
การจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร

Marketing Management of Community-based on Tourism of

Ban Nakornchum Kamphaeng Phet Province

เพชรรา บุคสีทา*

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม จังหวัดกำแพงเพชรผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยประยุกต์ (Applied Research) ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ที่เน้นรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมจากชุมชน (Participatory Action Research: PAR) มีวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ข้อคือ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพของชุมชนนครชุมด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ความรู้ ทักษะ และความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนชุมชนนครชุมด้านการจัดการตลาดท่องเที่ยว 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชุมชนนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร และ 3) เพื่อวางแผนทางการจัดการทางการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม โดยประชาชนชุมชนนครชุมมีส่วนร่วม แหล่งข้อมูลการวิจัยประกอบด้วย ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนนครชุม จำนวน 370 คน ภาวการณ์เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 89 คนและนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามและแบบทดสอบ และวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยจัดเวทีประชาคม สัมภาษณ์เชิงลึก และการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม การศึกษาครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และทำการวิเคราะห์ SWOT สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณคือ ค่าสถิติพื้นฐาน ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

จากการศึกษาพบว่า ศักยภาพของชุมชนนครชุมด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน มีสิ่งที่น่าสนใจที่จะพัฒนาชุมชนนครชุมเป็นสถานที่ท่องเที่ยวชุมชน ที่เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในชุมชน รวมถึงสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนแก่ผู้มาท่องเที่ยวทุกคน โดยความคิดเห็นของประชาชนเห็นว่า ชุมชนนครชุมมีศักยภาพระดับมากในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน รวมทั้งมีความรู้ และความต้องการมีส่วนร่วมที่จะพัฒนาให้ชุมชนนครชุมเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อีกทั้งภาคีที่เกี่ยวข้องและผู้นำชุมชนนั้น ต้องการส่งเสริมกิจกรรมที่จะสร้างความพร้อมให้กับชุมชนในการพัฒนาให้ชุมชนนครชุมเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในชุมชน และต้องการสนับสนุนในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ชุมชนให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเยือน ในส่วนผลของการศึกษาการจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวชุมชน โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด 7P's นั้น พบว่า ควรมีการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจตามความสนใจของนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในการเสนอขายและสามารถรองรับการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี รวมถึง การจัดการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อให้ชุมชนบ้านนครชุมเป็นที่รู้จักในกลุ่มตลาดเป้าหมายที่ต้องการ โดยเสนอแนะว่า ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนด้านประชาสัมพันธ์เพื่อให้เป็นที่รู้จัก สำหรับชุมชนนครชุมควรนำการจัดการการตลาดทั้ง 7P's ไปประยุกต์ใช้ในชุมชน เพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นให้เป็นไปอย่างยั่งยืนในอนาคต

Abstract

The title of this research is marketing management of community-based 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 Nakornchum 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.

บทนำ

ตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร เป็นชุมชนโบราณกว่า 700 ปี มีซากโบราณสถานที่สำคัญยังปรากฏให้เห็นอยู่หลายแห่ง เช่น เจดีย์วัดหม่องกาแล วัดศรีลังกาเจดีย์ วัดเจดีย์คร่อมกลางทุ่ง กำแพงทุ่งเศรษฐี เจดีย์ ชุมกอ แนวกำแพงเมืองเก่าและคูน้ำ เจดีย์ราม วัดพระบรมธาตุทรงมอญที่สร้างทับเจดีย์เก่าทรงพุ่มข้าวบิณฑ์ ซึ่งพังทลายไป วัดพระบรมธาตุได้รับการพัฒนามาอย่างต่อเนื่องครั้งเมื่อสมเด็จพระพุทธเจ้าจารย์โตพรหมรังสีได้อ่านศิลาจารึกหลักที่ 3 นครชุม ซึ่งพบหลักฐานสำคัญทางประวัติศาสตร์ที่กล่าวถึงวัดพระบรมธาตุไว้และเมื่อปลายรัชกาลที่ 4 ได้มีคหบดีชาวพม่าเชื้อสายกะเหรี่ยงที่เข้ามา ทำขนมไม้ซีกเป็นคนในบังคับอังกฤษที่ได้เข้ามาสัมปทานไม้ซีก ซึ่งพะยาดะก่า ได้ขอพระราชทานซ่อมบูรณะเจดีย์ และมาแล้วเสร็จในปี พ.ศ 2445 โดยน้องชายชื่อ พระโป เมื่อ 100 กว่าปีมาแล้ว (2548) เป็นที่เคารพสักการะของประชาชนสืบต่อมาจนปัจจุบัน

ชุมชนชาวนครชุมเป็นชุมชนผสมผสานชาติพันธุ์ อันมีทั้งมอญ พม่า จีน โดยเฉพาะ ชาวเวียงจันทน์ที่อพยพมาและได้พึ่งพาอาศัยร่วมไม้ร่วมมือของเมืองนครชุมสืบเชื้อสายกันมาจนปัจจุบัน องค์พระบาทสมเด็จพระ

จุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้เสด็จเยี่ยมพสกนิกรของพระองค์ที่วัดพระบรมธาตุ เมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2449 เมื่อ 100 ปีมาแล้ว (2550) บ้านเรือนของชุมชนชาวนครชุมยังมีให้เห็นเป็นย่านเป็นกลุ่ม ๆ ตลอดแนวของถนน และด้านในเข้าไปอีกจำนวนมากที่ยังคงอนุรักษ์สภาพทางสถาปัตยกรรมดั้งเดิมเอาไว้ รวมทั้งวัดพระบรมธาตุ ดันศรีมหาโพธิ์อายุ 700 กว่าปี ที่องค์พระมหาธรรมราชาได้ทรงปลูกไว้ องค์พระมหาเจดีย์ที่บรรจุพระสารีริกธาตุ พิพิธภัณฑสถานของชุมชนที่น่าเสนอเรื่องราวของประวัติศาสตร์ชุมชน ปลูกจิตสำนึกให้ผู้คนเกิดความรักและหวงแหนในสมบัติของท้องถิ่น และเป็นการศึกษาของผู้สนใจทั่วไป

ดังนั้น การจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมประเพณีของชาวชุมชนเมืองเก่าที่น่าสนใจอย่างยิ่ง จึงจำเป็นต้องจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนนครชุมสามารถจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวชุมชน โดยคนในชุมชนบ้านนครชุมมีส่วนร่วม เพื่อชุมชนจะได้รับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม รวมถึงวางแผนกลยุทธ์ในการนำนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยประยุกต์ (Applied Research) ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่เน้นรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมจากชุมชน (Participatory Action Research: PAR) โดยมีกระบวนการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพของชุมชนนครชุมด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน และความรู้ทัศนคติ และความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนชุมชนนครชุมด้านการจัดการตลาดท่องเที่ยว

ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนนครชุม จำนวน 370 คน ภาวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้แก่ ผู้ประกอบการนำเที่ยว หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการที่พักและผู้เกี่ยวข้องกับการคมนาคม จำนวน 89 คนใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชน และภาวที่เกี่ยวข้องที่มีต่อลักษณะทางกายภาพและทรัพยากร การท่องเที่ยวของชุมชนนครชุมจังหวัดกำแพงเพชรต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ความรู้ความเข้าใจและความต้องการของคนในชุมชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนนครชุม

ขั้นตอนที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชุมชนนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร

ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชุมชนชนนนครชุม จำนวน 400 คน ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านนครชุม

ขั้นตอนที่ 3 เพื่อวางแผนทางการจัดการทางการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนชนนนครชุม โดยประชาชนชุมชนชนนนครชุมมีส่วนร่วม

ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการจัดเวทีประชาคม และการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กับประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนชนนนครชุม ผู้นำชุมชน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชุมชนชนนนครชุม และภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้แก่ ผู้ประกอบการนำเที่ยว หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการที่พักและผู้เกี่ยวข้องกับการคมนาคม กลุ่มละประมาณ 5 คน ดำเนินการโดยการนำข้อมูลจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 ประกอบกับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของชุมชนในการให้บริการด้านการท่องเที่ยว มาพิจารณาร่วมกันเพื่อหาข้อสรุปแนวทางการจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนชนนนครชุมโดยชุมชน ตามส่วนประสมการตลาด 7P's ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People) ด้านกระบวนการ (Process) และ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) เพื่อให้ได้แนวทางการจัดการการตลาดที่คำนึงถึงทั้งในส่วนของการบริการการท่องเที่ยว ผู้ให้บริการ และผู้เข้าไปใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยว

ผลจากการวิจัย

1. ศักยภาพของประชาชนชนนนครชุม ผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ของรัฐ และภาคีที่เกี่ยวข้อง ด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน และความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมของชุมชนชนนนครชุมด้านการจัดการตลาดท่องเที่ยว

ศักยภาพของประชาชนชนนนครชุม ผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ของรัฐ และภาคีที่เกี่ยวข้อง ด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ภาพรวมมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49) คือศักยภาพด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ด้านสาธารณูปโภค ด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริการการท่องเที่ยว (ร้านอาหาร/ที่พัก) และศักยภาพด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย มีศักยภาพในระดับปานกลาง

ความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชน ผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ของรัฐ และภาคีที่เกี่ยวข้อง ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนชนนนครชุม อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28)

ความรู้ความเข้าใจของคนในชุมชน ผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ของรัฐ และภาคีที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนชนนนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า มีความรู้เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนชนนนครชุม ร้อยละ 80

2. พฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชุมชนนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร และความต้องการของประชาชนชุมชนนครชุมในการให้บริการด้านการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชุมชนนครชุม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 53.0 รองลงมาเป็นเพศชาย ร้อยละ 47.0 อายุ 21-30 ปี มากที่สุด ร้อยละ 38.5 รองลงมา อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 22.0 ระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด ร้อยละ 36.5 รองลงมา มัธยมศึกษา ร้อยละ 26.3 ประกอบอาชีพเกษตรกร มากที่สุด ร้อยละ 29.0 รองลงมาประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 13.5 ภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดกำแพงเพชร มากที่สุด ร้อยละ 71.5 รองลงมา อยู่ในจังหวัดอื่น ๆ ร้อยละ 28.3 และที่อยู่ปัจจุบัน อยู่ในจังหวัดกำแพงเพชร มากที่สุด ร้อยละ 80.8 รองลงมา อยู่ในจังหวัดอื่น ๆ ร้อยละ 19.3 เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัว มากที่สุด ร้อยละ 47.8 รองลงมา เดินทางมาด้วยรถจักรยานยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 40.5 จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง (รวมทั้งตัวของนักท่องเที่ยว) 1-5 คน มากที่สุด ร้อยละ 77.0 รองลงมา 6-10 คน ร้อยละ 19.0 ลักษณะกลุ่มในการเดินทางท่องเที่ยว โดยมากับครอบครัว มากที่สุด ร้อยละ 47.3 รองลงมา มากับกลุ่มเพื่อน ร้อยละ 39.5 วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อน มากที่สุด ร้อยละ 53.8 รองลงมา เพื่อความสนุกสนาน ร้อยละ 12.8

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อลักษณะทางกายภาพและทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนนครชุมต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22) เมื่อพิจารณารายด้านที่มีความคิดเห็นในระดับมากคือ ความสมบูรณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น โอกาสใน การพบเห็น (โบราณสถาน/วัด/งานประเพณี/น้ำตก) ของนครชุม ลักษณะเด่นทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ สภาพความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยว (ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น ความสมบูรณ์ของโบราณสถาน วัด หรืองานประเพณี) ลักษณะเด่นทางธรรมชาติและค่าน่าสนใจของคลองสวนหมากแม่น้ำปิง ความงดงามของทัศนียภาพทางธรรมชาติและลักษณะภูมิประเทศ ลักษณะเด่นที่น่าสนใจของทรัพยากรการท่องเที่ยวเช่น วัด โบราณสถาน ฯลฯ วัฒนธรรมท้องถิ่นและสภาพความเป็นอยู่ของชุมชน ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวทาง ความหลากหลายของกิจกรรมนันทนาการในทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน การประชาสัมพันธ์และการสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากการเดินทางมาท่องเที่ยวของชุมชนนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73) เมื่อพิจารณารายด้านที่มีความพึงพอใจระดับมากคืออรรถยาศัยและความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น ทำเลที่พักของสถานที่พักมีความเงียบสงบเป็นส่วนตัว การได้รับประสบการณ์เรียนรู้เรื่องราวและท่องเที่ยวชุมชนนครชุม คุณภาพของห้องพักที่เหมาะสมกับราคา การรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว การตกแต่งห้องพัก มีความสะอาดเรียบร้อย ขนาด

ของห้องพักมีความเหมาะสมอยู่ในสภาพดี ทำเลที่พักระหว่างตามความต้องการและการให้บริการร้านอาหารที่เพียงพอตามความต้องการ ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถานที่พัก และรูปแบบและการออกแบบตกแต่งที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสถานที่พัก อาหารที่ให้บริการมีคุณภาพ การให้บริการพนักงานโรงแรม/รีสอร์ท ฯลฯ อาหารที่ให้บริการมีราคาเหมาะสม การจัดและให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่พัก ห้องน้ำ ห้องสุขา ถึงขยะ ลานจอดรถ การให้บริการข้อมูลความรู้เกี่ยวกับทรัพยากร การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ศิลปกรรม และวัฒนธรรม การจัดและให้บริการร้านค้าด้านอาหาร ขายของฝากของที่ระลึก และคุณภาพของสื่อให้ข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับพื้นที่ เช่น เอกสารเผยแพร่ ป้ายสื่อความหมาย นิทรรศการ ศูนย์ข้อมูลบริการนักท่องเที่ยว การดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวโดยเจ้าหน้าที่ของรัฐหรือชุมชน

3. แนวทางการจัดการทางการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม โดยชุมชนบ้านนครชุมมีส่วนร่วม

3.1 ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม โดยใช้เทคนิค SWOT Analysis ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths : S)

ชุมชนนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร มีจุดแข็งในด้านการท่องเที่ยวชุมชนหลายประการคือ ชุมชนนครชุมมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน ตั้งแต่สมัยรัชกาลของสมเด็จพระมหาธรรมราชาลิไท ได้ทรงก่อพระศรีมหาธาตุและปลูกต้นพระศรีมหาโพธิ์ในเมืองนี้ จัดเป็นเมืองสำคัญเมืองหนึ่งของสุโขทัย การตั้งถิ่นฐานของชุมชนเมืองนครชุมมีมาแต่โบราณมากกว่า 700 ปี เคยรุ่งเรืองมาก่อนที่จะสร้างเมืองชากรุงเวียงจันทน์ออกของแม่น้ำปิง หรือเมืองกำแพงเพชรเป็นสถานที่ที่พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวจะเสด็จถึงเมืองกำแพงเพชร พ.ศ.2449มีวัดพระบรมธาตุที่เป็นที่ประดิษฐานของพระบรมสารีริกธาตุ มีแหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรม ได้แก่โบราณสถานเขตรัญญิกและกำแพงเมืองโบราณ วัดพระบรมธาตุวรวิหาร วัดสว่างอารมณ์ ตลาดร้อยปีนครชุม สถาปัตยกรรมเรือนพื้นถิ่น มีขนบธรรมเนียมประเพณีที่ปฏิบัติสืบทอดกันมาแต่โบราณตลอดทั้งปี เช่น 1) วันมาฆบูชา ตรงกับวันเพ็ญกลางเดือนสามของทุกปี 2) ประเพณีตรุษไทย ตรงกับวันสิ้นเดือนสี่ของทุกปี 3) ประเพณีสงกรานต์ ตรงกับวันที่ ๑๓ - ๑๕ เมษายนของทุกปี 4) วันวิสาขบูชา ตรงกับวันขึ้น ๑๕ ค่ำ เดือน ๖ วันเข้าพรรษา ตรงกับวันขึ้น ๑๕ ค่ำ เดือน ๘ 5) เทศกาลบุญมหาชาติ ตรงกับวันขึ้น ๑๔ ค่ำ เดือน ๑๐ 6) เทศกาลบุญบาตรข้าวต้ม ตรงกับวันขึ้น ๑๕ ค่ำ เดือน ๑๑ 7) พิธีทอดผ้าป่าแถวและลอยกระทง ตรงกับวันขึ้น ๑๕ ค่ำ เดือน ๑๒ 8) ประเพณีการทอดผ้าป่าของชาวนครชุมมีวิธีการปฏิบัติแตกต่างจากทางภาคอื่น ๆ 9) งานประเพณีบพระ- เล่นเพลงในอดีตเมื่อวันเพ็ญเดือนสาม หรือวันมาฆบูชา 10) งานประเพณีสารทไทยกล้วยไข่เมืองกำแพงเพชร จัดขึ้นในช่วงเทศกาลวันสารทไทย ตรงกับวันสิ้นเดือนสิบ หรือแรม ๑๕ ค่ำ เดือน ๑๐ 11) ประเพณีการละเล่น การละเล่นพื้นเมืองดั้งเดิม และการละเล่นปัจจุบันของชาวนคร

ชุมและชาวเมืองกำแพงเพชรที่ยังคงปรากฏอยู่บ้างได้แก่ การเล่นระบำ ลูกช่วง นางด้ง แม่ศรี คล้องช้าง มอญซ่อนผ้า ลิเก รำวง หมอลำ เพลงฉ่อย ซึ่งการละเล่นเหล่านี้นิยมเล่นกันในวันตรุษ คือวันสิ้นเดือน ๕ เริ่มเล่นก่อนวันสิ้นเดือนถึงวันขึ้นเดือนใหม่ เล่นในเวลาเย็นและกลางคืน ในสมัยก่อนเล่นกัน ๓ วัน ๓ คืน บางแห่งถึง ๗ วัน ๗ คืนก็มี

ชาวบ้านชุมชนนครชุมมีอัธยาศัยไมตรีที่เป็นมิตร ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี และมีความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยว มีศักยภาพด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ศักยภาพด้านสาธารณูปโภค ศักยภาพด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย ศักยภาพด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว ศักยภาพด้านการบริการ การท่องเที่ยว (ร้านอาหาร/ที่พัก) มีศักยภาพในระดับมาก และผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ของรัฐ และภาคที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของชุมชนเห็นด้วยเกี่ยวกับการพัฒนานครชุมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวในทุก ๆ ด้าน

จุดอ่อน (Weaknesses : W)

ด้านลักษณะทางกายภาพและทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนนครชุม ที่ยังไม่เพียงพอต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว คือ การกำจัดขยะ/สิ่งปฏิกูล การกำจัดและบำบัดน้ำเสีย สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ป้าย ม้านั่งพักผ่อน ถังขยะ

ด้านความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนนครชุมจังหวัดกำแพงเพชร มีความต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนนครชุม อยู่ในระดับปานกลาง ดังนี้ การมีส่วนร่วมด้านนโยบายการจัดการ การมีส่วนร่วมด้านการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา การมีส่วนร่วมด้านการลงทุน การมีส่วนร่วมด้านการร่วมปฏิบัติงาน และการมีส่วนร่วมด้านการติดตามและประเมินผล ซึ่งถือว่ายังไม่เพียงพอที่จะพัฒนานครชุมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

ด้านความรู้ความเข้าใจของคนในชุมชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน นครชุม จังหวัดกำแพงเพชร ที่ประชาชนจะต้องพัฒนาความรู้ความเข้าใจในเรื่องดังต่อไปนี้คือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมทางด้านวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของชุมชนนครชุม การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จัดได้เฉพาะชุมชนชาวเขา หรือชุมชนกลุ่มน้อยที่มีวัฒนธรรมและประเพณีเฉพาะเท่านั้น การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ต้องคำนึงถึงรายได้และผลตอบแทนที่มากที่สุด การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ควรมีการเชิญชวนนายทุน หรือนักลงทุนต่างถิ่นเข้าร่วมลงทุนทำธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับคนในชุมชน การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ควรมีการคิดค้นประเพณี หรือวัฒนธรรมใหม่ ๆ ขึ้นมาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ควรให้หน่วยงานภาครัฐเป็นผู้วางแผนดำเนินการทุกขั้นตอน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมน้อยที่สุด การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ไม่จำเป็นต้องทำให้นักท่องเที่ยวสนุกสนาน และเพลิดเพลินกับการท่องเที่ยวของชุมชนนครชุม

ผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ของรัฐและภาคีที่เกี่ยวข้อง มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวนครชุมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ที่ยังไม่เพียงพอต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวคือการให้ความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนกฎระเบียบแก่ผู้ประกอบการและประชาชนท้องถิ่น การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและการสื่อความหมายธรรมชาติแก่นักท่องเที่ยว ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ เช่น วิทยุสื่อสาร พาหนะ เป็นต้น การเปิดโอกาสให้เอกชนประกอบการให้บริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ภายใต้กฎระเบียบของชุมชน การจัดให้มีเจ้าหน้าที่สื่อความหมายที่พร้อมจะให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ความสามารถในการป้องกันดูแลรักษาสภาพธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว การประสานงานกับผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ประชาชน ท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องในด้านกฎระเบียบ และคุณภาพของการท่องเที่ยวความเพียงพอของบุคลากรที่มีความสามารถด้านภาษาต่างประเทศในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ความเพียงพอของจำนวนบุคลากรในการให้บริการการท่องเที่ยวในพื้นที่

โอกาส (Opportunities: O)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อลักษณะทางกายภาพและทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนนครชุมต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ในด้านต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก และมีความชื่นชอบต่อการเข้ามาท่องเที่ยวชม ลักษณะเด่นทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ ความสมบูรณ์ของโบราณสถาน วัด หรืองานประเพณี ความงดงามของทัศนียภาพทางธรรมชาติและลักษณะภูมิประเทศ วัฒนธรรมท้องถิ่นและสภาพความเป็นอยู่ของชุมชนท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2547-2550 ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์การแข่งขัน การวิเคราะห์และกำหนดตำแหน่งยุทธศาสตร์ ปรับปรุงและจัดทำตำแหน่งของประเทศไทยในตลาดการท่องเที่ยวโลก เพื่อหาตำแหน่งที่เหมาะสมในการส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวของประเทศไทย ทั้งนี้โดยเน้นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพได้มาตรฐาน ปรับตำแหน่งยุทธศาสตร์สู่ตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ บนพื้นฐานการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อให้ประเทศไทยเป็น “ศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชีย” (Tourism Capital of Asia) ใน 3 ปี ภายใน พ.ศ.2550 และแนวทางการพัฒนาภาคบริการและการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีเป้าหมายหลัก 7 ประการ คือ 1) สาธารณูปโภค ที่พักและสาธารณูปโภค 2) การเข้าถึงและการคมนาคม 3) แหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย 4) วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ 5) ความปลอดภัยและความมั่นคงทางการเมือง 6) อสังหาริมทรัพย์และการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศ และ 7) อาหารอร่อยและสะอาด และได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2547-2550 โดยชุมชนนครชุมอยู่ในแนวทางการพัฒนาภาคบริการและการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีเป้าหมายวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่ตั้งอยู่ ณ ตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ได้ให้การสนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวชุมชนเป็นอย่างดี และจังหวัดกำแพงเพชร มียุทธศาสตร์ของจังหวัดที่จะพัฒนาสนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวชุมชนในแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดด้วย

อุปสรรค (Threats: T)

เนื่องจากการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนนครชุมยังไม่ได้รวมตัวกันอย่างเป็นทางการ หรือระบบการบริหารจัดการยังไม่ชัดเจน จึงทำให้ไม่ได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณและการประชาสัมพันธ์จากทางจังหวัดและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่าที่ควร เพราะงบประมาณและการประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ทุ่มลงไปกับแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูงเป็นส่วนใหญ่ การพัฒนาให้ชุมชนนครชุมเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจึงเป็นไปได้ช้า

จังหวัดกำแพงเพชร เป็นจังหวัดที่มีเส้นทางผ่านของนักท่องเที่ยว จากกรุงเทพฯ ไปยังจังหวัดทางภาคเหนือ นักท่องเที่ยวไม่ค่อยนิยมที่จะแวะเข้าไปท่องเที่ยว ณ ชุมชนนครชุม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของชุมชนคือ คนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกำแพงเพชรเป็นส่วนใหญ่

3.2 ส่วนที่ 2 แนวทางการจัดการทางการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม โดยชุมชนบ้านนครชุมมีส่วนร่วม

ผู้วิจัยจึงอาศัยข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้ เสนอแนะเป็น แนวทางการจัดการทางการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร โดยมีรายละเอียดดังนี้ คือ

วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objective)

การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด เป็นไปตามแนวคิดการวางแผนด้านการตลาดท่องเที่ยวของ Westlake (1999) ที่กล่าวว่า สิ่งสำคัญที่สุดในการวางแผนการตลาดการท่องเที่ยวคือ การตั้งวัตถุประสงค์ทางการตลาด เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการ จัดการโดยชุมชนตอบสนองความต้องการของชุมชน โดยคำนึงถึงความยั่งยืนในเรื่องสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ต้องมีการเตรียมการและวางแผนเพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อความยั่งยืนทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยที่ชุมชนเป็นผู้ได้ประโยชน์อย่างแท้จริงทางด้านเศรษฐกิจ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นจะเน้นให้ความสำคัญกับการมีชุมชนเป็นศูนย์กลาง ดังนี้

วิสัยทัศน์	เพื่อพัฒนาชุมชนนครชุมเป็นสถานที่ท่องเที่ยวชุมชน ที่เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในชุมชน รวมถึงสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนแก่ผู้มาท่องเที่ยวทุกคน
วัตถุประสงค์หลัก	เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนนครชุม เรียนรู้ประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในชุมชน สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ประเพณี วัฒนธรรมแก่ผู้มาท่องเที่ยว รวมถึงการเพิ่มรายได้แก่คนในชุมชน และการประชาสัมพันธ์ชุมชนนครชุมให้เป็นที่รู้จัก

ตำแหน่งทางการตลาด (Marketing Positioning)

ชุมชนนครชุม ควรวางตำแหน่งทางการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งการเรียนรู้ประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในชุมชน สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ประเพณี วัฒนธรรมแก่ผู้มาท่องเที่ยว

ตลาดกลุ่มเป้าหมาย (Market Segmentation)

ตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทย	กลุ่มนักเรียน / นักศึกษา ในพื้นที่ กลุ่มขับรถเดินทางมาท่องเที่ยว กลุ่มวัยทำงาน
ตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	กลุ่มที่เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว กลุ่มที่เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว กลุ่มเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง

4.แนวทางการจัดการทางการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม

4.1 การจัดการด้านสินค้า (Product Management)

จากสินค้าที่ชุมชนนครชุมมีอยู่ และความต้องการของนักท่องเที่ยว ชุมชนควรจัดให้มีการบริหารจัดการอย่างเป็นรูปธรรมอย่างแท้จริง และสามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี เนื่องจากประเพณี วัฒนธรรมทางศาสนาซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวชุมชนสามารถนำเสนอได้ทุก ๆ เดือนตลอดทั้งปี

4.2 การจัดการด้านราคา (Price Management)

ชุมชนนครชุมยังไม่มีจัดการด้านราคาอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม ผู้วิจัยได้ทำการประชุมชาวบ้านและกำหนดเป็นราคาเดียวกัน โดยคิดราคาจากค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุน ดังรายการต่อไปนี้

4.2.1.ค่ารถไฟฟ้าที่ขออนุญาตใช้จาก อบจ. โดยจ่ายเป็นค่าเบี้ยเลี้ยงคนขับรถ 200 บาท ต่อ 1 คัน

4.2.2.ค่ามัคคุเทศก์ท้องถิ่น คนละ 200 บาท (มัคคุเทศก์ 1 คน ต่อ นักท่องเที่ยว 4-5 คน)

4.2.3.ค่าตอบแทนชุมชนนักแสดงการละเล่นพื้นเมืองดั้งเดิม คนละ 200 บาท (ครั้งหนึ่งประมาณ 4 – 6 คน)

4.2.4.ค่าเช่าจักรยาน 50 บาท / คัน / ครั้งวัน (กรณีไม่ได้เดินทางด้วย รถไฟฟ้า)

4.2.5.ค่าเอกสารและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

4.3 การจัดการด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place Management) ชุมชนนครชุมยังไม่มี การจัดการด้านช่องทางจัดจำหน่ายอย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้น เพื่อให้ชุมชนมีนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ผู้วิจัยได้ทำ การประชุมกลุ่มกับชุมชน เสนอว่า ควรจัดช่องทางจัดจำหน่ายที่เหมาะสมกับชุมชนไว้ 3 ช่องทางคือ ช่องทางที่ 1 ให้โรงเรียนต่าง ๆ ในจังหวัดกำแพงเพชร ช่องทางที่ 2 ขายผ่านบริษัทนำเที่ยว และช่องทางที่ 3 ขายผ่าน สมาคม ชมรม หรือการเดินทางมาเป็นหมู่คณะของผู้มาปฏิบัติงาน หรือราชการ หรือประชุมในจังหวัด กำแพงเพชร

4.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion Management) สามารถกระทำได้โดย ประชาสัมพันธ์โดยวิทยุชุมชน วารสารการท่องเที่ยว ใบปลิว แผ่นพับ ไปสเตอร์ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ ท้องถิ่น หนังสือพิมพ์รายวัน ขอความช่วยเหลือจากท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชรในการประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยวชุมชน

4.5 การจัดการด้านบุคลากร (People Management) ชุมชนนครชุมยังไม่มี การจัดการด้าน บุคลากร อย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้น บุคลากรที่ทำหน้าที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวของชุมชน จะต้องเป็น ชาวบ้าน หรือสมาชิกในชุมชนร่วมดำเนินการทั้งหมด และส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่น มีอัธยาศัยดียิ้มแย้ม แจ่มใสอยู่เสมอ และเนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เพิ่งเริ่มดำเนินการ ชุมชนไม่มีความพร้อมในการจัดการ ท่องเที่ยวเท่าที่ควร ยังไม่มีการวางแผนงานด้านบุคลากรว่าใครควรรับผิดชอบหน้าที่ใด และแต่ละหน้าที่ จำเป็นต้องได้รับความรู้เพิ่มเติมในด้านใด ทุกกลุ่มในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริง โดยอาศัยแกนนำที่มี ความเข้มแข็งในการรวมกลุ่ม

4.6 การจัดการด้านขั้นตอนการให้บริการ (Process Management) ชุมชนนครชุมยังไม่มี การจัดการด้านขั้นตอนการให้บริการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม ตามแนวคิดของ Rust และคณะ

(1996) ที่อธิบายไว้ว่า ขั้นตอนการให้บริการ หมายถึง ขั้นตอนต่าง ๆ ในการให้บริการลูกค้านับแต่เข้ามาใช้บริการจนถึงสิ้นสุดทุกขั้นตอนนั้น ชุมชนนครชุมขั้นตอนการให้บริการยังขาดความราบรื่นและต่อเนื่อง เพราะบริเวณชุมชนยังไม่มีการบริหารจัดการอย่างเป็นขั้นตอน ดังนั้น กลุ่มท่องเที่ยวที่ถูกจัดตั้งขึ้นโดยชุมชนจึงจำเป็นต้องทำการตกลงกันว่า จะมีขั้นตอนการให้บริการอย่างไร ทั้งนี้สามารถขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการท่องเที่ยวจากมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จากการประชุมในขั้นต้นกับชุมชน ชุมชนจะต้องจัดป้ายบอกทางสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชน มีรถจักรยานให้บริการอย่างเพียงพอ รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องนำ ที่บริการน้ำดื่ม ที่พัก เป็นต้น

4.7 การจัดการด้านภาพลักษณ์ของชุมชน (Physical Evidence Management) ชุมชนนครชุมจะต้องจัดการองค์ประกอบด้านกายภาพทั่วไปภายในชุมชน เพื่อให้ชุมชนที่ทัศนที่สวยงาม รักษาโบราณสถาน สถาปัตยกรรมเรือนพื้นถิ่น ดูแลในเรื่องความสะอาดบริเวณชุมชน ความเหมาะสมของที่จอดรถ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา ถนน เป็นต้น

การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยตามโครงการการจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร ได้เกิดประโยชน์ต่อบุคคล ชุมชนและหน่วยงานดังนี้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำแนวทางการจัดการทางการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุมไปใช้ในการจัดทำการจัดตั้งกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนอย่างเป็นทางการ การประชาสัมพันธ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนต่อไปได้
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำแนวทางการจัดการทางการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุมไปใช้ในการจัดทำประชาสัมพันธ์เชิงรุก ไม่ว่าจะเป็นการเชิญสื่อมวลชนมา ทัศนศึกษา จัดทำสารคดีโทรทัศน์ หรือจัดทำบทความพิเศษลงในวารสารการท่องเที่ยว การทำสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ หรือแม้แต่การจัดทำคู่มือท่องเที่ยวชุมชนบ้านนครชุมเพื่อแจกให้กับนักท่องเที่ยว ดังนั้นในการประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนบ้านนครชุมเป็นที่รู้จักจึงต้องขอความร่วมมือจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสนับสนุนและประชาสัมพันธ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวต่อไป
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำโครงการรณรงค์การให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ชุมชน โดยชุมชน และเพื่อชุมชนให้กับประชาชนและภาคที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ประโยชน์กับแหล่งท่องเที่ยวร่วมกัน
4. ชุมชนมีแนวทางในการเตรียมความพร้อมทั้งในด้านสถานที่ กิจกรรมการท่องเที่ยว บุคลากร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ตามส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้านของผลิตภัณฑ์บริการ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวชุมชนที่จะเกิดขึ้น เพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวเป็นของชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่าง

แท้จริง เกิดความภาคภูมิใจแก่ชาวบ้านนครชุมทุกคน ซึ่งชุมชนสามารถนำแพ็คเกจที่จัดขึ้นไปประยุกต์ใช้ โดยสามารถกำหนดราคากิจกรรมต่าง ๆ เป็นราคาต่อบุคคล และกำหนดเป็นราคาแพ็คเกจใหม่ได้

5. ชุมชนมีแนวทางในการส่งเสริมให้ชาวบ้านมีความชำนาญในการผลิตสินค้า เพื่อเป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นมีคุณภาพได้มาตรฐานและมีความหลากหลาย เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน รวมถึงการเตรียมความพร้อมให้กับชาวบ้านเพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อไป

อภิปรายผล

การวิจัยแนวทางการจัดการทางการตลาดการท่องเที่ยวชุมชน โดยชุมชนบ้านนครชุมมีส่วนร่วม ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามกระบวนการจัดการการท่องเที่ยวด้วยการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) กับประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนนครชุม ผู้นำชุมชน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชุมชนนครชุมและภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง ซึ่งผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่ได้เป็นผลิตภัณฑ์ของใครคนใดคนหนึ่ง แต่เป็นของชุมชนเล็ก ๆ ชุมชนหนึ่งที่สามารถเปิดตัวเองเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ด้วยเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนนี้กำลังเป็นจุดเปลี่ยนของโลกแห่งการท่องเที่ยว เป็นทางเลือกใหม่เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรท่องเที่ยว นั้น ๆ และมีส่วนได้ส่วนเสียที่เกิดจากการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวที่จัดโดยชุมชนนั้นมีจุดขายที่หลากหลาย ทั้งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต การอนุรักษ์ รวมทั้งมีการพัฒนารูปแบบเพื่อสร้างความยั่งยืนสู่คนรุ่นลูกหลานและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่นอย่างแท้จริงได้จะต้องผ่านกระบวนการให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของชุมชน โดยคำนึงถึงความยั่งยืนในเรื่องสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ให้ชุมชนอยู่ในบทบาทของเจ้าของกิจกรรมการท่องเที่ยว ไม่ใช่เพียงผู้ให้ความร่วมมือ ดังนั้นการท่องเที่ยวโดยชุมชนก็คือ การท่องเที่ยวในหมู่บ้านที่มีการจัดการท่องเที่ยวอยู่แล้ว และหมู่บ้านก็จัดการท่องเที่ยวนั้น ต้องมีการเตรียมการและวางแผนเพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยที่ชุมชนเป็นผู้ได้ประโยชน์อย่างแท้จริงทางด้านเศรษฐกิจ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นจะเน้นให้ความสำคัญกับการมีชุมชนเป็นศูนย์กลาง

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2539). กองวิชาการและแผนการ. การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.
กรุงเทพฯ:การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ขวัญฤทัย บุญยะเสนา. (2544). การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภออุ้มผางจังหวัดตาก.
เชียงใหม่: กรุงเทพฯ:วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- คัทธนา คัทธนา. (2543). พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวบนเกาะเกร็ด.
กรุงเทพฯ: การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
คณะวนศาสตร์. (2542). แผนส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ชุมชนบ้านทุ่งสูงจังหวัดกระบี่.
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จิราภรณ์ ศรีวิเศษ.(2545). การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
โดยชุมชนบ้านทุ่งสูง จังหวัดกระบี่. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2542). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2.กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นพรัตน์ มุณีรัตน์. (2541). การสื่อสารในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคีรีวง อำเภอลานสกา
จังหวัดนครศรีธรรมราช. กรุงเทพฯ:วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นาคม ชีรสวรรณจักร. (2541). ความคิดเห็นของประชาชนท้องถิ่นต่อการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
กรณีศึกษา: อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต,
สาขาสังคมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. คณะมนุษยศาสตร์,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 23-25.
- ภัทรอนงค์ ณ เชียงใหม่. (2544). แนวกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจังหวัดลำปาง.
เชียงใหม่: การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว),
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รุ่ง กาญจนวิโรจน์. (2543,มกราคม-มีนาคม). แนวโน้มการท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 21. จุลสารการท่องเที่ยว,19
(1), 4-7.

รัตน์ะ บัวสนธ์.(2543). การวิจัยเชิงคุณภาพ. พิษณุโลก:เอกสารคำสอนคณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร

รัตน์ะ แพ่งเกษร.(2540).การสัมมนาเพื่อการปฏิบัติการการตลาด.ปทุมธานี:มหาวิทยาลัยรังสิต.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

อุไรพรรณ ปรากฏอุดมทรัพย์. (2544). ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์:

กรณีศึกษาชุมชนบ้านทุ่งสูง จังหวัดกระบี่. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.