงการความร่วมมือรถไฟเชื่อมจากอรัญประเทศ-ปอยเปต-ศรีโสภณ-พระตะบอง-พนมเปญ	
• **การจัดกิจกรรมระดับนานาชาติในประเทศไทย** เช่น การประชุมสุดยอดผู้นำอาเซียนปี ๒๕๖๒, งานครบรอบ ๑๐๐ ปี องค์การแรงงานระหว่างประเทศ, การจัดการประกวด Miss Universe 2018 (ธันวาคม ๒๕๖๑), การแข่งขัน MOTO GP 2018 (ตุลาคม ๒๕๖๑)	
• **การเปิดตัว Landmark ใหม่ของกรุงเทพมหานคร** เช่น ห้างสรรพสินค้า "Icon Siam" แหล่งชอปปิ้งแห่งใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ, มหานคร สกายวอล์ค (Mahanakhon Skywalk) จุดชมวิวบนดาดฟ้าที่สูงที่สุดของประเทศไทย	
• **การดำเนินงานด้านการตลาดของ ททท.** อาทิ - การส่งเสริม Gastronomy Tourism และ Go Local ต่อเนื่อง เช่น การเปิดตัวคู่มือ มิชลิน ไกด์ เล่มที่ ๒ ปี ๒๕๖๒ จังหวัดภูเก็ต และพังงา, การเปิดพื้นที่เมืองรองนำเสนอกับตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง - การทำการตลาดเชิงรุกในพื้นที่ศักยภาพ โดยเปิดสำนักงานในเมืองฟุกุโอกะ ประเทศญี่ปุ่น	

Supportive and Challenging Factors on Tourism in Thailand in 2019

Supportive Factors	Challenging Factors
• The pomp and circumstance of the royal coronation ceremony in May 2019;	• The waning economies in Thailand's major client countries due to individual countries' concerns, e.g., Brexit in the U.K., the protracted "yellow vests" street protests in France, the China – U.S. trade war and the economic downturn in the Middle East due to dipping oil prices;
• Thailand's positive image restored with the return to democratic rule through its announced general election due to take place in March 2019;	• The appreciation of Asian currencies offers Asian tourists an incentive to visit Europe and the U.S. where travel cost is relatively cheaper;
• The introduction of visa types aimed at stimulating tourism including Double Entry Visa, Re-entry Permit and Visa on Arrival Fee Exemption scheme for tourists from 20 countries and one special administrative region;	• Fierce competition in world tourism industry, especially in smaller countries where less crowded and exotic destinations tend to attract an increasing number of tourists;
• The recovery of Chinese Tourist Arrivals in the first quarter of 2019	• The deterioration of natural tourist sites: Thailand needs to put some tourist destinations off limits to tourists due to crowdedness and lack of proper care for the environment.
• Safety Confidence strengthened with requirements of strict tourist safety guidelines including the provision of Life Guards overseeing beach safety, pre-sail boat inspection and the readiness of skipper and crew, amongst others;	
• Airline operators with plans to increase new flights to Thailand in 2019 with regular and chartered flights flying in from Russia, Germany, Norway and the new Eastar Jet from Korea;	
• The expansion of ASEAN transportation network to see the opening of the 2nd Thai - Myanmar Friendship Bridge (Mae Sot - Myawaddy) over the Moei River and the cooperation of the rail links from Aranyaprathet - Poipet - Sisophon - Battambang - Phnom Penh;	
• Thailand to play host to high-profile international events including the ASEAN Summit 2019, the Centenary Celebration of the International Labour Organisation, Miss Universe Pageant 2018 (December 2018) and the MOTO GP 2018 (October 2018);	
• The launch of brand-new Bangkok landmarks including the "Icon Siam" mega-shopping complex for foreign tourists and Mahanakhon Skywalk, Bangkok's highest observation deck;	
• TAT Marketing Operations, among which were: - The Gastronomy Tourism and the continued 'Go Local' campaigns including the launch of the Michelin Guide II in 2019 in Phuket and Phang-nga provinces in an ongoing effort to introduce new secondary tourist destinations to overseas markets; - Proactive marketing initiatives in areas with strong potential exemplified by the opening of TAT Fukuoka branch office in Japan.	

สถานการณ์ท่องเที่ยวตลาดในประเทศ ปีงบประมาณ ๒๕๖๑ (ตุลาคม ๒๕๖๐ - กันยายน ๒๕๖๑)

ภาพรวม

	เป้าหมาย ปีงบประมาณ ๒๕๖๑	ผล ปีงบประมาณ ๒๕๖๑	ผล ปีงบประมาณ ๒๕๖๐
จำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย (ล้านคน-ครั้ง)		๑๖๑.๓ (+๕%)*	๑๕๓.๕ (+๗%)
รายได้ (ล้านล้านบาท)	เพิ่มขึ้นร้อยละ ๗	๑๐.๕๓ (+๙%)*	๐.๙๖ (+๑๑%)

หมายเหตุ: จำนวนและรายได้ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยปีงบประมาณ ๒๕๖๑ เป็นข้อมูลเบื้องต้นของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ข้อมูล ณ เดือนมีนาคม ๒๕๖๒)

ภาพรวมสถานการณ์การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทยในปี ๒๕๖๑ คาดว่าจะมีการเดินทางของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยทั้งสิ้นกว่า ๑๖๑ ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ ๕ และมีการใช้จ่ายสร้างรายได้ประมาณ ๑๐.๕๓ ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ ๙ สืบเนื่องจากบรรยากาศการท่องเที่ยวกลับเข้าสู่ภาวะปกติหลังจากที่ซบเซาในปี ๒๕๕๙ - ๒๕๖๐ ที่ผ่านมาจากงานพระราชพิธีถวายพระเพลิงพระบรมศพพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร และเศรษฐกิจไทยที่ส่งสัญญาณการฟื้นตัวทั้งในด้านการบริโภคภาคเอกชน และการลงทุนรวมที่มีการขยายตัวตั้งแต่ต้นปี ๒๕๖๑ เป็นต้นมา เสริมด้วยมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศของรัฐบาลที่มุ่งเน้นกระจายการเดินทางสู่เมืองท่องเที่ยวรอง และกระแสการเดินทางท่องเที่ยวจากละครอิงประวัติศาสตร์เรื่อง “บุพเพสันนิวาส” รวมถึงการจัดกิจกรรมกีฬาระดับโลก เช่น Moto GP ผนวกกับการดำเนินการทางการตลาดของ ททท.

Domestic Tourism Markets Situation in the Fiscal Year 2018 (October 2017 - September 2018)

Overview

	Target in the Fiscal Year 2018	Operating Results in the Fiscal Year 2018	Operating Results in the Fiscal Year 2017
Number of domestic tourists (in million tourists-trips)		161.3 (+5%)*	153.5 (+7%)
Tourism-based revenue (trillion Baht)	(+7%) increase	10.53 (+9%)*	0.96 (+11%)

Note: The number of domestic tourists and related revenue estimates in the fiscal year 2018 were representative of the preliminary information from the Ministry of Tourism and Sports (As of March 2019).

Overview of the Overall Domestic Tourism Situation in 2018: It was expected that a total of 161 million tourists - trips would involve domestic visits, amounting to a 5% increase year-on-year, and a total of 10.53 trillion Baht or a 9% rise in tourism-based revenue amidst the revived upbeat travel ambiance following the lull period between 2016 and 2017 when the nation mourned the passing of H.M. the late King Bhumibol Adulyadej. The upbeat domestic tourism industry could also be attributed to the recovery of private consumption and investment growth overboard since the start of 2018. The situation was further enhanced by the government’s domestic tourism promotion campaigns to specifically spread out tourism across all secondary tourist destinations. Tourism trends to different tourist sites were also set based on the popular historical period television series “Bupphe Sanniwat” and the organisation of such world sports events as Moto GP. To further spur

วิ่งปลุกภูกระดึง จ.เลย

สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต จ.บุรีรัมย์

และภาคเอกชน ที่ร่วมกันผลักดันการเดินทางเข้าสู่เมืองรองตลอดปี ทั้งการจัดกิจกรรม/Big Event และการนำสื่อมวลชน บล็อกเกอร์ นักเขียนลงพื้นที่เปิดแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น และการเปิดเส้นทางบินใหม่ ๆ ตรงเข้าสู่เมืองรองของสายการบินต้นทุนต่ำ ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทยเติบโตด้วยดีในปีงบประมาณ ๒๕๖๑ ที่ผ่านมา

ปัจจัยสนับสนุน	ปัจจัยอุปสรรค
• รัฐบาลประกาศให้เป็น "ปีแห่งการท่องเที่ยวไทย" มุ่งนำเสนอความเป็นผู้นำทางการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ และเน้นยกระดับมาตรฐานสินค้า/บริการ รวมถึงนำเสนอสินค้า/กิจกรรมท่องเที่ยวรูปแบบใหม่	• ปัญหาทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติเสื่อมโทรม อาทิ แหล่งดำน้ำดูปะการังถูกทำลาย ป่าไม้ถูกทำลาย ปัญหาขยะ/น้ำเสียในแหล่งท่องเที่ยว
• มาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศของรัฐบาล เช่น มาตรการลดหย่อนภาษีสำหรับการใช้จ่ายท่องเที่ยวในเมืองรอง และการเพิ่มวันหยุดในช่วงวันหยุดยาว	• การรุกดึงตลาดคนไทยอย่างต่อเนื่องของประเทศคู่แข่งขัน โดยเฉพาะประเทศในเอเชีย อาทิ ไต้หวัน ญี่ปุ่น เกาหลี เช่น ไต้หวันต่ออายุ และยกเว้นวีซ่าให้กับชาวไทยที่เข้าประเทศ
• เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง	
• การเปิด/เพิ่มเที่ยวบินเข้าสู่เมืองรอง เช่น แม่ฮ่องสอน, เพชรบูรณ์, พิษณุโลก, ระนอง และชุมพร	
• กระแสแต่งชุดไทยท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์ จากความนิยมละครอิงประวัติศาสตร์ "บุพเพสันนิวาส" และ "งานอุ่นไอรัก..คลายความหนาว"	
• การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ๕๕ เมืองรองอย่างต่อเนื่อง เช่น เคานต์ดาวน์เมืองรอง, สงกรานต์เมืองรอง และ Moto GP ฯลฯ	
• การเปิดแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เช่น ถ้ำหลวงขุนน้ำนางนอน จ.เชียงราย และทะเลหมอกอัยเยอร์เวง จ.ยะลา	
• การมุ่งเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบลึกซึ้งของ ททท. โดยนำเสนอ Local Experience ทำให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ และเพิ่มมุมมองใหม่ ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวเดิม	

the hype of domestic tourism, the TAT, together with the private sector, came up with marketing support operations to jointly drive the year-long domestic tourism activities towards secondary tourist destinations. Activities/Big Events were featured and mass media representatives, bloggers and writers joined and contributed feature stories from their visits to better promote the newly-introduced secondary tourist destinations they had visited. Meanwhile, new routes flying directly to new secondary tourist destinations were offered by low cost airlines with encouraging results as could be seen in domestic tourism growth in the fiscal year 2018.

Supportive Factors	Obstructive Factors
• The government's announcement of the "Thailand Tourism Year" aimed at presenting the country's tourism leadership image in diverse dimensions with emphasis given to product/service standards upgrade as well as fresh new tourism products/activities approach;	• The issue of the deteriorating natural tourism resources including damages to deep-sea coral reefs at popular dive sites and forest as well as waste/water pollution in tourist destinations;
• The government's announced domestic tourism promotion measures including tax incentives linked to domestic travel expenses in secondary tourist destinations and added holidays to existing long holidays;	• Competitors, including Taiwan, Japan and Korea, through aggressive campaigns, continue to draw tourists from the Thai domestic market; Taiwan, in particular, offers visa-free entry to Thai tourists.
• Continued economic recovery momentum;	
• The introduction/addition of new flights to such secondary tourist destinations as Mae Hong Son, Phetchabun, Phitsanulok, Ranong and Chumphon provinces;	
• The trend of donning Thai costumes to visit historic cities as a result of the popularity of the "Bupphe Sanniwat" historical TV period series and the Winter Festival "Oon Ai Rak ... Khlay Khwam Nao" (Love and Warmth at Winter's End);	
• Ongoing Tourism Promotion Activities to 55 Secondary Tourist Destinations, among which were Secondary Tourist Destinations Countdown, Secondary Tourist Destinations Songkran Festival and Moto GP;	
• Launch of new tourist destinations including the 'Tham Luang Khun Nam Nang Non Cave' in the province of Chiang Rai and 'Aiyoe Weng' Sea of Mist in Yala province;	
• TAT focuses on immersive tourism promotion through Local Experience programme based on the model of creative tourism by adding refreshing perspectives to familiar tourist sites.	

แนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยวตลาดในประเทศ ปีงบประมาณ ๒๕๖๒

คาดว่าการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยจะเติบโตดีต่อเนื่อง จากปี ๒๕๖๑ โดยคาดว่าจะมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยทั้งสิ้นประมาณ ๑๖๘.๘ ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ ๕ และมีการใช้จ่ายสร้างรายได้หมุนเวียนภายในประเทศประมาณ ๑.๑๓ ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ ๗ จากปัจจัยหลักด้านเศรษฐกิจไทยที่คาดว่าจะยังคงเติบโตในระดับเดียวกับปี ๒๕๖๑ และปัจจัยด้านการเมืองของไทยภายหลังการเลือกตั้งเดือนมีนาคม ๒๕๖๒ จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้ชาวไทยกล้าจับจ่ายใช้สอยและเดินทางท่องเที่ยว ผนวกกับเป็นปีมหามงคลซึ่งจะมีงานพระราชพิธีบรมราชาภิเษก โดยหน่วยงานภาครัฐและภาคประชาชนมีการจัดกิจกรรมเฉลิมพระเกียรติอย่างยิ่งใหญ่ทั่วประเทศ นอกจากนี้ คาดว่าจะมีการเดินทางกระจายเข้าไปท่องเที่ยวเมืองรองมากขึ้น จากการสานต่อนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ๕๕ เมืองรอง และการพัฒนาโครงข่ายคมนาคมที่ช่วยให้การเดินทางสะดวกรวดเร็วและเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในเมืองรองง่ายขึ้น

ปัจจัยสนับสนุน	ปัจจัยท้าทาย
• **การเฉลิมฉลองเนื่องในพระราชพิธีบรมราชาภิเษก**	• **ความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลกจากปัญหาสงครามการค้า** ที่จะกระทบต่อเศรษฐกิจไทย
• **การเมืองหลังการเลือกตั้ง** จะช่วยสร้างบรรยากาศในการลงทุนมากขึ้น	• **การบริหารจัดการความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว/ชุมชน** นำมาซึ่งปัญหาขยะล้นเมือง นักท่องเที่ยวแออัด และทรัพยากรท่องเที่ยวถูกทำลาย
• **การสานต่อนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวกระจายสู่เมืองรอง**	• **แนวโน้มเงินบาทแข็งค่า** จูงใจให้ชาวไทยออกเที่ยวต่างประเทศ
• **โครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ทยอยเปิดใช้งาน** อาทิ รถไฟรางคู่เส้นทางสระบุรีและขอนแก่น (ต.ค. ๒๕๖๒), มอเตอร์เวย์เส้นกาญจนบุรี (๒๕๖๒)	• **ภาวะการแข่งขันจากต่างประเทศ** โดยเฉพาะในโซนเอเชีย เพื่อแย่งชิงนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าประเทศ เช่น การยกเว้นวีซ่าให้นักท่องเที่ยวไทย, การเปิดเส้นทางบินใหม่ ๆ ของ Low cost airlines
• **การพัฒนาคมนาคมขนส่งในภาคตะวันออก** จากโครงการระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC)	

อุทยานนกน้ำทะเลน้อย จ.พัทลุง

Domestic Tourism Markets Forecast in the Fiscal Year 2019

It is expected that the momentum of domestic tourism in 2018 will grow further to as many as 168.8 million tourists-trips, a 5% increase in 2019. Tourists' spending is believed to grow by 7% at approximately 1.13 trillion Baht in revolving revenue based primarily on Thailand's economic growth in 2018. Meanwhile, the result of the country's general election in March 2019 is believed to help restore public confidence and boost the readiness to spend and travel. Moreover, the year will see Thailand throw magnificent celebratory events nationwide both by the public and private sectors for the Coronation of its new monarch. Domestic tourism to secondary tourist destinations is also believed to better spread out in the continuation of the Tourism Promotion Campaign to the 55 Secondary Tourist Destinations while the extensive transportation network development efforts would help facilitate faster, easier and more convenient access to the targeted secondary tourist sites.

Supportive Factors	Challenging Factors
• The Coronation Celebration;	• Global economic uncertainties arising from trade war concerns that could affect the Thai economy;
• Post-election politics will help boost investor sentiment;	• The issue of capacity management at tourist destinations/ communities results in severe waste problem, tourist crowdedness and degrading natural tourism resources;
• Advancing tourism promotions across secondary tourist destinations;	• Thai tourists likely to opt for overseas travels, thanks to the strong Baht currency;
• Stages of major infrastructure projects will be ready for service: the double-track railways for Saraburi and Khon Kaen in October 2019 and the Kanchanaburi Motorway in 2019;	• Overseas challenges particularly within the Asian zone which aggressively compete in the domestic tourism markets with such attractive draws as visa-free entry for Thai tourists and new low-cost airlines.
• Transportation development ventures in the Eastern Region as a result of the Eastern Economic Corridor (EEC) Initiative.	

พระราชวังสนามจันทร์ จ.นครปฐม

สรุปแผนปฏิบัติการของ ททท. ปีงบประมาณ ๒๕๖๑

แผนปฏิบัติการของ ททท. ประจำปี ๒๕๖๑ จัดทำขึ้นภายใต้กรอบแนวคิดที่สำคัญ ได้แก่ แผนยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๗๙) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔ และแผนวิสาหกิจ ททท. พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔ (ฉบับทบทวน พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๔) เป็นต้น ผนวกกับการวิเคราะห์ Performance ปัจจัยแวดล้อมในสถานภาพปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต (SWOT Analysis) เพื่อให้ได้แผน ที่เกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติและมีประสิทธิภาพสูงสุด โดย ททท. ได้กำหนดจุดเน้นการส่งเสริมตลาด ดังนี้

การส่งเสริมตลาดต่างประเทศ

กลยุทธ์ปรับภาพลักษณ์แบรนด์ท่องเที่ยวไทยสู่การเป็น Preferred Destination

มุ่งสู่การปรับตำแหน่งทางการตลาดของแบรนด์ท่องเที่ยวไทย สู่ความเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality Leisure Destination) ที่เป็น Preferred Destination ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยนำเสนอแคมเปญ "Discover Amazing Stories in Amazing Thailand" ผ่านวิถีท้องถิ่นไทย ด้วยแนวคิด "Open to the New Shades" จากจุดแข็งของไทยที่มีสินค้าท่องเที่ยวหลากหลายเป็น Million Shades of Thailand ผนวกกับโอกาสที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกต้องการสัมผัสความหลากหลายจากการเดินทาง ทั้งวัฒนธรรม ผู้คน อาหาร และแหล่งท่องเที่ยว พร้อมกับมอบประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยวได้ในหลายมิติ ผ่านสื่อทุกช่องทางให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งการสื่อสารรองรับภาวะวิกฤตที่อาจเกิดขึ้นได้ทุกขณะ ทั้งเกิดขึ้นในประเทศไทยและต่างประเทศอย่างเหมาะสมและทันเวลา

บ้านน้ำเชี่ยว จ.ตราด

กลยุทธ์กระตุ้นการใช้จ่ายและขยายฐานตลาดกลุ่มระดับกลาง-บน

เน้นกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มตลาดระดับกลาง-บน (นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อคนต่อปีตั้งแต่ ๒๐,๐๐๐ ดอลลาร์สหรัฐขึ้นไป) ซึ่งเป็นกลุ่มตลาดที่มีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง โดยเฉพาะในตลาดหลัก เช่น จีน อินเดีย รัสเซีย โดยจะนำเสนอสินค้าและบริการท่องเที่ยวคุณภาพที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของวิถีไทย และกิจกรรมท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมสร้างสรรค์ให้ประสบการณ์ และสร้างความทรงจำที่มีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งขยายพื้นที่ตลาดในประเทศที่ยังคงมีศักยภาพที่สามารถเติบโตได้ อาทิ ตลาดยุโรปตะวันออก ตลาดละตินอเมริกา ตลาดแอฟริกา รวมทั้งยังสานต่อการตลาดเชิงรุกเพื่อเจาะกลุ่มศักยภาพ เช่น ตลาดมุสลิม กลุ่มสตรี กลุ่ม Gap Year กลุ่มผู้สูงอายุ

กลยุทธ์ขยายฐานตลาดกลุ่มความสนใจพิเศษ

ขยายฐานตลาดกลุ่มความสนใจพิเศษ ๔ กลุ่มหลัก ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มใช้จ่ายสูง และอยู่ในกระแสความนิยมของโลก ได้แก่ กลุ่ม Sport Tourism กลุ่ม Health & Wellness กลุ่ม Honeymoon & Wedding กลุ่ม Green Tourism โดยนำเสนอสินค้าและบริการที่ได้มาตรฐานระดับสากลของประเทศไทย รวมทั้งมุ่งพัฒนารูปแบบของสินค้าและบริการรองรับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย โดยบูรณาการการทำงานร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน Value Chain ให้สามารถผลิตสินค้าและบริการได้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

การส่งเสริมตลาดในประเทศ

กลยุทธ์กระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกระแสหลัก

กระตุ้นการเดินทางและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกระแสหลัก โดยจุดกระแสการท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค เพื่อเพิ่มวันพักเฉลี่ยกับกลุ่ม Gen-Y ผนวกกับการกระตุ้นความถี่ในการเดินทางและการใช้จ่ายของครอบครัวใหญ่ที่เดินทางร่วมกันหลายรุ่น (Multi-generation Family) ไปจนถึงนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบกิจกรรมไลฟ์สไตล์ ได้แก่ อาหาร กีฬา และดนตรี โดยนำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ผ่านการสร้างมูลค่าเพิ่ม จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการสร้างเรื่องราวดำเนินการกระตุ้นการเดินทางควบคู่กับการสื่อสารการตลาด ภายใต้แคมเปญ "ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋สไตล์ลึกซึ้ง" ที่ส่งมอบประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ให้มุมมองใหม่กับชีวิตตรงตามความต้องการที่แตกต่างของกลุ่มเป้าหมาย ผ่านการสัมผัสเสน่ห์วิถีไทยเฉพาะถิ่น (Unique Thai Local Experience) ที่มีเอกลักษณ์ตามจุดขายเชิงคุณค่า (Value Proposition) ของแต่ละภูมิภาค ได้แก่ ภาคเหนือ (เหนือฝันล้านแรงบันดาลใจ) ภาคอีสาน (อีสานแซ่บนัว) ภาคกลาง (สุขกลางใจ ใกล้แค่เอื้อม) ภาคตะวันออก (สีสันตะวันออก)

Summary of the TAT Action Plan for 2018

In 2018, the TAT Action Plan was drawn within the scopes of the country's development plans, namely the 20-Year National Strategy Plan, B.E. 2560 - 2579, the 12th National Economic and Social Development Plan, the National Tourism Development Plan, B.E. 2560 - 2564 and the TAT Enterprise Plan, B.E. 2560 - 2564 (Revised Version, B.E. 2561 - 2564) in conjunction with its Performance Analysis, current, related factors on present and future prospects as well as SWOT Analysis to ensure that they most benefit the country with maximum efficiency. Thus, emphasis was given to the following markets promotions.

Overseas Markets Promotion

Promotion activities designed to reposition Thailand Tourism brand to become the Preferred Destination

Efforts were made to reposition Thailand's marketing brand image towards Quality Leisure Destination to be perceived by world tourists as the Preferred Destination. Accordingly, the "Discover Amazing Stories in Amazing Thailand" campaign was launched with the offer of Unique Local Experiences under the theme "Open to the New Shades" which, based on its obvious strength of tourism product diversities, was expanded into "Million Shades of Thailand" to best meet world tourists' expectations of travel experiences through culture, the people, food and tourist sites. In addition, multi-dimensional experiences were also available through a mixed range of communication channels direct to the target audience. Such communication was so designed to promptly and effectively respond to possible crisis that could take place any time in Thailand and elsewhere in the world.

Stimulating Spending and Expanding the Middle and High-end Market Bases Strategy

Under the strategy, emphasis was given to stimulating spending in the targeted tourist markets, namely the middle and high-end markets (with per capita income starting from US$20,000 per year) which constituted those markets with continued growth prospects, especially those in China, India and Russia through the offering of quality products and services that reflected uniquely Thai authenticity and tourism activities that allowed tourists to participate in the creation of both experiences and valuable memories they could take home. Particular efforts were made to grow market expanse in those countries with further growth prospects including those in Eastern Europe, Latin America and Africa. Meanwhile, proactive marketing efforts were carried out further to tap into other potential markets or groups including the Muslims, Women, the Gap Year group and the Silver-Age Market.

Growing the Special Interest Market Bases

Expansion efforts were targeted at four Special Interest Niches in the high-spending markets and those in the global trend, in particular the four designated groups including sport tourism, health & wellness group, honeymoon & wedding and green tourism. To capture these market groups, Thailand's world-standard products and services would be presented along with efforts directed at products and services design development both for products and services for each target market/ group. In this instance, efforts by all stakeholders in the value chain were integrated to ensure that both products and services meet the demand of the target groups.

Domestic Markets Promotion

Spending Stimulation Targeting at Thailand's Mainstream Tourist Markets Strategy

Tourism and spending in the mainstream tourist market base was activated through Gen-Y tourists to bring about the travel buzz of Cross-Regions Tourism and meet the set objectives by increasing average stay days, stimulating travel frequency, raising the spending of multi-generation family tourists and those with diverse avid interests in such lifestyle activities as food, sports and music with tourism products made appealing by value-added creation based on product development or stories created to impel travel interest. Accordingly, the "Thong Thiao Withi Thai, Kekai Style Luek Sueng (Discover Thainess: Deep Immersion)" marketing communication campaign was launched to offer fresh perspectives of tourism experiences to match the demand of each market through the Unique Local Experiences theme that was imbedded in the unique identities of the value propositions of individual regions. These included 'Neuar Fun, Larn Rang Bundarn Jai' – A Million Inspirations, A Thousand Charms for the North; 'I-San Saap Nua' – Spicy Isan for the Northeast; 'Suke Klaang Jai, Klai Kae Euarm', – Happiness Within Reach for the Central Plain;

และภาคใต้ (ปักษ์ใต้ ปักหมุด หยุดเวลา) รวมถึงใช้ Event Marketing ตอกย้ำจุดขายของพื้นที่ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

กลยุทธ์ขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ

ส่งเสริมการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายด้วยการเจาะกลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้ ๔๕,๐๐๐ บาทต่อเดือนขึ้นไป ได้แก่ กลุ่ม Silver Age ที่มีอายุระหว่าง ๕๕ - ๗๐ ปี กลุ่มผู้หญิง รวมถึงกลุ่มเฉพาะและกลุ่มความสนใจพิเศษ อาทิ กลุ่มครอบครัวยุคใหม่ (Millennial Family) ที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาทักษะของลูก กลุ่มผู้มีรายได้สูง และกลุ่มผู้นิยมกิจกรรมผจญภัยและใช้ชีวิตกลางแจ้ง (Outdoor Activity) โดยนำเสนอประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางจิตใจ และเสนอขายสินค้าบริการทางการท่องเที่ยวที่ผ่านการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการสร้างเรื่องราวควบคู่กับการสื่อสารการตลาดภายใต้แคมเปญ "ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋สไตล์ลึกซึ้ง" ที่ส่งมอบประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ให้มุมมองใหม่แก่ชีวิตตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายผ่านการสัมผัสประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของแต่ละภูมิภาค ทั้งนี้ สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่จะส่งมอบจะต้องได้รับการพัฒนามาตรฐานคุณภาพสินค้าการท่องเที่ยวโดยจะดำเนินการยกระดับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Awards) ให้เป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพ (Quality Mark) และเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการตลาดการท่องเที่ยวให้แก่ผู้ประกอบการและเครือข่าย

กลยุทธ์กระจายพื้นที่และช่วงเวลาในการท่องเที่ยว

ส่งเสริมกระจายการเดินทางท่องเที่ยวสู่พื้นที่ท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อลดการกระจุกตัวในพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองหลัก โดยมุ่งหวังการเติบโตของรายได้ทางการท่องเที่ยวใน ๑๒ จังหวัดภายใต้โครงการ ๑๒ เมืองต้องห้าม...พลาด เติบโตอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังผลักดันให้จังหวัดขอนแก่นเป็นจังหวัดท่องเที่ยวหลัก ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ รวมกันไม่น้อยกว่า ๕ ล้านคนอย่างต่อเนื่อง และสานต่อการพัฒนาจังหวัดเชียงรายให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวที่สามารถทำการตลาดได้อย่างยั่งยืน โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายและสินค้าเสนอขายให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของพื้นที่ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าทางการท่องเที่ยวด้วยการต่อยอดเพิ่มมูลค่าภูมิปัญญาท้องถิ่น ขณะเดียวกัน จะกระจายกระแสการเดินทางไปในวันธรรมดา เพื่อลดความแออัดของการท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ โดยนำเสนอคุณค่าของการเดินทางในวันธรรมดาที่มากกว่าราคา เช่น ความเป็นส่วนตัวและประสบการณ์พิเศษไม่เหมือนใคร นอกจากนี้ จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าทางการท่องเที่ยวในพื้นที่รองภายใต้คลัสเตอร์ที่มีต้นทุนทางวัฒนธรรมด้วย Creative Tourism ใน 5 Clusters ได้แก่ อารยธรรมล้านนา อารยธรรมอีสานใต้ ลุ่มเจ้าพระยาตอนกลาง ฝั่งทะเลตะวันออก และอันดามัน ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวได้อีกทางหนึ่ง

สวนทุเรียน จ.จันทบุรี

กลยุทธ์สร้างความเข้มแข็งให้สังคมและรักษาสิ่งแวดล้อม

กระจายโอกาสทางการท่องเที่ยวสู่คนไทยที่มีรายได้ต่ำกว่า ๑๐,๐๐๐ บาทต่อเดือนโดยมุ่งหวังให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิต เสริมสร้างการเรียนรู้และส่งต่อความสุขไปยังคนไทยทุกกลุ่ม อันจะนำพาสังคมไทยไปสู่ความยั่งยืน รวมถึงสร้างกระแสให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางอย่างใส่ใจสิ่งแวดล้อมตามแนวคิด 7 Greens และทำกิจกรรมอนุรักษ์เพื่อลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมจากการเดินทางท่องเที่ยว

Simply Colourful for the East; and 'Pak Tai Pak Hmute Yude Welaa' – Wonderful Hideaway for Southern Thailand. In addition, Event Marketing was carried out to promote all the marketing themes designed specifically to highlight the distinct experiential differences of each region.

Expanding Those Market Bases with Spending Potential Strategy

Tourism among those with spending potential with per capita income from 45,000 Baht per month was encouraged. Among them were the Silver Group, aged between 55 - 70 years, women groups and those with special interests including the Millennial Family in search of creative tourism to enhance their children's skill development. For the high-end markets and those interested in adventure and outdoor activities, tourism experiences with sentimental values were offered. In response to these markets, tourism service products with value-enhanced benefits were presented based on product development and story creation along with the launch of the "Thong Thiao Withi Thai, Kekai Style Luek Sueng (Discover Thainess: Deep Immersion)" immersive marketing communication campaign under which tourism experiences with new life perspectives designed to match the demands of the target markets as tourists engaged in unique local experiences that are distinct to individual regions. Tourism products and services to be presented must be endorsed under tourism product development standards with Thailand Tourism Awards to be enhanced as Quality Mark while tourism marketing competitiveness for tour operators and related networks would be improved.

Distribution of Tourism Areas and Stay Periods Strategy

The distribution of tourism to secondary tourist destination to ease the heavy concentration of tourists in major destinations was endorsed with the purpose of growing sustainable tourism-generated revenue in 12 provinces under the 12 Hidden Gems campaign. The move was initiated to make Khon Kaen, a principal tourism city where the total number of domestic and international tourists combined was projected at over five million in the continued growth drive. In the meantime, the development of Chiang Rai Province as another principal tourist destination in northern Thailand was also expanded to ensure sustainable marketing efforts with target groups and product offers determined in conjunction with the province's distinct identities. Value creation for tourism products was reinforced to underline the values of local wisdom. At the same time, to promote weekday travel, tourists were encouraged to take weekday travel to avoid heavy tourist concentration during weekends and holiday seasons. Cost incentives, therefore, were promoted for weekday travels along with the benefits of better privacy and superb experiences unlike others. Moreover, value creation for tourism products in five clusters of secondary tourist destinations of Creative Tourism including Cultural Lanna, Cultural Southern Isan, Central Chao Phraya Basin, Eastern Seaboard and the Andaman Sea had been designated with their respective cultural assets to help boost the efforts of tourism distribution.

Strengthening Society and the Environment Strategy

By spreading tourism opportunities to people with monthly income under 10,000 Baht, the industry was expected to be instrumental to enhanced quality of life, learning experiences and shared happiness among Thai people to ultimately lead Thai society towards sustainability. In addition, the strategy was also expected to set the trend for domestic tourists to pay more attention to the environment based on the 7 Greens concepts and conservation activities planned to reduce environmental impacts from tourism.

พระปรางค์สามยอด จ.ลพบุรี

การบริหารจัดการองค์กร

กลยุทธ์เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กร

มุ่งเน้นการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานด้านสนับสนุนองค์กร ให้สอดคล้องกับเกณฑ์การประเมินคุณภาพรัฐวิสาหกิจ (SEPA) เพื่อพัฒนาองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูงเช่น ทบทวนกระบวนการจัดทำแผน กระบวนการติดตามและประเมินผล การบริหารจัดการภาวะวิกฤต กฎระเบียบและข้อบังคับให้มีความทันสมัย และปรับลดขั้นตอนและระยะเวลาการดำเนินงาน พร้อมทั้งมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาสนับสนุนในการทำงานเพื่อเพิ่มความคล่องตัวและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และส่งเสริมการกำกับดูแลการดำเนินงานขององค์กรให้เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล

อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร จ.กำแพงเพชร

กลยุทธ์เพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ของบุคลากร

มุ่งเน้นการพัฒนาระบบงานด้านทรัพยากรบุคคลให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล และสอดคล้องกับแนวทางตามเกณฑ์การประเมินคุณภาพรัฐวิสาหกิจ พร้อมทั้งขยายผลการดำเนินงานตามมาตรฐานให้ครอบคลุมบุคลากรกลุ่มต่าง ๆ ให้ทั่วถึงทั้งองค์กร อาทิ การดำเนินงานเรื่องเส้นทางความก้าวหน้าสายอาชีพ (Career Path) การประเมินผลการดำเนินงานรายตำแหน่ง การปรับปรุงกระบวนการรับสมัครพนักงานประจำปี อีกทั้งพัฒนาทักษะและความรู้ของบุคลากรอย่างต่อเนื่องให้สอดรับกับทิศทางการทำงานในปัจจุบันและอนาคต ส่งเสริมให้บุคลากรมีการจัดเก็บองค์ความรู้และนำองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กรมาสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ในการทำงานให้เกิดขึ้น ปรับปรุงการทำงานตามปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างความผูกพันของบุคลากรต่อองค์กรและสร้างการรับรู้และขับเคลื่อนค่านิยมองค์กร (TAT' SPIRITS) ให้เข้มแข็ง เพื่อเป็นแนวทางที่ยึดถือปฏิบัติทั่วทั้งองค์กร

กลยุทธ์เพิ่มมูลค่าและบริหารจัดการสินทรัพย์ขององค์กร

มุ่งเน้นการกำกับ ดูแล และบริหารจัดการทรัพย์สินที่มีอยู่ในครอบครองให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งที่ ททท. บริหารจัดการเอง ร่วมทุน และให้เอกชนเช่าสิทธิบริหาร พร้อมทั้งหาแนวทางการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อสร้างรายได้ให้แก่องค์กร อาทิ ออกแบบผลิตภัณฑ์น้องสุขใจให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย การพัฒนาอนุสาร อ.ส.ท. ให้ทันสมัย เข้าถึงกลุ่มผู้อ่านในวงกว้าง และรองรับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มต่าง ๆ ได้มากขึ้น รวมถึงการใช้ประโยชน์จาก อ.ส.ท. ในการเป็นช่องทางส่งเสริมตลาดท่องเที่ยวในประเทศ

กลยุทธ์ส่งเสริมการสื่อสารภายในองค์กรและแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

มุ่งเน้นการปรับปรุงระบบสื่อสารภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นการสื่อสารเนื้อหาที่สำคัญ อาทิ วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมองค์กร ให้พนักงานได้รับรู้อย่างทั่วถึงทั้งองค์กร นอกจากนี้ ยังขับเคลื่อนการดำเนินงานตามแผนแม่บท การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการจัดกิจกรรมสร้างความรู้ความเข้าใจและการมีส่วนร่วมเรื่องการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งกลุ่มเป้าหมายภายในและภายนอก เพื่อให้เกิดการดำเนินงานที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสามารถสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ ททท. ว่าเป็นองค์กรที่มีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

Organisational Management

Organisational Management Enhancement Strategy

Operational process enhancement geared towards organisational support was carried out in accordance with SEPA requirements to turn the organisation into a High Performance Organisation in areas including reviews of planning process, monitoring and assessment procedures, crisis management, rules and regulations. Ultimately, all the efforts were undertaken to ensure organisational modernisation to help streamline the operation and cut down on operational procedures with information technology system introduced for enhanced operational agility and better efficiency. In the meantime, corporate governance was vigorously promoted in compliance with good governance guidelines.

Boosting Personnel Productivity

TAT human resources management development underwent the process of enhancement based on international standards and SEPA quality assessment requirements while its appraisal criteria were expanded to include personnel organisation-wide. Accordingly, considerations were given to personnel Career Path, position-specific performance appraisal and improvement of annual Recruitment Procedures, among others. Meanwhile, ongoing personnel skill and knowledge development measures also took place based on the organisation's existing and future operational directions. TAT personnel was also encouraged to consistently update their knowledge management system through which creative innovation was to be initiated to ensure performance enhancement on the support of prevailing elements to boost organisational commitment, raise perception and further advance TAT Spirits as the practical organisational guidelines to keep the organisation strengthened.

Value Creation and Asset Management Improvement

Assets currently under its management was closely regulated and carried out to ensure TAT's optimum interest for those directly under its management, joint venture and those under private management right leases. The efforts involved the development and creation of organisational innovation in value creation for future revenue generation purposes for the organisation. Approaches were identified to take advantage of its intelligence property for the organisation's benefits. These included the diverse designs for Nong Suke Jai product range to make it appealing to different target markets, the enhancement of its flagship 'O So Tho' magazine to give it a modern touch, making it accessible to a wider readership, better respond to the demand of different consumer groups, and take full advantage of 'O So Tho' as the marketing promotion tool for domestic tourism.

Promoting the Organisation's Internal Communication and Corporate Social Responsibility Activities

The importance of TAT's internal communication system enhancement was heightened to achieve communication effectiveness in the communication of important corporate messages including its vision, mission and corporate values to better serve staff's perception of the organisation. Further efforts were made to ensure that it had its operation implemented according to its CSR Master Plan to substantiate its social responsibility commitment through activities organised to unanimously create among its internal and external target audiences a perception and understanding of and its participation in social responsibility, the moves capable of creating an enduring TAT's image as an organisation that was dedicated to social responsibility.

มวยไทย กรุงเทพฯ

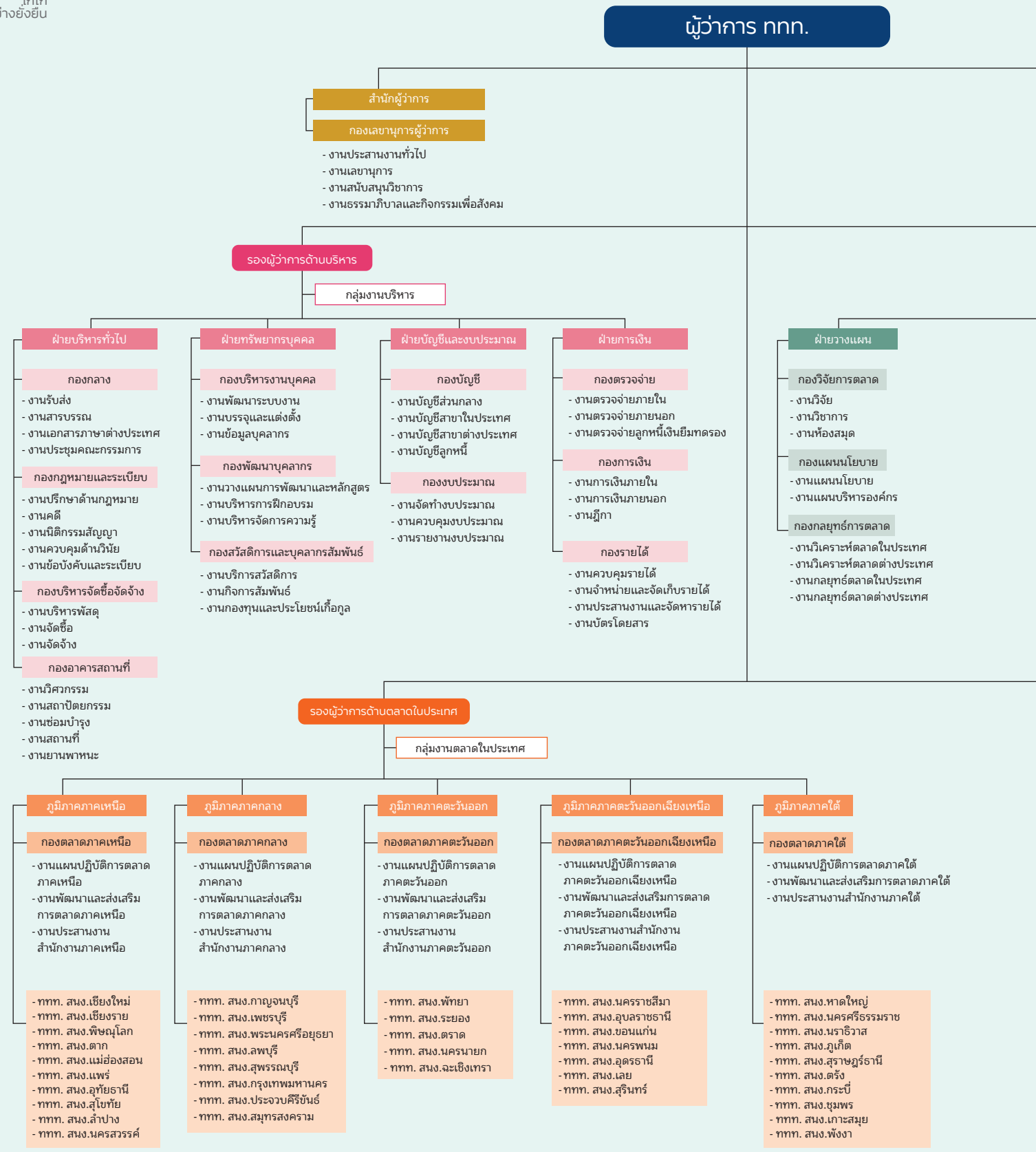
ดอยสะโง้ จ.เชียงราย

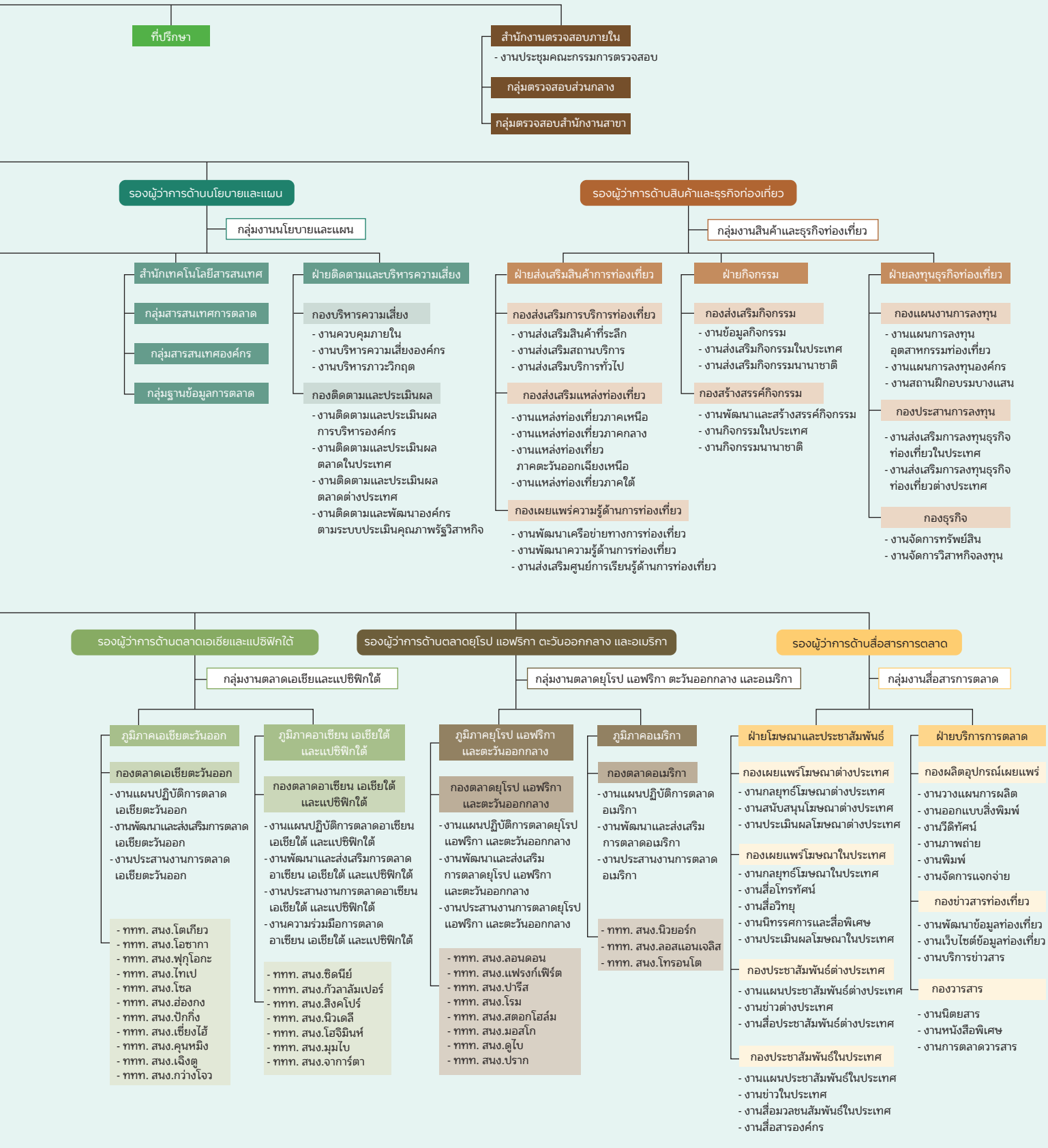
03/

โครงสร้างการบริหารองค์กร

TAT Corporate Structure

โครงสร้างองค์กร




ที่ปรึกษา
สำนักงานตรวจสอบภายใน
- งานประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ
กลุ่มตรวจสอบส่วนกลาง
กลุ่มตรวจสอบสำนักงานสาขา
รองผู้ว่าการด้านนโยบายและแผน
กลุ่มงานนโยบายและแผน
สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศ
กลุ่มสารสนเทศการตลาด
กลุ่มสารสนเทศองค์กร
กลุ่มฐานข้อมูลการตลาด
ฝ่ายติดตามและบริหารความเสี่ยง
กองบริหารความเสี่ยง
- งานควบคุมภายใน
- งานบริหารความเสี่ยงองค์กร
- งานบริหารภาวะวิกฤต
กองติดตามและประเมินผล
- งานติดตามและประเมินผลการบริหารองค์กร
- งานติดตามและประเมินผลตลาดในประเทศ
- งานติดตามและประเมินผลตลาดต่างประเทศ
- งานติดตามและพัฒนาองค์กรตามระบบประเมินคุณภาพรัฐวิสาหกิจ
รองผู้ว่าการด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว
กลุ่มงานสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว
ฝ่ายส่งเสริมสินค้าการท่องเที่ยว
กองส่งเสริมการบริการท่องเที่ยว
- งานส่งเสริมสินค้าที่ระลึก
- งานส่งเสริมสถานบริการ
- งานส่งเสริมบริการทั่วไป
กองส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว
- งานแหล่งท่องเที่ยวภาคเหนือ
- งานแหล่งท่องเที่ยวภาคกลาง
- งานแหล่งท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- งานแหล่งท่องเที่ยวภาคใต้
กองเผยแพร่ความรู้ด้านการท่องเที่ยว
- งานพัฒนาเครือข่ายทางการท่องเที่ยว
- งานพัฒนาความรู้ด้านการท่องเที่ยว
- งานส่งเสริมศูนย์การเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยว
ฝ่ายกิจกรรม
กองส่งเสริมกิจกรรม
- งานข้อมูลกิจกรรม
- งานส่งเสริมกิจกรรมในประเทศ
- งานส่งเสริมกิจกรรมนานาชาติ
กองสร้างสรรค์กิจกรรม
- งานพัฒนาและสร้างสรรค์กิจกรรม
- งานกิจกรรมในประเทศ
- งานกิจกรรมนานาชาติ
ฝ่ายลงทุนธุรกิจท่องเที่ยว
กองแผนงานการลงทุน
- งานแผนการลงทุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- งานแผนการลงทุนองค์กร
- งานสถานฝึกอบรมบางแสน
กองประสานการลงทุน
- งานส่งเสริมการลงทุนธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศ
- งานส่งเสริมการลงทุนธุรกิจท่องเที่ยวต่างประเทศ
กองธุรกิจ
- งานจัดการทรัพย์สิน
- งานจัดการวิสาหกิจลงทุน
รองผู้ว่าการด้านตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้
กลุ่มงานตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้
ภูมิภาคเอเชียตะวันออก
กองตลาดเอเชียตะวันออก
- งานแผนปฏิบัติการตลาดเอเชียตะวันออก
- งานพัฒนาและส่งเสริมการตลาดเอเชียตะวันออก
- งานประสานงานการตลาดเอเชียตะวันออก
- ททท. สนง.โตเกียว
- ททท. สนง.โอซากา
- ททท. สนง.ฟุกุโอกะ
- ททท. สนง.ไทเป
- ททท. สนง.โซล
- ททท. สนง.ฮ่องกง
- ททท. สนง.ปักกิ่ง
- ททท. สนง.เซี่ยงไฮ้
- ททท. สนง.คุนหมิง
- ททท. สนง.เฉิงตู
- ททท. สนง.กว่างโจว
ภูมิภาคอาเซียน เอเชียใต้ และแปซิฟิกใต้
กองตลาดอาเซียน เอเชียใต้ และแปซิฟิกใต้
- งานแผนปฏิบัติการตลาดอาเซียน เอเชียใต้ และแปซิฟิกใต้
- งานพัฒนาและส่งเสริมการตลาดอาเซียน เอเชียใต้ และแปซิฟิกใต้
- งานประสานงานการตลาดอาเซียน เอเชียใต้ และแปซิฟิกใต้
- งานความร่วมมือการตลาดอาเซียน เอเชียใต้ และแปซิฟิกใต้
- ททท. สนง.ซิดนีย์
- ททท. สนง.กัวลาลัมเปอร์
- ททท. สนง.สิงคโปร์
- ททท. สนง.นิวเดลี
- ททท. สนง.โฮจิมินห์
- ททท. สนง.มุมไบ
- ททท. สนง.จาการ์ตา
รองผู้ว่าการด้านตลาดยุโรป แอฟริกา ตะวันออกกลาง และอเมริกา
กลุ่มงานตลาดยุโรป แอฟริกา ตะวันออกกลาง และอเมริกา
ภูมิภาคยุโรป แอฟริกา และตะวันออกกลาง
กองตลาดยุโรป แอฟริกา และตะวันออกกลาง
- งานแผนปฏิบัติการตลาดยุโรป แอฟริกา และตะวันออกกลาง
- งานพัฒนาและส่งเสริมการตลาดยุโรป แอฟริกา และตะวันออกกลาง
- งานประสานงานการตลาดยุโรป แอฟริกา และตะวันออกกลาง
- ททท. สนง.ลอนดอน
- ททท. สนง.แฟรงก์เฟิร์ต
- ททท. สนง.ปารีส
- ททท. สนง.โรม
- ททท. สนง.สตอกโฮล์ม
- ททท. สนง.มอสโก
- ททท. สนง.ดูไบ
- ททท. สนง.ปราก
ภูมิภาคอเมริกา
กองตลาดอเมริกา
- งานแผนปฏิบัติการตลาดอเมริกา
- งานพัฒนาและส่งเสริมการตลาดอเมริกา
- งานประสานงานการตลาดอเมริกา
- ททท. สนง.นิวยอร์ก
- ททท. สนง.ลอสแอนเจลิส
- ททท. สนง.โทรอนโต
รองผู้ว่าการด้านสื่อสารการตลาด
กลุ่มงานสื่อสารการตลาด
ฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์
กองเผยแพร่โฆษณาต่างประเทศ
- งานกลยุทธ์โฆษณาต่างประเทศ
- งานสนับสนุนโฆษณาต่างประเทศ
- งานประเมินผลโฆษณาต่างประเทศ
กองเผยแพร่โฆษณาในประเทศ
- งานกลยุทธ์โฆษณาในประเทศ
- งานสื่อโทรทัศน์
- งานสื่อวิทยุ
- งานนิทรรศการและสื่อพิเศษ
- งานประเมินผลโฆษณาในประเทศ
กองประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ
- งานแผนประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ
- งานข่าวต่างประเทศ
- งานสื่อประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ
กองประชาสัมพันธ์ในประเทศ
- งานแผนประชาสัมพันธ์ในประเทศ
- งานข่าวในประเทศ
- งานสื่อมวลชนสัมพันธ์ในประเทศ
- งานสื่อสารองค์กร
ฝ่ายบริการการตลาด
กองผลิตอุปกรณ์เผยแพร่
- งานวางแผนการผลิต
- งานออกแบบสิ่งพิมพ์
- งานวีดิทัศน์
- งานภาพถ่าย
- งานพิมพ์
- งานจัดการแจกจ่าย
กองข่าวสารท่องเที่ยว
- งานพัฒนาข้อมูลท่องเที่ยว
- งานเว็บไซต์ข้อมูลท่องเที่ยว
- งานบริการข่าวสาร
กองวารสาร
- งานนิตยสาร
- งานหนังสือพิเศษ
- งานการตลาดวารสาร

Organisation Chart

Offices under the Governor

Office of the Governor

Secretariat to the Governor Division

- General Work Section
- Secretarial Work Section
- Academic Work Section
- Corporate Governance and Social Responsibility Activities Section

Offices under the Deputy Governor for Administration

Administration Group

General Administration Department

General Affairs Division
- Dispatch Section
- Document Management Section
- Translation and Correspondence Section
- Conference Work Section

Legal Affairs and Regulations Division
- Legal Advisory Section
- Litigation Section
- Juristic Acts and Contracts Section
- Disciplinary Control Section
- Rules and Regulations Section

Procurement and Supply Management Division
- Supply Management Section
- Purchasing Section
- Hiring Section

Property Division
- Engineering Section
- Architectural Section
- Maintenance Section
- Household Section
- Transportation Section

Human Resources Department

Personnel Division
- System Development Section
- Personnel Management Section
- Personnel Records Section

Personnel Development Division
- Planning and Curricula Development Section
- Training Management Section
- Knowledge Management Section

Welfare and Personnel Relations Division
- Welfare Services Section
- Affairs Relations Section
- Funds and Fringe Benefits Section

Budget and Accounting Department

Accounting Division
- General Accounting Section
- Domestic Office Accounting Section
- Overseas Office Accounting Section
- Accounts Receivable Section

Budget Analysis Division
- Budget Section
- Budget Control Section
- Budget Report Section

Finance Department

Payment Audit Division
- Internal Payment Audit Section
- External Payment Audit Section
- Advance Payment Audit Section

Finance Division
- Internal Cashier Section
- External Cashier Section
- Budget Reimbursement Section

Revenue Division
- Revenue Control Section
- Revenue Collection Section
- Revenue Procurement Section
- Ticketing Section

Planning Department

Market Research Division
- Research Section
- Academic Section
- Library Section

Policy Planning Division
- Policy Planning Section
- Administrative Planning Section

Marketing Strategy Division
- Domestic Marketing Analysis Section
- Overseas Marketing Analysis Section
- Domestic Marketing Strategy Section
- Overseas Marketing Strategy Section

Offices under the Deputy Governor for Domestic Marketing

Domestic Marketing Group

Northern Region

Northern Market Division
- Northern Marketing Action Plan Section
- Northern Marketing Development and Promotion Section
- Northern Offices Coordination Section

- TAT Chiang Mai Office
- TAT Chiang Rai Office
- TAT Phitsanulok Office
- TAT Tak Office
- TAT Mae Hong Son Office
- TAT Phrae Office
- TAT Uthai Thani Office
- TAT Sukhothai Office
- TAT Lampang Office
- TAT Nakhon Sawan Office

Central Region

Central Market Division
- Central Region Marketing Action Plan Section
- Central Region Marketing Development and Promotion Section
- Central Region Offices Coordination Section

- TAT Kanchanaburi Office
- TAT Phetchaburi Office
- TAT Phra Nakhon Si Ayutthaya Office
- TAT Lop Buri Office
- TAT Suphan Buri Office
- TAT Bangkok Office
- TAT Prachuap Khiri Khan Office
- TAT Samut Songkhram Office

Eastern Region

Eastern Market Division
- Eastern Marketing Action Plan Section
- Eastern Marketing Development and Promotion Section
- Eastern Offices Coordination Section

- TAT Pattaya Office
- TAT Rayong Office
- TAT Trat Office
- TAT Nakhon Nayok Office
- TAT Chachoengsao Office

Northeastern Region

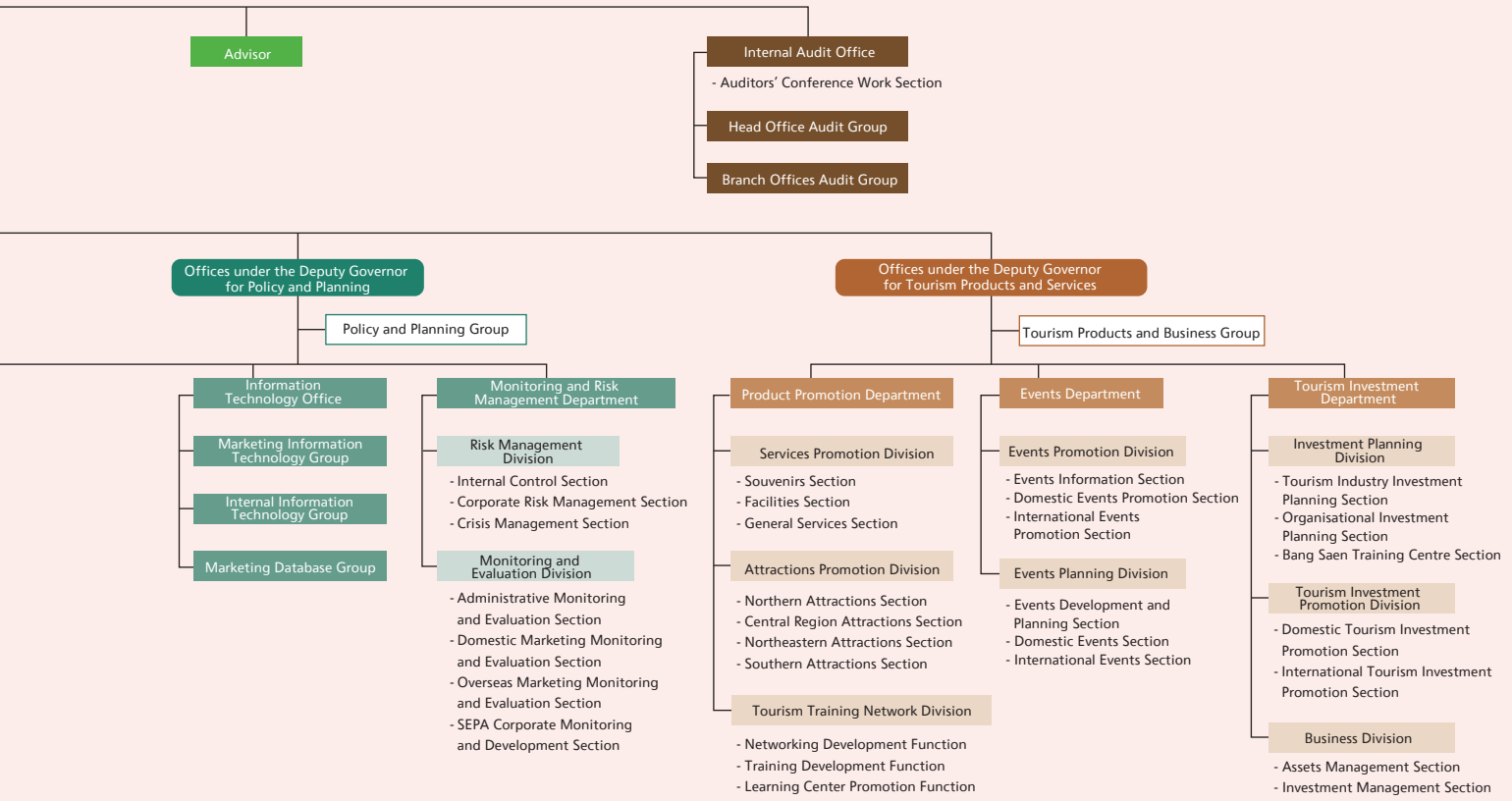
Northeastern Market Division
- Northeastern Marketing Action Plan Section
- Northeastern Marketing Development and Promotion Section
- Northeastern Offices Coordination Section

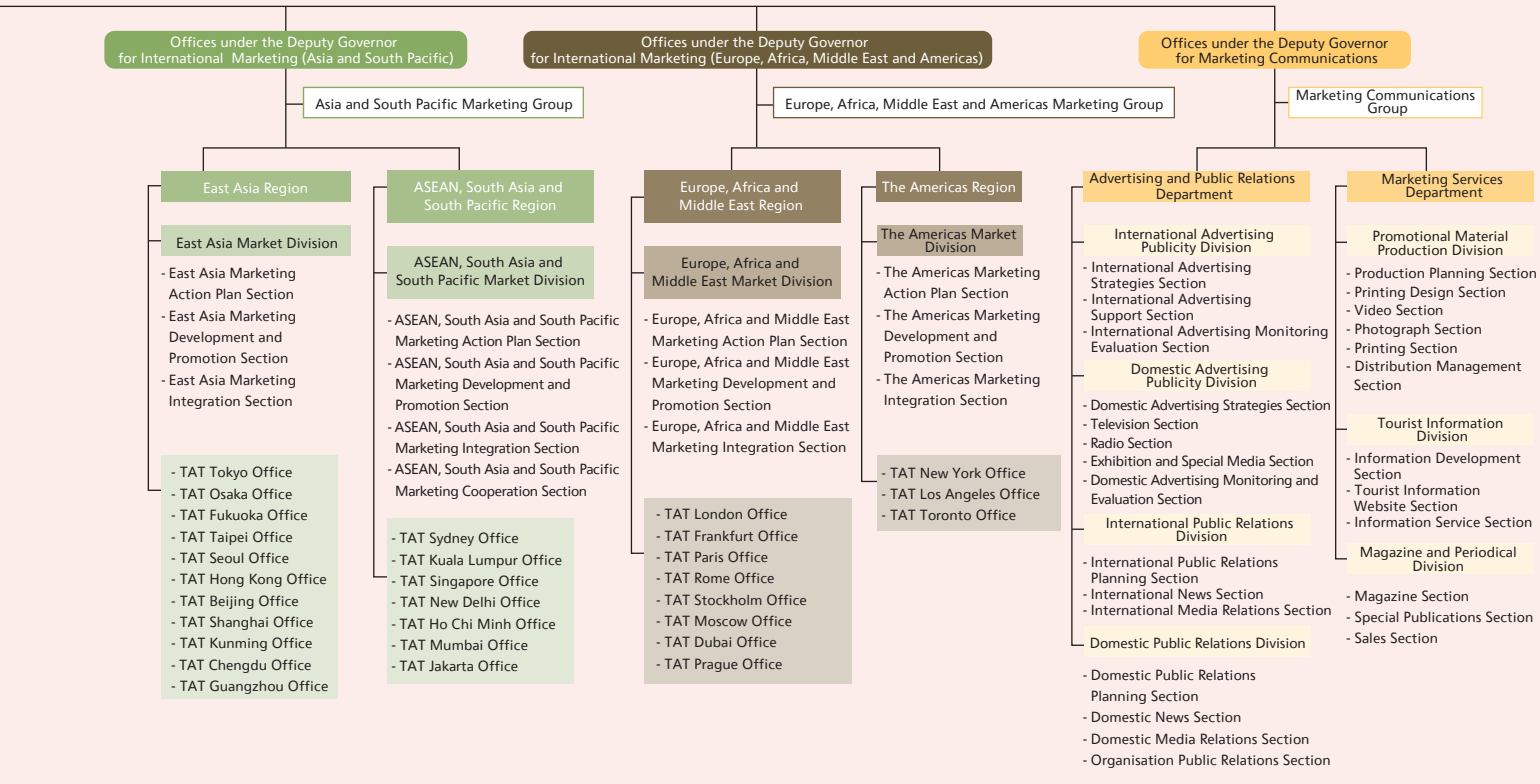
- TAT Nakhon Ratchasima Office
- TAT Ubon Ratchathani Office
- TAT Khon Kaen Office
- TAT Nakhon Phanom Office
- TAT Udon Thani Office
- TAT Loei Office
- TAT Surin Office

Southern Region

Southern Market Division
- Southern Marketing Action Plan Section
- Southern Marketing Development and Promotion Section
- Southern Offices Coordination Section

- TAT Hat Yai Office
- TAT Nakhon Si Thammarat Office
- TAT Narathiwat Office
- TAT Phuket Office
- TAT Surat Thani Office
- TAT Trang Office
- TAT Krabi Office
- TAT Chumphon Office
- TAT Ko Samui Office
- TAT Phang-nga Office


Advisor
Internal Audit Office
- Auditors' Conference Work Section
Head Office Audit Group
Branch Offices Audit Group
Offices under the Deputy Governor for Policy and Planning
Policy and Planning Group
Information Technology Office
Marketing Information Technology Group
Internal Information Technology Group
Marketing Database Group
Monitoring and Risk Management Department
Risk Management Division
- Internal Control Section
- Corporate Risk Management Section
- Crisis Management Section
Monitoring and Evaluation Division
- Administrative Monitoring and Evaluation Section
- Domestic Marketing Monitoring and Evaluation Section
- Overseas Marketing Monitoring and Evaluation Section
- SEPA Corporate Monitoring and Development Section
Offices under the Deputy Governor for Tourism Products and Services
Tourism Products and Business Group
Product Promotion Department
Services Promotion Division
- Souvenirs Section
- Facilities Section
- General Services Section
Attractions Promotion Division
- Northern Attractions Section
- Central Region Attractions Section
- Northeastern Attractions Section
- Southern Attractions Section
Tourism Training Network Division
- Networking Development Function
- Training Development Function
- Learning Center Promotion Function
Events Department
Events Promotion Division
- Events Information Section
- Domestic Events Promotion Section
- International Events Promotion Section
Events Planning Division
- Events Development and Planning Section
- Domestic Events Section
- International Events Section
Tourism Investment Department
Investment Planning Division
- Tourism Industry Investment Planning Section
- Organisational Investment Planning Section
- Bang Saen Training Centre Section
Tourism Investment Promotion Division
- Domestic Tourism Investment Promotion Section
- International Tourism Investment Promotion Section
Business Division
- Assets Management Section
- Investment Management Section


Offices under the Deputy Governor for International Marketing (Asia and South Pacific)
Asia and South Pacific Marketing Group
East Asia Region
East Asia Market Division
- East Asia Marketing Action Plan Section
- East Asia Marketing Development and Promotion Section
- East Asia Marketing Integration Section
- TAT Tokyo Office
- TAT Osaka Office
- TAT Fukuoka Office
- TAT Taipei Office
- TAT Seoul Office
- TAT Hong Kong Office
- TAT Beijing Office
- TAT Shanghai Office
- TAT Kunming Office
- TAT Chengdu Office
- TAT Guangzhou Office
ASEAN, South Asia and South Pacific Region
ASEAN, South Asia and South Pacific Market Division
- ASEAN, South Asia and South Pacific Marketing Action Plan Section
- ASEAN, South Asia and South Pacific Marketing Development and Promotion Section
- ASEAN, South Asia and South Pacific Marketing Integration Section
- ASEAN, South Asia and South Pacific Marketing Cooperation Section
- TAT Sydney Office
- TAT Kuala Lumpur Office
- TAT Singapore Office
- TAT New Delhi Office
- TAT Ho Chi Minh Office
- TAT Mumbai Office
- TAT Jakarta Office
Offices under the Deputy Governor for International Marketing (Europe, Africa, Middle East and Americas)
Europe, Africa, Middle East and Americas Marketing Group
Europe, Africa and Middle East Region
Europe, Africa and Middle East Market Division
- Europe, Africa and Middle East Marketing Action Plan Section
- Europe, Africa and Middle East Marketing Development and Promotion Section
- Europe, Africa and Middle East Marketing Integration Section
- TAT London Office
- TAT Frankfurt Office
- TAT Paris Office
- TAT Rome Office
- TAT Stockholm Office
- TAT Moscow Office
- TAT Dubai Office
- TAT Prague Office
The Americas Region
The Americas Market Division
- The Americas Marketing Action Plan Section
- The Americas Marketing Development and Promotion Section
- The Americas Marketing Integration Section
- TAT New York Office
- TAT Los Angeles Office
- TAT Toronto Office
Offices under the Deputy Governor for Marketing Communications
Marketing Communications Group
Advertising and Public Relations Department
International Advertising Publicity Division
- International Advertising Strategies Section
- International Advertising Support Section
- International Advertising Monitoring Evaluation Section
Domestic Advertising Publicity Division
- Domestic Advertising Strategies Section
- Television Section
- Radio Section
- Exhibition and Special Media Section
- Domestic Advertising Monitoring and Evaluation Section
International Public Relations Division
- International Public Relations Planning Section
- International News Section
- International Media Relations Section
Domestic Public Relations Division
- Domestic Public Relations Planning Section
- Domestic News Section
- Domestic Media Relations Section
- Organisation Public Relations Section
Marketing Services Department
Promotional Material Production Division
- Production Planning Section
- Printing Design Section
- Video Section
- Photograph Section
- Printing Section
- Distribution Management Section
Tourist Information Division
- Information Development Section
- Tourist Information Website Section
- Information Service Section
Magazine and Periodical Division
- Magazine Section
- Special Publications Section
- Sales Section

คณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
TAT Board of Directors

รายชื่อคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปีงบประมาณ ๒๕๖๑

๑. **นายกลินท์ สารสิน**
ประธานกรรมการ
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๒ ตุลาคม ๒๕๕๗ - ปัจจุบัน

๒. **นายพงษ์ภาณุ เศวตรุนทร์**
กรรมการ
ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๑ ตุลาคม ๒๕๕๘ - ปัจจุบัน

๓. **นายนรินทร์ กัลยาณมิตร**
กรรมการ
รองปลัดกระทรวงการคลัง
ผู้แทนปลัดกระทรวงการคลัง
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๓๐ มีนาคม ๒๕๕๘ - ปัจจุบัน

๔. **นางสาวบุษฎี สันติพิทักษ์**
กรรมการ
อธิบดีกรมสารนิเทศ
ผู้แทนปลัดกระทรวงการต่างประเทศ
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๒๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐ - ปัจจุบัน

๕. **นายกฤชเทพ สิมลี**
กรรมการ
รองปลัดกระทรวงคมนาคม
ผู้แทนปลัดกระทรวงคมนาคม
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๒๕ มกราคม ๒๕๖๐ - ปัจจุบัน

๖. **นายวิชัย โภชนกิจ**
กรรมการ
รองปลัดกระทรวงพาณิชย์
ผู้แทนปลัดกระทรวงพาณิชย์
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๑๒ ตุลาคม ๒๕๖๐ - ปัจจุบัน

๗. **นายนิสิต จันทร์สมวงศ์**
กรรมการ
รองปลัดกระทรวงมหาดไทย
ผู้แทนปลัดกระทรวงมหาดไทย
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๑๙ ตุลาคม ๒๕๖๐ - ปัจจุบัน

Member list of the TAT Board of Directors, Fiscal Year 2018

1. **Mr. Kalin Sarasin**
   Chairman of the TAT Board of Directors
   Term in office from 2 October 2014 - present

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

3. **Mr. Narin Kalayanamit**
   Member of the TAT Board of Directors
   Deputy Permanent Secretary, Representative of Permanent Secretary, Ministry of Finance
   Term in office from 30 March 2015 - present

4. **Miss. Busadee Santipitaks**
   Member of the TAT Board of Directors
   Director-General, Department of Information
   Representative of Permanent Secretary, Ministry of Foreign Affairs
   Term in office from 24 February 2017 - present

5. **Mr. Krichthep Simlee**
   Member of the TAT Board of Directors
   Deputy Permanent Secretary
   Representative of Permanent Secretary, Ministry of Transport
   Term in office from 25 January 2017 - present

6. **Mr. Whichai Phochanakij**
   Member of the TAT Board of Directors
   Deputy Permanent Secretary
   Representative of Permanent Secretary, Ministry of Commerce
   Term in office from 12 October 2017 - present

7. **Mr. Nisit Jansomwong**
   Member of the TAT Board of Directors
   Deputy Permanent Secretary
   Representative of Permanent Secretary, Ministry of Interior
   Term in office from 19 October 2017 - present

๘. นายโกมล จิรชัยสุทธิกุล
กรรมการ
กรรมการร่างกฎหมายประจำ
ผู้แทนเลขาธิการคณะกรรมการกฤษฎีกา
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๒๐ ตุลาคม ๒๕๖๐ - ปัจจุบัน

๙. นายอิทธิฤทธิ์ กิ่งเล็ก
กรรมการ
ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๗ ตุลาคม ๒๕๕๗ - ปัจจุบัน

๑๐. นางศิริรัตน์ เด่นวรพงษาสุข
กรรมการ
ผู้แทนสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๑ ธันวาคม ๒๕๕๗ - ปัจจุบัน

๑๑. นายวุฒิชัย เหลืองอมรเลิศ
กรรมการ
ผู้แทนสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๒๒ ธันวาคม ๒๕๕๙ - ปัจจุบัน

๑๒. พลเอก ภาณุวัชร นาควงษ์
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๒ ตุลาคม ๒๕๕๗ - ปัจจุบัน

๑๓. นายสุรัตน์ เมฆวรากุล
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๒ ตุลาคม ๒๕๕๗ - ปัจจุบัน

๑๔. นางอังครัตน์ เพรียบจริยวัฒน์
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๒ ตุลาคม ๒๕๕๗ - ปัจจุบัน

๑๕. นายยุทธศักดิ์ สุภสร
กรรมการและเลขานุการ
ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ได้รับแต่งตั้งเมื่อ ๑ กันยายน ๒๕๕๘ - ปัจจุบัน

8. **Mr. Komon Jirachaisudtigkun**
Member of the TAT Board of Directors
Permanent Law Councillor
Representative of Secretary-General,
Office of the Council of State
Term in office from 20 October 2017 - present

9. **Mr. Ittirit Kinglake**
Member of the TAT Board of Directors
President of Tourism Council of Thailand
Term in office from 7 October 2014 - present

10. **Mrs. Sirirat Denvorapongsasuk**
Member of the TAT Board of Directors
Representative of Tourism Council of Thailand
Term in office from 1 December 2014 - present

11. **Mr. Wuthichai Luangamornlert**
Member of the TAT Board of Directors
Representative of Tourism Council of Thailand
Term in office from 22 December 2016 - present

12. **Gen. Parnuvach Narkavong**
Member of the TAT Board of Directors
Qualified Member
Term in office from 2 October 2014 - present

13. **Mr. Surat Mekavarakul**
Member of the TAT Board of Directors
Qualified Member
Term in office from 2 October 2014 - present

14. **Mrs. Angkarat Priebjrivat**
Member of the TAT Board of Directors
Qualified Member
Term in office from 2 October 2014 - present

15. **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

ประวัติคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
Profiles of the TAT Board of Directors

นายกลินท์ สารสิน

อายุ ๕๗ ปี

ประธานกรรมการ

การศึกษา

- หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร (วปอ.) รุ่นที่ ๕๗
- หลักสูตรผู้บริหารระดับสูง วิทยาการตลาดทุน (วตท. รุ่นที่ 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 บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)
- นายกสมาคมไทย-ญี่ปุ่น
- ประธานกรรมการมูลนิธิ พลตำรวจเอก เภา สารสิน

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ

- กรรมการสภากาชาดไทย
- กรรมการสานพลังประชารัฐ หัวหน้าภาคเอกชน คณะทำงานส่งเสริม SMEs & Productivity (D2) และด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวและ MICE (D3)
- กรรมการธนาคารกสิกรไทย
- กรรมการบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด
- กรรมการยุทธศาสตร์ชาติ
- กรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก
- กรรมการส่งเสริมการลงทุน
- กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ คณะกรรมการภูมิสารสนเทศแห่งชาติ
- กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ คณะกรรมการดิจิตัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- อดีตกรรมการผู้จัดการ บริษัท เอสซีจี เทรดดิ้ง จำกัด
- อดีตกรรมการการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ (สปท.)

Mr. Kalin Sarasin

Age 57 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, Board of Directors, Thai Chamber of Commerce and Board of Trade of Thailand.
- Director – Government Liaison and Public Affairs, Siam Cement Public Company Limited.
- President, Thai - Japanese Association.
- Chairman, Board of Directors, Pol. Gen. Pow Sarasin Foundation.

Director/Senior Executive in Other Organisations

- Member, Council of the Thai Red Cross Society.
- 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, Board of Directors, Kasikorn Bank Public Company Limited.
- Member, Board of Directors, Toyota Motor Thailand Company Limited.
- Member, National Strategy Committee.
- Eastern Special Development Zone Policy Committee.
- Member, Board of Investment.
- Qualified member, National Geo-Informatics Board.
- Qualified member, National Digital Economy and Society Commission.
- Former Managing Director, SCG Trading Company Limited.
- Former Member, National Reform Steering Assembly (NRSA).

นายพงษ์ภาณุ เศวตรุนทร์

อายุ ๕๙ ปี

กรรมการ

Mr. Pongpanu Svetarundra

Age 59 years

Member

การศึกษา

- Master of Art, Economics, Northwestern University, U.S.A.
- Bachelor of Commerce in Economics, The University of Auckland, New Zealand
- Advanced Management Program, Harvard Business School

ประวัติการทำงาน

- ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- รองปลัดกระทรวงการคลัง
- อธิบดีกรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง
- อธิบดีกรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง
- ผู้อำนวยการสำนักงานบริหารหนี้สาธารณะ
- รองผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง
- ผู้อำนวยการกองนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ

- กรรมการ ในคณะกรรมการการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.)
- กรรมการ การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย
- กรรมการ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
- กรรมการ บริษัท พีอีเอ เอ็นคอม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
- ประธานกรรมการ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย
- กรรมการ กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ
- กรรมการและเลขานุการ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา
- กรรมการ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)
- กรรมการการลงทุนและกรรมการกำกับการดำเนินงานของกองทุนรวมวายุภักษ์
- กรรมการ การประปาส่วนภูมิภาค
- กรรมการ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน)
- กรรมการ การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
- กรรมการ ศูนย์ให้คำปรึกษาทางการเงินสำหรับวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และประชาชน (ศงป.)
- กรรมการ บริษัทหลักทรัพย์เพื่อธุรกิจหลักทรัพย์ (TSFC)
- กรรมการ กองทุนเพื่อการฟื้นฟูและพัฒนาระบบสถาบันการเงิน (FIDF)
- ประธานกรรมการ บรรษัทตลาดรองสินเชื่อที่อยู่อาศัย

Educational Background:

- Master of Arts, Economics, Northwestern University, U.S.A.
- Bachelor of Commerce in Economics, The University of Auckland, New Zealand.
- Advanced Management Programme, Harvard Business School.

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, Public Debt Management Office.
- Deputy Director, Fiscal Policy Office.
- Director, International Economic Policy Division, Fiscal Policy Office.

Director/Senior Executive in Other Organisations:

- Member, Board of Directors, Sports Authority of Thailand (SAT).
- Member, Mass Rapid Transit Authority of Thailand.
- Member, Board of Directors, TMB Bank Public Company Limited.
- Member, Board of Directors, PEA Encom International Company Limited.
- Chairman, Board of Directors, Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand.
- Member, Government Pension Fund (Thailand).
- Member and Secretary, Student Loans Scheme Committee.
- Member, Board of Directors, TOT Public Company Limited.
- Member, Board of Investment Committee and Board of Vayupak Mutual Funds Regulatory Committee.
- Member, Board of Directors, Provincial Waterworks Authority Committee.
- Member, Board of Directors, Bank Thai Public Company Limited.
- Member, Board of Directors, Industrial Estate Authority of Thailand.
- Member, SMEs Financial Advisory Centre (SFAC).
- Member, Board of Directors, TSFC Securities Public Company Limited.
- Member, Financial Institutions Development Fund (FIDF).
- Chairman, Board of Directors, Secondary Mortgage Corporation (SMC).

นายนรินทร์ กัลยาณมิตร

อายุ ๖๐ ปี

กรรมการ

Mr. Narin Kalayanamit

Age 60 years

Member

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 กรมศุลกากร

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ

- กรรมการธนาคารอาคารสงเคราะห์
- กรรมการบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)

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 Studies Institute (NDC Class 50), National Defence College, National Defence Studies Institute.
- Senior Administration Programme, Class 48, Interior College, Damrong Rajanubhab 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, Customs Department.

Director/Senior Executive in Other Organisations:

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

นางสาวบุษฎี สันติพิทักษ์

อายุ ๕๔ ปี

กรรมการ

Miss Busadee Santipitaks

Age 54 years

Member

การศึกษา

- ปริญญาโท (M.A.L.D.) ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ The Fletcher School of Law and Diplomacy, Tufts University สหรัฐอเมริกา
- ปริญญาตรี (B.A. Honours) วรรณคดีอังกฤษ Delhi University สาธารณรัฐอินเดีย

ประวัติการทำงาน

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

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ

- กรรมการสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
- กรรมการมูลนิธิรางวัลสมเด็จเจ้าฟ้ามหิดล ในพระบรมราชูปถัมภ์
- กรรมการมูลนิธิรางวัลสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี ในพระบรมราชูปถัมภ์
- กรรมการกิจการต่างประเทศ มูลนิธิรางวัลสมเด็จเจ้าฟ้ามหาจักรี
- กรรมการมูลนิธิยุวทูตความดีในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี
- กรรมการมูลนิธิไทย

Educational Background:

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

Working Experience:

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

Director/Senior Executive in Other Organisations:

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

นายกฤชเทพ สิมลี

อายุ ๖๐ ปี

กรรมการ

Mr. Krichthep Simlee

Age 60 years

Member

การศึกษา

- ปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
  สาขาผู้นำทางสังคม ธุรกิจและการเมือง มหาวิทยาลัยรังสิต
- ปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต
  สาขาวิศวกรรมโยธา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประวัติการทำงาน

- รองปลัดกระทรวงคมนาคม
- ผู้ตรวจราชการกระทรวงคมนาคม
- รองอธิบดีกรมทางหลวงชนบท
- ผู้อำนวยการสำนักก่อสร้างทาง กรมทางหลวงชนบท

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ

- กรรมการการท่าเรือแห่งประเทศไทย
- กรรมการบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)

Educational Background:

- Master of Arts (Leadership in Society, Business and Politics Programme), Rangsit University.
- Bachelor of Engineering Program (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, Board of Directors, Port Authority of Thailand.
- Member, Board of Directors, Airports of Thailand Public Company Limited.

นายวิชัย โภชนกิจ

อายุ ๕๘ ปี

กรรมการ

การศึกษา

- ปริญญาโท คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ปริญญาตรี คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ปริญญาตรี คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- หลักสูตรผู้ตรวจราชการกระทรวง ปี ๒๕๕๙
- วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร (วปอ. รุ่นที่ ๕๕)
- หลักสูตรผู้บริหารระดับสูง (๒) รุ่นที่ ๗ ปี ๒๕๕๙
- หลักสูตรผู้บริหารระดับสูง รุ่นที่ ๖๔ ปี ๒๕๕๑

ประวัติการทำงาน

- รองปลัดกระทรวงพาณิชย์
- ผู้ตรวจราชการกระทรวงพาณิชย์
- รองอธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า
- รองอธิบดีกรมการค้าภายใน
- ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านต้นทุนและกำหนดราคาสินค้า กรมการค้าภายใน
- ผู้อำนวยการกองส่งเสริมและพัฒนาการตลาด กรมการค้าภายใน
- เลขานุการกรม กรมการค้าภายใน
- ผู้อำนวยการกลุ่มงานปศุสัตว์และสัตว์น้ำ กรมการค้าภายใน

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ

- กรรมการในคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย
- กรรมการในคณะกรรมการบริหารสำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย
- กรรมการในคณะกรรมการบริษัท อ้อยและน้ำตาลไทย จำกัด
- กรรมการในคณะกรรมการสำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน)
- กรรมการในคณะกรรมการองค์การคลังสินค้า
- กรรมการในคณะกรรมการองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.)
- เลขาธิการในคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า

Mr. Whichai Phochanakij

Age 58 years

Member

Educational Background:

- Master of Political Science, Thammasat University.
- Bachelor of Law, Thammasat University.
- Bachelor of Economics, Ramkamhaeng University.
- Ministerial Inspector General Course, 2016.
- National Defence Institute (NDC Class 55).
- Senior Executive Course II (Class 7), 2016.
- Senior Executive Course (Class 64), 2008.

Working Experience:

- Deputy Permanent Secretary, Ministry of Commerce.
- Inspector General, Ministry of Commerce.
- Deputy Director-General, Department of Business Development.
- Deputy Director-General, Department of Internal Trade.
- Senior Expert on Cost and Pricing, Department of Internal Trade.
- Director, Division of Market Promotion and Development, Department of Internal Trade.
- Department Secretary, Department of Internal Trade.
- Director, Livestock and Fisheries Group, Department of Internal Trade.

Director/Senior Executive in Other Organisations:

- Member, Board of Directors, the Cane and Sugar Board.
- Member, Board of Directors, Office of the Cane and Sugar Board.
- Member, Board of Directors, Thai Cane and Sugar Company Limited.
- Member, Board of Directors, Agricultural Research Development Agency (Public Organisation).
- Member, Public Warehouse Organisation Board.
- Member, Board of Dairy Farming Promotion Organization of Thailand (DPO).
- Secretary, Trade Competition Committee.

นายนิสิต จันทร์สมวงศ์

อายุ ๕๖ ปี

กรรมการ

การศึกษา

- ปริญญาโท รัฐศาสตรมหาบัณฑิต การปกครอง (เกียรตินิยมดีเยี่ยม) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปริญญาตรี รัฐศาสตรบัณฑิต การปกครอง (เกียรตินิยมอันดับ ๑ เหรียญทอง) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการทำงาน

- รองปลัดกระทรวงมหาดไทย
- ผู้ว่าราชการจังหวัดนนทบุรี
- ผู้ว่าราชการจังหวัดภูเก็ต
- ผู้ว่าราชการจังหวัดราชบุรี
- ผู้ว่าราชการจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- ผู้ตรวจราชการกระทรวงมหาดไทย
- รองผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี
- ที่ปรึกษาด้านการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ
- ผู้อำนวยการศูนย์ปฏิบัติการขับเคลื่อนการบริหารการช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย สำนักนายกรัฐมนตรี
- รองอธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน
- รองผู้ว่าราชการจังหวัดสมุทรปราการ
- ผู้อำนวยการสำนักนโยบายและแผน สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย
- ผู้อำนวยการสำนักพัฒนายุทธศาสตร์และติดตามนโยบายพิเศษ สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี
- ผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนายุทธศาสตร์และระบบการบริหารงาน (๙ ชช) กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี
- หัวหน้ากลุ่มงานสังคม สำนักงานบริหารการประชุมคณะรัฐมนตรี สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี
- หัวหน้ากลุ่มงานวางแผนอัตรากำลังและพัฒนาระบบงานกองการเจ้าหน้าที่ สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ

- กรรมการจริยธรรมประจำกรมการพัฒนาชุมชน สำนักงาน ก.พ.
- ที่ปรึกษาและคณะกรรมาธิการวิสามัญศึกษามาตรการป้องกันและแก้ไขปัญหาพื้นที่การเกษตรและชุมชนที่ประสบภัยธรรมชาติ
- อนุกรรมาธิการศึกษาระบบการเสริมสร้างธรรมาภิบาลและตรวจสอบการทุจริตในรัฐวิสาหกิจและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- อนุกรรมาธิการพิจารณาศึกษาปัญหาเกษตรทฤษฎีใหม่และปัจจัยการผลิตด้วยการเกษตร
- อนุกรรมาธิการวิสามัญวางแผนและรายงานผลการศึกษามาตรการป้องกันและแก้ไขปัญหาพื้นที่การเกษตรและชุมชนที่ประสบภัยธรรมชาติ
- อนุกรรมาธิการกำกับการพัฒนากฎหมายของส่วนราชการในคณะกรรมการนโยบายแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนากฎหมาย
- กรรมการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนแห่งชาติ
- อนุกรรมการกำหนดค่าตอบแทนการประปานครหลวง
- อนุกรรมาธิการวิสามัญพิจารณาการศึกษาโครงการพัฒนาอาชีพและรายได้ในชุมชนวุฒิสภา
- กรรมการดำเนินการตามวาระแห่งชาติ ว่าด้วยการรณรงค์และแก้ไขปัญหาการซื้อสิทธิขายเสียง
- อนุกรรมการสนับสนุนการจัดสวัสดิการชุมชน ในคณะกรรมการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน สำนักนายกรัฐมนตรี
- อนุกรรมการปรับปรุงกิจการ การประปานครหลวง
- อนุกรรมาธิการศึกษาระบบการเสริมสร้างธรรมาภิบาลและตรวจสอบการทุจริตในรัฐวิสาหกิจและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- ที่ปรึกษาคณะกรรมาธิการเสริมสร้างธรรมาภิบาลในภาครัฐ
- กรรมการการประปานครหลวง
- กรรมการบริษัท ไปรษณีย์ไทยดิสทริบิวชั่น จำกัด
- กรรมการดำเนินการปฏิรูปกฎหมายในระยะเร่งด่วน
- อนุกรรมการพิจารณาปรับปรุงหรือยกเลิกกฎหมายที่สร้างภาระแก่ประชาชนเกินความจำเป็น
- อนุกรรมการตรวจสอบและประเมินผลภาคราชการกลุ่มจังหวัด

Mr. Nisit Jansomwong

Age 56 years

Member

Educational Background:

- Master of Political Science (Government), (Excellent Honours) Chulalongkorn University.
- Bachelor of Political Science (Government), (First Class Honours and Gold Medal), Chulalongkorn University.

Working Experience:

- Deputy Permanent Secretary, Interior Ministry.
- Governor, Nonthaburi Province.
- Governor, Phuket Province.
- Governor, Ratchaburi Province.
- Governor, Prachuab Kiri Khan Province.
- Inspector-General, Ministry of Interior.
- Deputy Director, Office of National Women's Development Fund Committee, Office of the Prime Minister.
- Advisor on Integrated Provincial Administration.
- Director, Flood Relief Operations Command, Office of the Prime Minister.
- Deputy Director-General, Department of Community Development.
- Deputy Governor, Samut Pakan Province.
- Director, Policy and Planning Bureau, Office of the Permanent Secretary, Ministry of Interior.
- Director, Strategy Development and Special Policy Monitoring Bureau, the Secretariat of the Cabinet.
- Senior Expert on Strategy Development and Management System, Management System Development Subdivision, the Secretariat of the Cabinet.
- Head of Social Affairs Subdivision, Cabinet Meeting Administrative Bureau, the Secretariat of the Cabinet.
- Head of Workforce Planning and Personnel Group and Personnel System Development Subdivision, Office of the Permanent Secretary, Ministry of Interior.

Member/Senior Executive in Other Organisations:

- Member, Department of Community Development Ethics Committee, Office of Civil Service Committee.
- Advisor and Member of the Ad Hoc Committee on the Study of Preventive Measures Against and Solutions to Natural-disaster Affected Agricultural Areas and Communities.
- Member, Subcommittee on Good Governance Strengthening Study and Fraud Investigation in State-Owned Enterprises and Local Administrative Organisations.
- Member, New Theory Agriculture Problems and Agriculture-based Production Factors Study Subcommittee.
- Member, Ad Hoc Subcommittee on Planning and Preventive Measures against and Solutions to Natural-disaster Affected Agricultural Areas and Communities Report
- Member, Legal Regulation Development in Public Service Subcommittee, National Policy on Legal Development Committee.
- Member, National Community Strengthening Committee.
- Member, Subcommittee on Remuneration Scheme for the Metropolitan Waterworks Authority.
- Member, Senate Community Professional and Income Development Studies Ad Hoc Subcommittee.
- Member, National-Agenda-based Implementation of Campaigns against and Solutions to Vote-Buying Committee.
- Member, Community Welfare Support Subcommittee under the Community Strengthening Enhancement Committee, Office of the Prime Minister.
- Member, Metropolitan Waterworks Undertaking Enhancement Subcommittee.
- Member, Good Governance System Enhancement Studies and Fraud Investigation in State-owned Enterprises and Local Government Organizations Subcommittee.
- Advisor, Public Sector Good Governance Enhancement Commission.
- Member, Board of Directors, Metropolitan Waterworks Authority.
- Member, Board of Directors, Thailand Post Distribution Company Limited.
- Member, Implementation of Contingency Thai Law Reform Committee.
- Member, Subcommittee to Determine the Improvement or Termination of Law that Unnecessarily Inconveniences the Public.
- Member, Subcommittee on the Audit and Appraisal of the Public Sector by Groups of Provinces.

นายโกมล จิรชัยสุทธิกุล

อายุ ๕๗ ปี

กรรมการ

Mr. Komon Jirachaisutthikul

Age 57 years

Member

การศึกษา

- ปริญญาตรี นิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร (วปอ.) รุ่นที่ ๕๕ ของวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
- หลักสูตรนักบริหารยุทธศาสตร์การป้องกันและปราบปรามการทุจริตระดับสูง รุ่นที่ ๗ ของสำนักงาน ป.ป.ช.
- หลักสูตรผู้บริหารงานด้านกฎหมายภาครัฐระดับสูง รุ่นที่ ๒ ของสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา

ประวัติการทำงาน

- กรรมการร่างกฎหมายประจำ (นักกฎหมายกฤษฎีกาทรงคุณวุฒิ) (Permanent Law Councillor)
- ผู้อำนวยการสำนักกฎหมายปกครอง
- ผู้อำนวยการฝ่ายกฎหมายการค้าและอุตสาหกรรม

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ

- กรรมการในคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ ของกระทรวงพลังงาน
- กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิด้านกฎหมายในคณะกรรมการมาตรฐานสินค้าเกษตร
- กรรมการกำกับการประกอบกิจการดูแลผลประโยชน์ของคู่สัญญา
- กรรมการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง
- กรรมการในคณะกรรมการพิจารณาอุทธรณ์และคณะกรรมการวินิจฉัยตามกฎหมายว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

Educational Background:

- Bachelor of Law, Ramkamhaeng University.
- National Defence Regular Course (Class 55), National Defence College.
- Executive Corruption Prevention and Suppression Strategy Programme for Executives (Class 7), Office of National Anti-Corruption Commission.
- Public Sector Legal Executives Programme (Class 2), Office of the Council of State.

Working Experience:

- Permanent Law Councillor (Krisdika Counsel, Advisory Level).
- Director, Administrative Law Office.
- Director, Trade and Industry Law.

Director/Senior Executive in Other Organisations:

- Member, National Energy Policy Committee, Ministry of Energy.
- Member, Legal Expert, Agricultural Product Standards Committee.
- Member, Escrow Regulatory Committee.
- Member, Fuel Control Board.
- Member, Board of Appeals and Government Procurement and Supplies Management Committee.

นายอิทธิฤทธิ์ กิ่งเล็ก

อายุ ๕๙ ปี

กรรมการ

Mr. Ittirit Kinglake

Age 59 years

Member

การศึกษา

- ปริญญาโท คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (NIDA)
- ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
- วปอ. รุ่นที่ ๒๓ (วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร)
- หลักสูตรนักบริหารการงบประมาณระดับสูง สำนักงบประมาณ
- หลักสูตรการบริหารการท่องเที่ยวสำหรับผู้บริหารระดับสูง (TME) รุ่นที่ ๑ ประจำปี ๒๕๖๐
- หลักสูตรผู้บริหารระดับสูงด้านการค้าและการพาณิชย์ (TEPCoT รุ่นที่ ๙)
- หลักสูตรการกำกับดูแลกิจการสำหรับกรรมการและผู้บริหารระดับสูงของรัฐวิสาหกิจและองค์การมหาชน (PDI)
- หลักสูตรการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- หลักสูตรวิทยาการการจัดการสำหรับนักบริหารระดับสูง (NIDA)

ประวัติการทำงาน

- ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- รองประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- ที่ปรึกษาสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่
- นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่
- กรรมการผู้จัดการ โรงแรมอ่าวนาง ปริ๊นซ์วิลล์ รีสอร์ท
- กรรมการบริษัท อ่าวนาง ทราเวล & ทัวร์ จำกัด

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ

- กรรมการยุทธศาสตร์ชาติ
- กรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ
- กรรมการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์
- กรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- อนุกรรมการปฏิรูปการท่องเที่ยว
- อนุกรรมการดูแลผลประโยชน์ของคนไทยในต่างแดน

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 Course for Senior Executives, the Bureau of Budget.
- Certificate, 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 Attractions Management for Sustainability Programme.
- Advanced Master of Management for Top Executives Programme (NIDA).

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 & Tour Company Limited.

Director/Senior Executive in Other Organisations:

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

นางศิริรัตน์ เด่นวรพงษาสุข

อายุ ๔๘ ปี

กรรมการ

การศึกษา

- ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาอุตสาหกรรมบริการ
- หลักสูตรการบริหารการท่องเที่ยวสำหรับผู้บริหารระดับสูง (TME) รุ่นที่ ๒
- Certificate, Director Certification Program (DCP)
- Diploma Hotel management, SHATEC

ประวัติการทำงาน

- กรรมการผู้จัดการ บริษัท อุบลวรพงษ์ จำกัด
- กรรมการผู้จัดการ บริษัท วรพงษ์ ริเวอร์ พาร์ค จำกัด
- นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว จังหวัดอุบลราชธานี
- อนุกรรมาธิการปฏิรูปการท่องเที่ยว สภาปฏิรูปแห่งชาติ
- เทศมนตรีเทศบาลนครอุบลราชธานี
- นายกสมาคมโรงแรมไทยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ที่ปรึกษาสมาคมสมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ

- รองประธานด้านบริหาร สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Mrs. Sirirat Denvorapongsasuk

Age 48 years

Member

Educational Background:

- Bachelor of Business Administration (Service Industries), Ramkamhaeng University.
- Certificate in Tourism Management for Executives (TME Class 2).
- Certificate, Director Certification Program (DCP).
- Diploma, Hotel Management, SHATEC.

Working Experience:

- Managing Director, Ubon Vorapong Company Limited.
- Managing Director, Vorapong River Park Company Limited.
- President, Ubon Ratchathani Tourism Association.
- Member, Tourism Reform Subcommittee, National Reform Steering Assembly (NRSA).
- Council Member, Ubon Ratchathani City Municipality.
- President, Thai Hotels Association, Northeastern Chapter.
- Advisor, Thai Federation of Provincial Tourist Associations (TFOPTA).

Director/Senior Executives in Other Organisations:

- Vice President (Administration), Tourism Council of Thailand.

นายวุฒิชัย เหลืองอมรเลิศ

อายุ ๔๔ ปี

กรรมการ

Mr. Wuthichai Luangamornlert

Age 44 years

Member

การศึกษา

- ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการเงิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ (เกียรตินิยม) มหาวิทยาลัยซัลฟอร์ด สหราชอาณาจักร
- หลักสูตรการบริหารการท่องเที่ยวสำหรับผู้บริหารระดับสูง (TME) รุ่นที่ ๑ ประจำปี ๒๕๖๐
- หลักสูตรการกำกับดูแลกิจการสำหรับกรรมการและผู้บริหารระดับสูงของรัฐวิสาหกิจและองค์กรมหาชน (PDI) สถาบันพระปกเกล้า รุ่นที่ ๑๙
- หลักสูตรสำหรับกรรมการบริษัท (Director Certification Program) รุ่นที่ ๒๕๕/๒๐๑๘
- หลักสูตรผู้บริหารระดับสูงด้านการค้าและการพาณิชย์ (TEPCoT รุ่นที่ ๑๑)
- หลักสูตรการปฏิบัติการจิตวิทยา รุ่นที่ ๑๑๒ สถาบันจิตวิทยาความมั่นคง สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ กองบัญชาการกองทัพไทย

ประวัติการทำงาน

- กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท สยามพาร์ค บางกอก จำกัด
- กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท สยามพาร์ค ซิตี้ จำกัด
- กรรมการ บริษัท ช.อมรพันธ์วัฒนา จำกัด

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ

- นายกสมาคมสวนสนุกและสวนพักผ่อนหย่อนใจ
- กรรมการสมาคมสวนสนุกโลก
- รองประธานกรรมการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
- เลขาธิการสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิด้านวิชาการ ประจำภาควิชาการตลาดและภาควิชาการเงิน คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ วิทยาลัยบริหารธุรกิจและการท่องเที่ยวกรุงเทพ

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.
- Certificate, Tourism Management for Executives (TME Class 1), 2017.
- Corporate Governance Programme for Directors and Top Executives in State Enterprises and Public Organisations, Public Director Institute (PDI), King Prajadhipok's Institute, Class 19.
- Director Certification Programme, Class 255/2018.
- Top Executive Programme in Commerce and Trade (TEPCoT Class 11).
- Psychological Operations Programme, Class 112, Institute of Security Psychology, National Defence Studies Institute, Royal Thai Armed Forces Headquarters.

Working Experience:

- Managing Director, Siam Park Bangkok Company Limited.
- Managing Director, Siam Park City Company Limited.
- Member of the Board of Directors, Chor Amornphant Wattana Company Limited.

Director/Senior Executives 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)
- Vice Chairman of the Board of Directors, Tourism Business and Services, Thai Chamber of Commerce and Board of Trade of Thailand.
- Secretary-General, Tourism Council of Thailand.
- Qualified Academic Director, Marketing and Finance, Faculty of Commerce and Accountancy, Thammasat University.
- Qualified Director, Bangkok College of Business Administration and Tourism.

พลเอก ภาณุวัชร นาควงษ์

อายุ ๖๒ ปี

กรรมการ

การศึกษา

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

ประวัติการทำงาน

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

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ

- กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ บริษัท คิงส์ เทเลคอม จำกัด (มหาชน)

Gen. Parnuvach Narkavong

Age 62 years

Member

Educational Background:

- National Defence College, Class 52.
- Joint Staff College, Class 44.
- Master of Public Administration (M.P.A.), 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 เมฆะวรากุล

อายุ ๕๙ ปี

กรรมการ

การศึกษา

- ปริญญาโท คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ประวัติการทำงาน

- ประธานกรรมการกลุ่มบริษัท ไมค์ จำกัด
- กรรมการบริหาร สำนักงานส่งเสริมการประชุมและจัดนิทรรศการนานาชาติ (องค์การมหาชน)
- รองประธานหอการค้าจังหวัดชลบุรี
- นายกสมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา
- ประธานชมรมโรงแรมเมืองพัทยา

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ

- ประธานสภาวัฒนธรรม อำเภอบางละมุง

Mr. Surat Mekavarakul

Age 59 years

Member

Educational Background:

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

Working Experience:

- Chief Executive Director, 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.

นางอังครัตน์ เพรียบจริยวัฒน์

อายุ ๖๓ ปี

กรรมการ

การศึกษา

- ปริญญาเอก Doctor of Philosophy (Accounting) New York University, U.S.A.
- ปริญญาโท บัญชีมหาบัณฑิต (การบัญชี) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ปริญญาตรี บัญชีบัณฑิต (การบัญชี) (เกียรตินิยม อันดับ ๒) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- IFRS Certificate, Institute of Chartered Accountant in England and Wales (ICAEW)
- หลักสูตร Driving Company Success with IT Governance สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- หลักสูตร Director Certification (DCP) สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- หลักสูตร Director Accrediation (DCP) สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- หลักสูตร Monitoring Fraud Risk Management สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- หลักสูตร Monitoring the System of Internal Control and Risk Management สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- หลักสูตร Role of the Chairman สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- หลักสูตร Monitoring the Internal Audit Function สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- หลักสูตร Audit Committee สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- หลักสูตรผู้บริหารระดับสูง สถาบันวิทยาการตลาดทุน

ประวัติการทำงาน

- รองศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- คณะทำงานเพื่อติดตามการปฏิบัติงานด้านบัญชีและบรรษัทภิบาล สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
- ประธานคณะกรรมการกำกับดูแล กองทุนเปิดดัชนีพันธบัตรไทยเอบีเอฟ
- ที่ปรึกษาคณะกรรมการตรวจสอบ กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ

ตำแหน่งกรรมการ/ผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานอื่น ๆ

- กรรมการ กรรมการตรวจสอบและกรรมการบริหารความเสี่ยง บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)
- กรรมการอิสระ และประธานคณะกรรมการตรวจสอบ บริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
- กรรมการอิสระ ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ และประธานคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง บริษัท ซีโอแอล จำกัด (มหาชน)
- กรรมการและกรรมการตรวจสอบ บริษัท หลักทรัพย์เพื่อธุรกิจหลักทรัพย์ จำกัด (มหาชน)
- กรรมการตรวจสอบ องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย
- กรรมการบริหารความเสี่ยง กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ
- กรรมการมาตรฐานและนโยบายบัญชีภาครัฐ กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง
- อนุกรรมการการบัญชีการเงิน การรถไฟแห่งประเทศไทย
- ผู้เชี่ยวชาญประจำด้านการเปิดเผยสารสนเทศและมาตรฐานการบัญชี ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- ที่ปรึกษาด้านการระดมทุนและกำกับบริษัทจดทะเบียน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

Mrs. Angkarat Priebjrivat

Age 63 years

Member

Educational Background:

- Doctor of Philosophy (Accounting), New York University, U.S.A.
- Master of Science (Accounting), Thammasat University.
- Bachelor of Science (Accounting) (Second-class Honours), Thammasat University.
- IFRS Certificate, Institute of Chartered Accountants in England and Wales (ICAEW).
- Driving Company Success with IT Governance Programme, the Thai Institute of Directors Association.
- Director Certification Program, the Thai Institute of Directors Association.
- Director Accreditation Program, the Thai Institute of Directors Association.
- Monitoring Fraud Risk Management Program, the Thai Institute of Directors Association.
- Monitoring the System of Internal Control and Risk Management Program, the Thai Institute of Directors Association.
- Role of the Chairman Program, the Thai Institute of Directors Association.
- Monitoring the Internal Audit Function Program, the Thai Institute of Directors Association.
- Audit Committee Program, the Thai Institute of Directors Association.
- Senior Executive Program, Capital Market Academy.

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:

- Member, Member of the Audit Committee and Member of the Risk Management Committee, TOT Public Company Limited.
- Independent Director and Chairperson of the Audit Committee, TISCO Financial Group Public Company Limited.
- Independent Director and Chairperson of the Audit Committee and the Risk Management Committee, COL Public Company Limited.
- Member and Member of the Audit Committee, TSFC Securities Public Company Limited.
- Member of the Audit Committee, Thai Public Broadcasting Service.
- Member of the Audit Committee, Government Pension Fund.
- Member, Committee on Public Accounting
- Standards and Policy, the Comptroller General's Department, Ministry of Finance.
- Member of the Financial Accounting Subcommittee, State Railway of Thailand.
- Standing Expert on Information Disclosure and Accounting Standards, Stock Exchange of Thailand.
- Member of the Advisory Committee on Fund-raising and Listed Companies Regulation, Securities and Exchange Commission

นายยุทธศักดิ์ สุภสร

อายุ ๕๒ ปี

กรรมการและเลขานุการ

การศึกษา

- Doctoral Program of the School of Economics (Major: Economics), Keio University, Japan
- Economic Policy, Keio University, Japan
- 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 52 Years

Member and Secretary of the TAT Board of Directors

Educational Background:

- Doctoral Program of the School of Economics (Major: Economics) Keio University, Japan.
- Master's Program 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 (BOI).

Director/Senior Executive in Other Organisations:

- None. -

วัดพระธาตุดอยกองมู จ.แม่ฮ่องสอน

โครงสร้างและความรับผิดชอบของคณะกรรมการ ททท.

The Structure and Responsibility of the TAT Board of Directors

๑. องค์ประกอบของคณะกรรมการ ททท. มาตรา ๑๘ ตามพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๒๒ และ พ.ศ. ๒๕๕๐ (ฉบับที่ ๒) บัญญัติไว้ว่า ให้มีคณะกรรมการคณะหนึ่งเรียกว่า "คณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" ประกอบด้วย ประธานกรรมการ ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้ง 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) กำหนดให้คณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจพิจารณาความเหมาะสมของบุคคลที่ได้รับการเสนอชื่อ เพื่อแต่งตั้งเป็นกรรมการในคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจ ประกอบกับข้อ ๑๒ ในการพิจารณาความเหมาะสมของบุคคลตามข้อ ๑๐(๖) ให้รัฐมนตรีเจ้าสังกัดเสนอรายชื่อบุคคลที่มีคุณวุฒิและประสบการณ์ที่เหมาะสมกับรัฐวิสาหกิจต่อประธานกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจเพื่อให้ความเห็นชอบ โดยให้บุคคลที่จะได้รับการเสนอชื่อแต่งตั้งเป็นกรรมการในคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจกรอกข้อความตามแบบท้ายระเบียบนี้ และรับรองว่าตนเป็นผู้มีคุณสมบัติครบถ้วน และไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมาย ทั้งนี้ เมื่อประธานกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจให้ความเห็นชอบแล้ว ให้เสนอคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจพิจารณาก่อนนำเสนอคณะรัฐมนตรีหรือดำเนินการ เพื่อแต่งตั้งตามกฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับของรัฐวิสาหกิจนั้นต่อไป

สำหรับการแต่งตั้งกรรมการอื่นที่มิใช่กรรมการโดยตำแหน่งในรัฐวิสาหกิจแห่งใด ให้ผู้มีอำนาจพิจารณาแต่งตั้งจากบุคคลในบัญชีรายชื่อกรรมการที่กระทรวงการคลังจัดทำขึ้นไม่น้อยกว่าหนึ่งในสามของจำนวนกรรมการอื่นของรัฐวิสาหกิจนั้น ทั้งนี้ เป็นไปตามมาตรา ๑๒/๑ แห่งพระราชบัญญัติคุณสมบัติมาตรฐานสำหรับกรรมการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๑๘ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

โฮงซึงหลวง จ.แพร่

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

ตลาดปาร์คอิน จ.ชลบุรี

๓. จำนวนกรรมการ มีได้รวมทั้งสิ้นไม่เกินสิบเอ็ดคน หากมีความจำเป็นต้องมีกรรมการเกินกว่าสิบเอ็ดคน ให้รัฐมนตรีเจ้าสังกัดเสนอขออนุมัติจากคณะรัฐมนตรีได้เป็นการเฉพาะราย ทั้งนี้ จำนวนกรรมการรวมทั้งสิ้นต้องไม่เกินสิบห้าคน และกรรมการจะดำรงตำแหน่งกรรมการในรัฐวิสาหกิจได้ไม่เกินสามแห่ง โดยให้นับรวมเป็นกรรมการโดยตำแหน่งที่ได้มีการมอบหมายให้ผู้อื่นปฏิบัติราชการแทนในตำแหน่งนั้นด้วย 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 ในกรณีที่ประธานกรรมการหรือกรรมการซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งพ้นจากตำแหน่งก่อนวาระหรือในกรณีที่รัฐมนตรีแต่งตั้งกรรมการเพิ่มขึ้นในระหว่างที่กรรมการซึ่งแต่งตั้งไว้แล้วยังมีวาระอยู่ในตำแหน่ง ให้ผู้ได้รับแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งแทนหรือเป็นกรรมการเพิ่มขึ้นอยู่ในตำแหน่งเท่ากับวาระที่เหลืออยู่ของผู้ซึ่งได้แต่งตั้งไว้แล้ว เมื่อครบกำหนดวาระตามวรรคหนึ่ง หากยังมิได้มีการแต่งตั้งประธานกรรมการหรือกรรมการขึ้นใหม่ ให้ประธานกรรมการหรือกรรมการพ้นจากตำแหน่งตามวาระนั้นอยู่ในตำแหน่งเพื่อดำเนินงานต่อไปจนกว่าประธานกรรมการหรือกรรมการซึ่งได้รับแต่งตั้งขึ้นใหม่จะเข้ารับหน้าที่ประธานกรรมการหรือกรรมการซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระอาจได้รับการแต่งตั้งอีกได้ แต่ต้องไม่เกินสองวาระติดต่อกัน

มาตรา ๒๐ นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระตามมาตรา ๑๙ ประธานกรรมการและกรรมการ ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งพ้นจากตำแหน่ง เมื่อ (๑) ตาย (๒) ลาออก (๓) รัฐมนตรีให้ออก (๔) เป็นบุคคลล้มละลาย (๕) เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ (๖) ได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดลหุโทษ หรือความผิดอันได้กระทำโดยประมาท (๗) ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา ๑๘/๑

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

มาตรา ๒๑ เพื่อประโยชน์แห่งกิจการของ ททท. ให้คณะกรรมการมีอำนาจแต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใดของ ททท. ตามที่คณะกรรมการมอบหมาย

มาตรา ๒๒ ให้คณะกรรมการมีอำนาจและหน้าที่วางนโยบาย และควบคุมดูแลโดยทั่วไป ซึ่งกิจการของ ททท. อำนาจและหน้าที่เช่นว่านี้ให้รวมถึง

ภูเขาหญ้า จ.ระนอง

ดอยสะโง้ จ.เชียงราย

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:

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:

(๑) กำหนดนโยบายและอนุมัติแผนงานของ ททท. เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(๒) ออกข้อบังคับหรือระเบียบเพื่อปฏิบัติการให้เป็นไปตามมาตรา 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

(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.

พระอจนะ วัดศรีชุม จ.สุโขทัย

โครงสร้าง อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการที่แต่งตั้งโดยคณะกรรมการ ททท. ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๑

อาสนวิหารพระนางมารีอา จ.จันทบุรี

๑. คณะอนุกรรมการกำหนดเกณฑ์และประเมินผลงานผู้ว่าการ ททท.

๑. นายนรินทร์ กัลยาณมิตร
ประธานอนุกรรมการ
๒. นายสุรัตน์ เมฆวรากุล
อนุกรรมการ
๓. นางศิริรัตน์ เด่นวรพงษาสุข
อนุกรรมการ
๔. นายธเนศ วรศรัณย์
อนุกรรมการ
๕. นางสาวฐาปนีย์ เกียรติไพบูลย์
เลขานุการ

มีหน้าที่

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

๒. ติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ว่าการ ททท. ตามกรอบระยะเวลาที่ระบุในสัญญาจ้าง และเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการ ททท.

๓. ปฏิบัติหน้าที่ที่เกี่ยวข้องตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการ ททท. และกระทรวงการคลัง

๒. คณะกรรมการตรวจสอบ ททท.

๑. นายนรินทร์ กัลยาณมิตร
ประธานกรรมการ
๒.นายวุฒิชัย เหลืองอมรเลิศ
กรรมการ
๓. นางอังครัตน์ เพรียบจริยวัฒน์
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. ให้ถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ วิธีปฏิบัติงาน มติคณะรัฐมนตรี ประกาศ หรือคำสั่งที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของ ททท.

๕. สอบทานให้ ททท. มีระบบการตรวจสอบภายในที่ดีและพิจารณาความเป็นอิสระของสำนักตรวจสอบภายใน ททท.

๖. พิจารณารายการที่เกี่ยวโยงกันหรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ หรือมีโอกาสเกิดการทุจริตที่อาจมีผลกระทบต่อการปฏิบัติงานของ ททท.

๗. เสนอข้อแนะนำต่อคณะกรรมการ ททท. ในการพิจารณาแต่งตั้ง โยกย้าย เลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง และประเมินผลงานของผู้อำนวยการสำนักตรวจสอบภายใน ททท.

๘. ประสานงานเกี่ยวกับผลการตรวจสอบกับผู้สอบบัญชี และอาจเสนอแนะให้สอบทานหรือตรวจสอบรายการใดที่เห็นว่าจำเป็น รวมถึงเสนอค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชีต่อคณะกรรมการ ททท.

๙. รายงานผลการดำเนินงานเกี่ยวกับการตรวจสอบภายในของคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ต่อคณะกรรมการ ททท. อย่างน้อยไตรมาสละหนึ่งครั้งภายในหกสิบวันนับแต่วันสิ้นสุดในแต่ละไตรมาส ยกเว้นรายงานผลการดำเนินงาน

Structure, Power and Duties of Committees and Subcommittees Appointed by the TAT Board of Directors, Fiscal Year 2018

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

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

Duties:

1. To consider the TAT Governor's Tourism Operation Plan in order to determine the 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.

2. TAT Audit Committee

1. **Mr. Narin Kalayanamit**
   Chairperson
2. **Mr. Wuthichai Luangamornlert**
   Member
3. **Mrs. Angkarat Priebjrivat**
   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 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 accountablity of the TAT financial reporting;

4. To review and ensure that the TAT 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 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 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

ตลาดน้ำกวางโจว จ.เพชรบุรี

ในไตรมาสที่สี่ ให้จัดทำเป็นรายงานผลการดำเนินงานประจำปี พร้อมทั้งส่งรายงานดังกล่าวให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และกระทรวงการคลังเพื่อทราบภายในเก้าสิบวันนับแต่วันสิ้นปีบัญชีการเงินของ ททท.

๑๐. ประเมินผลการดำเนินงานเกี่ยวกับการตรวจสอบภายในของคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. อย่างน้อยปีบัญชีการเงินละหนึ่งครั้ง รวมทั้งรายงานผลการประเมิน ปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนแผนการปรับปรุงการดำเนินงานให้คณะกรรมการ ททท. ทราบ

๑๑. เปิดเผยรายงานผลการดำเนินงานประจำปีของคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. และค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชีในรายงานประจำปีของ ททท.

๑๒. ปฏิบัติงานอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดหรือคณะกรรมการ ททท. มอบหมาย

หมู่บ้านชาวประมง เกาะมุก จ.ตรัง

๓. คณะกรรมการกิจการสัมพันธ์ของ ททท.

๑. นายนิสิต จันทร์สมวงศ์
ประธานกรรมการ
๒. ผู้แทนฝ่ายนายจ้าง (ททท.)
จำนวน ๑๐ คน
๓. ผู้แทนฝ่ายลูกจ้าง (ททท.)
จำนวน ๙ คน

มีหน้าที่

๑. พิจารณาให้ความเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงประสิทธิภาพในการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ ตลอดจนส่งเสริมและพัฒนาแรงงานสัมพันธ์

๒. หาทางปรองดอง และระงับข้อขัดแย้งในรัฐวิสาหกิจนั้น

๓. พิจารณาปรับปรุงระเบียบข้อบังคับในการทำงานอันจะเป็นประโยชน์ต่อนายจ้างลูกจ้างรัฐวิสาหกิจนั้น

๔. ปรึกษาหารือเพื่อแก้ปัญหาตามคำร้องทุกข์ของลูกจ้างหรือสหภาพแรงงาน รวมถึงการร้องทุกข์ที่เกี่ยวกับการลงโทษทางวินัย

๕. ปรึกษาหารือเพื่อพิจารณาปรับปรุงสภาพการจ้าง

๔. คณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

๑. นายอิทธิฤทธิ์ กิ่งเล็ก
ประธานอนุกรรมการ
๒. นายวุฒิชัย เหลืองอมรเลิศ
อนุกรรมการ
๓. นายอภิชาติ อินทร์พงษ์พันธุ์
อนุกรรมการ
๔. นายธเนศ วรศรัณย์
อนุกรรมการ
๕. รองผู้ว่าการด้านบริหาร
อนุกรรมการ
๖. ผู้อำนวยการฝ่ายวางแผน
อนุกรรมการ
๗. ผู้อำนวยการฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์
อนุกรรมการ
๘. ผู้อำนวยการสำนักผู้ว่าการ
เลขานุการ
๙. ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมสินค้าการท่องเที่ยว
ผู้ช่วยเลขานุการ

มีหน้าที่

๑. กำหนดนโยบาย กลยุทธ์ เป้าหมาย และแผนการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี และด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม และสอดคล้องกับการดำเนินงานของ ททท.

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

๓. กำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามนโยบายและแผนการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี และด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

๔. ติดตามการดำเนินงานและรายงานผลการดำเนินงาน รวมทั้งให้ข้อเสนอแนะด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี และด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมต่อคณะกรรมการ ททท. อย่างน้อยเป็นรายไตรมาส

๕. แต่งตั้งคณะทำงานเพื่อการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมได้ตามความเหมาะสม

๖. ดำเนินการอื่นใดเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการ ททท.

and have it submitted to the Ministry of Tourism and Sports and the Ministry of Finance within 90 Days as of 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.

3. TAT's Relations Affairs Committee

1. **Mr. Nisit Chansomwong**
   Chairperson
2. **Representatives of the Employer (TAT)**
   10 persons
3. **Representatives of the Employee (TAT)**
   9 persons

Duties:

1. To make recommendations on the 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 and Employees of the state enterprise;

4. To discuss and find solutions to the grievances raised by the employees or the Labour Union, including complaints of disciplinary actions;

5. To discuss the improvement of employment conditions.

หาดไร่เลย์ จ.กระบี่

4. Subcommittee on Good Corporate Governance and Social Responsibility

1. **Mr. Itthirith 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 involvement 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 performance including recommendations on good corporate governance and social responsibility to the TAT Board of Directors at least once every quarter;

5. To appoint 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;

๕. คณะอนุกรรมการบริหารความเสี่ยง และควบคุมภายในของ ททท.

๑. นายนรินทร์ กัลยาณมิตร
ประธานอนุกรรมการ
๒. ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
อนุกรรมการ
๓. นายวุฒิชัย เหลืองอมรเลิศ
อนุกรรมการ
๔. รองผู้ว่าการด้านตลาดเอเชีย และแปซิฟิกใต้ ททท.
อนุกรรมการ
๕. รองผู้ว่าการด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว ททท.
อนุกรรมการ
๖. รองผู้ว่าการด้านบริหาร ททท.
อนุกรรมการ
๗. รองผู้ว่าการด้านตลาดยุโรป แอฟริกา ตะวันออกกลาง อเมริกา ททท.
อนุกรรมการ
๘. รองผู้ว่าการด้านสื่อสารการตลาด ททท.
อนุกรรมการ
๙. รองผู้ว่าการด้านนโยบายและแผน ททท.
อนุกรรมการ
๑๐. รองผู้ว่าการด้านตลาดในประเทศ ททท.
อนุกรรมการ
๑๑. ผู้อำนวยการฝ่ายติดตามและบริหารความเสี่ยง ททท.
อนุกรรมการ
๑๒. ผู้อำนวยการกองบริหารความเสี่ยง ททท.
ผู้ช่วยเลขานุการ

มีหน้าที่

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

๖. คณะอนุกรรมการปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย และระเบียบ ข้อบังคับ ททท.

๑. นายโกมล จิรชัยสุทธิกุล
ประธานอนุกรรมการ
๒. นางสาวชมนาด ศรีสวาสดิ์
อนุกรรมการ
๓. นายอภิวัฒน์ คงชาตรี
อนุกรรมการ
๔. นายรดิศ เอกอุษณีย์
อนุกรรมการ
๕. รองผู้ว่าการด้านบริหาร ททท.
อนุกรรมการ
๖. ผู้อำนวยการกองกฎหมายและระเบียบ ททท.
เลขานุการ
๗. หัวหน้างานข้อบังคับและระเบียบ ททท.
ผู้ช่วยเลขานุการ

มีหน้าที่

พิจารณากลั่นกรองการจัดทำการปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ททท. เพื่อเสนอคณะกรรมการ ททท. พิจารณาต่อไป รวมทั้งปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการ ททท.

๗. คณะอนุกรรมการสนับสนุนประสิทธิภาพการดำเนินงานของคณะกรรมการ ททท.

๑. พลเอก ภาณุวัชร นาควงษ์
ประธานอนุกรรมการ
๒. นายวิชัย โภชนกิจ
อนุกรรมการ
๓. นายสุรัตน์ เมฆะวรากุล
อนุกรรมการ
๔. รองผู้ว่าการด้านบริหาร ททท.
อนุกรรมการ
๕. ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารทั่วไป ททท.
เลขานุการ
๖. ผู้อำนวยการกองกลาง ททท.
ผู้ช่วยเลขานุการ

มีหน้าที่

พิจารณาตรวจสอบการดำเนินงานของคณะกรรมการ ททท. โดยกำหนดการประชุมหารือร่วมกันก่อนการประเมินตนเองของคณะกรรมการ ททท. เพื่อหาข้อบกพร่องและแนวทางการแก้ไข การดำเนินงานของคณะกรรมการ ททท. และเพื่อพัฒนาการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ ททท. ให้มีความสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพมากขึ้น

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

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**
    Member
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, and internal control improvement plan;

4. To report the results of risk management and internal control to the TAT Board of Directors.

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

1. **Mr. Komon Jirachaisutthikul**
   Chairperson
2. **Miss 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 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 Director.

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

1. **Gen. Parnuvach Narkavong**
   Chairperson
2. **Mr. Whichai Phochanakij**
   Member
3. **Mr. Surat Mekavarakul**
   Member
4. **Deputy Governor for Administration, TAT**
   Member
5. **Executive Director, General Administration Department, TAT**
   Secretary
6. **Director, General Affairs Division, TAT**
   Assistant Secretary

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.

๘. คณะอนุกรรมการสนับสนุนการจัดทำแบรนด์แคมเปญด้านการท่องเที่ยวของ ททท.

๑. นางสาวศิริกุล เลากัยกุล
ประธานอนุกรรมการ
๒. นายสุรัตน์ เมฆะวรากุล
อนุกรรมการ
๓. รองผู้ว่าการด้านสื่อสารการตลาด ททท.
อนุกรรมการ
๔. รองผู้ว่าการด้านนโยบายและแผน
อนุกรรมการ
๕. ผู้อำนวยการกองเผยแพร่โฆษณาต่างประเทศ
เลขานุการ

มีหน้าที่

๑. ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และกำกับดูแล รวมทั้งสนับสนุนการจัดทำแบรนด์แคมเปญด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาประเทศของรัฐบาล เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและสามารถบูรณาการกับหน่วยงานอื่นได้

๒. ให้คำปรึกษาในการวางกรอบและนโยบายให้กับ ททท. เพื่อใช้สำหรับการจัดทำแบรนด์แคมเปญด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์การตลาดประจำปีและสถานการณ์ปัจจุบัน

๓. ดำเนินการอื่น ๆ ตามที่คณะกรรมการ ททท. มอบหมาย

๙. คณะทำงานเพิ่มมูลค่าทรัพย์สินของ ททท.

๑. นายสุรัตน์ เมฆะวรากุล
หัวหน้าคณะทำงาน
๒. นายอิทธิฤทธิ์ กิ่งเล็ก
คณะทำงาน
๓. นางศิริรัตน์ เด่นวรพงษาสุข
คณะทำงาน
๔. พลเอก ภาณุวัชร นาควงษ์
คณะทำงาน
๕. นางอังครัตน์ เพรียบจริยวัฒน์
คณะทำงาน
๖. นางสาวศิริกุล เลากัยกุล
คณะทำงาน
๗. รองผู้ว่าการด้านบริหาร ททท.
คณะทำงาน
๘. รองผู้ว่าการด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว ททท.
คณะทำงาน
๙. ผู้อำนวยการฝ่ายลงทุนธุรกิจท่องเที่ยว ททท.
เลขานุการ
๑๐. ผู้อำนวยการกองแผนงานการลงทุน ททท.
ผู้ช่วยเลขานุการ

มีหน้าที่

๑. พิจารณาแนวทางในการเพิ่มมูลค่าทรัพย์สินของ ททท. โดยคัดเลือกและจัดลำดับความสำคัญตามความจำเป็นเร่งด่วนของทรัพย์สินของ ททท. ที่มีศักยภาพในการนำมาหาประโยชน์เพื่อก่อให้เกิดรายได้แก่ ททท. รวมทั้งพิจารณาแนวทางจัดสรรผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากทรัพย์สินของ ททท. เพื่อให้เป็นไปตามกฎหมาย ข้อบังคับ และระเบียบ ททท. ที่เกี่ยวข้อง

๒. กำกับดูแล ติดตาม และประเมินผลการดำเนินการเพิ่มมูลค่าทรัพย์สินของ ททท. ให้เป็นไปตามแนวทางที่ได้กำหนดไว้

๓. ดำเนินการอื่น ๆ ตามที่คณะกรรมการ ททท. มอบหมาย

น้ำตกก้อหลวง จ.ลำพูน

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

1. **Ms. Sirikul Laukaikul**
   Chairperson
2. **Mr. Surat Mekavarakul**
   Member
3. **Deputy Governor for Marketing Communications, TAT**
   Member
4. **Deputy Governor for Policy and Planning, TAT**
   Member
5. **Director, International Advertising Publicity Division, TAT**
   Secretary

Duties:

1. To provide consultation and recommendations, regulate, supervise and support tourism campaign branding 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 that 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.

9. TAT's Assets Value Working Committee

1. **Mr. Surat Mekavarakul**
   Head
2. **Mr. Itthirit Kinglek**
   Member
3. **Mrs. Sirirat Denvorapongsasuk**
   Member
4. **Gen. Parnuvach Narkavong**
   Member
5. **Mrs. Angkarat Priebjrivat**
   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 priorising 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.

นโยบายการกำหนดค่าตอบแทนของคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการ ททท.

พระราชกฤษฎีกาเบี้ยประชุมกรรมการ พ.ศ. ๒๕๔๗ มาตรา ๑๔ บัญญัติว่า "การประชุมของคณะกรรมการหรือคณะอนุกรรมการ ต้องมีกรรมการหรืออนุกรรมการร่วมประชุมอย่างน้อยกึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการหรืออนุกรรมการทั้งหมด จึงจะเป็นองค์ประชุม และมีสิทธิเบิกเบี้ยประชุมตามพระราชกฤษฎีกานี้ เว้นแต่บทบัญญัติแห่งกฎหมาย ประกาศพระบรมราชโองการ หรือคำสั่งที่จัดให้มีคณะกรรมการหรือคณะอนุกรรมการนั้น จะกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น" ดังนั้น เพื่อให้การนับองค์ประชุมของคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการเป็นไปในทางเดียวกัน สอดคล้องกับการปฏิบัติราชการ กรณีแต่งตั้งกรรมการหรืออนุกรรมการโดยตำแหน่ง ถ้าผู้ดำรงตำแหน่งนั้นไม่อาจเข้าร่วมประชุมได้ และมอบหมายเป็นหนังสือให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเข้าประชุมแทน ผู้เข้าร่วมประชุมแทนตามที่ได้รับมอบหมายดังกล่าวย่อมถือเป็นกรรมการหรืออนุกรรมการซึ่งปฏิบัติหน้าที่แทนผู้ดำรงตำแหน่งข้างต้น ให้นับองค์ประชุมและมีสิทธิได้รับเบี้ยประชุมกรรมการตามพระราชกฤษฎีกาเบี้ยประชุมกรรมการ พ.ศ. ๒๕๔๗ ด้วย

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

เกาะกระดาน จ.ตรัง

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: จ่ายเป็นรายครั้งเฉพาะกรรมการที่มาประชุม ไม่เกิน ๑ ครั้งต่อเดือน

จุดชมวิว ดอยช้าง จ.เชียงราย

๓. เบี้ยประชุมคณะกรรมการชุดย่อย/คณะอนุกรรมการ/ คณะทำงานอื่น

๓.๑ ประธานอนุกรรมการ

- กรรมการ ททท. ๑๐,๐๐๐ บาทต่อครั้ง
- บุคคลภายนอก ๓,๗๕๐ บาทต่อครั้ง

๓.๒ รองประธานอนุกรรมการ

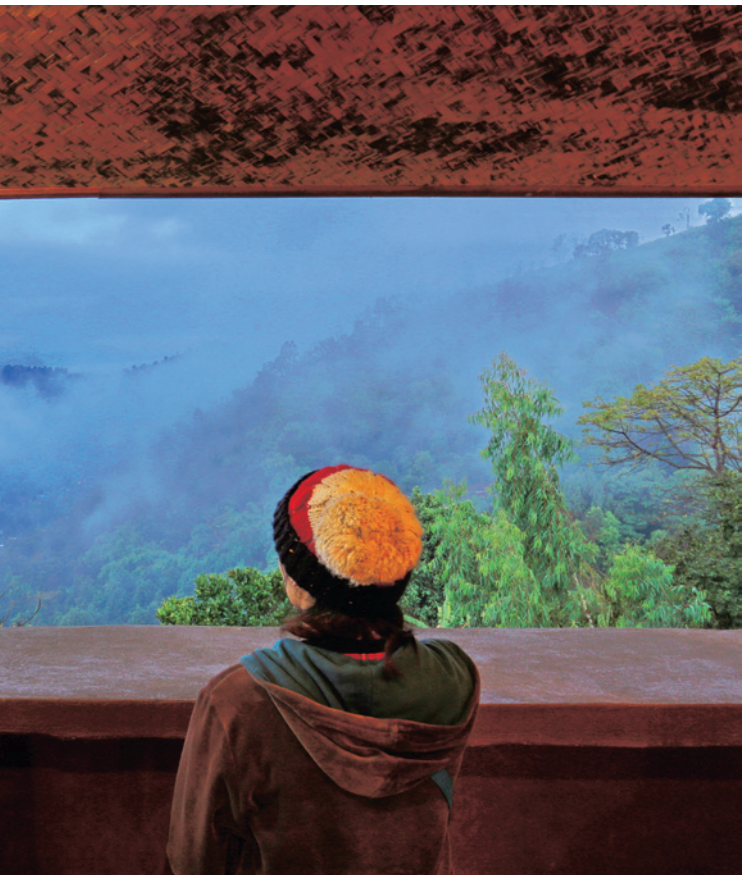
- กรรมการ ททท. ๙,๐๐๐ บาทต่อครั้ง
- บุคคลภายนอก ๓,๓๗๕ บาทต่อครั้ง

๓.๓ อนุกรรมการ

- กรรมการ ททท. ๘,๐๐๐ บาทต่อครั้ง
- บุคคลภายนอก ๓,๐๐๐ บาทต่อครั้ง
- บุคคลภายใน ๓,๐๐๐ บาทต่อครั้ง (กรณีที่เป็นคณะกรรมการชุดย่อย/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 committee or subcommittee must have at least half of the total number of members of the committee or subcommittee present to form the quorum, whereby they will have the right to receive meeting allowances according to the Decree, unless the legislation, the Royal Proclamation, or the Order to establish such committee or subcommittee states otherwise". To ensure that the number of committee or subcommittee members is consistent with public service guidelines 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/Month
(The allowance received by the Chairperson is 25% higher than that paid to other Board members.)
2.2 Member 8,000 Baht/Month
2.3 Assistant Secretary 1,000 Baht/Month

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

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

3.3 Subcommittee Members
- Member, TAT Board of Directors 8,000 Baht/Meeting
- 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 ทอท. ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๑

ลำดับ	รายนามคณะกรรมการ	คณะกรรมการ ทอท.	คณะอนุกรรมการกำหนดเกณฑ์และประเมินผลงานผู้ว่าการ ทอท.	คณะกรรมการตรวจสอบ ทอท.	คณะกรรมการกิจการสัมพันธ์ของ ทอท.	คณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม	คณะอนุกรรมการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในของ ทอท.	คณะอนุกรรมการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ ทอท.	คณะอนุกรรมการสนับสนุนประสิทธิภาพการดำเนินงานของคณะกรรมการ ทอท.	คณะอนุกรรมการสนับสนุนการจัดทำแบรนด์แคมเปญด้านการท่องเที่ยวของ ทอท.	คณะทำงานเพิ่มมูลค่าทรัพย์สินของ ทอท.
		จำนวนครั้งการจัดประชุมตลอดปีงบประมาณ ๒๕๖๑									
		๑๔ ครั้ง	๓ ครั้ง	๒๑ ครั้ง	๗ ครั้ง	๕ ครั้ง	๔ ครั้ง	๕ ครั้ง	๒ ครั้ง	๐ ครั้ง	๖ ครั้ง
๑	นายกลินท์ สารสิน	๑๔/๑๔									
๒	นายพงษ์ภาณุ เศวตรุนทร์	๑๐/๑๔									
๓	นางสาวบุษฎี สันติพิทักษ์	๙/๑๔									
๔	นายกฤชเทพ สิมลี	๙/๑๔									
๕	นายนิสิต จันทร์สมวงศ์	๙/๑๔			๗/๗						
๖	นายนรินทร์ กัลยาณมิตร	๑๔/๑๔	๓/๓	๑๙/๒๑			๔/๔				
๗	นายวิชัย โภชนกิจ	๑๒/๑๔							๒/๒		
๘	นายโกมล จิรชัยสุทธิกุล	๑๓/๑๔						๕/๕			
๙	นายอิทธิฤทธิ์ กิ่งเล็ก	๑๒/๑๔				๕/๕					๖/๖
๑๐	นางศิริรัตน์ เด่นวรพงษาสุข	๙/๑๔	๒/๓								๕/๖
๑๑	นายวุฒิชัย เหลืองอมรเลิศ	๑๑/๑๔		๒๐/๒๑		๕/๕	๔/๔				
๑๒	พลเอก ภาณุวัชร นาควงษ์	๑๒/๑๔							๒/๒		๕/๖
๑๓	นายสุรัตน์ เมฆวรากุล	๑๓/๑๔	๓/๓						๒/๒		๖/๖
๑๔	นางอังครัตน์ เพรียบจริยวัฒน์	๑๒/๑๔		๑๙/๒๑							๕/๖
๑๕	นายยุทธศักดิ์ สุภสร	๑๔/๑๔									

หมายเหตุ: ตัวเลขในตาราง หมายถึง จำนวนครั้งที่มาประชุม/จำนวนครั้งที่มีการจัดประชุมในช่วงเวลาที่คณะกรรมการ ทอท. ได้ดำรงตำแหน่ง

Summary of the Attendance of Members of the Board of Directors in the Fiscal Year 2018

No.	Name List of Committee Members	TAT Board of Directors	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'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
		Number of Meetings thoughout the Fiscal Year 2018									
		14	3	21	7	5	4	5	2	0	6
1	Mr. Kalin Sarasin	14/14									
2	Mr. Pongpanu Svetarundra	10/14									
3	Ms. Busadee Santipitaks	9/14									
4	Mr. Krichthep Simlee	9/14									
5	Mr. Nisit Jansomwong	9/14			7/7						
6	Mr. Narin Kalayanamit	14/14	3/3	19/21			4/4				
7	Mr. Whichai Phochanakij	12/14							2/2		
8	Mr. Komon Jirachaisudtigkun	13/14						5/5			
9	Mr. Ittirit Kinglake	12/14				5/5					6/6
10	Mrs. Sirirat Denvorapongsasuk	9/14	2/3								5/6
11	Mr. Wuthichai Luangamornlert	11/14		20/21		5/5	4/4				
12	Gen. Parnuvach Narkavong	12/14							2/2		5/6
13	Mr. Surat Mekavarakul	13/14	3/3						2/2		6/6
14	Mrs. Angkarat Priebjrivat	12/14		19/21							5/6
15	Mr. Yuthasak Supasorn	14/14									

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 ทีโอที ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๑

ลำดับ	รายนามคณะกรรมการ	ค่าตอบแทนรายเดือน		ค่าเบี้ยประชุมคณะกรรมการ ทีโอที และคณะอนุกรรมการ									
		คณะกรรมการ ทีโอที	คณะกรรมการตรวจสอบ ทีโอที	คณะกรรมการ ทีโอที	คณะอนุกรรมการกำหนดเกณฑ์และประเมินผลงานผู้ว่าการ ทีโอที	คณะกรรมการกิจการสัมพันธ์ของ ทีโอที	คณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม	คณะอนุกรรมการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในของ ทีโอที	คณะอนุกรรมการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ ทีโอที	คณะอนุกรรมการสนับสนุนประสิทธิภาพการดำเนินงานของคณะกรรมการ ทีโอที	คณะอนุกรรมการสนับสนุนการจัดทำแบรนด์แคมเปญด้านการท่องเที่ยวของ ทีโอที	คณะทำงานเพิ่มมูลค่าทรัพย์สินของ ทีโอที	รวม (บาท)
๑	นายกลินท์ สารสิน	๑๙๒,๐๐๐		๑๒๐,๐๐๐									๓๑๒,๐๐๐
๒	นายพงษ์ภาณุ เศวตรุนทร์	๙๖,๐๐๐		๘๐,๐๐๐									๑๗๖,๐๐๐
๓	นางสาวบุษฎี สันติพิทักษ์	๙๖,๐๐๐		๖๔,๐๐๐									๑๖๐,๐๐๐
๔	นายกฤชเทพ สิมลี	๙๖,๐๐๐		๗๒,๐๐๐									๑๖๘,๐๐๐
๕	นายนิสิต จันทร์สมวงศ์	๙๑,๓๕๕		๗๒,๐๐๐		๗๐,๐๐๐							๒๓๓,๓๕๕
๖	นายนรินทร์ กัลยาณมิตร	๙๖,๐๐๐	๑๒๐,๐๐๐	๙๖,๐๐๐	๓๐,๐๐๐			๔๐,๐๐๐					๓๘๒,๐๐๐
๗	นายวิชัย โภชนกิจ	๙๓,๑๖๑		๘๘,๐๐๐						๑๖,๐๐๐			๑๙๗,๑๖๑
๘	นายโกมล จิรชัยสุทธิกุล	๙๑,๐๙๗		๙๖,๐๐๐					๑๐,๐๐๐				๑๙๗,๐๙๗
๙	นายอิทธิฤทธิ์ กิ่งเล็ก	๙๖,๐๐๐		๘๐,๐๐๐			๕๐,๐๐๐					๕๘,๐๐๐	๒๘๔,๐๐๐
๑๐	นางศิริรัตน์ เด่นวรพงษาสุข	๙๖,๐๐๐		๖๔,๐๐๐	๑๖,๐๐๐							๔๐,๐๐๐	๒๑๖,๐๐๐
๑๑	นายวุฒิชัย เหลืองอมรเลิศ	๙๖,๐๐๐	๘๙,๘๖๗	๘๘,๐๐๐			๔๐,๐๐๐	๓๒,๐๐๐					๓๔๕,๘๖๗
๑๒	พลเอก ภาณุวัชร นาควงษ์	๙๖,๐๐๐		๘๘,๐๐๐						๒๐,๐๐๐		๔๐,๐๐๐	๒๔๔,๐๐๐
๑๓	นายสุรัตน์ เมฆะวรากุล	๙๖,๐๐๐		๙๖,๐๐๐	๒๔,๐๐๐					๑๖,๐๐๐		๖๐,๐๐๐	๒๙๒,๐๐๐
๑๔	นางอังครัตน์ เพรียบจริยวัฒน์	๙๖,๐๐๐	๙๖,๐๐๐	๘๘,๐๐๐								๔๐,๐๐๐	๓๒๐,๐๐๐
๑๕	นายยุทธศักดิ์ สุภสร	๙๖,๐๐๐		๙๖,๐๐๐									๑๙๒,๐๐๐
	รวม (บาท)	**๑,๕๒๓,๖๑๓**	**๓๐๕,๘๖๗**	**๑,๒๘๘,๐๐๐**	**๗๐,๐๐๐**	**๗๐,๐๐๐**	**๙๐,๐๐๐**	**๗๒,๐๐๐**	**๑๐,๐๐๐**	**๕๒,๐๐๐**		**๒๓๘,๐๐๐**	**๓,๗๑๙,๔๘๐**

Summary of the Remuneration of the TAT Board of Directors in the Fiscal Year 2018

No.	Name List of Committee Members	Monthly Remuneration		Meeting Allowance for Members of the TAT Board of Directors and Other Subcommittees										
		TAT Board of Directors	TAT Audit Committee	TAT Board of Directors	Subcommittee 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 TAT's Risk Management and Internal Control	Sub committee on the 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	Total (Baht)
1	Mr. Kalin Sarasin	192,000		120,000									312,000
2	Mr. Pongpanu Svetarundra	96,000		80,000									176,000
3	Ms. Busadee Santipitaks	96,000		64,000									160,000
4	Mr. Krichthep Simlee	96,000		72,000									168,000
5	Mr. Nisit Jansomwong	91,355		72,000		70,000							233,355
6	Mr. Narin Kalayanamit	96,000	120,000	96,000	30,000			40,000					382,000
7	Mr. Whichai Phochanakij	93,161		88,000						16,000			197,161
8	Mr. Komon Jirachaisudtigkun	91,097		96,000					10,000				197,097
9	Mr. Ittirit Kinglake	96,000		80,000			50,000					58,000	284,000
10	Mrs. Sirirat Denvorapongsasuk	96,000		64,000	16,000							40,000	216,000
11	Mr. Wuthichai Luangamornlert	96,000	89,867	88,000			40,000	32,000					345,867
12	Gen. Parnuvach Narkavong	96,000		88,000						20,000		40,000	244,000
13	Mr. Surat Mekavarakul	96,000		96,000	24,000					16,000		60,000	292,000
14	Mrs. Angkarat Priebjrivat	96,000	96,000	88,000								40,000	320,000
15	Mr. Yuthasak Supasorn	96,000		96,000									192,000
Total (Baht)		**1,523,613**	**305,867**	**1,288,000**	**70,000**	**70,000**	**90,000**	**72,000**	**10,000**	**52,000**		**238,000**	**3,719,480**

ผลการดำเนินงานของคณะกรรมการ ททท. ปีงบประมาณ ๒๕๖๑

การดำเนินงานของคณะกรรมการ ททท.

คณะกรรมการ ททท. มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและนโยบายขององค์กร ตลอดจนมอบแนวทางการดำเนินงานให้ผู้บริหาร ททท. นำไปใช้ในการกำกับดูแลให้มีการดำเนินการตามแผนและงบประมาณที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล นอกจากนี้ คณะกรรมการ ททท. ได้มีการดูแลติดตามผลการดำเนินงานทั้งระยะสั้นและระยะยาวที่สำคัญขององค์กรให้เป็นไปตามเป้าหมาย โดยจัดให้มีการรายงานผลความคืบหน้าของการดำเนินงานเสนอในการประชุมคณะกรรมการ ททท. อย่างสม่ำเสมอ โดยในการประชุมคณะกรรมการ ททท. จะมีการกำหนดการประชุมและวาระการประชุมไว้ล่วงหน้า โดยจัดให้มีการประชุมทุกเดือน เดือนละ ๑ ครั้ง หรือตามความเหมาะสม ซึ่งส่วนใหญ่คณะกรรมการ ททท. ได้ให้ข้อเสนอแนะหรือข้อสังเกตที่สำคัญและเป็นประโยชน์ต่อองค์กร เพื่อให้การดำเนินงานของ ททท. มีประสิทธิภาพมากขึ้น ขณะเดียวกันคณะกรรมการ ททท. ได้แต่งตั้งกรรมการ ททท. เป็นกรรมการและอนุกรรมการต่าง ๆ เพื่อกำกับดูแลการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ของ ททท. รวมทั้งมีการมอบหมายหรือแต่งตั้งอนุกรรมการหรือผู้แทนกรรมการทำหน้าที่กลั่นกรองแผนงานในเบื้องต้นก่อนนำเสนอคณะกรรมการ ททท. พิจารณา และมีการกำหนดผู้รับผิดชอบของคณะทำงานหรือคณะอนุกรรมการอย่างชัดเจน ทั้งนี้ ในปีงบประมาณ ๒๕๖๑ คณะกรรมการ ททท. มีการจัดการประชุมทั้งสิ้น ๑๔ ครั้ง มีการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

๑. ให้ความเห็นชอบเกณฑ์การประเมินผลงานของผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๑ (วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐ ถึงวันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๑) และเกณฑ์การผ่านการประเมินผลงาน และการจ่ายค่าตอบแทนผลงานผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี ๒๕๖๑

๒. ให้ความเห็นชอบแผนการปฏิบัติงาน งบทำการ และแผนทางด้านการเงิน ประจำงวดการบัญชี ๒๕๖๑

๓. อนุมัติให้ ททท. จัดสรรเงินรายได้คงเหลือ ณ วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๐

๔. อนุมัติให้ ททท. สนับสนุนการจัดงานมหกรรมเรือสำราญและมารีน่า ครั้งที่ ๓ (Thailand Yacht Show) ในวันที่ ๒๒ - ๒๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑ ณ ท่าเรืออ่าวปอ แกรนด์ มารีน่า จังหวัดภูเก็ต

๕. ให้ความเห็นชอบแนวทางการจัดหลักสูตรการบริหารการท่องเที่ยวสำหรับผู้บริหารระดับสูง (กทส.) Tourism Management Program for Executives (TME) รุ่นที่ ๒ ประจำปี ๒๕๖๑

๖. ให้ความเห็นชอบการจัดทำสมรรถนะและความรู้ที่จำเป็น (Skill Matrix) สำหรับกรรมการบริษัท ไทยแลนด์ พริวิเลจ คาร์ด จำกัด

๗. อนุมัติให้ ททท. สนับสนุนการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนระดับโลก รายการ Amazing Thailand Marathon Bangkok 2018 ในวันที่ ๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑

เสม็ดนางชี จ.พังงา

Performance of the TAT Board of Directors in the Fiscal Year 2018

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 with progress reports of the operations 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 2018, the TAT Board of Directors held a total of 14 meetings that resulted in the following significant decisions:

1. Agreed to the performance assessment criteria for the TAT Governor for the fiscal year 2018 (1 October 2017 - 30 September 2018) and the criteria on a performance assessment pass and disbursement of remuneration to the TAT Governor for 2018;
2. Granted approval to the TAT's operational plans, operating budget request and financial plans for the accounting period 2018;
3. Agreed to the TAT's allocation of income balance as of 30 September, 2017;
4. Granted approval to TAT's support to the organisation of the 3rd Thailand Yacht Show during 22 - 25 February 2018, at Ao Po Grand Marina, Phuket.
5. Granted approval to the guidelines to arrange the Tourism Management Program for Executives (TME), Class 2, 2018;
6. Granted approval to the preparation of the Skill Matrix Programme for the Board Members of Thailand Privilege Card Company Limited;
7. Granted approval to the TAT's support to Amazing Thailand Marathon Bangkok 2018 on 4 February 2018;

๘. ให้ความเห็นชอบแบบประเมินตนเองของคณะกรรมการ ททท. ประจำปีบัญชี ๒๕๖๑

๙. ให้ความเห็นชอบในหลักการของแผนวิสาหกิจ ททท. พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔ (ฉบับทบทวน พ.ศ. ๒๕๖๒ - ๒๕๖๔)

๑๐. ให้ความเห็นชอบโครงสร้างองค์กรใหม่

๑๑. ให้ความเห็นชอบแผนพัฒนาปรับปรุงองค์กร (Opportunity for Improvement Roadmap: OFI Roadmap) ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปีงบประมาณ ๒๕๖๑ - ๒๕๖๔ (ฉบับทบทวน) และผลการดำเนินงานตามปีงบประมาณ ๒๕๖๑ ไตรมาสที่ ๑

๑๒. ให้ความเห็นชอบการปรับปรุงบัญชีโครงสร้างเงินเดือนของพนักงาน ททท. ตามแนวทางของมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๗ มีนาคม ๒๕๖๐

๑๓. ให้ความเห็นชอบแนวทางการปรับปรุงการดำเนินงานองค์กรตามข้อสังเกตหรือประเด็นปัญหาที่ได้จากการประเมินผลการดำเนินงาน ประจำปีบัญชี ๒๕๖๐ ของ ททท.

๑๔. พิจารณาแนวทางการแต่งตั้งกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

๑๕. อนุมัติจ่ายเงินโบนัสตามผลการประเมินองค์กรประจำปีบัญชี ๒๕๕๘ ให้แก่คณะกรรมการ ททท. พนักงานและลูกจ้าง ททท. ตามเกณฑ์ที่กระทรวงการคลังกำหนด

๑๖. ให้ความเห็นชอบการปรับชื่อแคมเปญการสื่อสารตลาดในประเทศไทยปี ๒๕๖๑ จาก “ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋สไตล์ลึกซึ้ง” เป็น “Amazing ไทยเท่”

๑๗. ให้ความเห็นชอบบันทึกข้อตกลงการประเมินผลการดำเนินงานของบริษัท ไทยแลนด์ พริวิเลจ คาร์ด จำกัด ประจำปีบัญชี ๒๕๖๑

๑๘. ให้ความเห็นชอบการจัดตั้ง ททท. สำนักงานฟุกุโอะกะ และยกเลิกการจัดตั้ง ททท. สำนักงานเซาเปาลู

๑๙. อนุมัติให้ ททท. สนับสนุนการจัดงาน International Indian Film Academy (IIFA) Weekend & Award Bangkok 2018 ในวันที่ ๒๒ - ๒๔ มิถุนายน ๒๕๖๑ ณ กรุงเทพมหานคร

๒๐. ให้ความเห็นชอบให้มีการจัดตั้ง ททท. สำนักงานสาขาในประเทศ ๕ ภูมิภาค จำนวน ๕ สำนักงาน ภายในปี ๒๕๖๒ ได้แก่ สำนักงานน่าน, สำนักงานราชบุรี, สำนักงานจันทบุรี, สำนักงานบุรีรัมย์ และสำนักงานสตูล

๒๑. ให้ความเห็นชอบทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวและแผนกลยุทธ์ของ ททท. ปี ๒๕๖๒

๒๒. อนุมัติเงินรายได้ เพื่อบริจาคในการถวายผ้ากฐินสามัคคี ประจำปี ๒๕๖๑ ของ ททท. ณ วัดคามวาสี ตำบลโนนตาล อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม ในวันที่ ๒๗ ตุลาคม ๒๕๖๑

๒๓. ให้ความเห็นชอบร่างข้อบังคับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่าด้วยการจ่าย การรับ และการเก็บรักษาเงิน พ.ศ. ....

๒๔. ให้ความเห็นชอบร่างตัวชี้วัดประจำปีบัญชี ๒๕๖๒ พร้อมข้อมูลประกอบการจัดทำบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงาน และรายงานตามระบบ SEPA ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

๒๕. ให้ความเห็นชอบแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔ (ฉบับทบทวน ๒๕๖๑ - ๒๕๖๔)

๒๖. ให้ความเห็นชอบผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาปรับปรุงองค์กรของ ททท. (Opportunity for Improvement Roadmap) ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๑ ไตรมาสที่ ๑ - ๓ (ตุลาคม ๒๕๖๐ - มิถุนายน ๒๕๖๑)

๒๗. ให้ความเห็นชอบแผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๒

๒๘. ให้ความเห็นชอบร่างข้อบังคับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปปฏิบัติงานในประเทศ (ฉบับที่ ..) พ.ศ. ....

๒๙. ให้ความเห็นชอบการปรับปรุงบัญชีโครงสร้างเงินเดือนของพนักงานและบัญชีโครงสร้างค่าจ้างของลูกจ้างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

สวนรุกขชาติแม่ฟ้าหลวง (ดอยช้างมูบ) จ.เชียงราย

8. Agreed to the TAT Board of Directors' self-assessment details for the fiscal year 2018;

9. Granted approval to guidelines of the TAT State Enterprise Plan for 2017 - 2021 (Revision: 2019 - 2021);

10. Granted approval for the new Organisation Chart;

11. Granted approval to the TAT's Opportunity for Improvement Roadmap: OFI Roadmap, fiscal year 2018 - 2021 (revised) and its operating results for the first quarter of 2018;

12. Agreed to the adjustment of the structure of salaries and wages of TAT officials and employees in accordance with the Cabinet Resolution, 7 March 2017;

13. Agreed to the TAT's organisational improvement guidelines based on the observations or issues derived from the organisational assessment of the fiscal year 2017;

14. Considered the guidelines for the appointment of the TAT Board of Directors;

15. Granted approval for disbursement of a bonus to TAT Board of Directors, officials and employees based on the assessment of the organisation's performance in the fiscal year 2015 in accordance with the criteria set by the Ministry of Finance;

16. Granted approval to the adjustment of the marketing campaign title for 2018, from "Thong Thiao Withi Thai Kekai Style Leuk Sueng" (Discover Thainess: Deep Immersion) to "Amazing Thai The" (Amazing Trendy Thailand);

17. Granted approval to the Memorandum of Understanding on the Operation Assessment Agreement of Thailand Privilege Card Company Limited for the fiscal year 2018;

18. Granted approval to the setting up the Fukuoka TAT Office and the closure of the Sao Paulo TAT Office;

19. Agreed to TAT's support to the International Indian Film Academy (IIFA) Weekend & Award Bangkok 2018 to be held in Bangkok during 22 - 24 June 2018;

20. Agreed to the establishment of five TAT Branch Offices in the country's five regions, including TAT Nan Office, TAT Ratchaburi Office, TAT Chanthaburi Office, TAT Buriram Office and TAT Satun Office, to be opened within 2019;

21. Granted approval to the TAT tourism promotion directions and strategy 2019;

22. Agreed to TAT's contribution, from its revenue, to the donation request for the 2018 Kathin Robe Offering Ceremony at Wat Kham Wasee, Non Tan Sub-district, Tha Uthen District, Nakhon Phanom Province, on October 27, 2018;

23. Agreed to the draft of the TAT Regulations on Payment, Receipt and Cash Retention, B.E. ....;

24. Agreed to the draft of KPI and information for the establishment of memorandum of TAT's Performance Assessment and its SEPA-based report for the fiscal year 2019;

25. Granted approval to TAT's Information Technology and TAT Communication Master Plan 2017 - 2021 (Revision: 2018 - 2021);

26. Granted approval to the operational results based on the TAT Opportunity for Improvement Roadmap 2018, Quarters 1 - 3 (October 2017 - June 2018);

27. Agreed to the TAT Operational Plan for the fiscal year 2019;

28. Granted approval to the draft of TAT Regulations on Domestic On-duty Travel Allowance B.E. ...;

29. Agreed to the adjustment of the structures of salaries and wages for TAT officials and employees.

ปราสาทหินพันยอด จ.สตูล

การพัฒนาตนเองของคณะกรรมการ ททท.

คณะกรรมการ ททท. ได้มีการพัฒนาตนเอง โดยจัดให้มีการประเมินผลตนเองของคณะกรรมการ ททท. จำนวน ๒ ครั้ง และมีการรายงานผลการประเมินให้คณะกรรมการรับทราบ พร้อมทั้งคณะกรรมการมีการอภิปรายร่วมกันในที่ประชุม และกำหนดแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการให้เกิดประสิทธิผลยิ่งขึ้น โดยคณะอนุกรรมการสนับสนุนประสิทธิภาพการดำเนินงานของคณะกรรมการ ททท. กำหนดโครงการเสริมสร้างประสิทธิภาพการกำกับดูแลการบริหารจัดการองค์กร ปี ๒๕๖๑ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และวิสัยทัศน์ด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยในบทบาทสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนให้กับคณะกรรมการ ททท. และเพื่อให้กรรมการได้รับทราบข้อมูลปัญหา และแนวทางแก้ไขปัญหาด้านการให้บริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายและการให้ข้อเสนอแนะ เพื่อกำกับดูแลองค์กรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกำหนดจัดโครงการฯ เดินทางในพื้นที่ประเทศไทยจำนวน ๒ เส้นทาง ได้แก่ ครั้งที่ ๑ เส้นทางศึกษาเรียนรู้โครงการพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เส้นทางแม่ฮ่องสอน-เชียงใหม่ และครั้งที่ ๒ เส้นทางศึกษาข้อมูลการพัฒนาสินค้าและการบริการด้านการท่องเที่ยว เส้นทางสงขลา-ปัตตานี-ยะลา-เบตง และโครงการเดินทางในพื้นที่ต่างประเทศ จำนวน ๑ เส้นทางคือ เส้นทางศึกษาการบริหารจัดการเมืองมรดกโลก เส้นทางกรุงเทพฯ-ดานัง-เว้-ฮอยอัน-กรุงเทพฯ

นอกจากนี้ คณะกรรมการ ททท. ยังได้เข้าร่วมกิจกรรมที่ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในองค์กร และงานส่งเสริมการขายสินค้าทางการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ เช่น งานเทศกาลเที่ยวเมืองไทยปี ๒๕๖๑, งาน World Travel Market (WTM) 2017 ณ สหราชอาณาจักร, งาน Internationale Tourismus-Börse (ITB) 2018 ณ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี, งาน Arabian Travel Mart (ATM) 2018 เป็นต้น รวมถึงได้เข้าร่วมกิจกรรมที่ส่งเสริมความรู้ความสามารถของคณะกรรมการ ได้แก่ การเข้ารับการอบรมหลักสูตร “การกำกับดูแลกิจการสำหรับกรรมการและผู้บริหารระดับสูงของรัฐวิสาหกิจและองค์การมหาชน” ของสถาบันพัฒนากรรมการและผู้บริหารระดับสูงภาครัฐ, หลักสูตร “พื้นฐานสำหรับกรรมการรัฐวิสาหกิจ” ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย, หลักสูตร “การบริหารการท่องเที่ยวสำหรับผู้บริหารระดับสูง” ของศูนย์พัฒนาวิชาการด้านตลาดการท่องเที่ยว

TAT Board of Directors' Self-Development

The TAT Board of Directors underwent self-development activities with two ensuing self-assessment sessions, the results of which were subsequently reported to Board of Directors for attention. Joint discussions also took place at its meetings to formulate guidelines to enable it to carry out its mandate more effectively. Accordingly, the Efficiency Enhancement Programme in Organisational Management and Supervision 2018 was determined by the Subcommittee on the TAT Board of Directors' Operation Efficiency Support to help broaden their knowledge and vision in the country's tourism industry as an AEC member country. In addition, Board members were kept abreast of problem-related information and solution guidelines for tourism services for the benefit of the formulation of policies and recommendations for effective organisational regulations. Therefore, two related study tours were organised, starting with the Mae Hong Son Chiang Mai Route to visit King Bhumibol Adulyadej's Royal Initiatives, followed by the Songkhla - Pattani - Yala - Betong Route to collect information on tourism products and services development. Meanwhile, the overseas study route took the Board members on the Bangkok - Da Nang - Hue - Hoi An - Bangkok, World Heritage Management Route.

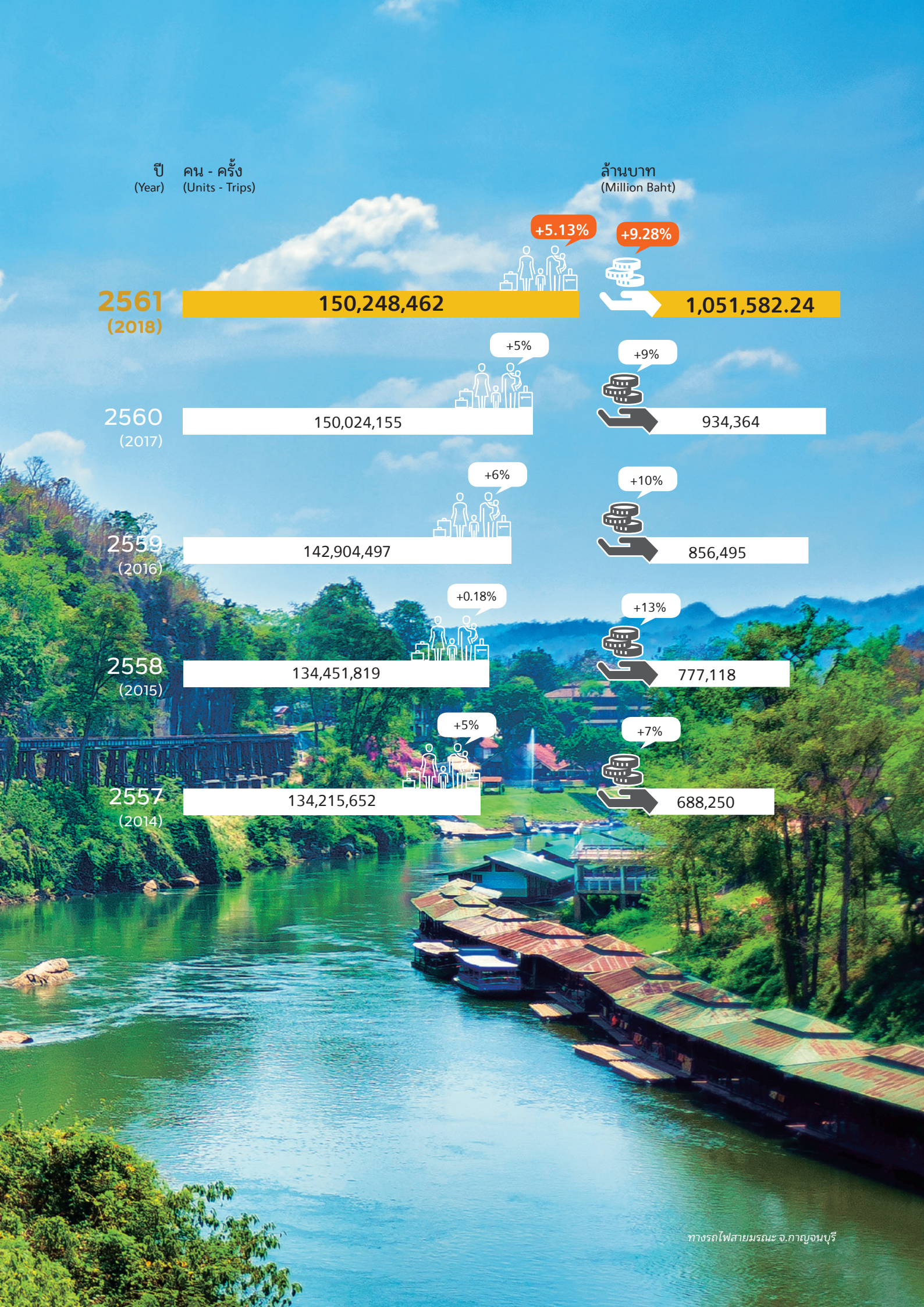
Members of the Board of Directors also took part in other activities including Thailand Tourism Festival 2018, the World Travel Market (WTM) 2017 in the United Kingdom, Internationale Tourismus-Börse (ITB) 2018 in Federal Republic of Germany, and the Arabian Travel Mart (ATM) 2018 for the enhancement of their knowledge and understanding of the organisation as well as domestic and overseas tourism product promotion efforts. The study tours were augmented by such training courses as the "Corporate Governance Programme for Directors and Executives of State Enterprises and Public Organisations" by the Public Director Institute (PDI), the "State Enterprise Board Directors' Fundamentals" Programme by the Thai Institute of Directors, and the "Tourism Management for Executives" (TME) Programme by TAT Academy.

ตลาดในประเทศ
Domestic Markets

รายได้และจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนชาวไทย ปี ๒๕๕๗ - ๒๕๖๑
Income and Number of Thai Tourists (2014 - 2018)

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

รายได้ (ล้านบาท)
Income (Million Baht)



ทางรถไฟสายมรณะ จ.กาญจนบุรี

คณะผู้บริหาร ทกท.
TAT Executives

นายยุทธศักดิ์ สุภสร
ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

วันที่ดำรงตำแหน่ง : ๑ กันยายน ๒๕๕๘
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ กันยายน ๒๕๖๒

ประวัติการศึกษา:

- Doctoral Program of the School of Economics (Major: Economics), Keio University, Japan
- เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาเศรษฐศาสตร์นโยบาย) Keio University, Japan
- เศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาปริมาณวิเคราะห์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการทำงานที่สำคัญ:

- ปี ๒๕๕๘ รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่และปฏิบัติหน้าที่ด้านการเงิน บริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน)
- ปี ๒๕๕๕ – ๒๕๕๗ ที่ปรึกษา ศูนย์พัฒนาภูมิภาค สถาบันส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (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

Mr. Yuthasak Supasorn
Governor

(Serving period: 1 September 2015 - 1 September 2019)

Educational Background:

- Doctoral Program of the School of Economics (Major: Economics), Keio University, Japan
- Master's Program, Economics Policy (Economics 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

หน่วยงานขึ้นตรงกับผู้ว่าการ
Offices under the Governor

๑. นายศิริปกรณ์ เชี่ยวสมุทร
ที่ปรึกษา ๑๐

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๑

ประวัติการศึกษา:
- ศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประวัติการทำงานที่สำคัญ:
- ๑ ตุลาคม ๒๕๕๙ ผู้อำนวยการสำนักผู้ว่าการ
- ๒ ธันวาคม ๒๕๕๗ ผู้อำนวยการสำนักเทคโนโลยีสารสนเทศ
- ๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗ ผู้อำนวยการกองตลาดอเมริกา

๒. นายบัญญัติ กาฬสุวรรณ
ผู้อำนวยการสำนักตรวจสอบภายใน

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐
วันที่พ้นตำแหน่ง: -

๓. นางสาวฐาปนีย์ เกียรติไพบูลย์
ผู้อำนวยการสำนักผู้ว่าการ

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๑

๔. นายอภิชัย ฉัตรเฉลิมกิจ
ที่ปรึกษา ๙

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๑

1. Mr. Siripakorn Cheawsamoot
Advisor 10

(1 October 2017 - 30 September 2018)

Educational Background:
- Bachelor of Arts, Kasetsart University

Work Experiences:
- 1 October 2016 Executive Director, Office of the Governor
- 1 December 2014 Executive Director Information Technology Office
- 1 February 2014 Director The America Market Division

2. Mr. Banyat Kalasuwan
Executive Director, Internal Audit Office

(1 October 2017)

3. Miss Thapanee Kiatphaibool
Executive Director, Office of the Governor

(1 October 2017 - 1 October 2018)

4. Mr. Apichai Chatchalermkit
Advisor 9

(1 October 2017 - 1 October 2018)

ด้านตลาดยุโรป แอฟริกา ตะวันออกกลาง และอเมริกา
International Marketing (Europe, Africa, Middle East and Americas)

๑. นางศรีสุดา วนภิญโญศักดิ์
รองผู้ว่าการด้านตลาดยุโรป แอฟริกา ตะวันออกกลาง และอเมริกา

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๘
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๓๐ กันยายน ๒๕๖๐

ประวัติการศึกษา:
- นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการโฆษณา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาภูมิศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประวัติการทำงานที่สำคัญ:
- ๑ ตุลาคม ๒๕๕๘ รองผู้ว่าการด้านตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้
- ๒ ตุลาคม ๒๕๕๖ ผู้อำนวยการภูมิภาคเอเชียตะวันออก
- ๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๖ ผู้อำนวยการกลุ่มงานตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้

๒. นางภัทรพร สิทธิวนิช
ผู้อำนวยการภูมิภาคยุโรป แอฟริกา และตะวันออกกลาง

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๙
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๑

๓. นางสาวจิตติมา สุขผลิน
ผู้อำนวยการภูมิภาคอเมริกา

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๙
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๑

1. Mrs. Srisuda Wanapinyosak
Deputy Governor for International Marketing (Europe, Africa, Middle East and Americas)

(1 October 2015 - 30 September 2017)

Educational Background:
- Master of Communication Arts (Advertising), Chulalongkorn University
- Bachelor of Education (Geography), Silpakorn University

Work Experience:
- 1 October 2015 Deputy Governor for International Marketing (Asia and South Pacific)
- 2 October 2013 Executive Director, East Asia Region
- 1 February 2013 Director, Asia and South Pacific Marketing Group

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

(1 October 2016 - 1 October 2018)

3. Miss Jittima Sukpalin
Executive Director, The Americas Region

(1 October 2016 - 1 October 2018)

ด้านสื่อสารการตลาด
Marketing Communications

๑. นายธเนศวร์ เพชรสุวรรณ
รองผู้ว่าการด้านสื่อสารการตลาด

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๓๐ กันยายน ๒๕๖๑

ประวัติการศึกษา:
- นิเทศศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ประวัติการทำงานที่สำคัญ:
- ๑ ตุลาคม ๒๕๕๙ รองผู้ว่าการด้านตลาดยุโรป แอฟริกา ตะวันออกกลาง และอเมริกา
- ๑ ตุลาคม ๒๕๕๖ ผู้อำนวยการภูมิภาคยุโรป แอฟริกา และตะวันออกกลาง
- ๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๓ ผู้อำนวยการกองตลาดยุโรป แอฟริกา และตะวันออกกลาง

๒. นายกฤษณะ แก้วธำรงค์
ผู้อำนวยการฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐
วันที่พ้นตำแหน่ง: -

๓. นางสาวสุปราณี ป้องปัด
ผู้อำนวยการฝ่ายบริการการตลาด

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๑

1. Mr. Tanes Petsuwan
Deputy Governor for Marketing Communications

(1 October 2017 - 30 September 2018)

Educational Background:
- Bachelor of Communication Arts, Bangkok University

Work Experience:
- 1 October 2016 Deputy Governor for International Marketing (Europe, Africa, Middle East and Americas)
- 1 October 2013 Executive Director, Europe, Africa and Middle East Region
- 1 February 2010 Director, Europe, Africa and Middle East Market Division

2. Mr. Kitsana Kaewtumrong
Executive Director, Advertising and Public Relations Department

(1 October 2017 - present)

3. Miss Supranee Pongpat
Executive Director, Marketing Services Department

(1 October 2017 - 1 October 2018)

ด้านบริหาร
Administration

๑. นายจรัญ อ้นมี
รองผู้ว่าการด้านบริหาร

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๘
วันที่พ้นตำแหน่ง: -

ประวัติการศึกษา:
- พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- เศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาการคลัง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ประวัติการทำงานที่สำคัญ:
- ๑ ตุลาคม ๒๕๕๘ ที่ปรึกษา ระดับ ๑๐
- ๙ ตุลาคม ๒๕๕๗ ผู้อำนวยการฝ่ายวางแผน
- ๒ ตุลาคม ๒๕๕๖ ผู้อำนวยการฝ่ายลงทุนธุรกิจท่องเที่ยว

๒. นางสุนีย์ อภิชาติกุลชัย
ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและงบประมาณ

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐
วันที่พ้นตำแหน่ง: -

๓. นางสาวขวัญจิตร บุญพิทักษ์
ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารทั่วไป

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐
วันที่พ้นตำแหน่ง: -

๔. นางสาวสุกัญญา สิริกาญจนากุล
ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ พฤศจิกายน ๒๕๕๘
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๑

๕. นางสาวอังคณา พุ่มผกา
ผู้อำนวยการฝ่ายการเงิน

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐
วันที่พ้นตำแหน่ง: -

1. Mr. Charun Ohnmee
Deputy Governor for Administration

(1 October 2015 - present)

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

Work Experience:

• 1 October 2015	Advisor 10
• 9 October 2014	Executive Director Planning Department
• 2 October 2013	Executive Director Tourism Investment Department

2. Mrs. Sunee Apichartkulchai
Executive Director, Budget and Accounting Department

(1 October 2017 - present)

3. Miss Khwanjitr Boonpitak
Executive Director, General Administration Department

(1 October 2017- present)

4. Miss Sukanya Sirikanjanakul
Executive Director, Human Resources Department

(1 November 2015 - 1 October 2018)

5. Miss Aungkana Pumpaka
Executive Director, Finance Department

(1 October 2017- present)

ด้านนโยบายและแผน
Policy and Planning

๑. นายฉัททันต์ กุญชร ณ อยุธยา
รองผู้ว่าการด้านนโยบายและแผน

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๑

ประวัติการศึกษา:
- Master of Arts, Boston University
- รัฐศาสตรบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการทำงานที่สำคัญ:
- ๑ ตุลาคม ๒๕๕๙ รองผู้ว่าการด้านสื่อสารการตลาด
- ๙ ตุลาคม ๒๕๕๗ ผู้อำนวยการฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์
- ๑ ตุลาคม ๒๕๕๖ ผู้อำนวยการฝ่ายติดตามและบริหารความเสี่ยง

๒. นางน้ำฝน บุณยะวัฒน์
ผู้อำนวยการฝ่ายวางแผน

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ พฤศจิกายน ๒๕๕๘
วันที่พ้นตำแหน่ง: -

๓. นางสาวจุฑาทิพย์ เจริญลาภ
ผู้อำนวยการฝ่ายติดตามและบริหารความเสี่ยง

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙
วันที่พ้นตำแหน่ง: -

๔. นางสาวเพลินพิศ หมื่นพล
ผู้อำนวยการสำนักเทคโนโลยีสารสนเทศ

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๙
วันที่พ้นตำแหน่ง: -

1. Mr. Chattan Kunjara Na Ayudhya
Deputy for Policy and Planning

(1 October 2017 - 1 October 2018)

Educational Background:
- Master of Arts, Boston University
- Bachelor of Arts (Political Science) Chulalongkorn University

Work Experience:
- 1 October 2016 Deputy Governor for Marketing Communications
- 9 October 2014 Executive Director, Advertising and Public Relations Department
- 1 October 2013 Executive Director, Monitoring and Risk Management Department

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
Tourism Products and Business

๑. นางสุจิตรา จงชาณสิทโธ
รองผู้ว่าการด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐
วันที่พ้นตำแหน่ง: -

ประวัติการศึกษา:
- วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารภาครัฐและเอกชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการทำงานที่สำคัญ:
- ๑ ตุลาคม ๒๕๕๘ รองผู้ว่าการด้านตลาดในประเทศ
- ๑ ตุลาคม ๒๕๕๕ ผู้อำนวยการภูมิภาคภาคเหนือ
- ๒๗ มิถุนายน ๒๕๔๙ ผู้อำนวยการสำนักผู้ว่าการ

๒. นายกรวิทย์ วงศ์ประเสริฐ
ผู้อำนวยการฝ่ายลงทุนธุรกิจท่องเที่ยว

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๙
วันที่พ้นตำแหน่ง: -

๓. นางสาวยุพา ปานรอด
ผู้อำนวยการฝ่ายกิจกรรม

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐
วันที่พ้นตำแหน่ง: -

๔. นายนิธี สีแพร
ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมสินค้าการท่องเที่ยว

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๕๙
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๑

1. Mrs. Sujitra Jongchansitto
Deputy Governor for Tourism Products and Business

(1 October 2017 - present)

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

Work Experience:

• 1 October 2015	Deputy Governor for Domestic Marketing
• 1 October 2012	Executive Director, Northern Region
• 27 June 2006	Executive Director, Office of the Governor

2. Mr. Korawit Wongprasert
Executive Director, Tourism Investment Department

(1 October 2016 - present)

3. Miss Yupa Panrod
Executive Director, Events Department

(1 October 2017 - present)

4. Mr. Nithee Seeprae
Executive Director, Product Promotion Department

(1 October 2016 - 1 October 2018)

ด้านตลาดในประเทศ
Domestic Marketing

๑. นายนพดล ภาคพรต
รองผู้ว่าการด้านตลาดในประเทศ

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐
วันที่พ้นตำแหน่ง: -

ประวัติการศึกษา:
- การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- การศึกษาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติการทำงานที่สำคัญ:
- ๑ ตุลาคม ๒๕๕๙ รองผู้ว่าการด้านสอนค้าและธุรกิจท่องเที่ยว
- ๑ ตุลาคม ๒๕๕๖ ผู้อำนวยการฝ่ายกิจกรรม
- ๑ พฤศจิกายน ๒๕๕๓ ผู้อำนวยการกองส่งเสริมกิจกรรม

๒. นางปานจิตร สันทัดกลการ
ผู้อำนวยการภูมิภาคภาคกลาง

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๑

๓. นายสมชาย ชมภูน้อย
ผู้อำนวยการภูมิภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๑
วันที่พ้นตำแหน่ง: -

๔. นายกฤษฎา รัตนพฤกษ์
ผู้อำนวยการภูมิภาคภาคใต้

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๒ ตุลาคม ๒๕๖๐
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๑

๕. นางสาวสมฤดี จิตรจง
ผู้อำนวยการภูมิภาคภาคเหนือ

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๑

๖. นายวิบูลย์ นิมิตรวานิช
ผู้อำนวยการภูมิภาคภาคตะวันออก

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐
วันที่พ้นตำแหน่ง: -

1. Mr. Noppadon Pakprot
Deputy Governor for Domestic Marketing

(1 October, 2017 - present)

Educational Background:
- Master of Urban and Regional Planning, Chulalongkorn University
- Bachelor of Education, Srinakharinwirot University

Work Experiences:
- 1 October 2016 Deputy Governor for Tourism Products and Business
- 1 October 2013 Executive Director, Events Department
- 1 November 2010 Director, Events Promotion Division

2. Mrs. Panjit Santhatkollakarn
Executive Director, Central Region

(1 October 2017 - 1 October 2018)

3. Mr. Somchai Chompoonoi
Executive Director, Northeastern Region

(1 October 2018 - present)

4. Mr. Klissada Ratanapruk
Executive Director, Southern Region

(2 October 2017 - 1 October 2018)

5. Mrs. Somradee Chitchong
Executive Director, Northern Region

(1 October 2017 - 1 October 2018)

6. Mr. Wiboon Nimitrwanich
Executive Director, Eastern Region

(1 October 2017 - present)

ด้านตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้
International Marketing (Asia and South Pacific)

๑. นายสันติ ชุดินธรา
รองผู้ว่าการด้านตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐
วันที่ครบวาระ: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๑

ประวัติการศึกษา:

- การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนภาค จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อักษรศาสตรบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการทำงานที่สำคัญ:

- ๑ ตุลาคม ๒๕๕๗ รองผู้ว่าการด้านนโยบายและแผน
- ๑ ตุลาคม ๒๕๕๖ ผู้อำนวยการภูมิภาคภาคตะวันออก
- ๑ ตุลาคม ๒๕๕๔ ผู้อำนวยการฝ่ายวางแผน

๒. นางสาววไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์
ผู้อำนวยการภูมิภาคอาเซียน เอเชียใต้ และแปซิฟิกใต้

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ พฤศจิกายน ๒๕๕๘
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๑

๓. นางสาวรัญจวน ทองรุต
ผู้อำนวยการภูมิภาคเอเชียตะวันออก

วันที่ดำรงตำแหน่ง: ๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙
วันที่พ้นตำแหน่ง: ๑ ตุลาคม ๒๕๖๑

1. Mr. Santi Chudintra
Deputy Governor for International Marketing (Asia and South Pacific)

(1 October 2017 - 1 October 2018)

Educational Background:

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

Work Experience:

- 1 October 2014 Deputy Governor for Policy and Planning
- 1 October 2013 Executive Director, Eastern Region
- 1 October 2011 Executive Director, Planning Department

2. Miss Walailak Noypayak
Executive Director, ASEAN, South Asia and South Pacific Region

(1 November 2015 - 1 October 2018)

3. Miss Runjuan Tongrut
Executive Director, East Asia Region

(1 February 2016 - 1 October 2018)

อุ้มผาง - น้ำตกขั้นบันได จ.ตาก

ค่าตอบแทนผู้บริหาร

ค่าตอบแทนผู้บริหาร หมายถึง ค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหารของ ททท. ประกอบด้วยค่าตอบแทนผู้ว่าการ ททท. ค่าเบี้ยประชุมคณะกรรมการ ททท. และค่าใช้จ่ายของคณะกรรมการ ททท. สำหรับค่าตอบแทนผู้บริหาร เปรียบเทียบ ๓ ปี มีรายละเอียดดังนี้

รายการ	ปี ๒๕๕๙ (บาท)	ปี ๒๕๖๐ (บาท)	ปี ๒๕๖๑ (บาท)
ค่าตอบแทนคณะกรรมการและผู้บริหาร	๒๓,๖๐๘,๘๑๗.๘๐	๑๙,๐๑๑,๙๙๘.๐๘	๓๒,๓๔๗,๕๗๒.๔๑
รวมทั้งสิ้น	**๒๓,๖๐๘,๘๑๗.๘๐**	**๑๙,๐๑๑,๙๙๘.๐๘**	**๓๒,๓๔๗,๕๗๒.๔๑**

Executive Remuneration

Remuneration for the top executive provided by TAT includes monthly salary of the TAT Governor, meeting payment of TAT Board, and payment of TAT Board. For Executive Remuneration whose over the past three years was listed in comparative detail:

Item	2016 (Baht)	2017 (Baht)	2018 (Baht)
Remuneration for the TAT Governor	23,608,817.80	19,011,998.08	32,347,572.41
Total	**23,608,817.80**	**19,011,998.08**	**32,347,572.41**

หาดทุ่งวัวแล่น จ.ชุมพร

วัดร่องเสือเต้น จ.เชียงราย

โครงสร้างเงินทุน

ทุนและโครงสร้างผู้ถือหุ้นของรัฐวิสาหกิจ

ณ วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๑ ททท. มีทุนประเดิม ๕๘.๖๘ ล้านบาท เท่ากับปี ๒๕๖๐ โดยกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นร้อยละ ๑๐๐

หนี้เงินกู้ของรัฐวิสาหกิจ

ในปีงบประมาณ ๒๕๖๑ ททท. ไม่มีหนี้เงินกู้คงค้างของรัฐวิสาหกิจ

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 2018, TAT, which is wholly owned by the Ministry of Finance, had 58.68 million Baht in initial capital, an amount unchanged since 2017.

State-owned Enterprise's Liabilities

In the fiscal year 2018, TAT posted no SOE's outstanding borrowings.

เงินงบประมาณที่ได้รับและการจ่ายเงินนำส่งรัฐหรือเงินปันผล ปีงบประมาณ ๒๕๕๙ - ๒๕๖๑
Allocated Budget and Remittance to the Government on Dividends in the Fiscal Years 2016 - 2018

ปีงบประมาณ ๒๕๕๙								
แผนงาน/ผลผลิต	งบประมาณที่ได้รับ (ล้านบาท)	งบประมาณโอน/เปลี่ยนแปลง/ปรับลด (ล้านบาท)	งบประมาณที่ได้รับหลังโอน/เปลี่ยนแปลง (ล้านบาท)	การเบิกจ่าย (ล้านบาท)	เงินกันเหลื่อมปี (ล้านบาท)	ร้อยละการใช้จ่ายงบประมาณ	จำนวนเงินที่ไม่ได้วางฎีกา (ล้านบาท)	ส่งคืนคลัง (ล้านบาท)
๑. งบประจำปี	**๖,๗๗๔.๕๐๒**	**(๒.๗๕๘)**	**๖,๗๗๑.๗๔๔**	**๖,๗๖๑.๗๒๕**	**-**	**๙๙.๘๕**	**๑๐.๐๑๙**	**๓๐.๒๒๔**
แผนงานพัฒนาและเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ	**๖,๕๗๔.๗๐๒**	**(๒.๗๕๘)**	**๖,๕๗๑.๙๔๔**	**๖,๕๖๑.๙๓๙**	**-**	**๙๙.๘๕**	**๑๐.๐๐๕**	**๓๐.๒๑๐**
ผลผลิตที่ ๑ การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ	๒,๐๗๖.๑๐๐	(๒๗.๖๘๑)	๒,๐๔๘.๔๑๙	๒,๐๔๕.๐๓๖	-	๙๙.๘๓	๓.๓๘๓	๒๘.๑๖๑
ผลผลิตที่ ๒ การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดในประเทศ	๑,๑๔๐.๖๕๘	(๐.๖๖๗)	๑,๑๓๙.๙๙๑	๑,๑๓๖.๒๓๖	-	๙๙.๖๗	๓.๗๕๕	๐.๐๑๔
ผลผลิตที่ ๓ การส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานด้านตลาด	๔๓๗.๘๔๗	๒๕.๕๙๐	๔๖๓.๔๓๗	๔๖๐.๕๗๐	-	๙๙.๓๘	๒.๘๖๗	๒.๐๓๕
โครงการเร่งเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ	๒,๙๒๐.๐๙๗	-	๒,๙๒๐.๐๙๗	๒,๙๒๐.๐๙๗	-	๑๐๐.๐๐	-	-
แผนงานส่งเสริมบทบาทและการใช้โอกาสในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน	**๑๖๒.๘๐๐**	**-**	**๑๖๒.๘๐๐**	**๑๖๒.๘๐๐**	**-**	**๑๐๐.๐๐**	**-**	**-**
โครงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านตลาดการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน	๑๖๒.๘๐๐	-	๑๖๒.๘๐๐	๑๖๒.๘๐๐	-	๑๐๐.๐๐	-	-
แผนงานส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา	**๓๗.๐๐๐**	**-**	**๓๗.๐๐๐**	**๓๖.๙๘๖**	**-**		**๐.๐๑๔**	**๐.๐๑๔**
ผลผลิต วิจัยเพื่อพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว	๓๗.๐๐๐	-	๓๗.๐๐๐	๓๖.๙๘๖	-	๙๙.๙๖	๐.๐๑๔	๐.๐๑๔
๒. งบกลาง	**๒๗๓.๑๘๗**	**(๒๔.๙๔๗)**	**๒๔๘.๒๔๐**	**๒๒๕.๘๐๙**	**๒๒.๔๓๑**	**๙๐.๙๖**	**๒๒.๔๓๑**	**-**
แผนงานบริหารเพื่อรองรับกรณีฉุกเฉินหรือจำเป็น	**๒๗๓.๑๘๗**	**(๒๔.๙๔๗)**	**๒๔๘.๒๔๐**	**๒๒๕.๘๐๙**	**๒๒.๔๓๑**	**๙๐.๙๖**	**๒๒.๔๓๑**	**-**
ผลผลิต เงินสำรองจ่ายเพื่อกรณีฉุกเฉินหรือจำเป็น	๒๗๓.๑๘๗	(๒๔.๙๔๗)	๒๔๘.๒๔๐	๒๒๕.๘๐๙	๒๒.๔๓๑	๙๐.๙๖	๒๒.๔๓๑	-
รวม = ๑+๒	**๗,๐๔๗.๖๘๙**	**(๒๗.๗๐๕)**	**๗,๐๑๙.๙๘๔**	**๖,๙๘๗.๕๓๔**	**๒๒.๔๓๑**	**๙๙.๕๔**	**๓๒.๔๕๐**	**๓๐.๒๒๔**

หมายเหตุ: เงินกันเหลื่อมปี จำนวน ๒๒.๔๓๑ ล้านบาท งบกลางที่เป็นการเบิกจ่ายลักษณะงบลงทุน ลงนามสัญญาในปี ๒๕๕๙ ดำเนินการเบิกจ่ายในปี ๒๕๖๐

Fiscal Year 2016								
Work Plan/Output	Allocated Budget (million Baht)	Transferred/ Changed/ Reduced Budget (million Baht)	Allocated Budget 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	**6,774.502**	**(2.758)**	**6,771.744**	**6,761.725**	**-**	**99.85**	**10.019**	**30.224**
Work Plan: Development and Growth 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 Opportunity Exploitation of the AEC Entry	**162.800**	**-**	**162.800**	**162.800**	**-**	**100.00**	**-**	**-**
Competitiveness Enhancement in Tourism Markets in Preparation for the AEC Entry Project	162.800	-	162.800	162.800	-	100.00	-	-
Work Plan: Research and Development Enhancement	**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)	งบประมาณโอน/เปลี่ยนแปลง/ปรับลด (ล้านบาท)	งบประมาณที่ได้รับหลังโอน/เปลี่ยนแปลง (ล้านบาท)	การเบิกจ่าย (ล้านบาท)	เงินกันเหลื่อมปี (ล้านบาท)	ร้อยละการใช้จ่ายงบประมาณ	จำนวนเงินที่ไม่ได้วางฎีกา (ล้านบาท)	ส่งคืนคลัง (ล้านบาท)
๑. งบประจำปี	**๗,๒๕๗.๐๔๙**	**-**	**๗,๒๕๗.๐๔๙**	**๗,๒๓๑.๓๔๙**	**๒๕.๓๗๖**	**๙๙.๖๕**	**๒๕.๗๐๐**	**๑๔.๐๙๙**
แผนงานบุคลากรภาครัฐสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ	**๙๐๓.๒๐๙**	**๑๑.๘๖๐**	**๙๑๕.๐๖๙**	**๙๑๕.๐๑๘**	**-**	**๙๙.๙๙**	**๐.๐๕๑**	**๑๔.๐๗๕**
ผลผลิตที่ ๑ รายการค่าใช้จ่ายบุคลากรภาครัฐ สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ	๙๐๓.๒๐๙	๑๑.๘๖๐	๙๑๕.๐๖๙	๙๑๕.๐๑๘	-	๙๙.๙๙	๐.๐๕๑	๑๔.๐๗๕
แผนงานพื้นฐานสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ	**๔,๑๘๐.๙๑๐**	**(๑๑.๘๖๐)**	**๔,๑๖๙.๐๕๐**	**๔,๑๔๓.๔๐๑**	**๒๕.๓๗๖**	**๙๙.๓๘**	**๒๕.๖๔๙**	**๐.๐๒๔**
ผลผลิตที่ ๑ การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ	๒,๔๙๔.๕๕๐	(๑๑.๑๓๘)	๒,๔๘๓.๔๑๒	๒,๔๗๕.๗๐๓	๗.๖๗๘	๙๙.๖๙	๗.๗๐๙	๐.๐๒๔
ผลผลิตที่ ๒ การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดในประเทศ	๑,๓๒๐.๓๐๒	(๐.๕๖๕)	๑,๓๑๙.๗๓๗	๑,๓๑๑.๘๑๙	๗.๙๑๘	๙๙.๔๐	๗.๙๑๘	-
ผลผลิตที่ ๓ การส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานด้านตลาด	๓๖๖.๐๕๘	(๐.๑๕๗)	๓๖๕.๙๐๑	๓๕๕.๘๗๙	๙.๗๘๐	๙๗.๒๖	๑๐.๐๒๒	-
แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ	**๑,๙๘๙.๗๓๗**	**-**	**๑,๙๘๙.๗๓๗**	**๑,๙๘๙.๗๓๗**	**-**	**๑๐๐.๐๐**	**-**	**-**
โครงการเร่งเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ	๑,๙๘๙.๗๓๗	-	๑,๙๘๙.๗๓๗	๑,๙๘๙.๗๓๗	-	๑๐๐.๐๐	-	-
แผนงานบูรณาการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา	**๒๐.๘๙๘**	**-**	**๒๐.๘๙๘**	**๒๐.๘๙๘**	**-**	**๑๐๐.๐๐**	**-**	**-**
โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว	๒๐.๘๙๘	-	๒๐.๘๙๘	๒๐.๘๙๘	-	๑๐๐.๐๐	-	-
แผนงานบูรณาการเสริมสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ	**๑๖๒.๒๙๕**	**-**	**๑๖๒.๒๙๕**	**๑๖๒.๒๙๕**	**-**	**๑๐๐.๐๐**	**-**	**-**
โครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเพชรสมุทรคีรี	๑๖๒.๒๙๕	-	๑๖๒.๒๙๕	๑๖๒.๒๙๕	-	๑๐๐.๐๐	-	-
๒. งบกลาง	**๒๔๖.๙๐๕**	**-**	**๒๔๖.๙๐๕**	**๒๑๔.๗๘๒**	**๓๑.๙๕๐**	**๘๖.๙๙**	**๓๒.๑๒๓**	**-**
แผนงานส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์	**๒๔๖.๙๐๕**	**-**	**๒๔๖.๙๐๕**	**๒๑๔.๗๘๒**	**๓๑.๙๕๐**	**๘๖.๙๙**	**๓๒.๑๒๓**	**-**
ค่าใช้จ่ายส่งเสริมและสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจภายในประเทศ	๒๔๖.๙๐๕	-	๒๔๖.๙๐๕	๒๑๔.๗๘๒	๓๑.๙๕๐	๘๖.๙๙	๓๒.๑๒๓	-
รวม = ๑+๒	**๗,๕๐๓.๙๕๔**	**-**	**๗,๕๐๓.๙๕๔**	**๗,๔๔๖.๑๓๑**	**๕๗.๓๒๖**	**๙๙.๒๓**	**๕๗.๘๒๓**	**๑๔.๐๙๙**

หมายเหตุ: *๑. เงินกันเหลื่อมปี จำนวน ๒๕.๓๗๖ ล้านบาท ประกอบด้วย*
๑.๑ งบลงทุนที่ลงนามสัญญาในปี ๒๕๖๐ ดำเนินการเบิกจ่ายในปี ๒๕๖๑ จำนวน ๑๗.๔๕๘ ล้านบาท
๑.๒ งบลงทุนที่ยังไม่ได้ลงนามสัญญาในปี ๒๕๖๐ ดำเนินการลงนามสัญญาและเบิกจ่ายในปี ๒๕๖๑ จำนวน ๗.๙๑๘ ล้านบาท
๒. เงินกันเหลื่อมปี จำนวน ๓๑.๙๕๐ ล้านบาท งบกลางที่เป็นการเบิกจ่ายลักษณะงบเงินอุดหนุนตามแผนเบิกจ่ายงบประมาณปี ๒๕๖๐ ในเดือนตุลาคม - พฤศจิกายน ๒๕๖๐ ดำเนินการเบิกจ่ายในปี ๒๕๖๑

Fiscal Year 2017								
Work Plan/Output	Allocated Budget (million Baht)	Transferred/ Changed/ Reduced Budget (million Baht)	Allocated Budget 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	-
Work Plan: Tourism-and-service-generated Revenue Integration	**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	-	-
Work Plan: Research Enhancement and Development Integration	**20.898**	**-**	**20.898**	**20.898**	**-**	**100.00**	**-**	**-**
Research for Tourism Marketing Development Project	20.898	-	20.898	20.898	-	100.00	-	-
Work Plan: Domestic Economy Strengthening and Sustainability Enhancement Integration	**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

ปีงบประมาณ ๒๕๖๑								
แผนงาน/ผลผลิต	**งบประมาณที่ได้รับ (ล้านบาท)**	**งบประมาณโอน/เปลี่ยนแปลง/ปรับลด (ล้านบาท)**	**งบประมาณที่ได้รับหลังโอน/เปลี่ยนแปลง (ล้านบาท)**	**การเบิกจ่าย (ล้านบาท)**	**เงินกันเหลื่อมปี (ล้านบาท)**	**ร้อยละการใช้จ่ายงบประมาณ**	**จำนวนเงินที่ไม่ได้วางฎีกา (ล้านบาท)**	**ส่งคืนคลัง (ล้านบาท)**
งบประจำปี	**๗,๗๔๗.๕๔๘**	**(๔.๓๙๗)**	**๗,๗๔๓.๑๕๑**	**๗,๗๓๙.๖๑๖**	**-**	**๙๙.๙๕**	**๓.๕๓๕**	**๓.๓๓๑**
แผนงาน : แผนงานบุคลากรภาครัฐ (ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ)	**๙๒๐.๐๗๔**	**-**	**๙๒๐.๐๗๔**	**๙๑๙.๖๒๑**	**-**	**๙๙.๙๕**	**๐.๔๕๓**	**๓.๓๒๙**
ผลผลิตที่ ๑ รายการค่าใช้จ่ายบุคลากรภาครัฐ สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ	๙๒๐.๐๗๔	-	๙๒๐.๐๗๔	๙๑๙.๖๒๑	-	๙๙.๙๕	๐.๔๕๓	๓.๓๒๙
แผนงาน : แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ	**๑,๓๕๘.๙๖๗**	**(๔.๓๙๗)**	**๑,๓๕๔.๕๗๐**	**๑,๓๕๑.๔๘๘**	**-**	**๙๙.๗๗**	**๓.๐๘๒**	**๐.๐๐๒**
ผลผลิตที่ ๑ การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ	๗๑๙.๓๒๕	(๔.๓๙๗)	๗๑๔.๙๒๘	๗๑๔.๙๒๖	-	๑๐๐.๐๐	๐.๐๐๒	๐.๐๐๒
ผลผลิตที่ ๒ การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดในประเทศ	๓๙๖.๗๘๕	-	๓๙๖.๗๘๕	๓๙๕.๙๑๔	-	๙๙.๗๘	๐.๘๗๑	-
ผลผลิตที่ ๓ การส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานด้านตลาด	๒๔๒.๘๕๗	-	๒๔๒.๘๕๗	๒๔๐.๖๔๘	-	๙๙.๐๙	๒.๒๐๙	-
แผนงาน : แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว กีฬาและวัฒนธรรม	**๔,๖๘๓.๕๐๗**	**-**	**๔,๖๘๓.๕๐๗**	**๔,๖๘๓.๕๐๗**	**-**	**๑๐๐.๐๐**	**-**	**-**
โครงการเร่งเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ	๔,๖๘๓.๕๐๗	-	๔,๖๘๓.๕๐๗	๔,๖๘๓.๕๐๗	-	๑๐๐.๐๐	-	-
แผนงาน : แผนงานยุทธศาสตร์ส่งเสริมเศรษฐกิจและพัฒนาศักยภาพชุมชน	**๗๘๕.๐๐๐**	**-**	**๗๘๕.๐๐๐**	**๗๘๕.๐๐๐**	**-**	**๑๐๐.๐๐**	**-**	**-**
โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองและชุมชน	๗๘๕.๐๐๐	-	๗๘๕.๐๐๐	๗๘๕.๐๐๐	-	๑๐๐.๐๐	-	-
รวม	**๗,๗๔๗.๕๔๘**	**(๔.๓๙๗)**	**๗,๗๔๓.๑๕๑**	**๗,๗๓๙.๖๑๖**	**-**	**๙๙.๙๕**	**๓.๕๓๕**	**๓.๓๓๑**

หมายเหตุ : *๑. เงินงบประมาณประจำปี ๒๕๖๑ ททท. ได้รับจัดสรรตาม พรบ. จำนวน ๗,๗๔๗.๕๔๘ ล้านบาท ประกอบด้วย*

๑.๑ ได้รับจัดสรรตาม พรบ. ประจำปี จำนวน ๖,๙๖๒.๕๔๘ ล้านบาท และตาม พรบ. เพิ่มเติม จำนวน ๗๘๕.๐๐๐ ล้านบาท รวมเป็น ๗,๗๔๗.๕๔๘ ล้านบาท

๑.๒ สำนักงบประมาณได้ปรับลดงบประมาณประจำปี ๒๕๖๑ รายการค่าใช้จ่ายของสำนักงานต่างประเทศ จำนวน ๔.๓๙๗ ล้านบาท เนื่องจากผลต่างจากอัตราแลกเปลี่ยนที่ใช้ในการคำนวณค่าเช่าอาคารและค่าเช่ารถยนต์ของสำนักงานต่างประเทศ ตาม มติ ครม. เมื่อวันที่ ๒๖ ก.ย. ๒๕๖๐

Fiscal Year 2018								
Work Plan/Output	Allocated Budget (million Baht)	Transferred/ Changed/ Reduced Budget (million Baht)	Allocated Budget 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)
Fiscal Budget	**7,747.548**	**(4.397)**	**7,743.151**	**7,739.616**	**-**	**99.95**	**3.535**	**3.331**
Work Plan: Public Sector Personnel (in the Country's Competitiveness)	**920.074**	**-**	**920.074**	**919.621**	**-**	**99.95**	**0.453**	**3.329**
Output 1: Total Expenses for Personnel in Public Sector Generating Tourism and Service Revenue	920.074	-	920.074	919.621	-	99.95	0.453	3.329
Work Plan: Fundamental Plan for the Creation of the Country's Competitiveness	**1,358.967**	**(4.397)**	**1,354.570**	**1,351.488**	**-**	**99.77**	**3.082**	**0.002**
Output 1: Overseas Tourism Markets Promotion	719.325	(4.397)	714.928	714.926	-	100.00	0.002	0.002
Output 2: Domestic Tourism Markets Promotion	396.785	-	396.785	395.914	-	99.78	0.871	-
Output 3: Marketing Operation Promotion and Support	242.857	-	242.857	240.648	-	99.09	2.209	-
Work Plan: Tourism-Sport-and-Culture-generated Revenue Integration	**4,683.507**	**-**	**4,683.507**	**4,683.507**	**-**	**100.00**	**-**	**-**
Domestic and Overseas Tourism-generated Revenue Growth Acceleration Project	4,683.507	-	4,683.507	4,683.507	-	100.00	-	-
Work Plan: Economic Strengthening and Community Potential Development Strategy	**785.000**	**-**	**785.000**	**785.000**	**-**	**100.00**	**-**	**-**
Secondary City and Community Tourism Promotion Project	785.000	-	785.000	785.000	-	100.00	-	-
Total	**7,747.548**	**(4.397)**	**7,743.151**	**7,739.616**	**-**	**99.95**	**3.535**	**3.331**

Note: 1. The TAT's Fiscal Budget 2018 amounting 7,747.548 million Baht allocated based on the related Act comprising:

1.1 Related Act-based annual allocation of 6,962.548 million Baht and, by virtue of the same Act, an additional amount of 785.000 million Baht was allocated resulting in the total of 7,747.548 million Baht.

1.2 In line with the Cabinet Resolution, 26 September 2017, Budget Bureau made an adjusted decrease of 4.397 million Baht in TAT Fiscal Budget 2018 on expenses incurred in TAT Overseas Offices including buildings and vehicles rentals as a result of exchange rate difference.

04/

การลงทุนที่สำคัญในปัจจุบันและอนาคต

Current and Future Major Investments

ระนองแคนยอน จ.ระนอง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีการดำเนินงานที่สอดคล้องตามนโยบายรัฐบาลที่มุ่งเน้นการนำประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศ ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ททท. จึงกำหนดการดำเนินงานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยว ดังนี้

แผนการส่งเสริมและสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการและเครือข่าย

ตามแผนวิสาหกิจ ททท. พ.ศ. 2560 - 2564 ภายใต้วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์สร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว กำหนดส่งเสริมและพัฒนารางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Awards) เป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพสินค้าการท่องเที่ยวไทย (Quality Mark) โดยเป็นความมุ่งมั่นตั้งใจของ ททท. ในการสร้างสรรค์สินค้าคุณภาพ และความยั่งยืนในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผ่านการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และมอบ “กินรี” รางวัลอันทรงเกียรติให้เป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพสินค้า ช่วยยกระดับมาตรฐานให้แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยผลักดันให้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพของบริการและสินค้าทางการท่องเที่ยว อาทิ โรงแรม ที่พัก รายการนำเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว

ทั้งนี้ รางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นรางวัลที่องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ให้การยอมรับและชื่นชมที่ ททท. ให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องและเป็นส่วนร่วมในงาน “วันท่องเที่ยวโลก” (World Tourism Day) จึงเป็นความภาคภูมิใจของ ททท. และผู้ประกอบการที่จะได้นำแนวทางไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาสินค้าและบริการให้เกิดคุณค่าและมูลค่า ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดมากขึ้น

แผนการเพิ่มมูลค่าและบริหารจัดการสินทรัพย์ ททท.

ตามแผนวิสาหกิจ ททท. พ.ศ. 2560 - 2564 ภายใต้วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์พัฒนาองค์กร สู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง มีแนวทางดำเนินงานบริหารจัดการทรัพย์สินที่ ททท. ลงทุน/ร่วมทุน ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในพื้นที่ที่อยู่ในความครอบครองของ ททท. อาทิ พื้นที่ในจังหวัดชลบุรี พื้นที่ในจังหวัดนครราชสีมา และพื้นที่ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยกำกับดูแลบริหารสัญญาและติดตามการดำเนินงานให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

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:

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 Organisation (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.

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.

05/

ผลการดำเนินงาน ของ ททท.

TAT Operations

รายงานวิเคราะห์ทางการเงิน

ภาพรวมผลการดำเนินงานสำหรับ ปีงบประมาณ ๒๕๖๑ เทียบกับปี ๒๕๖๐

ปีงบประมาณ ๒๕๖๑ งบการเงินเฉพาะกิจการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีรายได้รวม จำนวน ๗,๐๔๔.๐๖ ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนจำนวน ๗๑๑.๒๖ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๙.๑๗ และมีค่าใช้จ่ายรวม จำนวน ๖,๗๘๙.๒๓ ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน จำนวน ๒๓๔.๔๗ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๓.๓๔

รายได้: จำนวน ๗,๐๔๔.๐๖ ล้านบาท ประกอบด้วย

๑. รายได้เงินอุดหนุนจากรัฐบาล จำนวน ๖,๕๓๒.๖๑ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๙๒.๗๔ ของรายได้รวม โดยลดลงจากปีก่อนจำนวน ๑๕๖.๖๕ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๒.๓๔

๒. รายได้จากการขายและบริการ รายได้กลับรายการขาดทุนจากการด้อยค่าเงินลงทุน และรายได้อื่น จำนวน ๕๑๑.๔๕ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๗.๒๖ ของรายได้รวม โดยลดลงจากปีก่อนจำนวน ๕๕๔.๖๑ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๕๒.๐๒

ค่าใช้จ่าย: จำนวน ๖,๗๘๙.๒๓ ล้านบาท ประกอบด้วย

๑. ค่าใช้จ่ายจากเงินอุดหนุนรัฐบาล จำนวน ๖,๕๓๒.๖๑ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๙๖.๒๒ ของค่าใช้จ่ายรวม โดยลดลงจากปีก่อนจำนวน ๑๕๖.๖๕ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๒.๓๔

๒. ค่าใช้จ่ายจากการส่งเสริมการตลาด จำนวน ๕,๑๖๙.๕๙ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๗๖.๑๔ ของค่าใช้จ่ายรวม โดยลดลงจากปีก่อน ๑๐๑.๔๕ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๑.๙๒

๓. ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน และค่าใช้จ่ายอื่น จำนวน ๑,๓๖๓.๐๒ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๐๘ ของค่าใช้จ่ายรวม โดยลดลงจากปีก่อน ๕๕.๒๐ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๓.๘๙

๔. ค่าใช้จ่ายจากการขายและบริการ จำนวน ๒๕๖.๖๒ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๓.๗๘ ของค่าใช้จ่ายรวม โดยลดลงจากปีก่อน ๗๗.๘๒ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๒๓.๒๗

๕. ต้นทุนสินค้าและบริการใช้ไป จำนวน ๔๘.๑๗ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๐.๗๑ ของค่าใช้จ่ายรวม โดยเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ๔.๕๓ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๑๐.๓๘

๖. ค่าใช้จ่ายดำเนินงานและค่าใช้จ่ายอื่น จำนวน ๒๐๘.๔๕ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๓.๐๗ ของค่าใช้จ่ายรวม โดยลดลงจากปีก่อน ๘๒.๓๕ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๒๘.๓๒

สภาพคล่อง

ณ วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๑ ททท. มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดคงเหลือ จำนวน ๒,๒๘๑.๗๑ ล้านบาท ลดลงจากต้นปีงบประมาณ ๒๕๖๑ (๑ ตุลาคม ๒๕๖๐) จำนวน ๔,๒๘๗.๘๗ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๖๕.๒๗ ประกอบด้วย เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน ๑,๕๙๐.๗๐ ล้านบาท และเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน ๕,๗๘๔.๑๖ ล้านบาท และผลกระทบการขาดทุนในอัตราแลกเปลี่ยน ๙๔.๔๒ ล้านบาท

สตรีทอาร์ต จ.ราชบุรี

Financial Analysis Report

Overview of the Total Operating Results in Fiscal Year 2018 as Opposed to Those in 2017

In the fiscal year 2018, the Tourism Authority of Thailand's (TAT) financial statement alone posted 7,044.06 million Baht in total revenue, up by 711.26 million Baht or a 9.17% decreased from the previous year; total expenditure amounted to 6,789.23 million Baht, a decrease of 234.47 million Baht equaling a 3.34% down.

Revenue Totalling 7,044.06 million Baht was represented by:

1. Government subsidy amounting to 6,532.61 million Baht or 92.74% of the total revenue, a decrease of 156.65 million Baht or a 2.34% decrease from the previous year.

2. Sales- and service-based revenue and other revenues to the amount of 511.45 million Baht or 7.26% of the total revenue and representative of a 554.61 million Baht down or 52.02% decreased from the previous year.

Expenditure Breakdown of 6,789.23 million Baht comprised:

1. Expenditure from the government's budget allocation of 6,532.61 million Baht equalling 96.22% of the total expenditure, or a decrease of 156.65 million Baht or 2.34% against that in 2016.

2. Marketing-promotion-based expenditure to the amount of 5,169.59 million Baht or 76.14% of the total expenditure, representing a decrease of 101.45 million Baht or 1.92% over the previous year;

3. Operations-incurred expenditure and other expenses to the amount of 1,363.02 million Baht representing 20.08% of the total expenditure, a decrease of 55.20 million Baht or 3.89% against that a year ago.

4. Sales- and services-related expenditure amounting to 256.62 million Baht or 3.78% of the total expenditure, a decrease of 77.82 million Baht or 23.27% over the previous year:

5. Costs of supply and services equalling 48.17 million Baht or 0.71% of the total expenditure, down by 4.53 million Baht or a decrease of 10.38% as opposed to that in 2017.

6. Operations-incurred expenditure and other costs worth 208.45 million Baht representing 3.07% of the total expenditure, a decrease of 82.35 million Baht or 28.32% over the previous year.

Liquidity

As of 30 September 2018, TAT's cash and equivalents amounted to 2,281.71 million Baht, down by 4,287.87 million Baht or an 65.27% down against that at the beginning of the fiscal year 2018 (1 October 2017) which comprised 1,590.70 million Baht in net cash from the operating activities and 5,784.16 million Baht in net cash from the investment activities. Moreover, the exchange rate effect is 94.42 million Baht loss.

รายงานวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

ด้านตลาดต่างประเทศ

ปีงบประมาณ ๒๕๖๑ ททท. ดำเนินงานภายใต้โครงการต่าง ๆ เพื่อมุ่งหวังยกระดับภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน ด้วยการให้ความสำคัญกับคุณค่าเชิงประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ (Value for Experience) ที่มีความแตกต่างกันเฉพาะแต่ละบุคคลเสมือนเป็นการเปิดมุมมองใหม่ ๆ ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศไทย เพื่อให้ไทยเป็นทางเลือกลำดับต้น ๆ ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวศักยภาพกลุ่มรายได้ระดับกลาง - บน ซึ่งจะส่งผลให้อุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน โดยตลอดทั้งปี มีผลงานที่สำคัญ ดังนี้

๑. สื่อสารความเป็นไทยสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวทั่วโลกเดินทางมาประเทศไทย ด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านแคมเปญ Amazing Thailand ภายใต้แนวคิด Open to the New Shades นำเสนอคุณค่าความเป็นไทยผ่านประสบการณ์จากวิถีความเป็นไทยที่โดดเด่นและแตกต่างอย่างมีคุณค่า ที่สร้างความประทับใจและความสุข เพื่อยกระดับภาพลักษณ์การเป็น Preferred Destination สามารถสร้างการรับรู้กว่า ๙,๘๐๐ ล้านคน-ครั้งทั่วโลก โดยมีการดำเนินการ ดังนี้

๑.๑ ผลิตสื่อโฆษณาต่าง ๆ เผยแพร่ในสื่อสมัยใหม่และสื่อดั้งเดิม เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่ทรงคุณค่า ภายใต้แคมเปญ “Discover Amazing Stories in Amazing Thailand” ผ่านอาหารไทยและวิถีการกินด้วยแนวคิด “Open to the New Shades” รวมทั้งจัดทำ Viral Campaign ผ่านสื่อทางช่องทางโซเชียลมีเดียใน Platform ระดับโลก และในพื้นที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานสาขาต่างประเทศ ๒๘ สำนักงาน

๑.๒ จัดกิจกรรม Agent Fam Trip (AET) และ Media Fam Trip (MET) กว่า ๖๐๐ 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 ศิลปินหรือนักกีฬาที่มีชื่อเสียง เช่น การจัดแคมเปญเชิญชวนชาวญี่ปุ่นท่องเที่ยวประเทศไทยร่วมกับศิลปินไอดอลญี่ปุ่นชื่อดัง Nogizaka46 เป็นต้น ซึ่งทำให้สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกได้ รวมถึงชาวต่างชาติที่พำนักอาศัยอยู่ในประเทศไทย

๑.๔ ร่วมเป็นเจ้าภาพงาน “UNWTO World Forum on Gastronomy Tourism ครั้งที่ ๔” ซึ่งเป็นงานสัมมนาวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารระดับนานาชาติครั้งแรกของเอเชีย โดยกิจกรรมภายในงานประกอบด้วยการอภิปราย การประชุมเชิงปฏิบัติการ และการสัมมนาในหัวข้อต่าง ๆ ซึ่งเน้นการเชื่อมโยงอาหารเข้ากับเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่สามารถพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน และมีกิจกรรมสำรวจเส้นทางอาหารผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม และเส้นทางอาหารผสมผสานกับวัฒนธรรมและชุมชน เพื่อตอกย้ำภาพลักษณ์ของไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารระดับโลกอีกด้วย ซึ่งได้ผลตอบรับจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมเป็นอย่างดี

Performance Analysis Report

Overseas Market

In the fiscal year 2018, TAT implemented a variety of projects with the aims of elevating Thailand's image to be a sustainably Preferred Destination by focusing on Value for Experience that tourists would gain. That experience was also varied for each of them, as it helped open their new perspectives towards Thailand in the hope that the country will be among the top-listed options for tourists around the world, particularly, the middle-high income group, which leads to the sustainable growth of Thailand's tourism industry. The following is the highlights of the whole year's performance.

1. Conveyed the message of being Thai and motivated tourists around the globe to travel to Thailand. The Amazing Thailand campaign was publicised under the concept of 'Open to the New Shades that delivered the value of being Thai through experiencing the exceptional and unique ways of the Thai lifestyle that brought about the impression and happiness to raise the image of being a preferred destination. The campaign created awareness of 9.8 billion people/trips around the world by exercising the following actions:

1.1 Produced advertising media to be distributed on modern and traditional media to publicise TAT's tourism information as valuable attractions under the campaign "Discover Amazing Stories in Amazing Thailand" via Thai food and the culinary arts with the concept of "Open to the New Shades" including creating a viral campaign through social media on international platforms and at the area of 28 TAT overseas offices.

1.2 Arranged the activities of the Agent Fam Trip (AET) and Media Fam Trip (MET) of more than 600 times with the participation from the international media of more than 1,800 people to create awareness and publicise attractions and travel routes as well as provide celebrity testimonials published on both on-line and off-line media to present Thailand's tourist attractions, events and festivals in the country by world-class celebrities in different industries.

1.3 Advertised Thailand in the world-class events of sports, entertainment and others through sponsorship of the various activities at the national and international levels. The Thailand's awareness building program was promoted under the Amazing Thailand campaign via many activities and well-known artists or athletes; for example, organising the co-campaign to invite Japanese to visit Thailand with the famous Japanese artist, Nogizaka46, resulting in expanding the international reach of the tourists including expatriates in Thailand.

1.4 Co-hosted the "The 4th UNWTO World Forum on Gastronomy Tourism", which was Asia's first academic tourism seminar on gastronomy at an international level. The event featured discussion, workshops, and seminars on various topics focusing on linking food with technology and innovation that could be developed in food tourism sustainably, as well as the activity of exploring a food map in blending technology with innovation, and a food map in combination with culture and community in order to accentuate the image of Thailand as a world-class gastronomic destination that was well received by the participants.

๑.๕ จัดทำ The Michelin Guide Thailand 2019 เพื่อสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) ผ่าน "อาหารไทยและวิถีการกินของคนไทย" และแสดงศักยภาพและความพร้อมของไทยในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านอาหาร (Gastronomy Tourism) ต่อเนื่องจากการดำเนินงานในปี ๒๕๖๐ โดยสามารถสร้างการรับรู้กว่า ๖๒ ล้านคน-ครั้ง

๒. มุ่งสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยผสานความร่วมมือกับพันธมิตรทั้งในและนอกอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกว่า ๑๔,๔๐๐ ราย ดำเนินงานร่วมกัน ดังนี้

๒.๑ ขยายฐานตลาดของกลุ่มความสนใจพิเศษที่มีแนวโน้มใช้จ่ายสูง ในกลุ่มกอล์ฟ กลุ่มสุขภาพและความงาม กลุ่มแต่งงานและฮันนีมูน และกลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผ่านการเผยแพร่โฆษณาและประชาสัมพันธ์ตามช่องทางการสื่อสาร สามารถสร้างการรับรู้กว่า ๙๕๗ ล้านคน-ครั้ง และเสนอขายรายการนำเที่ยวคุณภาพร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวต่างประเทศกว่า ๒,๕๐๐ ราย มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศซื้อแพ็กเกจมากกว่า ๑๐๗,๐๐๐ ราย โดยในปีนี้ ททท. มีการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญสำหรับตลาดเฉพาะ อาทิ การเป็นเจ้าภาพร่วมในการจัดงาน Amour Asia Pacific 2018 เป็นต้น

๒.๒ กระตุ้นการใช้จ่ายกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ โดยขยายการเจาะกลุ่มผู้มีรายได้สูง (กลุ่ม Luxury) ควบคู่กับสานต่อการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวระดับกลาง-บน ทั้งกลุ่มเดินทางเดินทางครั้งแรก (First Visitor) และกลุ่มเดินทางซ้ำ (Revisit) โดยการจัดและเข้าร่วมงานส่งเสริมการขายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในรูปแบบ Business To Business (B to B) และ Business To Consumer (B to C) มากกว่า ๒๒๐ ครั้งในทุกภูมิภาค อาทิ งาน International Luxury Travel Market (ILTM) เมืองกาน สาธารณรัฐฝรั่งเศส งาน World Travel Market (WTM) กรุงลอนดอน สหราชอาณาจักร งาน ITB-Berlin กรุงเบอร์ลิน สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี งาน China International Tourism Mart (CITM) 2018 เมืองเซี่ยงไฮ้ สาธารณรัฐประชาชนจีน งาน JATA 2018 กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น

๓. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยง AEC โดยสร้างเครือข่ายความร่วมมือและประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการท่องเที่ยวเชื่อมโยง AEC ในลักษณะ Thailand & Beyond ก่อให้เกิดการรับรู้ในภาพรวมกว่า ๖๗ ล้านคน-ครั้ง มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศซื้อแพ็กเกจมากกว่า ๒๙,๘๐๐ คน โดยมีตัวอย่างการดำเนินงาน ดังนี้

๓.๑ จัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์และนำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวเส้นทางเชื่อมโยง AEC อาทิ การร่วมมือระหว่างไทย-เมียนมา ผ่านการจัดคาราวานรถยนต์ "MTM-TAT Heritage Trail Tourism Cross Border Rally (Myanmar-Thailand)" โดยนำนักท่องเที่ยวชาวพม่าขับรถออฟโรด จำนวน ๒๔ คัน ๗๕ คน มาท่องเที่ยวในเส้นทางเมียนมาร์-ไทย และจัด FAM Trip โดยเชิญสื่อมวลชนจากทั้งภูมิภาคเอเชีย อาเซียน รวมถึงภูมิภาคยุโรป และตะวันออกกลาง สำรวจเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างไทยและประเทศในอาเซียน เพื่อสร้างการรับรู้ และเพิ่มช่องทางในการนำนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยง

1.5 Published the Michelin Guide Thailand 2019 to create awareness of Thailand's tourism image as a Preferred Destination via **"Thai food and Thais' way of eating"** and to show the country's potential and readiness of being a gastronomic tourism destination as a continuation of the previous fiscal year's programme in which could create awareness of more than 62 million people/trips.

2. Generated sustainable tourism income in collaboration with over 14,400 business alliances both inside and outside tourism sector with the following cooperation:

2.1 Expanded the market base of special interest groups that have high spending tendency including golf, health and beauty, wedding and honeymoon and eco-tourism groups by running advertisements and public relations via different channels, which created awareness of over 957 million people/trips. Also, joint promotion of quality package tours with more than 2,500 overseas travel business entrepreneurs were offered and purchased by over 107,000 foreign tourists. In 2018, TAT organised some tourism promotion events for specific market; such as co-hosting on the Amour Asia Pacific 2018 Fair.

2.2 Stimulated spending of quality tourist groups by penetrating those high-income segments (Luxury groups) together with expanding the middle-upper level tourist market base, which included first-time visitor and revisit groups. TAT organised and participated in sales promotion events in both the domestic and overseas markets in the forms of Business to Business (B to B) and Business to Consumer (B to C) for more than 220 times in every region; for example, the International Luxury Travel Market (ILTM) in Cannes, French Republic, World Travel Market (WTM) in London, United Kingdom, ITB-Berlin in Berlin, Federal Republic of Germany, China International Tourism Mart (CITM) 2018 in Shanghai, People's Republic of China and JATA 2018 in Tokyo, Japan.

3. Promoted the AEC Connect tourism by building cooperation networks and publicising products and services of AEC Connect in the concept of Thailand & Beyond that created awareness of over 67 million people/trips overall with packages purchased by more than 29,800 foreign tourists. Example of the activities are listed below:

3.1 Organised public relations promotional activities and presented the AEC Connecting Route tourism products; for instance, the **"MTM-TAT Heritage Trail Tourism Cross Border Rally (Myanmar-Thailand)"** was held with the cooperation between Thailand and Myanmar. The rally had brought 75 Burmese tourists with 24 off-road cars to drive on the Myanmar-Thailand route. Meanwhile the FAM Trip was arranged for media from the Asia, ASEAN, Europe and Middle East regions to explore the AEC connecting route in order to build awareness and increase access to bring tourists into Thailand via this connecting route.

3.2 Hosted the 37th ASEAN Tourism Forum (ATF 2018) under the concept of ASEAN – Sustainable Connectivity, Boundless Prosperity with the main objectives of promoting tourism cooperation among the members of the ASEAN countries, pushing the ASEAN region to be a single tourism destination as well as being the arena for Thailand and other ASEAN members to present tourism competitiveness to the partner countries; namely China, Japan, South Korea, Russia, and India. The event's participants featured executives from government agencies including ministers and senior

๓.๒ จัดการประชุมการท่องเที่ยวอาเซียนครั้งที่ 37 หรือ The 37th ASEAN Tourism Forum (ATF 2018) ภายใต้แนวคิด ASEAN – Sustainable Connectivity, Boundless Prosperity โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน ผลักดันให้ภูมิภาคอาเซียนเป็น Single Destination หรือจุดหมายปลายทางเดียวกันด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนเป็นเวทีแสดงศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศสมาชิกอาเซียนต่อกลุ่มประเทศพันธมิตรคู่เจรจา ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ รัสเซีย และอินเดีย ภายในงานมีผู้เข้าร่วมประชุมเป็นผู้บริหารระดับสูงจากหน่วยงานภาครัฐทั้งในระดับรัฐมนตรีและระดับเจ้าหน้าที่อาวุโสด้านการท่องเที่ยว (NTOs) ของประเทศอาเซียนและประเทศพันธมิตรคู่เจรจารวมกว่า ๑๒๐ คน นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมส่งเสริมการตลาด TRAVEX หรือ Travel Exchange ที่เป็นการเจรจาธุรกิจระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อจากประเทศในกลุ่มทวีปยุโรป อเมริกา เอเชีย และอาเซียน โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับภาคเอกชนได้คัดเลือก Buyer ที่มีคุณภาพจาก ๗๐ ประเทศทั่วโลกมาร่วมงานทั้งสิ้น ๓๐๐ คน รวมถึงผู้ขายจากประเทศเพื่อนบ้านไทย อาทิ สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ จำนวน ๔๐ กว่าราย

๓.๓ จัดงานส่งเสริมการขาย Thailand Travel Mart Plus Amazing Gateway to the Greater Mekong Subregion (TTM+) 2018 จังหวัดชลบุรี เป็นเวทีให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวไทยและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจากประเทศกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ได้นำเสนอสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจากต่างประเทศทั่วโลก โดยมีจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศและจากประเทศเพื่อนบ้านในแถบลุ่มน้ำโขงในฐานะผู้ขาย จำนวน ๓๓๖ หน่วยงาน และมีผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวต่างประเทศในฐานะผู้ซื้อ ๔๖ ประเทศ จำนวน ๒๘๗ ราย โดยผลการเจรจาที่เกิดขึ้นคิดเป็นมูลค่าทางธุรกิจโดยรวมประมาณ ๕๘.๕๓ ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ ๑,๘๙๔ ล้านบาท

ด้านตลาดในประเทศ

การดำเนินงานของ ททท. ในปีงบประมาณ ๒๕๖๑ ด้านตลาดในประเทศยังคงมุ่งเน้นการสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวด้วยการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกระแสหลัก สร้างกระแสการเดินทางผ่านการสื่อสารภายใต้แนวคิด “Amazing ไทยเท่” นำเสนอคุณค่าทางการท่องเที่ยวแบบลงลึกถึงท้องถิ่น รวมทั้งนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้และเปิดมุมมองใหม่ให้กับชีวิต โดยมีแนวทางการดำเนินงานเพื่อกระตุ้นการเดินทางข้ามภูมิภาคและกระตุ้นการท่องเที่ยวในวันธรรมดา เพื่อเพิ่มวันพักค้าง และกระจายช่วงเวลาในการท่องเที่ยว รวมทั้งยังคงสานต่อการตลาดแบบเจาะกลุ่มเพื่อขยายฐานนักท่องเที่ยวศักยภาพที่มีการใช้จ่ายสูง นอกจากนั้น ททท. ยังได้มุ่งเน้นการสร้างสมดุลทางการท่องเที่ยวทั้งในมิติของพื้นที่และเวลาด้วยการส่งเสริมการเดินทางไปยังพื้นที่เมืองรองที่มีศักยภาพ และส่งเสริมการท่องเที่ยวช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เพื่อลดความแออัดจากการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้สังคมและสิ่งแวดล้อม ขยายโอกาสทางการท่องเที่ยวในวงกว้าง ตลอดจนปลูกฝังการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และอนุรักษ์ธรรมชาติ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อีกด้วย ทั้งนี้มีการดำเนินงานที่สำคัญ ได้แก่

กระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกระแสหลัก ปลุกกระแสการเดินทางท่องเที่ยวตั้งแต่ต้นปี ด้วยการจัดงาน “เทศกาลเที่ยวเมืองไทย” ครั้งที่ ๓๘ ณ สวนลุมพินี เพื่อประชาสัมพันธ์กระตุ้นการออกเดินทางท่องเที่ยวของคนไทย โดยนำเสนอสินค้าการท่องเที่ยวที่โดดเด่นของภูมิภาคต่าง ๆ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า เพื่อเป็นทางเลือกใหม่สำหรับนักท่องเที่ยว สร้างแรงจูงใจในการออกเดินทางท่องเที่ยวผ่านการจำลองวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น มีผู้เข้าชมงานถึง ๖๘๗,๗๘๓ คน มีเงินหมุนเวียน

officers from the National Tourism Organisations (NTOs) of ASEAN and dialogue partner countries totalling over 120 people. In addition, there was the marketing promotional event, TRAVEX or Travel Exchange, which was a business talk between sellers and buyers from the countries in Europe, the Americas, Asia and ASEAN regions hosted by TAT and the private sector. Those buyers were well selected from 70 countries around the world with the total of 300 attendants that included more than 40 sellers from the neighbouring countries; such as Singapore, Malaysia, Indonesia, and the Philippines.

3.3 Hosted the sales promotion event, Thailand Travel Mart Plus Amazing Gateway to the Greater Mekong Subregion (TTM+) 2018 in Chon Buri province as a sales arena for Thai tourism and Mekong Subregion tourism entrepreneurs to present their tourism products and services to their international tourism counterparts. The total number of entrepreneurs from domestic and neighbouring countries in the Mekong regions as Sellers represented 336 agencies and the numbers of international entrepreneurs as Buyers represented 287 agencies from 46 countries with the business negotiation results worth about 58.53 million US dollars or approximately 1.894 billion Baht.

Domestic Market

TAT's performance in the fiscal year 2018 for the domestic market continued to focus on generating tourism income by **boosting spending of mainstream tourists**, stimulating travel through conveying a message under **the theme of** "Amazing Thai The" that offered value of a Thai local experience including tourism activities that concentrated on learning and opening new perspectives to life with the operational plans for stimulating travel across the regions and travel on regular days in order to increase the length of stay and spread the period of travel. The operation still **continued marketing promotion on specific segments** to expand the tourist bases that have high spending power tendency. Moreover, TAT gave importance on **tourism balance in terms of space and time** by promoting potential secondary destination visits and encouraging travel in the off-season to reduce congestion and concentration of tourists along with **tourism for empowering society and environment**, expanding tourism opportunities as well as fostering tourism for natural learning and conservation to help reduce the environmental impacts as shown by the following **prominent performances** below:

Boosted spending of mainstream tourists: The travel stimulation activity started early in the year with being the host of **the 38th Thailand Tourism Festival** at Lumpini Park to encourage Thai people to travel by offering outstanding tourism products from different regions, creating value-addedness to products as an alternative for tourists, motivating people to travel via the model of the ways of life, arts and culture, and local traditions. There was a total of 687,783 visitors with over 390 million Baht circulating during the Festival.

Created awareness and stimulated tourism trend by broadcasting commercials and presenting travel information in a scoop format to communicate insight information of the attractions that matched the target groups' interest via communication channels both traditional media; such as television, printing, radio, and out-of-home media and influencers including the popular on-line communities. Stimulated Thais to travel across the regions with the campaign **Travel Across the Region Challenge Season 2** in collaboration with alliances for both public relations and sales promotion purposes by offering special fares of air tickets flying across the regions and air ticket with accommodation

ภายในงานรวมกว่า ๓๙๐ ล้านบาท สร้างการรับรู้และปลุกกระแสการออกเดินทางท่องเที่ยว โดยเผยแพร่ภาพยนตร์โฆษณา พร้อมทั้งนำเสนอข้อมูลในรูปแบบสกู๊ปท่องเที่ยว เพื่อสื่อสารข้อมูลเชิงลึกของแหล่งท่องเที่ยวตามความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ทั้งช่องทางหลัก ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ และสื่อนอกบ้าน รวมทั้งสื่อสารผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลทางความคิด รวมไปถึงชุมชนออนไลน์ที่ได้รับความนิยม

ส่งเสริมให้คนไทยออกเดินทางท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค ผ่านโครงการ 'ท้าเที่ยวข้ามภาค ปี ๒' เน้นการดำเนินงานร่วมกับพันธมิตรทั้งในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย โดยจัดทำโปรโมชั่นบัตรโดยสารบินข้ามภาคราคาพิเศษ และแพ็กเกจบัตรโดยสารพร้อมที่พัก ร่วมกับสายการบินไทยแอร์เอเชีย และสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส จัดกิจกรรมออนไลน์ต่าง ๆ และกิจกรรมประกวดถ่ายภาพ "ลองมองเมืองรอง" ร่วมกับนิตยสาร อสท. โดยเจาะตลาดกลุ่ม GEN-Y เพื่อให้เป็นผู้ปลุกกระแสการเดินทางท่องเที่ยวจากการบอกต่อผ่านสื่อออนไลน์ รวมทั้งได้จัดกิจกรรม Travel Fair มหกรรมข้ามภาค จัดรายการนำเที่ยว และสร้างการรับรู้ผ่านเว็บไซต์ www.พาเที่ยวข้ามภาค.com อีกด้วย

นอกจากนั้น ททท. ยังได้จัดและสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ โดยพัฒนาให้สอดคล้องกับความสนใจของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย อาทิ งานเทศกาลว่าวนานาชาติประเทศไทย งานเทศกาลสีสันบอลลูนนานาชาติ งานเล่าเรื่องเมืองลำปาง งานเสาร์สราญ ณ อุทยาน ร.๒ เป็นต้น

ผลความสำเร็จในภาพรวม สามารถสร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายถึง ๙๗,๗๖๒ ล้านคน-ครั้ง มีจำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริการฯ ๙๔๘,๘๗๙ PAX และมีจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมในพื้นที่ ๑.๓ ล้านคน และคนไทยเกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวจากการรับสื่อคิดเป็น ร้อยละ ๘๓.๗๑ (จากข้อมูลการประเมินผลการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการสื่อสารการตลาดในประเทศของ ททท. ประจำปี ๒๕๖๑)

ขยายฐานและกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ กลุ่มผู้สูงวัย กลุ่มผู้หญิง กลุ่มครอบครัว และกลุ่มอื่น ๆ ประกอบด้วยกลุ่มความสนใจพิเศษ กลุ่ม Green กลุ่ม Luxury มีแนวทางการดำเนินงานด้วยการสร้างการรับรู้โดยนำส่งคุณค่าทางการท่องเที่ยวแบบลงลึกถึงท้องถิ่น (Local Experience) ทั้ง ๕ ภูมิภาคผ่าน Celebrity และ Social Influencer ชั้นนำ และนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้และเปิดมุมมองใหม่ให้กับชีวิตผ่านรายการสารคดี/วาไรตี้ท่องเที่ยว อาทิ รายการเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน รายการเปรี้ยวปาก รายการทั่วถิ่นแดนไทย เป็นต้น ด้านการส่งเสริมการตลาดได้ดำเนินการส่งเสริมการตลาดรูปแบบต่าง ๆ ผ่านเครือข่ายพันธมิตร โดยคัดสรรสินค้าและบริการคุณภาพที่สอดคล้องกับความต้องการเฉพาะกลุ่ม

กลุ่มผู้หญิง ดำเนินการส่งเสริมการขายร่วมกับสายการบินนกแอร์ สายการบินบางกอกแอร์เวย์ส และจัดทำโปรโมชั่นผ่านทาง Application UTU นอกจากนั้นยังได้จัดทำแคมเปญ "Palette of Thailand" ตลับสีเมืองไทยเฉดสีบันดาลใจให้คุณออกไปเดินทาง โดยร่วมกับโอเรียนทอล พริ้นเซส และใช้ Beauty Influencer อาทิ โมเมพาเพลิน, Feonalita สร้างแรงบันดาลใจในการเดินทางท่องเที่ยวผ่านการนำเสนอสีสันของ Palette เครื่องสำอางเชื่อมโยงกับสีสันของการท่องเที่ยวไปยัง ๕ ภูมิภาค **กลุ่มผู้สูงวัย** สร้างการรับรู้และกระตุ้นการออกเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงวัยผ่านรายการ "เก๋าไม่แก่" ทางช่อง ๕ นำเสนอเรื่องอาหาร สุขภาพ โดยให้กลุ่ม Gen-X และ Gen-Y เป็นผู้สร้างกระแสบอกต่อชวนออกเดินทางท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงวัยผ่านรายการข่าว ๓ มิติ รายการผจญภัยไร้พรมแดน และรายการเศรษฐีบ้านทุ่ง รวมทั้งใช้ Influencer เพื่อเป็นตัวแทนในการกระตุ้นการท่องเที่ยวของแต่ละภูมิภาคผ่าน Application ของ Ookbee U Co.,Ltd รวมทั้งยังร่วมกับพันธมิตรจัดกิจกรรมส่งเสริมตลาด เช่น เสนอขายรายการนำเที่ยวร่วมกับสมาคมธุรกิจนำเที่ยว, จัดโปรโมชั่นพิเศษสำหรับโรงแรม/ที่พัก บริษัทรถเช่า ปั๊มน้ำมัน เป็นต้น นอกจากนั้น ยังได้จัดทำ Joint Promotion ร่วมกับบัตรเครดิต KTC และ C Chanel มอบโปรโมชั่นส่วนลดที่พักในทุกภูมิภาค เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายนักท่องเที่ยวด้วย สำหรับ**กลุ่มครอบครัว** ดำเนินการเสนอขายเส้นทาง/กิจกรรมท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มครอบครัวในงานมหกรรมพาลูกเที่ยวดะ ปี ๒ ณ ศูนย์การค้าสยามพารากอน ร่วมออกบูธประชาสัมพันธ์ส่งเสริมเอกลักษณ์

packages with Thai AirAsia and Bangkok Airways, as well as organising various on-line activities and the Photo Contest "Long Mong Mueang Rong" with the Osotho Magazine to penetrate the Gen-Y target in order to push them to be travel trendsetters via on-line media posts, including organising the Travel Fair (Mahakam Kham Phak), tour package and creating awareness via www.พาเที่ยวข้ามภาค.com.

Furthermore, TAT hosted and sponsored different activities that were varied by interests of each target; for example, International Kite Festival, International Balloon Festival, Lao Rueang Mueang Lampang, and Sao Saran at the King Rama II Memorial Park.

The overall results showed that awareness among the target groups was built by 97.762 billion people/trips, with a number of 948,879 people purchasing products and services, a number of 1.3 million participants in the local activities and there was an 83.71 percent of the people who wanted to travel as a result of media exposure *(Source: TAT's assessment from the advertisement and public relations and domestic marketing communication of the domestic market year 2018)*.

Expanded the tourist bases and stimulated the tourist groups that have high spending power tendency with the following main targets: the elderly, women, family, and other groups including special interests, green, and luxurious groups. Awareness building was implemented by delivering the tourism value at a local level (local experience) of the 5 regions by leading celebrities and social influencers. Learning-based activities and opening new perspectives to life via documentary/travel variety programmes were aired; for example, *Thiao Withi Thai, Kekai Yang Yangyuen, Preawpak, Thua Thin Daen Thai,* etc. For marketing promotions, a wide range of promotional activities had been implemented via alliance networks by selecting products and services that fit the needs of specific groups.

For the women's group, sales promotion was coordinated with Nok Air and Bangkok Airways and promotion was made via the UTU Application. In addition, the campaign "Palette of Thailand" colour shades inspiration for travel in collaboration with the Oriental Princess was launched. Beauty influencers like Momay Pa Plearn, Feonalita were used as an inspiration for travelling through the colours of the Palette linking with the colours of visiting the 5 regions.

For the elderly group, the recognition and stimulation to travel for this group had been made through the "Kao Mai Kae" programme on TV Channel 5 offering the stories of food and health using Gen X and Gen Y groups as trendsetters, publicising attractions for the elderly via the *Khao Sam Miti News* programme, Adventure with no Frontier and Setthi Ban Thung (Country Millionaire) programmes as well as using influencers as representatives to boost tourism in each region via the application of Ookbee U Co., Ltd. Other marketing promotion activities were also made with alliances; for instance, tour package co-offered with the Association of Thai Travel Agents (ATTA), special promotion on hotels/accommodation, car rental companies and gas stations, etc. Furthermore, a joint promotion with KTC and C Chanel was offered by giving discounts on accommodation in every region to boost tourists' spending.

For the family group, tourism activities and routes for families were offered during the 'Pha Luk Thiao Da Festival Season 2' at Siam Paragon Shopping Center. TAT also provided the information booth to promote the tourism identity of the Dinosaur Sa-on route in the Jurassic Expo 2018 at the Mega Bangna Shopping Center, organised the tourism event – following the movie

ทางการท่องเที่ยวเส้นทางไดโนเสาร์สะออนในงาน Jurassic Expo 2018 ณ ศูนย์การค้าเมกาบางนา จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ Jurassic World : Fallen Kingdom เส้นทางไดโนเสาร์สะออน ขอนแก่น-กาฬสินธุ์ และร่วมกับพันธมิตรเสนอขายเส้นทางท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มครอบครัว เช่น ร่วมกับ Central Kids Club จัดกิจกรรม Family Fun Trip เส้นทางเชียงใหม่-สุโขทัย เป็นต้น สำหรับ **กลุ่มอื่น ๆ ได้แก่ กลุ่ม Niche Market & Special Interest กลุ่ม Green และกลุ่ม Luxury** ดำเนินการสร้างการรับรู้ผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ของสิ่งพิมพ์ รวมทั้งจัดกิจกรรม Media FAM Trip ในกลุ่ม Influencer และ Blogger ใน ๕ ภูมิภาค เช่น กิจกรรม Influencer Marketing : Outdoor More Fun @ภาคตะวันออก กิจกรรม Chief gangster of North East ประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และกิจกรรม Blogger and Media Trip ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มที่ชื่นชอบวิถีวัฒนธรรมภาคกลาง เป็นต้น ด้านกิจกรรมส่งเสริมการขายได้จัดงาน Outdoor Fest และสนับสนุนงานส่งเสริมการขาย Thailand Golf & Dive Expo ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และจัดงานมหกรรมพาลูกเที่ยวดะ ปี ๒ ในชื่อตอน "โลกนี้คือห้องเรียน" ณ สยามพารากอน ร่วมจัด/สนับสนุนกิจกรรมกีฬาในพื้นที่ เช่น กิจกรรมปั่นจักรยานเส้นทางจอมทอง-แม่แจ่ม-ป่าบงเปียง กิจกรรม "ปั่นจักรยานพิชิตอินทนนท์คนพันธุ์อึด" ครั้งที่ ๑๑ และกิจกรรมการแข่งขันวิ่ง "สิงห์-สงกรานต์เชียงใหม่ ไนท์ รัน ๒๕๖๑" เป็นต้น

ผลความสำเร็จในภาพรวม สามารถสร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายถึง ๕๔๐ ล้านคน-ครั้ง มีจำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริการฯ ๙๘๓,๓๖๗ PAX และมีจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมในพื้นที่ ๔๔๙,๙๘๘ คน

กระจายพื้นที่และช่วงเวลาในการท่องเที่ยว ส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวสู่พื้นที่รอง เพื่อลดการกระจุกตัวของพื้นที่ท่องเที่ยวหลัก โดยมุ่งให้เกิดการเติบโตของรายได้ทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้วยการต่อยอดแผนการดำเนินงานหลักในปี ๒๕๖๐ ได้แก่ แผนงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่รอง แผนงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในวันธรรมดา **โครงการ ๑๒ เมืองต้องห้าม...พลาด Plus** ตอกย้ำการรับรู้จุดขายที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ โดยดำเนินการพัฒนาเว็บไซต์ www.citieshiddengemsthailand และเฟซบุ๊ก ๑๒ เมืองต้องห้าม...พลาด มีผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์กว่า ๑.๔๙ ล้านคน และมีผู้ติดตาม Facebook กว่า ๒๓๔,๐๐๐ คน นอกจากนั้นยังได้เผยแพร่บทความท่องเที่ยวผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ รวมทั้งจัดกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม และกระตุ้นการกระจายการเดินทาง และการใช้จ่ายสู่เมืองรองของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมุ่งเน้นการนำเสนอกิจกรรมไฮไลท์ ตามภาพลักษณ์ของเมือง อาทิ งานเทศกาลคริสต์มาสภูเรือ จังหวัดเลย และงานเที่ยวปราสาท ๒ ยุค ลุ้นรับโชค จังหวัดบุรีรัมย์ งานมหานครผลไม้ จังหวัดจันทบุรี โดยจัดกิจกรรม Blogger Challenge นำบล็อกเกอร์และเว็บไซต์ที่มีชื่อเสียง อาทิ ไปไหนดี Journey Aholic, เที่ยวไหมครับ, Hang Review EDT ฯลฯ เดินทางร่วมทริป "สะพายกล้องเที่ยว ชิม แชร์" เพื่อแข่งขันรีวิวบทความตามภารกิจที่กำหนด และคัดเลือกผู้ชนะจากยอด Like และยอด Share ของ Fanpage สามารถสร้างการรับรู้ได้กว่า ๒.๘ ล้านคน จัดแคมเปญ "ค้นหาสุดยอดแฟน เมืองต้องห้าม...พลาด" โดยร่วมกับ Application One Map สายการบินบางกอกแอร์เวย์ และ บจก.ดีแทค ไตรเน็ต มอบสิทธิประโยชน์อาทิ ส่วนลดที่พัก ร้านอาหาร ฯลฯ ให้แก่นักท่องเที่ยวที่ Check-in ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ นอกจากนั้นยังได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย "เทศกาลเที่ยว ๑๒ เมืองต้องห้าม...พลาด Plus" ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และเข้าร่วมงานส่งเสริมการขาย อาทิ งานวันธรรมดาน่าเที่ยว และงานไทยเที่ยวไทยอีกด้วย

โครงการขอนแก่น NEW BIZ...to b continue ประชุม...เที่ยว เรื่องเดียวกัน ดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์และกิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่อเนื่อง เพื่อผลักดันให้จังหวัดขอนแก่นเป็นจังหวัดท่องเที่ยวหลักที่มีนักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า ๕ ล้านคน ภายใต้แนวคิด New Business Connect สร้างประสบการณ์การเรียนรู้จากการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ ให้กับกลุ่มเป้าหมาย คือ Young Executive วัยทำงาน เจ้าของธุรกิจ และกลุ่ม Corporate เพื่อนำไปต่อยอดการทำงาน โดยจัดทำสกู๊ปท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น เผยในช่องทางสื่อต่าง ๆ รวมทั้งกระตุ้นการเดินทางโดยจัดมหกรรมคาราวานอีสานแซ่บนัว งานเทศกาลดนตรี KhonKaen Jazz Festival และกิจกรรม Chef & Farmer's table ส่งเสริมการท่องเที่ยว และกระจายรายได้สู่ชุมชนโดยใช้อาหารเป็นจุดขายทางการตลาด เป็นต้น

โครงการเชียงราย แต้ แต้ สานต่อการพัฒนาจังหวัดเชียงรายให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวยั่งยืน โดยเจาะกลุ่มเป้าหมาย Multi-generation Family และกลุ่มผู้สูงวัย นำเสนอแนวคิด "แอ่วเชียงราย แต้ แต้ ดีต่อใจทุกวัย เที่ยวได้ทุกฤดู" สนับสนุนการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง

Jurassic World: Fallen Kingdom on the Dinosaur Sa-on route – Khon Kaen – Kalasin and co-promoted with alliances to sell tourism packages for a family group; for example, by joining with Central Kids Club to offer the Family Fun Trip activity routing Chiang Mai – Sukhothai.

For other groups; such as niche markets and special interest, green and luxury, the creation of awareness was done through various media including printed and on-line media, as well as hosting the following activities: Media FAM Trip among influencers and bloggers in five regions; such as Influencer Marketing: Outdoor More Fun @Eastern region, Chief gangster of Northeast for promoting connecting routes in the Northeastern region and Blogger and Media Trip for promoting the attractions for those who admired the culture styles of the Central region. For the sales promotion activities, TAT hosted the Outdoor Fest and sponsored the Thailand Golf and Dive Expo at Queen Sirikit National Convention Center, as well as organised the Pha Luk Thiao Da Festival Season 2 in the episode of "the World is a classroom" at Siam Paragon. In addition, TAT co-hosted and sponsored sports activities in local regions; such as the cycling on Chom Thong – Mae Chaem – Pa Bong Piang route, the 11th Inthanon Challenge, and a running competition "Singha Songkran Chiang Mai Night Run 2018".

The overall results could reach awareness of the target groups by 540 million people/trips with 983,367 PAX purchasing products and services and 449,988 people participating in the activities in the local areas.

Dispersed the areas and periods of travel. The campaign for the dispersal of tourists to secondary cities was promoted to reduce the cluster of the primary areas with an aim of building the sustainable growth of tourism income by continuing the principal operation plans in 2017, which were the promotional plan for tourism in the secondary areas and promotional plan for tourism on regular days.

The 12 Hidden Gems Plus Project was created to heighten awareness of the unique selling point of each area by developing the website: www.citieshiddengemsthailand.com and Facebook: 12 Hidden Gems. The website was visited by over 1.49 million people with more than 234,000 followers on Facebook. Moreover, the articles about travel were published via public relations media both off-line and on-line including many activities were organised to build involvement and stimulate the dispersal of travel and spending to the secondary cities of Thai people by presenting highlights of each city's image; such as Christmas Festival in Phu Ruea, Loei province, Visit Castles of Two Eras and Win a Prize in Buri Ram province, the Metropolitan of Fruits in Chanthaburi province, etc. A lot of activities were organised; such as Blogger Challenge by taking well-known bloggers and website authors like Pai Nai Di, Journey Aholic, Thiao Mai Khrap, Hang Review EDT, etc. The "Sa-phai Klong Thong Thiao Taste and Share" Trip was arranged as the contest of writing review articles as per designated mission, the winner would be based on the number of likes and shares of the Fanpages. The project created awareness of over 2.8 million people. The campaign of "Searching for the Ultimate Fan of Hidden Gem Cities" was co-created with One Map application, Bangkok Airways and DTAC Trinet Co., Ltd. Those tourists who checked in at various attractions would be entitled to many privileges; such as discount on accommodation and restaurants, etc. Furthermore, the number of sales promotion activities were organised; for instance, 12 Hidden Gems Plus Tourism Festival at Queen Sirikit National Convention Center and the participation in sales promotion events; such as 'Wan Thammada Na Thiao' and Thai Teaw Thai Fairs.

The project Khon Kaen New Biz... to b continue was continuously promoted and publicised to drive Khon Kaen province to be a primary tourist destination with at least 5 million visitors under the concept New Business Connect aiming at building learning experiences from travelling creatively to the targets: young executives, people in the working age, business owners, and corporate groups in order to further develop on their work. The scoop of Khon Kaen tourism was made and disseminated via various channels. The travel stimulation was made by hosting the Caravan of I-San Sap Nua, Khon Kaen Jazz Festival, and Chef & Farmer's Table with the aim of tourism promotion and income distribution to communities by using food as a selling point.

Chiang Rai Tae Tae (truly Chiang Rai) was a continuous development project of Chiang Rai to be a sustainable tourism area targeting the multi-generation family and elderly groups, which presented the theme of "Aeo Chiang Rai Tae Tae, Di Tor Chai, Thuk Wai Thiao Dai Thuk Ruedu" (Visit genuine Chiang Rai, where every

ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมทั้งจัดกิจกรรมสะท้อนภาพลักษณ์เชียงราย อาทิ กิจกรรมอาหารถิ่น กิจกรรม 'Hug Chiang Rai Bike Adventure in the city: ปั่นเส้นทางเดียว เที่ยวได้รอบเมือง' ร่วมจัดงาน Bangkok Airway CHIANG RAI MARATHON จัดโปรโมชั่นร่วมกับสายการบินมอบสิทธิพิเศษให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดเชียงรายและเข้ารับบริการจากผู้ประกอบการที่ร่วมโครงการ เป็นต้น

ททท. ยังได้พัฒนาสินค้าท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ (Creative Tourism) เพื่อผลักดันเข้าสู่กระบวนการขายโดยออกแบบสินค้าการท่องเที่ยวที่เสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ ผูกโยงเรื่องราวที่น่าสนใจจากอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ โดยจัดทำเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยวในแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จัดกิจกรรมรับฟังความเห็นของนักท่องเที่ยวและทดสอบสินค้าเบื้องต้นจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใน ๖ พื้นที่ ได้แก่ ชุมชนบ้านท่าดินแดง จังหวัดพังงา ชุมชนบ้านสวาย จังหวัดสุรินทร์ ชุมชนบ้านทองเอน จังหวัดสิงห์บุรี ชุมชนบ้านปางห้า จังหวัดเชียงราย ชุมชนบ้านแหลมมะขาม จังหวัดตราด และบ้านทุ่งอ่างทอง จังหวัดอ่างทอง รวมทั้งจัดอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ โดยจัดกิจกรรมศึกษาดูงานด้านการบริหารจัดการที่ดี ณ ชุมชนบ้านริมคลอง จังหวัดสมุทรสงคราม

ผลความสำเร็จในภาพรวม สามารถสร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายถึง ๗๑๓ ล้านคน-ครั้ง มีจำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริการฯ ๑,๙๔๗,๓๗๗ PAX และมีจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมในพื้นที่ ๑.๑ ล้านคน

สร้างความเข้มแข็งให้สังคมและรักษาสิ่งแวดล้อม
กระจายโอกาสด้านการท่องเที่ยวสู่คนไทยผ่านกิจกรรม "เที่ยวเมืองไทย ใคร ๆ ก็เที่ยวได้" มีกิจกรรมที่น่าสนใจ อาทิ ร่วมกับเครือข่าย เขียว สวย หอม เพื่อกระจายโอกาสการท่องเที่ยวสู่คนไทยผ่านกิจกรรมท่องเที่ยวด้วยรถรางในเส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์รอบตัวเมืองเชียงใหม่ ร่วมกับสายการบินไทยไลออนแอร์ จัดโปรโมชั่นตั๋วเครื่องบินราคาพิเศษเพื่อเป็นการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในช่วง Low Season ในกิจกรรม "ที่พักหลักร้อย @๕ ภาค" ร่วมกับบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ บริษัท Let's Talk และ Wongnai Travel จัดทำโปรโมชั่นโรงแรม ที่พัก ราคาพิเศษ เป็นต้น นอกจากนั้น ยังได้จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ โดยจัดกิจกรรม "ไหว้พระ ๑๑ วัด รัตนโกสินทร์" กิจกรรม "สวัสดีปีใหม่ไทย ไหว้พระ ๑๐ วัด วันสงกรานต์" และกิจกรรม "ไหว้พระ วิสาขบูชา ไหว้พระฝั่งธนบุรี" โดยร่วมกับ ขสมก. จัดเส้นทางรถเวียน (Free Shuttle) เพื่อรับส่งนักท่องเที่ยวไปยังวัดในโครงการอีกด้วย

ททท. ยังเล็งเห็นความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ จึงได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างใส่ใจสิ่งแวดล้อมในโครงการ Green Tourism เพื่อให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงการท่องเที่ยวโดยไม่กระทบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีกิจกรรมที่น่าสนใจ โดยดำเนินการสร้างการรับรู้ผ่านการแถลงข่าวเปิดตัวโครงการ การเผยแพร่ VDO ประชาสัมพันธ์โครงการท่องเที่ยวสไตล์ 7 Greens ผ่านสื่อออนไลน์ และสื่อป้ายดิจิตอลกลางแจ้ง และจัดกิจกรรม "ปั่นลุยสวน ชวนไปเก็บขยะ" ณ หาดสวนสน และสวนผลไม้ จัดทำ Application Greens Plus เพื่อส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวตามแนวทาง 7 Greens สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม FIT โดยดำเนินการในจังหวัดน่านเป็นพื้นที่นำร่อง เป็นต้น

ผลความสำเร็จในภาพรวม สามารถสร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายถึง ๔๑ ล้านคน-ครั้ง มีจำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริการฯ ๑๒,๐๐๐ PAX และมีจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมในพื้นที่ ๕๑๗,๙๕๓ ล้านคน

ด้านบริหารจัดการองค์กร

ปีงบประมาณ ๒๕๖๑ ททท. มุ่งเน้นการพัฒนาองค์กรสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organization: HPO) ด้วยการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้ในการปฏิบัติงานและจัดทำระบบวางแผนทรัพยากรองค์กร เพื่อสนับสนุนการทำงาน ปรับปรุงระบบงานและลดขั้นตอนการทำงานเพื่อให้เกิดความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาทรัพยากรบุคคลและระบบการบริหารจัดการความรู้ (KM) ภายในองค์กรเพื่อให้สอดรับกับเกณฑ์การประเมินคุณภาพรัฐวิสาหกิจ (SEPA) และเป็นไปตามมาตรฐานสากลตลอดปีงบประมาณ ๒๕๖๑ ททท. มีผลงานที่สำคัญ ดังนี้

๑. ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กร:
ททท. นำระบบโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานภายในองค์กร และปรับลด

generation can go in every season) by supporting tourism in art, culture, traditions and local wisdom base. It also included the activities that reflected Chiang Rai's image; such as local food, Hug Chiang Rai Bike Adventure in the City, and co-hosting the event - Bangkok Airways Chiang Rai Marathon - offering promotion with the airline to give privileges to tourists who travelled to Chiang Rai and use services from the project participating entrepreneurs.

In addition, TAT developed tourism products for learning (Creative Tourism) to carry forward them into the selling process by designing tourism products that supported new experiences, and connected interesting stories coming from the identity of each area. The contents of the attractions were built in terms of creative tourism. The tourists' feedback session and preliminary product testing of the customer target groups in 6 communities; namely Ban Tha Din Daeng in Phang-nga, Ban Sawai in Surin, Ban Thong En in Sing Buri, Ban Pang Ha in Chiang Rai, Ban Laem Makham in Trat and Ban Thung Ang Thong in Ang Thong were conducted. Moreover, the training was provided for stakeholders in the area to increase their competitiveness by organising a field trip to observe the good management at Ban Rim Khlong Community in Samut Songkhram.

The overall results could reach awareness of the target by 713 million people/trips with 1,947,377 million people purchasing products and services, and 1.1 million people participating in the local areas' activities.

Empowered society and preserved environment by distributing a tourism opportunity to Thais via the campaign "Visit Thailand, Anyone Can Do" comprising interesting activities; such as, coordinating with the network – Green Beauty Fragrance to give Thai people a tourism opportunity with the project of travelling with a tram on the cultural and historical route around Chiang Mai City by co-sponsoring with Thai Lion Air offering air ticket promotions to boost travel in the low season for the campaign "Accommodation in hundred Baht range in 5 regions", as well as co-promoting with Bangkok Bank Credit Card, Let's talk Company and Wongnai Travel to give hotels and accommodation with special price offers. In addition, the activities of "Merit-making at 11 temples of the Ratthanakosin, and "Thai New Year's Celebration Merit-making at 10 temples on Songkran Day" for the people who held government welfare cards were organised in cooperating with the Bangkok Mass Transit Authority (BMTA) to provide them a free shuttle service to the participating temples.

As part of TAT's involvement in the conservation of natural resources, the Green Tourism project was initiated to generate tourists' recognition of environmentally-friendly tourism. The implementation for awareness building was done through the press conference of the launch project and dissemination of the PR video of the 7 Greens tourism project via on-line media and digital billboards, and the activity "Biking in the Orchards, Let's Clean Up the Beach" at Hat Suan Son and fruit orchards was organised including the application Green Plus to promote travelling in the 7 Greens style for the FIT group with Nan province chosen to be a pilot area was provided.

The overall results could reach awareness of the target by 41 million people/trips with 12,000 people purchasing products and services, and 517,953 million people participating in the local activities.

ขั้นตอนและระยะเวลาการดำเนินงาน ได้แก่ ต่อยอดการพัฒนาระบบวางแผนทรัพยากรองค์กร (Enterprise Resource Planning) และปรับปรุงการดำเนินงานด้านบริหารให้เกิดความคล่องตัวทันกาลและเกิดประสิทธิภาพผ่านการดำเนินโครงการจัดทำข้อกำหนดและติดตาม Service Level Agreement (SLA) รวมทั้งการจัดทำคู่มือเกี่ยวกับกฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้องกับด้านบริหารสำหรับพนักงานเพื่อส่งเสริมการทำงานตามหลักธรรมาภิบาล และไม่ขัดต่อกฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กร

๒. ด้านการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) บุคลากร: ททท. ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและการบริหารจัดการองค์ความรู้ขององค์กร โดยมุ่งเน้นการจัดทำแผนและแนวทางการดำเนินงานและโครงการต่าง ๆ ในการบริหารและพัฒนาบุคลากรในองค์กรให้มีความเชื่อมโยงและการส่งต่องานระหว่างกัน และนำระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคลมาใช้ดำเนินการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของบุคลากร

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

๔. ด้านการพัฒนาการบริหารจัดการองค์กรที่ดีและสื่อสารภายในองค์กร : ททท. พัฒนาระบบการสื่อสารภายในองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยมีการจัดทำแผนการสื่อสารภายในองค์กรระยะยาว (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๔) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน และสร้างการรับรู้และความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้บริหารกับพนักงานในเนื้อหาการสื่อสารที่สำคัญขององค์กร และนำไปสู่การปฏิบัติให้ผลการดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย

นอกจากนี้ ททท. ได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการดำเนินการตามแผนแม่บทการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) เพื่อผลักดันให้องค์กรมีการทำงานตามหลักธรรมาภิบาล รวมทั้งการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) โดยการส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรเข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม CSR ขององค์กร เช่น การให้ความรู้ด้าน CSR และการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก (Carbon Footprint) งาน Upcycling The Ocean Thailand ณ หาดป่าตอง จ.ภูเก็ต

การบริหารความเสี่ยง

ททท. พัฒนาแนวทางการบริหารความเสี่ยง และระบบการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรอย่างต่อเนื่อง ในเชิงบูรณาการตามกรอบการบริหารความเสี่ยงตามมาตรฐาน COSO โดยดำเนินการตามขั้นตอนของกระบวนการบริหารความเสี่ยงองค์กร โดยมีกระบวนการค้นหา วิเคราะห์ ประเมินเหตุการณ์/สถานการณ์ความไม่แน่นอนต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเป็นความเสี่ยงต่อองค์กร และจะส่งผลกระทบต่อเป้าหมายการดำเนินงานของ ททท. เพื่อหามาตรการจัดการในการป้องกัน/ลด/บรรเทาผลกระทบเหล่านั้นให้อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้ พร้อมทั้งจัดทำเป็นแผนบริหารความเสี่ยงระดับองค์กรเป็นประจำทุกปี ซึ่งครอบคลุมความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ด้านการปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ และข้อบังคับด้านการเงิน และด้านการปฏิบัติการ โดย ททท. มีการกำกับดูแล ติดตามประเมินผลการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องจากคณะกรรมการบริหารองค์กร คณะอนุกรรมการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในของ ททท. และ คณะกรรมการ ททท. เพื่อให้การดำเนินงานบริหารความเสี่ยงองค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพครบถ้วน และสอดคล้องตรงตามนโยบายการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในของ ททท.

ด้านการควบคุมภายใน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้มีการพัฒนาระบบการควบคุมภายในของ ททท. มาอย่างต่อเนื่อง โดยในปี ๒๕๖๑ ได้มีการปรับปรุงรูปแบบคำถามและแบบฟอร์มการรายงานการควบคุมภายใน เพื่อให้สอดรับกับพระราชบัญญัติวินัยการเงินการคลังของรัฐ พ.ศ. ๒๕๖๑ หลักเกณฑ์กระทรวงการคลังว่าด้วยมาตรฐานและหลักเกณฑ์ปฏิบัติการควบคุมภายในสำหรับหน่วยงานของรัฐ พ.ศ. ๒๕๖๑ นอกจากนี้ได้มีการติดตามผลระหว่างการปฏิบัติงาน

Organisation Management

In the fiscal year 2018, TAT strived to develop the organisation for becoming a High Performance Organisation (HPO) by employing modern technology to perform tasks and prepare the organisation's human resources planning system for work support, working system improvement and working process reduction with an aim of increasing speed and efficiency including internal human resources development and knowledge management (KM) support to be in line with the State Enterprise Performance Appraisal (SEPA) and international standard.

The following are the highlights of TAT's performance in the fiscal year 2018:

1. **Increased the organisation management's efficiency:** TAT employed the information technology infrastructure system to increase internal working efficiency and reduce the working process and operating time that is further developing the Enterprise Resources Planning and improving managerial operation to be more flexible, up-to-date, and efficient via the implementation of the project Service Level Agreement (SLA), as well as creating rules and regulations manuals relating to management for employees in order to work according to good governance in workplace and not to work against the organisation's rules and regulations.

2. **Increased productivity of personnel:** TAT paid attention to develop the personnel's competitiveness and knowledge management of the organisation by providing personnel management and development plans and directions for implementing works and projects to have connection and smooth transition, as well as implementing human resources information technology to increase personnel's efficiency.

3. **Asset Management and Value Addedness:** TAT focused on further developing and maximising the benefits of TAT's current assets, particularly, intellectual property value-addedness; such as creating Nong Sukjai brand, and selling Osotho Magazine.

4. **Improved the organisation management and internal communication:** TAT developed internal communication for better efficiency by establishing a long-term internal communication plan (2018 - 2021) as an operational guideline and building awareness and mutual understandings between the management and employees on the organisation's significant messages that would lead to the practices for fulfilling the objectives' accomplishment.

In addition, TAT gave importance to follow the master plan of the corporate governance (CG) to drive the organisation operation with a good governance and declare the corporate social responsibility (CSR) by promoting employees to get involved in the organisation's CSR activities; for example, educating on CSR and Carbon Footprint reduction, and the Upcycling the Ocean Thailand at Hat Pa Tong, Phuket.

Risk Management

TAT has continuously developed the risk management guidance and risk management system through the whole organisation with the integration approach following the COSO Framework (COSO stands for the Committee of Sponsoring Organisations of the Treadway Commission), which pursues the procedure of the organisation risk management process including the process of risk identification, analysis, assessment of the incidence/uncertain situations that could possibly be organisation risks and have impacts on TAT's operational objectives in order to find measures to prevent/reduce/relieve those impacts to the level that the organisation could accept. Furthermore, the organisation risk management plan is annually prepared, which covers the risks of strategy, compliance with the rules and regulations, finance, and operation. TAT has continuously monitored, followed and made an assessment by the organisation management committee, the risk and internal control subcommittee of TAT, and TAT committee to ensure the implementation of the organisation risk management are carried on with efficiency, thoroughness and compliance with TAT's risk and internal control management policy.

Internal Control

TAT has continuously developed the internal control system. In the fiscal year 2018, the questionnaire and a report form of the internal control were adjusted in accordance with the State Fiscal and Financial Disciplines Act, B.E. 2561 (2018), Rule of the Ministry of Finance on the standard and Operational Criteria of internal control for Government Agencies, B.E. 2561. In addition, ongoing monitoring was periodically conducted with a separate evaluation with a breakdown of the annual control

(Ongoing Monitoring) อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ มีการประเมินผลเป็นรายครั้ง (Separate Evaluation) โดยแยกเป็นการประเมินตนเอง (Control Self-Assessment: CSA) ปีละ ๑ ครั้ง โดยประมวลผลจากการจำแนกตาม ๕ องค์ประกอบของการควบคุมภายใน ดังนี้

๑. สภาพแวดล้อมการควบคุม ททท. มีสภาพแวดล้อมการควบคุมในภาพรวมที่เหมาะสม กล่าวคือ บทบาทของคณะกรรมการ ททท. และผู้บริหารทุกระดับ มีการแทรกค่านิยมเรื่องจรรยาบรรณและความซื่อสัตย์ไว้ในการปฏิบัติหน้าที่ประจำวัน พร้อมทั้งให้มีส่วนร่วมและเป็นต้นแบบในด้านการคิด วิเคราะห์ แยกแยะ ก่อนการตัดสินใจหรือกระทำการเรื่องที่สำคัญควบคู่กับการสนับสนุนให้ผู้ใต้บังคับบัญชาสร้างองค์ความรู้สำคัญของภาระงานหลักที่มีผลกระทบต่อเป้าหมายและให้ความสำคัญกับนโยบายและกระบวนการสรรหา พัฒนา และธำรงรักษาบุคลากรที่มีความรู้ และความสามารถที่เหมาะสม รวมทั้งมีการปรับปรุงแผนและกระบวนการสรรหาผู้สืบทอดตำแหน่ง (succession plan) ที่สำคัญ

๒. การประเมินความเสี่ยง ททท. มีนโยบายในการพัฒนาการวิเคราะห์ความเสี่ยงที่เหมาะสมด้วยการผลักดันให้หน่วยงานย่อยมีการนำขั้นตอนตามลำดับในแต่ละกระบวนการหลัก (core process) มาวิเคราะห์ ประเมินความเสี่ยง และจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยง

๓. กิจกรรมการควบคุม ททท. มีกิจกรรมการควบคุมในระดับเจ้าของภาระงานที่ใช้เป็นประจำอยู่แล้ว แต่เพื่อให้การบริหารงานภายในห่วงโซ่อุปทานมีประสิทธิภาพมากขึ้น ททท. จึงส่งเสริมให้หัวหน้างานงานทุกหน่วยงานย่อยเพิ่มความสำคัญของมาตรการกำกับควบคุมภายในทางอ้อม และให้มีการจัดวางกิจกรรมการควบคุมเพื่อรักษาความปลอดภัยของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเพียงพอ

๔. สารสนเทศและการสื่อสาร ททท. มีนโยบายจะกำหนดข้อมูลสารสนเทศที่จำเป็นต้องมี และต้องใช้งานทั้งที่มาจากภายในและภายนอกอย่างชัดเจน ส่งเสริมการดำเนินการรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาเป็นสารสนเทศและฐานข้อมูลกลางเพื่อใช้งานร่วมกัน มีแผนการธำรงรักษาและประกันด้านคุณภาพของสารสนเทศในทุกกระบวนการทางธุรกิจให้พร้อมใช้งาน

๕. กิจกรรมการติดตามผล ททท. จะเพิ่มกลไกในการสอบทาน และรายงานประเด็นการควบคุมภายในที่มีข้อบกพร่องและส่วนที่ยังขาดอยู่ (deficiencies) อย่างเพียงพอ โดยกำหนดความถี่ในการติดตามและประเมินผลที่เหมาะสม รวมทั้งปรับปรุงรูปแบบการรายงานผลและวางแผนการสื่อสาร เพื่อนำส่งผู้เกี่ยวข้องได้ทันที

self-assessment: CSA. The appraisal was done according to the 5 components of internal control as follows;

1. Control environment. Overall, TAT has appropriate control environment. The roles of TAT Board of Directors and executives in all levels are included with the code of conducts and honesty on the routine work basis as well as given the involvement and being a role model for thinking, analysing, and digesting before making decisions or acting on critical matters along with encouraging their subordinates to create key knowledge of the principal jobs that affects the objectives. Meanwhile, the organisation also gave importance to the policy and selection process, development and retaining personnel who has suitable skills and knowledge as well as improving the key succession plans.

2. Risk assessment. TAT set appropriate policy for improving the risk analysis by pushing sub-division units to analyse the steps in the core process, then assess and prioritise the risks.

3. Control activities. TAT already has regular control activities at the level of the task owner; however, for the better efficiency of the supply chain management, the organisation encouraged the heads of the work sections to pay more attention to indirect internal control measures and provide sufficient control activities of the security of the information technology.

4. Information and Communications. TAT assigned the policy for having the necessary and working requirement information from both internal and external sources clearly. The data collection to be mutually used as information and central database as well as the plans for data maintenance and information quality guarantee in every business process were implemented and ready to be used.

5. Monitoring. TAT would increase sufficient tools for re-examination and report the faults and deficiencies of internal control by determining the reasonable monitoring and assessment frequency including improving the forms of report and communication planning to be able to deliver a message to all related parties immediately.

รางวัลด้านการท่องเที่ยว ที่ ททท. ได้รับ ปีงบประมาณ 2561

Tourism Awards to the TAT in Fiscal Year 2018

150 รางวัล Awards

กลุ่มรางวัลที่ ททท. และบุคลากรของ ททท. ได้รับ

Awards Given to the TAT and TAT's Personnel

26 รางวัล Awards

กลุ่มรางวัลสำหรับประเทศไทย

Awards Given to Thailand

27 รางวัล Awards

กลุ่มรางวัลที่ภาคเอกชนด้านการท่องเที่ยวของไทยได้รับ

Awards Given to Private Organisations

97 รางวัล Awards

รางวัลด้านการท่องเที่ยว

ในปีงบประมาณ ๒๕๖๑ ประเทศไทยได้รับความนิยมในการเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลกปรารถนาจะมาเยือน อันเป็นผลจากการมุ่งมั่นดำเนินงานของ ททท. ร่วมกับพันธมิตรทั้งในและนอกอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในและต่างประเทศ ดังบทพิสูจน์ความสำเร็จซึ่งสะท้อนผ่านรางวัลการยอมรับจากเวทีต่าง ๆ ทั่วโลก ๑๕๐ รางวัล ประกอบด้วย กลุ่มรางวัลที่ ททท. และบุคลากรของ ททท. ได้รับ ๒๖ รางวัล กลุ่มรางวัลสำหรับประเทศไทย ๒๗ รางวัล และกลุ่มรางวัลที่ภาคเอกชนด้านการท่องเที่ยวของไทยได้รับ ๙๗ รางวัล ตัวอย่างรางวัลที่สำคัญ ได้แก่

Tourism Awards

In the fiscal year 2018, 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 150 awards of recognition presented to Thailand at different stages around the globe. These included the 26 awards won by the Tourism Authority of Thailand (TAT) and TAT's Personnel, 27 awards for Thailand and 97 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 Gold Award 2018 / Culture Online Campaign 2017	Tourism Authority of Thailand "6 Senses of local experience in Thailand"	Pacific Asia Travel Association (PATA)
2.	PATA Gold Award 2018 / Marketing – Primary Government Destination	Tourism Authority of Thailand "Amazing Green Thailand: A'maze 2017"	Pacific Asia Travel Association (PATA)
3.	PATA Gold Award 2018 / Travel Journalism	Tourism Authority of Thailand "Travel Photograph Cruising through the Cave"	Pacific Asia Travel Association (PATA)
4.	PATA Grand Award 2018 / Education and Training	Tourism Authority of Thailand "King's Wisdom for Sustainable Tourism"	Pacific Asia Travel Association (PATA)
5.	Japan Tourism Award 2018 / Awards for Excellent Paner	Tourism Authority of Thailand "12 Hidden Gems in Thailand"	Japan Association of Travel Agents (JATA)
6.	Advertiser of the Year	Tourism Authority of Thailand	Adman Awards & Symposium 2018
7.	Finalist / Branded Content & Entertainment Categories / Fiction: Series or Film	Tourism Authority of Thailand "Palette of Thailand"	Adman Awards & Symposium 2018
8.	Finalist / Branded Content & Entertainment Categories / Branded Live Experience	Tourism Authority of Thailand "Pa-Sa-Thai Machine"	Adman Awards & Symposium 2018
9.	Bronze/Brand Experience & Activation Categories / Sponsorship & Brand Partnership	Tourism Authority of Thailand "Palette of Thailand"	Adman Awards & Symposium 2018
10.	Bronze / Digital & Interactive Media Categories/ Interface & Navigation & User Experience	Tourism Authority of Thailand "Pa-Sa-Thai Machine"	Adman Awards & Symposium 2018
11.	Finalist/Direct Marketing Categories/ Best Use of Product & Service	Tourism Authority of Thailand "Pa-Sa-Thai Machine"	Adman Awards & Symposium 2018
12.	Best Organization Awards	Tourism Authority of Thailand	China National Tourism Administration

ลำดับ No.	ชื่อรางวัล/สาขารางวัล Award Name / Category	สถานที่/แหล่งที่ได้รับรางวัล Awarded Campaigns / Attractions	ผู้มอบรางวัล Awarded by
	รางวัลที่ประเทศไทยได้รับ (Awards Given to Thailand)		
1.	Business Traveller Asia-Pacific Awards 2018 / The Best Leisure City in Asia-Pacific	Bangkok	Business Traveller Hong Kong
2.	DestinAsian Readers' Choice Award 2018 / Best City Destination in Asia Pacific	Bangkok	DestinAsian
3.	Annual Agents' Choice Award / Favorite Asia Pacific Destination	Thailand	Baxter Media Canada
4.	The International Association of Golf Tour Operator'Award / Golf Destination of the Year for Asia 2019	Hua Hin	International Association of Golf Tour Operators (IAGTO)
5.	2018 Travelers' Choice	"Temple of the Reclining Buddha (Wat Pho) "	TripAdvisor
6.	Condé Nast Traveller Readers Travel Awards 2018 / TheBest Countries In The World	Thailand	Condé Nast Traveller
7.	Condé Nast Traveller Readers Travel Awards 2018 / TheBest Cities In The World	Bangkok	Condé Nast Traveller
8.	TTG Travel Awards 2018 /Destination of the Year	Thailand	TTG Asia Media's Travel Trade Publishing Group
9.	Lonely Planet's Best in Asia 2018	Chiang Mai Thailand	Lonely Planet
10.	The Readers Travel Awards 2018 / The Best Countries in The World to Visit	Thailand	Condé Nast Traveller
11.	DestinAsian Readers' Choice Awards / Best City	Bangkok	DestinAsian
12.	Mastercard's 2018 Global Destination Cities Index / The Global Top Destination Cities	Bangkok	Mastercard
13.	Top 10 Holiday Destinations	Thailand	Ctrip Group
	รางวัลที่เอกชนด้านการท่องเที่ยวได้รับ (Awards Given to Private Organisations)		
1.	PATA Gold Award 2018 / Community-Based Tourism	Local Alike	Pacific Asia Travel Association (PATA)
2.	Travel and Hospitality Awards 2018 / Resort of the Year	Dusit Thani Pattaya hotel	Travel and Hospitality Awards
3.	TTG Travel Awards 2018 / Best Boutique Hotel	The Siam	TTG Asia Media's Travel Trade Publishing Group
4.	TTG Travel Awards 2018 / Best Beach Resort	Anantara Mai Khao Phuket Villas	TTG Asia Media's Travel Trade Publishing Group
5.	The 2018 World's Best Award / The Best City Hotels in Asia	Mandarin Oriental, Bangkok	Travel+Leisure
6.	Asia Spa Awards 2017 / Spa of the Year (Southeast Asia & the Pacific)	Kamalaya Wellness Sanctuary & Holistic Spa, Koh Samui, Thailand	Asia Spa Awards
7.	World Luxury Hotel Awards 2017 / Luxury Wedding Destination (Global Winners)	Avista Hideaway Phuket Patong - MGallery By Sofitel	World Luxury Hotel Awards
8.	World Luxury Hotel Awards 2017 / Luxury Romantic Beach Resort (Global Winners)	Pimalai Resort & Spa	World Luxury Hotel Awards
9.	2017 Business Traveller Asia-Pacific Awards / Best Economy Class	Thai Airways	Business Traveller Asia-Pacific magazine
10.	SKYTRAX World Airline Awards 2018 / World's Best Economy Class Airlines 2018	Thai Airways	SKYTRAX
11.	SKYTRAX World Airline Awards 2018 / World's Best Regional Airlines 2018	Bangkok Airways	SKYTRAX
12.	Telegraph Travel Awards 2017 / Best Long-haul Airlines 2017	Thai Airways	Telegraph Travel

นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

(Corporate Governance : CG)

เพื่อเป็นการแสดงออกถึงจุดยืนและความมุ่งมั่นในการกำกับดูแลกิจการที่ดีของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ผู้ว่าการ รองผู้ว่าการทุกด้าน ผู้บริหารระดับสูงขององค์กร จึงขอประกาศนโยบายด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ดังนี้

วิสัยทัศน์ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ความรับผิดชอบของบุคลากรที่จะกำกับตนเองจนองค์กรบรรลุผลประกอบการและเป็นองค์กรแห่งการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ค่านิยมด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี

พนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต้องเป็นคนดี โดยคิดดี ตัดสินใจดี พูดดี และปฏิบัติดีที่ทำให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นองค์กรที่ดี

ประกาศ ณ วันที่ ๒๓ มีนาคม ๒๕๖๑

(นายยุทธศักดิ์ สุภสร)
ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

(นายสันติ ชุตินธรา)
รองผู้ว่าการด้านตลาดเอเชีย และแปซิฟิกใต้

(นางสุจิตรา จงชาณสิทโธ)
รองผู้ว่าการด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว

(นายจรัญ ธันมี)
รองผู้ว่าการด้านบริหาร

(นางศรีสุดา วนภิญโญศักดิ์)
รองผู้ว่าการด้านตลาดยุโรป แอฟริกา ตะวันออกกลาง และอเมริกา

(นายธเนศวร์ เพชรสุวรรณ)
รองผู้ว่าการด้านสื่อสารการตลาด

(นายฉัททันต์ กุญชร ณ อยุธยา)
รองผู้ว่าการด้านนโยบายและแผน

(นายนพดล ภาคพรต)
รองผู้ว่าการด้านตลาดในประเทศ

(นายศิริปกรณ์ เชี่ยวสมุทร)
ที่ปรึกษา ระดับ๑๐

การดำเนินงานตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี ประจำปี ๒๕๖๑

ในปีงบประมาณ ๒๕๖๑ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้มุ่งมั่นดำเนินงานขับเคลื่อนแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ ททท. กลายเป็นองค์กรที่มีภาพลักษณ์การเป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการที่ดีตามหลักธรรมาภิบาล ขับเคลื่อนประมวลจริยธรรมขององค์กร นำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม และส่งเสริมให้บุคลากรมีศักยภาพสูงพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง โดยมีวัฒนธรรมการทำงานตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี สอดคล้องกับแนวทางการกำกับดูแลที่ดีในรัฐวิสาหกิจของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ และมาตรฐานสากล ๗ ประการ ดังนี้

(๑) ความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติหน้าที่ (Accountability)

(๒) ความสำนึกในหน้าที่ด้วยขีดความสามารถและประสิทธิภาพที่เพียงพอ (Responsibility)

(๓) การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยสุจริตและจะต้องพิจารณาให้เกิดความเท่าเทียมกัน (Equitable Treatment)

(๔) ความโปร่งใสในการดำเนินงานที่สามารถตรวจสอบได้และมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส (Transparency)

(๕) การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจกรรมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว (Value Creation)

(๖) การส่งเสริมพัฒนาการกำกับดูแลและจรรยาบรรณที่ดีในการดำเนินงาน (Ethics)

(๗) การมีส่วนร่วมส่งเสริมให้เกิดการกระจายโอกาสแก่ประชาชนให้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินการใด ๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อชุมชนหรือท้องถิ่น (People Participation)

ประกาศเจตนารมณ์องค์กรธรรมาภิบาล ประจำปี ๒๕๖๑

"ททท. มุ่งสู่ความเป็นเลิศด้าน ธรรมาภิบาล กิจกรรมเพื่อสังคม และนวัตกรรม"

วันศุกร์ที่ ๒๓ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๑

ข้าพเจ้า นายยุทธศักดิ์ สุภสร ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในนามของคณะผู้บริหาร พนักงาน และเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ขอประกาศว่า ททท. มุ่งเน้นการดำเนินงานตามวิสัยทัศน์ "ททท. เป็นผู้นำ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน" ซึ่งในการดำเนินงานที่ผ่านมา ททท. ได้ยึดแนวทางปฏิบัติองค์กรธรรมาภิบาลตามหลักการบริหารบ้านเมืองที่ดีมาโดยตลอด และจะยังคงยึดแนวปฏิบัติองค์กรธรรมาภิบาล ในการขับเคลื่อนงานต่อไป ดังนี้

๑. ปฏิบัติตามระเบียบ วินัย และข้อบังคับ ททท.
๒. ไม่ใช้อำนาจหน้าที่และตำแหน่งโดยมิชอบที่อาจเป็นช่องทางแสวงหาประโยชน์
๓. ส่งเสริมให้มีจิตสำนึกในการต่อต้านการทุจริต และประพฤติมิชอบ
๔. ส่งเสริมให้มีจิตสำนึกในการต่อต้านการรับสินบน
๕. กำหนดหลักเกณฑ์ เงื่อนไข ในส่งเสริมการปฏิบัติเกี่ยวกับช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน ข้อคิดเห็น
๖. ส่งเสริมให้ปฏิบัติตามข้อบังคับ และระเบียบของ ททท. และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัสดุและการจัดซื้อจัดจ้างอย่างเคร่งครัด
๗. มีการบริหารจัดการ และหลักปฏิบัติเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลทั้งภายในและนอกองค์กร
๘. มีการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคลที่โปร่งใส ตรวจสอบได้

นอกจากนี้แล้ว ททท. ยังมุ่งมั่นพัฒนาองค์กรและภาคีเครือข่ายสู่ยุคประเทศไทย ๔.๐ โดยยึดหลักธรรมาภิบาล ๑๐ ประการ ได้แก่ หลักประสิทธิผล หลักประสิทธิภาพ หลักการตอบสนอง หลักภาระรับผิดชอบ หลักความโปร่งใส หลักการมีส่วนร่วม หลักการกระจายอำนาจ หลักนิติธรรม หลักความเสมอภาค และหลักมุ่งเน้นฉันทามติ

อย่างไรก็ตาม เพื่อที่จะนำแนวปฏิบัติ ๘ ประการ และหลักธรรมาภิบาล ๑๐ ประการดังกล่าวข้างต้น มาประยุกต์ในการปฏิบัติงานของ ททท. ตลอดจนการทำงานร่วมกับองค์กรภาคีเครือข่าย ททท. จึงได้เสริมสร้างค่านิยมองค์กร TAT'SPIRITS เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานประกอบด้วย

๑. จิตมุ่งบริการ
๒. เป็นมืออาชีพ
๓. จรรยาบรรณและความซื่อสัตย์
๔. ความสัมพันธ์ฉันท์พี่น้อง
๕. ปฏิบัติงานอย่างสร้างสรรค์
๖. ทำงานเป็นทีมและเครือข่าย
๗. คิดเชิงกลยุทธ์

ท้ายสุดนี้ข้าพเจ้าขอถวายสัจจวาจาว่า จะประพฤติปฏิบัติตนตามรอยพระยุคลบาทและศาสตร์ของพระราชาผู้ทรงธรรม จะดำเนินชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ด้วยความเพียรอันบริสุทธิ์ สืบสานพระราชปณิธาน ยืนเคียงข้างสุจริตชน เพื่อความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ของราชอาณาจักรไทยสืบไป

ประกาศ ณ วันที่ ๒๓ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๑

(นายยุทธศักดิ์ สุภสร)
ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Good Corporate Governance Policies

In the fiscal year 2018, 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).

ประกาศการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เรื่อง การแสดงเจตจำนงสุจริตด้านคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงาน และนโยบายป้องกันและต่อต้านการทุจริตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นองค์กรที่ดำเนินงานภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อให้การดำเนินงานของ ททท. มีความโปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้ และมีมาตรฐานการปฏิบัติงานที่เป็นสากลสอดคล้องกับหลักการและแนวทางกำกับดูแลกิจการที่ดีในรัฐวิสาหกิจของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ แผนแม่บทส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑(พ.ศ. ๒๕๕๙-๒๕๖๔) ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๑๒ กรกฎาคม ๒๕๕๙ ยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต ระยะที่ ๓ พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔ แผนแม่บทการกำกับดูแลกิจการที่ดีและแผนแม่บทการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพ.ศ. ๒๕๕๙ – ๒๕๖๔

ดังนั้น เพื่อเป็นการแสดงเจตจำนงสุจริตด้านคุณธรรม ความโปร่งใสความรับผิดชอบ ปราศจากการทุจริตในการปฏิบัติงาน ททท. จึงขอประกาศนโยบายป้องกันและต่อต้านการทุจริตเพื่อให้กรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน และลูกจ้าง ททท. นำไปถือปฏิบัติ ดังนี้

๑. ให้ปฏิบัติตามหลักการและแนวทางตามคู่มือระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งเป็นไปตามข้อบังคับ ททท. ว่าด้วยการกำกับดูแลกิจการที่ดี พร้อมทั้งระเบียบคำสั่ง ประกาศ และปฏิญญาที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันและต่อต้านการทุจริต จริยธรรม จรรยาบรรณ ความขัดแย้งทางผลประโยชน์อย่างเคร่งครัด ยึดถือเป็นวินัยในการปฏิบัติงาน ผู้ละเว้นย่อมถูกสอบสวนและลงโทษทางวินัย และอาจถูกดำเนินคดีตามกฎหมาย ทั้งนี้ ให้เป็นไปตามระเบียบ และข้อบังคับของ ททท. ที่เกี่ยวข้อง

๒. ไม่กระทำการใด ๆ ที่อาจเป็นช่องทางในการแสวงหาผลประโยชน์ที่มิชอบ ทำให้เกิด ความไม่เป็นกลาง หรือเป็นการใช้อำนาจหน้าที่และตำแหน่งโดยมิชอบนำไปสู่การทุจริตและประพฤติมิชอบอันก่อให้เกิดความเดือดร้อนแก่ผู้อื่น

๓. ส่งเสริมจิตสำนึกในการต่อต้านการทุจริต ปฏิบัติตามระเบียบวินัยและยึดมั่นในคุณธรรม จริยธรรม ส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานที่ดี มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือ สร้างทัศนคติ และความเข้าใจ ให้เคารพกฎหมาย ระเบียบ นโยบาย วัฒนธรรม และปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับค่านิยมองค์กร ขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดี รักศักดิ์ศรี เป็นบุคลากรที่น่าเชื่อถือและได้รับความไว้วางใจจากประชาชน

๔. มีการกำหนดหลักการ เกณฑ์ เงื่อนไขที่จะทำให้เกิดความชัดเจน และถูกต้องในประเด็นความขัดแย้งด้านผลประโยชน์ตามหลักธรรมาภิบาล มีการสอบทานการปฏิบัติตามนโยบาย ตลอดจนทบทวนแนวทางการปฏิบัติ และข้อกำหนดในการดำเนินงาน

๕. ให้ความระมัดระวัง ป้องกัน ไม่เข้าไปเกี่ยวข้อง ไม่ส่งเสริมหรือมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเสี่ยงที่จะกระทบต่อการทำธุรกรรม การจัดซื้อจัดจ้างที่มีผลทำให้เกิดผู้ได้รับประโยชน์หรือเสียประโยชน์อันเป็นการได้เปรียบเสียเปรียบ มีการใช้จ่ายงบประมาณให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้บรรลุความคุ้มค่าสูงสุดของการใช้จ่ายเงินเป็นสำคัญและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร รวมทั้งปฏิบัติตามข้อบังคับ และระเบียบของ ททท. และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัสดุและการจัดซื้อจัดจ้างอย่างเคร่งครัด

๖. มีความยึดมั่นที่จะบริหารจัดการและปฏิบัติตามระเบียบ ข้อบังคับ กฎหมายเรื่องความปลอดภัยของข้อมูล ความลับ การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร

๗. มีกระบวนการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคลที่โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้

ทั้งนี้ ผู้บริหารระดับสูงจะต้องเป็นผู้ชี้นำและริเริ่มในฐานะบุคคลต้นแบบ (Role Model) ในการปฏิบัติตามประกาศฉบับนี้ และมุ่งมั่นในการบริหารการดำเนินงานบนพื้นฐานของจริยธรรมธรรมาภิบาลที่ดี การปฏิบัติที่เป็นธรรมตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ในกรณีที่พนักงาน และลูกจ้าง ททท. ผู้หนึ่งผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามเจตจำนงสุจริตและนโยบายป้องกันและต่อต้านการทุจริตนี้ ผู้บริหารระดับสูงต้องยืนยันให้ชัดเจนทั้งต่อภายในและภายนอกองค์กรว่าตนจะรับผิดชอบในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยการค้นหาสาเหตุของการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามและใช้ความพยายามในการป้องกันมิให้เกิดการกระทำดังกล่าวซ้ำอีกในอนาคต

ประกาศ ณ วันที่ ๒๓ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๑

(นายกสินท์ สารสิน)
ประธานกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

(นายอิทธิฤทธิ์ กิ่งเล็ก)
ประธานอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี
และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

(นายยุทธศักดิ์ สุภสร)
ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ผลงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ในปีงบประมาณ ๒๕๖๑

๑. นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ททท. มีการประกาศแสดงเจตจำนงสุจริตด้านคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงาน และนโยบายด้านการป้องกันและต่อต้านการทุจริตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และประกาศเจตนารมณ์องค์กรธรรมาภิบาล ประจำปี ๒๕๖๑ ในพิธีเปิดโครงการ "ขับเคลื่อนนโยบาย ๔.๐ ด้วยโมเดล TAT 360° คือ รู้รอบตัว ใส่ใจรอบด้าน เพื่อขับเคลื่อนสู่การเป็นรัฐวิสาหกิจชั้นนำ" เมื่อวันที่ ๒๓ มีนาคม ๒๕๖๑ ณ ห้องโถง ชั้น ๑ ททท. อาคารสำนักงานใหญ่ เพื่อให้ผู้บริหาร พนักงาน และเจ้าหน้าที่ ททท. ทราบ ยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต ระยะที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) อีกทั้งสร้างการรับรู้ให้กับหน่วยงานภาคีเครือข่าย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ททท. ได้รับทราบอย่างทั่วถึง ตั้งแต่เดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา ได้แก่ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ๕๔ รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานภายใต้สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วประเทศไทย ๖๓ แห่ง รวมทั้งหมด ๑๑๗ ฉบับ

๒. โครงการส่งเสริมการทำงานตามหลักธรรมาภิบาล

๒.๑ จัดอบรมให้ความรู้ ภายใต้โครงการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (ITA) เมื่อวันที่ ๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑ โดย ททท. เข้าร่วมการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity and Transparency Assessment : ITA) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑ โดย ททท. เชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญจากสำนักงาน ป.ป.ช. มาให้ความรู้แนวทาง ในการนำไปสู่การได้คะแนนการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ ในปี ๒๕๖๑ เพิ่มมากขึ้น โดยมีผู้บริหารและพนักงานเข้าร่วมจำนวน ๕๙ คน

๒.๒ จัดงานสัปดาห์ส่งเสริมธรรมาภิบาลและกิจกรรมเพื่อสังคม ททท. ปี ๒๕๖๑ (TAT CG & CSR Week 2018) เมื่อวันที่ ๒๖ - ๓๐ มีนาคม ๒๕๖๑ เพื่อสื่อสารและสร้างบรรยากาศให้บุคลากร ททท. รับรู้และเข้าใจเรื่องธรรมาภิบาลองค์กร การปฏิบัติตามกฎหมาย และมาตรฐานจริยธรรม และการนำไปสู่การมีพฤติกรรมการทำงานตามหลักธรรมาภิบาล อีกทั้งยังเป็นการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการรับรู้ และการมีส่วนร่วมต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมภายในองค์กร อันส่งผลให้เกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กรอย่างยั่งยืน ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น นิทรรศการ การบรรยายในหัวข้อ "ธรรมาภิบาลและการทำงานอย่างโปร่งใส" โดยแพทย์หญิง คุณหญิงพรทิพย์ โรจนสุนันท์ และการบรรยายในหัวข้อ "Carbon Footprint กับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม" คุณวิสุทธิ์ ตันตินันท์

Good Corporate Governance Results in Fiscal Year 2018

1. TAT Good Corporate Governance Policy

TAT made an announcement to explicitly express its moral and transparent intent in its operations along with its preventive and anti-corruption policy. Likewise, a similar intent of Good Governance Enterprise was publicly expressed on 23 March, 2018, at the launch of the "Advancing the 4.0 Programme through TAT 360° Model" initiative of all-round, all-encompassing attentiveness to move TAT forward to attain its goal of the Premier State Enterprise" in the Foyer on the First Floor of TAT Head Office. The occasion was intended to keep TAT executives and personnel informed about the plan ahead and, subsequently, to adopt as their operational guideline in line with the 3rd Stage of the National Preventive and Anti-Corruption Strategy (2018 - 2021). A total of 117 copies for the same purpose was circulated to TAT stakeholders' networking agencies including 54 state enterprises and 63 organisations present to create awareness and seek the support for its operational intent in the March-2018 gathering.

2. Corporate Governance Promotion Project

2.1 Training under the Integrity and Transparency Assessment (ITA) in State-owned Enterprises Operations Programme for the fiscal year 2018 was held on 14 February, 2018, with experts from the Office of National Anti-Corruption Commission invited to speak to an audience of 59 attendants, including TAT executives and personnel, on morals and transparency assessment scoring guidelines for the operations of government agencies.

2.2 The week-long TAT CG & CSR Week 2018 followed during 26 - 30 March 2018, to specifically communicate and create an atmosphere of awareness and understanding of Corporate Governance to ensure that TAT personnel was aware of and understand Corporate Governance and perform their duties according to law and moral standards which would ultimately lead to good governance-based operational behaviour. The efforts were further boosted by public relations activities, awareness enhancement programmes and participation in expressing responsibility for TAT corporate community. As a result, sustainable corporate culture could be achieved through a range of activities, namely exhibitions and talks on "Good Governance and Transparency in Performance," by Khunying Pornthip Rojanasunan, M.D. and the "Carbon Footprint and Acts of Social Responsibility" by Mr. Visut Tantinant.

สะพานไม้อ่าวเตล็ดของชุมชนบ้านสำเหร็ด จ.นครศรีธรรมราช

๒.๓ จัดกิจกรรมศึกษาดูงาน ณ ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านของพ่อ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อวันที่ ๑๖ พฤษภาคม ๒๕๖๑ โดยพนักงานและลูกจ้าง จำนวน ๑๘ คน ลงพื้นที่เรียนรู้เรื่องการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และการทำงานแบบปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานจริยธรรม เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต

๒.๔ จัดอบรมการปฏิบัติธรรม ณ วัดมเหยงคณ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อวันที่ ๑ - ๓ มิถุนายน ๒๕๖๑ เนื่องในวันสำคัญทางพุทธศาสนา (วันวิสาขบูชา) โดยได้นิมนต์พระสงฆ์จากวัดปทุมวนารามราชวรวิหาร ทั้งหมด ๙ รูป เพื่อทำพิธีทางศาสนาและร่วมปฏิบัติธรรมและฟังธรรม

๒.๕ จัดกิจกรรมอบรมปฏิบัติธรรมเรียนรู้การทำสมาธิ ณ บ้านกานนิสา ตำบลบางคูรัด อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี เมื่อวันที่ ๑๘ - ๑๙ สิงหาคม ๒๕๖๑ โดยได้รับเกียรติจากพระวิทยากร วัดสังฆทาน จ.นนทบุรี ได้แก่ พระอาจารย์ตี๋เล็ก อัตรโย และพระอาจารย์ชาญชัย สิริวิชโย ดำเนินการอบรมปฏิบัติธรรมการทำสมาธิ ตลอด ๒ วัน ๑ คืน เพื่อให้บุคลากรได้เรียนรู้การปฏิบัติธรรมและการทำสมาธิ ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต และส่งเสริมแนวคิดการปฏิบัติงานอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม

๒.๖ เข้าร่วมกิจกรรม "วันต่อต้านคอร์รัปชัน ๒๕๖๑" เมื่อวันที่ ๖ กันยายน ๒๕๖๑ ซึ่งจัดโดยองค์กรต่อต้านคอร์รัปชัน (ประเทศไทย) ภายใต้แนวคิด "คนไทย ตื่นรู้ สู้โกง" เพื่อมุ่งส่งเสริมให้คนไทยทุกภาคส่วนลุกขึ้นมาเป็น Active Citizen ที่ปฏิวัติตัวเองด้วยการไม่นิ่งเฉย และกล้าลุกขึ้นมาส่งเสียงต่อต้านการโกงทุกรูปแบบ ให้เกิดเป็นพลังสังคมที่พร้อมสู้ปกป้องผลประโยชน์ของประเทศชาติ และได้ตระหนักว่า คนไทยสามารถเอาชนะคอร์รัปชัน สร้างมิติใหม่ในการสร้างอนาคตที่ดีให้กับประเทศไทย เพื่อให้สังคมไทยสามารถก้าวหน้าได้อย่างโปร่งใส เศรษฐกิจของประเทศเดินหน้าต่อไปอย่างยั่งยืน นำโดยผู้อำนวยการสำนักผู้ว่าการ คุณฐาปนีย์ เกียรติไพบูลย์ ผู้บริหาร และพนักงาน ททท. เข้าร่วมงาน พร้อมกับพนักงานรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ณ ห้องภิรัช ฮอลล์ ๑ - ๓ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค (BITEC) บางนา

2.3 The Field Trip to King Bhumibol Adulyadej's Sufficiency Economy Learning Centre in Ayutthaya on 16 May 2018 saw the participation of 18 TAT officials and employees to learn the concept of the Philosophy of Sufficiency Economy and observance of legal and ethical standards as their way of life in their daily performances.

2.4 Dharma Practice Training Session at Wat Maheyong, Phra Nakhon Si Ayutthaya, was held during 1 - 3 June 2018 to mark the Buddhist Vesak Day with nine Buddhist monks invited from Wat Pathum Wanaram Ratcha Vora Vihara to perform religious ceremonies, lead the Dharma practice and deliver sermon.

2.5 Buddhist Meditation Training at Baan Ganisa, Bang Khu Rut, Bang Bua Thong District, Nonthaburi, was organised during 18 - 19 August 2018 under Phra Acharn Teelek Attarakho and Phra Acharn Charnchai Sirivichayo, two clerical lecturers from Wat Sanghathan, Nonthaburi, to run the religious exercise and meditation that could be applied to one's daily life and also in support of the concept of moral and ethical work practices.

2.6 Participation in the "2018 Anti-Corruption Day" on 6 September 2018, which was organised by the Anti-Corruption Organisation (Thailand) under the Khon Thai Teun Roo Soo Gong theme (Thais Alert to the Anti-Corruption Crusade) to raise the conscience of Thai people from all sectors to get involved as Active Citizens to rise above any sense of complacency and have the courage to lend their voice to all forms of anti-corruption efforts for the interests of the country and result in collective social power to fight, protect national interests and become aware that together Thai people could win the corruption war and arrive at a new dimension for Thailand's promising future. As a result, the audience could be inspired to move Thai society forward with transparency towards sustainable economy. The event was led by Ms. Thapanee Kiatphaibool, Executive Director of the Office of the Governor, with the attendance of TAT executives and other State Enterprise personnel under the Ministry of Tourism and Sports, at Bhiraj Convention Halls 1 - 3, Bangkok International Trade and Exhibition Centre (BITEC), Bangna.

นโยบายป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

การดำเนินงานของ ททท. ให้ความสำคัญกับนโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์ จึงได้กำหนดให้มีหลักเกณฑ์และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of Interest) ขึ้น โดยผู้ว่าการ ททท. ได้ลงนามระเบียบ ททท. ว่าด้วยหลักเกณฑ์และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์ พ.ศ. ๒๕๕๔ เมื่อวันที่ ๑๒ กันยายน ๒๕๕๔ และระเบียบ ททท. ว่าด้วยหลักเกณฑ์และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์ พ.ศ. ๒๕๖๐ (แก้ไขเพิ่มเติมครั้งที่ ๑) เพื่อให้การดำเนินงานของ ททท. เป็นไปด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยยึดหลักความถูกต้องระมัดระวัง มุ่งประโยชน์ส่วนรวม แล้วจัดให้มีการควบคุมดูแลและป้องกันเกี่ยวกับการทำรายการที่เกี่ยวโยงกันหรือรายการระหว่างกัน อย่างเหมาะสมภายใต้กรอบจริยธรรมที่ดี ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของจรรยาบรรณสำคัญที่กรรมการและพนักงาน ต้องยึดถือปฏิบัติโดยเคร่งครัด

๑. **“ความขัดแย้งทางผลประโยชน์”** หมายความว่า การขัดกันแห่งผลประโยชน์ส่วนตนของผู้ปฏิบัติงานกับผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม

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

๓. **“ของขวัญ”** หมายความว่า เงิน ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใดที่ให้แก่กันเพื่ออัธยาศัยไมตรี และให้หมายความรวมถึงเงิน ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใดที่ให้เป็นรางวัล ให้โดยเสน่หา หรือเพื่อการสงเคราะห์ หรือให้เป็นสินน้ำใจ การให้สิทธิพิเศษซึ่งมิใช่เป็นสิทธิที่จัดไว้สำหรับบุคคลทั่วไป ในการได้รับการลดราคาทรัพย์สิน หรือการให้สิทธิพิเศษในการได้รับบริการหรือความบันเทิง ตลอดจนการออกค่าใช้จ่ายในการเดินทางหรือท่องเที่ยว ค่าที่พัก ค่าอาหาร หรือสิ่งอื่นใดในลักษณะเดียวกัน และไม่ว่าจะให้เป็นบัตร ตั๋ว หรือหลักฐานอื่นใด การชำระเงินให้ล่วงหน้า หรือการคืนเงินให้ในภายหลัง

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

เพื่อป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ททท. ได้กำหนดห้ามมิให้ผู้ปฏิบัติงานกระทำการใดที่มีความขัดแย้งทางผลประโยน์ การกระทำหรือกรณีอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้ ให้ถือว่าเป็นการกระทำที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ด้วย

น้ำตกทีลอซู จ.ตาก

๑. การใช้ข้อมูลของ ททท. เพื่อแสวงหาผลประโยชน์ให้ตนเองหรือผู้อื่น

๒. การริเริ่ม เสนอ จัดทำ หรืออนุมัติโครงการของ ททท.โดยทุจริต เพื่อเอื้อประโยชน์ต่อตนเองหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่งโดยเฉพาะ ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม

๓. การใช้อำนาจหน้าที่ซึ่งตนมีอยู่ไปมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยอิสระในการใช้อำนาจตามตำแหน่งหรือหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงานซึ่งดำรงตำแหน่งอื่นโดยทุจริต ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม

๔. การหาประโยชน์สำหรับตนเองหรือผู้อื่น ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อมจากตำแหน่งหรือหน้าที่

๕. การเป็นกรรมการ หรือเป็นผู้พิจารณา หรือเกี่ยวข้องกับการให้ข้อมูล ให้ความเห็นหรือมีอำนาจสั่งการในเรื่องที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์

๖. การดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการ หรือเป็นบุคคลซึ่งโดยพฤติการณ์มีอำนาจ หรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ กำหนดนโยบายการดำเนินงาน หรือการบริหารจัดการกิจการที่เป็นคู่สัญญากับ ททท. หรือกิจการที่มีลักษณะเป็นการแข่งขันกับ ททท. เว้นแต่การดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการ หรือตำแหน่งบริหารอื่นที่ ททท. มอบหมายเป็นลายลักษณ์อักษร

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-parent.

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.
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.

๗. การมีบุคคลในครอบครัวเป็นผู้ดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการ หรือเป็นบุคคลซึ่งโดยพฤติการณ์มีอำนาจหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจกำหนดนโยบายการดำเนินงาน หรือการบริหารจัดการกิจการที่เป็นคู่สัญญากับ ททท.

๘. ไม่รับทรัพย์สินหรือประโยชน์อื่นใดจากบุคคลนอกเหนือจากทรัพย์สินหรือประโยชน์อันควรได้ตามกฎหมายหรือกฎข้อบังคับที่ออกโดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย เว้นแต่การรับทรัพย์สินหรือประโยชน์อื่นใดโดยธรรมจรรยา ตามที่กำหนดในระเบียบ ททท. ว่าด้วยหลักเกณฑ์ และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์ พ.ศ. ๒๕๕๔

๙. ไม่กระทำการใดๆ ที่อาจเป็นเหตุทำให้ผู้ปฏิบัติงานในตำแหน่งหน้าที่ที่รับผิดชอบอยู่นั้น มีการปฏิบัติงานหรือตัดสินใจสั่งการ อนุมัติ อนุญาต ที่เอนเอียงหรือเบี่ยงเบนไปจากที่ควรจะเป็น เพื่อประโยชน์ส่วนตัวและส่งผลกระทบต่อประโยชน์ของหน่วยงาน

๑๐. ไม่ให้ของขวัญแก่ผู้บังคับบัญชาหรือบุคคลในครอบครัวของผู้บังคับบัญชา เว้นแต่เป็นการให้ของขวัญตามปกตินิยมและของขวัญนั้นมีราคาหรือมูลค่าไม่เกินสามพันบาท

๑๑. ผู้ปฏิบัติงานจะต้องไม่ทำการเรี่ยไรเงินหรือทรัพย์สินอื่นใดหรือใช้เงินสวัสดิการใด ๆ เพื่อมอบให้หรือจัดหาของขวัญให้ผู้บังคับบัญชาหรือบุคคลในครอบครัวของผู้บังคับบัญชาไม่ว่ากรณีใด ๆ

ในเดือนกรกฎาคมของทุกปี กองบริหารงานบุคคลกำหนดให้พนักงานและลูกจ้าง ททท. ทุกคนกรอกแบบรายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์และจะรวบรวมไว้เป็นเวลาอย่างน้อย ๒ ปี หากมีรายงานกรณีมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์เกิดขึ้น ให้สำเนารายงานดังกล่าวให้สำนักตรวจสอบภายใน เพื่อจัดทำสรุปรายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นในระหว่างปีรายงานต่อผู้ว่าการ ททท. แล้วนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. และคณะกรรมการ ททท. ต่อไป สำหรับปีงบประมาณ ๒๕๖๑ ผลจากการรายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์ พบว่าไม่มีผู้ใดมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์

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 2018, the Conflict of Interest Report showed no record of anyone implicated in conflicts of interest.

ประภาคารระนอง จ.ระนอง

นโยบายด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

ในปีงบประมาณ ๒๕๖๑ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้มุ่งมั่นในการดำเนินงานขับเคลื่อนองค์กรในด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) มาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ ททท. เป็นองค์กรที่มีภาพลักษณ์การทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ภายใต้การบริหารจัดการที่ดีตามหลักธรรมาภิบาล นำไปสู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม รวมถึงการส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ และมีจิตสำนึกในการรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กร ที่ว่า **"ททท. เป็นผู้นำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน"** และตอกย้ำในส่วนของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่เน้นถึง "เป็นองค์กรที่เติบโตพร้อมกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาและเปลี่ยนแปลง เพื่อยกระดับสังคม ชุมชน ท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน" อีกทั้งเป็นไปตามพันธกิจ ๔ ประการ คือ

๑. ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ เพื่อเน้นคุณค่าการท่องเที่ยวของประเทศไทย

๒. ขับเคลื่อนห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อสร้างความพึงพอใจ แก่นักท่องเที่ยว สร้างมูลค่าเพิ่ม และกระจายรายได้อย่างยั่งยืน

๓. พัฒนาข้อมูลเชิงลึกด้านความต้องการของตลาดท่องเที่ยว

๔. พัฒนาให้ ททท. เป็นองค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organization) ด้านตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทยและตอกย้ำในส่วนของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ๓ ประการ ได้แก่

- C-Corporate Capability on Public Accountability ยกระดับระบบการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ ททท. เป็นไปตามข้อกำหนด และมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง
- S-social and Environmental Sustainability เพิ่มประสิทธิผลของกระบวนการประเมิน การคาดการณ์ และการป้องกันผลกระทบด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
- R-Response to Public Expectation for Value Creation ส่งเสริม CSR เชิงกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการให้ครบทุกภาคส่วนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

Corporate Social Responsibility Policy

In the fiscal year 2018, the Tourism Authority of Thailand (TAT) continued its Corporate Social Responsibility pursuits (CSR) to secure TAT's image as an organisation that was fully committed to corporate social responsibility with concrete actions under the principle of good corporate governance. Efforts were made to enhance personnel efficiency and build an awareness of social responsibility hand in hand with the organisation's vision, "TAT as the Leader in the Promotion of Thailand's Tourism into a Sustainable Preferred Destination". The importance of Corporate Social Responsibility (CSR), too, was equally stressed with highlight given to "an organization that grows with the participation in development and change endeavours that advance society, community and tourism towards sustainability" through the following four missions:

1. To carry out marketing and public relations promotions with stress on the Value of Thailand's Tourism
2. To advance the Value Chain in the tourism industry to ensure tourists's satisfaction, value creation and sustainable income distribution
3. To develop insights into the requirements of tourism markets;
4. To further enhance TAT as a High Performance Organisation through Thailand tourism marketing initiatives with emphasis given to three areas of its corporate social responsibility commitment including:

- C - Corporate Capability on Public Accountability in accordance with related regulations and standards;
- S - Social and Environmental sustainability to boost the effectiveness of its assessment process, forecast and prevention of any impact over its corporate social responsibility;
- R - Response to Public Expectation for Value Creation by promoting its CSR strategy to meet the demands of all parties concerned in an efficient and sustainable manner.

06/

รายงานการดำเนินงานต่าง ๆ ขององค์กร

TAT Operational Report

รายงานผลการดำเนินงานของคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๑

คณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ปฏิบัติงานอย่างเป็นอิสระและเที่ยงธรรมตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยคณะกรรมการตรวจสอบและหน่วยตรวจสอบภายในของรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๕๕ ซึ่งประกอบด้วยการกำกับดูแล การบริหารความเสี่ยงและระบบการควบคุมภายใน การรายงานทางการเงินให้มีความถูกต้องและเชื่อถือได้ การตรวจสอบภายใน การสอบบัญชี การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง การปฏิบัติตามหลักจริยธรรมธุรกิจ และจรรยาบรรณผู้บริหารและพนักงาน รวมถึงดำเนินการตามภารกิจที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการ ททท.

๑. การประชุม

ในปีงบประมาณ ๒๕๖๑ (ตุลาคม ๒๕๖๐ - กันยายน ๒๕๖๑) มีการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. รวมทั้งสิ้นจำนวน ๒๓ ครั้ง โดยสรุปได้ดังนี้

๑.๑ ประชุมร่วมกับสำนักตรวจสอบภายใน จำนวน ๑๒ ครั้ง รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อหารือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ตรวจสอบภายใน ในเรื่องการกำหนดขอบเขตความรับผิดชอบ และการจัดทำแผนการตรวจสอบ การปฏิบัติตามกฎระเบียบ มติคณะรัฐมนตรี การติดตามการดำเนินงาน และการสรุปผลการตรวจสอบ โดยเปิดโอกาสให้ผู้ตรวจสอบภายในได้แสดงความคิดเห็นอย่างเป็นอิสระโดยไม่มีฝ่ายบริหาร ททท. ร่วมด้วย

๑.๒ ประชุมร่วมกับผู้อำนวยการและรองผู้อำนวยการสำนักงาน ททท. สำนักงานสาขา ในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งผู้แทนหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน ๙ ครั้ง เพื่อรับทราบผลการดำเนินงาน สถานการณ์ท่องเที่ยว ปัญหาและอุปสรรคด้านการดำเนินการในพื้นที่รับผิดชอบ รวมทั้งสังเกตการณ์การปฏิบัติงานที่สำนักงานสาขา การบริหารจัดการ การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว และการให้ความสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของสำนักงานสาขา

สำนักงานสาขาในประเทศ จำนวน ๖ ครั้ง

๑) วันที่ ๒๓ - ๒๔ พฤศจิกายน ๒๕๖๐
ททท. สำนักงานอุบลราชธานี
๒) วันที่ ๑๔ - ๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๐
ททท. สำนักงานลำปาง
๓) วันที่ ๒๓ - ๒๕ มกราคม ๒๕๖๑
ททท. สำนักงานพังงา
๔) วันที่ ๒๓ - ๒๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑
ททท. สำนักงานนครสวรรค์
๕) วันที่ ๒๖ มีนาคม ๒๕๖๑
ททท. สำนักงานฉะเชิงเทรา
๖) วันที่ ๖ - ๘ กันยายน ๒๕๖๑
ททท. สำนักงานเกาะสมุย

สำนักงานสาขาต่างประเทศ จำนวน ๓ ครั้ง

๑) วันที่ ๒๕ - ๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๑
ททท. สำนักงานกรุงปราก
๒) วันที่ ๘ - ๑๓ มิถุนายน ๒๕๖๑
ททท. สำนักงานซิดนีย์
๓) วันที่ ๑๓ - ๑๙ กรกฎาคม ๒๕๖๑
ททท. สำนักงานแฟรงก์เฟิร์ต

๑.๓ ประชุมร่วมกับคณะผู้บริหารระดับสูง ททท. จำนวน ๑ ครั้ง เพื่อพิจารณาหาแนวทางและมาตรการในการกำกับดูแล รวมทั้งติดตามผลการปฏิบัติการตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบ ททท.

๑.๔ ประชุมร่วมกับผู้สอบบัญชีจากสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน จำนวน ๑ ครั้ง เพื่อพิจารณาความถูกต้องครบถ้วนของรายงานทางการเงิน งบการเงินรายไตรมาส/รายปี และรายการปรับปรุงบัญชี ที่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่องบการเงิน ตามที่สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินได้สอบทานแล้ว รวมทั้งข้อสังเกต ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานร่วมกับ ททท.

๒. ผลการดำเนินงานตามภารกิจด้านต่าง ๆ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๒.๑ การกำกับดูแลความเชื่อถือได้ของรายงานทางการเงิน

๒.๑.๑ คณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ได้สอบทานรายงานผลการเบิกจ่ายลงทุนประจำเดือนกันยายน - ธันวาคม ๒๕๖๐ รายงานผลการเบิกจ่ายลงทุนประจำเดือนมกราคม - สิงหาคม ๒๕๖๑ รายงานผลการปฏิบัติงานและงบทำการปีงบประมาณ ๒๕๖๐ ไตรมาสที่ ๔ (กรกฎาคม - กันยายน ๒๕๖๐) รายงานผลการปฏิบัติงานและงบทำการปีงบประมาณ ๒๕๖๑ ไตรมาสที่ ๑ (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๖๐) ไตรมาสที่ ๒ (มกราคม - มีนาคม ๒๕๖๑) และไตรมาสที่ ๓ (เมษายน - มิถุนายน ๒๕๖๑) เพื่อให้ ททท. มีรายงานทางการเงินที่จัดทำขึ้นอย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ โดยที่ประชุมได้มีมติเห็นชอบรายงานผลการเบิกจ่ายลงทุนปีงบประมาณ ๒๕๖๐ ประจำเดือนกันยายน - ธันวาคม ๒๕๖๐ และรายงานผลการเบิกจ่ายลงทุนประจำเดือนมกราคม - สิงหาคม ๒๕๖๑ และมีมติให้ฝ่ายบัญชีและงบประมาณนำเสนอคณะกรรมการ ททท. เพื่อทราบต่อไป

๒.๑.๒ คณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ได้รับทราบรายงานงบการเงินที่สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินตรวจสอบและสอบทานแล้ว ดังนี้

๑) รายงานงบการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๕๘ งบการเงินสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๕๘ งบการเงินสำหรับงวดสามเดือนและหกเดือนสิ้นสุดวันที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๕๙ และงบการเงินสำหรับงวดสามเดือนและเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ ๓๐ มิถุนายน ๒๕๕๙ ของ ททท. ที่สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินตรวจสอบและสอบทานแล้ว ในการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ครั้งที่ ๑/๒๕๖๑ เมื่อวันที่ ๑๖ มกราคม ๒๕๖๑ ซึ่งปรากฏผลว่า รายงานงบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการแสดงฐานะการเงินรวมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและบริษัทย่อย และฐานะการเงินเฉพาะกิจการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำหรับปีสิ้นสุดดังกล่าวถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

๒) รายงานงบการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๕๙ งบการเงินสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๕๙ ของ ททท. ที่สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินตรวจสอบและสอบทานแล้ว ในการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ครั้งที่ ๔/๒๕๖๑ เมื่อวันที่ ๑๙ เมษายน ๒๕๖๑ ซึ่งปรากฏผลว่ารายงานงบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการแสดงฐานะการเงินรวมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและบริษัทย่อย และฐานะการเงินเฉพาะกิจการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำหรับปีสิ้นสุดดังกล่าวถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

๓) รายงานงบการเงินสำหรับงวดสามเดือนและหกเดือนสิ้นสุดวันที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๐ ของ ททท. ที่สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินสอบทานแล้วในการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ครั้งที่ ๗/๒๕๖๑ เมื่อวันที่ ๓๑ กรกฎาคม ๒๕๖๑ ซึ่งปรากฏผลว่ารายงานงบการเงินรวม

วัดมหาธาตุ จ.สุโขทัย

และงบการเงินเฉพาะกิจการแสดงฐานะการเงินรวมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและบริษัทย่อย และฐานะการเงินเฉพาะกิจการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำหรับงวดสิ้นสุดดังกล่าวถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

๔) รายงานงบการเงินสำหรับงวดสามเดือนและเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๐ ของ ททท. ที่สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินสอบทานแล้วในการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ครั้งที่ ๙/๒๕๖๑ เมื่อวันที่ ๑๔ กันยายน ๒๕๖๑ ซึ่งปรากฏผลว่ารายงานงบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการแสดงฐานะการเงินรวมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและบริษัทย่อย และฐานะการเงินเฉพาะกิจการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำหรับงวดสิ้นสุดดังกล่าวถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

๒.๒ การกำกับดูแลความครบถ้วนเพียงพอในการปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ มติคณะรัฐมนตรี

คณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ได้ดำเนินการสอบทานกฎบัตร ดังนี้

๒.๒.๑ สอบทานและปรับปรุงกฎบัตรของคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ในการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ครั้งที่ ๙/๒๕๖๑ วันที่ ๑๔ กันยายน ๒๕๖๑ ซึ่งคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. มีมติเห็นชอบการสอบทานกฎบัตรของคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. และให้สำนักตรวจสอบภายในประสานงานกับฝ่ายติดตามและบริหารความเสี่ยง ในกรณีคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. มีความประสงค์จะรับทราบประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญและมีผลกระทบที่รุนแรงต่อ ททท. โดยให้มานำเสนอในการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. เพื่อจักได้สอบทานประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกระบวนการควบคุมภายใน กระบวนการกำกับดูแลที่ดีและกระบวนการบริหารความเสี่ยงที่ดีต่อไป

๒.๒.๒ สอบทานและมีมติเห็นชอบกฎบัตรของสำนักตรวจสอบภายใน ในการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ครั้งที่ ๙/๒๕๖๑ วันที่ ๑๔ กันยายน ๒๕๖๑ ซึ่งคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. มีมติเห็นชอบการสอบทานกฎบัตรของสำนักตรวจสอบภายใน ททท. พ.ศ. .... โดยไม่มีการแก้ไขกฎบัตรของสำนักตรวจสอบภายใน ททท. พ.ศ. ๒๕๖๐ เนื่องจากยังมีความเหมาะสม ครอบคลุม เป็นปัจจุบัน

๒.๒.๓ ดำเนินการแก้ไขปัญหายอดลูกหนี้เงินยืมทดรองของ ททท. ที่คงค้าง โดยเร่งรัดการลดยอดลูกหนี้เงินยืมทดรองที่คงค้างหลายเดือนจนมีจำนวนลดลง ซึ่งปัจจุบันได้มีการบังคับใช้ระเบียบ ททท. ว่าด้วยเงินยืมทดรอง พ.ศ.๒๕๖๑ เมื่อวันที่ ๓๐ มีนาคม ๒๕๖๑ โดยจะต้องนำส่งเงินเหลือจ่ายภายใน ๗ วัน เคลียร์เอกสารหักล้างเงินยืมภายใน ๓๐ วัน และในกรณีมีเรื่องทักท้วงผู้ยืมต้องดำเนินการและส่งคืนกองตรวจจ่ายภายใน ๑๕ วัน และไม่มีการขยายระยะเวลาเพิ่ม ซึ่งคาดว่าจะทำให้พนักงานปฏิบัติได้ถูกต้องตามระเบียบมากขึ้น และยอดลูกหนี้เงินยืมฯ คงค้างลดลงอย่างต่อเนื่อง

๒.๒.๔ รับทราบรายงานผลการสอบหาข้อเท็จจริง ททท. สำนักงานตรัง ในการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ครั้งที่ ๑๐/๒๕๖๐ วันที่ ๓๐ ตุลาคม ๒๕๖๐ และให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องพิจารณาซักซ้อมความเข้าใจในการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การเบิกค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปปฏิบัติงาน และให้ผู้บังคับบัญชากำชับให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับของ ททท. โดยเคร่งครัด เพื่อเป็นการป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นต่อ ททท.

๒.๓ การกำกับดูแลงานตรวจสอบภายใน

๒.๓.๑ คณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ได้สอบทานรายงานผลการปฏิบัติงานตามแผนการตรวจสอบภายใน ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๐ ของ ททท. ส่วนกลาง และ ททท. สำนักงานสาขา ตามแผนการตรวจสอบภายในประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๐

๒.๓.๒ สอบทานรายงานผลการปฏิบัติงานตามแผนการตรวจสอบภายในประจำเดือนของ ททท. ส่วนกลาง และ ททท. สำนักงานสาขา ตามแผนการตรวจสอบภายในประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๑

๒.๓.๓ พิจารณาให้ความเห็นชอบแผนการตรวจสอบระยะยาว แผนการตรวจสอบภายในประจำปี ๒๕๖๒ ซึ่งจัดทำขึ้นจากข้อมูลการวิเคราะห์ความเสี่ยงของ ททท. และสอดคล้องกับกลยุทธ์ ทิศทางขององค์กร รวมทั้งสอบทานงบประมาณ อัตรากำลัง แผนการพัฒนาผู้ตรวจสอบภายใน และแผนสรรหาบุคลากร เพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สอบทานผลการตรวจสอบภายในของ ททท. ส่วนกลาง และ ททท. สำนักงานสาขา ตามแผนการตรวจสอบภายในประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๒

๒.๔ การกำกับดูแล สนับสนุนและส่งเสริมงานของ ททท. สำนักงานสาขา

คณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ได้มีการเดินทางไปตรวจสอบ ณ ที่ตั้งสำนักงาน ททท. สาขาในประเทศ จำนวน ๖ แห่ง และสำนักงานสาขาต่างประเทศ ๓ แห่ง เพื่อรับทราบผลการตรวจสอบกระบวนงานด้านการเงิน (การจ่าย การรับและการเก็บรักษาเงิน) การเบิกจ่ายและการตรวจสอบเอกสาร การตลาดการท่องเที่ยว (โฆษณา/ประชาสัมพันธ์/ส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว) งบประมาณ การพัสดุ และการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน โดยได้ให้ข้อเสนอแนะด้านการตลาดและการบริหารจัดการ ทั้งนี้ ข้อเสนอแนะดังกล่าวได้นำเสนอให้ผู้ว่าการ ททท. ทราบและพิจารณาสั่งการให้ผู้เกี่ยวข้องดำเนินการแล้ว

๒.๕ การกำกับดูแลความเพียงพอของการบริหารความเสี่ยงและระบบการควบคุมภายใน

โดยสอบทานรายงานการควบคุมภายในประจำปีและการปรับปรุงการควบคุมภายในประจำปีตามระเบียบของคณะกรรมการตรวจเงินแผ่นดินว่าด้วยการกำหนด

มาตรฐานการควบคุมภายใน พ.ศ. ๒๕๔๔ เพื่อให้การควบคุมภายในของ ททท. มีความเพียงพอ มีประสิทธิผลและเป็นไปตามมาตรฐานการควบคุมภายใน โดยเชิญผู้สอบบัญชีจากสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินเข้าร่วมประชุมและชี้แจงในเรื่องความถูกต้องครบถ้วนของรายงานทางการเงิน งบการเงินรายไตรมาส/รายปี และรายการปรับปรุงบัญชีที่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่องบการเงิน ตามที่สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินได้สอบทานแล้ว ทั้งนี้ ในการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ครั้งที่ ๗/๒๕๖๑ เมื่อวันที่ ๓๑ กรกฎาคม ๒๕๖๑ ผู้แทนสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ได้นำเสนอปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานร่วมกับ ททท. รวมทั้งข้อสังเกต ดังนี้

๑) การกระทบยอดบัญชีของเงินอุดหนุนรอรับรู้เป็นรายได้ระยะยาวกับครุภัณฑ์เงินงบประมาณ ไม่สามารถกระทบยอดให้ตรงกันได้ และเรื่องการโอนเงินอุดหนุนรอการรับรู้เป็นรายได้-ระยะยาว ต้องตัดเป็นรายได้เท่า ๆ กับค่าเสื่อมราคาของทรัพย์สิน แต่ในบางครั้งการกระทบยอดตัวโอนออกจากเงินอุดหนุนรอการรับรู้เป็นรายได้ให้ตรงกันไม่ได้

๒) ททท. ควรพิจารณากำชับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เรื่องการตรวจรับระบบ ERP โดยก่อนการตรวจรับระบบควรมีการทดสอบระบบก่อนว่าสามารถใช้งานได้จริงหรือไม่ ตรงตามความต้องการ และเอื้อประโยชน์ต่อการปฏิบัติของ ททท. หรือไม่

๓) ขอให้ ททท. ติดตามและรายงานความคืบหน้าเรื่องการเบิกค่าจ้างทำงานวันหยุด ในการที่ ททท. มีคำสั่งให้พนักงานเข้าร่วมประชุม อบรม หรือสัมมนาในวันหยุดที่สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินได้ทักท้วง ททท. ในปีงบประมาณ ๒๕๕๖ ถึง ๒๕๕๘ หากพบการเบิกจ่ายที่ไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ก็ให้ดำเนินการเรียกเงินคืน ซึ่ง ททท. ได้ดำเนินการในส่วนนี้แล้วหรือไม่ อย่างไร

๔) สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินยังไม่ได้รับทราบข้อมูลความคืบหน้าเกี่ยวกับเรื่องการดำเนินการจำหน่ายหนี้สูญจากบัญชีลูกหนี้บริษัท ไทยแลนด์ ดิวตี้ ฟรี ช็อปส์ จำกัด (บจก. TDFS) ออกจากบัญชีตามมติคณะรัฐมนตรี

๕) เรื่องการใช้รถยนต์ส่วนกลางที่ไม่มีบันทึกการขออนุมัติการใช้รถยนต์ หรือการทำหนังสือการขอใช้รถยนต์ และไม่พบมีการนำรถยนต์มาจอดที่ ททท. สำนักงานใหญ่ เมื่อมีการใช้งานเสร็จ ขอให้ ททท. ควบคุมและกำกับการใช้รถยนต์ให้เป็นไปตามระเบียบที่เกี่ยวข้องด้วย

๖) เรื่องเงินลงทุนของบริษัทร่วมทุน เกี่ยวกับค่าตอบแทนในการใช้สนามกอล์ฟ ตามที่ตกลงกันไว้ระหว่าง ททท. กับกรมธนารักษ์ ว่ากรมธนารักษ์ต้องจ่ายค่าทรัพย์สินให้ ททท. จำนวน ๙๕ ล้านบาท ในขณะที่ ททท. ต้องจ่ายผลประโยชน์ ๕% ของรายได้ในแต่ละปีให้กรมธนารักษ์

๗) เรื่องการเบิกค่าเบี้ยเลี้ยงในการประชุม สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินมีความเห็นว่า ไม่สามารถเบิกได้ แต่ ททท. มีความเห็นว่าสามารถเบิกจ่ายได้ จึงมีความเห็นที่แตกต่างกัน

การติดตามผลการดำเนินงานตามปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานร่วมกับ ททท. ของสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน พบว่า

๑) ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มอบหมายให้รองผู้ว่าการด้านบริหารดำเนินการติดตามความคืบหน้าและดำเนินการแก้ไขตามความเห็นและข้อเสนอแนะจากสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินแล้ว ดังนี้

(๑) การกระทบยอดบัญชีของเงินอุดหนุนรอรับรู้เป็นรายได้-ระยะยาวกับครุภัณฑ์เงินงบประมาณไม่สามารถกระทบยอดให้ตรงกันได้ และเรื่องการโอนเงินอุดหนุนรอการรับรู้เป็นรายได้-ระยะยาว กองบัญชีได้ดำเนินการหารือกับสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินเพื่อขอปรับปรุงรายการที่มีการบันทึกบัญชีเงินอุดหนุนรอการรับรู้เป็นรายได้-ระยะสั้นรวมไว้ในบัญชีเงินอุดหนุนรอการรับรู้-ระยะยาว บางรายการในงบการเงินงวดปี ๒๕๖๑ ซึ่งคาดว่าหลังจากการปรับปรุงบัญชีเรียบร้อยแล้ว จะมีผลให้บัญชีเงินอุดหนุนรอการรับรู้เป็นรายได้-ระยะยาวเท่ากับครุภัณฑ์เงินงบประมาณต่อไป

พระธาตุนคร จ.นครพนม

(๒) เรื่องการตรวจรับระบบ ERP ฝ่ายบัญชีและงบประมาณ ได้ดำเนินการว่าจ้าง ที่ปรึกษาให้ทำหน้าที่กำกับดูแลการทำงานตามสัญญา โดยในการตรวจรับงานของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจสอบการใช้งานของระบบ ERP ว่าสามารถดำเนินการได้ตามรายละเอียดของการส่งมอบงานในแต่ละงวด และที่ปรึกษาได้มีหนังสือแจ้งต่อ ททท. ว่างานที่ผู้รับจ้างส่งมอบในแต่ละงวดนั้นถูกต้องครบถ้วน จึงเป็นการดำเนินการตามขั้นตอนที่ปฏิบัติและถูกต้องแล้ว

(๓) เรื่องการเบิกค่าจ้างทำงานวันหยุด ในการที่ ททท. มีคำสั่งให้พนักงานเข้าร่วมประชุม อบรม หรือสัมมนาในวันหยุด ที่สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินได้ทักท้วง ททท. ในปีงบประมาณ ๒๕๕๖ ถึง ๒๕๕๘ นั้น

ททท. ยังไม่ได้ดำเนินการเพิ่มเติม เนื่องจากอยู่ในระหว่างการรอฟังคำพิพากษา ในคดีที่พนักงานได้ฟ้องร้องต่อศาลแรงงานกลาง เป็นคดีหมายเลขดำที่ ๘๒๘/๒๕๖๑ ซึ่งศาลได้นัดพิจารณาสืบพยานโจทก์และจำเลยเสร็จสิ้นแล้ว เมื่อวันที่ ๘ และ ๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๑ และได้มีคำสั่งนัดฟังคำพิพากษาในวันที่ ๒๗ ธันวาคม ๒๕๖๑

(๔) ความคืบหน้าเกี่ยวกับเรื่องการดำเนินการจำหน่ายหนี้สูญจากบัญชีลูกหนี้ บริษัท ไทยแลนด์ ดิวตี้ ฟรี ช็อปส์ จำกัด (บจก. TDFS) ออกจากบัญชีตามมติคณะรัฐมนตรี

ททท. ได้บันทึกจำหน่ายหนี้สูญออกจากบัญชีการเงินให้กู้ยืมแล้ว เมื่อวันที่ ๓๑ มกราคม ๒๕๖๑ และได้มีคำสั่ง ททท. ที่ ๓๖๒/๒๕๖๑ ลงวันที่ ๒๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๑ เรื่องแต่งตั้งคณะกรรมการสอบหาข้อเท็จจริง ซึ่งคณะกรรมการสอบหาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับบริษัท ไทยแลนด์ ดิวตี้ ฟรี ช็อปส์ จำกัด ได้เสนอข้อสรุปการสอบหาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับบริษัท ไทยแลนด์ ดิวตี้ ฟรี ช็อปส์ จำกัด ในการประชุมคณะกรรมการ ททท. ครั้งที่ ๑๒/๒๕๖๑ วันที่ ๒๕ ตุลาคม ๒๕๖๑ และคณะกรรมการ ททท. มีมติรับทราบแนวทางการสรุปข้อเท็จจริงการสอบหาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับบริษัท ไทยแลนด์ ดิวตี้ ฟรี ช็อปส์ จำกัด ของคณะกรรมการสอบหาข้อเท็จจริง และเห็นชอบตามที่คณะกรรมการสอบหาข้อเท็จจริงนำเสนอแนวทางการสรุปผลการสอบสวนว่า กรณีดังกล่าวเกิดจากผลประกอบการของบริษัท ไทยแลนด์ ดิวตี้ ฟรี ช็อปส์ จำกัด ประสบภาวะขาดทุนและขาดสภาพคล่องทางการเงิน เพราะบริษัท คิงเพาเวอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ยกเลิกข้อตกลงการเช่าสิทธิจาก ททท. จากบริษัท ไทยแลนด์ ดิวตี้ ฟรี ช็อปส์ จำกัด ที่อยู่ในระหว่างการตรวจร่างสัญญาของสำนักงานอัยการสูงสุด อันเนื่องมาจากมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๒๗ มกราคม ๒๕๔๑ ให้เปิดเสรีร้านค้าปลอดภาษี จึงเป็นการประสบภาวะขาดทุนและเป็นหนี้เงินกู้จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อบริหารกิจการในขณะขาดสภาพคล่องทางการเงิน ซึ่งเป็นความเสี่ยงของการประกอบกิจการตามปกติ มิได้ก่อให้เกิดความเสียหายแต่อย่างใด และขอให้คณะกรรมการสอบหาข้อเท็จจริงตามคำสั่งดังกล่าวเร่งดำเนินการจัดทำรายงานผลการสอบสวนดังกล่าว เพื่อนำเสนอต่อผู้ว่าการ ททท. พิจารณาดำเนินการ และนำเสนอผลการสอบหาข้อเท็จจริงต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อทราบต่อไป

(๕) เรื่องการใช้รถยนต์ส่วนกลางที่ไม่มีบันทึกการขออนุมัติการใช้รถยนต์

ททท. ได้มีการกำชับให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและพนักงานขับรถ รับทราบและถือปฏิบัติตามระเบียบ ททท. ว่าด้วยการใช้การรักษายานพาหนะของ ททท. พ.ศ. ๒๕๕๑ อย่างเคร่งครัดต่อไปแล้ว

(๖) เรื่องเงินลงทุนของบริษัทร่วมทุนเกี่ยวกับค่าตอบแทนในการใช้สนามกอล์ฟบางพระ

กรมธนารักษ์ได้จ่ายค่าตอบแทนทรัพย์สินให้ ททท. จำนวน ๙๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท เมื่อวันที่ ๗ กันยายน ๒๕๖๑ แล้ว และ ททท. ได้มีหนังสือแจ้งรายละเอียดการจ่ายค่าตอบแทน ให้กรมธนารักษ์ จำนวน ๕,๓๙๒,๐๓๓.๘๑ บาทแล้ว

สะพานมิตรภาพ จ.นครพนม

(๗) เรื่องการเบิกค่าเบี้ยเลี้ยงในการประชุม

กองกฎหมายและระเบียบมีความเห็นว่า พนักงานมีสิทธิได้รับค่าทำงานในวันหยุด และค่าเบี้ยเลี้ยงได้ตามข้อบังคับ ททท. ว่าด้วยสิทธิประโยชน์ของพนักงานและลูกจ้าง ททท. พ.ศ. ๒๕๕๓ และข้อบังคับ ททท. ว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปปฏิบัติงานในประเทศ พ.ศ. ๒๕๖๐ เนื่องจากเป็นสิทธิ จากฐานกฎหมายที่แตกต่างกัน ประกอบกับมูลเหตุในการจ่ายเงินในประเด็นนี้เป็นมูลเหตุหนึ่งในประเด็นที่มีการฟ้องร้องคดีกันต่อศาลแรงงานกลาง และ ททท. อยู่ในระหว่างการรอฟังผลในคำพิพากษาคดีดังกล่าว

๒.๖. การกำกับดูแลความเพียงพอและเหมาะสมในการปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณของรัฐวิสาหกิจ

คณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ได้มีการสอบทานความขัดแย้งทางผลประโยชน์ของผู้ปฏิบัติงานทุกระดับ และมีการสนับสนุนการดำเนินงานให้สอดคล้องตามนโยบาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ มติคณะรัฐมนตรี ในการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ครั้งที่ ๑๐/๒๕๖๐ วันที่ ๓๐ ตุลาคม ๒๕๖๐ และได้มีมติให้ ททท. พิจารณาดำเนินการกำหนดมาตรการหรือแนวทางในการเร่งรัดหรือบังคับให้ผู้ปฏิบัติงานจัดทำรายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์ให้เป็นไปตามระเบียบ ททท. ว่าด้วยหลักเกณฑ์และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์ พ.ศ. ๒๕๕๔ และฉบับที่แก้ไขเพิ่มเติม รวมทั้งการสร้างความเข้าใจเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานตระหนักถึงความสำคัญในการปฏิบัติตามระเบียบดังกล่าว

๒.๗ การรักษาคุณภาพงานของคณะกรรมการตรวจสอบ ททท.

คณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ได้มีการสอบทานการวางแผน การดำเนินงาน และประเมินผลการปฏิบัติงานตนเอง (Self Assessment) ประจำปีเป็นรายบุคคล รวมทั้งรายงานผลการประเมิน ปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนแผนการปรับปรุงการดำเนินงานให้คณะกรรมการ ททท. ทราบตามกฎบัตรของคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. และแนวปฏิบัติที่ดีอย่างมีประสิทธิภาพตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยคณะกรรมการตรวจสอบและหน่วยตรวจสอบภายในของรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. ๒๕๕๕ และคู่มือการปฏิบัติงานของคณะกรรมการตรวจสอบในรัฐวิสาหกิจ ฉบับปรับปรุง ปี ๒๕๕๕

ในการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ครั้งที่ ๑๑/๒๕๖๐ วันที่ ๒๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๐ และได้เสนอคณะกรรมการ ททท. เพื่อทราบในการประชุมครั้งที่ ๑๒/๒๕๖๐ วันที่ ๒๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๐ แล้ว

๒.๘ การประชุมร่วมระหว่างคณะกรรมการตรวจสอบ ททท. กับผู้บริหารระดับสูง ททท.

คณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ได้มีการประชุมหารือร่วมกับผู้บริหารระดับสูง ททท. ในการประชุมครั้งที่ ๑๒/๒๕๖๐ วันที่ ๒๖ ธันวาคม ๒๕๖๐ เพื่อติดตามการดำเนินงานและรับทราบผลการดำเนินการตามที่คณะกรรมการตรวจสอบ ททท. ได้มีมติและข้อเสนอแนะในประเด็นต่าง ๆ รวมทั้งได้มีการหารือในรายละเอียดกรณีที่การดำเนินงานมีปัญหาและอุปสรรค เพื่อนำไปสู่การพิจารณาแนวทางแก้ไขปรับปรุงการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของ ททท. ต่อไป

07/

ภาคผนวก
Appendix

รายงานคณะกรรมการสรรหา ทกท.

ในปีงบประมาณ ๒๕๖๑ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ทกท.) ไม่มีการสรรหาผู้ว่าการ ทกท. เนื่องจาก ทกท. ได้สรรหาผู้ว่าการ ทกท. แล้ว ตามคำสั่ง ทกท. ที่ ๑๔/๒๕๕๘ ลงวันที่ ๒๘ สิงหาคม ๒๕๕๘ แต่งตั้งนายยุทธศักดิ์ สุภสร ดำรงตำแหน่งผู้ว่าการ ทกท. ตั้งแต่วันที่ ๑ กันยายน ๒๕๕๘ เป็นต้นไป ซึ่งได้มีการจัดทำสัญญาจ้างผู้ว่าการ ทกท. ณ วันที่ ๒๘ สิงหาคม ๒๕๕๘ มีกำหนดเวลานับตั้งแต่วันที่ ๑ กันยายน ๒๕๕๘ ถึงวันที่ ๓๑ สิงหาคม ๒๕๖๒

The TAT Selection Committee Report

In the fiscal year 2018, 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.

หนองกุดทิง จ.บึงกาฬ

โครงสร้างอัตรากำลัง จำแนกตามหน่วยงาน
TAT Personnel: Classification of Department

หน่วยงาน / Offices	จำนวน Amount	ร้อยละ Percent
หน่วยงานผู้ว่าการ / Offices under the Governor	47	4.30
หน่วยงานด้านบริหาร / Offices under the Deputy Governor for Administration	207	18.92
หน่วยงานด้านนโยบายและแผน / Offices under the Deputy Governor for Policy and Planning	116	10.60
หน่วยงานด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว / Offices under the Deputy Governor for Tourism Products and Business	116	10.60
หน่วยงานด้านตลาดในประเทศ / Offices under the Deputy Governor for Domestic Marketing	334	30.53
หน่วยงานด้านตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้ / Offices under the Deputy Governor for International Marketing (Asia and South Pacific)	82	7.50
หน่วยงานด้านตลาดยุโรป แอฟริกา ตะวันออกกลาง และอเมริกา / Offices under the Deputy Governor for International Marketing (Europe, Africa, Middle East and Americas)	59	5.39
หน่วยงานด้านสื่อสารการตลาด / Offices under the Deputy Governor for Marketing Communications	133	12.16
รวม / Total	**1,094**	**100**

ข้อมูล ณ 30 กันยายน 2561 / As of 30 September 2018

ค่าใช้จ่ายรวมด้านพนักงานและลูกจ้าง ทท.
Total Expenses for TAT Staff Members and Employees

(หน่วย : บาท / Unit : Baht)

รายการ / Items	ปี / Year		
	2559 / 2016	2560 / 2017	2561 / 2018
เงินเดือน / Salary	440,273,941.92	489,607,821.00	480,936,270.83
โบนัสและค่าตอบแทนผลงาน / Bonus and Performance Remuneration	83,704,886.17	92,067,586.14	80,815,225.67
ค่าล่วงเวลา / Overtime Payment	6,605,908.00	8,396,487.57	8,730,038.00
เงินช่วยเหลือบุตร / Childcare Subsidy	967,262.51	930,306.00	836,860.00
ค่าเล่าเรียนบุตร / Child's Tuition Fees	6,360,039.97	4,745,634.92	4,646,579.14
ค่ารักษาพยาบาล / Medical Treatment Expenses	48,617,807.97	45,261,842.19	39,281,887.25
ค่าเช่าบ้าน / Housing Rent	94,823,668.53	97,879,113.04	91,059,748.83
สมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ / Contribution to the Provident Fund	35,247,745.65	39,245,409.55	38,642,437.95
ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงาน / Staff Benefits	51,167,274.15	49,367,984.00	48,345,278.90
เงินเพิ่มพิเศษข้าราชการต่างประเทศ / Extra Allowances for Overseas Postings	121,445,694.30	114,862,620.33	108,213,200.73
ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลอื่น / Other Personnel Expenses	21,242,319.21	26,805,448.74	18,867,659.60
รวมทั้งสิ้น / Total	**910,456,548.38**	**969,170,253.48**	**920,375,186.90**

งบแสดงฐานะการเงิน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและบริษัทย่อย
ณ วันที่ 30 กันยายน 2561

หน่วย : บาท

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	30 กันยายน		30 กันยายน	
	2561	2560	2561	2560
สินทรัพย์				
สินทรัพย์หมุนเวียน				
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	3,800,247,581.71	6,760,793,919.55	2,281,711,680.54	6,569,584,280.66
เงินลงทุนชั่วคราว	6,212,099,194.17	1,174,781,696.94	6,192,099,194.17	512,781,696.94
ลูกหนี้การค้า	427,850.20	785,599.11	427,850.20	785,599.11
ลูกหนี้อื่น	321,816,364.00	226,009,616.40	315,093,710.21	218,695,786.43
วัสดุคงเหลือ	3,594,294.14	4,214,724.94	600,131.47	732,975.74
เงินอุดหนุนค้างรับ	-	57,325,968.35	-	57,325,968.35
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	4,084,998.88	917,827.05	503,664.22	645,134.10
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	**10,342,270,283.10**	**8,224,829,352.34**	**8,790,436,230.81**	**7,360,551,441.33**
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน				
เงินลงทุนในบริษัทย่อย	-	-	700,000,000.00	700,000,000.00
เงินลงทุนในบริษัทร่วม	47,050,963.99	45,872,455.99	50,300,000.00	50,300,000.00
ที่ดินอาคารและอุปกรณ์	899,291,435.83	957,082,565.10	872,669,754.78	926,722,652.21
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	72,960,505.28	77,640,713.57	48,553,969.89	47,177,885.59
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	208,675,908.37	104,881,447.20	47,002,325.76	45,192,244.07
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	**1,227,978,813.47**	**1,185,477,181.86**	**1,718,526,050.43**	**1,769,392,781.87**
รวมสินทรัพย์	**11,570,249,096.57**	**9,410,306,534.20**	**10,508,962,281.24**	**9,129,944,223.20**

หมายเหตุ : งบการเงินปีงบประมาณ 2561 อยู่ระหว่างการตรวจสอบและรับรองจากสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

งบแสดงฐานะการเงิน (ต่อ)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและบริษัทย่อย
ณ วันที่ 30 กันยายน 2561

หน่วย : บาท

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	30 กันยายน		30 กันยายน	
	2561	2560	2561	2560
หนี้สิน				
หนี้สินหมุนเวียน				
เจ้าหนี้การค้า	461,872,821.82	575,151,988.77	459,894,922.73	569,413,643.27
เจ้าหนี้อื่น	85,841,971.43	63,798,748.34	84,428,888.83	59,384,974.40
เงินอุดหนุนรอการรับรู้เป็นรายได้ -ระยะสั้น	6,264,235,491.81	785,599.11	6,264,235,491.81	4,975,894,798.55
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	200,346,786.92	201,767,324.39	187,590,331.12	196,874,792.12
รวมหนี้สินหมุนเวียน	7,012,297,071.98	841,503,660.61	6,996,149,634.49	5,801,568,208.34
หนี้สินไม่หมุนเวียน				
ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์ของพนักงาน	758,686,683.00	774,668,776.00	753,891,479.00	770,599,867.00
เงินอุดหนุนรอการรับรู้เป็นรายได้ -ระยะยาว	656,732,659.14	744,572,225.64	656,732,659.14	744,572,225.64
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	1,799,531,256.74	1,062,274,775.08	60,105,453.68	25,956,075.35
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	3,214,950,598.88	2,581,515,776.72	1,470,729,591.82	1,541,128,167.99
รวมหนี้สิน	10,227,247,670.86	3,423,019,437.33	8,466,879,226.31	7,342,696,376.33
ส่วนของทุน				
ทุนประเดิม	58,680,000.00	58,680,000.00	58,680,000.00	58,680,000.00
กำไรสะสม	1,284,321,425.71	953,497,897.43	1,983,403,054.93	1,728,567,846.87
รวมส่วนของทุน	**1,343,001,425.71**	**1,012,177,897.43**	**2,042,083,054.93**	**1,787,247,846.87**
รวมหนี้สินและส่วนของทุน	**11,570,249,096.57**	**4,435,197,334.76**	**10,508,962,281.24**	**9,129,944,223.20**

หมายเหตุ : งบการเงินปีงบประมาณ 2561 อยู่ระหว่างการตรวจสอบและรับรองจากสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและบริษัทย่อย
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2561 และ 2560

หน่วย : บาท

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2561	2560	2561	2560
รายได้				
รายได้จากการขายสินค้าและบริการ	146,923,494.90	130,456,032.83	146,923,494.90	130,456,032.83
รายได้ค่าสมาชิก	279,521,849.87	205,017,269.10	-	-
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	3,041,484.15	(3,017,224.64)		
รายได้เงินอุดหนุนจากรัฐบาล	6,532,611,627.14	785,599.11	6,532,611,627.14	6,689,262,181.38
กลับรายการขาดทุนจากการด้อยค่าเงินลงทุนในบริษัทย่อย	-	-	-	700,000,000.00
รายได้อื่น	384,332,081.57	243,006,971.40	364,526,628.75	235,599,910.74
รวมรายได้	**7,346,430,537.63**	**576,248,647.80**	**7,044,061,750.79**	**7,755,318,124.95**
ค่าใช้จ่าย				
ต้นทุนสินค้าและบริการใช้ไป	48,171,197.97	43,636,836.54	48,171,197.97	43,636,836.54
ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการตลาด	5,214,313,713.30	5,298,230,609.76	5,169,593,478.55	5,271,042,146.08
ค่าใช้จ่ายบริการสมาชิก	73,117,195.69	64,924,172.71	-	-
ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์ของพนักงาน	996,287,866.17	1,037,475,200.03	920,375,186.90	969,170,253.48
ค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหาร	38,767,473.21	26,766,704.88	32,347,572.41	19,011,998.08
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	143,605,899.23	140,632,557.14	132,185,151.93	135,278,579.38
ค่าใช้จ่ายอื่น	501,452,608.03	602,627,887.22	486,553,954.97	585,562,550.01
รวมค่าใช้จ่าย	**7,015,715,953.60**	**7,214,293,968.28**	**6,789,226,542.73**	**7,023,702,363.57**
กำไรสำหรับปีก่อนภาษีเงินได้	**330,714,584.03**	**-6,638,045,320.48**	**254,835,208.06**	**731,615,761.38**
รายได้ (ค่าใช้จ่าย) ภาษีเงินได้	**108,944.25**	**(773,531.67)**	**-**	**-**
กำไรสุทธิหลังหักภาษี	**330,823,528.28**	**(6,638,818,852.15)**	**254,835,208.06**	**731,615,761.38**
กำไร (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จอื่น				
ขาดทุนจากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย	**-**	**(86,332,427.00)**	**-**	**(90,741,466.00)**
กำไร (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	**330,823,528.28**	**(6,725,151,279.15)**	**254,835,208.06**	**640,874,295.38**

หมายเหตุ : งบการเงินปีงบประมาณ 2561 อยู่ระหว่างการตรวจสอบและรับรองจากสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของทุน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและบริษัทย่อย
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2561 และ 2560

หน่วย : บาท

	งบการเงินเฉพาะกิจการ		
	ทุน	กำไรสะสม	รวม ส่วนของทุน
ยอดยกมา ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2559	58,680,000.00	1,087,693,551.49	1,146,373,551.49
กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับงวด	-	640,874,295.38	640,874,295.38
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2560	**58,680,000.00**	**1,728,567,846.87**	**1,787,247,846.87**
ยอดยกมา ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2560	58,680,000.00	1,728,567,846.87	1,787,247,846.87
กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับงวด	-	254,835,208.06	254,835,208.06
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2561	**58,680,000.00**	**1,983,403,054.93**	**2,042,083,054.93**

หมายเหตุ : งบการเงินปีงบประมาณ 2561 อยู่ระหว่างการตรวจสอบและรับรองจากสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของทุน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและบริษัทย่อย
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2561 และ 2560

หน่วย : บาท

	งบการเงินรวม		
	ทุน	กำไรสะสม	รวม ส่วนของทุน
ยอดยกมา ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2559	58,680,000.00	965,832,388.65	1,024,512,388.65
ผลสะสมจากการแก้ไขข้อผิดพลาดทางบัญชี	-	24,340,205.66	24,340,205.66
ยอดคงเหลือหลังปรับปรุง	58,680,000.00	990,172,594.31	1,048,852,594.31
ขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	-	(36,674,696.88)	(36,674,696.88)
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2560	**58,680,000.00**	**953,497,897.43**	**1,012,177,897.43**
ยอดยกมา ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2560	58,680,000.00	953,497,897.43	1,012,177,897.43
กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับงวด	-	330,823,528.28	330,823,528.28
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2561	**58,680,000.00**	**1,284,321,425.71**	**1,343,001,425.71**

หมายเหตุ : งบการเงินปีงบประมาณ 2561 อยู่ระหว่างการตรวจสอบและรับรองจากสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

งบกระแสเงินสด

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและบริษัทย่อย
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2561

หน่วย : บาท

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	30 กันยายน		30 กันยายน	
	2561	2560	2561	2560
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน				
กำไร (ขาดทุน) ก่อนภาษีเงินได้	330,823,528.28	50,431,261.79	254,835,208.06	731,615,761.38
รายการปรับกระทบกำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับงวดเป็นเงินสดรับ (จ่าย) จากกิจกรรมดำเนินงาน:				
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	143,605,899.23	140,632,557.14	132,185,151.93	135,278,579.38
ค่าตัดจำหน่ายสิทธิการใช้	999,315.49	999,315.49	-	-
ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงาน	49,071,573.90	49,909,364.67	48,345,278.90	49,367,984.00
ค่าบริการตัวแทนจำหน่าย	-	5,368,234.46	-	-
(กำไร) ขาดทุนจากการตัดจำหน่ายทรัพย์สิน	137,907.46	6,020,369.30	156,962.11	5,881,781.11
โอนทรัพย์สินเป็นค่าใช้จ่าย	3,781,666.29	2,683,203.33	3,781,666.29	2,496,420.33
(กำไร) ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน (แปลงค่าเงินฝากธนาคาร)	91,328,531.26	80,616,402.95	94,417,611.64	82,130,246.57
รายได้เงินอุดหนุน	(101,742,190.96)	(129,743,034.60)	(101,742,190.96)	(129,743,034.60)
รายได้ดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร	(108,510,621.26)	(85,792,902.99)	(91,066,220.22)	(77,928,583.96)
สินทรัพย์รับบริจาค	(52,500.00)	14,530.69	(52,500.00)	-
รายได้ค่าสมาชิก	(279,521,849.87)	(194,442,128.92)	-	-
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	(3,041,484.15)	3,017,224.64	-	-
กำไรจากการกลับบัญชีขาดทุนจากการด้อยค่าเงินลงทุน	-	-	-	(700,000,000.00)
กำไรจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	126,879,775.67	(69,500,002.94)	340,860,967.75	99,099,154.21
สินทรัพย์ดำเนินงาน (เพิ่มขึ้น) ลดลง				
ลูกหนี้การค้า	357,748.91	(43,645.06)	357,748.91	(43,645.06)
ลูกหนี้อื่น	(82,460,411.80)	(4,614,786.07)	(86,790,264.69)	(1,176,942.51)
วัสดุคงเหลือ	620,430.80	1,450,832.15	132,844.27	(6,646.60)
เงินอุดหนุนค้างรับ	57,325,968.35	-	57,325,968.35	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	(3,167,171.83)	123,785.03	141,469.88	(193,859.78)
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	(104,793,776.66)	(33,648,759.37)	(1,810,081.69)	1,970,445.89
หนี้สินดำเนินงาน เพิ่มขึ้น (ลดลง)				
เจ้าหนี้การค้า	(113,279,166.95)	165,326,157.65	(109,518,720.54)	167,090,444.90
เจ้าหนี้อื่น	21,603,223.09	(51,615,199.72)	25,043,914.43	(44,549,391.22)
เงินอุดหนุนรอการรับรู้ - ระยะสั้น	1,288,340,693.26	834,061,023.25	1,288,340,693.26	834,061,023.25
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	(980,537.47)	(37,066,858.08)	(9,284,461.00)	(38,430,958.52)
เงินอุดหนุนรอการรับรู้ - ระยะยาว	33,743,356.24	75,049,295.19	35,350,524.46	75,049,295.19
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	1,016,778,331.53	592,093,751.85	34,149,378.33	(5,010,921.35)

หมายเหตุ : งบการเงินปีงบประมาณ 2561 อยู่ระหว่างการตรวจสอบและรับรองจากสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

งบกระแสเงินสด (ต่อ)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและบริษัทย่อย
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2561

หน่วย : บาท

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	30 กันยายน		30 กันยายน	
	2561	2560	2561	2560
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน (ต่อ)				
เงินสดรับดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร	95,164,285.46	83,007,103.94	81,458,561.13	74,808,396.86
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	(3,598,035.28)	-	-
เงินสดจ่ายผลประโยชน์พนักงาน	(65,053,666.90)	(28,067,382.00)	(65,053,666.90)	(28,067,382.00)
เงินสดสุทธิได้มาในกิจกรรมดำเนินงาน	**2,271,079,081.70**	**1,522,957,280.54**	**1,590,704,875.95**	**1,134,599,013.26**
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน		785,599.11		
เงินสดรับจากการจำหน่ายทรัพย์สิน	484,533.00	736,185.65	484,533.00	693,195.00
เงินสดรับจากเงินปันผลบริษัทร่วม	1,862,976.15	1,862,976.15	-	-
เงินสดจ่ายสำหรับเงินลงทุนชั่วคราว	(5,699,317,497.23)	973,524,983.45	(5,679,317,497.23)	1,305,524,983.45
เงินสดรับจากการถอนเงินลงทุน	-	20,000,000.00	-	20,000,000.00
เงินสดจ่ายสำหรับลงทุนในอาคารและอุปกรณ์	(82,887,900.20)	(134,051,456.08)	(82,887,900.20)	(115,964,090.25)
เงินสดจ่ายสำหรับลงทุนในสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	(22,439,000.00)	(42,951,516.61)	(22,439,000.00)	(11,050,195.83)
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน	**(5,802,296,888.28)**	**819,121,172.56**	**(5,784,159,864.43)**	**1,199,203,892.37**
ปรับผลกระทบกำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน สำหรับเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	(91,328,531.26)	(80,726,907.28)	(94,417,611.64)	(82,240,750.90)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	**(3,622,546,337.84)**	**2,261,351,545.82**	**(4,287,872,600.12)**	**2,251,562,154.73**
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นงวด	**7,422,793,919.55**	**4,500,227,972.84**	**6,569,584,280.66**	**4,318,022,125.93**
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดณ วันสิ้นงวด	**3,800,247,581.71**	**6,761,579,518.66**	**2,281,711,680.54**	**6,569,584,280.66**

หมายเหตุ : งบการเงินปีงบประมาณ 2561 อยู่ระหว่างการตรวจสอบและรับรองจากสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

วัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงเทพฯ

สถานที่ตั้ง ททท. สำนักงานในประเทศและต่างประเทศ
TAT Directory

สำนักงานใหญ่ (Head Office)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
๑๖๐๐ ถ.เพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน
เขตราชเทวี กรุงเทพฯ ๑๐๔๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๐๐ (อัตโนมัติ ๘๐ เลขหมาย)
โทรสาร ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๑๑ (อัตโนมัติ ๒ เลขหมาย)
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org
อีเมล center@tat.or.th

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

สำนักงานในประเทศ (Domestic Offices)

ภูมิภาคภาคเหนือ / Northern Region

ททท. สำนักงานเชียงใหม่ (เชียงใหม่)
๑๐๕/๑ ถ.เชียงใหม่-ลำพูน ต.วัดเกตุ
อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ๕๐๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๕๓๒๔ ๘๖๐๔-๕
โทรสาร ๐ ๕๓๒๔ ๘๖๐๖
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/chiangmai
อีเมล tatchmai@tat.or.th

TAT Chiang Mai Office (Chiang Mai)
105/1 Chiang Mai-Lumphun 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

ททท. สำนักงานเชียงราย (เชียงราย พะเยา)
๔๔๘/๑๖ ถ.สิงหไคล 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

TAT Chiang Rai Office (Chiang Rai, Phayao)
448/16 Singhakhlai 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

ททท. สำนักงานพิษณุโลก (พิษณุโลก เพชรบูรณ์)
๒๐๙/๗-๘ ศูนย์การค้าสุรสีห์ 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

TAT Phitsanulok Office (Phitsanulok, Phetchabun)
209/7-8 Surasi Trade Center, Borommtrailokkanat 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

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

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

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

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

ททท. สำนักงานแพร่ (แพร่, อุตรดิตถ์)
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

TAT Phrae Office (Phrae, Uttaradit)
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

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

TAT Uthai Thani Office (Uthai Thani)
28/5 RakKan 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

ททท. สำนักงานสุโขทัย (สุโขทัย, กำแพงเพชร)
๒๐๐ ถ.จรดวิถีถ่อง 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

TAT Sukhothai Office (Sukhothai, 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

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

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

ททท. สำนักงานนครสวรรค์ (นครสวรรค์, พิจิตร)
๑๐๔๕/๒ ชั้น ๑-๒ หมู่ ๑๐ ถ.นครสวรรค์-พิษณุโลก
ต.นครสวรรค์ตก 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 Nakhon Sawan Office (Nakhon Sawan, Phichit)
1045/2 Mu 10, 1st - 2nd Floor, Nakhon Sawan-Phitsanulok Road,
Tambon Nakhon Sawantok, 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 / Central Region

ททท. สำนักงานกาญจนบุรี (กาญจนบุรี)
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

TAT Kanchanaburi Office (Kanchanaburi)
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

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

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

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

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. สำนักงานลพบุรี (ลพบุรี อ่างทอง สิงห์บุรี ชัยนาท)
บริเวณศาลากลางจังหวัดลพบุรี 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

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

ททท. สำนักงานสุพรรณบุรี (สุพรรณบุรี นครปฐม)
๙๑ ถ.พระพันวษา ต.ท่าพี่เลี้ยง อ.เมือง
จ.สุพรรณบุรี ๗๒๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๕๒๕๘๖๗, ๐ ๓๕๕๒ ๕๘๘๐
โทรสาร ๐ ๓๕๕๒ ๕๘๖๓-๔
เว็บไซต์ www.tatsuphan.net
อีเมล tatsuphan@tat.or.th

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

ททท. สำนักงานกรุงเทพมหานคร (กรุงเทพฯ ปทุมธานี นนทบุรี)
อาคาร D2 ชั้น ๘ โครงการปรีชาคอมเพลกซ์
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

TAT Bangkok Office (Bangkok, PathumThani, 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

ททท. สำนักงานประจวบคีรีขันธ์ (ประจวบคีรีขันธ์)
๓๙/๙ ถ.เพชรเกษม ต.หัวหิน อ.หัวหิน
จ.ประจวบคีรีขันธ์ ๗๗๑๑๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๒๕๑ ๓๘๘๕, ๐ ๓๒๕๑ ๓๘๕๔, ๐ ๓๒๕๑ ๓๘๗๑
โทรสาร ๐ ๓๒๕๑ ๓๘๙๘
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/prachuapkhirikhan
อีเมล tatprachuap@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

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

TAT Samut Songkhram Office (Samut Songkhram, Samut Sakhon)
150/8-9 Samut Songkhram-BangPhae 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

ภูมิภาคภาคตะวันออก / Eastern Region

ททท. สำนักงานพัทยา (ชลบุรี)
๖๐๙ หมู่ ๑๐ ถ.พระตำหนัก ต.หนองปรือ
อ.บางละมุง จ.ชลบุรี ๒๐๒๖๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๘๔๒ ๗๖๖๗, ๐ ๓๘๔๒ ๘๗๕๐, ๐ ๓๘๔๒ ๓๙๙๐
โทรสาร ๐ ๓๘๔๒ ๙๑๑๓
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/pattaya
อีเมล tatchon@tat.or.th

TAT Pattaya Office (Chon Buri)
609 Mu 10, Pra Tamnak Road, Tambon Nong Prue,
Amphoe Bang Lamung, Chon Buri 20260
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

ททท. สำนักงานระยอง (ระยอง จันทบุรี)
๑๕๓/๔ หมู่ ๑๒ ถ.สุขุมวิท ต.ตะพง อ.เมือง
จ.ระยอง ๒๑๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๘๖๕ ๕๔๒๐-๑, ๐ ๓๘๖๔ ๔๕๘๕
โทรสาร ๐ ๓๘๖๔ ๕๕๑๐, ๐ ๓๘๖๕ ๕๔๒๒
เว็บไซต์ www.tat-rayong.com
อีเมล tatrayong@tat.or.th

TAT Rayong Office (Rayong, Chanthaburi)
153/4 Mu12, Sukhumvit Road, Tambon Taphong,
Amphoe Mueang, Rayong 21000
Tel: 66 3865 5420-1, 66 3864 4585
Fax: 66 3864 5510, 66 3865 5422
Website: www.tat-rayong.com
E-mail: 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

TAT Trat Office (Trat)
100 Mu1, 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

ททท. สำนักงานนครนายก (นครนายก ปราจีนบุรี สระแก้ว)
๑๘๒/๘๘ หมู่ ๑ ถ.สุวรรณศร ต.ท่าช้าง อ.เมือง
จ.นครนายก ๒๖๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๗๓๑ ๒๒๘๒, ๐ ๓๗๓๑ ๒๒๘๔
โทรสาร ๐ ๓๗๓๑ ๒๒๘๖
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/nakhonnayok,
www.tat8.com
อีเมล tatnayok@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)
203 ถ.หน้าเมือง ต.หน้าเมือง อ.เมือง
จ.ฉะเชิงเทรา 24000
โทรศัพท์ 0 3851 4009
โทรสาร 0 3851 4008
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

ภูมิภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ / Northeastern Region

ททท. สำนักงานนครราชสีมา (นครราชสีมา ชัยภูมิ)
๒๑๐๒-๒๑๐๔ ถ.มิตรภาพ ต.ในเมือง อ.เมือง
จ.นครราชสีมา ๓๐๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๔๔๒๑ ๓๖๖๖ , ๐ ๔๔๒๑ ๓๐๓๐
โทรสาร ๐ ๔๔๒๑ ๓๖๖๗ , ๐ ๔๔๓๕ ๑๗๒๑
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/nakhonratchasima,
www.tourismthailand.org/chaiyaphum
อีเมล tatsima@tat.or.th

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

ททท. สำนักงานอุบลราชธานี
(อุบลราชธานี อำนาจเจริญ ยโสธร)
๒๖๔/๑ ถ.เขื่อนธานี ต.ในเมือง อ.เมือง
จ.อุบลราชธานี ๓๔๐๐๐
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)
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

ททท. สำนักงานขอนแก่น
(ขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด กาฬสินธุ์)
๒๗๗/๒๐-๒๑ ถ.กลางเมือง (ถนนรอบบึงแก่นนคร
ด้านทิศตะวันตก) ต.ในเมืองอ.เมือง จ.ขอนแก่น ๔๐๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๔๓๒๒ ๗๗๑๔-๑๖
โทรสาร ๐ ๔๓๒๒ ๗๗๑๗, ๐ ๔๓๒๒ ๗๗๑๙
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/khonkaen
อีเมล tatkhkn@tat.or.th

TAT Khon Kaen Office
(Khon Kaen, Maha Sarakham, Roi Et, Kalasin)
277/20-21 Klang Mueang Road, Tambon Nai Mueang,
Amphoe Mueang , Khon Kaen 40000
Tel: 66 4322 7714-16
Fax: 66 4322 7717, 66 4322 7719
Website: www.tourismthailand.org/khonkaen
E-mail: tatkhkn@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
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
E-mail: tatphnom@tat.or.th

ททท. สำนักงานอุดรธานี
(อุดรธานี หนองคาย บึงกาฬ)
๑๖/๕ ถ.มุขมนตรี ต.หมากแข้ง อ.เมือง จ.อุดรธานี ๔๑๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๔๒๓๒ ๕๔๐๖-๗, ๐ ๔๒๒๒ ๑๔๕๕, ๐ ๔๒๓๒ ๖๔๓๖
โทรสาร ๐ ๔๒๓๒ ๕๔๐๘
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/udonthani
อีเมล tatudon@tat.or.th

TAT Udon Thani Office
(UdonThani, Nong Khai, Bueng Kan)
16/5 Muk Montri Road, Tambon Mak Khaeng,
Amphoe Mueang, Udon Thani 41000
Tel: 66 4232 5406-7, 66 4222 1455, 66 4232 6436
Fax: 66 4232 5408
Website: www.tourismthailand.org/udonthani
E-mail: tatudon@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

ททท. สำนักงานสุรินทร์ (สุรินทร์ ศรีสะเกษ)
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
อีเมล tatsurin@tat.or.th

TAT Surin Office (Surin, Si Sa Ket)
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
E-mail: tatsurin@tat.or.th

ททท. สำนักงานบุรีรัมย์ (บุรีรัมย์)
โครงการบุญศิริ ๗ เลขที่ ๖๗๔/๑๕-๑๖ ต.อิสาณ อ. เมือง
จ.บุรีรัมย์ ๓๑๐๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๔๔๖๓ ๔๗๒๒-๓
โทรสาร ๐ ๔๔๖๓ ๔๗๒๔
เว็บไซต์ www.tourismthailand.ort/buriram
อีเมล tatburiram@tat.or.th

TAT Buriram Office
Boonsiri Building no. 7 , 654/15 Tambol Isan,
Amphoe Mueang, Buri Ram 31000
Tel: 66 4463 4722-3
Fax: 66 4463 4724
Website: www.tourismthailand.ort/buriram
E-mail: tatburiram@tat.or.th

ภูมิภาคภาคใต้ / Southern Region

ททท. สำนักงานหาดใหญ่ (สงขลา สตูล)
๑/๑ ซ.๒ ถ.นิพัทธ์อุทิศ ๓ อ.หาดใหญ่
จ.สงขลา ๙๐๑๑๐
โทรศัพท์ ๐ ๗๔๒๓ ๑๐๕๕, ๐ ๗๔๒๓ ๘๕๑๘, ๐ ๗๔๒๔ ๓๗๔๗
โทรสาร ๐ ๗๔๒๔ ๕๙๘๖
เว็บไซต์ www.tourismthailand.org/hatyai
อีเมล tathatyai@tat.or.th

TAT, Hat Yai Office (Songkhla, Satun)
1/1Soi 2 Niphat 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. 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. 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.ถลาง 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.org.th

TAT Phuket Office (Phuket)
191 Thalang 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.org.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

TAT SuratThani Office (SuratThani)
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

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

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

ททท. สำนักงานกระบี่ (กระบี่)
๒๙๒ ถ.มหาราช 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

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

ททท. สำนักงานชุมพร (ชุมพร ระนอง)
๑๑๑/๑๑-๑๒ ถ.ทวีสินค้า 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

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

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 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

ททท. สำนักงานพังงา (พังงา)
9/9ถ.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

TAT Phang-nga Office (Phang-nga)
2/27 Sirirat Road, Tambon Tai 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

สำนักงานต่างประเทศ (Overseas Offices)

EAST ASIA REGION

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 FUKUOKA OFFICE
Area of Responsibility: *Western Chugoku of Honshu Island, Western Shikoku Island, Kyushu Island, and Okinawa Island*
Hakatasa Nishiginsaikaihatsu Building, Eastside Office, 11th Floor, 2-1 Shimokawabatamachi, Hakata Ward, Fukuoka Prefecture, JAPAN
Tel: (81 9) 2260 9308, (81 9) 2260 9309, (81 9) 2260 8181
FAX: (81 9) 2287 9501
E-mail: tatfuk@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 SEOUL OFFICE

Area of Responsibility: Republic of Korea

Room No. 1205, 12th Floor, 97 Toegye-ro, Jung-gu, Seoul (Chungmuro1ga, Daeyungak Tower) 04535, REP. OF 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.th
E-mail: info@tatsel.or.kr, tatsel@tat.or.th, info@visitthailand.or.kr

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 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: (86 871) 6317 8840
Fax: (86 871) 6317 1664
E-mail: tatkunming@tat.or.th

TAT CHENGDU OFFICE

Areas 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, 510000, CHINA
Tel: (86) 20 8365 1823, 20 8365 1836
Fax: (86) 20 8382 1061
E-mail: tatguangzhou@tat.or.th

ASEAN, SOUTH ASIA AND SOUTH PACIFIC REGION

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 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 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: www.tourismthailand.org./sg
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 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

TAT MUMBAI OFFICE

Area of Responsibility: Western & 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: -
E-mail: tatmumbai@tat.or.th, tatmumbaimail@gmail.com

TAT JAKARTA OFFICE

Area of Responsibility: Indonesia

The PLAZA Office Tower, 38th Floor, Zone B, JL.M.H.ThamrinKav.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

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 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 PARIS OFFICE

Area of Responsibility: France, Belgium, Luxembourg, The Netherlands, Morocco, Monaco, Tunesia and Algeria

Office National du Tourisme de Thaïlande, 90, Avenue des Champs-Elysées, 75008 Paris, FRANCE
Tel: (33 1) 5353 4700
Fax: (33 1) 4563 7888
E-mail: tatpar@wanadoo.fr, tatpar@tat.or.th, infosthailande@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, (3906) 420 14426
Fax: (39 06) 487 3500
E-mail: tat.rome@turismothailandese.it, tatrome@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 MOSCOW OFFICE

Area of Responsibility: Russia, Belarus, Georgia, Armenia, Azerbaijan, Kazakhstan, Uzbekistan, Turkmenistan, Tajikistan and Kyrgyzstan

Office3, 3rd Floor, 16-23 bld.1, 1st Tverskaya-Yamskaya Street, Moscow, Russian Federation, Moscow, 101000, RUSSIA
Tel: 7 (499) 2508345, 7 (499) 251 6433
Fax: 7 (495) 623 2773
Website: www.tourismthailand.ru
E-mail: tatmoscow@tat.or.th

TAT DUBAI OFFICE

Area of Responsibility: Bahrain, Iran, Iraq, Jordan, Kuwait, Lebanon, Oman, Qatar, Saudi Arabia, Syria, Yemen, United Arab Emirates, Egypt, Libya, Yemen, and Palestine

DusitThani Dubai, 133 SheikZayed 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, 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

AMERICA REGION

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 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 All 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 TORONTO OFFICE

Area of Responsibility: *Canada*

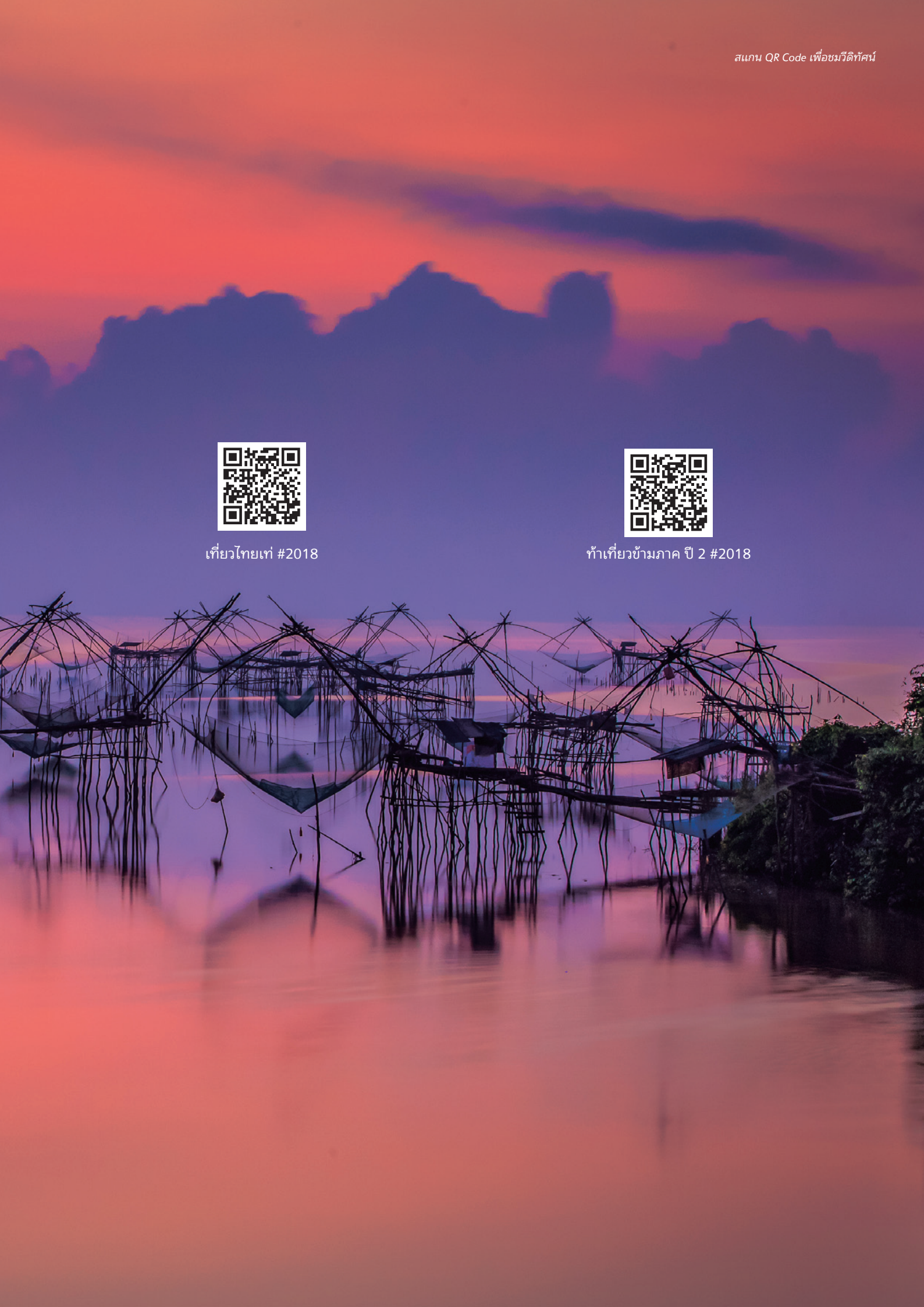
130 King St. West, Suite 620, Toronto,On Canada M5X1A9
Tel: (1 647) 329 1000
Fax: (1 647) 660 1918
E-mail: info@tatcan.com

Amazing Thailand Tourism Year 2018

ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน

คลองปากประ จ.พัทลุง

สแกน QR Code เพื่อชมวีดิทัศน์



เที่ยวไทยเท่ #2018

ท้าเที่ยวข้ามภาค ปี 2 #2018

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

๑๖๐๐ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน
เขตราชเทวี กรุงเทพฯ ๑๐๔๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๐๐
ศูนย์บริการข่าวสารท่องเที่ยว ๑๖๗๒

Tourism Authority of Thailand

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

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

รายงานฉบับนี้จัดพิมพ์โดยกระดาษใช้แล้วที่นำมาผลิตใหม่ (Recycled Paper) และหมึกพิมพ์ที่ทำจากถั่วเหลือง (Soy-based Ink)