

<b>ชื่อโครงการ</b>	การพัฒนารูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในภูมิภาคตะวันตกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีคุณภาพ Active Marketing Tourism and Public Relation Model Development in the Western Region for Quality Senior Tourists
<b>ชื่อคณะผู้วิจัย</b>	รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทิก คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ผู้ช่วยศาสตราจารย์รณนันทน์ หอมสุต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร อาจารย์จอมศักดิ์ คลังระหัด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
<b>ปีที่ทำวิจัยเสร็จ</b>	2558

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาสภาพโดยทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีคุณภาพสำหรับนำมากำหนดเป็นกรอบของรูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุกสำหรับผู้สูงอายุที่มีคุณภาพ ตลอดจนจัดทำรูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวและรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวคุณภาพของผู้สูงอายุเชิงรุก ในภูมิภาคตะวันตกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีคุณภาพ โดยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มที่มุ่งพัฒนารูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในภูมิภาคตะวันตกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีคุณภาพ กับผู้ให้ข้อมูลหลัก ในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวน 11 คน และอีกจำนวน 17 คน ประกอบด้วย อาจารย์มหาวิทยาลัย ผู้ประกอบการ และตัวแทนจาก ททท. ซึ่งคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบบลูกโซ่ (Snowball) จากนั้นจึงตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเชิงคุณภาพแบบสามเส้า จากนั้นจึงมีการจัดสนทนากลุ่ม (Focus group) เพื่อจัดทำรูปแบบทางการตลาดและรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีคุณภาพ

ผลการวิจัย พบว่า จากการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ กาญจนบุรี และจังหวัดราชบุรีนั้น รูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวเชิงรุกที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ศึกษา คือ กลยุทธ์การจูงใจซึ่งหน้า ซึ่งเป็นวิธีที่ต้องมีการสำรวจทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก ประกอบกับความต้องการของนักท่องเที่ยวก่อน จากนั้นจึงได้นำเสนอเส้นทางการท่องเที่ยว โดยจำแนกออกตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ซึ่งจากผลการศึกษาสามารถจำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) รูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวยุโรป นำเสนอการท่องเที่ยวในคอนเซ็ป “ระลึกความหลังที่กาญจนบุรี สร้างความดีที่เมืองเพชร เต็มพลังชีวิตที่ประจวบคีรีขันธ์” และ 2) รูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวเอเชีย นำเสนอการท่องเที่ยวในคอนเซ็ป “เที่ยวเมืองเพชร 3 สไตล์ สโลว์ไลฟ์ใกล้ธรรมชาติเมืองราชบุรี” ในขณะที่การพัฒนาแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุก ควรใช้การประชาสัมพันธ์แบบ Differentiation, Creativity, High Technology, Database และ International PR

คำสำคัญ : รูปแบบการตลาดการท่องเที่ยว/การประชาสัมพันธ์เชิงรุก/ภูมิภาคตะวันตก/  
นักท่องเที่ยวสูงอายุ/คุณภาพ

## Abstract

This research aimed to study the general conditions about quality senior tourists for setting a framework of tourism marketing and public relations proactive tourism for quality senior tourists. As well as to make tourism marketing and public relations proactive tourism in the western region for quality senior tourists. This research was quality research that applied the technical analysis with quantitative data in step of in-depth interview and focus group that developed tourism marketing and public relations proactive tourism in the western region for quality senior tourists with 11 key informants a group of tourists, both in Thailand and overseas with 17 key informants consist of university professors, entrepreneurs, representatives from Tourism Authority of Thailand, snowball selected. And test of consistency by Triangulation testing. Then focus group meeting for build marketing and public relations of quality senior tourists.

The result found that from analysis of travel habits of senior tourists and tourism resources in the western region consist of Phetchaburi, Prachuap Khiri Khan, Kanchanaburi and Ratchaburi. The proactive tourism marketing the appropriate with The context of the study area was frontal attack strategy. This strategy was to must exploring tourism resources in the western region and the needs of tourists. Then presented the tourism route divided by the travel habits of senior tourists. The results of the study can be classified into two groups. 1) tourism marketing model for European tourists. presented in Concepcion “Memorial retrospective at Kanchanaburi, Make a well at Phetchaburi, Invigorating life at Prachuap Khiri Khan” and 2) tourism marketing model for Thai and Asians presented in Concepcion “Travel in three style in Phetchaburi, SLOW LIFE Nature Ratchaburi” While the development of proactive the pattern of public relations tour were Differentiation, Creativity, High Technology, Database and International PR method.

**Key words:** Marketing Tourism/Proactive Public Relation/Western Region/Senior Tourists/Quality