

สมหมาย เทียงแท้. (2549). *แนวทางพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ วท.ม. (การวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ดร.อรรณพ โพธิสุข.

การศึกษาเรื่อง แนวทางพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาถึงพฤติกรรมและรูปแบบความต้องการการท่องเที่ยว ความสนใจและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวญี่ปุ่น 2) ศึกษาความคิดเห็นทัศนคติ ของหน่วยงานภาครัฐบาล ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวญี่ปุ่น 3) ศึกษาสภาพพื้นที่ทั่วไปในแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นนิยมเดินทางไปเยี่ยมเยือนบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ ถ.สีลม สยามซ็อบปิ้งเซ็นเตอร์ ถ.สุขุมวิท 4) วิเคราะห์ศักยภาพทางด้านสิ่งแวดล้อมการท่องเที่ยว สังคม เศรษฐกิจ ในแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ ถ.สีลม สยามซ็อบปิ้ง ถ.สุขุมวิท 5) ศึกษาแนวทางพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร

การศึกษานี้ได้ใช้ระเบียบวิธีเชิงคุณภาพ มีเครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบสังเกตการณ์ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มบุคคลที่ให้ข้อมูลสำคัญ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐบาล /รัฐวิสาหกิจ กลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง และกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวญี่ปุ่นที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวนรวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 51 คน รวมทั้งการสังเกตการณ์สภาพพื้นที่ทั่วไปในแหล่งท่องเที่ยวที่ศึกษาแล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรม รูปแบบความต้องการท่องเที่ยว ความสนใจ และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวญี่ปุ่น ส่วนมากอายุระหว่าง 50-60 ปี ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความสนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด นักท่องเที่ยวชายเคยมีประสบการณ์การเดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร และมักเดินทางมาช่วงวันหยุดที่มีระยะเวลาพำนัก 7-10 วัน นักท่องเที่ยวชายมีค่าเฉลี่ยในการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวหญิง และมีแรงจูงใจที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวเพราะว่า คนไทยมีอัธยาศัยดี มีมิตรไมตรี มีความสุภาพ ทำให้อยากเดินทางกลับมาพำนักระยะยาวในประเทศไทยหลังเกษียณอายุการทำงาน ส่วนนักท่องเที่ยวช่วงอายุ 61-70 ปี และอายุ 70 ปีขึ้นไป สนใจที่จะมาพำนักระยะยาวในกรุงเทพมหานคร สนใจที่จะพักในอพาร์ทเมนท์ ต้องการความปลอดภัยทั้งร่างกายและทรัพย์สิน ต้องการมีสุขภาพที่แข็งแรง ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก ต้องการสิ่งแวดล้อมที่ดี ต้องการการดูแลด้านสุขภาพ ราคาที่พักอาศัยและงบประมาณ

ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวในแต่ละวันมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับรายได้และต้องการส่วนลดราคาพิเศษ ชอบสินค้าราคาถูก ไม่ชอบแพ็คเกจซีพีบีง ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างจังหวัด โดยนักท่องเที่ยวทุกช่วงอายุมีความสนใจแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม บันเทิงและสันทนาการ และแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ มีวิธีการติดตามข่าวสารการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต แผ่นพับ เพื่อนหรือญาติ หนังสือแนะนำเที่ยว และบริษัทนำเที่ยว ปัญหาส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวพบ คือ การสื่อสาร บ้ายสื่อความหมาย/บ้ายบอกทิศทาง การจรรยาบรรณพาหนะ/คนขับรถ มัคคุเทศก์ พฤติกรรมคนขายของ ปัญหาการซื้อของ อันเป็นอุปสรรคทางการตลาดการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ผลการสำรวจสภาพพื้นที่ที่ศึกษา พบว่า กรุงเทพมหานครมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวพร้อมหลายด้านสามารถรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวญี่ปุ่นได้ แต่ยังคงขาดความพร้อมทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยทางด้านต่าง ๆ และการจัดการที่เหมาะสมในบางส่วนที่ควรหาแนวทางพัฒนาเพื่อให้เกิดความพร้อมในการให้บริการด้านท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวญี่ปุ่น

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพในแหล่งท่องเที่ยว พบว่า จุดแข็งของกรุงเทพมหานคร คือ เป็นสถานที่ที่มีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวสูง มีความเป็นเลิศด้านประวัติศาสตร์ ประเพณีวัฒนธรรม และมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีค่าครองชีพถูก มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภค สาธารณูปการต่าง ๆ แต่ยังมีปัญหาและอุปสรรคจากภายนอก คือ เหตุการณ์ความไม่สงบภายในประเทศ สภาวะความแปรปรวนของเศรษฐกิจโลก ซึ่งมีผลทำให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นหรือลดการเดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร อีกทั้งสถานการณ์ท่องเที่ยวอยู่ในสภาวะการแข่งขันกันสูงทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ในขณะที่เดียวกันจุดอ่อนของการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร การขาดแนวทางพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวญี่ปุ่น เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวญี่ปุ่นเดินทางมาเพิ่มมากขึ้น และจะเป็นโอกาสในการสร้างอาชีพ รายได้ให้กับประเทศเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องควรมีแนวทางพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดด้านการนำเสนอสินค้าและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ช่องทาง การจัดจำหน่าย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ราคาขายสินค้าและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว กระบวนการขั้นตอนการบริการ บุคลากร ลักษณะทางกายภาพของกรุงเทพมหานคร การจัดแพ็คเกจพิเศษเพื่อมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อันจะเป็นการตอบสนอง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ถูกทิศทาง โดยทุกหน่วยงานควรยึดหลักการให้บริการภายใต้จิตสำนึกของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี สร้างความไว้วางใจได้และทุกฝ่ายควรร่วมกันแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนสำหรับผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร

Sommae Theingthae. (2006). *Guidelines on Ecotourism Marketing Development for Japanese Senior Tourists in Bangkok*. Master's Project, M.S.(Ecotourism Planning and Management). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Dr. Annop Phothisuk.

The study of guidelines on ecotourism marketing development for Japanese senior tourists in Bangkok aims to 1) study touristic behaviour, need, interest, and opinion of Japanese senior tourists 2) study government section and tourist-related business owners' opinion and attitude towards Japanese senior tourists 3) study area of tourist attraction that Japanese tourists popularly visit, such as Ratanagodin Island areas, Silom road, Siam shopping centers, and Sukhumvit road 4) analyze potential of environment, social, and economic of the tourist attraction that Japanese tourists popularly visit, such as Ratanagodin Island areas, Silom road, Siam shopping centers, and Sukhumvit road 5) study the guideline on ecotourism marketing development for Japanese senior tourists in Bangkok.

This study employed qualitative research and the tools were in-depth interview and observation. The in-depth interview was employed with 3 groups of informants, which were government/ state enterprises officers, tourist-related business owners, and Japanese senior tourists aged over 50. The sampling total of 51 persons. This study also observed the area of tourist attraction and analyzed the data by using descriptive statistics.

The finding of the behaviour, need, interest, and opinion of Japanese senior tourists showed that most of them, both male and female at the age of 50-60, were mostly interesting in travelling activity. Male tourists had experience in travelling in Bangkok and often travelled on the holidays for the period of 7-10 days. In addition, male tourists had average expenses higher than female tourists. The motivation for travelling in Thailand were that Thai people were friendly and gentle, so they wanted to come back again for a long staying in Thailand after their retirement. The tourists at the age of 61-70 and than 70 were interesting in long staying in Bangkok. They were interesting in staying in apartment and they needed the security in term of health and property, wanted to be healthy, wanted the facilities, wanted the good environment, wanted the health care, wanted the cost of residence destination and traveling expenses to be different depending on income, wanted

special price, liked cheap goods, didn't like package shopping, and wanted to travel in another provinces. The tourists at every age were interesting historical, archaeological, and traditional, culture, entertainment and health tourism destination, got traveling information from internet, brochures, friends or cousins, traveling guide book, and travel companies. The problems that the tourist always faced were communication, communicating boards/direction boards, traffic, transportation/ drivers, travel guides, seller behaviour, and problems from buying, which are the threats of tourism marketing in Bangkok.

The result of studied area indicated that Bangkok had potential of tourism, which could support Japanese senior tourists but it still not enough facilities, security, and appropriate management which should be developed to be ready for tourism service of Japanese senior tourists.

The analysis of potential of tourist attraction found that the strengths of Bangkok were that Bangkok had high potential in tourism. It had excellent history, tradition and culture and it had many tourism attraction. The cost of living was low and had facilities in term of public utility. However, it still had problems and outside obstacles, that were the insecurity inside country, variation of world economic, which made the tourists not confident and slowed down the tourism in Bangkok. Moreover, there was a high competition in tourism both in Thailand and in other countries. At the same time, the weakness of travelling in Bangkok was that there was no guidelines on ecotourism marketing development for Japanese senior tourists in Bangkok to attract Japanese senior tourists to increase travel in Thailand. This was the opportunity to create career and increase income in our country. Therefore, government section and related-tourists business owners should have marketing development strategies in term of the introduction of tourism products, places, promotions, price of products, service process, personals, physical aspect of Bangkok, special package arrangements to focus on Ecotourism, which response the need of tourists. Every section should has service mind on behalf of good host country, make them trust and also solve the tourism problems to sustainable ecotourism marketing development for Japanese senior tourists in Bangkok.