

รหัสโครงการ : RDG48O0044
ชื่อโครงการ : แนวทางการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป การส่งเสริมการตลาด และจิตวิทยาการบริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่
ชื่อนักวิจัย : วรวิ หิรัญพันธุ์, พิกพ สมเวที และ ชนกันต์ หิรัญพันธุ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
E-mail Address : watcharee_dam@yahoo.com
ระยะเวลาโครงการ : 1 กันยายน 2548 – 31 สิงหาคม 2549

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป การส่งเสริมการตลาด และจิตวิทยาการบริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ใช้วิธีการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และการประชุมกลุ่มย่อย เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แนวทางการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป ภาครัฐควรชูนโยบายการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมในกลุ่มจังหวัดอันดามันให้ชัดเจน จากนั้นทุกภาคีร่วมมือกันกำหนดผลิตภัณฑ์ที่ต้องการจะพัฒนาให้ขายได้ตามเอกลักษณ์ประจำถิ่น ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม และอาศัยผู้ประกอบการนำเที่ยวช่วยขยายตลาดการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมได้อย่างรวดเร็ว แนวทางที่จะพัฒนาโปรแกรมได้นั้น ต้องพิจารณาในประเด็นดังต่อไปนี้ (1) กำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวให้ชัดเจน (2) จัดกิจกรรมที่สอดคล้องกันกับรายการนำเที่ยวอื่นๆ และเน้นขายตลาดประสบการณ์ (3) สร้างความร่วมมือกันระหว่างภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้ตลาดมีศักยภาพและอาศัยการส่งเสริมการตลาดให้เป็นที่รู้จัก (4) ลักษณะธุรกิจการท่องเที่ยวคือการบริการที่ต้องสัมพันธ์กับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (5) ผู้ประกอบการสามารถบริการนักท่องเที่ยวได้ตลอดรายการนำเที่ยว และ (6) ลดความเสี่ยงที่ไม่สามารถควบคุมได้ โดยการบอกความจริงและไม่ให้นักท่องเที่ยวคาดหวังเกินกว่าสภาพที่เป็นจริง

รูปแบบการส่งเสริมการตลาดที่ใช้มากที่สุดในปัจจุบันคือ (1) การประชาสัมพันธ์ แต่การพัฒนาการส่งเสริมการตลาด จะต้องใช้วิธีการหลากหลาย โดยยังเน้นการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลความรู้ด้านเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมประจำถิ่นให้มากพอ จัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อสร้างกระแสการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม สร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชน เพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร (2) โฆษณาทางสื่อมวลชนให้เกิดความต่อเนื่องและการรับรู้ซ้ำๆ (3) การส่งเสริมการขาย โดยการ ลด แลก แจก แถม เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อสินค้าได้

ง่ายขึ้น ผู้ประกอบการหลายรายให้ความสำคัญกับการพูดปากต่อปาก และการกลับมาให้บริการซ้ำ ส่วนวิธีการส่งเสริมการตลาดอื่นๆ ที่สร้างผลกระทบได้ดีเช่นกัน ได้แก่ (4) การขายโดยบุคคล และ (5) การตลาดทางตรง ที่เน้นฐานข้อมูลของลูกค้าและสื่อที่ใช้เป็นสำคัญ โดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ตที่สามารถช่วยผู้ประกอบการได้มาก

รูปแบบและแนวทางการนำจิตวิทยาการบริการไปใช้ โดยพัฒนาลักษณะทางกายภาพที่นักท่องเที่ยวสัมผัสได้ เน้นความสะดวก การเข้าถึงง่าย ใช้เสน่ห์ของคนไทยในการให้บริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส ต้อนรับอย่างอบอุ่น สามารถนำมาผนวกกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เพื่อเพิ่มคุณค่าได้ และควรรักษามาตรฐานการบริการที่ดี โดยเน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ พัฒนาศักยภาพของบุคลากรอยู่เสมอ ศึกษาวัฒนธรรมและความต้องการ ที่สำคัญคือผลสะท้อนกลับจากนักท่องเที่ยว และนำมาพัฒนาปรับปรุงให้ดีขึ้นต่อไป

คำหลัก: แนวทางการพัฒนา, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป, การส่งเสริมการตลาด, จิตวิทยาการบริการ, ภูเก็ต, พังงา, กระบี่

Project Code : RDG48O0044
Project Title : Development Approach of Package and Promotion and Psychology
for Product of Cultural Tourism in Phuket Phang-nga and Krabi
Investigators : Hiranphan W., Hiranphan C., Somwathee P.
Phuket Rajabhat University
E-mail Address : watcharee_dam@yahoo.com
Project Duration : 1 September 2005 – 31 August 2006

Abstract

The researching of Development Approach of Package, Promotion, and Psychology for Product of Cultural Tourism in Phuket Phang-nga and Krabi is doing by documentary analysis, questionnaire, in-depth interview and focus group methods

The development of the package, the government should exactly present the policy of art of Culture Tourism at the province around Andaman. From that, every party should corporative to specify the products that need to develop and it is a main product of each area. Learning about tourist group demand and coordinate with tour agent to present and expand the marketing group. The way to develop must analyze by these issues (1) Assign an exactly tourist group (2) Set up an activities which is combine with other tour program and experience (3) Making a corporation between government, tour agent and others to present marketing promotion (4) Tourist business should consistent with demand of target group and (5) Tour Agent must well known with their work and present a true thing to the tourist and do not make them over expecting.

Now, type of famous marketing promotion by these (1) Public relations empathies by local cultural identities, special event for currency to cultural tourism, and mass media relations is the medium of publicity. (2) Mass media advertising to continuity and consistency and be aware of product (3) Sale promotion methods by price-of deals, exchange, sampling and free premium all of urge customer to make easy decision. The several entrepreneur as important word of mouth and come back again.

(4) Personal selling and (5) Direct Marketing empathies by customer relations database and media, especially by internet for tour agent

The way to use the Psychology of service is showing the a real figure as the tourist can see through especially a clean, easy reach and charm of Thais, warm welcome to combine with quality of service. Underline as the quality more than quantity and always improve a quality of employee, learning more cultural and tourist demand especially feed back and impression of tourist for more development in future.

Key word: Development Approach, Package, Promotion, Psychology, Cultural Tourism, Phuket, Phang-nga, Krabi