

54604707: สาขาวิชาการจัดการ

คำสำคัญ: กลยุทธ์การตลาด / การท่องเที่ยวเชิงรุก / แหล่งท่องเที่ยวที่มีบทเรียนจากความสูญเสีย
อุบัติเหตุ และมรณภัย

มนัสสินี บุญมีศรีสง่า: การพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงรุกในแหล่ง
ท่องเที่ยวที่มีบทเรียนจากความสูญเสีย อุบัติภัย และมรณภัยในภูมิภาคตะวันตก ประเทศไทย. อาจารย์ที่
ปรึกษาวิทยานิพนธ์: รศ. ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์ และ อ. ดร. อัญญา นิลนพคุณ. 255 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจแหล่งท่องเที่ยว 2) วิเคราะห์สภาพของแหล่งท่องเที่ยว
3) จัดทำกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว และ 4) เพื่อสังเคราะห์นโยบาย / แนวทางในการวางกลยุทธ์
การตลาด การท่องเที่ยวเชิงรุกในแหล่งท่องเที่ยวที่มีบทเรียนจากความสูญเสีย อุบัติภัย และมรณภัยในภูมิภาค
ตะวันตก ด้วยการจัดประชุมเชิงนโยบายเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ
โดยใช้เทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกรอบที่ 1 และสอบถามความคิดเห็นในรอบที่ 2
กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 17 คน และพัฒนาเป็นแบบสอบถามเพื่อสอบถามนักท่องเที่ยวจำนวน 900 คน จากนั้นจึง
นำข้อมูลที่ได้มาสังเคราะห์นโยบาย / แนวทางในการวางกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า การสำรวจแหล่งท่องเที่ยวที่มีบทเรียนจากความสูญเสีย อุบัติภัย และมรณภัยใน
ภูมิภาคตะวันตกเป็นพื้นที่ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของการเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งจังหวัดกาญจนบุรีมี
อนุสรณ์สถานหลายแห่ง ปรากฏให้เห็นเป็นหลักฐานที่แสดงถึงความสูญเสีย ผู้วิจัยจึงได้ใช้จังหวัดกาญจนบุรีเป็น
พื้นที่สำคัญของการศึกษา สำหรับผลการวิเคราะห์สภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มรณภัย สถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจ
การเมือง ภัยธรรมชาติ มีผลต่อการท่องเที่ยว อีกทั้งยังพบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีบทเรียนจากความสูญเสีย
อุบัติเหตุ และมรณภัยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางจิตใจ ที่ช่วยเตือนสติให้กับนักท่องเที่ยวและเป็นแหล่ง
ท่องเที่ยวที่ให้มากกว่าการพักผ่อน รวมถึงการตลาดการท่องเที่ยวเชิงรุกไม่ควรมุ่งเน้นด้านการลดราคา
เพราะทำให้ได้กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่มีคุณภาพ ควรมุ่งเน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ และส่งเสริมการตลาดด้วย
การจัดงานเทศกาลต่างๆ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยว
เชิงรุก โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด คือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ
ของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมา คือ ด้านช่องทางการนำเสนอและการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ
นำกลยุทธ์ที่ได้ไปสังเคราะห์นโยบาย / แนวทางในการวางกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวด้วยการจัดประชุมเชิง
นโยบาย ได้กลยุทธ์ทั้งหมด 5 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยว
ที่มีบทเรียนจากความสูญเสีย อุบัติภัย และมรณภัย 2) การส่งเสริมและควบคุมคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว
3) การส่งเสริมและสนับสนุนการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโดยเน้นการถ่ายทอดเรื่องราว 4) การส่งเสริมและ
พัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและจัดองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเอื้ออำนวยแก่กลุ่มนักท่องเที่ยว
ผู้สูงอายุและคนพิการ และ 5) การส่งเสริมให้มีการกำหนดกลยุทธ์เชิงรุกอย่างยั่งยืน

สาขาวิชาการจัดการ

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ 1..... 2.....

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2557

54604707: MAJOR: MANAGEMENT

KEY WORDS: MARKETING STRATEGY / PROACTIVE TOURISM / TOURISM ATTRACTIONS WITH LESSONS FROM LOSS, ACCIDENTS, AND DANGER OF DEATH.

MANASSINEE BOONMEESRISANGA: THE DEVELOPMENT OF PATTERNS AND PROACTIVE TOURISM MARKETING STRATEGY TOWARD DARK TOURISM IN WESTERN REGION OF THAILAND. THESIS ADVISORS: ASSOC. PROF. PHITAK SIRIWONG, Ph.D. AND ATTHAMA NILNOPPAKHUN, Ph.D. 255 pp.

The purposes of this study were 1) to explore the tourist attractions, 2) to analyze the conditions of the tourist attractions, 3) to find strategies for tourism marketing development, and 4) to synthesize policies/guideline for establishing proactive tourism marketing strategies in the tourist attractions with lessons from loss, accidents and danger of death in the western region, through the policy meeting. This research was an integrated research using both quantitative and qualitative methods. It also employed techniques of the future research, EDFR. 17 experts were first in-depth interviewed, and asked for their opinions. Their opinions were later used for developing the questionnaire, which were subsequently distributed to 900 tourists. Then, the data was synthesized to form policies/guidelines for establishing marketing strategies for tourism.

The research found that, according to the exploration, several tourist attractions with lessons from loss, accidents and danger of death in the western region are the historical areas of World War II, and are mostly located in Kanchanaburi Province. This is evident by several monuments indicating the loss. For these reasons, Kanchanaburi Province was selected as the main location of the study.

Regarding the analysis of the conditions of the tourist attractions, it is found out that economic situation, political situation, and natural disasters affected tourism in this province. The researcher also found that the tourist attractions with lessons from loss, accidents and danger of death have spiritual values, which can remind the tourists of World War II, and be more than just relaxing places.

Regarding the proactive tourism marketing, it should not focus on sale promotion because it would lead the low quality tourists to this area. On the other hand, they should focus on quality rather than quantity of the tourists, and promote the tourism by having events and festivals.

According to the second confirmatory factor analysis of proactive tourism marketing strategies, the model corresponds with the empirical data. The maximum weights of elements are of the physical environment of the tourist attractions, presentation channels, sale promotion, and prices respectively.

Finally, the strategies gained from the policy meeting were synthesized to form policies and marketing strategies for tourism. There were five strategies generated as follows: 1) promotion and tourism development for tourist attractions with lessons from loss, accidents and danger of death areas; 2) promotion and quality control of tourist; 3) promotion and support to public attractions focusing on presenting the story behind; 4) promotion and the physical environment development, and the composition of the attractions to be more appropriate for elderly and disabled tourists; and 5) promotion of the sustainable proactive strategies.

Program of Management

Graduate School, Silpakorn University

Student's signature.....

Academic Year 2014

Thesis Advisors' signature 1..... 2.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เพราะได้รับความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ อาจารย์ ดร.อภิญญา นิลนพคุณ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทิก ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัย รวมทั้ง ศาสตราจารย์ ดร.ศักดา ปั่นเหนงเพ็ชร ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย ส่งผลให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้ถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างสูง

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย สุทธะนันท์ รองศาสตราจารย์ ประสพชัย พสุนนท์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาฟีฟี ลาเต๊ะ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณวีร์ บุญคุ้ม และอาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและแก้ไขเครื่องมือในการวิจัย สำหรับการทำให้วิทยานิพนธ์นี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาการจัดการทุกท่านที่ให้ความรู้ ให้คำแนะนำและประสบการณ์อันมีค่าแก่ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณเจ้าของหนังสือ วารสาร เอกสาร และวิทยานิพนธ์ทุกเล่มที่ช่วยให้วิทยานิพนธ์นี้มีความสมบูรณ์ ขอขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ และน้องๆ สาขาวิชาการจัดการทุกคนที่ให้คำแนะนำและกำลังใจตลอดมา ขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมืออย่างดียิ่งในการเก็บข้อมูลการวิจัย ส่งผลให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการวิจัย จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี คุณค่าหรือประโยชน์อันเกิดจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาแด่พระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ที่อบรมสั่งสอน แนะนำ ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจอย่างดียิ่งเสมอมา