



รายงานการวิจัย

แผนงานวิจัย การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน
แบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

Slow Tourism Attractions Development in Upper Northern
for Elderly Tourists

โครงการย่อยที่ 2
การประเมินศักยภาพการตลาดท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน
แบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

โดย
จันทร์จิตร เชียรศิริ และคณะ
สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจาก สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

2555

ชื่อโครงการวิจัย	การประเมินศักยภาพการตลาดท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ Slow Tourism Market Potential Evaluation in Upper Northern for Elderly Tourists
ภายใต้แผนงานวิจัย	การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ Slow Tourism Attractions Development in Upper Northern for Elderly Tourists
ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประจำปี	2553 จำนวนเงิน 753,500 บาท
ระยะเวลาทำการวิจัย	1 ปี 2 เดือน เริ่มทำการวิจัยเมื่อ เดือน เมษายน 2553 ถึง เดือนมิถุนายน 2554
ผู้ดำเนินการวิจัย	นางสาวจันทร์จิตร เขียรศิริ ¹ , นายฉันทวัต วันดี ² , นางสุรีย์ บุญญานุพงษ์ ³ , นางกรวรรณ สังขกร ³ , นางสาวพิมพ์ชนก นาคะเกศ ³

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ประเมินศักยภาพทางการตลาดของการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และ 2) เสนอแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

การดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อประเมินศักยภาพทางการตลาดในด้านสถานการณ์ทั่วไปและสภาพการแข่งขัน และสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวและประเมินส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวของภาคเหนือตอนบน ซึ่งข้อมูลที่ได้นำมาประมวลเพื่อจัดทำข้อเสนอแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อศักยภาพการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบนที่สำคัญคือ ปัจจัยการเมือง ได้แก่ เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง ทำให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่น

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาอีสเทอร์น โทร. 0 5320 1800-4 ต่อ 1421

² บริษัทอิงคะ จำกัด โทร. 0 5321 6427

³ สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โทร. 0 5394 2571

ในความปลอดภัย ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ ค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น สภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัวส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้น ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรผู้สูงอายุ มีผลทำให้ตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีแนวโน้มเจริญเติบโตในอนาคต ส่วนทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดึงดูด คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งมีการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างสะดวก มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย แต่ขาดระบบขนส่งมวลชนที่ดี และการพัฒนาบุคลากรยังไม่ตรงตามความต้องการของสถานประกอบการ และควรมีความร่วมมือเป็นเครือข่ายของธุรกิจการท่องเที่ยวในหลายด้าน

ในส่วนของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความคล้ายคลึงกันในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ อันได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม แต่แตกต่างกันในเรื่องการหาข้อมูลเพื่อวางแผนการท่องเที่ยว การเลือกวันเดินทาง และวัตถุประสงค์ทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจมากที่สุดส่วนประสมทางการตลาดทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากรผู้ให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ

แนวทางการพัฒนาตลาดเน้นการนำเสนอความพร้อมของการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบนเพื่อเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ด้วยธรรมชาติที่งดงามและแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมวิถีชีวิตที่หลากหลาย โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ กลุ่มข้าราชการบำนาญ และกลุ่มนักธุรกิจหรือเจ้าของกิจการ และกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปและทวีปอเมริกา ในด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว คือ ความงดงามของธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่หลากหลาย ศาสนสถานอันทรงคุณค่า ดำเนินประวัติศาสตร์และโบราณคดี ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ได้แก่ การเข้าร่วมประเพณีท้องถิ่น การศึกษาวิถีชีวิตท้องถิ่น กิจกรรมทางศาสนา และกิจกรรมเชิงสุขภาพ มีการกำหนดราคาเพื่อจูงใจให้มาเที่ยว โดยการกำหนดราคาตามกลุ่มลูกค้า ตามช่วงเวลา หรือการให้ส่วนลด ช่องทางการจัดจำหน่ายมีทั้งการซื้อโดยตรงและผ่านตัวกลางทางการตลาด มีการส่งเสริมการตลาดที่เข้าถึงผู้สูงอายุทั้งการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ รวมถึงการส่งเสริมการขายเพื่อจูงใจนักท่องเที่ยว มีการพัฒนาบุคลากรผู้ให้บริการทั้งในเรื่องของความรู้ในการดูแลผู้สูงอายุ ความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ และการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ปรับปรุงลักษณะทางกายภาพของการท่องเที่ยวให้เหมาะสม พัฒนากระบวนการให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุ ทั้งบริการขนส่งและอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง บริการข้อมูลสารสนเทศทางการท่องเที่ยว และเน้นเรื่องความปลอดภัย

Abstract

Subject : Slow Tourism Market Potential Evaluation in Upper Northern for Elderly Tourists

Project : Slow Tourism Attractions Development in Upper Northern for Elderly Tourists

Research Fund for the year of 2010: 753,500 Baht

Research Period: 1 year - From April 1st, 2010 to April 1st, 2011

Researchers : Junjit Thiensiri, Chantawat Wandee, Suree Bonyanupong, Korawan Sangkakorn, and Pimchanok Nakakate

The objective of this research are 1) Evaluate the tourist market potential in upper northern under the concept of “Slow Tourism” for the Elderly Tourists and 2) Propose the “Slow Tourism” for the Elderly Tourists development plan to tourist market. This research was conducted as a survey research by interview Tourism Entrepreneurs and agencies which related to tourism in order to evaluate market potential in general and in competition situation. Interview both Thais and foreigners’ elderly tourists on their travel behavior. Evaluate the combined tourist marketing of the upper northern. Compile all information; prepare to propose the process of “Slow Tourism” for Elderly Tourists Development Plan.

The results of this research found that the main factors which effect tourist potential in upper northern are: the political unrest which caused the insecure feeling, economic factors i.e. the strong value of Thai Baht causes the tourists to spend higher cost, the economic slowdown causes Thai tourists careful in expenses, social and cultural factors i.e. the better medical evolution - people lived longer causes the increasing of Elderly Tourists.

For tourism resource, there are now easy to access through the Natural, Cultural Attractions. There are varieties of activity, but the problems are lack of good public transportations, still do not have the right personnel development to meet the needs of business entrepreneurs, and no value chain of co-operation between tourism business networks. These cause the high competition within the country and abroad.

For the part of tourists' behavior, both Thais and foreigners, are interested in Natural and Cultural Attractions. Thais and foreigners are different in the habit of planning their journey, finding information, and the purpose of their travelling. But they are similar in feeling comfortable with the combined market of the products, price, distributions, promotions, service-providers, service-process which are in very good criteria.

Market Potential Development Plan should highlight on the availabilities and the preparedness of upper northern as tourists destinations of the Elderly Tourists with a beautiful fresh nature, various cultures to discover. The organizations should present the Natural and Cultural Attractions, lifestyles, legendary, valuable religious places, history and archeology. The activities which suitable for the Elderly Tourists are joining local tradition, culture, religious and health care. The special cost to attract them to visit, discount for bulk purchase, direct distribution channels and through travel agents. Marketing Promotions through advertisement and public relations. Training to skills-improve service-providers on taking care the Elderly Tourists, foreign language skills, how to provide tourist information, re-conditioning the physical of the Tourist Attractions, improve other service-process to facilitate the Elderly on transportation, access to town, information and security services.
