

ชื่อการศึกษา **คั่นคว้ออิสระ** การตลาดการท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง

ผู้ศึกษา นายทวีลาภ กวางเฮง รหัสนักศึกษา 2523000962 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ยุทธนา ธรรมเจริญ ปีการศึกษา 2554

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ข้อมูลพื้นฐานและทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง และ (2) การจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง

วิธีการศึกษาเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยอาศัยข้อมูลทุติยภูมิจากการเก็บรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว ทรัพยากร และการตลาดการท่องเที่ยว ในจังหวัดระยอง ในช่วงระยะเวลาปี พ.ศ. 2554 จนถึงเดือนเมษายน 2555 แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ ด้วยองค์ความรู้ทางการตลาดและการจัดการ เรียบเรียงและนำเสนอ

ผลการศึกษาพบว่า (1) จังหวัดระยองตั้งอยู่ในภูมิภาคที่ดี มีศักยภาพที่ดีในหลายๆ ด้าน และมีความเจริญทางด้านเศรษฐกิจในมีสัดส่วนที่สูง ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เนื่องจากจังหวัดระยองนั้นมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้น แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และกิจกรรมต่างๆ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวทางทะเล และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญ ซึ่งมีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากเป็นพิเศษ (2) การจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดระยองพบว่า ส่วนประสมการตลาดเป็นดังนี้ ผลกระทบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดระยองส่วนใหญ่มีลักษณะคล้ายกับผลกระทบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอื่นๆ แต่มีความแตกต่างในเอกลักษณ์ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของจังหวัดระยอง มีการกำหนดราคาหลายรูปแบบ ช่องทางการจัดจำหน่ายมีน้อย ส่วนการส่งเสริมการตลาดนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมักเน้นการส่งเสริมภายในจังหวัด ส่วนการที่จะไปส่งเสริมการตลาดภายนอกจังหวัดนั้น มักจะเกิดขึ้นเมื่อมีโอกาสสำคัญ และหน่วยงานที่มีบทบาททางการจัดการและการตลาดการท่องเที่ยวในจังหวัดระยองเป็นหน่วยงานภาครัฐ

คำสำคัญ การตลาด การท่องเที่ยว จังหวัดระยอง

Independent Study title: Tourism Marketing in Rayong Province

Author: Mr. Thaweelap Kwangheng; **ID:** 2523000962; **Degree:** Master of Business Administration;

Independent Study advisor: Yutthana Thamcharoen, Associate Professor; **Academic year:** 2011

Abstract

The objectives of this independent study were to study: (1) basic information and tourism resource of Rayong Province; and (2) management for tourism marketing in Rayong Province.

This study was a qualitative research by searching the secondary data of related documents relating to Rayong Province in terms of basic infrastructure and tourism marketing during 2011 to April 2012. The data were analyzed with knowledge in marketing and management.

The findings of the study were found that: (1) Rayong Province located in the good region, had great potential in many aspects and high proportion of economic growth resulting partly from tourism industry section. Due to Rayong Province has variety of tourism resources of natural attractions, created attractions, heritage attractions and various activities particularly sea and agricultural tourism as most important resources which tourists interested very much; (2) most of tourism products in Rayong Province was similar to tourism products of other provinces but there were differences in style which was unique of Rayong Province. There were various prices and channels were less. For marketing promotion, the tourism operators focused on promotion within Rayong Province, while the external promotion of usually occurred when there were important opportunities and government officer were the supporters management and tourism marketing in Rayong Province.

Keywords: Marketing, Tourism, Rayong Province.