

กลยุทธ์ทางการตลาดงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตำบลหนองขอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
Marketing Strategies on the Exhibition of Ubon Plants Festival to
Promote Agricultural Tourism in Nong Khon Sub-district,
Muang District, Ubonratchathani Province

พิชญ์จิรา นาถ่านาค* พรชัย ศักดิ์ศิริโสภณ ปวีรรต สมนึก
Pitjira Nathamnark*, Pornchai Saksirisophon, Pariwat Somnuek
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
Liberal Arts, Ubon Ratchathani University
Pitjira_Kie@hotmail.com

Received: April 20, 2019

Revised: June 19, 2019

Accepted: June 21, 2019

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบททั่วไปของงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกการจัดงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล และสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตำบลหนองขอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

ผลการศึกษาพบว่า งานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล ตำบลหนองขอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เป็นเทศกาลแสดงพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับสองของจังหวัดอุบลราชธานี รองจากงานเกษตรอีสานใต้ของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จัดขึ้นระหว่างเดือนธันวาคมถึงเดือนมกราคมของทุกปี ภายในงานช่วงเช้ามีกิจกรรม อาทิ ประกวดการจัดสวนไม้ดอกไม้ประดับ การแข่งขันจัดซุ้มงานแต่งงาน การประกวดเขียนเรียงความ และการประกวดแต่งกลอน เป็นต้น ในช่วงเวลากลางคืนมีกิจกรรมการประกวดแข่งขันวงดนตรีพื้นเมือง การประกวดร้องเพลง การประกวดนางงาม และกิจกรรมบันเทิงอื่น ๆ โดยเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมงานโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

กลยุทธ์ทางการตลาดของงานนิทรรศการพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล มีวิสัยทัศน์ คือ “พันธุ์ไม้งามเทศกาลงานประจำปี สู่การบริการครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายอย่างมีคุณภาพ ก้าวไปข้างหน้าสู่ความเป็นเลิศ” และการส่งเสริมการจัดงานนิทรรศการในภายภาคหน้า ประกอบไปด้วย ยุทธศาสตร์ทางการตลาด 3 ยุทธศาสตร์ดังต่อไปนี้ 1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว 2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมการตลาดสู่การรับรู้ของนักท่องเที่ยว และ 3. ยุทธศาสตร์การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนทางการท่องเที่ยว โดยมี 7 กลยุทธ์ 11 โครงการ

คำสำคัญ: กลยุทธ์การตลาด การท่องเที่ยวเชิงเกษตร นิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล

Abstract

The research aimed to investigate the general context of the exhibition of Ubon Plants Festival, to analyze the internal and external circumstances of the exhibition of Ubon Plants Festival, and to create the marketing strategies on the exhibition of Ubon plants festival to promote agricultural tourism in Nong Khon sub-district, Muang district, Ubon Ratchathani province.

The findings of the study revealed that this exhibition, which was held in every January, was considered one of the greatest plants festival in Ubon Ratchathani province after the Southeastern Agriculture Fair organized by Ubon Ratchathani University. In the morning, there were activities like gardening arrangement, mock wedding organizing, an essay writing, and a poem writing competition. At night there were different activities, for example, folk music competition, a signing contest, a beauty contest and other entertainment activities. As regards the promotion of the exhibition, the following strategies should be considered: development of the tourism personnel, development and promotion of the marketing to an awareness of tourists, and development of supportive factors.

Keywords: Marketing strategies, Agro-tourism, Exhibition of Ubon Plants Festival

บทนำ

ในช่วงไตรมาสแรกของปี 2561 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวรวมกว่า 9.98 แสนล้านบาท เติบโต 16.07% จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา (BLT Bangkok, 2561) โดยกรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ตั้งเป้าหมายเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวร้อยละ 8 โดยรัฐบาลและกรมการท่องเที่ยวยังคงมุ่งเน้นการปรับโครงสร้างการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การเป็นแหล่งท่องเที่ยวอดนียมอย่างยั่งยืน โดยจัดทำแผนการตลาดด้านการท่องเที่ยวไว้ตั้งแต่ต้นปี คาดการณ์ว่าจะเป็นปีที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยต้องเผชิญความท้าทายอย่างมาก โดยเฉพาะการแข่งขันจากหลาย ๆ ประเทศที่ให้ความสำคัญกับการทำตลาดท่องเที่ยวมากขึ้น (ประชาชาติธุรกิจ, 2561) การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะสามารถนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ โดยหากมีการวางแผนการตลาดประกอบกับการจัดการที่ดี จะส่งผลให้องค์กรหรือผู้มุ่งหวัง บรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งไว้ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการตลาดมีความสำคัญต่อธุรกิจหรือองค์กรต่าง ๆ เป็นอย่างมาก อาทิ มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ มีความสำคัญต่อหน่วยงานภาครัฐ มีความสำคัญต่อองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร มีความสำคัญต่อผู้บริโภค ธุรกิจท่องเที่ยว หรือไม่ว่าวันแม้แต่การท่องเที่ยวภาคการเกษตร (มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2561)

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวจะได้ทั้งความเพลิดเพลินและความรู้กลับไปประยุกต์ใช้หรือประกอบอาชีพได้ โดยที่ สุดแล้ว คือ การกลับไปเพื่อค้นหา เรียนรู้ เข้าใจ ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม สวนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยง แหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่าง ๆ การคิดค้นนำเอาทรัพยากรทางธรรมชาติมาจัดเป็นรูปแบบการท่องเที่ยว จัดกิจกรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจและอยากเดินทางไปเที่ยว และเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยรวมเอาการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างรายได้อันดับ 1 และการเกษตรที่สามารถสร้างรายได้อันดับ 2 ให้กับ

ประเทศรวมเข้าด้วยกัน ผลที่ได้ คือ นักท่องเที่ยวได้ทั้งเที่ยวและชมผลผลิตทางเกษตร ตลอดจนได้เรียนรู้วัฒนธรรมของชาวบ้านในพื้นที่นั้น ๆ และเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับคนในเมืองที่ต้องการความรู้ ความเพลิดเพลิน ได้ประสบการณ์ใหม่ ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้น (นันทพรธม พูลอ่ำ, 2560) สอดคล้องกับงานของ กิติพจน์ แสนสิงห์ (2551) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านบัวเทิง ตำบลท่าช้าง อำเภอสว่างวีระวงศ์ จังหวัดอุบลราชธานี ที่ชุมชนเป็นพื้นที่การเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยชุมชนใช้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็น เครื่องมือในการส่งเสริมฟื้นฟูอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมให้อยู่ได้อย่างยั่งยืน เกิดการกระจายรายได้ไปสู่กลุ่มต่าง ๆ ในชุมชนอย่างเป็นธรรม การให้ความรู้ด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว ยังเป็นการสร้างเครือข่ายเผยแพร่แนวคิดออกไปยังชุมชนอื่น ให้ชุมชนอื่นสามารถนำรูปแบบการท่องเที่ยวนี้ไปประยุกต์ใช้ จากที่กล่าวมาข้างต้นในประเด็นด้านการตลาดและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ยังสอดคล้องกับงานของ จารุณี กมลขันธ์กร (2557) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดนนทบุรี ที่พบสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากขึ้น รวมถึงแรงจูงใจที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยลักษณะของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบสัมผัสความเป็นธรรมชาติ ความเป็นกันเอง ชอบบรรยากาศแบบสบายเดินทางมาเที่ยวกันทั้งครอบครัว โดยผู้วิจัยได้สร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สอดคล้องกับลักษณะพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวให้ตรงต่อความต้องการมากที่สุด

การจัดทำกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยว นั้น สามารถสร้างรายได้ให้กับการท่องเที่ยวไทยเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดงานเทศกาล ประเพณีต่าง ๆ ซึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ถือได้ว่าเป็นแหล่งรวบรวมศิลปวัฒนธรรมที่สืบต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น มีเทศกาลงานประเพณีต่าง ๆ ที่นอกจากจะบอกเล่าเรื่องราวประวัติความเป็นมาของชุมชนหรืองานเทศกาลประเพณีต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดีแล้ว ยังเป็นส่วนหนึ่งสำคัญที่สามารถสร้างรายได้ให้กับจังหวัด หรือคนในพื้นที่นั้น ๆ ยกตัวอย่าง เช่น งานประเพณีบุญบั้งไฟ จังหวัดยโสธร งานพระธาตุพนม จังหวัดนครพนม งานแสดงช้าง จังหวัดสุรินทร์ งานประเพณีบุญหลวง การละเล่นผีตาโขน จังหวัดเลย และประเพณีแห่เทียน จังหวัดอุบลราชธานี เป็นต้น

จังหวัดอุบลราชธานี เป็นจังหวัดหนึ่งที่ตั้งอยู่ในแถบภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เป็นเมืองใหญ่ริมฝั่งแม่น้ำมูลที่มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานมากกว่า 200 ปี มีพื้นที่กว้างใหญ่ แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 25 อำเภอ มีความโดดเด่นเรื่องประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีการจัดงานบุญประเพณี และงานเทศกาลที่หลากหลาย อาทิ งานบุญประจำปีเดือน (ฮีตสิบสองคองสิบสี่) งานประเพณีไหลเรือไฟ ในวันออกพรรษา ประเพณีแห่เทียนพรรษา เป็นงานบุญที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของจังหวัดอุบลราชธานี จัดขึ้นในวันอาสาฬหบูชา งานเทศกาลขนมหวาน อาหารอร่อย งานเทศกาลไม้ดอกไม้ประดับ และรวมไปถึง “งานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีที่ตำบลหนองขอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี”

ชุมชนหนองขอน เป็นชุมชนหนึ่งในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี มีเนื้อที่ทั้งหมด 246 ไร่ ในอดีตชุมชนหนองขอนมีประชากรอาศัยอยู่ทั้งสิ้นจำนวน 7 หมู่บ้าน ปัจจุบันเพิ่มเป็น 15 หมู่บ้าน เรียกชื่อชุมชนตามลักษณะทางกายภาพในอดีตที่มีขอนไม้อยู่มากในบริเวณบึงรอบหมู่บ้าน โดยชุมชนหนองขอนเป็นชุมชนที่มีความโดดเด่นทางด้านเกษตร ประเภทไม้ดอกไม้ประดับ และไม้ผล โดยในอดีตเป็นศูนย์กลางในการส่งออกไม้ดอกไม้ประดับที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีการส่งออกไม้ดอกไม้ประดับ และไม้ผลไปทั่วทุกภาคประเทศ สามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการอย่างมหาศาล โดยริเริ่มครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2536 จนถึงปัจจุบัน เริ่มจากการที่หน่วยงานเล็งเห็นความสำคัญของการประกอบอาชีพเพื่อสร้างรายได้เพิ่มให้กับ

คนในชุมชน จึงเปิดให้ประชาชนเช่าพื้นที่เพื่อขายสินค้าโดยคิดค่าเช่าเพียงเดือนละ 300 บาท ต่อมาจึงถือกำเนิดเป็นธุรกิจเล็ก ๆ ของชุมชนขึ้น ภายหลังเริ่มธุรกิจขยายตัวจนสามารถสร้างรายได้มหาศาลให้กับคนในชุมชน

เนื่องด้วยสาเหตุนี้ จึงทำให้ชุมชนเกิด “งานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล” ขึ้น โดยผู้นำชุมชนมีความต้องการให้งานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบลเป็นงานประเพณีประจำปีของชุมชนหนองขอน โดยงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบลนี้ จะจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีที่ชุมชนหนองขอนอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ภายในระหว่างช่วงเดือนธันวาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ เป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 4 วัน ขึ้นอยู่กับความพร้อมและความสะดวกของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ให้ประชาชนเข้ามาเที่ยวชมงานได้รับความรู้จากการจัดนิทรรศการของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ภายในงานมีการจัดแสดงและจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับ ไม้ยืนต้น พืช ผัก ผลไม้ ผลิตภัณฑ์ด้านการเกษตร สินค้าชุมชน การแสดงด้านวัฒนธรรม การเกษตรและเทคโนโลยี โดยลักษณะของงาน จะมีการจัดแสดง และจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับ ในราคาถูก ประการประกวดจัดซุ้มเจ้าของสวนที่ร่วมจัดแสดงและจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับ มีการแสดงและการประกวดประเภทต่าง ๆ อาทิ การประกวดร้องเพลง การประกวดเขียนเรียงความของนักเรียน/นักศึกษา การแข่งขันประกวดจัดซุ้มแต่งงาน เพื่อชิงเงินรางวัล พร้อมทั้งมีการแสดงของวงหมอลำพื้นบ้าน และดนตรีหลากหลายประเภท ตลอดคืน

ในช่วงแรกของการจัดงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล ของชุมชนหนองขอน อำเภอเมืองอุบลราชธานี มีผู้ให้ความสนใจเข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก เนื่องจากกระยะทางที่อยู่ไม่ไกลจากตัวเมืองอุบลราชธานี จึงสะดวกต่อการเดินทางเข้าถึง แต่ช่วง 3 ปีหลังมานี้ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมางานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบลมีจำนวนลดน้อยลง เนื่องจากชุมชนหนองขอนยังคงมีปัญหาด้านการจัดการต่าง ๆ อาทิ ด้านการจัดการรูปแบบของงาน หรือการจัดการพื้นที่สาธารณะประโยชน์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และยังขาดการขาดการส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบลยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำกลยุทธ์แผนการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพอย่างสูงสุด และสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้จริง จึงทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวลดน้อยลงในทุกปี เนื่องจากการตลาดที่ไม่เข้มข้น และไม่สามารรถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้ สอดคล้องกับงานของ อาภาพรรณ จันทนาม (2556) ศึกษาเรื่อง การส่งเสริมการตลาดการจัดประชุมสีเขียวในประเทศไทย โดยใช้เครื่องมือการส่งเสริมการตลาด การโฆษณา และการให้ข่าวในการประชาสัมพันธ์ในการให้ข้อมูลกับลูกค้า และ ส่วนที่ช่วยผลักดันการส่งเสริมการตลาดนอกจากนี้ชุมชน ยังขาดความสามารถในการวิเคราะห์การตลาดและสร้างกลยุทธ์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากปัจจัยหลายประการที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา เช่นลักษณะทางกายภาพของการจัดนิทรรศการ ความหลากหลายและความน่าสนใจของกิจกรรมภายในงาน หรือสิ่งต่าง ๆ อันจะเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล

ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษากลยุทธ์ทาง การตลาดงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล ตำบลหนองขอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ว่ากลยุทธ์ทางการตลาดแบบใดที่เหมาะสมกับงานนิทรรศการ เทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล โดยผู้วิจัยจะศึกษาบริบททั่วไป รวมถึงวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล ว่ายังคงขาดหรือมีความต้องการที่จะสนับสนุนปัจจัยใด เพิ่ม อันจะนำไปสู่ความพึงพอใจสูงสุดของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อนำผลการสำรวจมาใช้ในการวิเคราะห์และสร้างกลยุทธ์การตลาดงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตำบลหนองขอน อำเภอเมือง จังหวัด อุบลราชธานี ที่เหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบททั่วไปของงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล ตำบลหนองขอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพภายนอกการจัดงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล ตำบลหนองขอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
3. เพื่อสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตำบลหนองขอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) และเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยการแนะนำของหน่วยตัวอย่างที่ได้เก็บข้อมูลไปแล้ว จำนวน 30 คน และการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการใช้ดุลยพินิจของผู้วิจัย โดยพิจารณาจากผู้ที่มีส่วนร่วมในการจัดงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล จำนวน 15 คน ตามวัตถุประสงค์ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์แบบทางการและไม่เป็นทางการ ใช้คำถามที่เป็นลักษณะปลายเปิด (Open-ended Question) ที่มุ่งให้ผู้ตอบมีอิสระในการตอบคำถาม และการสัมภาษณ์ โดยใช้เทคนิคการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) โดยมีผู้เข้าร่วมการประชุมจำนวนทั้งสิ้น 14 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการเชิงพรรณนา (Qualitative Technique) ด้วยวิธีการวิจัย เอกสาร (Documentary Research) โดยใช้แนวคิดองค์ประกอบของการท่องเที่ยว แนวคิดการวิเคราะห์ SWOT ANALYSIS และแนวคิดการส่งเสริมการตลาด ในการวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาด งานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล ตำบลหนองขอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

วิเคราะห์ผลการศึกษา

ใช้การวิเคราะห์ผลการศึกษาจากแนวคิดปัจจัยทางด้านองค์ประกอบทั่วไปของการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล โดยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) จากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบลและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล รวมไปถึงการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว โดยนำเสนอตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังต่อไปนี้

1. บริบททั่วไปของงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล ตำบลหนองขอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยวิเคราะห์ตามแนวคิดขององค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่

ด้านดึงดูดใจ (Attraction) การจัดงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล ตำบลหนองขอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ในแต่ละปีจะมีรูปแบบการจัดงานที่แตกต่างกันออกไป มีบริเวณพื้นที่ของการจัดงานทั้งหมด 24.6 ไร่ เป็นเทศกาลพันธุ์ไม้ที่ใหญ่เป็นลำดับสองของจังหวัดอุบลราชธานี ภายในงานมีพันธุ์ไม้ราคาถูกให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ อีกทั้งยังมีความหลากหลายของประเภทพันธุ์ไม้ชนิดต่าง ๆ โดยภายในงานมีการพื้นที่แบ่งพื้นที่ออกเป็น 4 ส่วนได้แก่ ส่วนที่ 1 บริเวณร้านค้าและทางเดิน ส่วนที่ 2 บริเวณพื้นที่สาธารณะประโยชน์สำหรับจัดการแสดงแสงสีเสียงยามค่ำคืน และศาลาการจัดประกวดแข่งขัน

ประเภทต่าง ๆ ใช้ในการประกอบกิจกรรม ส่วนที่ 3 บริเวณพื้นที่สาธารณะประโยชน์สำหรับใช้สอยประโยชน์ต่าง ๆ อาทิ การจัดแสดงโชว์สินค้า และขายสินค้าต่าง ๆ และส่วนที่ 4 จุดแลนด์มาร์ค นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงที่น่าสนใจได้แก่ อุทยานบึงบัว แกรนแคนยอน (เมืองอุบล) สวนพฤกษศาสตร์ดงฟ้าห่วน และอุทยานสัตว์ป่าอุบลราชธานี (สวนสัตว์อุบล) ซึ่งอยู่ไม่ไกลจากบริเวณสถานที่จัดงาน

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) จากการวิเคราะห์สาธารณูปโภคที่มีอยู่ภายในงาน แหล่งซื้อขายสินค้าและบริการทั่วไปที่นอกเหนือจากสินค้าที่จัดแสดงภายในงานที่ส่งผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ห้องน้ำ ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าที่ระลึก และจุดบริการนักท่องเที่ยว โดยภายในงานมีห้องน้ำสำหรับให้บริการทั้งสิ้น 8 ห้อง จุดทิ้งขยะ 15 จุด ร้านค้า 2 ร้าน มีทางเดินที่ปูเป็นคอนกรีตทั้งหมด ตั้งแต่บริเวณทางเข้างานจนถึงทางออก จัดจำหน่ายพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับ ไม้ประดับ ไม้ผล ฯลฯ ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อและเลือกชมมากกว่า 24 สวน และในบริเวณใกล้เคียงสถานที่จัดงานนิทรรศการมีสถานีอนามัยและสถานีดับเพลิง รวมไปถึงในช่วงเวลาว่างคั่นที่มีการจัดงานแสดงดนตรี โดยมีเจ้าหน้าที่ตำรวจคอยอำนวยความสะดวกและรักษาความปลอดภัยจนกว่างานจะแล้วเสร็จอีกด้วย

ด้านกิจกรรม (Activity) สามารถแบ่งเป็นสองส่วนได้คือ กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว โดยภายในงานจะประกอบไปด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม คือ กิจกรรมการประกวดแข่งขันดนตรี ร้องเพลง ประกวดนางงามและกิจกรรมบันเทิงต่าง ๆ ที่จัดขึ้นยามค่ำคืน หลังจากการจัดงานในช่วงกิจกรรมกลางวันแล้วเสร็จ การประกวดวงดนตรี ประกวดร้องเพลง แข่งขันส่ง นางงาม (สาวประเภท2) เข้าประกวด เพื่อชิงเงินรางวัลและถ้วยรางวัล อีกทั้งยังมีกิจกรรมการประกวดเขียนเรียงความ แต่งร้อยกรอง ที่เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นสำหรับนักเรียน นักศึกษา ที่มีความถนัดและมีความสนใจที่จะส่งผลงานของตนเองเข้าประกวด และกิจกรรมสำหรับผู้ประกอบการ ได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมโดยการจัดซุ้มสวยงามต่าง ๆ รอบบริเวณของงานสำหรับนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมเพื่อความสวยงามการแสดงและจำหน่ายพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับ และไม้ผล นอกจากนี้ยังมีการประกวดจัดซุ้มแต่งงานโดยส่งตัวแทนเจ้าของสวนพันธุ์ไม้งามแต่ละสวนเข้าร่วมในการแข่งขันเพื่อชิงประกาศนียบัตรของงานอีกด้วย

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สามารถเข้าถึงบริเวณสถานนิทรรศการได้โดยรถยนต์ ส่วนตัว ซึ่งบริเวณสถานที่จัดงานนิทรรศการอยู่ห่างจากตัว เมืองจังหวัดอุบลราชธานีประมาณ 20 กิโลเมตร ไม่มีปัญหาด้านสภาพการจราจร

2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก การจัดงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล ตำบลหนองขอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้แนวคิดการวิเคราะห์ SWOT Analysis

จุดแข็ง

งานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล ตำบลหนองขอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เป็นหนึ่งในศูนย์กลางของสถานที่ส่งออกไม้ดอกไม้ประดับ พืชพันธุ์ไม้ต่าง ๆ ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ และมีพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับ ไม้ประดับ ไม้ผล มีการจัดจำหน่ายสินค้าในราคาต่ำกว่าตลาดอื่น ๆ ในจังหวัดอุบลราชธานี รวมถึงจังหวัดใกล้เคียงและเป็นตำบลมีจำนวนสวนเยอะที่สุดในจังหวัดอุบลราชธานี จึงทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเลือกซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังมีบริเวณพื้นที่อยู่ติดถนนยางดำและถนนเส้นหลักที่อยู่ห่างจากตัวเมืองอุบลราชธานีเพียง 20 กิโลเมตร จึงทำให้สะดวกและง่ายต่อการเดินทางเข้าถึงรวมถึงง่ายต่อการสังเกต นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าที่จำหน่าย จึงทำให้เพิ่มความน่าเชื่อถือให้แก่สินค้าและบริการ และในขณะเดียวกันบริเวณใกล้เคียงของการจัดงานนิทรรศการเทศ

การพันธุ์ไม้งามเมืองอุบลที่มีการให้บริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลหนองขอนสำหรับช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินอีกด้วย

จุดอ่อน

ปัญหาทางด้านบุคลากร ที่ยังคงขาดความรู้ความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของการจัดงานนิทรรศการ ขาดการมีส่วนร่วมของชุมชนใกล้เคียงในการเข้ามามีบทบาทในการแสดงออกความคิดเห็นหรือมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ และขาดการมีส่วนร่วมในการแสดง ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ และปัญหาด้านการตลาด ที่ยังคงขาดการวางแผนร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐ โดยแม้ว่าจะมีการประชาสัมพันธ์ในหลากหลายช่องทางก่อนการจัดงานนิทรรศการล่วงหน้า 1-2 เดือน หากแต่การประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ก็ยังคงไม่ทั่วถึงหรือกว้างขวางพอที่จะทำให้งานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไป อีกทั้งเว็บไซต์ขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองขอนยังขาดความเคลื่อนไหว และขาดการปรับปรุงรวมถึงอัปเดตข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน นอกจากนี้ยังคงขาดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ รวมไปถึงประสิทธิภาพของกระบวนการจัดการที่ดี ในการจัดรูปแบบการดำเนินงานที่สมบูรณ์ เพื่อดึงดูดความสนใจและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทางด้านสิ่งดึงดูดใจต่าง ๆ อาทิ รูปแบบกิจกรรมภายในงาน รูปแบบการจัดงาน รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

โอกาส

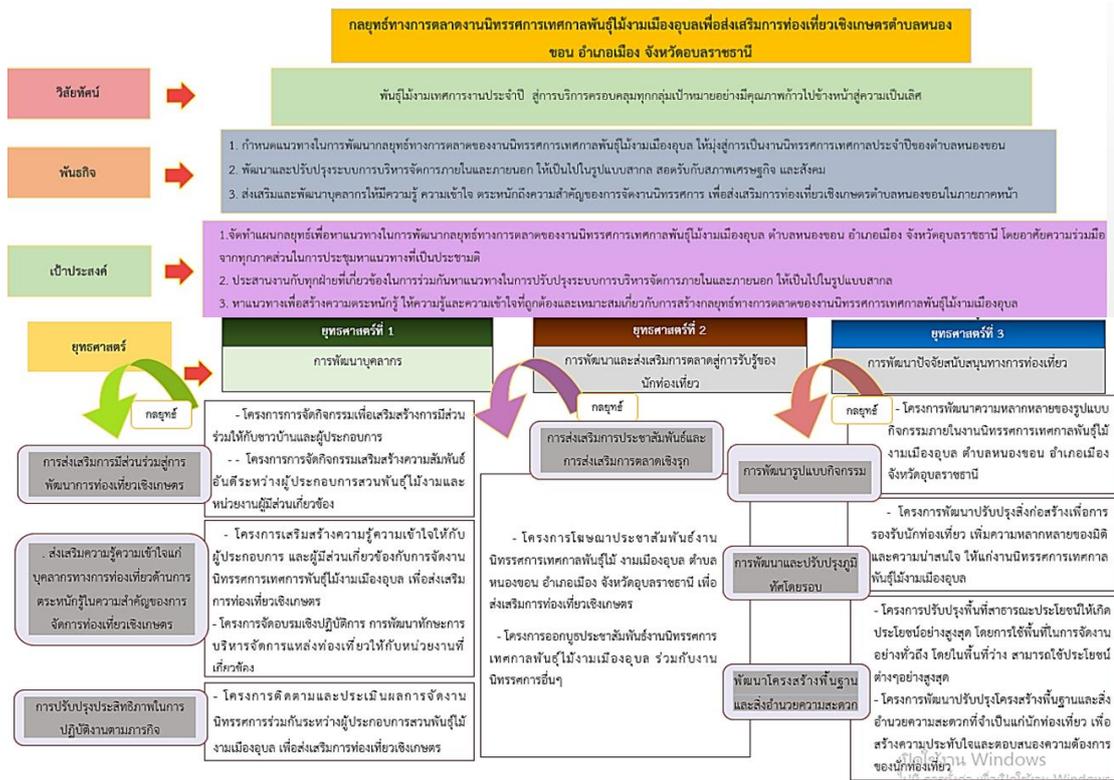
จังหวัดอุบลราชธานี มีอาณาเขตที่ติดต่อกับจังหวัดอำนาจเจริญ ศรีสะเกษ ประเทศลาวและประเทศกัมพูชาจึงทำให้สะดวกต่อการเดินทางเพื่อติดต่อค้าขาย อีกทั้งยังสะดวกต่อการขนส่ง และได้รับสนับสนุนจากหน่วยงานในการดำเนินการจัดงานนิทรรศการจากหลากหลายหน่วยงาน ได้แก่ สวนสัตว์อุบล มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค, วิทยาลัยเกษตร, บริษัท TaTa Motors , CER โรบินสันยิ่งยง ฯลฯ อีกทั้งตำบลหนองขอนยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่งในบริเวณใกล้เคียงที่น่าสนใจสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว อาทิ สวนสัตว์อุบลราชธานี อุทยานบึงบัว สวนพฤกษศาสตร์ดงฟ้าห่วน แกรนแคนยอนอุบลราชธานี

อุปสรรค

จากปัญหาสถานการณ์ทางการเมืองในปัจจุบันของประเทศไทยส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และคู่แข่งที่เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบันจากงานนิทรรศการประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกันที่จัดขึ้นในช่วงระยะเวลาใกล้เคียงกันที่อาจมีความน่าสนใจของงานนิทรรศการมากกว่า และการเดินทางเข้าถึงงานนิทรรศการที่สามารถเดินทางเข้าถึงได้เพียงรถยนต์ส่วนตัวเท่านั้น ขาดระบบขนส่งสาธารณะสัญจรผ่าน เป็นอุปสรรคต่อการเข้าถึงสำหรับผู้ที่ไม่มียานยนต์ส่วนตัว

3. กลยุทธ์ทางการตลาดงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตำบลหนองขอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ ดังนี้

ในการวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล ผู้วิจัยใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด ในการวิเคราะห์เพื่อหากกลยุทธ์ทางการตลาด โดยกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เพื่อสร้างยุทธศาสตร์ และใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล



สรุปผลการศึกษา

งานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล ตำบลหนองขอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี รูปแบบงานเทศกาลแสดงพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับสองของจังหวัดอุบลราชธานี รองจากงานเกษตรอีสานใต้ของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จัดขึ้นระหว่างเดือนธันวาคมถึงเดือนมกราคมของทุกปี ภายในงานช่วงเช้ามีกิจกรรม อาทิ ประกวดการจัดสวนไม้ดอกไม้ประดับ การแข่งขันจัดซุ้มงานแต่งงาน การประกวดเขียนเรียงความ และการประกวดแต่งกลอน เป็นต้น ในช่วงเวลากลางคืน มีกิจกรรมการประกวดแข่งขันวงดนตรีพื้นเมือง การประกวดร้องเพลง การประกวดนางงาม และกิจกรรมบันเทิงอื่น ๆ โดยเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมงานโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย จุดแข็งของการจัดงานนิทรรศการ คือ เป็นศูนย์กลางที่รวบรวมไม้ดอกไม้ประดับที่ใหญ่ที่สุดในภาคอีสาน มีการจัดจำหน่ายพันธุ์ไม้ที่หลากหลายชนิด ราคาไม่แพง การเดินทางสะดวกสบาย ขณะที่ จุดอ่อน คือ ปัญหาความขัดแย้งด้านการแบ่งปันผลประโยชน์ ด้านการขาดการมีส่วนร่วมในการจัดงานของบุคลากร และการขาดความตระหนักรู้ในความสำคัญของการจัดงาน สำหรับโอกาส คือ ที่ตั้งของจังหวัดอุบลราชธานีที่มีอาณาเขตติดต่อสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และราชอาณาจักรกัมพูชา สะดวกต่อการนำเข้าและส่งออกพันธุ์ไม้ไปยังประเทศ ส่วนอุปสรรคพบว่าการเดินทางที่เข้าถึงได้เพียงรถยนต์ส่วนตัว ไม่มีรถขนส่งสาธารณะสัญจรผ่าน

กลยุทธ์ทางการตลาดของงานนิทรรศการพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล มี วิสัยทัศน์คือ “พันธุ์ไม้งามเทศกาลงานประจำปี สู่การบริการครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายอย่างมีคุณภาพ ก้าวไปข้างหน้าสู่ความเป็นเลิศ ” ประกอบไปด้วยยุทธศาสตร์ทางการตลาด 3 ยุทธศาสตร์ ดังต่อไปนี้ 1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว 2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมการตลาดสู่การรับรู้ของนักท่องเที่ยว และ 3. ยุทธศาสตร์การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนทางการท่องเที่ยว โดยมี 7 กลยุทธ์ 11 โครงการ

อภิปรายผลการศึกษา

1. บริบททั่วไปของงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล ตำบลหนองขอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

ด้านสิ่งดึงดูดใจ ผู้วิจัยวิเคราะห์จากสิ่งดึงดูดใจของการจัดงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบลจากทรัพยากรและทัศนียภาพโดยรอบสถานที่จัดงาน ความหลากหลายของสินค้าที่มีในการนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล รวมไปถึงสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง โดยสอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) สิ่งดึงดูดใจที่จะทำให้นักท่องเที่ยวให้อยากเดินทางเพื่อออกเดินทางไปที่ท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น ๆ แล้วเกิดความประทับใจ หากแต่การจัดสรรพื้นที่ของการจัดงานยังคงเป็นไปในรูปแบบที่ขาดการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพและมีแบบแผน และยังไม่สามารถใช้งานพื้นที่สาธารณะประโยชน์ได้อย่างเต็มรูปแบบ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกและของสาธารณูปโภคที่มีอยู่ภายในงานแหล่งซื้อขายสินค้าและบริการทั่วไปที่นอกเหนือจากสินค้าที่จัดแสดงภายในงานที่ส่งผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ยังคงไม่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยวบางประการ ได้แก่ ห้องน้ำที่ยังคงมีจำนวนเพียง 8 ห้อง ร้านอาหารภายในบริเวณงานนิทรรศการยังคงไม่มีจำหน่ายในช่วงวันเวลาที่มีการจัดงาน และยังคงขาดจุดจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและจุดบริการนักท่องเที่ยว รวมไปถึงสถานที่นั่งพักสำหรับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ต้องมีการปรับปรุงและดูแลด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพิ่มขึ้น โดยหากเทียบกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่อาจจะเพิ่มมากขึ้นในอนาคตแล้วนั้นอาจจะยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษณ์ แสพพรหม (2556) ที่ได้ศึกษางานวิจัยเรื่องความจำเป็นของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและ ผู้สูงอายุในพื้นที่กรณีศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งเป็นพระธาตุบริเวณของพระธาตุพนม จังหวัดนครพนม

ด้านกิจกรรม ภายในงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล มีการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมสำหรับผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ เทพกร ณ สงขลา (2556) ที่ได้ศึกษางานวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการทรัพยากรเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ยั่งยืนในอำเภอข้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาพบว่า ในช่วงที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอข้างกลางได้รับความนิยมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีกิจกรรมการสาธิต/ให้ความรู้การเกษตร การจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรและการแนะนำธุรกิจการเกษตร โดยกิจกรรมดังกล่าวส่งผลให้เกิดการอนุรักษ์และการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรเกษตร ต่อมาเมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง การสร้างความยั่งยืนให้ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนควรมีการจัดการทรัพยากรเกษตรที่เน้นกิจกรรมการมีส่วนร่วมในการเกษตร การเรียนรู้วัฒนธรรมชนบท และการสัมผัสธรรมชาติ เนื่องจากนักท่องเที่ยวของงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล ยังคงขาดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในงานมากเท่าที่ควร

ด้านการเข้าถึง จากการวิเคราะห์จากลักษณะการเดินทางของการเข้าถึงงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล พบว่านักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบลได้โดยรถยนต์ส่วนตัว สอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของ Dickman (1996) ที่พิจารณาจากการเดินทางของเส้นทางเอื้ออำนวยต่อการเดินทาง มีลักษณะถนนลาดยางและมีสภาพการเดินทางที่ดี โดยมีระยะทางเดินเหมาะสมกับสมกับการเดินทาง เนื่องจากอยู่ห่างจากตัวเมืองอุบลเพียงประมาณ 20 กิโลเมตร หากแต่ไม่มีรถยนต์โดยสารสาธารณะให้บริการ

2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกการจัดงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล ตำบลหนองขอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

พบว่าด้านจุดแข็งของการจัดงานนิทรรศการ คือ ตำบลหนองขอน เป็นหนึ่งในศูนย์กลางของสถานที่ส่งออกไม้ดอกไม้ประดับ พืชพันธุ์ไม้ต่าง ๆ ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ และมีพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับไม่ผล มีการจัดจำหน่ายสินค้าในราคาต่ำกว่าตลาดอื่น ๆ ในจังหวัดอุบลราชธานีรวมถึงจังหวัดใกล้เคียง สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร (2556) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อความยั่งยืน : โครงการหลวงปางตะ ซึ่งพบว่าในผลการวิจัยมีประเด็นหลายประเด็นมีความสอดคล้องกับงานวิจัยทั้งในด้านประเด็นสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อสร้างความแตกต่างกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการแสวงหาโอกาสในการขยายตลาดเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการหรือคนในชุมชน

ด้านจุดอ่อนของการจัดงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล พบจุดอ่อนด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากร รวมไปถึงยังคงขาดการบริหารจัดการที่ดีของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดงานนิทรรศการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรารธรรม ฐาปนธรรมชัย (2556) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา เทศบาลตำบลโพรงมะเดื่อ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ทางเทศบาลมีการจัดประชุมบุคลากรและประชุมสหภาพศิษย์ประจำทุกเดือน และพบว่าระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลโพรงมะเดื่ออยู่ในระดับมาก

ด้านโอกาสพบว่า จังหวัดอุบลราชธานีมี มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและประเทศกัมพูชาจึงทำให้สะดวกต่อการเดินทางเพื่อติดต่อค้าขาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปกรณ์ สิงตี (2554) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องโครงการศึกษาเอกลักษณ์ลุ่มแม่น้ำโขง สู่ออกแบบภายในศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมแม่น้ำโขง โดยเป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวระหว่างลุ่มน้ำโขงทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

ในด้านอุปสรรค พบว่า แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งในตำบลหนองขอน เริ่มซบเซา เนื่องจากขาดการพัฒนาและปรับปรุงของแหล่งท่องเที่ยว จึงทำให้นักท่องเที่ยวลดลง ยกตัวอย่าง เช่น แกรนแคนยอนอุบลราชธานี ที่ในปัจจุบันพบว่ามีความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวจนทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ท่องเที่ยววันน้อยลง รวมถึงสถานการณ์ทางการเมืองในปัจจุบันของประเทศไทยที่กำลังอยู่ในช่วงรอยต่อระหว่างการปรับเปลี่ยนรัฐบาล จึงทำให้คนให้ความสนใจเกี่ยวกับทางการเมืองมากกว่าการออกเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีปัญหาจากสภาพอากาศที่ส่งผลต่อสวนพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล ตำบลหนองขอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ในช่วงฤดูฝน หรือช่วงฝนตกหนัก ทั้งนี้คู่แข่งที่เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน หรืองานนิทรรศการประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกันที่จัดขึ้นในช่วงระยะเวลาใกล้เคียงกัน

3. กลยุทธ์ทางการตลาดงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตำบลหนองขอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

ด้านการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว สามารถวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบลได้เป็น 3 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการมีส่วนร่วมสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กลยุทธ์การสร้างความรู้ และการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานตามภารกิจ มีประเด็นที่ควรส่งเสริม คือ ควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างการมีส่วนร่วมให้กับชาวบ้านและผู้ประกอบการสวนพันธุ์ไม้งาม ร่วมกับหน่วยงานผู้มีส่วนเกี่ยวข้องฯ สอดคล้องกับทฤษฎีการมีส่วนร่วมของประชาชนของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 5 (2525-2529) ว่าการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนเป็นกระบวนการเรียนรู้ซึ่งกันและกันของทุกฝ่าย และยังสามารถเป็นพื้นฐานมั่นคงสำหรับวิวัฒนาการ ไปสู่การปกครองตนเองของท้องถิ่นได้ในบั้นปลาย อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ

พัชริน จันประเวท (2561) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดปทุมธานีและจังหวัดนครนายก ในประเด็น การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้นำและผู้มีส่วนร่วม

ด้านการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดสู่การรับรู้ของนักท่องเที่ยว สามารถวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบลได้ คือ การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาดเชิงรุกโดยการจัดทำแคมเปญโฆษณาเพื่อทำให้งานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล ตำบลหนองขอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี หรือการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาดเชิงรุกโดยการจัดทำแคมเปญโฆษณาเพื่อทำให้งานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล ให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของสุพิณญา โมสิกันนท์ (2559) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อจักรยานของผู้บริโภคใน เขตกรุงเทพมหานคร ควรส่งเสริมให้มีการจัดทำวิดีโอหรือหนังสือ เพื่อโปรโมทงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล เพื่อเพิ่มมิติของความน่าสนใจให้กับผู้เข้าชม

ด้านการพัฒนาปัจจัยสนับสนุนทางการท่องเที่ยว สามารถวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล ได้แบ่งเป็น 3 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์การพัฒนารูปแบบกิจกรรม กลยุทธ์การพัฒนาและปรับปรุงภูมิทัศน์โดยรอบ และกลยุทธ์พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว โดยพัฒนาจากรูปแบบกิจกรรมเดิมที่มีอยู่ให้มีความหลากหลายและให้นักท่องเที่ยวเกิดการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปริญญา ปริพุด (2560) ที่ได้ศึกษางานวิจัยเรื่องการพัฒนาแบบการเรียนรู้ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้เรียนรู้้อย่างเชี่ยวชาญ ในประเด็นการปรับปรุงเพื่อหาข้อผิดพลาดของรูปแบบงานโดยนำข้อผิดพลาดที่พบ ไปใช้ในการพัฒนาในประเด็นของรูปแบบการเรียนรู้ และสถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ (Activities) ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดงานนิทรรศการเทศกาลพันธุ์ไม้งามเมืองอุบล ควรมีการสร้างจิตสำนึกอันดี ในการตระหนักถึงความสำคัญของการจัดงานนิทรรศการให้เพิ่มมากขึ้น โดยอาศัยการจัดกิจกรรมอันนำไปสู่การเชื่อมความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ประกอบการและทางหน่วยงานภาครัฐ และเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการทำงานต่าง ๆ ที่เป็นไปตามรูปแบบสากล รวมถึงการปรับปรุงรูปแบบการดำเนินงาน การประชาสัมพันธ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในงาน ให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยว รวมถึงสามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางกลับมาอีกครั้งหนึ่ง

เอกสารอ้างอิง

กฤษณ์ แสนพรหม. (2556). *ความจำเป็นของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและผู้สูงอายุในพื้นที่กรณีศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งเป็นพระธาตุปริวารของพระธาตุพนม จังหวัดนครพนม*. (วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี).

- กิติพจน์ แสนสิงห์. (2551). รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านบัวเทิง ตำบลท่าช้าง อำเภอสว่างวีระวงศ์ จังหวัดอุบลราชธานี. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี).
- จารุณี กมลขันติกร . (2557). กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดนนทบุรี. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร).
- เทพกร ณ สงขลา. (2556). รูปแบบการจัดการทรัพยากรเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ยั่งยืนในอำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช. (วิทยานิพนธ์การจัดการทรัพยากรเกษตรเขตร้อน, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).
- นันทพรณ พูลอ่ำ. (2560). การท่องเที่ยวเชิงเกษตร. สืบค้นเมื่อ 7 ตุลาคม 2561, จาก <https://sites.google.com/site/456556123456asdf/kar-thxng-theiyw-cheing-kestr>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2561, จาก <https://sites.google.com/site/pmtechtravel/bth-thi-3>
- ปกรณ์ สิงคี. (2554). โครงการศึกษาเอกลักษณ์ลุ่มแม่น้ำโขงสู่งานออกแบบภายในศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแม่น้ำโขง. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- ปริญญา ปริพุด. (2560). การพัฒนารูปแบบการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้เรียนรู้อย่างเชี่ยวชาญ. (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม).
- ประชาชาติธุรกิจ. (2561). จับตาท่องเที่ยวไทยปี 61. สืบค้นเมื่อ 4 ตุลาคม 2561, จาก <https://www.prachachat.net/facebook-instant-article/news-96081>
- พัชริน จันประเวท. (2561). กระแสวัฒนธรรม. การมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดปทุมธานีและจังหวัดนครนายก, 19(1), 35.
- มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. (2561). การตลาด. สืบค้นเมื่อ 7 ตุลาคม 2561, จาก <http://elearning.bu.ac.th/mua/course/mk212/ch1.htm#mkmeaning>
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร. (2556). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อความยั่งยืน : โครงการหลวงปางตะ. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. 9(1), 19-35.
- วราวรรณ ฐาปนธรรมชย. (2556). กลยุทธ์การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน. วารสารวิทยบริการ, 24(3), 94.
- สุพิณญา โมสิกานนท์. (2559). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อจักรยานของ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- อภาพรณ จันทนาม. (2556). การส่งเสริมการตลาดการจัดประชุมสีเขียวในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- BLT Bangkok. (2561). ท่องเที่ยวไทยสดใส กวาดรายได้แตะ 1 ล้านล้านบาท. สืบค้นเมื่อ 4 ตุลาคม 2561, จาก <http://www.bltbangkok.com/News>

Transted Thai References

- Kris Sanphrom. (2013). *The Necessity of Facilities for Tourists, Seniors and Elderly in the Area, Case Study of Tourist Attractions which are the Relics of Phra That Phanom, Nakhon Phanom Province*. (Doctoral Dissertation, Suranaree University of Technology).
- Kitipoj Saning. (2008). *Agro-Tourism Management Model, Participation Model of Ban Bua Tho Community, Tha Chang Subdistrict, Sawang Wirawong District, Ubon Ratchathani Province*. (Doctoral Dissertation, Ubon Ratchathani University).
- Jarunee Kamonkantikorn. (2014). *Strategies for Promoting Agricultural Tourism Marketing Nonthaburi*. Doctoral (Dissertation, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon).
- Thepakorn Na Songkhla. (2013). *Agricultural Resource Management Model for Tourism-Oriented Sustainable Agriculture in Chang Klang District, Nakhon Sri Thammarat*. (Doctoral Dissertation, Prince of Songkla University).
- Nanthaphan Pulham. (2017). *Agro-Tourism*. Retrieved 7 October 2018, from <https://sites.google.com/site/456556123456asdf/kar-thxng-theiyw-cheing-kestr>
- Boonlert Jitwattana. (2005). *Tourist Attraction or Tourist Attraction*. Retrieved 20 December 2018, from <https://sites.google.com/site/pmtechtravel/bth-thi-3>
- Pakorn Sungthi. (2011). *Study of the Mekong Basin Identity Project to design work within the promotion center Cultural tourism in the Mekong River*. (Doctoral Dissertation, Silpakorn University).
- Pariya Phit. (2017). *Development of Learning Styles to Promote Expert Learning*. Doctoral (Dissertation, Maharakarm University).
- Prachachat Business. (2018). *Keep an Eye on Thai Tourism for 61 Years*. Retrieved 4 October 2018, from <https://www.prachachat.net/facebook-instant-article/news-96081>
- Patcharin Chantaprawet (2018). *Participation Culture Stream in the development of agricultural ecotourism resources of the governing organization*,. (1)19, 35 Bangkok University. (2018). *Marketing*. Retrieved 7 October 2018, from <http://elearning.bu.ac.th/mua/course/mk212/ch1.htm#mkmeaning>
- Rattanan Phongwirithorn. (2013). *Guidelines for the Development of Agro-Tourism for Sustainability: Luang Pangada Project, Suranaree Technology Journal*. (1)9,19-35.
- Warawan Thapanathamyayo. (2013). *Strategies for Enhancing Public Participation, Journal of Academic Service*. (3)24, 94
- Supinya Mosikanon. (2016). *Public Relations Strategies for Marketing that Influence Purchasing Decisions Bicycles of Consumers in Bangkok*. (Doctoral Dissertation, University Bangkok).

Aphaphan Chantanam. (2013). *Promotion of green meeting marketing in Thailand*.
(Doctoral Dissertation, Khonkaen University).