

โครงการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาพื้นที่ บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏและภาคี (มรภ.วช.)

ความเป็นมา

เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏ 38 แห่ง ซึ่งดำเนินการขับเคลื่อนต่อเนื่อง ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง “การยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงนวัตกรรมเพื่อสร้างคุณค่าอัตลักษณ์พื้นถิ่นด้วยภูมิปัญญาและนวัตกรรมบนฐานเศรษฐกิจ BCG” เป็นสถาบันการศึกษาในพื้นที่ที่มีส่วนสำคัญอย่างในการร่วมกันพัฒนาท้องถิ่น เนื่องจากอยู่ใกล้กับพื้นที่และชุมชน ทำให้เห็นปัญหาของพื้นที่อันนำไปสู่การนำองค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรมไปช่วยยกระดับศักยภาพและพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ให้กับชุมชนโดยรอบรวมถึงเครือข่ายพันธมิตรกับหน่วยงานภาคีเครือข่ายต่าง ๆ ที่มีบทบาทในการใช้องค์ความรู้ ร่วมกันผลักดันและขับเคลื่อนการดำเนินงานให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม และมีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนประเทศตามเป้าหมายยุทธศาสตร์ของชาติและแนวนโยบายของรัฐบาลเป็นอย่างดีได้ดำเนินการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงนวัตกรรม เพื่อสร้างคุณค่าอัตลักษณ์พื้นถิ่นด้วยภูมิปัญญาและนวัตกรรมบนฐานเศรษฐกิจ BCG ส่งผลให้เกิดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ทั้งด้านมูลค่าและคุณค่าบนฐานอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น เกิดผลิตภัณฑ์มากมายซึ่งกระจายอยู่ในทุกภูมิภาคของประเทศสู่ระดับสากล โดยการสื่อสารต่อสาธารณชน เกิดการกระจายผลการดำเนินงานจากการนำองค์ความรู้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ยกระดับศักยภาพของชุมชนในวงกว้าง เพื่อการรับใช้สังคมอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ของโครงการ

๑. เพื่อพัฒนามูลค่าและเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์ด้วยกระบวนการพันธกิจสัมพันธ์มหาวิทยาลัยกับสังคม
๒. เพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชนสู่ชุมชนต้นแบบ ด้วยกระบวนการพันธกิจสัมพันธ์มหาวิทยาลัยกับสังคม
๓. เพื่อพัฒนาช่องทางการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชน
๔. เพื่อพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานวิจัยและพันธกิจสัมพันธ์มหาวิทยาลัยกับสังคมในระดับมหาวิทยาลัยและภูมิภาค

แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของภูมิภาครัตนโกสินทร์

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การยกระดับศักยภาพของชุมชน เพื่อรองรับความต้องการ/ความคาดหวังของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย

กลยุทธ์	แผนงานโครงการ-ผู้รับผิดชอบโครงการร่วม (Stakeholder)
๑. กลยุทธ์รักษาและพัฒนาอัตลักษณ์ของชุมชนให้โดดเด่นและแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น	๑. แผนการให้ความรู้แก่ชุมชนเพื่อให้เข้าใจอัตลักษณ์ ๒. แผนการพัฒนาอัตลักษณ์ของชุมชนให้โดดเด่นและแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น
๒. กลยุทธ์การปรับปรุง/เสริมสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและมาตรฐานความปลอดภัย	๑. แผนการรวบรวมข้อมูลปรับปรุง/เสริมสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและมาตรฐานความปลอดภัยตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ๒. แผนการสร้างและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและมาตรฐานความปลอดภัยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวปัจจุบันและอนาคต
๓. กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือระหว่างชุมชนเพื่อพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงโดยการสนับสนุนจากกลุ่ม มรภ.รัตนโกสินทร์	๑. แผนระยะยาวความร่วมมือของกลุ่ม มรภ.รัตนโกสินทร์ในการสนับสนุนการทำโปรแกรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยง ๒. แผนร่วมกันออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยง ๓. แผนการทดลองให้บริการการท่องเที่ยวเชื่อมโยงและวัดประสิทธิผลจากโปรแกรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยง

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การตลาดด้านการท่องเที่ยวผ่านการนำ Big Data ของนักท่องเที่ยวมาวิเคราะห์เพื่อทราบถึงพฤติกรรมและตอบสนองตามความต้องการ/ความคาดหวัง

กลยุทธ์	แผนงานโครงการ-ผู้รับผิดชอบโครงการร่วม (Stakeholder)
๑. กลยุทธ์การจัดการ Big Data ของนักท่องเที่ยว	๑. แผนการสร้างหน่วยงานที่สนับสนุนการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytic) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ๒. แผนการให้หน่วยงาน Data Analytic วิเคราะห์ Big Data นักท่องเที่ยวเพื่อให้ได้แนวทางการทำการตลาดที่ตรงความต้องการ/ความคาดหวัง
๒. กลยุทธ์การออกแบบและพัฒนาระบบฐานข้อมูล/โปรแกรม สำหรับสื่อสารและทำการตลาดกับนักท่องเที่ยว	๑. แผนการออกแบบและพัฒนาระบบฐานข้อมูลเพื่อจัดเก็บทั้งข้อมูลและผลการวิเคราะห์ข้อมูลของนักท่องเที่ยว ๒. แผนการนำข้อมูลที่วิเคราะห์จากระบบมาพัฒนาเป็นโปรแกรมสำหรับสื่อสารและทำการตลาดกับนักท่องเที่ยว
๓. กลยุทธ์ความร่วมมือกับพันธมิตรทางการสื่อสารทั้งออนไลน์และออฟไลน์ Marketing	๑. แผนการนำข้อมูล Big Data เรื่องการค้นหาข้อมูลของนักท่องเที่ยวผ่านสื่อทั้งออนไลน์และออฟไลน์ Marketing ๒. แผนการจัดอันดับสื่อออนไลน์และออฟไลน์ Marketing ที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความร่วมมือและทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวไทยในการสื่อสารให้ตรงกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างกระบวนการการมีส่วนร่วมตาม Tourism Journey

กลยุทธ์	แผนงานโครงการ-ผู้รับผิดชอบโครงการร่วม (Stakeholder)

<p>๑. กลยุทธ์การรวบรวมและวิเคราะห์ Tourism Journey ของ ทุก กลุ่มเป้าหมาย</p>	<p>๑. แผนการนำผลการวิเคราะห์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติมากำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่สำคัญ</p> <p>๒. แผนการวิเคราะห์ Tourism Journey ตั้งแต่การตัดสินใจค้นหาข้อมูล เกิดการเดินทาง ท่องเที่ยว มีความประทับใจ/พึงพอใจและกลับมาเที่ยวซ้ำ</p>
<p>๒. กลยุทธ์การวิเคราะห์ Stakeholders (เช่น ภาครัฐทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ภาคธุรกิจ และผู้ให้บริการรายย่อย)ที่เกี่ยวข้องกับ Tourism Journey</p>	<p>๑. แผนการวิเคราะห์ Stakeholders ที่เกี่ยวข้องกับทุก Touchpoint ของ Tourism Journey</p> <p>๒. แผนการระบุและจัดอันดับความสำคัญ Stakeholders ที่เกี่ยวข้องกับทุก Touch point ของ Tourism Journey</p> <p>๓. แผนการสร้างความสัมพันธ์ต่อ Stakeholders โดยพิจารณาจากความต้องการ/ความคาดหวัง/ประเด็น ของ Stakeholders</p>

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การเพิ่มมูลค่าของการบริการที่มีคุณภาพเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว

กลยุทธ์	แผนงานโครงการ-ผู้รับผิดชอบโครงการร่วม (Stakeholder)
<p>๑. กลยุทธ์การจัดการองค์ความรู้และปัญหาจากการให้บริการนำมาสร้างเป็น KM ให้ชุมชน</p>	<p>๑. แผนการรวบรวมองค์ความรู้จากผู้นำชุมชน/บุคคลสำคัญและระบุประเด็นปัญหาที่เกิดจากการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว</p> <p>๒. แผนการนำองค์ความรู้และปัญหามาออกแบบการส่งเสริม/อบรมความเข้าใจให้แก่ชุมชนเพื่อให้เกิด KM ด้านการบริการ</p> <p>๓. แผนการนำ KM ไปใช้ในการให้บริการเพื่อเกิดประสิทธิผลและนำมาทบทวน ปรับปรุงต่อไป</p>

	๔. แผนการสร้างคู่มือการให้บริการที่มีคุณภาพของชุมชน
--	---