บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG60T0042

ชื่อโครงการ : แนวทางการจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี เพื่อบูรณาการสู่เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก

ชื่อนักวิจัย : ดนัย วินัยรัตน์ และ ชนิดา จันทร์ตรี

โครงการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอุปสงค์และอุปทานการตลาดของการท่องเที่ยว มากำหนดกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี โดยทำการวิจัยเชิงสำรวจแบบมีส่วนร่วม และใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง การประชุมกลุ่มย่อย การประเมินศักยภาพตลาด เป็นเครื่องมือวิจัย และสรุปเป็นแนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า อุปสงค์การตลาดการท่องเที่ยว สะท้อนมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มอายุน้อยที่ต้องการเห็นของดีของชุมชนที่มีเอกลักษณ์ มีความเป็นของแท้ ต้องการประสบการณ์ใหม่ๆ และให้ความสำคัญกับการรักษาความสะอาด โดยเน้นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ในขณะที่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี แสดงให้เห็นศักยภาพของแหล่งวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและยังคงรักษาความดั้งเดิมไว้ได้ สามารถจัดกิจกรรมได้หลากหลาย โดยเน้นการเป็นแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้ และจากการวิเคราะห์สถานการณ์ สามารถกำหนดแนวทางการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี เป็นยุทธศาสตร์การพัฒนา 4 ยุทธศาสตร์ 9 กลยุทธ์ โดยมีจุดเน้นในแต่ละยุทธศาสตร์ คือ (1) จัดทำแผนพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพ สร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ที่มีความหลากหลาย เน้น “ความคุ้มค่า” โดยใช้เอกลักษณ์ท้องถิ่นและอัธยาศัยไมตรีสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับบนฐานทุนทางสังคม (2) ใช้อัตลักษณ์ชุมชนมาพัฒนาให้เกิดคุณค่าและเพิ่มมูลค่า ด้วยการออกแบบกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ (3) ใช้คุณลักษณะของคนไทยที่มีหัวใจบริการ ต้อนรับนักท่องเที่ยวเสมือนเป็นญาติ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวท้องถิ่นด้วยการฝึกอบรม (4) พัฒนาภาพลักษณ์การตลาด ด้วยแอพพลิเคชั่นประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ที่สามารถใช้ได้บนสมาร์ทโฟน และตั้งคณะกรรมการในรูปแบบชุมชนท่องเที่ยว เพื่อให้อุปทานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรีสามารถตอบสนองอุปสงค์ทางการ การตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถเป็นฐานบูรณาการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวและพัฒนาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก นำไปสู่การสร้างประโยชน์ให้กับท้องถิ่นได้อย่างเป็นรูปธรรม

คำสำคัญ: การจัดการตลาดการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, การบูรณาการ, เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก

Abstract

Code of project : RDG60T0042

Project name : Guideline for Marketing Management of Cultural Tourism in Phetchaburi Province for Integration to The Royal Coast

Researcher's names : Danai Winairat and Chanida Jantree

Objective of this research is studying tourist marketing demand and supply for determining strategies of Phetchaburi Cultural Tourism Marketing by Participatiory Survey Research and questionnaire, semi-struction interview, focus group discussion and marketing potential evaluation are used as the research tools. Then, all data is summarized and becomes the Guidelines of Phetchaburi Cultural Tourism Development. Result of the research shows that tourism marketing demand reflects vision of young tourists who need to be in the identical village of its real, absorb new experiences, focus on clean places and like to travel in the types of relaxation while Phetchaburi Cultural Tourism supply shows its potential of valued cultural site will be as a learning place.

SWOT Analysis and TOWS Matrix are used for creating 9 strategies of Phetchaburi Cultural Tourism Marketing Management Guideline in 4 strategics of (1) doing capability community developing plan and creating new good valued tourist activities by using local indentity and Thai hospitality to impress tourists considering on social capital carrying capacity, (2) designing creativity cultural touring route by using local value, (3) shows local service mind welcoming all tourists as a relative and increasing local tourism management by active training and (4) creating new Tourist Marketing Image with public relation online application that easies using on smart phone and establish Local Tourism Committee for managing local tourism. These 4 strategies are used for effectively matching tourist demand and integrating to develop the Royal Coast Image and concrete benefit to the local.

Keywords: Tourism Marketing Management, Cutural Tourism, Integration, The Royal Coast