

ชื่อวิทยานิพนธ์ กลยุทธ์การตลาดที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสกลนคร
 ผู้วิจัย ร้อยตำรวจเอก ไกรสร อินธิราช ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
 อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์ ดร.เชาว์ โรจนแสง (2) รองศาสตราจารย์สุวีณา ตั้งโพธิ์สุวรรณ
 (3) รองศาสตราจารย์นวลเสน่ห์ วงศ์เจ็ดธรรม ปีการศึกษา 2546

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร (2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการกับลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสกลนคร (3) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสกลนคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาประกอบด้วย นายกเทศบาลเมือง กรรมการอาวุโสหอการค้าจังหวัด ประชาสัมพันธ์จังหวัด เจ้าของบริษัทนำเที่ยวในจังหวัด และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดสกลนคร 408 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การหาค่าร้อยละ และสถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi Square)

ผลการวิจัยพบว่า (1) ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนครเป็นดังนี้ 1.1) ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวงานประเพณีแห่ปราสาทผึ้งมากที่สุด 1.2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัวในสัดส่วนเท่าๆ กันกับรถยนต์ของบริษัทนำเที่ยว 1.3) ด้านราคา นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการให้ค่าโดยสารรถโดยสารประจำทางปรับอากาศชั้น 1 อยู่ในช่วง 351-400 บาท/ราย/เที่ยว ส่วนค่าโดยสารเครื่องบิน อยู่ในช่วง 1,601-1,700 บาท/ราย/เที่ยว สำหรับค่าที่พัก/คืน อยู่ในช่วง 301-500 บาท/ราย และค่าใช้จ่ายอาหาร/วัน อยู่ในช่วง 201-300 บาท/ราย 1.4) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด นักท่องเที่ยวรู้จักแหล่งท่องเที่ยวจากวิทยุโทรทัศน์มากที่สุด โดยมีรายการในโปรแกรมการท่องเที่ยวเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร ส่วนแรงจูงใจให้เข้ามาท่องเที่ยว ได้แก่ การบริการของบริษัทนำเที่ยว และมีความต้องการพักผ่อนในโรงแรม (2) ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการ ช่วงค่าโดยสารเครื่องบิน และช่วงค่าอาหารต่อวัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (3) กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร พบว่า 3.1) ทำการโฆษณางานประเพณีแห่ปราสาทผึ้งผ่านโทรทัศน์ 3.2) หอการค้าจังหวัดต้องสร้างความสัมพันธ์กับบริษัทนำเที่ยวเพื่อให้จัดโปรแกรมลงที่จังหวัดสกลนคร 3.3) หอการค้าจังหวัดต้องนำข้อมูลแจ้งเจ้าของกิจการ ร้านอาหาร โรงแรม เพื่อการปรับปรุง ในด้านความหลากหลาย คุณภาพ การบริการ ราคา

คำสำคัญ กลยุทธ์การตลาด ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ลักษณะทางประชากรศาสตร์

Thesis title: MARKETING STRATEGY THAT SERVE DEMAND OF THAI TOURIST IN SAKOLNAKHORN PROVINCE

Researcher: police captain Kraisorntinthirach; **Degree:** Master of Business Administration; **Thesis advisors:** (1) Dr. Chao Rojanasang Associate Professor; (2) Suwena Tungpothisuwan, Associate Professor; (3) Nuansanae Wongcirdtum, Associate Professor; **Academic year:** 2003

ABSTRACT

This study was aimed at (1) to study demand of Thai tourist that travel to tour in Sakonnakhorn province, (2) to study the Relation ship between demand and demography of Thai tourist group in Sakonnakhorn province, (3) to set marketing Mix strategy in according with demand of Thai toruist that travel to tour in Sakonnakhorn province

The samples consisted of government unit such as municipal government, chamber of commerce, public relations, tourist company, Thai tourist amount 408 persons, SPSS/PC⁺ computer program was used to calculate the percentage, chi Square test.

The research findings showed that (1) demand of Thai Tourist who come to tour in Sakolnakhorn Province 1.1) about tour source Thai Tourist want to tour the Candle Castle tradition the most 1.2) about marketing channel Thai Tourist travel to tour by private car equal to travel company bus 1.3) about pricing Thai Tourist want the first class air-condition bus fee among 351-400 Bath/Person, plane duty among 1,601-1,700 Bath/Person, hotel charge among 301-500 Bath/Person, food expense per day among 201-300 Bath/Person 1.4) about marketing promotion Thai Tourist know tour source by T.V. the most, program tour be the cause Thai Tourist come to tour in Sakolnakromn Province, the motive is the service of tour company, and want to rest in hotel. (2) Demography characteristic relate to demand of Thai Tourist at significance level .05 about tour source characteristic that was want, interval of plane duty, interval of food expense per day. (3) Setting marketing Mix strategy in according with demand of Thai tourist that travel to tour in Sakolnakhorn Province by 3.1) advertising the candle castle tradition by television. 3.2) the chamber of commerce must create relation to tour company in order to set program tour for Sakolnakhorn Province. 3.3) the chamber of commerce must bring the data tell to owner of food store, hotel in order to adjust about quality, service, price.

Keywords: marketing strategy, demand of Thai Tourist, Demography characteristic .