



ประกาศกรมการทองเที่ยว
เรื่อง ประกาศรายชื่อผู้ผ่านการประเมินบุคคลที่จะเข้ารับการประเมินผลงาน
เพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งประเภทวิชาการ ระดับชำนาญการ

อาศัยอำนาจตามกฎ ก.พ. ว่าด้วยการย้าย การโอน หรือการเลื่อนข้าราชการพลเรือนสามัญ ไปแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งข้าราชการพลเรือนสามัญตำแหน่งประเภทวิชาการในหรือต่างกระทรวงหรือกรม พ.ศ. ๒๕๖๔ หนังสือสำนักงาน ก.พ. ที่ นร ๑๐๐๖/ว ๑๔ ลงวันที่ ๑๑ สิงหาคม ๒๕๖๔ ที่ นร ๑๐๐๖/ว ๒๕ ลงวันที่ ๑๙ ตุลาคม ๒๕๖๔ ที่ นร ๑๐๐๖/ว ๒๐ ลงวันที่ ๒๐ กันยายน ๒๕๖๖ และประกาศ อ.ก.พ. กรมการทองเที่ยว ลงวันที่ ๑๙ เมษายน ๒๕๖๖ เรื่อง หลักเกณฑ์ และวิธีการ เพื่อการย้าย การโอน หรือการเลื่อนข้าราชการพลเรือนสามัญ เพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งประเภทวิชาการ สังกัดกรมการทองเที่ยว โดยความเห็นชอบจาก อธิบดีกรมการทองเที่ยว จึงประกาศรายชื่อผู้ผ่านการประเมินบุคคลที่จะเข้ารับการประเมินผลงาน เพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งประเภทวิชาการ ระดับชำนาญการ ดังนี้

๑. การประกาศรายชื่อผู้ผ่านการประเมินบุคคล

กรมการทองเที่ยว ประกาศรายชื่อผู้ผ่านการประเมินบุคคลที่จะเข้ารับการประเมินผลงานเพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งประเภทวิชาการ ระดับชำนาญการ รายละเอียดดังเอกสารแนบท้ายประกาศ

๒. ระยะเวลาการจัดส่งผลงาน

ให้ผู้ผ่านการประเมินบุคคล ตามข้อ ๑ ดำเนินการ ดังนี้

๒.๑ จัดส่งผลงานตามหัวข้อเรื่องที่ได้เสนอไว้ในขั้นตอนการสมัครขอรับการประเมินบุคคล จำนวน ๕ ชุด (ตัวจริง ๑ ชุด สำเนา ๔ ชุด)

๒.๒ จัดส่งข้อเสนอแนวคิดตามหัวข้อเรื่องที่ได้เสนอไว้ในขั้นตอนการสมัครขอรับการประเมินบุคคล จำนวน ๕ ชุด (ตัวจริง ๑ ชุด สำเนา ๔ ชุด)

โดยให้ส่งผลงานตามข้อ ๒.๑ และข้อ ๒.๒ ไปยังกลุ่มการเจ้าหน้าที่ สำนักงานเลขาธิการกรม ภายใน ๔ เดือน นับตั้งแต่วันที่ประกาศรายชื่อผู้ผ่านการประเมินบุคคล หากพ้นระยะเวลาที่กำหนด ให้ถือว่าผู้ผ่านการประเมินบุคคลสละสิทธิ์ในการขอประเมินเพื่อเลื่อนขั้นแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งในระดับที่สูงขึ้น

๓. การหักท้วงผลงานของผู้ผ่านการประเมินบุคคล

กรมการท่องเที่ยว เปิดโอกาสให้มีการหักท้วงผลงานของผู้ผ่านการประเมินบุคคลเกี่ยวกับสัดส่วนของผลงาน การจัดทำผลงานเป็นเท็จ หรือการลอกเลียนผลงาน หรือนำผลงานของผู้อื่นมาใช้เป็นผลงานของตน หรือมีการจ้างวานผู้อื่นให้จัดทำผลงานให้โดยผลงานที่นำมาจัดทำนั้นไม่ใช่ผลงานที่แท้จริงของตนเอง โดยให้มีการหักท้วงได้ภายใน ๓๐ วัน นับตั้งแต่วันที่ประกาศรายชื่อผู้ผ่านการประเมินบุคคล

ประกาศ ณ วันที่ ๒๔ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๖



(นายจาตุรนต์ ภักดีวานิช)
อธิบดีกรมการท่องเที่ยว

รายชื่อผู้ผ่านการประเมินบุคคลที่จะเข้ารับการประเมินผลงานเพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งประเภทวิชาการ ระดับชำนาญการ

ที่	ชื่อ-สกุล	ให้เข้ารับการประเมินผลงาน ในตำแหน่ง/ตำแหน่งเลขที่/สังกัด	เค้าโครงผลงาน			เค้าโครงข้อเสนอแนวคิด	หมายเหตุ
			ชื่อเรื่อง	สัดส่วนที่ ตนเองปฏิบัติ	รายชื่อผู้ร่วมจัดทำผลงาน	ชื่อเรื่อง	
๑	นางสาวจริญญา เมืองถ้ำ	นักพัฒนาการท่องเที่ยวชำนาญการ ตำแหน่งเลขที่ ๑๑๘ กลุ่มส่งเสริมและบริการท่องเที่ยว กองพัฒนาบริการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว	แนวทางการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐาน การท่องเที่ยวไทย	ร้อยละ ๘๐	นางสาวเล็กคนางค์ ศิลลา ร้อยละ ๒๐	แนวทางการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีที่ทันสมัย มาส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐาน การท่องเที่ยวไทย	



ตอนที่ ๕ คำโครงการผลงาน (สำหรับผู้ขอประเมิน)

ระดับชำนาญการ

จำนวนไม่เกิน ๓ เรื่อง โดยเรียงตามลำดับความดีเด่นและความสำคัญ โดยอย่างน้อย ๑ เรื่อง ต้องเกี่ยวข้องกับตำแหน่งที่จะแต่งตั้ง

ผลงานที่ขอประเมินให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในประกาศนี้

ควรเป็นการนำเสนอรูปแบบการสรุปวิเคราะห์ถึงผลที่เกิดขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงความรู้ความสามารถ และความชำนาญในงาน รวมทั้งสามารถระบุผลสำเร็จของงานหรือประโยชน์ที่เกิดจากงานนั้นหรือการนำไปใช้ หรือผลงานการให้บริการทางวิชาการ/ปฏิบัติการ ผลงานนวัตกรรม หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่เป็นต้น โดยมีใช่เป็นเพียงการรวบรวมผลงานย้อนหลัง

ส่วนที่ ๑ ข้อมูลบุคคล/ตำแหน่ง

ชื่อผู้ขอประเมิน นางสาวจริญญา เมืองถ้ำ

- ตำแหน่งปัจจุบัน นักพัฒนาการท่องเที่ยวปฏิบัติการ

หน้าที่ความรับผิดชอบของตำแหน่งปัจจุบัน ปฏิบัติงาน ณ กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาบริการท่องเที่ยว โดยมีหน้าที่ดังนี้

- ๑) เตรียมข้อมูล วิเคราะห์และวางแผน เสนอโครงการ/กิจกรรมด้านการส่งเสริมและพัฒนาบริการท่องเที่ยว
- ๒) บริหารจัดการงานโครงการ/กิจกรรมด้านการส่งเสริมและพัฒนาบริการท่องเที่ยว
- ๓) วางแผนและจัดทำข้อมูล ที่เกี่ยวข้องกับภาคบริการท่องเที่ยว เพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ลงในช่องทางต่าง ๆ อาทิ เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ของกรมการท่องเที่ยว
- ๔) เข้าร่วมการประชุมตามที่ได้รับมอบหมาย
- ๕) ให้คำปรึกษาให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวกับผู้รับบริการ
- ๖) ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน
- ๗) ดำเนินการงานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

- ตำแหน่งที่จะแต่งตั้ง นักพัฒนาการท่องเที่ยวชำนาญการ

หน้าที่ความรับผิดชอบของตำแหน่งที่จะแต่งตั้ง มีดังนี้

- ๑) เตรียมข้อมูล วิเคราะห์และวางแผน เสนอโครงการ/กิจกรรมด้านการส่งเสริมและพัฒนาบริการท่องเที่ยว
- ๒) บริหารจัดการงานโครงการ/กิจกรรมด้านการส่งเสริมและพัฒนาบริการท่องเที่ยว
- ๓) วางแผนและจัดทำข้อมูล ที่เกี่ยวข้องกับภาคบริการท่องเที่ยว เพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ลงในช่องทางต่าง ๆ อาทิ เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ของกรมการท่องเที่ยว
- ๔) เข้าร่วมการประชุมตามที่ได้รับมอบหมาย
- ๕) ให้คำปรึกษาให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวกับผู้รับบริการ
- ๖) ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน
- ๗) ดำเนินการงานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

สำเนาถูกต้อง



(นางสาวสุกัญญา จิตตรีสินธุ์)
นักทรัพยากรบุคคลปฏิบัติการ

ส่วนที่ ๒ ผลงานที่เป็นผลการปฏิบัติงานหรือผลสำเร็จของงาน

๑. เรื่อง แนวทางการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

๒. ระยะเวลาการดำเนินการ

ตุลาคม ๒๕๖๕ - กรกฎาคม ๒๕๖๖

๓. ความรู้ ความชำนาญ หรือความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

ภารกิจด้านการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว ได้ดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐) ในประเด็นการสร้างความสามารถในการแข่งขัน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ซึ่งมุ่งเน้นจุดหมายการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ที่มีประเด็นที่เกี่ยวข้องได้แก่ ด้านการพัฒนา Innovative & Resilient Tourism การสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงแผนปฏิบัติการกรมการท่องเที่ยว ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) เพื่อให้ภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวบรรลุเป้าหมายการพัฒนาทั้งด้านเศรษฐกิจสังคมของประเทศ ก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

การดำเนินงานด้านการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวชุมชน และผู้ประกอบการ เป็นภารกิจสำคัญของกรมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการท่องเที่ยว สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศไทย สร้างการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน และสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย เป็นเครื่องมือในการยกระดับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ในปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น ๕๖ มาตรฐาน โดยแบ่งเป็น มาตรฐานด้านบริการ มาตรฐานกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว และมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยว และมีภาครัฐ เป็นต้น ซึ่งการดำเนินการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักนั้น จำเป็นต้องมีแนวทางในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย เพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งมีการวางแผนเตรียมการ วิเคราะห์ข้อมูล มีขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ โดยการดำเนินการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ ๑) การจัดกิจกรรม อาทิ การจัดกิจกรรม Road Show เพื่อประชาสัมพันธ์สถานประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยให้เป็นที่รู้จัก การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) เพื่อตอบแทนสังคมและสร้างความตระหนักรู้ให้แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม ๒) ประชาสัมพันธ์ผ่าน Influencer หรือผู้มีอิทธิพลด้านสื่อ Social (Blogger, Youtuber) ๓) การดำเนินการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย โดยเผยแพร่ผ่านช่องทางของกรมการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว และเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ ออนไลน์ เป็นต้น และ ๔) การส่งเสริมและสร้างมูลค่าให้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย โดยการจัดพิธีมอบเครื่องหมายมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย พร้อมดำเนินการประชาสัมพันธ์กิจกรรมดังกล่าว เพื่อสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมให้ Incentive แก่สถานประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย เพื่อสร้างแรงจูงใจให้สถานประกอบการมีความสนใจเข้าสู่มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพได้มาตรฐานให้กับประเทศอย่างยั่งยืนได้ ซึ่งการดำเนินการจัดทำแนวทางการส่งเสริม



จำเป็นต้องใช้ทักษะความรู้ความสามารถ ทักษะในด้านต่าง ๆ อาทิ การวางแผน การวิเคราะห์ข้อมูล และประสบการณ์ที่ได้จากการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

๔. สรุปสาระสำคัญ ขั้นตอนการดำเนินการ และเป้าหมายของงาน

๔.๑) สรุปสาระสำคัญ

แนวทางการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย จะเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานให้แก่ผู้ปฏิบัติงานด้านการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย เพื่อสร้างการรับรู้และคุณค่าของตราสัญลักษณ์ และมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยให้เพิ่มมากขึ้น ให้แก่ ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งนักท่องเที่ยวได้รู้จักเพิ่มมากขึ้น และสามารถเลือกใช้บริการสถานประกอบการที่ได้รับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย โดยมีแนวทางการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ดังนี้

๔.๒) ขั้นตอนการดำเนินการ

๔.๒.๑) วางแผน เตรียมการ และวิเคราะห์ข้อมูล จัดทำแผนการดำเนินงานการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ดำเนินการรวบรวมข้อมูลทางสถิติที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ทั้งในด้านภาคบริการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ดำเนินการประชาสัมพันธ์ ให้สามารถสร้างมูลค่าเครื่องหมายมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ดำเนินการประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับด้านมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย เพื่อเป็นส่วนสนับสนุนข้อมูล วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายของนักท่องเที่ยวเพื่อให้การดำเนินการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์สามารถตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายได้ และดำเนินการวิเคราะห์ผลจากการดำเนินงานที่ผ่านมาเกี่ยวกับการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย เพื่อนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาวางแผนในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยว

๔.๒.๒) ดำเนินการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ผ่านการจัดกิจกรรมหรือการดำเนินงานในลักษณะต่าง ๆ เพื่อให้สามารถเข้าถึงและตอบโจทย์แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม ดังนี้

(๑) ด้านการประชาสัมพันธ์ ให้มีการดำเนินการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และตระหนักถึงความสำคัญของมาตรฐานการท่องเที่ยว ผ่านการจัดกิจกรรมที่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมให้แก่ทั้งสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยกลุ่มสื่อมวลชน นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

(๑.๑) การจัดกิจกรรม Road Show เพื่อประชาสัมพันธ์สถานประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยให้เป็นที่ยอมรับ และเผยแพร่กิจกรรมผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ ออนไลน์ เป็นต้น

(๑.๒) การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) เพื่อตอบแทนสังคมและสร้างความตระหนักให้แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม และเผยแพร่กิจกรรมผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ ออนไลน์ เป็นต้น

(๑.๓) การประชาสัมพันธ์ผ่าน Influencer หรือผู้มีอิทธิพลด้านสื่อ Social (Blogger, YouTuber)

สำเนาถูกต้อง

(นางสาวสุกัญญา จิตศรีสินธุ์)

(๑.๔) ดำเนินการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย โดยเผยแพร่ผ่านช่องทางของกรมการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว และเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์ สื่อหนังสือพิมพ์ ออนไลน์ เป็นต้น

(๒) ด้านการส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

(๒.๑) ให้มีการส่งเสริมและสร้างมูลค่าให้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย โดยการจัดพิธีมอบเครื่องหมายมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย พร้อมดำเนินการประชาสัมพันธ์กิจกรรมดังกล่าว เพื่อสร้างภาคภูมิใจให้แก่ผู้ประกอบการที่เข้ารับเครื่องหมายมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย และสร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว และต่อยอด

(๒.๒) ให้มีการพัฒนาศักยภาพและต่อยอดสถานประกอบการ แหล่งท่องเที่ยว หรือหน่วยงาน ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย เช่น การฝึกอบรมเพิ่มทักษะ การพัฒนาเป็นต้นแบบการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น

(๒.๓) ส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยว ให้มีการออกบูธนิทรรศการด้านการท่องเที่ยว เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์สถานประกอบการ และช่วยส่งเสริมด้านรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการ

๔.๒.๓) รายงานผลการดำเนินงานและวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน เพื่อเป็นข้อมูลในการบริหารจัดการความเสี่ยงของการดำเนินงานในครั้งต่อไป

๔.๓) เป้าหมายของงาน

๔.๓.๑) หน่วยงานมีแนวทางการปฏิบัติงานด้านการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ทำให้การดำเนินการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

๔.๓.๒) แนวทางการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย สามารถช่วยส่งเสริมให้แก่ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

(๑) ด้านผู้ประกอบการ

- ทำให้ผู้ประกอบการมีความสนใจและสมัครเข้าสู่มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

- สนับสนุนผู้ประกอบการที่อยู่ระหว่างการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยว เช่น การพัฒนาและส่งเสริมสร้างจุดขายเพิ่มเติม โดยการช่วยประชาสัมพันธ์สถานประกอบการผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้ในแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น

(๒) ด้านนักท่องเที่ยว

สามารถสร้างการรับรู้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยแก่นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกแก่นักท่องเที่ยว ในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปกับสถานประกอบการหรือแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

(๓) ด้านหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สามารถประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และความสำคัญเกี่ยวกับมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยให้แก่ภาครัฐ ภาคเอกชน สมาคมหรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่าง ๆ และนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยไปใช้ประโยชน์ได้ รวมถึงการบูรณาการการทำงานร่วมกัน



๕. ผลสำเร็จของงาน (เชิงปริมาณ/คุณภาพ)

๕.๑) ผลสำเร็จของงานเชิงปริมาณ

๕.๑.๑) มีแนวทางการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

๕.๑.๒) มีการดำเนินการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าให้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย “ช้างชูวงเริงร่า” โดยจัดกิจกรรม Road Show มีผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ คน และกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) มีผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ คน เพื่อประชาสัมพันธ์สถานประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

๕.๑.๓) มีการดำเนินการจัดทำข้อมูลประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างมูลค่าให้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย “ช้างชูวงเริงร่า” โดยดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ช่องทาง ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์

๕.๒) ผลสำเร็จของงานเชิงคุณภาพ

๕.๒.๑) แนวทางการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย สามารถเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานให้แก่ผู้ปฏิบัติงานด้านการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

๕.๒.๒) สร้างการรับรู้มาตรฐานการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ชุมชน และประชาชนทั่วไป ผ่านการประชาสัมพันธ์สร้างความมั่นใจและความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

๕.๒.๓) มีผู้ประกอบการให้ความสนใจสมัครสู่มาตรฐานการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพมากขึ้น

๖. การนำไปใช้ประโยชน์/ผลกระทบ

๖.๑) สามารถนำแนวทางการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องในอนาคตได้

๖.๒) นำไปสู่การส่งเสริมและพัฒนาการดำเนินงานให้ผู้ประกอบการมีความสนใจและความต้องการเข้าสู่มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

๖.๓) การดำเนินงานด้านการส่งเสริมให้สถานประกอบการ แหล่งท่องเที่ยว รวมถึงชุมชน ให้มีมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย จะสามารถความมั่นใจในการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว ส่งผลให้ประเทศไทยเกิดภาพลักษณ์ที่ดี มีการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและยั่งยืน

๖.๔) การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพได้มาตรฐาน ทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ ก่อให้เกิดรายได้แก่ประเทศ และสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศไทย

๗. ความยุ่งยากและซับซ้อนในการดำเนินการ

การดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ที่จำเป็นต้องทำให้ทันเหตุการณ์ เนื่องจากบางครั้งจัดกิจกรรมไปแล้วแต่มีการเผยแพร่ที่อาจจะช้าไป เพราะการจัดทำเนื้อหาข้อมูลที่ใช้ระยะเวลาาน ทำให้ต้องมีการวางแผนการดำเนินการจัดทำข้อมูลที่ทันเวลา และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้อย่างรวดเร็ว

สำเนาถูกต้อง



(นางสาวสุกัญญา จิตตรีสินธุ์)
นักทรัพยากรบุคคลปฏิบัติการ

๘. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

๘.๑ การเลือกเวลาจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ที่สภาพภูมิอากาศไม่เอื้ออำนวยกับการลงพื้นที่จัดกิจกรรม ทำให้การดำเนินการมีอุปสรรคบ้างในด้านการจัดการเดินทางให้แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม

๘.๒ การคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมกิจกรรมประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ยังได้กลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ยังไม่หลากหลาย ทำให้การสร้างการรับรู้อาจยังไม่ทั่วถึง

๘.๓ การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ในสื่อที่ยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก ส่งผลให้ยังไม่สามารถสร้างการรับรู้ในวงกว้าง หรือได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวน้อย

๙. ข้อเสนอแนะ

๙.๑ ควรวางแผนการดำเนินการจัดการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ให้เหมาะสมกับช่วงเวลา เป็นการจัดกิจกรรมไปอย่างเรียบร้อย

๙.๒ ควรมีการเพิ่มกลุ่มเป้าหมายในการเข้าร่วมกิจกรรม ให้มากขึ้น เพื่อสร้างการรับรู้และให้สำคัญกับมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยในวงกว้าง


๙.๓ การเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ ควรพิจารณาและคัดเลือกสื่อที่เป็นที่นิยม หรือผ่านสื่อเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น เพื่อสร้างความน่าสนใจให้นักท่องเที่ยว

๑๐. การเผยแพร่ผลงาน (ถ้ามี)

๑๑. ผู้มีส่วนร่วมในผลงาน (ถ้ามี)

- ๑) นางสาวเล็กคนางค์ ศิลลา นักพัฒนาการท่องเที่ยวชำนาญการ สัดส่วนผลงานร้อยละ ๒๐
๒) นางสาวจรรย์ญา เมืองถ้ำ นักพัฒนาการท่องเที่ยวปฏิบัติการ สัดส่วนผลงานร้อยละ ๘๐

ขอรับรองว่าผลงานดังกล่าวข้างต้นเป็นความจริงทุกประการ

(ลงชื่อ)..........ผู้ขอประเมิน
(..... น.ร. อริศนท ใจอ่อน)
ตำแหน่ง..... นักพัฒนาการท่องเที่ยวปฏิบัติการ
วันที่.....๑๗.....เดือน.....พฤษภาคม.....พ.ศ.....๒๕๖๖.....

สำเนาถูกต้อง



(นางสาวสุกัญญา จิตตรีสินธุ์)
นักทรัพยากรบุคคลปฏิบัติการ

ขอรับรองว่าสัดส่วนการดำเนินการข้างต้นเป็นความจริงทุกประการ (ถ้ามี)

รายชื่อผู้มีส่วนร่วมในผลงาน	ลายมือชื่อ
นางสาวเล็กคนางค์ ศิลลา นักพัฒนาการท่องเที่ยวชำนาญการ	

ได้ตรวจสอบแล้วขอรับรองว่าผลงานดังกล่าวข้างต้นถูกต้องตรงกับความจริงทุกประการ

(ลงชื่อ).....อเล็กซาน.....ผู้บังคับบัญชาที่กำกับดูแล
(นางสาวสมลมาลย์ เหมาะประไพพันธ์)
ตำแหน่งหัวหน้ากลุ่มส่งเสริมและพัฒนาบริการท่องเที่ยว
วันที่ ๑๗ เดือน ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๖

(ลงชื่อ).....
(นางสาววรจิรา สุวรรณศรี)
ตำแหน่งผู้อำนวยการกองพัฒนาบริการท่องเที่ยว
วันที่ ๑๗ เดือน ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๖

หมายเหตุ คำรับรองจากผู้บังคับบัญชาอย่างน้อย ๒ ระดับ คือ ผู้บังคับบัญชาที่กำกับดูแล และผู้บังคับบัญชา
ที่เหนือขึ้นไปอีกหนึ่งระดับ เว้นแต่ในกรณีที่ผู้บังคับบัญชาดังกล่าวเป็นบุคคลคนเดียวก็ให้มี
คำรับรองหนึ่งระดับได้

สำเนาถูกต้อง

(นางสาวสุกัญญา จิตตรีสินธุ์)
นักทรัพยากรบุคคลปฏิบัติการ

ตอนที่ ๒ ข้อเสนอแนวคิดเพื่อพัฒนาหรือปรับปรุงงาน (สำหรับผู้ขอประเมิน)

- ระดับชำนาญการ ระดับชำนาญการพิเศษ และระดับเชี่ยวชาญ จำนวน ๑ เรื่อง

ควรเป็นข้อเสนอแนวคิด วิธีการ หรือแผนงานเพื่อพัฒนาหรือปรับปรุงงานของกองหรือกรมให้มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์หรือนโยบายของกรม

๑. เรื่อง

“แนวทางการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย”

๒. หลักการและเหตุผล

ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ดิด ๑ ใน ๒๓ สถานที่ที่ดีที่สุดในโลกสำหรับการท่องเที่ยวในปี ๒๐๒๓ จากการรายงานของ Insider ซึ่งเป็นเว็บไซต์และแอปพลิเคชันนำเสนอข่าวสารและไลฟ์สไตล์ชื่อดังของสหรัฐอเมริกา การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพได้มาตรฐานจึงมีบทบาทสำคัญต่อประเทศ เนื่องจากความคาดหวังในการเดินทางของนักท่องเที่ยวย่อมต้องการความมั่นใจ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความประทับใจ และการได้ประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการเดินทางท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว ซึ่งมีภารกิจด้านการส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ให้ผู้ประกอบการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เข้าสู่มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ไม่ว่าจะในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านบริการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ให้มีมาตรฐาน ซึ่งมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยนั้น ถือเป็นเครื่องมือที่ช่วยทำให้สถานประกอบการ แหล่งท่องเที่ยว มีคุณภาพ สร้างความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ดี การดำเนินการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ด้านมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ของกรมการท่องเที่ยว มีการดำเนินการอยู่อย่างต่อเนื่อง ผ่านการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ การเผยแพร่ผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ เป็นต้น แต่ก็ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักแพร่หลายมากนัก จึงจำเป็นต้องมีการส่งเสริมและพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ให้ทั้งผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว รวมถึงประชาชนทั่วไป รับรู้ถึงความสำคัญของมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ในแนวทางใหม่ๆ เพิ่มขึ้น โดยในยุคหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ ทำให้ประเทศไทยได้เรียนรู้การนำเทคโนโลยีมาใช้อย่างแพร่หลายต่อการดำเนินงานต่าง ๆ มากขึ้น ได้มีการพัฒนา Digital Content คือ การใช้สื่อหรือ เทคโนโลยีดิจิทัล เป็นตัวกลางในการสื่อสารข้อมูล หรือเนื้อหาต่างๆ ในหลายรูปแบบ เช่น คลิป วิดีโอ ภาพกราฟฟิก โดยเทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่มีการพัฒนาและใช้ในปัจจุบัน ได้แก่ AR (Augmented Reality) VR (Virtual Reality) เพื่อความบันเทิงและให้ความรู้ ยกระดับประสบการณ์ในการเข้าถึงสาระของเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอ สามารถสร้างการมีส่วนร่วมในการค้นหาข้อมูล เผยแพร่ หรือส่งต่อเนื้อหา ซึ่งช่วยสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ หรือกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวได้

การส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย จึงควรมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย อย่าง AR (Augmented Reality) , VR (Virtual Reality) มาเป็นส่วนช่วยยกระดับการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ให้มีความทันสมัยมากขึ้น สร้างสรรค์กิจกรรมด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ และสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากที่ต่าง ๆ ทั่วโลก



(นางสาวสุกัญญา จิตตรีสินธุ์)

นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการพิเศษ

เดินทางมายังประเทศไทย ตลอดจนนักท่องเที่ยวชาวไทยเอง ให้ความสนใจและต้องการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย และสามารถสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการ เกิดความสนใจเข้าสู่มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยมากขึ้น ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศ ตลอดจนส่งผลให้สังคม เศรษฐกิจของประเทศไทยดีขึ้น

๓. บทวิเคราะห์/แนวความคิด/ข้อเสนอ และข้อจำกัดที่อาจเกิดขึ้นและแนวทางแก้ไข

๓.๑) บทวิเคราะห์ โดยการวิเคราะห์ผ่าน SWOT Analysis

S จุดแข็ง	W จุดอ่อน
<ul style="list-style-type: none"> - เทคโนโลยีสมัยใหม่เป็นสิ่งที่เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ง่าย และสามารถดึงดูดความสนใจในการใช้งาน - มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยเป็นมาตรฐานที่สามารถสร้างความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย - เทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของประชาชน 	<ul style="list-style-type: none"> - การรับรู้ และให้ความสำคัญกับมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยว ยังไม่ทั่วถึง - มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยเป็นมาตรฐานสมัครใจ ไม่ได้มีข้อบังคับ หรือกฎหมายที่ต้องให้ผู้ประกอบการสมัคร
O โอกาส	T อุปสรรค
<ul style="list-style-type: none"> - เทคโนโลยีที่ทันสมัยช่วยในการประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้เกี่ยวกับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ - การท่องเที่ยวของประเทศไทยสามารถเป็นจุดหมายปลายทางให้แก่นักท่องเที่ยวต่างประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> - เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ตามสถานการณ์ - การเข้าถึงเทคโนโลยีที่ทันสมัย อาจยังไม่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม เช่น ความเร็วของสัญญาณอินเทอร์เน็ต ความพร้อมของอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง

สำเนาถูกต้อง



(นางสาวสุกัญญา จิตตรีสินธุ์)
นักทรัพยากรบุคคลปฏิบัติการ

๓.๒) แนวคิด

๓.๒.๑) แนวคิดเกี่ยวกับมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

(๑) คำนิยาม/ความหมาย

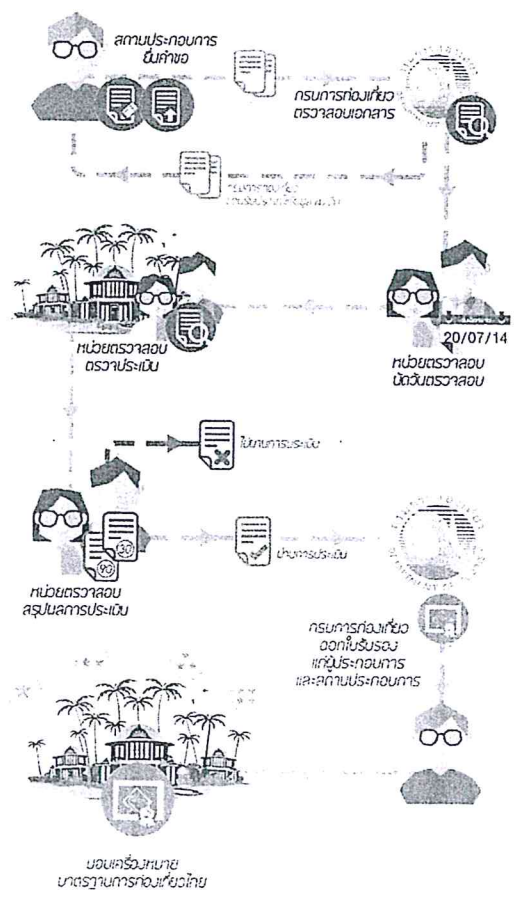
มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย หมายถึง มาตรฐานการท่องเที่ยวที่กรมการท่องเที่ยวได้จัดทำขึ้น และประกาศกำหนดเป็นมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ตามประกาศกรมการท่องเที่ยว เรื่อง มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

การรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย หมายถึง กระบวนการซึ่งหน่วยตรวจสอบและรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย หรือกรมการท่องเที่ยวให้การยอมรับอย่างเป็นทางการว่าบุคคลหรือนิติบุคคล หรือสถานประกอบการที่ดำเนินงาน/กิจกรรมเป็นไปตามมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

(๒) การจัดทำมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

กรมการท่องเที่ยวได้มีการจัดทำมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือในการยกระดับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ทั้งในด้านของที่พัก บริการและกิจกรรมท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว และทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน ปัจจุบันมีมาตรฐานทั้งสิ้น ๕๖ มาตรฐาน ซึ่งทั้งหมดเป็นมาตรฐานที่เน้นในเรื่อง การให้บริการที่ดี สะอาด สะดวก ปลอดภัย เป็นธรรม และรักษาสีสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ผู้ประกอบการใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาตนเองให้เข้าสู่มาตรฐาน ตลอดจนได้ดำเนินการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานในการท่องเที่ยวไทยให้แก่สถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวทั่วประเทศ โดยมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยมีอายุการรับรอง ๓ ปี

(๓) กระบวนการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐาน



ขอสงวนหมาย
มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

สำเนาถูกต้อง

(นางสาวสุกัญญา จิตตรีสินธุ์)
นักทรัพยากรบุคคลปฏิบัติการ

(๔) เครื่องหมายรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย



ช้าง : เป็นสัญลักษณ์ประจำชาติไทย
 ช้างชูงวง สื่อถึงท่าทางการต้อนรับอย่างยินดีจาก
 คนไทยซึ่งมีอัธยาศัยไมตรีอันดี และรอยยิ้มเป็น
 เอกลักษณ์ที่โดดเด่นของคนไทย



ลายประจำยาม
 เป็นลวดลายศิลปะของไทยที่สื่อให้เห็นถึงความประณีต
 สวยงาม วัฒนธรรมอันดีและคุณค่าทางศิลปะ
 สะท้อนถึงจิตใจที่อ่อนโยนนุ่มนวลของคนไทย

(๕) ความสำคัญและประโยชน์ของมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

ด้านประเทศไทย ทำให้ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น สามารถยกระดับคุณภาพ
 การท่องเที่ยวไทยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย พร้อมผลักดันให้เป็นการท่องเที่ยวมูลค่า
 สูง และส่งผลให้มีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพเพิ่มขึ้น

ด้านนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างมั่นใจ
 และปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีความเป็นธรรม ตลอดจนสามารถสร้างความประทับใจและสร้าง
 ประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว

ด้านผู้ประกอบการ สามารถยกระดับการให้บริการของสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยว
 ให้พร้อมรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลายรูปแบบ สามารถสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยว สร้างจุดขายให้แก่
 สถานประกอบการ และการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ

สำเนาถูกต้อง

(นางสาวสุกัญญา จิตตรีสินธุ์)
 นักทรัพยากรบุคคลปฏิบัติการ

๓.๒.๒) แนวคิดการประชาสัมพันธ์

(๑) ความหมายของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์กับประชาชน ซึ่งพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๒๕ ได้ให้ความหมาย "การประชาสัมพันธ์" ว่า การติดต่อสื่อสาร เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน สอดคล้องกับ พจนานุกรม Word Book Dictionary Word Book Dictionary (Wilcox & Cameron, ๒๐๑๔ อ้างถึงใน วิรัช ลภีรัตนกุล, ๒๕๓๘) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า คือ กิจกรรมของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน หรือบุคคลที่ปฏิบัติเพื่อขอสนใจประชาชนทั่วไป รวมทั้งส่งเสริมให้ประชาชนเข้าใจถึงนโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยการเผยแพร่กระจายข่าวสารทางเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์และภาพยนตร์ เป็นต้น อีกทั้งยังสอดคล้องกับ วิลค็อกซ์ และคาเมรอน (Wilcox and Cameron, 2014 อ้างถึงใน เสรี วงษ์มณฑา, ๒๕๔๐) สถาบันการประชาสัมพันธ์แห่งราชอาณาจักร (The British Institute of Public relations) การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกระทำที่มีการวางแผนอย่างรอบคอบและต่อเนื่อง เพื่อสร้างสรรค์และดำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีระหว่าง องค์กรกับกลุ่มสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง กล่าวคือ "การประชาสัมพันธ์" คือ การกระทำทั้งสิ้น ทั้งหลาย ทั้งปวง ที่เกิดจากการวางแผนล่วงหน้า ในการที่จะสร้างความเข้าใจกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้องเพื่อก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี ภาพพจน์ที่ดีอันจะนำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีระหว่างหน่วยงานและสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง ก่อให้เกิดการสนับสนุน และความร่วมมือกันเป็นอย่างดี

(๒) ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญหลายประการ ดังนี้ (บุญยง ชุณหสอาด, ๒๕๕๑ อ้างถึงใน สุธัญญา กฤตาคม, ๒๕๖๔)

(๒.๑) การประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างค่านิยมของหน่วยงานได้ดีขึ้น การสร้าง ความรู้สึกประทับใจที่บุคคลหลาย ๆ กลุ่มมีต่อหน่วยงานนั้น ๆ รวมทั้งลูกจ้าง ลูกค้า ผู้บริโภค ชุมชน พ่อค้า และรัฐบาล โดยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มชนเหล่านี้ เผยแพร่ ชี้แจงข่าวสารให้ประชาชน เห็นคุณงาม ความดีให้เกิดความเลื่อมใสและสร้างความผูกพันทางใจ เช่น องค์กรที่ประสบความสำเร็จ มีการจัดสรรเงินเดือน ที่เหมาะสม การให้โบนัส และรางวัลพนักงานดีเด่นประจำปีเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจในการทำงานรวมถึงการมี สวัสดิการต่าง ๆ ให้กับพนักงาน ส่งเสริมให้มีการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานอยู่เสมอ เมื่อพนักงานมีความพึง พอใจและมีทัศนคติที่ดีกับองค์กรแล้วก็จะเกิดความร่วมมือร่วมใจ รับผิดชอบต่อชุมชน

(๒.๒) การประชาสัมพันธ์ช่วยป้องกันรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน มีการพัฒนา ปรับปรุงตัวเอง รวมทั้ง สินค้าและบริการต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของ ประชาชนแล้วโอกาสที่ประชาชน จะได้รับความไม่สะดวก เกิดความเข้าใจผิด หรือมองในแง่ร้ายซึ่งจะเป็น ผลในการนำไปวิพากษ์วิจารณ์ ให้เกิดเสียชื่อเสียงย่อมไม่มีหรือมี น้อยมากเพราะเราได้ตรวจสอบความคิดเห็นทัศนคติของประชาชน และทำการปรับปรุงอยู่เสมอ

สำเนาถูกต้อง



(นางสาวสุกัญญา จิตตรีสินธุ์)
นักทรัพยากรบุคคลปฏิบัติการ

(๒.๓) การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง การทำให้เกิดความร่วมมือกับหน่วยงานและฝ่าย บริหาร เพราะการประชาสัมพันธ์เป็น การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างฝ่ายบริหารกับบุคคลที่เกี่ยวข้องด้วย การให้ข่าวสารข้อเท็จจริงและ ความถูกต้อง มิได้เป็นการจูงใจหรือการโฆษณาชวนเชื่อด้วยกลวาทา ย่อมทำให้ เกิดความร่วมมือร่วมใจ กับฝ่ายบริหารขึ้น

(๒.๔) การประชาสัมพันธ์ช่วยการขายและการตลาด การประชาสัมพันธ์เป็นการปูพื้น ค่านิยม ทศนคติที่ดี ให้เกิดกับหน่วยงาน เมื่อประชาชน มีค่านิยม ความรู้สึกที่ดีแล้วก็มีใจพร้อมที่จะรับฟัง ข่าวสาร การโฆษณา สินค้า หรือบริการต่าง ๆ ซึ่งเป็น แรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากได้และตัดสินใจซื้อ ในที่สุด การประชาสัมพันธ์ที่มีการตรวจสอบทศนคติ ความคิดเห็น ค่านิยมของกลุ่มเป้าหมายยังช่วยให้ ฝ่ายการตลาด วางแผนงานตั้งแต่ผลิตสินค้าจัดจำหน่าย โฆษณา ฯลฯ ได้ถูกต้องและมีประสิทธิภาพด้วย

กล่าวโดยสรุป การประชาสัมพันธ์ คือ องค์กร หน่วยงาน หรือสถาบันต่าง ๆ ได้มีการบริหารจัดการ วางแผนดำเนินการด้านการสื่อสารอย่างถูกต้องและรอบคอบ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายโดยการสร้างความเข้าใจ ที่ถูกต้องและให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นจริงเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อที่เหมาะสม เกิดความน่าเชื่อถือความไว้วางใจ ทศนคติที่ดีระหว่างองค์กรและกลุ่มประชาชน และการประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินงาน ขององค์กร ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน รวมทั้งการดำเนินงานภารกิจที่เกี่ยวข้องในด้านการขายและการตลาด เป็นแรงกระตุ้นให้ลูกค้าหรือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกิดความต้องการตามเป้าหมายที่องค์กรได้วางแผนไว้

๓.๒.๓) แนวคิดเทคโนโลยี AR (Augmented reality) และ VR (Virtual reality)

(๑) ความหมาย

AR (Augmented reality) คือ การนำเทคโนโลยีมาผสมผสานระหว่างโลกแห่งความเป็นจริง และความเสมือนจริงเข้าด้วยกัน ด้วยการใส่ระบบซอฟต์แวร์และอุปกรณ์เชื่อมต่อต่างๆ เช่น เว็บแคม คอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์อื่นที่เกี่ยวข้อง โดยวัตถุเสมือนที่วานั้น อาจจะเป็น ภาพ วิดีโอ เสียง ข้อมูลต่าง ๆ ที่ประมวลผลมาจากคอมพิวเตอร์ มือถือ หรืออุปกรณ์สวมใส่ขนาดเล็กต่างๆ และทำให้เราสามารถตอบสนอง กับสิ่งที่จำลองนั้นได้ส่วน VR (Virtual reality) คือ การจำลองภาพให้เสมือนจริง แบบ ๓๖๐ องศา ซึ่งเทคโนโลยีนี้จะต้องใช้ควบคู่ไปกับอุปกรณ์สำคัญ นั่นก็คือแว่นตา VR โดยผ่านการรับรู้ของเราไม่ว่าจะเป็น การมองเห็น เสียง การสัมผัส หรือแม้กระทั่งกลิ่น และทำให้เราสามารถตอบสนองกับสิ่งที่จำลองนั้นได้ จะเห็น ได้ว่า ความแตกต่างระหว่าง AR และ VR ทำให้การนำไปประยุกต์ใช้งานนั้นแตกต่างกัน โดย AR นั้น จะเน้นไป ที่การผสมผสานระหว่างวัตถุเสมือนรอบตัวเราเข้ากับสภาพแวดล้อมขณะนั้นจริงๆ ส่วน VR นั้น จะเน้น ที่ตัดขาดออกจากโลกจริงเข้าไปอยู่ในโลกเสมือนอย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งทั้ง VR และ AR สามารถนำมา ใช้ประโยชน์ได้หลากหลายด้าน เช่น ธุรกิจอุตสาหกรรม การแพทย์ การบันเทิง การสื่อสาร และ การศึกษา เป็นต้น (องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ, ๒๕๖๔) ซึ่งสอดคล้องกับ มนชนก ช่อศรีงาม (๒๕๖๓) กล่าวว่า Augmented Reality คือ เทคโนโลยีการนำวัตถุเสมือนที่สามารถเป็นได้ทั้งภาพ วิดีโอ หรือเสียง เข้ามาผสมผสานกับสภาพแวดล้อมจริงที่อยู่รอบๆ ตัวเรา เพื่อนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการต่างๆ ให้กับ ผู้บริโภค โดยที่ผู้บริโภคสามารถรับข้อมูลข่าวสารได้โดยอาศัยโทรศัพท์มือถือ หรืออุปกรณ์สื่อสารอย่างแท็บเล็ต หรือไอแพด เป็นต้น ในขณะที่ Virtual Reality คือ เทคโนโลยีที่พยายามสร้างสภาพแวดล้อมเสมือนขึ้นมาใหม่

-๒๔-

เพื่อตั้งให้ผู้ใช้งานออกจากโลกความจริง โดยสิ่งแวดล้อมเสมือนนี้อาจเป็นได้ทั้งภาพและเสียง ซึ่งอาจจะดูคล้ายหรือแตกต่างจากความเป็นจริงอย่างสิ้นเชิงก็ได้ โดยการใช้งานหรือรับชมเทคโนโลยี VR นั้น จำเป็นที่จะต้องใช้อุปกรณ์เฉพาะ คือ VR Headset เพื่อเข้าถึงโลกเสมือนที่สร้างขึ้นจากคอมพิวเตอร์

(๒) ข้อดีของการนำเทคโนโลยี AR และ VR มาประยุกต์ใช้ในงานสื่อสารการตลาดนั้นมีอยู่ด้วยกันหลายประการ (มัติกร บุญคง, ๒๕๖๓) ได้แก่

(๒.๑) สร้างประสบการณ์และการมีส่วนร่วมระหว่างตราสินค้ากับผู้บริโภค ทั้งนี้เพราะเทคโนโลยี AR และ VR สามารถช่วยให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ใหม่ที่ทำให้สามารถทดลองหรือทดสอบสินค้าหรือบริการ เพื่อความมั่นใจให้กับผู้บริการก่อนตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

(๒.๒) ช่วยให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าอย่างปลอดภัย เพราะผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องจับหรือสัมผัสสินค้าโดยตรง เนื่องจากไม่ต้องไปซื้อสินค้าถึงสถานที่จริง และยังช่วยลดความแออัดภายในร้านค้าได้ ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในความปลอดภัยของตนเองได้

(๒.๓) ธุรกิจร้านค้าสามารถอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคได้ โดยไม่จำเป็นว่าจะต้องมีพนักงานขาย เพราะลูกค้าสามารถลอง หรือหาข้อมูลง่ายๆ ด้วยการใช้แท็บเล็ตหรือแอปพลิเคชัน

(๒.๔) ช่วยเพิ่มความสามารถในการทำการสื่อสารการตลาดได้เป็นรายบุคคล (Personalization) การใช้เทคโนโลยี AR ทำให้ระบบสามารถบันทึกได้ว่าลูกค้าคนนั้นๆ ต้องการอะไร ซึ่งในจุดนี้จะช่วยเปิดโอกาสให้เราสามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าได้แบบเฉพาะตัวบุคคลมากขึ้น

(๒.๕) ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรธุรกิจ สินค้าหรือบริการ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในกิจกรรมการสื่อสารการตลาดสามารถช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์การเป็นองค์กรแห่งความทันสมัยให้เกิดขึ้นในการรับรู้ของผู้บริโภคได้

๓.๓) ข้อเสนอ

“แนวทางการนำนวัตกรรมเทคโนโลยี AR (Augmented Reality) และ VR (Virtual Reality) มาส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย” โดยมีวิธีการดำเนินการ ดังนี้

๑. ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีที่ทันสมัย ที่มีความเหมาะสมกับการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย โดยนำเทคโนโลยี AR (Augmented Reality) , VR (Virtual Reality) มาช่วยประชาสัมพันธ์สถานประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

๒. พัฒนาแนวทางการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีที่ AR (Augmented Reality) และ VR (Virtual Reality) มาส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

๒.๑ วางแผน เตรียมการ วิเคราะห์ข้อมูล ในการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีที่ AR (Augmented Reality) และ VR (Virtual Reality) มาส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

๒.๒ การดำเนินการจัดทำระบบการประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ผ่านเทคโนโลยี AR (Augmented Reality) , VR (Virtual Reality) โดยจะดำเนินการศึกษา วิเคราะห์ระบบ ให้สามารถสนับสนุน



(นางสาวสุกัญญา จิตตรีสินธุ์)

รองอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ข้อมูลสถานประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย โดยระบบจะสามารถแสดงผลสถานประกอบการและแหล่งท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าดูผ่าน AR (Augmented Reality) และ VR (Virtual Reality) เพื่อเป็นการศึกษาข้อมูล ได้สัมผัสประสบการณ์ในระดับหนึ่งก่อนการเดินทางไปท่องเที่ยวจริง ซึ่งเป็นการสร้างความน่าสนใจและความต้องการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว โดยระบบจะสามารถดำเนินการนำเสนอข้อมูลและประชาสัมพันธ์ ดังนี้

(๑) ระบบช่วยประสานงานระหว่างนักท่องเที่ยวกับสถานประกอบการหรือแหล่งท่องเที่ยว ที่ได้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ผ่านเทคโนโลยี AR (Augmented Reality) สัมผัสประสบการณ์เที่ยวเสมือนจริง ในการให้บริการต่าง ๆ เกี่ยวกับการเข้าใช้บริการ เช่น หากต้องการเข้าพักโรงแรมที่สนใจ สามารถแจ้งจองเข้าพักผ่านระบบ หรือหากต้องการเข้าใช้บริการในกิจกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานประกอบการหรือบริษัททัวร์นำเที่ยวก็สามารถแจ้งผ่านระบบได้

(๒) สามารถท่องเที่ยวผ่านระบบ VR (Virtual Reality) เพื่อสัมผัสประสบการณ์เสมือนจริง ซึ่งจะเหมาะกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์ใหม่ ๆ แต่ไม่พร้อมเดินทาง เช่น นักท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุ

๓. ดำเนินการประชาสัมพันธ์การใช้ระบบ โดยจัดทำคู่มือวิธีการใช้งานของ ระบบชวงวงวนท่องเที่ยวเสมือนจริง และเผยแพร่ในสื่อช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ เป็นต้น ให้แก่นักท่องเที่ยวผู้ประกอบการ ชุมชน รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้รับรู้และเข้าใช้บริการ

๔. ประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว ให้นำระบบไปใช้งานและเผยแพร่ให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

๓.๔) ข้อจำกัดที่อาจเกิดขึ้นและแนวทางการแก้ไข

๓.๔.๑) ข้อจำกัด

การเข้าถึงเทคโนโลยี VR ที่จำเป็นต้องมีอุปกรณ์ในการใช้ อาจจะยังไม่สามารถทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเข้าใช้งานได้อย่างทั่วถึง

๓.๔.๒) แนวทางแก้ไข

มีจุดให้บริการ VR ทั่วทุกจังหวัด อาทิ ในศูนย์ให้บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น

๔. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๔.๑) เจริญปริมาณ

๔.๑.๑) นักท่องเที่ยวให้ได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยมากขึ้น และมีการเลือกใช้บริการในสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

๔.๑.๒) ผู้ประกอบการหันมาสนใจมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยมากขึ้น และสนใจสมัครเข้าร่วมมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ราย ต่อปี

๔.๑.๓) สถานประกอบการ หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว สามารถนำระบบไปใช้ไม่น้อยกว่า ๑๐๐ แห่ง

สำเนาถูกต้อง



(นางสาวสุกัญญา จิตตรีสินธุ์)

นางสาวสุกัญญา จิตตรีสินธุ์

๔.๒ เชิงคุณภาพ

๔.๒.๑) สามารถนำแนวการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีที่ AR (Augmented Reality) และ VR (Virtual Reality) มาส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยไปประยุกต์ในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องใน อนาคตได้

๔.๒.๒) การประชาสัมพันธ์โดยใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่ทันสมัย สามารถสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน

๔.๒.๓) ทำให้สามารถพัฒนาการจัดเก็บฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเสมือนจริง

๔.๒.๔) สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศไทย และสามารถสร้างขีดความสามารถแข่งขันให้กับประเทศ

๕. ตัวชี้วัดความสำเร็จ

๕.๑) มีแนวทางการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีที่ AR (Augmented Reality) และ VR (Virtual Reality) มาส่งเสริม และประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้แก่หน่วยงาน

๕.๒) มีระบบของวงจวนท่องเที่ยวเสมือนจริง โดยการนำเทคโนโลยี AR (Augmented Reality) , VR (Virtual Reality) มาส่งเสริมและประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ให้นักท่องเที่ยวได้ใช้บริการผ่านระบบ ในการศึกษา ข้อมูลหรือประสานงานกับสถานประกอบที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน ต่อปี

๕.๓) ประชาสัมพันธ์การใช้ระบบแก่ผู้ประกอบการ ทำให้ผู้ประกอบการหันมาสนใจมาตรฐานการท่องเที่ยว ไทยมากขึ้น และสนใจสมัครเข้าร่วมมาตรฐานการท่องเที่ยวมากขึ้น ไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ราย ต่อปี

๕.๔) สถานประกอบการ หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว นำระบบของวงจวนท่องเที่ยวเสมือนจริงไปใช้ และประชาสัมพันธ์เผยแพร่ ไม่น้อยกว่า ๑๐๐ แห่ง

(ลงชื่อ).....ผู้ขอประเมิน

(น.ร. อรุณมา ไม้ทอง)

ตำแหน่ง... นักจัดการ ที่ต.ท.๗๖๖๖๖๖๖๖

วันที่...๑๗...เดือน...พฤษภาคม...พ.ศ. ๒๕๖๖

สำเนาถูกต้อง



(นางสาวสุกัญญา จิตตรีสินธุ์)

นักทรัพยากรบุคคลปฏิบัติการ