

ชื่อเรื่อง : กลยุทธ์ทางการตลาดของการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมมลายู
ในเขตเศรษฐกิจพิเศษสงขลา

ชื่อนักวิจัย : ปาริชาติ วิสุทธิสมาจาร และคณะ

E-mail Address : parichart298@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมมลายู ในเขตเศรษฐกิจพิเศษสงขลา วิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมมลายู ในเขตเศรษฐกิจพิเศษสงขลา และพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมมลายู ในเขตเศรษฐกิจพิเศษสงขลา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสอบถามและการจัดประชุมกลุ่มย่อย จากกลุ่มตัวอย่างภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ องค์กรปกครองท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และนักท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษสงขลา และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่า

1. ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเรียนรู้

นักท่องเที่ยวต้องการเรียนรู้ด้านการแต่งกายมากที่สุด รองลงมา 2 อันดับแรก คือ ด้านอาหารและด้านประเพณีที่เกี่ยวข้องกับชาวมลายูในพื้นที่ และนักท่องเที่ยวต้องการการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ความเป็นอัตลักษณ์และลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น สภาพแวดล้อมที่มีความสร้างสรรค์ กิจกรรมและการบริการเชิงสร้างสรรค์ การบริการที่สร้างสรรค์ กิจกรรมที่สร้างสรรค์ การมีส่วนร่วมของชุมชน และต้องการประสบการณ์/ทักษะที่เกี่ยวข้องกับวิถีวัฒนธรรมมลายู

2. ส่วนประสมทางการตลาด นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมมลายู ในเขตเศรษฐกิจพิเศษสงขลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยภาพรวมและทุกประเด็นในระดับมาก โดยเฉพาะการให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สามารถนำไปสู่การสร้างประสบการณ์ทางด้านวิถีวัฒนธรรมมลายูและการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวได้ ด้านราคาสินค้าและบริการโดยภาพรวมและเกือบทุกประเด็นในระดับมาก ยกเว้นประเด็นความคุ้มค่าของราคากับคุณค่าที่ได้รับ ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ด้านสถานที่โดยภาพรวมและทุกประเด็นในระดับมาก โดยเฉพาะการให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ด้านการส่งเสริม โดยภาพรวมและเกือบทุกประเด็นในระดับมาก ยกเว้นประเด็นการส่งเสริมการตลาดแบบปากต่อปาก และผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ หรือ เฟสบุ๊ก ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ด้านบุคคล โดยภาพรวมและเกือบทุกประเด็นในระดับมาก ยกเว้นประเด็นผู้ให้บริการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว และผู้ให้บริการมีความสุภาพและมีจิตใจบริการ ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมและทุกประเด็นในระดับมาก โดยเฉพาะการให้ความสำคัญต่อการฟื้นฟูและอนุรักษ์ภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของชาวมลายูในพื้นที่ และด้านกระบวนการ โดยภาพรวมและทุกประเด็นในระดับ

มาก โดยเฉพาะการให้ความสำคัญต่อการสร้างความประทับใจต่อประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว

3. กลยุทธ์ทางการตลาดของการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมของชาวมลายู

กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ได้แก่ จัดทำโปรแกรมหรือเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมมลายูที่หลากหลาย การพัฒนาแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีวัฒนธรรมมลายูจากกลุ่มอาชีพที่มีอยู่ในพื้นที่ต่างๆ และการจัดกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวมลายูในพื้นที่และกิจกรรมสำหรับการเยี่ยมชมลักษณะทางกายภาพ วิถีชีวิต ประเพณี ศิลปกรรมและวัฒนธรรมของชาวมลายู **กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy)** ได้แก่ จัดทำและถ่ายทอดเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีวัฒนธรรมของชาวมลายูที่มีลักษณะเฉพาะของพื้นที่ และการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับวิถีวัฒนธรรมของชาวมลายูในพื้นที่ไปยังกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อต่างๆ **กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy)** ได้แก่ การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย การสร้างความแตกต่างของพื้นที่ โดยนำวิถีวัฒนธรรมมลายูที่มีลักษณะเฉพาะของพื้นที่ที่แท้จริง มาเป็นจุดขายให้แก่นักท่องเที่ยว และการกำหนดราคาของสินค้าและการให้บริการที่คำนึงถึงคุณค่าและประสบการณ์ทางด้านวิถีวัฒนธรรมมลายูที่นักท่องเที่ยว **กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy)** ได้แก่ การจัดกิจกรรมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเพณีและวัฒนธรรมของชาวมลายู และการฟื้นฟูและอนุรักษ์วิถีวัฒนธรรมที่มีลักษณะเฉพาะ การสร้างกระบวนการเรียนรู้และประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว และผู้ให้บริการมีความจริงจังและเต็มใจที่จะให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิถีวัฒนธรรมเป็นอย่างดี และสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ: กลยุทธ์ทางการตลาด การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ วิถีวัฒนธรรมมลายู

Research title : Marketing Strategies for Melayu's Cultural Tourism
in the Special Economic Zone of Songkhla.

Researcher: Parichart Visuthismajarn and team

E-mail Address : parichart298@gmail.com

Abstract

This research aims to study the perception of tourists in learning the Melayu's culture in Songkhla Special Economic Zone. Analysis of marketing mix was carried out to know the perception of tourists in learning Melayu's culture and to develop marketing strategies. Data were collected using questionnaires and focus group meetings from relevant sectors as local government, government, private agencies and tourists in Songkhla Special Economic Zone. Analysis of qualitative data was also included. The result indicated that tourists want to learn for clothing culture, food and traditions at the 1st, 2nd, 3rd, respectively priority in related to Malay in the area. Tourists want to expose learning via creative tourism, including magnet and local identity of the area. This identity should be included in creative learning environment, creative hospitality, local community participation and experience or skills related to Melayu's culture.

Tourists focused on the marketing mix for learning tourism of Melayu's culture in the aspect of tourism product. The overall perception of tourism product is very high, in particular, the emphasis could lead to a positive experience in the involvement of tourists in Melayu's culture. For pricing of goods and services as a whole, it was found that almost all issues were at a high level except for value and its worthwhile reached the highest level. For location, overall and all issues were at high levels, especially, the emphasis on tourism sites which can be linked to other attractions. For promotion, overall and almost every issue was at high levels except for word of mouth marketing, social media such as websites or Face book, which had the highest level. For human resources, overall, and almost every issue was on a high scale, except for host which received the highest level from tourists. For physical environment, overall and all issues were at a high level, in particular, the importance of restoring and preserving the wisdom and way of life of the local people in the area. For process, overall and all issues were at a high level, in particular, the importance of creating an impression of the experience gained from tourism.

For marketing strategy of tourism in learning Melayu's culture such as tourism products, it should develop is different style and reflect of Melayu's identity and in accordance with environment and atmosphere of the traditional Malay lifestyle. Hence, event activity should be organized for exploring experience and learning between tourists with community. In order to provide facilities for learning of tourists, they can learn Malay cuisine or traditional dessert. Apart from that the local food or dessert should be value added as souvenirs. Tourism products should include story-telling, especially food or sweets that are related to traditions or festivals, etc., or the development of home stay. These should serve from housewives or occupational groups within the area. For prices of goods and services, taking into account of the value by tourist 's experience of the Melayu culture. For promotion or sale, Melayu's culture route should be developed for the tour operators as a package of one day or two days. These routes should be connected to the main attractions such as culture or learning centres of local people. Therefore these centres should enhance activities for tourists to enjoy and learn about the Melayu culture.

For marketing promotion, Melalu's culture information should distribute to the niche tourists various media, such as the Internet and online communication as line or Face book. In particular marketing activities related to Melayu's culture in the area, such as celebrating the Hari Raya Festival, Asura melting rice ceremony or Malay food festival. For human resources, community should provide the service with good hospitality and service mind. This will lead to a good understanding and impression between host and tourist. For physical environment, local community should jointly restore and preserve the Malay culture in the area. This can be done through local curriculum by raising awareness and cultivating consciousness of their culture in the area. And it can be transferred to tourists through tourist activities. For learning process, creating the learning process and experience of Melayu's culture for tourists could be provided by knowledge banking, transferring knowledge to the youth, development of communication skills and knowledge transfer of community and to organize activities to create learning skills for tourists.

Key words: marketing strategy, learning tourism based, Melayu's culture