

การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2556

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ.2556



.....
นางสาว สิริินญา แก้วแกมคำ
ผู้วิจัย

.....
ราชา มากันธา

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
รองศาสตราจารย์อรรณพ ต้นละม้าย, Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

.....
บุริม โอทกานนท์

M.B.A.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ” ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาของ ดร.ราชา มหากันธา ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในฐานะอาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้ความรู้ คำแนะนำ ชี้แนะแนวทางวิจัย ตรวจสอบแก้ไขเนื้อหาข้อบกพร่องต่างๆ และให้คำปรึกษาโดยตลอดระยะเวลาการดำเนินการวิจัย เพื่อให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ถูกต้อง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณพี่ๆทุกคนในกลุ่ม รวมถึงกลุ่มของผู้สูงอายุทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการให้ข้อมูล และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อสารนิพนธ์ในการสนับสนุนการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ รวมถึงขอบพระคุณอาจารย์ผู้สอนในระดับปริญญาโท วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และท้ายที่สุดขอกราบขอบพระคุณบิดามารดา และครอบครัวที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจสำคัญให้แก่ผู้วิจัยเสมอมา

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า สารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจไม่มากนักน้อย รวมถึงเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่จะทำการศึกษาเรื่องนี้ต่อไป หรือนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจต่อไปในอนาคต ทั้งนี้หากสารนิพนธ์เล่มนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

สิรินญา แก้วแกมคำ

ชื่อสารนิพนธ์ภาษาไทย...การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ
ชื่อสารนิพนธ์ภาษาอังกฤษ...THE STUDY OF BEHAVIORS AND ATTITUDES OF SENIOR
CITIZENS TOWARD HEALTH TOURISM.

นางสาวสิรินญา แก้วแกมคำ 5550142

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ราชฯ มหากันธา, Ph.D.

บทคัดย่อ

สารนิพนธ์เรื่องการศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ 2) เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้สูงอายุที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ โดยสารนิพนธ์นี้ได้ใช้ระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพจากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ของผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 8 คน และการศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิเป็นหลัก

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับครอบครัว และกลุ่มเพื่อนของตนเอง โดยมีการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์และทำกิจกรรมต่างๆควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว ทัศนคติการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุล้วนให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจและรักษาสุขภาพควบคู่กัน และปัจจัยในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ สภาพร่างกายของผู้สูงอายุ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และสิ่งกระตุ้นทางการตลาด เช่น การพัฒนาแพ็คเกจกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพให้มีความหลากหลาย การสร้างลักษณะทางกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกแบบ One Stop Service ให้แก่ผู้สูงอายุ พร้อมทั้งมีความปลอดภัย ความสะอาด และบรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งผู้สูงอายุเต็มใจจ่ายในราคาที่สูงขึ้นเพื่อสุขภาพร่างกายและจิตใจที่ดีของตนเอง

คำสำคัญ : การตลาด/ การท่องเที่ยว/ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ/ ผู้สูงอายุ

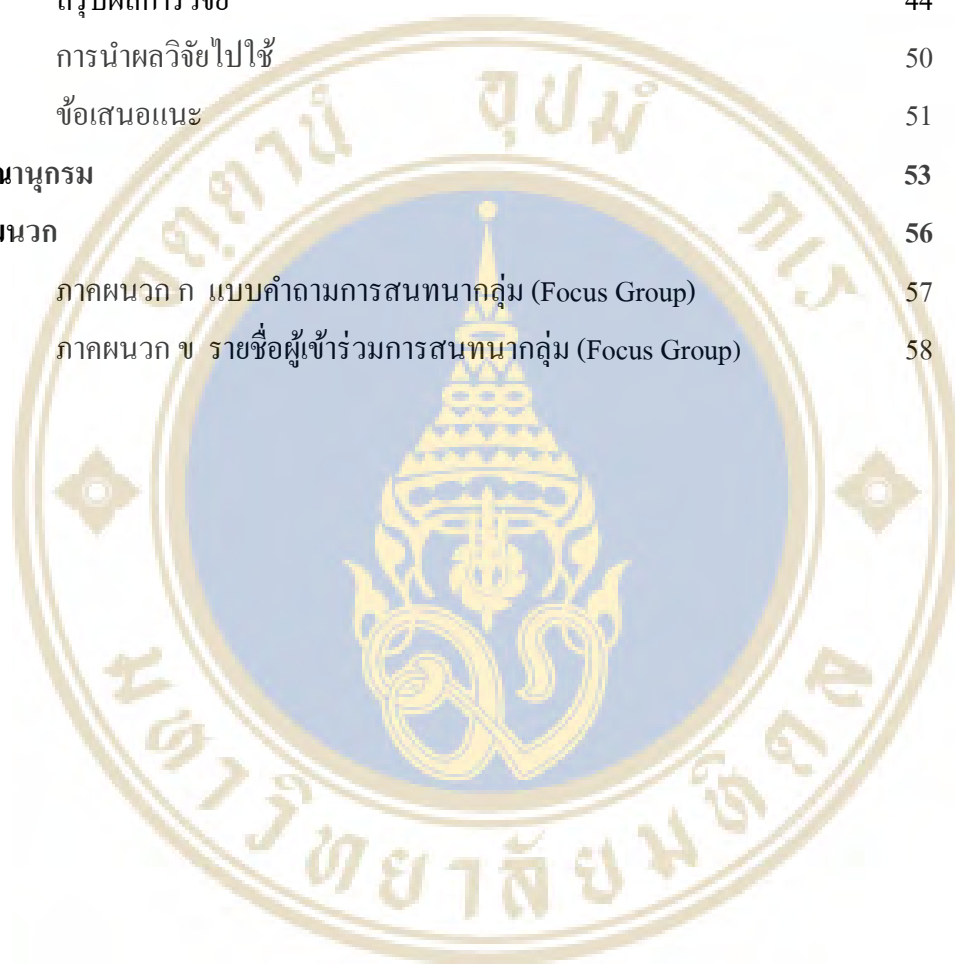
สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ขอบเขตงานวิจัย	4
คำนิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
ความหมาย	6
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	9
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย	26
แหล่งข้อมูล	26
กรอบแนวคิด	27
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	28
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา	28
ระยะเวลาในการวิจัย	29
บทที่ 4 ผลที่ได้จากการวิจัย	30
ส่วนที่ 1 การคัดกรองข้อมูล	30
ส่วนที่ 2 การนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลการสนทนากลุ่ม (Focus Group)	40

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การนำไปใช้ และข้อเสนอแนะ	44
สรุปผลการวิจัย	44
การนำผลวิจัยไปใช้	50
ข้อเสนอแนะ	51
บรรณานุกรม	53
ภาคผนวก	56
ภาคผนวก ก แบบคำถามการสนทนากลุ่ม (Focus Group)	57
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม (Focus Group)	58



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงโมเดลพฤติกรรม (การซื้อ) ผู้บริโภค	13



บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของโลกในยุคปัจจุบัน เนื่องจากเป็นแหล่งที่มาของรายได้หลักของหลายประเทศรวมทั้งประเทศไทยการเติบโตและการขยายตัวอย่างไม่หยุดยั้งของธุรกิจการท่องเที่ยว ได้สร้างโอกาสงานทั้งในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องอย่างกว้างขวางอันก่อให้เกิดการกระจายรายได้ในพื้นที่ต่างๆ ของประเทศไทย นอกจากนี้การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของชุมชนในแต่ละท้องถิ่นให้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย อย่างไรก็ตามตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 เป็นต้นมา ประเทศไทยประสบภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว อันเนื่องมาจากผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นทั่วโลก อีกทั้งสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศ การเกิดเหตุระเบิด และนักท่องเที่ยวต่างชาติเสียชีวิต ซึ่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศไทยเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ยังมีการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้นจากประเทศคู่แข่งอื่นๆ และจากข้อมูลของสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (PATA) คาดว่าในปี 2555 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่จะเดินทางเข้าภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยภูมิภาคที่ขยายตัวได้ดีที่สุด คือ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพิ่มขึ้นร้อยละ 8 ทั้งนี้ PATA ได้คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมายังประเทศไทยจะมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 11 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

การเปลี่ยนแปลงในทศวรรษที่ผ่านมา พบว่า ประชากรผู้สูงอายุซึ่งมีอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไปมีจำนวนเพิ่มขึ้นทั้งขนาดและสัดส่วนต่อประชากรทั้งหมด ทั้งนี้เนื่องจากอัตราการตายและอัตราการเจริญพันธุ์ลดลง และในพ.ศ. 2518 ประชากรโลกมีจำนวน 4,100 ล้านคน ประชากรผู้สูงอายุมีจำนวน 350 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนต่อประชากรทั้งหมดร้อยละ 8.45 และจากการคาดประมาณประชากรในปี พ.ศ.2568 ประชากรโลกจะมีจำนวน 8,200 ล้านคน ประชากรผู้สูงอายุมีจำนวน 1,100 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนต่อประชากรทั้งหมดร้อยละ 13.41 นอกจากนี้แนวโน้มสัดส่วนผู้สูงอายุที่มีอายุมากขึ้นยังเพิ่มขึ้น อีกทั้ง 2 ใน 3 ของผู้สูงอายุในโลกอยู่ในประเทศกำลังพัฒนา โดยเฉพาะในภาคเอเชีย (United Nations, 2007)

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ที่มีผลมาจากความเจริญด้านการแพทย์และสาธารณสุข ทำให้ผู้คนมีสุขภาพดีขึ้นและร่ำรวยขึ้น อายุจึงยืนยาวขึ้น ประกอบกับการที่มีอัตราการเกิดในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ส่งผลทำให้อีกไม่เกิน 10 ปีจะมีผู้สูงอายุจำนวนเพิ่มขึ้นเป็นทวีคูณและกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุและต้องอาศัยอยู่ในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ สัดส่วนประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 6.8 ในปี พ.ศ. 2537 เป็นร้อยละ 9.4 ในปี พ.ศ. 2545 และร้อยละ 10.7 ในปี พ.ศ. 2550 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2550) รวมทั้งยังคาดว่าจะเพิ่มเป็นร้อยละ 15 ในปี พ.ศ.2563 นอกจากนี้ จากผลการสำรวจของสำนักส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุในประเทศไทยปีพ.ศ. 2547-2550 พบว่า อัตราผู้สูงอายุในไทยเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละประมาณ 200,000 คน (สุขภาวะผู้สูงอายุ, มปป.) ส่งผลทำให้ผู้สูงอายุเหล่านั้นอาจต้องถูกโคกเคี้ยวจากสังคม ซึ่งส่งผลทำให้สภาพจิตใจของผู้สูงอายุเหล่านั้นเกิดสภาวะท้อแท้และสิ้นหวัง การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุเป็นส่วนหนึ่งซึ่งส่งผลทำให้ผู้สูงอายุเหล่านั้นเกิดความ สุข และความสบายใจ แต่จะอย่างไรที่จะให้ผู้สูงอายุเหล่านี้สามารถท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายเหมือนกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ เนื่องจากสภาพทางด้านร่างกายของผู้สูงอายุที่มีความเสื่อมตามระดับอายุที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งเมื่อพิจารณาความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จะพบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางในการพักผ่อนเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเคยเดินทางท่องเที่ยวมาแล้ว และพร้อมที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวในมิติต่างๆ เช่นสถานที่ มัคคุเทศก์ บรรยากาศ เป็นต้น (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2548)

สำหรับประเทศไทย สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดลได้ให้สาเหตุแห่งการเพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงอายุว่ามาจาก 2 ปัจจัยหลักคือ อัตราการตายลดลงและอัตราการเกิดลดลง ในด้านอัตราการตายที่ลดลงก็เนื่องมาจากวิทยาการทางการแพทย์ที่ก้าวหน้าขึ้น รวมถึงการส่งเสริมสุขภาพและการรักษาพยาบาลที่เอื้อต่อการมีสุขภาพดีขึ้น คนไทยจึงมีอายุยืนยาวขึ้น ส่วนในด้านปัจจัยของอัตราการเกิดที่น้อยลงนั้น เนื่องมาจากคนไทยมีอัตราการคุมกำเนิดสูงขึ้นจากนโยบายของรัฐที่ส่งเสริมให้มีการวางแผนครอบครัวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2512 เป็นต้นมา ค่านิยมในการมีบุตรของครอบครัวไทยจึงลดลง ทำให้อัตราเจริญพันธุ์ลดลงจาก 5.4 คน ในช่วงปี พ.ศ. 2503 เป็นประมาณ 1.83 คน ในช่วงปี พ.ศ. 2543 รวมถึงค่านิยมของผู้หญิงที่เปลี่ยนไป นิยมอยู่เป็นโสดมากขึ้น เพราะผู้หญิงสมัยนี้มีความรู้ความสามารถ ทำงานนอกบ้านมากขึ้น สามารถพึ่งพาตนเองได้ จึงไม่มีครอบครัว ด้วยเหตุนี้ทำให้โครงสร้างประชากรของประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไป (อัญชนา วงศ์ทอง, 2550)

การดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่เดิมจะใช้ชีวิตเรียบง่าย อยู่อย่างประหยัด และเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมน้อยลง บ้างไม่สามารถทำสิ่งต่างๆด้วยตนเองได้เพราะข้อจำกัดด้านสุขภาพ แต่ในปัจจุบัน ผู้สูงอายุบางส่วนจะมีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เช่น สามารถดูแลรักษาสุขภาพของตนเองให้แข็งแรงแม้จะมีอายุมากขึ้น มีความกระตือรือร้นในการใช้ชีวิตและการเข้าร่วมกิจกรรมสนใจที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่และต้องการพัฒนาตนเอง และในกลุ่มผู้สูงอายุที่มีสถานภาพทางการเงินมั่นคงพอมักจะใช้สิ่งของหรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีใหม่ๆ และชอบการเดินทางท่องเที่ยว (อัญชลี, 2550 อ้างถึงใน Sasinand, 2550)

ผู้สูงอายุนั้นเป็นกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อ ไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลาในการเดินทาง และยังมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปี ผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของความสัมพันธ์ระหว่างสังคมผู้สูงอายุของไทยกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย เพื่อเป็นการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ จึงเป็นที่มาในการศึกษาค้นหาแนวทางในการพัฒนารูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยให้สอดคล้องกับสังคมไทยที่กำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มตัวในอนาคต

คำถามงานสารนิพนธ์

1. พฤติกรรมและทัศนคติในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุเป็นอย่างไร
2. ทัศนคติของผู้สูงอายุที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นอย่างไร
3. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุประกอบด้วยอะไรบ้าง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้สูงอายุที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงรูปแบบการการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุและวัยอื่นๆที่มีต่อผู้สูงอายุในครอบครัว
2. ทำให้ทราบถึงความต้องการเบื้องต้นของผู้สูงอายุที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยว
3. ผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจสามารถนำผลการวิจัยมาประยุกต์ เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาการบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้
4. ผู้ประกอบธุรกิจสามารถใช้เป็นแนวทางในการนำข้อสรุปจากงานวิจัยไปพัฒนารูปแบบการปรับปรุงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เข้ากับผู้สูงอายุในสังคมได้

ขอบเขตของงานสารนิพนธ์

ประเด็นที่ศึกษา

งานสารนิพนธ์นี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึง “พฤติกรรมและทัศนคติต่อการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล”

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายในการศึกษาสารนิพนธ์ครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุตอนต้นที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

พื้นที่

พื้นที่ในการศึกษาครั้งนี้ คือ เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ระยะเวลา

ระยะเวลาในการศึกษาสารนิพนธ์ ตั้งแต่ เดือน สิงหาคม 2556 ถึง ตุลาคม 2556

คำนิยามศัพท์

1. ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้สูงอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นวัยหลังเกษียณอายุการทำงาน ปัจจุบันไม่ได้ทำงานแล้ว มีสุขภาพร่างกายแข็งแรงสามารถช่วยเหลือตัวเองได้ปกติและอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การท่องเที่ยวที่ผสมผสานในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ หรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ซึ่งมีจุดประสงค์หลักเพื่อเรียนรู้ พักผ่อนหย่อนใจ คลายเครียด โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและการบำบัดฟื้นฟูสุขภาพเป็นกิจกรรมสำคัญของการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism)

3. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) หมายถึง การเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งหรือมีจุดมุ่งหมายโดยตรงไปทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือดูแลรักษาสุขภาพ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีมาตรฐานด้านคุณภาพและปลอดภัยถูกต้องตามหลักวิชาการ ได้แก่ การนวดแผนไทย การอบ/ประคบสมุนไพร การบริการสุขภาพบำบัด วารีบำบัด/การอาบน้ำแร่/น้ำพุร้อน การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน และการฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนา เป็นต้น เพื่อสร้างจิตสำนึกต่อการส่งเสริมสุขภาพและคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยว

4. ทัศนคติของผู้บริโภควัยสูงอายุ หมายถึง ความรู้สึก และ ความคิดเห็น ที่ผู้บริโภควัยสูงอายุ มีต่อสินค้าและบริการในเรื่องที่อยู่อาศัย ในทางที่จะยอมรับ หรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้ผู้บริโภควัยสูงอายุ พร้อม ที่จะแสดงปฏิกิริยา ตอบสนอง ด้วย พฤติกรรม อย่างเดียวกันตลอด

5. พฤติกรรมของผู้บริโภควัยสูงอายุ หมายถึง การแสดงและกิริยาท่าทางของผู้บริโภควัยสูงอายุที่มีต่อการสินค้าและบริการในเรื่องของที่อยู่อาศัย โดยอาจจะเป็นการตอบสนองแบบตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ” ได้ทำการศึกษาข้อมูลพื้นฐานเพื่อทำความเข้าใจและประยุกต์ใช้ในการศึกษาระดับนิพนธ์ในครั้งนี้ ประกอบด้วยความหมายของคำสำคัญ แนวคิด ทฤษฎี และบทความที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ความหมาย
 - 1.1 ผู้สูงอายุ
 - 1.2 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
2. แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 2.1 แนวคิดด้านการเปลี่ยนแปลงในวัยสูงอายุ
 - 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
 - 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมสุขภาพ
 - 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
 - 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
 - 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการจูงใจการท่องเที่ยว
 - 2.7 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 3.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 3.2 งานวิจัยต่างประเทศ

1. ความหมาย

1.1 ผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุโดยทั่วไป หมายถึง บุคคลที่มีชีวิตอยู่ในช่วงวัยสุดท้ายของชีวิต ซึ่งเป็นวัยเสื่อมทางด้านร่างกาย จิตใจ และหน้าที่การงานทางสังคม ซึ่งแต่ละคนจะปรากฏอาการเสื่อมแตกต่างกัน

กัน นอกจากอาการเสื่อมดังกล่าวแล้ว ยังได้ใช้เกณฑ์อายุ 60 ปีเป็นเกณฑ์สากล เพื่อให้ทราบว่าบุคคลใดสมควรเป็นผู้สูงอายุ สำหรับความหมายผู้สูงอายุในทางวิชาการนั้น มีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลาย ดังนี้

สำนักส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุ (2553) จากพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 (ฉบับแก้ไข พ.ศ. 2553) กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์กล่าวว่า ผู้สูงอายุหมายความว่า บุคคลซึ่งมีอายุเกินหกสิบปีบริบูรณ์ขึ้นไปและมีสัญชาติไทย

วัลลียา วิริยะสุมน(2555) ให้ความหมายว่า ผู้สูงอายุ คือ บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีสภาพร่างกายและจิตใจเปลี่ยนแปลงไปในทางที่เสื่อมถอย มีโอกาสเกิดโรคร้ายไข้เจ็บได้ง่ายสมควรที่จะได้รับการดูแลช่วยเหลือ และยังถือว่าเป็นวัยที่เกษียณจากการทำงาน

สุรกุล เจนอบรม (2541: 6 – 7) ได้กำหนดการเป็นบุคคลสูงอายุไว้ว่า บุคคลผู้จะเข้าข่ายเป็นผู้สูงอายุนั้น มีเกณฑ์ในการพิจารณาแตกต่างกัน 4 ลักษณะดังนี้

1. การสูงอายุจากอายุจริงที่ปรากฏ (Chronological Aging) หมายถึงการนับจำนวนอายุจริงตามปฏิทินปรากฏจริงตามปฏิทิน โดยไม่นำเอาปัจจัยอื่น เช่น สุขภาพ ความสามารถ หรือความรู้ทางสติปัญญา ฯลฯ มาร่วมพิจารณาด้วย ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะใช้เกณฑ์นี้พิจารณา
2. การสูงอายุตามสภาพร่างกาย (Biological Aging หรือ Physiological Aging) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงของร่างกายที่เกิดขึ้นทั้งด้านสภาพ เช่น ผิวหนังเหี่ยวย่น ผมหงอก เป็นต้น และกระบวนการหน้าที่ ที่ปรากฏขณะที่มีอายุเพิ่มมากขึ้น
3. การสูงอายุตามสภาพจิตใจ (Psychological Aging) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในหน้าที่ของการรับรู้แนวความคิด ความจำ การเรียนรู้ เซาว์ปัญญาและลักษณะบุคลิกภาพที่ปรากฏในระยะต่าง ๆ ของชีวิตแต่ละคน เช่น เกิดความกลัวในการถูกทอดทิ้ง ความจำเสื่อม ใจน้อย เป็นต้น
4. การสูงอายุตามสภาพสังคม (Sociological Aging) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงบทบาทหน้าที่ สถานภาพของบุคคลในระบบสังคม เช่น ครอบครัว หน่วยงานของราชการสโมสร และอื่นๆ เป็นต้น

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป เป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลง ทางด้านสภาพร่างกายและจิตใจไปในทางที่เสื่อมถอย ซึ่งมีโอกาสเกิดโรคร้ายไข้เจ็บได้ง่าย และยังถือได้ว่าเป็นวัยที่เกษียณอายุจากการทำงาน

1.2 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

อารัญ บุญชัย และจินนา ดันสรวิพุธ (2546) การให้บริการด้านสุขภาพ นับเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ที่ปัจจุบันได้รับความนิยมจากลูกค้าอย่างแพร่หลาย สามารถสร้างรายได้หมุนเวียน

ภายในประเทศนับหมื่นล้านบาทต่อปี ดังนั้นเพื่อส่งเสริมให้ธุรกิจดังกล่าวเติบโตอย่างมีคุณภาพ และเป็นแหล่งสร้างรายได้หลักแก่ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการกำหนดเป้าหมายกลุ่มผลิตภัณฑ์(Product Line) ไว้ 3 กลุ่ม คือ บริการด้านการแพทย์ (Medical Service) บริการส่งเสริมสุขภาพ (Alternative Health Service) และผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทย (Herbal Product) ทั้งนี้ เพื่อพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ มาตรฐานการให้บริการและส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวประเภทนี้ ให้เป็นแหล่งรายได้หลักอีกแห่งหนึ่ง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2552) ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) ว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ตลอดจนการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและกิจกรรมรักษาฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การรับคำแนะนำด้านสุขภาพ การออกกำลังกายอย่างถูกวิธี การนวด/อบ/ประคบสมุนไพร การฝึกปฏิบัติสมาธิ ตลอดจนการตรวจร่างกาย การรักษาพยาบาลและอื่นๆ โดยทั่วไปมีการจัดรายการท่องเที่ยวพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติ เพื่อเรียนรู้วิถีใช้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดรักษาและสร้างเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิตให้สดชื่นผ่อนคลาย เพื่อเป็นการเพิ่มพูนพลังกำลังให้สมบูรณ์แข็งแรง ปรับสภาพจิตใจและร่างกายให้สมดุล

วัชร คำศรี และ ชนกกันต์ หิรัญพันธ์ (2548: 15) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรม ตลอดจนการเรียนรู้วิถีชีวิต และการพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการเดินทางท่องเที่ยวมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ หรือฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การผ่าตัดแปลงเพศ การล้างสารพิษ การตรวจสุขภาพ การนวดแผนไทย การประคบสมุนไพร เป็นต้น

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายส่งเสริมสุขภาพและการบำบัดฟื้นฟูสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจควบคู่กัน โดยมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการปรับสมดุลของอาหาร การปรนนิบัติ เพื่อเพิ่มพูนพลังกำลังให้สมบูรณ์แข็งแรง ปรับสภาพจิตใจให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย ขจัดความเครียด และปรับสมดุลให้แก่ร่างกาย

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ตลอดจนการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ และมีการแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพหรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การล้างสารพิษ การตรวจสุขภาพ การนวดแผนไทย และการประคบ

สมุนไพร เป็นต้น เพื่อให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย เป็นการเพิ่มพูนพลังกำลังให้สมบูรณ์แข็งแรง และปรับสมดุลให้แก่ร่างกาย

2. แนวคิด ทฤษฎีและบทความที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดด้านการเปลี่ยนแปลงในวัยสูงอายุ

จิตติมาน แก้วขาว (2539) ได้กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงในวัยผู้สูงอายุ เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย จิตใจ และสังคม ที่มนุษย์มีอาจหลีกเลี่ยงได้และเกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งอาจมีความอ่อนแอของ ร่างกาย จิตใจ ตลอดจนมีความเจ็บป่วยหรือความพิการร่วมด้วย นักสังคมวิทยาอมรับว่าภาวะสูงอายุเป็นการก้าวเข้าสู่สภาพการเปลี่ยนแปลง หรือบทบาทใหม่ในสังคม นอกจากนั้นภาวะสูงอายวยังเป็นผลจากการสูญเสียอย่างค่อยเป็นค่อยไปของความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพร่างกาย จิตใจ และสังคม ดังนี้คือ

2.1.1 การเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายและสรีรวิทยา

เมื่อบุคคลเลยวัยกลางคนไปแล้ว ร่างกายจะมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างช้าๆ โดยจะเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงของ โครงสร้างและหน้าที่ของเซลล์เนื้อเยื่อในทุกระบบของร่างกายในอัตราและระยะเวลาที่ต่างกันของแต่ละบุคคล ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายเมื่อเข้าสู่ผู้สูงอายุสามารถสรุปได้ดังนี้

2.1.1.1 ระบบผิวหนัง (Integumentary System) เซลล์

ผิวหนังและเส้นใยอีลาสตินลดลง ผิวหนัง ผอมและขน จะมีจำนวนลดลงและมีสีจางลง คือเปลี่ยนจากสีดำเป็นสีขาวแห้งและร่วงง่าย เนื่องจากการไหลเวียนของเลือดบริเวณหนังศีรษะลดลง และเส้นผมได้รับอาหารไม่เพียงพอ เซลล์ผิวหนังมีจำนวนลดลงและเจริญช้าลง ผิวหนังจึงบางลงและขาดความเต่งตึง น้ำมันใต้ผิวหนังน้อยลง เลือดที่มาเลี้ยงน้อยลงทำให้เหี่ยวแห้งและหยابขึ้น ไขมันใต้ผิวหนังลดลง ทำให้ผิวหนังห่อนยาน และรอย่นปรากฏชัดเจน สีผิวเปลี่ยนไปและผิวหนังตกกระ

2.1.1.2 ระบบประสาท (Nervous System) มีการเปลี่ยนแปลง

ของเซลล์สมองและเซลล์ประสาท ทำให้ประสิทธิภาพการทำงานของสมองและประสาทลดลง ความเร็วในการส่งสัญญาณประสาทลดลงทำให้การตอบสนองต่อปฏิกิริยาต่างๆลดลง การเคลื่อนไหวและความคิดช้าลง ความจำเสื่อม มีการจดจำเรื่องราวในอดีตได้ดีกว่าเรื่องราวใหม่ๆ

2.1.1.3 ระบบกล้ามเนื้อและกระดูก (Musculoskeletal

System) เมื่ออายุมากขึ้นจำนวนและขนาดของเส้นใยกล้ามเนื้อจะลดลง กระดูกจะมีความเปราะบาง

เนื่องจากมีความเสื่อมสลายของแคลเซียมออกจากกระดูกมากขึ้น การเคลื่อนไหวของข้อต่างๆไม่สะดวก กระดูกพรุนหักง่าย หมอนรองกระดูกสันหลังสึกกร่อน ทำให้เฉื่อยลงจากหลังโกง

2.1.1.4 ระบบหัวใจและหลอดเลือด (Cardiovascular System) กลไกการเปลี่ยนแปลงของหลอดเลือดคือ มีการสะสมของไขมันและแคลเซียม ส่งผลให้ความยืดหยุ่นของหลอดเลือดลดลง แรงต้านภายในหลอดเลือดไปยังส่วนต่างๆของร่างกายลดลง จึงเป็นสาเหตุให้ความสามารถในการนำพาออกซิเจนไปยังส่วนต่างๆของร่างกายลดลง รวมถึงจำนวนเซลล์เม็ดเลือดขาวซึ่งเกี่ยวข้องกับภูมิคุ้มกันของร่างกายลดลงตามมา ลักษณะและกลไกการเปลี่ยนแปลงของหัวใจคือ กล้ามเนื้อหัวใจ และลิ้นหัวใจ พบว่ามีการสะสมของไขมันและแคลเซียม ส่งผลให้ความยืดหยุ่นหรือการยืดขยายของกล้ามเนื้อหัวใจลดจำนวนลง อัตราการเต้นของหัวใจและความไวต่อสิ่งเร้าของกล้ามเนื้อหัวใจลดลง

2.1.1.5 ระบบทางเดินหายใจ (Respiratory System) ลักษณะและกลไกการเปลี่ยนแปลง

2.1.1.5.1 จมูก มีการเสื่อมของเยื่อบุโพรงจมูก และประสาทรับกลิ่นเสื่อมลง ทำให้ความไวในการดมกลิ่นและความสามารถในการจำแนกกลิ่นลดลง

2.1.1.5.2 ขนโบกพัด (Cilia) มีการเสื่อมหน้าที่ถึงตลอดทางเดินหายใจ มีผลให้กลไกการขจัดสิ่งแปลกปลอมหรือฝุ่นละอองต่างๆ ลดลง

2.1.1.5.3 กล่องเสียง (Larynx) พบการเปลี่ยนแปลงในส่วนของฝาปิดกล่องเสียง Epiglottis มีการสะสม Calcification ทำให้ความยืดหยุ่นลดลงมีผลให้กล่องเสียงปิดช้าหรือไม่สนิทส่งผลให้เกิดปัญหาการสำลักอาหารในผู้สูงอายุตามมา

2.1.1.5.4 หลอดลม (Trachea) การเสื่อมถอยของหลอดลมประกอบด้วย การสะสมของแคลเซียมและการเชื่อมตามขวางมีผลให้การยืดขยายของหลอดลมลดลง นอกจากนี้ยังส่งผลให้การขับสิ่งแปลกปลอมขาดประสิทธิภาพ

2.1.1.5.5 ทรวงอก (Chest) และปอด (Lung) ลักษณะการเปลี่ยนแปลงโดยทั่วไปพบว่า รูปทรงของทรวงอกเปลี่ยนแปลงไป โดยจะมีรูปร่างคล้ายถังเบียร์เมื่ออายุเพิ่มมากขึ้น เนื่องด้วยการเสื่อมของกระดูกไขสันหลังประกอบกับการยืดขยายของผนังทรวงอกลดลง

2.1.1.6 ระบบทางเดินอาหาร (Digestive System) มีการเปลี่ยนแปลงของเหงือกและฟันรวมทั้งต่อมขับน้ำลายน้อยลง การหลั่งน้ำย่อยของกระเพาะอาหาร

ลดลง เป็นผลให้ผู้สูงอายุเกิดภาวะท้องอืดง่าย เบื่ออาหาร เกิดภาวะโลหิตจาง ขาดวิตามิน ขาดสารอาหารได้

2.1.1.7 ระบบขับถ่าย (Excretory System) ขับของเสียได้น้อยลง ขับน้ำออกมาก จะถ่ายปัสสาวะบ่อยมาก กล้ามเนื้อหูรูดบริเวณช่องเปิดของกระเพาะปัสสาวะเสื่อม ความสามารถในการหดเกร็งลดลงทำให้กลั้นปัสสาวะได้ยากขึ้น ผู้ชายอาจพบต่อมลูกหมากโตขึ้น

2.1.1.8 ระบบต่อมไร้ท่อ (Endocrine System) พบว่าต่อมไร้ท่อต่างๆมีน้ำหนักลดลงและฝ่อมากขึ้น การผลิตฮอร์โมนต่างๆลดลงตอบสนองต่อการกระตุ้นลดลง

2.1.2 การเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจและอารมณ์

ภาวะทางจิตใจจะมีความเกี่ยวข้องกับภาวะร่างกายอย่างใกล้ชิด เมื่อร่างกายมีการเปลี่ยนแปลง อารมณ์และจิตใจก็ย่อมเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย พัฒนาการทางจิตของผู้สูงอายุโดยทั่วไปที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงคือ

2.1.2.1 บุคลิกภาพ (Personality) เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของอัตมโนทัศน์ (Self - Concept) ถ้าอัตมโนทัศน์มีการเปลี่ยนแปลงไปมากเท่าใดก็จะเกิดการเปลี่ยนแปลงในบุคลิกภาพมากเท่านั้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้อาจเกิดจากการรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆเมื่ออายุมากขึ้น การเผชิญกับความรู้สึกสูญเสียต่างๆในวัยผู้สูงอายุ และการได้รับความยอมรับจากสังคม ถ้าผู้สูงอายุเกิดรู้สึกว่าตนเองไม่เป็นที่ต้องการของสังคมอาจจะมีบุคลิกที่เปลี่ยนไปง่ายขึ้น เช่น เกิดความรู้สึกไม่มั่นคง อ่อนไหวง่าย ใจน้อย และต้องพึ่งพาอาศัยคนอื่นมากเกินไป โดยการเปลี่ยนแปลงจะมีมาน้อยแตกต่างกันไปขึ้นกับความสามารถในการเผชิญกับภาวะแวดล้อมและภาวะวิกฤติของแต่ละบุคคล

2.1.2.2 การเรียนรู้และความจำ (Learning and Memory) เมื่ออายุมากขึ้นการเรียนรู้จะเริ่มบกพร่องลง จะเริ่มการเรียนรู้การทำงานได้ยากขึ้นแล้วแต่ความแตกต่างทางสติปัญญาของแต่ละบุคคล ส่วนในด้านความจำนั้น ผู้สูงอายุจะมีความยากลำบากในการจำระยะสั้นหรือสิ่งที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน แต่การเรียกกลับเหตุการณ์ที่ผ่านมาแล้วจะไม่เปลี่ยนแปลง

2.1.2.3 ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creativity) ไม่สามารถตัดสินใจว่าลดลงแต่จะพบว่าการทดสอบเรื่องความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของผู้สูงอายุจะได้คะแนนน้อยลง อาจจะเนื่องมาจากข้อจำกัดในเรื่องของเวลาและการถอยหนีเมื่อต้องเผชิญกับปัญหาที่กระชั้นชิด

2.1.2.4 สติปัญญา (Intelligence) ความสามารถด้าน สติปัญญาประกอบด้วยหลายๆด้าน เช่น ความสามารถทางการพูด การคำนวณ การรับรู้ การใช้ เหตุผล เป็นต้น ซึ่งในวัยผู้สูงอายุจะค่อยๆลดลงเรื่อยๆหรืออาจไม่เปลี่ยนแปลงเลย

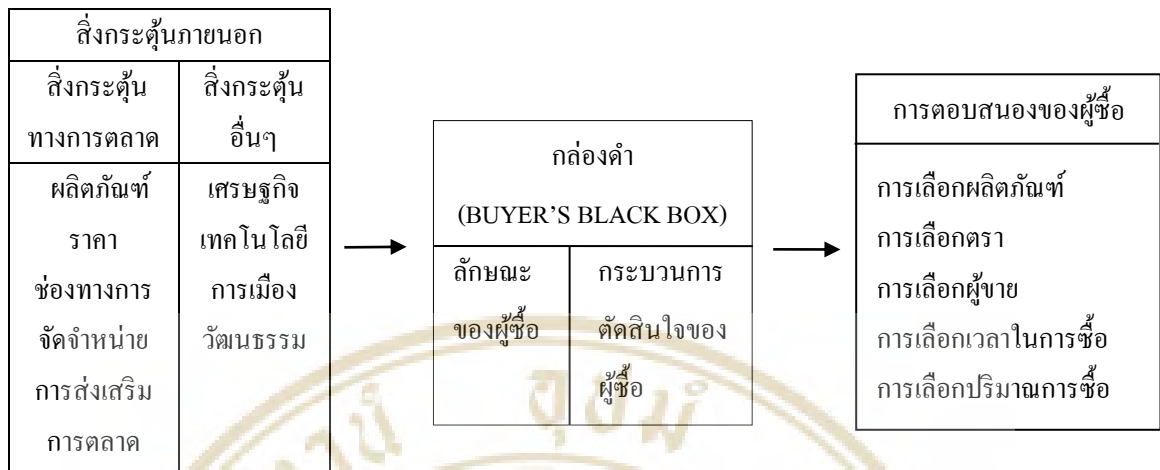
ในการเปลี่ยนแปลงด้านภาวะทางอารมณ์ก็อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากการที่ ผู้สูงอายุมักจะพบความสูญเสียมากมาย เช่น การสูญเสียความสัมพันธ์ทางสังคมและสัมพันธ์ภาพใน ครอบครัวรวมถึงการถูกจำกัดทางด้านความสามารถด้านร่างกายอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงตาม วัย หรือจากโรคภัยไข้เจ็บ สิ่งเหล่านี้จะทำให้ผู้สูงอายุเกิดความรู้สึกว่าความมีคุณค่าในตนเองลด ต่ำลง ทำให้เกิดอารมณ์หงาและว้าวุ่นได้

2.1.3 การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม

การเปลี่ยนแปลงด้านสังคมของผู้สูงอายุเกิดจากการเปลี่ยนแปลงบทบาท ทางสังคม เนื่องจากการติดต่อปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นและสังคมลดลง บทบาทแรกที่สูญเสียไปคือ การปลดเกษียณหรือการออกจากงาน จะเกิดการสูญเสียสถานภาพและบทบาทสังคม การสูญเสียการ เข้าสมาคมกับเพื่อนฝูง สูญเสียสถานะทางการเงินที่ดี และสูญเสียแบบแผนการดำเนินชีวิตที่ต้อง เปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงทางสังคมครอบครัวก็เป็นเหตุสำคัญ ด้วยภาวะเศรษฐกิจ ที่ต้องต่อสู้ดิ้นรน บุคคลในครอบครัวที่สามารถหาเลี้ยงครอบครัวได้อยู่ต้องออกไปหารายได้มาจุน เจือครอบครัว ปล่อยให้ผู้สูงอายุนั้นเป็นบุคคลที่อยู่ดูแลบ้านคนเดียวขาดคนคอยดูแล ส่งผลให้ ผู้สูงอายุได้รับผลกระทบทางจิตใจอย่างมากได้แก่ ความรู้สึกโดดเดี่ยว ความเครียด ความรู้สึกไร้ค่า และสัมพันธ์ภาพภายในครอบครัวลดลง รวมถึงการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดจากการเสียชีวิตของ คู่ครองทำให้ขาดคู่คิดและขาดกำลังใจในการมีชีวิตอยู่ได้

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)

Philip Kotler (1997: 173-188) ได้อธิบายว่า การตัดสินใจเลือกของผู้บริโภคนั้นได้รับ อิทธิพลจากสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการที่เป็นเหตุจูงใจซึ่งมีทั้งสิ่งกระตุ้นภายใน ร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นภายนอกในร่างกาย (Outside Stimulus) ความต้องการที่ เกิดขึ้นจะผ่านเข้าไปในความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค หรือกล่องดำ (Buyer's Black Box) โดยพื้นที่ ภายในกล่องดำเป็นส่วนที่ผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการไม่สามารถคาดคะเนได้ว่าผู้บริโภคคิดอย่างไร ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคเกิดจากการประมวลผลที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ โดยได้รับอิทธิพลจาก ลักษณะของผู้บริโภค (Buyer's Characteristics) และลักษณะการตัดสินใจของผู้บริโภค (Buyer's Decision Process) เองแล้วจึงเกิดการตอบสนอง (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Decision) ดังแผนภาพ



ภาพที่ 1 แสดงโมเดลพฤติกรรม (การซื้อ) ผู้บริโภค

ที่มา: Philip Kotler, 1997: Marketing Management Analysis, planning, implementation, and control. P. 172

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค อธิบายได้ดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) เป็นเหตุจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคซื้อหรือใช้บริการนั้นๆ (Buying Motive) ซึ่งอาจจะใช้เหตุจูงใจซื้อทางด้านเหตุผล หรือใช้เหตุจูงใจทางด้านจิตวิทยาก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ สิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่นๆ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price)

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย (Place)

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กรที่ฝ่ายผลิตหรือผู้ให้บริการไม่สามารถควบคุมได้ คือ

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Stimulus)

เช่น ภาวะทางเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค เป็นต้น สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางด้านเทคโนโลยี (Technological Stimulus) เช่น เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสาร เป็นต้น

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and Political Stimulus) เช่น การเปลี่ยนแปลง พ.ร.บ. การศึกษา เป็นต้น

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural Stimulus) ค่านิยมว่าคนยุคใหม่ต้องก้าวให้ทันเทคโนโลยี และสามารถสื่อสารได้หลายภาษา

2. กล่องดำหรือความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) หมายถึง ความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการ ซึ่งเปรียบเทียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ขายหรือผู้ให้บริการไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการ ความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการ ได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics) ลักษณะผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ปัจจัยทางด้านสังคม ปัจจัยทางด้านส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process) ประกอบด้วย ขั้นตอนการรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลการเลือก การตัดสินใจ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer Purchase Decision) ผู้ซื้อมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ เหล่านี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice)

3.4 การเลือกเวลาซื้อ (Purchase Timing)

3.5 การเลือกปริมาณซื้อ (Purchase Amount)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมสุขภาพ

บ่าเพ็ญจิต แสงชาติ (2540) กล่าวเพิ่มเติมว่าการดูแลตนเอง หมายถึง กระบวนการที่ประชาชนริเริ่มกระทำกิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพอย่างจงใจ เช่น การส่งเสริมสุขภาพ การป้องกันโรค การดำรงรักษาสุขภาพการวินิจฉัย และการเขยวการรักษาตนเอง รวมทั้งการฟื้นฟูสภาพร่างกาย จิตใจ เพื่อนำไปสู่การมีสุขภาพดี มีความผาสุก โดยบุคคลได้เรียนรู้และถ่ายทอดจากขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรมและสังคม นอกจากนี้การดูแลตนเอง ยังเป็นกระบวนการดูแล

สุขภาพขั้นปฐมภูมิที่ดำรงอยู่ในวัฒนธรรมและสังคมร่วมกับการดูแลสุขภาพในส่วนของวิชาชีพและของพื้นบ้าน

แฮริส และ กูเตน (Harris and Guten, 1987) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมสุขภาพ (Health Behavior) หมายถึง การปฏิบัติตัวเพื่อป้องกันโรคและส่งเสริมสุขภาพ เพื่อดำรงภาวะ และเป็นการแสดงศักยภาพของมนุษย์ ซึ่งสอดคล้องกับเพนเดอร์ (Pender, 1996) ที่ได้ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมสุขภาพ เป็นกิจกรรมที่บุคคลลงมือกระทำ และเชื่อว่าเป็นกิจกรรมที่ช่วยให้สุขภาพของตนเองดี และมีความสุข เกิดศักยภาพที่สูงสุดของบุคคล ครอบครัว ชุมชน และสังคม

ดังนั้น การดูแลตนเอง จึงเป็นกิจกรรมที่จำเป็นของมนุษย์ทั้งในภาวะปกติและภาวะเจ็บป่วย การดูแลตนเองเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยและความเจ็บป่วยเป็นเรื่องของประชาชน โดยตรงที่จะจัดการดูแลสุขภาพและความเจ็บป่วยของตนต่อครอบครัว และชุมชนที่ตนอาศัยอยู่ตามแบบแผนวัฒนธรรม ความเชื่อ ได้รับการปลูกฝังและถ่ายทอดต่อ ๆ กันมา การดูแลตนเองจึงมุ่งเน้น การดูแลตนเองในการดำเนินชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็นแบบแผนของชีวิตที่จะส่งผลต่อการมีสุขภาพดี เช่น การรับประทานอาหาร การออกกำลังกาย การนอนหลับ การพักผ่อน การจัดการความเครียด ซึ่งเป็นพฤติกรรมทางสุขภาพ (Health Behavior)

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538: 144-146) ได้ให้ความหมายของทัศนคติ(Attitudes) ว่าเป็นความคิดเห็นที่มีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ และเป็นส่วนที่พร้อมจะมีปฏิกิริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. องค์ประกอบทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Component) เป็นส่วนที่แสดงถึงความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) และความเชื่อ (Beliefs) ที่บุคคลมีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ส่วนของความเข้าใจเป็นส่วนประกอบแรก ซึ่งก็คือความรู้และการรับรู้ที่ได้รับจากการผสมกับประสบการณ์โดยตรงต่อทัศนคติและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหลายแหล่งข้อมูล ความรู้และผลกระทบต่อกรรับรู้นี้จะกำหนดความเชื่อถือ ซึ่งหมายถึงสภาพด้านจิตใจที่สะท้อนความรู้เฉพาะอย่างของบุคคลและมีการประเมินเกี่ยวกับความคิดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

2. องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective Component) เป็นส่วนที่สะท้อนถึงอารมณ์ (Emotion) หรือความรู้สึก (Feeling) ของบุคคลที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งสภาพอารมณ์จะสามารถเพิ่มประสบการณ์ด้านบวก (Positive) หรือ ด้านลบ (Negative) ซึ่งประสบการณ์จะมีผลกระทบต่อจิตใจ วิธีปฏิบัติที่ใช้วัดการประเมินผลอาศัยเกณฑ์การให้คะแนนความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ดีหรือไม่ดี เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavior Component) เป็นส่วนที่สะท้อนถึงความน่าจะเป็นหรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรม การปฏิบัติ หรือปฏิกริยาของบุคคล ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งต่อทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

แนวคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาดบริการนั้น ประกอบด้วยปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการกำหนดตำแหน่งของการบริการ โดยส่วนประกอบแต่ละส่วนของส่วนประสมทางการตลาดจะมีผลกระทบซึ่งกันและกัน และต้องสอดคล้องกันเพื่อให้การดำเนินงานทางด้านการตลาดประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ประกอบด้วยหลัก 7P's คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) กระบวนการ (Process) และด้านการนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence) (ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อุทยาน 2545: 66-88 อ้างจาก Andrian 1993: 92-94)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) การบริการเป็นผลิตภัณฑ์ของธุรกิจการ ซึ่งจะครอบคลุมทุกส่วนของการจัดเตรียมการบริการให้กับลูกค้า ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ระดับ ดังนี้

1.1 การบริการหลักหรือบริการทั่วไป (The Core or Generic Product) ประกอบด้วยบริการพื้นฐานที่เตรียมนำเสนอไว้ให้บริการลูกค้า และต้องสามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าได้

1.2 การบริการที่ลูกค้าคาดหวัง (The Expected Product) นอกจากจะประกอบด้วยบริการพื้นฐานแล้วยังรวมถึงการซื้อที่มูลค่าต่ำที่สุด ซึ่งลูกค้าทั่วไปคิดว่ามีความจำเป็น และคาดหวังว่าจะได้รับเมื่อซื้อบริการนั้นๆ

1.3 การบริการที่เพิ่มพูนจากเดิม (The Augmented Product) คือ การบริการของผู้ให้บริการที่มีความแตกต่างจากผู้ให้บริการรายอื่นๆ เรียกได้ว่าเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับบริการ โดยมีการให้บริการที่เหนือกว่า เสริมจากบริการหลัก และอยู่ในรูปของความเชื่อถือและการยอมรับจากผู้ใช้บริการ

1.4 การบริการที่สามารถเพิ่มคุณค่าพิเศษ (The Potential Product) คือ คุณประโยชน์ที่นักการตลาดสามารถเพิ่มเติมเข้าไปใน เพื่อให้การบริการสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าในลักษณะที่เกินความคาดหวังของลูกค้า และการบริการดังกล่าว นั้นต้องเหนือกว่าคู่แข่ง

การให้บริการต้องมีความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างตราสินค้า (Branding) และการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ในการให้บริการ เพราะตราสินค้าที่ดีและมีลักษณะเฉพาะจะช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าว่าจะได้รับการบริการที่มีคุณภาพคงที่และสม่ำเสมอ

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าแทนค่าในรูปของตัวเงิน โดยราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า และผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ราคาจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจบริการ และการรับรู้คุณภาพของการบริการที่ลูกค้าได้รับ ดังนั้นการตั้งราคาควรคำนึงถึงวัตถุประสงค์ การจัดสถานที่ให้บริการ คู่แข่งขัน ภาวะตลาด และสภาพเศรษฐกิจ โดยธุรกิจทั่วไปมีวัตถุประสงค์ในการแสวงหาผลกำไรจากการดำเนินงานที่แตกต่างกันในแต่ละธุรกิจ ได้แก่ การตั้งราคาเพื่อกำไรสูงสุด การตั้งราคาเพื่อมุ่งยอดขาย การตั้งราคาเพื่อมุ่งการแข่งขัน การตั้งราคาเพื่อความอยู่รอด เป็นต้น

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ในการตัดสินใจด้านสถานที่ให้บริการในส่วนแรก คือ การเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) ของธุรกิจบริการมีความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่มีการจัดสถานที่ให้ลูกค้าต้องไปรับบริการจากผู้ให้บริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดให้เพราะทำเลที่ตั้งที่เลือกเป็นตัวกำหนดกลุ่มของผู้บริโภคที่จะเข้ามาใช้บริการ ดังนั้นสถานที่ให้บริการต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ให้บริการไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ได้มากที่สุด นอกเหนือจากนั้นควรคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของคู่แข่งด้วย เพื่อนำมาวิเคราะห์และสร้างแผนการตลาดให้สอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาดบริการส่วนอื่นๆ และการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย (Channels) ประกอบด้วย 3 ส่วน คือผู้ให้บริการหรือลักษณะของการบริการ คนกลางในการจัดจำหน่าย และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจบริการนั้น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารไปยังลูกค้าให้ทราบถึงตำแหน่งของการบริการเพื่อสร้างการรับรู้ในการให้บริการในสายตาของลูกค้า การส่งเสริมการตลาดช่วยให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจใช้บริการได้รวดเร็วยิ่งขึ้น โดยเครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาด เรียกว่า ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) ซึ่งประกอบด้วย

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นรูปแบบหนึ่งในการติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้โดยมีวิธีการที่ทำให้ลูกค้าเห็นถึงความแตกต่างระหว่างบริการของกิจการกับบริการของคู่แข่ง และทำให้ลูกค้ารู้จักสินค้าและบริการ ในการทำโฆษณาต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการโฆษณา งบประมาณ การเลือกใช้สื่อ และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

4.2 การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารจากผู้ให้บริการไปยังลูกค้าโดยตรง การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้าซึ่งช่วยในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) เป็นการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการและตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการให้เร็วขึ้นในระยะเวลาอันสั้น ไม่ว่าจะเป็นการลดราคา การแจกของสมนาคุณ การเพิ่มของแถม การสะสมแต้มเพื่อรับของรางวัล การส่งชิ้นส่วนของสินค้าเพื่อชิงโชค

4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Public Relation) การให้ข่าวสารที่เป็นการเนวคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ และนโยบายขององค์กร โดยผ่านสื่อทั้งที่เป็นการจ่ายเงินและไม่จ่ายเงิน อีกทั้งยังเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรและสาธารณชน

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรงซึ่งมีหลายรูปแบบ เช่น การส่งจดหมาย การซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต การขายผ่านแคตตาล็อก การให้พนักงานขายนำสินค้าไปเสนอขายยังบ้านลูกค้า เป็นต้น

4.6 การบอกกล่าวปากต่อปาก (Word of Mouth) เป็นแหล่งอ้างอิงที่มีความสำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจบริการ โดยข้อมูลที่ได้รับการเผยแพร่เป็นไปได้ทั้งในแง่บวกและลบ หากผู้ที่เคยใช้บริการมีความรู้สึกที่ดี ประทับใจในบริการ ก็จะเกิดการบอกต่อและแนะนำไปยังญาติพี่น้อง เพื่อนๆ และคนรู้จักให้ใช้บริการ ซึ่งสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดและการติดต่อสื่อสารอีกด้วย

5. บุคคล (People) เป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ซึ่งทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยคุณภาพในการบริการต้องอาศัยกระบวนการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างแตกต่างเหนือกว่าคู่แข่ง

6. กระบวนการ (Process) เป็นขั้นตอนในการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการไปยังลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีคุณภาพ ดังนั้นในการวางแผนและตัดสินใจในเรื่องกระบวนการดำเนินงานในธุรกิจบริการจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยกระบวนการควรมีรูปแบบที่ง่ายชัดเจน สามารถดำเนินกิจกรรมต่างๆไปตามสายงานได้โดยไม่สะดุดหรือขาดช่วงหรือข้ามขั้นตอน และไม่มี ความซับซ้อนมากเกินไปจนไม่สามารถเข้าใจได้ทั้งผู้

ให้บริการและผู้รับบริการ อีกทั้งกระบวนการให้บริการต้องประสานงานระหว่างงานของการตลาดกับงานของการผลิตและการนำเสนอบริการ

7. ด้านการนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถมองเห็นหรือสัมผัสได้ทางกายภาพ และเป็นการแสดงให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกสบายและเข้าถึงการบริการนั้นได้ และเป็นส่วนที่เพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการเดินทางและท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการและความรู้สึกภายในของแต่ละบุคคลอย่างแท้จริงประกอบกับมีปัจจัยต่าง ๆ เป็นสิ่งผลักดันให้สามารถเดินทางได้ และยังมีแรงจูงใจต่าง ๆ เป็นสิ่งดึงดูดและเร้าให้คนอยากเดินทางมากขึ้น โดย

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมี 7 ด้านหลัก ๆ ได้แก่ แรงจูงใจทางด้านกายภาพและจิตวิทยา แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา แรงจูงใจทางด้านสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล แรงจูงใจทางการงานและธุรกิจ แรงจูงใจด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน แรงจูงใจทางด้านศาสนา แรงจูงใจทางด้านสถานภาพ

Burton (1995 อ้างถึงใน สมยศ วัฒนามงคลชัย, 2546) ได้เสนอปัจจัย 5 ประการ ที่ก่อให้เกิดแรงกระตุ้นให้มนุษย์ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวว่าประกอบไปด้วย

1. ความต้องการทางกายภาพ (Physical Needs) เป็นสิ่งที่มนุษย์มีความต้องการที่จะเดินทางเพื่อเหตุผลทางสุขภาพซึ่งอาจจะเป็นการเดินทางเพื่อรักษาสุขภาพของตนให้แข็งแรง
2. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) มนุษย์มีความต้องการเดินทางไปเพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างคนในกลุ่มของตน
3. ความต้องการสถานภาพทางสังคม (Status Needs) มนุษย์มีความต้องการที่จะเดินทางเพื่อสร้างสถานภาพของตนเองในสังคม
4. ความต้องการความรู้ (Intellectual Needs) มนุษย์มีความต้องการที่จะเดินทางเพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่
5. ความต้องการทางจิตใจ (Mental Needs) มนุษย์มีความต้องการที่จะเดินทางเพื่อหลีกเลี่ยงความเครียดและความเศร้าหมองในจิตใจ

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2552) ได้แบ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของ โปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็น 2 ประเภทหลัก ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในที่พักผ่อนหรือนอกที่พักผ่อนอย่างถูกวิธี ตามหลักวิชาการและมีคุณภาพมาตรฐาน เช่น การนวด อบ ประคบสมุนไพร การบริการสูวน้ำมันบำบัด (Aroma Therapy) และวารีบำบัด (Water Therapy) การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน การฝึกปฏิบัติสมาธิ แนวพุทธศาสนา การบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยวไปรับบริการบำบัดรักษาสุขภาพ การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่าง ๆ การทำฟันและการรักษาสุขภาพฟัน การผ่าตัดเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ เป็นต้น

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 งานวิจัยในประเทศ

อภิชนา จิวพัฒนกุล และคณะ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมและการใช้จ่ายของผู้สูงอายุ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้สูงอายุที่มีอายุครบ 60 ปี บริบูรณ์ขึ้นไป อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และมีการออมอย่างน้อย 1 ประเภท จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีรูปแบบการออมในรูปแบบสินทรัพย์ถาวรเป็นที่ดิน โดยผลรวมมูลค่าการออมในรูปแบบสินทรัพย์ถาวรมีค่าเฉลี่ย 1,289,058.66 บาท และมีรูปแบบการออมในรูปแบบสินทรัพย์ทางการเงินในระบบและนอกระบบเป็นเงินฝากกับสถาบันการเงินต่างๆ โดยผลรวมมูลค่าการออมในรูปแบบสินทรัพย์ทางการเงินในระบบและนอกระบบมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 51,422.54 บาท เหตุผลหลักในการออม คือ เพื่อไว้ใช้จ่ายในการเลี้ยงชีพ และวางแผนการออมในอนาคตว่ามีแนวโน้มจะออมเพิ่มขึ้น ด้านข้อมูลเกี่ยวกับ

พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้สูงอายุพบว่า ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเพื่อการดำรงชีวิตเป็นค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยมีค่าใช้จ่ายเพื่อการดำรงชีวิตโดยเฉลี่ย 9,212.93 บาทต่อเดือน และค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง/พักผ่อนส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมด้านสังคม โดยมีค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง/พักผ่อนโดยเฉลี่ย 2,162.06 บาทต่อเดือน เวลาไปซื้อสินค้าและบริการมักไปกับบุตรหลาน สถานที่ที่ใช้จ่ายเงินบ่อยที่สุดคือ ห้างสรรพสินค้า

พรพรรณ สกุลศรีจิรวัดน์ (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า ในระยะ 2 ปีที่ผ่านมา (ตั้งแต่ 1 กันยายน 2545 - 1 กันยายน 2547) ประชาชนส่วนใหญ่ได้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด โดยนิยมท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว ประเภททะเลมากที่สุด และนิยมท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดราชการ/ วันหยุดมากที่สุด และใช้เวลาในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 1-2 วันมากที่สุด และมีความถี่ของการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ผ่านมา 1-2 ครั้งมากที่สุด โดยแหล่งที่ได้รับข้อมูลข่าวสารนั้นมาจากการบอกเล่าของญาติ/เพื่อนมากที่สุด และพบว่าเพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป จำนวนครั้งที่คาดว่าจะไป ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป และค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่คาดว่าจะจ่ายที่ไม่แตกต่างกัน อายุที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป และจำนวนครั้งที่คาดว่าจะไปที่ไม่แตกต่างกันแต่อายุที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายที่คาดว่าจะจ่ายที่แตกต่างกัน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความต้องการที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป และค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่คาดว่าจะจ่าย สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะจ่าย แต่สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่คาดว่าจะไป ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป และค่าใช้จ่ายที่คาดว่าจะจ่ายที่แตกต่างกัน อาชีพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความต้องการที่คาดว่าจะไป ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่คาดว่าจะจ่ายที่แตกต่างกัน แต่อาชีพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่คาดว่าจะไปที่ไม่แตกต่างกัน รายได้เฉลี่ย ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป จำนวนครั้งที่คาดว่าจะไป ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน แต่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่แตกต่างกัน

สุมาลี สังข์ศรี (2543) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในสังคมไทยด้านการรับการศึกษา ความรู้ ข่าวสาร ข้อมูล โดยสรุปด้านการรับรู้ข่าวสารและข้อมูลของผู้สูงอายุ มีข้อค้นพบดังนี้คือ

1. ด้านเนื้อหาความรู้ข้อมูลข่าวสาร พบว่าผู้สูงอายุสนใจเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพกาย รองลงมาคือด้านสุขภาพจิต ด้านสังคมและการเมือง ที่อยู่อาศัย ศาสนา สิ่งแวดล้อม และนันทนาการ
2. สื่อมวลชน การเปิดรับสื่อมวลชน ผู้สูงอายุนิยมรับชมรายการโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ ตามลำดับ
3. ช่วงเวลาที่ผู้สูงอายุสะดวกในการรับชมรายการโทรทัศน์ และรับฟังรายการวิทยุ พบว่า ช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุดคือ 1ทุ่ม ถึง 3ทุ่ม รองลงมาคือ ตี 5 ถึง 7 โมงเช้า และ 4ทุ่มถึงเที่ยงคืน
4. วิธีการให้ความรู้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้สูงอายุ อาจจะทำให้ได้หลายหน่วยงานผู้จัดจะเลือกใช้วิธีการใดก็ตาม ก็ควรจะเป็นวิธีที่ตรงกับความต้องการ วิธีที่ผู้สูงอายุชอบ มีความสะดวก ทำได้ ได้รับความรู้ได้ทันต่อสถานการณ์ เพราะจะทำให้ผู้สูงอายุได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างเต็มที่
5. การจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่ผู้สูงอายุ โดยใช้สื่อบุคคล มีจุดเด่นกว่าสื่ออื่นๆ เนื่องจากผู้สูงอายุสามารถโต้ตอบซักถามได้ มีปฏิสัมพันธ์ได้
6. ระยะเวลาในการรับรู้หรือจัดกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ เวลาในการให้เนื้อหา นั้นไม่ควรให้รวดเร็วโดยใช้เวลานาน เพราะผู้สูงอายุจะมีความสนใจในช่วงระยะเวลาหนึ่งสั้นๆ เท่านั้น
7. บรรยากาศในการให้ความรู้ ผู้จัดควรสร้างบรรยากาศให้มีความเป็นกันเองมากที่สุด ให้ทุกคนกล้าพูด กล้าแสดงออก วิทยากรควรอ่อนน้อมถ่อมตน ให้ความเคารพนับถือผู้สูงอายุ ปฏิบัติต่อท่านดังเช่นญาติผู้ใหญ่ ทำให้ผู้สูงอายุเกิดความเอ็นดูและพร้อมจะให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี จะเห็นได้ว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการเปิดรับสื่อแตกต่างหลากหลายกัน การรับรู้ข่าวสารและข้อมูลของผู้สูงอายุขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านเนื้อหาความรู้ข้อมูลข่าวสาร ความต้องการทางรับข่าวสารข้อมูลผ่านสื่อ ช่วงเวลาที่ผู้สูงอายุสะดวกในการรับชมรายการโทรทัศน์ และรับฟังรายการวิทยุ วิธีการให้ความรู้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้สูงอายุ การจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่ผู้สูงอายุ ระยะเวลาในการรับรู้หรือจัดกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ บรรยากาศในการให้ความรู้ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองในการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ ดังนั้น ผู้ที่เตรียมตัวเข้าสู่วัยเกษียณอายุหรือวัยสูงอายุ จึงจำเป็นที่จะต้องตระหนักถึงความสำคัญของสื่อ ประเภทสื่อและการนำไปใช้ รวมทั้งข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการเตรียมความพร้อมเมื่อเข้าสู่ผู้สูงอายุอย่างมีคุณค่าต่อไป

รัตนชัย คงมั่น (2548) ทำการวิเคราะห์โครงสร้างการจัดการของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างการจัดการท่องเที่ยวที่มีต่อโฮมสเตย์บ้านแม่กำปองและบ้านแม่กลางหลวง ผลการศึกษาพบว่า หมู่บ้านแม่กำปองมีการจัดสรรชุมชนโดยชาวบ้านมีส่วนร่วมในธุรกิจร้อยละ 86.12 ของประชากรทั้งหมด โดยแบ่งเป็นการมีส่วนร่วมในการจัดการบ้านพักรับรองนักท่องเที่ยวจำนวน 13 หลัง และมีกิจกรรมการท่องเที่ยว 10 กิจกรรม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยนักท่องเที่ยวเหล่านี้จะเดินทางมาพักโฮมสเตย์

บ้านแม่กำปองโดยรถยนต์ส่วนตัว ใช้ระยะเวลาในการพำนัก 2 วัน 1 คืน เสียค่าใช้จ่าย 550 บาทต่อคน ส่วนการจัดการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่จะมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสารและแผ่นพับ

ส่วนหมู่บ้านแม่กลางนั้น มีการจัดการชุมชนโดยชาวบ้านมีส่วนร่วมในในธุรกิจร้อยละ 26.94 ของประชากรทั้งหมด โดยแบ่งเป็นการมีส่วนร่วมในการจัดการบ้านพักรับรองนักท่องเที่ยวจำนวน 20 หลัง และมีกิจกรรมการท่องเที่ยว 10 กิจกรรม โดยนักท่องเที่ยวเหล่านี้จะเดินทางมาพักโดยรถยนต์ส่วนตัว ใช้ระยะเวลาในการพำนัก 2 วัน 1 คืน เสียค่าใช้จ่าย 400 บาทต่อคน ส่วนการจัดการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่จะมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และอินเทอร์เน็ต

สำหรับการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในโฮมสเตย์ทั้งสองแห่ง ซึ่งแบ่งการประเมินเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ผลลัพธ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด การให้บริการ และภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวยังโฮมสเตย์บ้านแม่กำปองมีความพึงพอใจต่อการให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือ ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวและผลลัพธ์ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวยังโฮมสเตย์บ้านแม่กลางหลวง มีความพึงพอใจต่อภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ การให้บริการและราคา ตามลำดับ

เกรียงศักดิ์ ธนอ้วนนันท และคณะ (2548) ได้ทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยความร่วมมือขององค์กรท้องถิ่นและชุมชนบ้านช่วงบุก ตำบลห้วยไร่ อำเภอด่านซ้าย จังหวัดแพร่ พบว่า ผลที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อชุมชนบ้านช่วงบุก คือ ชาวบ้านได้พูดคุยปรึกษาหารือกันเพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชนกันมากขึ้น มีความภาคภูมิใจในวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของตนเองและภาคภูมิใจที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ มีโอกาสได้แสดงศักยภาพของตนเองให้ผู้อื่นได้รับรู้ ได้สร้างมิตรภาพและสายสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนเดียวกัน องค์กรท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว เกิดอาชีพใหม่ที่สามารถสร้างรายได้ให้กับตนเอง องค์กร และชุมชน นอกจากนี้ยังเกิดการเปลี่ยนแปลงกับสภาพแวดล้อมภายในชุมชนที่สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย และสวยงามมากขึ้นเหมาะกับการต้อนรับนักท่องเที่ยวและที่สำคัญ คือ ส่งผลให้เกิดการทำงานร่วมกันแบบมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนและเกิดการยอมรับซึ่งกันและกัน ซึ่งถือเป็นมิติใหม่ในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน

3.2 งานวิจัยต่างประเทศ

JATA (2002) ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวญี่ปุ่นพบว่ามีความสนใจที่จะท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติร้อยละ 78.6 ร้อยละ 15.9 มีความรู้สึกเฉย ๆ และร้อยละ 2.3 ไม่มีความสนใจ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ยังมีทัศนคติที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้ (Positive Attitude to Learning) ในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างแท้จริงต้องมีส่วนร่วมในการป้องกันและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยต้องมีมัคคุเทศก์เป็นผู้ให้ความรู้และมีบทบาทสำคัญในการสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ ซึ่งแสดงถึงความต้องการมัคคุเทศก์ในการนำเที่ยวของผู้สูงอายุตั้งแต่ 45-54 ว่ามีความต้องการ ร้อยละ 77.6 อายุ 55-64 ปี มีความต้องการร้อยละ 79.8 % อายุ 65 ปีขึ้นไปมีร้อยละ 73.8% โดยเฉลี่ยแล้วประมาณร้อยละ 77.1 และไม่ต้องการมัคคุเทศก์โดยเฉลี่ยร้อยละ 15.5 ในเรื่องสุขภาพร่างกายและความแข็งแรงของนักท่องเที่ยวสูงอายุนั้นก็เป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินการวางแผนพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวว่านักท่องเที่ยวเหล่านั้นมีความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละวันได้นานเท่าไรถ้านักท่องเที่ยวที่ต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดตามรายการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเหล่านั้นจะต้องมีสุขภาพร่างกายแข็งแรงพอควร และควรจะมีการพิจารณาคำถึงเรื่องการตรวจเช็คสภาพร่างกายของผู้สูงอายุ หรืออาจจะหมายถึงเรื่องของการจ้างคนในการที่จะช่วยยกกระเป๋าเดินทางให้ เป็นต้น และผลจากการสำรวจพบว่าส่วนใหญ่มีความต้องการเดิน 10 กิโลเมตรในเวลา 4 ชั่วโมง/วัน นักท่องเที่ยวที่มีอายุอยู่ระหว่าง 45-54 ปี ร้อยละ 38.8% และกลุ่มอายุ 55-64 ปี กล่าวว่า ไม่กังวลใจเลยที่จะเดินได้ถึง 15 กิโลเมตรในเวลา 6 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งบุคคลเหล่านี้จะมีความมั่นใจในเรื่องของความแข็งแรงของสุขภาพร่างกาย

Kevin Wongleedee (2011) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทย เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ และระดับความพึงพอใจในการใช้จ่ายในหมวดสินค้าสำคัญ 5 หมวด ได้แก่ โรงแรม, อาหารและเครื่องดื่ม, การคมนาคม, ความบันเทิงและกิจกรรม และการช้อปปิ้ง พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชาวเอเชีย นักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่ใช้จ่ายเงินไปกับการคมนาคม แต่มีความพอใจสูงที่สุดในการใช้จ่ายเงินไปกับอาหารและเครื่องดื่ม

Tian (1999) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อลักษณะของนักท่องเที่ยวที่มีความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งได้พิจารณาจากคุณภาพการบริการ 4 ปัจจัย ได้แก่ การให้ความรู้ในการอนุรักษ์ ข้อมูลข่าวสารการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ การแสดงความเป็นมิตร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ โดยสำรวจนักท่องเที่ยวในสถานีหลบภัยสัตว์ป่า จากการศึกษาพบว่า การให้ความรู้ในการอนุรักษ์ เป็นปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวตั้งใจจะกลับมาเที่ยวซ้ำมากที่สุด มีการแนะนำเพื่อนให้มาเที่ยว และกล่าวถึงสิ่งที่เป็น

ทางบวกเกี่ยวกับการท่องเที่ยวด้วย ซึ่งเป็นประโยชน์ที่จะปรับปรุงและส่งเสริมการให้ความรู้ในการอนุรักษ์ให้ดียิ่งขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและกลับมาเที่ยวซ้ำต่อไป และการรับรู้คุณภาพการบริการด้านการคุ้มครองสัตว์ป่ามีผลโดยตรงต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และคุณภาพการบริการที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แตกต่างกัน

จากการได้บททวนจากการศึกษางานวิจัย แนวคิดและทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้องนั้น พบว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคสูงอายุที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านจิตใจ อารมณ์ และการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม และมีปัญหาที่เกิดขึ้นในวัยสูงอายุที่มีการเปลี่ยนแปลงทางทั้งด้านร่างกายและสรีระวิทยา เช่น ผิวน้ำแห้ง สายตา สมอ เป็นต้น ซึ่งจะมีการเปลี่ยนแปลงเรื่อยๆไปตามกาลเวลาประกอบกับผู้สูงอายุต้องการมีสุขภาพที่ดีมากขึ้น เนื่องจากปัจจัยต่างๆที่ได้กล่าวมาข้างต้น อีกทั้งผู้สูงอายุยังมีความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น จากปัจจัยต่างๆที่สามารถมากระตุ้นความรู้สึกนึกคิดของผู้สูงอายุให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และเกิดพฤติกรรมการตอบสนองทางการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในรูปแบบต่างๆ เพราะผู้สูงอายุมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้สูงอายุตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นความต้องการทางกายภาพ ความต้องการทางสังคม ความต้องการสถานภาพทางสังคม ความต้องการความรู้ และความต้องการทางจิตใจ โดยมีกิจกรรมทางด้านสุขภาพเข้ามาในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเหล่านั้นจะมีรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปตามความต้องการของผู้สูงอายุแต่ละคน

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษานิพนธ์เรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ" เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยได้มีการกำหนดวิธีการดำเนินงานวิจัยและนำเสนอไว้เป็นส่วนๆ ดังนี้

1. แหล่งข้อมูล
2. กรอบแนวคิด
3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา
5. ระยะเวลาที่ใช้ในการทำวิจัย

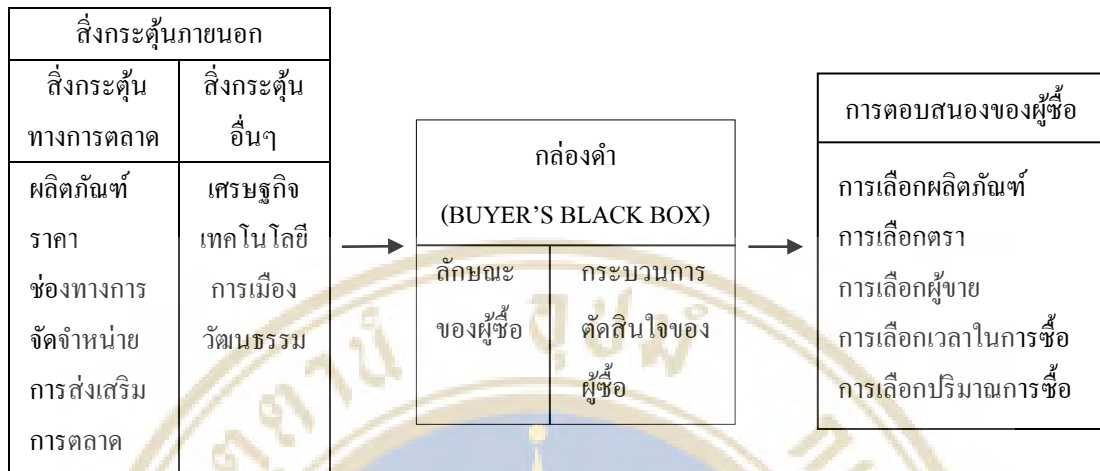
1. แหล่งข้อมูล

การศึกษานี้ใช้แหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ประกอบด้วย

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) โดยทำการสนทนากลุ่มย่อยกับผู้สูงอายุเกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลจากหนังสือทางวิชาการ นิตยสาร วารสาร บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ งานวิจัย และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ พร้อมทั้งการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ

2. กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี



ภาพที่ 2.1 โมเดลพฤติกรรม (การซื้อ) ผู้บริโภค

ที่มา: Philip Kotler, 1997: Marketing Management Analysis, planning, implementation, and control. p. 172

โมเดลได้กล่าวถึงพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดยมี 2 ปัจจัยหลักที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งประกอบด้วย สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ในการจูงใจให้ผู้บริโภคซื้อหรือใช้บริการนั้นๆ ซึ่งอาจจะใช้เหตุจูงใจซื้อทางด้านเหตุผล หรือใช้เหตุจูงใจทางด้านจิตวิทยาที่เกิดจากสภาพแวดล้อมและสิ่งกระตุ้นของนักการตลาด และสิ่งกระตุ้นจากภายในที่เกิดจากความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Black's Box) จากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ซึ่งผู้ขายหรือผู้ให้บริการไม่สามารถทราบได้ และส่งผลให้เกิดการตอบสนองของผู้ซื้อ (Response) ที่เกิดจากการตัดสินใจของผู้บริโภคในด้าน การเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตรา การเลือกผู้ขาย การเลือกเวลาในการซื้อ การเลือกปริมาณการซื้อ

จากโมเดลดังกล่าวจึงได้มีการกำหนดให้ กลุ่มของผู้สูงอายุ ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป โดยมีการใช้สิ่งกระตุ้นจากภายนอกไม่ว่าจะเป็นสิ่งกระตุ้นทางการตลาด และสิ่งกระตุ้นที่เกิดจากสภาพแวดล้อม โดยมีผลิตภัณฑ์, ราคา, ช่องทางการจัดจำหน่าย, การส่งเสริมการตลาด, เศรษฐกิจ, เทคโนโลยี, การเมือง และวัฒนธรรม และสิ่งกระตุ้นจากภายในซึ่งเป็นความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Black's Box) เพื่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการตอบสนองของผู้สูงอายุในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ต้องการศึกษาถึงพฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มาประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจ เพื่อทำให้เกิดเป็นรูปแบบการดำเนินธุรกิจเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยแบ่งลักษณะการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ทำการศึกษาเป็น 2 ลักษณะ คือ

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) กับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 1 กลุ่ม จำนวน 8 คน เกี่ยวกับลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยว พฤติกรรมและทัศนคติของผู้สูงอายุในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากหนังสือทางวิชาการ นิตยสาร วารสาร บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่ง โครงสร้าง (Semi-Structure Interview) ซึ่งมีการจัดทำหัวข้อสัมภาษณ์หรือแนวทาง (Interview Guide) ที่ใช้ในการตั้งคำถาม และใช้รูปแบบการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ (Informal Interview) ในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล การสนทนากลุ่ม (Focus Group) มีขั้นตอน ดังนี้

1. ทำการชี้แจงเกี่ยวกับการสัมภาษณ์และนัดหมายเพื่อขอเข้าพบกลุ่มเป้าหมาย
2. จัดเตรียมสถานที่ อุปกรณ์ และเครื่องมือต่างๆ เพื่อความพร้อมในการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group)
3. ชี้แจงวัตถุประสงค์ และขั้นตอนการการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group)
4. จัดบันทึก พูดคุย และเก็บข้อมูลจากเอกสารต่างๆ โดยผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองทุกกระบวนการ

4. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

จากขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีทั้งจากข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้า เก็บรวบรวม บันทึกเสียง จากนั้นนำมาทำการถอดเนื้อความ ตีความ และสรุปเพื่อนำมาวิเคราะห์ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ค้นคว้าเอกสารต่างๆ ได้แก่ ข้อมูลจากหนังสือทางวิชาการ นิตยสาร วารสาร บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต รวมถึงวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Inductive) โดยนำ

ข้อมูลที่ได้จากการการสนทนากลุ่มย่อยนำมาหาประเด็น วิเคราะห์ และสร้างข้อสรุปเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและใช้เป็นแนวทางในการตอบคำถามงานวิจัย

5. ระยะเวลาที่ใช้ในการทำวิจัย

ใช้เวลาดำเนินการวิจัยเป็นเวลา 4 เดือนตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2556 ถึงเดือนตุลาคม 2556



บทที่ 4

ผลที่ได้จากการวิจัย

งานวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ และศึกษาความต้องการของผู้สูงอายุที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้สูงอายุ รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการคัดกรองข้อมูลจากแหล่งข้อมูล ทุติยภูมิต่างๆ เพื่อหาความหมาย แนวคิด และรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ ที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไป และใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) กับผู้สูงอายุ จำนวน 8 ราย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อสอบถามเกี่ยวกับมุมมองเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ลักษณะของการท่องเที่ยวที่ผู้สูงอายุชื่นชอบและเหมาะสมกับตนเอง ทำไมถึงคิดว่าวิธีดังกล่าวเป็นวิธีที่ดีที่สุดสำหรับผู้สูงอายุ เป็นต้น เพื่อนำมาสังเคราะห์ให้เกิดเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่เหมาะสมและดึงดูดให้ผู้สูงอายุตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่อไป โดยผู้วิจัยได้นำเสนอผลที่ได้จากการวิจัยเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การคัดกรองข้อมูล

ส่วนที่ 2 การนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลการสนทนากลุ่ม

ส่วนที่ 1 การคัดกรองข้อมูล

การนำเสนอผลงานวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ ในส่วนของการคัดกรองข้อมูล สามารถแบ่งเนื้อหาหลักออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

- 1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- 1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่สามารถจัดอยู่ในประเภทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ผู้วิจัยเริ่มต้นจากการศึกษา ค้นคว้าหาข้อมูลจากรายงานการศึกษาเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิเป็นหลัก ได้แก่ หนังสือทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต จึงทำให้ผู้วิจัยสามารถสรุปแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ดังนี้

1.1.1 การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในที่พักรวมหรือนอกที่พักรวมอย่างถูกวิธี อย่างมีคุณภาพมาตรฐาน เช่น การนวด การอบ ประคบสมุนไพร การบริการสวดคนบำบัด (Aroma Therapy) และวาริบำบัด (Water Therapy) การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน การฝึกปฏิบัติสมาธิ แนวพุทธศาสนา การบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เป็นต้น

1.1.2 การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยวไปรับบริการบำบัดรักษาสุขภาพ การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่าง ๆ การทำฟันและการรักษาสุขภาพฟัน การผ่าตัดเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ เป็นต้น

1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่สามารถจัดอยู่ในประเภทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ

การคัดกรองข้อมูลนำมาซึ่งการสังเคราะห์ให้เกิดเป็นองค์ประกอบของธุรกิจที่สามารถจัดอยู่ในประเภทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผู้วิจัยเริ่มต้นจากการศึกษา ค้นคว้าหาข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ ได้แก่ หนังสือ บทความ ข่าว รายการโทรทัศน์ รวมถึงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต รวมทั้งสิ้น 19 รายการ ดังนี้

1. บทความ : พฤติกรรมและวิถีชีวิต หรือ Lifestyle ของผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ ในเมืองไทย
2. งานวิจัย : พฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการของกลุ่มผู้สูงอายุ
3. แผนธุรกิจ : การบริการตรวจสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ

4. งานวิจัย : การท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบเพื่อสร้างการเรียนรู้ผ่านการสื่อความหมายสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป
 5. วารสาร : นักท่องเที่ยวสูงอายุ กลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว
 6. งานวิจัย : การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
 7. งานวิจัย การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วม สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุกรณีศึกษา พื้นที่การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแม่เมาะและชุมชนรอบ จังหวัดลำปาง
 8. งานวิจัย : รูปแบบการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุที่เป็นข้าราชการบำนาญในเขตเทศบาลจังหวัดนครปฐม
 9. บทความ : การพัฒนาศักยภาพธุรกิจบริการเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของประเทศ
 10. บทความ : ลักษณะเที่ยววัยเกษียณ สะดวกปลอดภัยไม่ธรรมดา
 11. งานวิจัย : การตลาดการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองไทย
 12. สารนิพนธ์ แนวทางพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร
 13. วารสาร : การสร้างความสามารถทางการตลาดเพื่อการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวไทยในตลาดท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างประเทศ
 14. บทความ : ทิวทัศน์ภาพ แม่น้ำนครชัยศรี
 15. งานวิจัย : ทศนคติและความประทับใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อประเทศไทย
 16. บทความ : รายงานสรุปฉบับผู้บริหาร โครงการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของชาวไทยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล
 17. ข่าว : เกาะติดแรลลี่วีลแชร์ เมื่อล้อกับใจหมุนไปพร้อมกัน
 18. ข่าว : ลักษณะเที่ยววัยเกษียณ สะดวกปลอดภัยไม่ธรรมดา
 19. ข่าว : ดันเชียงใหม่สุดศูนย์เฮลท์จิบนักท่องเที่ยววัยเกษียณ
- โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล นำมาวิเคราะห์เพื่อหาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ โดยทำการเปรียบเทียบ จำแนก และจัดกลุ่มกลุ่มคำ หรือเนื้อหาที่ผู้วิจัยตีความว่ามีความเหมือนกัน ใกล้เคียงกัน หรือสอดคล้องกันเข้าไว้ด้วยกัน จากนั้นนำข้อมูลย่อยต่างๆ มาสรุปและจัดแบ่งเป็นหมวดหมู่ของกลุ่มคำ หรือเนื้อหาที่สำคัญ เพื่อสังเคราะห์ให้เกิดเป็น

องค์ประกอบของธุรกิจที่สามารถจัดอยู่ในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันตามการตีความของผู้วิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 19 รายการ ผู้วิจัยได้มีการจัดทำการแบ่งแยกเนื้อหาสาระสำคัญของแต่ละรายการ เพื่อความสะดวกในการจำแนก และจัดกลุ่มกลุ่มคำ หรือเนื้อหา ซึ่งทางผู้วิจัยขอเสนอตัวอย่างเพียง 6 รายการ เพื่อให้ทราบถึงขั้นตอน วิธีการทำ เพื่อให้ได้มาซึ่งหมวดหมู่ของกลุ่มคำ หรือเนื้อหาที่สำคัญในขั้นตอนต่อไป ดังนี้



แผนธุรกิจ :	ข่าว :	งานวิจัย :
<p>การบริการตรวจสอบคุณภาพและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ</p> <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ - รายได้หลักของผู้สูงอายุมาจาก ธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด - ออกเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยปีละ 3 ครั้ง เช่นทัวร์ทั้งในและต่างประเทศ ทัวร์วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ - กลุ่มที่มีการศึกษาสูง นิยมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ - มีความอ่อนไหวในเรื่องราคาสินค้าน้อยและยินดีที่จะจ่ายแพงขึ้นสำหรับบริการหรือคุณภาพที่ดีขึ้น - เป็นกลุ่มที่มีความถี่และเวลาในการท่องเที่ยวสูง 	<p>พฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าและบริการของกลุ่มผู้สูงอายุ</p> <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มผู้สูงอายุที่มีความชื่นชอบสินค้าสุขภาพและการท่องเที่ยวเป็นพิเศษ โดยมีความต้องการที่จะท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ - รายได้ต่อครอบครัวที่ประมาณ 70,000 ถึง 200,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป - กลุ่มผู้สูงอายุมีใช้จ่ายเพื่อสุขภาพและความสวยงามของตัวเอง - ตัวเลขการใช้จ่ายสูงถึงปีละ 106,380 บาท หรือคิดเป็น 10% ของรายได้ - ชื่นชอบสินค้าและบริการที่เน้นสนองความต้องการของตนเองและเพื่อการพักผ่อนในช่วงปลายของชีวิต 	<p>การท่องเที่ยวที่ได้รับความเร่งรีบเพื่อสร้างการเรียนรู้ผ่านการสื่อความหมาย สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป</p> <ul style="list-style-type: none"> - นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างประเทศมักมีเวลามากและไม่เร่งรีบ จะเป็นมิตร นิยมท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลก - ให้ความสำคัญกับกิจกรรมในการการชิมชั้บประสบการณ์ในขณะที่ท่องเที่ยว เพื่อเรียนรู้ก่อนและเกิดประสบการณ์ในการเรียนรู้ เกี่ยวกับวิถีชีวิตความเป็นไทย วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น และสังคมไทย - ศึกษาหาข้อมูลล่วงหน้าก่อนเดินทาง - มีการแนะนำหรือบอกต่อเพื่อนและครอบครัว และจะกลับมาเที่ยวซ้ำเนื่องจากได้รับความพึงพอใจอย่างมากในระหว่างการท่องเที่ยว

บทความ : การท่องเที่ยวผ่านระยะยาว	ข่าว : ค้นเชียงใหม่ผุดศูนย์เฮลท์จ๊อบนักท่องเที่ยววัยเกษียณ	งานวิจัย : การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มคนที่เกษียณอายุจากการทำงานมีความสามารถในการใช้จ่ายเงินเพื่อการพักผ่อนและท่องเที่ยวจำนวนมาก - เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี - มีความสามารถในการซื้อบริการในราคาสูง ขณะเดียวกันคำนึงถึงความคุ้มค่ามาก - ความมั่นใจด้านความปลอดภัย - ความมั่นใจด้านบริการ คุณแลสุขภาพที่ดี - มีกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัยและสุขภาพ - นี้ไม่กังวลในเรื่องของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เนื่องจากเป็นผู้มีประสบการณ์ในการใช้ชีวิต จึงมีความละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆมากยิ่งขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - สื่อต่างชาติรายงาน จังหวัดเชียงใหม่ คือ 1 ใน 6 เมืองยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวสูงวัยชาวอเมริกัน - จุดเด่นของเชียงใหม่ คือเป็นเมืองที่มีวัฒนธรรมประเพณีสวยงาม และมีความเป็นธรรมชาติ มีระบบการแพทย์ที่ดีขณะที่ค่าครองชีพไม่สูงมากและเหมาะกับกลุ่มวัยเกษียณ - กลุ่มผู้สูงอายุมีกิจกรรมส่วนใหญ่คือมาเพื่อพักผ่อน เรียนรู้วิถีชีวิตไทย เรียนทำอาหาร ชมศิลปวัฒนธรรม - พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นไม่ชอบอยู่เฉย ดังนั้นเจ้าของที่พัก ควรหา กิจกรรมให้นักท่องเที่ยวทำระหว่างพัก เช่น กิจกรรมจักรสาน และอื่นๆ 	<ul style="list-style-type: none"> - สถานบริการสปาควรผ่านมาตรฐานทั้งทางด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม - การให้บริการมีความหลากหลาย และเน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย และใช้ผลิตภัณฑ์ของไทย - เน้นการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ - บุคลากรทุกตำแหน่งในสถานบริการสปาควรได้รับการอบรม และผ่านการสอบที่ได้มาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข - อัตราค่าบริการควรมีมาตรฐานราคากลาง ตามความเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ และราคายุติธรรมต่อลูกค้า - เพิ่มความแปลกใหม่ในแต่ละทริปเดมต์ มีเครื่องมือที่ทันสมัย มีผู้เชี่ยวชาญการนวด

จากการจัดทำตารางเพื่อเปรียบเทียบเนื้อหาสาระสำคัญของแต่ละรายการ ผู้วิจัยสรุป และจัดแบ่งเป็นหมวดหมู่ของกลุ่มคำ หรือเนื้อหาที่สำคัญได้ 3 หมวดหมู่ จากกรอบงานวิจัย ที่อ้างถึง โมเดลพฤติกรรมของผู้บริโภค โดย ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler, 1997) ดังนี้

หมวดหมู่ที่ 1 เรื่องสิ่งกระตุ้นที่มีผลต่อการท่องเที่ยว มีสาระที่เกี่ยวข้องดังนี้

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด

1.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ นำเสนอสินค้าและบริการให้ตรงกับความ ต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้แก่ พัฒนาแพ็คเกจทัวร์นำเที่ยว การบริการทางการแพทย์ สปา หรือการสร้างกิจกรรมใหม่ๆที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุในระหว่างการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรม ทำอาหาร การตรวจเช็คสุขภาพร่างกาย นวดแผนไทย เพื่อคลายความเหงาและเกิดการสังสรรค์ใน กลุ่มของผู้สูงอายุด้วยกัน และยังสามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เข้ามาใช้บริการซ้ำได้อีก ทางหนึ่ง พร้อมทั้งการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของถนนให้อยู่ในระนาบเดียวกัน เพื่อให้ผู้สูงอายุ หรือผู้พิการสามารถใช้รถเข็นได้อย่างสะดวก การปรับปรุงห้องน้ำโดยเฉพาะ โถสุขภัณฑ์ในการ รองรับผู้สูงอายุหรือผู้พิการ

1.1.2 ด้านราคา ผู้สูงอายุนั้นมีความต้องการในการท่องเที่ยว และถ้าเป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น ผู้สูงอายุมีความยินดีที่จะจ่ายต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในราคาที่สูงขึ้นเพื่อให้ตนเองมีสุขภาพที่ดีทั้งร่างกายและจิตใจ อีกทั้งความต้องการความคุ้มค่าและเหมาะสมในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการได้รับบริการที่ดี และมี ส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าประจำ

1.1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การเปิดเว็บไซต์ เพื่อให้สะดวกต่อการค้นหาข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต การจัดกิจกรรมโรคโชว์ต่างๆ ทั้งในและ ต่างประเทศ เพื่อใช้ในการนำเสนอสินค้าและบริการ รวมถึงส่งข้อมูลความเคลื่อนไหวต่างๆ พร้อมทั้งจัดทำ Direct Mail ไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวเดิมจากฐานข้อมูลลูกค้าเก่า เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวได้ ตลอดทั้งปี และหาลูกค้ารายใหม่จากการลงข้อมูลในนิตยสารท่องเที่ยว และมีการติดต่อกับบริษัทนำเที่ยว ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่จะเดินทางเป็นหมู่คณะ

1.1.4 ด้านการส่งเสริมการขาย จัดการบริการส่งข้อมูล ความเคลื่อนไหวของสินค้าและบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถค้นหาข้อมูลได้ ง่ายร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ในด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อ สร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ และมีการโฆษณาทางสื่อต่างๆให้เกิดความหลากหลายและ

ต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบอยู่เสมอ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางมาท่องเที่ยว เช่น หนังสือแนะนำท่องเที่ยว นิตยสาร หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และมีการส่งเสริมการขายโดยการให้ส่วนลดกับลูกค้าประจำ มีการติดต่อกลับไปยังลูกค้ารายเดิมที่เคยมาใช้บริการจากฐานข้อมูลลูกค้าเก่าในการส่งการ์ดอวยพร วันขึ้นปีใหม่ วันเกิด รวมถึงข้อมูลโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อดึงดูดให้พฤติกรรมการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

1.1.5 ด้านบุคลากร สร้างขีดความสามารถของบุคลากรในด้านภาษา การบริการ ทักษะความรู้ในการดูแลผู้สูงอายุ และการแก้ไขปัญหาเหตุการณ์เฉพาะหน้า การปฐมพยาบาลเบื้องต้นให้กับผู้สูงอายุ การวางแผนสำรอง เป็นต้น

1.1.6 ด้านกระบวนการ จัดอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในการให้บริการทางด้านการดูแล การอำนวยความสะดวก แบบ One Stop Service เช่น การจัดมุมพักผ่อนแบบสบายๆ ให้ผู้สูงอายุ การจัดการด้านการซักกรีด การทำความสะอาดห้องพัก การดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ การจัดทำอาหารสำหรับผู้สูงอายุ เป็นต้น และมีระบบการชำระค่าบริการทั้งเงินสดและบัตรเครดิต หรือการทำบัตรเครดิตให้ลูกค้าประจำในการให้ส่วนลดหรือกิจกรรมทางการตลาดอื่นๆ หรือแม้แต่การบริการรถรับส่งจากที่พักถึงสนามบิน และการจัดอาหารที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ

1.1.7 ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ สร้างการปรับปรุงห้องพัก อาคารสถานที่ หรือการอำนวยความสะดวกต่างๆภายในห้องพักให้กับผู้สูงอายุ เช่น ทางขึ้นลงบันไดที่เป็นทางลาด เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถขึ้นลงบันไดหรือใช้รถเข็นได้สะดวก เป็นต้น พร้อมทั้งมีความปลอดภัย สะอาด และมีบรรยากาศที่ดี เพื่อให้ผู้สูงอายุเกิดความมั่นใจและรู้สึกผ่อนคลายในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

1.2 เศรษฐกิจ

ปัญหาเศรษฐกิจเป็นปัญหาหลักของผู้สูงอายุ ทำให้รายได้ลดน้อยลง ส่งผลต่อความสามารถในการดูแลตนเองทางด้านสุขภาพกายและสุขภาพจิตใจ อาจเป็นสาเหตุทำให้เกิดโรคซึมเศร้า และส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ

1.3 เทคโนโลยี

การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ทำให้การแพทย์ได้ก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วเพื่อให้ทันกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผู้สูงอายุมีร่างกายที่สุขภาพร่างกายที่แข็งแรงมากขึ้น มีอายุยืนขึ้น และทำให้จำนวนของผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นทุกปี

1.4 วัฒนธรรม

ในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ นั้น ผู้สูงอายุมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป เช่น ต้องการที่พักผ่อน ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมต่างๆ ต้องการความสนุกสนาน ต้องการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวหรือภายในกลุ่ม และต้องการมีสุขภาพที่ดี เป็นต้น

1.5 การเมือง

รัฐบาลได้รณรงค์และส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ติดอันดับของโลก จึงเป็นที่นิยมของชาวต่างประเทศและคนไทยเองด้วยกัน จึงต้องมีการพัฒนาประสิทธิภาพในการดูแลคุณภาพการบริการ ไม่ว่าจะเป็นสาธารณูปโภคและการคมนาคมขนส่งในการเดินทางทั่วประเทศให้เกิดความสะดวกต่อนักท่องเที่ยว การสื่อสารทางด้านภาษาของบุคลากร หรือคนในชุมชน และความปลอดภัยทางด้านต่างๆ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสูงอายุเกิดความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

หมวดหมู่ที่ 2 คุณลักษณะของผู้ซื้อ มีสาระที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุของคนไทยนั้น ไม่มีความแตกต่างกัน เนื่องจากผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความต้องการพักผ่อนในช่วงบั้นปลายของชีวิตหลังจากที่ทำงานหนักมาเป็นระยะเวลานานในการสร้างครอบครัว ประกอบกับการต้องดูแลสุขภาพของตนเองให้มีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง

2.2 ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะจะเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้สูงอายุ บุคคลในครอบครัวถือว่าเป็นผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติความคิดเห็นและพฤติกรรมการซื้อ และรองลงมาคือกลุ่มเพื่อนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้นการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุนั้นมีการพิจารณาในเรื่องของรายได้ สถานที่ที่ต้องการพักผ่อน บุคคลที่ร่วมเดินทางหรือแรงจูงใจในการท่องเที่ยวต่างๆ เช่น ต้องการสร้างความสัมพันธ์ในด้านการงานและธุรกิจ หรือแม้แต่การชักจูงของเพื่อนเพื่อต้องการสร้างสถานภาพของตนเองในสังคม

2.3 ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุนั้น เกิดจากความต้องการในการตอบสนองความต้องการของร่างกายเพื่อรักษาสุขภาพของตนให้แข็งแรง เนื่องจากผู้สูงอายุนั้นเกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านโครงสร้างของร่างกายที่ค่อยๆเสื่อมลง ทำให้เกิดแรงจูงใจต่างๆในการท่องเที่ยวทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกในการ

ท่องเที่ยวเพื่อต้องการเดินทางกระชับความสัมพันธ์ระหว่างคนในกลุ่มของตน หรือต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ

2.4 ปัจจัยด้านจิตวิทยา ผู้สูงอายุจะมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีปัจจัยทั้งภายในและภายนอกล้วนส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุ โดยปัจจัยภายในจะเป็นการพัฒนาและปรับตัวของความคิด ความรู้ความเข้าใจ หรือแรงจูงใจต่างๆ ที่เกิดจากความต้องการมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง กระชับความสัมพันธ์ระหว่างคนในกลุ่ม สร้างสถานภาพของตนเองในสังคม และเรียนรู้สิ่งใหม่เพิ่มเติม หรือแม้แต่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวในการหลีกเลี่ยงความเครียดและความเศร้าหมองในจิตใจ ส่วนการปัจจัยภายนอกจะเป็นการปรับตัวของผู้สูงอายุกับสังคม คือ ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรมและ โครงสร้างสังคม ล้วนส่งผลให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

หมวดหมู่ที่ 3 เรื่อง กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ มีสาระที่เกี่ยวข้องดังนี้

จากทฤษฎีของกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อนั้นมีลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจของผู้บริโภคประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ การรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อ โดยผู้สูงอายุมีขั้นตอนในการตัดสินใจอาจไม่เป็นไปตามที่ขั้นตอนดังกล่าวข้างต้น โดยส่วนใหญ่ผู้สูงอายุจะเกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากปัจจัยต่างๆ ทั้งภายในและภายนอก และจากการถูกชักชวนจากบุคคลใกล้ชิด หรือจากการสื่อสารทางการตลาดต่างๆ เป็นต้น ที่เป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการ จากนั้นมีการค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างตรงจุด ทั้งในด้านการอำนวยความสะดวกสบายและกิจกรรมต่างๆ โดยคำนึงถึงลักษณะของผู้สูงอายุได้อย่างเหมาะสม และตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากสมาชิกในครอบครัวและกลุ่มของเพื่อนๆ ใกล้เคียงกัน และเมื่อเกิดความประทับใจและพึงพอใจหลังจากการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จากการได้รับการบริการ การเอาใจใส่จากเจ้าหน้าที่ และเกิดพฤติกรรมการบอกต่อและต้องการกลับไปเที่ยวซ้ำ

หมวดหมู่ที่ 4 : การตอบสนองของผู้ซื้อ มีสาระที่เกี่ยวข้องดังนี้

การตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุนั้นเกิดจากปัจจัยหลายๆ อย่างประกอบกัน ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองของผู้สูงอายุดังที่กล่าวมาข้างต้น โดยผู้สูงอายุเกิดการเปลี่ยนแปลงหลายๆ ด้าน ทั้งด้านร่างกาย สังคม จิตใจ และสติปัญญา ซึ่งจะส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมีการเลือกสินค้าและ

บริการจากความต้องการของตนเองเพื่อใช้ในการตอบสนองกับความต้องการ ได้อย่างตรงจุด และมีการเลือกตราสินค้า เพื่อลดความเสี่ยงในด้านต่างๆ และยังเป็นเครื่องรับประกันถึงคุณภาพของสินค้าและบริการนั้นๆ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ โดยเป็นการตัดสินใจควบคู่กับการเลือกผู้ขาย ซึ่งผู้ขายนั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจค่อนข้างสูง เนื่องจากผู้ขายจะต้องมีความเข้าใจในสินค้าและบริการนั้นๆ ได้อย่างดี เพื่อนำเสนอและชักจูงให้ผู้สูงอายุตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ และช่วงเวลาในการซื้อสินค้าและบริการในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแต่ละช่วงนั้นไม่เท่ากัน ซึ่งเกิดจากปัจจัยทางด้านภูมิอากาศเข้ามาเกี่ยวข้อง ทำให้ราคาในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแตกต่างกันตามสถานที่ของผู้สูงอายุเลือก เช่น การเลือกเดินทางท่องเที่ยวในช่วง High Season จะมีราคาแพง และราคาถูกเมื่อเป็นช่วง Low Season ของแต่ละสถานที่ และปริมาณสินค้าและบริการที่ผู้สูงอายุตัดสินใจซื้อนั้นมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับจำนวนของผู้สูงอายุที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยส่วนใหญ่จะยืดหยุ่นไปตามโอกาสและสถานการณ์

ส่วนที่ 2 : การนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

การสนทนากลุ่ม (Focus Group) นำมาสังเคราะห์เพิ่มเติมจากข้อมูลทัศนคติในเบื้องต้น โดยผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าข้อมูล คือการทำสนทนากลุ่ม กับผู้สูงอายุ จำนวน 8 รายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 คุณกิตติชัย ผู้เกษียณอายุ

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 คุณพิบูล ตัวแทนชาย

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 คุณรสสุคนธ์ ตัวแทนชาย

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 คุณศรีสุวรรณ ประกอบธุรกิจส่วนตัว

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 คุณธีรเวช เจ้าของธุรกิจ

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 คุณชิตีวรรณ ผู้จัดการบริษัทเอกชน

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 คุณพรทิพา แม่บ้าน

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 คุณภาสัน เจ้าของกิจการ

เมื่อทำการถอดเทปเสร็จ จึงทำการสรุปเป็นประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์ แต่ละคำถาม ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมของผู้สูงอายุที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่ มีการให้ความสำคัญกับการใส่ใจสุขภาพมากขึ้น และชื่นชอบการท่องเที่ยวเพื่อคลายความเครียด โดยรูปแบบการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างคล้ายกัน ในด้านของต้องการพักผ่อนร่างกาย และจิตใจให้สดใสร โดยมีกิจกรรมต่างๆ ให้ทำหรือเรียนรู้ควบคู่กับการไปท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความสนุกและผ่อนคลายจากสิ่งต่างๆ อีกทั้งยังได้สุขภาพที่ดีกลับมา

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 ได้กล่าวไว้ดังนี้

“...เดินทางไปท่องเที่ยวแบบนี้เป็นประจำทุกอาทิตย์กับกลุ่มเพื่อนๆ ที่จัดทริปกันเอง คือ เดินทางในเย็นวันศุกร์ ไปต่างจังหวัดที่อยู่ใกล้กับกรุงเทพฯ เพื่อ ไปพักที่รีสอร์ทในวันเสาร์-อาทิตย์ ตอนเช้าก็จะนิมนต์พระเพื่อใส่บาตร ฟังเทศน์สวดมนต์ และฝึกสมาธิ และตอนบ่ายก็จะเล่น โยคะ เพื่อให้ร่างกายแข็งแรงและมีสุขภาพดี...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 ได้กล่าวไว้ว่า

“...เที่ยวแบบไม่เร่งรีบ สบายๆ ไม่ต้องแข่งขันกับเวลา และมีกิจกรรมเสริมเข้าไปด้วยในระหว่างเดินทาง เช่น ความรู้ต่างๆด้านสุขภาพ การปฏิบัติตัวที่ดี เพื่อให้ไม่เบื่อเกินไป และ โยคะก็น่าสนใจเพราะจะได้ออกกำลังกายกับเพื่อนๆ ไปด้วย ก็มีความสุขดี...”

ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 ได้กล่าวไว้ว่า

“...ชอบเดินทางท่องเที่ยวสมุนไพรมานานแล้ว นอกจากจะได้สุขภาพจิตแล้วยังได้สุขภาพทางกายภาพกลับมาด้วย และชอบไปนวดล้างพิษในร่างกาย ตามสถานที่บริการของโรงพยาบาลเอกชนต่างๆ...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 ได้กล่าวไว้ว่า

“...ชอบไปพักผ่อน ธรรมชาติ เพราะนอกจากจะได้สุขภาพจิตแล้วยังได้สุขภาพทางกายภาพกลับมาด้วย และชอบไปนวดล้างพิษในร่างกาย ตามสถานที่บริการของโรงพยาบาลเอกชนต่างๆ...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 ได้กล่าวไว้ว่า

“...ชอบเที่ยวพวกไหว้พระตามสถานที่ต่างๆ กับเพื่อนๆ คุ้นเคยกัน และต้องมีอาหารเพื่อสุขภาพให้ทุกคน เพื่อให้มีจิตใจที่แจ่มใสและได้สุขภาพที่ดีตามมา และถ้าให้ดีน่าจะมีการเชิญวิทยากรมาสอนในการทำยาหม่องมาถวายพระด้วย หรือแจกคนทั่วไปก็น่าจะดี...”

สิ่งที่ขาดไม่ได้ในส่วนของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ นั่นคือ อาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่ให้ความสำคัญทางด้านอาหารซึ่งได้กล่าวเพิ่มเติมว่าให้ข้อมูลคนที่ 5 ได้กล่าวไว้ว่า

“...ชอบท่องเที่ยวแบบธรรมชาติหรือเชิงเกษตร เพราะรู้สึกที่อากาศทุกวันนี้มีแต่มลพิษ ไม่สะอาด และอากาศก็มีเชื้อโรคเยอะ ผักผลไม้ปลอดสารพิษจริงหรือเปล่านั้นไม่รู้ ก็เลยชอบไปเที่ยวที่สวนผักปลอดสารพิษตามต่างจังหวัด ได้ทานผักที่สะอาดและปลอดภัย และยังได้สูดอากาศที่บริสุทธิ์อีกด้วย...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 ได้กล่าวไว้ว่า

“...เวลาเที่ยวส่วนใหญ่จะเที่ยวกับครอบครัว เพื่อต้องการพักผ่อน จึงเป็นเป็นการเที่ยวของคน 2-3 รุ่น คือรุ่นพ่อ และรุ่นลูก-หลาน ที่มีความเห็นไม่เหมือนกัน ทำให้บางทีต้องตกลงกันก่อนว่าต้องไปเที่ยวแบบไหนที่ได้ความรู้ของสถานที่นั้นๆ ต้องกินของที่มีประโยชน์ และได้สุขภาพที่ดีด้วย และเที่ยวแล้วทุกคนในครอบครัวต้องผ่อนคลายและสนุกด้วยกัน...”

และมีการกล่าวเพิ่มเติมในด้านรูปแบบการท่องเที่ยวที่ไม่เร่งรีบ เนื่องจากมีปัจจัยทางด้านร่างกาย และอารมณ์ของผู้สูงอายุ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพราะผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีการเคลื่อนไหวของร่างกายที่ช้า จากสภาพร่างกายที่เสื่อมลง ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 ได้กล่าวไว้ว่า

“...ชอบท่องเที่ยวแบบทำท่าย ต้องเป็นกิจกรรมที่ต้องใช้แรงบ้าง มีการออกกำลังกาย และเล่นกีฬาตามสภาพร่างกาย เพราะไม่ชอบที่ต้องรอขึ้นรถทัวร์-ลงรถทัวร์ และเข้าห้องน้ำบ่อยๆ เพราะมันน่าเบื่อ เสียเวลา เพราะต้องมารอคิวกันเข้าห้องน้ำ...”

2. ทักษะของผู้สูงอายุที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้สูงอายุพบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพราะเหมือนเป็นการพักผ่อนให้กับร่างกายและจิตใจให้สดใส ไม่เครียด เนื่องจากกลุ่มผู้สูงอายุนั้นมีวิถีการดำเนินชีวิตที่ชื่นชอบในการพักผ่อน เหมือนเป็นการใช้เวลาร่วมกับครอบครัวหรือกับกลุ่มเพื่อน ดังนั้นหากต้องมาเลือกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพนั้นเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการพักผ่อน จึงมองว่ามีความเหมาะสมนำมาเป็นประเด็นที่นำมาพิจารณาด้วยเช่นกัน

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 ได้กล่าวไว้ว่า

“...โดยส่วนตัวที่เกี่ยวในลักษณะเชิงเกษตรนะ เพราะอยากสูดอากาศบริสุทธิ์บ้าง เพราะกรุงเทพมหานครพิษจากควันรถต่างๆ มันเยอะไป กลัวสะสมอยู่ในร่างกาย ส่วนพวกผักปลอดสารพิษที่ดีก็น่าจะตัดออกมาจากสวนเลย เพราะมันทั้งสด อร่อย และได้สุขภาพที่ดีด้วย...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 ได้กล่าวไว้ว่า

“...ไปเที่ยวอะไรที่มันทำหาย หรือเล่นกีฬาที่นั่น รู้สึกเหมือนได้ต่ออายุให้กับตัวเอง และก็ยังไม่ง้ออีกด้วย แต่ก็ต้องดูแลสุขภาพร่างกายของตัวเองก่อนที่จะเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายพวกนั้นเสียก่อน...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 ได้กล่าวไว้ว่า

“...ท่องเที่ยวแล้วรู้สึกจิตใจสดใสมากขึ้น รู้สึกสนุกจากการทำกิจกรรมต่างๆร่วมกับเพื่อนๆคนเดียวกัน และเราสามารถเลือกอาหารที่ดีเพื่อสุขภาพให้กับตัวเองได้ มันเป็นการผ่อนคลายให้กับตัวเอง แถมยังได้สุขภาพที่ดีกลับมาด้วย...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 ได้กล่าวไว้ว่า

“...ชอบที่จะท่องเที่ยวแล้วได้ความและได้รับความรู้ใหม่ๆอยู่เสมอ เพราะทำให้เรามีความรู้เพิ่มมากขึ้นและยังได้สุขภาพที่แข็งแรงจากการทำกิจกรรมต่างๆหรือออกกำลังกาย แถมยังได้ความสุขที่ได้เที่ยวอีกด้วย...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 ได้กล่าวไว้ว่า

“...รู้สึกดีหลังจากได้เที่ยวเสร็จแล้ว และยังได้ความรู้ต่างๆเพิ่มขึ้นเกี่ยวกับสมุนไพร และรู้สึกร่างกายผ่อนคลายจากการนวดสมุนไพร เพราะการใช้สารเคมีหลายๆก็ไม่ดีต่อร่างกาย...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 ได้กล่าวไว้ว่า

“...เหมือนเป็นการได้พักผ่อนและชาร์ตพลังให้กับตัวเอง และยังได้ใช้เวลาร่วมกับสมาชิกในครอบครัวคนอื่นๆ ทำให้รู้สึกอารมณ์ดีและมีความสุข...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 ได้กล่าวไว้ว่า

“...เที่ยวแล้วได้สุขภาพที่ดีหลังจากที่ได้ล้างพิษต่างๆ ที่อยู่ในร่างกายออกหมดแล้ว ก็รู้สึกสดชื่นและปลอดภัยจากโรคหรือสารพิษต่างๆที่ตกค้างอยู่ในร่างกาย...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 ได้กล่าวไว้ว่า

“...เมื่อได้ทำบุญหรือไหว้พระในที่ต่างๆนั้น รู้สึกว่าจิตใจสงบมากขึ้น ได้บุญมากขึ้นและก็จะทำต่อไปเรื่อยๆ”

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การนำไปใช้ และข้อเสนอแนะ

ในบทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การนำไปใช้ และข้อเสนอแนะ หลังจากผู้วิจัยได้สังเคราะห์ผลการสนทนากลุ่มย่อยและสรุปผลการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อเสนอแนะ แบ่งเป็นข้อเสนอแนะเชิงสังคม และข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถนำไปแก้ไขข้อบกพร่อง พัฒนา ต่อยอดให้เกิดประโยชน์ได้ต่อไป

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ องค์ประกอบของธุรกิจที่สามารถจัดอยู่ในประเภทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และศึกษารูปแบบการดำเนินธุรกิจเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ เพื่อให้สามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้สูงอายุที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ค้นคว้าเกี่ยวกับคำสำคัญ แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด แนวคิด การจูงใจการท่องเที่ยว และแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานวิจัยต่อไป

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ค้นคว้าเกี่ยวกับคำสำคัญ แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องของแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ แนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในวัยสูงอายุ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมสุขภาพ และแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitudes) แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด แนวคิด

เกี่ยวกับการจูงใจการท่องเที่ยว รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานวิจัยต่อไป

งานวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการคัดกรองข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิต่างๆ เพื่อหาความหมาย แนวคิด ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยเริ่มต้นการศึกษาความหมาย ประเภท ลักษณะ รูปแบบที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและทัศนคติของผู้สูงอายุที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ จากนั้นผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิเป็นหลัก ได้แก่ หนังสือทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการทบทวนวรรณกรรม ความเป็นมาของปัญหาเพื่อเริ่มต้นงานวิจัย รวมถึงข้อมูลจากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อนำข้อมูลจากผู้ที่มีประสบการณ์จริงมาสรุปเป็นผลวิจัย และนำมาวิเคราะห์เพื่อหาประเด็นที่เกี่ยวข้อง โดยทำการเรียบเรียงเนื้อหาที่ผู้วิจัยตีความว่ามีความเหมือนกัน ใกล้เคียงกัน หรือสอดคล้องกันเข้าไว้ด้วยกัน ต่อมานำข้อมูลย่อยต่างๆ มาสรุปและจัดแบ่งเป็นหมวดหมู่ของกลุ่มคำ หรือเนื้อหาที่สำคัญ ตามวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันตามการตีความของผู้วิจัย

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) กับผู้สูงอายุที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 8 ราย ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อสอบถามเกี่ยวกับสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทัศนคติและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ประเด็นหลัก ได้แก่

1. พฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ
2. ทัศนคติที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ
3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ

1. พฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุนั้นเป็นการเปลี่ยนแปลงในบทบาทต่างๆ ของตนเอง ทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ และสังคมเป็นอย่างมาก ซึ่งอาจจะมีความอ่อนแอของร่างกาย จิตใจ ตลอดจนมีความเจ็บป่วยหรือความพิการซึ่งผู้สูงอายุนั้นต้องมีการปรับตัวในการดำเนินชีวิตให้ได้อย่างเหมาะสม

ผู้สูงอายุทุกคนให้ความสำคัญกับการใส่ใจสุขภาพของตนเองเป็นอย่างมาก โดยมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ การพักผ่อนสุขภาพทางร่างกายและจิตใจ การท่องเที่ยวและแรงจูงใจทางด้านสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลทำให้เกิดการท่องเที่ยว และได้สุขภาพ

ร่างกายที่สึกกลับมา ที่นอกเหนือจากการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ การออกกำลังกาย การตรวจร่างกาย และการดูแลรักษาสุขภาพร่างกายของตนเองให้แข็งแรง โดยพฤติกรรมของผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความกระตือรือร้นในการเข้าร่วมกิจกรรมและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อต้องการที่จะพัฒนาตนเอง และในกลุ่มของผู้สูงอายุนั้นมีสถานภาพทางการเงินที่มั่นคง มีกำลังซื้อ และไม่มีข้อจำกัดด้านการเดินทาง ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่แตกต่างกันออกไปตามสภาพของร่างกาย ความพร้อมทางด้านการเงิน บุคคลที่เดินทางไปด้วยกัน สถานที่ ระยะเวลาในการเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งผู้สูงอายุส่วนใหญ่มักจะเดินทางในลักษณะที่ไม่เร่งรีบตามแต่สภาพร่างกายที่สามารถเอื้ออำนวยต่อการเดินทาง

ผู้สูงอายุกลุ่มเป้าหมายให้ความเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น เป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งมีการเดินทางเป็นประจำร่วมกับเพื่อนๆ หรือครอบครัว เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายในครอบครัว รวมถึงการใช้เวลาว่างและการมีกิจกรรมร่วมกับผู้อื่นในสังคม โดยมีการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด และมีการเดินทางที่ใกล้กับกรุงเทพมหานครเนื่องจากสะดวกในการเดินทาง และหลีกเลี่ยงการนั่งรถที่ใช้ระยะเวลานาน แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระยะเวลาว่างที่พร้อมกันของสมาชิกภายในกลุ่มที่สามารถเดินทางร่วมกันได้ และสถานที่ที่พักผ่อน อีกทั้งการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพนั้นนอกจากเป็นการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ แล้วยังต้องการมีสุขภาพที่ดีกลับมาจากการทำกิจกรรมต่างๆ

รูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุตามสถานที่ต่างๆ สามารถจำแนกเป็น การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเพื่อรับบริการในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาล

ทั้งนี้ผู้สูงอายุให้ความเห็นว่า ด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพควบคู่ไปกับการเดินทางท่องเที่ยว และมีการพิจารณาทางด้านแพ็คเกจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สิ่งอำนวยความสะดวกโดยเน้นรูปแบบการให้บริการที่คำนึงถึงสุขภาพร่างกายของผู้สูงอายุ รวมถึงความปลอดภัยต่างๆ ในการเดินทางไม่ว่าจะเป็นทางเดิน ที่พักอาศัย หรือแม้แต่ว่ารูปแบบของอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย

2. ทศนคติของผู้สูงอายุที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ เพราะมีความคิดเห็นว่าเป็นเรื่องที่สำคัญสำหรับผู้สูงอายุ เนื่องจากผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่ทำงานหนักมาเป็นระยะเวลานาน มีเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวไม่มาก และเมื่อถึงวัยเกษียณตนเองจากการทำงานจึงมี

เวลาว่างค่อนข้างมาก อีกทั้งมีความต้องการพักผ่อนสุขภาพทางร่างกายและจิตใจให้สดใและแข็งแรง จึงมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป

กลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยเห็นว่า การท่องเที่ยวขึ้นเป็นการพักผ่อนของร่างกายและจิตใจ และมีการทำกิจกรรมต่างๆ เช่น การเล่นโยคะ การนั่งสมาธิ การล้างสารพิษในร่างกาย การนวดสมุนไพร นั้นจะทำให้ร่างกายผ่อนคลาย นอกจากนี้การได้รับความรู้ต่างๆ ควบคู่ไปกับการเดินทางนั้นเป็นการเพิ่มเติมความรู้และพัฒนาทักษะของตนเองให้ดีขึ้น เช่น การท่องเที่ยวตามสถานที่ประวัติศาสตร์ หรือการเรียนรู้ประเพณี วัฒนธรรมของแต่ละภูมิภาคหรือแต่ละจังหวัด

สิ่งสำคัญในการบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุนั้นจำเป็นต้องมีกิจกรรมที่สามารถส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุได้ เพื่อให้มีสุขภาพที่ดีควบคู่กับจิตใจที่แจ่มใส และมีความสุขในบั้นปลายของชีวิต ผู้สูงอายุหลายท่านให้ความคิดเห็นว่า การจัดกิจกรรมควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยเน้นกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ เช่น การทำบุญ การนั่งวิปัสสนา การนั่งสมาธิ การเล่นโยคะ การตรวจสุขภาพ เป็นต้น นั้นเป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้สูงอายุได้มีโอกาสทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อนๆที่เป็นผู้สูงอายุด้วยกันและมีทัศนคติที่คล้ายๆกัน เพื่อสามารถมีเวลาในการผ่อนคลายความเครียดที่มีอยู่ ซึ่งส่งผลต่อสุขภาพร่างกายและจิตใจในระยะยาว และทำให้สุขภาพร่างกายแข็งแรงตามไปด้วย

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าและบริการทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ แยกเป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ดังนี้

ปัจจัยภายใน

1. ความพร้อมด้านร่างกาย กลุ่มของผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความพร้อมในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะผู้สูงอายุตอนต้น เนื่องจากยังมีร่างกายที่แข็งแรงและสามารถเดินทางไกลได้ มีความกระตือรือร้นในการเดินทาง ต้องการพักผ่อนร่างกายและจิตใจ และยังแสวงหาความรู้เพิ่มเติมมากกว่าผู้สูงอายุตอนปลายซึ่งจะมีสภาพร่างกายที่ค่อนข้างจำกัดในการเดินทาง เนื่องจากสภาพร่างกายที่ใช้งานมานานนั้นมีการชำรุด สึกหรือและทรุดโทรมลง ผู้สูงอายุจะพบปัญหาทางด้านผิวหนังที่ห่อนยานและรอย่นที่ปรากฏชัดเจน เนื่องจากเซลล์ผิวหนังมีจำนวนลดลงและเจริญช้าลง ผิวหนังจึงบางลงและขาดความเต่งตึง น้ำมันใต้ผิวหนังน้อยลง เลือดที่ไหลเวียนน้อยลง ทำให้เหี่ยวย่นและหยาบขึ้น อีกทั้งมีการเสื่อมสลายของแคลเซียมออกจากกระดูกมากขึ้น ทำให้การเคลื่อนไหวของข้อต่างๆไม่สะดวก และประสิทธิภาพการทำงานของสมองและประสาทลดลง ทำให้การตอบสนองต่อปฏิกิริยาต่างๆลดลง การเคลื่อนไหวและความคิดช้าลง ความจำเสื่อม จึงทำให้

ผู้สูงอายุบางท่านจำเป็นต้องใช้รถเข็น และมีผู้ดูแลผู้สูงอายุ ดังนั้น ผู้สูงอายุจะเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีบริการเตรียมความพร้อมให้กับผู้สูงอายุทางด้านความปลอดภัยและความสะดวกในการเดินทางขึ้น-ลงในสถานที่ต่างๆ

2. ความพร้อมทางการเงิน กลุ่มของผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบ่อยครั้ง เนื่องจากมีเวลาว่าง และไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาในการเดินทาง โดยค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแต่ละครั้งของผู้สูงอายุจะแตกต่างกันออกไปตามรายได้ของผู้สูงอายุหรือบุคคลในครอบครัว สถานที่ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

3. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กลุ่มของผู้สูงอายุนั้นมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นแตกต่างกันออกไปตามความต้องการของแต่ละบุคคล ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายในของผู้สูงอายุทั้งทางด้านจิตวิทยาที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่ามีความต้องการในสิ่งใดมากที่สุด ซึ่งมีทั้งความต้องการท่องเที่ยวเพื่อการมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง ความต้องการท่องเที่ยวเพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างคนในกลุ่มของตน ความต้องการที่จะท่องเที่ยวเพื่อสร้างสถานภาพของตนเองในสังคม ความต้องการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ ความต้องการหลีกเลี่ยงความเครียดและความเศร้าหมองในจิตใจ และความต้องการที่พึงพิงทางด้านศาสนาเพื่อทำจิตใจให้สะอาดและสงบ

ปัจจัยภายนอก

1. ความปลอดภัย ผู้สูงอายุให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุนั้น คือ ความปลอดภัย เนื่องจากผู้สูงอายุนั้นมีสภาพร่างกายที่ถูกใช้หนักมาเป็นเวลานาน จึงเกิดการเสื่อมถอยของอวัยวะและเซลล์ภายในร่างกายต่างๆ รวมถึงสุขภาพร่างกายที่อ่อนแอและเจ็บป่วยได้ง่าย ซึ่งอาจเกิดอันตรายถึงชีวิตได้ตลอดเวลา ดังนั้น เมื่อมีการเลือกสถานที่ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความปลอดภัยจะถูกนึกถึงเป็นอันดับแรกของผู้สูงอายุ

2. แรงผลักดันจากสังคมและวัฒนธรรม เป็นประเด็นที่ส่งผลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ คือ แรงผลักดันทางสังคมจากกลุ่มเพื่อนในวัยเดียวกันที่มีความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวในการพักผ่อน การสร้างความสัมพันธ์ในด้านการงานและธุรกิจ การสร้างสถานภาพของตนเองในสังคม และเมื่อเกิดความพึงพอใจ แล้วเกิดการบอกต่อ แนะนำ และชักชวน เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ง่าย

3. สิ่งกระตุ้นทางการตลาด

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ นำเสนอสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้แก่ พัฒนาแพ็คเกจทัวร์นำเที่ยว การบริการทางการแพทย์ สปา หรือการ

สร้างกิจกรรมใหม่ๆที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุในระหว่างการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมทำอาหาร การตรวจเช็คสุขภาพร่างกาย นวดแผนไทย เพื่อคลายความเหงาและเกิดการสังสรรค์ในกลุ่มของผู้สูงอายุด้วยกัน และยังสามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เข้ามาใช้บริการซ้ำได้อีกทางหนึ่ง

3.2 ด้านราคา ผู้สูงอายุนั้นมีความต้องการในการท่องเที่ยว และถ้าเป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น ผู้สูงอายุมีความยินดีที่จะจ่ายต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในราคาที่สูงขึ้นเพื่อให้ตนเองมีสุขภาพที่ดีทั้งร่างกายและจิตใจ

3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การเปิดเว็บไซต์ เพื่อให้สะดวกต่อการค้นหาข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต การจัดการกิจกรรม โรดโชว์ต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อใช้ในการนำเสนอสินค้าและบริการ รวมถึงส่งข้อมูลความเคลื่อนไหวต่างๆ พร้อมทั้งจัดทำ Direct Mail ไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวเดิมจากฐานข้อมูลลูกค้าเก่า เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี และหาลูกค้ารายใหม่จากการลงข้อมูลในนิตยสารท่องเที่ยว และมีการติดต่อกับบริษัทนำเที่ยว ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่จะเดินทางเป็นหมู่คณะ

3.4 ด้านการส่งเสริมการขาย จัดการบริการส่งข้อมูลความเคลื่อนไหวของสินค้าและบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถค้นหาข้อมูลได้ง่าย ร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ในด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ และมีการโฆษณาทางสื่อต่างๆให้เกิดความหลากหลายและต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบอยู่เสมอ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางมาท่องเที่ยว เช่น หนังสือแนะนำเที่ยวนิตยสาร หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และมีการส่งเสริมการขายโดยการให้ส่วนลดกับลูกค้าประจำ มีการติดต่อกลับไปยังลูกค้ารายเดิมที่เคยมาใช้บริการจากฐานข้อมูลลูกค้าเก่าในการส่งการ์ดอวยพรวันขึ้นปีใหม่ วันเกิด รวมถึงข้อมูลโปรโมชั่นต่างๆเพื่อดึงดูดให้พฤติกรรมการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

3.5 ด้านบุคลากร พัฒนาศักยภาพและความสามารถของบุคลากรในด้านภาษา การบริการ ทักษะความรู้ในการดูแลผู้สูงอายุ และการแก้ไขปัญหาเหตุการณ์เฉพาะหน้า การปฐมพยาบาลเบื้องต้นให้กับผู้สูงอายุ การวางแผนสำรอง เป็นต้น

3.6 ด้านกระบวนการ จัดอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในการให้บริการทางด้านการดูแล การอำนวยความสะดวกแบบ One Stop Service เช่น การจัดมุมพักผ่อนแบบสบายๆ ให้ผู้สูงอายุ การจัดการด้านการซักกรีด การทำความสะอาดห้องพัก การดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ การจัดทำอาหารสำหรับผู้สูงอายุ เป็นต้น และมีระบบการชำระค่าบริการทั้งเงินสดและบัตรเครดิต หรือการทำบัตรสมาชิกให้ลูกค้าประจำในการให้ส่วนลดหรือกิจกรรมทางการตลาดอื่นๆ หรือแม้แต่การบริการรถรับส่งจากที่พักถึงสนามบิน และการจัดอาหารที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ

3.7 ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ สร้างการปรับปรุงห้องพัก อาคารสถานที่ หรือการอำนวยความสะดวกต่างๆภายในห้องพักให้กับผู้สูงอายุ เช่น ทางขึ้นลงบันได ที่เป็นทางลาด เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถขึ้นลงบันไดหรือใช้รถเข็นได้สะดวก เป็นต้น พร้อมทั้งมีความปลอดภัย สะอาด และมีบรรยากาศที่ดี เพื่อให้ผู้สูงอายุหรือผู้พิการเกิดความมั่นใจและรู้สึกผ่อนคลาย ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การนำผลการวิจัยไปใช้

การนำเสนอการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้สูงอายุ ทักษะคิด บัญญัติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ ทางผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) กับผู้สูงอายุทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 8 คน เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม ทักษะคิดที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

การนำผลการวิจัยในประเด็นของพฤติกรรม ทักษะคิดและบัญญัติที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุไปปรับใช้กับผู้ประกอบการ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการรายเดิมที่มีการเปิดให้บริการสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยให้ความสำคัญกับสุขภาพเป็นอย่างมาก เนื่องจากต้องการมีสุขภาพที่แข็งแรง และต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ร่วมกับครอบครัวและเพื่อนๆ ในสังคม และมีความสนใจใฝ่หาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากขึ้น เนื่องจากประชากรสูงอายุมีมากขึ้นเรื่อยๆ ในแต่ละปี อีกทั้งผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีพฤติกรรมและทักษะคิดที่ดีต่อการเดินทางท่องเที่ยว ควบคู่กับการรักษาสุขภาพมากขึ้นจะเน้นในเรื่องของกิจกรรมในระหว่างการท่องเที่ยวต่างๆตามแต่ความต้องการและสุขภาพที่เอื้ออำนวยต่อการทำกิจกรรมต่างๆตามสภาพของร่างกายที่เสื่อมโทรมไปตามวัย ดังนั้น ผู้ประกอบการเดิมอาจต้องมีการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการเพิ่มเติมนอกเหนือจากการให้บริการด้านการพัฒนารูปแบบของกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุ และการปรับปรุงทางด้านห้องพัก อาคารสถานที่ แฟ้มเกจทัวร์นำเที่ยวต่างๆ เป็นต้น รวมถึงการใช้เทคโนโลยีต่างๆเข้ามาในการบริหารจัดการต่างๆของที่นำเสนอสินค้าและบริการให้กับผู้สูงอายุผ่านทางเว็บไซต์ และบริการทางด้าน E-Commerce ต่างๆ เพื่อความสะดวกในการค้นหาข้อมูล และยังเป็นการเก็บข้อมูลของลูกค้าไว้ในการส่งเสริมการ

ขายเพื่อให้ผู้สูงอายุเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง เพื่อเป็นการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้สูงอายุที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและเป็นการขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้นตามไปด้วย

2. ผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีความสนใจในการเปิดให้บริการสถานสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ผู้สูงอายุมีความสนใจใช้บริการที่เน้นด้านการท่องเที่ยวที่ควบคู่กับการได้รับสุขภาพที่ดีตามมา โดยเน้นทางด้านการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการให้กับผู้สูงอายุในรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้สูงอายุอีกทางหนึ่ง ในการทำกิจกรรมร่วมกับครอบครัวและเพื่อนในวัยเดียวกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการรายใหม่ควรมีการวางแผนการบริหารจัดการให้มีความแตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิม โดยเน้นการสร้าง ความหลากหลายของกิจกรรมที่เสริมสร้างสุขภาพที่ดีควบคู่กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การตรวจสุขภาพ การนวดประคบสมุนไพร การออกกำลังกาย การฝึกสมาธิ การทำบุญตักบาตร การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ เป็นต้น เพื่อให้ผู้สูงอายุได้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น และเพื่อให้ได้เกิดการชักชวนให้เพื่อนในวัยเดียวกันมาทำกิจกรรมด้วยกัน รวมถึงมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพผ่านทางช่องทางต่างๆ ที่ผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งเมื่อผู้สูงอายุเหล่านี้ได้มีโอกาสทำกิจกรรมด้วยกันจะส่งผลให้มีสภาพจิตใจที่ดีขึ้นสุขภาพร่างกายจะดีขึ้นตามไปด้วย และเพิ่มช่องทางการเข้าถึงลูกค้าอย่างบริษัทนำเที่ยวต่างๆ เนื่องจากผู้สูงอายุนั้นมีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ จึงเป็นโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มของผู้สูงอายุได้อย่างตรงจุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย

จากข้อมูลที่ได้จากการประชุมกลุ่มย่อย พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นอย่างมาก เนื่องจากต้องการพักผ่อนในบั้นปลายของชีวิตหลังจากที่ทำงานหนักมาทั้งชีวิตในการเลี้ยงดูตนเองและสร้างครอบครัว ประกอบกับทั้งภาครัฐและเอกชนนั้นต่างก็ให้ความสำคัญและส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น จึงเป็นโอกาสในการจับกลุ่มลูกค้าสูงอายุกลุ่มนี้ เพื่อให้เกิดพฤติกรรมและทัศนคติให้เกิดการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจภายในประเทศให้ดีขึ้นตามมา และยังสามารถช่วยลดปัญหาทางด้านสภาพทางด้านร่างกายและจิตใจของผู้สูงอายุให้ดีขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งนี้การประชุมกลุ่มย่อย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สูงอายุในวัย 60 ปีขึ้นไป ซึ่งอาจเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังนั้นเพื่อให้ผลการวิจัยสามารถนำมาเปรียบเทียบได้กับกลุ่มตัวอย่างในวัยอื่น ๆ จึงควรมีการเพิ่มเติมกลุ่มตัวอย่างโดยศึกษากลุ่มตัวอย่างในวัยก่อนสูงอายุเพิ่มเติมด้วย

2.2 ควรมีการแลกเปลี่ยนประเด็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ชัดเจน เพื่อช่วยให้ผลวิจัยที่ออกมาเป็นไปในทิศทางเดียวกันมากขึ้นและสามารถเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการนำไปประยุกต์ใช้ได้ดียิ่งขึ้น

2.3 ควรมีการร่วมมือกันของผู้เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ ทั้งในด้านสาธารณูปโภคต่างๆในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุ การตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีลักษณะเป็นศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ (One Stop Service)

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (มีนาคม 2553). รายงานสรุปฉบับผู้บริหาร โครงการสำรวจทัศนคติ และพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของชาวไทยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <http://www.etajournal.com/download/2553/2553-executive-summary-bangkok-tourist-behavior>. [6 ตุลาคม 2556]
- จารุบุณย์ ปาณานนท์. (ตุลาคม-ธันวาคม 2543). ธุรกิจการบริการผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นแบบพำนักรถไฟ. จดสารการท่องเที่ยว. ปีที่19. ฉบับที่4. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ผู้จัดการออนไลน์. (17 สิงหาคม 2555). ค้นเชิงใหม่สุดศูนย์เฮลท์จับนักท่องเที่ยววัยเกษียณ. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <http://www.manager.co.th/iBizchannel/ViewNews.aspx?NewsID=9550000100895>. [2 ตุลาคม 2556]
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2548). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- นฤมล จิตรเอื้อ และเจมมารี รัชชชัชชีพ. (2555). กลยุทธ์การจูงใจการท่องเที่ยวระยะยาวแบบเปี่ยมสุข ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างประเทศ (2555). วารสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 7(2), 65-74.
- ปรารณา ศิริเบญจรัตน์. (2553). รูปแบบการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุที่เป็นข้าราชการบำนาญในเขตเทศบาล จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- มัทนา เมนแก. (2554). การสร้างความสามารถทางการตลาดเพื่อการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวไทยในตลาดท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างประเทศ. วารสารวิชาการบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม, 1(1), 21- 32.
- วรัชต์ มัชฌมบุรุษ.(กันยายน 2550). การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <http://www.oknation.net/blog/print.php?id=111822>. [2 ตุลาคม 2556]
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: บริษัท ดวงกลมสมัย จำกัด.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สมหมาย เทียงแท้. (2549). แนวทางพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สมยศ วัฒนาภมลชัย และเยาวลักษณ์ ยิ้มอ่อน. (2554). นักท่องเที่ยวสูงอายุ กลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว.วารสารปัญญาภิวัฒน์, 95-103.
- สรารุช สุวรรณรักษ์. (2550). ทัวร์สุขภาพ แม่น้ำนครชัยศรี. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <http://www.oknation.net/blog/print.php?id=46267>. [2 ตุลาคม 2556]
- สามารถ ศรีดาวเรือง. (30 มีนาคม 2556). ลักษณะเที่ยววัยเกษียณ สะดวกปลอดภัยไม่ทรมาณ. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <http://www.posttoday.com/กิน-เที่ยว/เที่ยวทั่วโลก/213272> . [2 ตุลาคม 2556]
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2550). รายงานการสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2550. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <http://www.service.nso.go.th/nso/nsopublish/pocketbook/older-pb50.pdf>. [31 กันยายน 2556]
- สุขภาวะผู้สูงอายุ. (2555). ภาพรวมของสิทธิผู้สูงอายุตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: http://www.stou.ac.th/stoukc/elder/maim2_14.html. [30 สิงหาคม 2556]
- สุมาลี สังข์ศรี. (2543). รายงานการวิจัย เรื่อง การพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ด้านการรับการศึกษา ความรู้ข่าวสารข้อมูล. (พิมพ์ครั้งที่ 1). ม.ป.ท.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ. (26 กันยายน 2556). เกาะคิดแรลลี่วีลแชร์ เมื่อล้อกับใจหมุนไปพร้อมกัน. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <http://www.thaihealth.or.th/partner/partnerstor/36683>. [2 ตุลาคม 2556].
- อัญชลี พิษญาภรณ์. (2550). รายงานการวิจัยของบริษัท โอکیلวีแอนด์เมเธอร์ประเทศไทย. อ้างถึงใน Sasinand. (2550). ประเทศไทยได้กลายเป็นสังคมผู้สูงอายุไปแล้ว. เข้าถึงจาก : <http://gotoknow.org/blog/goodliving/133071?page=3>. [2 กันยายน 2556]

บรรณานุกรม (ต่อ)

- อภิขญา จิวพัฒนกุล วรางคณา อติสรประเสริฐ และศุภิญญา ญาณสมบูรณ์. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมและการใช้จ่ายของผู้สูงอายุ. วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา(สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 3(6), 178 - 194.
- Japan Association of Travel Agents (JATA, February 25, 2002). JATA Independent Surveys. Big Potential Demand for Eco-tours Among Middle-aged People and Senior Citizens. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <http://www.jatanet.or.jp/english/reports/2002/2ndecotour.htm>. [2 ตุลาคม 2556]
- Kevin Wongleedee (2011). Satisfaction: Global Senior Tourists in Thailand. International College, Suan Sunandra Ratjabhat University.
- Kotler P. (1997). Marketing Management Analysis, planning, implementation, and control. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.
- Nimrod, G. (2008). Retirement and tourism Themes in retirees' narratives. doi:DOI:10.1016/j.annals.2008.06.001]. Annals of Tourism Research, 35(4), 859-878.
- United Nations. (2007). Populations ageing, 2007. (Poster).



ภาคผนวก ก

แบบคำถามการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

แบบคำถามการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ

1. ท่านมีมุมมองเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นอย่างไร
2. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบไหนที่เหมาะสมสำหรับท่านมากที่สุด
3. ทำไมถึงคิดว่าวิธีดังกล่าวเป็นวิธีที่ดีที่สุดสำหรับท่าน



ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

รายชื่อผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ในการการศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ ในวันเสาร์ที่ 21 กันยายน 2556 มีดังนี้

- | | |
|-----------------|----------------------|
| 1. คุณกิตติชัย | ผู้เกษียณอายุ |
| 2. คุณพิบูล | ตัวแทนชาย |
| 3. คุณรสสุคนธ์ | ตัวแทนชาย |
| 4. คุณศรีสุวรรณ | ประกอบธุรกิจส่วนตัว |
| 5. คุณธีรเวช | เจ้าของธุรกิจ |
| 6. คุณจิตติวรรณ | ผู้จัดการบริษัทเอกชน |
| 7. คุณพรรณีพา | แม่บ้าน |
| 8. คุณภาสัน | เจ้าของกิจการ |