

บทสรุปผู้บริหาร

การศึกษาวิจัยเรื่อง “แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร” มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) พัฒนาระบบฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร 2) จัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร การวิจัยโครงการนี้เป็นการวิจัยเชิงบูรณาการ (Integrated Approach) ที่การวิจัยเพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศโดยการศึกษาเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์ และการศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ สรุปและจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

ผลการวิจัยพบว่า

1. การพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ประกอบด้วยเว็บไซต์ ที่ให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารที่อยู่ในรูปแบบของข้อความ รูปภาพและรายการโทรทัศน์ (เที่ยวชิมลิ้มลอง) และยังสามารถเรียกดูผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Application) ได้อีกด้วย ซึ่งข้อมูลทั้งหมดแสดงผลอยู่ในรูปแบบของ Real Time ที่สามารถเชื่อมต่อกับระบบแผนที่และภาพถ่ายทางดาวเทียมได้

2. ผลการวิเคราะห์ SWOT ของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร พบว่า

จุดแข็ง: Strength-S คือ

1. มีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่สวยงามและเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น

2. มีทรัพยากรด้านอาหารที่มีความอุดมสมบูรณ์และความหลากหลายของพืชผักและผลไม้ในแต่ละภูมิภาค

3. ในแต่ละภูมิภาคของประเทศ มีความแตกต่างและมีเอกลักษณ์ทางด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มีมากมายและหลากหลาย

4. มีวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่สามารถสร้างเป็นจุดขายในระดับนานาชาติได้

5. มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอาหารและเป็นสินค้า OTOP ของแต่ละภูมิภาคได้

6. มีบุคลากรท้องถิ่นที่มีทักษะความรู้ความสามารถเฉพาะทางที่สามารถพัฒนาและให้ความรู้เพื่อนำไปใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

7. แต่ละภูมิภาคมีทรัพยากรธรรมชาติและปัจจัยอื่นๆ ทางด้านการท่องเที่ยวที่สามารถพัฒนาได้

จุดอ่อน: Weakness-W คือ

1. ขาดการประสานความร่วมมือทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชนในการร่วมกันจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

2. การกำหนดยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดร่วมกัน แต่ละองค์กรภาคเอกชนไม่ได้นำไปใช้อย่างเต็มที่และต่อเนื่อง

3. การให้น้ำหนักความสำคัญในการสนับสนุนงบประมาณของภาครัฐด้านการท่องเที่ยวมีน้อยมาก
4. นโยบายของแต่ละจังหวัดด้านการท่องเที่ยวไม่ค่อยชัดเจนและไม่ต่อเนื่อง
5. บุคลากรท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวยังขาดความคิดสร้างสรรค์ในการตั้งภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะชุมชน
6. ชุมชนยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร
7. ขาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร
8. ขาดมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นยังมีศักยภาพไม่เพียงพอต่อการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร
9. ขาดข้อมูลและสารสนเทศที่เป็นข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวที่ครอบคลุม เช่น ประวัติศาสตร์ การจัดการฐานข้อมูล และป้ายบอกทางไปแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น
10. การท่องเที่ยวของบางจังหวัดไม่ครบรอบปี ทำได้บางเฉพาะฤดูกาล
11. ขาดการศึกษาวิจัยองค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

โอกาส: Opportunity-O คือ

1. นักท่องเที่ยวใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นช่องทางในการสืบค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากขึ้น
2. นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมในเรื่องของอาหารท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น
3. ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีและมีชื่อเสียงในเรื่องอาหาร
4. แนวโน้มการท่องเที่ยวที่เน้นอาหารเป็นจุดเด่นระหว่างการเดินทางของนักท่องเที่ยวมีมากขึ้นในปัจจุบัน
5. นโยบายภาครัฐสนับสนุนการท่องเที่ยวเป็นรายได้หลักของประเทศ
6. รัฐบาลมีการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวของประเทศให้ดีขึ้น

อุปสรรค: Threat-T คือ

1. มีคู่แข่งที่เป็นประเทศที่ส่งเสริมในเรื่องของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารเพิ่มขึ้น เช่น มาเลเซีย
2. คนรุ่นใหม่ขาดการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและความเป็นความของอาหาร ทำให้ความรู้ในเรื่องนี้อาจจะสูญหายไปในอนาคตหากไม่มีการรักษาและถ่ายทอดไปสู่ลูกหลาน
3. มีภัยคุกคามใหม่ๆ ที่มีผลต่ออาหาร เช่น ภัยพิบัติทางธรรมชาติ ภาวะโลกร้อน

ผลการวิเคราะห์ BCG Matrix ที่ได้จากการประเมินและกำหนดค่าคะแนนสถานะแวดล้อมการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร มีค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักสูงสุดอยู่ระหว่าง จุดแข็ง (Strength) กับ โอกาส (Opportunity) ซึ่งตัดกันที่ +3.92, +3.77 ดังนั้นสถานะแวดล้อมหรือสถานการณ์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารตกอยู่ในสถานะ “ดาวรุ่ง” (Star) ซึ่งหมายถึงมีโอกาสดีเติบโตบนจุดแข็งที่มีอยู่ เช่น ประเทศไทยมีจุดแข็งทางด้านวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่สามารถสร้างเป็นจุดขายในระดับนานาชาติได้และโอกาสของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่จะเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมในเรื่องของอาหารท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น

แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

วิสัยทัศน์ คือ “ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารของอาเซียน (Hub of gastronomic tourism of ASEAN)”

วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียน
2. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารของแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย
3. เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่าง ชุมชน ภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารของแต่ละภูมิภาค
4. เพื่อเป็นสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารของแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย

ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ และ 12 กลยุทธ์ คือ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 1 มีการวางแผนและบูรณาการเชิงนโยบายในการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารของอาเซียน

กลยุทธ์ที่ 2 มีระบบและกลไกในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในระดับจังหวัด

กลยุทธ์ที่ 3 สร้างกระแสนิยมในการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารของประเทศไทย

กลยุทธ์ที่ 4 มีระบบติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนแม่บทการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารของประเทศไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในท้องถิ่นให้มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 5 ส่งเสริมให้ชุมชนใช้ศักยภาพที่มีในท้องถิ่นเพื่อพัฒนาให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

กลยุทธ์ที่ 6 พัฒนาบุคลากรขององค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบลให้มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

กลยุทธ์ที่ 7 ส่งเสริมและให้ความรู้กับชุมชนให้มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชนและชุมชน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 8 เพิ่มประสิทธิภาพในการประสานงานของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้กับประชาชน

กลยุทธ์ที่ 9 เพิ่มศักยภาพด้านการดำเนินธุรกิจการค้าและการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารให้กับชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมและพัฒนาการประชาสัมพันธ์และการตลาดท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 10 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารของแต่ละจังหวัด

กลยุทธ์ที่ 11 ใช้ระบบ Mobile Application เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

กลยุทธ์ที่ 12 การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

โดยภาพรวมแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารมีความเป็นไปได้สูงที่จะนำแผนนี้ไปสู่การนำไปปฏิบัติและประสบความสำเร็จ