

พฤติกรรมทางท่งเที้ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ อายุ 60 -79 ปี
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล



ศิริกุล เกียรติกุลไพบูลย์

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

**พฤติกรรมทางท่งเที้ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณอายุ 60-79 ปี
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 6 กันยายน พ.ศ.2558



นางสาวศิริกุล เกียรติกุลไพบูลย์
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา รุ่งเรือง

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์อรรรณพ ตันละมัย, Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์รวิน ระวิวงศ์

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปีติสันต์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาของสารนิพนธ์ฉบับนี้ที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ และให้ข้อคิดเห็นต่าง ๆ ในการจัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ อีกทั้งยังขอบคุณอย่างสูงต่อคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ที่ให้คำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไข และตรวจสอบทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขอขอบพระคุณเพื่อนๆ BM 16C และครอบครัว ที่ให้ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นที่มีประโยชน์อย่างยิ่งพร้อมทั้งให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ขอขอบคุณเจ้าของตำราและผลงานทางวิชาการต่างๆ ที่ผู้เขียนได้นำมาอ้างอิงในสารนิพนธ์ฉบับนี้

สุดท้ายนี้คุณประโยชน์อันใดที่เกิดจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ผู้เขียนขอมอบให้แก่คณะครูอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ และมารดาผู้เป็นที่รักที่ให้โอกาสทางการศึกษาและอบรมแก่ผู้เขียนมาเป็นอย่างดี

ศิริกุล เกียรติกุลไพบุลย์

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ อายุ 60-79 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
TRAVEL BEHAVIOR OF ELDERLY RETIREES AGE 60-79 YEARS OLD IN THE
BANGKOK METROPOLITAN REGION

ศิริกุล เกียรติกุลไพบุลย์ 5650430

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์
พริศา รุ่งเรือง, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์รวิน ระวิวงศ์, Ph.D.

บทคัดย่อ

ในการจัดทำสารนิพนธ์ครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว
และความต้องการของผู้สูงอายุวัยเกษียณ อายุ 60 – 79 ปี โดยทำการศึกษาผู้ที่อาศัยในเขตกรุงเทพฯ
และปริมณฑลและมีประสบการณ์ท่องเที่ยวในรอบเวลา 1 ปีที่ผ่านมา เพื่อศึกษาความต้องการต่อการ
ท่องเที่ยว ด้านที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว อาหาร บุคคลากรของบริษัทนำเที่ยว และโปรแกรมการ
ท่องเที่ยว โดยออกแบบการศึกษาเป็นงานวิจัยแบบเชิงคุณภาพ มีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์
แบบเจาะลึกโดยใช้เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

จากการศึกษาพบว่าผู้สูงอายุวัยเกษียณชื่นชอบท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ
ทั้งในและต่างประเทศ ทั้งนี้เพื่อพักผ่อนเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อไหว้พระทำบุญและต้องการเจอเพื่อน
และอยากกลับไปท่องเที่ยวยังสถานที่เดิมซ้ำหรือเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวนั้นซ้ำหากพึงพอใจ
และออกค่าใช้จ่ายด้วยตนเอง อีกทั้งมีการใช้ Social Media ในการรับข่าวสารและบอกต่อข้อมูลการ
ท่องเที่ยว และมีความต้องการที่พักที่ สะอาด สะดวกสบาย และปลอดภัย ต้องการจุกบริการข้อมูล
ในสถานที่ท่องเที่ยว เน้นอาหารท้องถิ่นและอาหารเชิงสุขภาพ ยินดีจ่ายเพิ่มหากบุคคลากรนำเที่ยวมี
ความรู้ในการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและต้องการ โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ไม่เร่งรีบ

คำสำคัญ : พฤติกรรมการท่องเที่ยว/ ความต้องการต่อการท่องเที่ยว/ ผู้สูงอายุ/ วัยเกษียณ/

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามงานวิจัย	3
1.3 วัตถุประสงค์งานวิจัย	3
1.4 ขอบเขตงานวิจัย	4
1.5 นิยามคำศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการความต้องการ	11
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	12
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ	14
2.4 วรรณกรรมบทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	24
3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	24
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	25
3.3 วิธีดำเนินการวิจัย	25
3.3.1 แหล่งข้อมูล	25
3.3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล	25
3.3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	26

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	27
3.3.5 ระยะเวลาที่ใช้ในการทำวิจัย	27
บทที่ 4 ผลการวิจัย	28
4.1 ด้านประชากรศาสตร์	28
4.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ	30
4.2.1 แหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ	30
4.2.1.1 การท่องเที่ยวภายในประเทศ	30
4.2.1.2 การท่องเที่ยวต่างประเทศ	31
4.2.2 เหตุผลในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ	31
4.2.2.1 การท่องเที่ยวภายในประเทศ	31
4.2.2.2 การท่องเที่ยวต่างประเทศ	32
4.2.3 ช่วงเวลาที่ท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ	32
4.2.3.1 การท่องเที่ยวภายในประเทศ	33
4.2.3.2 การท่องเที่ยวต่างประเทศ	34
4.2.4 ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวกับผู้สูงอายุวัยเกษียณ	33
4.2.4.1 การท่องเที่ยวภายในประเทศ	34
4.2.4.2 การท่องเที่ยวต่างประเทศ	34
4.2.5 ค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวกับผู้สูงอายุวัยเกษียณ	34
4.2.5.1 การท่องเที่ยวภายในประเทศ	34
4.2.5.2 การท่องเที่ยวต่างประเทศ	34
4.2.6 ช่องทางในท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ	35
4.2.6.1 การท่องเที่ยวภายในประเทศ	35
4.2.6.2 การท่องเที่ยวต่างประเทศ	35
4.2.7 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารในท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ	36
4.2.8 การค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ	36
4.2.8.1 การท่องเที่ยวภายในประเทศ	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.2.8.2 การท่องเที่ยวต่างประเทศ	37
4.2.9 ความรู้ลึกหลังการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ	38
4.3 ความต้องการการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ	38
4.3.1 ความต้องการที่มีต่อที่พักในการท่องเที่ยว	39
4.3.2 ความต้องการที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว	39
4.3.3 ความต้องการที่มีต่ออาหารในการท่องเที่ยว	40
4.3.4 ความต้องการที่มีต่อบุคคลากรที่ให้บริการของบริษัทนำเที่ยว	40
4.3.5 ความต้องการที่มีต่อโปรแกรมท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว	41
บทที่ 5 การนำสรุปผลการวิจัย การอภิปรายและข้อเสนอแนะ	42
5.1 สรุปผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	42
5.1.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ	42
5.1.2 ความต้องการของผู้สูงอายุวัยเกษียณที่มีต่อการท่องเที่ยว	43
5.2 การอภิปราย	44
5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	46
5.3.1 ข้อเสนอแนะระดับประเทศ	47
5.3.2 ข้อเสนอแนะระดับหน่วยธุรกิจ	47
5.3.2.1 ข้อเสนอแนะทางด้านผลิตภัณฑ์	48
5.3.2.2 ข้อเสนอแนะทางการด้านราคา	48
5.3.2.3 ข้อเสนอแนะทางการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	48
5.3.2.4 ข้อเสนอแนะทางการด้านการประชาสัมพันธ์	49
5.3.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	49
บรรณานุกรม	50
ประวัติผู้วิจัย	54

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1.1	แสดงรายได้ของผู้สูงอายุ	2
2.1	แสดงแนวคำถามในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	9
4.1	แสดงข้อมูลของผู้เข้าร่วมงานวิจัย	28



สารบัญรูปภาพ

ภาพ		หน้า
2.1	แสดงการแสดงรูปแบบพฤติกรรมการณ์ซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค	7
3.1	แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย	24



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถาบันวิจัยประชากรและสังคม (2558) ได้ให้ข้อมูลจำนวนประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปว่ามีจำนวนประมาณ 10 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 15 ของจำนวนประชากรทั้งหมด เมื่อเทียบกับปี 2543 มีจำนวนประมาณ 6 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 10 ของจำนวนประชากรทั้งหมดเท่านั้น ซึ่งช่วงเวลา 15 ปีที่ผ่านมา มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 5 ในสังคมไทย และสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2550) ยังคาดการณ์ว่าประชากรไทยจะมีอายุยืนยาวขึ้น โดย ประชากรเพศชายจะมีอายุยืนยาวไปถึง 73.28 ปี และประชากรเพศหญิงจะมีอายุยืนยาวไปถึง 80.1 ณ ช่วงปี 2558 – 2563 อันเนื่องมาจากความก้าวหน้าทางการแพทย์และระบบสาธารณสุขที่ก้าวหน้าขึ้น อีกทั้งส่วนมากเป็นกลุ่มคนที่เกษียณและออกจากการทำงานแล้ว การเติบโตประชากรผู้สูงอายุกลุ่มนี้จะส่งผลให้กลุ่มผู้บริโภคผู้สูงอายุวัยเกษียณมีสัดส่วนเพิ่มขึ้น และมีความสำคัญกับเศรษฐกิจไทยอย่างมาก

การที่ผู้สูงอายุต้องออกจากภาคแรงงานและไม่มียาได้จากการทำงานหรือช่วงเวลาหลังเกษียณเป็นช่วงเวลาสุดท้ายของชีวิตและได้หยุดจากทำงานและสังคมการทำงาน บุคคลที่อยู่ในช่วงนี้แม้จะประสบปัญหาต่างๆไม่ว่าจะเป็น ปัญหาด้านสุขภาพที่ต้องมีการปรับตัวจากภาวะถดถอยของสภาพร่างกายตามธรรมชาติ แต่เป็นช่วงวัยที่มีความท้าทายในการบริหารและใช้จ่ายเงินเพื่อทำให้ตนเองมีคุณภาพชีวิตในช่วงบั้นปลายที่ดี (วันชัย แก้วสุมาลี, 2552)

จากรายที่ 1.1 จำนวนผู้สูงอายุที่ตราชาอาณาจักรมียาได้รับต่อปี ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 30,000 - 39,999 บาท และหากพิจารณาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าจำนวนผู้สูงอายุที่มีรายได้ที่ได้รับต่อปี ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 100,000 - 299,999 บาท และหากพิจารณาความเพียงพอของรายได้ของผู้สูงอายุที่ตราชาอาณาจักรพบว่ามีความเพียงพอของรายได้ คิดเป็น ร้อยละ 56 ของจำนวนประชากรผู้สูงอายุที่ตราชาอาณาจักร ในขณะที่เฉพาะเขตกรุงเทพมหานคร ความเพียงพอของรายได้ คิดเป็น ร้อยละ 76 ของจำนวนประชากรผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร จากข้อมูลข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึง ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร มียาได้และมีความพอเพียงทางรายได้สูงกว่าค่าเฉลี่ยทั้งประเทศอย่างมีนัยสำคัญ จึงนับว่าเป็นกลุ่มผู้มีกำลังซื้อที่น่สนใจในภาคธุรกิจอย่างยิ่ง

ตารางที่ 1.1 : รายได้ของผู้สูงอายุ

	ทั่วราชอาณาจักร (คน)	กรุงเทพมหานคร (คน)
รายได้ที่ได้รับต่อปี (บาท)	7,020,959	647,366
ต่ำกว่า 10,000	1,174,802	39,597
10,000 - 19,999	1,220,513	36,764
100,000 - 299,999	749,259	141,856
20,000 - 29,999	1,235,107	68,781
30,000 - 39,999	1,236,405	107,503
300,000 ขึ้นไป	330,619	113,127
50,000 - 99,999	1,065,790	139,738
ไม่ทราบ	7,478	-
ไม่มีรายได้	987	-
ความเพียงพอของรายได้	7,020,959	647,366
เกินเพียงพอ	112,923	14,088
เพียงพอ	3,964,349	494,986
เพียงพอเป็นบางครั้ง	1,454,749	66,685
ไม่เพียงพอ	1,487,617	71,607
ไม่ทราบ	1,320	-

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2550)

ทั้งนี้ พงศ์ศรันย์ พลศรีเลิศม (2558) แสดงความเห็นว่าเป็นอีก 2-3 ทศวรรษหน้า ตลาดผู้บริโภควัยเกษียณจะเพิ่มขึ้นอย่างมากและมีกำลังซื้อ แม้ว่าสินค้าหรือบริการบางอย่างอาจจะไม่สามารถตอบสนองผู้สูงอายุได้ทุกคนเนื่องจากความแตกต่างกันทั้งทางด้านฐานะ เศรษฐกิจ พฤติกรรมการดำรงชีวิต การเอาใจใส่ของครอบครัว ส่วนแต่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกันออกไป อย่างไรก็ตามธุรกิจที่มีโอกาสสร้างรายได้จากผู้บริโภคกลุ่มนี้ดังเช่น ธุรกิจดูแลสุขภาพ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ สินค้าระดับหรูสำหรับผู้สูงอายุ ธุรกิจประกันสำหรับผู้สูงอายุ สินค้าเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ และ ธุรกิจการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ซึ่งธุรกิจอย่างสุดท้ายนี้ ผู้สูงอายุจะนำเงินออมมาใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยมีจุดประสงค์เพื่อจะสร้างความพึงพอใจและความสุขให้ตนเอง

ตลาดท่องเที่ยวที่เป็นตลาดที่มีนักท่องเที่ยวสูงอายุจำนวนมากถึง 4,578,000 คน และรายได้จากการท่องเที่ยวของกลุ่มนี้มีมูลค่าถึง 44,226,000 บาท และปัจจัยที่น่าสนใจคือผู้สูงอายุจะมีลูกหลานตามไปดูแลหรือเรียกว่าผู้ร่วมเดินทางไปด้วย ดังนั้นนอกจากเม็ดเงินที่มาจากผู้สูงอายุแล้วยังสามารถสร้างรายได้จากกลุ่มผู้ร่วมเดินทางอีกด้วย กลุ่มผู้สูงอายุจะเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญ ตามแนวทางการตลาดแบบ Segmentation ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเล็งเห็นถึงศักยภาพที่จะสามารถกระตุ้นการท่องเที่ยว ในขณะที่ประเทศไทยกำลังได้รับผลกระทบจากปัญหาเศรษฐกิจและการเมืองอย่างในปัจจุบัน (โพลีซันนิ่งออนไลน์, 2553)

นับว่ากลุ่มผู้สูงอายุเป็นตลาดใหม่และใหญ่สำหรับธุรกิจท่องเที่ยว และหากพิจารณาถึงความพร้อมและการบริหารจัดการของธุรกิจท่องเที่ยวโดยรวมอาจจะยังไม่ตอบรับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจากวัยอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของด้านสุขภาพ การเดินทาง การบริการ หรือปัจจัยพื้นฐานต่างๆ ด้วยเหตุนี้หากจะสร้างความน่าสนใจและดึงดูดผู้บริโภคสูงอายุวัยเกษียณนั้นหัวใจสำคัญคือเราต้องทราบพฤติกรรมกรท่องเที่ยว ความต้องการ หรือปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของคนกลุ่มนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้สูงอายุที่เกษียณแล้วในเขตกรุงเทพและปริมณฑลที่ไม่มีเงื่อนไขด้านเวลาจากการทำงานและความสามารถในการซื้อ จึงนับว่าเป็นความท้าทายและโอกาสที่สำคัญของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะผู้ประกอบการกรท่องเที่ยวหากสามารถสร้างความแตกต่าง เดิมเต็ม และเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้ อย่างแท้จริง ก็จะสามารถสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งและรายได้ที่ยั่งยืนให้กับธุรกิจของตน

1.2 คำถามงานวิจัย

พฤติกรรมกรท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณที่มีอายุตั้งแต่ 60 – 79 ปีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์งานวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ อายุ 60 – 79 ปีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.3.2 เพื่อศึกษาความต้องการของผู้สูงอายุวัยเกษียณ อายุ 60 – 79 ปีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีต่อการท่องเที่ยว

1.4 ขอบเขตงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษา พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณและความต้องการต่อการท่องเที่ยวด้าน ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว อาหาร บุคคลากรของบริษัทนำเที่ยว และ โปรแกรมการท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยมุ่งทำการศึกษาจากกลุ่มประชากรทั้งเพศชายและหญิงที่เกษียณ มีอายุ 60 – 79 ปี และอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และมีประสบการณ์ท่องเที่ยวใน 1 ปีที่ผ่านมา

1.5 นิยามคำศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือการตอบสนองทางจิตวิทยาต่อสิ่งกระตุ้นทั้งภายในและภายนอก รวมถึงการกระทำต่างๆที่เป็นไปอย่างมีจุดหมาย สังเกตเห็นได้ หรือการกระทำต่างๆที่เป็นไปอย่างรู้ตัวและไม่รู้ตัว (Goldenson, 1984)

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2546)

ผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลที่มีอายุ 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปและมีสัญชาติไทย (พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ, 2546)

เกษียณ หมายถึง การยุติ การถดถอย การออกจาก สังคมการทำงานและชีวิตที่เดินตามเวลาของงานในช่วงก่อนวัยเกษียณ (วิจิตร บุญยะโหดระ, 2537)

สังคม หมายถึง กลุ่มคนตั้งแต่ 2 คน ขึ้นไป อาศัยอยู่ร่วมกันเป็นระยะเวลาหนึ่ง มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันโดยมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน

ความต้องการ หมายถึง ความอยากได้ ใฝ่ใถ่หรือประสงค์จะได้ และเมื่อเกิดความรู้สึกดังกล่าวจะทำให้ร่างกายเกิดการความขาดสมดุล เนื่องจากมีสิ่งรบกวนกระตุ้น มีแรงขับภายในเกิดขึ้น ทำให้ร่างกายไม่อาจ อยู่หนึ่งต้องพยายามดิ้นรน และแสวงหาเพื่อตอบสนองความต้องการนั้นๆ เมื่อร่างกายได้รับตอบสนองแล้ว ร่างกายมนุษย์ก็กลับสู่ภาวะสมดุลอีกครั้งหนึ่ง (พจนานุกรมในไทยฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2525)

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ผลของการศึกษาจะทำให้ทราบถึงรูปแบบ และพฤติกรรมการทำงานของทอุงเทียวและความต้องการต่อการทำงานของทอุงเทียวของกลุ่มผู้สูงอายุวัยเกษียณ

1.6.2 เพื่อช่วยให้เจ้าของกิจการทอุงเทียวมองเห็นถึงโอกาสทางธุรกิจทอุงเทียวในกลุ่มผู้สูงอายุวัยเกษียณ อายุ 60 – 79 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อเห็นรูปแบบและพฤติกรรมในการทอุงเทียวของกลุ่มผู้สูงอายุวัยเกษียณเหล่านี้ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการสินค้าและบริการและสามารถส่งผ่านคุณค่าของสินค้าและบริการให้ตรงความต้องการในมุมมองของผู้บริโภคกลุ่มนี้

1.6.3 เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับหน่วยงานรัฐบาลในการมองเห็นแนวทางส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจทอุงเทียวสำหรับนักทอุงเทียวสูงอายุวัยเกษียณ



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

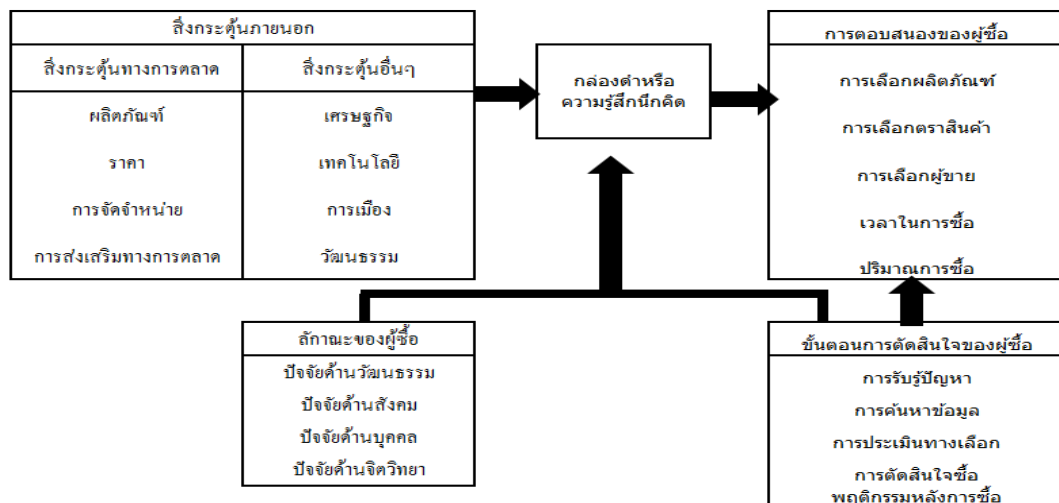
เพื่อช่วยให้การวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ อายุ 60-79 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” สามารถดำเนินการไปตามขั้นตอน ผู้วิจัยได้ทบทวน ทฤษฎีแนวคิดวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในวัยผู้สูงอายุ
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Schiffman & Kanuk (2000) มีการอธิบายความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคที่กระทำขึ้น เพื่อแสดงออกถึงการเสาะหา ซื้อ ใช้ และการประเมินผลสินค้า หรือบริการ บนความคาดหวังว่า จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในรูปตัวเงิน เวลา และกำลัง

Kotler, Philip. (1997) จุดมุ่งหมายทางการตลาดคือการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้พอใจสูงสุด แม้ว่าบางครั้งมนุษย์พูดออกมาอย่างหนึ่งแต่แสดงพฤติกรรมออกมาอีกอย่างหนึ่งและสามารถเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจได้ตลอดเวลา ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคผ่าน โมเดลพฤติกรรมเพื่อบริโภค (Consumer Behavior Model) จะศึกษาถึงเหตุจูงใจและเข้าใจพฤติกรรมตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆของผู้บริโภค



ภาพที่ 2.1 : การแสดงรูปแบบพฤติกรรมกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการซื้อของผู้บริโภค

ที่มา : Kotler, Philip (1997)

จาก โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคข้างต้น จุดเริ่มต้นมาจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทำให้เกิดความต้องการผ่านเข้ามาในความรู้สึกรู้สึกของผู้ซื้อ ผู้ซื้อได้จะรับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Buyer's response) ดังนี้

ส่วนแรก สิ่งกระตุ้นสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. สิ่งกระตุ้นภายนอก (Stimulus) เป็นปัจจัยภายนอกทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อ ดังนั้นจึงมีความสำคัญที่ต้องนำมาพิจารณา ทั้งนี้สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นตัวกระตุ้นที่นักการตลาดต้องบริหารจัดการให้เกิดขึ้นกับผู้ซื้อผ่านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือเรียกอีกอย่างว่า 4P ได้แก่ สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และสิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น (Other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดควบคุมไม่ได้ เกิดจากภายนอกองค์กร ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) สิ่งกระตุ้นทางด้านการเมือง (Law and political) และ สิ่งกระตุ้นทางด้านวัฒนธรรม (Cultural)

2. ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's characteristics) เป็นปัจจัยภายในที่เกิดจากความรู้สึกนึกคิดของตัวผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อตัวของผู้ซื้อเองซึ่งกระทบมาจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม

(Cultural) ปัจจัยด้านสังคม (Social) ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal) และปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological)

3. กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer decision process) จะเห็นได้ว่าการตัดสินใจก่อนการซื้อจริงและยังมีความสำคัญต่อไปภายหลังจากการซื้อด้วย เป็นการกระตุ้นนักการตลาดให้คำนึงถึงกระบวนการมากกว่าการขายเพียงอย่างเดียว ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้ ขั้นตอนทำให้เกิดความต้องการ (Need arousal) ขั้นตอนการแสวงหาข้อมูล (Information search) ขั้นตอนการประเมินทางเลือก (Evaluation behavior) การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) และขั้นตอนหลังการซื้อ (Post purchase feeling)

อย่างไรก็ดีหากผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการไป หากคุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับตรงกับความคาดหวังหรือสูงกว่าที่คาดหวังไว้ ผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการนั้น โดยความพึงพอใจของผู้บริโภคทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อซ้ำหรือบอกต่อไปยังผู้บริโภคคนอื่นๆด้วย แต่หากคุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับไม่ตรงกับความคาดหวังหรือต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ ผู้บริโภคจะเกิดความไม่พึงพอใจในสินค้าหรือบริการนั้น โดยความไม่พึงพอใจของผู้บริโภคทำให้เกิดพฤติกรรมการเปลี่ยนไปใช้สินค้าหรือบริการของกลุ่มแข่งขันและบอกต่อไปยังผู้บริโภคคนอื่นๆด้วย

ส่วนที่สอง กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) คือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ อิทธิพลที่มีต่อผู้ซื้อ และ กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ที่ผู้ขายหรือนักการตลาดยังไม่สามารถรับรู้ได้ จึงต้องพยายามหาคำตอบเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจซื้อให้ได้

ส่วนที่สาม การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หลังจากผ่านกระบวนการตัดสินใจซื้อมาแล้ว โดยจะตอบสนอง ดังขั้นตอนต่อไปนี้ การตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะซื้อ (product choice การตัดสินใจเลือกตราสินค้าที่จะซื้อ (brand choice) การตัดสินใจเลือกร้านค้าที่จะซื้อ (dealer choice) การตัดสินใจในเวลาที่จะซื้อ (purchase timing) และการตัดสินใจในปริมาณที่จะซื้อ (purchase amount)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) กล่าวถึงคำถามที่มักใช้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค 6Ws และ 1Hs เพื่อตอบคำถาม (7 Os) ที่ต้องการทราบดังนี้

ตารางที่ 2.1 : แนวคำถามในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7 Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน 1) ประชากรศาสตร์ 2) ภูมิศาสตร์ 3) จิตวิทยา หรือจิตวิเคราะห์ 4) พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง (4Ps) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม และสามารถสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ ก็คือต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive Differentiation)	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์หลัก 2) รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า รูปแบบ บริการ คุณภาพ ลักษณะนวัตกรรม 3) ผลิตภัณฑ์ควบ 4) ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 5) ศักยภาพผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขาในด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ 1). ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา 2). ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม 3). ปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุดคือ 1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) 2) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วย กลยุทธ์การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ 3) กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategies) 4) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies)

ตารางที่ 2.1 : แนวคำถามในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7 Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	บทบาทของกลุ่มต่างๆ มีอิทธิพลในการตัดสินใจซึ่งประกอบด้วย 1) ผู้ริเริ่ม 2) ผู้มีอิทธิพล 3) ผู้ตัดสินใจซื้อ 4) ผู้ซื้อ 5) ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ การโฆษณา และ(หรือ) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Advertising and Promotion Strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพล
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของโอกาสพิเศษ หรือ เทศกาลวันสำคัญ	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใดจึงจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ บางลำพู พาหุรัด สยามสแควร์ ฯลฯ	กลยุทธ์ช่องทาง การจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies) บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมาย โดยพิจารณาว่าจะผ่านคนกลางอย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ประกอบด้วย 1) การรับรู้ปัญหา 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินผลทางเลือก 4) ตัดสินใจ 5) ความรู้สึกหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้กันมากคือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วย การโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานขาย

ตารางที่ 2.1 : แนวคำถามในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7 Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
		การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง เช่น พนักงานขายจะกำหนดวัตถุประสงค์ในการขายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการความต้องการ

Alderfer (1996) ได้นำเสนอทฤษฎี อี. อาร์.จี (Alderfer E.R.G. Theories) ซึ่งอธิบายถึงความต้องการของมนุษย์ที่สอดคล้องกับทฤษฎีของ Maslow ที่ว่าแรงจูงใจของบุคคลจะมาจากความต้องการที่ยังไม่ถูกตอบสนอง และความต้องการนั้นจะเริ่มจากระดับล่างสุดก่อน โดย Alderfer ได้สรุปความต้องการออกเป็น 3 ระดับดังนี้

1. ความต้องการในการอยู่รอด (Existence needs--E) เป็นความต้องการระดับต่ำสุดมีลักษณะเป็นรูปธรรม เป็นความต้องการที่ตรงกับความต้องการของ Maslow ในระดับความต้องการขั้นพื้นฐานทางร่างกาย (Physiological needs) และความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง (safety and security needs)

2. ความต้องการความสัมพันธ์ (Relatedness needs--R) เป็นความต้องการความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในสังคม เช่น สังคมการทำงาน สังคมครอบครัว เป็นความต้องการที่ตรงกับความต้องการของ Maslow ในระดับความต้องการทางด้านสังคม (social and belongingness)

3. ความต้องการความเจริญก้าวหน้า (Growth need--G) เป็นความต้องการในระดับสูงสุด เป็นความต้องการทางจิตใจ เป็นความต้องการที่ตรงกับความต้องการของ Maslow ในระดับความต้องการได้รับการยกย่องสรรเสริญ (esteem on status) และความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จในชีวิต (self-actualization)

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2551) ได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการเดินทาง เป็นกิจกรรมที่มีมาช้านาน แต่ในภาษาอังกฤษนิยมใช้คำว่า Travel และในภาษาฝรั่งเศสใช้คำว่า Tour การท่องเที่ยวสมัยก่อนเน้นหนักไปที่การศึกษา และประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ ต่อมา คำว่า tourism ก็เกิดขึ้นในความหมายของ “การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาศึกษา และเมื่อขยายตัวมากขึ้น ก็หมายถึงการท่องเที่ยวทั่วไป มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว เกิดการแข่งขันกันอย่างมากในเชิงธุรกิจอย่างดุเดือด ทำให้ การท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์อย่างแยกไม่ออก การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความหมายว่าไปเดินทาง ไม่กำหนดระยะเวลาทาง เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน เพื่อแสวงบุญ เป็นต้น พ.ศ.249 สำนักนายกรัฐมนตรีโอนสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว มาอยู่ในความดูแลของกรมโฆษณาการ นับแต่นั้นมา คำว่า “ท่องเที่ยว” ก็มีความหมายเป็นงานอย่างหนึ่ง เป็นการปฏิบัติงานที่เป็นระบบ จนกลายเป็นอุตสาหกรรมชนิดหนึ่ง ปัจจุบัน อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นธุรกิจที่มีผู้ซื้อผู้ขายจัดเจน การดำเนินธุรกิจล้วนเพื่อมุ่งสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย

คมสัน สุริยะ (2553) อธิบายถึงสาเหตุที่ทำให้คนชื่นชอบสถานที่ที่ไปท่องเที่ยวมากกว่าสถานที่ที่อาศัยปัจจุบัน สามารถอธิบายได้ด้วย Vacation Effect กล่าวคือ นักท่องเที่ยวจะมีความรู้สึกผ่อนคลายในสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่าเพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ได้พบเจอสิ่งของและสถานที่ที่สวยงาม ได้พักผ่อนอย่างเต็มที่ ได้เบี่ยงเบนความสนใจจากงานและภารกิจที่ทำประจำวัน อีกทั้งอาจจะได้พบเพื่อนกับผู้คนซึ่งไม่ต้องกังวลเรื่องการรักษาความสัมพันธ์ในระยะยาว

วิไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์ (2549) ได้กล่าวถึงการกำหนดนิยามรูปแบบการเก็บข้อมูลของการท่องเที่ยวให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยวและการศึกษาผลทางเศรษฐกิจอันจะเกิดจากการท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักต่างกัน โดยแบ่งให้เป็นการเก็บข้อมูลการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์การเดินทางและถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยวโดยแบ่งได้เป็น

1. การท่องเที่ยวขาเข้า (Inbound Tourism) คือการเดินทางของคนที่มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศนั้น
2. การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) คือมีการเดินทางอยู่ภายในประเทศที่เป็นถิ่นที่พำนักถาวรของตน
3. การเดินทางท่องเที่ยวขาออก (Outbound Tourism) คือมีการเดินทางจากประเทศที่เป็นถิ่นพำนักของคนเพื่อท่องเที่ยวยังประเทศอื่น

ในอีกรูปแบบหนึ่งหากแบ่งการท่องเที่ยวตามลักษณะการเดินทาง WTO ได้แบ่งการท่องเที่ยวออกเป็น 2 รูปแบบ ดังนี้ (ชวัลนุช อุทยาน 2558)

1. การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ เรียกว่า Group Inclusive Tour : GIT เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวซื้อรายการนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว โดยมีการเดินทางเป็นหมู่คณะ มีนักท่องเที่ยว 11 คนขึ้นไป หรืออาจน้อยกว่าขึ้นกับความเหมาะสมและความเป็นไปได้ทางธุรกิจ ทั้งนี้บริษัทนำเที่ยวจะมีหน้าที่ในการจัดหา ยานพาหนะ ที่พัก อาหารและ บริการนำเที่ยวให้ โดยให้บริการครบวงจรหรือบางส่วนแล้วแต่ตกลง มักมีมัคคุเทศน์เป็นผู้นำทางและบรรยายเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวการท่องเที่ยวลักษณะนี้จึงเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่งมาเยือนสถานที่นั้นเป็นครั้งแรก (First Visitor) และยังไม่คุ้นเคยหรือไม่ได้ศึกษาเกี่ยวกับสถานที่นั้นๆมาก่อน โดยเหตุผลหลักที่นิยมท่องเที่ยวรูปแบบนี้คือ สามารถประหยัดเงินเนื่องจากเป็นลักษณะเหมาจ่าย และมีผู้เดินทางร่วมจำนวนมากจึงสามารถเสนอราคาพิเศษให้นักท่องเที่ยวได้ และถูกกว่าการเดินทางด้วยตนเอง เหตุผลถัดมาคือด้านความเหมาะสมคล่องตัว โดยเฉพาะเรื่องวางแผนการเดินทางที่ไม่ต้องจัดทำเอง ความปลอดภัยและการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าระหว่างเดินทางโดยผู้จัดการท่องเที่ยว อีกเหตุผลหนึ่งคือได้เพื่อร่วมทางทำให้ไม่รู้สึกโดดเดี่ยวเหงา ได้เพื่อนใหม่ หรือเหตุผลเรื่องความสะดวกในการสื่อสารเมื่อเดินทางไปต่างประเทศต่างวัฒนธรรม และเหตุผลสุดท้ายคือสิทธิพิเศษที่จะได้รับจากการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ

2. การท่องเที่ยวแบบอิสระ เรียกว่า Foreign Individual Tourism : FIT เป็นการท่องเที่ยวที่จัดการแผนการเดินทางทุกอย่าง โดยเป็นสามารถท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวเมื่อใด ใช้เวลานานเท่าใด จะเป็นความรับผิดชอบของนักท่องเที่ยวนั้นๆ การท่องเที่ยวประเภทนี้จึงเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มีการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆมาก่อน หรือเป็นนักท่องเที่ยวที่กลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้ง ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความคุ้นเคยกับสถานที่นั้นดีแล้ว โดยเหตุผลหลักที่เลือกรูปแบบการเดินทางแบบอิสระ คือความต้องการเป็นส่วนตัว สามารถยืดหยุ่นเวลาได้ และการท่องเที่ยวมีคุณภาพมากกว่าเพราะมีโอกาสได้ใช้เวลาอย่างเต็มที่เพื่อสัมผัสสถานที่ไปเยือนได้อย่างลึกซึ้ง

Hudson (2008) ยังอธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวไว้ 7 ประการ อันได้แก่ 1. แรงจูงใจ(Motivation) เป็นแรงขับออกจากภายในที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาเพื่อตอบสนองความต้องการ 2. อายุและเพศ(Age and Gender) ดังเช่นตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่มีฐานะและมีความเป็นเอกลักษณ์ เนื่องจากไม่ต้องเดินทางท่องเที่ยวในช่วงฤดูท่องเที่ยว เดินทางเนื่องจากมีเวลาว่างและให้ความสำคัญกับคุณค่าที่รับรู้มากกว่าราคา 3. ไลฟ์สไตล์ (Lifestyle) พิจารณาจากการ จัดสรรเวลา เงิน หรือพลังงาน แต่ต้องอาศัยปัจจัยอื่นๆ เพื่อประกอบด้วย 4. วงจรของชีวิต (Life Cycle) พฤติกรรมการท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลาของวงจรชีวิต 5. วัฒนธรรม (Culture) เป็นเรื่องของบรรทัดฐาน ความเชื่อและพิธีกรรม

บุคคลจะมีพฤติกรรมเพื่อตอบสนองสิ่งเหล่านี้ 6. ชั้นทางสังคม (Social class) หมายถึงตำแหน่งทางสังคมส่งผลให้ พฤติกรรมจะแตกต่างกัน และ 7. กลุ่มอ้างอิง(Reference group) เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมกับทัศนคติหรือพฤติกรรมของบุคคล

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

สำนักอนามัยผู้สูงอายุ (2557) ได้อธิบายถึงการพยายามค้นหาคำตอบว่าทำไมคนชราจึงยังมีอยู่ ผู้เชี่ยวชาญทางศาสตร์ด้านชีวภาพ จิตวิทยา และสังคมศาสตร์ได้สรุปสาเหตุของความชราว่ามาจาก 2 ประการ คือ 1. พันธุกรรม 2. สิ่งแวดล้อม ซึ่งหากพิจารณาปัจจัยทั้งภายในและภายนอกแล้ว ศาสตร์ด้านใดด้านหนึ่งไม่อาจตอบสาเหตุแห่งความชราได้ จึงเสนอแนวคิดเพื่ออธิบายกระบวนการแก่ชราได้ ด้วย 3 ทฤษฎี

1. ทฤษฎีทางชีววิทยา (Biological Theory) ได้อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางร่างกายมนุษย์เป็น 3 ระดับ ได้แก่

ทฤษฎีด้านพันธุกรรม อันประกอบด้วย ทฤษฎีด้านวิวัฒนาการ หรือ ทฤษฎีเซลล์ อธิบายว่าสิ่งมีชีวิตทุกชนิดมีการเปลี่ยนแปลงและมีพัฒนาการอยู่ตลอดเวลา ทฤษฎีนาฬิกาชีวิต หรือ ทฤษฎีการถูกกำหนด อธิบายว่ารหัสพันธุกรรมได้กำหนดอายุขัยของคนไว้แล้ว ทฤษฎีการกลายพันธุ์ อธิบายถึง มีการเปลี่ยนแปลง DNA จากการได้รับรังสีที่ละเอียดละน้อยอย่างสม่ำเสมอ และ Cell หรือ อวัยวะในระบบต่างๆเกิดการแบ่งตัวผิดปกติ หรือมีการเปลี่ยนแปลง เกิดเป็น โรคร้ายหรือเกิดมะเร็ง ทฤษฎีการสะสมความผิดพลาดของเซลล์ หรือ ทฤษฎีโมเลกุล อธิบายว่า นิวเคลียสของ Cell ทำให้เกิดความแก่ เกิดการถ่ายทอด DNA ที่ผิดปกติไป

ทฤษฎีอวัยวะ อันประกอบด้วย ทฤษฎีความเสื่อมโทรม เมื่ออวัยวะใช้งานมากก็ย่อมมีความเสื่อมได้ง่ายและเร็วอันเกิดจากกระบวนการความแก่ ทฤษฎีระบบประสาทและต่อมไขม้น การทำงานของระบบประสาทและสมองจะเสื่อมถอยลงเมื่อเข้าสู่วัยชรา ทฤษฎีสะสมของเสีย เมื่อชีวิตยืนยาวขึ้นของเสียก็จะสะสมมากขึ้น เป็นสาเหตุให้ Cell เสื่อมและตายเพิ่มขึ้น

2. ทฤษฎีทางจิตวิทยา (Psychological Theory)

การเปลี่ยนของพฤติกรรมและบุคลิกภาพของผู้สูงอายุเกิดจากการปรับตัวของ ความรู้ ความคิด ความเข้าใจ อวัยวะรับสัมผัสทั้งหลาย ตลอดจนสังคมที่อาศัยอยู่ ผู้สูงอายุจะมีความสุขหรือทุกข์ขึ้นกับภูมิหลังและพัฒนาการจิตใจของบุคคลนั้น หากพัฒนาด้วยความมั่นคง ก็จะเป็นผู้สูงอายุที่มีความสุข

3. ทฤษฎีทางสังคม (Socialological Theory)

เป็นทฤษฎีที่จะอธิบายถึงสัมพันธภาพและการปรับตัวของผู้สูงอายุในสังคม ที่พยายามจะให้ผู้สูงอายุมีความสุขและดำรงชีวิตในสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

- ทฤษฎีกิจกรรมอธิบายถึงสัมพันธภาพระหว่างความพึงพอใจของผู้สูงอายุกับกิจกรรมที่ปฏิบัติ เชื่อว่าผู้สูงอายุยังมีความต้องการที่จะเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมเพื่อความสุขและการมีชีวิตที่ดีเหมือนบุคคลในวัยกลางคนทั่วไป แม้ว่าสถานภาพทางสังคมจะถูกลดลง

- ทฤษฎีการแยกตนหรือถอยห่างเป็นทฤษฎีที่ผู้สูงอายุยอมรับในความถดถอยของสุขภาพจึงลดบทบาททางสังคมลงตามความต้องการของร่างกาย เพื่อรักษาสมดุลทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นจากกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่ผู้สูงอายุพอใจ

ปราณิดา ศยามานนท์ (2558) ยังได้เสนอแนวคิดที่ว่าพฤติกรรมการบริโภคของผู้สูงอายุในปัจจุบันที่มีความแตกต่างอย่างชัดเจนกับผู้สูงอายุในอดีต จากเดิมความเชื่อที่ว่าผู้สูงอายุชอบอยู่บ้านและจะเข้าสังคมน้อยลง ซึ่งจากการสำรวจกลับพบว่าผู้สูงอายุไทยกว่า 60% ชอบออกไปทำกิจกรรมภายนอกบ้านเช่นการออกไปช้อปปิ้ง การออกไปพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูงและประเด็นที่น่าสนใจคือผู้สูงอายุไทยยังมีพฤติกรรมในการดูแลสุขภาพมากขึ้นกว่าเดิม มีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกและปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้มากกว่าอดีต และ มากกว่า 60 % มีความยินดีจะจ่ายเงินมากขึ้นหากได้รับสินค้าและบริการที่ออกแบบมาโดยเฉพาะให้เข้ากับความต้องการของผู้สูงอายุ

ศรีเรือน แก้วกังวาล (2549) ได้อธิบายว่านักชราวิทยามีการแบ่งช่วงวัยของผู้สูงอายุออกเป็น 4 ช่วงวัย อันได้แก่

ช่วงที่ 1 ช่วงอายุ 60-69 ปี หรือเรียกว่าช่วงที่ยังไม่ค่อแก่ (the young-old) ช่วงวัยนี้ต้องประสบภาวะวิกฤติจากความเปลี่ยนแปลงในหลายๆด้านเช่น การเกษียณอายุ การสูญเสียคู่สมรส การสูญเสียเพื่อน ทั้งนี้สภาวะร่างกายของช่วงวัยนี้ยังแข็งแรงแต่ยังต้องอาศัยการพึ่งพิงจากผู้อื่นบ้าง มีการปรับตัวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมกับบุคคลในครอบครัวและภายนอกครอบครัว

ช่วงที่ 2 ช่วงอายุ 70-79 ปี หรือเรียกว่าช่วงแก่ปานกลาง (the middle-aged old) ช่วงวัยนี้จะเริ่มมีอาการเจ็บป่วย และเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆทางสังคมอยู่แต่ในระดับที่น้อยลง

ช่วงที่ 3 ช่วงอายุ 80-90 ปี หรือเรียกว่าช่วงที่แก่จริง (the old-old) มีการปรับตัวตามสภาพแวดล้อมได้ยากขึ้น ต้องการความช่วยเหลือและพึ่งพิงผู้อื่นมากขึ้น และมีการรำลึกถึงอดีตมากขึ้น

ช่วงที่ 4 ช่วงอายุ 90-99 ปี หรือเรียกว่าช่วงแก่จริงๆ (the very old-old) ประชากรที่อยู่ในช่วงวัยนี้มีค่อนข้างน้อย เป็นช่วงวัยที่มีปัญหาทางสุขภาพ กิจกรรมที่เหมาะสมกับช่วงวัยนี้ควรเป็นกิจกรรมที่ไม่มีการแข่งขัน และเป็นกิจกรรมที่ผู้ที่อยู่ในวัยนี้สนใจและต้องการจริงๆ

จันทนา รัตนฤทธิวิชัย (2530) ได้แสดงแนวคิดเรื่องการเปลี่ยนแปลงของร่างกายของผู้สูงอายุว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงจากสภาพร่างกายที่ถดถอยการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้เป็นผลทำให้ดุลการเจริญเติบโตลดลง แต่ความเสื่อมโทรมเพิ่มมากขึ้น โดยความเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายที่เห็นได้ชัดจากภายนอก เช่น การมีผมขาว ผิวหนังขาดความตึงตัว เล็บหนาแข็งและเปราะ สายตาลักษณะตาของผู้สูงอายุจะเล็กลง เพราะจำนวนไขมันหลังลูกตาน้อยลง หนังกตาบนจะตกหรือต่ำ เนื่องจากการยืดหยุ่นของหนังตาลดลง มีความเสื่อมโทรมของประสาทตา และสิ่งที่เปลี่ยนแปลงที่ไม่สามารถมองเห็นด้วยตาคือกล้ามเนื้อที่เสื่อมสภาพทำให้ความคล่องตัวในการทำกิจกรรมน้อยลง ระบบทางเดินอาหารการหลั่งน้ำย่อยของกระเพาะอาหารลดลง ทำให้การย่อยและการดูดซึมอาหารลดลงไปด้วย เกิดภาวะการขาดอาหาร การเคลื่อนไหวของกระเพาะอาหาร และลำไส้ก็น้อยลง ทำให้รู้สึกหิวบ่อยลง และมีปัญหาท้องผูก ระบบประสาทและสมอง เซลล์ของประสาทและสมองจะลดลง ความรู้สึกความคิดจะช้า สติปัญญาจะเสื่อมถอยลง ความจำเสื่อม จำเรื่องในอดีตมากกว่าเรื่องปัจจุบัน เป็นต้น ส่วนในเรื่องการเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจและสังคมนั้นคือการที่ผู้สูงอายุต้องยอมรับการถูกลดบทบาททางสังคม หรือการเสื่อมความเคารพต่อคนรอบข้างอันจะมีผลต่อสุขภาพจิต สูญเสียความรู้สึกมีค่า ความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ซึ่งทำให้เกิดข้อขัดแย้งในตัวเอง และจะเพิ่มมากขึ้นตามระดับอายุ

Atchley (1994) อ้างถึงใน วันชัย แก้วสุมาลี (2552) ได้อธิบายถึง ระยะเวลาต่างๆ ของการเกษียณอายุ ว่าการเกษียณอายุเป็นกระบวนการที่บุคคลต้องพบกับ การเปลี่ยนแปลง โดยแบ่งเป็น 6 ระยะ ดังนี้

1. ระยะก่อนการเกษียณ (Pre-retirement Phase) แบ่งออกเป็น 2 ช่วงคือ ระยะก่อนการเกษียณ นานๆ (Remote Phase) ผู้ที่จะเกษียณอายุจะยังไม่รู้สึกวิตกกังวลต่อการเกษียณ และระยะใกล้เกษียณ (Near Phase) ผู้ที่จะเกษียณอายุจะเริ่มวิตกกังวลที่ต้องก้าวเข้าสู่สภาวะและบทบาทของผู้สูงอายุ ความวิตกกังวลจะมุ่งไปที่รายได้ สุขภาพ และการสูญเสียงาน ในระยะนี้หากผู้สูงอายุมีการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณก็จะไม่วิตกกังวลมากนัก อีกทั้งยังมีทัศนคติที่ดีต่อการเกษียณอายุ

2. ระยะหลังเกษียณใหม่ๆ (Honeymoon Phase) ผู้เกษียณอายุจะมีความสุขจากการที่หยุดพักจากการทำงาน พ้นจากหน้าที่ความรับผิดชอบ และมีเวลาว่างได้ทำในสิ่งที่ต้องการ ระยะนี้อาจพบในช่วงหลังเกษียณ 1-5 ปี

3. ระยะเวลาเริ่มเบื่อหน่าย (Disenchantment Phase) ผู้เกษียณอายุจะมีความเครียดสูง รู้สึกไม่พอใจในสภาพทั่วไป รู้สึกปรับตัวไม่ได้จากการเปลี่ยนแปลง รู้สึกเหงาและขาดเพื่อน และมักจะหงุดหงิดง่าย

4. ระยะเวลาเริ่มปรับตัว (Reorientation Phase) เป็นระยะของการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง วิธีการดำเนินชีวิตประจำวัน

5. ระยะเวลาปรับตัวได้ (Stabilization Phase) เป็นระยะที่มีความเข้าใจและยอมรับในสภาพและบทบาทของตน มีความเคยชินกับชีวิตหลังเกษียณอายุ

6. ระยะเวลาสุดท้ายของชีวิต (Termination Phase) เป็นระยะที่ผู้เกษียณเข้าสู่ภาวะพึ่งพาผู้อื่น ไม่สามารถช่วยตนเองได้ ระยะนี้จะรวมไปถึงวาระสุดท้ายของการมีชีวิต

กระบวนการเกษียณอายุของแต่ละบุคคลอาจจะใช้เวลาไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นกับการเตรียมความพร้อมการเกษียณ ผู้ที่เตรียมความพร้อมล่วงหน้ามาดีก็จะสามารถปรับตัวผ่านระยะต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ผลกระทบด้านสังคมของการเกษียณอายุอันมาจากการถอนบทบาททางสังคมภายนอก เหลือเพียงสังคมในบ้านเท่านั้น จากการขาดการพบปะกับเพื่อนร่วมงาน กระทบกลบบทบาททางสังคมลดลง อำนาจต่างๆ ที่เคยมีหมดไป ส่งผลให้ผู้เกษียณแล้วเกิดความรู้สึกว่าตนเองหมดคุณค่า ขาดคนเคารพยกย่อง รู้สึกเหงาและว้าเหว่ และพยายามหาบทบาทใหม่หรือสิ่งอื่นมาทดแทนเพื่อไม่ให้ก่อให้เกิดปัญหาทางจิตใจ (วิจิตร บุญยะ โหตระ, 2537)

2.5 วรรณกรรมบทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชเนตตี บุณอรอด (2557) ได้ทำการศึกษาความต้องการของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครต่อธุรกิจนำเที่ยว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 15 คน โดยมีการทำวิจัยแบบเชิงคุณภาพ มีการใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลจากการศึกษาพบว่าประเภทของกิจกรรมและงานอดิเรกยามว่างของผู้สูงอายุ คือ การอยู่บ้าน อ่านหนังสือ ปลูกต้นไม้ ออกกำลังกายตามสวนสาธารณะ และการนัดพบปะเพื่อทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อนในวัยเดียวกัน โดยกิจกรรมที่ทำนอกบ้านส่วนใหญ่จะมีความถี่อยู่ที่ประมาณ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ และเดือนละครั้ง และพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำกิจกรรมต่างๆ มาจากคนใกล้ตัวมากที่สุด และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจได้แก่ประเภทของกิจกรรม รองลงมาคือสถานที่ และระยะเวลาในการทำกิจกรรมตามลำดับ และพบว่าผู้สูงอายุมีความต้องการต่อธุรกิจนำเที่ยวครั้งนี้ มีความต้องการในคุณภาพของการให้บริการ ทั้งเรื่องที่พัก อาหาร หรือแม้แต่สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และผู้สูงอายุต้องการ

บุคคลกรในการให้บริการที่มีความเข้าใจต่อภาวะผู้สูงอายุ อีกทั้งยังต้องการบุคลากรที่มีทักษะความรู้ในการดูแลเป็นอย่างดีเพราะจะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีความรู้สึกเชื่อมั่นและอุ่นใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ในส่วนของโปรแกรมการท่องเที่ยวไม่ควรจัดให้แน่นจนเกินไป ควรให้เหมาะสมกับสุขภาพและวัยของผู้สูงอายุ และราคาของธุรกิจนำเที่ยวนั้นผู้สูงอายุพิจารณาแก่ด้านความเหมาะสมและมีความคุ้มค่าต่อการใช้บริการหรือไม่ โดยพิจารณาถึงสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่ที่พัก จำนวนวันเดือนทางเป็นต้น

นางนุช เจียมศิริมนีวงศา (2557) ได้ทำการศึกษาแนวทางการทำธุรกิจสโมสร (Club) สำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้สูงอายุ 3 ท่าน และผู้ประกอบการธุรกิจรับฝากเลี้ยงเด็กทั้ง 4 ท่าน รวมทั้งสิ้นจำนวน 7 ท่าน โดยทำการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ มีการใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลจากการศึกษาสามารถแบ่งเป็นหัวข้อได้ดังนี้ 1.ปัญหาของผู้สูงอายุอันได้แก่ปัญหาด้านสุขภาพอันเนื่องมาจากวัยที่เปลี่ยนแปลงไปต้องดูแลตนเองเพื่อให้ใช้ชีวิตประจำวันได้อย่างปกติ ปัญหาด้านจิตใจผู้สูงอายุจะรู้สึกเหงา โดดเดี่ยว 2.ความต้องการของผู้สูงอายุ ผลที่ได้มีการกระจายตัวของคำตอบ มีความหลากหลายทั้งทางด้านความมั่นคงในชีวิต ด้านสังคม ด้านการเงิน ด้านจิตใจ ทั้งนี้ความต้องการของผู้สูงอายุทางด้านสังคมมีอิทธิพลกับมากเนื่องจากผู้สูงอายุต้องการมีความสำคัญและยอมรับจากคนในสังคม 3.แนวคิดการทำธุรกิจสโมสร สำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย มีแนวคิดว่าเป็นธุรกิจที่ใหม่มากแต่มีความน่าสนใจและมีโอกาสประสบความสำเร็จ แต่มีความกังวลเรื่องราคาที่มีราคาแพงเกินกำลังซื้อของผู้สูงอายุที่ต้องมาจ่ายเพื่อใช้บริการสโมสร สำหรับผู้สูงอายุเนื่องจากต้องสำรองเงินไว้เพื่อใช้จ่ายเลี้ยงชีพและค่ารักษาพยาบาลในกรณีเจ็บป่วย

สิรินญา แก้วแกมคำ (2556) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปที่อยู่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 8 คน โดยทำการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ มีการใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับการใส่ใจสุขภาพมากขึ้นและชื่นชอบการท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความเครียด ทั้งนี้ผู้สูงอายุมีความคล้ายคลึงกันในรูปแบบการท่องเที่ยวคือ ต้องการพักผ่อนร่างกายและจิตใจ ทำให้ตัวเองสดใส หากมีการจัดกิจกรรมหรือการให้ผู้สูงอายุได้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว จะทำให้รู้สึกเกิดความสนุกและรู้สึกผ่อนคลายมากขึ้น อีกทั้งการได้ทำกิจกรรมยังมาให้ผู้สูงอายุรู้สึกว่าได้รับสุขภาพที่ดีกลับคืนมา ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นไม่ได้เป็นปัจจัยสำคัญในการท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวจะทำให้ร่างกายได้ผ่อนคลาย จิตใจรู้สึกแจ่มใส ไม่มีความเครียด นั้นย่อมส่งผลต่อสุขภาพ

ที่ดี แต่อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นตัวเลือกหนึ่งที่น่าสนใจในการนำมาพิจารณาเลือกท่องเที่ยว

สุชาดา ธโนภานุวัฒน์และคณะ (2555)ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยทำการวิจัยเชิงปริมาณ มีการใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผลโดยใช้สถิติ หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศ โดยการทดสอบค่าที และเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างอายุและรายได้ โดยวิเคราะห์ความแปรปรวน ทางเดียว กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายคู่ จะวิเคราะห์ความแตกต่างนั้นเป็นรายคู่ด้วยวิธีแอล เอส ดี เก็บข้อมูลจำนวน 400 ราย โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบ บังเอิญ และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยว และการตลาด จำนวน 6 คน ผลจากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับบุคลากรมากที่สุด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการ ให้บริการ รองลงมาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นาเป็นเพศหญิง ร้อยละ 61 และเพศชาย ร้อยละ 39 มีอายุระหว่าง 21-30 คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 31-40 คิดเป็นร้อยละ 29 และอาชีพที่เดินทางท่องเที่ยวมากที่สุดคือพนักงานรัฐวิสาหกิจ เพราะมีรายได้ที่มั่นคงรวมถึงมีโอกาสศึกษาดูงานต่างประเทศ ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมากที่สุด คือปัจจัยการคำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิต รองลงมาคือปัจจัยด้านความต้องการหาประสบการณ์ใหม่ในต่างประเทศ ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดจากแหล่งท่องเที่ยวในต่างประเทศ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์และปัจจัยด้านการซื้อสินค้าตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามมีการเดินทางโดยเฉลี่ยมากที่สุด 2 ครั้งต่อปี รองลงมา 1 ครั้งต่อปี การเดินทางไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส และนิยมเดินทางในรูปแบบพานิชย์นำเที่ยวมากที่สุด และให้ความสำคัญมากที่สุดด้านคุณภาพการบริการมากกว่าราคา มีความยินดีจ่ายเพิ่มหากแน่ใจว่าคุณภาพดีกว่า ส่วนปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวคืองบประมาณที่ตั้งไว้ การเลือกบริษัทนำเที่ยวจะเลือกบริษัทที่เคยใช้บริการแม้ว่าราคาจะสูงกว่าบริษัทอื่น ส่วนพฤติกรรมในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีจุดประสงค์หลักส่วนใหญ่ในการเดินทางคือเพื่อการพักผ่อน นิยมเดินทางกับครอบครัวโดยเฉลี่ยประมาณ 2 คน รองลงมาเดินทางร่วมกับเพื่อนโดยเฉลี่ยประมาณ 2 คน โดยแหล่งข้อมูลที่เป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจคือ เพื่อนหรือญาติ รองลงมาคือ โทรทัศน์หรือวิทยุ website เอกสารของบริษัทนำเที่ยว หนังสือหรือวารสาร ท่องเที่ยว และจากประสบการณ์การเดินทางครั้งก่อนตามลำดับ มีการเดินทางท่องเที่ยวอยู่เฉลี่ยแล้วอยู่ที่ 5-7วัน ส่วนใหญ่มีความต้องการไปประเทศเกาหลีมากที่สุด ญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา รองลงมา

ปริญญา ผาตากแดด. (2553) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวต่างประเทศแบบสำเร็จรูป (Media Exposure Affecting Decision of Consumer in Mueang Chiang Mai District towards Purchasing Outbound Tour Packages) ทำการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือกลุ่มตัวอย่างมีอายุ 23 ปีขึ้นไป และมีประสบการณ์ซื้อเคยซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวต่างประเทศแบบสำเร็จรูปในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน จำนวน 321 คน ผลจากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวต่างประเทศแบบสำเร็จรูป สื่อที่เปิดรับมากที่สุดคือ โทรทัศน์ รองลงมาคือ นิตยสารหรือวารสาร และคนรู้จัก เช่น เพื่อนหรือครอบครัว ขณะที่สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดคือ สื่ออินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ คู่มือการท่องเที่ยว และคนรู้จัก เช่น เพื่อนหรือครอบครัว ซึ่งขั้นตอนการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจพบว่าในขั้นตอนการเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเรื่องประเทศที่กำลังเดินทาง ในขณะที่ราคาโปรแกรมท่องเที่ยวและรายการท่องเที่ยว รองลงมา โดยได้รับข่าวสารจากคนรู้จักมากที่สุด รองลงมาคืออินเทอร์เน็ต ในขั้นตอนการเสาะแสวงหาข่าวสารเมื่อผู้ตอบแบบสอบถามสนใจซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวต่างประเทศแบบสำเร็จรูปแล้ว ส่วนใหญ่ยังต้องการข้อมูลเพิ่มเติมเรื่องประเทศที่จะเดินทางไป รองลงมาเป็นรายการท่องเที่ยว และราคา โดยได้รับข่าวสารเพิ่มเติมจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมาคือ คู่มือการท่องเที่ยว และคนรู้จัก ในขั้นตอนการประเมินค่าทางเลือกก่อนซื้อและตัดสินใจซื้อนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดคือ ความเชื่อมั่นต่อผู้จัดโปรแกรมการท่องเที่ยว รองลงมาคือ ความสะดวกด้านบริการ และความมีชื่อเสียงของบริษัทนำเที่ยว ในขั้นตอนการบริโภคอุปโภคสินค้าและประเมินผลหลังซื้อผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบโดยข้อมูลที่ใช้เปรียบเทียบคือ ราคา รองลงมาคือความสะดวกที่จะได้รับ ถัดมาคือชื่อเสียงของบริษัทนำเที่ยว โดยจะทำการค้นคว้าข้อมูลจาก คู่มือการท่องเที่ยวและคนรู้จัก

เบญจวรรณ อุซุงศ์อมร (2552) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนวัยทำงานเขตกรุงเทพมหานคร ทำการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผลโดยใช้สถิติ สถิติที่ใช้คือค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าสถิติมัธยฐาน คณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าไคสแควร์ เก็บข้อมูลจำนวน 400 ราย โดยสุ่มอย่างง่าย 8 เขต กำหนดตามสัดส่วนของประชากรแต่ละเขตโดยเจาะจงช่วงอายุ 25-45 ปี รวบรวมสิงหาคม-กันยายน 2552 ผลจากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 25-30 ปี ร้อยละ 64.5 และเพศชายร้อยละ 35.5 อาชีพพนักงานเอกชน พบว่ามีการท่องเที่ยวภาคเหนือมาก

ที่สุด รองลงมาภาคใต้ และกลาง ชอบท่องเที่ยวช่วงฤดูหนาว วัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน รองลงมาคือการเยี่ยมชมญาติ มักเดินทางในช่วงวันหยุดยาวต่อเนื่อง มักเดินทางทางบกโดยรถยนต์ ส่วนตัว รองลงมาคือรถสาธารณะ มักท่องเที่ยวกับครอบครัวและญาติ ส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลในการท่องเที่ยวจากเพื่อน รองลงมาสามีหรือภรรยาและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารส่วนใหญ่มาจากอินเทอร์เน็ต เกณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่เลือกจากสภาพของแหล่งท่องเที่ยว านวน รองลงมาความสะดวกในการเดินทาง บุคคลที่ร่วมเดินทางไปด้วยส่วนใหญ่ญาติ รองลงมาเพื่อน โดยแรงจูงใจ ที่ทำให้เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยได้แก่ แรงจูงใจด้านความสามารถเข้าไปถึง กล่าวคือ แรงจูงใจด้านเส้นทางคมนาคมดีและง่ายต่อการเดินทาง สภาพภูมิอากาศอยู่ในระดับมาก ความสะดวกสบาย ของพาหนะ อยู่ในระดับรองลงมา ถัดมาเป็นแรงจูงใจด้าน สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวภายในประเทศ สิ่งดึงดูดใจด้านสภาพการท่องเที่ยว มีความน่าจูงใจมากที่สุด ด้านการนันทนาการรองลงมา ส่วนในแรงจูงใจส่วนบุคคลนั้น แรงจูงใจเรื่องด้านอารมณ์ ความรู้สึก มีผลมากที่สุด ด้านการพัฒนาส่วนบุคคล รองลงมา สูดท้ายแรงจูงใจการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแรงจูงใจด้านสถานที่พักและสถานที่เที่ยวที่มีความสะอาดและปลอดภัยมีผลมากที่สุด การบริการในการเดินทาง การคมนาคม ขนส่งที่มีความสะดวกสบายจูงใจรองลงมา

วรรณมน จันทดิษฐ์ (2552) ได้ศึกษาพฤติกรรมการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ทำการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย อายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 300 คน ผลจากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยมาตลาดน้ำอัมพวา ก่อนหน้านี้ 3 ครั้งขึ้นไป วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อน โดยเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยรถส่วนตัว จำนวนสมาชิกที่เดินทางด้วยกันมักมีประมาณ 4-5 คน โดยส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์แบบครอบครัว มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อคนต่อครั้งไม่เกิน 1000 บาท และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากด้านสถานที่ท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่น และร้านค้า ส่วนงานด้านบริการภาครัฐอยู่ในระดับกลาง และหากเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยว การให้บริการภาครัฐ และร้านค้า เพศที่แตกต่างมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ อายุ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา มีระดับความพึงพอใจต่อ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว การให้บริการภาครัฐ และร้านค้า มีความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และหากพิจารณารายด้านพบว่า สถานที่ท่องเที่ยว วิธีการเดินทาง จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง ร้านค้า มีความสัมพันธ์กับลักษณะของกลุ่มประชากรอย่างมีนัยสำคัญ

สุภัคร คำพะเยา (บทคัดย่อ 2551) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม กลุ่มตัวอย่างใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่เคยใช้บริการบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศจำนวน 400 คน ผลจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 30-39 ปี ที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศโดยได้รับข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือการพูดคุยกับคนอื่น มักเดินทางในทวีปเอเชีย มีช่วงเวลาการเดินทางที่ไม่แน่นอน มีความถี่ในการเดินทางน้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี ส่วนใหญ่เดินทางน้อยกว่า 5 วัน มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งประมาณ 20,000 – 30,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศที่สำคัญคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านราคา ส่วนด้านที่ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกายภาพตามลำดับ

ปิยฉัตร ทองแพง (2549) ได้ทำการศึกษารูปแบบการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุกรณีศึกษาผู้สูงอายุภาคกลาง ทำการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพมีการใช้การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุ ตั้งแต่ 60 – 74 ปีขึ้นไป (โดยเป็นผู้สูงอายุที่มีรายได้ และชอบเดินทางในการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย) จำนวน 5 คน กลุ่มตัวแทนผู้ประกอบการนำเที่ยว จำนวน 3 คน กลุ่มตัวแทนมัคคุเทศก์ จำนวน 3 คน และแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านผู้สูงอายุ จำนวน 1 คน รวมทั้งสิ้น 12 คน และโดยการวิจัยเชิงปริมาณมีการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้สูงอายุภาคกลาง จำนวน 400 คน ผลจากการศึกษาพบว่า ความต้องการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ด้าน อันได้แก่ ด้านสุขภาพ ด้านอาหาร ด้านที่พัก และด้านการจัดการของบริษัทซึ่งสามารถแบ่งได้เป็นด้านมัคคุเทศก์ ด้านการจัดโปรแกรมท่องเที่ยว ด้านการจัดกิจกรรม ด้านพาหนะในการเดินทาง ในส่วนของอุปสรรคปัญหาที่จะส่งกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวพบว่ามาจากปัจจัยสำคัญดังนี้ ปัญหาสุขภาพของผู้สูงอายุ ที่มักจะขึ้นกับช่วงวัยและสุขภาพทางกายและจิตใจ ปัญหาจากการขาดสิ่งอำนวยความสะดวก ปัญหาจากมัคคุเทศก์ ที่ไม่มีความเข้าใจต่อลักษณะเฉพาะของผู้สูงอายุ และ ปัญหาด้านการบริการดูแลสุขภาพอันเกิดจากการไม่ใส่ใจ

จากที่ได้ศึกษาและทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าผู้สูงอายุมีปัญหาที่สำคัญที่เป็นอุปสรรคในการตัดสินใจท่องเที่ยว อันได้แก่ ปัญหาจากการเปลี่ยนแปลงถดถอยของสภาวะร่างกายและสุขภาพอันเนื่องมาจากอายุที่มากขึ้น ปัญหาจากสุขภาพจิตใจที่อาจเกิด

ความรู้สึกเหงา โดดเดี่ยว เนื่องจากการถอยออกจากสังคมทำงาน และการทำงาน โดยเฉพาะผู้สูงอายุ วัยเกษียณมักมีปัญหาทางด้านสังคมที่ถูกลดบทบาท และสถานภาพและความสำคัญทางสังคมลงมา แต่อย่างไรก็ตามในกลุ่มผู้สูงอายุวัยเกษียณเองยังมีความต้องการท่องเที่ยวเพราะเชื่อว่าการท่องเที่ยว จะทำให้รู้สึกผ่อนคลาย มีความสดชื่น ซึ่งจะส่งผลให้สุขภาพที่แข็งแรงตามมา อีกทั้งยังได้ใช้โอกาสนี้ในการสร้างกระชับความสัมพันธ์กับสมาชิกในครอบครัว หรือเพื่อพบเจอเพื่อนในวัยเดียวกัน ทั้งนี้ความต้องการของผู้สูงอายุวัยเกษียณในเรื่องการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความต้องการที่มาจากทั้งปัจจัยภายในและภายนอก อันได้แก่ปัจจัยความต้องการทางด้านกายภาพที่ ต้องการบริการและรูปแบบการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับลักษณะทางกายภาพของสภาพร่างกายที่ เปลี่ยนแปลงไป ปัจจัยความต้องการทางด้านจิตใจที่ต้องการความสนุกสนานผ่อนคลายความเครียด ปัจจัยทางด้านสังคมที่ต้องการการยอมรับทางสังคม ต้องการเป็นคนสำคัญ ความต้องการคุณภาพ และการบริการในด้านที่พัก อาหาร สถานที่ท่องเที่ยว บุคลากร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อีกทั้งคนใกล้ชิด ครอบครัว และเพื่อนยังมีอิทธิพลกับการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้สูงอายุทั้งสิ้น

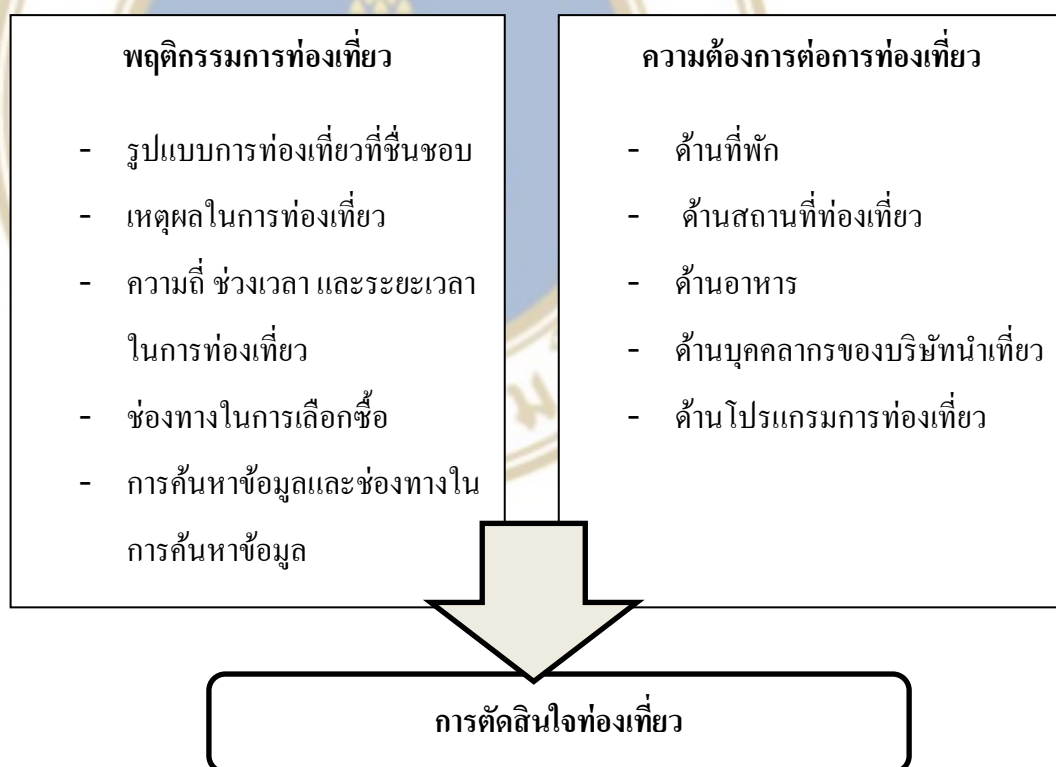


บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการศึกษาศาสนาพนธ์เรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ อายุ 60-79 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ” ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีดำเนินการวิจัยโดยภาพรวมเป็นการระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และนำเสนอไว้เป็นส่วนๆดังนี้

3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 3.1 : กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา : ผู้วิจัย

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาจากกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายซึ่งเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ วิทยาลัยน อายุ 60 – 79 ปี ทั้งเพศชายและหญิง ที่มีประสบการณ์ท่องเที่ยวใน 1 ปีที่ผ่านมา และอาศัย อยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 15 คนหรือจนกว่าจะได้ข้อมูลที่ซ้ำกันและแน่นอนการเก็บ ข้อมูลจึงสิ้นสุดลง

3.3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้ออกแบบระเบียบและขั้นตอนการวิจัยเพื่อนำไปสู่การตอบ ปัญหาและตรงตามจุดประสงค์ที่กำหนดไว้ดังนี้

3.3.1 แหล่งข้อมูล

เนื่องจากการวิจัยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ แหล่งข้อมูลที่น่ามาศึกษานั้นสามารถแบ่ง ลักษณะของแหล่งข้อมูลได้เป็นเป็น 2 ลักษณะ คือ

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เพื่อสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการที่มีต่อการท่องเที่ยวของ กลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษาค้นคว้า และรวบรวม ข้อมูลจากหนังสือทางวิชาการ นิตยสาร วารสาร บทความ และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง แนวคิดและทฤษฎี ตลอดจนสารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้

3.3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมและค้นคว้าข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

3.3.2.1 การเก็บข้อมูลด้านเอกสารซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมและค้นคว้า ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ

3.3.2.2 การเก็บข้อมูลภาคสนามโดยการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐม ภูมิโดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

3.3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยในการศึกษานี้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยมีการออกแบบสัมภาษณ์ด้วยโครงสร้างคำถามที่จะนำไปสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง กล่าวคือ เป็นการสัมภาษณ์ปลายเปิด มีการออกแบบหัวข้อสัมภาษณ์หรือแนวทางคำถาม (Interview Guide) อันเป็นแนวทางการสัมภาษณ์แบบไม่มีรูปแบบข้อคำถามที่ตายตัว หรือกระบวนการวิธีที่ไม่มีการกำหนดโครงสร้างของคำถามอย่างชัดเจน เพียงแต่มีการกำหนดลักษณะของคำถามและนำคำสำคัญ (Keywords) มาใช้ปรับถ้อยคำระหว่างกระบวนการสัมภาษณ์ ซึ่งจะทำให้คำถามมีความยืดหยุ่นตามสถานการณ์และแนวการตอบของผู้ถูกสัมภาษณ์ จะมีการติดตามและซักไซ้เพิ่มเติมในประเด็นที่สำคัญเพื่อขยายความข้อเท็จจริง อีกทั้งยังทำให้ผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่

โดยแบบสัมภาษณ์จะโครงสร้างคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่างดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเพื่อแสวงหาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นการหาข้อมูลเรื่อง เพศ อายุ อาชีพก่อนเกษียณ รายได้ แหล่งที่มาของรายได้ และ ค่าใช้จ่าย

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเพื่อแสวงหาข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ โดยมีแนวคำถามดังนี้

- แหล่งท่องเที่ยวแบบใดที่ท่านชื่นชอบ
- เหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยวคืออะไร
- ความถี่, ช่วงเวลา และระยะเวลาที่เดินทางท่องเที่ยวเป็นอย่างไร
- ท่านเดินทางท่องเที่ยวอย่างไร (เดินทางด้วยตนเองหรือเดินทางกับบริษัททัวร์)
- ค่าใช้จ่ายในการเที่ยวต่อครั้งประมาณเท่าไร
- ท่านมักเดินทางท่องเที่ยวกับใคร
- ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งใด
- ท่านหาข้อมูลท่องเที่ยวจากแหล่งใดและใครเป็นผู้ริเริ่มและวางแผนท่องเที่ยว
- ท่านเลือกซื้อหรือจอง ที่พัก หรือ ทัวร์ ผ่านช่องทางใด
- เมื่อกลับมาจากการท่องเที่ยวท่านรู้สึกอย่างไร

ส่วนที่ 3 ความต้องการของผู้สูงอายุวัยเกษียณในการท่องเที่ยว

- ความต้องการที่ท่านมีต่อที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักเป็นอย่างไร
- ความต้องการที่ท่านมีต่ออาหารเป็นอย่างไร

- ความต้องการที่ท่านมีต่อสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างไร

- ความต้องการที่ท่านมีต่อบุคคลากรของบริษัทนำเที่ยวเป็นอย่างไร
- กิจกรรมใดบ้างที่ท่านคิดว่าสามารถทดแทนการท่องเที่ยวได้

ทั้งนี้ในขั้นตอนการสัมภาษณ์นั้นผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนต่างๆ อันมีสาระสำคัญดังนี้

1. ทำการชี้แจงเกี่ยวกับการสัมภาษณ์และนัดหมายเพื่อขอเข้าพบกลุ่มเป้าหมาย
2. จัดเตรียมอุปกรณ์ และเครื่องมือต่างๆ เพื่อความพร้อมในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

(In-depth Interview)

3. ชี้แจงวัตถุประสงค์ และขั้นตอนการสัมภาษณ์

4. จัดบันทึก พุดคุย และเก็บข้อมูลจากเอกสารต่างๆ โดยผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวม

ข้อมูลด้วยตนเอง

3.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในกระบวนการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากข้อมูลปฐมภูมิ ที่มาจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก มาตีความและพิจารณาประเด็นหลักที่ได้จากการสัมภาษณ์มา แบ่งแยกออกเป็นหัวข้อ โดยเริ่มจากภาพรวมไปสู่ประเด็นย่อยๆ โดยหาความเชื่อมโยงของข้อมูล และนำข้อมูลนั้นมาตีความโดยเปรียบเทียบเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎีหรือผลงานวิจัยในอดีตอัน ได้มาจากข้อมูลทุติยภูมิเพื่อนำมาอธิบายสิ่งที่ค้นพบ นำมาตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย เพื่อนำมาวิเคราะห์ และจัดทำข้อสรุปและเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

3.3.5 ระยะเวลาที่ใช้ในการทำวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาดำเนินการศึกษาเป็นเวลา 3 เดือนตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2558 ถึงเดือนสิงหาคม 2558

กิจกรรม	ระยะเวลา
ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องและสร้างแบบสัมภาษณ์	10 มิถุนายน 2558 ถึง 25 เดือนกรกฎาคม 2558
การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์	26 เดือนกรกฎาคม 2558 ถึง 15 สิงหาคม 2558
สรุปและอภิปรายผล	15 สิงหาคม 2558 ถึง 28 สิงหาคม 2558

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพเรื่องนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ อายุตั้งแต่ 60 – 79 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่ง โครงสร้างสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมวิจัยจำนวน 15 คน ที่มีประสบการณ์ท่องเที่ยวในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาอย่างน้อย 1 ครั้ง เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณและความต้องการของผู้สูงอายุวัยเกษียณที่มีต่อการท่องเที่ยวในด้าน ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว อาหาร บุคคลากรในการท่องเที่ยว และโปรแกรมการเดินทาง โดยสามารถแบ่งผลการสัมภาษณ์ได้เป็นส่วนๆดังนี้

4.1 ด้านประชากรศาสตร์

ตารางที่ 4.1 : ข้อมูลของผู้เข้าร่วมงานวิจัย

ลำดับที่	เพศ	อายุ	สถานภาพ	อาชีพก่อนเกษียณ	รายได้ต่อเดือน	แหล่งที่มาของรายได้หลัก
1	หญิง	79	หม้าย	พนักงานบริษัทเอกชน	100,000.00	ดอกเบี้ยจจากเงินออม
2	หญิง	77	หม้าย	ข้าราชการ	40,000.00	บำนาญข้าราชการ
3	หญิง	71	หม้าย	พนักงานบริษัทเอกชน	20,000.00	บุตร
4	ชาย	68	สมรส	พนักงานบริษัทเอกชน	20,000.00	ดอกเบี้ยจจากเงินออม

ตารางที่ 4.1 : ข้อมูลของผู้เข้าร่วมงานวิจัย (ต่อ)

5	หญิง	60	หม้าย	ข้าราชการ	60,000.00	บำนาญ ข้าราชการ
6	หญิง	63	โสด	ข้าราชการ	40,000.00	บำนาญ ข้าราชการ
7	ชาย	61	สมรส	พนักงาน บริษัทเอกชน	50,000.00	คู่สมรส
8	ชาย	62	สมรส	พนักงาน บริษัทเอกชน	200,000.00	ค่าเช่าจากการ ให้เช่า อสังหาริมทรัพย์
9	ชาย	64	สมรส	ข้าราชการ	30,000.00	บำนาญ ข้าราชการ
10	หญิง	60	สมรส	ข้าราชการ	40,000.00	บำนาญ ข้าราชการ
11	หญิง	67	หม้าย	ข้าราชการ	40,000.00	บำนาญ ข้าราชการ
12	หญิง	67	หม้าย	ข้าราชการ	50,000.00	บำนาญ ข้าราชการ
13	หญิง	63	โสด	พนักงาน บริษัทเอกชน	100,000.00	ค่าเช่าจากการ ให้เช่า อสังหาริมทรัพย์
14	ชาย	72	หม้าย	พนักงาน บริษัทเอกชน	30,000.00	บุตร
15	หญิง	74	หม้าย	พนักงาน บริษัทเอกชน	30,000.00	บุตร

จากตารางที่ 4.1 สามารถแบ่งข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ได้ดังนี้ ผู้เข้าร่วมวิจัยเป็นเพศหญิงจำนวน 10 คน เพศชายจำนวน 5 คน ผู้เข้าร่วมวิจัยมีอายุระหว่าง 60 – 64 ปีมีจำนวน 7 คน อายุระหว่าง 65 – 69 ปีมีจำนวน 3 คน อายุระหว่าง 70 – 74 ปีมีจำนวน 3 คน และอายุระหว่าง 75 – 79 ปีมีจำนวน 2 คน ผู้เข้าร่วมวิจัยมีสถานภาพหม้ายจำนวน 8 คน สถานภาพสมรสจำนวน 5 คน และ

สถานภาพโสดจำนวน 2 คน ผู้เข้าร่วมวิจัยมีอาชีพก่อนเกษียณเป็นข้าราชการจำนวน 7 คน พนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 8 คน ผู้เข้าร่วมวิจัยมีรายได้ระหว่าง 30,0001 – 50,000 บาท จำนวน 6 คน รายได้ระหว่าง 10,0001 – 30,000 บาท จำนวน 5 คน รายได้มากกว่า 90,0001 บาท จำนวน 3 คน และระหว่าง 50,0001 – 70,000 บาท จำนวน 1 คน ผู้เข้าร่วมวิจัยมีรายได้หลักหลังเกษียณจากเงินบำนาญราชการจำนวน 7 คน จากบุตรจำนวน 3 คน จากเงินออมจำนวน 2 คน จากค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์จำนวน 2 คน และจากกลุ่มสมรส 1 คน

4.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ

จากการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณจากผู้เข้าร่วมวิจัยโดยแบ่งการเก็บข้อมูลตามรูปแบบการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์การเดินทางและถิ่นพำนักของผู้เข้าร่วมวิจัยสามารถกำหนดรูปแบบการเดินทางได้ 2 รูปแบบคือ การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) และ การท่องเที่ยวต่างประเทศ (Inbound Tourism) และจากผลการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก เมื่อนำมาสังเคราะห์ทำการสรุปเป็นประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์ในแต่ละคำถามสามารถแบ่งพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามรูปแบบการเดินทางที่แตกต่างกัน ได้เป็นส่วนๆดังต่อไปนี้

4.2.1 แหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ

4.2.1.1 การท่องเที่ยวภายในประเทศ

การจากวิจัยพบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนมากชื่นชอบการท่องเที่ยวในประเทศในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) โดยผลวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างนิยมไปท่องเที่ยวทางภาคเหนือตอนบนเนื่องจากมีอากาศที่เย็นสบายและธรรมชาติที่สวยงาม และจังหวัดโดยรอบกรุงเทพฯเนื่องจากเดินทางสะดวก

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 4 ให้ข้อมูลว่า

“...ผมชอบไปเที่ยวแบบธรรมชาติครับ เนื่องจากหมดวัยรีนเริง ก็ชอบไปเที่ยวแบบภูเขา น้ำตก ชอบหาที่อากาศดีๆ สวยๆ อย่างทางภาคเหนือ...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 5 ให้ข้อมูลว่า

“...ไปเที่ยวต่างจังหวัด จะไปที่บรรยากาศดีๆ มีความเป็นธรรมชาติ ...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 6 ให้ข้อมูลว่า

“...สถานที่ๆไปจะเป็นที่ที่อากาศดีๆ ต้นไม้สวยๆ ดอกไม้สวยๆ ชอบไปแม่ฮ่องสอน เชียงราย ถ้าไปใกล้ๆก็จะไปอยุธยา ละเชิงเทรา...”

4.2.1.2 การท่องเที่ยวต่างประเทศ

การจากวิจัยพบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนมากชื่นชอบการท่องเที่ยวต่างประเทศในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) เป็นสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม เช่น วัดเก่าแก่ กำแพงเมือง วังโบราณ เป็นต้น กลุ่มตัวอย่างส่วนมากนิยมไปท่องเที่ยวแถบประเทศเอเชีย เช่น ฮองกง เกาหลี และ จีน

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 11 ให้ข้อมูลว่า

“... เที่ยวต่างประเทศก็ชอบแบบธรรมชาติสวยๆ หรืออะไรแปลกๆ ไม่เหมือนเราบ้าง ปีที่ผ่านมาไปเกาหลีมาเพราะเห็นสถานที่โบราณในซีรีส์แล้วอยากไป...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 12 ให้ข้อมูลว่า

“... อยากไปที่ธรรมชาติสวยๆ จริงๆ เมืองไทยก็สวยที่สุด แต่อยากไปดูสถาปัตยกรรมแปลกๆ เก่าๆ ที่บ้านเราไม่มีอย่างกำแพงเมืองจีน ว่าของจริงจะใหญ่ขนาดไหน ...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 13 ให้ข้อมูลว่า

“... ชอบไปที่สวยๆ ไม่ว่าจะในหรือนอกประเทศ อากาศดี ๆ วิวสวยๆ แต่เมืองนอกเค้าก็จะมีแตกต่าง วัด วังโบราณ ความเป็นอยู่ก็ไม่เหมือน อยากไปดู ... ปีที่แล้วไปฮองกง กับจีนมา ...”

4.2.2 เหตุผลในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ

4.2.2.1 การท่องเที่ยวภายในประเทศ

จากผลวิจัยพบว่าส่วนมากผู้เข้าร่วมวิจัยมีจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนเปลี่ยนบรรยากาศ และมีกิจกรรมหลักระหว่างท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมคือการ ไหว้พระ ทำบุญ เพื่อสร้างความสุขทางจิตใจ และอีกเหตุผลหนึ่ง que ผู้เข้าร่วมวิจัยให้ความสำคัญคือเพื่อต้องการมีสังคมกับกลุ่มเพื่อนเนื่องจากการได้ไปเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน ทำให้ตนรู้สึกสนุกสนาน คลายเหงา ได้รำลึกความหลังจากเหตุการณ์ในอดีตร่วมกัน

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 9 ให้ข้อมูลว่า

“... ไปเปลี่ยนบรรยากาศ ไปเที่ยวทุกครั้งต้องแวะไหว้พระเสมอๆ ไปพักผ่อนจิตใจ เกษียณแล้วไม่มีอะไรทำมันเหงา พอได้มีเพื่อนๆ ที่จังหวัดนั้นๆ ไปเที่ยวที่ที่ชวนเพื่อนที่เคยเป็นทหารด้วยกันนี่แหละไปกัน บางเรื่องคุยกับลูกเขาไม่เข้าใจเกิดไม่ทัน คุยกับเพื่อนนี่แหละย้อนอดีตกันเข้าใจกันดี ...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 10 ให้ข้อมูลว่า

“...ไปเที่ยวเพราะอยากสนุก หาคความสุข คลายเครียด อยู่บ้านบางทีก็เบื่อ ไปเปลี่ยนที่นอน แล้วก็หาโอกาสไปทำบุญ...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 12 ให้ข้อมูลว่า

“...ไปเที่ยวพักผ่อน ไปดูของสวยๆงามๆให้สบายใจ ให้จิตใจสดชื่น กระปรี้กระเปร่า มีความสุข อยากไปเจอเพื่อนๆ เวลาไปกับเพื่อนๆสนุกมาก นานๆเจาก็ คุยกันบนรถ ตั้งแต่ออกจนกลับบ้าน บางทีตื่นมาก็ลืมคุยอะไรกัน รู้แต่สนุกได้คุยกับเพื่อน...”

4.2.2.2 การท่องเที่ยวต่างประเทศ

จากผลวิจัยพบว่าส่วนมากผู้เข้าร่วมวิจัยมีเหตุผลในการท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อต้องการมีสังคมกับกลุ่มเพื่อนและมีความต้องการอยากรู้อยากเห็นสิ่งใหม่ๆ

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 1 ให้ข้อมูลว่า

“... ไม่ต่างกันได้สัมผัสธรรมชาติ เจอสังคมดีๆเจอเพื่อนฝูง ได้ไปดูอะไรแปลกๆต่างประเทศ...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 13 ให้ข้อมูลว่า

“...อยู่บ้านทุกวันเบื่อ ได้ไปเที่ยวกับเพื่อนที่ไหนก็ได้ ไปเมืองนอกก็ได้ ไปดูอะไรใหม่ๆ...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 15 ให้ข้อมูลว่า

“... เพื่อได้ผ่อนคลาย หายเครียด เหมือนๆกับเที่ยวในประเทศ และอยากรู้อยากลองสิ่งใหม่ๆ...”

4.2.3 ช่วงเวลาที่ท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ

จากผลวิจัยพบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนมากเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลาอันเนื่องจากพ้นจากภาระการทำงานแล้วจึงทำให้เดินทางได้ทุกวันและนิยมเดินทางไปวันธรรมดาเนื่องจากไม่อยากเจอปัญหาจราจรและกลุ่มคนจำนวนมากในช่วงวันหยุดตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 2 ให้ข้อมูลว่า

“...ส่วนมากไปวันธรรมดา ตัวเราไปวันไหนก็ได้ไม่ต้องทำงาน คนเยอะรถเยอะ ไม่ชอบ...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 14 ให้ข้อมูลว่า

“...ชอบไปวันธรรมดา ตนเองไม่ได้ทำงานแล้ววันหยุดให้คนหนุ่มสาว
เที่ยวไป แก่แล้วจะเดินจะนั่งเบียดกับเด็กๆไม่ไหว เทศกาลที่เมืองไทยก็แย่งกันเที่ยว ไปเมืองนอกก็
เจอแต่คนไทยแย่งกันเที่ยว ...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 15 ให้ข้อมูลว่า

“...ชอบไปนอกเทศกาลเพราะคนไม่เยอะ เคยไปช่วงเทศกาลไม่ไหวคน
เยอะเกินไป เกือบเป็นลม สรุปแทบจะไม่ได้เที่ยว ...”

โดยเมื่อรวบรวมข้อมูลของผู้เข้าร่วมวิจัยด้านจำนวนครั้งในการเดินทาง
ท่องเที่ยวต่อปีและด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางต่อครั้ง ได้ผลดังนี้

4.2.3.1 การท่องเที่ยวภายในประเทศ

ผู้เข้าร่วมวิจัยมีข้อมูลจำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ
ต่อปี ดังนี้ มีการเดินทาง 3-4 ครั้งต่อปีจำนวน 12 คน และมีการเดินทาง 5-6 ครั้งต่อปีจำนวน 3
ผู้เข้าร่วมวิจัยมีข้อมูลด้านการใช้เวลาในการเดินทางต่อครั้งพบว่า ใช้เวลาเดินทาง 2-3 วันต่อครั้ง
จำนวน 8 คน ใช้เวลาเดินทาง 4-5 วันต่อครั้ง จำนวน 5 คนและใช้เวลาเดินทาง 6-7 วัน จำนวน 2 คน

4.2.3.2 การท่องเที่ยวต่างประเทศ

ผู้เข้าร่วมวิจัยมีข้อมูลจำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวต่าง
ประเทศต่อปี ดังนี้ มีการเดินทาง 1-2 ครั้งต่อปีจำนวน 13 คน และมีเดินทางมากกว่า 3-4 ครั้งต่อ
ปี 2 คน ผู้เข้าร่วมวิจัยมีข้อมูลด้านการใช้เวลาในการเดินทางต่อครั้งพบว่า ใช้เวลาเดินทาง 4-5 วัน
ต่อครั้ง จำนวน 10 คน ใช้เวลาเดินทาง 6-7 วัน ต่อครั้ง จำนวน 4 คน ใช้เวลาเดินทางมากกว่า 7 วัน
ต่อครั้ง จำนวน 1 คน

4.2.4 ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวกับผู้สูงอายุวัยเกษียณ

จากผลวิจัยพบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยมีพฤติกรรมท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศไม่
แตกต่างกัน โดยลักษณะการเดินทางจะเป็นการเดินทางแบบกลุ่มโดยผู้ร่วมเดินทางจะมาจากกลุ่ม
เพื่อนและกลุ่มบุคคลในครอบครัวอันได้แก่คู่สมรส บุตรและญาติ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนมากให้
ความสำคัญกับความรู้สึกสนุกสนานในการเดินทางกับกลุ่มเพื่อน

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 1 ให้ข้อมูลว่า

“...ไปครั้งหนึ่งก็ไป 7-8 คน ไปกับเพื่อนบ้าง ที่บ้านบ้าง ไปกับเพื่อนแล้วเรารู้สึก เฮฮา
ไม่เครียด คอเดียวกันคุยกันรู้เรื่อง...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 2 ให้ข้อมูลว่า

“...ไปกับเพื่อนสนิทสมัยเรียน ไปกันเองค่ะ มีความเป็นส่วนตัวดี ไปเป็นกลุ่มใหญ่ๆ สนุก...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 12 ให้ข้อมูลว่า

“...ไปกับเพื่อนๆ สนุกดี ชอบอะไรคล้ายๆกัน วัยเดียวกัน ...”

ทั้งนี้เมื่อรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางพบว่ามีความแตกต่างกันดังนี้

4.2.4.1 การท่องเที่ยวภายในประเทศ

กลุ่มตัวอย่างมีผู้ร่วมเดินทาง 5 – 10 คนต่อครั้ง จำนวน 8 คน มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 3-4 คนต่อครั้ง จำนวน 4 คน และ กลุ่มตัวอย่างมีผู้ร่วมเดินทาง 2 คนต่อครั้ง มีจำนวน 1 คน ผู้ร่วมเดินทางตั้งแต่ 11 คนขึ้นไป จำนวน 1 คน ตามลำดับ

4.2.4.2 การท่องเที่ยวต่างประเทศ

กลุ่มตัวอย่างมีผู้ร่วมเดินทาง 5 – 10 คนต่อครั้ง จำนวน 7 คน มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 3 - 4 คนต่อครั้ง จำนวน 6 คน และมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางมากกว่า 10 คนขึ้นไป จำนวน 2 คน ตามลำดับ

4.2.5 ค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวกับผู้สูงอายุวัยเกษียณ

จากผลวิจัยพบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนใหญ่ที่ท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายด้วยตนเอง เนื่องจากคิดว่าตนเองยังมีรายได้เพียงพอจะจ่ายค่าท่องเที่ยว ไม่ต้องการรบกวนครอบครัว อย่างไรก็ตามก็ดีจากการรวบรวมข้อมูลของผู้เข้าร่วมวิจัยพบว่า ผู้เข้าร่วมวิจัยมีค่าใช้จ่ายที่แตกต่างกันดังนี้

4.2.5.1 การท่องเที่ยวภายในประเทศ

ผู้เข้าร่วมวิจัยจ่ายค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวเอง จำนวน 12 คน และครอบครัวอื่นได้แก่บุตรและญาติจ่ายให้ 3 คน และจากการรวบรวมข้อมูลของผู้เข้าร่วมวิจัยพบว่า ผู้เข้าร่วมวิจัยมีค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวต่อครั้งอยู่ในช่วง 5,000-10,000 บาท จำนวน 10 คน ค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวต่อครั้งต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 3 คน และมากกว่า 10,000 บาท 2 คน

4.2.5.2 การท่องเที่ยวต่างประเทศ

ผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนมากจ่ายค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวเอง จำนวน 10 คน และครอบครัวอื่นได้แก่บุตรและญาติจ่ายให้ 5 คน และจากการรวบรวมข้อมูลของผู้เข้าร่วมวิจัยพบว่า มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งอยู่ในช่วง 20,001-30,000 บาท จำนวน 7 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งอยู่ในช่วง 30,001-40,000 บาท จำนวน 5 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งอยู่

ในช่วง 10,001-20,000 บาท จำนวน 2 คน และ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอยู่ในช่วง 80,001 – 90,000 บาท จำนวน 1 คน

4.2.6 ช่องทางในท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ

4.2.6.1 การท่องเที่ยวภายในประเทศ

จากผลวิจัยพบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนมากมีการท่องเที่ยวแบบอิสระ (Foreign Individual Tourism : FIT) มีการวางแผนการเดินทางด้วยอย่างคร่าวๆ เนื่องจากมีความเป็นส่วนตัว สามารถปรับเปลี่ยนแผนการเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดเวลา ไม่ต้องเร่งรีบในการเดินทาง และจากผลวิจัยยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมาก ไม่มีการจองที่พักล่วงหน้า เนื่องจากไม่แน่ใจว่าจะเป็นเหมือนที่โฆษณาไว้หรือไม่ และแผนการเดินทางที่อาจปรับเปลี่ยนได้

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 1 ให้ข้อมูลว่า

“...เคยจองที่พักที่แม่ฮ่องสอน ชื่อที่งานท่องเที่ยว รูปที่พักสวยมาก พอไปจริงที่พักไกลมากอยู่ในป่า ไม่สวย ตอนนี้จะไปเที่ยวต่างจังหวัดก็จะถามเพื่อนๆกัน ไปกันเองสบายใจกว่า อยากระแวงไหน อยากรอนไหนเลือกได้เอง...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 2 ให้ข้อมูลว่า

“... เที่ยวในไทยไปเอง เพราะมีความส่วนตัวกว่า จะพักเมื่อไหร่ก็ได้ ไม่รีบร้อน ค่าไหนนอนนั่น ไม่จองที่พัก กลัวโดนหลอก...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 5 ให้ข้อมูลว่า

“... ไปกันเอง ไม่ต้องยุ่งยากกับใคร เราทำอะไรได้ตามอัธยาศัย แค่คิดว่าอยากไปไหนบ้าง ที่ไหนสวยอยู่นานๆ ที่ไหนไปแล้วไม่ชอบก็รีบออก หรืออยากพักที่ไหนก็ตามสะดวก ...”

4.2.6.2 การท่องเที่ยวต่างประเทศ

จากผลวิจัยพบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนมากเลือกการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ (Group Inclusive Tour : GIT) เป็นการท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยวครบวงจร เนื่องจากตนเองไม่มีความรู้และความชำนาญในประเทศนั้นๆ ไม่สามารถจัดแผนการเดินทางได้เอง และข้อจำกัดทางภาษาที่ทำให้เป็นอุปสรรคในการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 8 ให้ข้อมูลว่า

“... ไปกับทัวร์มันง่ายเค้าจัดการให้ทุกอย่าง เวลาเราก็ได้ความรู้จากการเที่ยวมีมัคคุเทศน์มาคอยบอกว่านี่คืออะไร สำคัญอย่างไร ไปเองก็ได้แต่เดินดูเอาเฉยๆ ...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 10 ให้ข้อมูลว่า

“... เราไม่รู้จักอะไรเลย ไม่เคยไป สะดวกสุดก็ไปกับทัวร์ ไปครั้งแรกไป กับทัวร์มีคนพาไป คิดว่าไปเสียเวลาตัวเอง ไม่ต้องพะวงกับการหาที่กินที่เที่ยว ...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 11 ให้ข้อมูลว่า

“... เวลาไปเมืองนอกไปกับทัวร์ทุกครั้งนะ เพราะไปเองไม่เป็น ทัวร์เค้า ทำเป็นอาชีพ รู้ดีกว่าเรา อีกอย่างพูดภาษาอังกฤษไม่คล่องด้วย ...”

4.2.7 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารในท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ

จากผลวิจัยพบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนมากที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศมีการรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวมาจากเพื่อนและครอบครัว Social Media จากสื่อต่างๆเช่น รายการโทรทัศน์หรือวารสารการท่องเที่ยวต่างๆ ส่วนใหญ่ผู้เข้าร่วมวิจัยเป็นผู้ที่อยากท่องเที่ยวและผู้ที่เริ่มในการท่องเที่ยวเมื่อเห็นข้อมูลข่าวสารนั้นหรือจากประสบการณ์ส่วนตัวที่เคยไปท่องเที่ยว

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 2 ให้ข้อมูลว่า

“...เวลาใครไปไหนมาแล้วมาบอกเรา เราก็อยากไปด้วย ใครบอกสวยบอกดีเราก็อยากไปดู...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 11 ให้ข้อมูลว่า

“... ชอบดูซีรีส์เกาหลี พอที่ไหนสวยๆก็อยากไปก็เริ่มโทรไปชวนเพื่อนแล้วก็คิดกันว่า จะว่างตรงกันเมื่อไหร่ ไปอย่างไร ไปทัวร์ไหนดี ก่อนหน้านี้ก็ดูละครที่ถ่ายประเทศญี่ปุ่น เห็นลูกเพื่อนไปญี่ปุ่นมาใน Facebook ก็อยากไปบ้าง ชวนเพื่อนแต่เพื่อนๆยังไม่ว่างไปกันเลย ...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 13 ให้ข้อมูลว่า

“...ส่วนมากตัวเองนี้แหละชอบชวนคนโน้นคนนี้ไป พอเห็นที่เพื่อน ไปมา เห็นรูปใน lineที่เพื่อนส่งมาให้ดู เห็นตามทีวีก็อยากไป...”

4.2.8 การค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ

จากผลวิจัยพบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศส่วนมากจะทำการหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งบุคคลเป็นหลัก โดยบุคคลที่ถามจะเป็นบุคคลจากกลุ่มเพื่อนและครอบครัวที่เคยมีประสบการณ์เดินทางไปยังสถานที่นั้นๆ โดยเชื่อว่าข้อมูลมีความน่าเชื่อถือเนื่องจากมีประสบการณ์ตรงในการเดินทางมาก่อน จากนั้นก็จะทำการตัดสินใจวางแผนท่องเที่ยวร่วมกับผู้ร่วมเดินทาง อย่างไรก็ตามข้อมูลที่ผู้เข้าร่วมวิจัยค้นหามีความแตกต่างกันระหว่างการท่องเที่ยวภายในประเทศและท่องเที่ยวต่างประเทศดังนี้

4.2.8.1 การท่องเที่ยวภายในประเทศ

จากผลวิจัยพบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนมากทำการหาข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยว การเดินทางและที่พัก

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 5 ให้ข้อมูลว่า

“...คู่วิวที่ไหนสวยก็อยากไป แต่จะถามเพื่อนสนิท เขาเป็นคนรอบรู้ที่ไหนเขาเคยไปก็แนะนำเราได้ ต้องไปไหน ต้องไปอย่างไร เรื่องการเดินทางก็คิดกับคนที่ไปด้วย...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 10 ให้ข้อมูลว่า

“...ถ้าอยากไปไหนก็จะถามเพื่อนที่เคยไปว่าเป็นอย่างไรบ้าง ควรเที่ยวที่ไหน เดินทางอย่างไร นอนตรงไหน บางทีในทีวีสวย ไปจริงไม่ใช่อย่างที่เราคิดเลย ต้องถามคนที่เคยไปมาไม่โกหกเราเน้อ...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 15 ให้ข้อมูลว่า

“... เวลาจะไปไหนก็มีลูกๆนี้แหละคอยให้ถามว่าต้องไปไหนบ้าง ไปยังไง อาชีพเขาเดินทางบ่อย เขาไปมาเขาก็จะมามากว่าดี ไม่ดี ควรพักที่ไหน เพราะเขารู้ว่าเราไปไหนแล้วไหน เวลาวางแผนเดินทางก็วางกับเพื่อนๆ ไปด้วยกัน ตัดสินคนเดียวก็ไม่ดี ...”

4.2.8.2 การท่องเที่ยวต่างประเทศ

จากผลวิจัยพบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนมากจะให้เพื่อนหรือครอบครัวแนะนำบริษัทนำเที่ยวมาให้ โดยมีการสอบถามข้อมูลด้านคุณภาพการให้บริการ โปรแกรมการท่องเที่ยว ราคา ข้อมูลเรื่องของประเทศที่ต้องการไปท่องเที่ยวเช่น สภาพอากาศ การแต่งกาย สถานที่ท่องเที่ยว และส่วนมากนิยมเลือกใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวที่แนะนำมา

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 7 ให้ข้อมูลว่า

“... เวลาอยากไปประเทศไหนก็จะถามเพื่อนที่เคยไป ไปกับทัวร์ไหนดี พาไปเที่ยวไหนบ้าง ก็บาท แต่งตัวอย่างไร อากาศเป็นยังไง...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 12 ให้ข้อมูลว่า

“... เพื่อนแนะนำมาให้หมดเลย อันไหนดีไม่ดี ราคาเท่าไร ไปไหนบ้าง ไกด์ดีไหม หนาวไหม ทุกครั้งก็ใช้ที่เพื่อนแนะนำ...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 13 ให้ข้อมูลว่า

“... ถามเพื่อน เชื่อเพื่อนเพราะเขาเคยไป ก็ใช้ทัวร์ที่เพื่อนบอกมาเพราะเชื่อใจ แต่ก็จะดูว่าไปที่ที่เราอยากไปด้วยหรือไม่ ไปครบหรือไม่...”

4.2.9 ความรู้สึกหลังการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ

จากผลวิจัยพบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนมากที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศและเดินทางท่องเที่ยวมีความรู้สึกหลังการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันคือ เมื่อกลับมาจากการท่องเที่ยวพบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนมากรู้สึกได้ผ่อนคลาย มีความสุข และมีความรู้สึกสนุกสนานที่ได้พ้อเจอเพื่อน อีกทั้งมีความรู้สึกอยากกลับไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวและเลือกใช้บริษัทนำเที่ยวเดิมซ้ำอีกหากรู้สึกพึงพอใจในสถานที่และบริการนั้นๆ

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 1 ให้ข้อมูลว่า

“...มีความสุข ได้เที่ยวกับเพื่อนๆด้วยกัน...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 2 ให้ข้อมูลว่า

“...สนุกดี ได้เห็นอะไรแปลกๆให้พอสดชื่น ที่ไหนที่ชอบก็อยากกลับไปอีก...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 6 ให้ข้อมูลว่า

“... กลับมาแล้วหายเครียด อยากไปอีก จิตใจมันเบิกบาน รู้สึกดีที่เจอเพื่อน ที่ที่ชอบก็อยากกลับไปเที่ยวอีกถ้ามีโอกาส ...”

ทั้งนี้ผู้เข้าร่วมวิจัยเดินทางภายในประเทศและเดินทางต่างประเทศส่วนมากมีการบอกต่อข้อมูลการท่องเที่ยวไปยังกลุ่มเพื่อนและครอบครัว และส่งผ่านรูปภาพทาง Social Media ไปให้กลุ่มเพื่อนและครอบครัวผ่านทาง Application Line หรือมีการอัปโหลดรูปบน Facebook

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 7 ให้ข้อมูลว่า

“...ส่วนมากจะส่งรูปให้ลูกดูทางไลน์ เพราะไม่ได้เจอกันทุกวัน ...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 13 ให้ข้อมูลว่า

“...มีส่งไลน์ให้เพื่อนที่ ให้ครอบครัวดูบ้าง หรือเวลาใครถามเรื่องไปเที่ยวก็ส่งให้ไปดู ...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 15 ให้ข้อมูลว่า

“...จริงๆเล่นไม่ค่อยเป็น เพิ่งมีไม่นาน มีไลน์กับ facebook ก็ส่งให้ลูกหลานดู...”

4.3 ความต้องการการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ

จากการวิจัยได้ทำการศึกษาความต้องการที่ผู้เข้าร่วมวิจัยที่มีต่อการท่องเที่ยว ในเรื่องที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว บุคลากรในการท่องเที่ยว และการเดินทาง โดยสามารถสรุปผลวิจัยได้เป็นส่วนๆดังนี้

4.3.1 ความต้องการที่มีต่อที่พักในการท่องเที่ยว

จากผลวิจัยพบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนมากต้องการที่พักที่สะอาดกล่าวคือไม่มีฝุ่นและสิ่งสกปรก ไม่อับชื้นและอยู่ในสภาพที่ใหม่ อีกทั้งยังต้องการที่พักที่สะดวกในการเดินทางกล่าวคือไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวและที่ชุมชนมากนัก เป็นห้องพักที่ให้ความสบาย เตียงนอนที่เหมาะสม และมีความปลอดภัยมีระบบล็อก ระบบรักษาความปลอดภัย โดยสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักที่กลุ่มตัวอย่างส่วนมากให้ความสำคัญกับ ห้องน้ำที่เหมาะสมคือ พื้นแห้ง สุขภัณฑ์ต้องมีความแข็งแรง การจัดวางเครื่องใช้ในห้องน้ำได้สัดส่วน มีน้ำอุ่น

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 1 ให้ข้อมูลว่า

“...ที่พักที่ดีก็ควรสะอาดเป็นหลัก ใกล้เคียงที่กิน เตียงนอนสบาย ไม่น่ากลัวมียาม ที่สำคัญห้องน้ำต้องสะอาด ไม่เปียกและเป็นแบบชักโครกเท่านั้น...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 2 ให้ข้อมูลว่า

“...อยากนอนที่ที่นอนแล้วสบาย ไม่นุ่มเกินไป ไม่แข็งเกินไป เนื่องจากการเดินทางมาทั้งวัน ห้องต้องสะอาด ไฟฟ้าต้องพร้อม ห้องน้ำมีส่วนแยกเปียกแห้งในห้องน้ำ และก็น้ำอุ่นเพราะคนแก่จึ้นหนาวอาบน้ำเย็นไม่ได้...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 3 ให้ข้อมูลว่า

“...ต้องสะอาด ปลอดภัย ใกล้ที่เที่ยว อากาศถ่ายเท ห้องน้ำต้องสะอาด และมีเครื่องทำน้ำอุ่น ...”

4.3.2 ความต้องการที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว

จากผลวิจัยพบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนมากต้องการสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสะอาด เดินทางเข้าถึงสะดวก ทางเดินหรือบันไดไม่ลาดชันเกินไป อีกทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างต้องการคือห้องน้ำที่เพียงพอ ไม่สกปรก พื้นแห้ง สุขภัณฑ์แบบชักโครก มีจุดบริการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว และควรมีพาหนะบริการรับส่งระหว่างจุดต่างๆ ในสถานที่ท่องเที่ยว อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างอยากให้สถานที่ท่องเที่ยวจัดกิจกรรมสันทนาการในวันธรรมดาด้วย

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 4 ให้ข้อมูลว่า

“...ที่ท่องเที่ยวไม่ควรมีบันไดเยอะและชันเกินไป ต้องเดินทางไปสะดวก ถนนต้องดี ไม่ใช่ต้องเดินเข้าป่า ห้องน้ำนี่สำคัญที่สุดเพราะผู้สูงอายุเข้าห้องน้ำบ่อย ต้องน้ำต้องสะอาด มีเพียงพอ ...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 5 ให้ข้อมูลว่า

“... ไม่ควรให้นักท่องเที่ยวเดินเหยอะเกิน ไปควรมีรถหรือกระเช้ารับส่งเพราะเดินไม่ไหวแล้ว ห้องน้ำก็ควรดูดี ไม่ลื่น เรื่องป้ายต่างๆก็ควรมีบอกข้อมูลท่องเที่ยวบ้าง อยากตอนไปห้วยน้ำดัง มีการจุดให้ฟังข้อมูลการท่องเที่ยวจริงแต่อุปกรณ์เสียทุกชิ้น สิ่งนี้ควรปรับปรุง...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 10 ให้ข้อมูลว่า

“... ที่เที่ยวไม่ควรเดินทางไกลไปไม่กันดารเกินไป ในที่เที่ยวหากใหญ่มากก็ควรมีรถหรือกระเช้ารับส่งเหมือนต่างประเทศ ห้องน้ำต้องมีเพียงพอ มีกระดาดชำระ ส่วนมากไปเที่ยววันหยุดบางที่ร้านค้า ที่เที่ยววันธรรมดาไม่เปิด อยากให้เปิดปกติและจัดกิจกรรมเหมือนวันหยุด...”

4.3.3 ความต้องการที่มีต่ออาหารในการท่องเที่ยว

จากผลวิจัยพบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนมากต้องการสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสะอาด เดินทางเข้าถึงสะดวก ทางเดินหรือบันไดไม่เหยอะและลาดชันเกินไป อีกทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างต้องการคือห้องน้ำที่เพียงพอ ไม่สกปรก พื้นแห้ง สุขาภัณฑ์แบบชักโครก มีจุดบริการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างอยากให้สถานที่ท่องเที่ยวจัดกิจกรรมสันทนาการในวันธรรมดาด้วย

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 4 ให้ข้อมูลว่า

“...ที่ท่องเที่ยวไม่ควรมีบันไดเหยอะและชันเกินไป ต้องเดินทางไปสะดวก ถนนต้องดี ไม่ใช่ต้องเดินเข้าป่า ห้องน้ำนี้สำคัญที่สุดเพราะผู้สูงอายุเข้าห้องน้ำบ่อย ต้องน้ำต้องสะอาด มีเพียงพอ ...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 5 ให้ข้อมูลว่า

“... ห้องน้ำก็ควรดูดี ไม่ลื่น เรื่องป้ายต่างๆก็ควรมีบอกข้อมูลท่องเที่ยวบ้าง อยากตอนไปห้วยน้ำดัง มีการจุดให้ฟังข้อมูลการท่องเที่ยวจริงแต่อุปกรณ์เสียทุกชิ้น สิ่งนี้ควรปรับปรุง...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 10 ให้ข้อมูลว่า

“... ที่เที่ยวไม่ควรเดินทางไกลไปไม่กันดารเกินไป ห้องน้ำต้องมีเพียงพอ มีกระดาดชำระ ส่วนมากไปเที่ยววันหยุดบางที่ร้านค้า ที่เที่ยววันธรรมดาบางที่ไม่เปิด อยากให้เปิดปกติและจัดกิจกรรมเหมือนวันหยุด...”

4.3.4 ความต้องการที่มีต่อบุคลากรที่ให้บริการของบริษัทนำเที่ยว

จากผลวิจัยพบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนมากมีความต้องการบุคลากรที่ให้บริการของบริษัทนำเที่ยวที่มีความรู้ในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ สามารถแนะนำและตอบข้อซักถามได้ อีกทั้งบุคลากรที่ให้บริการของบริษัทนำเที่ยวควรมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีความรู้และความ

เข้าใจในสถานะที่เปลี่ยนไปของผู้สูงอายุ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนมากแสดงความคิดเห็นว่าหากบุคคลากรที่ให้บริการมีความรู้ทางการดูแลและปฐมพยาบาลผู้สูงอายุเบื้องต้นได้ ผู้สูงอายุยินดีจ่ายเพิ่มให้แก่บริษัทนำเที่ยว นั้น โดยราคาที่จ่ายเพิ่มคำนึงถึงความสมเหตุสมผลและคุ้มค่าเป็นหลัก

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 9 ให้ข้อมูลว่า

“...คนที่ให้บริการเราอย่างแรกต้องมีความเข้าใจและความรู้ในที่ท่องเที่ยว เวลาเราถามอะไรก็ควรตอบคำถามได้ ต้องดูแลนักท่องเที่ยว ยิ้มแย้ม มีมิตรไมตรีกับนักท่องเที่ยว การที่บุคคลากรในการท่องเที่ยวมีความรู้ทางการแพทย์ทำให้เราเชื่อมั่น และผ่อนคลายสบายใจมากขึ้น หากต้องจ่ายแพงขึ้นก็ยอมแต่ต้องคุ้มค่า...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 11 ให้ข้อมูลว่า

“...ต้องตกลง มีอารมณ์ขัน ทำให้เรายิ้มได้ แต่ก็ต้องมีสาระด้วย มีเกร็ดความรู้สนุกสนาน สอดแทรกตลอด ถ้ามีคนที่รู้เรื่องหมอ เรื่องดูแลคนแก่ในทัวร์ เราก็จะอุ่นใจขึ้น ราคาต้องสมเหตุสมผล...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 12 ให้ข้อมูลว่า

“...คนที่พาเราเที่ยว ต้องห้ามเครียด เพราะเราจะเครียดตาม ต้องมีอรรถยาศัยดี ยิ้มแย้มช่วยเหลือดูแลเอาใจใส่ คอยช่วยเหลือขึ้นลงบันได หรือไม่รีบจนเราเครียด...”

4.3.5 ความต้องการที่มีต่อโปรแกรมท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว

จากผลวิจัยพบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนมากมีความต้องการด้านโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ไม่เร่งรีบจนเกินไป มีเวลาให้เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง มีการหยุดพักเพื่อผ่อนคลาย อริยาบทและเข้าห้องน้ำทุกๆ 2-3 ชั่วโมง

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 13 ให้ข้อมูลว่า

“... อยากรได้ตารางทัวร์ที่ไม่แน่นเกินไป มีเวลาให้เดินดูรอบๆ ไม่ใช่ต้องรีบๆแข่งกับเวลา...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 14 ให้ข้อมูลว่า

“... โปรแกรมทัวร์เหมือนเน้นจำนวนที่ไปท่องเที่ยวแต่ไม่เน้นคุณภาพการท่องเที่ยวไปแล้วแทบไม่ได้อะไร ถ่ายรูปหน้าประตูแล้วก็กลับ แบบนี้ไม่ค่อยประทับใจเท่าไร...”

ผู้เข้าร่วมวิจัย ลำดับที่ 15 ให้ข้อมูลว่า

“... การเดินทางควรจะหยุดพักให้คนแก่ต้องเข้าห้องน้ำบ่อย นั้งนานๆก็เมื่อยต้องให้ลงมายืดแข้งยืดขาบ้าง ...”

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ อายุ 60-79 ปีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” มีวัตถุประสงค์ 2 ประเด็นหลัก ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ 2. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้สูงอายุวัยเกษียณที่มีต่อการท่องเที่ยวด้าน ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว อาหาร บุคคลากรของบริษัทนำเที่ยว และโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยว โดยการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก จากกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ท่องเที่ยวในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ซึ่งสามารถสรุปผลงานวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะต่างๆ ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

5.1.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ

ผลการจากวิจัยพบว่าผู้สูงอายุวัยเกษียณชื่นชอบไปท่องเที่ยวภายในประเทศตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) ชื่นชอบการท่องเที่ยวต่างประเทศในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) และ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์(Historical Attraction) โดยมีเหตุผลในการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศ เพื่อพักผ่อนเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อไหว้พระทำบุญ สร้างความสุขทางจิตใจ และต้องการเจอเพื่อนเนื่องจากการได้ไปเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน หากคนรู้สึกคลายเหงา ได้รำลึกความหลังจากเหตุการณ์ในอดีต ส่วนการท่องเที่ยวต่างประเทศมีเหตุผลในการท่องเที่ยวคือ เพื่อพักผ่อนเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อต้องการเจอเพื่อน ความต้องการอยากรู้อยากเห็นในสิ่งใหม่ๆ ซึ่งมักจะเลือกช่วงเวลาเดินทางในวันธรรมดาเพื่อหลีกเลี่ยงความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด โดยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศประมาณ 3-4 ครั้งต่อปี ใช้เวลาประมาณ 2-3 วันต่อครั้ง และเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศประมาณ 1-2 ครั้งต่อปี ใช้เวลาประมาณ 4-5 วันต่อครั้ง และผู้สูงอายุวัยเกษียณส่วนมากเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวด้วยตนเองทั้งการท่องเที่ยวในและ

นอกประเทศ โดยท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่ายประมาณ 5,000-10,000 บาท ในขณะที่ท่องเที่ยวต่างประเทศ ค่าใช้จ่ายประมาณ 20,000-30,000 บาท โดยจะเดินทางทั้งภายในและต่างประเทศแบบกลุ่มกับบุคคลที่เป็นกลุ่มเพื่อนและครอบครัวอันได้แก่คู่สมรส บุตรและญาติ มีผู้ร่วมเดินทาง 5-10 คนต่อครั้ง ทั้งนี้รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศจะเป็นแบบการท่องเที่ยวแบบอิสระ มีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวอย่างคร่าวๆ จัดหาที่พักและพาหนะเดินทางด้วยตนเอง เนื่องจากมีความเป็นส่วนตัว สามารถปรับเปลี่ยนแผนการเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดเวลา และไม่ต้องเร่งรีบ อีกทั้งส่วนมากไม่มีการจองที่พักล่วงหน้า เนื่องจากความไม่เชื่อมั่นในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการเดินทางที่อาจปรับเปลี่ยนได้ ในขณะที่การท่องเที่ยวต่างประเทศจะเป็นการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ โดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยวแบบครบวงจรเนื่องจากตนเองไม่มีความรู้และความชำนาญในประเทศนั้นๆ อย่างเพียงพอ และข้อจำกัดทางภาษาที่ทำให้เป็นอุปสรรคในการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ในการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศส่วนมากผู้สูงอายุวัยเกษียณเป็นผู้ที่ริเริ่มในการท่องเที่ยวโดยรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวมาจากกลุ่มบุคคลที่เป็นเพื่อนและครอบครัว Social Media จากสื่อต่างๆ หรือจากประสบการณ์ส่วนตัวที่เคยไปท่องเที่ยวและการหาข้อมูลการท่องเที่ยวมีการหาข้อมูลกับกลุ่มบุคคลที่เป็นเพื่อนหรือครอบครัวที่มีประสบการณ์ตรงและเชื่อถือในข้อมูลนั้นๆ การท่องเที่ยวในประเทศข้อมูลที่ทำให้การค้นหาค่าจะเป็นข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยว การเดินทาง และที่พัก แต่การท่องเที่ยวต่างประเทศผู้สูงอายุจะให้กลุ่มบุคคลแนะนำบริษัทนำเที่ยวมาให้ และส่วนมากเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวนั้นๆ ทั้งนี้เมื่อกลับมาจากการท่องเที่ยวพบว่าผู้สูงอายุวัยเกษียณรู้สึกได้ผ่อนคลาย มีความสุข มีความรู้สึกสนุกสนานในการเจอเพื่อน หากผู้สูงอายุวัยเกษียณมีความรู้สึกพึงพอใจในการท่องเที่ยวจะอยากกลับไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเดิมซ้ำหรือเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวนั้นซ้ำอีกและมีการบอกเล่าต่อไปยังกลุ่มเพื่อนและครอบครัว มีการส่งรูปภาพการท่องเที่ยวผ่านทาง Application Line หรือแอปพลิเคชันใน Facebook ต่อไปยังกลุ่มเพื่อนและครอบครัวอีกด้วย

5.1.2 ความต้องการของผู้สูงอายุวัยเกษียณที่มีต่อการท่องเที่ยว

จากผลวิจัยพบว่าผู้สูงอายุวัยเกษียณต้องการต่อห้องพักหลักๆ 4 ด้านคือ 1. ความสะอาด 2. ความสะดวกในการเดินทางไปที่พักต้องไม่ไกลเกินไป อีกทั้งต้องอยู่ใกล้แหล่งชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว 3. ความสบาย ต้องมีการจัดวางแบบแปลนห้องพักที่เหมาะสม และ 4. ความปลอดภัยต้องมีระบบรักษาความปลอดภัย ระบบลิฟต์ที่แข็งแรง และสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักที่สำคัญที่สุดคือห้องน้ำและมีน้ำอุ่น ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวต้องมีความสะอาด สะอาด เดินทางเข้าถึงสะดวก ทางเดินหรือบันไดไม่ลาดชันเกินไป สิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญคือ ห้องน้ำที่เหมาะสมและเพียงพอ มีจุดบริการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ในเรื่องอาหารการ

เน้นอาหารท้องถิ่นเนื่องมาจากความอยากสู้อายากลองและอาหารเชิงสุขภาพ เน้นผักและผลไม้มาก หลีกเลี่ยงเนื้อสัตว์ย่อยยาก ในส่วนบริษัทนำเที่ยวผู้สูงอายุวัยเกษียณต้องการบุคลากรที่ให้บริการของบริษัทนำเที่ยวที่มีความรู้ในสถานที่ท่องเที่ยว มีอัธยาศัยที่ดี เข้าใจสภาวะที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้สูงอายุ และผู้สูงอายุยินดีจ่ายเพิ่มหากบริษัทนำเที่ยวสามารถสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ทางการดูแลและปฐมพยาบาลผู้สูงอายุเบื้องต้นมาให้บริการ โดยราคาที่จ่ายเพิ่มมาจากความสมเหตุสมผลและความคุ้มค่าเป็นหลัก และควรมีการวางโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ไม่เร่งรีบจนเกินไป มีเวลาให้เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง มีการหยุดพักเพื่อผ่อนคลายอริยาบทและเข้าห้องน้ำทุกๆ 2-3 ชั่วโมง

5.2 การอภิปราย

จากผลการวิจัย และจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเนื้อหาของหัวข้อ“พฤติกรรม การท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ อายุ 60-79 ปีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

จากการวิจัยที่พบว่าผู้สูงอายุวัยเกษียณชื่นชอบไปท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศ โดยมีเหตุผลเพื่อการพักผ่อน เพื่อให้หัวใจพระทำบุญสร้างความสุขทางจิตใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของสิรินญา แก้วแกมคำ (2556) ที่ทำการศึกษาพฤติกรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ พบว่าผู้สูงอายุท่องเที่ยวเพื่อต้องการพักผ่อนร่างกายและจิตใจ ทำให้ตัวเองสดใส การท่องเที่ยวจะทำให้ร่างกายได้ผ่อนคลาย จิตใจรู้สึกแจ่มใส ไม่มีความเครียด และพบว่าเหตุผลนี้ไม่แตกต่างจากคนวัยทำงานจากผลการวิจัยของ เบญจวรรณ อุซพงษ์อมร (2552) ที่ทำการศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนวัยทำงานเขต กรุงเทพมหานคร ที่ว่าวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวคือเพื่อการพักผ่อน และมีจุดประสงค์เพื่อความ ต้องการการมีสังคม ไปท่องเที่ยวเพื่อเจอเพื่อนฝูง ไปรำลึกความหลัง สอดคล้องกับทฤษฎีกิจกรรมที่ อธิบายว่าผู้สูงอายุยังมีความต้องการที่จะเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมเพื่อความสุขและต้องการมีชีวิตที่ดีเหมือนบุคคลในวัยกลางคนทั่วไปแม้ว่าสถานภาพทางสังคมจะถูกลดลง (สำนักอนามัยผู้สูงอายุ , 2557) และสอดคล้องกับผลการศึกษานองนุช เจียมศิริมูณีวงศา (2557) ที่ทำการศึกษานโยบาย การทำธุรกิจสโมสร (Club) สำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย พบว่า ความต้องการของผู้สูงอายุทางด้าน สังคมมีอิทธิพลมากเนื่องจากผู้สูงอายุต้องการมีความสำคัญและยอมรับจากคนในสังคมอยู่และตรงกับแนวคิดของ วิจิตร บุญยะโหดระ (2537) ที่กล่าวว่าผู้เกษียณและจะ เหลือเพียงสังคมในบ้าน เท่านั้น ขาดการพบปะกับเพื่อนร่วมงาน การถูกลดบทบาททางสังคมลดลง ส่งผลให้ผู้เกษียณแล้ว

เกิดความรู้สึกว่าคุณค่า รู้สึกเหงาและว้าเหว และพยายามหาบทบาทใหม่หรือสิ่งอื่นมาทดแทนเพื่อไม่ให้ก่อให้เกิดปัญหาทางจิตใจ ในอีกเหตุผลหนึ่งของการท่องเที่ยวต่างประเทศคือความต้องการอยากรู้ อยากเห็นในสิ่งใหม่ๆ ไม่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวทั่วไปจากผลงานวิจัยของ สุชาดา ชโนภานุวัฒน์และคณะ (2555) ที่ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศปัจจัยหนึ่งคือปัจจัยด้านความต้องการหาประสบการณ์ใหม่ ทั้งนี้ผู้สูงอายุวัยเกษียณยังเดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดาสอดคล้องกับแนวคิดของ Hudson (2008) ที่อธิบายว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่มีฐานะและมีความเป็นเอกลักษณ์ เนื่องจากไม่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงฤดูท่องเที่ยว เดินทางเนื่องจากมีเวลาว่าง ในส่วนรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศจะเป็นแบบการท่องเที่ยวแบบอิสระ มีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวอย่างคร่าวๆ สามารถเปลี่ยนแปลงได้ และ มีความส่วนตัว ในขณะที่การท่องเที่ยวต่างประเทศจะเป็นการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ โดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเนื่องจากตนเองไม่มีความรู้และความชำนาญในประเทศนั้นๆ อย่างเพียงพอ และข้อจำกัดทางภาษาที่ทำให้เป็นอุปสรรคในการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดว่าเหตุผลของรูปแบบการเดินทางแบบอิสระ คือ ความต้องการเป็นส่วนตัว สามารถยืดหยุ่นเวลาได้และเหตุผลของรูปแบบการเดินทางแบบกลุ่มคือมีความสะดวกในการสื่อสารเมื่อเดินทางไปต่างประเทศและไม่ต้องวางแผนการเดินทาง (ชวัลนุช อุทยาน, 2558) ซึ่งหากผู้สูงอายุมีความรู้สึกพึงพอใจในการท่องเที่ยวจะมีความต้องการอยากกลับไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเดิมซ้ำอีก หรือเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเดิมนั้นซ้ำอีก และมีการบอกต่อไปยังกลุ่มเพื่อนและครอบครัว ซึ่งอธิบายได้ด้วยทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ของ Kotler, Philip (1997) ว่าความพึงพอใจของผู้บริโภคทำให้เกิดพฤติกรรมซื้อซ้ำหรือบอกต่อไปยังผู้บริโภคคนอื่นๆ ด้วย

ทั้งนี้ความต้องการของผู้สูงอายุที่มีต่อที่พักคือเรื่อง ความสะอาด ความสะดวก ความสบาย และปลอดภัย สอดคล้องกับทฤษฎี อี. อาร์. จี ของ Alderfer ที่ว่าความต้องการนั้นจะเริ่มจากระดับล่างสุดก่อนในเรื่องความต้องการในการอยู่รอดในความต้องการขั้นพื้นฐานทางร่างกายและความต้องการความปลอดภัย ส่วนความต้องการด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจวรรณ อุซุงศ์อมร (2552) ที่ทำการศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนวัยทำงานเขตกรุงเทพมหานคร อธิบายว่า แรงจูงใจที่ทำให้เดินทางท่องเที่ยวในประเทศได้แก่ แรงจูงใจด้านความสามารถเข้าไปถึง กล่าวคือ แรงจูงใจด้านเส้นทางคมนาคมดีและง่ายต่อการเดินทาง ในเรื่องความต้องการด้านอาหาร นอกจากความต้องการอาหารท้องถิ่นยังต้องการอาหารเชิงสุขภาพเน้นผักและผลไม้ มาก หลีกเลี้ยงเนื้อสัตว์ย่อยยาก เนื่องมาจากระบบทางเดินอาหารการหลั่งน้ำย่อยของกระเพาะอาหารลดลง ทำให้

การย่อยและการดูดซึมอาหารลดลงไป (จันทนา รัตนฤทธิชัย , 2530) ในส่วนบริษัทนำเที่ยวผู้สูงอายุ ต้องการต้องการบุคลากรที่ให้บริการของบริษัทนำเที่ยวที่มีความรู้ในสถานที่ท่องเที่ยว มีอัธยาศัยที่ดี เข้าใจสภาวะที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้สูงอายุ และโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ไม่เร่งรีบจนเกินไป มีเวลาให้เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง สอดคล้องกับงานวิจัยของ เชนตตี บุญรอด (2557) ทำการศึกษาความต้องการของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครต่อธุรกิจนำเที่ยว ที่พบว่าผู้สูงอายุ ต้องการบุคลากรในการให้บริการที่มีความเข้าใจต่อภาวะผู้สูงอายุ และ โปรแกรมการท่องเที่ยวไม่ควรจัดให้แน่นจนเกินไป และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยฉัตร ทองแพง (2549) ที่ทำการศึกษา รูปแบบการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุกรณีศึกษาผู้สูงอายุภาคกลาง พบว่าอุปสรรคปัญหาที่จะส่งกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวพบว่ามาจากปัจจัยสำคัญหลายอย่าง อย่างหนึ่งคือปัญหาจาก มัคคุเทศก์ ที่ไม่มีความเข้าใจต่อลักษณะเฉพาะของผู้สูงอายุ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชาดา ธโนภาณุวัฒน์และคณะ (2555) ที่ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ คือบุคลากรมากที่สุด ผู้สูงอายุมีความต้องการบุคลากรที่ให้บริการมีความรู้ทางการดูแลและปฐมพยาบาลผู้สูงอายุเบื้องต้นได้ ผู้สูงอายุยินดีจ่ายเพิ่มให้แก่บริษัทนำเที่ยวนั้น โดยราคาที่จ่ายเพิ่มคำนึงถึงความสมเหตุสมผลและคุ้มค่าเป็นหลักสอดคล้องกับแนวคิดของ ปราณีดา ศยามานนท์ (2558) ผู้สูงอายุมากกว่า 60 % มีความยินดีจะจ่ายเงินมากขึ้นหากได้รับสินค้าและบริการที่เข้ากับความต้องการและสอดคล้องกับงานวิจัยของสุชาดา ธโนภาณุวัฒน์และคณะ (2555) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านคุณภาพการบริการมากกว่าราคา

5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่องพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ อายุ 60-79 ปีในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล”ที่ได้ศึกษาศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณและความต้องการที่ผู้สูงอายุวัยเกษียณมีต่อการท่องเที่ยวในด้านที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว อาหาร บุคลากรที่ให้บริการของบริษัทนำเที่ยว และ โปรแกรมท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวนั้น มีประเด็นที่น่าสนใจในการนำมาใช้เพื่อพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวในปัจจุบัน และประเด็นในการศึกษาเพิ่มเติมดังต่อไปนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะระดับประเทศ

จากผลการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะระดับประเทศไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ ดังนี้

5.3.1.1 ในปัจจุบันพบว่าสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยยังไม่สามารถรองรับความต้องการของผู้สูงอายุได้เพียงพอ ทั้งนี้ภาครัฐจึงควรให้ความสำคัญและปรับปรุงสถาปัตยกรรมและการออกแบบโครงสร้างสถานที่ท่องเที่ยวให้สะดวกและรองรับสภาวะร่างกายของผู้สูงอายุที่เปลี่ยนไป โดยการออกแบบทางเดินเท้าให้เหมาะสม ไม่ลาดชัน และซ่อมแซมให้อยู่ในสภาพการใช้งานที่สมบูรณ์ อีกทั้งผู้สูงอายุไม่สามารถเดินทางได้คล่องแคล่วเหมือนวัยอื่นจึงมีการก่อสร้างระบบขนส่งนักท่องเที่ยวภายในสถานที่ท่องเที่ยวเช่น รถราง กระเช้า หรือ รถบริการรับส่ง อีกทั้งจุดให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกทาง สื่อความรู้ ต่างๆ ควรมีบริการให้เพียงพอและอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ และผู้สูงอายุเองมีความเสื่อมถอยทางร่างกายมากกว่าคนวัยอื่นดังนั้นอาจประสบปัญหาเจ็บป่วยระหว่างการท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ จึงควรจัดให้มีหน่วยพยาบาลเบื้องต้นเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ

5.3.1.2 จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้สูงอายุมีความมั่นใจในบริษัทที่ให้ด้านการท่องเที่ยวค่อนข้างต่ำ เนื่องจากผู้สูงอายุเคยมีประสบการณ์โดนหลอกลวงจากบริษัทที่ให้ด้านการท่องเที่ยวหลายครั้ง เช่น การโฆษณาเกินจริง การไม่แจ้งหรือแจ้งไม่ชัดเจนทำให้ผู้สูงอายุไม่ได้รับสินค้าหรือบริการในการท่องเที่ยวอย่างที่คาดหวังไว้ ดังนั้นหน่วยงานราชการที่ดูแลด้านนี้ควรมีความเข้มงวดและเข้ามามีบทบาทควบคุมและกำหนดคบทลงโทษที่ชัดเจน อีกทั้งยังเปิดโอกาสหรือช่องทางให้ผู้สูงอายุได้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของบริษัทนำเที่ยวต่างๆ เพื่อเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ

5.3.1.3 จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้สูงอายุชอบเดินทางในช่วงวันธรรมดา เนื่องจากหลีกเลี่ยงปัญหาอันเกิดจากการท่องเที่ยวที่หนาแน่นในช่วงวันหยุดหรือเทศกาล ดังนั้นภาครัฐจึงควรทำการณรงค์กระตุ้นให้ผู้สูงอายุมาท่องเที่ยวในวันธรรมดามากขึ้น ให้การสนับสนุนหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเปิดดำเนินการปกติ หรือจัดกิจกรรมพิเศษในช่วงวันธรรมดา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุให้มาใช้บริการและเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวไปสู่วันธรรมดาด้วย

5.3.2 ข้อเสนอแนะระดับหน่วยธุรกิจ

จากผลการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะทางการตลาดแก่ผู้ที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนี้

5.3.2.1 ข้อเสนอแนะทางด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ที่ประกอบธุรกิจห้องพักรวมมีการจัดการออกแบบห้องพักให้สะอาด แสงแดดส่องถึง จัดวางสิ่งของในห้องพักให้หยิบง่ายสะดวกไม่ควรงสูงหรือต่ำเกินไป มีการจัดเครื่องนอนที่ไม่นุ่มไม่แข็งเกินไป ห้องพักของผู้สูงอายุควรอยู่ใกล้ ลิฟท์ หรือลิ้อปบี้ เพื่อสะดวกและอุ่นใจ ในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ในสถานที่ ห้องน้ำต้องแห้ง มีสุขภัณฑ์แบบชักโครกที่แข็งแรงและขนาดไม่เล็กเกินไป รวมถึงมีการดูแลให้ความปลอดภัยทั้งแก่ชีวิตและทรัพย์สินของผู้สูงอายุ มีหน่วยบุคลากรหรือเครื่องมือปฐมพยาบาลเบื้องต้นได้หากเกิดเหตุฉุกเฉิน อีกทั้งการเดินทางเข้าถึงที่พัก หรือทางเดินเท้าในที่พักผ่อน ควรมีการปรับปรุงให้เหมาะสม พื้นผิวถนนที่เรียบ มีป้ายบอกทางชัดเจน ในด้านอาหารควรมีการให้บริการอาหารเพื่อสุขภาพเน้นอาหารจำพวกผักและผลไม้ ปลอดสารพิษ และเน้นอาหารประเภทปลา หรือเนื้อสัตว์ที่ย่อยง่าย ในด้านของบริษัที่น่าที่ควรมีการจัดการ การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุเพราะเมื่อผู้สูงอายุไปท่องเที่ยวร่วมกับวัยอื่น พฤติกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันในแต่ละวัยโดยทำให้เกิดปัญหาจากความแตกต่างของช่วงวัยได้ อีกทั้งโปรแกรมท่องเที่ยวควรเน้นคุณภาพในการท่องเที่ยวแต่ละที่ให้มากขึ้น ใช้เวลาในแต่ละที่อย่างเต็มที่และเหมาะสม โปรแกรมทัวร์ที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของผู้สูงอายุ มีความยืดหยุ่น ไม่เร่งรีบและบีบรัดจนเกินไป ส่วนด้านบุคลากรที่ให้บริการมีความสำคัญมากต้องได้รับการอบรม ให้เข้าใจผู้สูงอายุและสามารถดูแลผู้สูงอายุเบื้องต้นได้ ต้องให้การช่วยเหลือได้อย่างสมควร อีกทั้ง จำนวนเจ้าหน้าที่ต้องเพียงพอต่อการดูแลผู้สูงอายุให้ทั่วถึง

5.3.2.2 ข้อเสนอแนะทางการด้านราคา

จากการวิจัยพบว่าผู้สูงอายุไม่ได้คำนึงถึงปัจจัยทางด้านราคามากนักในการท่องเที่ยวแต่หากคำนึงถึงความคุ้มค่าที่จะได้รับจากสินค้าและบริการดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการแข่งขัน โดยสร้างรายได้เปรียบทางธุรกิจด้านคุณค่าในสินค้าและบริการมากกว่าการแข่งขันทางด้านต้นทุน เพราะผู้สูงอายุยอมจ่ายแม้ราคาแพงขึ้นแต่หากได้รับคุณค่าที่เพิ่มเติมขึ้นเช่น การมีบุคลากรทางการแพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์ร่วมเดินทางด้วย เป็นต้น

5.3.2.3 ข้อเสนอแนะทางการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการวิจัยพบว่าผู้สูงอายุยังไม่เชื่อมั่นในการซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวตามงานแฟร์ต่างๆ และมีความเชื่อมั่นกลุ่มบุคคลที่เป็นเพื่อนและครอบครัวมากกว่า ดังนั้น การนำสินค้าให้เข้าถึงกลุ่มผู้สูงอายุนั้นควรผ่านกลุ่มบุคคลเหล่านี้ ควรมีการขายสินค้าหรือบริการในสถานที่ที่มีกลุ่มผู้สูงอายุรวมกลุ่มกันและมีบุคคลอ้างอิงที่ผู้สูงอายุเชื่อมั่น เช่น การจัดบู๊ทที่ชมรมผู้สูงอายุ มีเจ้าหน้าที่ชมรมให้การรับรองความน่าเชื่อถือ เป็นต้น

5.3.2.4 ข้อเสนอแนะทางการด้านการประชาสัมพันธ์

จากการวิจัยพบว่าผู้สูงอายุมักได้รับจากการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวมาจากเพื่อนและครอบครัว Social Media จากสื่อต่างๆเช่น รายการโทรทัศน์หรือวารสารการท่องเที่ยวต่างๆ แต่จะให้ความเชื่อมั่นกับข้อมูลที่ได้มาจากกลุ่มบุคคลที่เป็นเพื่อนและครอบครัวเป็นหลักดังนั้นการสื่อสารสินค้าและบริการต้องผ่านกลุ่มคนเหล่านี้ และผู้สูงอายุเองปัจจุบันมีการพฤติกรรมใช้ Social Media เช่น Line หรือ Facebook ช่องทางนี้ก็เป็นช่องทางสำคัญที่ผู้ประกอบการควรเลือกใช้สื่อสารกับผู้สูงอายุด้วย อีกทั้งผู้สูงอายุมีการพฤติกรรมบอกต่อหากชื่นชอบในสินค้าหรือบริการนั้นๆ ตัวผู้สูงอายุเองจึงเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ดีที่สุดและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคนอื่นได้ตรงประเด็น ดังนั้นผู้ประกอบการควรสร้างความประทับใจในสินค้าและบริการกับผู้สูงอายุเหล่านี้ให้ดีที่สุดอีกทั้งยังนำมาสู่พฤติกรรมซื้อซ้ำในครั้งถัดไปด้วย

5.3.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยผู้วิจัยสามารถสรุปและจับประเด็นที่น่าสนใจในการศึกษาเพิ่มเติมและทำการวิจัยครั้งต่อไปได้ดังนี้

5.3.3.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างอายุ 60-79 ปี จำนวน 15 คน ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจแบ่งกลุ่มตัวอย่างระหว่างสองช่วงอายุ 60-69 ปี และ 70-79 ปี เพื่อศึกษาเปรียบเทียบกันว่ามีความแตกต่างหรือไม่อย่างไร

5.3.3.2 การวิจัยครั้งนี้พบว่าผู้สูงอายุวัยเกษียณมีจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวทั้งเพื่อผลทางด้านจิตใจและสังคม ดังนั้นผู้สูงอายุจึงมีผู้ร่วมเดินทางรวมทั้งกับเป็นกลุ่มเพื่อน และกลุ่มบุคคลในครอบครัว ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาว่า ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมระหว่างเดินทางแตกต่างกันหรือไม่ระหว่างการเดินทางกับกับเป็นกลุ่มเพื่อน และกลุ่มบุคคลในครอบครัว

5.3.3.3 ในเนื้อหาด้านการใช้จ่ายควรมีการศึกษาเจาะลึกเพื่อเก็บข้อมูลว่าผู้สูงอายุวัยเกษียณมีพฤติกรรมการใช้จ่ายระหว่างท่องเที่ยวอย่างไร ใช้จ่ายในด้านใดบ้าง อย่างไร

5.3.3.4 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีผลกับผู้สูงอายุวัยเกษียณในการเลือกซื้อบริการของบริษัทนำเที่ยวว่ามีปัจจัยใดบ้างที่เกี่ยวข้อง

บรรณานุกรม

- คมสัน สุริยะ. (14 มิถุนายน 2553). “Vacation Effect ทำไมคนถึงชอบเมืองที่ไปเที่ยวมากกว่าเมืองที่อาศัยอยู่” [ออนไลน์] ได้จาก <http://tourismlogistics.com>. สืบค้นวันที่ 25 กรกฎาคม 2558.
- จันทนา รัตนฤทธิชัย. (กันยายน 2530). “การเปลี่ยนแปลงของร่างกายและจิตใจของผู้สูงอายุ” นิตยสารหมอชาวบ้าน. เล่มที่ 101 [ออนไลน์] ได้จาก <http://www.doctor.or.th/article/detail/4930> สืบค้นวันที่ 25 กรกฎาคม 2558.
- ชวัลนุช อุทยาน. (2558). “รูปแบบของการท่องเที่ยว” การท่องเที่ยว มทร.กรุงเทพ [ออนไลน์]. ได้จาก <https://touristbehaviour.wordpress.com> สืบค้นวันที่ 25 กรกฎาคม 2558.
- ชนคดี บุญรอด. (2557). “ความต้องการของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครต่อธุรกิจนำเที่ยว” สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต. วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). “วิถีไทย” บทความสำหรับอ่านประกอบการบรรยาย ณ มหาวิทยาลัยทักษิณ. [ออนไลน์] ได้จาก <http://www.charnvitkasetisiri.com/PDF/TourismArticles.pdf> สืบค้นวันที่ 30 กรกฎาคม 2558.
- นงนุช เจียมศิริมนีนางสา. (2557). “แนวทางการทำธุรกิจสโมสร (Club) สำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย” สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต. วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เบญจวรรณ อุซุงศ์อมร, (2552), “พฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนวัยทำงานเขตกรุงเทพมหานคร” คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสยาม
- ปิยฉัตร ทองแพง, (2549), “รูปแบบการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุกรณีศึกษาผู้สูงอายุภาคกลาง Model of tourism development for aging Case study of aging in central” วารสารศรีวนาลัยวิจัย, ปีที่ 1, ฉบับที่ 2, 70- 75.
- ปราณีดา สยามานนท์, (24 มิถุนายน 2558) “สังคมผู้สูงอายุโจทย์ใหญ่ที่ธุรกิจค้าปลีกต้องเตรียมรับมือ” หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ, [ออนไลน์]. ได้จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/1397> สืบค้นวันที่ 25 กรกฎาคม 2558

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ (31 ธันวาคม พ.ศ. 2546) สำนักส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุ [ออนไลน์]. ได้จาก http://www.oppo.opp.go.th/pages/law/law_09.html สืบค้นวันที่ 27 กรกฎาคม 2558
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525. กรุงเทพฯ : อักษรเจริญทัศน์. โพลีซันนิ่งออนไลน์ (2553) สูงวัยเที่ยวไทย. [ออนไลน์]. ได้จาก <http://www.positioningmag.com/content> สืบค้นวันที่ 27 กรกฎาคม 2558
- พงศ์ศรีรันย์ พลศรีเลิศ. (2558). โอกาสทางการตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ. [ออนไลน์]. ได้จาก <https://phongzahrun.wordpress.com/> สืบค้นวันที่ 27 กรกฎาคม 2558
- วิไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์. (2549). การประชุมเชิงวิชาการเรื่องสถิติการท่องเที่ยว. จุลสารวิชาการท่องเที่ยว 4 / 2 5 4 จุลสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย . [ออนไลน์]. ได้จาก http://www.ebooks.in.th/download/4525/eTAT_Tourism_Journal_4_2549. สืบค้นวันที่ 27 กรกฎาคม 2558
- วรรณมน จันทศิษฐ์. (มีนาคม 2552). “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม” ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิจิตร บุญยะโหดระ. (2537). คู่มือเกษียณอายุ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธรรมสาร.
- วันชัย แก้วสุมาลี. (2552). “ความเชื่อ ทศนคติและพฤติกรรมเตรียมตัวก่อนการเกษียณอายุทำงานของบุคคลทำงาน วัยผู้ใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร” สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต. สาขาวิชาจิตวิทยาพัฒนาการ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรรณนิภา บุญระยอง. (2540).แนวคิดในการจัดกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ [ออนไลน์]. ได้จาก <http://www.otat.org/index.php?lay=show&ac=article&Id=246095> สืบค้นวันที่ 27 กรกฎาคม 2558.
- ศรีเรือน แก้วกั้ววาล. (2549). จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัยเล่ม2, วัยรุ่น-วัยสูงอายุ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. คณะศิลปศาสตร์. ภาควิชาจิตวิทยา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). “พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับสมบูรณ์” กรุงเทพฯ: บริษัท ดวงกลมสมัย จำกัด.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2550). รายงานการสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย, สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, [ออนไลน์].ได้จาก <http://service.nso.go.th/nso/web/survey/surpop2-1-1.html> สืบค้นวันที่ 25 กรกฎาคม 2558
- สำนักอนามัยผู้สูงอายุ. (2557). แนวทางการดูแลผู้สูงอายุ สำนักอนามัยผู้สูงอายุ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข [ออนไลน์].ได้จาก http://hp.anamai.moph.go.th/ewt_dl_link.php?nid=419 สืบค้นวันที่ 25 กรกฎาคม 2558.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม. (2558). สำนักส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุ [ออนไลน์].ได้จาก http://www.oppo.opp.go.th/pages/statistic/stat_0101.html สืบค้นวันที่ 29 กรกฎาคม 2558
- สุชาดา ธโนภานุวัฒน์ และสมบัติ กาญจนกิจ (มกราคม-เมษายน 2555). “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ” วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภัทกร คำพะแย. (บทคัดย่อ 2551). “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” การค้นคว้าอิสระ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- สิรินญา แก้วแกมคำ. (2556). “การศึกษาพฤติกรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ” ปรินญาการจัดการมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการตลาด. วิทยาลัยการจัดการ.มหาวิทยาลัยมหิดล
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2546) เอกสารชุดฝึกอบรม ทางไกล หลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- Alderfer, Clayton P. (1972). Existence Relatedness and Growth: Human Needs in Organization Setting. New York: Free Press.
- Goldenson, Robert M. (1984). Longman Dictionary of Psychology and Psychiatry. New York: Longman.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Hudson, Simon. (2008). Tourism and Hospitality Marketing: A Global Perspective, SAGE, London.

Kotler, Philip. (1997). Marketing Management : Analysis,Planning,Implementation and Control. 9th.ed.New Jersey:Prentice-Hall Inc

Schiffman, Leon G., & Kanuk., Leslic L. (2000). Consumer behavior (7 th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นางสาวศิริกุล เกียรติกุลไพบูลย์
วัน เดือน ปีเกิด	วันที่ 16 ตุลาคม 2525
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
วุฒิการศึกษา	บัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พ.ศ. 2548 การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล พ.ศ. 2559
ที่อยู่ปัจจุบัน	118/158 ซอยวิภาวดี ถนนวิภาวดี-รังสิต แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กทม.10900 โทรศัพท์ 081-631-9411 E-mail: siriku60@hotmail.com
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบันและสถานที่ทำงาน	Assistant Collection Control Section Manager ส่วนงานบริหารลูกหนี้ บริษัท โอลิมปัส (ประเทศไทย) จำกัด โทรศัพท์ 02-000-7700 E-mail: sirikul.keattikulpaiboon@olympus-ap.com

บรรณานุกรม

- คมสัน สุริยะ. (14 มิถุนายน 2553). “Vacation Effect ทำไมคนถึงชอบเมืองที่ไปเที่ยวมากกว่าเมืองที่อาศัยอยู่” [ออนไลน์] ได้จาก <http://tourismlogistics.com>. สืบค้นวันที่ 25 กรกฎาคม 2558.
- จันทนา รัตนฤทธิชัย. (กันยายน 2530). “การเปลี่ยนแปลงของร่างกายและจิตใจของผู้สูงอายุ” นิตยสารหมอชาวบ้าน. เล่มที่ 101 [ออนไลน์] ได้จาก <http://www.doctor.or.th/article/detail/4930> สืบค้นวันที่ 25 กรกฎาคม 2558.
- ชวัลนุช อุทยาน. (2558). “รูปแบบของการท่องเที่ยว” การท่องเที่ยว มทร.กรุงเทพ [ออนไลน์]. ได้จาก <https://touristbehaviour.wordpress.com> สืบค้นวันที่ 25 กรกฎาคม 2558.
- ชนคดี บุญรอด. (2557). “ความต้องการของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครต่อธุรกิจนำเที่ยว” สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต. วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). “วิถีไทย” บทความสำหรับอ่านประกอบการบรรยาย ณ มหาวิทยาลัยทักษิณ. [ออนไลน์] ได้จาก <http://www.charnvitkasetisiri.com/PDF/TourismArticles.pdf> สืบค้นวันที่ 30 กรกฎาคม 2558.
- นงนุช เจียมศิริมนีวงศา. (2557). “แนวทางการทำธุรกิจสโมสร (Club) สำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย” สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต. วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เบญจวรรณ อุซุงศ์อมร, (2552), “พฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนวัยทำงานเขตกรุงเทพมหานคร” คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสยาม
- ปิยฉัตร ทองแพง, (2549), “รูปแบบการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุกรณีศึกษาผู้สูงอายุภาคกลาง Model of tourism development for aging Case study of aging in central” วารสารศรีวนาลัยวิจัย, ปีที่ 1, ฉบับที่ 2, 70- 75.
- ปราณีดา สยามานนท์, (24 มิถุนายน 2558) “สังคมผู้สูงอายุโจทย์ใหญ่ที่ธุรกิจค้าปลีกต้องเตรียมรับมือ” หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ, [ออนไลน์]. ได้จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/1397> สืบค้นวันที่ 25 กรกฎาคม 2558

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ (31 ธันวาคม พ.ศ. 2546) สำนักส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุ [ออนไลน์]. ได้จาก http://www.oppo.opp.go.th/pages/law/law_09.html สืบค้นวันที่ 27 กรกฎาคม 2558
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525. กรุงเทพฯ : อักษรเจริญทัศน์. โพลีซันนิ่งออนไลน์ (2553) ศูนย์วิจัยไทย. [ออนไลน์]. ได้จาก <http://www.positioningmag.com/content> สืบค้นวันที่ 27 กรกฎาคม 2558
- พงศ์ศรันย์ พลศรีเลิศ. (2558). โอกาสทางการตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ. [ออนไลน์]. ได้จาก <https://phongzahrun.wordpress.com/> สืบค้นวันที่ 27 กรกฎาคม 2558
- วิไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์. (2549). การประชุมเชิงวิชาการเรื่องสถิติการท่องเที่ยว. จุลสารวิชาการท่องเที่ยว 4 / 2 5 4 จุลสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย . [ออนไลน์]. ได้จาก http://www.ebooks.in.th/download/4525/eTAT_Tourism_Journal_4_2549. สืบค้นวันที่ 27 กรกฎาคม 2558
- วรรณมน จันทศิษฐ์. (มีนาคม 2552). “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม” ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิจิตร บุญยะโหดระ. (2537). คู่มือเกษียณอายุ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธรรมสาร.
- วันชัย แก้วสุมาลี. (2552). “ความเชื่อ ทศนคติและพฤติกรรมเตรียมตัวก่อนการเกษียณอายุทำงานของบุคคลทำงาน วัยผู้ใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร” สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต. สาขาวิชาจิตวิทยาพัฒนาการ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรรณนิภา บุญระยอง. (2540).แนวคิดในการจัดกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ [ออนไลน์]. ได้จาก <http://www.otat.org/index.php?lay=show&ac=article&Id=246095> สืบค้นวันที่ 27 กรกฎาคม 2558.
- ศรีเรือน แก้วก้างवाल. (2549). จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัยเล่ม2, วัยรุ่น-วัยสูงอายุ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. คณะศิลปศาสตร์. ภาควิชาจิตวิทยา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). “พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับสมบูรณ์” กรุงเทพฯ: บริษัท ดวงกลมสมัย จำกัด.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2550). รายงานการสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย, สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, [ออนไลน์].ได้จาก <http://service.nso.go.th/nso/web/survey/surpop2-1-1.html> สืบค้นวันที่ 25 กรกฎาคม 2558
- สำนักอนามัยผู้สูงอายุ. (2557). แนวทางการดูแลผู้สูงอายุ สำนักอนามัยผู้สูงอายุ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข [ออนไลน์].ได้จาก http://hp.anamai.moph.go.th/ewt_dl_link.php?nid=419 สืบค้นวันที่ 25 กรกฎาคม 2558.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม. (2558). สำนักส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุ [ออนไลน์].ได้จาก http://www.oppo.opp.go.th/pages/statistic/stat_0101.html สืบค้นวันที่ 29 กรกฎาคม 2558
- สุชาดา ธโนภานุวัฒน์ และสมบัติ กาญจนกิจ (มกราคม-เมษายน 2555). “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ” วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภัทกร คำพะแย. (บทคัดย่อ 2551). “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” การค้นคว้าอิสระ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- สิรินญา แก้วแกมคำ. (2556). “การศึกษาพฤติกรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ” ปรินญาการจัดการมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการตลาด. วิทยาลัยการจัดการ.มหาวิทยาลัยมหิดล
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2546) เอกสารชุดฝึกอบรม ทางไกล หลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- Alderfer, Clayton P. (1972). Existence Relatedness and Growth: Human Needs in Organization Setting. New York: Free Press.
- Goldenson, Robert M. (1984). Longman Dictionary of Psychology and Psychiatry. New York: Longman.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Hudson, Simon. (2008). Tourism and Hospitality Marketing: A Global Perspective, SAGE, London.

Kotler, Philip. (1997). Marketing Management : Analysis,Planning,Implementation and Control. 9th.ed.New Jersey:Prentice-Hall Inc

Schiffman, Leon G., & Kanuk., Leslic L. (2000). Consumer behavior (7 th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

