



Document Search

Search Article title - Abstract - Keywor

Search

Advanced Search (advance\_search.html)

## Metadata

### Humanities and Social Science Research Promotion Network Journal

#### วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

Volume 3, Issue 3, 2020, pp.54-72

Journal home page (<https://so06.tci-thaijo.org/index.php/hsrnj>)

Local

English

#### การพัฒนารูปแบบกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอันดามัน

View at publisher (<https://so06.tci-thaijo.org/index.php/hsrnj/article/view/252185>)

ปิยาภรณ์ ณ ตะกั่วทุ่ง (author.html?b3B1bkF1dGhvciZpZD00MDA5NjcmYXJ0aWNsZV9pZD02NjQwMjY) <sup>1</sup>,  
ศรัณยา นาคแก้ว (author.html?b3B1bkF1dGhvciZpZD0zMDc2MTQxJmFydGJlbGVfaWQ9NjY0MDI2) <sup>1</sup>, นันท  
ธิดา ศิริกุล (author.html?b3B1bkF1dGhvciZpZD0zMDc2MTQyJmFydGJlbGVfaWQ9NjY0MDI2) <sup>1</sup>, ศรายุทธ ทอง  
หมั่น (author.html?b3B1bkF1dGhvciZpZD0zMDc2MTQzJmFydGJlbGVfaWQ9NjY0MDI2) <sup>1</sup>

#### Author Affiliations

1. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, Thailand

#### Abstract :

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนารูปแบบกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอันดามัน เป็นวิจัยแบบผสม (Mixed Methods) โดยการใช้วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีสำรวจด้วยแบบสอบถาม จังหวัดละ 120 ชุด แบ่งเป็น 5 จังหวัด ได้แก่ ระนอง ภูเก็ต พังงา กระบี่ และตรัง สุ่มจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดละ 30 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติ จังหวัดละ 90 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 600 คน และใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) ทำการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) จังหวัดละ 3 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 15 คน

ผลการวิจัยการพัฒนารูปแบบกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอันดามัน พบว่า กลยุทธ์เชิงรุก เน้นการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในกลุ่มตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ และเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน การท่องเที่ยวโดยผ่านสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และศิลปวัฒนธรรม ใช้การขับเคลื่อนการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความแตกต่างของการท่องเที่ยว

และศูนย์กลางระดับโลกรองรับการท่องเที่ยวระดับพรีเมียม กลยุทธ์เชิงรับ เน้นพัฒนาปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวและระบบการขนส่งผลผลิตภาคเกษตรอุตสาหกรรม และประมง กลยุทธ์เชิงป้องกัน ใช้กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายจากภาครัฐ ภาคประชาชน และภาคเอกชน การพัฒนาการท่องเที่ยวเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยว กลยุทธ์เชิงแก้ไข ใช้กลยุทธ์การปรับปรุงภายในโดยการสร้างแผนการท่องเที่ยวในรูปแบบปกติใหม่ (New Normal) เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว และรองรับการบริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจำนวนมาก

**Keywords :**

กลุ่มจังหวัดอันดามัน; รูปแบบกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยว

**DOI : -**

---

## References (10)

1. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). สถิตินักท่องเที่ยว ปี 2562. สืบค้นจาก [https://www.mots.go.th/more\\_news\\_new.php?cid=487](https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=487).
2. ประพนธ์รัตน์ จงกล และคณะ. (2557). กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวในอำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา. รายงานการประชุม ชาติใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 5 (น.133-122). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
3. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559, โดย กระทรวงการท่องเที่ยว-และกีฬา, 2557. สืบค้นเมื่อ จาก [http://www.angthong.go.th/2554/ attachments/1372\\_รายงานส่วนที่ 1-4.pdf](http://www.angthong.go.th/2554/ attachments/1372_รายงานส่วนที่ 1-4.pdf)
4. พิบูล ทิปะปาล. (2551). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.
5. ศิริวรรณ ศิริเวช. (2560). การวิเคราะห์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย ด้วยวิธี บีซีจี เมทริกซ์ และไดมอนด์โมเดล. ระบบเผยแพร่ผลงานทางวิชาการออนไลน์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ . สืบค้นจาก [https://www.econ.cmu.ac.th/econ\\_paper/?panel=all\\_paper](https://www.econ.cmu.ac.th/econ_paper/?panel=all_paper).
6. ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และสมชาย ธีรฤกษ์กิตติ. (2541). กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาด และ กรณีศึกษา. กรุงเทพมหานคร:บิซิเนส เวิลด์.
7. Cochran,William G. (1997). Sampling Techniques 3rd Edition. John Wiley & Sons, New York.
8. Pike, Steven D. (2008). Destination Marketing : anintegrated marketing communication approach. Butterworth-Heinmann, Burlington, MA.
9. Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. New York: Free Press.
10. Porter, M. E. (1997). Competitive Strategy. Measuring Business Excellence, 1(2), 12-17.

---

## Cited (1)

1. ปิยวรรณ แสงสุขชา (author.html?b3BlbkF1dGhvciZpZD0zMzUwJmFydGlibGVfaWQ9NjY0MTU1), ศรีณยา เลิศพุทธรักษ์ (author.html?b3BlbkF1dGhvciZpZD0yMDE5ODYmYXJ0aWNsZV9pZD02NjQxNTU) (2021), แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากประเทศอาเซียนในเขตภาคใต้ตอนบน (article.html?article\_id=664155), วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (journal.html?b3BlbkpvdXJuYWwmaWQ9MTE0NDY), Volume 4, Issue 2, pp. 1-18

---

Copyright © 2019 : Thai-Journal Citation Index Centre (TCI). All right reserved (<https://tci-thailand.org>)