



**ลิขสิทธิ์** : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย  
**ปี** : 2565  
**ชื่อเรื่อง** : จัดทำแผนแม่บทการสื่อสารภายในองค์กร พ.ศ.2566 - 2570 และประเมินผลประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร ททท. ประจำปี 2565  
**เมือง** : กรุงเทพฯ  
**ภาษา** : ไทย  
**สถานที่พิมพ์** : สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
**นักวิจัย** : อาจารย์ ดร. สุรพิชัย พรหมสิทธิ์  
**บทคัดย่อ** :

โครงการจัดทำแผนแม่บทการสื่อสารภายในองค์กร พ.ศ. 2566-2570 การจัดทำแผนแม่บทการสื่อสารภายในองค์กร พ.ศ. 2566-2570 เป็นการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านการสื่อสารภายในให้สอดคล้องตามพันธกิจเสริมสร้าง ททท. เป็นองค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organization) บนพื้นฐานของนวัตกรรมและธรรมาภิบาล ภายใต้แผนวิสาหกิจ ททท. 2566-2570 ได้มีการวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์องค์กรสู่ องค์กรสมรรถนะสูง (HPO) ในการพัฒนาและเตรียมความพร้อมการปรับเปลี่ยนรูปแบบองค์กรที่เอื้อต่อการทำงานแบบยืดหยุ่น การพัฒนาทักษะและวัฒนธรรมดิจิทัลให้กับทรัพยากรบุคคล และเทคโนโลยีที่สอดรับกับการ ปฏิบัติงานยุคดิจิทัล โดยได้กำหนดเป้าหมายแผนแม่บทการสื่อสารภายในองค์กร พ.ศ. 2566-2570 “รู้รอบพันธกิจ บูรณาการคิดอย่างสร้างสรรค์ สานสัมพันธ์สามัคคีด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล” ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ 8 กลยุทธ์ 26 โครงการ



**วิจัยที่คน นกท. เป็นผู้ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยในการสร้างประสบการณ์ทรงคุณค่าและมุ่งสู่ความยั่งยืน**

<b>พันธกิจ 5 ด้าน</b> <small>1. ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ในการขยายฐานตลาดคุณภาพและสร้างความเชื่อมั่นเพื่อส่งมอบคุณค่าและประสบการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย                  2. สร้างสรรค์สินค้าการท่องเที่ยวที่มีมาตรฐาน คุณภาพ และสิ่งแวดล้อมเชิงนิเวศและสังคม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน                  3. ขับเคลื่อนระบบนิเวศการท่องเที่ยว (Tourism Ecosystem) ที่พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพอย่างยั่งยืน                  4. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศตลาดและบริการในฐานะตลาดการท่องเที่ยวที่ครบถ้วน เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย                  5. เสริมสร้าง กกท. เป็นองค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organization) บนพื้นฐานของนวัตกรรมและธรรมาภิบาล</small>	<b>คำนิยม</b> 				
<b>แนวคิด S : Speed T : Team I : Innovation D : Data</b> <b>เป้าหมาย : Sense of Belonging / Happiness Workplace</b>					
<b>เป้าหมายแผนแม่บทการสื่อสารภายในองค์กร พ.ศ. 2566 - 2570</b> <b>“รู้รอบพันธกิจ บูรณาการคิดสร้างสรรค์ สานสัมพันธ์สามัคคี ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล”</b>					
<b>KPI</b> Output เพิ่มอัตราการรับรู้เนื้อหาสำคัญภายในองค์กรไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	Outcome เพิ่มอัตราความพึงพอใจของบุคลากรที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	Outcome เพิ่มอัตราความเชื่อมั่นและการยอมรับการสื่อสารภายในองค์กรไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	Impact เพิ่มอัตราความผูกพันภายในองค์กรไม่น้อยกว่าร้อยละ 80		
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 1</b> ยกระดับศักยภาพการสื่อสารภายใน <b>“ ทีมงานแข็งแกร่ง ”</b>		<b>ยุทธศาสตร์ที่ 2</b> สื่อสารอย่างสร้างสรรค์ <b>“ การสื่อสารเข้มข้น ”</b>		<b>ยุทธศาสตร์ที่ 3</b> เพิ่มความผูกพันให้เป็นหนึ่ง <b>“ ความผูกพันเข้มแข็ง ”</b>	
11 พัฒนาศักยภาพการสื่อสารภายใน 11.1 กบวบนโครงสร้าง บทบาทหน้าที่ และบุคลากร 11.2 กบวบนโยบายการสื่อสารภายใน 11.3 ยุทธศาสตร์ “สบอริ้ว” 11.4 กำหนดธรรมเนียมการสื่อสารภายใน 12 ขยายเครือข่ายการสื่อสารภายใน 12.1 จัดตั้งทีม “อาสาอริ้ว” 12.2 แต่งตั้งอริ้ว Ambassador 13 เพิ่มสมรรถนะอย่างต่อเนื่อง 13.1 กำหนดแผนงาน เป้าหมายและกลยุทธ์การสื่อสารภายใน 13.2 ประสานสัมพันธ์งานสื่อสารภายในอย่างต่อเนื่อง 13.3 เสริมสมรรถนะงานสื่อสารภายใน	21 บริหารจัดการข้อมูลข่าวสารอย่างสร้างสรรค์ 21.1 จัดตั้ง/พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลข่าวสาร 21.2 จัดทำช่องทางและระบบติดตามเรื่องร้องเรียน 21.3 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมเพื่อการสื่อสารภายในองค์กร 21.4 ผลิตและเผยแพร่เนื้อหาอย่างสร้างสรรค์ 21.5 วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 22 บูรณาการสื่อสารภายใน 22.1 สื่อสารภายในอย่างบูรณาการ 22.2 พัฒนาศักยภาพของช่องทางสื่อสารภายใน 22.3 เพิ่มประสิทธิภาพของบูรณาการสื่อสารภายใน	3.1 พัฒนากิจกรรมสื่อสารให้บุคลากร 3.1.1 พัฒนากิจกรรมใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมเพื่อการสื่อสาร 3.1.2 พัฒนากิจกรรมสื่อสารและความเป็นผู้นำ 3.1.3 พัฒนากิจกรรมสื่อสารในภาวะวิกฤต 3.1.4 พัฒนากิจกรรมสื่อสารภายในองค์กร 3.2 เสริมสร้างความผูกพันและมีส่วนร่วม 3.2.1 ส่งเสริมความผูกพันของบุคลากร 3.2.2 “พี่น้องอริ้วเดียวกัน” (จัดเวทีพบปะพูดคุยระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน) 3.2.3 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของบุคลากร 3.3 ปลุกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมดิจิทัล 3.3.1 ปลุกฝังค่านิยมองค์กรอย่างต่อเนื่อง 3.3.2 เสริมสร้างวัฒนธรรมดิจิทัล			

โครงการประเมินผลประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร ททท. ประจำปี 2565 เป็นการดำเนินการร่วมกันระหว่างกองเลขานุการและวิเทศสัมพันธ์ สำนักผู้ว่าการ ร่วมกับสำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์ภาพรวมการสื่อสารภายในองค์กร ในประเด็นการรับรู้การสื่อสารเนื้อหาที่สำคัญภายในองค์กร ความพึงพอใจต่อระบบการสื่อสารภายในองค์กร และประสิทธิผลของช่องทางการสื่อสาร ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ ทั้งเชิงบวกและเชิงลบในปัจจุบัน รวมถึงปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้เกิดระบบการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ มีการดำเนินการด้วยกระบวนการสำรวจวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methodology) กับกลุ่มเป้าหมาย พนักงาน และลูกจ้าง ททท. กระจายตามสายงาน ระดับ ช่วงอายุ ครอบคลุมพื้นที่สำนักงานใหญ่ สำนักงานในประเทศ และสำนักงานต่างประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 424 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ในการรับฟังความคิดเห็นจากพนักงานและลูกจ้าง ททท. ระหว่างวันที่ 3-31 สิงหาคม 2565 ครอบคลุมสำนักงานใหญ่ สำนักงานในประเทศ และสำนักงานต่างประเทศ

**Copyright** : Tourism Authority of Thailand  
**Year** : 2022  
**Title** : Prepare the Internal Communication Master Plan 2023-2027 and Internal communication efficiency evaluation project in 2022  
**City** : Bangkok  
**Language** : Thai  
**Publisher** : Thammasat University Research and Consultancy Institute  
**Researcher** : Lecturer Dr. Surapit Promsit  
**Abstract** :

The project for preparing the internal communication master plan 2023-2027 is to drive internal communication operations in accordance with the mission to strengthen TAT as a High-Performance Organization based on innovation. and good governance. Under the TAT Enterprise Plan 2023-2027, there is a strategic objective 3 to upgrade the organization to a High-Performance Organization (HPO) in developing and preparing for the organizational transformation that facilitates flexible work, developing digital skills and culture for human resources as well as technology that corresponds to digital operations. The goal of the Corporate Communications Master Plan 2023-2027 is defined as: “Understand the mission, integrate creative thinking, and foster solidarity with digital technology.” It consists of 3 strategies, 8 strategies, and 26 projects.

TAT's internal communication efficiency evaluation project in 2022 is a collaboration between the Secretariat and International Affairs, Office of the Governor in cooperation with the Research and Consultancy Institute Center of Thammasat University. The objectives are to study and analyze the overall communication within the organization. on the perception of important content communication within the organization, satisfaction with the communication system within the organization and the effectiveness of communication channels, current problems, obstacles and suggestions, both positive and negative as well as important factors that drive an effective communication system within the organization. This research used Quantitative Research Methodology with TAT staff distributed by field, level and age range, respectively. It covers a total of 417 headquarter areas, domestic and foreign offices. Data were collected via an online system for hearing opinions from TAT employees during 3-31 August 2022. Furthermore