

The Future of Smart Tourism

นิริ์ สีแพร

รองผู้อำนวยการด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)



ทิศทางการดำเนินงานของ ททท.

ททท. เป็นผู้ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์
การท่องเที่ยวไทยในการสร้าง
ประสบการณ์ทรงคุณค่าและ
มุ่งสู่ความยั่งยืน

"Strategic Leader in Driving
Thailand towards Experience
based and Sustainable Tourism"

VISION

วิสัยทัศน์

FUTURE OF DEMAND SIDE

ภาพอนาคตด้านอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว



CUSTOMER CENTRIC

นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ 4E (Engage, Experience, Environment, Education) ส่งผลให้อุตสาหกรรมต้องแข่งขันด้วยคุณภาพและความแตกต่าง ดังนั้น ประเทศไทยจะต้องส่งเสริมสินค้าการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และให้ประสบการณ์ (Experience) ที่มีเอกลักษณ์และสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่สินค้านั้น ๆ

HIGH-VALUE TOURISM

มุ่งเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ ได้แก่ ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยทุกกลุ่ม และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ 1) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั่วไป ประกอบไปด้วย กลุ่มกลาง-บน (รายได้ USD 20,000/คน/ปี) กลุ่ม Quality Leisure & High Value Mainstream 2) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศคุณภาพ ประกอบไปด้วย กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายต่อทริปสูง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีรายได้เฉลี่ยสูง (รายได้ USD 60,000/คน/ปี) นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษ (Special Interest/Niche Market) และนักท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (RT)



HYPER- PERSONALIZATION MARKETING

ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนา Smart Tourism ที่เอื้อต่อการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยว เพื่อนำมาวิเคราะห์ (Data Driven) และพัฒนา/ส่งเสริมสินค้าการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่ม (Customized Experience) รวมถึงการทำตลาดจะต้องเป็นรูปแบบ Dynamic ผ่าน Digital Marketing และ Hyper- personalization Marketing



Future of Demand Side

ภาพอนาคตด้านอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว

FUTURE OF SUPPLY SIDE

ภาพอนาคตด้านอุปทานของอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยว

SUPPLY SIDE DEVELOPMENT & ECOSYSTEM

TOURISM INFRASTRUCTURE

มีโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวที่ครบถ้วนและมีคุณภาพ
เท่าเทียมกันในทุกภูมิภาคในด้านความปลอดภัย การดูแล
สิ่งแวดล้อม ความเป็นธรรม ด้านราคา การคมนาคม ข้อมูล
สำหรับนักท่องเที่ยว และเทคโนโลยีอำนวยความสะดวก



SUBSTANTIAL QUALITY AND BUSINESS STANDARD

มีธุรกิจท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพและสามารถ
เพิ่มมูลค่าในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น 5Fs & 4Ms: Food, Film,
Fashion, Festival, Fighting, Music, Master, and Meta
และกลุ่มย่อยอื่น ๆ เช่น Medical, Wellness, LGBTQ+, Nature



COMPETENT LABOUR

แรงงานมีทักษะและความพร้อมในทุกด้าน พร้อมทั้งมีทัศนคติในทิศทาง
เดียวกันกับยุทธศาสตร์ที่การท่องเที่ยวกำหนด โดยมีความสามารถในการ
ใช้เทคโนโลยี ภาษา และมีความตระหนักในวัฒนธรรมต่างชาติ



Future of Supply Side

ภาพอนาคต ด้านอุปทานของ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

FUTURE OF TAT

ภาพอนาคตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

TOURISM AUTHORITY OF THAILAND

DYNAMIC HUMAN RESOURCE

บุคลากร ททท. เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตัดสินใจและตอบสนองต่อทุกสถานการณ์ได้อย่างยืดหยุ่น รวดเร็ว และทันท่วงที เน้นผลลัพธ์ มีทักษะการใช้ข้อมูลเชิงวิเคราะห์ (Data-driven) ทักษะการตลาดดิจิทัลสมัยใหม่ และทักษะด้านดิจิทัล มีวัฒนธรรมในการเรียนรู้ พัฒนาทักษะ และสร้างนวัตกรรมที่ไม่หยุดนิ่ง (Dynamic)



POWERFUL DIGITAL TOOLS

ททท. มีฐานข้อมูลดิจิทัล (Big Data) ที่เพียงพอ ปลอดภัย และทันสมัยในทุกมิติ มีเครื่องมือวิเคราะห์และคาดการณ์ข้อมูลเชิงลึก เชื่อมโยงระบบสนับสนุนการทำงานทั้งภายในและภายนอก ที่ครอบคลุมและเป็นแบบอัตโนมัติ (Automation)



MODERN WAY OF WORK

รูปแบบการทำงานของ ททท. ที่คล่องตัวและไม่ซ้ำซ้อน ตอบสนองต่อการปรับเปลี่ยนได้อย่างรวดเร็วทันกาล โปร่งใส ตามหลักธรรมาภิบาล ตรวจสอบได้ คำนึงถึงความเสียอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ มีกระบวนการบริหารความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) มีระบบที่รองรับการสร้างนวัตกรรมแบบ Open Innovation



Future of TAT

ภาพอนาคต
ของ ททท.



SETTING

Change or be Changed

Tourism
Industry



Digital Industry
Smart Tourism



Digital Economy Policy : **Thailand 4.0**

Digital Tourism Action plan : **2570 Roadmap**

Digital Marketing Action plan : **1st time ever**



UPLOADING...

การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความยั่งยืน

- **Digital Intelligence** สนับสนุนการนำเทคโนโลยีดิจิทัลไปปรับใช้ในการเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (eServices)
- **Digital Investment** ให้ความสำคัญกับการลงทุนในการพลิกโฉมสู่ยุคดิจิทัลของภาคธุรกิจอย่างเต็มรูปแบบ
- **Digital Innovation** ร่วมพัฒนานวัตกรรมบนพื้นฐานของเทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงการพัฒนาทักษะทางดิจิทัล อาทิ AR & VR Blockchain เป็นต้น (ความสะดวกด้านการบริการที่ช่วยให้ได้รับประสบการณ์ที่ดีขึ้น ช่วยในการสื่อสาร และการได้รับข้อมูลเชิงลึกจากนักท่องเที่ยว)



Future is now

Next 20 years

<p>ท่องเที่ยว เป็น 'ดิจิทัล'</p>	<p>คนทั่วโลกจะเข้าถึง 'อินเทอร์เน็ต' มากกว่า 90%</p>	<p>60% ของธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องลงทุนด้านออนไลน์</p>	<p>'ไร้เงินสด' 'ไร้สัมผัส' จะถูกใช้มากที่สุด ในอีก 20 ปี</p>
<p>โรงแรมในอนาคต จะผนวกกับ เทคโนโลยี</p>	<p>โรงแรมรู้จักลูกค้ามากขึ้น ผ่าน Big Data ทำให้บริการได้ตรงใจ</p>	<p>โต๊ะ ตู้ ฝ้าม่าน กระบอก จะแสดงผลแบบเสมือนจริง บอกข้อมูลที่ต้อรู้</p>	<p>การเข้าออก หรือทำกิจกรรม ในโรงแรม จะใช้ 'Biometrics' แทน</p>
<p>การเดินทาง ระยะสั้น จะเปลี่ยนไป</p>	<p>เทคโนโลยีจะช่วยให้ การเดินทางระยะสั้นเร็วขึ้น สะดวกขึ้น และยังเย็น</p>	<p>มีการเดินทางด้วย Hyperloop, รถยนต์ไฟฟ้า หรือเรือไฟฟ้า ที่ขับเคลื่อนเอง</p>	<p>'Uber Air' วางแผนให้บริการเฮลิคอปเตอร์ไฟฟ้า eVTOL</p>
<p>'ความยั่งยืน' จำเป็นกับ การท่องเที่ยว</p>	<p>หลังปี 2020 ผู้คน จะตระหนักเรื่องสิ่งแวดล้อม และอุดหนุนธุรกิจท้องถิ่น</p>	<p>31.3% ของคนทั่วโลก เลือกซื้อสินค้าและบริการ ที่ขับเคลื่อน 'เพื่อสังคม'</p>	<p>ความยั่งยืน เป็นจุดขายหลัก ของสินค้าและบริการ ด้านท่องเที่ยว</p>
<p>Gen Y, Z, α ครองท่องเที่ยว ต่อจากนี้</p>	<p>α จะเป็น Gen ที่ใช้เทคโนโลยี ในการท่องเที่ยวทุกจุด</p>	<p>Gen Y และ Z มีกำลังซื้อสูง ใช้จ่าย ในการท่องเที่ยวมากที่สุด</p>	<p>Gen Y, Z, α จะบริโภคแต่ธุรกิจที่ใส่ใจ สังคมและสิ่งแวดล้อม</p>

Transportation

Eco Life

New Gen

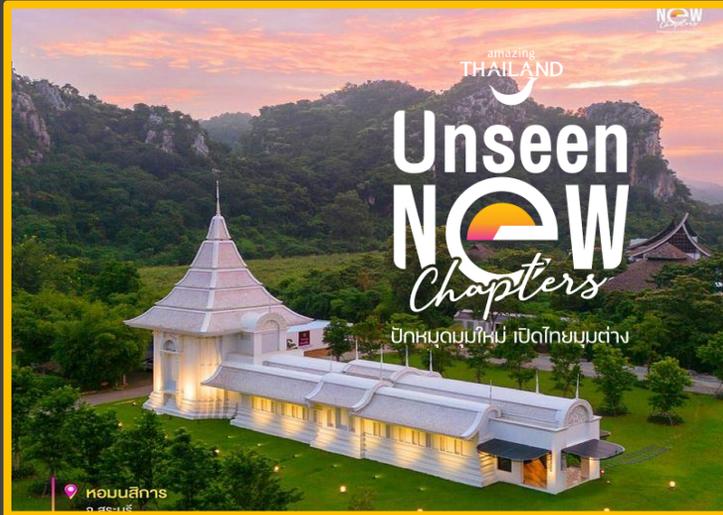


- ✓ สัดส่วน 1/3
- ✓ ศักยภาพสูง
- ✓ ใช้สื่อ online
- ✓ สนใจเทคโนโลยีใหม่ๆ

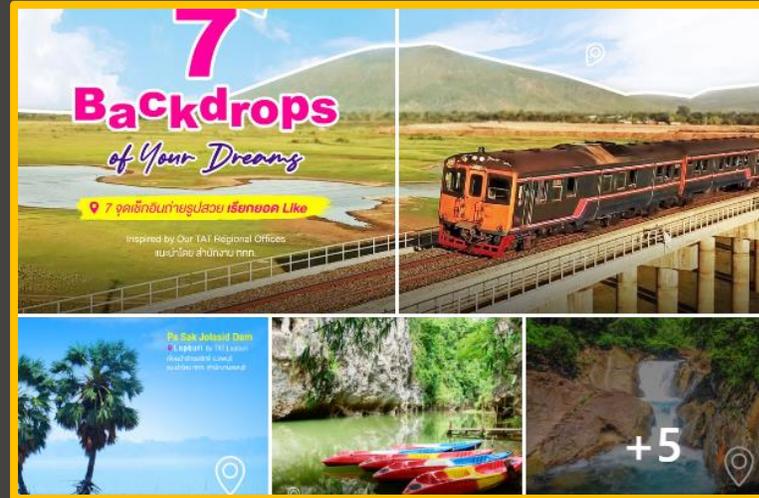


บทบาทของการส่งเสริมการตลาด

การสื่อสารการตลาด



Unseen : New Chapter



Check List : แหล่งท่องเที่ยว



ROZY : Korean Virtual Influencer

แคมเปญสื่อสารการตลาดสำหรับ
ตลาดในประเทศและ
ตลาดต่างประเทศ



เทศกาลเที่ยวเมืองไทย



Festival

การส่งเสริมการตลาด



Trade Show



เที่ยว win win ฟิน โค้ด โค้ด



Amazing Thailand Countdown

การจัดกิจกรรม / Event ส่งเสริม
การขายในรูปแบบต่างๆ



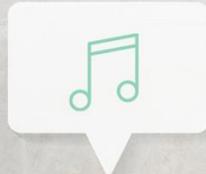
Pride Month



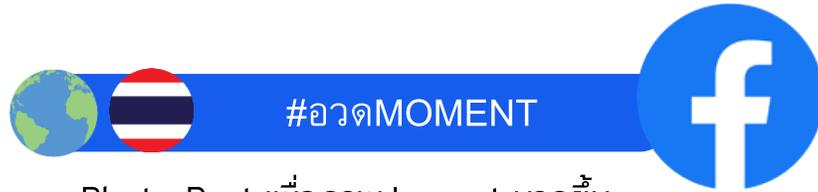
Songkran Festival

2023

SOCIAL MEDIA OVERVIEW



PUT THE RIGHT CONTENT TO THE RIGHT PLATFORMS



- Photo Post เพื่อภาพ Impact มากขึ้น
- Photo Size : 5:4
- FB Story เพื่อเพิ่ม Engagement
- Short VDO ไม่เกิน 30 sec



- Photo size 9:16
- Design Artwork Travel Content



- Photo size 9:16



- Photo Post เพื่อภาพ Impact มากขึ้น
- Photo size 9:16
- User Generated Content / Engagement
- Reels Content
- IG Story Engagement Function



- Photo size 1:1
- Information Content



- Music Trends เพื่อเพิ่มการมองเห็น
- VDO Travel Guide รวบรวมสถานที่ท่องเที่ยวแนะนำ
- Trends Hashtags
- Shorts VDO 7 - 15 sec
- LIVE
- VDO ประเภท Episode



- Long form VDO
- Shorts VDO เพื่อเพิ่มการมองเห็น
- Youtube Poll
- การทำ Card และ End Screen บน Youtube เพื่อให้คนเห็นและกดดู VDO ถัดไปของเรา
- Thumbnail ที่น่าสนใจ



- Trends Hashtags
- Text Tweet



- Travel Guide รวบรวมสถานที่ท่องเที่ยวแนะนำ
- Photo Album
- Rich Message แบบ png.
- On Air Activity



แนวทางการดำเนินงานของ ททท.

Digital *as the game changer*

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล สนับสนุนการส่งเสริมการท่องเที่ยว

Project 2023 : Showcase

การใช้ Digital Asset
: Sukjai Smart Travel
: Smart Coupon

SUKJAI SONGKRAN EDITION 2023

NORMAL
1000 NFT/Piece
(Total 5000 NFT)

RARE
100 NFT/Piece
(Total 500 NFT)

SUPER RARE
10 NFT/Piece
(Total 50 NFT)

กรุงเทพฯ



เชียงใหม่



ภูเก็ต



ขอนแก่น



ระยอง



CENTRAL GROUP THAILAND CRYPTO CITY CENTRAL PATTANA

SUKJAI
SMART TRAVEL

ได้เวลาตามล่าหาของสุดใจ NFT

good goods x

good goods มอบของรางวัลมูลค่ารวมกว่า **140,000 บาท**

ให้กับผู้ถือครอง นื่องสุดใจ ถึง 3 ระดับของ Ratchaprasong centralwOrld

ไปตามหาของสุดใจได้ที่ centralwOrld วันที่ 15-15 เมษายน 2566 แล่นสลิปรับของได้ที่ตั้งแต่วันที่ 30 เมษายน 2566



นำร่อง 5 จังหวัด

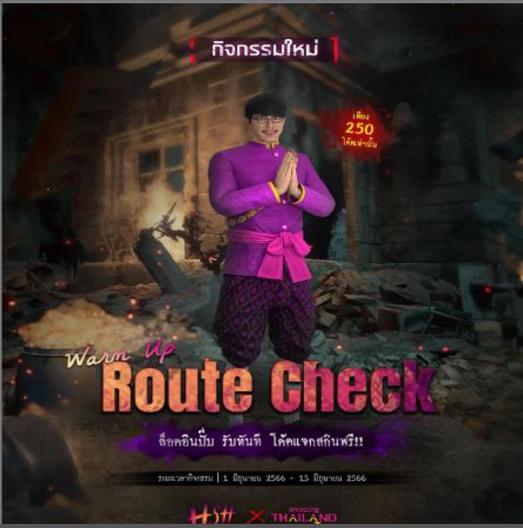
(5 ภูมิภาค)

- เชียงใหม่
- ขอนแก่น
- กรุงเทพฯ
- ระยอง
- ภูเก็ต

Project 2023 : Showcase



การส่งเสริม Game
 เพื่อการท่องเที่ยว : HSH
 "The Hunt for Amazing Cultures"



Project 2023 : Showcase



การส่งเสริม Metaverse
เพื่อการท่องเที่ยว : **bitkub**



อบรมให้ความรู้ผู้ประกอบการ Online - Offline

หลักสูตร
การบริหารการท่องเที่ยว
สำหรับผู้บริหารระดับสูง
รุ่นที่ 4 ประจำปี 2566

เปิด 3 Modules การเรียนรู้
ด้านการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ
(Responsible Tourism) ในทุกมิติ
และการนำเทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่
มาเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาด
การท่องเที่ยวเชิงรุก

MANAGEMENT
พัฒนาศักยภาพการเป็นผู้นำ
และนิกบริหารการท่องเที่ยว
อย่างมืออาชีพจากผู้เชี่ยวชาญ
หลากหลายแขนงสู่ความยั่งยืน

TECHNOLOGY
ค้นพบเทคโนโลยี และนวัตกรรม
ที่จะช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรม
การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
ในยุคดิจิทัล

EXPERIENCE
ออกแบบและพัฒนาประสบการณ์
การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ที่ก้าวหน้า
และทันสมัย ดึงดูดนักท่องเที่ยว
ชาวไทยและต่างชาติ

true digital academy

Thai MOOC
Thailand's Massive Open Online Course Platform

ต่อยอดการเรียนรู้
เพิ่มพูนทักษะ
ด้านการตลาดท่องเที่ยว
อย่างรับผิดชอบ

ไปสู่การพัฒนา
อุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวไทย
อย่างยั่งยืน
ได้แล้ววันนี้

JOIN NOW

รายวิชา TAT 001
การตลาด
ท่องเที่ยว
อย่างรับผิดชอบ

สนใจเรียน Click : www.thaimooc.org
For more Information Click : www.tatacademy.com

E-Learning

เตรียมพร้อมสู่การเป็นเจ้าบ้านที่ดี
ผ่านการเรียนรู้เพื่อธุรกิจและลูกค้าของคุณ

E-Learning มหะเรียนออนไลน์สู่การเป็นเจ้าบ้านที่ดี

เตรียมพร้อมสู่การเป็นเจ้าบ้านที่ดี ผ่านการเตรียมความพร้อม (Self-Preparation) พัฒนาศักยภาพและสร้างประสบการณ์ที่ดี เช่น การทำงานอาสาสมัครในชุมชน เช่น การฝึกสอน การสอน
อาสาสมัครในโครงการต่างๆ

* สำหรับผู้ประกอบการที่สนใจเรียนสามารถดูได้ที่ New

การทำงานร่วมกับพันธมิตร

