

รหัสโครงการ : RDG48O0048
 ชื่อโครงการ : การศึกษากลยุทธ์ด้านราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิง
 ศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่
 ชื่อนักวิจัย : วิญญู วีระยางกูร, เปรมินทร์ บัวบาน, ณัฐรุณี บุญศรี, สัณญา ฉิมพิมล
 มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
 E-mail Address : veerayangkur@yahoo.co.th
 ระยะเวลาโครงการ : 1 กันยายน 2548 ถึง 31 สิงหาคม 2549

บทคัดย่อ

การศึกษากลยุทธ์ด้านราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการกำหนดราคาที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เพื่อศึกษาความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อระดับราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม และเพื่อสร้างภาคีความร่วมมือระหว่างเจ้าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม กับหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดในเขตสามเหลี่ยมอันดามัน โดยมีสองกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างในฐานะเจ้าบ้าน คือ เจ้าของและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ โดยใช้วิธีค้นคว้าข้อมูลทุติยภูมิ และวิจัยเชิงคุณภาพ และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในฐานะแขกผู้มาเยือน คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ในปี 2548 จำนวน 814 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาพัฒนาขึ้น ข้อมูลที่รวบรวมได้นำมาวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยใช้ค่าความถี่ร้อยละและค่าเฉลี่ย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยพบว่า การตั้งราคาผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมมีเกณฑ์การตั้งราคาที่เน้นต้นทุนและกำไร แต่แตกต่างกันที่ลักษณะของเฉพาะของแต่ละผลิตภัณฑ์ จึงทำให้เกิดกลยุทธ์การตั้งราคาที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยวชมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเหมือนกัน คือ ต้องการให้มีป้ายบอกราคาในการกำหนดรูปแบบราคา โดยปัจจัยในการเลือกพิจารณาระดับราคาส่วนใหญ่ คือ ความโดดเด่นน่าประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

Project Code : RDG48O0048
Project Title : The study of the pricing strategy for cultural tourism in Phuket, Phang-Nga and Krabi
Investigators : Vinyu Veerayangkur, Pramin Bouban, Nuttawut Boonsri, Sanya Chimphimon
Phuket Rajabhat University
E-mail Address : veerayangkur@yahoo.co.th
Project Duration : 1 September 2005 to 31 August 2006

Abstract

This study of the pricing strategy for cultural tourism in Phuket, Phang-Nga and Krabi had objectives to study suitable form of pricing for cultural tourism products firstly. The second objective is to study opinions and demands of tourists to price level of cultural tourism products. The last objective will generate co-operation among owners of cultural tourism sites, government agency and organizations to promote tourism marketing for Andaman Triangle provinces. There are two groups of sample to study. The first one is owners of cultural tourism products that are studied by desk research and qualitative research methods. The second sampling group for the study is Thai tourists and foreign tourists who travel in Phuket, Krabi and Phang-Nga during the year 2005. Approximately 814 tourists give their opinions in questionnaires developed by researchers. The collected data is analyzed descriptively by frequency and mean by statistical computer program.

The findings of study show the form of pricing of cultural tourism products is based on cost and profit, but has different ways of presentation in pricing and its pricing strategy. However, Thai tourists and foreign tourists of cultural tourism think similarly and demand price tag in pricing. Factors for price consideration is an outstanding and impression in cultural tourism and various cultural tourism products.