

การวิจัยครั้งนี้วัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ 1) เพื่อวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายในและภายนอก ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านศรีดงเย็น ตำบลบ้านช้าง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อระบุตำแหน่งทางการตลาดของธุรกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านศรีดงเย็น 3) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมของธุรกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านศรีดงเย็น 4) เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านศรีดงเย็น ผู้ให้ข้อมูล คือ สมาชิกชมรมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านศรีดงเย็น จำนวน 60 คน ซึ่งใช้วิธีสุ่มแบบง่าย ส่วนเครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามเพื่อการสัมภาษณ์ และการจัดประชุมเพื่อระบุแนวทางการดำเนินงานตามกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวของชุมชน

ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกชมรมการท่องเที่ยวระบุว่าชุมชนมีจุดแข็งด้านเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิตชนเผ่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแสดงทางวัฒนธรรม การแต่งกาย และภาษาพูด ส่วนในเรื่องจุดอ่อนคือ ราคาของสินค้าและผลิตภัณฑ์ยังไม่มีความมาตรฐานที่ชัดเจน และไม่มีการสร้างตราสัญลักษณ์ ซึ่งโอกาสที่สมาชิกชมรมการท่องเที่ยวระบุคือ การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงและนักท่องเที่ยวให้ความสนใจในการท่องเที่ยวชนเผ่าเพิ่มขึ้น รวมถึงอุปสรรค ได้แก่ การแข่งขันทางการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ปัญหาทางการเมือง เศรษฐกิจ อีกทั้งการกำหนดราคาของบริษัทนำเที่ยวและผู้ประกอบการไม่มีความแน่นอน

การระบุตำแหน่งทางการตลาดของการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านศรีดงเย็นพบว่า สมาชิกชมรมการท่องเที่ยวระบุว่า การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนมีจุดแข็งทางด้านวิถีชีวิตชนเผ่าที่คงความเป็นเอกลักษณ์ ตลอดจนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และมีแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงที่มีชื่อเสียง ในขณะที่เดียวกันนั้นมีอุปสรรคเกิดขึ้นเช่นกันทั้งในเรื่องการแข่งขันทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น ปัญหาความมั่นคงทางการเมืองและเศรษฐกิจ ตลอดจนการกำหนดราคาของบริษัทนำเที่ยวและผู้ประกอบการไม่มีความแน่นอน ดังนั้นสมาชิกชมรมการท่องเที่ยวมีแนวทางการดำเนินการโดยอาศัยกระบวนการคือ การขยายตัวสู่ตลาด และการเพิ่มบริการแก่ลูกค้า

การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมของการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านศรีดงเย็น พบว่าสมาชิกชมรมการท่องเที่ยวได้ร่วมกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม คือ 1) การส่งเสริมทางการตลาด 2) การสร้างเครือข่ายพันธมิตร และประสานงานระหว่างหน่วยงาน ผู้ประกอบการและองค์กรที่เกี่ยวข้อง 3) การพัฒนาศักยภาพของชุมชนให้มีความเข้มแข็งทางการท่องเที่ยว 4) การพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว

การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านศรีดงเย็น พบว่า สมาชิกชมรมการท่องเที่ยวได้ร่วมกันวางแผนการดำเนินงานตามกลยุทธ์ โดยการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงเพื่อกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ วัตถุประสงค์ ตลอดจนการดำเนินการตามกลยุทธ์และแผนงานที่สมาชิกชมรมการท่องเที่ยวร่วมกันกำหนดขึ้น เพื่อให้การดำเนินการธุรกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านศรีดงเย็น ตำบลบ้านช้าง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ นั้นประสบความสำเร็จ รวมทั้งการดำเนินการตามแผนงานหรือโครงการที่ชุมชนได้กำหนดแนวทางการดำเนินการไว้โดยอาศัยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความร่วมมือและสนับสนุน ตลอดจนการส่งเสริมให้เกิดแนวทางการปฏิบัติให้เป็นผลสำเร็จได้อย่างแท้จริง

This study aimed to do the following : 1) an analysis of internal and external environment affecting the success of community's tourism business at Ban Sridongyen community, Ban Chang Sub-District, Mae Taeng District, Chiang Mai province; 2) identification of market positioning of tourism business by Ban Sridongyen community; 3) determination of appropriate marketing strategies of tourism business by Ban Sridongyen community; and 4) marketing strategy planning of tourism business by Ban Sridongyen community. Data were obtained from 60 members of Tourism Business club of Ban Sridongyen community. The respondents were sample group obtained by drawing lots. The tool used for collecting data was questionnaire for finding ways for project implementation to achieve the goal in the management of tourism business of the community. The following were results of the study:

It was revealed that members of Tourism Business club had found that their community had a strong point on its unique, tradition, culture, and way of life; particularly on their costumes and language. However, the following were found to be a weak point of the community: product price, unclean standard of products, and the absence of logo. The connection of neighboring tourist spots was identified to draw tourists to visit the community. Problems encountered were politics, economy, and uncertainty of tour service charge.

Members of Tourism Business club found that the management of tourism of their community had a strong point on unique way of life, interesting tourism activities, and well-known neighboring tourist spots. On the other hand, increased competition on tourism activities, political instability, economical uncertainty, and uncertainty of tour service charge were problems encountered. Thus, members of Tourism Business club had plans for their project implementation using the process of market approach and service adding for customers.

It was found that members of Tourism Business club had participated in the determination of appropriate marketing strategies : 1) marketing promotion; 2) establishment of alliance networks and coordination among entrepreneur and concerned organizations; 3) potential development of the community for strong tourism business; and 4) development of form of tourism activities.

It was found that members of Tourism Business club had participated in project planning and implementation on the determination of vision, mission, and goal. Thus this was a part of the factors affecting the success of tourism business of Ban Sridongyen community.