



Shape Supply

การพัฒนาด้านอุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน





Project Name : SHAPE SUPPLY

**โครงการจัดทำแนวทางการพัฒนาด้านอุปทานของอุตสาหกรรม
การท่องเที่ยว (Shape Supply) ร่วมกับคู่ความร่วมมือพันธมิตร
เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**

Document: รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

คำนำ

ตามแผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2567-2570) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ให้ “ททท. เป็นผู้ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยในการสร้างประสบการณ์ทรงคุณค่าและมุ่งสู่ความยั่งยืน” โดยกำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (SO2) สร้างคุณค่าและยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่ได้กล่าวถึงภาพอนาคตด้านอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาระบบนิเวศทางการท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและมาตรการการกำกับดูแล การพัฒนาอุปทานท่องเที่ยว การพัฒนาการเก็บข้อมูล การดูแลด้านความปลอดภัย มาตรฐานและคุณภาพ รวมไปถึงการพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะและความพร้อมในทุกด้าน อันเป็นส่วนสำคัญที่สอดคล้องกับ Sustainable Tourism Goals (STGs) ควบคู่ไปกับการพัฒนาด้านอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Shape Supply) ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมด้านการแข่งขันและความท้าทายด้านเศรษฐกิจและสังคมที่เพิ่มขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่ รวมไปถึงการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน (High Value and Sustainability) ในการดำเนินงานนี้ งานกลยุทธ์สินค้าการท่องเที่ยว กองวางแผนสินค้าการท่องเที่ยวจึงเห็นความสำคัญในการทำการศึกษารอบและแนวทางการศึกษาช่องว่างของอุปทานในพื้นที่ต่าง ๆ และนำไปสู่การกำหนดแผนการในการทำงานเพื่อการยกระดับอย่างเป็นระบบ จึงเป็นที่มาของโครงการศึกษาในครั้งนี้

สารบัญ

เนื้อหา	หน้า	เนื้อหา	หน้า
บทนำ	4	3 Whitespace Analysis การวิเคราะห์หาโอกาสของ การ Shape Supply	40
ที่มาของโครงการ (Project Background)	5	3.1 การวิเคราะห์ SWOT Analysis	41
วัตถุประสงค์ของโครงการ (Project Objective)	5	3.2 การวิเคราะห์แนวทางการวางกลยุทธ์	42
ความท้าทายของโครงการ (Project Challenge)	6	3.3 Whitespace Analysis การวิเคราะห์หาโอกาส ของการ Shape Supply	44
กระบวนการดำเนินงานของโครงการ	7	4 Recommendation บทสรุปและข้อเสนอแนะแนว ทางการพัฒนาด้านอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Shape Supply) ร่วมกับคู่ความร่วมมือพันธมิตร เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	46
1 Core Tenets of “Thailand Sustainable Tourism Shape Supply” ผลการศึกษาเพื่อสร้างบทบัญญัติ สำหรับการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	8	4.1 บทวิเคราะห์สู่การสร้างบทบัญญัติ ทางการ Shape Supply โดยการท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย	47
1.1 บทสรุปศึกษาข้อมูลทุติยภูมิและเก็บข้อมูลแนวทางการ ทำงานด้านการ Shape Supply ที่สอดคล้องกับบริบทของ ประเทศไทยจากผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนามิติต่าง ๆ	9	4.2 ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา Thailand Sustainable Tourism Shape Supply	50
1.2 บทวิเคราะห์สู่การสร้างบทบัญญัติทางการ Shape Supply โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	13	4.3 ข้อเสนอแนะด้านแผนปฏิบัติงานร่วมกับคู่ความร่วมมือ ในพื้นที่ตัวอย่าง	72
2 Tourism Shape Supply Role Model	24		
ประยุกต์ใช้บทบัญญัติต่อพื้นที่ตัวอย่างเพื่อกำหนด แผนการพัฒนากิจกรรมที่พร้อมต่อการปฏิบัติในลำดับต่อไป			
2.1 กิจกรรมการประชุมสรุปแนวทาง Shape Supply พร้อมรับฟังความคิดเห็นจากพันธมิตรและเจ้าของ แหล่งท่องเที่ยว	25		
2.2 ผลการประชุมเชิงปฏิบัติการด้านโอกาสในการจัดทำ โครงการคู่ความร่วมมือเพื่อ Shape Supply ในคลัสเตอร์ อำเภอปรานบุรี	36		

INTRODUCTION

บทนำ

- ที่มาของโครงการ (Project Background) 5
- วัตถุประสงค์ของโครงการ (Project Objective) 5
- ความท้าทายของโครงการ (Project Challenge) 6
- กระบวนการดำเนินงานของโครงการ 7

ที่มาของโครงการ (Project Background):

งานกลยุทธ์สินค้าการท่องเที่ยว กองวางแผนสินค้าการท่องเที่ยว รับผิดชอบดำเนินโครงการบูรณาการร่วมกับคู่ความร่วมมือเพื่อยกระดับประเทศไทย ในฐานะจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ตามการประเมิน Travel & Tourism Development Index (TTDI) ในปีงบประมาณ 2566 จึงเล็งเห็นความสำคัญของยุทธศาสตร์ (SO2) สร้างคุณค่าและยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อขับเคลื่อนระบบนิเวศด้านการท่องเที่ยว (Tourism Ecosystem) เพื่อการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและยั่งยืน (Responsible and Sustainable Tourism) โดยการจัดทำแนวทางการพัฒนาด้านอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Shape Supply) ในบทบาทของ กกท. ที่มีทิศทางสอดคล้องกับแผนวิสาหกิจ กกท. พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2567-2570) โดยมีเป้าหมายคือแนวทางการทำงาน การพัฒนา การสร้างสรรค์หรือการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมและเพื่อเป็นมาตรฐานในการทำงานให้กับฝ่ายสินค้าการท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการดำเนินการตามตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ Strategic Positioning ปรับเปลี่ยนสู่การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นคุณภาพและมีมูลค่าสูง

วัตถุประสงค์ของโครงการ (Project Objective):

1. เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาด้านอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Shape Supply) ที่สอดคล้องกับแผนวิสาหกิจ กกท. พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2567-2570) เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. เพื่อเป็นทิศทางและแนวทางการทำงานของฝ่ายสินค้าการท่องเที่ยวร่วมกับคู่ความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรม

ความท้าทายของโครงการ
Project Challenge:

**“จัดทำแนวทางบทบัญญัติของการพัฒนา
ด้านอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
(Shape Supply) ร่วมกับคู่ความร่วมมือพันธมิตร
เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน”**

กระบวนการดำเนินงานของโครงการ

1

Core Tenets of “Thailand Sustainable Tourism Shape Supply”

การสร้างบทบาทบัญญัติสำหรับพัฒนาภาคอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

1.1 ศึกษาข้อมูลกฤษฎีกาของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 1) ศึกษาแผนวิสาหกิจ ททท. พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2567-2570) ในส่วนของแนวทางการพัฒนาด้านอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- 2) ศึกษาหน้าที่ บทบาท ขอบเขตของงาน (Job Description) ของฝ่ายสินค้าการท่องเที่ยวที่มีองค์ประกอบ 3 ส่วน อันประกอบด้วยข้อมูลทั่วไป ความสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่น ๆ หน้าที่และความรับผิดชอบ
- 3) รวบรวมศึกษาและประมวลผลข้อมูลที่น่าเชื่อถือจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

1.2 เก็บข้อมูลแนวทางการทำงานด้านการ Shape Supply ที่สอดคล้องกับบริบทของประเทศไทยจากผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนามิติต่าง ๆ จำนวนไม่น้อยกว่า 10 ท่าน ได้แก่

- 1) มติยุทธศาสตร์ 2.1 สร้างเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและสินค้าบริการเชิงประสบการณ์
- 2) มติยุทธศาสตร์ 2.2 ยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกสู่ความยั่งยืน
- 3) มติยุทธศาสตร์ 2.3 สร้างนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งสู่ Smart Tourism และส่งเสริมธุรกิจรูปแบบใหม่

1.3 ประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับ ททท. โดยเนื้อหาสำคัญประกอบด้วย

- 1) การกำหนดนิยาม และกรอบแนวคิดหรือหลักเกณฑ์ของ Shape Supply ที่ครอบคลุม 3 มิติยุทธศาสตร์ของ ททท.
- 2) กำหนดรายชื่อพันธมิตรที่สามารถสนับสนุนการทำ Shape Supply
- 3) คัดเลือกพื้นที่ (ตัวอย่าง) สำหรับการพัฒนา Core Tenets สู่กลยุทธ์และแผนปฏิบัติงานในพื้นที่จริง

1.4 จัดทำการประชุมผลการทำงาน บรรณกรรม การสัมภาษณ์ และการร่วมระดมสมองกับผู้เกี่ยวข้อง เพื่อสรุป Core Tenets of “Thailand Sustainable Tourism Shape Supply”

2

Tourism Shape Supply Role Model

ประยุกต์ใช้บทบัญญัติต่อพื้นที่ตัวอย่างเพื่อกำหนดแผนการพัฒนาที่พร้อมต่อการปฏิบัติในลำดับต่อไป

- 2.1 กิจกรรมลงพื้นที่ Survey & Summary จำนวน 1 ครั้งในพื้นที่ตัวอย่าง โดยเชิญพันธมิตรคู่ความร่วมมือ เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 4 คน เพื่อทำการสำรวจและประชุมสรุปตัวอย่างแนวทางการพัฒนาด้านอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม (Sustainable Tourism Shape Supply Model)

3

Tourism Shape Supply Role Model

แนวทางการพัฒนาด้านอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Shape Supply) ร่วมกับคู่ความร่วมมือพันธมิตร เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน”

สรุปผลการดำเนินงานทั้งหมดประกอบด้วยเนื้อหา 2 ส่วน ได้แก่

- Thailand Sustainable Tourism Shape Supply
- โครงการปฏิบัติงานร่วมกับคู่ความร่วมมือในพื้นที่ตัวอย่าง

1

CORE TENETS OF “THAILAND SUSTAINABLE TOURISM SHAPE SUPPLY”

ผลการศึกษาเพื่อสร้างบทบัญญัติสำหรับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

- 1.1 บทสรุปศึกษาข้อมูลทุติยภูมิและเก็บข้อมูลแนวทางการทำงานด้านการ Shape Supply ที่สอดคล้องกับบริบทของประเทศไทยจากผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนามิติต่าง ๆ 9
- 1.2 บทวิเคราะห์สู่การสร้างบทบัญญัติทางการ Shape Supply โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 13

หน้า

1.1

บทสรุปศึกษาข้อมูลทุติยภูมิและเก็บข้อมูลแนวทางการทำงานด้านการ Shape Supply ที่สอดคล้องกับบริบทของประเทศไทยจากผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ

หมายเหตุ : สามารถติดตามรายละเอียดได้ในภาคผนวก (APPENDIX)

1.1.1 นิยามและการวางเป้าหมายของการ Shape Supply

มุมมองนิยาม (Definition) ของ การ "Shape Supply"

ให้เกิดการกระจายตัว ในการเดินทางท่องเที่ยว

การพัฒนา ความสามารถของ Supply

การสร้างโอกาส การเติบโตของ Supply

การสร้างความยั่งยืน ของการท่องเที่ยว

โดยสามารถเชื่อมโยงโครงข่ายร่วมกันได้ และมีสัดส่วนของแต่ละองค์ประกอบที่สมดุลกัน

พัฒนาให้สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ตอบโจทย์และรองรับ นักท่องเที่ยวเป้าหมาย (Demand) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

มาตรฐาน (Standard) ของการรองรับนักท่องเที่ยว

การมุ่งเน้นที่จะทำให้ Supply ต่าง ๆ เติบโตได้อย่างยั่งยืน (Sustainability) และอยู่บนพื้นฐานของการสร้าง ประสบการณ์ (Experience) เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึก ประทับใจอย่างเหมาะสม *****โดยปราศจากการยึดยึดหรือ บังคับในเรื่องของความยั่งยืนมากเกินไป**

เกิดสมดุลของระบบการ จัดการ (Operation) ที่ ตอบสนองต่อ ความ ต้องการของผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียในทุกกลุ่ม

เพื่อให้ Supply ต่าง ๆ เกิด การพัฒนาและเติบโตไปใน ทิศทางเดียวกัน และสามารถ ตอบโจทย์ความต้องการ ของกลุ่มนักท่องเที่ยว เป้าหมายได้ (Demand Target)

- ผู้ประกอบการสามารถ ดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคง และมีศักยภาพในการ รองรับ Demand ได้อย่าง แข็งแรงและมีมาตรฐาน
- อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สามารถสร้างประโยชน์ต่อ ผู้คน สังคม สิ่งแวดล้อม และต่อโลกได้อย่างต่อเนื่อง ยาวนานและมีความสมดุล กัน

มุมมองเป้าหมายและ ผลลัพธ์ (Objective and Outcome) ของ การ "Shape Supply"

การพัฒนาสินค้าและ บริการให้สามารถตอบโจทย์ ความต้องการของตลาด ในอนาคตได้มากขึ้น สินค้าและบริการมี ศักยภาพในการพัฒนาให้ เกิดความโดดเด่นและ แตกต่าง

เกิด ประสิทธิภาพของ การกระจายรายได้ระหว่าง Supply Units

ผลที่คาดว่าจะได้รับหลังจาก การ "Shape Supply"

การเกิดความสมดุล (Balance) ของพื้นที่ และยกระดับประสบการณ์ (Experience) ของนักท่องเที่ยวที่จะได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

1.1.2 มุมมองด้านองค์ประกอบ (Elements) ของ "Supply" ในระบบนิเวศการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ในมุมมองขององค์ประกอบ "Supply" ในการสร้างโอกาสในการสร้างความร่วมมือ เพื่อสร้างผลลัพธ์งานที่มีประสิทธิภาพสามารถสรุปออกมาเป็นแผนภาพได้ดังนี้



ททท.

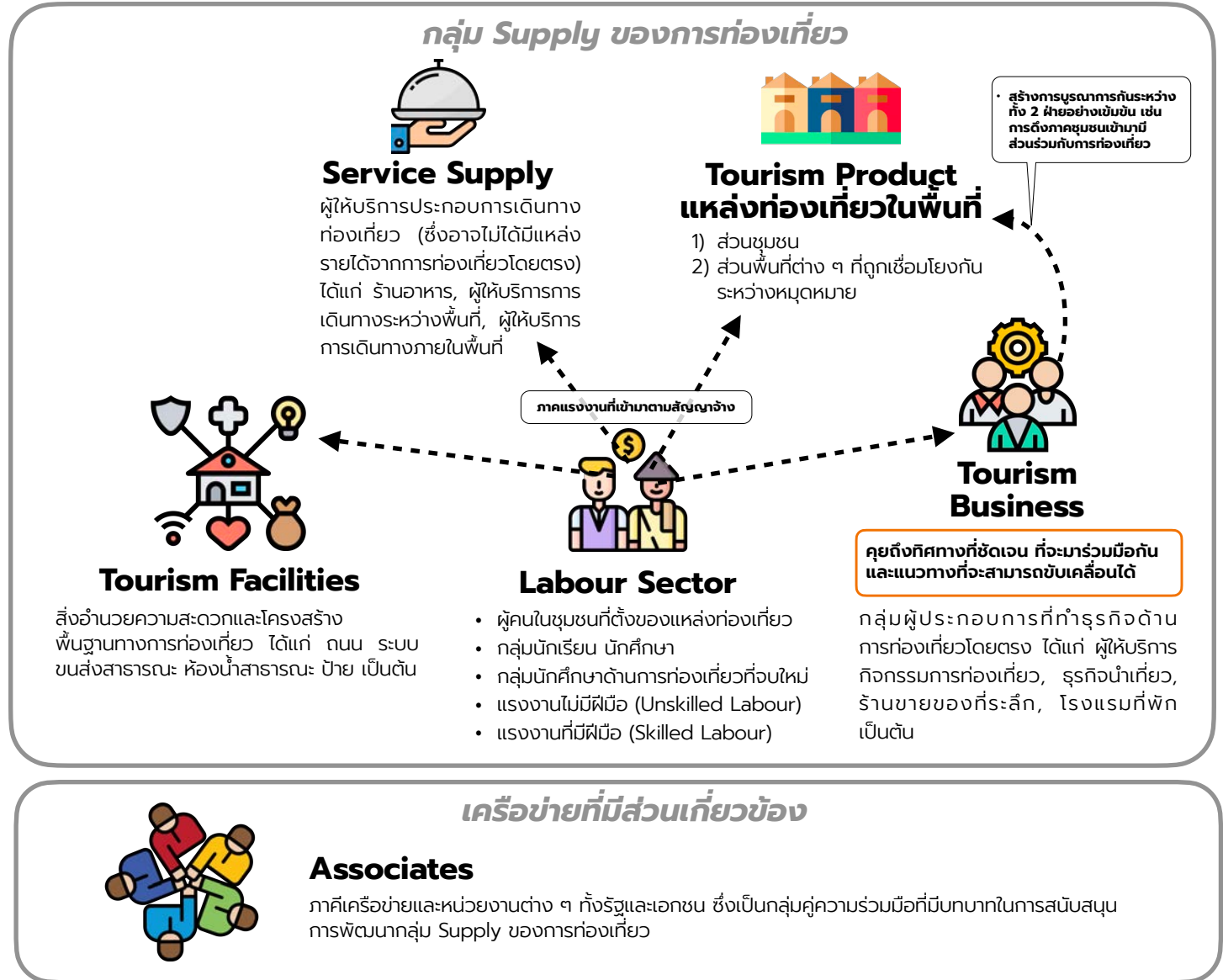
ผู้ประสานเชื่อมโยง
ให้เกิดการบูรณาการ



ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานกลางในการดำเนินการเชื่อมโยง และจับคู่ ระหว่างกลุ่ม Demand ลูกค้าที่มีความหลากหลายกับกลุ่ม Supply ต่าง ๆ (Connecting and Matching Demand with Supply)

- เชื่อมโยงให้เกิดการบูรณาการให้เกิดการเกื้อหนุน
- เกิดการสร้างรายได้และส่งมอบประสบการณ์จากการท่องเที่ยว
- สร้างความสมดุลของการพัฒนาที่ยั่งยืนในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว

ในแง่มุมมองของการพัฒนา Supply ททท. ยังมีหน้าที่ ในการสร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายและหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งรัฐและเอกชนให้เข้ามาช่วยสนับสนุน การพัฒนาให้ภาค Supply ของอุตสาหกรรมเกิดความเข้มแข็ง



1.1.3 ข้อกำหนด “ทิศทาง (Direction)” ของการพัฒนา “Shape Supply”

ผลจากการสัมภาษณ์แนวทางการทำงานด้านการ Shape Supply ที่สอดคล้องกับบริบทของประเทศไทย จากผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนามิติต่าง ๆ สามารถสรุป ข้อกำหนด “ทิศทาง (Direction)” ของการพัฒนา “Shape Supply” ได้ 2 แนวทาง 10 ข้อดังนี้

พัฒนาแผนและเนื้อหาในระดับส่วนกลาง

- 1. กกท. ควรแบ่งหมวดหมู่ประเภทของ Supply และจัดเรียงลำดับความสำคัญ (Priority) ของเนื้อหาที่ต้องทำให้ชัดเจน**
- 2. กกท. ควรร่วมดำเนินงานกับหน่วยงานคู่ความร่วมมือที่มีหน้าที่ในการพัฒนา Supply กลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง**
 - ร่วมงานกับ CEA ด้านการออกแบบอัตลักษณ์ของสินค้าและบริการการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับชุมชนและวัฒนธรรม
 - ร่วมงานกับ สวส. ด้านการพัฒนาสร้างชุดต้นแบบและอบรมความพร้อม Supply โดยใช้กลุ่มธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เป็นเครื่องมือที่ช่วยพัฒนาและเอื้อประโยชน์ด้านความยั่งยืนต่อนิเวศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้น
 - ร่วมงานกับ อพท. ด้านการเผยแพร่เครื่องมือและองค์ความรู้ด้าน Demand และ Trend ให้เพื่อเป็นแนวทางในการเข้าไป Shape Supply ได้อย่างตรงเป้าและตอบโจทย์ Demand
- 3. ควรมีการกำหนดทิศทางและนโยบาย แผนงานในการสร้างภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ (Branding and Identity) ของ Destination เพื่อได้ทิศทาง การพัฒนา Supply ที่เหมาะสมกับบริบท จุดเด่น เพื่อให้มีความสอดคล้องกัน ทั้งประเทศ**
 - ในญี่ปุ่นรัฐบาลท้องถิ่นมีการกำหนดกลยุทธ์ในลักษณะนี้ ซึ่ง กกท. ควรมีส่วนช่วยสนับสนุนให้เกิดขึ้นในประเทศไทย นอกจากนี้ กกท. ควรมีการกำหนดธีม และทิศทาง “Direction” ของสินค้าที่น่าสนใจประจำปี หรือกำหนดสินค้าที่รับกับเทรนด์ และช่วยกำหนดแนวทางให้ Supply ทำตามเทรนด์ได้จริง
- 4. กกท. ควรจัดทำข้อมูลเชิงลึก (Research Data) จากการทำงานด้านจัดเก็บข้อมูล ทำวิจัยต่าง ๆ ของทั้งกลุ่ม Demand และกลุ่ม Supply โดยการรวบรวมและจัดเรียงหมวดหมู่ประเภทของชั้นข้อมูล ขยายผลไปสู่การสร้างระบบของข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ (Cloud Data Platform)**
 - การสร้างฐานข้อมูล Supply ที่จะเอื้อประโยชน์ต่อกัน กกท. และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมาก ในด้านการประหยัดเวลาในการทำตามเทรนด์และควาโอกาสตลาดได้อย่างรวดเร็ว
- 5. กกท. ควรยกระดับกลุ่ม Supply ด้วยการเผยแพร่และสนับสนุนองค์ความรู้ที่เกี่วข้องอย่างต่อเนื่องให้แก่ผู้ที่ต้องการ โดยดำเนินงานผ่านทั้ง การประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรมในรูปแบบทั้งออนไลน์และออฟไลน์**
 - ฐานข้อมูลและวิธีการใช้งาน Technology & Innovation ต่าง ๆ ที่ช่วยให้ Supply มีความพร้อม (Smart) ในการบริหารธุรกิจมากขึ้น (เป้าหมายด้าน Smart Tourism)
- 6. กกท. ควรดูแลและสร้างแรงจูงใจในการพัฒนากลุ่ม Supply อย่างต่อเนื่อง ด้วยการสร้างกรอบ มาตรฐาน รางวัล และการกாரันตีคุณภาพ ให้มีความสามารถในการดึงดูดกลุ่ม Demand เป้าหมายที่มีคุณภาพได้**

พัฒนาแผนและเนื้อหาในระดับกลุ่มคลัสเตอร์

- 1. กกท. ควรกำหนดขอบเขตและเลือกกลุ่มคลัสเตอร์ให้เป็นพื้นที่ต้นแบบในการ Shape Supply ที่จะช่วยสร้างผลกระทบต่อฝั่งของ Demand ที่เป็นการ Drive เทรนด์ให้เกิดขึ้นเป็นที่ยอมรับกับกลุ่มเป้าหมาย และทำให้ฝั่ง Supply ได้เรียนรู้ต้นแบบที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม**
 - การคัดเลือกกลุ่มพื้นที่คลัสเตอร์ เพื่อทำการพัฒนา มุ่งเน้นการพัฒนาการสร้างกลุ่มพื้นที่คลัสเตอร์การท่องเที่ยวที่นำเสนอจุดเด่นสินค้าการท่องเที่ยวกลุ่มยั่งยืน (ครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม อย่างน้อย 2 มิติ)
 - การกำหนดขอบเขตคลัสเตอร์ กำหนดได้ 2 รูปแบบ 1) กำหนดด้วยรูปแบบสินค้าที่เป็นกลุ่มเรื่องราวเดียวกัน เช่น กลุ่ม Wellness, กลุ่ม Gastronomy, กลุ่ม CBT, กลุ่ม Creative Tourism เป็นต้น 2) การกำหนดด้วยพื้นที่เป็นพื้นที่การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงถึงกันได้อย่างเหมาะสมโดยไม่จำเป็นต้องอิงเส้นขอบเขตจังหวัด โดยอาจมีรวมกันด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นเรื่องราวทิศทางเดียวกัน
- 2. กกท. ควรลงทุนสำรวจและจัดทำฐานข้อมูลของกลุ่ม Supply และ Stakeholders ที่เกี่ยวข้อง กับ Supply ในพื้นที่ และจัดระเบียบข้อมูลเป็นรายงานที่สามารถเป็น คู่มือสำหรับการทำงานในพื้นที่ และจัดทำ Recommendation ของการ Shape Supply ของพื้นที่**
 - ลงพื้นที่เก็บข้อมูล Supply > ประเมินความพร้อมของกลุ่มพื้นที่คลัสเตอร์เพื่อแบ่งระยะสนับสนุนของการพัฒนา Supply ให้ได้ตรงถึงสิ่งที่ขาดและตรงกับทิศทางที่กลุ่มพื้นที่คลัสเตอร์ และกลุ่ม Supply ต้องการ > สำรวจจุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค โอกาส และวิเคราะห์ Missing Pieces ของพื้นที่ > จัดระเบียบข้อมูลเป็นรายงานที่สามารถเป็นคัมภีร์สำหรับการทำงานในพื้นที่ และจัดทำ Recommendation ของการ Shape Supply ของพื้นที่
- 3. กกท. ควรเชิญชวน Stakeholders ที่เกี่ยวข้อง กับ Supply ทั้งหมดเข้ามามีส่วนร่วม ในการพัฒนาพื้นที่ และมีกำหนดกระบวนการทำงานร่วมกับคู่ความร่วมมือที่เหมาะสม ซึ่งเป็นการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานพัฒนา Supply ของพื้นที่ที่มีอยู่ก่อนแล้ว เช่น กกท. พื้นที่, ททว. พื้นที่, อพท. เป็นต้น**
 - เชิญชวน Stakeholders ที่เกี่ยวข้อง กับ Supply ทั้งหมดเข้าร่วมประชุม ใช้กระบวนการระดมสมองเพื่อหารือ แนวทางการดำเนินงาน และมีการกำหนดเป้าหมายร่วมกัน
 - จัดทำบทสรุปแผนปฏิบัติงานที่มีเป้าหมายและกรอบเวลาที่ชัดเจนและกลับมาสร้าง Engagement กับ Stakeholders อีกครั้งเพื่อรับเป็นมติร่วมกัน และเผยแพร่สิ่งพิมพ์แผนปฏิบัติงานที่ชัดเจน สื่อสารเข้าใจง่าย
- 4. กกท. ควรมีระบบประเมิน ติดตาม และตรวจสอบวัดผลของแผนงาน การทำงาน และผลลัพธ์จาก Stakeholders ใน Supply อย่างสม่ำเสมอ**
 - ประเมินในมิติด้านความยั่งยืน ผลกระทบด้านต่าง ๆ และความพึงพอใจของ Supply ต่อผลลัพธ์การดำเนินการ

1.2

บทวิเคราะห์สู่การสร้างบทบัญญัติ ทางการ Shape Supply โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เป้าหมายและแนวทางปฏิบัติของ กกท. ในการ Shape Supply อุปทานใน
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยสู่เป้าหมายอนาคตที่ยั่งยืน

1.2 บทวิเคราะห์สู่การสร้างบทบาทผู้ตีทาง การ Shape Supply โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เป้าหมายของการ Shape Supply "SUSTAINABLE FUTURE" FOR THAILAND TOURISM INDUSTRY



5 Groups of Tourism Supply

1	2	3	4	5
Tourism Product	Tourism Business	Service Supply	Tourism Facilities	Labour Sector
กลุ่มแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ Attraction ต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ, แหล่งท่องเที่ยว Manmade, แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ หรือศาสนา และชุมชน	กลุ่มผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจด้านการท่องเที่ยวโดยตรง ได้แก่ ผู้ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยว, ธุรกิจนำเที่ยว, ร้านขายของที่ระลึก, โรงแรมที่พัก	ผู้ให้บริการประกอบการเดินทางท่องเที่ยว (ซึ่งอาจไม่ได้มีแหล่งรายได้จากการท่องเที่ยว 100%) ได้แก่ ร้านอาหาร, ผู้ให้บริการการเดินทางระหว่างพื้นที่, ผู้ให้บริการการเดินทางภายในพื้นที่	สิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ถนนหนทาง การเดินทาง สาธารณะ ป้าย ห้องน้ำสาธารณะ เป็นต้น	กลุ่มทรัพยากรบุคคลในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีบทบาทขับเคลื่อนในทุก Supply ได้แก่ ผู้คนในชุมชนที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว, กลุ่มนักเรียน นักศึกษา, กลุ่มนักศึกษาด้านการท่องเที่ยว ที่จบใหม่ แรงงานไม่มีฝีมือ แรงงานที่มีฝีมือ เป็นต้น

1.2 บทวิเคราะห์สู่การสร้างบทบาทผู้ตีทาง การ Shape Supply โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เป้าหมายของการ Shape Supply



Sustainable Future for Tourism Industry อนาคตการท่องเที่ยวของไทยที่ยั่งยืน

Ultimate Goal ของการ Shape Supply ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มุ่งมั่นจะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมั่นใจว่าจะมีอนาคตที่ยั่งยืน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังสามารถเป็นเครื่องมือสร้างเศรษฐกิจให้กับประเทศไทย แต่ในขณะเดียวกันก็นำมาสู่การพัฒนาสังคม การรักษาสิ่งแวดล้อม และการสร้างไว้ซึ่งวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นไทยนำมาสู่ความสุขและคุณภาพชีวิตของคนในประเทศ

เป้าหมายย่อยของ Sustainable Future



Sustainable Future มีเป้าหมายย่อยทั้งหมด 5 กลุ่ม ได้แก่

1. Unique Experience

ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนเคย สัมผัสกับความโดดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ที่สร้างความหมาย ความประทับใจไม่รู้ลืม

2. Sustainability

ประสบการณ์การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ มีการบริหารจัดการที่ทำให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันคุณค่าต่อสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

3. Hospitality

การส่งมอบประสบการณ์การบริการที่สร้างคุณค่าด้าน Human Touch สร้างความรู้สึกได้รับการดูแลอย่างดีแก่ผู้มาเยือน

4. Ease & Trust of Traveling

ประสบการณ์การเดินทางที่เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวมีมาตรฐานที่สร้างความเชื่อมั่น ความรู้สึกปลอดภัย สะดวก ทำให้การท่องเที่ยวราบรื่น

5. Smart Tourism

การปรับตัวเข้าสู่โลกดิจิทัลที่ทำให้อุปทานของบ้านเราได้เป็นส่วนหนึ่งของการทำให้ประสบการณ์การท่องเที่ยวเป็นเรื่องง่ายดายจากทุกที่ทั่วโลก รวดเร็ว ไร้รอยต่อและเต็มไปด้วยความเป็นไปได้

1.2 บทวิเคราะห์สู่การสร้างบทบัญญัติทางการ Shape Supply โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Sustainable Future

1. Unique Experience

2. Sustainability

3. Hospitality

4. Ease & Trust of Traveling

5. Smart Tourism

1. Unique Experience



Unique Experience สร้างความได้เปรียบและความแตกต่างของอุปทานในระบบการท่องเที่ยวด้วยการนำเสนอความเป็นเอกลักษณ์ด้วยกิจกรรม การบริการ รวมถึงการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่โดดเด่นน่าจดจำ

1.2 บทวิเคราะห์สู่การสร้างบทบาทวิถีทางการ Shape Supply โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



2. Sustainability



Sustainability สร้างความยั่งยืนในการท่องเที่ยวของอุปทานในระบบการท่องเที่ยวด้วยการจัดการอย่างยั่งยืนของทั้ง Supply Chain การท่องเที่ยว ให้ครอบคลุมทุกมิติตั้งแต่ด้านธุรกิจ ด้านสังคม-เศรษฐกิจ ด้านวัฒนธรรมและด้านสิ่งแวดล้อม

1.2 บทวิเคราะห์สู่การสร้างบทบัญญัติทางการ Shape Supply โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Sustainable Future

1. Unique Experience

2. Sustainability

3. Hospitality

4. Ease & Trust of Traveling

5. Smart Tourism

3.

Hospitality



Hospitality สร้างคุณค่า Human Touch ของอุปทานในระบบการท่องเที่ยวด้วยการสร้างความรู้สึที่ดีแก่ผู้มาเยือนอย่างมีมิตรไมตรี ดูแลเอาใจใส่ ตอบสนองและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว รวมถึงการมีมาตรฐานและคุณภาพการบริการที่ดี

1.2 บทวิเคราะห์สู่การสร้างบทบัญญัติทางการ Shape Supply โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Sustainable Future

1. Unique Experience

2. Sustainability

3. Hospitality

4. Ease & Trust of Traveling

5. Smart Tourism

4. Ease & Trust of Traveling



Ease & Trust of Traveling สร้างและกำหนดมาตรฐานของอุปทานในระบบการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมเรื่องคุณภาพ (Quality) รวมถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว (Safety)

1.2 บทวิเคราะห์สู่การสร้างบทบาทผู้ตีทางการ Shape Supply โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Sustainable Future

1. Unique Experience

2. Sustainability

3. Hospitality

4. Ease & Trust of Traveling

5. Smart Tourism

5.

Smart Tourism



Smart Tourism เพิ่มความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วไร้รอยต่อของอุปทานในระบบการท่องเที่ยวจากความสามารถในการแสดงตัวตน (Global Visibility) เพื่อให้ถูกได้รับการมองเห็นของผู้บริโภคและจากการทำให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์การเข้าถึงสินค้าและการบริการได้อย่างรวดเร็ว ไร้รอยต่อมากยิ่งขึ้น ตลอดจนการบริหารจัดการทั้งหมดมีประสิทธิภาพสูงด้วยระบบการบริหารจัดการที่ทันสมัยครบวงจรก็เป็นอีกส่วนที่ช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันและความยั่งยืนให้กับการทำธุรกิจในยุคต่อไป

1.2 บทวิเคราะห์สู่การสร้างบทบาทวิสาหกิจทาง การ Shape Supply โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตัวอย่างแนวทางการ Shape Supply ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม (ข้อมูลกฤตยภูมิของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)

UNIQUE EXPERIENCE	SUSTAINABILITY	HOSPITALITY	EASE AND TRUST OF TRAVELING	SMART TOURISM
<ul style="list-style-type: none"> จัดทำนโยบายทิศทางของสินค้าที่สร้างออกมาให้ชัดเจน ถ่ายทอดองค์ความรู้ในการเข้าใจกลุ่มเป้าหมายและทิศทางการพัฒนาสินค้าเพื่อการตลาดของ ททท สนับสนุนการสร้างสรรคสินค้าที่สามารถสร้างความแตกต่างอย่างมีเอกลักษณ์ สนับสนุนการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงรุก และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว สนับสนุนการเชื่อมโยงการบูรณาการร่วมกับหน่วยงานเพื่อพัฒนาอัตลักษณ์ร่วม เพื่อนำไปสู่การเชื่อมโยงสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว พัฒนาทรัพยากรบุคคลให้เกิดความเข้าใจอัตลักษณ์ และ DNA เป็นของตนเอง 	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำนโยบายทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การสร้างมาตรการการบังคับใช้กฎหมายให้มีความเข้มงวด คอยติดตาม ดูแล และประเมินการดำเนินงาน และการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เชิดชูหน่วยงานหรือองค์กรที่ดำเนินกิจกรรมผ่านมาตรฐานการพัฒนาอย่างยั่งยืน การลงทุนนวัตกรรมเพื่อช่วยในการจัดการการบริหารการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประชาสัมพันธ์ข้อมูลและถ่ายทอดความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ปลูกฝังจิตสำนึกการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้จัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น ผ่านการให้ความรู้เรื่องผลประโยชน์ทางการท่องเที่ยว และมาตรการจูงใจ สนับสนุนการเชื่อมโยงบูรณาการ Stakeholder เพื่อบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ยกระดับผู้ประกอบการและพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีความสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สนับสนุนการสร้างสรรคสินค้าที่สร้างคุณค่า และการคำนึงเรื่อง การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสร้างความยั่งยืนจากการท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาบุคลากรในระบบการให้บริการทาง การท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพสูง การส่งเสริมทักษะการสื่อสารให้สามารถสื่อสารถึงคุณค่าที่ส่งมอบแก่นักท่องเที่ยว (Customer Proposition) ทั้งในกลุ่มมัคคุเทศก์ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น รวมถึงผู้นำกิจกรรมในชุมชน สร้างจุดนักท่องเที่ยว โดยการหาแนวทางพัฒนา และการสร้างแรงจูงใจให้เกิดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์แต่ละกลุ่มอย่างเหมาะสม เช่น การมอบรางวัล เป็นต้น บูรณาการบริษัท และ SMEs ในภาคการบริการในแต่ละภูมิภาคเข้าสู่ระบบด้านการพัฒนาบริการ และการสร้างมูลค่าการท่องเที่ยว บูรณาการภาคการศึกษาสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง และให้ Direction ถึงความต้องการของการผลิตแรงงานในแต่ละปี ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวชุมชนให้สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว ผ่านการพูดคุย กิจกรรมที่มอบประสบการณ์การมีส่วนร่วมที่ชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาให้ การท่องเที่ยวเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มศักยภาพ การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวทุกรูปแบบให้ได้มาตรฐาน พัฒนาระบบการบริหารจัดการภายในองค์กรและยกระดับการให้บริการขององค์กรภาครัฐให้รวดเร็วและมีคุณภาพ ต้องหา แนวทางการยกระดับความปลอดภัยในทุกมิติ ทั้งด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการพัฒนาระบบความปลอดภัยและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก ทำให้ทุกคนเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมทั้งผู้พิการหรือผู้ที่ต้องได้รับความช่วยเหลือพิเศษ สนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ มีเกณฑ์ในการพัฒนาที่เหมาะสมกับคุณลักษณะของเมืองท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานความสะอาดสบาย 	<ul style="list-style-type: none"> การลงทุนกับการพัฒนา Startup เพื่อ Support Needs & Pain Points ของผู้ประกอบการ เช่น ความต้องการการเชื่อมต่อระหว่างโรงแรมกับ Supply Chain ต่าง ๆ ของโรงแรม เพื่อเชื่อมโยงสู่ Circular Economy เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานด้วยระบบเทคโนโลยี ด้วยการพัฒนาระบบบริหารจัดการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยหรือระบบ Tourism Intelligence Center (TIC) เน้นเชื่อมโยงบูรณาการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวไทยจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเพื่อมุ่งสู่การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพพัฒนาคุณภาพมนุษย์สู่ยุคการท่องเที่ยวเชิงดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบในอนาคต ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อคาดการณ์ความต้องการบริการและจัดการปริมาณนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้ดีขึ้น จัดทำระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ จัดทำระบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สร้างแพลตฟอร์มเพื่อรองรับประสบการณ์ของลูกค้าแบบครบวงจรของนักท่องเที่ยว End-to-End Customer Experience เพื่อ Support อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2

TOURISM SHAPE SUPPLY ROLE MODEL

ประยุกต์ใช้บทบาทบุญญัตติต่อพื้นที่ตัวอย่างเพื่อกำหนดแผนการพัฒนาที่พร้อมต่อการปฏิบัติในลำดับต่อไป

หน้า

- 2.1 กิจกรรมการประชุมสรุปแนวทาง Shape Supply พร้อมรับฟังความคิดเห็นจากพันธมิตรและเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว 25
- 2.2 ผลการประชุมเชิงปฏิบัติการด้านโอกาสในการจัดทำโครงการคู่ความร่วมมือเพื่อ Shape Supply ในคลัสเตอร์อำเภอปราณบุรี 36

2.1

กิจกรรมการประชุมสรุปแนวทาง Shape Supply พร้อมรับฟังความคิดเห็นจากพันธมิตรและเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว

จัดกิจกรรมลงพื้นที่ Survey & Summary โดยเชิญพันธมิตรคู่ความร่วมมือ เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 4 ท่าน เพื่อทำการสำรวจและประชุมสรุปตัวอย่างแนวทางการพัฒนาด้านอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม (Sustainable Tourism Shape Supply Model)

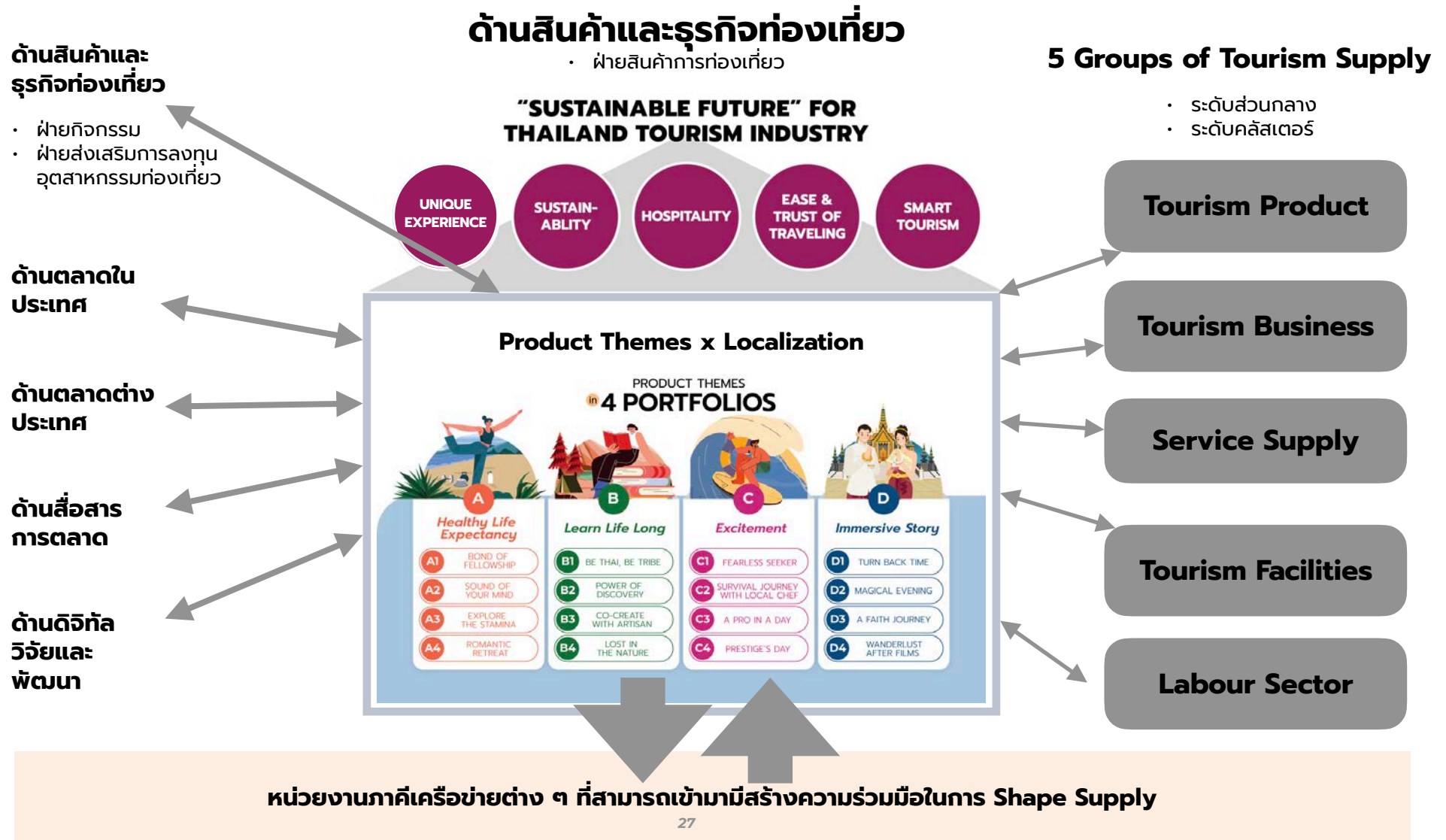
กิจกรรมการประชุมสรุปแนวทาง Shape Supply พร้อมรับฟังความคิดเห็นจากพันธมิตร และเจ้าของ แหล่งท่องเที่ยว :

โครงการจัดทำแนวทางการพัฒนาด้านอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
(Shape Supply) ร่วมกับคู่ความร่วมมือพันธมิตรเพื่อยกระดับประเทศไทย
สู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน



[ททท. ด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว] 'SHAPE SUPPLY' STRATEGIC MOVE

การเชิญคู่ความร่วมมือพันธมิตรที่เกี่ยวข้องของเข้าร่วมกิจกรรมการประชุมสรุปแนวทาง Shape Supply ใช้การพิจารณาบทบาทตามแผนกลยุทธ์การ Shape Supply เพื่อให้ได้ความเห็นจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างครอบคลุม ดังนี้



กิจกรรมลงพื้นที่สำรวจจุดแข็ง จุดอ่อนของพื้นที่คลัสเตอร์อำเภอปราณบุรี

จัดกิจกรรมลงพื้นที่ Survey & Summary โดยเชิญพันธมิตรคู่ความร่วมมือ เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 4 ท่าน

รายนามหน่วยงานพันธมิตรที่เข้าร่วมการสำรวจและร่วมประชุม

รายนามหน่วยงานพันธมิตรที่เข้าร่วมการสำรวจ

1. นายวริทธิ์ ตรีประเสริฐ สำนักพัฒนาธุรกิจและนวัตกรรม สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
2. นายรณวุฒิ สุภางคะรัตน์ นักวิชาการวิสาหกิจเพื่อสังคมชำนาญ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม
3. นางประภัสสร วรรณระภูต หัวหน้างานท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)
4. นายสรรพวัตร กันตามระ ผู้จัดการฝ่ายการตลาดเชิงกลยุทธ์และความยั่งยืน บริษัท ฟายด์โฟล์ค จำกัด ([Find Folk Co., Ltd](#))

รายนามหน่วยงานพันธมิตรที่เข้าร่วมการประชุม (เพิ่มเติมจาก 4 หน่วยงาน)

1. นายคมสัน หงภัทรคีรี ผู้จัดการศูนย์สิรินาถราชินี

กิจกรรมลงพื้นที่สำรวจจุดแข็ง จุดอ่อนของพื้นที่คลัสเตอร์อำเภอปราณบุรี

จัดกิจกรรมลงพื้นที่ Survey & Summary โดยเชิญพันธมิตรคู่ความร่วมมือ เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 4 ท่าน

กำหนดการการลงพื้นที่เป็นเวลา 2 วัน

วันจันทร์ที่ 18 กันยายน 2566

- 14.00 น. - **ประชุม Briefing** เตรียมความพร้อม ในการใช้แนวทาง Shape Supply และกิจกรรมตาม **กำหนดการ**
- 16.00 น. - **สำรวจ** จัดเก็บข้อมูลและพบปะหารือเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว **ชุมชนปากน้ำปราณบุรี**
กิจกรรมนั่งรถไถ่มา ชมร้านค้าแพ็โบราณ ชมหมู่บ้านวิถีชีวิตชาวประมง ชมธนาคารปูม้า
สักการะศาลเสด็จกรมหลวงชุมพรและวัดปากคลองปราณ กิจกรรมปล่อยปู และทำขนมไทย

วันอังคารที่ 19 กันยายน 2566

- 08.00 น. - **สำรวจ** จัดเก็บข้อมูลและพบปะหารือเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว **ศูนย์ศึกษาเรียนรู้ระบบนิเวศป่าชายเลน สิรินาถราชินี**
“ศูนย์เรียนรู้ด้านการฟื้นฟูป่าชายเลนจากนาถุ้งร้างแห่งแรกของประเทศไทย” เส้นทางศึกษาธรรมชาติ
นิทรรศการป่าชายเลน กิจกรรมการเรียนรู้ระบบนิเวศชายเลน Natural Trail Route Zone
เรียนรู้ชนิดของนก ชนิดของปู พันธุ์พืชที่พบ
- 10.30 น. - **ประชุมสรุปแนวทาง Shape Supply พร้อมรับฟังความคิดเห็นจากพันธมิตรและเจ้าของแหล่ง**
ท่องเที่ยว
ณ ห้องประชุม ศูนย์ศึกษาเรียนรู้ระบบนิเวศป่าชายเลน สิรินาถราชินี

กิจกรรมลงพื้นที่สำรวจจุดแข็ง จุดอ่อนของพื้นที่คลัสเตอร์อำเภอปราณบุรี

จัดกิจกรรมลงพื้นที่ Survey & Summary โดยเชิญพันธมิตรคู่ความร่วมมือ เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 4 ท่าน

ภาพบรรยากาศการลงพื้นที่

วันจันทร์ที่ 18 กันยายน 2566 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มประมงบ้านปากน้ำปราณ



กิจกรรมลงพื้นที่สำรวจจุดแข็ง จุดอ่อนของพื้นที่คลัสเตอร์อำเภอปราณบุรี

จัดกิจกรรมลงพื้นที่ Survey & Summary โดยเชิญพันธมิตรคู่ความร่วมมือ เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 4 ท่าน

ภาพบรรยากาศการลงพื้นที่

วันอังคารที่ 19 กันยายน 2566 ศูนย์ศึกษาเรียนรู้ระบบนิเวศป่าชายเลน สรินาทราชินี





AGENDA

การประชุมสรุปแนวทาง SHAPE SUPPLY พร้อมรับฟัง
ความคิดเห็นจากพันธมิตรและเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว

19 กันยายน 2566

สถานที่: ห้องประชุม ศูนย์ศึกษาเรียนรู้ระบบนิเวศป่าชายเลน สิรินาคราชนี

10.30-10.45 น. วอร์มอัป แนะนำเกี่ยวกับโครงการ Shape Supply และแนะนำวัตถุประสงค์การประชุม

10.45-11.00 น. **WORKSHOP#1: Thailand 'Shape Supply' SWOT Review** จุดแข็ง จุดอ่อน
อุปสรรค และโอกาสของการ 'Shape Supply' อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย

11.00-11.15 น. **WORKSHOP#2: The Core Tenets of 'Shape Supply' by TAT** รีวิวและให้
ข้อเสนอแนะกับบทบัญญัติทางการ Shape Supply โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

11.15-12.00 น. **WORKSHOP#3: 'Shape Supply' Core Tenets for Clusters** รีวิวและให้ข้อเสนอแนะ
กับบทบัญญัติทางการ 'Shape Supply' ในคลัสเตอร์ท่องเที่ยวต้นแบบโดยการท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทย

- บทบัญญัติทางการ 'Shape Supply' ของคลัสเตอร์ต้นแบบ
- ขั้นตอนการทำงานด้านการ 'Shape Supply' ในคลัสเตอร์ต้นแบบ
- เครื่องมือการประเมินศักยภาพของ Supply ภายในคลัสเตอร์

13.00-13.30 น. **WORKSHOP#4: Ideate Projects to 'Shape Supply' in คลัสเตอร์อำเภอปราณบุรี**

13.30-14.00 น. สรุปผลการระดมไอเดีย

กิจกรรมการประชุมสรุปแนวทาง Shape Supply

การประชุมสรุปแนวทาง Shape Supply พร้อมรับฟังความคิดเห็นจากพันธมิตรและเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว

ภาพบรรยากาศกิจกรรมประชุม

วันอังคารที่ 19 กันยายน 2566 ศูนย์ศึกษาเรียนรู้ระบบนิเวศป่าชายเลน สิรินาคราชนี



ไต่เต้าการสร้างความร่วมมือเพื่อ Shape Supply ในคลัสเตอร์นี้

งานที่หน่วยงานของคุณสามารถร่วมงานกับ ททท. ในโจทย์ของที่นี่ได้

อพท. เพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยว ผ่านการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์	สยามรัย TRTA มาร่วมพัฒนา กิจกรรมโดยชุมชน	ในแง่ Sustainability การทำเส้นทาง Carbon Neutral "ปรับ ลด ชดเชย"
อพท. ประเมินศักยภาพชุมชน & พัฒนาตามศักยภาพ	TCDC/ CEA จัดหา/จัดโครงการ ที่นำนักท่องเที่ยว/ นักสร้างสรรค์ลงพื้นที่ ท่องเที่ยว ออกแบบ Touch Points ให้แก่ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว พื้นที่	
อพท. จัดตั้งกลุ่ม ท่องเที่ยว	TCDC/ CEA ร่วมกับภาคหน่วยงานในการจัดอบรม Service Design (Journey Map/ Touch Points) ให้แก่ TAT และเครือข่าย	ในแง่ Unique Experience • สร้าง Storytelling Bootcamp ในชุมชน • การทำ Destination Branding ให้ชุมชน
สวส. พัฒนาผู้ประกอบการ สู่การเป็น SE		
		ในแง่ Smart Tourism นำโปรแกรมมาพัฒนาและสร้าง Platform "Go Green Booking" X TAT Department

งานและหน่วยงานสามารถร่วมงานกับ ททท. ที่สอดคล้องกับโจทย์ของที่นี่

สนับสนุนสินค้า/ ผลิตภัณฑ์ของศูนย์ที่ได้ จากชุมชนให้เกิด การเรียนรู้/ น่าสนใจเป็น ของที่ระลึกของพื้นที่	ประชาสัมพันธ์ + สร้าง การรับรู้กิจกรรม"รักนะ ปากน้ำปราณ" เก็บขยะ ในแม่น้ำปราณใน วงกว้างให้มากขึ้น	อพท./อบก./ TEATA/ Green Destination
ทำกิจกรรมส่งเสริมการ ตลาดและประชาสัมพันธ์ ในด้านสิ่งแวดล้อมและ ความยั่งยืนร่วมกัน	ส่งเสริมและให้ความรู้ ด้านการท่องเที่ยวโดย ชุมชนและการใช้สื่อ ออนไลน์หรือนวัตกรรม เข้ามามีส่วนช่วย PR กิจกรรมท่องเที่ยว	อพท.+ อบก.เข้ามา เป็นผู้ปฏิบัติ
เชื่อมโยง SE ด้านการท่องเที่ยวและ สิ่งแวดล้อมมา บูรณาการความร่วมมือ	สพ. เข้ามาคุณภาพใหญ่ทั้ง Cluster นายทุน ที่มีใจ ECO สำหรับการลงทุนสนับสนุน	
		หน่วยงานที่ทำ เรื่องสื่อ ทำ Content เก่ง ๆ เช่น The Cloud

การร่วมมือกับหน่วยงานภายใน ททท. เอง สามารถเกิดงานร่วมอะไรได้บ้าง

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ PR, Marketing Online, Social	ฝ่ายลงทุนฯ หา Startup มา Up Skill ให้ คนในคลัสเตอร์	ฝ่ายกิจกรรม จัดกิจกรรม เชิงอนุรักษ์	ฝ่ายกิจกรรม ททท. มาค้นหาประเพณี Event เก๋ๆ ออกมา นำเสนอใหม่ Sport Event กระตุ้น นักท่องเที่ยวเข้าพื้นที่	จัดอบรมให้ความรู้ ด้านการตลาด การบริการ การท่องเที่ยวให้แก่ชุมชน กลุ่มวิสาหกิจได้เกิด ความรู้ ความเข้าใจ ด้านการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น	ททท. มาส่งเสริม • โรงแรม Pet Friendly • CF Hotel	จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยง กับเส้นทางท่องเที่ยวหลัก เช่น หัวหิน ชะอำ และขยายกลุ่มตลาด ต่างประเทศที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน เช่น ญี่ปุ่น สแกนดิเนเวีย อเมริกา
--	--	---	---	--	---	---



2.2

ผลการประชุมเชิงปฏิบัติการด้านโอกาสในการจัดทำ โครงการคู่ความร่วมมือเพื่อ Shape Supply ใน คลัสเตอร์อำเภอลำปางบุรี

บทสรุปผลจากการระดมความคิดเห็นถึงโอกาสในการเกิดโครงการพัฒนา

ข้อเสนอแนะจาก Workshop ในการดำเนินงานของ กกท. และการ “Shape Supply” ร่วมกับหน่วยงานคู่ความร่วมมือ

การดำเนินงานของหน่วยงานคู่ความร่วมมือต่าง ๆ ที่สามารถร่วมงานกับ กกท. เพื่อ “Shape Supply” ได้

- 1. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท.**
 - ดำเนินการประเมินศักยภาพชุมชนและพัฒนาพื้นที่ตามศักยภาพ เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวผ่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 - ดำเนินการจัดตั้ง รวบรวมกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว
- 2. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (สวส.)**
 - ร่วมกันพัฒนาผู้ประกอบการสู่การเป็น Social Enterprise
- 3. ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบประเทศไทย (Thailand Creative and Design Center) และ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) (Creative Economy Agency) (TCDC & CEA)**
 - ร่วมแนะแนวทางและออกไอเดียในการสร้างสรรค์ประสบการณ์ต่าง ๆ ร่วมกันกับพื้นที่
 - ร่วมกับภาคีเครือข่ายต่าง ๆ ในการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องการออกแบบการบริการ Service Design
- 4. บริษัท Siam Rise Travel และ สมาคมไทยท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (สทท.)**
 - ร่วมกันพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ประเด็นที่สามารถดำเนินงานร่วมกันได้ โดย Find Folk

- 1. Sustainability** - การทำเส้นทางท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ Carbon Neutral “ปรับ ลด ชดเชย”
- 2. Unique Experience** - สร้างการอบรมในการเล่าเรื่องราวแก่ชุมชน (Storytelling Bootcamp) หรือการร่วมกันออกแบบอัตลักษณ์ให้ชุมชน (Destination Branding)
- 3. Smart Tourism** - พัฒนาการทำ Platform เพื่อรองรับกิจกรรมต่าง ๆ เช่น “Go Green Booking X TAT Department”

ข้อเสนอแนะจาก Workshop ในการดำเนินงานของ กกท. และการ “Shape Supply” ร่วมกับหน่วยงานคู่ความร่วมมือ

การดำเนินงานของ กกท. และหน่วยงานคู่ความร่วมมืออื่น ๆ (นอกวงประชุม) เพื่อ “Shape Supply” ในพื้นที่นำร่อง อ. ปรานบุรี

เนื้องานที่ดำเนินงานสนับสนุนสินค้าการท่องเที่ยวของแหล่งต่าง ๆ

- ด้านสินค้าการท่องเที่ยว โดยทำให้สินค้ามีความน่าสนใจ มีเอกลักษณ์ โดดเด่นแตกต่างมากขึ้น
- ด้านความยั่งยืน
 - โดยให้ความรู้ประชาสัมพันธ์ การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน
 - โดยเชื่อมโยงเหล่าผู้ประกอบการ Social Enterprise ด้านการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้ทำงานร่วมกัน
- ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์
 - ร่วมกันประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ในกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว “รักถิ่นะปากน้ำปราน” เก็บขยะในแม่น้ำปรานให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น
 - ส่งเสริมและให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยการใช้สื่อออนไลน์หรือกิจกรรมต่าง ๆ เข้าไปช่วยประชาสัมพันธ์เรื่องกิจกรรม

ตัวอย่างหน้าที่ของหน่วยงานต่าง ๆ ในพื้นที่

- หน่วยงานที่ลงพื้นที่เป็นผู้ปฏิบัติส่งเสริมเรื่อง Green Destination เช่น อกท., อกท., TEATA
- หน่วยงานที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ เช่น The Cloud
- หน่วยงานที่สนับสนุนดูแลภาพใหญ่ของพื้นที่ เช่น สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (สผ.), บริษัทเอกชนรายใหญ่

การร่วมมือกับหน่วยงานภายในของ กกท.

- **การส่งเสริมด้านองค์ความรู้และมาตรฐาน**
 - ส่งเสริมโรงแรมที่พัก ให้ทำเรื่อง Pet Friendly, CF Hotel
 - จัดการอบรมให้ความรู้ด้านการตลาด การบริการให้แก่ชุมชน เกิดความรู้และเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวมากขึ้น
- **การออกแบบสร้างสรรค์กิจกรรม**
 - ฝ่ายกิจกรรม กกท. จัดกิจกรรมเชิงอนุรักษ์
 - ฝ่ายกิจกรรม กกท. นำเสนอประเด็นที่โดดเด่น เก้าแก่ และจัดอีเวนต์แนวใหม่ในลักษณะกิจกรรมทางการกีฬา กระตุ้นนักท่องเที่ยวกลุ่มกีฬาให้เดินทางเข้าไปในพื้นที่
 - จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับเส้นทางท่องเที่ยวหลัก เช่น หัวหิน ชะอำ
- **การสื่อสารและประชาสัมพันธ์**
 - ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ร่วมในการทำการตลาดในหลากหลายช่องทาง
 - ขยายกลุ่มตลาดลูกค้าต่างประเทศที่มุ่งเน้นเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น อเมริกา ญี่ปุ่น
- **การหาความร่วมมือทางธุรกิจ**
 - ฝ่ายส่งเสริมการลงทุน ร่วมในการเชิญชวนผู้ประกอบการกลุ่ม Startup ต่าง ๆ มาร่วมให้ความรู้ ต่อยอดทางธุรกิจกับเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่

3

WHITESPACE ANALYSIS

การวิเคราะห์หาโอกาสของการ Shape Supply

- | | หน้า |
|--|------|
| • 3.1 การวิเคราะห์ SWOT Analysis | 41 |
| • 3.2 การวิเคราะห์แนวทางการวางกลยุทธ์ | 42 |
| • 3.3 Whitespace Analysis การวิเคราะห์หาโอกาสของการ Shape Supply | 44 |

3.1 การวิเคราะห์ SWOT Analysis

+ STRENGTH +

S1 - สินค้าการท่องเที่ยวของไทยมีเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ - ความสมบูรณ์ ความหลากหลายของ Supply ด้านต่าง ๆ ในประเทศ

- ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความหลากหลายของสินค้าการท่องเที่ยว ทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ส่งผลให้เป็นจุดขายยอดนิยมของนักท่องเที่ยว

S2 - แผนและนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐต่อเนื่อง

S3 - มีหน่วยงานต่าง ๆ ที่ดูแลเรื่องการ Shape Supply โดยตรง สม่่าเสมอ เช่น การพัฒนาบุคลากรในแหล่ง (Reskill/ Upskill) ที่ทำมาอยู่แล้วอย่างต่อเนื่อง และความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมอย่างดี

- หน่วยงานที่รับผิดชอบหรือผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมในการร่วมมือพัฒนา และมีการดำเนินงานร่วมกับชุมชนอย่างต่อเนื่องก่อนแล้วในการทำให้สินค้าการท่องเที่ยวมีความน่าสนใจและเติบโตอย่างยั่งยืน

S4 - นโยบาย วิสัยทัศน์และพันธกิจของททท. (Policy and Vision, Mission) ในด้านการเก็บข้อมูล งานวิจัยและองค์ความรู้ (Knowledge and Data Tank)

- มีข้อมูลจำนวนมากและหลากหลาย ที่ได้จากการเก็บและดำเนินการวิจัยที่สามารถใช้ในการ Shape Supply พร้อมสามารถเผยแพร่ความรู้ผ่าน ททท. อคาเดมี (Tourism Management Program for Executives: TME) ในการอนุเคราะห์แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรม

S5 - มีแนวทางและทิศทางของแผน (Strategic Planning and Direction) และมีเป้าหมาย ข้อมูล เนื้องาน องค์ความรู้ ที่พร้อมในการทำงานเรื่อง "Shape Supply"

- ภายใน ททท. มีแนวทางและทิศทางของแผน (Strategic Planning and Direction) ในทศวรรษ Shape Supply ที่ชัดเจน และมีความสามารถในการสนับสนุน ประสานงานเพื่อดึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมในทุกมิติเข้าสู่การสร้างมาตรฐาน

+ OPPORTUNITY +

O1 - Demand ที่สูงและหลากหลาย ในเรื่องความต้องการ การเดินทาง ความชอบ

- กลุ่มนักท่องเที่ยว (Demand) และแนวโน้มทางด้านตลาด (Markets) ที่มีการเปลี่ยนแปลงและมีความหลากหลายถือเป็นโอกาสที่แหล่งท่องเที่ยวจะสามารถรองรับและจับกลุ่ม Targets ที่แตกต่างกันเหล่านี้ได้มากขึ้น

O2 - การเติบโตของการใช้ Technology

- การพัฒนาด้านเทคโนโลยี โดยเฉพาะธุรกิจด้าน Marketing Technology ช่วยเพิ่มโอกาสในการประชาสัมพันธ์ Supply ให้เกิดการสร้างการรับรู้ และสามารถช่วยในการจัดทำฐานข้อมูล เพื่อให้ Supply Chain เข้าถึงข้อมูลร่วมกันได้และนำไปใช้ประโยชน์ได้

O3 - การเติบโตของทุนทางเศรษฐกิจ และข้อได้เปรียบจาก Location ประเทศ

- มีการเดินทางเพื่อจุดประสงค์อื่น ๆ มากขึ้น เพิ่มขึ้นนอกเหนือจากจุดประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างเดียว เช่น เดินทางเพื่อธุรกิจ ทำให้เป็นโอกาสในการพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวให้รองรับกับ Demand เหล่านี้มากขึ้น มีการกระจายรายได้ที่เพิ่มขึ้น
- การพัฒนาเพิ่มโอกาสให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยว ทำให้เกิดความสะดวกสบายเพิ่มขึ้นในประเทศจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ทำให้มีคุณภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว เช่น ระบบการเดินทางและการขนส่ง

O4 - นโยบายประเทศให้ความสำคัญหลัก ต่อเนื่อง

- รัฐบาลและหน่วยงานของภาครัฐมีนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยและเริ่มมีการดำเนินงานอย่างบูรณาการร่วมกันมากขึ้นเพื่อส่งเสริมให้งานมีความต่อเนื่อง

O5 - ความพร้อมของ Supply และ Developers

- ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวมีความพร้อมในระดับต่าง ๆ ที่สามารถพัฒนาความร่วมมือให้เติบโตไปพร้อมกัน และสำเร็จตามเป้าหมายได้ รวมถึงการมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ Shape Supply และมีองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา Supply ด้านการท่องเที่ยวจำนวนมากทำให้เกิดโอกาสในการเติบโตอย่างยั่งยืนที่มากขึ้น

- WEAKNESS -

W1 - ปัญหาจากการขาดแผนทิศทางรวมทั้ง Ecosystem > เนื้องานแยก > พัฒนาแยก > ไม่มีประสิทธิภาพ ไม่ยั่งยืน

- ขาดความชัดเจนของการกำหนดแนวทางการปฏิบัติงาน (Roadmap) ด้านทศวรรษ Shape Supply
- การวัดผลของผลงาน (KPI) ที่แตกต่างกันในแต่ละฝ่ายขององค์กร ทิศทางและผลลัพธ์ขาดความเป็นรูปธรรม ไม่เชื่อมโยง ส่งต่อกันได้

W2 - ปัญหาจากกระบวนการทำงานทั้ง Ecosystem ที่ขาดการทำงานร่วมกันของทุกภาคส่วน

- การดำเนินงานขาดบูรณาการ เนื้องานมีความทับซ้อนหรือไม่สอดคล้องกันในเรื่องที่มีเป้าหมายเดียวกัน
- ขาดหน่วยงานที่เป็นตัวกลางในการดำเนินการเชื่อมโยงประสานงานในเรื่องที่ดำเนินงานเดียวกัน

W3 - ขาดการให้ความสำคัญสนับสนุนอย่างต่อเนื่องทั้ง Ecosystem

- การเผยแพร่กระจายชุดข้อมูล (Research Data Publicizing) ที่สำคัญสู่ Supply กลุ่มต่าง ๆ ไม่ทั่วถึง
- การดำเนินงานพัฒนาที่ไม่ต่อเนื่อง จากการที่ "พื้นที่ ก่อตั้ง ชุมชน" ไม่ได้มีการพิจารณาให้เป็นพื้นที่หลักสำคัญของการพัฒนาต้นท่องเที่ยว

W4 - ขาดองค์ความรู้ในเรื่องการท่องเที่ยวทั้ง Ecosystem > Supply - บริหารจัดการ และการทำความเข้าใจภาพรวมเรื่องท่องเที่ยว ทักษะ Soft Skill และ Hard Skill

- ผู้ประกอบการ Supply บางส่วนขาดความพร้อม ความเข้าใจ ในเรื่องทัศนคติด้านการเติบโตอย่างยั่งยืน เช่น การบริหารจัดการแรงงาน พื้นที่ การเข้าใจกลุ่ม Demand เป็นต้น

W5 - ขาดความรู้ในการพัฒนา Product People Place ผู้พัฒนา - ไม่เข้าใจหลักในการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยว

- หน่วยงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา Supply ต่าง ๆ ขาดความรู้ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเพื่อรองรับและเอื้อประโยชน์และครอบคลุมกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในแต่ละหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน

- THREAT -

T1 - อุปสรรคจากข้อกฎหมาย ระบบ ระเบียบ ข้อบังคับ (Laws and Regulations)

- มีข้อขัดแย้งต่าง ๆ ยังไม่ครอบคลุมเรื่องการดูแลฝั่ง Supply ทั้งหมด ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลกระทบในด้านลบต่อทั้ง Supply และ Demand เอง เช่น ฝั่ง Supply เกิดความขัดแย้งระหว่างกัน หรือ ขาดมาตรฐานควบคุม Supply ที่ส่งผลเรื่องความปลอดภัยของ Demand

T2 - อุปสรรคจากผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางสิ่งแวดล้อม เช่น สภาวะโลกร้อน (Climate Change)

T3 - เทรนด์ทางด้านการท่องเที่ยวมีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

- เทรนด์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วส่งผลให้ Supply ต้องปรับตัวให้ทัน รวดเร็ว อยู่เสมอเพื่อให้ได้มาตรฐานตอบโตยกับการเปลี่ยนแปลงของ Demand ซึ่งถือเป็นอุปสรรคที่ทำให้ Supply ที่ไม่พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงถูก Disrupt ได้

T4 - ระบบโครงสร้างพื้นฐานที่ไม่เอื้อ สนับสนุนและรองรับกับการท่องเที่ยว

- ปัจจัยด้านการขาดแคลนแรงงานคนที่มีความรู้ เข้าไปรองรับการบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- การพัฒนาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวจากหน่วยงานที่หลากหลาย อาจมีความทับซ้อนหรือไม่เอื้อต่อการท่องเที่ยวโดยตรง ส่งผลให้เกิดประสบการณ์ที่ไม่เชื่อมต่อ มี Pain Points ได้ในหลายเรื่อง

T5 - ระบบการทำงานของรัฐ เอกชน พื้นที่ ไม่เอื้อต่อการบูรณาการ

- การบริหารและจัดการที่แตกต่างกัน กับซ้อน แยกส่วนกันของหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และพื้นที่ในแต่ละหน่วย

3.2 การวิเคราะห์แนวทางการวางกลยุทธ์

	กลยุทธ์เชิงรุก	กลยุทธ์เชิงแก้ไข	กลยุทธ์เชิงป้องกัน	กลยุทธ์เชิงรับ
การกำหนดนโยบาย และ ใหทิศทางการพัฒนา			<p>S2T1 จัดทำนโยบายทิศทางของสินค้าที่สร้างออกมาให้ชัดเจน รวมถึงการพัฒนาการตลาดโดยส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวแต่ละพื้นที่</p> <p>S1T4 มีเกณฑ์ในการพัฒนาที่เหมาะสมกับคุณลักษณะของเมืองท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน</p>	<p>W1T1 จัดทำนโยบายทิศทางของสินค้าที่สร้างออกมาให้ชัดเจน และจัดทำทศวรรษปฏิวัติงานที่มีเป้าหมายและกรอบเวลาที่ชัดเจนและกลไกการสร้าง Engagement กับ Stakeholders อีกครั้งเพื่อรับเป็นมิตรร่วมกัน และไม่สิ้นเปลืองทรัพยากรสิ่งพิมพ์แผนปฏิบัติงานที่ชัดเจน สื่อสารเข้าใจง่าย</p> <p>W2T1 หน่วยงานที่ดูแลเรื่องการ Shape Supply ต้องมีการ Align กันในเรื่องทิศทางของเป้าหมาย เพื่อการมุ่งเป้าเดียวกัน และสร้างประสิทธิภาพของผลลัพธ์ที่เห็นผลมากขึ้น ชัดเจนเป็นรูปธรรม และทำให้ผู้ประกอบการได้ประโยชน์จริง ๆ</p>
การจัดทำเครื่องมือ “เทรนด์” อย่างต่อเนื่อง		<p>W1O1 กำหนดแนวทางปรับปรุงคุณภาพสินค้า/ผลิตภัณฑ์ชุมชน และบริการด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน เพิ่มมูลค่าสินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของอัตลักษณ์เฉพาะ</p>	<p>S4T3T7/S5T3 จัดทำฐานข้อมูลแนวโน้มการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องทุกปี หรือ 2 ปี</p> <p>S5T9 ถ่ายทอดองค์ความรู้แนวทางและทิศทางของแผน (Strategic Planning and Direction) ในการพัฒนาสินค้า</p> <p>S1T3 การปรับตัวสินค้าการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของแนวโน้มการท่องเที่ยว แต่ยังสามารถสร้างความแตกต่างอย่างมีเอกลักษณ์</p>	
ปลูกฝังแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมาตรฐานและยั่งยืน		<p>W5O5 ให้แนวทาง มาตรฐาน การันตี การดำเนินงานที่เป็นที่ยอมรับของสากล รวมถึงการสร้างจุดใจให้เกิดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์แต่ละกลุ่มอย่างเหมาะสม เช่น การมอบรางวัล หรือการสร้างกุตการท่องเที่ยว เป็นต้น</p>		
สร้างต้นแบบคลัสเตอร์ท่องเที่ยวที่ใช้แนวทางการ Shape Supply			<p>S2T4 ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานด้านความปลอดภัย และสุขภาพอนามัย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและดึงดูดนักท่องเที่ยว</p> <p>S2T4 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวทุกรูปแบบให้ได้มาตรฐาน พร้อมทั้งพัฒนาระบบการบริหารจัดการภายในองค์กรและยกระดับการให้บริการขององค์กรภาครัฐให้รวดเร็วและมีคุณภาพ</p>	
การยกระดับทรัพยากรบุคคล	<p>S3O1 พัฒนาทรัพยากรบุคคลให้เกิดความเข้าใจอัตลักษณ์ และ DNA เป็นของตนเองและ Future Hospitality</p>	<p>W2O2 การใช้แพลตฟอร์มสำหรับการปรับปรุงความรู้ความสามารถของผู้ประกอบการและบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เช่น ด้านการบริหารจัดการด้านภาษา การสื่อสาร</p>	<p>S3T6 บูรณาการภาคการศึกษาสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและให้ Direction ถึงความต้องการของการผลิตแรงงานในแต่ละปี</p>	<p>W4T6 หน่วยงานบรรทัดฐานของ ททท. อคาเดมี่ ให้มีศักยภาพ ในการอบรมให้ความรู้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรม</p> <p>W5T2 ยกระดับผู้ประกอบการและพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้เห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสนับสนุนการสร้างสรรคสินค้าที่สร้างคุณค่าและการคำนึงเรื่องการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ เพื่อสร้างความยั่งยืนจากการท่องเที่ยว</p>
การลงทุนการพัฒนา	<p>S3O2 การลงทุนกับการพัฒนา Startup เพื่อ Support Needs & Pain Points ของผู้ประกอบการ เช่น ความต้องการการเชื่อมต่อระหว่างโรงแรมกับ Supply Chain ต่าง ๆ ของโรงแรม เพื่อเชื่อมโยงสู่ Circular Economy</p> <p>S3O2 การลงทุนฐานข้อมูล Supply ที่จะเชื่อมโยงอย่างทั้ง ททท. และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว เทรนด์ และองค์ความรู้ที่ใช้สำหรับการควาเื่อการตลาดได้อย่างรวดเร็ว</p>	<p>W2O2 การลงทุนกับการพัฒนา Startup เพื่อ Support Needs & Pain Points ของผู้ประกอบการ เช่น ความต้องการการเชื่อมต่อระหว่างโรงแรมกับ Supply Chain ต่าง ๆ ของโรงแรม เพื่อเชื่อมโยงสู่ Circular Economy</p>		

3.2 การวิเคราะห์แนวทางการวางกลยุทธ์

	กลยุทธ์เชิงรุก	กลยุทธ์เชิงแก้ไข	กลยุทธ์เชิงป้องกัน	กลยุทธ์เชิงรับ
สร้างกลไกความเป็น Digitalization ให้เกิด Smart Supply	<p>S3O2 ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเพื่อมุ่งสู่การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพพัฒนาทุนมนุษย์สู่ยุคการท่องเที่ยวเชิงดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบในอนาคต</p> <p>S2O2 เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานด้วยระบบเทคโนโลยีด้วยการพัฒนาระบบบริหารจัดการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของประเทศหรือระบบ Tourism Intelligence Center (TIC) เน้นเชื่อมโยงบูรณาการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวไทยจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง</p> <p>S4O2 จัดทำระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ และระบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว</p> <p>S3O2 พัฒนาฐานข้อมูลและวิธีการใช้งาน Technology & Innovation ต่าง ๆ ที่ช่วยให้ Supply มีความพร้อม (Smart) ในการบริหารธุรกิจมากขึ้น (เป้าหมายด้าน Smart Tourism)</p>	<p>W5O2 สร้างแพลตฟอร์มเพื่อรองรับประสบการณ์ของลูกค้าแบบครบวงจรของนักท่องเที่ยว End-to-End Customer Experience เข้ามาช่วยเพิ่มประสบการณ์และสร้างความยั่งยืนให้มากขึ้น</p> <p>W4O2 เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานด้วยระบบเทคโนโลยีพัฒนาระบบบริหารจัดการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของประเทศหรือระบบ Tourism Intelligence Center (TIC) เน้นเชื่อมโยงบูรณาการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวไทยจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง</p>		W4T7 ใช้ Data ในการทำงานมากขึ้นกว่าเดิม ควรมีข้อมูลของ Demand และทำให้ Supply เข้าใจความต้องการของ Demand ให้มากที่สุด เพื่อให้กลุ่ม Supply ขายได้และตอบโจทย์ Demand
การพัฒนาและสนับสนุนการสร้างสรรคสินค้าการท่องเที่ยว	S1O1 สนับสนุนการสร้างสรรคสินค้าที่สามารถสร้างความแตกต่างอย่างมีเอกลักษณ์โดยใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี อาหาร เทศกาล วิถีชีวิต ภูมิปัญญา สินค้าเกษตร ที่โดดเด่น และพหุวัฒนธรรม		S1T2 สนับสนุนการสร้างสรรคสินค้าที่สร้างคุณค่าและการคำนึงเรื่องการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ เพื่อสร้างความยั่งยืนจากการท่องเที่ยว	
เชื่อมโยงกลุ่ม Supply ให้เกิดเป็น Community		<p>W2O5 การพัฒนาเครือข่ายของ Supply และ Developers ภาครัฐควรสนับสนุน ช่วยในเรื่องการสร้างกลไก และ Ecosystem สำหรับ Talented Power เช่น เวทีให้คนที่เป็ Talent ได้เติบโต ให้ความช่วยเหลือ ด้าน Creative สร้างเป็น Network ของกลุ่ม Startup หรือ ทกท. ต้องเป็น เหมือนผู้เชื่อมโยง Talented People อาจมีแพลตฟอร์มให้คนที่เป็ Talent มีส่วนร่วมมากขึ้น</p> <p>W2O4 การพัฒนาเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวระหว่างอำเภอต่าง ๆ และระหว่างพื้นที่ท่องเที่ยวหลักกับพื้นที่ท่องเที่ยวรอง ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดใช้นโยบายหรือทิศทางพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมือนกันและใช้ทรัพยากรร่วมกัน</p>	S3T6 บูรณาการบริษัท และ SMEs ในภาคการบริการในแต่ละภูมิภาคเข้าสู่ระบบด้านการพัฒนาบริการ และการสร้างมูลค่าการท่องเที่ยว	W5T9 เชิญชวน Stakeholders ที่เกี่ยวข้องกับ Supply ทั้งหมดเข้าร่วมประชุม ใช้กระบวนการระดมสมอง เพื่อหาหรือแนวทางการดำเนินงาน และมีการกำหนดเป้าหมายร่วมกัน เพื่อสร้างมูลค่าการท่องเที่ยว
ถ่ายทอดองค์ความรู้ แนวทางและ ทิศทางของแผน (Strategic Planning and Direction)			S5T2 จัดทำนโยบายทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พร้อมสร้างมาตรการการบังคับใช้กฎหมายให้มีความเข้มงวด และคอยติดตาม ดูแล และประเมินการดำเนินงานในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	<p>W5T9 ถ่ายทอดองค์ความรู้แนวทางและทิศทางของแผน (Strategic Planning and Direction) ในการพัฒนาสินค้าเพื่อการตลาดของ ทกท. ให้ภาครัฐ และเอกชนเข้าใจอย่างชัดเจน</p> <p>W1T7 มีหน่วยงานสื่อสารอย่างมืออาชีพ ที่ทำหน้าที่สื่อสารกับ Supply ทั้งหมดของประเทศไทยอย่างมีกลยุทธ์และมีความต่อเนื่อง สื่อสารอย่างมีระบบ และมีการวัดผลในทุก ๆ ปี เช่น การสร้าง Membership การใช้งานฮิวนต์ การเทรนนิ่ง</p>

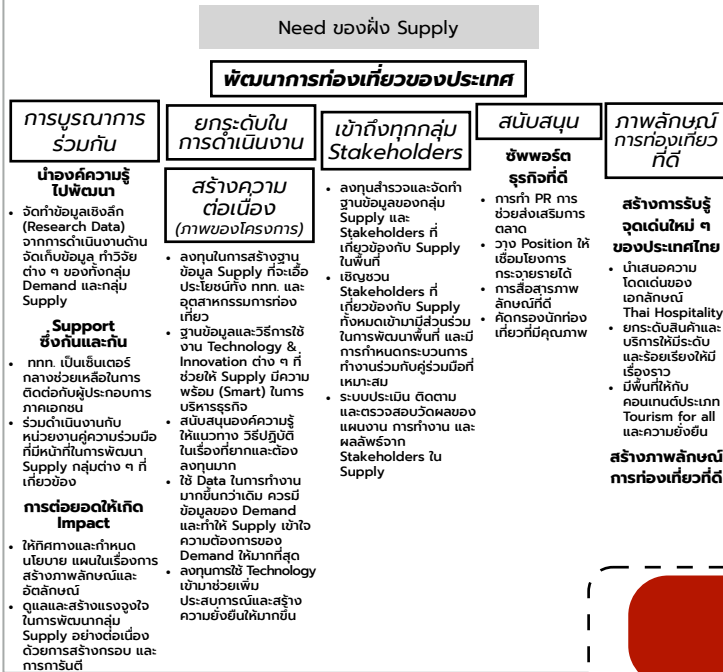
3.3 Whitespace Analysis การวิเคราะห์หาโอกาสของการ Shape Supply Project' s Opportunities: โอกาสของการ Shape Supply คืออะไร?

STAKEHOLDERS

UNMET NEEDS

VALUE, VISION

CORPORATE



ผลจากการประชุมสรุปแนวทาง Shape Supply การดำเนินงานสนับสนุนสินค้าการท่องเที่ยวของแหล่งต่าง ๆ

- ด้านสินค้าการท่องเที่ยว โดยทำให้นโยบายมีความน่าเชื่อถือ มีเอกลักษณ์ โดดเด่นแตกต่างมากขึ้น รวมถึง จัดการอบรมให้ความรู้ด้านการตลาด การบริการให้แก่ชุมชน เกิดความรู้และเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวมากขึ้น
- ด้านความยั่งยืน
 - โดยให้ความรู้ผู้ประกอบการ การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน
 - โดยเชื่อมโยงเหล่าผู้ประกอบการ Social Enterprise ด้านการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้ทำงานร่วมกัน
- ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์
 - ร่วมกันประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ในกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว จัดกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ นำเสนอประเด็นที่โดดเด่น เก้าแก่ และจัดอีเวนต์แนวใหม่ในลักษณะกิจกรรม
 - ส่งเสริมและให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยการใช้สื่อออนไลน์หรือนวัตกรรมต่าง ๆ เข้าไปช่วยประชาสัมพันธ์เรื่องกิจกรรม
- การหาคู่ความร่วมมือทางธุรกิจ
 - ฝ่ายลงทุนฯ ร่วมในการเชิญชวนผู้ประกอบการกลุ่ม Start Up ต่าง ๆ มาร่วมให้ความรู้ ต่อยอดทางธุรกิจกับคนในแหล่งพื้นที่

- การสร้างความปลอดภัยและการสร้างความยั่งยืน เป็นเหตุผลสำคัญของการ Shape Supply
- วิสัยทัศน์ในการ Shape Supply ระยะสั้น คือ
 - การเสริมความแข็งแกร่งด้านคุณค่า (Value) ของสินค้าการท่องเที่ยว
 - การพัฒนาบุคลากรในแหล่ง (Reskill/ Upskill) ที่ทำมาอยู่แล้วให้เกิดอย่างต่อเนื่อง มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- วิสัยทัศน์ในการ Shape Supply ระยะกลาง-ยาว คือ
 - การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของการท่องเที่ยวและสร้างระบบที่โปร่งใสเพื่อขับเคลื่อนไปสู่การสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยวในทุกมิติ
 - การสร้างความยั่งยืนทั้งในมิติทรัพยากรธรรมชาติ การกระจายอำนาจทางเศรษฐกิจอย่างทั่วถึง และความยั่งยืนของรายได้สำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- สิ่งสำคัญที่สุดของการ Shape Supply คือ เพิ่มทักษะตามความต้องการและความสามารถใหม่ ๆ ในการจัดการการท่องเที่ยว
- "ความท้าทาย" ในการ Shape Supply คือ ลดผลกระทบของภาวะโลกร้อนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน
- การสร้างการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน คือ นโยบายของการ Shape Supply ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ยังทำได้ประสิทธิภาพที่ยังน้อยอยู่

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT)

Shape Supply

โอกาสคืออะไร?

- การมีเป้าหมายในการพัฒนาประเทศที่ชัดเจนและสอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- เน้นการพัฒนาที่สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น
- การมอบรางวัลให้กับหน่วยงานหรือองค์กรที่ดำเนินกิจกรรมผ่านมาตรฐานและความยั่งยืน
- การกำหนดเกณฑ์บางอย่างเพื่อเป็นตัวชี้วัดที่สร้างความชัดเจนในการพัฒนา
- การกำหนดการพัฒนาให้เกิดเป้าหมายย่อยของ Sustainable Future
 1. Unique Experience, 2. Sustainability, 3. Hospitality, 4. Ease & Trust of Traveling และ 5. Smart Tourism

COMPETITOR

DIFFERENT

มีพื้นที่มีน้ำหนักไม่มากในหัวข้อการประเมินโอกาสส่วนนี้

DIRECTION

REVIEW LITERATURE

3.3 Whitespace Analysis การวิเคราะห์หาโอกาสของการ Shape Supply Project' s Opportunities: โอกาสของการ Shape Supply คืออะไร?

บทสรุปการวิเคราะห์โอกาส

CONSUMER

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT)

Shape Supply

CORPORATE

Whitespace Analysis

1. นโยบายของแผนและทิศทางใหญ่ขององค์กรครอบคลุมเรื่องที่ต้องดำเนินงาน ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับการพัฒนา "Shape Supply" ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมถึงฝ่ายการทำงานต่าง ๆ ภายในองค์กรมีความเข้าใจเป้าหมายขององค์กร แต่ยังขาดแนวทางการปฏิบัติงาน (Roadmap) ด้านการ Shape Supply ที่ชัดเจน
2. โครงการยกระดับผู้ประกอบการท่องเที่ยวไทยสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (STAR) เป็นรางวัล (Reward/ Certification) ที่สนับสนุน Supply ปรับตัวให้เข้ารับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพิ่มเติมคือการดูแล ควบคุม และดำเนินโครงการอย่างต่อเนื่อง
3. ททท. มีข้อมูลที่มีศักยภาพจำนวนมากและหลากหลาย ที่ได้จากการเก็บข้อมูลและดำเนินการวิจัย เช่น ด้านความต้องการ ลักษณะของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นข้อมูลที่เหมาะสมในการ Shape Supply อย่างต่อเนื่อง ควรเพิ่มเติมโดยการดำเนินการกระจายข้อมูลในวงกว้างให้รับรู้มากขึ้นทั้งฝั่ง Supply และ Demand
4. ททท. มีโครงข่ายหน่วยงานพื้นที่ ที่กระจายอยู่ในหลายจังหวัดและมีข้อมูล ความรู้ในเรื่องความโดดเด่น จุดแข็ง จุดอ่อน ของแหล่งพื้นที่ประเทศไทยเป็นอย่างดี ควรเพิ่มเครื่องมือที่รวบรวมและจัดเก็บข้อมูลที่วิจัย ที่ต้องใช้งานร่วมกันภายในองค์กร (Cloud Data Platform)
5. ความหลากหลายและการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของตลาด ความต้องการนักท่องเที่ยวและกระแส Megatrends ต่าง ๆ ทำให้มีช่องว่างในการแข่งขันและพัฒนา Supply ให้มีโอกาสรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ มากขึ้น
6. หน่วยงานต่าง ๆ มีองค์ความรู้และข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา Supply ด้านการท่องเที่ยวจำนวนมากและหลากหลาย เช่น ความรู้ด้านการพัฒนาทักษะบุคลากรในพื้นที่ ทักษะ Reskill/ Upskill ปรับตัวให้ตอบโจทย์ Demand ที่มีความหลากหลายได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น
7. การบูรณาการกับภาคการศึกษาเป็นสิ่งที่จะต้องทำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อสร้างความเข้าใจให้เกิดการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ให้เกิดวิสัยทัศน์ หรือ Mindset เรื่องการรักชาติดูแลเอาใจใส่แบบไทย ๆ และการสร้างรูปแบบและกำหนดแนวทางการพัฒนาการให้บริการอันเป็นเอกลักษณ์ในอนาคต
8. "ความท้าทาย" ในกร Shape Supply คือ ลดผลกระทบของภาวะโลกร้อนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน โดยการสร้างการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน ถือเป็นนโยบายของการ Shape Supply ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย ที่ยังมีประสิทธิภาพน้อย
9. การดำเนินการ Shape Supply ควรกำหนดการพัฒนาให้เกิดเป้าหมายย่อยของ Sustainable Future ประกอบด้วย 1. Unique Experience, 2. Sustainability, 3. Hospitality, 4. Ease & Trust of Traveling และ 5. Smart Tourism
10. Business Matching เชื่อมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสร้างเป็นระบบ Ecosystem ททท. ควรเป็นหน่วยงานที่เชื่อมโยงให้เกิดการบูรณาการการพัฒนาท่องเที่ยวให้เกิดการเกื้อหนุนให้ดีขึ้น
11. ควรมีการรวบรวมข้อมูลและเก็บเป็น Data สร้าง Prioritization of Travel and Tourism ให้ผู้ประกอบการหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถนำข้อมูลเชิงลึกของนักท่องเที่ยวที่มีการรวบรวมไว้ไปต่อยอดได้
12. Startup หรือกลุ่ม Talented People มีส่วนสำคัญในการผลักดันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีศักยภาพมากขึ้น ดังนั้นจึงควรเป็นผู้เชื่อมโยง หรือมีเวทีให้คนที่มีความ Talent ได้เติบโต โดยการมีแพลตฟอร์มเพื่อให้มีส่วนร่วมมากขึ้น การสร้าง Ecosystem สำหรับขยายผลพลังความคิดของคนรุ่นใหม่ออกไปสู่ข้างนอก สร้างเป็น Network ของกลุ่ม Startup ให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ รุ่นเก่า และเชื่อมโยงไปสู่ภาคชุมชน

4

RECOMMENDATION

บทสรุปและข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาด้านอุปทานของ
อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Shape Supply) ร่วมกับคู่ความร่วมมือ
พันธมิตร เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

หน้า

- 4.1 บทวิเคราะห์สู่การสร้างบทบัญญัติทางการ Shape Supply โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 47
- 4.2 ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา Thailand Sustainable Tourism Shape Supply 50
- 4.3 ข้อเสนอแนะด้านแผนปฏิบัติการร่วมกับคู่ความร่วมมือในพื้นที่ตัวอย่าง 72

4.1

บทวิเคราะห์สู่การสร้างบทบาทศูนย์กลางทางการ Shape Supply โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เป้าหมายและแนวทางปฏิบัติของ กกท. ในการ Shape Supply อุปทาน
ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยสู่เป้าหมายอนาคตที่ยั่งยืน

4.1 บทวิเคราะห์ที่สรุปและข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาด้านอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Shape Supply) ร่วมกับความร่วมมือ พันธมิตร เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การ Shape Supply สู่ Sustainable Future
ให้กับประเทศไทย ต้องทำงานทั้ง 2 ระดับ

- แนวทางหลักของการ Shape Supply ในระดับประเทศ

เป้าหมายการพัฒนาเพื่ออนาคตของ
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ยั่งยืน:

1. Unique Experience
2. Sustainability
3. Hospitality
4. Ease & Trust of Traveling
5. Smart Tourism

- แนวทาง Shape Supply ในแต่ละพื้นที่

เป้าหมายการพัฒนาเพื่ออนาคตของอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวที่ยั่งยืน:

สร้างต้นแบบในการพัฒนาสู่เป้าหมายอนาคตที่ยั่งยืน
ให้กับคลัสเตอร์การท่องเที่ยวโดยมุ่งเป้าใช้พื้นที่ต้นแบบ
เป็นเครื่องมือสร้าง Awareness และ Mindset
ต่อกลุ่ม Supply และกลุ่ม Demand ในประเทศ

5 Groups of Tourism Supply

Tourism
Product

Tourism
Business

Service
Supply

Tourism
Facilities

Labour
Sector

RECOMMENDATION

บทสรุปและข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาด้านอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Shape Supply) ร่วมกับคู่ความร่วมมือ พันธมิตร เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

4.2

ข้อเสนอแนะแนวทาง
ในการพัฒนา Thailand
Sustainable Tourism
Shape Supply

4.3

ข้อเสนอแนะด้าน
แผนปฏิบัติการร่วมกับ
คู่ความร่วมมือ
ในพื้นที่ตัวอย่าง

4.2

ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา Thailand Sustainable Tourism Shape Supply



บทบาท殊ุติของการพัฒนาด้านอุปทาน
ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Shape Supply)
เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เป้าหมายของการ Shape Supply



Sustainable Future for Tourism Industry อนาคตการท่องเที่ยวของไทยที่ยั่งยืน

Ultimate Goal ของการ Shape Supply ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มุ่งมั่นจะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมั่นใจว่าจะมีอนาคตที่ยั่งยืน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังสามารถเป็นเครื่องมือสร้างเศรษฐกิจให้กับประเทศไทย แต่ในขณะเดียวกันก็นำมาสู่การพัฒนาสังคม การรักษาสิ่งแวดล้อม และการสร้างไว้ซึ่งวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นไทยนำมาสู่ความสุขและคุณภาพชีวิตของคนในประเทศ

เป้าหมายย่อยของ Sustainable Future



Sustainable Future มีเป้าหมายย่อยทั้งหมด 5 กลุ่ม ได้แก่

1. Unique Experience

ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนเคย สัมผัสกับความโดดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ที่สร้างความหมาย ความประทับใจไม่รู้ลืม

2. Sustainability

ประสบการณ์การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ มีการบริหารจัดการที่ทำให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันคุณค่าต่อสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

3. Hospitality

การส่งมอบประสบการณ์การบริการที่สร้างคุณค่าด้าน Human Touch สร้างความรู้สึกได้รับการดูแลอย่างดีแก่ผู้มาเยือน

4. Ease & Trust of Traveling

ประสบการณ์การเดินทางที่เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวมีมาตรฐานที่สร้างความเชื่อมั่น ความรู้สึกปลอดภัย สะดวก ทำให้การท่องเที่ยวราบรื่น

5. Smart Tourism

การปรับตัวเข้าสู่โลกดิจิทัลที่ทำให้อุปทานของบ้านเราได้เป็นส่วนหนึ่งของการทำให้ประสบการณ์การท่องเที่ยวเป็นเรื่องง่ายดายจากทุกที่ทั่วโลก รวดเร็ว ไร้รอยต่อและเต็มไปด้วยความเป็นไปได้

SHAPE SUPPLY FOR MEANINGFUL TOURISM

นิยามของการ "Shape Supply" ของ ททท.

การ "ให้ทิศทาง" กับผู้เกี่ยวข้องในการทำหน้าที่บริหาร Supply ของการท่องเที่ยวทั้งหมด และ "สนับสนุน" ให้เกิดการพัฒนาลู่ทิศทางที่กำหนดนั้น

ซึ่งการสนับสนุนมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- สนับสนุนข้อมูลที่สำคัญ
- การสร้างแรงจูงใจ และการให้รางวัล
- การ Drive Demand เพื่อ Shape Supply
- Business Matching เชื่อมโยงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสร้างเป็นระบบ Ecosystem
- การสื่อสารและสร้างความเข้าใจ
- อบรม เทรนนิ่งยกระดับ
- สร้างต้นแบบ ทำให้เป็นที่ประจักษ์ว่าประสบความสำเร็จ
- ลงทุนพัฒนาเทคโนโลยี พัฒนานวัตกรรม
- การติดตามผลต่อเนื่อง

4.2 ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา Thailand Sustainable Tourism Shape Supply

เป้าหมายและแนวทางปฏิบัติของ กกท. ในการพัฒนา
Thailand Sustainable Tourism Shape Supply

CORE TENETS

บทบัญญัติของการพัฒนาด้านอุปทาน
ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Shape Supply)
เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

บทบัญญัติของการพัฒนาด้านอุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Shape Supply) เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

บทบัญญัติ (Core Tenets) 9 ประการ ประกอบด้วย

- 1. Give Them the Direction by “Data-Driven Strategy and Knowledge”**
ให้ทิศทางทางการพัฒนาด้วยกลยุทธ์และชุดความรู้ที่มีประสิทธิภาพ
- 2. Support “Tools” for making “Trend” to be Real**
สนับสนุน “เครื่องมือ” ที่จะทำให้ “เทรนด์” เป็นจริง
- 3. Reward the Sustainable Supply and Build Awareness and Mindset to Demand**
ให้รางวัลผู้ประกอบการและ Supply ที่มีแนวคิดสอดคล้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืนและสร้างการตระหนักรู้และปลูกฝังแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนให้กับนักท่องเที่ยว
- 4. Be the Enabler to Give Direction and Support “Ease and Trust of Traveling”**
พัฒนาบทบาทของ ททท. ให้เป็นผู้ “ให้ทิศทาง” และ “สนับสนุน” ให้เกิดการพัฒนาการสร้างการเดินทางที่ง่ายและมั่นใจให้กับนักเดินทาง
- 5. Develop Human Resource to Preserve “Thai Hospitality” and to Create “Future Hospitality”**
พัฒนาทรัพยากรบุคคลด้านการท่องเที่ยวให้เห็นความสำคัญด้านการรักษาการดูแลเอาใจใส่แบบไทย ๆ และการสร้างรูปแบบและกำหนดแนวทางการพัฒนาการให้บริการอันเป็นเอกลักษณ์ในอนาคต
- 6. Investing in Startup Development to Support Supply Needs & Pain Points**
การลงทุนกับ Startup เพื่อการพัฒนา Support Needs & Pain Points ของกลุ่ม Supply
- 7. Create a Digital Mechanism to Become a Smart Supply in the Tourism Industry**
สร้างกลไกทางดิจิทัลให้เกิดเป็น Smart Supply ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- 8. Build the Pioneer Cluster to be the Prototype for All**
สร้างต้นแบบคลัสเตอร์ท่องเที่ยวที่ใช้แนวทางการ Shape Supply ตามเป้าหมายอนาคตที่ยั่งยืนแล้วประสบผลสำเร็จ
- 9. Communicate to Supply Creatively and Continuously**
สื่อสารยังภาคีเครือข่ายกลุ่ม Supply ทั้งหมดอย่างสร้างสรรค์และต่อเนื่อง

บทบาทของพัฒนาด้านอุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Shape Supply) เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

บทบัญญัติ (Core Tenets) 9 ประการ

1. Give Them the Direction by “Data-Driven Strategy and Knowledge”

ให้ทิศทางพัฒนาด้วยกลยุทธ์และชุดความรู้ที่มีประสิทธิภาพ

กทท. ควรทำหน้าที่ให้ทิศทางด้วยกลยุทธ์ที่วิเคราะห์มาเป็นอย่างดีด้านข้อมูลการตลาดที่จะสร้างโอกาสการเติบโตและหมั่นให้ข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละตลาดและเทรนด์ที่น่าสนใจ (พร้อมการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงกับศักยภาพของพื้นที่) เพื่อให้เกิดทิศทางพัฒนาในระดับปลักย่อย ซึ่ง Supply และภาคีเครือข่ายผู้ทำหน้าที่พัฒนา Supply หลายกลุ่มมีศักยภาพในการพัฒนาด้วยตัวเองทั่วประเทศจะสามารถดำเนินการไปพร้อม ๆ กันได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว

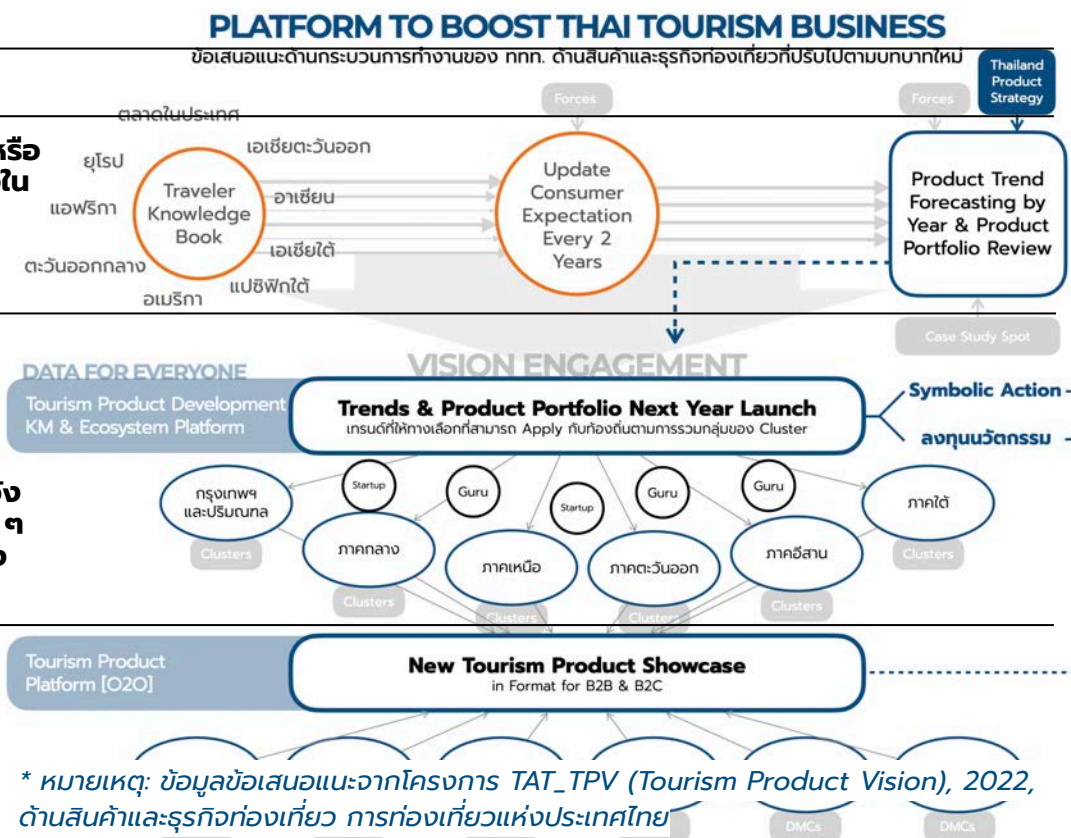
กลยุทธ์

จัดทำกลยุทธ์ “ทิศทางพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวของประเทศไทย” (บททวน/ปรับปรุงให้เข้ากับช่วงเวลา)

จัดทำฐานข้อมูลแนวโน้มการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องทุกปีหรือ 2 ปี เช่น ข้อมูลคุณลักษณะ ความคาดหวัง และความสนใจในสินค้าท่องเที่ยวของนักเดินทางกลุ่มต่าง ๆ ในตลาดต่างประเทศ ที่มีรายละเอียดสำหรับการพัฒนา Supply ภายในพื้นที่ และข้อมูลแนวโน้มสินค้าการท่องเที่ยว

จัดการเผยแพร่วิสัยทัศน์และกลยุทธ์ทิศทางพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวของประเทศไทย เป้าหมายและทิศทางของการ Shape Supply (Ultimate Goal และเป้าหมายย่อยของ Sustainable Future)

จัดการเผยแพร่ข้อมูลความรู้ชุด คุณลักษณะ ความคาดหวัง และความสนใจในสินค้าท่องเที่ยวของนักเดินทางกลุ่มต่าง ๆ ในตลาดต่างประเทศที่จับคู่กับ Destination Cluster ของประเทศไทย และข้อมูลแนวโน้มสินค้าการท่องเที่ยว



* หมายเหตุ: ข้อมูลข้อเสนอแนะจากโครงการ TAT_TPV (Tourism Product Vision), 2022, ด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตัวอย่างของโครงการที่สอดคล้องกับบทบัญญัติของการพัฒนาด้านอุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Shape Supply) เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

CORE TENETS

1. Give Them the Direction by “Data-Driven Strategy and Knowledge”

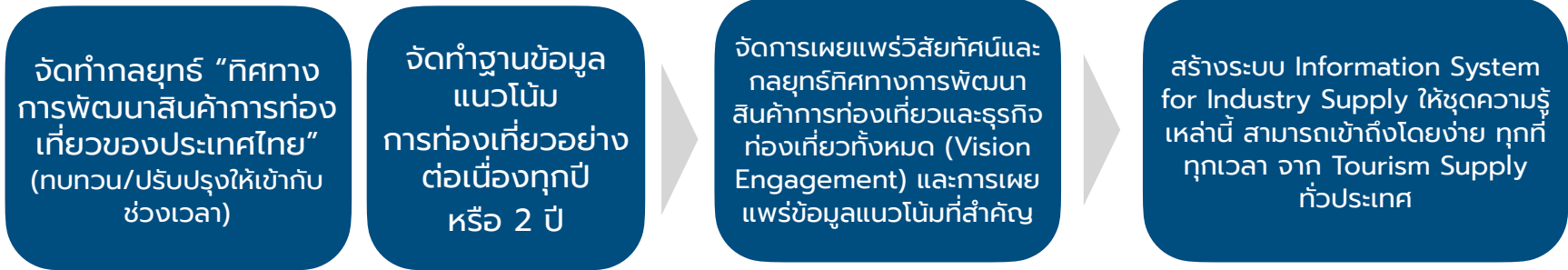
ให้ทิศทางการพัฒนาด้วยกลยุทธ์และชุดความรู้ที่มีประสิทธิภาพ

ระยะ

ระยะสั้น และควรทำอย่างต่อเนื่อง

ระยะกลาง

กลยุทธ์



ตัวอย่างของโครงการที่สอดคล้อง

- โครงการวิจัยเทรนด์สินค้าการท่องเที่ยวประจำปี
- โครงการจัดทำกลยุทธ์สินค้าการท่องเที่ยวประจำปี
- โครงการวิจัยข้อมูลนักท่องเที่ยวเชิงลึกของตลาดประเทศต่าง ๆ
- กิจกรรมการเผยแพร่ข้อมูลในงานประกาศแผนประจำปีของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- กิจกรรมคลินิกท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ภาคีเครือข่ายด้าน Supply และธุรกิจท่องเที่ยวทุกคลาสเตอร์ทั่วประเทศไทย สามารถเข้าร่วมงานเพื่อรับข้อมูลและแนวทางการพัฒนาเพื่อกลับไปพัฒนาในพื้นที่ของตนเอง
- โครงการคลินิกท่องเที่ยวสัญจร เดินสายให้ข้อมูลความรู้แก่ภาคีเครือข่ายด้าน Supply และธุรกิจท่องเที่ยวทั่วทุกภูมิภาค

- โครงการพัฒนาแพลตฟอร์มรวบรวมข้อมูลระดับกลยุทธ์ และชุดความรู้เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวและสินค้าการท่องเที่ยว ตลอดจนข้อมูลความรู้ใหม่ ๆ ที่สำคัญต่อการพัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับเทรนด์ เช่น การคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ในกิจกรรมการท่องเที่ยว และฐานข้อมูลหน่วยงานและผู้เชี่ยวชาญในเรื่องต่าง ๆ ที่สามารถช่วยพัฒนายกระดับ และที่สำคัญคือเป็นแพลตฟอร์มที่สามารถเชื่อมโยงสู่เครื่องมือดิจิทัลที่ตอบโจทย์วาระโอกาสต่าง ๆ ในการทำงานของภาค Supply

บทบัญญัติของการพัฒนาด้านอุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Shape Supply) เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

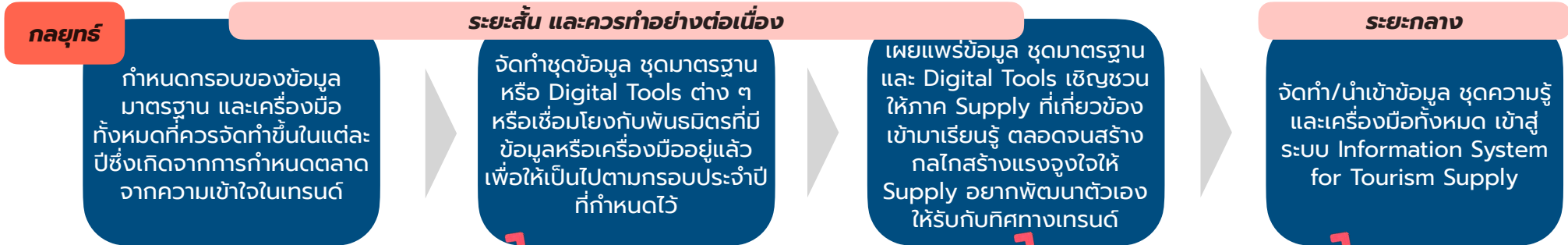
บทบัญญัติ (Core Tenets) 9 ประการ

2. Support "Tools" for making "Trend" to be Real

สนับสนุน "เครื่องมือ" ที่จะทำให้ "เทรนด์" เป็นจริง

การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับเทรนด์ใหม่ จำเป็นต้องใช้ชุดความรู้ ชุดข้อมูล และแนวทางที่เป็นมาตรฐานสากล ซึ่งต้องเกิดจากการวิจัยและรวบรวมฐานข้อมูลจำนวนมาก ททท. ควรสร้างเครื่องมือที่จำเป็นเหล่านั้นเพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการด้าน Supply สามารถสร้างสรรค์สินค้าที่ส่งมอบประสบการณ์ที่รับกับเทรนด์ได้อย่างทันต่่วงที่ รวมถึงการสร้างคลังสต็อกของสินค้าการท่องเที่ยว รวบรวมภาคีเครือข่ายเพื่อบูรณาการการทำงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันและใช้บทบาทหน้าที่ของแต่ละฝ่ายในการปลดล็อก ผลักดัน หรือกำกับดูแลให้สินค้าใหม่ ๆ ที่รับกับเทรนด์สามารถออกสู่ตลาดได้จริง

แผนการดำเนินงาน



เช่น การสร้างมาตรฐานของ โรงแรมที่เป็น Pet Friendly, การสร้างฐานข้อมูลหรือเครื่องมือ ดิจิทัลสำหรับการคำนวณ เส้นทางการท่องเที่ยวแบบ Low Carbon, การจัดทำ Practice สำหรับรองรับกลุ่มเป้าหมาย ความยั่งยืน (STAR) เป็นต้น

EXAMPLE 2

ข้อกำหนดพื้นฐาน ของผู้ประกอบการ Pet-Friendly

สิ่งสำคัญประการแรก Pet-Friendly ควรให้ความสำคัญเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว คือ การสื่อสารชัดเจน, การจัดการที่ดี และความปลอดภัยซึ่งมีความสำคัญต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวร่วมกับสัตว์เลี้ยง

อุปกรณ์พื้นฐานที่ควรมี

- มาตรฐานขั้นต่ำสำหรับสัตว์เลี้ยง
- อุปกรณ์ความปลอดภัย
- อุปกรณ์ทำความสะอาด
- อุปกรณ์กักกันสัตว์เลี้ยง

EXAMPLE 1

จะเป็นกลุ่มสัตว์เลี้ยงประเภท

สุนัข แมว

EXAMPLE 3

STAR

ตัวอย่างของโครงการที่สอดคล้องกับบทบัญญัติของการพัฒนาด้านอุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Shape Supply) เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

CORE TENETS

2. Support "Tools" for making "Trend" to be Real สนับสนุน "เครื่องมือ" ที่จะทำให้ "เทรนด์" เป็นจริง

ระยะ

ระยะสั้น และควรทำอย่างต่อเนื่อง

ระยะกลาง

กลยุทธ์

กำหนดกรอบของข้อมูล มาตรฐาน และเครื่องมือ ทั้งหมดที่ควรจัดทำขึ้นในแต่ละปีซึ่งเกิดจากการกำหนดตลาด จากความเข้าใจในเทรนด์

จัดทำชุดข้อมูล ฐานมาตรฐาน หรือ Digital Tools ต่าง ๆ หรือเชื่อมโยงกับพันธมิตรที่มี ข้อมูลหรือเครื่องมืออยู่แล้ว เพื่อให้เป็นไปตามกรอบประจำปี ที่กำหนดไว้

เผยแพร่ข้อมูล ฐานมาตรฐาน และ Digital Tools เชิญชวน ให้ภาค Supply ที่เกี่ยวข้อง เข้ามาเรียนรู้ ตลอดจนสร้าง กลไกสร้างแรงจูงใจให้ Supply อยากพัฒนาตัวเอง ให้รับกับทิศทางเทรนด์

จัดทำ/นำเข้าข้อมูล ฐานความรู้ และเครื่องมือทั้งหมด เข้าสู่ ระบบ Information System for Tourism Supply

ตัวอย่างของโครงการที่สอดคล้อง

- โครงการขยายตลาดการท่องเที่ยวแบบ Pet Friendly
- โครงการขยายตลาดการท่องเที่ยวแบบ Road Trip
- โครงการมาตรฐานการท่องเที่ยวยั่งยืน
- โครงการขยายตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ
- โครงการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มนิยมความหรูหรา
- โครงการสร้างความเข้มแข็งให้สังคมและรักษาสิ่งแวดล้อม
- โครงการสื่อสารสร้างกระแสท่องเที่ยวและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

บทบัญญัติของการพัฒนาด้านอุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Shape Supply) เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

บทบัญญัติ (Core Tenets) 9 ประการ

3. Reward the Sustainable Supply and Build Awareness and Mindset to Demand

ให้รางวัลผู้ประกอบการและ Supply ที่มีแนวคิดสอดคล้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืนเพื่อสร้างการตระหนักรู้และปลูกฝังแนวคิด การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนให้กับนักท่องเที่ยว

แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนนับเป็นเรื่องใหม่ที่ผู้คนยังตระหนักรู้และให้ความสำคัญกับการลงมือทำไม่มากนัก การจะทำให้ประสบความสำเร็จนั้นเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก กทม. ควรผลักดันและส่งเสริมการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของ Supply เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์การ Shape Supply โดยมุ่งเน้นไปที่การชื่นชม สนับสนุน ให้ผู้ประกอบการอยากทำความดี และใช้พลังการสื่อสารที่สร้างสรรค์ของ กทม. ไปสู่การสร้างความเห็นชอบและมีส่วนร่วมไปที่นักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งด้านหนึ่งก็อยู่ในฐานะประชาชนคนไทยที่ต้องการคุณภาพชีวิตที่ดีและความมั่นคงในการใช้ชีวิต เมื่อภาคประชาชนเกิดความต้องการการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอย่างกว้างขวางก็จะเป็นการ Shape Supply ให้ต้องพัฒนาไปด้วยอย่างเลี่ยงไม่ได้

แผนการดำเนินงาน

ระยะสั้น ระยะกลาง และควรทำอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์

ให้แนวทาง มาตรฐาน การันตี การดำเนินงานที่เป็นที่ยอมรับของสากล รวมถึงการสร้างจูงใจให้เกิดการพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์แต่ละกลุ่มอย่างเหมาะสม เช่น การมอบรางวัล หรือการสร้างทูตการท่องเที่ยว เป็นต้น



รางวัลอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวไทย
Thailand
TOURISM AWARDS

บทบาทวิถีของการพัฒนาด้านอุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Shape Supply) เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

บทบัญญัติ (Core Tenets) 9 ประการ

4. Be the Enabler to Give Direction and Support "Ease and Trust of Traveling"

พัฒนาบทบาทของ ททท. ให้เป็นผู้ "ให้ทิศทาง" และ "สนับสนุน" ให้เกิดการพัฒนาก่อสร้างการเดินทางที่ง่ายและมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว

ททท. ควรพัฒนาสู่การทำหน้าที่ "ให้ทิศทาง" และ "สนับสนุน" เช่น การเป็นเจ้าภาพในการบริหารการพัฒนาองค์ประกอบต่าง ๆ (หรือผลักดันให้เกิดหน่วยงานที่สามารถทำหน้าที่ หรือขอความร่วมมือกับหน่วยงานภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อแก้ไข พัฒนา หรือปรับปรุงประเด็นย่อย ๆ ในการเพิ่มระดับความปลอดภัยและการเดินทางที่เข้าถึงง่าย เพื่อให้สามารถผลักดันให้เกิดการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรมสอดคล้องกับเป้าหมายการเติบโตและการกระจายของเศรษฐกิจที่ประเทศต้องการ

แผนการดำเนินงาน

ระยะกลาง ระยะยาว

กลยุทธ์

ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานด้านความปลอดภัยและสุขภาพอนามัย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและดึงดูดนักท่องเที่ยว

การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวทุกรูปแบบให้ได้มาตรฐาน พร้อมทั้งพัฒนาระบบการบริหารจัดการให้มีคุณภาพ

แนวทางการดำเนินงาน

แบ่งหมวดหมู่ประเภทของ Supply และจัดเรียงลำดับความสำคัญ (Priority) ของเรื่อง เนื่องจากที่ต้องทำให้ชัดเจน

ดำเนินงานกับหน่วยงานคู่ความร่วมมือที่มีหน้าที่ในการพัฒนา "Ease and Trust of Traveling" ร่วมกับ Supply กลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ให้ทิศทางและกำหนดนโยบายแผนการพัฒนา "Ease and Trust of Traveling" ที่เหมาะสมกับบริบท จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว และกลุ่มแหล่ง Supply

ดูแลและสร้างแรงจูงใจในการพัฒนา Supply อย่างต่อเนื่องด้วยการสร้างกรอบ มาตรฐานรางวัล และการการันตีคุณภาพ ให้มีความสามารถในการดึงดูดกลุ่ม Demand เป้าหมายที่มีคุณภาพได้

ยกระดับกลุ่ม Supply ด้วยการเผยแพร่และสนับสนุนองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องให้แก่ผู้ที่ต้องการ โดยดำเนินงานผ่านทั้งการประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรมในรูปแบบทั้งออนไลน์และออฟไลน์

ตัวอย่างของโครงการที่สอดคล้องกับบทบัญญัติของการพัฒนาด้านอุปทานในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว (Shape Supply) เพื่อกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

CORE TENETS

ระยะ

กลยุทธ์

ตัวอย่างของ
โครงการที่
สอดคล้อง

4. Be the Enabler to Give Direction and Support "Ease and Trust of Traveling"

พัฒนาบทบาทของ ททท. ให้เป็นผู้ "ให้ทิศทาง" และ "สนับสนุน" ให้เกิดการพัฒนาการสร้างการเดินทางที่ง่าย และมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว

ระยะกลาง ระยะยาว

ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานด้าน
ความปลอดภัย และสุขภาพอนามัย
เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและดึงดูดนักท่องเที่ยว

การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ
ด้านการท่องเที่ยวทุกรูปแบบให้ได้มาตรฐาน พร้อมทั้ง
พัฒนาระบบการบริหารจัดการให้มีคุณภาพ

- โครงการยกระดับความเชื่อมั่นและความปลอดภัย ในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยร่วมกับ กองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยว (บช.ทท.)
- โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัย ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย บูรณาการ ความร่วมมือกับกองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยว (บช.ทท.)
- โครงการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย
- โครงการอาสาสายตรวจท่องเที่ยวสีขาว

- โครงการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนมาตรฐาน ด้านการท่องเที่ยวไทยของผู้ประกอบการ
- โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ด้านคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวกในทุกมิติตลอดเส้นทาง การเดินทางท่องเที่ยว
- โครงการจัดทำฐานข้อมูลด้านการคมนาคม การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยง
- โครงการสำรวจและให้ข้อเสนอแนะด้านระบบ การเดินทางขนส่งที่สอดคล้องกับความต้องการของ นักท่องเที่ยวเป้าหมาย (ควรทำระดับคลัสเตอร์)

บทบัญญัติของการพัฒนาด้านอุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Shape Supply) เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

บทบัญญัติ (Core Tenets) 9 ประการ

5. Develop Human Resource to Preserve "Thai Hospitality" and to Create "Future Hospitality"

พัฒนาทรัพยากรบุคคลด้านการท่องเที่ยวให้เห็นความสำคัญด้านการรักษาการดูแลเอาใจใส่แบบไทย ๆ และการสร้างรูปแบบ และกำหนดแนวทางการพัฒนาการให้บริการอันเป็นเอกลักษณ์ในอนาคต

การดูแลเอาใจใส่แบบไทย ๆ นับเป็นจุดแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในปัจจุบัน แต่ด้วยสถานการณ์ Covid-19 ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนถ่ายบุคลากรในการให้บริการไปจนเกิดความเสี่ยงสะท้อนว่าความไม่เตรียมพร้อม และการดูแลแบบไทย ๆ นั้นเริ่มเจือจางไป ขณะที่เทคโนโลยีตัวช่วยในการให้บริการแบบอัตโนมัติเริ่มเข้ามามีบทบาทในภาคแรงงาน การมีวิสัยทัศน์แห่งอนาคตเรื่องการให้บริการของคนที่จะเหมาะกับการรักษาอัตลักษณ์ของประเทศไทยโดยมีการใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมในการให้บริการอย่างเหมาะสมทำให้การให้บริการมีประสิทธิภาพโดยไม่สูญเสียตัวตนเป็นเรื่องที่สมควรศึกษา ทบทวน และทำการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงาน โดยควรพิจารณาความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องทั้งหมดอย่างเหมาะสมโดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคการศึกษา และภาคแรงงานที่กำกับดูแลแรงงานในอุตสาหกรรมแต่ละกลุ่ม

แผนการดำเนินงาน

ระยะสั้น

ระยะกลางและควรทำอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์

จัดทำข้อกำหนด "Thailand Future Hospitality DNA" และกำหนดกรอบในอนาคตที่มีความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงในระบบเศรษฐกิจและความคาดหวังของคนทำงานที่มีความเปลี่ยนแปลง (Future of Work) ด้วยการระดมความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระดับผู้เชี่ยวชาญ

จัดทำการเผยแพร่ข้อกำหนดและ "Thailand Hospitality DNA" และสร้างกลไกให้เกิดการพัฒนาทั้งระดับเจ้าของกิจการ และระดับแรงงานในระบบ ตลอดจนแรงงานอิสระ

ฝึกอบรม ยกระดับแรงงานภาคการท่องเที่ยวเพิ่มทักษะให้มีประสิทธิภาพและมีเอกลักษณ์ของ "Thailand Hospitality DNA"

ฝึกอบรม ยกระดับผู้ประกอบการให้มีความรู้ความเข้าใจใน "Thailand Hospitality DNA" และแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการบริการด้วยเทคโนโลยีที่มีความเหมาะสมเพื่อสร้าง Future Hospitality

บูรณาการภาคการศึกษาสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและให้ Direction ถึงความต้องการของการผลิตแรงงานในแต่ละปี

ตัวอย่างของโครงการที่สอดคล้องกับบทบัญญัติของการพัฒนาด้านอุปทานในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว (Shape Supply) เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

CORE TENETS

5. Develop Human Resource to Preserve "Thai Hospitality" and to Create "Future Hospitality"
 พัฒนาศักยภาพบุคคลด้านการท่องเที่ยวให้เห็นความสำคัญด้านการรักษาการดูแลเอาใจใส่แบบไทย ๆ และการสร้างรูปแบบและกำหนดแนวทางการพัฒนาการให้บริการอันเป็นเอกลักษณ์ในอนาคต

ระยะ

ระยะสั้น

ระยะกลางและควรทำอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์

จัดทำข้อกำหนด "Thailand Future Hospitality DNA" และกำหนดกรอบ ในอนาคต

จัดทำแผนเผยแพร่ ข้อกำหนดและ "Thailand Hospitality DNA" และสร้างกลไก ให้เกิดการพัฒนา ทั้งระดับเจ้าของกิจการ และระดับแรงงานในระบบ ตลอดจนแรงงานอิสระ

ฝึกอบรม ยกระดับ แรงงานภาคการท่องเที่ยวเพิ่มทักษะให้มี ประสิทธิภาพและมี เอกลักษณ์ของ "Thailand Hospitality DNA"

ฝึกอบรม ยกระดับ ผู้ประกอบการให้มีความ รู้ความเข้าใจใน "Thailand Hospitality DNA"

บูรณาการภาคการศึกษา สร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง และให้ Direction ถึง ความต้องการของ การผลิตแรงงานในแต่ละปี

ตัวอย่างของโครงการที่สอดคล้อง

- โครงการจัดทำข้อกำหนด "Thailand Future Hospitality DNA"
- โครงการประกวดหรือแข่งขันเพื่อมอบ รางวัลให้แรงงาน/สถานประกอบการ ต้นแบบที่มีการให้บริการแบบเอกลักษณ์ ไทย

- โครงการเจ้าบ้านที่ดี New Chapters Phase II บูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงาน บริษัท หรือสมาคมต่าง ๆ ในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว
- โครงการนำหลักสูตรการตลาดท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และ โครงการอื่น ๆ เสนอผ่านแพลตฟอร์ม Thai MOOC ร่วมกับ มหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทยภายใต้สำนักงานปลัดกระทรวงการ อุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
- โครงการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในตลาดแรงงาน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ

บทบาทวิถีของการพัฒนาด้านอุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Shape Supply) เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

บทบัญญัติ (Core Tenets) 9 ประการ

6. Investing in Startup Development to Support Supply Needs & Pain Points

การลงทุนกับการพัฒนา Startup เพื่อ Support Needs & Pain Points ของกลุ่ม Supply

ร่วมลงทุนกับการพัฒนา Startup ที่มีไอเดีย เช่น ด้าน Sustain, เทคโนโลยี, Business และอื่น ๆ มาสร้างเป็น Ecosystem หรือสร้างเป็น Network ของกลุ่ม Startup ที่สร้างไอเดีย หรือนวัตกรรมใหม่ ๆ แล้วนำมา Business Matching เชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสร้างเป็นระบบ Ecosystem ให้เกิดการต่อยอดการพัฒนาท่องเที่ยว ให้เกิดการเกื้อหนุนให้ดีขึ้น ลดความเสี่ยงและเชื่อมโยงสู่ Circular Economy

แผนการดำเนินงาน

ระยะยาว

กลยุทธ์

- ฝายส่งเสริมการลงทุนฯ ร่วมในการเชิญชวนผู้ประกอบการกลุ่ม Startups ต่าง ๆ มาร่วมให้ความรู้ ต่อยอดทางธุรกิจกับแหล่งพื้นที่
- การลงทุนร่วมกับ Startups จัดทำฐานข้อมูล Supply ที่จะเอื้อประโยชน์ทั้ง ททท. และอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว เทรนด์ และองค์ความรู้ที่ใช้สำหรับการควาโอกาสตลาดได้อย่างรวดเร็ว



ททท.
TOURISM AUTHORITY OF THAILAND

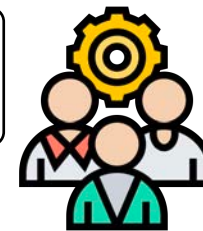
ททท. ต้องเป็นเหมือนผู้เชื่อมโยง Talented People อาจมีแพลตฟอร์มให้คนที่เป็น Talent มีส่วนร่วมมากขึ้น สร้างความร่วมมือระหว่างคนรุ่นใหม่ และคนรุ่นเก่า



Startups

Startup ที่มีไอเดียเช่น ด้าน Sustainability, เทคโนโลยี, Business และอื่น ๆ มาสร้างเป็น Ecosystem หรือสร้างเป็น Network ของกลุ่ม Startup ที่สร้างไอเดีย หรือนวัตกรรมใหม่ ๆ

• ทำแพลตฟอร์มอย่างการสนับสนุนธุรกิจ ให้มาทำงานร่วมกัน
• สร้างความร่วมมือระหว่างคนรุ่นใหม่และคนรุ่นเก่า



Tourism Business

- 1) กลุ่มภาครัฐกิจ
- 2) กลุ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว
- 3) กลุ่มบริการอำนวยความสะดวก ได้แก่ ระบบโครงสร้างพื้นฐานและระบบขนส่งสาธารณะ
- 4) กลุ่มแรงงานและกลุ่มคู่ความร่วมมือด้านบุคลากรและองค์กรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง



Tourism Product
&
แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่

- 1) ส่วนชุมชน
- 2) ส่วนพื้นที่ต่าง ๆ ที่ถูกเชื่อมโยงกันระหว่างจุดหมาย

ตัวอย่างของโครงการที่สอดคล้องกับบทบัญญัติของการพัฒนาด้านอุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Shape Supply) เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

CORE TENETS

6. Investing in Startup Development to Support Supply Needs & Pain Points

การลงทุนกับการพัฒนา Startup เพื่อ Support Needs & Pain Points ของกลุ่ม Supply

ระยะ

ระยะยาว

กลยุทธ์

- ฝายส่งเสริมการลงทุนฯ ร่วมในการเชิญชวนผู้ประกอบการกลุ่ม Startups ต่าง ๆ มาร่วมให้ความรู้ ต่อยอดทางธุรกิจ กับคนในพื้นที่
- การลงทุนร่วมกับ Startups จัดทำฐานข้อมูล Supply ที่จะเอื้อประโยชน์ทั้ง ททท. และอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว เทรนด์ และองค์ความรู้ที่ใช้สำหรับการคว้าโอกาสตลาดได้อย่างรวดเร็ว

ตัวอย่างของโครงการที่สอดคล้อง

- **โครงการสำรวจโจทย์ความต้องการและปัญหาของ Supply กลุ่มต่าง ๆ ในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อสรุปโจทย์ในการพัฒนานวัตกรรมและการสร้างธุรกิจ Startups** (โจทย์ในการพัฒนาพิจารณาถึงเป้าหมายย่อยทั้ง 5 ได้แก่ Unique Experience, Sustainability, Hospitality, Ease & Trust of Traveling, Smart Tourism เช่น โจทย์ด้านความปลอดภัย, โจทย์ด้านการประกวดผู้ให้บริการที่มีความเป็นเอกลักษณ์ไทย, โจทย์ด้านข้อมูลโครงข่ายการเดินทาง, โจทย์ด้านความยั่งยืน และการสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนให้เกิดในระบบ Supply Chain ของการท่องเที่ยว เป็นต้น)
- **โครงการ Hackathon ประกวดโมเดลธุรกิจ Startups ที่พัฒนาขึ้นเพื่อช่วยแก้ปัญหาในระบบห่วงโซ่อุปทาน**
- **โครงการที่เชิญชวนผู้ประกอบการกลุ่ม Startups ต่าง ๆ มา Business Matching ร่วมกัน**

บทบาทวิถีของการพัฒนาด้านอุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Shape Supply) เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

บทบัญญัติ (Core Tenets) 9 ประการ

7. Create a Digital Mechanism to Become a Smart Supply in the Tourism Industry

สร้างกลไกทางดิจิทัลให้เกิดเป็น Smart Supply ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

เมื่อโลกการทำธุรกิจมุ่งสู่ความเป็น Digitalization ผู้บริโภคมีความคาดหวังที่จะได้สินค้าและบริการที่ตรงตามความต้องการด้วยตัวเอง ในเวลาที่ต้องการ การพัฒนาการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในอุปทานการท่องเที่ยวทั้งหมดควรมุ่งสู่การเข้าใจโลกที่เปลี่ยนไปและสามารถใช้เครื่องมือการทำธุรกิจยุคใหม่ที่ทำได้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการบริหารจัดการทรัพยากรและระบบหลังบ้านต่าง ๆ ให้ลดความผิดพลาด บริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงและเกิดความยั่งยืน

แผนการดำเนินงาน

ระยะยาว

กลยุทธ์เชิงรุก

- ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเพื่อมุ่งสู่การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพพัฒนาทุนมนุษย์สู่ยุคการท่องเที่ยวเชิงดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบในอนาคต
- จัดทำระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ และระบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
- พัฒนาฐานข้อมูลและวิธีการใช้งาน Technology & Innovation ต่าง ๆ ที่ช่วยให้ Supply มีความพร้อม (Smart) ในการบริหารธุรกิจมากขึ้น (เป้าหมายด้าน Smart Tourism)

กลยุทธ์เชิงแก้ไข

- สร้างแพลตฟอร์มเพื่อรองรับประสบการณ์ของลูกค้าแบบครบวงจรของนักท่องเที่ยว End-to-End Customer Experience เข้ามาช่วยเพิ่มประสบการณ์และสร้างความยั่งยืนให้มากขึ้น
- เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานด้วยระบบเทคโนโลยีด้วยการพัฒนาระบบบริหารจัดการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของประเทศหรือระบบ Tourism Intelligence Center (TIC) เน้นเชื่อมโยงบูรณาการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวไทยจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์เชิงรับ

- ใช้ Data ในการทำงานมากขึ้นกว่าเดิม ควรมีข้อมูลของ Demand และทำให้ Supply เข้าใจความต้องการของ Demand ให้มากที่สุด เพื่อให้กลุ่ม Supply ขายได้และตอบโจทย์ Demand

ตัวอย่างของโครงการที่สอดคล้องกับบทบัญญัติของการพัฒนาด้านอุปทานในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว (Shape Supply) เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

CORE TENETS

7. Create a Digital Mechanism to Become a Smart Supply in the Tourism Industry สร้างกลไกทางดิจิทัลให้เกิดเป็น Smart Supply ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ระยะ

ระยะยาว

กลยุทธ์

กลยุทธ์เชิงรุก

- ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเพื่อมุ่งสู่การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพพัฒนาคุณภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบในอนาคต
- จัดทำระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ และระบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
- พัฒนาฐานข้อมูลและวิธีการใช้งาน Technology & Innovation ต่าง ๆ ที่ช่วยให้ Supply มีความพร้อม (Smart) ในการบริหารธุรกิจมากขึ้น (เป้าหมายด้าน Smart Tourism)

กลยุทธ์เชิงแก้ไข

- สร้างแพลตฟอร์มเพื่อรองรับประสบการณ์ของลูกค้าแบบครบวงจรของนักท่องเที่ยว End-to-End Customer Experience เข้ามาช่วยเพิ่มประสบการณ์และสร้างความยั่งยืนให้มากขึ้น
- เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานด้วยระบบเทคโนโลยีด้วยการพัฒนาระบบบริหารจัดการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของประเทศหรือระบบ Tourism Intelligence Center (TIC) เน้นเชื่อมโยง บูรณาการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวไทยจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์เชิงรับ

- ใช้ Data ในการทำงานมากขึ้นกว่าเดิม ควรต้องมีข้อมูลของ Demand และทำให้ Supply เข้าใจความต้องการของ Demand ให้มากที่สุด เพื่อให้กลุ่ม Supply ขายได้และตอบโจทย์ Demand

ตัวอย่างของโครงการที่สอดคล้อง

- โครงการพัฒนาแพลตฟอร์มกลางด้านการท่องเที่ยว (National Digital Tourism Platform) ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในรูปแบบ Business to Business (B2B) ในลักษณะ Wholesales สำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- โครงการจัดทำธนาคารข้อมูลดิจิทัลด้านการท่องเที่ยว (National Digital Tourism Data Bank) ศูนย์กลางรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว ชุมชน ที่พัก ร้านอาหาร การเดินทาง และที่สำคัญคือ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การเลือกซื้อสินค้าและบริการในลักษณะ Big Data
- โครงการพัฒนาแพลตฟอร์มการรวม Data เชิงองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยและการถอดบทเรียนการท่องเที่ยว ข้อมูลเครือข่ายเจ้าของสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยวใน Cluster ต่าง ๆ และข้อมูลสินค้าการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ
- โครงการแพลตฟอร์มกลางที่ช่วยจัดการประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและนำมาซึ่งการได้ Data สำคัญที่มีประโยชน์ต่อการประเมินสถานการณ์การท่องเที่ยวซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญของการตลาดยุคใหม่ เช่น ระบบกลางสำหรับการจองแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

บทบัญญัติของการพัฒนาด้านอุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Shape Supply) เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

บทบัญญัติ (Core Tenets) 9 ประการ

8. Build the Pioneer Cluster to be the Prototype for All

สร้างต้นแบบคลัสเตอร์ท่องเที่ยวที่ใช้แนวทางการ Shape Supply ตามเป้าหมายอนาคตที่ยั่งยืนแล้วประสบผลสำเร็จ การจะส่งต่อแนวทางการทำงานให้เห็นเป็นรูปธรรมจับต้องได้ดีที่สุดคือการมีตัวอย่างที่ชัดเจน ททท. จะต้องสร้างต้นแบบของคลัสเตอร์ท่องเที่ยวที่ใช้ขั้นตอนการทำงาน ด้านการ Shape Supply อย่างครบถ้วน มีการทำงานร่วมกันของหน่วยงานพันธมิตรหลายภาคส่วน และมีผลประเมินที่ชี้ให้เห็นถึงผลสำเร็จ จัดทำเป็นข้อมูลในรูปแบบที่ เผยแพร่ได้อย่างน่าสนใจเพื่อต่อยอดสู่การสื่อสารเพื่อสร้าง Impact ต่อ Supply ในคลัสเตอร์อื่น ๆ ในวงกว้างต่อไป

แผนการดำเนินงาน

ระยะกลาง และระยะยาว

กลยุทธ์

สร้างสรรคสินค้าท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความแตกต่าง
อย่างมีเอกลักษณ์โดยใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้ง
ทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี
อาหาร เทศกาล วิถีชีวิต ภูมิปัญญา สินค้าเกษตร
ที่โดดเด่น และพหุวัฒนธรรม

สร้างสรรคสินค้าที่สร้างคุณค่าและการคำนึง
เรื่องการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ
เพื่อสร้างความยั่งยืนจากการท่องเที่ยว

VALUE OF
UNIQUE

VALUE OF
SUSTAINABILITY

แผนปฏิบัติงานสร้างต้นแบบคลัสเตอร์ท่องเที่ยวในพื้นที่ตัวอย่าง

ตัวอย่างของโครงการที่สอดคล้องกับบทบัญญัติของการพัฒนาด้านอุปทานในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว (Shape Supply) เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

CORE TENETS

ระยะ

ระยะกลาง และระยะยาว

กลยุทธ์

สร้างสรรค์สินค้าท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความแตกต่าง อย่างมีเอกลักษณ์โดยใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้ง ทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี อาหาร เทศกาล วิถีชีวิต ภูมิปัญญา สินค้าเกษตร ที่โดดเด่น และพหุวัฒนธรรม

สร้างสรรค์สินค้าที่สร้างคุณค่าและการคำนึง เรื่องการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ สร้างความยั่งยืนจากการท่องเที่ยว

ตัวอย่างของ โครงการที่ สอดคล้อง

อาจคัดเลือกโครงการที่ดำเนินการอยู่แล้วเข้ามาดำเนินการโดยขยายผลสู่เป้าหมายที่ครอบคลุมเป้าหมายของ การ Shape Supply ที่เป็นผลลัพธ์จากโครงการนี้มากยิ่งขึ้น

- โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวช่วงนอกฤดูกาล และเมืองรอง
- โครงการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มี มูลค่าเพิ่ม
- โครงการ The Michelin Guide Thailand
- โครงการสร้างสรรค์เส้นทางท่องเที่ยว Low Carbon ร่วมกับองค์การบริหารจัดการก๊าซ เรือนกระจก (อบก.)
- โครงการส่งเสริมการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี
- โครงการสร้างความเข้มแข็งให้สังคมและรักษา สิ่งแวดล้อม
- โครงการสื่อสารสร้างกระแสท่องเที่ยวและ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

บทบาทของการพัฒนาด้านอุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Shape Supply) เพื่อยกระดับประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

บทบัญญัติ (Core Tenets) 9 ประการ

9. Communicate to Supply Creatively and Continuously

สื่อสารยังภาคีเครือข่ายกลุ่ม Supply ทั้งหมดอย่างสร้างสรรค์และต่อเนื่อง

ททท. ควรมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่สื่อสารกับภาค Supply ของอุตสาหกรรมทั้งหมดอย่างมืออาชีพ มีเป้าหมายทางการสื่อสารแต่ละปีแต่ละช่วงเวลาชัดเจนและสร้างสรรค์ กลยุทธ์ทางการสื่อสารเชิงรุก ใช้เครื่องมือทางการสื่อสารที่เข้ายุคเข้าสมัย มีการกำหนดงบประมาณสำหรับดำเนินการในส่วนนี้เช่นเดียวกับการทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายของภาคธุรกิจ และมีการวัดผลการดำเนินงานในแต่ละปี

แผนการดำเนินงาน

ระยะสั้น

ระยะกลาง

ระยะยาว

ถ่ายทอดองค์ความรู้
แนวทางและทิศทาง
ของแผน (Strategic
Planning and
Direction)

- ถ่ายทอดองค์ความรู้แนวทางและทิศทางของแผน (Strategic Planning and Direction) ในการพัฒนาสินค้าเพื่อการตลาดของ ททท. ให้ภาคีเครือข่ายกลุ่ม Supply ทั้งหมดเข้าใจอย่างชัดเจน

- จัดทำนโยบายทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พร้อมสร้างมาตรการบังคับใช้กฎหมายให้มีความเข้มงวด และคอยติดตาม ดูแล และประเมินการดำเนินงานในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

- หน่วยงานสื่อสารอย่างมืออาชีพทำหน้าที่สื่อสารกับ Supply ทั้งหมดของประเทศไทยอย่างมีกลยุทธ์และมีความต่อเนื่อง สื่อสารอย่างมีระบบและมีการวัดผลในทุก ๆ ปี เช่น การสร้าง Membership การใช้งานอีเวนต์ การเทรนนิ่งสัมมนา การทำ Podcast ฯลฯ

เชื่อมโยงกลุ่ม
Supply ให้เกิดเป็น
Community

- เชิญชวน Stakeholders ที่เกี่ยวข้องกับ Supply ทั้งหมดเข้าร่วมประชุมใช้กระบวนการระดมสมองเพื่อหาหรือแนวทางการดำเนินงาน และมีการกำหนดเป้าหมายร่วมกัน เพื่อสร้างมูลค่าการท่องเที่ยว

- บูรณาการบริษัท และ SMEs ในภาคการบริการในแต่ละภูมิภาคเข้าสู่ระบบด้านการพัฒนาการบริการ และการสร้างมูลค่าการท่องเที่ยว

- การพัฒนาเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวระหว่างอำเภอต่าง ๆ และระหว่างพื้นที่ท่องเที่ยวหลักกับพื้นที่ท่องเที่ยวรอง ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดใช้นโยบายหรือทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมือนกันและใช้ทรัพยากรร่วมกัน

4.3

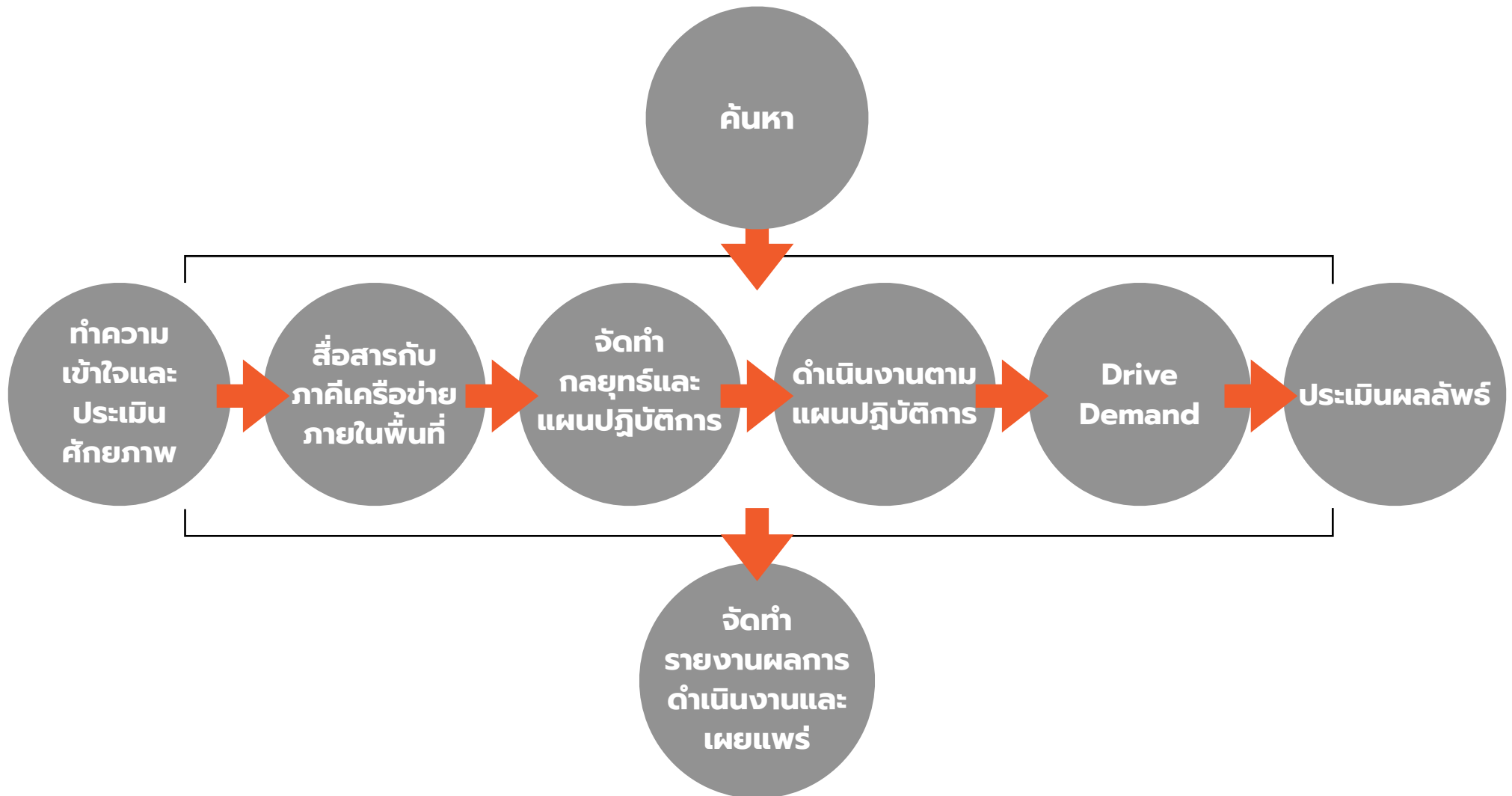
ข้อเสนอแนะด้านแผนปฏิบัติการร่วมกับ
คู่ความร่วมมือในพื้นที่ตัวอย่าง



ขั้นตอนการทำงานด้านการ
'Shape Supply' ในคลัสเตอร์ต้นแบบ

ขั้นตอนการทำงานด้านการ 'Shape Supply' ในคลัสเตอร์ต้นแบบ

ข้อเสนอแนะเป็นไปเพื่อมุ่งเป้าสู่การสร้างคลัสเตอร์ต้นแบบที่จะเผยแพร่ให้เกิด Impact ต่ออุตสาหกรรมและสังคม กทท. ควรดำเนินการครบขั้นตอนตั้งแต่การค้นหา พัฒนา และทำการเผยแพร่



ขั้นตอนการ "ค้นหา" เพื่อกำหนดคลัสเตอร์ท่องเที่ยวต้นแบบ

ค้นหา

เกณฑ์ในการคัดเลือกคลัสเตอร์ท่องเที่ยวต้นแบบ:

1. มุ่งเน้นคลัสเตอร์ที่มีความโดดเด่นในประสบการณ์ด้านสินค้าที่มี Unique Experience ในกลุ่มของความยั่งยืน ซึ่งความยั่งยืนตามหลักการประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ 1) เศรษฐกิจ 2) สังคม 3) สิ่งแวดล้อม 4) วัฒนธรรม โดยสินค้าที่โดดเด่นหรือมีศักยภาพที่จะโดดเด่นในมิติใดมิติหนึ่ง
2. Supply ในพื้นที่ที่มีความพร้อมในระดับ Involvement ชั้นที่ 2 และชั้นที่ 3 หรือชั้นที่ 1 แต่มีพี่เลี้ยงที่เป็นหน่วยงานดูแลการพัฒนา Supply
3. ภาพรวมของคลัสเตอร์และแหล่งท่องเที่ยวภายในคลัสเตอร์ต้องมีผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ร่วมกับการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
4. ควรเป็นคลัสเตอร์ที่อยู่ในพื้นที่เมืองรอง

LEVELS : TIER

- 1. Exploration** กำลังค้นหาตัวเอง มีความคิดริเริ่มในการให้บริการนักท่องเที่ยวในพื้นที่
- 2. Involvement (ขั้นที่ 1)** ดำเนินการเองแบบไม่มีระบบ จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น คนท้องถิ่น เริ่มให้บริการนักท่องเที่ยว
- 3. Involvement (ขั้นที่ 2)** มีระบบ จัดสรรหน้าที่ จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น คนท้องถิ่น เริ่มให้บริการนักท่องเที่ยว
- 4. Involvement (ขั้นที่ 3)** มีการทำงานเชิงรุก ทำงานร่วมกับหน่วยงานภายนอก จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น คนท้องถิ่นเริ่มให้บริการนักท่องเที่ยว
- 5. Development** พื้นที่ได้รับการพัฒนาดีพร้อม มีการบริการที่ซับซ้อนโดยคนภายนอกเข้ามามากขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยวพอ ๆ กับจำนวนคนท้องถิ่น
- 6. Consolidation** จำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่าจำนวนคนท้องถิ่น แต่อัตราการเพิ่มจำนวนลดลง (เริ่มอิ่มตัว) คนท้องถิ่นเริ่มรู้สึกว่าการรบกวนจากนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมที่ไม่ดี หรือถูกรบกวน จากกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ

LEVELS : ความเข้มแข็ง

- ชุมชน/พื้นที่ที่มีความเข้มแข็งมาก สามารถจัดการทุกอย่างได้ด้วยตนเองโดยไม่ต้องรอการช่วยเหลือจากภาครัฐ เช่น ติดต่อ Agent เอง รวมกลุ่มเอง ลงทุนทำสื่อเอง
- ชุมชน/พื้นที่ยังไม่เข้มแข็งมาก แต่พอจะร่วมกลุ่มกันได้ และมีผู้นำกลุ่มที่ดี ที่สามารถนำพาชุมชนให้พัฒนาต่อไปได้ ถ้าได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐจะพัฒนาไปได้
- ชุมชน/พื้นที่ไม่มีผู้นำ ไม่มีความเข้มแข็ง มีการรวมกลุ่มและรอคอยการช่วยเหลือจากภาครัฐเพียงอย่างเดียว
- ชุมชนที่มีปัญหาหันเองภายในพื้นที่ แยกแยก ทะเลาะเบาะแว้ง
- ชุมชน/พื้นที่ยังไม่มีการรวมกลุ่มกันในการดำเนินการด้านการท่องเที่ยว/ต่างคนต่างทำ

*ผลจากการวิจัยโครงการประเมินความสำเร็จของโครงการส่งเสริมสินค้าการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวตลาดในประเทศ, 2019

- กลุ่ม Exploration ต้องการการ Incubate ที่มากเกินไป ไม่เหมาะกับบทบาทและภารกิจของ กกท.
- กลุ่ม Development เป็นกลุ่มที่มีความสำเร็จแล้วในระดับหนึ่งทำให้เห็นชัดถึงความแตกต่างก่อน-หลังการพัฒนาเป็นไปได้อย่าง ซึ่งกรณีนี้เราต้องการคลัสเตอร์ต้นแบบเพื่อเป็นเครื่องมือที่จะ Springboard การรับรู้ทั้งต่อ Supply ด้วยกันและต่อ Demand ภายในประเทศจึงนับเป็นกลุ่มที่ยังไม่เหมาะสม
- กลุ่ม Consolidation ต้องการการแก้ปัญหาเชิงสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เฉพาะเจาะจง ยังไม่เหมาะกับบทบาทและภารกิจของ กกท.

Product Themes in 4 Portfolios รีมสินค้าการท่องเที่ยวประจำปี 2567-2568

ภาพรวมการจัดกลุ่มสินค้าการท่องเที่ยวในพอร์ตโพลีโอประจำปี 2567-2568 แบ่งเป็น 4 กลุ่มหลัก คือ กลุ่ม Healthy Life Expectancy, กลุ่ม Learn Life Long, กลุ่ม Excitement และกลุ่ม Immersive Story โดยแต่ละกลุ่มประกอบด้วย Product กลุ่มละ 4 Themes ครอบคลุมมิติคุณประโยชน์ที่สัมพันธ์ไปกับแนวโน้มเทรนด์และมุมมองจากภาคีเครือข่ายระดับ Guru ดังนี้

PRODUCT THEMES in 4 PORTFOLIOS



A

Healthy Life Expectancy

A1

BOND OF FELLOWSHIP

A2

SOUND OF YOUR MIND

A3

EXPLORE THE STAMINA

A4

ROMANTIC RETREAT



B

Learn Life Long

B1

BE THAI, BE TRIBE

B2

POWER OF DISCOVERY

B3

CO-CREATE WITH ARTISAN

B4

LOST IN THE NATURE



C

Excitement

C1

FEARLESS SEEKER

C2

SURVIVAL JOURNEY WITH LOCAL CHEF

C3

A PRO IN A DAY

C4

PRESTIGE'S DAY



D

Immersive Story

D1

TURN BACK TIME

D2

MAGICAL EVENING

D3

A FAITH JOURNEY

D4

WANDERLUST AFTER FILMS

Portfolio B. Learn Life Long: B1 Be Thai, Be Tribe



LIFESTYLE & CULTURE



ไปเป็นเขา...ด้วยลองรู้ลึก เช่น เดินชมเมือง
ซึบซับความหลากหลายแตกต่างทางวัฒนธรรม

BE THAI, BE TRIBE

การท่องเที่ยวที่ได้เรียนรู้วิถีชีวิต และวัฒนธรรมจากผู้คนในอีกมุมหนึ่งของโลกและภูมิภาคซึ่งมีความแตกต่างหลากหลาย การเดินทางที่มอบประสบการณ์จากการได้ไปสัมผัส ทำความเข้าใจ เรียนรู้ภูมิปัญญาร่วมกับผู้คนในชุมชนอย่างลึกซึ้ง ด้วยการไปเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องราวเหล่านี้



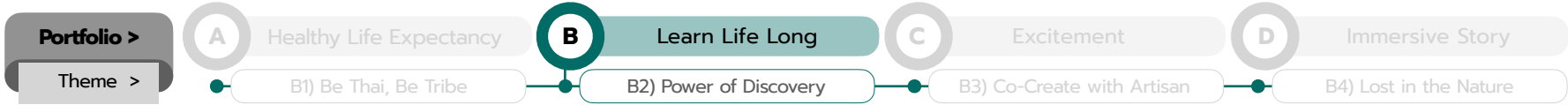
พักร่วมกับชาวบ้าน ถ้อยวง พุดคุยแลกเปลี่ยน



ไปเป็นเขา...ด้วยลองกิน เช่น เก็บวัตถุดิบท้องถิ่นมาทำกับข้าว (เก็บ-ทำ-กิน)

ไปเป็นเขา...ด้วยลองทำ เช่น ร่วมทดลองเรียนรู้ภาษา, แต่งตัวเหมือนชาวบ้าน, ทดลองประกอบอาชีพท้องถิ่น

Portfolio B. Learn Life Long: B2 Power of Discovery



เยี่ยมชมศูนย์การเรียนรู้ เช่น พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์

POWER OF DISCOVERY

การท่องเที่ยวแห่งการเรียนรู้นอกห้องเรียนอย่างกว้างขวาง ไม่มีที่สิ้นสุด จุดหมายที่จะมอบประสบการณ์ให้นักเดินทางได้เปิดมุมมอง ค้นหาคัญภาพตนเอง และสร้างโอกาสในการแลกเปลี่ยนด้วยการท่องเที่ยวในโลกของวิวัฒนาการ นวัตกรรม และเทคโนโลยีที่เป็นองค์ความรู้ของมนุษยชาติ



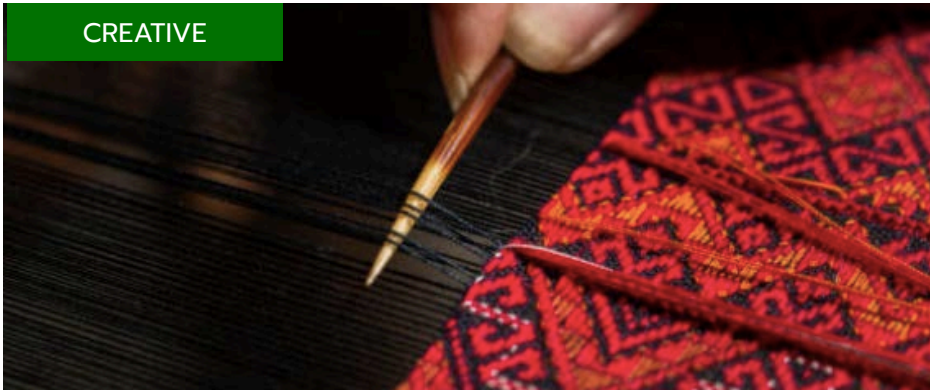
เรียนรู้กับผู้เชี่ยวชาญ - ด้วยกิจกรรมเวิร์กช็อป



Shopping Local Innovative Highlights



Portfolio B. Learn Life Long: B3 Co-Create with Artisan



กิจกรรมเยี่ยมชาม (เรียนรู้ภูมิปัญญา) โดยชมกระบวนการและ เทคนิคในการสร้างสรรค์ชิ้นงาน

Co-Create with Artisan

การท่องเที่ยวที่มอบประสบการณ์การเรียนรู้ศิลปะ หัตถการ การแสดงที่เป็นมรดกท้องถิ่น ภูมิปัญญาดั้งเดิม โดยการลงมือทำร่วมกับศิลปินท้องถิ่น พร้อมเปิดกว้างให้สร้างสรรค์ผลงานร่วมสมัยในแบบตนเอง เพื่อให้ นักเดินทางเข้าใจอย่างลึกซึ้ง และได้เรียนรู้ทักษะอย่างครอบคลุม



กิจกรรมประยุกต์ Creativity โดยการสร้างสรรค์ผลงานในแบบของตนเอง

กิจกรรมลองทำ Co-Create ได้ทดลอง ฝึกทำชิ้นงานร่วมกับศิลปินท้องถิ่น

Portfolio B. Learn Life Long: B4 Lost in the Nature



Raise Awareness: สร้างความตระหนักตามความหลากหลายทางชีวภาพในท้องถิ่น (Biodiversity) เช่น ส่องสัตว์ป่าต่าง ๆ สำรวจเรื่องราวของป่าต้นน้ำ เป็นต้น

LOST IN THE NATURE

การท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสความสุขของการเป็นผู้ให้ จุดหมายที่มอบประสบการณ์แห่งการตระหนักรู้ถึงคุณค่า วัฒนธรรมและ ระบบนิเวศทางธรรมชาติที่มีความหลากหลายให้แก่ักเดินทางผู้ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวที่เป็นส่วนหนึ่งในการปกป้องโลกที่คุณรัก



Local Support: กิจกรรมช้อปปิ้งในชุมชนที่มีวิถีชีวิตสอดคล้องกับความยั่งยืน



Volunteer for Sustainability: กิจกรรมอาสางานอนุรักษ์ภายในพื้นที่

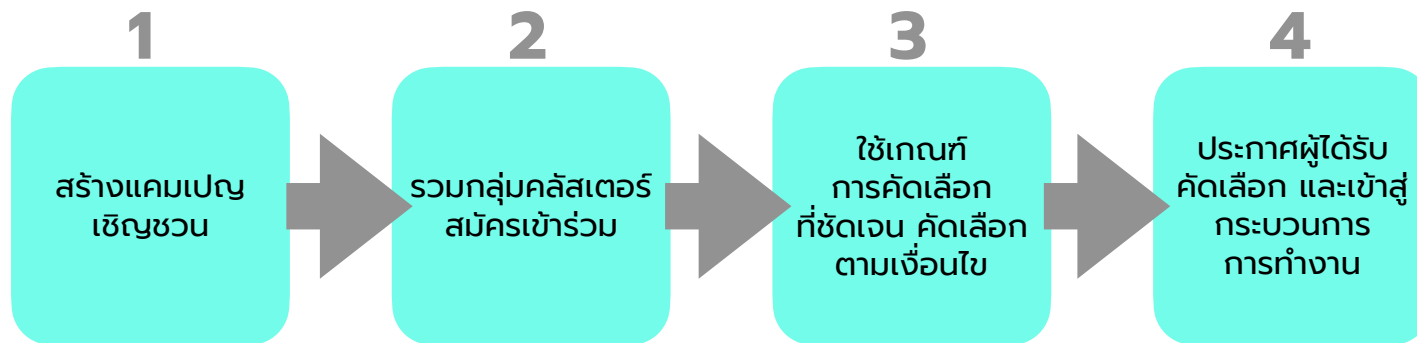
ขั้นตอนการ "ค้นหา" เพื่อกำหนดคลาสเตอร์ท่องเที่ยวต้นแบบ

ค้นหา

เกณฑ์ในการคัดเลือกคลาสเตอร์ท่องเที่ยวต้นแบบ:

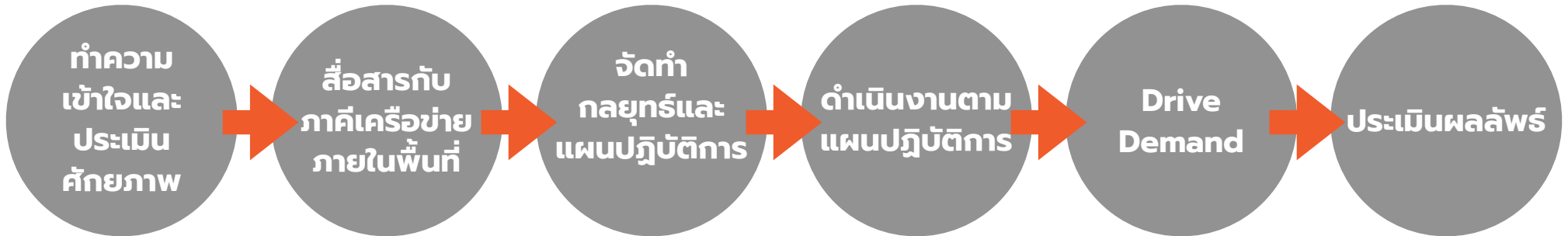
1. มุ่งเน้นคลาสเตอร์ที่มีความโดดเด่นในประสบการณ์ด้านสินค้าที่มี Unique Experience ในกลุ่มของความยั่งยืน ซึ่งความยั่งยืนตามหลักการประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ 1) เศรษฐกิจ 2) สังคม 3) สิ่งแวดล้อม 4) วัฒนธรรม โดยสินค้าที่โดดเด่นหรือมีศักยภาพที่จะโดดเด่นในมิติใดมิติหนึ่ง
2. Supply ในพื้นที่ที่มีความพร้อมในระดับ Involvement ชั้นที่ 2 และชั้นที่ 3 หรือชั้นที่ 1 แต่มีที่ปรึกษาที่เป็นหน่วยงานดูแลการพัฒนา Supply
3. ภาพรวมของคลาสเตอร์และแหล่งท่องเที่ยวภายในคลาสเตอร์ต้องมีผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ร่วมกับการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
4. ควรเป็นคลาสเตอร์ที่อยู่ในพื้นที่เมืองรอง

เสนอให้ใช้ 'Pull Strategy' ในการดึงดูดคลาสเตอร์ที่มีความพร้อมเข้าร่วมงาน

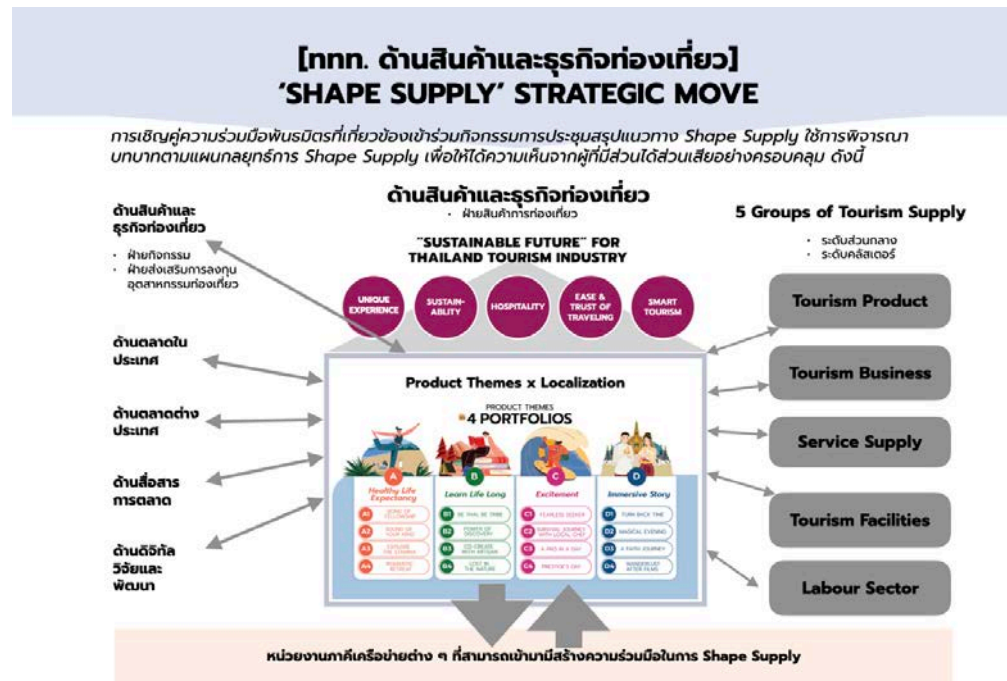


*หมายเหตุ: ในช่วงการทดสอบอาจใช้คอนเซปต์นี้แต่เริ่มต้นกับวงที่แคบกว่า เน้นกลุ่มที่เคยทำงานร่วมกันแล้วเห็นศักยภาพแล้วเป็นหลักก่อนขยายผลสู่การเชิญชวนอย่างเปิดกว้างต่อไป

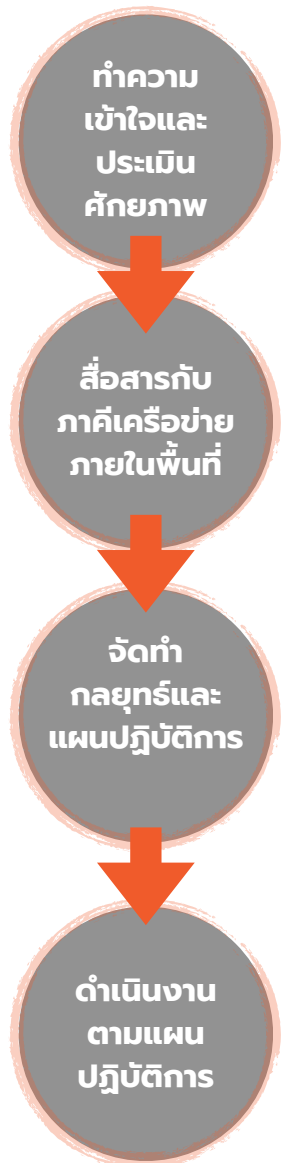
12 ขั้นตอนการ "พัฒนา" และทำการ "เผยแพร่" ผลงานของคลัสเตอร์ต้นแบบ



กลยุทธ์การ Shape Supply ด้วยการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งสู่ Tourist-Centric และมี Ultimate Goal "Sustainable Future" ของอุตสาหกรรมร่วมกันและทำงานร่วมกับทุกภาคส่วนทั้งภายในพื้นที่คลัสเตอร์ ที่มงานภายใน กกท. และหน่วยงานภาคีเครือข่ายพันธมิตร

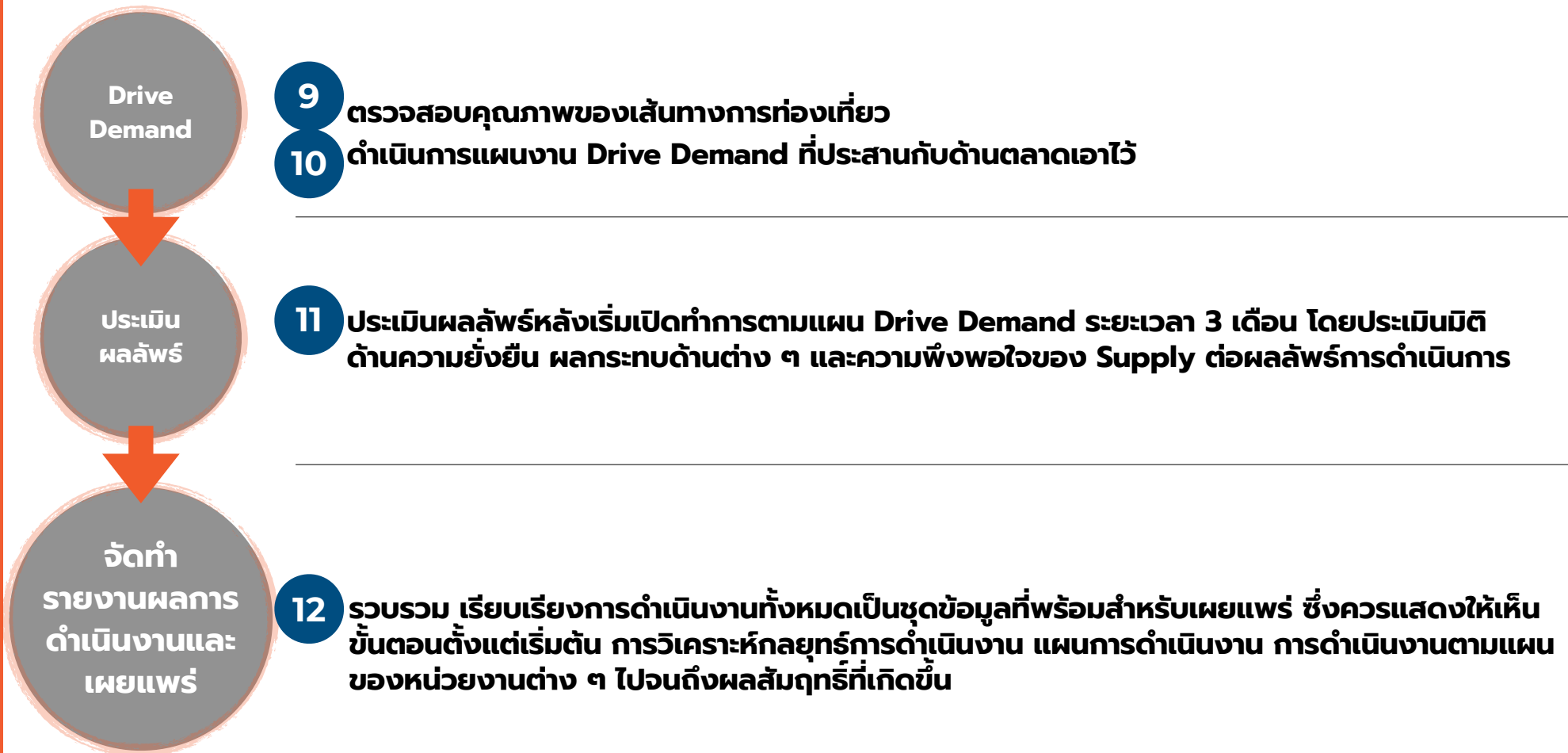


12 ขั้นตอนการ "พัฒนา" และทำการ "เผยแพร่" ผลงานของคลัสเตอร์ต้นแบบ



- 1 **สำรวจ จัดทำฐานข้อมูล และประเมินศักยภาพของกลุ่ม Supply และ Stakeholders ที่เกี่ยวข้องกับ Supply ในพื้นที่ทั้งหมด**
- 2 **จัดระเบียบข้อมูล วิเคราะห์และจัดทำเป็น Shape Supply Recommendation Report เป็นรายงานที่สามารถเป็นคู่มือสำหรับคณะทำงาน Shape Supply จากภายนอกได้**
- 3 **เข้าถึงผู้นำของพื้นที่และสร้างความไว้วางใจ เชิญชวนให้เปิดรับ/คล้อยตามในแนวทางการทำงานของโครงการ Shape Supply**
- 4 **หารือกับด้านตลาดเพื่อหารือโอเดียดีในการกำหนดเป้าหมายของการ Drive Demand ที่เหมาะสมกับพื้นที่ และเชื่อมโยงเครือข่ายพันธมิตรที่สอดคล้องกับความต้องการของพื้นที่**
- 5 **เชิญชวน Stakeholders ที่เกี่ยวข้องกับ Supply ทั้งหมดเข้าร่วมประชุม ใช้กระบวนการระดมสมองเพื่อหารือแนวทางการดำเนินงาน**
- 6 **จัดทำบทสรุปแผนปฏิบัติงานที่มีเป้าหมายและกรอบเวลาที่ชัดเจนและกลับมาสร้าง Engagement กับ Stakeholders อีกครั้งเพื่อรับเป็นมติร่วมกัน แจกจ่ายสิ่งพิมพ์แผนปฏิบัติงานที่ชัดเจน สื่อสารเข้าใจง่าย**
- 7 **ททท. ดำเนินงานตามแผนงานในส่วนงานที่เป็นของ ททท. คู่ขนานไปกับการสนับสนุนช่วยเหลือ ติดตามการดำเนินงานของภาคีที่เกี่ยวข้อง**
- 8 **ประชุมติดตามผลเป็นระยะในกรอบเวลา**

12 ขั้นตอนการ "พัฒนา" และทำการ "เผยแพร่" ผลงานของคลัสเตอร์ต้นแบบ



ขั้นตอนที่ 1: สำรวจ จัดทำฐานข้อมูล และประเมินศักยภาพ

ทำความเข้าใจและ
ประเมิน
ศักยภาพ



1. สำรวจ จัดทำฐานข้อมูล และประเมินศักยภาพของกลุ่ม Supply และ Stakeholders ที่เกี่ยวข้องกับ Supply ในพื้นที่ทั้งหมด



1.1

เก็บข้อมูลสำหรับการติดต่อ

ปลายทางจะได้

Data Base
คลังเครือข่าย



1.2

สำรวจจุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาส
เมื่อเทียบกับเป้าหมายการ Shape Supply
ทั้ง 5 ของ Supply

ขั้นตอนที่ 1: สำรอง จัดทำฐานข้อมูล และประเมินศักยภาพ

ทำความเข้าใจและประเมินศักยภาพ



1.2.1

ทำการสำรวจด้วยแบบประเมิน TAT Supply Survey ซึ่งประกอบด้วยคำถามประเมินความสามารถในปัจจุบันอิงกับเป้าหมายที่สำคัญของทาร์ Shape Supply ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่

- 1) Unique Experience
- 2) Sustainability
- 3) Hospitality
- 4) Ease and Trust of Traveling
- 5) Smart Tourism

แบบประเมินความพร้อมของพัฒนา
ส่วนหัวขั้วด้านการท่องเที่ยว (Shape Supply)

แบบประเมินนี้ใช้ตรวจสอบความพร้อมในการพัฒนาของธุรกิจการท่องเที่ยวขององค์กร
ตามมาตรฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Shape Supply) โดยประเมินความพร้อมขององค์กร
ตามกรอบที่ 5 ด้านของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Shape Supply) ซึ่งประกอบด้วย

1. ประสบการณ์ที่โดดเด่น
2. ความยั่งยืน
3. ความเป็นมิตรและความสะดวกสบายในการเดินทาง
4. ความง่ายและความไว้วางใจในการเดินทาง
5. เทคโนโลยีที่ทันสมัย

ผู้ประเมินคือ
 ผู้จัดการทั่วไป
 ผู้จัดการฝ่ายการตลาด
 ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ
 ผู้จัดการฝ่ายการเงิน
 ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล
 ผู้จัดการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

PART 1: ข้อมูลทั่วไป

ชื่อองค์กร

ประเภทธุรกิจ

ปีงบประมาณ

ปีงบประมาณ (ปีงบประมาณ / ไตรมาสที่ประเมิน)

ชื่อผู้ประเมิน

ตำแหน่ง

ตำแหน่ง

Page 1 of 10

PART 1 : การระบุจุดแข็งและข้อปรับปรุงขององค์กร

จุดแข็ง	ข้อปรับปรุง
P1.1	
P1.2	
P1.3	
P1.4	
P1.5	
P1.6	
P1.7	
P1.8	
P1.9	
P1.10	
P1.11	

P1.3 ตัวอย่างการระบุจุดแข็งและข้อปรับปรุงขององค์กร

จุดแข็ง: Unique Product Tourism Business Tourism Facilities

ข้อปรับปรุง: Sustainability Hospitality Smart Tourism

หมายเหตุ: จุดแข็งและข้อปรับปรุงที่ระบุไว้สามารถเลือกได้มากกว่าหนึ่งข้อ

P1.4 จุดแข็งและข้อปรับปรุงขององค์กร (ตามกรอบที่ 5 ด้าน)

1. ประสบการณ์ที่โดดเด่น

2. ความยั่งยืน

3. ความเป็นมิตรและความสะดวกสบายในการเดินทาง

4. ความง่ายและความไว้วางใจในการเดินทาง

5. เทคโนโลยีที่ทันสมัย

6. ความยั่งยืน

7. ความเป็นมิตรและความสะดวกสบายในการเดินทาง

8. ความง่ายและความไว้วางใจในการเดินทาง

9. เทคโนโลยีที่ทันสมัย

10. ประสบการณ์ที่โดดเด่น

11. ความเป็นมิตรและความสะดวกสบายในการเดินทาง

12. ความยั่งยืน

Page 2 of 10

P1.7 ระบุจุดแข็งและข้อปรับปรุงขององค์กร (ตามกรอบที่ 5 ด้าน)

1. ประสบการณ์ที่โดดเด่น

2. ความยั่งยืน

3. ความเป็นมิตรและความสะดวกสบายในการเดินทาง

4. ความง่ายและความไว้วางใจในการเดินทาง

5. เทคโนโลยีที่ทันสมัย

6. ความยั่งยืน

7. ความเป็นมิตรและความสะดวกสบายในการเดินทาง

8. ความง่ายและความไว้วางใจในการเดินทาง

9. เทคโนโลยีที่ทันสมัย

10. ประสบการณ์ที่โดดเด่น

11. ความเป็นมิตรและความสะดวกสบายในการเดินทาง

12. ความยั่งยืน

P1.8 ระบุจุดแข็งและข้อปรับปรุงขององค์กร (ตามกรอบที่ 5 ด้าน)

1. ประสบการณ์ที่โดดเด่น

2. ความยั่งยืน

3. ความเป็นมิตรและความสะดวกสบายในการเดินทาง

4. ความง่ายและความไว้วางใจในการเดินทาง

5. เทคโนโลยีที่ทันสมัย

6. ความยั่งยืน

7. ความเป็นมิตรและความสะดวกสบายในการเดินทาง

8. ความง่ายและความไว้วางใจในการเดินทาง

9. เทคโนโลยีที่ทันสมัย

10. ประสบการณ์ที่โดดเด่น

11. ความเป็นมิตรและความสะดวกสบายในการเดินทาง

12. ความยั่งยืน

P1.9 ระบุจุดแข็งและข้อปรับปรุงขององค์กร (ตามกรอบที่ 5 ด้าน)

1. ประสบการณ์ที่โดดเด่น

2. ความยั่งยืน

3. ความเป็นมิตรและความสะดวกสบายในการเดินทาง

4. ความง่ายและความไว้วางใจในการเดินทาง

5. เทคโนโลยีที่ทันสมัย

6. ความยั่งยืน

7. ความเป็นมิตรและความสะดวกสบายในการเดินทาง

8. ความง่ายและความไว้วางใจในการเดินทาง

9. เทคโนโลยีที่ทันสมัย

10. ประสบการณ์ที่โดดเด่น

11. ความเป็นมิตรและความสะดวกสบายในการเดินทาง

12. ความยั่งยืน

Page 3 of 10

P1.10 ระบุจุดแข็งและข้อปรับปรุงขององค์กร (ตามกรอบที่ 5 ด้าน)

1. ประสบการณ์ที่โดดเด่น

2. ความยั่งยืน

3. ความเป็นมิตรและความสะดวกสบายในการเดินทาง

4. ความง่ายและความไว้วางใจในการเดินทาง

5. เทคโนโลยีที่ทันสมัย

6. ความยั่งยืน

7. ความเป็นมิตรและความสะดวกสบายในการเดินทาง

8. ความง่ายและความไว้วางใจในการเดินทาง

9. เทคโนโลยีที่ทันสมัย

10. ประสบการณ์ที่โดดเด่น

11. ความเป็นมิตรและความสะดวกสบายในการเดินทาง

12. ความยั่งยืน

Product Themes in 4 Portfolios (Sub-themes of 2566-2567)

4 PORTFOLIOS

1. Unique Experience

2. Sustainability

3. Hospitality

4. Smart Tourism

High Impact Life Experience

1. AS BIRD OF FEATHERS

2. AS SOUND OF YOUR BIRD

3. AS EXPLORE THE STRAITS

4. AS ROMANTIC TRIPLET

High Impact Life Living

1. BE THE TRIP TRIP

2. BE POWER OF OCCASION

3. BE CO-CREATE WITH ARTIST

4. BE LOST IN THE NATURE

Page 4 of 10

High Impact Life Experience

1. AS BIRD OF FEATHERS

2. AS SOUND OF YOUR BIRD

3. AS EXPLORE THE STRAITS

4. AS ROMANTIC TRIPLET

High Impact Life Living

1. BE THE TRIP TRIP

2. BE POWER OF OCCASION

3. BE CO-CREATE WITH ARTIST

4. BE LOST IN THE NATURE

P1.11 ระบุจุดแข็งและข้อปรับปรุงขององค์กร (ตามกรอบที่ 5 ด้าน)

1. ประสบการณ์ที่โดดเด่น

2. ความยั่งยืน

3. ความเป็นมิตรและความสะดวกสบายในการเดินทาง

4. ความง่ายและความไว้วางใจในการเดินทาง

5. เทคโนโลยีที่ทันสมัย

6. ความยั่งยืน

7. ความเป็นมิตรและความสะดวกสบายในการเดินทาง

8. ความง่ายและความไว้วางใจในการเดินทาง

9. เทคโนโลยีที่ทันสมัย

10. ประสบการณ์ที่โดดเด่น

11. ความเป็นมิตรและความสะดวกสบายในการเดินทาง

12. ความยั่งยืน

Page 5 of 10



การออกแบบเครื่องมือการประเมินจุดท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาการ Shape Supply

ทำความเข้าใจและ
ประเมิน
ศักยภาพ

แบบประเมินความพร้อมของการพัฒนาระบบโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Shape Supply) แบ่งเป็น 5 ด้าน จะประกอบด้วยเกณฑ์การพิจารณาการประเมินที่แตกต่างกันไป เกณฑ์แต่ละข้อจะมี "ข้อการประเมิน" ข้อย่อยของแต่ละเกณฑ์ และทำเครื่องหมายในข้อการประเมินข้อที่ตรงกับคุณสมบัติและสามารถให้ความคิดเห็นเชิงคุณภาพต่อเกณฑ์แต่ละข้อที่ประเมิน เพื่อประโยชน์ของการนำไปพัฒนาต่อไป

เป้าหมายของการ Shape Supply สู่อนาคต

UNIQUE EXPERIENCE

- การท่องเที่ยวสร้างความแตกต่างอย่างมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน
**หมายเหตุ : การประเมินควรพิจารณาจากการสื่อความหมายในการเล่าเรื่องเกี่ยวกับวิถีชีวิต ธรรมชาติ ของท้องถิ่น อย่างเข้าใจในอัตลักษณ์ และ DNA ของตนเอง"*
- การได้รับประสบการณ์ที่น่าจดจำ (Meaningful)

SUSTAINABILITY

- การจัดการความยั่งยืน
- ความยั่งยืนด้านสังคม-เศรษฐกิจ
- ความยั่งยืนด้านวัฒนธรรม
- ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม

HOSPITALITY

- ความเป็นมิตรไมตรี
- ความเอาใจใส่ดูแล
- การตอบสนองต่อลูกค้า
- การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว
- คุณภาพการบริการ

EASE & TRUST OF TRAVELING

- คุณภาพมาตรฐาน (Quality)
- ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว (Safety)

SMART TOURISM

- การใช้ดิจิทัลแสดงตัวตนทำให้เกิดเป็น Global Visibility
- เพิ่มประสิทธิภาพของสินค้าและบริการที่ดีต่อผู้บริโภคให้ได้ประสบการณ์ที่รวดเร็ว ไร้รอยต่อมากยิ่งขึ้น



การวิเคราะห์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ



การออกแบบเครื่องมือการประเมินจุดท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาการ Shape Supply

ทำความเข้าใจและ
ประเมิน
ศักยภาพ

ข้อเสนอแนะขั้นตอนการดำเนินงานเพื่อให้เกิดคณะทำงาน ด้านการประเมินอย่างมีประสิทธิภาพ ขั้นตอนการดำเนินงาน มีดังนี้

1. การจัดตั้งคณะประเมินโดยประกอบด้วยทีมงานภายในของ ททท. ฝ่ายสินค้า และอาจมีหน่วยงานอื่นภายใน ททท. เข้าร่วมด้วย ตลอดจนแต่ละครั้งของการประเมินอาจมีการเชิญผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกที่เชี่ยวชาญ
ในแต่ละเป้าหมายการพัฒนาเข้าร่วมด้วยในฐานะแขกรับเชิญ
2. การจัดการประชุมอบรมการใช้งานเครื่องมือประเมิน เพื่อให้เกิดความเข้าใจในวัตถุประสงค์ เนื้อหา และวิธีการ
ตีความประเด็นประเมินแต่ละข้อโดยกระจ่าง
3. การลงพื้นที่สำรวจ ควรมีการเข้าสำรวจ 2 รอบหรือแบ่งการสำรวจเป็น 2 ชุด ประกอบด้วย
 - 3.1. เข้าประเมินในรูปแบบ Mysterious Shopper (ลูกค้าลับ) คือ การเข้าสำรวจโดยทำตัวเป็นนักท่องเที่ยว
โดยที่ไม่ต้องแจ้งให้ Supply แหล่งนั้น ๆ ทราบล่วงหน้า
 - 3.2. เข้าประเมินโดยมีการนัดสัมภาษณ์กับทางเจ้าของ Supply ด้วย เพื่อสามารถสำรวจรายละเอียด
ที่เกี่ยวข้องกับงานบริหารจัดการที่โดยปกติอาจไม่สามารถมองเห็นได้จากการเข้าใช้บริการ เช่น การจัดการ
แยกขยะ การใช้ระบบซอฟต์แวร์ต่าง ๆ ในการบริหารกิจการ เป็นต้น
4. การสรุปคะแนน ให้ใช้วิธีการจัดประชุมร่วมกันของคณะทำงานประเมินทั้งหมด เพื่อสรุปคะแนนแต่ละประเด็นให้เหลือ
คะแนนชุดเดียว ใช้การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่มีต่อประเด็นต่าง ๆ ในแต่ละพื้นที่สำรวจจนได้ข้อสรุปของคะแนน
ที่เป็นมติร่วม
5. การนำผลคะแนนที่ได้รับเข้าระบบในการจัดทำผลประเมินและรายงานต่อไป

ขั้นตอนที่ 1: สำรวจ จัดทำฐานข้อมูล และประเมินศักยภาพ

ทำความเข้าใจและประเมินศักยภาพ

1.2.2



การสำรวจทรัพยากรท่องเที่ยวของพื้นที่ค้นหาประเด็นที่เป็น Unique Experience และจัดกลุ่มศักยภาพของทรัพยากรอิงตาม Product Portfolio ของสินค้าการท่องเที่ยวและเริ่ม Checklist Product Theme

3.1.4 From Themes to Localization ตัวอย่างการสร้างรหัสค้นหาการท่องเที่ยวระดับพื้นที่โดยใช้จุดเด่นและสินทรัพย์การท่องเที่ยวของท้องถิ่นเป็นต้นแบบ



A1 HEALTHY LIFE EXPECTANCY	B1 LEARN LIFE LONG	C1 EXCITEMENT	D1 IMMERSIVE STORY
เที่ยวชมธรรมชาติและสัมผัสวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ ในพื้นที่	เที่ยวชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ	เที่ยวชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ	เที่ยวชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ
ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ	ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ	ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ	ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ
ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ	ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ	ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ	ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ
ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ	ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ	ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ	ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ
ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ	ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ	ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ	ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ
ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ	ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ	ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ	ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ
ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ	ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ	ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ	ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ
ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ	ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ	ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ	ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ
ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ	ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ	ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ	ชมวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ



PRODUCT THEMES
in 4 PORTFOLIOS

A

Healthy Life Expectancy

- A1 BOND OF FELLOWSHIP
- A2 SOUND OF YOUR MIND
- A3 EXPLORE THE STAMINA
- A4 ROMANTIC RETREAT

B

Learn Life Long

- B1 BE THAI, BE TRIBE
- B2 POWER OF DISCOVERY
- B3 CO-CREATE WITH ARTISAN
- B4 LOST IN THE NATURE

C

Excitement

- C1 FEARLESS SEEKER
- C2 SURVIVAL JOURNEY WITH LOCAL CHEF
- C3 A PRO IN A DAY
- C4 PRESTIGE'S DAY

D

Immersive Story

- D1 TURN BACK TIME
- D2 MAGICAL EVENING
- D3 A FAITH JOURNEY
- D4 WANDERLUST AFTER FILMS

ขั้นตอนที่ 1: สำรวจ จัดทำฐานข้อมูล และประเมินศักยภาพ

ทำความเข้าใจและประเมินศักยภาพ

1.2.3

ศึกษาและทำความเข้าใจ Destination Brand DNA ของพื้นที่และของภูมิภาค

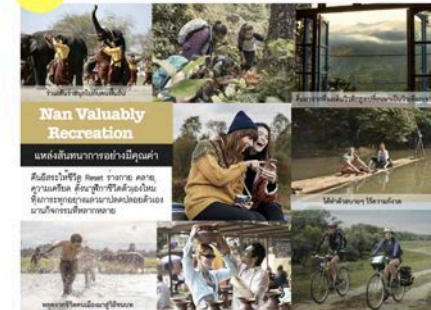


ตัวอย่างการลงพื้นที่ฟังมุมมอง และความคิดเห็นของคนในพื้นที่ ภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดน่าน

1 Nan the Retro Life



2 Nan Valuably Recreation



3 Nan Self-Seeker Destination



4 Nan Explore the Unseens



ตัวอย่างการศึกษาแนวทางของ Destination Brand DNA และสร้างเป็นเครื่องมือภาพ (Brand DNA Scenario) เพื่อใช้พูดคุยกับ Stakeholders ในพื้นที่

ขั้นตอนที่ 1: สำรวจ จัดทำฐานข้อมูล และประเมินศักยภาพ

ทำความเข้าใจและประเมินศักยภาพ



1.2.4

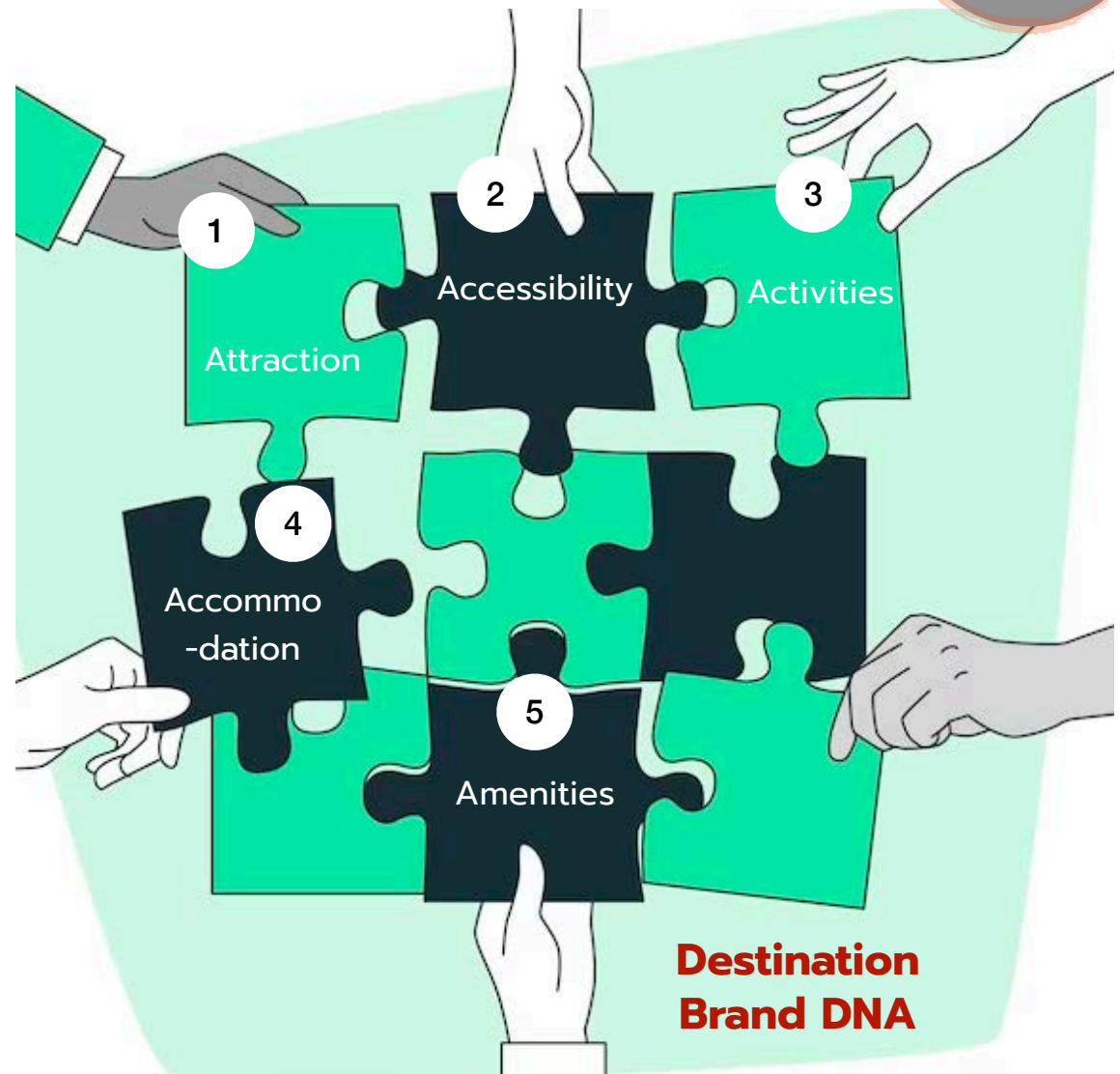
การสำรวจและวิเคราะห์ Missing Piece ของพื้นที่ที่จะทำการ Drive Demand ไม่ประสบความสำเร็จ

นิยาม

“Missing Piece” คือ องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดหมายและส่งเสริมให้ใช้ระยะเวลาอยู่ในพื้นที่นั้น ๆ ให้นานมากขึ้น ช่วยเพิ่มโอกาสในการใช้จ่ายที่มากขึ้น

โดยมี 5 ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบ ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)
2. ความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility)
3. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)
4. การบริการที่พัก (Accommodation)
5. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)



ขั้นตอนที่ 2: จัดระเบียบข้อมูลจัดทำวิเคราะห์และข้อเสนอแนะ

ทำความเข้าใจและประเมินศักยภาพ



2. จัดระเบียบข้อมูล วิเคราะห์ และจัดทำเป็น Shape Supply Recommendation Report เป็นรายงานที่สามารถเป็นคู่มือสำหรับคณะทำงาน Shape Supply จากภายนอกได้

ตัวอย่างของเนื้อหารายงาน Shape Supply Recommendation Report (Table of Content Guideline)

1. Supply Database ฐานข้อมูลของเจ้าของสินค้าและผู้ให้บริการทั้งหมด 5 หมวดหมู่ภายในคลัสเตอร์ พร้อมคอนแทกติดต่อ
2. ผลการประเมินศักยภาพของ Supply ทั้งหมดในคลัสเตอร์
3. บทวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) ที่ Supply ในคลัสเตอร์ ควรได้รับการพัฒนา
4. บทวิเคราะห์ Missing Piece ของคลัสเตอร์
5. บทวิเคราะห์ทิศทางของ Brand DNA ของคลัสเตอร์
6. บทวิเคราะห์ศักยภาพในการพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวที่รับกับ Product Portfolio และ Product Theme



บทสรุปการสำรวจการ 'Shape Supply' in คลัสเตอร์ปราณบุรี					
จุดเริ่มต้นปัญหาทุกพื้นที่					
เพิ่มประสิทธิภาพของสินค้าและบริการที่ดึงดูดผู้บริโภคให้ได้ประสบการณ์ที่รวดเร็ว ร้อยต่อมามากยิ่งขึ้น					
จุดที่มีปัญหาในแต่ละพื้นที่					
วัดมาตรฐาน	ปัจจัยความสำเร็จ	จุดขายเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยว	ถ้าพร้อมแล้ว	วิสัยทัศน์ของพื้นที่เป้าหมาย	ศูนย์ศึกษาระบบนิเวศสิรินาถราชินี
<ul style="list-style-type: none"> การบริการที่รวดเร็ว ความสะอาด ความคุ้มค่า ความพึงพอใจ ความประทับใจ ความประทับใจ ความประทับใจ ความประทับใจ ความประทับใจ ความประทับใจ 	<ul style="list-style-type: none"> การบริการที่รวดเร็ว ความสะอาด ความคุ้มค่า ความพึงพอใจ ความประทับใจ ความประทับใจ ความประทับใจ ความประทับใจ ความประทับใจ ความประทับใจ 	<ul style="list-style-type: none"> การบริการที่รวดเร็ว ความสะอาด ความคุ้มค่า ความพึงพอใจ ความประทับใจ ความประทับใจ ความประทับใจ ความประทับใจ ความประทับใจ ความประทับใจ 	<ul style="list-style-type: none"> การบริการที่รวดเร็ว ความสะอาด ความคุ้มค่า ความพึงพอใจ ความประทับใจ ความประทับใจ ความประทับใจ ความประทับใจ ความประทับใจ ความประทับใจ 	<ul style="list-style-type: none"> การบริการที่รวดเร็ว ความสะอาด ความคุ้มค่า ความพึงพอใจ ความประทับใจ ความประทับใจ ความประทับใจ ความประทับใจ ความประทับใจ ความประทับใจ 	<ul style="list-style-type: none"> การบริการที่รวดเร็ว ความสะอาด ความคุ้มค่า ความพึงพอใจ ความประทับใจ ความประทับใจ ความประทับใจ ความประทับใจ ความประทับใจ ความประทับใจ

ขั้นตอนที่ 3: สื่อสารกับภาคีเครือข่ายภายในพื้นที่

สื่อสารกับ
ภาคีเครือข่าย
ภายในพื้นที่



3. ประสานเชื่อมโยงกับผู้นำ
เข้าถึงผู้นำของพื้นที่และสร้างความไว้วางใจ เชิญชวนให้เปิดรับคล้อยตามในแนวทางการทำงานของโครงการ Shape Supply

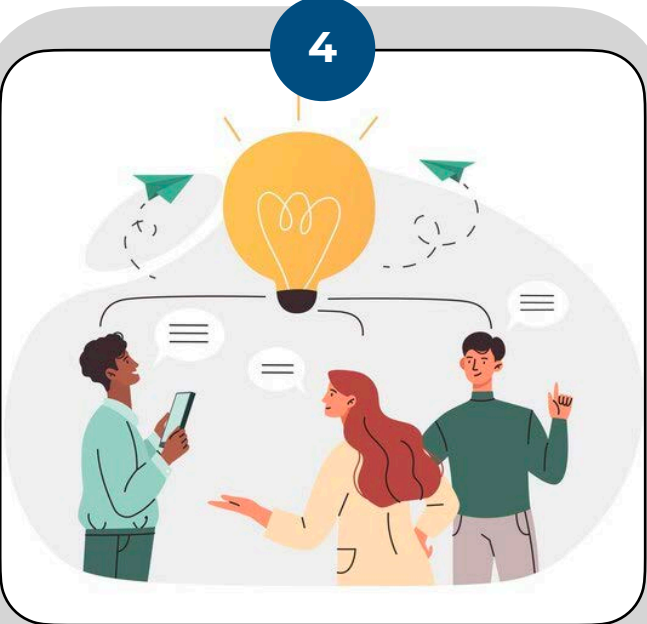
ในขั้นตอนนี้ ททท. อาจเริ่มต้นงานขนานกันไปกับขั้นตอนที่ 1 และ 2 โดยควรทำงานประสานกับหน่วยงานพี่เลี้ยงของพื้นที่ เช่น ททท. พื้นที่, ททจ. พื้นที่, อพท. พื้นที่พิเศษ เป็นต้น เพื่อกำหนด Protocol หรือลำดับขั้นในการสื่อสาร โดยในการสื่อสารแต่ละพื้นที่อาจกำหนดจำนวนการประชุมที่มีความเหมาะสมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในคลัสเตอร์ ซึ่งบางพื้นที่อาจมีความจำเป็นต้องพบกับผู้นำของพื้นที่ เช่น ระดับผู้ว่าราชการจังหวัด หรือนายกองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น (ตามความเหมาะสมที่หน่วยงานพื้นที่จะให้คำแนะนำ) จากนั้นอาจมีการเรียกประชุมกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดเพื่อจัดเป็นการประชุม Kick-off Meeting ซึ่งหมายถึงการได้สื่อสารกับพื้นที่ว่าโครงการนี้ได้เกิดขึ้นแล้ว ชี้แจงวัตถุประสงค์และผลที่คาดว่าจะคลัสเตอร์จะได้รับ และขอความร่วมมือในงานต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นต่อไป ซึ่งเนื้อหาที่ควรสื่อสารในการเปิดตัวเริ่มดำเนินการ ประกอบด้วย

- วัตถุประสงค์ของโครงการ Shape Supply
- เป้าหมาย
- ขั้นตอนการดำเนินงานและการขอความร่วมมือ
- ระยะเวลาการดำเนินงาน
- ผลที่คาดว่าจะคลัสเตอร์จะได้รับ
- และอื่น ๆ ที่จะช่วยสร้างแรงบันดาลใจ และทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่อยากมีส่วนร่วมร่วมกับโครงการ

ทั้งนี้ บางพื้นที่อาจควรมีจำนวนครั้งของการประชุมที่มากกว่า 2 ครั้ง และอาจจำเป็นต้องมีการเข้าพบหน่วยงานต่าง ๆ แยกกันเพื่อสร้าง Engagement เพิ่มเติม ขึ้นอยู่กับคาแรกเตอร์ของคลัสเตอร์

ขั้นตอนที่ 4: หาหรือกับหน่วยงานภายใน ททท. และพันธมิตรคู่ความร่วมมือ

จัดทำ
กลยุทธ์และ
แผนปฏิบัติการ



4. หาหรือกับด้านตลาดเพื่อหาหรือ ไอเดียในการกำหนดเป้าหมาย ของการ Drive Demand ที่ เหมาะสมกับพื้นที่ และเชื่อมโยง เครือข่ายพันธมิตรที่สอดคล้องกับ ความต้องการของพื้นที่

เมื่อได้ผลลัพธ์ของการประเมินศักยภาพของพื้นที่เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ททท. ควรมีการดำเนินงานเพิ่มเติม 2 ส่วน เพื่อเป็นการเตรียมตัวสู่กระบวนการจัดทำ กลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ ได้แก่

- 1) การหาหรือกับหน่วยงานด้านต่าง ๆ ภายใน ททท. โดยเฉพาะหน่วยงานด้าน ตลาด เพื่อวางแผนการกำหนดเป้าหมายของการจับคู่ตลาด และแนวทาง Drive Demand และกำหนดให้มีเป้าเชิงตัวเลข ที่ ททท. จะช่วยผลักดันให้ เข้าไปท่องเที่ยวในพื้นที่หลังการบรรลุแผนปฏิบัติการด้านการ Shape Supply ที่ต้องกำหนดตัวเลขเนื่องจาก การพัฒนา Supply ในพื้นที่ที่จะได้มี เป้าหมายและตัวชี้วัดที่ชัดเจน ชวนให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ร่วมให้ ความร่วมมือ หรือหากจำเป็นต้องลงทุน จะได้มีเป้าหมายสำหรับการคำนวณ เชิงผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับในเบื้องต้น
- 2) การคัดเลือก และเชื่อมโยงกับภาคีเครือข่ายพันธมิตรในฐานข้อมูลของ ททท. ที่มีความเหมาะสมกับผลลัพธ์การประเมินศักยภาพตามรายงาน Shape Supply Recommendation Report โดยมีกิจกรรมย่อย คือ การประชุมให้ข้อมูลแบบพันธมิตร และหาหรือเบื้องต้นถึงความเป็นไปได้ ในการร่วมมือกันพัฒนา Supply ในคลัสเตอร์เป้าหมาย และควรเชิญชวน ให้เข้าร่วมประชุมเวิร์คช็อปการจัดทำแผนในคลัสเตอร์ที่จะเกิดขึ้นในลำดับต่อไป

หมายเหตุ: กรณีไม่สามารถกำหนดเป้าหมายให้กับคลัสเตอร์ได้ เช่น เป็นโครงการพัฒนาขนาดเล็ก หรือมี วิทย่อยากมุ่งเน้นการ Shape Supply เฉพาะส่วนหรือต้องการทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป ก็สามารถทำได้ โดยความเข้มข้นของเนื้อหาการจัดการประชุมในเชิงปฏิบัติการในขั้นถัดไปก็ควรถูกออกแบบให้สอดคล้อง กับผลลัพธ์ที่คาดหวัง

ขั้นตอนที่ 5: ประชุมเชิงปฏิบัติการในคลัสเตอร์

จัดทำ
กลยุทธ์และ
แผนปฏิบัติ
การ

5



5. เชิญชวน Stakeholders ที่เกี่ยวข้องกับ Supply ทั้งหมดเข้าร่วมประชุม ใช้กระบวนการระดมสมองเพื่อหาหรือแนวทางการดำเนินงาน (เพื่อรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมและเป็นเจ้าของ)

จัดการการประชุมเชิงปฏิบัติการกับภาคีเครือข่าย Supply ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างแผนปฏิบัติการ Shape Supply ร่วมกัน โดยการประชุมควรมีการให้ข้อมูลผลการประเมินศักยภาพ และข้อมูลด้านเป้าหมายการดึงดูดนักท่องเที่ยว (Drive Demand) ที่มีความเป็นไปได้ และควรได้สรุปประเด็นสำคัญ ประกอบด้วย

- ทิศทาง Brand DNA และ Brand Positioning ของคลัสเตอร์ในฐานะการเป็น Destination การท่องเที่ยว
- โครงการการ Shape Supply ทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นพร้อมกรอบเวลาและผู้รับผิดชอบทั้งในพื้นที่และเครือข่ายพันธมิตรนอกพื้นที่ที่ชัดเจน



ขั้นตอนที่ 5: ประชุมเชิงปฏิบัติการในคลัสเตอร์

5



5. เชิญชวน Stakeholders ที่เกี่ยวข้องกับ Supply ทั้งหมด เข้าร่วมประชุม ใช้กระบวนการระดมสมองเพื่อหาหรือแนวทางการดำเนินงาน (เพื่อรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมและเป็นเจ้าของ)

การเข้าร่วมประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นของ Stakeholders ที่เกี่ยวข้องกับ Supply ทั้งหมดเพื่อขยายขอบเขตความร่วมมือ เช่น การเวิร์คช็อปในกลุ่มคลัสเตอร์ปราณบุรี-สามร้อยยอด มีการสรุปผลที่เสนอโครงการต่าง ๆ ที่พันธมิตรจะร่วมทำกับ ททท. ดังนี้

1. **องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท.**
 - ดำเนินการประเมินศักยภาพชุมชนและพัฒนาพื้นที่ตามศักยภาพ เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวผ่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 - ดำเนินการจัดตั้ง รวบรวมกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว
2. **สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (สวส.)**
 - ร่วมกันพัฒนาผู้ประกอบการสู่การเป็น Social Enterprise
3. **ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบประเทศไทย (Thailand Creative and Design Center) และ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) (Creative Economy Agency) (TCDC & CEA)**
 - ร่วมออกไอเดียในการสร้างสรรค์ประสบการณ์ต่าง ๆ ร่วมกันกับพื้นที่
 - ร่วมกับภาคีเครือข่ายต่าง ๆ ในการจัดอบรม Service Design
4. **บริษัท Siam Rise Travel และ สมาคมไทยท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (สททช.)**
 - ร่วมกันพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

โมเดลทางธุรกิจของศูนย์ส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (สวส.)		โมเดลทางธุรกิจของศูนย์ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (สวส.)	
1. บริการที่ปรึกษา	2. บริการฝึกอบรม	3. บริการจัดหาเงินทุน	4. บริการจัดหาตลาด
5. บริการจัดหาพันธมิตร	6. บริการจัดหาทรัพยากร	7. บริการจัดหาบุคลากร	8. บริการจัดหาเทคโนโลยี
9. บริการจัดหาข้อมูล	10. บริการจัดหาความรู้	11. บริการจัดหาเครือข่าย	12. บริการจัดหาพันธมิตร



ขั้นตอนที่ 6: จัดทำทสรูปแผนปฏิบัติงาน

จัดทำ
กลยุทธ์และ
แผนปฏิบัติ
การ



6. จัดทำทสรูปแผนปฏิบัติงานที่มีเป้าหมายและกรอบเวลาที่ชัดเจน และกลับมาสร้าง Engagement กับ Stakeholders อีกครั้งเพื่อรับเป็นมติร่วมกัน แจกจ่ายสิ่งพิมพ์ แผนปฏิบัติงานที่ชัดเจน สื่อสารเข้าใจง่าย

จัดทำทสรูปแผนปฏิบัติงานด้านการ Shape Supply ของคลัสเตอร์ที่มีรายละเอียดครบถ้วน เห็นถึงเป้าหมายใหญ่ของแผนในภาพรวม เห็นโครงการที่จะเกิดขึ้น แผนงาน ผู้รับผิดชอบ ระยะเวลา และตัวชี้วัดย่อย จัดทำเป็นรูปเล่มคู่มือ Handbook ที่อ่านง่าย ชัดเจน และกลับมาจัดประชุมกับภาคีเครือข่ายและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอีกครั้ง เพื่อสื่อสารให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน และแจกจ่ายรูปเล่มคู่มือให้กับผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดได้ใช้เป็น Handbook สำหรับการปฏิบัติงาน



ขั้นตอนที่ 7: ดำเนินงานตามแผนงาน

ดำเนินงาน
ตามแผนปฏิบัติ
การ



**7. ททท. ดำเนินงานตามแผนงาน
ในส่วนงานที่เป็นของ ททท. คู่
ขนานไปกับการสนับสนุนช่วยเหลือ
ติดตามการดำเนินงานของ
ภาคีที่เกี่ยวข้อง**

จากแผนการดำเนินงาน ย่อมเกิดโครงการที่ต้องดำเนินการเพื่อการ Shape Supply ในพื้นที่หลายโครงการ ซึ่งประกอบด้วย

1. โครงการที่ ททท. ดำเนินการด้วยตัวเอง
2. โครงการที่ ททท. ดำเนินการคู่กับคู่ความร่วมมือ เช่น โครงการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว, โครงการอบรมแนวทางและสิทธิประโยชน์ของการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม, โครงการ MarTech เพื่อผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวในพื้นที่, โครงการออกแบบการบริการของแหล่งท่องเที่ยว, โครงการอบรมพัฒนาศักยภาพการสู่การเป็นผู้ประกอบการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นต้น
3. โครงการที่คู่ความร่วมมือเข้าไปร่วมกับหน่วยงานภาคีเครือข่ายในพื้นที่ เช่น โครงการประเมินและวางรากฐานของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งอาจเป็นการประสานตรงระหว่างภาคีเครือข่ายในพื้นที่กับหน่วยงานสำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), โครงการอบรมการใช้งานแพลตฟอร์ม/เครื่องมือในการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ หรือการทำตลาดผ่านแพลตฟอร์มที่นำเสนอความยั่งยืน เป็นต้น
4. โครงการที่หน่วยงานภาคีเครือข่ายในพื้นที่ดำเนินการทำด้วยตัวเอง เช่น โครงการการปรับภูมิทัศน์ของพื้นที่ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 8: ติดตามผลการดำเนินงาน

8



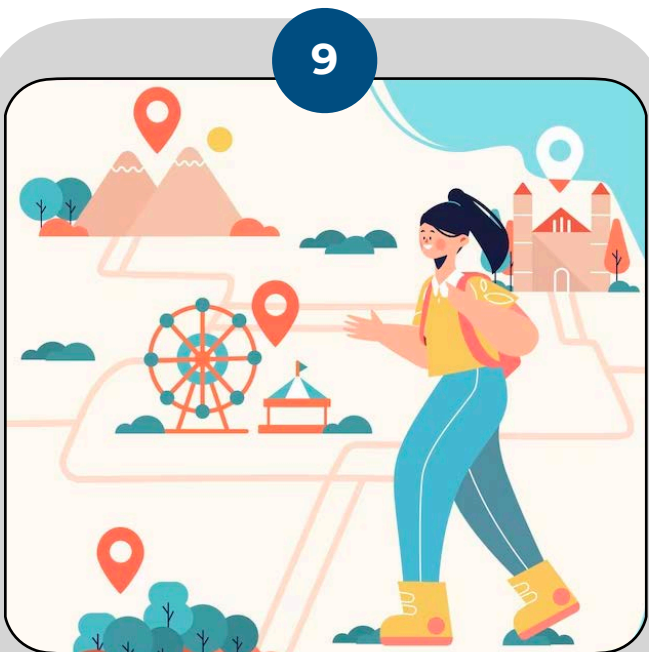
8. ประชุมติดตามผลเป็นระยะ ในกรอบเวลา

การกำหนดกลไกในการติดตามประเมินผลสำเร็จตามแผนการบูรณาการ และความถี่ในการรายงานผลการดำเนินงาน ควบคุมเป็นรายครั้ง ซึ่งจะแตกต่างกันไป ในแต่ละกิจกรรม กำหนดช่องทางเพื่อใช้กำกับและติดตามผลการดำเนินงานควบคู่ กับการประเมินผลสำเร็จ โดยพิจารณาความถี่ในการติดตามและควบคุมตามความ เหมาะสม เช่น การจัดตั้งกลุ่มไลน์ (Line Group) เพื่อสอบถามความคืบหน้าการ ดำเนินงาน และการติดตามความคืบหน้าและรายงานผลการดำเนินงานผ่านระบบ ออนไลน์ Google Drive เพื่อให้ผู้รับผิดชอบสามารถรายงานผลการดำเนินงาน ในรูปแบบออนไลน์ได้ทุกที่ทุกเวลา

ตัวอย่างวิธีการติดตามผลเป็นระยะในกรอบเวลา

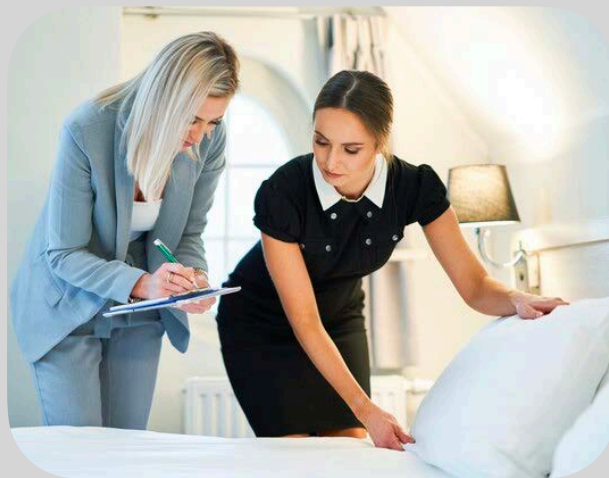
โครงการที่ 3: โครงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวและภาพลักษณ์เชิงบวก กำหนดการดำเนินงานตามบทบาทหน้าที่ของ ททท.				
กำหนดการ รายงาน ความถี่	การดำเนินงานตามบทบาทหน้าที่ของ ททท.	ร้อยละ ของเนื้อหา ตามแผน ภาพรวม	ร้อยละของ ผลสำเร็จใน ขั้นตอนการ ดำเนินงาน	หมายเหตุ
31 พ.ค. 66	<ol style="list-style-type: none"> ดูแลบริหารระบบเว็บไซต์และเครือข่ายโซเชียลมีเดียภายใต้ชื่อ tatnews.org รวมถึงจัดทำข้อมูลเผยแพร่เชิงบวกภาษาอังกฤษให้เหมาะสมกับช่องทางต่าง ๆ จัดทำสรุปข่าวต่างประเทศด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยรายวัน (Clipping) ความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ 			

ขั้นตอนที่ 9: ตรวจสอบคุณภาพสินค้าทางการท่องเที่ยว



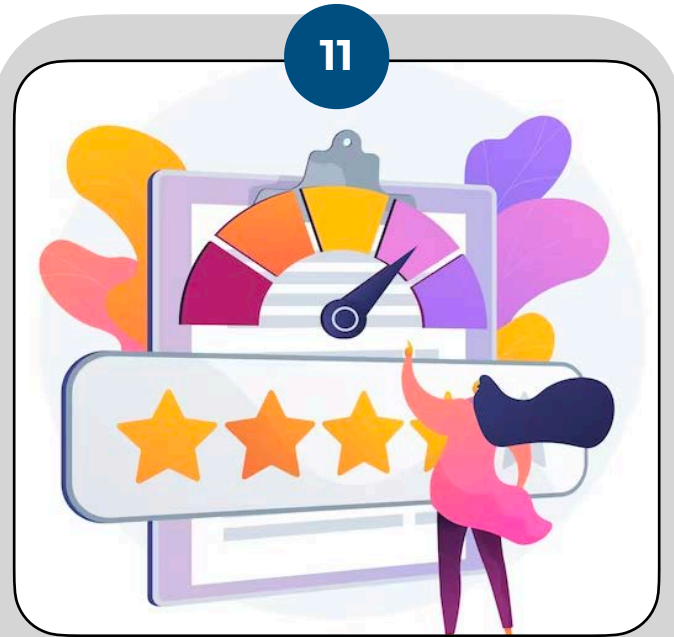
9. ตรวจสอบคุณภาพ “สินค้าทางการท่องเที่ยว”

อาจใช้วิธีการ VOC (Voice of Consumer) คือชวนนักท่องเที่ยวหรือ Influencer เข้าร่วมการตรวจประเมินเส้นทางและประสบการณ์ที่ได้รับ และใช้ผลการประเมินให้ข้อเสนอแนะต่อผู้เกี่ยวข้องในการพัฒนาจนมีคะแนนที่ผ่านเกณฑ์ที่ ททท. กำหนดเพื่อให้เป็นเส้นทางที่พร้อมขายต่อไป



ขั้นตอนที่ 11: ประเมินผลลัพธ์

ประเมิน
ผลลัพธ์



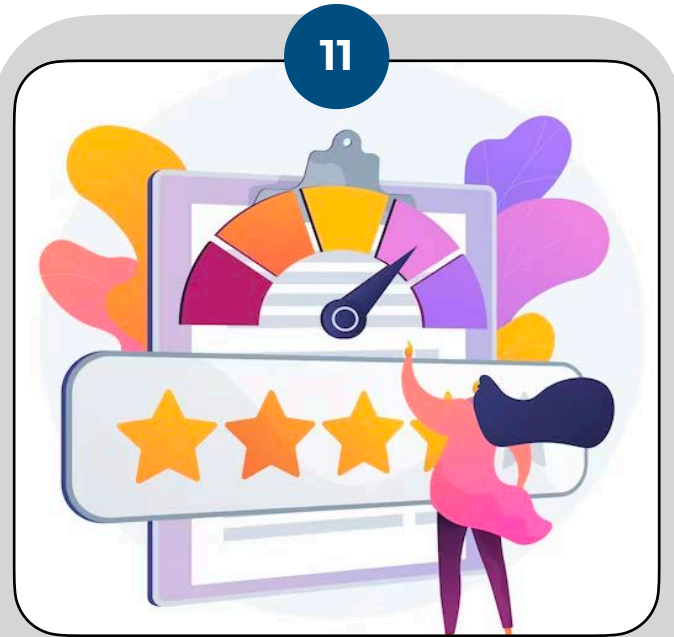
11. ประเมินผลลัพธ์หลังเริ่มเปิดทำการตามแผน Drive Demand ระยะเวลา 3 เดือน โดยประเมินมิติด้านความยั่งยืน ผลกระทบด้านต่าง ๆ และความพึงพอใจของ Supply ต่อผลลัพธ์การดำเนินการ ตลอดจนเมื่อเวลาผ่านไป ควรประเมินต่อเนื่องด้วยตัวชี้วัดที่สะท้อนมิติความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในพื้นที่

ตัวอย่างเกณฑ์การประเมินผลลัพธ์ในระยะสั้น

ที่	เกณฑ์การประเมินผลของแหล่งท่องเที่ยว	ค่าน้ำหนักของการประเมิน					
		ไม่วัดผล	1	2	3	4	5
ผลกระทบทางเศรษฐกิจ (Economics Impact)							
1	เกิดการพัฒนารูปแบบใหม่ อาทิใหม่จากการท่องเที่ยว	ไม่วัดผล	1	2	3	4	5
2	สร้างทางเลือกในการประกอบอาชีพมากขึ้น	ไม่วัดผล	1	2	3	4	5
3	เกิดการพัฒนาแรงงานด้านการท่องเที่ยว	ไม่วัดผล	1	2	3	4	5
4	เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจช่วยทำให้เกิดรายได้แก่ท้องถิ่น	ไม่วัดผล	1	2	3	4	5
5	เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจสร้างรายได้ให้กับประเทศ	ไม่วัดผล	1	2	3	4	5
ผลกระทบทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social & Culture Impact)							
6	สภาพความเป็นอยู่ของผู้คนในท้องถิ่นดีขึ้น และชุมชนเป็นที่รู้จักของคนภายนอกมากขึ้น	ไม่วัดผล	1	2	3	4	5
7	การส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	ไม่วัดผล	1	2	3	4	5
8	สิทธิมนุษยชนในการท่องเที่ยวได้รับการให้ความสำคัญ	ไม่วัดผล	1	2	3	4	5
9	เกิดการเผยแพร่มรดกวัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ	ไม่วัดผล	1	2	3	4	5
10	ผู้คนในท้องถิ่นหวงแหนเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของตนเอง	ไม่วัดผล	1	2	3	4	5
ผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact)							
11	การจัดการพื้นที่ ทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อม เพื่อการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	ไม่วัดผล	1	2	3	4	5
12	รักษาทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อม และไม่เบียดเบียนพันธ์พืชและสัตว์ให้เกิดการเปลี่ยนแปลง	ไม่วัดผล	1	2	3	4	5
13	มีการเผยแพร่ภูมิปัญญาด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ	ไม่วัดผล	1	2	3	4	5
14	เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมมีประสิทธิภาพ	ไม่วัดผล	1	2	3	4	5
15	การสร้างความรู้ความเข้าใจถึงความสำคัญของการรักษาทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	ไม่วัดผล	1	2	3	4	5
ผลกระทบทางด้านบริการการท่องเที่ยว (Tourism Services Impact)							
16	การให้บริการด้านการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างน่าพึงพอใจ	ไม่วัดผล	1	2	3	4	5
17	เส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	ไม่วัดผล	1	2	3	4	5
18	จุดบริการท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	ไม่วัดผล	1	2	3	4	5
19	การบริหารจัดการเส้นทางเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนมีประสิทธิภาพ	ไม่วัดผล	1	2	3	4	5
20	การบริหารจัดการกรณีฉุกเฉินมีประสิทธิภาพ	ไม่วัดผล	1	2	3	4	5

ขั้นตอนที่ 11: ประเมินผลลัพธ์

ประเมิน
ผลลัพธ์



11. ประเมินผลลัพธ์หลังเริ่มเปิดทำการตามแผน Drive Demand ระยะเวลา 3 เดือน โดยประเมินมิติด้านความยั่งยืน ผลกระทบด้านต่าง ๆ และความพึงพอใจของ Supply ต่อผลลัพธ์การดำเนินการ ตลอดจนเมื่อเวลาผ่านไป อาจควรประเมินต่อเนื่องด้วยตัวชี้วัดที่สะท้อนมิติความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในพื้นที่

ตัวอย่างเกณฑ์การประเมินผลลัพธ์ในระยะยาว

เกณฑ์ในการวัดความสุขจากการท่องเที่ยว

เครื่องมือดัชนีชี้วัดความสุขอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่นำมาใช้วัดทั้งในส่วนของผู้ชมชน แหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวที่เข้าไปในพื้นที่ชุมชน ทั้งนี้เพื่อประเมินความสุขที่เกิดขึ้นในชุมชนท่องเที่ยว โดยมีตัวชี้วัด

1. การมีสุขภาวะ
2. สภาพทางเศรษฐกิจ
3. สิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศธรรมชาติ
4. สภาพทางสังคมและวัฒนธรรม
5. ความเข้มแข็งของชุมชน
6. ความสมดุลในการใช้เวลา
7. ความสามารถและความภาคภูมิใจในการนำองค์ความรู้หรือภูมิปัญญาของชุมชนมาใช้ประโยชน์ด้าน
8. ครอบครัวมีสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน
9. สิทธิเสรีภาพเท่าเทียมกับคนอื่นในชุมชน
10. คุณภาพชีวิต
11. ทรัพยากรมนุษย์และทักษะในการพัฒนาการท่องเที่ยว
12. การให้บริการและความปลอดภัย
13. ภาวะทางอารมณ์ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว

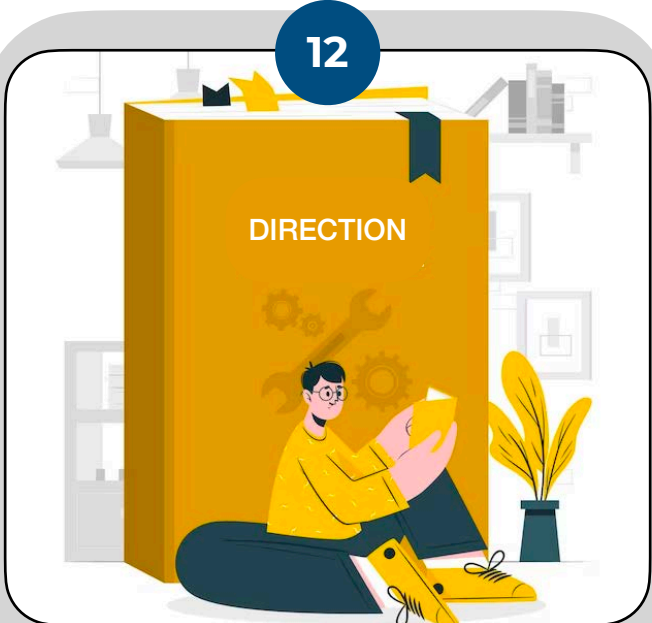
เกณฑ์การสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน

คู่มือฉบับนี้จึงเป็นผลผลิตจากการทำงานกับชุมชนต้นแบบโดยผ่านการคิด วิเคราะห์ ทดลองใช้ และปรับปรุง เพื่อให้เหมาะสมกับการนำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชนอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงการพัฒนาที่ครอบคลุม 5 มิติ

1. ด้านการจัดการอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน
2. ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการกระจายผลประโยชน์สู่ท้องถิ่น สังคม และคุณภาพชีวิต
3. ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม
4. ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน
5. ด้านการบริการและความปลอดภัยของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ขั้นตอนที่ 12: สรุปผลการดำเนินงานและเผยแพร่

จัดทำ
รายงานผลการ
ดำเนินงานและ
เผยแพร่



12. รวบรวม เรียบเรียง การดำเนินงานทั้งหมดเป็นชุด ข้อมูลที่พร้อมสำหรับเผยแพร่ ซึ่งควรแสดงให้เห็นขั้นตอนตั้งแต่เริ่มต้น การวิเคราะห์กลยุทธ์การดำเนินงาน แผนการดำเนินงาน การดำเนินงานตาม แผนของหน่วยงานต่าง ๆ ไปจนถึงผล สัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้น

เนื้อหาที่ควรเล่าเรื่องราวเป็นลำดับ ประกอบด้วย

- Before/Background ที่มา และลักษณะของคลัสเตอร์ที่เกี่ยวข้องก่อนที่จะมีการปรับปรุง (ชี้ให้เห็นถึง Supply กลุ่มต่าง ๆ ในพื้นที่)
- Challenge โจทย์หรือเป้าหมายของการพัฒนาที่ต้องการ
- Solution Idea แนวคิดหลักที่ใช้เพื่อนำพาคลัสเตอร์ไปสู่เป้าหมาย
- After ผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนา ภาพของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเทียบกับก่อนหน้า
- Result ผลลัพธ์เชิงตัวเลข

จัดทำผ่านสื่อสำหรับการเผยแพร่ที่สอดคล้องไปกับวิถีชีวิตยุคใหม่ เช่น คลิป วิดีโอความยาวไม่เกิน 10 นาที, E-book, ตลอดจนสิ่งพิมพ์ที่สั้นกระชับสำหรับการแจกจ่ายให้กับภาคีที่ ทกท. ร่วมงานด้วย เป็นต้น





การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1600 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0 2250 5500 (อัตโนมัติ 120 เลขหมาย)

ฝ่ายสินค้าการท่องเที่ยว E-mail : ppddiv@tat.or.th

จัดทำโดย



บริษัท บารามิซี แล็บ จำกัด

