

ชื่อเรื่อง : การวางแผนการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา
จังหวัดสมุทรสงคราม ในปี พ.ศ.2551

ผู้เขียน : ขวัญข้าว พูลเพิ่ม, ศศิธร เจตานนท์, เอื้องบุญ อุระรัตน์

ประธานที่ปรึกษา : ผศ.ดร. ครรชิตพล ยศพรไพบุลย์

ประเภทสารนิพนธ์ : การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2550

บทคัดย่อ

จุดมุ่งหมาย

1. ต้องการเพิ่มยอดจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาจากปี 2549 จำนวน 900,000คนต่อปี ให้ตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ 1,000,0000 คนต่อปี ในปี 2551 คิดเป็นร้อยละ 10
2. ต้องการสร้างรายได้ในแต่ละครัวเรือนจากปีที่ผ่านมา ให้เพิ่มขึ้นในปี2551 เป็น 90,000บาทต่อปี คิดเป็นร้อยละ 25
3. ต้องการเพิ่มผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้ว อาทิ งานลอยกระทงสาย เทศกาลปลาหมึกแมลงทอง งานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ให้มากขึ้น เพื่อเป็นช่องทางเลือกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสกับอดีต และความเป็นชุมชนอันเก่าแก่อีกแห่งหนึ่งที่มีระยะทางไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร
4. ต้องการพัฒนาลตลาดน้ำอัมพวาให้เป็นตลาดน้ำที่ได้มาตรฐาน เป็นตลาดน้ำดีเด่นของจังหวัดสมุทรสงครามในปี 2551

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวางแผนการตลาดฉบับนี้เน้นวิธีการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาผ่านช่องทางที่จะกระจายสินค้าและบริการไปถึงมือผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว) อย่างทั่วถึง ในเวลาและสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และเชิงวัฒนธรรม โดยการดำเนินงานนั้นได้วิเคราะห์สถานการณ์ภายในตามหลัก MP – MF ประกอบด้วย การตลาด (M : Marketing) การผลิต (P : Production) การบริหารจัดการ (M : Management) และการเงิน (F : Finance) และวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก โดยการใช้หลัก MC Step จากนั้นได้วางกลยุทธ์

ทางการตลาดโดยพิจารณาจากข้อมูลที่เป็นอยู่ เป็นแนวทางในการวางแผนระยะยาวและระยะสั้น โดยได้มีการกำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (8p's) ทั้งด้าน Products , Price , Place, Promotion , People , Process , Productivity & Quality , Physical Evidence

ผลการศึกษาค้นคว้า

พบว่าตลาดน้ำอัมพวาเป็นตลาดท่องเที่ยวสำหรับชาวไทยมากกว่าชาวต่างประเทศและปัญหาที่พบคือ การขาดการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว สุขอนามัยด้านสุขา และเมื่อมาท่องเที่ยวเกิดการเบียดเสียด เนื่องจากพื้นที่แคบและมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเกินพื้นที่ที่จะรับได้ โดยเฉพาะในวันเสาร์

อย่างไรก็ตาม คณะผู้ศึกษาได้วางแผนการส่งเสริมการตลาดในส่วนของการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น โดยเน้นทั้งการเข้าถึงสื่อ การผลิต ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ สร้างกระบวนการผลิตสินค้าในชุมชนและการเน้นกิจกรรมที่ทุกคนมีส่วนร่วม ทั้งนี้เพื่อให้ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดน้ำยามเย็น เป็นทางเลือกที่นักท่องเที่ยวสามารถมาได้ตลอดเวลา