รายงานวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

ด้านตลาดในประเทศ

ปีงบประมาณ ๒๕๖๔ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) เป็นอย่างมาก ททท. ไม่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เต็มรูปแบบดังเช่นที่ผ่านมา บางส่วนต้องหยุดดำเนินการหรือปรับแผนการดำเนินงานเพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด–19 และสอดคล้องกับแนวปฏิบัติของสาธารณสุข ซึ่ง ททท. ได้ดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

กระตุ้นการเติบโตของนักท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างสมดุล

ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น โดยการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้กิจกรรม Amazing Thailand Online ผ่านสื่อต่าง ๆ อาทิ สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ บล็อกท่องเที่ยว และสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งในการจัดกิจกรรมได้นำเสนอโปรโมชั่นพิเศษ อาทิ ที่พัก ตั๋วเครื่องบิน รถเช่า ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมชุมชน จาก ๕ ภูมิภาค เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจออกเดินทาง นอกจากนี้ ยังนำเสนอสินค้าที่น่าสนใจของจังหวัดเชียงใหม่และเชียงรายผ่านการจัดกิจกรรม Live Streaming ลดราคาสินค้า ๘๐% โดยเฉพาะสินค้าที่ผ่านมาตรฐาน Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA) รวมถึงนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงศาสนาให้นักท่องเที่ยวสายบุญรับพลังบวกด้วยการสวดมนต์ในเส้นทางสนามบินสุวรรณภูมิผ่านสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ชุมพร พิษณุโลก เพชรบูรณ์ และสุโขทัย

ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวกระจายการเดินทางไปยังพื้นที่เมืองรอง โดยการจัดทำ Content เผยแพร่ข้อมูลท่องเที่ยวภาคเหนือภายใต้แนวคิด UNSEEN NORTH นำเสนอแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม สินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่ที่นักท่องเที่ยวไม่เคยได้ไปสัมผัสมาก่อนและสะท้อนถึงอัตลักษณ์เมืองรองผ่านสื่อออนไลน์ เผยแพร่ Content ร้านอาหาร ร้านสินค้าของดีเมืองรอง ที่พัก รวมถึงจัด Live ประชาสัมพันธ์ที่พักราคาพิเศษและร้านของดีเมืองรองผ่านเว็บไซต์ Chillpainai.com และ Facebook ชิลไปไหน กระตุ้นการท่องเที่ยวเมืองรองโดยมอบสิทธิพิเศษส่วนลด ที่พัก ร้านอาหาร สำหรับผู้ถือบัตรสมาชิก PT Max Card นำเสนอโปรโมชั่นที่พักเมืองรองราคาพิเศษสำหรับการจองที่พักเมืองรองผ่าน www.agoda.com รวมถึงจัดกิจกรรม Event Marketing กระตุ้นการเดินทาง อาทิ จัดงานโครงการมหกรรมไม้ดอกอาเซียนเชียงราย จังหวัดเชียงราย งาน Amazing Sukhothai Light Up Night จังหวัดสุโขทัย และสนับสนุนการจัดงานประเพณี อาทิ งานสังฆเติ่นรวมใจเทิดไท้องค์ราชัน จังหวัดลำปาง งาน Chaehom Trail Running จังหวัดลำปาง และกิจกรรม Candle & Moon Light Festival จุดเทียนใต้แสงจันทร์ จังหวัดราชบุรี

ส่งเสริมการท่องเที่ยววันธรรมดา โดยการประชาสัมพันธ์สินค้าและกิจกรรมท่องเที่ยวในวันธรรมดาผ่านเว็บไซต์ www.weekdayspecialthailand.com และ Facebook โครงการวันธรรมดาน่าเที่ยว ประชาสัมพันธ์แคมเปญ เที่ยววันธรรมดาที่ไม่ธรรมดากับ ดา เอ็นโรฟิน โดยจัดทำมิวสิควิดีโอเพลง ถ้าเธอ OK เผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ อาทิ YouTube และ TikTok จัดทำโปรโมชั่นวันธรรมดาน่าเที่ยว ออนทัวร์ โดยร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวและร้านอาหารจัดทำโปรโมชั่น ซื้อ ๑ แถม ๑ จัดทำโปรโมชั่นสำหรับสมาชิกบางจากมอบส่วนลดการเติมน้ำมันสำหรับการเดินทางข้ามจังหวัดเฉพาะวันจันทร์ถึงวันศุกร์ นอกจากนี้ ยังร่วมกับสมาคมการค้าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภาคอีสาน นำเสนอขายรายการนำเที่ยวเข้าพื้นที่ภาคตะวันออกให้กับคณะนักท่องเที่ยวจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รวมถึงร่วมจัดโครงการรวมใจไทยเป็นหนึ่งกองทัพเรือ จัดกิจกรรมทัศนศึกษานำคณะผู้นำศาสนาและเยาวชนท่องเที่ยวจังหวัดกรุงเทพฯ สระบุรี ชลบุรี เพื่อให้เยาวชนไทยพุทธและอิสลามในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้อยู่ร่วมกันอย่างสันติท่ามกลางความหลากหลายทางวัฒนธรรม และปลูกฝังความรักชาติและความภาคภูมิใจที่เกิดเป็นคนไทยในแผ่นดินไทย

สร้างสรรค์ประสบการณ์ท่องเที่ยว

ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาอยู่ในพื้นที่นานมากขึ้น โดยการจัดทำ Content และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวด้วยระบบขนส่งสาธารณะ สร้างการรับรู้แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว ที่พัก และจัดกิจกรรม อาทิ ภาคเหนือ ได้จัดกิจกรรมแพร่คราฟท์นำเสนอกิจกรรม DIY ทำผ้ามัดย้อม และจัดโปรโมชั่นห้องพัก ร้านอาหาร รถเช่า ราคาพิเศษ พร้อมคูปองส่วนลด ภาคกลาง ได้ประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายใต้แนวคิดเที่ยวกาญจน์ ตามสายน้ำ จัดกิจกรรม Hua Hin Surf & Skate Jam และนำเสนอขายกิจกรรมปั่นจักรยานชมสวนเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม ภาคตะวันออก ได้จัดทำคลิปประชาสัมพันธ์เส้นทางขับรถ Road trip นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวโซนทะเลและภูเขาของจันทบุรี จัดกิจกรรม SUP & Stay @Chanthaburi นำเสนอกิจกรรมเชิงสุขภาพ และภาคใต้ ได้ประชาสัมพันธ์แคมเปญ Rest & รักษ์...พักกระบี่ เที่ยวแบบใส่ใจสิ่งแวดล้อม นำเสนอที่พักที่ผ่านการรับรองด้านชีวอนามัย เสนอขายชุมชนท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ แพ็กเกจท่องเที่ยวที่ผ่านมาตรฐาน SHA และจัดกิจกรรมถนนสายวัฒนธรรมเมืองเก่าตะกั่วป่าและถนนคนเดินบ้านปากถัก...เมืองเหมืองเก่า เพื่อนำเสนออัตลักษณ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นและการแสดงวัฒนธรรมพื้นบ้าน

ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น โดยการนำเสนอคุณค่าของสินค้ามูลค่าสูงและสินค้าวิถีไทยที่สร้างสรรค์มูลค่าเพิ่ม อาทิ ภาคเหนือ ได้นำเสนอสินค้า Art & Craft และงานผ้าของภาคเหนือผ่านการจัดงาน อาทิ งานย้อนอดีตศรีสัชนาลัย นุ่งผ้าไทย ใส่เงินทองลายโบราณ จังหวัดสุโขทัย งาน Secret Art Night เทศกาลงานออกแบบเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ภาคกลาง ได้จัด MET ประชาสัมพันธ์และเสนอขายกิจกรรมล่องเรือไหว้พระ ๕ เมือง ๕ วัด เส้นทาง กทม.-นนทบุรี-ปทุมธานี-อยุธยา และจัดกิจกรรมเปิดประสบการณ์ อาหารถิ่น กินที่บ้านให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทำอาหารถิ่นร่วมกับเชฟ ภาคตะวันออก ได้จัด MET นำ Influencer และ Blogger ประชาสัมพันธ์กิจกรรมท่องเที่ยวกลุ่มผู้หญิงและกลุ่มครอบครัว อาทิ กิจกรรมล่องเรือยอร์ช ที่พัก Pool Villas สวนนงนุช ปราสาทสัจธรรม และเสนอขายกิจกรรมกลางแจ้ง คายัค SUP ดำน้ำ ภาคอีสาน ได้ประชาสัมพันธ์กิจกรรม Amazing - Korat Golf Premium Promotion กิจกรรมกอล์ฟอีสานคนละครึ่ง และจัดแข่งขันกอล์ฟการกุศลเขาใหญ่ โอโซน กอล์ฟ และภาคใต้ ได้ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวพร้อมโปรโมชั่นผ่านช่องทางออนไลน์ โดยเน้นนำเสนอการท่องเที่ยวทะเล ดำน้ำ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ รวมถึงจัดกิจกรรม Phuket Save The Sea Project และกิจกรรมลองเล่น Songkhla Beach Jam

ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน โดยการจัดทำคลิปวีดีโอสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวชุมชนผ่านเพจของสำนักงาน ททท. เสนอขายกิจกรรมท่องเที่ยวเยี่ยมชมชุมชนและแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เส้นทางอุดรธานี-หนองคาย-เลย-ขอนแก่น และเสนอขายรายการนำเที่ยว ๕ เส้นทาง ประกอบด้วยเส้นทางกรุงเทพฯ-ระยอง-จันทบุรี-ตราด เส้นทางกรุงเทพฯ-สุโขทัย-อุตรดิตถ์-ลำปาง เส้นทางกรุงเทพฯ-นครราชสีมา-ศรีสะเกษ-บุรีรัมย์ เส้นทางกรุงเทพฯ-เพชรบุรี-สมุทรสงคราม-บุรีรัมย์ และเส้นทางกรุงเทพฯ- สงขลา-ปัตตานี-ยะลา

พัฒนาคุณค่าแบรนด์ให้เทียบเท่าคุณค่าการท่องเที่ยวต่างประเทศ

ประชาสัมพันธ์กิจกรรมท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ อาทิ สื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ สื่อนอกบ้าน จัดทำ Content กระตุ้นการเดินทางและเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์และอนุสาร อ.ส.ท. รวมถึงเผยแพร่ Content เมืองไทย Amazing ยิ่งกว่าเดิม ชุด More Amazing และ ชุด Now Even More Amazing ผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อนอกบ้าน และสื่อออนไลน์ Facebook Amazing Thailand มุ่งนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจพร้อมสอดแทรกความรู้สึกให้นักท่องเที่ยวรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้ยังคงความสวยงาม นอกจากนี้ยังเผยแพร่ภาพยนตร์ออนไลน์ Mini Story ชุด อร Vacation ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 เริ่มคลี่คลายลง เพื่อสร้างกระแสการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในรูปแบบวิถีใหม่และสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว

ผลิตและเผยแพร่คลิปวิดีโอ/Content เพื่อนำเสนอกิจกรรมและข้อมูลทางการท่องเที่ยวแบบ Responsible Tourism ผ่านสื่อออนไลน์ อาทิ Website, TikTok, Facebook, IG, Line, Twitter และเชิญสื่อมวลชนออนไลน์เข้าร่วมทำข่าวโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ของ ททท. ที่เกี่ยวข้องกับ Responsible Tourism เพื่อสร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงจัดกิจกรรม Keep Giving เพราะบางสิ่งไม่เคยหยุด โดยร่วมกับศูนย์บริจาคโลหิต สภากาชาดไทย ชวนผู้สนใจบริจาคโลหิตอย่างต่อเนื่องในภาวะวิกฤตคลังเลือดขาดแคลน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมในการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรในฐานะหน่วยงานสำคัญในการขับเคลื่อนแนวคิด Responsible Tourism และบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน นอกจากนี้ ยังเผยแพร่ Content ผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อสร้างความเข้าใจเรื่องการออกเดินทางท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และการรับผิดชอบต่อสังคม โดยนำเสนอผ่าน Influencer Zom Marie ทาง Instagram และ Facebook

เตรียมความพร้อมให้บุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวผ่านการจัดอบรมหลักสูตรการบริหารการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมสำหรับผู้บริหารระดับสูง ระดับบุคลากร เครือข่ายศูนย์การเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการรุ่นใหม่ อาทิ ให้ความรู้เรื่องโมเดลการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่ยั่งยืน เรื่องกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และการทดสอบการเรียนรู้แนวคิดสร้างต้นแบบ Tourism Value Chain อย่างง่าย นอกจากนี้ ยังจัดประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย โดยดำเนินการจัดกิจกรรม Mobile Unit อธิบายแนวทางการจัดประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และจัดทำ Content เกี่ยวกับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยเพื่อสร้างการรับรู้ออนไลน์ผ่านเพจต่าง ๆ อาทิ เพจเที่ยวเตะฝุ่น Unseen Tour Thailand และ Line Official Thailand Tourism Awards

ด้านตลาดต่างประเทศ

ผลการดำเนินงาน ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๔ ภายใต้สถานการณ์ที่ยังมีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 อย่างต่อเนื่องซึ่งกระทบต่อการดำเนินงานตามแผน ททท. และส่งผลต่อเป้าหมายที่สำคัญขององค์กรทั้งเรื่องจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยวด้านตลาดต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ททท. ได้พยายามผลักดันให้เกิดการขับเคลื่อนการดำเนินงานในระยะเวลาที่วิกฤต โดยเน้นการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมให้เริ่มกลับมามีความพร้อมในการรับการกลับมาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และยังคงเดินหน้าทำการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องให้ประเทศไทยยังคงอยู่ในใจของนักท่องเที่ยวและเลือกเดินทางมาไทยในทันทีภายหลักจากที่รัฐบาลมีมาตรการผ่อนคลายในการเปิดรับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ ททท. ได้กำหนดโครงการสำคัญต่าง ๆ ภายใต้แผนฟื้นฟูอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของเทศไทย ปี ๒๕๖๔ - ๒๕๖๕ เพื่อช่วยสนับสนุนการดำเนินงานการดำเนินงานภายใต้สถานการณ์วิกฤต และส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป้าหมายองค์กรบรรลุผลตามที่กำหนด โดยผลการดำเนินงานที่สำคัญด้านตลาดต่างประเทศในปี ๒๕๖๔ เป็นการดำเนินงานเพื่อผลักดันการดำเนินงานเพื่อเปิดรับนักท่องเที่ยว โดยได้บูรณาการการทำงานร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยเน้นการสร้างความมั่นใจเพื่อกระตุ้นนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศไทย ประกอบด้วย ๑. การส่งเสริมการตลาดกระตุ้นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีศักยภาพให้เดินทางเข้าประเทศไทย ๒. การสื่อสารเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ประเทศไทยเป็น Top of Mind ด้าน Security and Safety ๓. การอำนวยความสะดวกในการเข้าประเทศไทย โดยการลด Barrier ของการเดินทางระหว่างประเทศ ๔. การจัดตั้งสถานกักกันในรูปแบบเฉพาะองค์กร (Organizational Quarantine: OQ) ในลักษณะ Villa Quarantine โดยผลงานสำคัญของด้านตลาดต่างประเทศที่รองรับการเปิดประเทศมีดังนี้

๑. การดำเนินการผลักดันการเปิดประเทศรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

การเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติแบ่งการดำเนินงานออกเป็น ๔ ระยะ ประกอบด้วย

ระยะที่ ๑ เป็นการเปิดรับนักท่องเที่ยวกลุ่มความเสี่ยงต่ำ ประเภทพิเศษ Special Tourist Visa โดยสำนักงานต่างประเทศ ททท. ได้ส่งเสริมและเป็นหน่วยประสานให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวประเภทพิเศษ โดยถือเป็นมาตรการการกระตุ้นในระยะเร่งด่วน

ระยะที่ ๒ การเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติของภูเก็ต และพื้นที่นำร่องอีก ๕ พื้นที่ ได้แก่ ภูเก็ต กระบี่ พังงา สมุย ชลบุรีและเชียงใหม่ มีการผลักดันให้ลดระยะเวลาการกักตัวและผ่อนคลายมาตรการสาธารณะสุขสำหรับชาวต่างชาติที่ฉีดวัดซีนแล้วเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ พร้อมไปกับการเตรียมแผนการตลาดและความพร้อมของผู้ประกอบการเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน พร้อมกันนี้ได้มีการระดมความคิดเห็นต่าง ๆ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลายภาคส่วน ทั้งภาคหน่วยงานรัฐ หน่วยงานเอกชน ในพื้นที่ตลาดและพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น บริษัทนำเที่ยว สายการบิน คู่ค้าในต่างประเทศ ฯลฯ บูรณาการกำหนดทิศทางการดำเนินงานให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน

ระยะที่ ๓ มีการกำหนดแผน Roadmap การเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างชัดเจน กำหนดระยะเวลาการเริ่มเปิดประเทศสำหรับจังหวัดกลุ่มนำร่อง เงื่อนไขนักท่องเที่ยวที่สามารถเดินทางมาประเทศไทย และกำหนดกลุ่มเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าประเทศ จากตลาดระยะใกล้ และตลาดระยะไกล

ระยะที่ ๔ ททท. ได้ดำเนินการผลักดันการเปิดพื้นที่ด้านการท่องเที่ยวเพิ่มเติมสำหรับ ๔๕ จังหวัดทั่วประเทศ และวางแผนทางให้การเปิดประเทศเป็นได้ด้วยความเรียบร้อย มีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงความพร้อมของพื้นที่และการฉีดวัคซีนของประชาชน ใช้เกณฑ์การพิจารณาด้านเศรษฐกิจที่เป็นจังหวัดหลักด้านท่องเที่ยวที่มีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๑๕ ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด

๒. การส่งเสริมการตลาดและการกระตุ้นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีศักยภาพให้เดินทางเข้าประเทศไทย

ททท. สำนักงานต่างประเทศดำเนินงานจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ และภาคการท่องเที่ยวเอกชนตลอดทั้งปี ๒๕๖๔ ตามแผนส่งเสริมการตลาดกระตุ้นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีศักยภาพให้เดินทางเข้าประเทศไทยผ่านกิจกรรมหลัก ได้แก่

๑. Amazing Thailand Plus Package เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีศักยภาพการใช้จ่ายสูงเข้าประเทศไทย ผ่านการอำนวยความสะดวกในการเลือกซื้อแพคเก็จเที่ยวบินและที่พักสำหรับการกักตัวในราคาพิเศษ มีการจัดเที่ยวบินแบบ Repatriation Flight และ Semi Commercial Flight และดำเนินการผลักดันให้นักท่องเที่ยวประเภท Special Tourist Visa (STV) เดินทางเข้าประเทศ

๒. Golf Quarantine ททท. ได้ดำเนินการร่วมกับบริษัทอารีรัง ซึ่งเป็น Golf Travel Agent รายใหญ่ของเกาหลีเสนอขายแพ็คเกจ Golf Quarantine โดยมีกลุ่มนำร่องเดินทางมาเล่นกอล์ฟและท่องเที่ยวระยะยาวในประเทศไทย ซึ่งเข้าพักและกักกันตัวที่สนามกอล์ฟอาทิตยา จังหวัดนครนายก จำนวน ๑๔ วัน ก่อนเดินทางไปเล่นกอล์ฟต่อที่สนามกอล์ฟอาทิตยา จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ในช่วงระยะเวลา ๒ เดือน รายได้จากนักกอล์ฟภายใต้โครงการ Golf Quarantine ประมาณ ๖๙,๐๐๐ บาท ต่อหัว ซึ่งถือเป็นโมเดลสำหรับการเริ่มเปิดรับนักท่องเที่ยวเข้ามายังประเทศไทยเป็นกลุ่มแรก ๆ และประสบผลสำเร็จเป็นอย่างดี

๓. กิจกรรม Virtual Trade Meet และการส่งเสริมการขาย ททท. ได้ดำเนินการจัดงานกิจกรรม Virtual Trade Meet และกิจกรรมส่งเสริมการขาย อาทิ Virtual Celebration, Virtual Roadshow การหาแคมเปญและ Joint Promotion ฯลฯ ในพื้นที่ภูมิภาคตะวันออกกลาง ยุโรป และอเมริกา เพื่อเป็นช่องทางในการนำเสนอขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้แก่ Buyer ได้โดยตรง รวมถึงเป็นการ

อัปเดตสินค้าและบริการของประเทศไทย และตอกย้ำภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่งด้านการท่องเที่ยว ของไทยให้ยังเป็น Top of Mind ของชาวต่างชาติ

๔. Media Fam Trip ททท. ได้ดำเนินการจัด Media Fam Trip โดยการเชิญ Influencer และ Tour Operator จากภูมิภาคตะวันออกกลาง ยุโรป อเมริกา ให้เดินทางมายังประเทศไทย เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการเดินทางมายัง ประเทศไทยควบคู่กับการจัดกิจกรรม Virtual Trade Meet และกิจกรรมส่งเสริมการขาย ทั้งนี้ ททท. ได้มี Online Briefing Session เพื่อเตรียมความพร้อมให้กลุ่มที่จะเดินทางเพื่อให้แน่ใจว่าทุกท่านปฏิบัติตามมาตรการควบคุมโรคของกระทรวงสาธารณสุขและจะได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดีกลับไป

๓. ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์

ททท. กำหนดแผนสื่อสารการตลาดเพื่อสนับสนุนการเปิดรับนักท่องเที่ยวโดยสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว และกระตุ้นการเดินทางเข้าประเทศไทย ผ่านการสื่อสารประชาสัมพันธ์แคมเปญ Amazing Thailand Trusted Destination สร้างภาพลักษณ์เชิงบวกและความเชื่อมั่นต่อแบรนด์ประเทศไทย และสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Responsible Tourism) โดยผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ในปีงบประมาณ ๒๕๖๔ ประกอบด้วยการจัดทำภาพยนตร์โฆษณา การผลิตวีดีโอคลิป และสื่อสิ่งพิมพ์ภาษาต่าง ๆ เนื้อหาเกี่ยวกับรูปแบบทางการท่องเที่ยววิถีใหม่ นำเสนอมาตรการป้องกันการแพร่กระจายต่าง ๆ ของรัฐบาล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การปรับตัวเพื่อใช้วิถีชีวิตแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 โดยเผยแพร่ผ่านช่องทางทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ได้แก่ ช่อง Discovery TLC การเผยแพร่ผ่านผู้มีอิทธิพล (Social Influencer) ฯลฯ รวมทั้งเผยแพร่ทางสื่อต่าง ๆ ของ ททท. ได้แก่ www.tatnews.org, Facebook: TATNewsroom, Amazing Thailand, YouTube: Amazing Thailand เป็นต้น

ด้านบริหารจัดการองค์กร

ปีงบประมาณ ๒๕๖๔ ททท. ได้ดำเนินงานที่มุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาข้อมูลการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมกระบวนการทำงานบนพื้นฐานการใช้ข้อมูล การเพิ่มศักยภาพของบุคลากรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร ส่งเสริมการบูรณาการทำงานระหว่างหน่วยงาน ปรับปรุงและลดขั้นตอนการทำงานโดยการนำระบบสารสนเทศและนวัตกรรมเข้ามาช่วยในการทำงานมากขึ้น ส่งเสริมการสื่อสารภายในองค์กร การสร้างความผูกพันต่อองค์กร การบริหารจัดการทรัพย์สินองค์กร โดยที่ ททท. ได้มีการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาองค์กรผ่านการจัดทำบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ และการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการทำงานตามหลักเกณฑ์ของระบบการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจในส่วนของ Core Business Enablers 8 ด้าน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลการดำเนินงานของ ททท. และเป็นส่วนหนึ่งที่จะมุ่งไปสู่องค์กรที่มีสมรรถนะสูง (High Performance Organization: HPO)

การบูรณาการการทำงานเชิงยุทธศาสตร์

ททท. มีการพัฒนาประสิทธิภาพและประสิทธิผลการดำเนินงาน โดยสร้างกระบวนการที่ดำเนินการบนพื้นฐานในการใช้ข้อมูลการทำงานที่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม การบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาล การบริหารความเสี่ยง การนำระบบ เครื่องมือ และเทคโนโลยีมาช่วยในการทำงานเพื่อเชื่อมการทำงานในองค์กร อำนวยความสะดวกในการทำงานของบุคลากร ททท. รวมไปถึงการบูรณาการการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร มีการสร้างกระบวนการการเรียนรู้และนวัตกรรมผ่านกระบวนการเรียนรู้การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างบุคลากรภายในองค์กร ดำเนินการทบทวนและปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Core Business Enablers) เพื่อพัฒนาและยกระดับผลการดำเนินงาน

อย่างต่อเนื่อง ลดขั้นตอนและระยะเวลาในการทำงานไม่เกิดความล่าช้า พร้อมกับการนำผลการติดตามและประเมินผลการบริหารองค์กรที่เชื่อมโยงเป้าหมายในเชิงยุทธศาสตร์จัดทำเป็นรายงานให้แก่ ผู้บริหาร พนักงาน ได้ทราบเพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงผลการดำเนินงานให้ตอบสนองต่อทิศทางและเป้าหมายในระยะยาวขององค์กร และในปีนี้ ททท. ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management System: BCMS) หรือ ISO 22301: 2012 ต่อเนื่องเป็นปีที่ ๒ ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเตรียมความพร้อมล่วงหน้าในการรับมือกับวิกฤตการณ์ที่อาจเกิดขึ้นกับ ททท. องค์กรสามารถดำเนินงานตามภารกิจสำคัญได้อย่างต่อเนื่อง

การเสริมสร้างสมรรถนะ ธรรมาภิบาล และความผูกพันของบุคลากร ททท.

ททท. มุ่งเน้นการพัฒนาระบบการบริการจัดการทรัพยากรบุคคลให้มีความเป็นผู้นำทางความคิด (Thought Leader) มีความเชี่ยวชาญในด้านส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างยั่งยืน พัฒนาความรู้ต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับสมรรถนะของบุคลากร การจัดการระบบองค์ความรู้ต่าง ๆ ในองค์กรเพื่อให้เกิดการเรียนรู้รอบด้าน การพัฒนาองค์กรให้มีความเป็นองค์กรธรรมาภิบาล และพัฒนาโครงการต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างให้เกิดความผูกพันของพนักงานในองค์กรมากขึ้น ปลูกฝังค่านิยมองค์กรกับบุคลากร ททท. เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรพร้อมกับการเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขัน รวมไปถึงการนำระบบการบริหารผลงาน (Performance Management System: PMS) มาใช้ในองค์กรเชื่อมโยงกับระบบการให้ค่าตอบแทน ผลักดันให้พนักงานได้ดำเนินงานและสร้างผลงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ มีการสื่อสารและเสริมสร้างให้เกิดความผูกพันของพนักงานในองค์กรมากขึ้นโดยมีสวัสดิการ สหภาพแรงงาน กองทุนต่าง ๆ จัดประชุมพนักงานพร้อมกับผู้บริหารเพื่อทราบทิศทางและรับฟังความคิดเห็นจากพนักงาน ทั้งนี้ยังมีการตั้งกล่องเพื่อรับฟังความเห็นของพนักงาน รวมทั้งการปรับปรุงสถานที่ทำงานให้มีความน่าอยู่และปลอดภัย

การผลักดันให้องค์กรเป็น Data Driven Organization

ททท. มุ่งพัฒนาปรับปรุงฐานข้อมูลขององค์กรให้เป็น Single Data ให้มีคลังข้อมูลที่ทันสมัย และการทำวิจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์และปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนการตลาดการท่องเที่ยว มีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้สามารถสนับสนุนการปฏิบัติงานได้อย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขัน และในปีนี้ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO/IEC 27001:2013 (Information Security Management System : ISMS) ต่อเนื่องเป็นปีที่ ๓ ซึ่งเป็นการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศเป็นไปตามมาตรฐาน และได้เริ่มดำเนินการทำสถาปัตยกรรมองค์กร (Enterprise Architecture : EA) ที่ครอบคลุมสถาปัตยกรรมทั้ง ๕ ด้าน ประกอบด้วย ด้านธุรกิจ (Business) ด้านข้อมูล (Data) ด้านแอพพลิเคชั่น (Application) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) และด้านความมั่นคงปลอดภัย (Security) เพื่อกำหนดกรอบแนวทาง และแผนการดำเนินงาน (Roadmap) ให้ ททท. มีการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานทางด้านธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังมีนโยบายส่งเสริมให้ใช้ฐานข้อมูลเป็นปัจจัยหลักในการดำเนินงาน โดยมุ่งส่งเสริมให้เป็นวัฒนธรรมสำคัญในการทำงานขององค์กรเพื่อบรรลุการเป็นองค์กรสมรรถนะสูง และพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้สามารถสนับสนุนการปฏิบัติงานได้อย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว

ด้านการควบคุมภายใน

ททท. มีการจัดทำแผนการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในเป็นประจำทุกปี พร้อมทั้งทบทวนรายการความเสี่ยงและมาตรการควบคุมภายในให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอ รวมถึงมีการรายงานผลและติดตามการดำเนินงานต่าง ๆ ภายใน ททท. เสนอที่ประชุมผู้บริหาร คณะกรรมการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นประจำทุกไตรมาสและภาพรวมประจำปี ซึ่งในปีงบประมาณ ๒๕๖๔ ททท. ได้มีคำสั่งให้บุคลากรปฏิบัติงานที่านพัก (Work From Home) เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 จึงได้มีการปรับปรุง

ขั้นตอนการทำงาน และระเบียบที่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานแต่ไม่ขัดต่อกฎหมาย ระเบียบ ฯลฯ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บุคลากรสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพอยู่ภายใต้การกำกับดูแลตามสายการบังคับบัญชาอย่างเคร่งครัด รวมถึงผลักดันให้องค์กรมุ่งสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organization: HPO) และสอดรับกับพระราชบัญญัติวินัยการเงินการคลังของรัฐ พ.ศ.๒๕๖๑ โดยประมวลผลจากการจำแนกตาม ๕ องค์ประกอบของการควบคุมภายใน ดังนี้

๑. สภาพแวดล้อมการควบคุม ททท. มีกำหนดข้อบังคับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่าด้วยประมวลจริยธรรมของประธานกรรมการ กรรมการ ผู้ว่าการ พนักงาน และลูกจ้าง ของ ททท. พ.ศ. ๒๕๕๓ โดยให้บุคลากรใน ททท. ทุกระดับต้องถือปฏิบัติตามข้อบังคับอย่างเคร่งครัดควบคู่ไปกับแผนแม่บทการกำกับดูแลกิจการที่ดี ททท. ฉบับทบทวน พ.ศ. ๒๕๖๒-๒๕๖๔ แผนป้องกันและปราบปรามการทุจริต ททท. ปี พ.ศ. ๒๕๖๒-๒๕๖๔ และคู่มือจริยธรรม และจรรยาบรรณ เพื่อส่งเสริมให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานและลูกจ้างของ ททท. มีมาตรฐานและความตระหนักทางจริยธรรมและจรรยาบรรณทั้งต่อตนเองและผู้อื่น รวมถึงการขจัดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ พร้อมทั้งประกาศนโยบายและจัดทำแนวทางในการบูรณาการด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี การบริหารความเสี่ยง และการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง (Governance Risk and Compliance: GRC) เพื่อพัฒนาความเชื่อมโยงระบบบริหารจัดการองค์กรในทุกด้านอย่างครบวงจร ยกระดับการกำกับดูแลกิจกรรมของ ททท.

๒. การประเมินความเสี่ยง ททท. จัดทำและทบทวนแผนบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในเป็นประจำทุกปีตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งในปี ๒๕๖๔ ได้มีการปรับเปลี่ยนแผนปฏิบัติการระหว่างปีงบประมาณและแผนการดำเนินโครงการที่ช่วยกระตุ้นหรือส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยรายงานผลการดำเนินงานต่อผู้บริหารเป็นประจำทุกไตรมาส พร้อมทั้งปรับปรุงรายการความเสี่ยงใหม่ที่เกิดขึ้น ระบุมาตรการที่เหมาะสมในการบริหารจัดการ สื่อสารข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานผ่านช่องทางต่าง ๆ และดำเนินการตามแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ เพื่อให้บุคลากรใน ททท.ได้รับทราบข้อมูลที่สำคัญและสามารถปฏิบัติงานได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีการติดตามกำกับการทำงานจากผู้บังคับบัญชาอย่างสม่ำเสมอ

ปัญหา อุปสรรค

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ประเทศไทยยังไม่คลี่คลาย โดยเฉพาะช่วงระลอกเมษายน 2564 ส่งผลให้การท่องเที่ยวได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากทั้งการเดินทางภายในประเทศและระหว่างประเทศ และยังส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานบางโครงการ/กิจกรรม อย่างมีข้อจำกัด ทั้งในลักษณะของการเดินทางไปยังพื้นที่ดำเนินการปฏิบัติงานกิจกรรมต่าง ๆ ให้ลุล่วงตามวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ก็ยังคงสามารถดำเนินงานภายใต้สถานการณ์ได้อย่างต่อเนื่องแม้ ททท. ได้มีคำสั่ง ททท. ที่ 110/2563 ให้พนักงานและลูกจ้างปฏิบัติงานที่บ้าน (Work From Home) ไม่ว่าจะเป็นการผลักดันให้เกิดการขับเคลื่อนการดำเนินงานโดยเน้นการฟื้นตัวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องให้ประเทศไทยยังคงอยู่ในใจของนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ผ่านการสื่อสารประชาสัมพันธ์แคมเปญ Amazing Thailand Trusted Destination สร้างภาพลักษณ์เชิงบวกและความเชื่อมั่นต่อแบรนด์ประเทศไทย ความปลอดภัยภายใต้มาตรฐาน SHA และ SHA Plus ทั้งในส่วนของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

จากสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ข้างต้นนั้นการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรม หน่วยงานยังต้องมีแผนการบริหารความเสี่ยงเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างต่อเนื่องแม้อยู่ในภาวะวิกฤต ส่งเสริมการพัฒนาทักษะของผู้ประกอบการให้พร้อมรองรับการท่องเที่ยวแบบ New Normal และส่งเสริมสถานประกอบการให้ได้มาตรฐานความปลอดภัย SHA และ SHA Plus อย่างต่อเนื่อง รวมถึงประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้และรู้สึกมั่นใจในสินค้าที่ผ่านมาตรฐาน SHA และ Plus