

**หัวข้อวิจัย** การส่งเสริมการจัดการตลาดท่องเที่ยวเพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism กลุ่มผู้สูงอายุโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา

**ผู้วิจัย** กรองทิพย์ ชัยชาญ และคณะ

**หน่วยงาน** มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

**ปีที่ทำการวิจัยเสร็จเรียบร้อย** พ.ศ. 2561

.....

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism เพื่อศึกษาหลักการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism และเพื่อจัดทำแนวทางการส่งเสริมการจัดการตลาดท่องเที่ยวเพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism กลุ่มผู้สูงอายุ โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีทั้งข้อมูลปฐมภูมิจากการจัดทำแบบสอบถาม การลงพื้นที่ภาคสนาม การจัดทำแบบประเมินศักยภาพการลงพื้นที่สัมภาษณ์ การจัดเวทีย่อย การจัดเวทีประชาคม การลงพื้นที่สัมภาษณ์ การจัดเวทีย่อย การจัดเวทีประชาคม และข้อมูลทุติยภูมิจากข้อมูลเอกสารของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหาแบบพรรณนา และการวิเคราะห์ด้วยสถิติ เช่น ค่าความถี่ ร้อยละค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาในส่วนของพฤติกรรม พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เป้าหมายในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เหตุผลที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพราะมีค่าใช้จ่ายมีความเหมาะสม ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นสามี/ภรรยา/บุตร ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นวันไหนก็ได้ แหล่งข้อมูลเพื่อเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ วิธีการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกิดจากเป็นสถานที่ที่สามารถสร้างคุณค่าให้กับตนเอง ด้านความต้องการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวเห็นว่าปัจจัยทางการตลาดทั้ง 16 ด้านมีผลต่อความต้องการท่องเที่ยวระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ในส่วนของศักยภาพโดยทั่วไป พบว่าอำเภอปากช่อง วังน้ำเขียว และโชคชัย มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ขณะที่ศักยภาพแบบ slow Tourism พบว่าอำเภอปากช่อง วังน้ำเขียว และโชคชัย มีศักยภาพในระดับ ในส่วนของผลศึกษาหลักการจัดการแหล่งท่องเที่ยว พบว่า มีจำนวน 20 ปัจจัย คือ การยึดมั่นในหลักการของ Slow Tourism การเข้าใจในวิถีการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ การประสานความหมายระหว่าง Slow Tourism กับกลุ่มผู้สูงอายุ ค่านิยมในการท่องเที่ยว การหนุนเสริมจากครอบครัวของกลุ่มผู้สูงอายุในการท่องเที่ยว บุคลากรที่รองรับและคอยช่วยเหลือในพื้นที่ การยอมรับของสังคม การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว การพัฒนาระบบขนส่ง การส่งเสริมการบริโภคอาหารปลอดภัย การพัฒนาสถานที่พักระยะยาว การสร้างเอกลักษณ์การท่องเที่ยว การสร้างความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบค่อยเป็นค่อยไป การพัฒนาสถานที่พักผ่อนแบบ

ราบเรียบ การสร้างจิตสำนึกการใช้ชีวิตแบบสงบ การเน้นการอนุรักษ์พลังงาน นโยบายของภาครัฐในระดับท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การเข้ามาสถาบันการศึกษาเพื่อสร้างองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism และแนวทางการส่งเสริมการจัดการตลาดท่องเที่ยว มีจำนวน 16 ปัจจัย คือราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย จุดยืนผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการขาย จิตวิทยาการขาย พันธมิตรทางธุรกิจ การมีส่วนร่วมทางธุรกิจ การขายรวม บุคลากรทางการท่องเที่ยว ช่วงเวลา สภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยว ความคิดเห็นสาธารณะด้านนักท่องเที่ยว กระบวนการให้บริการและสภาพแวดล้อมด้านผลิตภัณฑ์ และสถานประกอบการ



Research Title        The Promotion of Tourism Market Management in Preparation of Slow Tourism's Elderly Tourists by Using Participatory Process Among Nakhon Ratchasima Community

Researchers            Krongtip Chaichan

Organization         Nakhon Ratchasima Rajabhat University

Year                     2018

### Abstract

This study had been purposed to explore behaviors and needs towards Slow Tourism in order to investigate Slow Tourism's tourist attractions potential, to study about Slow Tourism's tourist attractions management mechanism and to establish ways to enhance tourism management in the preparation for the Slow Tourism for elderly tourists by using participatory process among Nakhon Ratchasima community. In terms of data collection, primary data was collected by using questionnaire, field practice survey, tourist attraction's potential evaluation form, interview, a conference and a community forum. For secondary data, information was collected from related document obtained from concerning organization. For data analysis, descriptive data analysis was employed together with statistical analysis; frequency, percentage, average and standard deviation.

In terms of behaviors, historical attractions were considered as target tourist attractions. Tourists decided to travel because they would like to rest and relax and the reason why they came to particular places was the affordable expenses. Husbands, wives and children were played a crucial part in decision making on a trip. The period of travel could be anytime. Printed media was considered as sources of information. They decided to travel to certain places by selecting the ones that raised inner value for themselves. When considering needs for travel, 16 marketing factors had influenced their desire at highest level as the average was reported at 4.22. In terms of general potential, the study found that Pakchong District, Wang Nam Kaew District and Chok Chai District were reported at high level. However, in terms of potential of Slow Tourism, it found that Pakchong District, Wang Nam Kaew District and Chok Chai District were reported at high level. When it came to the tourist attractions management mechanism, it revealed that there were altogether 20 factors including the belief in Slow Tourism's principle, the understanding towards elderly tourism, the combination between Slow Tourism and elderly group, the tourism value, the support given by elderly's family members, staff available in particular area, social

acceptance, the establishment of tourism activities, the development of transportation network, the promotion towards food safety, the development of long term stay places, the promotion of tourist attraction uniqueness, the making tourists feel worthwhile when comparing to what they had already spent for, the consistent tourism development, the development of simple accommodation, the encouragement to live a peaceful life, the encourage to sustain energy, local government policies enhancing tourism, the participation of education institutes to create tourism body of knowledge and the public relation towards Slow Tourism. When considering ways to enhance tourism management, the study found 16 factors including cost, distribution channels, product's perspective, products, sales promotion, sales tactics, business alliance, business inclusion, the joint sales, tourism staff, period of time, tourism environment, public opinion towards tourists, services process and product environment and business.