

## รายการอ้างอิง



### ภาษาไทย

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กองแผนงาน, ฝ่ายวิชาการ. 2532. การติดตามและประเมินผลโครงการปีท่องเที่ยวไทย 2530. กรุงเทพมหานคร.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2536. ที่นี่.....เมืองไทย. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ควอลิตี้วิชั่น จำกัด.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2539. แผนงานและโครงการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวปี 2541-2546. เอกสารประกอบการสัมมนาพัฒนาท่องเที่ยวไทยในทิศทางที่ยั่งยืน ครั้งที่ 2 วิสัยทัศน์ท่องเที่ยวไทยสู่ก้าวใหม่ปี 2001. 1 เมษายน 2539 ESCAP HALL อาคารประชุมสหประชาชาติ กรุงเทพมหานคร : 11-1.
- คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. 2531. รายงานเศรษฐกิจและการพัฒนา พ.ศ. 2530. กรุงเทพมหานคร : กองศึกษาและเผยแพร่การพัฒนา.
- จุมพล รอดคำดี. 2533. ล้อมวลชนเพื่อการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชวรัตน์ เจริญชัย. 2521. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เจริญชัย นำวิวัฒน์. 2532. การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาด : กรณีศึกษาของโรงแรมดิเอ็มโพเรียม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดวงพร คำบุญวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง. 2536. สื่อสารการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัด อินทิม้เทรต.
- ทัศนัย สุนทรวิภาต. 2532. พฤติกรรมกำมิดรับสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยกับการมาท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ณ เมืองพัทยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- นฤมล โรหิตจันทร์. 2534. ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับโครงการ "รักเจ้าพระยากับตาดิเสส" ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นุชบา ภูตฤต. 2536. การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ : ศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอวัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิคม จารุณี. 2535. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาพัฒนาคำถามและเอกสารวิชาการ หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกหัดครู.
- นโยบายและแผน กรุงเทพมหานคร, สำนัก. กองนโยบายและแผนรวม. งานสถิติและข้อมูล. 2540. สถิติกรุงเทพมหานคร ฉบับย่อ ปี 2540. กรุงเทพมหานคร.
- ประมะ สตะเวทิน. 2538. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- ประคอง เขียมสำอาวค์. 2536. ความสัมพันธ์ระหว่างกาารเปิดรับข่าวสารด้านภาวะเศรษฐกิจผลผลิตข้าวต่อไร่ของชาวนาในเขตชลประทาน อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พจนา วาสิกรณ์. 2536. ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์โครงการชิงค์เขียวในการให้ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. 2530. การเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พัชนี เษยจรรยา, เมตตา กฤตวิทย์ และถิรนันท์ อนุวัชศิริวงศ์. 2534. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์และทำปกเจริญผล.

- พิไลพรรณ กาญจนสักขณ. 2533. ประสิทธิผลของเสียงตามสายที่มีต่อการรับฟังและการรับรู้  
ข่าวสารทางด้านสาธารณสุข : ศึกษาเฉพาะกรณีของประชากรในหมู่บ้านตำบลหัว  
 ตะพาน อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต คณะ  
 วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มหาดไทย, กระทรวง. กรมการปกครอง, กองวิชาการและแผนงาน. 2540. การช่วยเหลือ  
ประชาชนในภาวะเศรษฐกิจถดถอย. เอกสารสิ่งพิมพ์ ลำดับที่ 10/2540.  
 กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ส่วนท้องถิ่น กรมการปกครอง.
- บุพดี ฐิติกุลเจริญ. 2531. การศึกษาทัศนคติที่มีต่อ ป.ป.ป. ของกลุ่มข้าราชการที่สังกัดสำนัก  
นายกรัฐมนตรี ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต คณะ  
 วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลดาวลัย ยมจินดา. 2527. การใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร :  
 กิ่งจันทร์การพิมพ์.
- ลักขณา มนธาตุผลิน. 2524. การเผยแพร่ข่าวสารด้านสาธารณสุขมูลฐาน ด้วยเอกสารเผยแพร่  
เรื่องอนามัยครอบครัวกับผลสัมฤทธิ์จากการให้เอกสารเผยแพร่. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
 มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิเชียร เกตุสิงห์. 2534. คู่มือการวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร.
- วิเชียร เกตุสิงห์. 2540. การแปลผลวิเคราะห์ข้อมูลจากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS. พิมพ์ครั้งที่  
 3. กรุงเทพมหานคร.
- วิรัช ฤทธิรัตนกุล. 2524. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช ฤทธิรัตนกุล. 2540. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร :  
 สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีรพงษ์ รามางกูร. 22 สิงหาคม 2540. รองนายกรัฐมนตรี. กรุงเทพธุรกิจ. 2. สัมภาษณ์.
- วุฒิชัย จำนงค์. 2523. พฤติกรรมกาตัดสินใจ. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์.
- ฐรินันท์ สุวิมลพันธุ์. 2539. การตระหนักรู้และพฤติกรรมการับผิดชอบต่อสื่อโฆษณาผ่านเครือข่ายอิน  
เตอร์เน็ตของผู้ใช้บริการเครือข่ายฯ. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการ  
 ประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- สมชาติ สุกฤตยานันท์. 2533. ความสัมพันธ์ของการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สมนึก ศิริโต, สุรศักดิ์ สงวนพงษ์ และสมชาย นำประเสริฐชัย. 2538. เปิดโลกอินเตอร์เน็ต. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- ลำอานงค์ ผลไม้. 2535. การสื่อสารทางการตลาดและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาซื้อเทปเพลงไทยสากลของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิริกาญจน์ ปรับโตวิดิใจโย. 2539. การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุโรทัยธรรมาธิราช, มหาวิทยาลัย, สาขานิเทศศาสตร์. 2529. เอกสารการสอนชุดวิชา หลักการและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 1-8. กรุงเทพมหานคร.
- สุโรทัยธรรมาธิราช, มหาวิทยาลัย, สาขานิเทศศาสตร์. 2529. เอกสารการสอนชุดวิชา หลักการและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 9-15. กรุงเทพมหานคร.
- สุโรทัยธรรมาธิราช, มหาวิทยาลัย, สาขานิเทศศาสตร์. 2534. เอกสารการสอนชุดวิชา สื่อสารเพื่อการพัฒนา หน่วยที่ 1-8. กรุงเทพมหานคร.
- สุโรทัยธรรมาธิราช, มหาวิทยาลัย, สาขานิเทศศาสตร์. 2534. เอกสารการสอนชุดวิชา สื่อสารเพื่อการพัฒนา หน่วยที่ 9-15. กรุงเทพมหานคร.
- สุโรทัยธรรมาธิราช, มหาวิทยาลัย, สาขานิเทศศาสตร์. 2532. เอกสารการสอนชุดวิชา หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 1-8. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ประชาชน.
- สุโรทัยธรรมาธิราช, มหาวิทยาลัย, สาขานิเทศศาสตร์. 2537. เอกสารการสอนชุดวิชา ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์ หน่วยที่ 1-7. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโรทัยธรรมาธิราช.

- สุโรทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย, สาขานิเทศศาสตร์. 2537. เอกสารการตอนชุดวิชา ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์ หน่วยที่ 8-15. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโรทัยธรรมมาธิราช.
- สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์. 2530. การสื่อสารการตลาด. เอกสารการตอนชุดวิชาธุรกิจการโฆษณา หน่วยที่ 1-5. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโรทัยธรรมมาธิราช.
- เสถียร เขยประทับ. 2525. การสื่อสารงานนงกรรม. ม.ป.ท.
- เสรี วงศ์ไพจิตร. 2530. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและปีการท่องเที่ยวไทย 2530. จุลสารการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- องอาจ ปะทะวานิช. 2525. รวมบทความทางวิชาการด้านการตลาด. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- องอาจ ฤทธิ์ทองพิทักษ์. 2539. พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรวรรณ บิลันธนโองาท. 2537. การสื่อสารเพื่อการโฆษณา. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรสา ปานขาว. 2527. พฤติกรรมการยอมรับสารด้านการป้องกันยาเสพติดทางวิทยุและโทรทัศน์ของประชาชน ในเขตชุมชนแออัดคลองเตย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ✓ อนันต์ธนา อังกินันท์. 2524. การผลิตและการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อภิศรา อิศรศักดิ์ ณ อยุธยา. 2531. การสำรวจความรู้ทัศนคติ พฤติกรรมของประชาชนที่มีต่อการใช้สื่อทางโทรทัศน์ของคณะกรรมการป้องกันอุบัติเหตุแห่งชาติ (กปอ.) เพื่อการรณรงค์ลดอุบัติเหตุบนท้องถนน ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อิทธิพล หมั่นกักดี. 2538. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ : วิเคราะห์การสื่อสารการตลาดของรถยนต์มิตรูบิจิ แลนเซอร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

## ภาษาอังกฤษ

- Assael, Henry. 1995. Consumer Behavior and Marketing Action (5th ed.). Ohio: South-Western College Publishing.
- Atkin, K., Charles. 1973. New Model for Mass Communication Research. New York: The Free Press.
- Black, M., Marvin. 1947. Practical Public Relations. New York : Harper and Row.
- Bowman, Pat and Nigel, Ellis. 1969. Manual of Public Relations. London : William Heinemann Ltd.
- Ellsworth, J. 1995. Marketing on the Internet: Multimedia strategies for the World Wide Web. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Jeffkins, Frank. 1982. Public Relations Made Simple. London : William Heineman Ltd.
- Katz, E., and Paul, F., Lazarsfeld. 1955. Personal Influence. New York : The Free Press.
- Klapper, J.T. and Meyen. 1968. The Effect of Mass Communication. Illinois : The Free Press.
- Kotler, Phillip and Roberto, L., Eduardo. 1989. Social Marketing : Strategies for Changing Public Behavior (7th ed.). New York : n.p.
- Krech, David, Crutchfield, S., Richard, and Ballachey, L., Egerton. 1962. Individual in Society : a Textbook of Social Psychology. New York : McGraw-Hill.
- Lazarsfeld, P.F., Berelson, B., and Gaudet, H. 1944. The People's Choice How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign. New York : Columbia University Press.
- Robinson, J., Edward. 1969. Public Relations and Survey Research, Achieving Organizational Goals in Communication Context. New York : Appieton - Century - Crofts.
- Rogers, M., Everett, and Shoemaker, F., Floyd. 1971. Communication of Innovations : A Cross - Cultural Approach. New York : The Free Press.
- Schramm, Wilbur. 1954. Mass Communcations. Urbana : University of Illinois Press.

Schramm, Wilbur. 1973. Channels and Audience in Handbook of Communication. Eds.

Ithiel De Sola Pool, et al. Chicago : Rand Mc Publishing Company.

Thailand Information Center (TIC), Academic Resource Center. 1987. 1987 Visit Thailand

Year. Thailand.



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





ภาคผนวก ก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอะเมซิงไทยแลนด์  
ของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

วัตถุประสงค์ : เพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 1 โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ และเติมคำลงในช่องที่ตรงกับคำตอบของท่าน

		สำหรับผู้วิจัย		
		1	2	3
1.	เพศ			
	(1) <input type="checkbox"/> ชาย			
	(2) <input type="checkbox"/> หญิง		4	
2.	อายุ.....ปี	5		6
3.	ระดับการศึกษา			
	(1) <input type="checkbox"/> ต่ำกว่าปริญญาตรี			
	(2) <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี			
	(3) <input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี			
	(4) <input type="checkbox"/> อื่น ๆ			
	(โปรดระบุ.....)		7	
4.	อาชีพ			
	(1) <input type="checkbox"/> นักเรียน/นักศึกษา			
	(2) <input type="checkbox"/> รับราชการ			
	(3) <input type="checkbox"/> พนักงานรัฐวิสาหกิจ			
	(4) <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน			
	(5) <input type="checkbox"/> นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ			
	(6) <input type="checkbox"/> อื่น ๆ			
	(โปรดระบุ.....)		8	
5.	รายได้ต่อเดือนของท่าน			
	(1) <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 5,000 บาท			
	(2) <input type="checkbox"/> 5,001 - 10,000 บาท			
	(3) <input type="checkbox"/> 10,001 - 20,000 บาท			
	(4) <input type="checkbox"/> 20,001 - 30,000 บาท			
	(5) <input type="checkbox"/> 30,001 - 40,000 บาท			
	(6) <input type="checkbox"/> มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป		9	
6.	สถานภาพการสมรส			
	(1) <input type="checkbox"/> โสด			
	(2) <input type="checkbox"/> สมรส			
	(3) <input type="checkbox"/> แยกกันอยู่			
	(4) <input type="checkbox"/> หย่าร้าง		10	
7.	ที่พักอาศัยของท่านอยู่เขตใดในกรุงเทพมหานคร			
	โปรดระบุชื่อเขต.....			11
8.	สำหรับผู้ที่มาอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ เพื่อทำงานหรือศึกษาเท่านั้น			
	บ้านของท่านอยู่ที่จังหวัดใด โปรดตอบ			
	จังหวัด.....	12		13

**ตอนที่ 2** โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับคำตอบของท่าน

(กรุณาทำทุกข้อ)

ท่าน **เปิดรับข่าวสาร** เกี่ยวกับโครงการอะเมซิงไทยแลนด์ จากสื่อประชาสัมพันธ์เหล่านี้  
อย่างน้อยเพียงใด

สื่อประชาสัมพันธ์	บ่อยมาก 5	บ่อย 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยมาก 1	ไม่เคยเลย 0	สำหรับผู้วิจัย
1. โทรทัศน์							14
2. วิทยุกระจายเสียง							15
3. หนังสือพิมพ์							16
4. นิตยสารทั่วไป							17
5. นิตยสารสวัสดิ์							18
6. นิตยสารกินรี							19
7. ไปสเตอร์							20
8. สติกเกอร์							21
9. แผ่นพับ							22
10. จุลสาร							23
11. ป้ายโฆษณา							24
12. วิดีโอ							25
13. ซีดีรอม							26
14. ตู้ไฟนีออน							27
15. อินเตอร์เน็ต							28
16. เจ้าหน้าที่ในโครงการฯ							29

ท่าน **ได้ทราบ** หรือ **ได้เคย** เข้าไปร่วมในกิจกรรมของโครงการอะเมซิงไทยแลนด์เหล่านี้หรือไม่

สื่อกิจกรรม	ไม่ทราบ	ทราบ		
		เคยเข้าร่วม	ไม่เคยเข้าร่วม	
1. อะเมซิงโซนาทาวน ถนนเยาวราช				30
2. งานเทศกาลธรรมชาติสิ่งแวดล้อม 2000 ที่สวนสยาม				31

สำหรับผู้วิจัย

สื่อกิจกรรม	ไม่ทราบ	ทราบ		
		เคยเข้าร่วม	ไม่เคยเข้าร่วม	
3. ถนนคนเดิน (Walking Street) ที่ถนนคอนแวนด์				32
<b>อะเมซิงไทยแลนด์แกรนด์เชลล์</b>				
4. ศูนย์การค้าเวสต์เทรตเซ็นเตอร์				33
5. ศูนย์การค้าสยามดิสคัฟเวอรี่				34
6. ศูนย์สรรพสินค้าริเวอร์ซิตี้				35
7. รอยัล ซิตี อะเวนิว หรือ RCA ถนนพระราม 9				36
8. บริเวณสวนจตุจักร				37
9. งานมหกรรมท่องเที่ยวไทย 2541-2542 ณ บริเวณท้องสนามหลวงและบริเวณเกาะ กรุงรัตนโกสินทร์โดยรอบ				38

**ตอนที่ 3** โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่าน

- โครงการอะเมซิงไทยแลนด์เป็นโครงการของหน่วยงานใด
  - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
  - กระทรวงมหาดไทย
  - กรมประชาสัมพันธ์
  - สำนักนายกรัฐมนตรี
- โครงการอะเมซิงไทยแลนด์ คือโครงการประเภทใด
  - โครงการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของประเทศไทย
  - โครงการเชิญชวนให้ท่องเที่ยวไทย
  - โครงการนิยมไทย
  - โครงการรักษาศิลปวัฒนธรรมไทย
- โครงการอะเมซิงไทยแลนด์เป็นโครงการที่ครอบคลุมช่วงเวลาใด
  - พ.ศ. 2539 - 2540
  - พ.ศ. 2540 - 2541
  - พ.ศ. 2541 - 2542
  - พ.ศ. 2541 - 2543
- สัญลักษณ์ของโครงการอะเมซิงไทยแลนด์คือข้อใด
  - รูปผู้หญิงไทยสวมชฎา
  - รูปช้างไชโย
  - ภาพลายเส้นของดวงตา
  - รูปเรือสุพรรณหงส์

5. "ถนนช้อปปิ้งที่ยาวที่สุดในเอเชีย" ในโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์คือถนนใด  
 (1)  ถนนราชดำเนิน (2)  ถนนสีลม  
 (3)  ถนนพระราม 9 (RCA) (4)  ถนนคอนแวนต์ 43
6. ถนนสายใดที่ถูกจัดให้เป็น "ถนนสายแห่งวัฒนธรรม" เพื่อส่งเสริมอะเมซิ่งไทยแลนด์ และมีการปิดถนนเป็นประจำทุกวันอาทิตย์  
 (1)  ถนนเยาวราช (2)  ถนนราชดำเนิน  
 (3)  ถนนพระอาทิตย์ (4)  ถนนคอนแวนต์ 44
7. กิจกรรมถนนคนเดินจัดขึ้นที่ถนนสายใดบ้าง  
 (1)  ถนนเยาวราช (2)  ถนนคอนแวนต์  
 (3)  ถนนพระราม 9 (RCA) (4)  ถูกทุกข้อ 45
8. งานอะเมซิ่งไทยแลนด์แกรนด์เซลส์ (amazing THAILAND GRAND SALE) จัดขึ้นที่ใด  
 (1)  ศูนย์การค้าเวสต์เทรตเซ็นเตอร์  
 (2)  ตลาดนัดสวนจตุจักร  
 (3)  ศูนย์การค้าสยามดิสคัฟเวอรี  
 (4)  ถูกทั้งข้อ (1), (2) และ (3) 46
9. พิธีเปิดตัวอย่างเป็นทางการของโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ หรืองานมหกรรม ท้องเที่ยวไทย 2541-2542 จัดขึ้นที่ใด  
 (1)  บริเวณศูนย์การค้ามาบุญครอง  
 (2)  บริเวณสวนจตุจักร  
 (3)  บริเวณท้องสนามหลวง  
 (4)  บริเวณลานพระรูปทรงม้า 47

**ตอนที่ 4** โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่าน (กรุณาทำทุกข้อ)  
 ท่านคิดว่าสื่อประชาสัมพันธ์ใดต่อไปนี้ สามารถให้ความรู้เกี่ยวกับโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์  
 มากน้อยเพียงใด

สื่อประชาสัมพันธ์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ให้ความรู้เลย
1. โทรทัศน์						
2. วิทยุกระจายเสียง						
3. หนังสือพิมพ์						
4. นิตยสารทั่วไป						

สื่อประชาสัมพันธ์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ให้ความรู้เลย	สำหรับผู้วิจัย
5. นิตยสารสวัสดิ							52
6. นิตยสารกินรี							53
7. ไปสเตอร์							54
8. สดิกเกอร์							55
9. แผ่นพับ							56
10. จุลสาร							57
11. ป้ายโฆษณา							58
12. วิดีโอ							59
13. ซีดีรอม							60
14. ตู้ไฟนีออน							61
15. อินเตอร์เน็ต							62
16. เจ้าหน้าที่ใน โครงการฯ							63

**ตอนที่ 5** โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
1.	โครงการอะเมซิงไทยแลนด์จะมีส่วนช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศไทยได้ เพราะจะทำให้เกิดเงินทุนหมุนเวียนในประเทศ เกิดการสร้างงานและเกิดการกระจายรายได้						64
2.	การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโครงการอะเมซิงไทยแลนด์ในระยะแรก มีความแพร่หลาย สม่ำเสมอ และต่อเนื่องดีอยู่แล้ว						65
3.	การได้รับทราบข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการอะเมซิงไทยแลนด์ ทำให้ท่านเกิดความคิดที่จะเดินทางท่องเที่ยวในเมืองไทย						66
4.	ท่านคิดว่า จริง ๆ แล้วโครงการอะเมซิงฯ จัดขึ้นเพื่อชาวต่างประเทศเท่านั้น						67

ข้อ	ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	สำหรับผู้วิจัย
5.	ท่านคิดว่าความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นเรื่องที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย						88
6.	การนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับการทำรายนัก ท่องเที่ยวจากสื่อต่าง ๆ ทำให้ชาวต่างประเทศ ไม่อยากเดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองไทย						89
7.	การประชาสัมพันธ์จากสื่อต่าง ๆ ทำให้ท่าน เกิดการตัดสินใจที่จะเดินทางไปร่วมใน กิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์						70
8.	โครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ทำให้ท่านคิดที่จะ เดินทางท่องเที่ยวในเมืองไทยแทนการท่องเที่ยว ในต่างประเทศ						71
9.	ท่านคิดว่าควรเน้นการประชาสัมพันธ์ให้ คนไทยท่องเที่ยวไทยมากกว่าคนต่างประเทศ						72
10.	ท่านคิดว่าควรมีการทุ่มงบประมาณการประชาสัมพันธ์โครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ในต่าง ประเทศให้มากกว่าในประเทศ เพื่อให้ชาว ต่างประเทศมาเที่ยวเมืองไทยมาก ๆ						73
11.	ท่านคิดว่าการประชาสัมพันธ์โครงการอะเมซิ่ง ไทยแลนด์ ควรให้ความสำคัญเท่า ๆ กันทั้ง ภายในและภายนอกประเทศ						74
12.	การประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้คนไทยท่องเที่ยว ไทยไม่น่าจะได้ผลในภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ เช่นปัจจุบัน เพราะคนไทยทุกคนต้องประหยัด						75
13.	โครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์น่าจะประสบผล สำเร็จเพราะใช้แนวทางเดียวกันกับปีท่องเที่ยว ไทย 2530 (Visit Thailand Year) ซึ่งได้ผลสำเร็จ มาแล้ว						76

**ตอนที่ ๑** โปรดเปรียบเทียบพฤติกรรมของท่านเมื่อก่อนเดือนกันยายน 2540 กับปัจจุบัน  
ตั้งแต่มีการประชาสัมพันธ์โครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์มา ท่านได้มีการเปลี่ยนแปลง  
พฤติกรรมในเรื่องต่อไปนี้อย่างไรบ้าง

พฤติกรรม	มากขึ้น	เท่าเดิม	น้อยลง	เลิก	สำหรับผู้วิจัย
1. การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย					77
2. การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ					78
3. การเลือกซื้อ/ใช้สินค้าที่ผลิตในประเทศไทย					79
4. การเลือกซื้อ/ใช้สินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ					80
5. การเลือกบริโภคอาหารไทย					81
6. การเลือกบริโภคอาหารต่างประเทศ					82
7. การเลือกบริโภคผลไม้ไทย					83
8. การเลือกบริโภคผลไม้ต่างประเทศ					84
9. การเลือกบริโภคเครื่องดื่มที่ผลิตในไทย					85
10. การเลือกบริโภคเครื่องดื่มที่ผลิตในต่างประเทศ					86

ถ้าท่านมีโอกาสได้เข้าร่วมในกิจกรรมหลักทั้ง ๑ ประเภทของโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์

ท่านคิดว่ากิจกรรมใดที่ท่านจะตัดสินใจเข้าร่วมเป็นอันดับก่อนและหลัง (โดยเรียงจากมากไปหาน้อย 5 อันดับ)

- ก. "อะเมซิ่ง ซีโอปิ้ง ทหาราโดส" คือการจัด "ถนนซีโอปิ้ง" และการที่ห้างสรรพสินค้าชั้นนำจัดลดราคาจัดร่มในหาร
- ข. "อะเมซิ่ง เทสต์ ออฟ ไทยแลนด์" คือการจัดงานเทศกาลรวมอาหารไทยที่อร่อยที่สุด
- ค. "อะเมซิ่ง อาร์ต แอนด์ ไลฟ์สไตล์" คือการนำเสนอศิลปวัฒนธรรมไทยและวิถีชีวิตของชุมชนพื้นบ้านซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และสื่อให้เห็นถึงการสืบทอดทางศิลปวัฒนธรรม
- ง. "อะเมซิ่ง ไทยสปอร์ต แอนด์ เอนเทอร์เทนเมนต์" คือการเสนอความบันเทิงตั้งแต่กีฬาพื้นบ้านไปจนถึง เอเชียนเกมส์
- จ. "อะเมซิ่ง เวิลด์ เฮอริเทจ" คือการนำชมสถานที่ต่าง ๆ ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก
- ฉ. "อะเมซิ่ง เนเชอรัล เฮอริเทจ" คือการนำชมท่านไปสัมผัสกับมรดกทางธรรมชาติอันเป็นทรัพยากรตกทอดมาตั้งแต่บรรพบุรุษ รวมถึงผืนป่า ภูเขา ต้นน้ำลำธาร พันธุ์พืชและพันธุ์สัตว์ป่าที่หาชมได้ยาก
- ช. "อะเมซิ่ง คัลเจอร์ล เฮอริเทจ" คือการนำชมแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์ ยุคก่อนประวัติศาสตร์ นคร และเมืองโบราณต่าง ๆ
- ซ. "อะเมซิ่ง อะกรีคัลเจอร์ล เฮอริเทจ" คือ การนำชมการเกษตรของไทย ซึ่งรวมถึง สวนผลไม้ สมุนไพร สวนเกษตรของโครงการหลวง และการทำนาเกลือ
- ณ. "อะเมซิ่ง เกดเวย์" คือการท่องเที่ยวไปตามเส้นทางของไทยที่เป็นประตูสำคัญที่เชื่อมโยงไปสู่ประเทศเพื่อนบ้านโดยรอบ เช่น เส้นทางคอนโดจากหาดใหญ่ - ยะลา - นราธิวาส ไป มาเลเซีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ เป็นต้น



ตอนที่ 7

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง (กรุณาทำทุกข้อ)

ท่านเคยได้อ่าน / ได้ฟัง / ได้เห็น ข้อความต่อไปนี้หรือไม่ และจากสื่อใด

ข้อความ	ไม่เคย	เคย													
		โทรทัศน์วิทยุหนังสือพิมพ์	นิตยสารหัวไป	นิตยสารกินสี	นิตยสารสวัสดี	โปสเตอร์	สติ๊กเกอร์	แผ่นพับ	จุลสาร	ป้ายโฆษณา	วิดีโอ	ซีดีรอม	ตู้ไฟฟ้ออน	อินเตอร์เน็ต	เจ้าหน้าที่ในโครงการฯ
1. amazing THAILAND 1998-1999															
2. เจ้าบ้านที่ดี															
3. อะเมซิงไทยแลนด์แกรนด์เซลล amazing THAILAND GRAND SALE															
4. คนตรีประกอบอะเมซิงไทยแลนด์															
5. สัญลักษณ์สายเส้นควดดา															

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ข

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒**  
**Amazing Thailand 1998-1999**



### หลักการและเหตุผล

เนื่องจากโอกาสพิเศษ 2 ประการ คือการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 ในปี 2541 และวโรกาสพระชนมพรรษาครบ 6 รอบ ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในปี 2542 คณะรัฐมนตรีในคราวประชุม วันที่ 17 เมษายน 2540 จึงได้อนุมัติการจัดงานปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (Amazing Thailand 1998-1999) ขึ้น เพื่อรณรงค์ให้มีการเดินทางมาเยือนประเทศไทยอีกครั้งหนึ่ง หลังจากที่เคยประสบความสำเร็จมาแล้วในการจัดงาน Visit Thailand Year ในปี 2530

และเนื่องจากปัจจุบันประเทศต่าง ๆ ได้มีการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและเป็นคู่แข่งของไทยมากขึ้น ดังนั้น ปัจจัยประการสำคัญที่จะให้การรณรงค์ครั้งนี้ประสบความสำเร็จ นอกจากการแก้ไข ปัญหาเร่งด่วนอันเป็นอุปสรรคด้านการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยประสบอยู่ในปัจจุบันแล้ว จะต้องมีความร่วมมือจากทุกฝ่ายทั้งประชาชน สื่อมวลชนทุกสาขา หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่จะทำให้งิจกรรมที่จะเกิดขึ้นในช่วง 2 ปีดังกล่าว มีความสอดคล้องและสามารถนำเสนอสิ่งที่น่าสนใจที่มีเอกลักษณ์และมีความแตกต่างอย่างชัดเจนจากประเทศคู่แข่ง

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อรณรงค์ส่งเสริมการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ครั้งที่ 13 ในปลายปี 2541 และร่วมเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ในพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา ครบ 6 รอบ ในปี 2542
2. เพื่อยกระดับคุณภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและใช้เป็นปัจจัยเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวทั่วทุกภูมิภาคเพิ่มมากยิ่งขึ้น
3. เพื่อเผยแพร่ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ คู่คุณค่าต่อการมาท่องเที่ยว
4. เพื่อให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงความสำคัญและใช้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นผลดีต่อการพัฒนาการทางเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. มีจำนวนนักท่องเที่ยวคุณภาพจากตลาดเป้าหมายหลักเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น มีวันพักนานวันและนำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศมากขึ้น
- กล่าวคือในตลอดช่วง 2 ปี (2541-2542) จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้ามาอย่างน้อย 17 ล้านคน นำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยกว่า 600,000 ล้านบาท และให้มีคนไทยเดินทาง

ท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างน้อย 122 ล้านครั้ง ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนในประเทศอย่างน้อย 415,000 ล้านบาท

2. ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ มีความน่าสนใจและคุ้มค่าต่อการมาท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม

3. ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงความสำคัญและใช้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นผลดีต่อการพัฒนาการทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

### แนวทางการดำเนินงาน

1. จัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลการดำเนินงานของปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (Amazing Thailand 1998-1999) 3 ระดับ คือ

1.1 คณะกรรมการดำเนินงานปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (Amazing Thailand 1998-1999)

เป็นคณะกรรมการระดับชาติ โดยรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน และผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นกรรมการและเลขานุการ ประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานราชการ องค์กรเอกชน สถาบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยและสายการบิน ให้มีการรายงานตรงต่อนายกรัฐมนตรีเป็นการประจำ

1.2 คณะอนุกรรมการในระดับปฏิบัติ 3 คณะ ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นประธาน และประธานสถาบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยเป็นประธานร่วม ดังนี้

1.2.1 คณะอนุกรรมการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (Amazing Thailand 1998-1999) ผู้อำนวยการฝ่ายวางแผนโครงการและพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นอนุกรรมการและเลขานุการ ทำหน้าที่พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยว การบริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

1.2.2 คณะอนุกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (Amazing Thailand 1998-1999) ผู้อำนวยการฝ่ายบริการการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นอนุกรรมการและเลขานุการ ทำหน้าที่เผยแพร่โครงการและกิจกรรมไปยังนักท่องเที่ยวในต่างประเทศ และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในต่างประเทศ เพื่อให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทยมากขึ้น

1.2.3 คณะอนุกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (Amazing Thailand 1998-1999) ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นอนุกรรมการและเลขานุการ ทำหน้าที่เผยแพร่โครงการและกิจกรรมไปยังนักท่องเที่ยวคนไทยและชาวต่างประเทศที่พำนักในประเทศไทย เพื่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น

1.3 **ผู้จัดการโครงการ (Project Manager)** โดยรองผู้ว่าการฝ่ายวางแผนและพัฒนา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นประธาน ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ ททท. ทำหน้าที่ประสานงานและติดตามการดำเนินงานและเป็นศูนย์ข้อมูลการรณรงค์ครั้งนี้

## 2. การดำเนินงาน

การรณรงค์ปี Amazing Thailand 1998-1999 จะเป็นการนำเสนอการท่องเที่ยวประเทศไทยในรูปแบบและสีสันที่แปลกใหม่กว่าที่ผ่านมา เพื่อให้เกิดความน่าสนใจและพิเศษโดดเด่นกว่าประเทศเพื่อนบ้าน จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง

เพื่อใช้งบประมาณให้เกิดประโยชน์สูงสุด จะดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวที่พิจารณาว่ามีศักยภาพ 40 ประเทศ ในภูมิภาคเอเชีย ยุโรป อเมริกา อเมริกาใต้และแอฟริกาใต้ โดยจะให้ความสำคัญกับประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเป็นอันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น ไต้หวัน เกาหลี จีน ฮองกง สิงคโปร์ อินโดนีเซีย นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป ได้แก่ เยอรมนี อังกฤษ ฝรั่งเศส อิตาลี สแกนดิเนเวีย ยุโรปตะวันออก ภูมิภาคอเมริกา ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา ภูมิภาคอเมริกาใต้จะเน้นบราซิล และภูมิภาคแอฟริกาใต้ จะดำเนินการไปยังประเทศแอฟริกาใต้โดยในจำนวนนักท่องเที่ยวเหล่านั้น ก็จะมุ่งเน้นไปยังกลุ่มตลาดเฉพาะที่มีศักยภาพสูงในแต่ละประเทศ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเยาวชน กลุ่มสตรี กลุ่มชนิมนุญ กลุ่มประชุมสัมมนา เป็นต้น

นอกจากนี้ จะเผยแพร่ไปยังนักท่องเที่ยวชาวไทยในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ

กิจกรรมที่ ททท. ร่วมกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง สถาบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และบริษัทการบินไทย ได้ร่วมเตรียมงานและเสนอขอความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะแบ่งเป็น 2 ส่วนหลัก ๆ คือ การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและการเผยแพร่กิจกรรมนั้นไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

1) **การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว** จะเน้นกิจกรรมที่มีความน่าสนใจเป็นพิเศษ โดยจะมีกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริมตลอดช่วง 2 ปี 2541-2542 ทั้งในกรุงเทพฯ และภูมิภาค จะดำเนินงานควบคู่ไปกับการพัฒนาบริการสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่การเดินทางท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม แบ่งกิจกรรมเป็น 3 กลุ่ม คือ

1.1) กิจกรรมสำคัญที่อยู่ในระหว่างการกราบบังคมทูลขอพระราชทานพระบรมราชานุญาต คือ การจัดงานพระราชพิธีเสด็จพระราชดำเนินโดยขบวนพยุหยาตราชลมารค ซึ่งเป็นกิจกรรมสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์และคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมไทยที่ไม่สามารถหาชมได้ ณ ที่ใดใดในโลก

1.2) ในช่วงของการรณรงค์หน่วยงานต่าง ๆ จะพัฒนากิจกรรมของตนเองที่มีการจัดเป็นประจำอยู่แล้วให้มีความน่าสนใจมากขึ้น เพื่อให้กิจกรรมมีความต่อเนื่องและกระจายความน่าสนใจไปทั่วทั้งประเทศ เช่น กิจกรรมงานประเพณีในท้องถิ่น จังหวัดต่าง ๆ การแสดงกิจกรรมดนตรี โดยกรุงเทพมหานคร เป็นต้น

1.3) นอกจากนี้ เพื่อให้มีจุดเด่นในช่วงต่าง ๆ ตลอดทั้งปี หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะร่วมกันจัดกิจกรรมพิเศษอย่างน้อยไตรมาสละ 1 กิจกรรม เช่น มหกรรมดนตรีร่วมสมัย มหกรรมกีฬา การแสดงนิทรรศการศิลปะอาเซียน เทศกาลศิลปะพื้นบ้าน เป็นต้น สำหรับกิจกรรมที่มีการเตรียมงานไปแล้วบางส่วนเพื่อที่จะให้ดำเนินการได้ทันช่วงการเริ่มต้นปี Amazing Thailand 1998-1999 ได้แก่

- **กิจกรรมการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นแหล่งซื้อสินค้า** โดยห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้าชั้นนำในกรุงเทพฯ และเมืองหลักทางการท่องเที่ยวจะจัดรายการลดราคาสินค้าครั้งใหญ่ปีละ 2 ครั้ง ในช่วงเดือนมิถุนายน และพฤศจิกายน ของปี 2541 และ 2542 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและคนไทยจะมีโอกาสได้ซื้อสินค้าคุณภาพดีในราคาพิเศษ และจะทำให้เกิดการกระจายรายได้ไปทุกภูมิภาค บริการพิเศษที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ เช่น การได้รับบัตร Tourist Privilege Card เพื่อใช้เป็นส่วนลดในการซื้อสินค้า การบริการรับ-ส่งสินค้าและบริการที่จอดรถ การจัดพนักงานหรือแคาน์เตอร์เพื่อต้อนรับเป็นการเฉพาะ เป็นต้น

ททท.ร่วมกับกรมส่งเสริมการส่งออกจะเปิดตัวกิจกรรมนี้โดยการจัดรายการ Shopping Street ในเดือนพฤศจิกายน 2540 นี้ ที่กรุงเทพฯ ในพื้นที่ตั้งแต่แยกราชดำริจนถึงบริเวณศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์

นอกจากนี้ ททท.ยังได้ร่วมกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิจารณาเลือกหมู่บ้านหัตถกรรมในจังหวัดสำคัญ ๆ โดยจะจัดกิจกรรมส่งเสริมงานหัตถกรรมพื้นบ้านผนวกกับกิจกรรมงานประเพณีประจำปีของจังหวัด เพื่อเพิ่มความหลากหลายแก่การส่งเสริมการค้าในประเศไทยให้ครอบคลุมทั่วทุกภาค

- **กิจกรรมการส่งเสริมอาหารไทย** เนื่องจากอาหารไทยมีข้อได้เปรียบคือประกอบด้วยสมุนไพรที่มีคุณค่าต่อสุขภาพ มีความหลากหลายและมีเอกลักษณ์ในแต่ละท้องถิ่น ปัจจุบันอาหารไทยได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงไปทั่วโลก จนอาจกล่าวได้ว่าอาหารไทยเปรียบเสมือนตัวแทนสำคัญในการเผยแพร่วัฒนธรรมและภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศในตลอดช่วงที่ผ่านมา จึงได้พิจารณาว่าการส่งเสริมอาหารไทยน่าจะเป็นกิจกรรมหนึ่งที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ กิจกรรมที่จะจัดขึ้นเป็นพิเศษ ได้แก่ การจัดหลักสูตรสอนอาหารไทยในโรงแรม การจัดเทศกาลอาหารไทยให้ยิ่งใหญ่ มีการเชิญสื่อมวลชน ผู้ประกอบอาหารและบริษัทนำเที่ยวชั้นนำทั่วโลก มาร่วมงานเทศกาลและร่วมประชุมสัมมนาเกี่ยวกับคุณค่าของอาหารไทย เพื่อนำไปเผยแพร่อีกต่อหนึ่ง และร้านอาหารไทยในต่างประเทศจากกว่า 4,000 แห่งทั่วโลก จะจัดรายการชิงรางวัลตัวแทนทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในช่วงของการจัดกิจกรรมนี้เป็นต้น

- **รายการนำเที่ยวพิเศษ** นอกจากกิจกรรมดังกล่าวแล้ว ททท.ยังได้ร่วมกับบริษัทนำเที่ยว โรงแรมและสายการบินจัด รายการนำเที่ยวพิเศษ เรียกว่า *Amazing Thailand Tour Programme* ซึ่งจะประกอบด้วยรายการนำเที่ยวที่หลากหลายรูป

แบบและการบริการที่พิเศษกว่าที่ผ่านมา มีความสะดวกแก่การที่บริษัทนำเที่ยวจะนำไปขาย และตรงตามความต้องการสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม เช่น Amazing Taste of Thailand จะเป็นการแนะนำอาหารไทย ผลไม้ไทย หรือการอบรมหลักสูตรการทำอาหารไทย พร้อมให้ใบประกาศเกียรติคุณ Amazing Thai Boxing จะเป็นการนำชมค่ายมวยไทย ร่วมฝึกซ้อม และชมการแข่งขันจากสนามจริง Amazing Tropical Thai Fruit จะเป็นการนำชมและรับประทานผลไม้ไทย ณ สวนผลไม้เป็นต้น

2) การดำเนินงานเผยแพร่กิจกรรมดังกล่าวไปยังนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศนั้น ขณะนี้ได้มีการผลิตสัญลักษณ์เผยแพร่ปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ หรือปี Amazing Thailand 1998-1999 ในรูปแบบที่ทันสมัยและน่าสนใจ และเริ่มเผยแพร่ในต่างประเทศแล้ว วิธีการในการเผยแพร่ ได้แก่

- จัดทำบทความ สปอตโฆษณา ทางสิ่งพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์ ในสื่อท้องถิ่นและสื่อที่มีการเผยแพร่ทั่วโลก เช่น CNN, STAR TV, Internet โดยจะพัฒนารูปแบบการนำเสนอที่ทันสมัยและดึงดูดใจกว่าที่ผ่านมา สำหรับในประเทศจะจัดทำบทความเผยแพร่ทางหนังสือพิมพ์ นิตยสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ จัดทำสปอตโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ ร่วมมือกับรายการวิทยุที่ได้รับความนิยมจัดรายการรณรงค์ให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถร่วมโฆษณากับ ททท. ได้ในสัดส่วน 70:30
- การประชาสัมพันธ์ โดยจัดงานแถลงข่าวเป็นการประจำ การเผยแพร่บทความเพื่อสร้างภาพลักษณ์และความเข้าใจที่ดีในประชาชนและผู้ประกอบการในประเทศ เพื่อให้เกิดความร่วมมือกันในการเป็นเจ้าของบ้านที่ดี และการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดีในขณะเดียวกัน รวมทั้งจะได้เชิญนักเขียนและบริษัทนำเที่ยวจากต่างประเทศมาทัศนศึกษาเยี่ยมชมกิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้นในประเทศไทย เพื่อนำไปเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย
- การผลิตโปสเตอร์ แผ่นพับ แผ่นที่ วิดีโอ สไลด์ และวัสดุสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ที่จะเป็นเครื่องมือแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยในการเผยแพร่ปี Amazing Thailand 1998-1999 โดยการผลิตจะเป็นไปในแนวทางและรูปแบบที่สอดคล้องกัน เพื่อให้สามารถปรับใช้ได้ในวาระต่าง ๆ
- การเข้าร่วมงานส่งเสริมการขายที่จัดเป็นประจำปีในต่างประเทศ เช่น งาน World Travel Mart ที่ลอนดอน, งาน ITB ที่เบอร์ลิน การจัด Road Show สัมมนาโดยจะนำบริษัทนำเที่ยว โรงแรม สายการบิน ไปพบปะและเจรจาธุรกิจกับผู้ประกอบการต่างประเทศในตลาดหลักที่สำคัญ

นอกจากนี้จะเผยแพร่ผ่านกิจกรรมอื่น ๆ ที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ เช่น งานแสดงสินค้าไทยในต่างประเทศ งานหมอนม่นักเรือนไทย เป็นต้น รวมทั้งจะ

นำบริษัทนำเที่ยว โรงแรม สายการบิน ไปพบปะและเจรจาธุรกิจกับผู้ประกอบการ  
ต่างประเทศในตลาดหลักที่สำคัญ

นอกจากนี้ จะเผยแพร่ผ่านกิจกรรมอื่น ๆ ที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งใน  
และต่างประเทศ เช่น งานแสดงสินค้าไทยในต่างประเทศ งานชุมนุมนักเรียนไทย เป็นต้น รวมทั้งจะ  
ดำเนินงานผ่านเครือข่ายที่ทุกหน่วยงานดูแลอยู่ ตัวอย่างที่เป็นรูปธรรม ได้แก่ การเผยแพร่ในนิตย  
สารบนเครื่องบิน การจัดแคมเปญให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวตามสถานีรถไฟ สถานีขนส่งและ  
สนามบิน การตกแต่งตู้ขบวนรถไฟ/รถเมย์/เครื่องบินด้วยโลโก้ Amazing Thailand 1998-1999  
การจัดรถเมย์สำหรับนักท่องเที่ยว การให้บริการรถเช่าในราคาพิเศษ การเผยแพร่โดยตู้ไฟโฆษณา  
การจัดตัวโดยสารรถทัวร์/รถไฟ/เครื่องบินราคาพิเศษ เป็นต้น

ความร่วมมือร่วมใจจากทุกหน่วยงานที่ทำงานภายใต้โครงสร้างของคณะกรรมการ  
อนุกรรมการ คณะทำงาน บรรดาสีอมวลชนทุกสาขา หน่วยงานราชการ ภาคธุรกิจเอกชน และ  
ประชาชนชาวไทยทั่วประเทศ จะเตรียมความพร้อมเพื่อที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยอัธยาศัยไมตรี  
และให้เกิดความประทับใจที่ดีในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย เนื่องในโอกาสพิเศษในปีท่องเที่ยว  
ไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ หรือ Amazing Thailand 1998-1999 ครั้งนี้

แนวทางความร่วมมือในการรณรงค์ปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒

(Amazing Thailand 1998-1999)

1. เผยแพร่สัญลักษณ์และข้อมูลปีท่องเที่ยวไทยในสื่อหรือกิจกรรมของหน่วยงานในทุก  
โอกาส ได้แก่

- หัวจดหมาย
- ซองจดหมาย
- Internet Homepage
- ของที่ระลึก
- การประชุมสัมมนาหรือกิจกรรมอื่น ๆ

ฯลฯ

2. การพัฒนากิจกรรมที่แต่ละหน่วยงานดำเนินงานอยู่ให้มีความน่าสนใจมากขึ้น และ  
สนับสนุนการรณรงค์ปีท่องเที่ยวไทย

3. การสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ขึ้นเป็นพิเศษสำหรับการรณรงค์ครั้งนี้ โดยอาจร่วมกับหน่วย  
งานอื่น ๆ ในการดำเนินงานหรืองบประมาณสนับสนุน



## สรุปความร่วมมือ 3 ประเด็นจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

สำหรับความร่วมมือในข้อ 2 และ 3 ที่หน่วยงานต่าง ๆ อาจพิจารณาดำเนินการ ได้แก่

หน่วยงาน	ความร่วมมือ
<p><b>1. ภาครัฐ</b> ( GOVERNMENT SECTOR )</p> <p><b>1.1 กระทรวงกลาโหม</b></p> <p><b>1.2 กระทรวงมหาดไทย</b></p>	<p>- ปรับปรุงอาคารที่ทำการของกระทรวงกลาโหม (ตรงข้ามวัดพระศรีรัตนศาสดาราม) บูรณะเป็นหอศิลปะร่วมสมัย รวบรวมภาพฝีพระหัตถ์ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลปัจจุบัน และข้าราชการระดับผู้บริหารประเทศไทยในแต่ละยุคสมัยที่ผ่านมา ทั้งนี้เพื่อร่วมเฉลิมฉลองในงานเฉลิมพระชนมพรรษาครบ 6 รอบ ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลปัจจุบัน</p> <p>1. ดูแลความสงบเรียบร้อยภายในประเทศ โดยเฉพาะการดูแลด้านความปลอดภัย ให้แก่นักท่องเที่ยว อาจเน้นในแนวทางที่เคยประสบผลสำเร็จเป็นอย่างดีมาแล้ว ในปีท่องเที่ยวไทย 2530 กล่าวคือ การดำเนินงานในสายงานของกรมตำรวจได้มีการ ประกอบกำลังอย่างสอดคล้องรองรับเป็นเครือข่าย ครอบคลุมไว้ทุกพื้นที่ที่ทั่วราชอาณาจักร ได้แก่ การมอบหมายให้กองบัญชาการตำรวจนครบาล ดูแลรับผิดชอบในเขต กรุงเทพมหานคร เมื่อนักท่องเที่ยวอยู่ระหว่างการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวในต่าง ๆ ก็ให้กองบังคับการตำรวจทางหลวงดูแลรับผิดชอบ เมื่อออกจากเขตทางหลวงก็มอบให้กองบัญชาการตำรวจภูธร 1-4 ดูแลรับผิดชอบ</p> <p>ในกรณีนักท่องเที่ยวเดินทางทางรถไฟ ก็ให้กองบังคับการตำรวจรถไฟดูแล รับผิดชอบ หากไปท่องเที่ยวทางน้ำ ก็ให้กองบังคับการตำรวจน้ำดูแลรับผิดชอบ สำหรับ กรณีทัวร์ป่าก็ขอให้กองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดนช่วยดูแลคุ้มครองด้วย นอกจากนี้ หากมีเหตุการณ์เกิดขึ้นและกองกำลังภาคพื้นดินเข้าไปยังจุดเกิดเหตุ ไม่สะดวก กองบิน กรมตำรวจก็เตรียมพร้อมให้การสนับสนุนได้</p> <p>ในสายงานของฝ่ายปกครองก็ได้มอบหมายให้ผู้ว่าราชการจังหวัด นายอำเภอ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน จัดให้มีมาตรการคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวร่วมกับ ข้าราชการของตำรวจด้วย</p> <p>2. ประสานงานการกำหนดระเบียบพิธีการเข้าเมืองแก่นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ให้ได้รับสิทธิเข้าเมืองโดยไม่ต้องขอวีซ่าเพิ่มเติม</p> <p>3. ประสานงานอำนวยความสะดวก ณ ด้านตรวจคนเข้าเมือง</p> <p>4. จัดระเบียบควบคุมปัญหาความเสียหายของสภาพแวดล้อมที่เกิดจากการบุกรุกที่ สาธารณประโยชน์ในบริเวณ แหล่งท่องเที่ยว</p>

หน่วยงาน	ความร่วมมือ
	<p>5. ประสานงานกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักงบประมาณในการแก้ไขการบริหารและการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยกระจายอำนาจให้องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นดูแลรับผิดชอบ</p> <p>6. เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ปี AMAZING THAILAND 1998-1999 ไปยังหน่วยงานภายใต้สังกัดในจังหวัดต่าง ๆ ในส่วนภูมิภาค โดยการประชุมที่จัดเป็นการประจำและการกระจายข่าวเสียงตามสาย</p> <p>6.1 ระดับสายงานปกติ ให้พิจารณากิจกรรมที่มีอยู่แล้วในปัจจุบันที่สามารถสนับสนุนปี AMAZING THAILAND 1998-1999 และควรมีการเพิ่มคุณค่าและสีสันให้กับกิจกรรมดังกล่าว เช่น จัดให้มีการประกวดร้องเพลง, การประกวดการทำของที่ระลึก เป็นต้น</p> <p>6.2 การสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ ๆ ขึ้นเป็นพิเศษ โดยเฉพาะในจังหวัดหลักทางการท่องเที่ยว</p> <p>7. การรณรงค์ในกลุ่มประชาชนทั่วไป ในการเป็นเจ้าภาพที่ดีในปี AMAZING THAILAND 1998-1999 การปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนไทยทุกคนเห็นความสำคัญทางการท่องเที่ยวในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของประเทศในปัจจุบัน</p> <p>8. รณรงค์ให้ประชาชนและองค์กรในท้องถิ่นรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบของอาคารสถานที่ในช่วงปี AMAZING THAILAND 1998-1999</p> <p>9. สำนักนโยบายและแผนกระทรวงมหาดไทยพิจารณาแก่นักวิชาการวิชาชีพเครื่องหมายสัญลักษณ์และข้อความเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ หรือ AMAZING THAILAND 1998-1999 เพื่อให้หน่วยงาน/องค์กรต่าง ๆ สนใจเข้าร่วมในการเผยแพร่ครั้งนี้ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น</p>
1.3 กระทรวงอุตสาหกรรม	<p>1. ดูแลกำหนดมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรม รวมถึงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่จำหน่ายปลีกในราชอาณาจักรให้มีมาตรฐาน เพื่อส่งเสริมการส่งออกและสร้างภาพลักษณ์ทางบวกแก่ประเทศไทย</p> <p>2. ส่งเสริมให้โรงงานจัดให้มี outlet เพื่อจำหน่ายสินค้าราคาโรงงาน พร้อมกับจัดรายการนำชมโรงงานแก่กลุ่มผู้สนใจพิเศษเฉพาะด้านตามความเหมาะสม</p> <p>3. ประสานความร่วมมือกับภาคเอกชนให้เกิดความร่วมมือในการสร้างสรรค์ของที่ระลึกต่าง ๆ ซึ่งอาจจะก้าวไปเป็นแหล่งผลิตสินค้าของที่ระลึกแก่ประเทศต่าง ๆ ได้ในอนาคต</p> <p>4. ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าไทยในต่างประเทศให้มีการเผยแพร่สัญลักษณ์และข้อมูลปี AMAZING THAILAND 1998-1999</p>

หน่วยงาน	ความร่วมมือ
1.4 กระทรวงพาณิชย์	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ควบคุมราคาสินค้าให้เหมาะสมกับคุณภาพ</li> <li>2. สนับสนุนให้มีศูนย์การค้าจำหน่ายสินค้าตามเมืองท่าหรือเมืองชายแดนที่นักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านจะเดินทางเข้ามาซื้อสินค้าได้สะดวก</li> <li>3. กรมส่งเสริมการค้าส่งออกสนับสนุนการจัดงาน THAILAND GRAND SALE ในวันที่ 14-15 ธันวาคม 2540 ซึ่งจะเป็นกิจกรรมสำคัญนำสู่งานเปิดตัวปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (AMAZING THAILAND 1998-1999) และจัดงาน National Sale ในช่วงเดือนมิถุนายนและพฤศจิกายนของปี 2541-2542 เพื่อรณรงค์ให้ประเทศไทย เป็น AMAZING SHOPPING PARADISE</li> <li>4. สนับสนุนการผลิตอุปกรณ์กีฬา ของที่ระลึก อุปกรณ์ตกแต่งร้านอาหารไทยในต่างประเทศ</li> </ol>
1.5 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ส่งเสริมให้สวนผลไม้เข้าร่วมมีลในโครงการ Agro-tourism</li> <li>2. ประสานงานกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโครงการ "Thai Food"</li> <li>3. ควบคุมมาตรฐานสินค้าการเกษตร</li> <li>4. พิจารณากำหนดให้มีมาตรการควบคุมปริมาณไม้ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวในเขตอุทยานมากเกินไปจนขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ เนื่องจากจะก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของพื้นที่</li> </ol>
1.6 กระทรวงศึกษาธิการ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สนับสนุนการจัดทัศนศึกษาออกสถานที่ของนักเรียนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้การสร้างสมประสบการณ์ เกิดความรักรักความเข้าใจ ความภาคภูมิใจ และมีความห่วงแหนช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรมรดกของแผ่นดินสืบไป</li> <li>2. ประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการปรับปรุงและบูรณะแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม</li> <li>3. กรมศิลปากรผลิตการแสดงสำหรับการรณรงค์ปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ หรือ (AMAZING THAILAND 1998-1999) เป็นการเฉพาะสำหรับใช้แสดงในโอกาสพิเศษต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ โดยเน้นการแสดงที่ผสมผสานระหว่างศิลปะร่วมสมัยและศิลปะดั้งเดิม</li> <li>4. กรมศิลปากรจัดแสดงมหัศจรรย์ในวันเปิดงานปีท่องเที่ยวไทยในสัปดาห์แรกของเดือนมกราคม 2541 รวมทั้งการประกวดคอนนักเรียน นักศึกษา</li> <li>5. กรมศิลปากรจัดทำบัตรเข้าชมพิพิธภัณฑ์ทั่วประเทศให้มีสัญลักษณ์ปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ AMAZING THAILAND 1998-1999</li> </ol>

หน่วยงาน	ความร่วมมือ
1.7 กระทรวงการคลัง	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เร่งรัดมาตรการการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว</li> <li>2. พิจารณาให้บริการอำนวยความสะดวกด้านระเบียบพิธีการศุลกากรแก่ธุรกิจการจัดประชุม สัมมนาและการจัดนิทรรศการ เพื่อใช้เป็นจุดขายในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาจัดในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น</li> <li>3. ประสานงานสนับสนุนด้านงบประมาณและสถานที่ในการสร้างศูนย์ประชุมนานาชาติ</li> <li>4. สนับสนุนงบประมาณเป็นพิเศษแก่หน่วยงานที่มีการดำเนินงานกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (Amazing Thailand 1998-1999)</li> </ol>
1.8 กระทรวงการต่างประเทศ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ให้บริการอำนวยความสะดวกในการออกวีซ่าแก่นักท่องเที่ยว</li> <li>2. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (Amazing Thailand 1998-1999) ในเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ของสถานทูต สถานกงสุลไทย ในต่างประเทศ และกิจกรรมที่จัดเป็นการประจำ</li> <li>3. ช่วยสนับสนุนเชิญชวนให้เกิดการจัดกิจกรรมการประชุมนานาชาติภายในประเทศไทย</li> </ol>
1.9 กระทรวงคมนาคม	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ให้บริการอำนวยความสะดวกด้านการคมนาคมในประเทศ ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ เพื่อก่อให้เกิดความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยว</li> <li>2. กำหนดนโยบายการบินพาณิชย์ที่เปิดกว้างกว่าเดิมและสนับสนุนการเปิดเส้นทางโดยการเช่าเหมาลำ (Charterflight) จากตลาดหลักต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาคนี้อย่างแท้จริง</li> <li>3. สนับสนุนสายการบินสายที่ 2 ให้เปิดบริการได้โดยเร็ว</li> <li>4. สนับสนุนการซื้อเครื่องบินที่ทันสมัยเพื่อให้สามารถขยายการให้บริการตามสิทธิการบินได้มากยิ่งขึ้น</li> <li>5. ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมวางแผนแก้ไขปัญหารถจราจร รวมทั้งปรับปรุงถนนให้ได้มาตรฐานในลักษณะทางคู่ เพื่อให้การเดินทางเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็วและปลอดภัย</li> </ol>
1.10 การทำอากาศยานแห่งประเทศไทย	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. จัดให้มีการตกแต่งอาคารทำอากาศยานนานาชาติ เพื่อเป็นการต้อนรับและสนับสนุนประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (Amazing Thailand 1998-1999) เช่น Light Box, Flag, Banner ต่าง ๆ</li> <li>2. ให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการใช้สนามบินเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็วและปลอดภัย</li> </ol>

หน่วยงาน	ความร่วมมือ
	<p>3. จัดระเบียบการบริการขนส่งสาธารณะเข้าเมืองจากท่าอากาศยานให้มีความสะดวกเพิ่มมากยิ่งขึ้น</p> <p>4. ปรับปรุง Kiosk ภายในสนามบินให้ทันสมัย มีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตรวจคนเข้าเมืองและเผยแพร่สัญลักษณ์ ปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (AMAZING THAILAND 1998-1999) ใน Coner Page</p> <p>5. เผยแพร่วิดีโอสปอตโฆษณาของททท./ Ad โฆษณ/โปสเตอร์ หรือข้อความประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ AMAZING THAILAND 1998-1999 ในเรื่องภายในท่าอากาศยานทั้งหมด เช่น VDO Wall, ตู้ไฟโฆษณา, ลักขรวิ้ง</p> <p>6. จัดพื้นที่สำหรับติดตั้งเคาน์เตอร์ให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวปี AMAZING THAILAND 1998-1999</p> <p>7. ตกแต่งร้านค้าปลอดอากรและมี Special Offer แก่ลูกค้าที่ซื้อของในเงื่อนไขต่าง ๆ</p>
1.11 การรถไฟแห่งประเทศไทย	<p>1. จัดระเบียบรถไฟในเรื่องต่าง ๆ เช่น ความสะอาด ปลอดภัย ตารางเวลาการเดินทาง การสำรองที่นั่งล่วงหน้า เป็นต้น เพื่อก่อให้เกิดความเชื่อถือต่อการเดินทางโดยรถไฟ</p> <p>2. ช่วยประชาสัมพันธ์งานปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (Amazing Thailand 1998-1999) เช่น ใช้ Banner, Hanging Logo ตกแต่งตู้ขบวนรถไฟและสถานีรถไฟตามเมืองท่องเที่ยว</p> <p>3. ปรับปรุงการบริการการรถไฟให้ได้ระดับมาตรฐานสากล</p> <p>4. จัดพื้นที่สำหรับเคาน์เตอร์ให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวปีท่องเที่ยวไทย</p> <p>5. รมรงค์การทำความสะดวกรถไฟและสถานีรถไฟหัวลำโพง</p> <p>6. จัดทำ Rail Pass เพื่อเพิ่มการบริการพิเศษแก่นักท่องเที่ยว</p>
1.12 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน	<p>1. สนับสนุนการลงทุนในธุรกิจส่งเสริมการท่องเที่ยว</p> <p>2. ให้กิจกรรมส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศมีการเผยแพร่สัญลักษณ์และข้อมูลปี AMAZING THAILAND 1998-1999</p>
1.13 สำนักพระราชวัง/สำนักพระราชพิธี	- ร่วมมือและให้ความช่วยเหลือในด้านข้อมูลและการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานพระราชพิธี
1.14 สำนักงบประมาณ	- พิจารณาจัดให้มีหมวดงบประมาณเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ เพื่อรองรับสนับสนุนให้หน่วยงานต่าง ๆ สามารถดำเนินการในด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การบริการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวให้ดำเนินไปได้ อย่างมีประสิทธิภาพ

หน่วยงาน	ความร่วมมือ
1.15 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	- สนับสนุนแผนงานของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศและสนับสนุนกิจกรรมปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 (Amazing Thailand 1998-1999)
1.16 กรมประชาสัมพันธ์, องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย, ทวีติชอง 3, สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก-ชอง 5 สถานีวิทยุโทรทัศน์ชอง 7	<p>1. ประชาสัมพันธ์การจัดงานปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (Amazing Thailand 1998-1999) ให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น</p> <p>2. ให้ความร่วมมือกับ ททท. ในการเผยแพร่ สปอตโฆษณาทั้งทางวิทยุและโทรทัศน์ในช่วงเวลาและเวลาที่เหมาะสมให้ครอบคลุมพื้นที่เป้าหมายโดยมีผังรายการที่แน่นอน</p> <p>3. เผยแพร่การณรงค์ผ่านรายการ "Action Holiday" ที่สถานีวิทยุโทรทัศน์ชอง 7 ผลิตให้กับ ททท. ในปี 2540 นี้ โดยมีข้อเสนอแนะเพื่อรักษาความนิยมและการตอบรับจากประชาชนที่ต่อเนื่อง ดังนี้</p> <p>3.1 จัดทำบทคัดย่อ Script ในแต่ละตอน เผยแพร่แก่ผู้เกี่ยวข้องโดยอาจขอรับการสนับสนุนจาก Sponsor ในรูปแบบต่าง ๆ</p> <p>3.2 ในตอนจบของรายการในแต่ละตอน ให้มี "Fastback" เกี่ยวกับรายละเอียดการเดินทางไปแต่ละสถานที่รวมทั้ง ชื่อ และที่อยู่ของบริษัทนำเที่ยว ที่จัดนำเที่ยวไปยังสถานที่เหล่านี้ ซึ่งบริษัทฯ อาจจะเข้าร่วมเป็น Sponsor ของรายการด้วย</p> <p>3.3 ทำให้เรื่องราวการนำเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ในประเทศไทยในรายการนี้ กลายเป็น MAJOR EVENTS</p> <p>3.4 ให้มีการประเมินผลประโยชน์ของรายการต่อสาธารณชนและผู้สนใจทั่วไป</p> <p>3.5 มีวิธีการจูงใจให้ผู้ชมรายการเกิดแรงบันดาลใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวตามรายการที่นำเสนอ</p> <p>3.6 ให้นำเสนอโครงการการจัดรายการในลักษณะเดียวกันนี้สำหรับปี 2541 ภายใต้แนวคิด "Amazing Thai Nature"</p> <p>4. นำเสนอเรื่อง Phatra Marina ซึ่งเป็นธุรกิจท่องเที่ยวที่เน้นเรื่องราวเกี่ยวกับทะเล จัดทำเป็นรายการโทรทัศน์เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณชน</p> <p>5. ส่งเสริมรายการการเล่นเรือแคนูให้แพร่ภาพไปทั่วโลก ภายใต้แนวคิดที่ว่า เมืองไทยเป็นแหล่งสำหรับเล่นเรือแคนูที่มีภูมิทัศน์สวยที่สุดในโลกและสามารถเล่นได้ตลอดทั้งปีโดยไม่มีเงื่อนไขในเรื่องสภาพอากาศ</p> <p>6. จัดกิจกรรมแข่งขันกีฬาที่น่าสนใจและจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น มาราธอน Beach Volleyball, Iron Man Triathlon เป็นต้น และมีการเผยแพร่สัญลักษณ์ปีท่องเที่ยวไทย อาจเผยแพร่เป็น Amazing Sport Events in Thailand และมีการโชว์ตัว</p>

หน่วยงาน	ความร่วมมือ
	<p>นักกีฬาในระดับโลกที่เกี่ยวข้องกับกีฬาแต่ละประเภท นอกจากนี้ อาจร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และขายรายการนำเที่ยว แผนกการมาชมการแข่งขันกีฬาดังกล่าว</p>
<p>1.17 สมาคมนักวิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศไทย</p>	<p>1. ให้ความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (Amazing Thailand 1998-1999)</p> <p>2. ประชาสัมพันธ์การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ครั้งนี้</p>
<p>1.18 สมาพันธ์นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย</p>	<p>- ประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (Amazing Thailand 1998-1998) ไปสู่กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ผ่านทางหนังสือพิมพ์ภาคภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ</p>
<p>1.19 สมาคมนักจัดรายการวิทยุ</p>	<p>- ช่วยประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (Amazing Thailand 1998-1999) โดยการแจ้งให้ผู้ฟังได้ทราบถึงงานในครั้งนี้อย่างต่อเนื่อง ททท. จะนำ SPOT โครงการ AMAZING THAILAND ให้สถานีวิทยุต่าง ๆ ช่วยเผยแพร่</p>
<p>1.20 บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)</p>	<p>1. พัฒนาขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในการเดินทางภายในประเทศในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น การเพิ่มที่นั่ง หรือเที่ยวบินในช่วงเทศกาล</p> <p>2. พัฒนาบริการทั้งด้านประสิทธิภาพของเครื่องบินและบุคลากรให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้ใช้บริการ</p> <p>3. ให้ความร่วมมือในด้านการประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (Amazing Thailand 1998-1999) โดยใช้ Inflight VDO, Inflight magazine หรือการออกแบบ ticket slip holder ให้มี Logo Amazing Thailand เป็นการช่วยประชาสัมพันธ์</p> <p>4. ให้ความร่วมมือในการสร้าง product ทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เช่น การสร้าง Special Package สำหรับปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (Amazing Thailand 1998-1999)</p> <p>5. ให้การสนับสนุนด้านตั๋วเครื่องบินในการทำ Lucky Draw ในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น Thai Food, Home Coming เป็นต้น</p> <p>6. เปิดเส้นทางบินสู่ Destination ใหม่ ๆ ที่จะช่วยสนับสนุนให้ทำอากาศยานกรุงเทพฯ หรือ ทำอากาศยานในภูมิภาค เป็นจุดขนถ่ายผู้โดยสารและสินค้ามากขึ้น</p>
<p>1.21 บริษัทขนส่ง จำกัด</p>	<p>1. พัฒนาด้านบริการการขนส่งในส่วนกลางไปสู่ภูมิภาคและระหว่างภูมิภาคกับภูมิภาค ให้มีความสะดวกและปลอดภัย</p>

หน่วยงาน	ความร่วมมือ
1.22 สภาทอการค้าไทย	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. จัดให้มีการตกแต่งสถานีขนส่งทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยเฉพาะในเมืองหลักทางการท่องเที่ยว เพื่อต้อนรับและช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (Amazing Thailand 1998-1999)</li> <li>3. ร่วมมือกับภาครัฐจัด Tourist Bus ในเส้นทางต่าง ๆ</li> <li>4. จัดตั้งตู้ให้ข้อมูลข่าวสาร, Kiosk ที่สถานีขนส่งกรุงเทพและภูมิภาค</li> <li>5. จัดทำ Bus Pass ให้นักท่องเที่ยวสามารถและท่องเที่ยวระหว่างทางได้ในเวลาที่กำหนดในบัตรโดยสาร</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ให้ความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (Amazing Thailand 1998-1999)</li> <li>2. ให้ความร่วมมือในการจัด Shopping theme และช่วยประสานงานกับห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ทำสินค้าของที่ระลึกในการประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (Amazing Thailand 1998-1999) เช่น T-Shirt, หมวก, ถ้วยกาแฟ, ถุงใส่ของในห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ</li> <li>3. จัดเทศกาลลดราคาสินค้าที่จูงใจนักท่องเที่ยว</li> <li>4. จัดระเบียบดูแลมาตรฐานสินค้าและราคา</li> </ol>
1.23 นายกสมาคมอุตสาหกรรมขนาดย่อม	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ดูแลมาตรฐานสินค้าจากอุตสาหกรรมขนาดย่อม</li> <li>2. ประชาสัมพันธ์มาตรฐานของอัญมณีของประเทศไทย</li> </ol>
1.24 กรุงเทพมหานคร	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. จัดระเบียบกรุงเทพมหานครให้มีขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว</li> <li>2. ร่วมมือในการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (Amazing Thailand 1998-1999) ในกรุงเทพมหานคร เช่น ติด Banner, Hanging หรือ Japanese Flag ตามถนนสายต่าง ๆ โดยไม่ให้ขัดกับทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว</li> <li>3. ร่วมมือกับ ททท. ในการจัดโครงการรณรงค์ต่าง ๆ เช่น Shopping Street, Walking Tour, Klong Tour เป็นต้น</li> <li>4. จัด Information Booth ตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญต่าง ๆ</li> <li>5. ดูแลและพัฒนาแหล่งเสื่อมโทรมและลคมลพิษในกรุงเทพฯ</li> <li>6. ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมตำรวจ, กระทรวงคมนาคม และการทางพิเศษแห่งประเทศไทย จัดระบบระเบียบจราจรในกรุงเทพฯ เพื่อลดปัญหาจราจรและทำให้เกิดความสะดวกสบายและรวดเร็วในการเดินทาง</li> <li>7. สนับสนุนการใช้พื้นที่ในกิจกรรมการรณรงค์ของหน่วยงานต่าง ๆ</li> </ol>



หน่วยงาน	ความร่วมมือ
1.25 สถาบันอุตสาหกรรม- ท่องเที่ยวไทย	<p>8. ร่วมจัดกิจกรรมในพิธีเปิดตัวปีท่องเที่ยวไทย ให้มีความน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ</p> <p>- ประสานงานสมาชิกของสถาบันฯ ในการส่งเสริมและพัฒนาสินค้า/บริการทางการท่องเที่ยว รวมไปถึงการสร้างสินค้าใหม่เป็นรายการนำเที่ยวพิเศษสำหรับปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (Amazing Thailand 1998-1999)</p>
1.26 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ติดตามตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรม</li> <li>2. พัฒนาสินค้า บริการทางการท่องเที่ยว และการตลาดท่องเที่ยว</li> <li>3. ประสานงานสำนักงานการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง</li> <li>4. ประสานงานกับทางภาครัฐและเอกชนเพื่อให้เกิดผลสำเร็จในการดำเนินการปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (Amazing Thailand 1998-1999)</li> </ol>
1.27 ทบวงมหาวิทยาลัย - มหาวิทยาลัยศิลปากร	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ร่วมมือกับ ททท. เป็นหน่วยงานหลักในการจัดงาน Art Festival โดยให้มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเน้นในลักษณะพาณิชย์ศิลป์ จัดขึ้นทุกมุมเมืองทั้งในกรุงเทพฯ ส่วนภูมิภาค รวมทั้งในต่างประเทศ</li> <li>2. ร่วมมือกับ ททท. กรมศิลปากร สำนักงานวัฒนธรรมแห่งชาติจัดงานแสดงศิลปกรรมอาเซียน โดยเชิญผู้แทนจากประเทศสมาชิกร่วมจัดงานศิลปะ งานแสดงทางวัฒนธรรมในประเทศไทย</li> <li>3. ปรับปรุงงานศิลปป็นแห่งชาติซึ่งจัดเป็นประจำทุกปีให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น โดยอาจมีกิจกรรมเสริม เช่น การประกวดภาพเขียนประชาชนทั่วไป</li> <li>4. เชิญศิลปินสาขาต่าง ๆ ร่วมกับ ททท. ออกแบบของที่ระลึกที่น่าสนใจและขายได้</li> <li>5. มีการเผยแพร่ปี Amazing Thailand ในกิจกรรมที่มหาวิทยาลัยมีแผนดำเนินการ เช่น การนำศิลปะร่วมสมัยและทัศนศิลป์ร่วมแสดงในงานเทศกาลไทยในประเทศอินเดีย ในระหว่าง 20 สิงหาคม- 20 กันยายน 2540 เป็นต้น</li> <li>6. การจัดงานแสดงภาพฝีพระหัตถ์ส่วนพระองค์ ในเดือนธันวาคม 2540 เพื่อนำสู่การเปิดตัวปีท่องเที่ยวไทย</li> <li>7. ขอความร่วมมือจากธนาคารต่าง ๆ นำผลงานศิลปะที่สะสมไว้จัดแสดงต่อสาธารณชน อาจร่วมกับการเชิญศิลปินดั่งระดับโลกมาร่วมสร้างงานศิลปะหรือนำผลงานศิลปะมาแสดงในประเทศไทย</li> </ol>

หน่วยงาน	ความร่วมมือ
2. ภาคเอกชน (PRIVATE SECTOR)	- จัดกิจกรรมพิเศษร่วมเฉลิมฉลองปี Amazing Thailand ให้มีความน่าสนใจและเป็นกิจกรรมสำคัญในช่วงรณรงค์ ได้แก่
2.1 SIAM TV & COMMUNICATION CO., Ltd.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มหกรรมแจ๊สนานาชาติ 1998 (Amazing International Jazz Festival '98)</li> <li>2. มหกรรมผืนผ้าแพรวพราวไทยและอัญมณีล้ำค่าสู่สากล (Amazing Thai Silk)</li> <li>3. มหกรรมเทศกาลอาหารเซลล์ชวนชิม</li> <li>4. มหกรรมเดือนสิบสองนักษัตร (Amazing Moonlight in Chao Phraya River)</li> <li>5. มหกรรมเปิดประตูอาเซียนคาราวานทัวร์ (Amazing ASIAN Gateway is Caravan Tour)</li> <li>6. มหกรรมการจับจ่ายในยุค 2000</li> <li>7. มหกรรมดำน้ำนานาชาติ (Amazing 1,000 (Col) leagues under the Sea)</li> <li>8. มหกรรมกอล์ฟยอดเยี่ยม (Amazing Golf Pass in Thailand)</li> <li>9. มหกรรมบันทึกการแสดงสดของศิลปินระดับโลก (Amazing Ray Charles and 5 Superstars Live in Bangkok)</li> <li>10. มหกรรมวัฒนธรรมสี่ภาค</li> </ol>
2.2 Telecom Asia (T.A.)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่สัญลักษณ์และข้อมูลโครงการ Amazing Thailand ผ่านเครือข่ายโทรศัพท์ของ T.A. ทั่วประเทศ และสื่ออื่น ๆ เช่น Commercial Ad. จดหมายตอบรับการใช้บริการโทรศัพท์ จดหมายเวียน แผ่นพับต่าง ๆ และ Website ของ T.A. โดยให้สามารถเชื่อมโยงมายัง Web ของ ททท.</li> <li>2. สร้าง Website สำหรับ Amazing Thailand เป็นการเฉพาะ</li> <li>3. จัดทำระบบ Audiotext ให้ข้อมูล Amazing Thailand และการรับเรื่องร้องเรียนต่าง ๆ ทางโทรศัพท์ตลอด 24 ชั่วโมง</li> <li>4. มีทีมงานรับผิดชอบการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับ Amazing Thailand โดยเฉพาะ</li> <li>5. ประสานงานให้ CNN เสนอเรื่อง Thai Life Style ออกอากาศวันละ 15 นาที ตลอดช่วง 6 เดือน</li> <li>6. จัดทำบัตรโทรศัพท์ Amazing Thailand '99 รูปแบบตอบสนองสำหรับนักสะสม ให้มีการจำหน่ายอย่างน้อย 2,000 ใบ/เดือน</li> <li>7. เผยแพร่ปี Amazing Thailand ในโครงข่ายของ Friend of Thailand ใน Internet ทั่วโลก</li> <li>8. นำเสนอบริษัทเจริญโภคภัณฑ์ซึ่งกำลังเปิดตลาดจีน ให้มีการเผยแพร่ปี Amazing Thailand ไว้ในแผนการดำเนินงานในตลาดจีนด้วย</li> </ol>

หน่วยงาน	ความร่วมมือ
<p>2.3 T.C.C. Real Estate &amp; Development Co.Ltd.</p>	<p>9. กระตุ้นให้หน่วยงาน/บุคคลในวงการสื่อสารแขนงอื่น ๆ ที่มีชื่อเสียงเข้าร่วมในโครงการรณรงค์</p> <p>- ร่วมจัดงาน Art Festival โดยเชิญศิลปินต่างประเทศระดับโลกมาจัดแสดงในประเทศไทย ในช่วงเดียวกันกับการแสดงศิลปะที่จัดขึ้นโดยองค์กรอื่น ๆ และให้เป็นกิจกรรมหลักในช่วงดังกล่าว</p>
<p>2.4 ศูนย์ประชุมแห่งชาติ สิริกิติ์ (N.C.C. Management &amp; Development Co.,Ltd.)</p>	<p>1. เผยแพร่สัญลักษณ์ Amazing Thailand ในจดหมายสิ่งพิมพ์/ Website/ เอกสารประกอบการประชุมงานในต่างประเทศและการตกแต่งอาคารศูนย์ประชุมด้วยสัญลักษณ์นี้</p> <p>2. ให้พื้นที่ใน News letter ของ N.C.C. สำหรับลงเรื่อง Amazing Thailand โดยเฉพาะ</p> <p>3. เผยแพร่การรณรงค์ปี Amazing Thailand ในนิตยสารเที่ยวรอบโลก และนิตยสารอื่น ๆ ที่ N.C.C. มีเครือข่ายอยู่</p> <p>4. ประสานงานให้มีการจัดกิจกรรมระดับนานาชาติขึ้นในประเทศไทย โดยเชิญนักกีฬา ศิลปินที่ N.C.C. มี Contact อยู่แล้ว มาร่วมกิจกรรมและจัดในช่วงเดียวกันกับกิจกรรมที่จัดโดยหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อให้เกิดน้ำหนักในการรณรงค์</p> <p>5. การจัดพื้นที่สำหรับ Tourist Information Booth ของ ททท. ในช่วงของการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดทั้งปี</p>
<p>2.5 สวนสยาม (Slam Park City)</p>	<p>1. เผยแพร่ปี Amazing Thailand โดยกิจกรรมของสวนสยามที่จัดขึ้นตั้งแต่บัดนี้จนถึงสิ้นสุดปี 2542</p> <p>2. จัดงานเทศกาลธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Nature 2000) ระหว่าง วันที่ 11 ต.ค. - 14 ต.ค. 2540 เพื่อสนับสนุนการรณรงค์ปี (Amazing Thailand 1998-1999) และกระตุ้นให้เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น ร่วมกับบริษัทฟูจิจัดงานประกวดภาพถ่ายธรรมชาติสิ่งแวดล้อม 2000</p>
<p>2.6 บริษัท ภูเก็ตแฟนตาซี จำกัด</p>	<p>- จัดกิจกรรมเปิดตัวให้ยิ่งใหญ่และน่าสนใจ เพื่อเป็นกิจกรรมหลักฉลองปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ หรือ Amazing Thailand ในพื้นที่ภาคใต้</p>
<p>2.7 กลุ่ม Inhouse Provided Television ได้แก่</p> <p>- IBC</p> <p>- THAI SKY</p>	<p>1. ช่วยประชาสัมพันธ์งานปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (Amazing Thailand 1998-1999) ไปยังผู้ชมภายในและภายนอกประเทศ</p> <p>2. ให้ความร่วมมือกับ ททท. ในการเผยแพร่สปอตโฆษณา</p>

หน่วยงาน	ความร่วมมือ
- UTV - STAR TV - AUS TV - ABN	
2.8 ธนาคารแห่งประเทศไทย	- เปิดพิพิธภัณฑ์ให้ชาวไทย และชาวต่างประเทศเข้าชมวิวัฒนาการของเงินตราและเหรียญกษาปณ์ของไทยตั้งแต่สมัยโบราณก่อนประวัติศาสตร์จนถึงปัจจุบันทั้งที่กรุงเทพฯ และพิพิธภัณฑ์แห่งใหม่ที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจะจัดแสดงเกี่ยวกับเงินล้านนา, เงินโบราณ และผ้าโบราณจากสมัยต่าง ๆ
2.9 กลุ่มธนาคาร	1. เผยแพร่และประชาสัมพันธ์การรณรงค์ปี Amazing Thailand ผ่านเครื่อง ATM เครื่องแลกเปลี่ยนเงินต่างประเทศ, Internet ของธนาคาร และการติดป้าย Banner ณ สาขาของธนาคารทั่วประเทศ 2. เผยแพร่ผ่านจดหมายข่าวและเอกสารเวียนของธนาคารทุกประเภท 3. จัดทำบัตรเอทีเอ็มชุดใหม่เผยแพร่ภาพแหล่งท่องเที่ยวหรือสัญลักษณ์ปี Amazing Thailand
2.10 กลุ่มสวนสนุก	- จัดกิจกรรมสำหรับเด็กและครอบครัวให้ช่วงเวลาใกล้เคียงกันเพื่อให้เป็นช่วงการรณรงค์สำหรับกลุ่มเป้าหมายนี้ โดยเฉพาะ ซึ่งอาจเป็นระยะเวลาตั้งแต่วัยเด็กเป็นต้นไป โดยมีกิจกรรมพิเศษที่น่าสนใจ การเสนอราคาเข้าชมพิเศษสำหรับเด็กและครอบครัว
2.11 กลุ่มบันเทิง	1. เผยแพร่ปีที่ท่องเที่ยวไทยผ่านกิจกรรมและสื่อที่มีอยู่ 2. จัดสร้างการแสดงผลพิเศษเมืองในโอกาสปีที่ท่องเที่ยวไทย และจัดทำเป็นปฏิทินการแสดงผลตลอดทั้งสองปี อาจพิจารณาจัดในช่วงใกล้เคียงกันเพื่อให้มีน้ำหนักในการรณรงค์
2.12 กลุ่มชมรม/สมาคมดนตรี	1. เผยแพร่ปีที่ท่องเที่ยวไทยผ่านกิจกรรมและสื่อที่มีอยู่ 2. จัดการประกวดเพลง / ดนตรีบรรเลงสำหรับปีที่ท่องเที่ยวไทย เพื่อใช้สำหรับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น ๆ
2.13 บริษัทฟิล์ม (Kodak, Fuji)	1. เผยแพร่สัญลักษณ์ปีที่ท่องเที่ยวไทยในกล่องฟิล์ม 2. ให้ร้านสาขาทั่วประเทศเป็นศูนย์ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว 3. จัดประกวดภาพถ่าย

หน่วยงาน	ความร่วมมือ
<p>2.14 บริษัทรถเช่า (AVIS)</p>	<p>4. ร่วมกับโรงแรม และสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรม จัดชิงรางวัลรายการนำเที่ยวและที่พัก</p> <p>1. เผยแพร่สัญลักษณ์ปีท่องเที่ยวไทยในเอกสารสิ่งพิมพ์ทุกชนิด</p> <p>2. มีข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวประจำรถ</p>
<p>2.15 บริษัทรับเหมากำทำ Billboard (Big hand และ และอื่น ๆ)</p>	<p>1. เผยแพร่สัญลักษณ์ปีท่องเที่ยวไทยเพื่อสร้างการตระหนักรู้ในกลุ่มคนทั่วไป</p> <p>2. เผยแพร่ข้อมูลการรณรงค์ปีท่องเที่ยวไทยในโอกาสต่าง ๆ</p>
<p>2.16 บริษัทดำเนินธุรกิจวิทยุติดตามตัว (pager)</p>	<p>1. เผยแพร่สัญลักษณ์และข้อมูลการรณรงค์ปีท่องเที่ยวไทยในโอกาสต่าง ๆ</p>

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การดำเนินงานของงานจัดรายการโทรทัศน์ ปี 2540 - 2541

รายการ	สถานีโทรทัศน์	เวลาออกอากาศ	บริษัทที่ผลิต	หมายเหตุ
1. เทียวเมืองไทยใน 1 นาที	ช่อง 7 (ความยาว 1 นาที)	จันทร์ - ศุกร์ เวลาประมาณ 9.30 น.	คุณศรัณย์ นาคะประทีป บ.วิลด้า เฟรม จก. โทร. 731-0085 Fax. 378-0595	
2. ข่าวท่องเที่ยว ททท.	ช่อง 9 (ความยาว 2 นาที)	พฤหัสบดี - จันทร์ ช่วงข่าวภาคค่ำ	คุณเมตตา (จุ่ม) คุณเกียรติยา (ป้อม) ฝ่ายข่าวช่อง 9 Tel 201-6081 , 201-6472 Fax. 245-1649	ต.ค. 40 - ก.ย. 41
3. วิเคราะห์ข่าวด้านการท่องเที่ยว ปี Amazing	ITV (ความยาว 3-5 นาที)	ทุกวันพุธ-ศุกร์ ช่วงข่าวภาคค่ำหรือ ช่วงอื่น ๆ ตามความ เหมาะสม	คุณวิลาวัลย์ อิศระนุกุลธรรม บ.สยามอินโฟเทคนิค จก. Tel. 937-6111 ต่อ 252 Fax. 937-6259	กปส.เป็นผู้รับผิดชอบ
4. เลาะรอบขอบวงสารคดีสั้น	ช่อง 9 (ความยาว 2 นาที)	ทุกวันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 20.50 น.	คุณประภัสสร์ธนากร บ.เวลด์วิชั่น จก. Tel. 275-6252-4 , 275-6285-6 Fax. 275-6266	17 ธ.ค. - 31 ธ.ค. 40
5. เทียวทั่วไทยกับ ททท. สารคดีสั้น มีพิธีกร	ช่อง 5 (ความยาว 5 นาที)	ทุกวันจันทร์ - พุธ ใน รายการบ้านเลขที่ 5	คุณเจียบ บ.มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จก. Tel. 376-0503-10 Fax. 376-0183	ระยะเวลา ต.ค. 40- ถึง ก.ย. 41
6. ทำเทียวไทย รายการเกมสโรว์	ช่อง 5 (ความยาว 60 นาที)	ทุกวันเสาร์ เวลา 16.00 - 17.00 น.	คุณหนู บ.มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จก. Tel. 376-0503 Fax. 376-0183	ระยะเวลา ต.ค. 40- ถึง ก.ย. 41
7. หนึ่งในเมืองไทย วาไรตี้โชว์ มีพิธีกร	ช่อง 7 (ความยาว 30 นาที)	ทุกวันเสาร์ เวลา 18.00 - 18.30 น.	คุณเอ๋ บ.PTV โปรเฟสชันแนลไทย เทเลวิชั่น จก. Tel. 559-3395-8 , 530-1980 Fax. 538-7959	ระยะเวลา ต.ค. 40- ถึง มี.ค. 41

รายการ	สถานีโทรทัศน์	เวลาออกอากาศ	บริษัทที่ผลิต	หมายเหตุ
8. ACTION HOLIDAY สารคดีส่งเสริมการท่องเที่ยว เที่ยวเชิงอนุรักษ์	ช่อง 7 (ความยาว 60 นาที)	ทุกวันหยุดชดถุภ ช่วงเวลา 12.00-16.30 น.	คุณยุวณิษฐ์ (จิม) บ. แอครัน สปอร์ต จำกัด Tel. 513-3635 Fax. 513-3648	ระยะเวลา ต.ค. 40- ถึง ก.ย. 41
9. ทีมเที่ยวไทย เกมส์โชว์รูปแบบใหม่	ช่อง 5 (ความยาว 30 นาที)	ทุกวันอาทิตย์ เวลา 17.30 - 18.00 น.	คุณแก้วตา บ.กันตนา กรุ๊ป จก. Tel. 275-0046 Fax. 274-2087 Page 152-727715 / 01-926-0623	ธ.ค. 40 - ก.ย. 41
10. ท้าพิสูจน์ ช่วงมหัศจรรย์เที่ยวไทย	ช่อง 7 (ความยาว 60 นาที)	ทุกวันเสาร์ เวลา 15.00 - 16.00 น.	คุณแก้วตา บ.กันตนา กรุ๊ป จก. Tel. 275-0046 Fax. 274-2087	ม.ค. - ก.ย. 41
11. สีสันเมืองไทย สารคดีสั้น	ช่อง 5 ในรายการเจาะใจ ช่อง 7 ในรายการ 07 โชว์	ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 22.00 -22.30 ทุกวันอาทิตย์ (เวลา 14.30 - 17.00 น.)	บ.ทีวีเอ็มเมจ จก. คุณหญิง Tel. 731-0630 ต่อ 334-7 Fax. 375-9033	ธ.ค. 40 - ก.ย. 41
12. ซูเปอร์จิ๋ว วาไรตี้เยาวชน	ช่อง 9	ทุกเสาร์ (เวลา 10.30- 11.30น.)	คุณวิวัฒน์ วงศ์ภัทรฐิติ กทย.รับผลิตรอบ	ธ.ค. 40 - ก.ย. 41

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## การเผยแพร่ Amazing Thailand ใน Internet

1. การเผยแพร่ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวทาง Internet ที่ ททท. กำหนดการจดทะเบียนอยู่แล้ว มี 2 website คือ

- [www.tourismthailand.org](http://www.tourismthailand.org) ( เริ่มใช้เดือนมิถุนายน 2540 )
- [www.tat.or.th](http://www.tat.or.th) ( เริ่มใช้ตั้งแต่ปี 2538 )

การเผยแพร่ข้อมูลในส่วนของกิจกรรม Amazing Thailand ได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ผ่านทาง homepage ทั้งสองของ ททท. ซึ่งมีการเผยแพร่ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่แล้ว

ดังนั้น ททท. จึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องซื้อลิขสิทธิ์จากผู้ที่ได้จดทะเบียนคำว่า Amazing Thailand ไว้

## 2. การเผยแพร่ Amazing Thailand ผ่านสื่ออื่น ๆ

ททท. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ Amazing Thailand ทางเครือข่ายทุกเครือข่ายได้อย่างเต็มที่ ทั้งทางสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์และสื่ออื่น ๆ เนื่องจากเป็นโครงการของ ททท. และของรัฐบาลไทยเอง

3. ถ้ามีผู้นำชื่อ Amazing Thailand ไปใช้ในทางที่ไม่ถูกต้อง ซึ่งจะทำให้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยเสื่อมเสีย ททท. ก็จะพิจารณาดำเนินการทางกฎหมายต่อไปได้ เช่นกรณีนี้ซึ่งมีผู้อ้างว่าได้จดทะเบียนคำว่า Amazing Thailand เป็นชื่อ Website ไว้ใน Internet นั้น หาก website ดังกล่าวมีการเผยแพร่ข้อมูลที่จะนำมาซึ่งความเสื่อมเสียแก่ประเทศ ททท. ก็จะพิจารณาดำเนินการตามกฎหมายเช่นกัน

สำเนาเรียน รทท.





ภาคผนวก ค

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## เปิดโลกไชน่าทาวน์เมืองไทย ปิด “เขาวราช” ทำถนนคนเดิน

“เขาวราช” เป็นชื่อของถนนสายที่มีชื่อเสียงอีกสายหนึ่งของไทย จนได้รับการขนานนามว่าไชน่าทาวน์เพราะความเป็นแหล่งชุมนุมชนของชาวจีนที่ใหญ่ที่สุด มีวัฒนธรรมและมีชีวิตความเป็นอยู่ ผิดแผกแตกต่างจากที่อื่น ๆ อย่างหาบเร่แผงลอย จนถึงธุรกิจยักษ์ใหญ่ระดับชาติและระดับสากล

ความเป็นจริง “ไชน่าทาวน์” ซึ่งครอบคลุมพื้นที่กว้างใหญ่ทั่วเขตสัมพันธวงศ์ บางส่วนของเขตพระนคร เขตป้อมปราบฯ ทำให้มีความน่าสนใจอย่างมาก เช่น ในด้านศาสนา นอกจากจะเป็นที่ตั้งของศาลเจ้าตามความเชื่อของคนจีนกลุ่มต่าง ๆ ทั้งแต่จิว ฮกเกี้ยน ไท่หล่าแคะและกวางตุ้ง เป็นจำนวนถึง 22 แห่ง นับว่ามากที่สุดในประเทศไทย ไชน่าทาวน์ยังเป็นที่ตั้งของวัดไตรมิตรวิทยาราม อันเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปหลวงพ่อบุญรอดไตรมิตร พระพุทธรูปทองคำที่ใหญ่ที่สุดในโลก และเป็นที่เคารพศรัทธาของชาวพุทธจากทั่วโลก ปัจจุบันเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีผู้คนเดินทางมาเยือนนับพันคนในแต่ละวัน

ด้านประเพณีความเชื่อ ไชน่าทาวน์ยังสามารถรักษาประเพณีของชาวจีนไว้ได้ แม้ว่าในปัจจุบันจะไม่แนบแน่นเหมือนเดิมและหลายสิ่งหลายอย่างได้สูญหายไป และบางอย่างได้ผสมเข้ากับวัฒนธรรมไทยอย่างแยกไม่ออก แต่ชีวิตความเป็นอยู่ของชาวจีนในประเทศไทยยังมีเอกลักษณ์และคิดแผกออกไปจากที่อื่นๆ

ชื่อเสียงของไชน่าทาวน์ยังแสดงถึงความเติบโตทางเศรษฐกิจการค้า ที่มีจุดศูนย์กลางอยู่ในย่านของคนจีน เช่น ผ้าจีน อุปกรณ์และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เครื่องใช้พลาสติกและแหล่งสินค้าส่งที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และไชน่าทาวน์ยังเป็นแหล่งผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพและเป็นผู้ริเริ่ม ธุรกิจระดับชาติหลาย ๆ คน ทั้งด้านการเงิน การธนาคาร สินค้าเกษตรและเครื่องอุปโภคบริโภค

ไชน่าทาวน์เป็นชุมชนที่ชาวจีนจำนวนมากมาได้อพยพเข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภาร ของพระมหากษัตริย์ไทยตั้งแต่ตั้งกรุงรัตนโกสินทร์ โดยได้ชุมนุมอยู่ในบริเวณ “สามแห่ง” ซึ่งปัจจุบันคือสำเภาที่มีชื่ออย่างเป็นทางการว่าชอชวานิช 1 หมายถึงถนนการค้าสายแรก ต่อมาชุมชนชาวจีนได้ขยายครอบคลุมไปทั่วบริเวณอื่น ๆ ใกล้เคียง แต่ “ถนนเขาวราช” จะเป็นที่ยึดโยงในฐานะของชุมชนชาวจีนมากที่สุด

ชื่อเสียงของถนนเขาวราชมีอยู่หลากหลายแวนด์ ถนนข้าวสารและถนนลาดหญ้า ผสมผสานกับความต้องการของชาวจีนเจ้าของธุรกิจต่าง ๆ บนถนนเขาวราชที่ต้องการทำให้ไชน่าทาวน์กลายเป็นที่ท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งของประเทศไทย จึงได้ร่วมจัดงาน “อะเมซิ่ง ไชน่าทาวน์ เขาวราช” ขึ้นเพื่อรับปีอะเมซิ่งไทยแลนด์และโครงการของกรุงเทพมหานคร

นายอศุภย์ เกาฬพล สมาชิกสภา กทม. ในฐานะประธานฝ่ายดำเนินการโครงการอะเมซิ่ง ไรน์ ทาวน์ เขาวราช เปิดเผยว่า โครงการดังกล่าวจะจัดขึ้นเป็นประจำทุกวันเสาร์และอาทิตย์แรกของเดือน ตุลาคมปี Amazing Thailand ที่กำหนดขึ้นในระหว่างปี 2541-2542 โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 4-5 ต.ค. นี้ เป็นต้น ไปโดยจะมีการปิดถนนในช่วงระหว่างวงเวียนโอเดียนปากทางเข้าถนนเขาวราชจนถึงแยกท่าพูนไชย เพื่อให้เป็นถนนตามสุขสมัยที่ผ่านมา ครั้งแรกถนนสายนี้เคยเป็นที่ตั้งของตึกที่สูงที่สุดของประเทศไทย ถึง 2 ตึก คือ ตึกเขาวราชสแควร์หรือตึก 6 ชั้น เดิมทีเป็นตึกสูงที่สุดแห่งแรกของประเทศไทย และตึก โรงแรม 7 ชั้น อันเคยถือชื่อ ปัจจุบันคือ โรงแรมไรน์ทาวน์

แต่สิ่งที่สร้างชื่อเสียงให้กับถนนเขาวราชมากที่สุดคือร้านทอง ที่พากันมาชุมนุมบนถนนสายนี้ สายเคียวถึงกว่า 100 ร้านและ ชื่อเสียงของชีวิตราตรีบนถนนสายนี้ที่อุดมไปด้วยอาหารเลิศรสนานาชาติ ไม่ว่าจะเป็นอาหารซีฟู้ด และเฉพาะอย่างยิ่งแผงลอยขายหูลกาม ซูปรังนกและเกาต์คั่วที่ได้ชื่อว่ามีมากที่สุดในโลก จนทำให้ถนนเขาวราชยามราตรีเป็นฟู้ดสตรีทที่ยาวที่สุดอีกแห่งหนึ่ง

ด้วยมนต์เสน่ห์ที่ไม่เหมือนใครของถนนสายนี้ ทางกรุงเทพมหานครจึงได้คิดจัดทำโครงการ “ถนนคนเดินเซี่ยงฮวนประหยัด” ขึ้นเป็นแห่งที่ 4 หลังจากที่เคยประสบความสำเร็จมาแล้วบนถนนคอนแวนต์ คนเดินโดยเฉพาะในช่วงเวลา 18.00-24.00 น. ของวันเสาร์และ 15.00-24.00น. ของวันอาทิตย์

ประธานฝ่ายดำเนินงานกล่าวต่อไปว่า ในงานดังกล่าวทุกครั้งที่มีการแสดงของนักเรียนจาก โรงเรียนต่าง ๆ ในเขตสัมพันธวงศ์จะมีการออกร้านจำหน่ายอาหารและสินค้าของถนนเขาวราช เช่น อาหารเลิศรส ของที่ระลึก ตลอดจนสินค้าราคาถูกและในอนาคตยังมีการจะขยายพื้นที่ไปตลอดถนน เขาวราชหากมีการเตรียมจัดการจราจรรองรับ เพื่อให้ทุกคนได้เห็นเสน่ห์ของถนนสายนี้อย่างเต็มที่ และ ในวันที่ 4 ต.ค. นี้จะมีการประกวดการจัดหน้าร้านของธุรกิจต่าง ๆ บนถนนเขาวราชเพื่อความคิดคิด

นอกจากนี้ชาวเขาวราชยังจะ ได้ร่วมกับเขตสัมพันธวงศ์ เตรียมที่จะทำการฟื้นฟูวงเวียนโอเดียนอันเป็นประตูสู่นถนนเขาวราช ให้มีความสวยงามและจะสร้างสัมพันธ์ให้เป็นเอกลักษณ์ของไรน์ทาวน์ด้วย นายอศุภย์กล่าวในที่สุด

บทความจาก นสพ. เดลินิวส์

จาก หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ปีที่ 17 ฉบับที่ 1,228  
วันที่ 3 - 4 ธันวาคม พ.ศ. 2540 หน้า 32

# ซื้อปิ้งย่างซื้อ

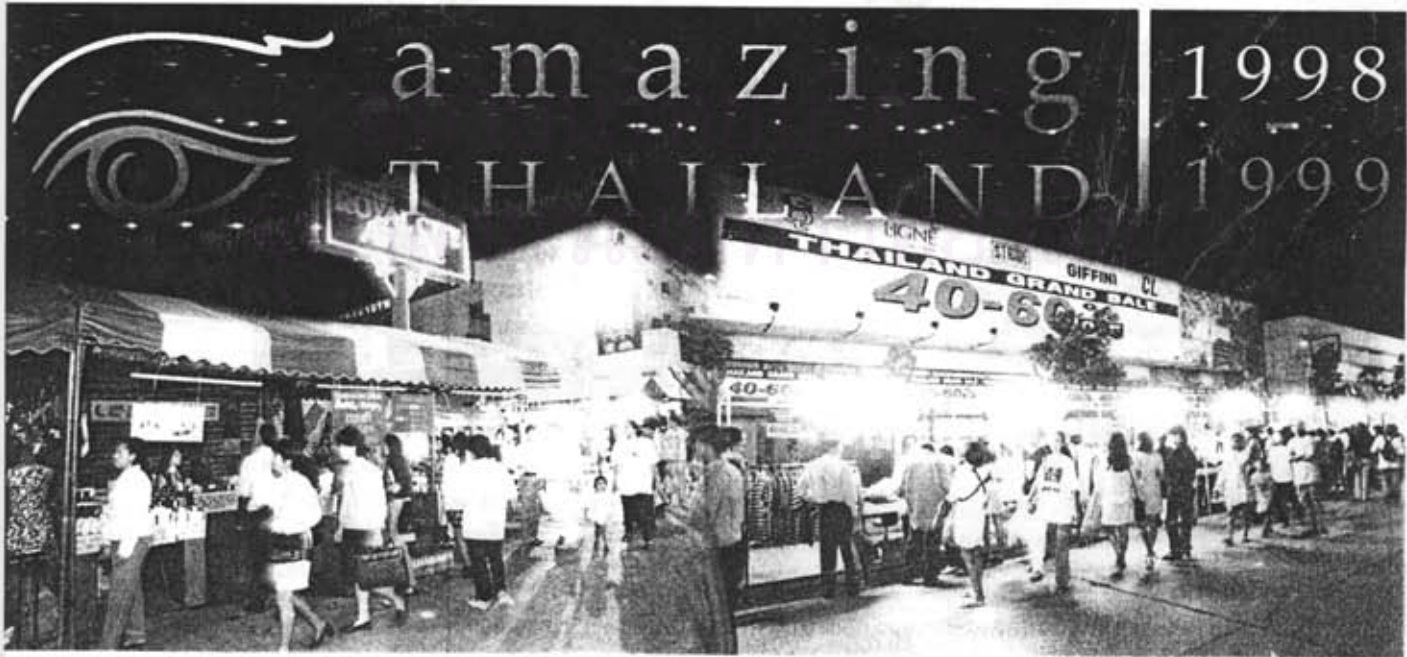
## ช่องทางโตมุดเงินทิวไรส์



● จุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์ รมต.ประจำสำนักนายกรัฐมนตรี ร่วมเป็นประธานเปิดงานอะเมซิง แกรนด์ เซล ที่รอยัล ซิติ อเวนิว เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายนที่ผ่านมา

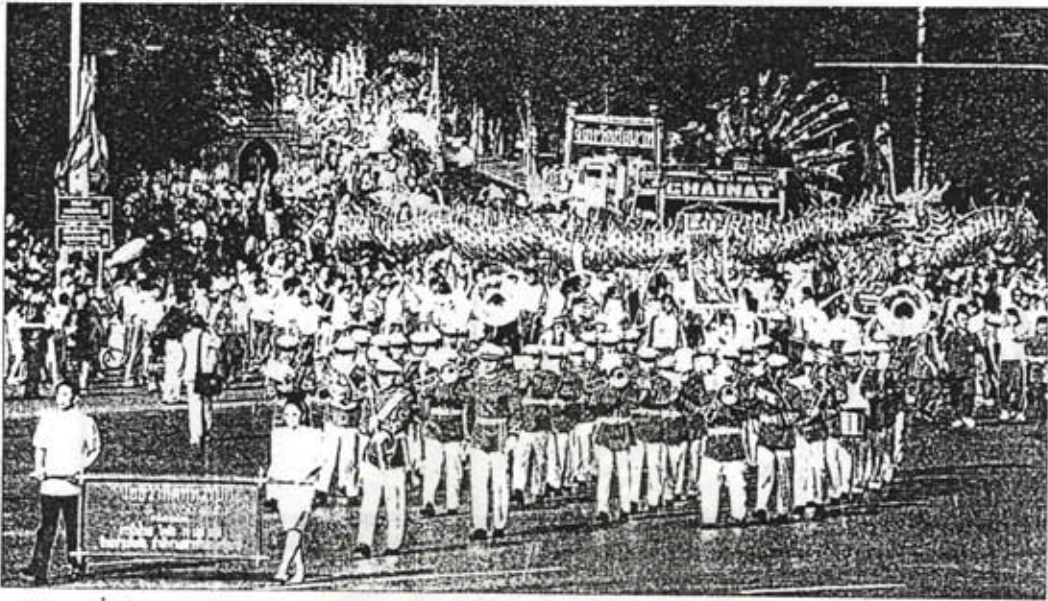


● ผู้ประกอบการธุรกิจย่านเขาวราชและเซตสัมพันธวงค์ ร่วมจัดงานอะเมซิง ไซท์ ทาวน์ เขาวราช ครั้งที่ 3 ปิดถนนเปิดแหล่งซื้อปิ้งย่างค่ำคืน วันที่ 6-7 ธันวาคมนี้



● แล่งบันเทิงย่าน RCA ที่ถูกเนรมิตให้เป็นแหล่งซื้อปิ้งย่างสุดฮิตที่ยาวที่สุดในโลก โดยมีร้านค้าเงินรายกว่า 500 ร้าน

จากหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ปีที่ 17 ฉบับที่ 1,239  
วันที่ 28 - 31 ธันวาคม พ.ศ. 2540 หน้า 14

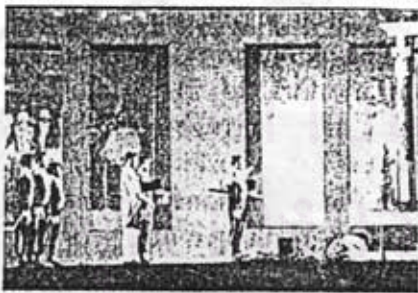


● ป๊อเมซิ่ง ไทยแลนด์ 2541-2542 ความหวังหนึ่งของรัฐบาลที่ต้องการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเมืองไทย 16 ล้านคน ทำรายได้ 5-8 แสนล้านบาท ใน 2 ปี

จากหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ปีที่ 17 ฉบับที่ 1,239  
วันที่ 28 - 31 ธันวาคม พ.ศ. 2540 หน้า 47

## ปิดสนามหลวงเปิดมหกรรมปีท่องเที่ยวไทย

**บ** ระหว่างวันที่ 27 ธันวาคม 2540 ถึงวันที่ 4 มกราคม 2541 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ปิดห้องสนามหลวงเพื่อทำพิธีการเปิดงานป๊อเมซิ่ง ไทยแลนด์อย่างเป็นทางการ ด้วยงบประมาณกว่า 30 ล้านบาท ที่สนามหลวงและ



บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ ซึ่งจะมีการจัดกิจกรรมมากมาย

ได้แก่ 1. ห้องสนามหลวงฝั่งเหนือ (ด้านสะพานสมเด็จพระปิ่นเกล้า) จะจัดเป็นพิธีเปิดงานที่เวทีกลางแจ้งใจในแต่ละวันจะมีการแสดงที่หลากหลาย อาทิ คอนเสิร์ต ร้องสายฝรั่งหลวงกองทัพลูกทุ่ง 4 ภาค นาฏดนตรีรวมโรง มหกรรมเพลงพื้นบ้าน วัฒนธรรม 4 ภาค วงดนตรี ร่วมสมัยเริ่มตั้งแต่หกโมงเย็น นอกจากนี้ตั้งแต่ 11.00 น.

เป็นต้นมาทุกวัน ในบริเวณนี้มีการจัดกิจกรรม Eco-Adventure มุมความรู้และอุปกรณ์กีฬาราคาพิเศษ ชุมให้ความรู้ด้านอโศก-ทิวทัศน์มัจฉายานเสือเขา มุมจำหน่ายเรือแคนู มุมจำหน่ายสินค้าการเดินทางพร้อมการสนวนวิธีการเดินทางที่ถูกต้องมุมจำหน่ายและให้ความรู้การเล่นวู การสาธิตการแสดงและนิทรรศการสาธิตการปีนหน้าผา การแสดงจักรยานผาด โผน นิทรรศการตุง และศูนย์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

2. ห้องสนามหลวงฝั่งใต้ (ด้านพระบรมมหาราชวัง) จะมีการจำลองหมู่บ้าน สีภาค การสาธิตการแสดงสินค้าหัตถกรรมไทยและวิถีชีวิตไทยจำหน่ายสินค้าราคาพิเศษ 3. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระนคร จะจัดนิทรรศการแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ในประเทศไทยนิทรรศการหนังสือราชอาณาจักไทย 50 ช่างภาพบันทึกแผ่นดินทองฉลองกาญจนาภิเษก และการจำหน่ายหนังสือต่างๆ ของ ททท. การแสดงหุ่นละครเล็กที่จะเริ่มงานตั้งแต่แปดโมงเช้า

นอกจากนี้มหาวิทยาลัยศิลปากรวังท่าพระ ถนนหน้าพระลาน จัดเทศกาลศิลปกรรมศิลปากร การแสดงนิทรรศการประยุกต์และนิทรรศการศิลปกรรมแห่งชาติ การแสดงร่วมสมัย ส่วนที่สวนสาทรมุมที่จะจัดดนตรีในสวนทุกวันตลอดงานเริ่มสี่โมงเย็น นอกเหนือจากนี้ยังมีการจัดพาเข็วชมกรุงรัตนโกสินทร์บริเวณคลองคูเมืองเดิม ด้านเฉลิมกรุงและดิโอล์ดสยามจัดฉายภาพยนตร์ไทยในอดีตวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมในเวลากลางวัน ตั้งแต่ 18.00-21.45 น. โดยเก็บค่าเข้าชมตามปกติ

วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามจัดกิจกรรมภูมิปัญญาไทยที่ลานคนเมืองหน้าศาลากทม. มีการสาธิตกีฬาและการเล่นพื้นบ้าน ศูนย์สังคีตศิลป์แบ่งกรุงเทพฯ จัดแสดงนิทรรศการผลงานศิลปะของกลุ่มศิลปิน "5 คนเมือง" โดยมีบริการนำเที่ยวรอบเกาะรัตนโกสินทร์โดยรถบัสและจักรยานให้เช่า มีมีคฤหเทศ์ ทั้งภาษาอังกฤษและภาษาไทยให้บริการนำชมด้วย

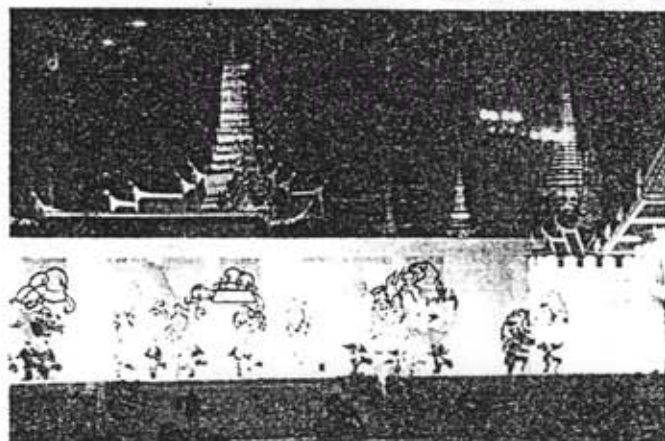
จาก หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ  
วันที่ 29 ธันวาคม พ.ศ. 2540 หน้า 11



จาก หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ  
วันที่ 1 - 4 มกราคม พ.ศ. 2541 หน้า 14

ไฟโบรสุดท้าย  
AMAZING THAILAND  
พี่น้องเที่ยวกู้ชาติ

บรรยากาศอลังการของงาน อะเมซิ่ง ไทยแลนด์  
ที่เปิดฉากไปแล้วตั้งแต่ธันวาคม 2540 และคาดว่าจะ  
จะเป็นโอกาสดีของนักท่องเที่ยว-เงินตราต่างประเทศในปี 2541



บทบาทหลักในการ  
หนุนแผนท่องเที่ยวปี  
อะเมซิ่ง ไทยแลนด์  
กำลังถูกจับตามองได้  
ฝีมือของรัฐบาล  
ปัจจุบัน และ รมต.  
สำนักนายกรัฐมนตรี  
นายจรินทร์  
ลักษณะวิเศษ

## ประวัติผู้วิจัย



นางศิริลักษณ์ อธิยปัญญาพิทย เกิดเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ. 2508 ที่กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีการศึกษาศาสตรบัณฑิต วิชาเอกภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ในปีการศึกษา 2530 เข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนการ ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2539 ประวัติการทำงานครั้งหลังสุดที่ บริษัทสวีเดนมอเตอร์ จำกัด (มหาชน) ในตำแหน่งผู้ประสานงานสาขาสายงานปฏิบัติการรถยนต์ และได้ขอลาออกเพื่อศึกษาต่อเมื่อเดือนกรกฎาคม ปีพ.ศ. 2540 สถานภาพปัจจุบัน สมรส และมีบุตร 1 คน

สถาบันวิจัยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย