



ประกาศกรมการท่องเที่ยว
เรื่อง ประกาศรายชื่อผู้ผ่านการประเมินบุคคลที่จะเข้ารับการประเมินผลงาน
เพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งประเภทวิชาการ ระดับชำนาญการ

อาศัยอำนาจตามกฎ ก.พ. ว่าด้วยการย้าย การโอน หรือการเลื่อนข้าราชการพลเรือนสามัญ ไปแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งข้าราชการพลเรือนสามัญตำแหน่งประเภทวิชาการในหรือต่างกระทรวงหรือกรม พ.ศ. ๒๕๖๔ หนังสือสำนักงาน ก.พ. ที่ นร ๑๐๐๖/ว ๕ ลงวันที่ ๒๒ มีนาคม ๒๕๖๗ และประกาศ อ.ก.พ. กรมการท่องเที่ยว ลงวันที่ ๑๘ กรกฎาคม ๒๕๖๗ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการย้าย การโอน หรือการเลื่อนข้าราชการพลเรือนสามัญเพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งประเภทวิชาการ สังกัดกรมการท่องเที่ยว โดยความเห็นชอบจากอธิบดีกรมการท่องเที่ยว จึงประกาศรายชื่อผู้ผ่านการประเมินบุคคลที่จะเข้ารับ การประเมินผลงานเพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งประเภทวิชาการ ระดับชำนาญการ ดังนี้

๑. การประกาศรายชื่อผู้ผ่านประเมินบุคคล

กรมการท่องเที่ยว ประกาศรายชื่อผู้ผ่านการประเมินบุคคลที่จะเข้ารับการประเมินผลงาน เพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งประเภทวิชาการ ระดับชำนาญการ รายละเอียดดังเอกสารแนบท้ายประกาศ

๒. ระยะเวลาการจัดส่งผลงาน

ให้ผู้ผ่านการประเมินบุคคล ตามข้อ ๑ ดำเนินการ ดังนี้

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

๒.๒ จัดส่งข้อเสนอแนวความคิดตามหัวข้อเรื่องที่ได้เสนอไว้ในขั้นตอนการสมัครขอรับ การประเมินบุคคล จำนวน ๕ ชุด (ตัวจริง ๑ ชุด สำเนา ๔ ชุด)

โดยให้ส่งผลงานตามข้อ ๒.๑ และข้อ ๒.๒ ไปยังกลุ่มการเจ้าหน้าที่ สำนักงานเลขานุการกรม ภายใน ๔ เดือน นับตั้งแต่วันที่ประกาศรายชื่อผู้ผ่านการประเมินบุคคล หากพ้นระยะเวลาที่กำหนด ให้ถือว่า ผู้ผ่านการประเมินบุคคลสละสิทธิ์ในการขอประเมินเพื่อเลื่อนขึ้นแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งในระดับที่สูงขึ้น

๓. การหักท้วงผลงานของผู้ผ่านการประเมินบุคคล

กรมการท่องเที่ยว เปิดโอกาสให้มีการหักท้วงผลงานของผู้ผ่านการประเมินบุคคล เกี่ยวกับสัดส่วนของผลงาน การจัดทำผลงานเป็นเท็จ หรือการลอกเลียนผลงาน หรือนำผลงานของผู้อื่นมาใช้ เป็นผลงานของตน หรือมีการจ้างวานผู้อื่นให้จัดทำผลงานให้โดยผลงานที่นำมาจัดทำนั้นไม่ใช่ผลงานที่แท้จริง ของตนเอง โดยให้มีการหักท้วงได้ภายใน ๓๐ วัน นับตั้งแต่วันที่ประกาศรายชื่อผู้ผ่านการประเมินบุคคล

ประกาศ ณ วันที่ ๑๘ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๘

(นายจาตุรนต์ ภักดีวานิช)
อธิบดีกรมการท่องเที่ยว

สำเนาถูกต้อง

(นายปรกรณ์เกียรติ นิจสุข)
นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ

รายชื่อผู้ผ่านการประเมินบุคคลที่จะเข้ารับการประเมินผลงานเพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งสาขาวิชาการ ระดับชำนาญการ

ที่	ชื่อ-สกุล	ให้เข้ารับการประเมินผลงาน ในตำแหน่ง/ตำแหน่งเลขที่/สังกัด	เค้าโครงผลงาน			ข้อเสนอแนวคิด		หมายเหตุ
			ชื่อเรื่อง	สัดส่วนที่ ตนเองปฏิบัติ	รายชื่อผู้ร่วมจัดทำผลงาน	ชื่อเรื่อง		
๑	นายสุศุภเดช พิชิตธัญไชยเดช	นักพัฒนาการท่องเที่ยวชำนาญการ ตำแหน่งเลขที่ ๑๒๐ กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาริธีการท่องเที่ยว กองพัฒนาริธีการท่องเที่ยว	การสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์สร้างมูลค่าให้ภาคฐานการท่องเที่ยวไทย	ร้อยละ ๘๐	นางสาวสุนลนาลัย เหมาะประไพพันธุ์ ร้อยละ ๒๐	แนวทางการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์สร้างมูลค่าให้ภาคฐานการท่องเที่ยวสู่สากล		

๑๒๒

สำเนาถูกต้อง

ปภกรรณพงษ์

(นายภรณ์เกียรติ นิจสุข)

นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ

ส่วนที่ ๒ ผลงานที่เป็นผลการปฏิบัติงานหรือผลสำเร็จของงาน

๑. เรื่อง

การสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์สร้างมูลค่าให้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

๒. ระยะเวลาการดำเนินการ

ระหว่างกุมภาพันธ์ ๒๕๖๗ ถึงกรกฎาคม ๒๕๖๘

๓. ความรู้ ความชำนาญงาน หรือความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

๓.๑) ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

๓.๑.๑) คำนิยาม/ความหมาย

๓.๑.๒) การจัดทำมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

๓.๑.๓) กระบวนการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

๓.๑.๔) เครื่องหมายรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

๓.๑.๕) การใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

๓.๑.๖) ความสำคัญและประโยชน์ของมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

๓.๒) ยุทธศาสตร์และแผนงานด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว

๓.๒.๑) ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐)

๓.๒.๒) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐)

๓.๒.๓) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐)

๓.๒.๔) แผนปฏิบัติราชการกรมการท่องเที่ยว ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐)

๓.๓) แนวโน้มการท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว และกระแสการท่องเที่ยว

๓.๓.๑) แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

๓.๓.๒) กระแสการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

๓.๓.๓) ปัจจัยภายนอก เช่น เศรษฐกิจ ภูมิอากาศ เหตุการณ์สำคัญ

๓.๔) ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์

๓.๔.๑) ความหมายและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

๓.๔.๒) ทฤษฎีระบบ (Systems Theory)

๓.๔.๓) ทฤษฎีการสื่อสารแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication)

๔. สรุปสาระสำคัญ ขั้นตอนการดำเนินการ และเป้าหมายของงาน

๔.๑) สรุปสาระสำคัญ

การดำเนินการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์สร้างมูลค่าให้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางและเครื่องมือในการวางแผนประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ สำหรับเผยแพร่และส่งเสริมให้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย “ช่างชุงวงเรีงร่า” มีมูลค่า (Value) เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ได้รับความเชื่อมั่น ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐาน และสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานประกอบการที่ได้รับการรับรอง อันเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านอุปทานของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวไทยให้มีคุณภาพและความยั่งยืน แนวทางนี้จัดทำขึ้นจากการพิจารณาผลการดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ ซึ่งพบว่ารูปแบบการสื่อสารที่หลากหลายมีทั้งข้อดี ข้อเสีย และข้อจำกัดแตกต่างกันทั้งในด้านประสิทธิภาพ ความครอบคลุม ความเหมาะสมของการนำไปใช้ในบริบทต่าง ๆ จึงได้มีการพัฒนากระบวนการคิด เพื่อจัดทำขั้นตอนและองค์ประกอบการพิจารณาแนวทางการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์ให้เป็นระบบ และสามารถใช้เป็นเครื่องมือช่วยตัดสินใจในการเลือกใช้สื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ได้อย่างเหมาะสม

ปลการณเกียรติ

(นายปกรณ์เกียรติ นิจสุข)

นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ

กับเป้าหมายและกลุ่มเป้าหมายในแต่ละช่วงเวลา โดยแนวทางดังกล่าวประกอบด้วยสองส่วนสำคัญ ได้แก่ ขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การวิเคราะห์สถานการณ์ การกำหนดกลยุทธ์ ไปจนถึงการติดตามประเมินผลเพื่อให้การดำเนินงานเป็นระบบ และองค์ประกอบการพิจารณาเลือกการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ซึ่งใช้เป็นเกณฑ์ประกอบการตัดสินใจ เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมาย การจัดทำแนวทางนี้ ช่วยให้การประชาสัมพันธ์ของกรมการท่องเที่ยวมีทิศทางชัดเจน สอดคล้องกับภารกิจและ เป้าหมายเชิงนโยบาย เพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ และสามารถใช้เป็นแนวทางกลาง ในการวางแผนประชาสัมพันธ์สำหรับโครงการต่อไปได้ โดยเฉพาะในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘ ที่มีการนำ แนวทางดังกล่าวไปประยุกต์ใช้จริง เพื่อพัฒนาการสื่อสารให้มีเอกภาพ สอดคล้องกับกลยุทธ์ และสร้างการรับรู้ เชิงบวกต่อมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

๔.๒) ขั้นตอนการดำเนินการ

๔.๒.๑) ศึกษานโยบาย วัตถุประสงค์ และขอบเขตการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่า ให้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย “ข้างชวงวงเรีงร่า” ให้สอดคล้องกับภารกิจของกรมการท่องเที่ยว

๔.๒.๒) วิเคราะห์ผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ เพื่อระบุข้อดี ข้อเสีย ข้อจำกัด และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์

๔.๒.๓) จัดทำ (ร่าง) แนวทางการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์สร้างมูลค่าให้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย โดยกำหนดขั้นตอนและองค์ประกอบการพิจารณาเลือกการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้มีความชัดเจนและเป็นระบบ

๔.๒.๔) นำเสนอ (ร่าง) แนวทางต่อผู้บังคับบัญชาเพื่อพิจารณา ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ และนำเสนอเพื่อพิจารณาอนุมัติอีกครั้ง

๔.๒.๕) นำแนวทางฉบับสมบูรณ์ไปใช้ในการวางแผนและดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘ เพื่อเป็นต้นแบบในการบูรณาการสื่อประชาสัมพันธ์

๔.๓) เป้าหมายของงาน

เพื่อเป็นแนวทางแก่บุคลากรกรมการท่องเที่ยวในการวางแผนและดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ มีทิศทางที่ชัดเจนและสอดคล้องกับภารกิจของกรม ทั้งในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าให้มาตรฐาน การท่องเที่ยวไทย “ข้างชวงวงเรีงร่า” และสามารถประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านอื่น ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความน่าเชื่อถือของการสื่อสารประชาสัมพันธ์โดยรวม อันจะนำไปสู่การสร้างการรับรู้ ในด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ซึ่งเป็นภารกิจหลักของหน่วยงาน

๕. ผลสำเร็จของงาน (เชิงปริมาณ/คุณภาพ)

๕.๑) ผลสำเร็จของงานเชิงปริมาณ

แนวทางการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์สร้างมูลค่าให้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย จำนวน ๑ ฉบับ

๕.๒) ผลสำเร็จของงานเชิงคุณภาพ

เจ้าหน้าที่กรมการท่องเที่ยวสามารถนำแนวทางการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์สร้างมูลค่าให้มาตรฐาน การท่องเที่ยวไทย ไปศึกษาเพื่อใช้ในการวางแผนและดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบตามอำนาจ หน้าที่ของตนต่อไป

๖. การนำไปใช้ประโยชน์/ผลกระทบ

แนวทางการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์สร้างมูลค่าให้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วย ให้บุคลากรของกรมการท่องเที่ยวสามารถวางแผนและดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างเป็นระบบ มีทิศทาง ชัดเจน และสอดคล้องกับภารกิจหลักของกรม โดยเฉพาะการเผยแพร่และส่งเสริมให้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย “ข้างชวงวงเรีงร่า” เป็นที่รู้จักและได้รับความเชื่อมั่นในวงกว้างทั้งในหมู่นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ แนวทาง ดังกล่าว สามารถประยุกต์ใช้กับงานประชาสัมพันธ์ด้านอื่น ๆ ของกรมการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการเสริมแรง

สำเนาถูกต้อง
ปล.ท.ท.ท.

(นายปกรณ์เกียรติ นิจสุข)
นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ

ซึ่งกันและกันของสื่อ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความคุ้มค่าในการดำเนินงานและนำไปสู่การสื่อสารที่มีพลัง เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น เสริมสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกและความเชื่อมั่นต่อมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย อันจะส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยให้เติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนในระยะยาว

๗. ความยุ่งยากและซับซ้อนในการดำเนินการ

การจัดทำแนวทางการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์สร้างมูลค่าให้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย มีความยุ่งยาก และซับซ้อนในหลายด้าน เนื่องจากกระบวนการสื่อสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสื่อหลากหลายประเภท ทั้งสื่อดั้งเดิม (โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และกิจกรรมภาคสนาม) และสื่อออนไลน์ (สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ หรือผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์) ซึ่งแต่ละประเภทยังมีลักษณะการนำเสนอ กลุ่มเป้าหมาย และตัวชี้วัดผลลัพธ์ ที่แตกต่างกัน การบูรณาการให้สื่อเหล่านี้ทำงานร่วมกันอย่างสอดคล้องและเสริมแรงซึ่งกันและกัน จึงต้องอาศัย การวิเคราะห์อย่างรอบคอบ นอกจากนี้ การจัดทำแนวทางดังกล่าว ยังต้องพิจารณาปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย ที่หลากหลาย ทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ตลอดจนข้อจำกัดด้านเวลา งบประมาณ และบริบทของ การประชาสัมพันธ์ในแต่ละปีงบประมาณ ซึ่งต้องรวบรวมข้อมูลจากผลงานประชาสัมพันธ์เดิม ที่มีความแตกต่างกัน ทั้งในเชิงวัตถุประสงค์และรูปแบบการสื่อสาร ทำให้ต้องใช้เวลาในการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล เพื่อกำหนด กรอบแนวทางที่เข้าใจง่าย ใช้ได้จริง และสามารถปรับประยุกต์ได้ในหลากหลายบริบท

๘. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

การจัดทำแนวทางการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์สร้างมูลค่าให้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย มีข้อจำกัด และอุปสรรคบางประการในกระบวนการดำเนินงาน เนื่องจากการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันมีสื่อ หลากหลายรูปแบบ ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ที่มีลักษณะการนำเสนอ กลุ่มเป้าหมาย และวิธีการวัดผลแตกต่างกัน เช่น สื่อดั้งเดิมมักใช้การวัดผลจากยอดผู้ชมและการเข้าถึงในพื้นที่ ในขณะที่สื่อใหม่ เช่น สื่อออนไลน์ อาศัยสถิติ การมีส่วนร่วม (Engagement) และการรับรู้เชิงคุณภาพ ทำให้การเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อแต่ละ ประเภททำได้ยาก อีกทั้ง การกำหนดกลุ่มเป้าหมายและเป้าหมายของการสื่อสารให้ชัดเจนในแต่ละช่วงเวลา ก็เป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากลักษณะของกิจกรรมประชาสัมพันธ์มีความแตกต่างกันตามบริบท เช่น สื่อบางประเภทเหมาะกับการสร้างการรับรู้ระยะสั้น ขณะที่บางประเภทต้องอาศัยการสื่อสารต่อเนื่องในระยะยาว การเลือกใช้สื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายจึงต้องผ่านการพิจารณาอย่างละเอียดรอบคอบ ทั้งหมดนี้ส่งผลให้ กระบวนการจัดทำแนวทางต้องใช้เวลาและการประสานงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน และสามารถนำไปใช้วางแผนการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๙. ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้การนำแนวทางการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์สร้างมูลค่าให้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยไปใช้เกิด ประสิทธิภาพสูงสุดและสามารถต่อยอดได้อย่างเป็นรูปธรรม ควรมีการบูรณาการข้อมูลและสถิติการสื่อสาร ระหว่างหน่วยงานภายในกรมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างฐานข้อมูลกลางที่สามารถนำมาวิเคราะห์ วางแผน และพัฒนาแนวทางการประชาสัมพันธ์ในระยะยาวได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการจัดอบรมเพื่อถ่ายทอด แนวทางให้แก่บุคลากรทุกระดับ เพื่อให้เข้าใจตรงกันและสามารถประยุกต์ใช้ได้จริงในบริบทของงาน ที่รับผิดชอบ การดำเนินการตามข้อเสนอแนะดังกล่าว จะช่วยให้แนวทางนี้มีความยืดหยุ่น สามารถปรับใช้ได้ ในทุกโครงการประชาสัมพันธ์ของกรมการท่องเที่ยว เพิ่มศักยภาพในการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ และเสริมสร้าง ภาพลักษณ์เชิงบวกต่อมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

๑๐. การเผยแพร่ผลงาน (ถ้ามี)

สำเนาถูกต้อง

ปัทมาภรณ์ เกียรติ

(นายปกรณ์เกียรติ นิจสุข)

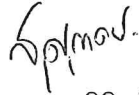
นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ

๑๑. ผู้มีส่วนร่วมในผลงาน

ต้องเป็นงานที่ผู้ขอประเมินมีสัดส่วนร่วมดำเนินการ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๒๐

- ๑) นายสุศุภเดช พิชิตธัญโชคเดช สัดส่วนผลงานร้อยละ ๘๐
๒) นางสาวสุมลมาลย์ เหมาะประไพพันธุ์ สัดส่วนผลงานร้อยละ ๒๐

ขอรับรองว่าผลงานดังกล่าวข้างต้นเป็นความจริงทุกประการ




(นายสุศุภเดช พิชิตธัญโชคเดช)


ตำแหน่ง นักพัฒนาการท่องเที่ยวปฏิบัติการ

วันที่ ๑๗ เดือน ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๘

ขอรับรองว่าสัดส่วนการดำเนินการข้างต้นเป็นความจริงทุกประการ (ถ้ามี)


รายชื่อผู้มีส่วนร่วมในผลงาน	ลายมือชื่อ
นางสาวสุมลมาลย์ เหมาะประไพพันธุ์	

ได้ตรวจสอบแล้วขอรับรองว่าผลงานดังกล่าวข้างต้นถูกต้องตรงกับความจริงทุกประการ

(ลงชื่อ)..........ผู้บังคับบัญชาที่กำกับดูแล
(นางสาวสุมลมาลย์..เหมาะประไพพันธุ์)

ตำแหน่ง หนึ่งกลุ่มส่งเสริมและพัฒนาบริการท่องเที่ยว

วันที่ ๑๗ เดือน ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๘

(ลงชื่อ)..........ผู้บังคับบัญชาเหนือขึ้นไป
(.....(นายวีรพัฒน์..ชินพันธ์).....)

ตำแหน่ง หนึ่งกองพัฒนากิจการท่องเที่ยว

วันที่ ๑๗ เดือน ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๘

หมายเหตุ

เงื่อนไขของผลงาน

- ๑) เป็นผลงานเรื่องเดียวกันกับเรื่องที่เสนอในขั้นตอนการประเมินบุคคล
๒) เป็นผลงานที่จัดทำขึ้นในระหว่างที่ดำรงตำแหน่งที่ต่ำกว่าระดับที่ขอประเมิน ๑ ระดับ และเป็นผลงานไม่เกิน ๕ ปี เว้นแต่คณะกรรมการประเมินจะกำหนดเป็นอย่างอื่น

สำเนาถูกต้อง



(นายปกรณ์เกียรติ นิจสุข)
นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ

๓) ไม่ใช่ผลงานวิจัย หรือวิทยานิพนธ์ที่เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อขอรับปริญญาหรือประกาศนียบัตร หรือเป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรมของผู้ประเมิน

กรณีผลงานที่เสนอเพื่อขอรับการประเมินจัดทำขึ้นในช่วงระยะเดียวกับที่ศึกษาหรือฝึกอบรม ผลงานนั้นต้องได้รับคำรับรองจากสถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานที่จัดการฝึกอบรม ว่าไม่เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ในรายวิชา หรือในหลักสูตรของการศึกษา หรือฝึกอบรม แล้วแต่กรณี

๔) กรณีที่เป็นผลงานร่วมกันของบุคคลหลายคน ผู้ประเมินจะต้องแสดงให้เห็นว่าได้มีส่วนร่วมในการจัดทำงานในส่วนใด สัดส่วนเท่าใด อย่างไร โดยมีคำรับรองจากผู้มีส่วนร่วมในผลงานและผู้บังคับบัญชาด้วย

๕) ผลงานส่วนใดที่นำมาใช้ประเมินเพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งประเภทวิชาการในระดับใด หรือเพื่อขอรับเงินประจำตำแหน่ง หรือเพื่อขอรับเงินเพิ่มสำหรับตำแหน่งที่มีเหตุพิเศษ ตำแหน่งนิติกร (พ.ต.ก.) แล้วจะนำผลงานส่วนนั้นมาใช้เสนอประเมินเพื่อเลื่อนขั้นแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งในระดับที่สูงขึ้นอีกไม่ได้ เว้นแต่คณะกรรมการประเมินผลงานจะกำหนดเป็นอย่างอื่น

๖) เงื่อนไขอื่น ๆ ตามที่คณะกรรมการประเมินผลงานเห็นควรกำหนดเพิ่มเติมเพื่อความเหมาะสมในการประเมินผลงาน

ทั้งนี้ ผลงานข้างต้นจะต้องมีคำรับรองจากผู้บังคับบัญชาอย่างน้อย ๒ ระดับ คือ ผู้บังคับบัญชาที่กำกับดูแล และผู้บังคับบัญชาที่เหนือขึ้นไปอีกหนึ่งระดับ เว้นแต่ในกรณีที่ผู้บังคับบัญชาดังกล่าวเป็นบุคคลคนเดียวกัน ให้มีคำรับรองหนึ่งระดับได้

สำเนาถูกต้อง



(นายปกรณ์เกียรติ นิจสุข)

นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ

ตอนที่ ๗ ข้อเสนอแนวความคิดการพัฒนาหรือปรับปรุงงาน (สำหรับผู้ขอประเมิน)

๑. เรื่อง

แนวทางการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์สร้างมูลค่าให้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยสู่สากล

๒. หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีสัดส่วนสูงต่อรายได้รวมของประเทศ จากข้อมูลกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในช่วง ๙ เดือนแรกของปี พ.ศ. ๒๕๖๘ ประเทศไทยต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติแล้วกว่า ๒๔.๑๒ ล้านราย สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ ๑.๑๑ ล้านล้านบาท ในปี พ.ศ. ๒๕๖๙ ได้คาดการณ์ว่าประเทศไทยจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ ๓๖ ล้านคน สร้างรายได้จากตลาดต่างประเทศราว ๑.๖๓ ล้านล้านบาท ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของนักท่องเที่ยวต่างชาติในฐานะกลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการขับเคลื่อนรายได้ทางเศรษฐกิจของประเทศ จากงานวิจัยหลายชิ้นพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีแนวโน้มเลือกใช้บริการผู้ประกอบการที่มีคุณภาพสูงและได้รับการรับรองมาตรฐาน เนื่องจากมองว่ามีความคุ้มค่า ปลอดภัย และสร้างความประทับใจได้มากกว่าแหล่งบริการทั่วไป คุณภาพจึงกลายเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยเฉพาะเมื่อสถานประกอบการนั้นมีการรับรองคุณภาพโดยหน่วยงานของรัฐไทย ซึ่งสามารถเพิ่มความเชื่อมั่นและสร้างความแตกต่างในตลาดสากลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กรมการท่องเที่ยวมีภารกิจสำคัญในการพัฒนาคุณภาพอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ผ่านการจัดทำมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ๕๖ มาตรฐาน เพื่อยกระดับคุณภาพผู้ประกอบการและสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม การสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์มาตรฐานดังกล่าวยังคงมุ่งเน้นภายในประเทศเป็นหลัก จึงควรขยายสู่การสื่อสารเชิงรุกในระดับสากล ผ่านช่องทางที่เข้าถึงนักท่องเที่ยวต่างประเทศโดยตรง เพื่อสร้างการรับรู้ในวงกว้าง การประสานงานกับสถานเอกอัครราชทูตไทยทั่วโลก เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเชิงคุณภาพของมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย การเข้าร่วมงานท่องเที่ยวระดับนานาชาติ เช่น ITB Berlin หรือ World Travel Market เพื่อแสดงศักยภาพและสร้างภาพลักษณ์ “คุณภาพที่ได้รับการรับรองโดยรัฐบาลไทย” แนวทางดังกล่าวจะช่วยให้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยก้าวสู่การรับรู้ในระดับสากล สร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพเสริมมูลค่าให้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย และมูลค่าทางเศรษฐกิจจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศได้อย่างยั่งยืน

๓. บทวิเคราะห์/แนวความคิด/ข้อเสนอ และข้อจำกัดที่อาจเกิดขึ้นและแนวทางแก้ไข

๓.๑) บทวิเคราะห์

เพื่อให้การกำหนดแนวทางการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์สร้างมูลค่าให้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยสู่สากลมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยในปัจจุบัน ได้มีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ดังนี้

สำเนาถูกต้อง



(นายปกรณ์เกียรติ นิจสุข)
นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ

SWOT Analysis แนวทางการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์สร้างมูลค่าให้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยสู่สากล

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นในฐานะจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวระดับโลก เป็นที่ยอมรับด้านบริการมาตรฐาน และความคุ้มค่า มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยทั้ง ๕๖ มาตรฐานได้รับการรับรองโดยกรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐ จึงมีความน่าเชื่อถือสูง และสามารถใช้เป็น “ตรารับรองคุณภาพโดยรัฐบาลไทย” ผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ แสดงให้เห็นถึงความพร้อมในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์หลายรูปแบบ ซึ่งสามารถใช้เป็นพื้นฐานในการขยายผลสู่การสื่อสารในระดับสากลได้ 	<ul style="list-style-type: none"> การสื่อสารประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ยังมุ่งเน้นภายในประเทศเป็นหลัก ขาดการสื่อสารเชิงรุกสู่ตลาดต่างประเทศ ขาดระบบติดตามและประเมินผลการสื่อสารในต่างประเทศอย่างเป็นรูปธรรม ทำให้ยากต่อการวัดผลด้านการรับรู้และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย รูปแบบสื่อบางส่วนยังไม่สอดคล้องกับภาษาวัฒนธรรม และพฤติกรรมผู้บริโภคต่างประเทศ
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> แนวโน้มการท่องเที่ยวหลังโควิด 19 นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญกับมาตรฐาน ความปลอดภัย และความคุ้มค่ามากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับคุณค่าของมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ประเทศไทยมีศักยภาพในการเผยแพร่มาตรฐานผ่านเวทีนานาชาติ อาทิ ITB Berlin World Travel Market ASEAN Tourism Forum และงานนิทรรศการท่องเที่ยวด้านนานาชาติอื่น ๆ การใช้สื่อดิจิทัลและแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียระดับนานาชาติ เช่น WeChat, Snapchat สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่างประเทศได้อย่างกว้างขวาง และคุ้มค่า 	<ul style="list-style-type: none"> ประเทศคู่แข่งในภูมิภาค เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และเวียดนาม มีการพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวของตนเองและดำเนินกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์เชิงรุกในต่างประเทศ ความแตกต่างด้านภาษา วัฒนธรรม และกฎหมายของแต่ละประเทศอาจส่งผลต่อความเข้าใจในการสื่อสาร ข้อจำกัดด้านงบประมาณและบุคลากรในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ระดับสากล ซึ่งต้องอาศัยการบูรณาการจากหลายหน่วยงาน

๓.๒) แนวคิด

เพื่อขับเคลื่อนมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยสู่การรับรู้ในระดับสากล มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยควรมุ่งดำเนินการสื่อสารเชิงรุกสู่ตลาดต่างประเทศ โดยใช้แนวทางบูรณาการสื่อและการเสริมแรงซึ่งกันและกันของสื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดทั้งในและนอกประเทศ โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของจุดแข็งด้านความน่าเชื่อถือของมาตรฐานภาครัฐ และโอกาสจากการขยายตัวของตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งมองหาสถานประกอบการที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และได้รับการรับรองอย่างเป็นทางการ โดยเฉพาะจากหน่วยงานของรัฐที่สามารถสร้างการประกันคุณภาพได้

๓.๓) ข้อเสนอ

๓.๓.๑) ดำเนินการสื่อสารเชิงรุกผ่านการประชาสัมพันธ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยในตลาดต่างประเทศ ผ่านสื่อออนไลน์และแพลตฟอร์มที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะประเทศ เช่น จีน: WeChat Weibo เกาหลีใต้: Naver KakaoTalk ตะวันออกกลาง: Snapchat Instagram TikTok พร้อมจัดทำคอนเทนต์หลายภาษา เช่น ไทย อังกฤษ จีน เกาหลี อาหรับ เพื่อสร้างการรับรู้ที่ตรงวัฒนธรรมและเข้าใจง่าย

สำเนาถูกต้อง

(นายปรกรณ์เกียรติ นิจสุข)
นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ

๓.๓.๒) บูรณาการความร่วมมือกับสถานเอกอัครราชทูตไทยทั่วโลก โดยประสานความร่วมมือกับกระทรวงการต่างประเทศ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์ของสถานทูต และเครือข่ายหอการค้าระหว่างประเทศในประเทศเป้าหมาย เช่น การส่งสื่อประชาสัมพันธ์ให้สถานทูตจัดแสดงในกิจกรรม Thai Festival หรือ Thai Week ในประเทศนั้น ๆ

๓.๓.๓) สร้างการรับรู้ผ่านเวทีท่องเที่ยวระดับโลก ด้วยการเข้าร่วมและนำเสนอในงานมหกรรมท่องเที่ยวระดับนานาชาติ เช่น ITB Berlin World Travel Market ASEAN Tourism Forum และงานนิทรรศการท่องเที่ยวระดับนานาชาติอื่น ๆ เพื่อแสดงศักยภาพของมาตรฐานไทยในฐานะ “ตรารับรองคุณภาพโดยรัฐบาลไทย”

๓.๓.๔) พัฒนาสื่อกลางหรือศูนย์ข้อมูลกลาง เช่น เว็บไซต์ที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย โดยให้ข้อมูลหลายภาษา เชื่อมโยงกับเว็บไซต์ของหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวและสถานทูต เพื่ออำนวยความสะดวกในการค้นหาและตรวจสอบมาตรฐาน

๓.๔) ข้อจำกัดที่อาจเกิดขึ้นและแนวทางการแก้ไข

๓.๔.๑) การสื่อสารประชาสัมพันธ์ในระดับสากล โดยเฉพาะการผลิตสื่อหลายภาษาและการเข้าร่วมงานท่องเที่ยวต่างประเทศ ต้องใช้งบประมาณสูงและบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

แนวทางแก้ไข : บูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตร เช่น สถานเอกอัครราชทูตสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในต่างประเทศ และเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อร่วมผลิตและเผยแพร่สื่อ ลดต้นทุนและขยายขอบเขตการสื่อสารให้ครอบคลุมยิ่งขึ้น

๓.๔.๒) นักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศมีพฤติกรรมการบริโภคสื่อ และการให้คุณค่าต่อ “มาตรฐานคุณภาพ” แตกต่างกัน การสื่อสารในลักษณะเดียวกันอาจไม่เกิดผลเท่าที่คาดหวัง

แนวทางแก้ไข : ศึกษาพฤติกรรมและความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละตลาด เพื่อปรับเนื้อหาและรูปแบบการสื่อสารให้ตรงกลุ่ม เช่น ใช้สื่อวีวี่ในประเทศจีน หรือเน้นความหรูหราในตลาดตะวันออกกลาง

๔. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๔.๑) มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยได้รับการยอมรับในระดับสากล ในฐานะ “ตรารับรองคุณภาพโดยรัฐบาลไทย”

๔.๒) เกิดการรับรู้และความเชื่อมั่นในคุณภาพบริการของด้านอุปทานการท่องเที่ยวไทยมากขึ้น

๔.๓) เพิ่มสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เลือกใช้บริการในสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน

๔.๔) เสริมภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่ปลอดภัย มีคุณภาพ (High-Quality Tourism)

๔.๕) ส่งเสริมมูลค่าทางเศรษฐกิจและความยั่งยืนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในระยะยาว

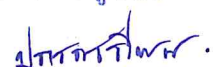
๕. ตัวชี้วัดความสำเร็จ

๕.๑) ระดับการรับรู้และความเข้าใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ต่อมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา โดยสามารถวัดได้จากสถิติการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ เช่น เว็บไซต์ สื่อออนไลน์ และจำนวนการมีส่วนร่วม (Engagement) ที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

๕.๒) จำนวนสถานประกอบการที่ขอรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย มีจำนวนเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีกลุ่มลูกค้าต่างชาติเป็นหลัก

๕.๓) สถานประกอบการที่อยู่ระหว่างการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย มีจำนวนกลุ่มลูกค้าต่างชาติเพิ่มขึ้น

๕.๔) มีการเผยแพร่ข้อมูลมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยผ่านเครือข่ายสถานเอกอัครราชทูตไทย และงานท่องเที่ยวระดับนานาชาติ เช่น ITB Berlin World Travel Market อย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง **สำเนาถูกต้อง**



(นายปกรณ์เกียรติ นิจสุข)

นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ

๕.๕) ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการสถานประกอบการที่อยู่ระหว่างการรับรอง
มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย สูงกว่า ๗๕% ของผู้ตอบแบบสอบถาม

(ลงชื่อ).....สุวิทย์/กตป......ผู้ขอประเมิน
(นายสุวิทย์ กตป.)
ตำแหน่ง นักพัฒนาการท่องเที่ยวปฏิบัติการ
วันที่ ๑๙ เดือน ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๘

สำเนาถูกต้อง

ป.กรณเกียรติ นิจสุข

(นายปกรณ์เกียรติ นิจสุข)
นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ