

สรุปการประชุมระดมสมอง “โจทย์วิจัยสำหรับวิถีชีวิตคนไทย และอาชีพของคนไทย”

หัวข้อ “อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและชุมชน”

วันที่ ๒๐ มิถุนายน ๒๕๖๑

ณ ศูนย์ประชุมวายุภักษ์โรงแรมเซ็นทารา บายเซ็นทารา ศูนย์ราชการและคอนเวนชันเซ็นเตอร์ กรุงเทพฯ

(ร่าง) กรอบการวิจัย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและชุมชน ปีงบประมาณ 2563

วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมการวิจัยและนวัตกรรมเชิงนโยบายในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและชุมชนในระดับมหภาค
2. เพื่อส่งเสริมการวิจัยและนวัตกรรมในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและชุมชนในระดับจุลภาค ได้แก่ ชุมชน ธุรกิจท่องเที่ยวท้องถิ่น และรัฐบาลท้องถิ่น

ระดับมหภาค

1. นโยบายส่งเสริมและขับเคลื่อนการท่องเที่ยวท้องถิ่นสู่ความยั่งยืนและคุณภาพมาตรฐานบริการ
 - 1) นโยบายการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสู่สากล
 - 2) นโยบายการส่งเสริมความปลอดภัยของการท่องเที่ยวในท้องถิ่นไทย
 - 3) นโยบายการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวท้องถิ่น
 - 4) นโยบายการพัฒนาและรักษาทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่นอย่างยั่งยืน
 - 5) นโยบายการพัฒนากลไกการขับเคลื่อนท่องเที่ยวท้องถิ่น
2. นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวท้องถิ่นสู่ความยั่งยืนและคุณภาพมาตรฐานบริการ
 - 1) พัฒนาระบบนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในการสนับสนุนการพัฒนาอาชีพการท่องเที่ยวท้องถิ่นและ Startup
 - 2) พัฒนาระบบฐานข้อมูลและ Big Data ในการสนับสนุนการพัฒนาอาชีพการท่องเที่ยวท้องถิ่นสู่ความยั่งยืน
 - 3) พัฒนาระบบเครือข่ายดูแลและตรวจสอบฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่น
 - 4) พัฒนาระบบสนับสนุนการตัดสินใจในการวางแผนและจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่น
3. นวัตกรรมระบบการบริหารจัดการพัฒนาการท่องเที่ยวท้องถิ่นสู่ความยั่งยืน
4. นวัตกรรมพัฒนากฎหมายที่เอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวท้องถิ่นสู่ความยั่งยืน
 - 1) ศึกษาและพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวในระดับสากล
 - 2) ศึกษารูปแบบการเสริมสร้างศักยภาพองค์กรและผู้ใช้กฎหมายเพื่อส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวท้องถิ่น

ระดับจุลภาค

1. ชุมชน

1.1 การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism ; CBT)

- 1) พัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวตามหลักเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่งท่องเที่ยว (GSTC)

- 2) วิจัยขีดความสามารถในการรับรองของชุมชนและพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 3) วิจัยระบบการจัดการตามห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 4) ส่งเสริมการจัดทำแผนแม่บทแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยเรียนรู้จากชุมชนต้นแบบ
- 5) วิจัยการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมุ่งเน้นเป้าหมายการตลาดเฉพาะกลุ่ม

1.2 ที่พักในชุมชน

- 1) พัฒนาระบบบริหารจัดการโฮมสเตย์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดและศักยภาพของพื้นที่
- 2) รูปแบบการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบที่พักในชุมชน
- 3) รูปแบบการสื่อสารและการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวแบบที่พักในชุมชน

1.3 ของที่ระลึก/ของฝาก

- 1) รูปแบบการเสริมสร้างศักยภาพชุมชนในการพัฒนาของที่ระลึกและของฝากบนฐานอัตลักษณ์และทรัพยากรท้องถิ่น เพื่อให้เหมาะกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- 2) ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยว
- 3) รูปแบบการพัฒนาการส่งเสริมการขายที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม
- 4) ศึกษาผลกระทบและแนวทางการป้องกันแก้ไขที่เกิดจากการนำวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในทางที่ไม่เหมาะสม
- 5) การสร้างเรื่องเล่า (Story Telling) เพื่อสร้างคุณค่าให้กับของที่ระลึกและของฝากท้องถิ่น

1.4 นักสื่อความหมายท้องถิ่น

- 1) การจัดการความรู้ท้องถิ่นสู่การสร้างนักสื่อความหมาย
- 2) การพัฒนาศักยภาพนักสื่อความหมายท้องถิ่น
- 3) การพัฒนาสื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพของการสื่อความหมาย

1.5 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น

- 1) การมีส่วนร่วมของเยาวชนและผู้สูงอายุในการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่น ภายใต้ข้อจำกัด
- 2) การรังสรรค์และการนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว
- 3) การสร้างเครือข่ายศิลปินพื้นบ้านสู่การท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวท้องถิ่น
- 4) รูปแบบการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นแบบมีชีวิต
- 5) ระเบียบและกฎหมายที่เอื้อต่อการส่งเสริมและบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น
- 6) การแลกเปลี่ยนและเชื่อมโยงวัฒนธรรมท้องถิ่นระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยี่ยม

2. ธุรกิจท่องเที่ยวท้องถิ่น

2.1 ร้านอาหาร

- 1) การเชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมทางอาหาร
- 2) การจัดการร้านอาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวตลาด (Market Place) กับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น

2.2 ที่พัก

- 1) การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ธุรกิจที่พักแรมท้องถิ่นบนฐานอัตลักษณ์
- 2) การสร้างองค์กรแห่งความสุข (Happy Workplace) ในธุรกิจที่พักท้องถิ่น
- 3) การวางระบบเส้นทางสายอาชีพ (Career Path) ในธุรกิจที่พักท้องถิ่น

2.3 บริษัทนำเที่ยวท้องถิ่น

- 1) การยกระดับบริษัทนำเที่ยวท้องถิ่น (Local Travel Agent) สู่บริษัทบริหารจัดการ ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Management Company ; DMC) และบริษัทนำเที่ยว (Tour Operator)
 - 2) การพัฒนาทักษะผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวท้องถิ่นเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าคุณภาพเฉพาะ อาทิ กลุ่ม MICE กลุ่ม CEO
 - 3) การพัฒนาวิชาชีพและจรรยาบรรณของมัคคุเทศก์ท้องถิ่น
- 2.4 ธุรกิจเพื่อสุขภาพและความงามท้องถิ่น
- 1) การพัฒนาผู้ประกอบการสปาท้องถิ่น
 - 2) การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์สปาที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น
 - 3) การจัดการภาพลักษณ์ และสุขภาวะในที่ทำงานของพนักงานนวด
 - 4) คุณภาพของพนักงานนวดและเจ้าหน้าที่ในธุรกิจเพื่อสุขภาพและความงามท้องถิ่น
 - 5) การจัดการภูมิทัศน์และสุนทรียศาสตร์ของธุรกิจเพื่อสุขภาพและความงามท้องถิ่น
- 2.5 ธุรกิจขนส่งท้องถิ่น
- 1) ระบบบริหารจัดการธุรกิจขนส่งท้องถิ่น อาทิ รถเช่า เรือ และรถโดยสารประจำทาง
 - 2) การพัฒนาศักยภาพธุรกิจขนส่งของไทยให้เทียบเท่าสากล
 - 3) การพัฒนาห่วงโซ่อุปทานธุรกิจเรือท่องเที่ยวท้องถิ่น
 - 4) การจัดการความปลอดภัยในธุรกิจขนส่งท้องถิ่น

3. รัฐส่วนท้องถิ่น

- 3.1 นักวางแผน/นักการตลาด/นักประชาสัมพันธ์
- 1) การพัฒนาทัศนคติ ทักษะ และความเข้าใจ ถึงความสำคัญของการดำเนินงานในการพัฒนาการท่องเที่ยวท้องถิ่น สำหรับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
 - 2) การพัฒนาผู้นำขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวส่วนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน
- 3.2 นักวิชาการ ครู/อาจารย์ในสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น
- 1) การสร้างเครือข่ายนักวิชาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวท้องถิ่น
 - 2) การออกแบบการเรียนรู้เชิงบูรณาการกับภูมิสังคมในท้องถิ่น
 - 3) บทบาทสถาบันการศึกษาในท้องถิ่นในฐานะที่เป็นคลังสมองและข้อมูลของการพัฒนาการท่องเที่ยวท้องถิ่น
 - 4) การพัฒนาระบบการส่งเสริมการบริการวิชาการที่สอดคล้องกับความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวท้องถิ่น