

สัปดาห์หนังสือแห่งชาติ

และสัปดาห์หนังสือนานาชาติ ครั้งที่ 24

ครั้งที่ 54

ฮอลล์ 5 - 8 ชั้น LG
ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

วันที่ 26 มีนาคม →
6 เมษายน 2569

เวลา 10.00 - 21.00 น.

Read The Legend



พบกับ
oan
โซนหนังสือทั่วไป
บูธ I13

Legend

www.ThailandBookFair.com | Thai Book Fair





การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
Tourism Authority of Thailand

สารจากผู้ว่าการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

๑๘ มีนาคม วันคล้ายวันสถาปนาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

นับแต่วันก่อตั้ง ททท. เมื่อวันที่ ๑๘ มีนาคม ๒๕๐๓ จวบจนอายุครบ ๖๖ ปี ในปี ๒๕๖๙ นี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ยังคงทำหน้าที่อย่างเข้มแข็ง ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย กระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและนานาชาติมาเยือนประเทศไทย ทำการสื่อสารและสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบโจทย์บริบทของประเทศไทย ก่อให้เกิดประโยชน์ ทั้งในเรื่องรายได้ เศรษฐกิจ สังคม และการพัฒนาด้านสาธารณสุขไปทุกด้าน การอนุรักษ์ คุ้มครอง บำรุงรักษา รวมถึงการส่งผ่านวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น โดยไม่หลงลืมถึงเรื่องการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน

ในปี ๒๕๖๙ นี้ Amazing Thailand ยังคงเป็นแคมเปญทางการตลาดที่ต่อยอดความน่าตื่นตาตื่นใจ ความน่าประทับใจของประเทศไทย ที่สามารถสัมผัสได้โดยไม่หลงลืมเรื่องความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย และยังเพิ่มเติมความสุขให้กับผู้มาเยือนด้วยแคมเปญ “Healing is the New Luxury” สำหรับตลาดต่างประเทศ และ “สุขทันทีที่เที่ยวไทย” สำหรับตลาดในประเทศ ส่วนแคมเปญพิเศษที่เติมเต็มความรู้สึกของการท่องเที่ยวคือ “feel all the feelings ประเทศไทยสัมผัสได้ทุกความรู้สึก” ที่สร้างความอิมเมจในหัวใจ และ ททท. ตั้งใจให้ปีนี้ เป็นปีแห่งการยกระดับ ปรับสมดุล และเดินทางสู่คุณภาพอย่างแท้จริง เพื่อการเติบโตที่มั่นคงและยั่งยืน

ในท้ายนี้ ททท. ขอขอบคุณคนไทยทุกคนที่เป็นแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั่วโลกอยากเดินทางมาสัมผัส “เสน่ห์ไทย” และมิตรไมตรีที่แสดงออกผ่านบุคลิกของคนไทยที่ไม่มีใครสามารถเทียบได้ อันเป็นส่วนสำคัญยิ่งที่ทำให้ประเทศไทยเป็นดินแดนที่ควรค่าของการกลับมาเยือน

นางสาวรฐาปณีย์ เกียรติไพบูลย์

ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)
ในนามคณะผู้บริหาร พนักงาน และบุคลากร ททท.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เจ้าของ

- **ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**
ผู้พิมพ์ผู้โฆษณา
- **ผู้อำนวยการฝ่ายบริการการตลาด**
บรรณาธิการบริหาร

คณะที่ปรึกษา

- **ฐาปนีย์ เกียรติไพบูลย์**
ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- **อภิชัย จัตตเจลิมกิจ**
รองผู้ว่าการด้านตลาดในประเทศ
- **นิธิ สีแพ้ว**
รองผู้ว่าการด้านสื่อสารการตลาด
- **ภัทรธรรณ ฌ เชียงใหม่**
รองผู้ว่าการด้านตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้
- **จิระวัตติ คุณกรทรัพย์**
รองผู้ว่าการด้านตลาดยุโรปอเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา
- **กิตติพงษ์ ประพัฒน์ทอง**
รองผู้ว่าการด้านดิจิทัล วิจัยและพัฒนา
- **ชูวิทย์ ศิริเวชกุล**
รองผู้ว่าการด้านนโยบายและแผน

- **อัครวิชัย เทพาสิต**
รองผู้ว่าการด้านบริหาร
- **ณัฐ ครุทสุดาร**
รองผู้ว่าด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว
- **ฐานิจ ธุวานนท์**
ผู้อำนวยการฝ่ายการเงิน
- **เด่นเดือน เหลืองแข็ง**
ผู้อำนวยการฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์
- **พริมา หงษ์วิไล**
ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและงบประมาณ
- **ปาริชาติ บุญคล้าย**
ผู้อำนวยการฝ่ายบริการการตลาด
- **พัชรา อนงค์จรรยา**
รองผู้อำนวยการฝ่ายบริการการตลาด

คณะผู้จัดทำ

- **สุนันทา หามนตรี**
ผู้อำนวยการกองวารสารบรรณาธิการ
- **ภาคภูมิ น้อยวัฒน์**
หัวหน้างานนิตยสารบรรณาธิการฝ่ายภาพ
- **ธีรพัฒน์ บุปผาพิบูลย์**
หัวหน้างานหนังสือพิเศษและสื่อดิจิทัล
- **ฐากูร โภมากรกุล ณ นคร**
บรรณาธิการผู้ช่วย

กองบรรณาธิการ

- พระคุณ บุญยเนตร
- มานิตา ทักคนประเสริฐ
- ชตาทิพย์ อัมพันทอง
- กานต์ชนก เดชสุวรรณ
- อริสรา พุทธวงษ์
- เสาวนีย์ สมบูรณ์
- ปภาวรินทร์ รอดภัย
- ศุภณัฐ เจริญราษฎร์

ฝ่ายภาพ

- วาที่ร้อยตรี ฌยศ ยิ่งยงค์

ฝ่ายศิลปกรรม

- บริษัท นะโม คิดดี จำกัด

ฝ่ายการตลาด โฆษณา จัดจำหน่าย และสมาชิก

- โทรศัพท์ ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๐๐ ต่อ ๒๐๑๐-๒๐๑๕
- **พงศ์ฤทธิ์ อภิชาติพงศ์**
หัวหน้างานการตลาดวารสาร
- สิโรจน์ นาคพันรวงษ์
- ศิวรุตน์ พันธุ์มณี
- ปิยญา โพธิ์ไพจิตร
- ธีรพงศ์ ปะริติพงษ์

ฝ่ายผลิต

แยกสีและจัดพิมพ์

- **บริษัท พิมพ์ดี จำกัด**
โทรศัพท์ ๐ ๒๕๐๑ ๙๕๐๑
- จำนวนพิมพ์ ๖,๐๐๐ เล่ม

สำนักงานอนุสาร อ.ส.ท.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ชั้น ๑๑ เลขที่ ๑๖๐๐ ถนนเพชรบุรี แขวงมักกะสัน
เขตราชเทวี กรุงเทพฯ ๑๐๔๐๐ โทรศัพท์ ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๐๐ ต่อ ๑๑๔๖-๙
อีเมล : magdiv@tat.or.th เว็บไซต์ : osotho.co

อนุสาร อ.ส.ท. นิตยสารรายเดือนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
เพื่อเสนอข่าวสารและสารคดี อันเป็นสาระประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย
กำหนดออกทุกต้นเดือน ภาพ สารคดี และข้อมูลที่ลงพิมพ์ในอนุสาร อ.ส.ท. สงวนลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย
หน่วยงาน หรือบุคคลใดต้องการคัดลอก และนำไปเผยแพร่ จะต้องทำจดหมายขออนุญาตถึง
บรรณาธิการ และต้องระบุ “ได้รับความเอื้อเฟื้อจากอนุสาร อ.ส.ท.” ลงไปในเอกสารฉบับนั้น ๆ
ด้วยทุกครั้ง เมื่อได้รับอนุญาต

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



สำนักงานในประเทศไทย



สำนักงานต่างประเทศ

จากบรรณาธิการ



จาก “ความเดิมตอนที่แล้ว” ไปสู่ “ติดตามตอนต่อไป”

ในวันที่ ๑๘ มีนาคม ของทุกปี เป็นวันที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ดำเนินการมาครบรอบปี โดยในปี ๒๕๖๙ นี้ ก็เป็นรอบครบที่ ๖๖ ปีแล้ว ด้วยอายุการทำงานที่เรียกว่า “ผ่านอะไรมาเยอะ” จึงมีความเดิมตอนที่แล้วอยู่มากมาย เพราะด้วยหน้าที่คือการทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศ การทำการตลาดให้โลกหันมามองประเทศไทยในฐานะสถานที่ที่ต่อมาเป็นอันดับหนึ่ง ต้องใช้คำว่า “ไม่มีอะไรง่าย” จากจุดเริ่มต้นเมื่อกว่า ๖๐ ปีก่อน ที่การสื่อสารยังไม่เชื่อมต่อและไม่สะดวกอย่างปัจจุบัน ททท. จึงต้องใช้กลยุทธ์การทำตลาดที่หลากหลาย และเมื่อเดินมาถึงปัจจุบัน อะไรก็เหมือนดูง่าย แต่ในความเป็นจริงแล้ว “คู่แข่ง” ก็มีมากมาย

และแข็งแกร่งเช่นกัน กลยุทธ์ที่ใช้ก็ต้องออกแบบให้มีความเฉพาะมากขึ้น ซึ่งหมายความว่า “ยากและท้าทาย” ขึ้นทุกวัน

แล้วต่อไปของ ททท. คืออะไร

ททท. ตีความการได้เดินทางท่องเที่ยวคือการเดินทางเพื่อแสวงหาความสุข แคมเปญที่สื่อสารจึงมีความเชื่อมโยงกับความรู้สึก ในตลาดต่างประเทศใช้ “Healing is the new luxury” และ “สุขทันทีที่เที่ยวไทย” สำหรับตลาดในประเทศ ส่วนแคมเปญพิเศษที่เติมเต็มความรู้สึกของการท่องเที่ยวคือ “feel all the feelings” โดยมุ่งสู่นักท่องเที่ยวคุณภาพควบคู่กับการเติบโตอย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม แต่ถึงกระนั้น ด้วยสถานการณ์ของโลกที่มีความเปลี่ยนแปลง ผันผวน ตลอดเวลา “ตอนต่อไป” ของ ททท. ก็ยังสามารถปรับเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการตลาดได้อย่างไม่ต้องสงสัย

อ.ส.ท. ฉบับนี้ เล่าถึง “ความเดิมตอนที่แล้ว” ไปสู่ “ติดตามตอนต่อไป” ได้ชัดเจน ผ่านจังหวัดสงขลาที่ได้รับคัดเลือกจากองค์การยูเนสโก (UNESCO) ให้เป็นสมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ (UNESCO Creative Cities Network-UCCN) ประจำปี ๒๐๒๕ สาขาอาหาร (Gastronomy) จากความโดดเด่นของ “ความเดิม” คือทุนทางทรัพยากรที่ภูมิประเทศสร้างพื้นที่ให้มี ๓ น้ำ ทั้งน้ำเค็ม น้ำกร่อย น้ำจืด สร้างภูเขา ทะเลสาบ พื้นราบ ภูมิอากาศที่มีร้อนชื้น ฝน เย็นไอน้ำ รวมถึงมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน มีผู้คนหมุนเวียน อาชีพที่หลากหลาย หลอมรวมเป็นอัตลักษณ์ที่ทรงพลัง ที่กำลังก้าวสู่ “ตอนต่อไป” โดยนำทุนเดิมต่อยอดสู่อนาคตที่มีอาหารเป็นพระเอก ซึ่งน่าติดตามอย่างยิ่ง

ถ้าอ่านแล้ว เห็นภาพแล้ว ไม่รู้สึกหิว ก็ใจแข็งน่าดู

สุนันทา ทามนตรี
บรรณาธิการ



สนใจสมัครสมาชิก

osotho

นิตยสารท่องเที่ยวรายเดือนที่มี
ยอดจำหน่ายสูงสุดของเมืองไทย



เพียง Add Line Official Account: @osotho



๑

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว แสงสว่างแห่งอาชีพและศรัทธา

ท่ามกลางทิวยอดไม้ที่โอบล้อมพื้นที่อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา ดินแดนที่ครั้งหนึ่งเคยเจ็บเหงาและ
เต็มไปด้วยความกังวลจากสถานการณ์ความไม่สงบและความยากจน วันนี้กลับถูกเติมเต็มด้วยเสียงหัวเราะ
และแวตตาที่เต็มไปด้วยความหวัง รอยยิ้มเหล่านี้ไม่ได้เกิดขึ้นจากโชคชะตา แต่เป็นรอยยิ้มที่เม่งบานขึ้น
จากน้ำพระราชหฤทัยในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง
ผู้ทรงเป็น "แม่" ที่ไม่เคยทอดทิ้งลูกในพื้นที่ห่างไกล



ฟาร์มตัวอย่างบ้านควนหรีนเป็นศูนย์รวมองค์ความรู้กว่า ๑๑ ฐานการเรียนรู้ที่น่าสนใจ เปิดโอกาสให้ประชาชนได้เรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริง เช่น การถ่ายทอดแนวพระราชดำริสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนผ่านทฤษฎีเกษตรผสมผสานและการทำปุ๋ยหมักชีวภาพคือ การเริ่มต้นง่าย ๆ ที่สอนให้คนรู้จักใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด การเพาะชำและทำดินเพื่อเรียนรู้การผลัดกล้าไม้ การทำปุ๋ยหมักจากเศษวัชพืชเพื่อลดต้นทุนและรักษาสุขภาพดินคือหัวใจสำคัญที่ช่วยให้ผลผลิตงอกงามอย่างยั่งยืน

ภายในความหลากหลายของพื้นที่คือรายละเอียดในการเกษตรต่าง ๆ การทำปุ๋ยสัตว์สร้างอาชีพ เช่น การเลี้ยงไก่เนื้อ ไก่ไข่ ไก่ดำแพะ รวมถึงปลาในกระชัง กลายเป็นเอกลักษณ์สำคัญ ไม่เพียงแต่เป็นแหล่งโปรตีนคุณภาพดี แต่ยังเป็นสัตว์เศรษฐกิจที่สร้างรายได้เสริมอย่างเป็นกอบเป็นกำให้สมาชิกในโครงการ

ในโรงเรียนคือแหล่งศึกษาและผลิตพืชผักปลอดภัยผ่านการ “ปลูกผักยกแคร่” เพื่อการบริโภคและจำหน่าย ผักทุกต้นที่เติบโตขึ้นจากความใส่ใจ ปราศจากสารพิษตกค้าง กลายเป็นอาหารที่ปลอดภัยสำหรับคนในชุมชนและสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคที่มาเยี่ยมเยือน นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมการทำเกษตรใน

จากแนวพระราชดำริ สู่ผืนดินแห่งชีวิต

ฟาร์มตัวอย่างสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง บ้านควนหรีน ตำบลเปียน อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา มีใช้เพียงแค่พื้นที่เกษตรกรรมทั่วไป แต่คือ “ห้องเรียนที่มีชีวิต” ที่เกิดขึ้นจากสายพระเนตรอันยาวไกล ทรงเล็งเห็นว่าความมั่นคงที่แท้จริงของราษฎรเริ่มต้นจากท้องที่อím และอาชีพที่มั่นคง พระองค์จึงมีพระราชดำริให้จัดตั้งฟาร์มแห่งนี้ขึ้น เพื่อเป็นแหล่งจ้างงาน และแหล่งเรียนรู้ให้ชาวบ้านที่ขาดแคลนที่ดินทำกิน หรือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบ ให้มีที่พึ่งพิงและมีรายได้เลี้ยงครอบครัวอย่างมีเกียรติ

บนผืนดินแห่งนี้ หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงได้ถูกขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรม การบริหารจัดการพื้นที่ถูกแบ่งสัดส่วนอย่างชาญฉลาด มุ่งเน้นการทำเกษตรปลอดภัยที่เกื้อกูลต่อสิ่งแวดล้อม และเป็นต้นแบบให้ชาวบ้านเข้ามาศึกษานำไปปรับใช้ในที่ดินของตนเอง

ศูนย์กลางการเรียนรู้ และความหลากหลายทางการเกษตร

หากใครมาเยือนฟาร์มตัวอย่างบ้านควนหรีน จะพบกับภาพความมีชีวิตชีวาในทุกย่างก้าว ภายในพื้นที่ ๗๙ ไร่ อันก่อตั้งตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๔๗ นั้น เต็มไปด้วยการทดลองและส่งเสริม โดยตั้งเป้าหมายที่ชีวิตอันยั่งยืนของพสกนิกร



รอยยิ้ม ของแผ่นดิน

THAILAND

มิติต่าง ๆ เพื่อต่อยอดออกไปจากการเพาะปลูก เพื่อยังชีพ เช่น การทำปุ๋ยและปุ๋ยน้ำจุลินทรีย์ ตามแนวทางเกษตรอินทรีย์ การขยายพันธุ์บอนสี และพืชเศรษฐกิจท้องถิ่น เป็นภาพรวมของการทำเกษตรทฤษฎีใหม่ที่เน้นการพึ่งพาตนเองและการจัดสรรพื้นที่อย่างสมดุล

การแปรรูปและภูมิปัญญา: เมื่อเทคโนโลยีพบกับรากเหง้า

จุดเด่นที่ทำให้บ้านควนหรีนก้าวไกลไปกว่าการเป็นเพียงแหล่งปลูกพืช คือการ “เพิ่มมูลค่า” ผ่านกลุ่มแม่บ้านที่เข้มแข็ง พระบารมีของพระองค์ได้ช่วยกระตุ้นให้ชาวบ้านรู้จักการแปรรูปผลผลิตตามฤดูกาล กลัวยฉาบแผ่นบางกรอบ ขนุนอบแห้ง และมะม่วงกวนรสเลิศ ถูกบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม



สะท้อนถึงการยกระดับภูมิปัญญาชาวบ้านสู่มาตรฐานที่เป็นสากล

ที่นำภาคภูมิใจที่สุดคือ “กาแฟควนหรีน” ผลผลิตที่หลอมรวมเอาอัตลักษณ์ของผืนดิน สละบ้าย่อยเข้ากับเทคโนโลยีการคั่วและการแปรรูปสมัยใหม่ กลิ่นหอมกรุ่นของกาแฟที่นี่ไม่ได้มีเพียงรสชาติที่เข้มข้น แต่ยังมีรสสัมผัสของความสำเร็จจากการมุ่งมั่นพัฒนา นอกจากนั้นยังมีการทำกะละแมกาแฟเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร จนกลายเป็นสินค้าขึ้นชื่อที่นักท่องเที่ยวและผู้มาศึกษาดูงานต้องลิ้มลอง

รอยยิ้มที่ยั่งยืนบนฐานความพอเพียง

ในวันนี้ ฟาร์มตัวอย่างบ้านควนหรีนได้พิสูจน์ให้เห็นแล้วว่า พระมหากรุณาธิคุณใน

สมเด็จพระพันปีหลวงนั้นเปรียบเสมือนน้ำค้างที่ขลิบใจให้พืชพรรณและผู้คนเติบโตไปพร้อมกัน พื้นที่แห่งนี้ไม่เพียงแต่ช่วยยกระดับรายได้ แต่ยังช่วยสร้าง “ความมั่นคงทางอาหาร” ให้เกิดขึ้นในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้และสงขลา

รอยยิ้มของชาวบ้านควนหรีนที่สะท้อนออกมาจากแวตานั้นยามที่เขาเก็บเกี่ยวผลผลิตหรือในยามที่ลูกหลานได้กลับมาทำงานที่บ้านเกิด จึงเป็นประจักษ์พยานแห่งความรักที่พระองค์ทรงมีต่อราษฎร เป็น “รอยยิ้มของแผ่นดิน” ที่จะยังคงเบ่งบานและยังยืนสืบไปบนรากฐานของความผาสุกอันมีที่มาจากแผ่นดิน ผู้คน และพระราชินีพระองค์หนึ่งที่พวกเขารัก เติบโต และรำลึกถึงอยู่เสมอ



ครบรอบ ๖๖ ปี ททท.

ภาคภูมิ น้อยวัฒน์ เรื่อง อนุสาร อ.ส.ท. ภาพ



ททท. ๖๖ ปี

จากประสบการณ์ สุ่มมเสนอประเทศไทยในตลาดโลก

ภารกิจด้านการตลาดในการนำเสนอความเป็นไทยออกสู่สายตาชาวโลกนั้นได้เริ่มต้นขึ้นและดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องยาวนานถึงในวันนี้เป็นระยะเวลาถึง ๖๖ ปี นับตั้งแต่การสถาปนา**องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ.ส.ท.)** ขึ้นในเดือนมีนาคม พ.ศ. ๒๕๐๓ ก่อนที่ต่อมาจะได้รับการยกฐานะขึ้นเป็น**การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)** ในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๒๒ จวบจนกระทั่งถึงปัจจุบัน



การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
Tourism Authority of Thailand

ภาคภาษาอังกฤษในฐานะสื่อแรกขององค์กร จึงถือกำเนิดขึ้นสำหรับตลาดต่างประเทศ ออกวางตลาดฉบับปฐมฤกษ์ในเดือนมิถุนายน พ.ศ. ๒๕๐๓ ด้วยราคา ๑๕ เซนต์ ๑ ซิลลิง หรือ ๓ บาท เพื่อเป็นสื่อสำหรับการเริ่มบุกเบิกให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ ขณะเดียวกันสำหรับตลาดในประเทศ ได้มีการจัดทำอนุสร อ.ส.ท. นิตยสารท่องเที่ยวภาคภาษาไทย ตามออกมาติด ๆ วางตลาดฉบับปฐมฤกษ์ในเดือนสิงหาคม พ.ศ. ๒๕๐๓ ด้วยราคาหกสลึง หรือ ๑ บาท ๕๐ สตางค์ ทำหน้าที่สื่อขององค์กรในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในประเทศมายาวนานจนถึงปัจจุบัน

การประชาสัมพันธ์ในช่วงแรกตั้งแต่มิไม่มีสำนักงาน ททท. ต่างประเทศนั้น โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ถือว่ามีประสิทธิภาพอย่างมากในตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะโปสเตอร์แผ่นแรกของ อ.ส.ท. ภาพครึ่งตัวของนางเจ้าสมหมกราเชิดหน้าอย่างสง่า ฉากหลังเป็นพระปราสาทวัดอรุณราชวราราม ออกแบบโดยพลเอก เฉลิมชัย จารุวัสตร์ ผู้อำนวยการ อ.ส.ท. คนแรก ใช้แนวคิดจากตราสัญลักษณ์ของ อ.ส.ท. สร้างการรับรู้เอกลักษณ์ประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักของโลกได้อย่างกว้างขวาง เนื่องจากสายการบินนานาชาติจากหลายประเทศได้ขออนุญาตนำไปใช้เป็นโปสเตอร์โฆษณาเที่ยวบินของตนอย่างแพร่หลาย

การเดินทางไปร่วมออกบูธประเทศไทยในงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติเป็นอีกแนวทางการประชาสัมพันธ์หนึ่ง โดยงานแรกที่ อ.ส.ท. เข้าร่วมคืองานเวสต์แฟร์ที่นครนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา ซึ่งจัดในวาระครบรอบ ๒๐๐ ปีครนิวยอร์กพร้อมกับครบรอบ ๒๔ ปีเวสต์แฟร์ครั้งแรกที่นิวยอร์ก ในปี พ.ศ. ๒๕๐๗ โดยสร้างอาคารรูปมณฑปสำหรับจัดแสดงนิทรรศการวัฒนธรรมของประเทศไทย เคาน์เตอร์บริการให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวประเทศไทย จัดแสดงจัดจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมไทยรวมทั้งอาหารไทย ได้รับความชื่นชมจากนานาชาติที่เข้าร่วมงานจากทั่วโลกไม่น้อยกว่า ๘๐ ชาติ เป็นจุดเริ่มต้นของการไปออกบูธประเทศไทยในงานนิทรรศการระดับ

ด้วยวิสัยทัศน์ยาวไกลของ**จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์** อดีตนายกรัฐมนตรีนั่งเห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอันจะเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการหารายได้ ด้วยทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีอยู่มากมาย ทั้งธรรมชาติป่าเขา ท้องทะเล ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตผู้คน เพื่อสร้างสรรค์เป็นกำลังทางเศรษฐกิจในการพัฒนาประเทศให้มีความเจริญก้าวหน้าทัดเทียมกับนานาชาติอารยประเทศ อ.ส.ท. จึงได้รับการจัดตั้งขึ้นสำหรับดำเนินการตลาด ประกอบด้วย ๔ กิจกรรมสำคัญคือ **การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การสร้างสรรค์สื่อเพื่อเผยแพร่ และการส่งเสริมการขาย** เพื่อแนะนำให้ชาวต่างชาติทั่วโลกรู้จักและเดินทาง

เข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย นั่นคือ “ตลาดต่างประเทศ” เป็นกลไกนำรายได้เงินตราจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศ ผ่านการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พร้อมกันนั้นก็ทำหน้าที่ชวนคนไทยให้เดินทางท่องเที่ยวในประเทศเองด้วย นี่คือ “ตลาดในประเทศ” เป็นกลไกกระจายเงินตราออกไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างทั่วถึง โดยผ่านการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในโลกยุคสมัยแอนะล็อกซึ่งการสื่อสารโทรคมนาคมและโครงสร้างพื้นฐานยังเข้าไม่ถึงทุกพื้นที่ สื่อสิ่งพิมพ์ถือว่ามียศักยภาพในการเข้าถึงตลาดได้ในทุกหนแห่งที่เดินทางไปถึงได้ **Holiday time in Thailand** นิตยสารท่องเที่ยวประเทศไทย

นานาชาติในภูมิภาคอื่น ๆ ทั่วโลกในเวลาต่อมา เช่น งาน World Expo ที่หมุนเวียนกันจัดในประเทศต่าง ๆ งาน Internationale Tourismus-Börse (ITB) กรุงเบอร์ลิน สหพันธ์รัฐเยอรมนี งาน World Travel Market (WTM) กรุงลอนดอน สหราชอาณาจักร ฯลฯ อย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

แนวทางการตลาดสำคัญต้องบันทึกไว้เป็นประวัติศาสตร์ คือการรับเป็นสปอนเซอร์ส่งนางสาวอภิสรา หงสกุล นางสาวไทย ปี พ.ศ. ๒๕๐๗ เป็นตัวแทนประเทศไทยเข้าประกวดนางงามจักรวาล (Miss Universe) ครั้งที่ ๑๔ ที่รัฐฟลอริดา สหรัฐอเมริกา ในปี พ.ศ. ๒๕๐๘ โดยประสบความสำเร็จความมั่งคั่งนางงามจักรวาลได้เป็นคนแรกของประเทศไทย ถือเป็นภาระประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ประเทศไทยในต่างประเทศอย่างได้ผลชัดเจนมากที่สุด สร้างชื่อเสียงให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักในระดับโลกอย่างกว้างขวางผ่านการปฏิบัติการกิจของนางงามจักรวาลซึ่งต้องเดินทางไปทั่วโลก

ส่วนตลาดในประเทศนั้น นับตั้งแต่ก่อตั้ง อ.ส.ท. จนกระทั่งยกฐานะเป็น ททท. ไม่เพียงสร้างสรรค์สิ่งสิ่งพิมพ์ วิทยากรวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเผยแพร่เท่านั้น ในยุคแรกที่โทรคมนาคมยังไม่แพร่หลาย ได้ดำเนินการทางการตลาดในลักษณะ “หน่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเคลื่อนที่” นำเอาภาพยนตร์สารคดีเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมในแต่ละภูมิภาคของไทย ภาพยนตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยว ออกไปจัดฉายในรูปแบบของ “หนังกลางแปลง” ให้ชาวไทยในถิ่นทุรกันดารตามท้องถิ่นชนบทต่าง ๆ ได้ชม เพื่อความบันเทิงพร้อมกับเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจซึ่งกันและกันระหว่างคนไทยในแต่ละภูมิภาค รวมทั้งรับรู้ถึงทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งจะมีส่วนสำคัญในการพัฒนาท้องถิ่นที่การเดินทางท่องเที่ยวไปถึง

เมื่อระบบโฮตัทศ นูปกรณ์ทันสมัยขึ้น จึงเปลี่ยนแปลงจากการฉายหนังกลางแปลงมาเป็นในสถานที่ราชการ เช่น ตามห้องประชุมหน่วยงานปกครองท้องถิ่น สถานศึกษาในต่างจังหวัด นอกเหนือจากการฉายภาพยนตร์เผยแพร่ความรู้ทางการท่องเที่ยวแล้ว ยังได้นำเอาการฉายสไลด์ระบบมัลติวิชชั่น เทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดในเวลานั้น มาใช้นำเสนอความงดงามของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในประเทศไทยด้วยภาพถ่ายอันงดงามตระการตาด้วยเครื่องฉายสไลด์ ๖ เครื่อง บนจอ ๓ จอ ใช้ระบบคอมพิวเตอร์ควบคุมป้อนสัญญาณการฉายให้สัมพันธ์กับเทปบันทึกเสียงบรรยายประกอบดนตรี ซึ่ง ททท. ถือเป็นหน่วยงานแรกของรัฐที่

นำมาใช้โดยประสบผลสำเร็จอย่างงดงาม ได้รับความสนใจอย่างมากขนาดนำไปจัดฉายทุกครั้งในบุตรประเทศไทยเมื่อร่วมงานระดับนานาชาติในต่างประเทศ

พร้อมกันนั้นได้ดำเนินการตลาดในลักษณะกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การจัดงานเที่ยวเริ่มมีขึ้นตั้งแต่ปีแรกที่ก่อตั้งหน่วยงาน ทั้งแบบทัศนจารโดยรถบัสและแบบคาราวานรถยนต์ เช่น อ.ส.ท. เที่ยวภาคกลาง, อ.ส.ท. เยือนอีสาน, อ.ส.ท. ท่องเหนือ และ อ.ส.ท. ล่องใต้ รวมทั้งการจัดเทศกาลงานประเพณีท้องถิ่นในภูมิภาคต่าง ๆ ยกระดับงานพื้นบ้านให้เป็นงานระดับชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคอีสาน ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งอยู่ค่อนข้างห่างไกลกัน จึงต้องสร้างจุดขายด้วยงานเทศกาลประเพณี เช่น งานแสดงของช้างที่จังหวัดสุรินทร์ คืองานแรกซึ่งสนับสนุนด้วยการจัดทัศนจารทางรถไฟ นำนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศไปชมจนมีชื่อเสียงไปทั่วโลก นอกจากนี้ยังมีงานประเพณีแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี งานประเพณีไหลเรือไฟ จังหวัดนครพนม งานประเพณีบุญบั้งไฟ จังหวัดยโสธร เป็นต้น

ททท. ยังได้ริเริ่มจัดงานเทศกาลประเพณีในระดับภูมิภาคขึ้นด้วยในชื่อ “งานศิลปวัฒนธรรมระหว่างภาค” โดยงานแรกจัดขึ้นในภาคอีสานที่จังหวัดนครพนม เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๒๐ ปีต่อมาสลับมาจัดในภาคเหนือ ที่จังหวัดเชียงใหม่ ก่อนจะลงไปจัดในภาคใต้ ที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ในงานได้นำเอาศิลปวัฒนธรรมและงานเทศกาลประเพณีของแต่ละภาคไปแนะนำให้เป็นที่ยู่อีกกัน

