

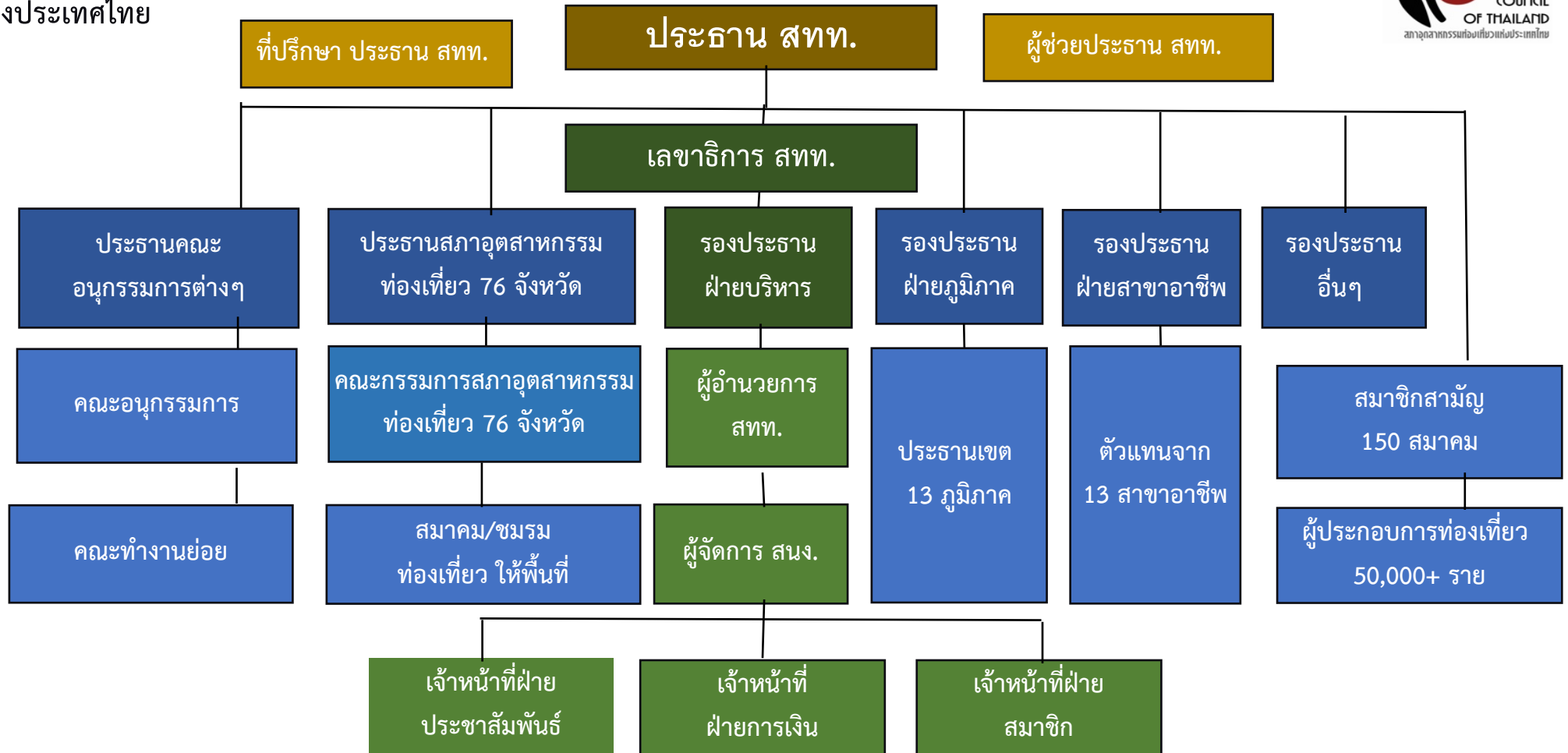


ฟื้นเศรษฐกิจ พลิกวิกฤต ด้วยการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

นายสุรวิทย์ อัครวรมาศ
รองประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

โครงสร้างองค์กร
สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทย

คณะกรรมการสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



ปัจจัยแวดล้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย



TAT REVIEW

1 The Grand Reunion
ออกเดินทางเพื่อกลับมาเจอกัน

2 Sincerely Green
แบรนด์ต้องตั้งใจจริงกับความยั่งยืน

3 Welcome to the Metaverse
โอกาสในโลกเสมือน

4 Innovation for a Betterment
นวัตกรรมที่เปลี่ยนให้โลกน่าอยู่

5 Crypto Tripo
เกี่ยวกับคริปโต

6 Workationer
งานได้ เกี้ยวดี

7 Collab not Combat
ร่วมคิด ร่วมขาย

TOURISM TRENDS
that will Shake Up
2022
and Beyond

ที่มา : THE SECRET SAUCE, breakingtravelnews.com, travelagentcentral.com, trendwatching.com, techsauce.co, LDA World, unwto-tourismacademy.ie.edu, amadeus.com, globetrender.com, traveldailynews.com



1. สร้างรายได้ปีละกว่า 3 ล้านล้านบาท
2. คิดเป็นกว่า 20% ของ GDP ประเทศ
3. มีผู้ประกอบการและมีการจ้างงานกว่า 7.5 ล้านคน
4. มี Supply Chain ที่ยาว ไปถึงชุมชน เกษตร ประชาชน
5. ฟื้นตัวได้เร็ว
6. ใช้งบประมาณไม่สูง

ทำไมการท่องเที่ยว
จึงเป็นเครื่องมือในการ
ฟื้นฟูเศรษฐกิจที่ดี ??





เทรนด์เที่ยวไทยหลังคลายล็อกดาวน์



78%

ของคนไทย
อยากเที่ยวในประเทศ



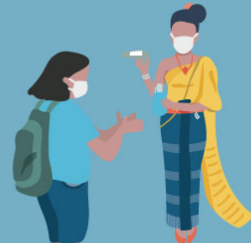
80%

ของที่พักในประเทศไทย
เป็น SMEs ในท้องถิ่น



52%

ของคนไทยบอกว่า
ความปลอดภัยเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด



43%

ของคนไทยคาดหวัง
ให้มีการทำความสะอาด
และฆ่าเชื้อโรค
ในห้องพักทุกวัน



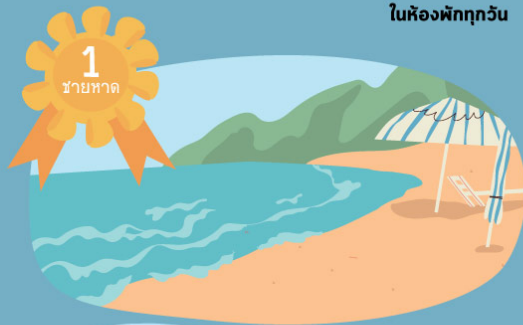
41%

ของคนไทยสะดวกเดินทาง
ในระยะเวลา 3-4 ชั่วโมง



37%

ของกรุป
เป็นการเที่ยวแบบครอบครัว



1
ชายหาด

36%

ของคนไทยที่เลือกเดินทาง
2 ชั่วโมงหรือน้อยกว่า
ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดของโลก



41%

ของคนไทยเลือกเดินทาง
ด้วยรถยนต์ส่วนตัว
มากกว่าค่าเฉลี่ยทั่วโลก
เกือบสองเท่า (28%)



38%

ของคนไทยเลือก
เที่ยวชายหาด
เป็นอันดับ 1 ตามมาด้วย
ป่าไม้และภูเขา

50%

ของคนไทยเลือกเดินทาง
ด้วยเครื่องบิน

ที่มา: Agoda.com

ข้อมูลจาก : Booking.com



9 เทรนด์ อนาคตการเดินทาง

ท่องเที่ยวแบบยั่งยืน รักโลก และปลอดภัย



จากความปรารถนา สู่ความจำเป็น

อยู่บ้านเป็นเวลานานทำให้หย่อน
การเดินทางมากขึ้น และหันคุณค่า
ของการเดินทางมากกว่าเดิม



ความคุ้มค่าต้องมาก่อน

ผลกระทบทางเศรษฐกิจทำให้ผู้คน
หาความคุ้มค่าในทุกการใช้จ่ายใช้สอย
รวมถึงการเดินทางท่องเที่ยว



ขอเน้นที่ใกล้และคุ้นเคย

เนื่องจากการท่องเที่ยวต่างประเทศ
มีข้อจำกัด การท่องเที่ยวในประเทศ
จึงสะดวกกว่าและปลอดภัยกว่า



ค้นหาแรงบันดาลใจ ด้วยการท่องเที่ยว

เปิดดูภาพถ่ายต่างๆ จากทริปก่อนๆ เพื่อ
มองหาแรงบันดาลใจสำหรับการท่องเที่ยว



ปลอดภัยไว้ก่อน

ระมัดระวังในการเดินทางมากขึ้น
เลือกจองเฉพาะที่พักที่มีมาตรการ
ด้านสุขภาพและอนามัย



คำนึงถึงผลกระทบ

เลือกเดินทางท่องเที่ยวที่ช่วยสนับสนุน
การฟื้นฟูจุดหมายปลายทาง และ
ชุมชนท้องถิ่นนับๆ ได้



โบกมือลาการเข้าออฟฟิศ

เมื่อผู้คนไม่จำเป็นต้องเข้าออฟฟิศทุกวัน
อีกต่อไป จะพบพฤติกรรมท่องเที่ยวเพื่อ
เปลี่ยนบรรยากาศทำงานมากขึ้น



สัมผัสความสวยงามง่าย

เน้นประสบการณ์ท่องเที่ยวแบบเรียบง่าย
มากขึ้น มองหาบ้านพักกลางธรรมชาติ
หรือรีสอร์ทมากกว่าโรงแรม



เทคโนโลยีเข้ามากระตุ้นการเดินทาง

ใช้เทคโนโลยีช่วยปรับเปลี่ยนประสบการณ์เดินทาง
ให้เข้ากับความต้องการเฉพาะบุคคล



ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สำหรับจังหวัด และกลุ่มจังหวัด

People - พัฒนาคคนและชุมชน

พัฒนาคน 4 รุ่น Gen B X Y Z ให้สามารถนำประโยชน์ของการท่องเที่ยวมาสร้างความเป็นอยู่ที่ดีและความสุขให้กับครอบครัวและชุมชน โดยพัฒนา ความรู้ ทักษะ ความคิดสร้างสรรค์และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

Planet - รักษาสิ่งแวดล้อม

ส่งเสริมแนวคิด BCG/SDG/เศรษฐกิจพอเพียง
ลดการใช้พลังงาน ลดของเสีย ลดน้ำเสีย
ลดขยะ ลดมลพิษ สร้างการท่องเที่ยวแบบ Low Carbon การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ

Profit - สร้างธุรกิจที่มีผลกำไร

เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ
สร้างสินค้าที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มมูลค่า
วางกลยุทธ์ราคา และ Business Model ที่เหมาะสม



Province – สร้าง Soft Power จังหวัด

ดึงจุดเด่น อัตลักษณ์ ที่แตกต่างของแต่ละจังหวัด สร้าง Soft Power – Food/Film/Fight/Festival/Fashion พัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์โดนใจนักท่องเที่ยวยุคใหม่ Wellness + BCG 8S= Spa / Spirit / Sport / Slow Food / Sleep Well / Souvenir / Study / Sharing

Partner - เชื่อมโยงพันธมิตร

เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด เชื่อมรัฐ การศึกษา ชุมชน เอกชน 4 สภา สทท. /สอท. /หอการค้าฯ /เกษตร 5 องค์กรรัฐ ททท / สสว / อพท / TCEB / พช และสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ

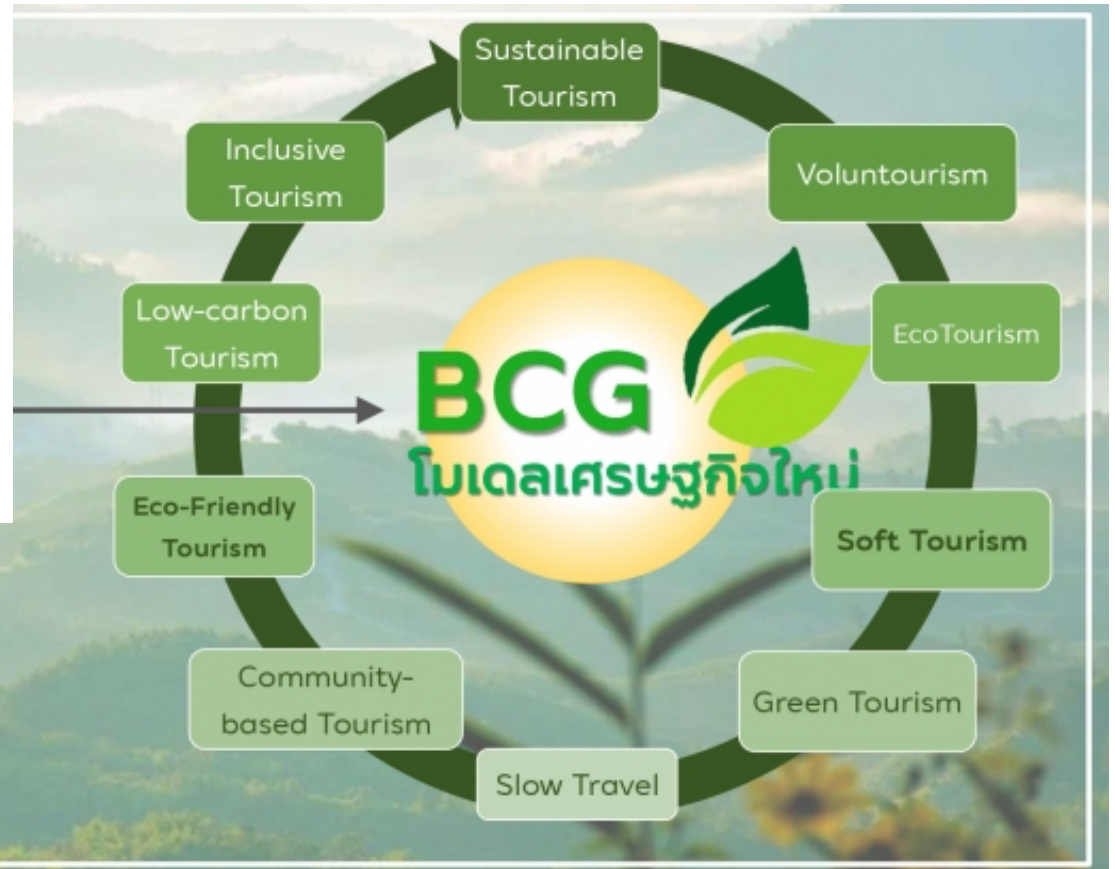
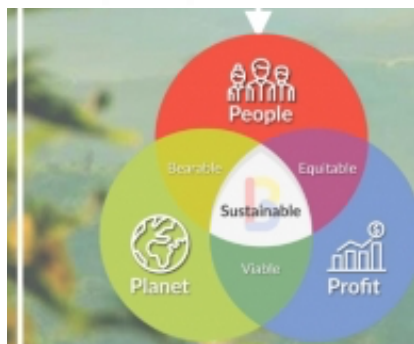
Policy – ปรับปรุงและขับเคลื่อนนโยบาย

เช่น พรบ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ มาตรา 51
พรบ. นโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ มาตรา 22
(กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย)



Tourism Transform ด้านสินค้าและบริการ – BCG & SDG

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



โอกาส vs ข้อยกจำกัด

ส่วนผสมอาหาร

Bio-Process

อาหารสุขภาพ

พันธมิตร/Smart Farmer

เกษตร
และอาหาร

การแพทย์สมัยใหม่

สิ่งมีชีวิตแบบองค์รวม

ยา ชีววัตถุ สมุนไพร

สารออกฤทธิ์ชีวภาพ

สุขภาพและ
การแพทย์

สารมูลค่าสูง

วัสดุชีวภาพ

เชื้อเพลิงชีวภาพ

ชีวมวล วัสดุเกษตร

พลังงานและ
วัสดุชีวภาพ

การท่องเที่ยวมูลค่าสูง

Content/Story

จัดสรรที่ดิน

การบริหารด้วย IT

การท่องเที่ยวและ
เศรษฐกิจสร้างสรรค์



ตัวอย่างเส้นทางเสนอขายร่วมกับสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และพวงจักษ์ (TEATA)

เส้นทางการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Low Carbon) 5 เส้นทาง 5 ภูมิภาคทั่วประเทศ



สมาคมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และพวงจักษ์ (TRTA) | โทร: 02-002 89 200-200 | โทรสาร: 02-002 89 200-200 | เว็บไซต์: www.teata.or.th

TEATA Carbon Balance

กาญจนบุรีท่องเที่ยวและธรรมชาติบำบัด GLAMPING & WELLNESS

TT-C เส้นทาง กาญจนบุรี (3 วัน 2 คืน)

#ดีต่อใจ #ดีต่อโลก
เป็นเส้นทางท่องเที่ยวและ
กิจกรรมนันทนาการที่ส่งเสริม
วิถีการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
และส่งเสริมวิถีชีวิตที่ดี
โดยคำนึงถึงธรรมชาติและ
สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

คาร์บอน
ฟุตพริ้นท์
0.01 tCO2e

สมาคมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และพวงจักษ์ (TRTA) | โทร: 02-002 89 200-200 | โทรสาร: 02-002 89 200-200 | เว็บไซต์: www.teata.or.th

TEATA Carbon Balance

เที่ยวอีสาน 3 แนว...นวดชาธานี THE WISDOM & WELLNESS

TT-NE เส้นทาง อุบลราชธานี - มุกดาหาร - บึงกาฬ (4 วัน 3 คืน)

#ดีต่อใจ #ดีต่อโลก

เส้นทาง 3 แนว "นวดชาธานี"
ส่งเสริมวิถีชีวิตที่ดี
และส่งเสริมวิถีชีวิตที่ดี
โดยคำนึงถึงธรรมชาติและ
สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

คาร์บอน
ฟุตพริ้นท์
0.75 tCO2e

สมาคมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และพวงจักษ์ (TRTA) | โทร: 02-002 89 200-200 | โทรสาร: 02-002 89 200-200 | เว็บไซต์: www.teata.or.th

TEATA Carbon Balance

ข้างอ้อมท้อง เราอ้อมใจ เดินทางไป...ชิมขายของพ่อ ณ ดอยปู่หมื่น

TT-N เส้นทาง เชียงใหม่ (2 วัน 1 คืน)

#ดีต่อใจ #ดีต่อโลก

CSR ของพ่อที่มอบโอกาส
ในช่วงสถานการณ์ COVID-19
ให้คนในพื้นที่พัฒนา
และขายของพ่อและครอบครัว
เป็นวิถีชีวิตที่ดี
และส่งเสริมวิถีชีวิตที่ดี
โดยคำนึงถึงธรรมชาติและ
สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

คาร์บอน
ฟุตพริ้นท์
0.21 tCO2e

การขับเคลื่อนเพื่อเชื่อมโยงและยกระดับ BCG Tourism Value Chain



Tourism Transform ด้านสินค้าและบริการ – Health & Wellness



Tourism Transformation Strategy



Digital + Covid
Disruption

Change

Tourist
Behavior + Interest



Product

Persona – Product Fit
Nation / Gen / Interest



Marketing

Story / Media / Channel



Process

Partner / People / Platform



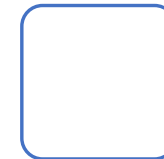
Man



Money



Management



Material



Machine

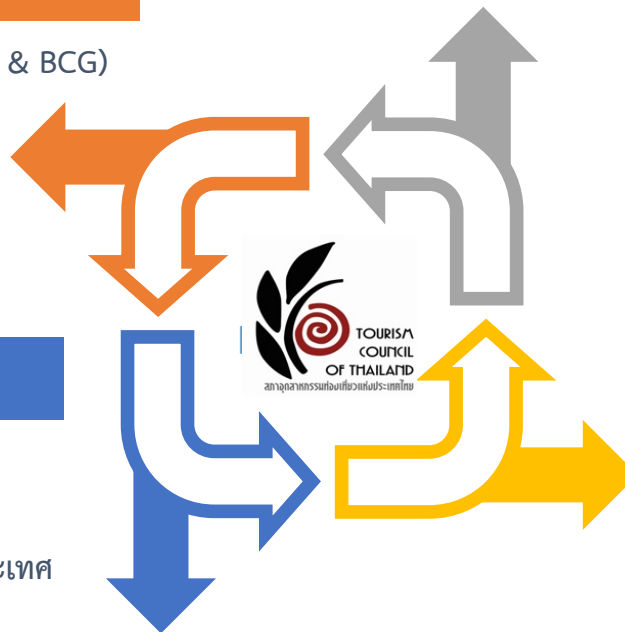
ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนงาน กรอ. จังหวัด และ กรอ. กลุ่มจังหวัด

Balance - สร้างสมดุล 3 ด้าน

สมดุล เชิงสินค้า Natural - Manmade (+Wellness & BCG)
สมดุล เชิงพื้นที่ เมืองหลัก เมืองรอง (MarTech)
สมดุล เชิงคุณค่า - มูลค่าสูง และคุ่มค่าสูง
(ด้วยความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม)

Synergy - รวมพลัง 4 ด้าน

เชื่อมโยงรัฐ เอกชน ประชาชน การศึกษา
ประสบการณ์+วิชาการ = ปฏิบัติการ
ถอดรหัสความสำเร็จ สร้างต้นแบบ และ Scale ทั่วประเทศ



Sustainable - ความยั่งยืน

นำแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง + BCG + SDG
สร้างการท่องเที่ยวยั่งยืน ทั้งด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และ
เศรษฐกิจ ลดความเหลื่อมล้ำ กระจายรายได้ แก้ไขความ
ยากจน People / Planet / Profit + Province /
Partner / Policy = Sustainable

Sharing - แบ่งปัน เรียนรู้เติบโตไปด้วยกัน

การท่องเที่ยวต้องเป็น Give มากกว่า Take
SME+ชุมชนแบ่งปันประสบการณ์ ความสุขให้ นักท่องเที่ยว
นักท่องเที่ยว+SME แบ่งปัน รายได้+ความรู้ ให้ชุมชน
SME และชุมชน แบ่งปันซึ่งกันและกัน