

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยประยุกต์ (applied research) ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ข้อคือ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพของชุมชนนครชุมด้านการจัดการท่องเที่ยว ชุมชน ความรู้ ทักษะ และความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนชุมชนนครชุมด้านการจัดการ ตลาดท่องเที่ยว 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชุมชน นครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร และ 3) เพื่อวางแผนทางการจัดการทางการตลาด การท่องเที่ยวชุมชนนครชุม โดยประชาชนชุมชนนครชุมมีส่วนร่วม แหล่งข้อมูลการวิจัยประกอบด้วย ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนนครชุม จำนวน 370 คน ภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 89 คนและนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม และแบบทดสอบ และวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยจัดเวทีประชาคม สัมภาษณ์เชิงลึก และการ ปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (descriptive analysis) และทำการวิเคราะห์ SWOT สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณคือ ค่าสถิติ พื้นฐาน ความถี่ ร้อยละ ค่าค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากการศึกษาพบว่า ศักยภาพของชุมชนนครชุมด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน มีสิ่ง ที่น่าสนใจที่จะพัฒนาชุมชนนครชุมเป็นสถานที่ท่องเที่ยวชุมชน ที่เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในชุมชน รวมถึงสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ประเพณี วัฒนธรรม และ วิถีชีวิตของชุมชนแก่ผู้มาท่องเที่ยวทุกคน โดยความคิดเห็นของประชาชนเห็นว่า ชุมชนนครชุมมี ศักยภาพระดับมากในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน รวมทั้งมีความรู้ และความต้องการมี ส่วนร่วมที่จะพัฒนาให้ชุมชนนครชุมเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อีกทั้งภาคีที่เกี่ยวข้องและผู้นำ ชุมชนนั้น ต้องการส่งเสริมกิจกรรมที่จะสร้างความพร้อมให้กับชุมชนในการพัฒนาให้ชุมชนนครชุม เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในชุมชน และต้องการสนับสนุนในด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกและการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ชุมชนให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อ ตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเยือน ในส่วนผลของ การศึกษาการจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด 7P's นั้น พบว่า ควรมีการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจตามความสนใจของนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในการเสนอขายและสามารถรองรับการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี รวมถึงการ จัดการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อให้ชุมชนบ้านนครชุมเป็นที่รู้จักในกลุ่มตลาดเป้าหมายที่ต้องการ

โดยเสนอแนะว่า ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนด้านประชาสัมพันธ์เพื่อให้เป็นที่รู้จัก
สำหรับชุมชนนครชุมควรมุ่งนำการจัดการการตลาดทั้ง 7P's ไปประยุกต์ใช้ในชุมชน เพื่อรองรับ
กิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นให้เป็นอย่างดียั่งยืนในอนาคต

Abstract

The title of this research is community-based marketing management on tourism of ban nakornchum Kamphaengphet Province. This research is applied research by using Qualitative research and Quantitative research. The purposes of this research were: (1) to study of potential community of the tourism marketing management in Nakornchum, knowledge, attitude and participatory needed of people in Nakornchum community in tourism marketing management, (2) to study of behavior and tourism needed of the tourist in Nakornchum community, and (3) to plan the tourism marketing management of Nakornchum community by participatory action. The sources of data were 370 of people in Nakornchum community, 89 of Participatory Action Research on tourism and 400 of tourists by survey research methodology; questionnaires, test and qualitative research by the participatory discussion, the dept interview and the participatory action practice. The instrument of this study was descriptive analysis style and used the SWOT analysis style. The data collected was analyzed by means of percentage, frequency, Standard Deviation.

The findings of this study were the potential of Nakornchum community that was interesting to develop Nakornchum community in the field of tourism management; to inform the traditional and cultural of the community, the way of life in community including on traditional awareness on cultural preserving and the way of life of Nakornchum community to the visitors. View of people's opinion said that developing on tourism of Nakornchum community has high potential including knowledge and participatory action to develop of Nakornchun community to be the source of community tourism. Moreover, the community leaders and participatory actions have cooperated. The community Nakornchum is needed to promote the source of tourism in the field of culture and the way of life of people in community and the facilities and supporting are needed for advertising on public relation. These are needed for requirement and the tourists' behavior for visiting in this place. In the part of result in tourism marketing management in Nakornchum community by corporate using in 7P's procedure

marketing found that the style of tour package should arrange in tourists' attraction and promoting in sales campaign; beside, it can support on tourism all years round including public relations campaign for promoting Nakornchum community to be well-known in the requirement of marketing target group. Public relations should get from the related communities and organizations' supporting for being to know their community. Nakornchum community should take marketing management including the 7 P's procedure for adapting on using in community and the further tourism activities are sustainably.