รายงานการวิจัย

แผนงานวิจัย
การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง
A Study of Lifestyle of High-Spending Senior Tourists

คณะวิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร.ราณี อิสิชัยกุล มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

รองศาสตราจารย์ ดร.รชพร จันทร์สว่าง มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ

ประจำปีงบประมาณ 2563

พ.ศ. 2565

กิตติกรรมประกาศ
(Acknowledgement)

แผนงานวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง ได้รับเงินทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ประจำปีงบประมาณ 2563 และได้รับการส่งเสริมด้านเวลาและสิ่งอำนวยความสะดวกจากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ในโอกาสนี้ดิฉันขอขอบพระคุณอย่างสูงต่ออดีตผู้ประสานงานสำนักประสานงานโครงการวิจัยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการที่ได้ให้โอกาสคณะวิจัยในการจัดทำโครงการวิจัยนี้ ขอขอบคุณที่ปรึกษาโครงการคุณคมกริช ด้วงเงิน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ให้คำปรึกษาแก่คณะวิจัย ขอขอบพระคุณหน่วยงาน ผู้บริหาร ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องทุกท่านทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน และท้ายนี้ขอขอบคุณนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ทุกท่านที่ได้สละเวลาให้ความอนุเคราะห์ข้อมูล การสัมภาษณ์ และข้อคิดเห็นซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัยทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี รวมทั้งทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือสนับสนุนให้ข้อคิดเห็นในการค้นคว้าวิจัยอันเป็นประโยชน์แก่คณะผู้วิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร.ราณี อิสิชัยกุล และคณะ

วิชาเอกการจัดการการท่องเที่ยว
สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ถนนแจ้งวัฒนะ ปากเกร็ด นนทบุรี 11120

บทสรุปผู้บริหาร

รายละเอียดเกี่ยวกับแผนงานวิจัย

ชื่อเรื่อง การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง

A Study of Lifestyle of High-Spending Senior Tourists

ชื่อคณะผู้วิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร. ราณี อิสิชัยกุล สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

โทรศัพท์. 089 499 1032 email: ranee.esi@stou.ac.th, esichai@gmail.com

รองศาสตราจารย์ ดร. รชพร จันทร์สว่าง สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

โทรศัพท์: 085 908 4812 e-mail: chansawangr@gmail.com

งบประมาณและระยะเวลาวิจัย

ได้รับงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 **งบประมาณที่ได้รับ** 391,600 บาท

ระยะเวลาทำการวิจัย ตั้งแต่ 29 กันยายน 2563 ถึง 28 มิถุนายน 2565

เนื้อหาบทสรุปผู้บริหาร

1. บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยและเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ (UNWTO, 2018) ในปี พ.ศ. 2561 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 38.28 ล้านคน และมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นมูลค่า 2,003,887 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2652) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 ช่วงปี พ.ศ. 2560-2564 ประเทศไทยได้กำหนดยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการเป็นศูนย์กลางแห่งการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคเอเชีย ผ่านมาตรการยกระดับเป็นศูนย์กลางดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) นักท่องเที่ยวสูงอายุนับว่าเป็นกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างของประชากรในโลกที่ทำให้จำนวนของผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น ในปี พ.ศ. 2558 นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมีจำนวน 4,810,464 คน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวจำนวน 12,022 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.5 ของรายได้ทั้งหมดจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวสูงอายุต่างชาติจำนวน 3,628,758 คน สร้างรายได้แก่ประเทศไทยเป็นมูลค่า 183,869 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 12.1 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด แต่มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยปีละ ร้อยละ 17.21 สูงกว่าอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดเฉลี่ยต่อปีละร้อยละ 10.21 ซึ่งนักท่องเที่ยวสูงอายุต่างชาติ 3 อันดับแรก ได้แก่ ชาวจีน จำนวน 823,296 คน มาเลเซีย จำนวน 682,367 คน และญี่ปุ่น จำนวน 239,378 คน (Manager Online, 2560) Economic Intelligence Center (2017) รายงานว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุต่างประเทศ 10 อันดับแรกของประเทศไทย ได้แก่

นักท่องเที่ยวชาวจีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น เกาหลี ลาว อเมริกัน อังกฤษ ออสเตรเลีย สิงคโปร์ และ เยอรมนี ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง ก่อให้เกิดรายได้สูงแก่ประเทศไทย และกลายเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของประเทศไทย ซึ่งในจำนวนนี้เป็นนักท่องเที่ยวจากอาเซียน 3 ประเทศ

อย่างไรก็ดี อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับผลกระทบโดยตรงจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 เพราะการใช้มาตรการควบคุมโรค เช่น การเว้นระยะห่างทางสังคม และการล็อกดาวน์ในประเทศต่าง ๆ ได้สร้างความเสียหายอย่างหนักต่อธุรกิจหลายภาคส่วน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและสายการบิน อย่างไรก็ดี นักท่องเที่ยวสูงอายุมีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป เช่น เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี ความพึงพอใจเป็นหลัก พักนานใช้จ่ายสูง มีความสามารถในการซื้อบริการในราคาสูง เนื่องจากมีเงินเก็บจากการทำงานหนักมาทั้งชีวิต ขณะเดียวกันคำนึงถึงความมั่นใจด้านความปลอดภัย ความมั่นใจด้านบริการ ใส่ใจดูแลสุขภาพที่ดี เลือกกิจกรรมที่เหมาะกับวัยและสุขภาพ การเตรียมความพร้อมในการรองรับตลาดกลุ่มนี้ทั้งตลาดนักท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศจึงจำเป็นต้องมีการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตซึ่งเป็นปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง วิถีการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลที่แสดงออกมาในรูปแบบของกิจกรรม ความสนใจ และทัศนคติ โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตจะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวบุคคลนั้น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เชิงลึกสำหรับการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิต อันจะนำไปสู่จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศต่อไป

แม้ว่านักท่องเที่ยวสูงอายุจะเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงภายหลังจากการระบาดของโรค COVID-19 แต่แผนการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปีพ.ศ. 2566 มีนโยบายในการพลิกฟื้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ด้วยการเน้นการสร้างประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวที่มีความหมายและทรงคุณค่า โดยมุ่งกระตุ้นความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มคุณภาพกระแสหลัก เช่น กลุ่ม Millennials กลุ่ม Gen X และ กลุ่ม Silver-Age-People (SAP) และเจาะขยายฐานตลาดกลุ่มความสนใจพิเศษโดยเฉพาะ กลุ่ม Health & Wellness กลุ่มท่องเที่ยวเชิงกีฬา กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เที่ยวอย่างใส่ใจสิ่งแวดล้อม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2565) นอกจากนี้ วิจัยกรุงศรีมีความเห็นว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยควรเน้นการยกระดับจำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศไทยให้กลับมาเท่ากับช่วงก่อนการเกิดโรค COVID-19 โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยว Baby Boomer และกลุ่ม Silver Hair เนื่องจากมีกำลังซื้อสูง มีเวลาในการท่องเที่ยวนานกว่ากลุ่มอื่น ๆ โดยตัดสินใจเลือกใช้บริการที่เน้นความคุ้มค่า คุณภาพ และความปลอดภัย (วิจัยกรุงศรี, 2564) จึงเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยและชาวต่างประเทศยังคงเป็นตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพของประเทศไทยที่ควรส่งเสริม

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1) เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

2) เพื่อจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

3) เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

4) เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูงในประเทศไทย

1.3 วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้เป็นแบบผสมผสานทั้งเชิงคุณภาพโดยวิธีการสนทนากลุ่ม/การสัมภาษณ์และเชิงปริมาณโดยแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1) รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ แล้วนำแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูงจากประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ประเทศละ 300 ตัวอย่าง และชาวไทยจำนวน 1,000 ตัวอย่าง ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข เมื่อปรับปรุงแก้ไขแล้วจึงนำมาใช้เก็บข้อมูล

2) เก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูงจากประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และชาวไทย และเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้การการสัมภาษณ์ เพื่อค้นหาข้อมูลเชิงลึก

3) จัดทำสนทนากลุ่มร่วมกับผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภาครัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมวิชาชีพด้านการท่องเที่ยว และภาคเอกชน เช่น บริษัทนำเที่ยว เพื่อหารูปแบบผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงและความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวสูงอายุฯ

2. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

2.1 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวและรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

2.1.1 ผลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวสิงคโปร์เคยมาเที่ยวประเทศไทย 4 ครั้งขึ้นไปถึงร้อยละ 58 ในขณะที่ชาวมาเลเซียมาเที่ยวประเทศไทย 2-3 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 39.5 แต่ผู้ตอบแบบสอบถามชาวอินโดนีเซียเคยมาเที่ยวประเทศไทยครั้งเดียวมากที่สุดถึงร้อยละ 41.3 ชาวสิงคโปร์ใช้การจองการเดินทางท่องเที่ยวโดยศึกษาจากสื่อและจองด้วยตนเองออนไลน์สูงถึงร้อยละ 84.7 ชาวอินโดนีเซียร้อยละ 48.7 ในขณะที่ชาวมาเลเซียใช้การจองการเดินทางท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยวในรูปแบบเดินทางกลุ่มส่วนตัวสูงถึงร้อยละ 43.5 ชาวสิงคโปร์เดินทางกับเพื่อนมากที่สุดสูงถึงร้อยละ 35.1 ใกล้เคียงกับคู่สมรสที่ร้อยละ 34.4 ในขณะที่ชาวมาเลเซียเดินทางกับคู่สมรสมากที่สุดร้อยละ 38.9 ชาวอินโดนีเซียเดินทางกับเพื่อนมากที่สุดสูงถึงร้อยละ 51.3 ชาวสิงคโปร์มีแรงจูงใจที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยเพื่อมาพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุดร้อยละ 30.40 เช่นเดียวกับชาวมาเลเซียร้อยละ 22.91 แต่ชาวอินโดนีเซียเพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ร้อยละ 17.23 ชาวสิงคโปร์ทำกิจกรรมท่องเที่ยวด้วยการชิมอาหารไทยมากที่สุดร้อยละ 19.77 รองลงมาคือการจับจ่ายใช้สอยร้อยละ 17.91 ชาวมาเลเซียทำกิจกรรม

ชมทัศนียภาพสถานที่ต่าง ๆ มากที่สุดร้อยละ 19.98 ใกล้เคียงกับการชิมอาหารไทยร้อยละ 19.72 รองมาคือการจับจ่ายใช้สอยร้อยละ 15.64 ชาวอินโดนีเซียทำกิจกรรมการท่องเที่ยวชมทัศนียภาพสถานที่ต่าง ๆ ร้อยละ 23.61 รองลงมาคือการชิมอาหารไทยมากที่สุดร้อยละ 16.80 รองลงมาคือการจับจ่ายใช้สอยร้อย 14.25 กล่าวโดยสรุป กิจกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่มมีความคล้ายคลึงกัน

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ในภาพรวม พบว่า มีการเดินทางท่องเที่ยว 3 ครั้งต่อปี ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว คือ วันหยุดติดต่อกันหลายวัน ระยะเวลาเดินทางประมาณ 3 วันต่อครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ได้รับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ซึ่งตนเองเป็นผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว และนิยมเดินทางท่องเที่ยวกับคู่สมรส โดยการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ รถยนต์ส่วนบุคคล แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา และน้ำตก ส่วนที่พักแรมที่นิยมใช้บริการในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ประมาณ 5,001-10,000 บาท

2.1.2 ผลการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม (Activity) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบและได้กระทำระหว่างเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสูงอายุชาวสิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซียให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่ดีมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ด้านความสนใจ (Interest) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจกับการเพลิดเพลินกับอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลายมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง และด้านความคิดเห็น (Opinion) ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดมีจำนวน 2 ข้อได้แก่ การคำนึงถึงความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว และใกล้เคียงกับการคำนึงถึงสุขอนามัยของสถานที่ท่องเที่ยว สรุปว่านักท่องเที่ยวสูงอายุทั้ง 3 ประเทศมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่คล้ายคลึงกัน รูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกิจกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ชอบเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ด้านความสนใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ครอบครัวมีความสำคัญที่สุดในชีวิตมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด และด้านความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การวางแผนชีวิตเป็นเรื่องสำคัญ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด

2.2 ผลการจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

2.2.1 ผลการจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูง สรุปได้ 7 กลุ่มดังนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวสุขภาพและความปลอดภัย (Safe Traveler) กลุ่มนักท่องเที่ยวตามสื่อ (Media Follower) กลุ่มนักท่องเที่ยวตะลุยไปกับเพื่อนและญาติ (Fun Explorer) กลุ่มนักท่องเที่ยวอาหารและซื้อสินค้าและบริการ (Food and Shopper) กลุ่มนักท่องเที่ยวเรียนรู้วัฒนธรรม (Cultural Experiencer) และกลุ่ม

นักท่องเที่ยวกิจกรรมที่แปลกใหม่และทดลองทำ (Participative Achiever) และกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มชอบสปา พักโรงแรมหรูหราและรับประทานอาหารที่เลิศรส (Luxury Tourist)

2.2.2 ผลการจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง สรุปได้ 5 กลุ่มดังนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มใส่ใจสิ่งรอบตัว กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต และกลุ่มที่ 5 นักท่องเที่ยวกลุ่มรักสุขภาพ

2.3 ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวสิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงแต่ละกลุ่ม เป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว ร้านอาหาร ที่พัก แหล่งจับจ่ายใช้สอย และแหล่งกีฬา ที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกันซึ่งมีอยู่ในหลายจังหวัดของประเทศไทย

3. ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัย

ผลสำเร็จของการวิจัยนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายได้สูง ได้แก่ กลยุทธ์ด้านอุปทานในการพัฒนาสินค้าและทางท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูง กลยุทธ์ด้านอุปสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูง และกลยุทธ์การสื่อสารและส่งเสริมการตลาด

4. การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์เป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวสูงอายุในประเทศไทย ซึ่งในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงในประเทศไทย หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนควรร่วมมือกันในการดำเนินนโยบาย ดังนี้

4.1 นโยบายการพัฒนาเมืองผู้สูงวัยเพื่อเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวสูงอายุ คือ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีศักยภาพในการตอบสนองความต้องการตามรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทย ให้มีความพร้อมในการรองรับความต้องการของผู้สูงอายุในด้านแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร โรงพยาบาล แหล่งจับจ่ายใช้สอย และความสะดวกการเดินทางเข้าออกโดยเฉพาะทางอากาศ หน่วยงานหลัก ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีแผนงาน ดังนี้

4.1.1 แผนงานด้านอุปทานสินค้าและทางท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ประกอบด้วยแผนดำเนินงาน ได้แก่ การพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวโดยอาศัยหลักการอารยะสถาปัตยกรรม (Universal Design) โดยเจ้าของ/ผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน สำนักงานท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ การพัฒนาเที่ยวบินเพื่อการเดินทางเข้าออกจังหวัดทางอากาศโดยสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย สายการบิน การส่งเสริมสิ่งอำนวยความสะดวกที่เชื่อมโยงการเดินทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยว

สูงอายุ โดยองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่และเทศบาลนครเชียงใหม่ และการพัฒนาทักษะและศักยภาพเพื่อบริการนักท่องเที่ยวสูงอายุโดยสำนักงานท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน สถาบันการศึกษาในพื้นที่

4.1.2 แผนงานด้านอุปสงค์สินค้าและทางท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ประกอบด้วยแผนดำเนินงาน ได้แก่ การออกแบบเส้นทาง รายการนำเที่ยว กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว ให้มีความหลากหลายและสร้างสรรค์มากขึ้นโดยบริษัทนำเที่ยว เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด การออกแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เชื่อมโยงกับภูมิปัญญาไทย โดยสมาคมสปาล้านนา

4.2 นโยบายการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้แก่ การส่งเสริมการขาย โดยธุรกิจนำเที่ยว ตัวแทนท่องเที่ยว โรงแรม สายการบิน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัด และการออกแบบแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อเชื่อมโยง Application ที่มีอยู่ในห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

บทคัดย่อ

ชื่อแผนงาน : การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง

แผนงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวและรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง (2) เพื่อจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง (3) เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง (4) เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูงในประเทศไทย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวสิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซียที่มีอายุมากกว่า 55 ปี และมีรายได้ขั้นต่ำตามที่กำหนด ประเทศละ 300 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีอายุมากกว่า 55 ปี และมีรายได้ขั้นต่ำ 45,000 บาทขึ้นไป จำนวน 1,000 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว โดยใช้การสนทนากลุ่มจากบุคลากรในหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง จำนวน 20 คน และสัมภาษณ์ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัด จำนวน 14 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามใช้การสรุปผลเป็นค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบและคลัสเตอร์ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวสิงคโปร์เคยมาเที่ยวประเทศไทย 4 ครั้งขึ้นไปมากที่สุดถึงร้อยละ 58 ในขณะที่ชาวมาเลเซียมาเที่ยวประเทศไทย 2-3 ครั้งขึ้นไปร้อยละ 39.5 แต่ชาวอินโดนีเซียเคยมาเที่ยวประเทศไทยครั้งเดียวร้อยละ 41.3 ชาวสิงคโปร์ใช้การจองการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองออนไลน์สูงถึงร้อยละ 84.7 เช่นเดียวกับชาวอินโดนีเซียที่ร้อยละ 48.7 ในขณะที่ชาวมาเลเซียใช้การจองการเดินทางท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยวในรูปแบบเดินทางกลุ่มส่วนตัวร้อยละ 43.5 ชาวสิงคโปร์เดินทางกับเพื่อนถึงร้อยละ 35.1 ใกล้เคียงกับคู่สมรสที่ร้อยละ 34.4 ในขณะที่ชาวมาเลเซียเดินทางกับคู่สมรสร้อยละ 38.9 ชาวอินโดนีเซียเดินทางกับเพื่อนร้อยละ 51.3 ชาวสิงคโปร์มีแรงจูงใจที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยเพื่อมาพักผ่อนหย่อนใจร้อยละ 30.40 เช่นเดียวกับชาวมาเลเซียร้อยละ 22.91 แต่ชาวอินโดนีเซียเพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ๆร้อยละ 17.23 ชาวสิงคโปร์ทำกิจกรรมท่องเที่ยวด้วยการชิมอาหารไทยมากที่สุดร้อยละ 19.77 และการจับจ่ายใช้สอยร้อยละ 17.91 ชาวมาเลเซียทำกิจกรรมชมทัศนียภาพ ร้อยละ 19.98 ใกล้เคียงกับการชิมอาหารไทยร้อยละ 19.72 และการจับจ่ายใช้สอยร้อยละ 15.64 ชาวอินโดนีเซียทำกิจกรรมการท่องเที่ยวชมทัศนียภาพ ร้อยละ 23.61 รองลงมาคือการชิมอาหารไทยร้อยละ 16.80 และการจับจ่ายใช้สอยร้อย 14.25 สำหรับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง พบว่า มีการเดินทางท่องเที่ยว 3 ครั้งต่อปี ในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน ประมาณ 3 วันต่อครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อการ

พักผ่อน ได้รับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ซึ่งตนเองเป็นผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว และนิยมเดินทางท่องเที่ยวกับคู่สมรส โดยการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองและใช้รถยนต์ส่วนบุคคล แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ส่วนที่พักแรมที่นิยมใช้บริการ ได้แก่ โรงแรม ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 5,001-10,000 บาทต่อครั้ง

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบและได้กระทำระหว่างเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุทั้ง 3 ประเทศมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่คล้ายคลึงกัน คือ ด้านกิจกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามสูงอายุทั้ง 3 ประเทศให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่ดีมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ด้านความสนใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจกับการเพลิดเพลินกับอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลายมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง และด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดมีจำนวน 2 ข้อได้แก่ การคำนึงถึงความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว และการคำนึงถึงสุขอนามัยของสถานที่ท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกิจกรรมอยู่ในระดับปานกลาง โดยชอบเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ด้านความสนใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ครอบครัวมีความสำคัญที่สุดในชีวิต และด้านความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากในการวางแผนชีวิตเป็นเรื่องสำคัญ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด

(2) ผลการจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูง สรุปรวมได้ 7 กลุ่มดังนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวสุขภาพและความปลอดภัย กลุ่มนักท่องเที่ยวตามสื่อ กลุ่มนักท่องเที่ยวตะลุยไปกับเพื่อนและญาติ กลุ่มนักท่องเที่ยวอาหารและซื้อสินค้าและบริการ กลุ่มนักท่องเที่ยวเรียนรู้วัฒนธรรม และกลุ่มนักท่องเที่ยวกิจกรรมที่แปลกใหม่และทดลองทำ และกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มชอบสปา พักโรงแรมหรูหราและรับประทานอาหารที่เลิศรส ผลการจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง สรุปได้ 5 กลุ่มดังนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มใส่ใจสิ่งรอบตัว กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต และกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มรักสุขภาพ กิจกรรม และอาหารปลอดภัย

(3) ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวสิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงแต่ละกลุ่ม เป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว ร้านอาหาร ที่พัก แหล่งจับจ่ายใช้สอย และแหล่งกีฬา ที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกันซึ่งมีอยู่ในหลายจังหวัดของประเทศไทย

(4) ผลการวิจัยสามารถกำหนดเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายได้สูง ได้แก่ นโยบายการพัฒนาเมืองผู้สูงวัยเพื่อเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวสูงอายุ และนโยบายการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ

คำสำคัญ: รูปแบบการดำเนินชีวิต นักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง ชาวอาเซียน ชาวไทย

ABSTRACT

Project Title: A Study of Lifestyle of High-Spending Senior Tourists

The purposes of this research were (1) to study tourist behavior and life-style of high-spending ASEAN and Thai senior tourists; (2) to analyze factors and clusters of high-spending ASEAN and Thai senior tourists; (3) to suggest tourism products according to clusters of high-spending ASEAN and Thai senior tourists; and to propose promotion policies for clusters of high-spending ASEAN and Thai senior tourists.

This research was a mixed method of qualitative and quantitative research. Population was senior tourists from Singapore, Malaysia and Indonesia, aged above 55 years old with required minimum income; and Thai senior tourists aged above 55 years old with minimum monthly income of 45,000 baht. A sample size of 300 ASEAN samples was collected from each country, together with 1,000 Thai samples, by using a questionnaire for data collection. Thirty-four stakeholders related to senior tourism of public sector and private sector were interviewed and focus groups, through purposive sampling. For quantitative data analysis, statistical tools for descriptive analysis were employed including percentage, frequency, mean, and standard deviation, exploratory factor analysis and cluster analysis. For qualitative data analysis, content analysis was used to analyze data.

The results showed that (1) regarding tourist behavior, 58% of Singaporean senior tourists have visited Thailand for more than four times while 39.5% of Malaysian senior tourists have visited Thailand for 2-3 times but 41.3% of Indonesian senior tourists have visited Thailand for once. 84.7% of Singaporean respondents arranged their trips by themselves independently via on-line. 43.5% of Malaysian respondents travelled with a tour company in FIT/private group whereas 42.2% arranged their trips by themselves independently via on-line. 48.7% of Indonesian respondents arranged their trips by themselves independently via on-line. Singaporean respondents travelled with friends the most (35.1%) as same as Indonesian respondents (51.3%) but most Malaysian respondents travelled with their spouse (38.9%). Travel motivation of Singaporean respondents mostly (30.40%) was to rest and relaxation, as same as Malaysian respondents (22.91%) but motivation of Indonesian respondents was to learn new things (17.23%). Major activity of Singaporean respondents was eating Thai food (19.77%), followed by shopping

(17.91%). Sightseeing was major activity of Malaysian respondents as 19.98%, together with eating Thai food (19.72%). Sightseeing (23.61%) was major activity of Indonesian respondents, followed by eating Thai food (16.80%) and shopping (14.25%). Consequently, three groups had similar tourist activities.

Thai senior tourists travelled 3 times per year during public holidays. They spent 3 days per trip for rest and relaxation. They received travel information from friends and family but they made their own decision. Thai senior tourists travelled with their spouse, arranged travel programs by themselves, and used their own car. Their favorite attractions were natural attractions. They preferred to stay in a hotel and spent 5,001-10,000 baht per trip.

For lifestyle analysis in terms of activity, Singaporean, Malaysian, Indonesian senior tourists ranked "good food and beverage were important for me on vacation." while in terms of interest, they ranked "I enjoy a great variety of food/cuisine."; and in terms of opinion, they ranked "I consider the safety of holiday destinations.". As a result, three groups have similar travel lifestyle. For lifestyle analysis of Thai senior tourists, the overall result was at a high level. Activities were at a middle level in which "I like to travel to a variety of places." was at the highest mean. Interests were at a high level in which "My family is the most important aspect of my life" was at the highest mean. Opinions were at a high level in which "Life planning is important." was at the highest mean.

(2) Cluster analysis of high-spending ASEAN senior tourists includes Safe Traveler, Media Follower, Fun Explorer, Food and Shopper, Cultural Experiencer, Participative Achiever and Luxury Tourist. Thai senior tourists are clustered into cultural learner and brand attention, outdoor adventurer, environment conscious traveler, volunteering and life achievement tourist, and healthy activities and food safety visitor.

(3) Tourism products according to cluster analysis of high-spending ASEAN and Thai senior tourists include tourism attractions, activities, restaurants, accommodation, shopping and sports that suit each cluster accordingly. These tourism products are available in a variety of destinations in Thailand.

(4) Promotion policies for clusters of high-spending ASEAN senior tourists include development policy for a senior city and tourism promotion policy to support destinations.

Key Words: Lifestyle, High-Spending Senior Tourist, ASEAN, Thai

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ฌ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฎ
สารบัญ	ฐ
สารบัญตาราง	ฒ
สารบัญภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์หลักของแผนงานวิจัย	8
1.3 นิยามศัพท์/นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ	8
1.4 ขอบเขตการวิจัย	9
1.5 กรอบแนวคิดของการวิจัย	10
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	12
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	12
บทที่ 2 การทบทวนเอกสารและวรรณกรรม	15
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุและนักท่องเที่ยวสูงอายุ	15
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุ	18
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต	29
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว	48
2.5 โครงการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ	52
2.6 สถานการณ์โควิดและยุทธศาสตร์เฉพาะกิจของการท่องเที่ยวของประเทศไทย (พ.ศ. 2564-2565)	56
2.7 การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวหลังสถานการณ์ COVID-19 ของสิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย	69
2.8 แนวโน้มการท่องเที่ยวหลัง COVID-19	71
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	75
3.1 วิธีการดำเนินการวิจัยและสถานที่เก็บข้อมูล	75
3.2 วิธีการศึกษา	75

หน้า

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย 83
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง 83
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ 2 วิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่การใช้จ่ายสูง 89
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง 93
4.4 ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง 141
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 145
5.1 สรุปผลการวิจัย 145
5.2 อภิปรายผล 147
5.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวสูงอายุในประเทศไทย 151
บรรณานุกรม 155
ภาคผนวก 167
ภาคผนวก ก แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 1 หน้ากระดาษ 169
ภาคผนวก ข แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 5 บรรทัด 171
ภาคผนวก ค รายนามคณะวิจัย 175

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 2.1	จำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทย พ.ศ. 2559-2561	17
ตารางที่ 2.2	ตัวชี้วัด AIOs สำหรับวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต	31
ตารางที่ 2.3	ผลการวิเคราะห์ตัวแปรของรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย	45

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 1.1	กรอบแนวคิดของการวิจัย	11
ภาพที่ 1.2	แผนภาพบูรณาการงานวิจัย	14
ภาพที่ 2.1	ตราสัญลักษณ์ SHA	68

บทที่ 1
บทนำ

บทนำจะประกอบด้วยความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย วัตถุประสงค์ของแผนงานวิจัย นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย ขอบเขตการวิจัยและกรอบแนวคิดการวิจัย และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศ ซึ่งในปี ค.ศ. 2015 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้กว่า 7.86 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ หรือร้อยละ 9.8 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศทั่วโลก จากรายงานขององค์กรการท่องเที่ยวโลก (The United Nations World Tourism Organization: UNWTO) พบว่าในปี ค.ศ. 2015 มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกอยู่ที่ 1.2 พันล้านคน โดยในช่วงปี ค.ศ. 2010-2015 จำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกมีอัตราเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 4.6 (UNWTO, 2015) ทั้งนี้องค์กรการท่องเที่ยวโลกได้รวบรวมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวทั่วโลกถึงความเชื่อมั่นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกในปี ค.ศ. 2016 ส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 60 มองว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกจะดีขึ้นกว่าปีที่ผ่านมาแต่การเติบโตจะยังอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกันด้วยอัตราร้อยละ 3-4 โดยภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและแอฟริกายังคงเป็นภูมิภาคที่มีการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวเข้าประเทศสูงสุดในอัตราร้อยละ 5-6 ตามด้วยภูมิภาคอเมริกาที่คาดว่าจะมีการเติบโตร้อยละ 4-5 (UNWTO, 2016) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและเป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก ดังนั้น รัฐบาลประเทศต่าง ๆ จึงให้ความสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศแถบทวีปเอเชีย และภูมิภาคอาเซียนต่างพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศของตนเพิ่มมากขึ้น เพราะฉะนั้นภารกิจด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นภารกิจที่ถูกผสานกลมกลืนไปกับการพัฒนาประเทศในทุกมิติ (World Economic Forum, 2016)

ในส่วนของการท่องเที่ยวไทยนั้น ได้สร้างรายได้กว่า 2.23 ล้านล้านบาท มีมูลค่ากว่าร้อยละ 17 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ซึ่งถือได้ว่าเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ อีกทั้งในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยยังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นติดอันดับที่ 11 ของโลก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559) สะท้อนให้เห็นจากแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ประกอบกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ทำให้ในปัจจุบันการท่องเที่ยวได้กลายเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนของประเทศไทย หากพิจารณาจากความพร้อมและศักยภาพของประเทศไทยต่อการท่องเที่ยว พบว่า ประเทศไทยมีจุดเด่นและข้อได้เปรียบจากประเทศคู่แข่งหลายประการ เช่น ทำเลที่ตั้งเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ และอัธยาศัยไมตรีของคนไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) นอกจากนี้ประเทศไทยยังได้รับการคัดเลือกให้เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลก โดยการจัดอันดับด้านการท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ เช่น ในปี ค.ศ. 2018 กรุงเทพมหานคร ได้รับคัดเลือกให้เป็นจุดหมายปลายทางอันดับที่ 1 ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก จาก Mastercard ในปี ค.ศ. 2017 ประเทศไทยได้รับรางวัลชายหาดที่ดีที่สุดของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จาก World Travel Awards และในปีเดียวกันยังได้รับรางวัลประเทศท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในด้านการท่องเที่ยวครอบครัวและการท่องเที่ยวเชิงพักผ่อน จาก TTG Travel Awards (ไทยรัฐ, 2561) ด้วยเหตุนี้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและขีดความสามารถของประเทศไทยในการเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมระดับโลก

จากสถานการณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งด้านรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี ซึ่งการเติบโตดังกล่าวย่อมมาพร้อมกับสภาวะการแข่งขันที่มีมากขึ้น ในขณะเดียวกันหลายประเทศทั่วโลกต้องการนักท่องเที่ยวคุณภาพ ทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวสูง เลือกซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เดินทางท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ ไม่สร้างผลกระทบทางลบให้กับแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเชื่อกันว่าการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวดังกล่าวให้เดินทางเข้ามาในประเทศได้มากขึ้น จะทำให้การท่องเที่ยวของประเทศนั้นมีการเติบโตไปในทิศทางที่ดี (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ประเทศไทยจะต้องปรับตัวและพัฒนากลยุทธ์เพื่อตอบสนองกับสถานการณ์ทางการท่องเที่ยว โดยการกำหนดกลยุทธ์และให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าตลาดการท่องเที่ยวของไทยให้สูงขึ้น มุ่งเน้นที่จะพัฒนาเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ โดยให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ที่มีการใช้จ่ายในระหว่างการเดินทางมูลค่าสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป รวมทั้งจูงใจให้นักท่องท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพเดินทางท่องเที่ยวยังประเทศไทยในสัดส่วนสูงขึ้นควบคู่กันกับปริมาณของนักท่องเที่ยว โดยเน้นการทำการตลาดการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพื่อดึงตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย ประกอบด้วย 3 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวกลุ่ม Reformer กลุ่มนักท่องเที่ยว Succeeder และกลุ่มนักท่องเที่ยว High-Value Mainstream อันได้แก่ กลุ่ม Womenomics กลุ่ม Young Executive กลุ่ม High-Spending Senior และกลุ่ม Business Travelers (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559b, 2559c, 2561) ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย ประกอบด้วย 6 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y นักท่องเที่ยวกลุ่ม Multi-Gen นักท่องเที่ยวกลุ่ม High-end นักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver Age นักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Mom และนักท่องเที่ยวกลุ่ม Executive Lady (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561)

นอกจากนี้แล้ว ประเทศไทยได้กำหนดยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 ช่วงปี พ.ศ. 2560-2564 โดยมุ่งเน้นการเป็นศูนย์กลางแห่งการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคเอเชีย ผ่านมาตรการยกระดับเป็นศูนย์กลางดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ซึ่งมีแนวทางการ

พัฒนา ได้แก่ พัฒนาอุตสาหกรรมภาคบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดกลุ่มผู้สูงอายุ พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมให้ได้มาตรฐาน และมีความปลอดภัยต่อผู้สูงอายุ โดยเพิ่มรูปแบบการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเสริมสร้างศักยภาพสถานประกอบการและบุคลากรบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ผลักดันมาตรการจูงใจและสิทธิประโยชน์ที่เอื้อต่อการสร้างเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มการพำนักระยะยาวของกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

นักท่องเที่ยวสูงอายุนับว่าเป็นกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างของประชากรในโลกที่ทำให้จำนวนของผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญประการหนึ่งที่จะส่งผลต่อแนวโน้มของการท่องเที่ยวในอนาคต โดยองค์การสหประชาชาติได้คาดการณ์ว่าในอีก 35 ปีข้างหน้า หรือปี พ.ศ. 2593 ผู้สูงอายุจะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นถึง 2,092 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 20 ของประชากรโลก เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2558 ซึ่งมีจำนวน 901 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ซึ่งแสดงว่าจำนวนผู้สูงอายุในโลกยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต (กองทุนประชากรแห่งสหประชาชาติ, 2559)

สำหรับสถานการณ์นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างประเทศ พบว่า ในปี พ.ศ. 2558 มีผู้สูงอายุเดินทางท่องเที่ยวทั่วโลกประมาณ 270 ล้านคน หรือร้อยละ 22.8 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 1,184 ล้านคน และจะเพิ่มขึ้นเป็น 611 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2573 หรือร้อยละ 33.9 ของนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่คาดการณ์ว่าจะมีจำนวนมากถึง 1,800 ล้านคน และจะก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว 672,100 ล้านเหรียญสหรัฐ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

ทั้งนี้จากการรายงานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระบุว่า ในปี พ.ศ. 2558 นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวมายังประเทศไทย มีจำนวน 3,628,758 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมด นับว่าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีแนวโน้มการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น โดยนับจากปี พ.ศ. 2555 เป็นต้นมา นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติในประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปี คิดเป็นร้อยละ 17.21 สูงกว่าอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมดที่ขยายตัวเพียง 10.21 โดยนักท่องเทียวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีจำนวนมากที่สุด 3 อันดับแรกเป็นนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนเดินทางท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทยมากที่สุด รองลงมา คือ มาเลเซีย และญี่ปุ่น และเป็นกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 34,824 เหรียญสหรัฐ ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติสร้างรายได้ให้ประเทศไทย 195,891 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.66 ของรายได้จากการท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

อีกทั้งยังคาดการณ์ว่า ในปี พ.ศ. 2564 ประเทศไทยจะมีนักท่องเที่ยวสูงอายุมากถึง 6.2 ล้านคน จึงทำให้ประเทศไทยกลายเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวสูงอายุทั่วโลกที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของ Retirement Index (2016) ระบุว่า ประเทศไทยติดอันดับที่ 5 จาก 43 ประเทศ

ของประเทศที่ผู้สูงอายุและผู้เกษียณอายุอยากเดินทางท่องเที่ยวและไปใช้ชีวิตในบั้นปลายมากที่สุด อีกทั้ง ประเทศไทยยังติดอันดับ 1 ใน 2 ของประเทศในภูมิภาคเอเชียที่เป็นเป้าหมายสูงสุด 10 อันดับแรกของผู้สูงอายุและผู้เกษียณอายุที่นิยมไปใช้ชีวิตมากที่สุด สำหรับข้อได้เปรียบของประเทศไทย พบว่า แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ราคาอสังหาริมทรัพย์และราคาที่พักที่ไม่สูงมากนัก ค่าครองชีพ ค่าใช้จ่ายเรื่องคุณภาพการรักษาพยาบาลและการดูแลผู้สูงอายุ รวมถึงกิจกรรมบันเทิงและนันทนาการ ปัจจัยเหล่านี้เอื้อประโยชน์ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุอยากเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังนั้นตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุในประเทศไทยจึงเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายใหม่ที่มีศักยภาพเนื่องจากมีอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้น

สำหรับประเทศไทยเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติในไตรมาสที่ 2 พ.ศ. 2559 พบว่า ประเทศไทยมีผู้สูงอายุ หรือประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 10.8 ล้านคน เพิ่มขึ้น 10.3 ล้านคน ในช่วงเวลาเดียวกันของ ปี พ.ศ. 2558 และจากรายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2557 โดยมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย คาดว่า ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ ในปี พ.ศ. 2564 และเป็นสังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอดในปี พ.ศ. 2574 เมื่อมีสัดส่วนประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 20 และร้อยละ 28 ของประชากรทั้งหมด ตามลำดับ ส่งผลทำให้ตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2558 พบว่า มีจำนวน 4,810,464 คน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวจำนวน 12,022 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.5 ของรายได้ทั้งหมดจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

อย่างไรก็ดี อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับผลกระทบโดยตรงจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ซึ่งเกิดขึ้นในสาธารณรัฐประชาชนจีนเมื่อปลายปี ค.ศ. 2019 เชื้อไวรัสชนิดนี้ได้ระบาดไปในทุกทวีปของโลก ข้อมูลจาก มหาวิทยาลัยจอห์นฮอปกินส์ระบุว่า มีผู้ติดเชื้อโรคไปแล้วกว่า 120 ล้านคน และเสียชีวิตอย่างน้อย 2.65 ล้านคน (Johns Hopkins University, 2021) ทั้งนี้ ประเทศที่มีผู้เสียชีวิตสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ประมาณ 532,650 คนจากผู้ติดเชื้อสะสมประมาณ 29,325,244 คน บราซิลประมาณ 278,229 คนจากผู้ติดเชื้อสะสมประมาณ 11,483,370 คน เม็กซิโกประมาณ 194,710 คนจากผู้ติดเชื้อสะสมประมาณ 2,166,290 คน อินเดียประมาณ 532,650 คนจากผู้ติดเชื้อสะสมประมาณ 11,385,339 คน และสหราชอาณาจักรประมาณ 125,516 คนจากผู้ติดเชื้อสะสมประมาณ 4,258,438 คน ตามลำดับ

ซึ่งการระบาดของโรค COVID-19 ไม่ใช่แค่วิกฤตการณ์ด้านสาธารณสุขของโลกเพียงอย่างเดียวแต่นำไปสู่วิกฤตทางเศรษฐกิจและสังคมครั้งรุนแรง เพราะการใช้มาตรการควบคุมโรค เช่น การเว้นระยะห่างทางสังคม และการล็อกดาวน์ในประเทศต่าง ๆ ได้สร้างความเสียหายอย่างหนักต่อธุรกิจหลายภาคส่วน ตั้งแต่ในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สายการบิน ภาคการส่งออก อุตสาหกรรมน้ำมัน อุตสาหกรรมบันเทิง งานบริการ ตลอดจนห้างร้านค้าปลีกต่าง ๆ นอกจากนี้กลุ่มประชากรที่จะมีผลกระทบมากที่สุดคือ กลุ่มผู้สูงอายุและผู้ที่มีร่างกายอ่อนแอก็จะได้รับเชื้อไวรัสนี้ได้ง่ายกว่าคนปกติทั่วไป

ปี ค.ศ.2020 กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ระบุว่า เศรษฐกิจโลกหดตัวลงร้อยละ 3 จากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ซึ่งจะทำให้เกิดวิกฤตเศรษฐกิจนับแต่ยุคเศรษฐกิจตกต่ำครั้งใหญ่ที่เรียกว่า Great Depression ในช่วงทศวรรษที่ 1930 โดยอาจสร้างความเสียหายต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ในช่วง 2 ปีข้างหน้า เป็นมูลค่าราว 9 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ราว 288 ล้านล้านบาท) ประกอบกับองค์การแรงงานระหว่างประเทศ (ILO) ระบุในรายงานประเมินว่าวิกฤต COVID-19 ทำให้จำนวนชั่วโมงการทำงานของคนทั่วโลกในช่วงไตรมาสที่สองของปี ค.ศ.2020 หายไปร้อยละ 17.3 หรือเทียบเท่ากับงานเต็มเวลาจำนวน 495 ล้านตำแหน่ง ขณะที่รายได้ของแรงงานทั่วโลกลดลงร้อยละ 10 ในช่วง 9 เดือนแรกของปีนี้ หรือคิดเป็นความเสียหายกว่า 3.5 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ราว 150 ล้านล้านบาท) (บีบีซีไทย, 2564)

นอกจากนี้ ผู้เชี่ยวชาญเตือนว่ากลุ่มประเทศอาเซียนอาจกลายเป็นศูนย์กลางการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 หลังจากที่จำนวนผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะสิงคโปร์ อินโดนีเซีย และมาเลเซีย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 87.9 ของผู้ติดเชื้อทั้งหมด ซึ่งอินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีผู้ติดเชื้อสะสมและมีผู้เสียชีวิตจาก COVID-19 มากที่สุดในอาเซียน และเป็นอันดับต้น ๆ ของเอเชีย มีผู้ติดเชื้อสะสมแล้วกว่า 1.3 ล้านราย เสียชีวิตแล้วกว่า 3.5 หมื่นราย ตามมาด้วยฟิลิปปินส์ที่มีผู้ติดเชื้อสะสม 5.6 แสนราย มาเลเซีย 2.9 แสนราย เมียนมาร์ 1.4 แสนราย สิงคโปร์เกือบ 6 หมื่นราย อันดับที่ 6 เป็นของไทย มีผู้ติดเชื้อสะสม 2.5 หมื่นราย เวียดนาม 2,420 ราย ใน 10 ประเทศสมาชิกอาเซียน มีกัมพูชา (ติดเชื้อ 741 ราย) และลาว (ติดเชื้อ 45 ราย) เพียง 2 ประเทศที่ยังไม่มีรายงานผู้เสียชีวิตรายแรกอย่างเป็นทางการ ตัวเลขผู้เสียชีวิตยังเป็นศูนย์ ส่วนบรูไนก็เป็นอีกหนึ่งประเทศที่มีผู้ติดเชื้อและเสียชีวิตค่อนข้างต่ำ ติดเชื้อแล้ว 185 ราย เสียชีวิตแล้ว 3 ราย (เดอะสแตนดาร์ด, 2564)

ที่ผ่านมามาเลเซียยังคงประกาศล็อกดาวน์เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19 จนอัตราการติดเชื้อเริ่มนิ่งและธุรกิจกลับมาทำงานได้อีกครั้งในช่วงที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม ททท. คาดว่าในปีนี้จำนวนนักท่องเที่ยวมาเลเซียที่เดินทางเข้าสู่ไทยจะลดลงจากปกติราวร้อยละ 50 ส่วนนักท่องเที่ยวสิงคโปร์จะเริ่มเดินทางเดือนตุลาคม พ.ศ.2564 ซึ่ง ททท.คาดการณ์ว่าปีนี้นักท่องเที่ยวสิงคโปร์ที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยน่าจะมีจำนวน 422,734 คน ลดลงร้อยละ 60 จากช่วงเดียวกันของปีก่อนและในปี พ.ศ.2564 จะมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยราว 920,000 คนเติบโตร้อยละ 117.63 จากปีนี้ แต่ลดลงจากปี พ.ศ.2562 ราวร้อยละ 30 และอินโดนีเซียพบว่า มีเพียงร้อยละ 2 เท่านั้นที่ต้องการจะออกท่องเที่ยวหลังสถานการณ์ COVID-19 และนักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 57 เลือกเดินทางภายในประเทศก่อน เนื่องจากความกังวลทางด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย แต่ยังมีนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่พร้อมออกเดินทางและไม่กังวลด้านสุขภาพ ซึ่งน่าจะเริ่มเดินทางในเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2564 นี้ โดยประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวอินโดนีเซีย

ปัจจุบันมีการวิจัยและพัฒนาวัคซีนโควิด-19 ที่มีประสิทธิภาพสูงออกมาสำเร็จแล้ว ทำให้ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกเริ่มมีการจัดสรรและจัดซื้อเพื่อนำวัคซีนที่ประสบผลสำเร็จมาใช้ ขณะที่ประเทศในกลุ่มอาเซียนก็มีการวางแผนจัดซื้อ-จัดสรรการใช้วัคซีนโควิด-19 ที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ อย่างสิงคโปร์เป็นประเทศแรกในเอเชีย

ที่รับวัคซีนที่พัฒนาโดยไฟเซอร์และไบโอเอ็นเทค (มีอัตราประสิทธิภาพร้อยละ 95) การฉีดวัคซีนในสิงคโปร์จะเป็นไปโดยสมัครใจและจะให้ความสำคัญกับผู้ที่มีความเสี่ยงมากที่สุดเช่นเจ้าหน้าที่ระดับแนวหน้าและเจ้าหน้าที่ด้านการดูแลสุขภาพตลอดจนผู้สูงอายุและกลุ่มเสี่ยง มาเลเซียได้ทำข้อตกลงกับ Pfizer ในการจัดหาวัคซีนโควิด-19 เป็นจำนวน 12.8 ล้านโดส และลงนามในข้อตกลงเพื่อจัดหาวัคซีนจาก AstraZeneca จำนวน 6.4 ล้านโดส นอกจากนี้ ทางรัฐบาลกำลังเจรจาขั้นสุดท้ายกับซิโนแวคผู้ผลิตวัคซีนจากจีน รวมถึงสถาบัน Gamaleya ของรัสเซีย ขณะที่อินโดนีเซียได้สั่งวัคซีนอีกกว่า 30 ล้านโดสจากบริษัทโนวาแวกซ์ และทั้งกำลังเจรจา กับ Pfizer, AstraZeneca และ COVAX ขณะเดียวกันก็กำลังพัฒนาวัคซีนของตนเองซึ่งชื่อว่า Merah Putih ด้วย (ข่าวสด, 2563)

สำหรับประเทศไทย ธนาคารโลกได้เปิดเผยรายงานวิเคราะห์เศรษฐกิจที่ระบุว่า แม้ว่าไทยมีจะมาตรการรับมือกับการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ได้อย่างดี แต่ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมในปีนี้ยังถดถอยหนักที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออก คาดใช้เวลาอย่างน้อย 3 ปีในการฟื้นฟูให้กลับมาเหมือนช่วงก่อนมีโรคระบาด เพราะอัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของไทยในปีนี้ ในระดับพื้นฐานจะอยู่ที่ติดลบร้อยละ 8.3 จากปี ค.ศ.2020 แต่หากเป็นในระดับต่ำสุดอาจติดลบถึงร้อยละ 10.4 หากมีการระบาดของ COVID-19 ระลอกที่ 2 อย่างไรก็ตามจากตัวเลขประมาณการณ์ดังกล่าวก็ถือว่าต่ำที่สุดในภูมิภาคอาเซียน (ไม่รวมบรูไนและสิงคโปร์)

ขณะที่สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติระบุว่า วิกฤตดังกล่าวจะทำให้ไทยมีประชาชนยากจนเพิ่มขึ้นในปีนี้ ซึ่งคนยากจนในที่นี้หมายถึงผู้มีรายได้ต่อวันไม่ถึง 5.5 ดอลลาร์สหรัฐฯ (ราว 165 บาท) อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจไทยอย่างรุนแรงคือ มูลค่าตามราคาตลาด (Market Capitalisation) ของบริษัทมหาชนขนาดใหญ่ที่สุด 9 แห่ง ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีมูลค่าลดลงรวมกันสูงถึงเกือบ 1.1 ล้านล้านบาท จากสิ้นปี พ.ศ.2562 มาถึงกลางเดือนพฤศจิกายน ปี พ.ศ.2563 เทียบได้กับราว 1 ใน 3 ของงบประมาณรายจ่ายแผ่นดินของปีงบประมาณปี พ.ศ.2564 สำหรับภาคการท่องเที่ยวของไทยนั้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ของ GDP คาดว่าปีหน้าก็ยังประสบปัญหาอยู่เพราะรัฐบาลไทยก็ยังไม่ส่งสัญญาณชัดเจนถึงการเปิดรับนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาในประเทศ

สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมต้องปรับตัวปรับกลุ่มลูกค้าโดยขณะนี้กลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อและยังสามารถท่องเที่ยวได้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุหรือวัยเกษียณโรงแรมต้องมีความชัดเจนต่อผู้บริโภคกลุ่มนี้ว่าจะมีโปรโมชั่นหรือมีการอำนวยความสะดวกต่อผู้สูงอายุอย่างไรบ้างรวมถึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยด้านสุขภาพเป็นสำคัญเพราะคนไทยหันมาให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้นโดยอาจทำแพ็คเกจระยะสั้นและระยะยาว นอกจากนี้ควรมีการนำเรื่องของอาหารมาเป็นแรงดึงดูดเรียกลูกค้า ซึ่งจะเป็นอีกช่องทางในการเพิ่มรายได้แก่สถานประกอบการ เช่น มีการจัดทำอาหารในราคาที่จับต้องได้ จัดทำเดลิเวอรี่ เป็นต้น ส่วนผู้ประกอบการท่องเที่ยวต้องเน้นจัดรายการนำเที่ยวในประเทศ รวมทั้งมุ่งตลาดด้านการจัดประชุม สัมมนาแก่ธุรกิจที่ไม่ได้รับผลกระทบ เช่น ธุรกิจ

อาหารเสริม/ยา โลจิสติกส์ ตลาดออนไลน์ เครื่องสำอาง ต้องจัดราคาพิเศษ ทำเส้นทางโปรแกรมทัวร์ใหม่ (มณฑกานติ ชุบชูวงศ์, 2563)

ทั้งนี้รัฐควรประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ผู้สูงอายุเดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดามากขึ้น โดยหน่วยงานภาครัฐ ภาคการขนส่ง ควรมีการจัดทำส่วนลด ราคาพิเศษ และร่วมมือกับหน่วยงานบริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ โดยจัดส่วนลดค่าเดินทางมาสนับสนุนให้ผู้สูงอายุเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากมีกลุ่มผู้เกษียณอายุจำนวนไม่น้อยที่ยังไม่ทราบว่ามีส่วนลดสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวของตนเอง

หากกล่าวถึงนักท่องเที่ยวสูงอายุ จะพบว่า พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวจะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป คือ เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี คุ้มค่า เน้นการซื้อด้วยเหตุผลไม่ใช่อารมณ์ ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจเป็นหลัก พักนานใช้จ่ายสูง มีความสามารถในการซื้อบริการในราคาสูง เนื่องจากมีเงินเก็บจากการทำงานหนักมาทั้งชีวิต จึงมีศักยภาพสูงในการบริโภค ขณะเดียวกันคำนึงถึงความมั่นใจด้านความปลอดภัย ความมั่นใจด้านบริการ ใส่ใจดูแลสุขภาพที่ดี เลือกกิจกรรมที่เหมาะกับวัยและสุขภาพ อีกทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่ต้องกังวลต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เนื่องจากเป็นผู้มีประสบการณ์ในการใช้ชีวิต จึงมีความละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น และเนื่องจากผู้สูงอายุมักมีข้อจำกัดในการเดินทางมากกว่าวัยหนุ่มสาว (ฐานเศรษฐกิจ, 2558) การเตรียมความพร้อมในการรองรับตลาดกลุ่มนี้จึงจำเป็นต้องมีการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตซึ่งเป็นปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง วิถีการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลที่แสดงออกมาในรูปแบบของกิจกรรม ความสนใจ และทัศนคติ โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตจะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวบุคคลนั้น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เชิงลึกสำหรับการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิต

อย่างไรก็ดี ภายหลังจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่อาจเปลี่ยนแปลง นักท่องเที่ยวจะมีความระมัดระวังในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ปัจจัยในการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวไม่ใช่เพียงแค่ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวอีกต่อไป แต่นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงสุขอนามัยและความปลอดภัยด้วยเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวสูงอายุ ที่มักจะคำนึงถึงความปลอดภัย และการใส่ใจด้านสุขภาพเป็นพิเศษตามที่กล่าวมาข้างต้น การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุยิ่งจะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการเดินทางที่เปลี่ยนแปลงไป

แม้ว่านักท่องเที่ยวสูงอายุจะเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงภายหลังจากการระบาดของโรค COVID-19 แต่แผนการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปีพ.ศ. 2566 มีนโยบายในการพลิกฟื้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ด้วยการเน้นการสร้างประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวที่มีความหมายและทรงคุณค่า โดยมุ่งกระตุ้นความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มคุณภาพกระแสหลัก เช่น กลุ่ม Millennials กลุ่ม Gen X และ กลุ่ม Silver-Age-People (SAP) และเจาะขยายฐานตลาดกลุ่มความสนใจพิเศษโดยเฉพาะ กลุ่ม Health & Wellness

กลุ่มท่องเที่ยวเชิงกีฬา กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เที่ยวอย่างใส่ใจสิ่งแวดล้อม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2565) นอกจากนี้ วิจัยกรุงศรีมีความเห็นว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยควรเน้นการยกระดับจำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศไทยให้กลับมาเท่ากับช่วงก่อนการเกิดโรค COVID-19 โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยว Baby Boomer และกลุ่ม Silver Hair เนื่องจากมีกำลังซื้อสูง มีเวลาในการท่องเที่ยวนานกว่ากลุ่มอื่น ๆ โดยตัดสินใจเลือกใช้บริการที่เน้นความคุ้มค่า คุณภาพ และความปลอดภัย (วิจัยกรุงศรี, 2564) จึงเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยและชาวต่างประเทศยังคงเป็นตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพของประเทศไทยที่ควรส่งเสริม

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงเห็นว่าการวิจัยเพื่อการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุศักยภาพสูงทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนในประเทศไทย จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในการนำไปเป็นแนวทางสำหรับการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของนักท่องเที่ยวสูงอายุทั้งชาวไทยและชาวอาเซียน อันจะนำไปสู่จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์หลักของแผนงานวิจัย

1) เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวและรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

2) เพื่อจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

3) เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

4) เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูงในประเทศไทย

1.3 นิยามศัพท์/นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

1) นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูง หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายชาวอาเซียนที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ที่ได้มีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา และมีการใช้จ่ายระหว่างการเดินทางด้วยมูลค่าที่สูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป โดยมีรายได้ตามเศรษฐฐานะระดับ C+ ขึ้นไป ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวจากประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย

สิงคโปร์ มีรายได้ 2,600 เหรียญสหรัฐต่อเดือนขึ้นไป

มาเลเซีย มีรายได้ 1,200 เหรียญสหรัฐต่อเดือนขึ้นไป

อินโดนีเซีย มีรายได้ 510 เหรียญสหรัฐต่อเดือนขึ้นไป

2) นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000 บาท ขึ้นไป

3) พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำที่แสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิด ความต้องการของจิตใจที่ตอบสนองต่อการท่องเที่ยว เช่น จุดประสงค์ในการท่องเที่ยว ความถี่ในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว วิธีการเตรียมการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่าย สถานที่ที่จะไปท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว ประเภทของที่พักแรม เป็นต้น

4) รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง วิถีการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลที่แสดงออกมาในรูปแบบของกิจกรรม (Activity) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinion) โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตจะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวบุคคลนั้น ๆ

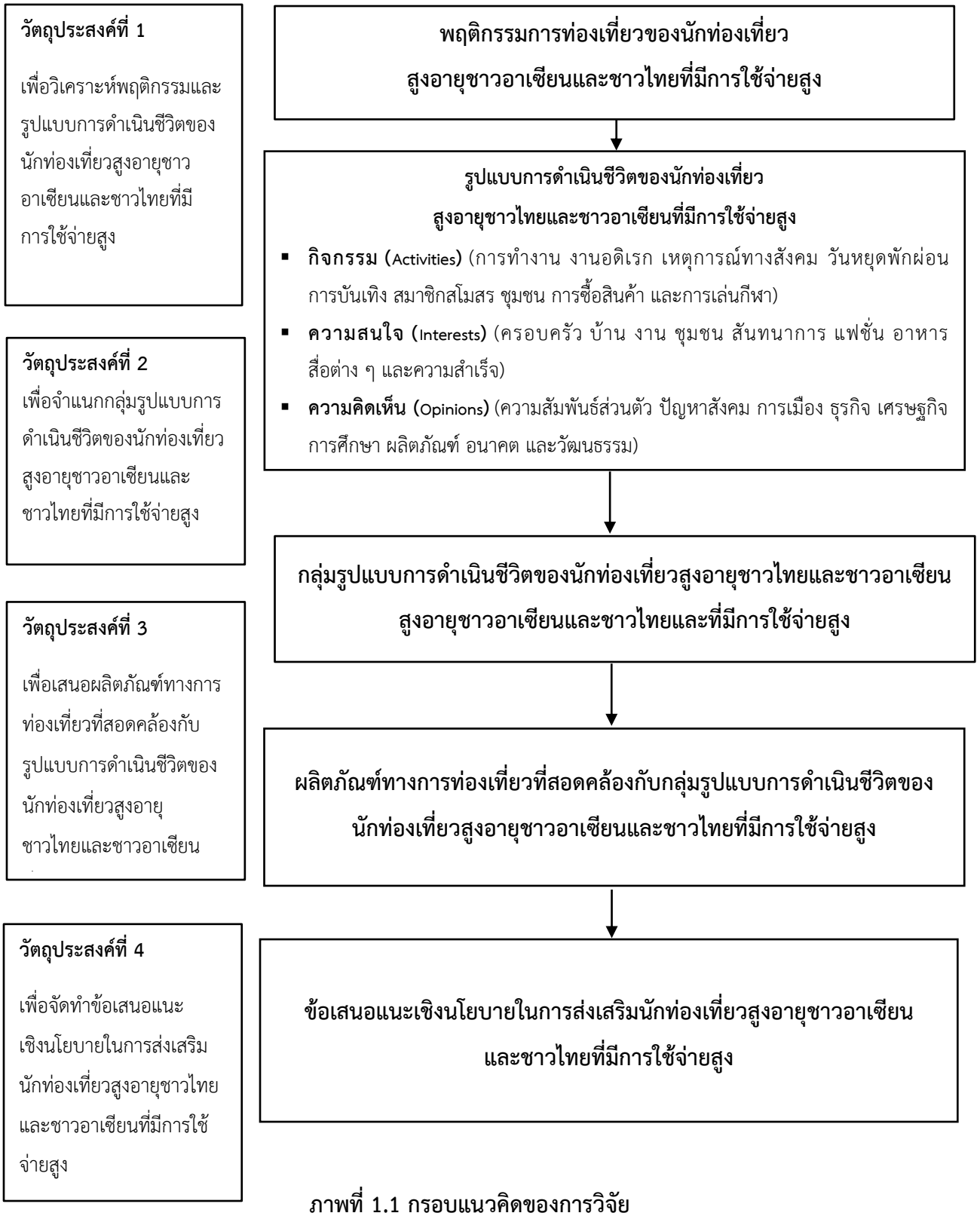
1.4 ขอบเขตการวิจัย

ด้านเนื้อหา	1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงชาวไทยและชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูงภายหลังการระบาดของโรค COVID-19 และรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยและชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูง ซึ่งเป็นการศึกษาด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยว 2. จำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยและชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูง 3. เสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยและชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูง ซึ่งเป็นการศึกษาด้านอุปทานของการท่องเที่ยว 4. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยและชาวอาเซียนที่มีรายได้สูง
ด้านประชากร	1. นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนจาก 3 ประเทศในอาเซียนที่มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศต่อหัว (Gross Domestic Product per capita: GDP) สูงสุด ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ ชาวมาเลเซีย และชาวอินโดนีเซีย โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควต้า (Quota Sampling) ประเทศละ 300 ตัวอย่าง 2. นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย โดยกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่หรือมีภูมิลำเนาในจังหวัดที่ทำการศึกษาจาก 4 ภูมิภาค และกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พื้นที่ละ 200 ชุด รวมเป็น 1,000 ชุด 3. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว 2.1 หน่วยงานภาครัฐ 2.2 สมาคมวิชาชีพด้านการท่องเที่ยว 2.3 ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง เช่น บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์

ด้านพื้นที่ศึกษา	สำหรับนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากประเทศต้นทาง คือ ประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นการเก็บข้อมูลจากถิ่นที่อยู่ ผู้วิจัยเลือกจังหวัดที่มีจำนวนประชากรผู้สูงอายุ 60 ปี ขึ้นไปจำนวนมากที่สุดและรองลงมาภาคละ 2 จังหวัด
ด้านระยะเวลา	12 เดือน

1.5 กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต คณะวิจัยเลือกแนวคิด AIO ซึ่งเป็นการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตทางจิตวิทยาในรูปแบบของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น เพราะ AIO สามารถอธิบายลักษณะของประชากรแต่ละกลุ่มได้อย่างใกล้เคียงกับสภาพที่เป็นจริงอย่างมาก จึงเป็นมาตรวัดที่มีความยืดหยุ่นกว่าแนวคิดของ VALS ในการนำมาจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยว แนวคิด VALS จำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตเฉพาะเจาะจงออกเป็น 8 กลุ่ม และอธิบายลักษณะของแต่ละกลุ่มในภาพรวมของการดำเนินชีวิต ที่ทำให้ทราบว่าผู้ตอบแบบสอบถามบริโภคอะไร แต่ไม่สามารถทราบได้ว่าบริโภคอย่างไร ทำให้ไม่เห็นมิติอื่น ๆ ที่เป็นลักษณะของบุคคลที่มีความหลากหลาย ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค นอกจากนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า นักวิจัยส่วนใหญ่เลือกที่จะใช้ AIO เพราะสามารถตั้งกลุ่มคำถามให้สัมพันธ์กับกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวได้ดี ซึ่งเมื่อนำมาวิเคราะห์ปัจจัยและจัดกลุ่มเพื่อนิยามกลุ่มเฉพาะที่เกิดขึ้นใหม่อันเป็นผลมาจากคำตอบของนักท่องเที่ยว ทำให้หน่วยงานต่าง ๆ สามารถพัฒนาแผนงานให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มตลาดได้ (Morrison, 2010) ผู้วิจัยได้บูรณาการกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) ได้ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ทำให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐที่ทำหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยว

2) ได้ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ทำให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐที่ทำหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวจังหวัด องค์การบริหารส่วนจังหวัด สถาบันการศึกษา และหน่วยงานภาคเอกชน

3) ได้ข้อมูลกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

4) ได้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

5) ได้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีค่าใช้จ่ายสูงในประเทศไทย

6) ผู้มีส่วนได้เสียด้านการท่องเที่ยวสามารถนำผลการวิจัยไปกำหนดแนวทางการตลาดและส่งเสริมสินค้าทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

7) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชนสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุและข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีค่าใช้จ่ายสูงในประเทศไทย

8) ผลงานวิจัยจะเป็นประโยชน์ในแง่ของการได้มาซึ่งองค์ความรู้ (body of knowledge) ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในด้านการเรียนการสอนของนักศึกษาหรือผู้ที่สนใจทั่วไปของสถาบันและหน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชน รวมทั้งภาคประชาชน ซึ่งจะได้เรียนรู้รูปแบบการดำเนินชีวิตและกลุ่มเป้าหมายของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และสินค้าทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงต่อไป

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1) นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูง หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายชาวอาเซียนที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ที่ได้มีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา และมีการใช้จ่ายระหว่างการเดินทางด้วยมูลค่าที่สูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป โดยมีรายได้ตามเศรษฐฐานะระดับ C+ ขึ้นไป ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวจากประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย

สิงคโปร์ มีรายได้ 2,600 เหรียญสหรัฐต่อเดือนขึ้นไป

มาเลเซีย มีรายได้ 1,200 เหรียญสหรัฐต่อเดือนขึ้นไป

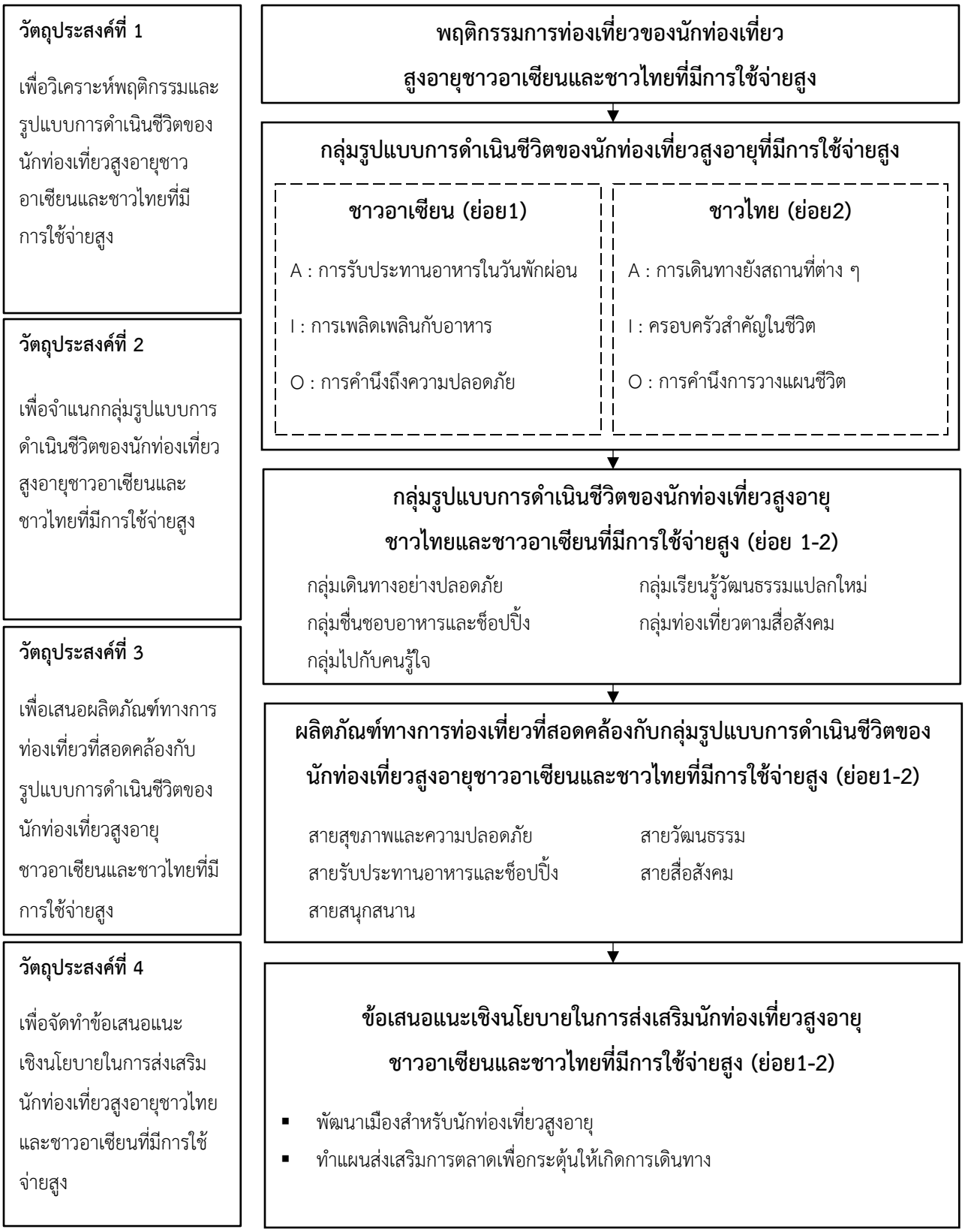
อินโดนีเซีย มีรายได้ 510 เหรียญสหรัฐต่อเดือนขึ้นไป

2) นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000 บาท ขึ้นไป

3) พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำที่แสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิด ความต้องการของจิตใจที่ตอบสนองต่อการท่องเที่ยว เช่น จุดประสงค์ในการท่องเที่ยว ความถี่ในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว วิธีการเตรียมการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง สถานที่ที่จะไปท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว ประเภทของที่พักแรม เป็นต้น

4) รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง วิถีการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลที่แสดงออกมาในรูปแบบของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น (Activity-Interest-Opinion) โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตจะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวบุคคลนั้น ๆ

1.8 แผนภาพของแผนงานโดยบูรณาการระหว่างแผนงานกับโครงการย่อยทั้ง 2 โครงการ



ภาพที่ 1.2 แผนภาพบูรณาการงานวิจัย

บทที่ 2
การทบทวนเอกสารและวรรณกรรม

สาระสำคัญในบทนี้ เป็นการทบทวนวรรณกรรมจากทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สงอายุ และแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยมีสาระสำคัญของแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุและนักท่องเที่ยวสูงอายุ
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุ
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายสูง
2.6 สถานการณ์ COVID-19 และยุทธศาสตร์เฉพาะกิจของการท่องเที่ยวของประเทศไทย (พ.ศ. 2564-2565)

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุและนักท่องเที่ยวสูงอายุ

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมของประชากรโลกกลายเป็นประเด็นสำคัญ เมื่อผู้สูงอายุมีจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยองค์การสหประชาชาติ (2015) รายงานว่า ในปี ค.ศ. 2015 ประชากรโลกที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีจำนวน 901 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 12.30 ของจำนวนประชากรโลกทั้งหมด นอกจากนี้ ยังพบว่า สัดส่วนประชากรผู้สูงอายุจะสูงขึ้นตามระดับรายได้ของประเทศ โดยประเทศที่มีรายได้สูงมีสัดส่วนประชากรสูงอายุสูงสุดถึงร้อยละ 22.10 และคาดว่าในปี ค.ศ. 2030 สัดส่วนผู้สูงอายุของโลกจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 16.50 ของประชากรโลก และในปี ค.ศ. 2050 โลกจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ หรือมีจำนวนผู้สูงอายุมากถึง 2,092 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 21.50 ของประชากรโลกทั้งหมด โดยประชากรในทวีปเอเชียจะมีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุด ขณะที่แนวโน้มการขยายตัวของตลาดผู้สูงอายุในประเทศสมาชิกอาเซียนหลายประเทศ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นกว่า 2 เท่าตัว ในช่วงปี ค.ศ. 2015-2060 โดยสิงคโปร์จะเป็นประเทศที่มีสัดส่วนจำนวนประชากรผู้สูงอายุมากที่สุดในอาเซียน

จากสถานการณ์ดังกล่าวเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของประชากรโลกหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งมีอัตราการเกิดสูงที่เรียกว่า Baby Boomers เป็นผลให้ผู้ที่เกิดในยุคนั้นเริ่มเข้าสู่วัยสูงอายุ และกลายเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ที่มีศักยภาพเป็นที่ต้องการของตลาดการท่องเที่ยวโลก ทั้งนี้ องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) ประมาณการว่า จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุถึง 611 ล้านคน ในปี ค.ศ. 2030 คนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีเวลาท่องเที่ยวที่มากกว่านักท่องเที่ยวในวัยอื่น ๆ เนื่องจากไม่มีภาระทางการเงินและครอบครัว ความพร้อมทางการเงินที่สะสมจากการทำงานหรือการได้สวัสดิการ

จากภาครัฐ ความต้องการพักผ่อนหรือแสวงหาประสบการณ์ชีวิตโดยการเดินทางไปท่องเที่ยว ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตระหนักถึงศักยภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มากขึ้น และหลายประเทศกำหนดเป็นกลุ่มเป้าหมายในการออกมาตรการต่าง ๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจ และอำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เช่น ห้องน้ำ ทางเดิน ที่นั่งพัก รถเข็น การสื่อสารที่สามารถเข้าถึงผู้สูงอายุได้ง่าย รวมถึงบุคลากรที่คอยให้ความช่วยเหลือดูแล เป็นต้น

ความหมายของการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

สำหรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ราณี อิสิชัยกุล (2557) ให้ความหมายของ การท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (Senior Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวพักผ่อนในเวลาว่างของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีแรงจูงใจผสมผสานความสนใจที่จะทำกิจกรรมต่าง ๆ ในขณะท่องเที่ยว เช่น การพักผ่อนหย่อนใจ การผ่อนคลายความตึงเครียด การส่งเสริมสุขภาพ และการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น โดยมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไปด้วย

ส่วนนิยามของ นักท่องเที่ยวสูงอายุ มีผู้นิยามไว้ในลักษณะแตกต่างกัน เนื่องจากมีการนิยามคำว่า ผู้สูงอายุ แตกต่างกัน เช่น องค์การสหประชาชาติให้คำนิยามของคำว่า ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับประเทศไทย โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี นิยามคำว่า ผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปทั้งชายและหญิง แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้สูงอายุตอนต้น หมายถึง บุคคลที่มีอายุ 60-69 ปี ทั้งชายและหญิง และผู้สูงอายุตอนปลาย หมายถึง บุคคลที่มีอายุ 70 ปีขึ้นไปทั้งชายและหญิง อย่างไรก็ตาม การให้การนิยามของคำว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุ (Senior Tourist) แตกต่างกันตามอายุ คือ บางองค์การ/บุคคลระบุว่าตั้งแต่อายุ 55 ปีขึ้นไป ขณะที่องค์การ/บุคคลอื่นระบุว่าตั้งแต่อายุ 60 ปีขึ้นไป (ณัฐพล ลีลาวัฒนนานันท์ และนรินทร์ สังข์รักษา, 2559) นอกจากนี้ Steina (อ้างใน ณัฐพล ลีลาวัฒนนานันท์ และนรินทร์ สังข์รักษา, 2559) ระบุว่าการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในประเทศโปแลนด์ไม่มีการกำหนดอายุเริ่มต้นไว้ชัดเจน เนื่องจากมองเห็นถึงความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวจากปัจจัยที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งประกอบด้วย 4 ระยะ คือ ระยะที่ 1 วันที่ไม่มีลูกอยู่ด้วยในวันหยุด (No children on holiday) ระยะที่ 2 วัยเกษียณ (Retiring) ทำให้มีเวลาว่างมากขึ้น ระยะที่ 3 วัยที่มีข้อจำกัดในเรื่องของความเจ็บป่วยและสุขภาพ และระยะที่ 4 วัยที่มีการสูญเสียคู่ครอง (Loss of partner) ซึ่งระยะต่าง ๆ เหล่านี้เป็นปัจจัยส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว

สถานการณ์การท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ประเทศไทย ถือได้ว่าเป็นประเทศที่อยู่ในความนิยมอันดับต้น ๆ ของผู้สูงอายุทั่วโลก จากข้อมูลของ retirement index 2016 โดย International Living (Economic Intelligence Center, 2017) ระบุว่าประเทศไทยติดอันดับ 5 จาก 43 ประเทศของประเทศที่ผู้เกษียณนิยมไปใช้ชีวิตมากที่สุด และยังเป็นอันดับ 1 ใน 2 ของประเทศในภูมิภาคเอเชียที่เป็นเป้าหมายสูงสุด 10 อันดับแรกของผู้เกษียณอายุที่นิยมไปใช้ชีวิตมากที่สุด (อีกหนึ่งประเทศคือมาเลเซีย อยู่ในอันดับที่ 6)

จากข้อมูลของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2559) ระบุว่า ในปี พ.ศ 2558 นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ สร้างรายได้ให้ประเทศไทยรวม 195,891 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.66 ของรายได้จากการท่องเที่ยว คิดเป็นชาวต่างชาติจำนวน 3.63 ล้านคน สร้างรายได้ 183,869 ล้านบาท และคนไทยจำนวน 4.81 ล้านคน สร้างรายได้ 12,022 ล้านบาท โดยนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่มีจำนวนสูงสุด 3 อันดับแรก คือ จีน มาเลเซีย และญี่ปุ่น และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 4,728 บาท โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สิงคโปร์ (เน้นใช้จ่ายด้านที่พักและบริการ เช่น บริการสุขภาพ กิจกรรมกีฬา) สหรัฐอเมริกา (เน้นใช้จ่ายด้านที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม) และออสเตรเลีย (เน้นใช้จ่ายด้านที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม)

นอกจากนี้ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬายังคาดการณ์ว่า ในปี พ.ศ. 2564 จะมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาประเทศไทย จำนวน 51.30 ล้านคน ดังนั้น หากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยยังคงเติบโตในอัตราดังกล่าวข้างต้น คาดว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติของไทยจำนวนจะสูงถึง 6.20 ล้านคน

นอกจากนี้ สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2561) ได้รายงานจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทย จำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2559-2561 ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 จำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทย พ.ศ. 2559-2561

ทวีป	กลุ่มอายุ	พ.ศ. 2559	พ.ศ. 2560	ร้อยละ	พ.ศ. 2561	ร้อยละ
เอเชียตะวันออก	55-64 ปี	1,442,872	1,877,725	30.13	2,067,610	10.11
	65 ปีขึ้นไป	684,859	929,348	35.66	1,122,664	20.80
กลุ่มอาเซียน	55-64 ปี	1,490,570	1,110,145	-25.52	1,298,854	16.99
	65 ปีขึ้นไป	845,137	935,627	10.70	1,255,761	34.21
เอเชียใต้	55-64 ปี	109,172	133,357	22.15	159,872	19.88
	65 ปีขึ้นไป	44,490	56,219	26.36	71,552	27.27
ยุโรป	55-64 ปี	677,606	767,729	13.30	867,746	13.02
	65 ปีขึ้นไป	404,424	454,861	12.47	511,990	12.55
อเมริกา	55-64 ปี	171,978	197,679	14.94	214,618	8.56
	65 ปีขึ้นไป	130,368	149,367	14.57	172,792	15.68
โอเชียเนีย	55-64 ปี	113,163	141,769	25.27	146,222	3.14
	65 ปีขึ้นไป	71,308	100,131	40.42	104,690	4.55

ทวีป	กลุ่มอายุ	พ.ศ. 2559	พ.ศ. 2560	ร้อยละ	พ.ศ. 2561	ร้อยละ
ตะวันออกกลาง	55-64 ปี	59,739	67,051	12.23	66,247	-1.19
	65 ปีขึ้นไป	27,455	34,023	23.92	33,334	-2.02
แอฟริกา	55-64 ปี	15,217	19,782	29.99	23,208	17.31
	65 ปีขึ้นไป	7,009	8,894	26.89	10,687	20.15
รวม	**55-64 ปี**	**4,080,317**	**4,315,237**	**5.75**	**4,844,377**	12.26
	65 ปีขึ้นไป	**2,215,050**	**2,668,470**	**20.46**	**3,283,470**	23.04

ที่มา: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2561)

จากตารางที่ 2.1 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2559-2561 มีอัตราที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติจากทวีปเอเชียตะวันออก กลุ่มอาเซียน และทวีปยุโรป ตามลำดับ

ในขณะเดียวกันตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ก็มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นเช่นเดียวกัน โดยในปี พ.ศ. 2558 พบว่า มีจำนวน 4,810,464 คน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวจำนวน 12,022 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.5 ของรายได้ทั้งหมดจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 4,926 บาท ซึ่งส่วนใหญ่เน้นใช้จ่ายด้านที่พักแรม อาหารและเครื่องดื่ม และกิจกรรมบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปตามสภาพเศรษฐกิจ เมื่อสภาพเศรษฐกิจตกต่ำอาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวอย่างระมัดระวังโดยคำนึงถึงความคุ้มค่ามากขึ้น อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวสูงอายุซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ มีความสามารถในการใช้จ่ายเงิน และไม่มีความกังวลเรื่องค่าใช้จ่าย จึงทำให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป ทั้งนี้ จิราวดี รัตนไพบูลย์ชัย (2559) กล่าวว่า ลักษณะพิเศษของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ คือ มีเวลาในการท่องเที่ยวที่ยาวนานกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี คุ้มค่า ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจเป็นหลัก คำนึงถึงความมั่นใจด้านความปลอดภัย ความมั่นใจด้านการบริการ ใส่ใจดูแลสุขภาพที่ดี เลือกกิจกรรมที่เหมาะกับวัยและสุขภาพ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่ต้องกังวลต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เนื่องจากเป็นผู้มีประสบการณ์ในการใช้ชีวิต จึงมีความละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ มากขึ้น แต่ผู้สูงอายุมักมีข้อจำกัดในการเดินทางมากกว่าวัยหนุ่มสาว

จากการศึกษาของ Cohen (1979 อ้างใน ลัดณา ศรีอัมพรเอกกุล และธีระวัฒน์ จันทึก, 2561) ได้อธิบายถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีความเฉพาะตัวโดยมีความสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแต่ละประเภท ดังนี้

1) กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบที่ต้องการได้รับความสำราญ (Recreational Tourist) เน้นความสำคัญของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนร่างกาย เน้นความสำราญเพลิดเพลิน

2) กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง ซึ่งนักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์จริงจากแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส

3) กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบต้องการสัมผัสกับคนท้องถิ่น (The Experimental Tourist) โดยมีลักษณะเด่น คือ ชอบติดต่อพูดคุยกับคนท้องถิ่น เพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ มีการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น เนื่องจากผู้สูงอายุยังมีความต้องการทางสังคม เป็นผู้ที่อยากมีความกระฉับกระเฉง กระตือรือร้น และยังต้องการปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ให้เมือนอยู่ในวัยกลางคนให้มากที่สุด

4) กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourist) ซึ่งนักท่องเที่ยวประเภทนี้มีความต้องการฝังตัวเอง หรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น ชอบใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นเวลานาน สอดคล้องกับ พิทักษ์ ศิริวงศ์ และคณะ (2559) ได้ศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจะมีการใช้ชีวิตท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ และสรุปพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้ดังนี้

1) กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุเน้นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นสิ่งดึงดูดใจต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว นอกจากนี้ต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถซึมซับความรู้สึกได้ยาวนานเหมือนการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า และต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุไม่สามารถเดินทางไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้รวดเร็วเหมือนนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

2) กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบกลุ่มหรือหมู่คณะ โดยมีครอบครัวหรือญาติร่วมเดินทางและร่วมตัดสินใจ ซึ่งผู้สูงอายุนิยมเดินทางไปเที่ยวกับลูกหลาน ญาติพี่น้อง หรือคนในครอบครัว โดยการเดินทางแต่ละครั้งของผู้สูงอายุมักมีผู้ติดตามไปด้วยเสมอ

3) กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความต้องการความสะดวกสบายในการเดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าความหรูหรา ทั้งการเดินทางโดยทางเท้าและทางรถยนต์ เช่น ถนนต้องมีความลาดชันน้อย เรียบ และสามารถใช้รถเข็นได้ นอกจากนี้ ระยะทางในการเที่ยวชมสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุไม่ควรเกินครึ่งชั่วโมงต่อรอบ ด้วยข้อจำกัดทางร่างกายของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

4) กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความต้องการด้านความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ที่ตั้งของที่พัก แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และให้ความสำคัญกับการบริการด้านความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เป็นสำคัญ เช่น

เจ้าหน้าที่นำเที่ยวต้องมีความรู้ด้านการปฐมพยาบาล มีจุดบริการด้านสุขภาพในสถานที่ท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ เป็นต้น โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี และคุ้มค่าจากผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับความพึงพอใจเป็นหลัก และมีความยินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเพื่อแลกต่อการบริการที่ดีขึ้นเป็นพิเศษ

5) กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความต้องการอาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากสุขภาพของผู้สูงอายุจะมีความเสี่ยงในการติดเชื้อทางด้านอาหารและน้ำได้มากกว่านักท่องเที่ยววัยอื่น ๆ นอกจากนี้ ภายในแหล่งท่องเที่ยวต้องมีการนำเสนอจุดเด่นของอาหารท้องถิ่นที่หลากหลาย รวมทั้งการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจะเน้นเป็นสินค้าที่ผลิตโดยชุมชน

นอกจากนี้ Shoemaker (1989 อ้างใน กรวรรณ สังกร และคณะ, 2558) ได้แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุออกเป็นกลุ่มตามพฤติกรรมในการเดินทางที่แตกต่างกัน โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุพึงพอใจการท่องเที่ยวในระยะสั้น ๆ และชอบที่จะกลับมายังสถานที่เดิมมากกว่าการเยี่ยมเยือนในสถานที่ใหม่

กลุ่มที่ 2 เรียกว่า Active Resters คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุที่ชอบพบปะผู้คน ชอบสังคม และการพักผ่อน

กลุ่มที่ 3 คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุที่ชอบท่องเที่ยวโดยเลือกแพคเก็จทัวร์ที่รวมทุกอย่าง

ทั้งนี้ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากนักท่องเที่ยวทั่วไปโดยเน้นการท่องเที่ยวที่ไม่เร่งรีบ ใส่ใจต่อสุขภาพ ในขณะเดียวกันก็ชื่นชอบการท่องเที่ยวที่ได้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่เพื่อเป็นกำไรชีวิต ชอบเข้าสังคมเพื่อพูดคุยกับคนใหม่ ๆ ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย และความสะดวกสบายทางการท่องเที่ยว ยินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเพื่อแลกกับการบริการที่เป็นพิเศษ ดังนั้น การศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุควรศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลของการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ร่วมตัดสินใจ/แนะนำ ผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว สถานที่พักแรม ลักษณะการเดินทาง/พาหนะ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีสัดส่วนมากที่สุด ค่าใช้จ่ายโดยรวม ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะอาหารที่นิยมรับประทานระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น

สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่นับวันจะมีความสำคัญและมีการขยายตัวมากขึ้น ทั้งนี้ เนื่องจากมีความพร้อมในทางเศรษฐกิจ และการมีเวลาว่างที่สามารถออกเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งยังสามารถเดินทางได้ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวสูงอายุหลายคนเคยมีประสบการณ์และโอกาสเดินทางท่องเที่ยวทั้งในประเทศหรือประเทศใกล้เคียงแล้ว ดังนั้น เมื่อก้าวเข้าสู่ช่วงสูงวัยหากมีร่างกายที่แข็งแรงอาจมีความสนใจท่องเที่ยวในประเทศอื่น ๆ ที่ยังไม่เคยไป เช่น ต้องการเดินทางไปประเทศที่ไม่เคยไปเพื่อพบ

เห็นสิ่งแปลกใหม่ หรือประเทศที่มีค่าครองชีพต่ำกว่าประเทศที่นักท่องเที่ยวสูงอายุนั้นอาศัยอยู่ สำหรับกิจกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุอาจมีความสนใจแตกต่างกันไป หรือบางครั้งอาจมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุมักให้ความใส่ใจเรื่องสุขภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ในการเดินทางท่องเที่ยวนอกจากจะเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินแล้ว ยังนิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์ที่เน้นกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพ เช่น การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์และมีคุณค่าต่อร่างกาย การออกกำลังกาย การบำรุงรักษาสุขภาพ การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ หรือการให้ความสนใจที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีในแหล่งท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสูงวัยได้เข้าร่วมทำกิจกรรมเพื่อเกิดการเรียนรู้ เช่น การลงมือประกอบอาหาร และการฝึกทำหัตถกรรมพื้นบ้าน (Do It by Yourself: DIY) เป็นต้น

2.2.2.1 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างประเทศ

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จะช่วยให้นักการตลาดเข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยว และสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวให้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองธุรกิจของท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ตลอดจนเป็นประโยชน์ในการแบ่งส่วนตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อให้ได้เปรียบคู่แข่งขัน (กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2558) ทั้งนี้ในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุ มีประเด็นที่สำคัญในการพิจารณา ดังนี้

1) แหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสูงอายุให้ความสนใจกับการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ห่างไกลจากภูมิลำเนาของตนเอง โดยเฉพาะการเดินทางไปยังต่างประเทศและชื่นชอบการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวขึ้นอยู่แหล่งท่องเที่ยวที่เลือก ทั้งนี้ หากเป็นการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้ ๆ จะนิยมเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว แต่หากเป็นการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ห่างไกล หรือต่างประเทศจะเดินทางโดยเครื่องบิน และรถเช่า เพื่อให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้โดยสะดวก และง่ายขึ้น (Prideaux, Wei and Ruys, 2001) อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวสูงอายุไม่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวแบบเหมาจ่าย (All Inclusive Package) แต่ต้องการเลือกสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเอง ทั้งแหล่งท่องเที่ยว อาหาร ที่พัก ตลอดจนยานพาหนะในการเดินทาง โดยให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการหรือทัวร์ที่มีคุณภาพ (Huang and Tsai, 2003)

2) กิจกรรมการท่องเที่ยว สำหรับกิจกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุอาจมีความสนใจแตกต่างกันไป หรือบางครั้งอาจมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ดังเช่นการศึกษาของ Shoemaker (1989) ที่ได้แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุตามพฤติกรรมและจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่ม Family Traveler เป็นกลุ่มที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวเพื่อใช้เวลาอยู่กับครอบครัว 2) กลุ่ม Active Resters เป็นกลุ่มที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเน้นการทำกิจกรรม โดยเน้นกิจกรรมท่องเที่ยวที่ได้พัฒนาตนเอง และพบเพื่อนใหม่ 3) กลุ่ม Older Set เป็นกลุ่มที่ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับวัย นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวสูงอายุยังให้

ความสนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ทำให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างไปจากวิถีชีวิตเดิมของตน เน้นกิจกรรมท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสูงวัยได้เข้าร่วมทำกิจกรรมเพื่อเกิดการเรียนรู้ เช่น การลงมือประกอบอาหาร และการฝึกทำหัตถกรรมพื้นบ้าน (Do It by Yourself: DIY) เป็นต้น (Jang and Wu, 2006; Hu et al., 2009; Patterson, 2006)

3) วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุมักให้ความใส่ใจเรื่องสุขภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ในการเดินทางท่องเที่ยวนอกจากจะเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินแล้ว ยังนิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์ที่เน้นกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพ เช่น การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์และมีคุณค่าต่อร่างกาย การออกกำลังกาย การบำรุงรักษาสุขภาพ การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ จากการศึกษาของ Prideaux, Wei and Ruys (2001) พบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ห่างไกลจากภูมิลำเนาของตนเอง โดยเฉพาะการเดินทางไปยังต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นหลัก

4) การค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุมีพฤติกรรมของการค้นคว้าแหล่งข้อมูลการเดินทางหรือการท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยแม้ว่าผู้สูงอายุจะมีความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์ไม่เท่าเทียมกับกลุ่มประชากรรุ่นหลัง แต่ผู้สูงอายุในปัจจุบันนิยมค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมากขึ้น นรินทร์ สังข์รักษา และสุภาภรณ์ พรหมฤาษี (2559) ระบุว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยและชาวต่างประเทศมีพฤติกรรมในการรับข้อมูลในการท่องเที่ยวจากอินเตอร์เน็ต ดังที่สำนักงานสถิติแห่งชาติที่สำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยว (2558) พบว่าการรับรู้ข่าวสารเพื่อการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมรับรู้มาจากโทรทัศน์ เว็บไซต์ และป้ายโฆษณา อีกทั้งยังสอดคล้องกับการศึกษาของ National Visitor Survey โดยการท่องเที่ยวแห่งรัฐควีนสแลนด์ (Tourism Queensland, 2003) ที่ระบุว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชาวออสเตรเลีย เริ่มมีการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ และใช้เทคโนโลยีในการค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การรับรู้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากการบอกต่อของสมาชิกในครอบครัว เพื่อน หรือญาติเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ (Wei and Ruys, 2001)

5) แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยจากการเปรียบเทียบนักท่องเที่ยวสูงอายุในช่วงอายุ 55-64 ปี และนักท่องเที่ยวสูงอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุในช่วงอายุ 55-64 ปี มีความสนใจท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและการตั้งแคมป์ (Relaxation and Camping) ในขณะที่นักท่องเที่ยวสูงอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป มีความสนใจท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเรียนรู้ (Education) (Backman et al, 1999) สอดคล้องกับ Cleaver et al. (1999) ที่ระบุว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุมีการแสดงออกตามแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว และได้กำหนดพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุตามแรงจูงใจที่เกิดขึ้นเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) Nostalgics เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่โหยหาอดีตหรือรำลึกอดีต จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมเพื่อนหรือญาติ 2) Friendlies เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพบปะผู้คนใหม่ๆ หรือหาเพื่อนใหม่ระหว่างเดินทางท่องเที่ยว

3) Learners เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มองหาแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ และแตกต่าง และ 4) Escapists เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อน และหลีกหนีจากความวุ่นวาย นิยมเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่มีความเงียบสงบ ปราศจากผู้คน นอกจากนี้ ยังพบว่าแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเรียนรู้ การพักผ่อนและทำกิจกรรมท่องเที่ยว เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว และหลีกหนีจากความวุ่นวาย โดยให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ บรรยากาศดี แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นมิตร (G Moscardo et al.; Norman et al., 2001; Sellick, 2004; Jang and Wu, 2006)

6) ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว และการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวสูงอายุ เป็นการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว เนื่องจากมีเวลา และมีความพร้อมในการใช้จ่าย ทั้งนี้ พฤติกรรมในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวสูงอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุมีการเลือกที่พักสำหรับการพักค้างในแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายระดับตั้งแต่ที่พักราคาประหยัดไปจนถึงที่พักในระดับที่หรูหรา โดยประเภทที่พักที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวสูงอายุมากที่สุดคือ ที่พักประเภทโรงแรม (Hotel) และโมเต็ล (Motel) เพราะให้ความรู้สึกเหมือนอยู่บ้าน (Javalgi, Thomas and Rao, 1992; Serli Wijaya, 2008) นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวสูงอายุยังให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พัก โดยจะเลือกที่พักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ และหลีกเลี่ยงที่พักที่ต้องขึ้นบันได ที่สำคัญที่พักจะต้องมีความปลอดภัยสูง และหากมีการบริการด้านการแพทย์และสุขภาพในที่พักจะได้รับการเลือกเป็นอันดับแรกจากนักท่องเที่ยวสูงอายุ (Tourism Queensland, 2003)

นอกจากนี้ จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุในประเด็นที่หลากหลาย และส่วนใหญ่จะศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุในประเด็นที่คล้ายคลึงกัน แต่จะมีแตกต่างกันบ้างตามบริบทของการศึกษาวิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กุลวดี แกล้วกล้า (2550) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของข้าราชการเกษียณอายุ โดยมีการกำหนดประเด็นในการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) พฤติกรรมด้านความสนใจในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว 2) พฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ร่วมเดินทาง ลักษณะในการเดินทาง พาหนะในการเดินทาง จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยว กิจกรรมในการท่องเที่ยว 3) พฤติกรรมด้านการพักแรม ได้แก่ ระยะเวลาในการพักค้างคืน และสถานที่พักแรม 4) พฤติกรรมด้านการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ได้แก่ สถานที่รับประทานอาหาร ลักษณะการใช้จ่าย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ยังพบว่าการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุ ส่วนใหญ่มีประเด็นการศึกษาที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนครั้ง/ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะ

ของการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ผู้ร่วมตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนใจ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว (นรินทร์ สังข์รักษา และสุภาภรณ์ พรหมฤาษี, 2559; ข้าวทิพย์ อ่อนอรุณ, 2553; พงศ์เสวก เอนกจำนงค์พร, 2558; กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2558; Adarsh Batra, 2009; Elisa Alen, Juan Luis Nicolau, Nieves Losada and Trinidad Dominguez, 2014; C. Van Vuuren and Elmarie Slabbert, 2011; Lamson Lertkulprayad, 2011; Hyelin Kim et al., 2015)

ทั้งนี้ ในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุ มีนักวิจัยหลายท่านที่ศึกษาในประเด็นอื่น ๆ เพิ่มเติม ดังเช่น ข้าวทิพย์ อ่อนอรุณ (2553) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ซึ่งนอกจากจะศึกษาพฤติกรรมในประเด็นข้างต้นแล้ว ยังมีการศึกษาในประเด็นของสถานที่พักแรม และยานพาหนะในการเดินทาง เพิ่มเติมอีกด้วย เช่นเดียวกับ พงศ์เสวก เอนกจำนงค์พร (2558) ที่ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร และ Serli Wijaya (2008) ได้ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุในการบริโภคสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ก็ได้นำเอาประเด็นของการเลือกประเภทที่พักแรม และยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวมาพิจารณา เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุด้วย

อีกทั้งยังพบว่า ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้มีการศึกษาถึงแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ฤดูกาลที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว และการจัดบริการการท่องเที่ยวหรือสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2558; หนึ่งฤทัยรัตน์ กระจ่างพัฒน์วงษ์ และอรอนงค์ พัวรัตนอรุณกร, 2561; Serli Wijaya, 2008; Mary A. Littrell, Rosalind C. Paige and Kun Song, 2004; Emil Juivan, Doris Gomezelj Omerzel and Maja Uran Maravic, 2017; Adarsh Batra, 2009; Elisa Alén, Trinidad Domínguez and Nieves Losada, 2012; Chidchanok Anantamongkolkul, Ken Butcher and Ying Wang, 2014)

นอกจากนี้ ในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุ ยังมีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นของ กิจกรรมพิเศษที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เช่น การให้ส่วนลด การบริการรถรับ-ส่ง การบริการตรวจและดูด้านสุขภาพ เป็นต้น การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนการกลับมาเที่ยวซ้ำ (Kevin Wongleedee, 2012; Elisa Alen, Juan Luis Nicolau, Nieves Losada and Trinidad Dominguez, 2014; Linghan Zhang and Junyi Zhang, 2018; Athina Nella and Evangelos Christou, 2016; Supaksiri Prakancharoen and Yanika Chuentako, 2018)

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมตัวแปรและปัจจัยที่มีความเหมือนกันหรือความสอดคล้องกันในเนื้อหามาสรุปเป็นตัวแปรในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุ ดังตารางที่ 2.3 โครงการย่อย 1

สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จำแนกตัวแปรเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียน โดยแบ่งออกเป็น 20 องค์ประกอบ ได้แก่ ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ฤดูกาลที่เดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลของการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว สถานที่พักแรม/ประเภทที่พักแรม ลักษณะการเดินทาง/พาหนะ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีสัดส่วนมากที่สุด ค่าใช้จ่ายโดยรวม ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว/รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะอาหารที่นิยมรับประทานระหว่างเดินทางท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น กิจกรรมพิเศษที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ การได้รับประโยชน์/ประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยว และการกลับมาเที่ยวซ้ำ/ความต้องการกลับมาเที่ยวอีกครั้ง

2.2.2.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย

นักท่องเที่ยวสูงอายุจะมีรูปแบบและพฤติกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป กล่าวคือ เป็นนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ นิยมพักในแหล่งท่องเที่ยวเป็นเวลานาน เนื่องจากมีเวลา และมีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง ไม่ต้องกังวลต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เนื่องจากมีเงินเก็บจากการทำงานหนักมาทั้งชีวิต ในการเดินทางท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัย ใส่ใจในการดูแลสุขภาพ เลือกกิจกรรมที่เหมาะกับวัยและสุขภาพ มีการตัดสินใจซื้อด้วยเหตุผลมากกว่าอารมณ์ จึงมีความละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (Cleaver, Muller, Ruy and Wei, 1999; Lee and Tideswell, 2005; กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2558; จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย, 2557)

ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจำเป็นต้องมีการศึกษารายละเอียดค่อนข้างมาก ทั้งนี้ กุลวดี แกล้วกล้า (2560) ได้กำหนดประเด็นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยออกเป็น 4 ประเด็น ดังนี้

1. **ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยว** ประกอบด้วย

1.1 พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสูงอายุจะให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้ได้ชื่นชมธรรมชาติที่สวยงาม และเรียนรู้ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าตลอดจนประเพณี วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น (Adarsh Batra, 2009; Leo Huanga and Hsien-Tang Tsai, 2003; จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย, 2557) อีกทั้งจะต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการเข้าถึงสะดวก ไม่ควรตั้งอยู่ห่างจากตัวเมือง และมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุทั้งในแหล่งท่องเที่ยว และบริเวณ

ใกล้เคียง (กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2555) นอกจากนี้ จากการศึกษาของวารัชต์ มัธยมบุรุษ (2554) ได้ระบุว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุเน้นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถซึมซับความรู้สึกได้ยาวนาน เป็นการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าหรือไม่เร่งรีบ และต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุไม่สามารถเดินทางไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้รวดเร็วเหมือนนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ทำให้การเดินทางมีความล่าช้า

1.2 ช่วงเวลาและระยะเวลาในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นกลุ่มที่มีเวลาว่าง จึงสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกช่วงเวลา และทุกฤดูกาล ใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวนาน แบบพำนักระยะยาว เน้นการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุมีข้อจำกัดในการเดินทางท่องเที่ยว หากต้องเดินทางที่มีระยะทางไกล และใช้เวลานาน จะส่งผลให้เกิดความเมื่อยล้าของร่างกายและจิตใจได้มากกว่านักท่องเที่ยววัยอื่น ๆ (Mengyang, S. and Furong, C., 2009; ลัดณา ศรีอัมพรเอกกุล และธีระวัฒน์ จันทึก, 2561) อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย พบว่า ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวจำนวน 3 วัน 2 คืน เป็นระยะเวลาที่เหมาะสมที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านร่างกายและสุขภาพของผู้สูงอายุ การเดินทางท่องเที่ยวที่ใช้เวลานานเกินไปอาจทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกเหน็ดเหนื่อยได้ (กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2558)

2. การเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย

2.1 วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเพื่อพักผ่อน และมักให้ความใส่ใจเรื่องสุขภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ในการเดินทางท่องเที่ยวนอกจากจะเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินแล้ว ยังนิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์ที่เน้นกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพ เช่น การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์และมีคุณค่าต่อร่างกาย การออกกำลังกาย การบำรุงรักษาสุขภาพ การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ

2.2 ผู้ที่ร่วมเดินทาง กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบกลุ่มหรือหมู่คณะ โดยมีครอบครัวหรือญาติร่วมเดินทางและร่วมตัดสินใจ ซึ่งผู้สูงอายุนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวกับคนในครอบครัว ญาติพี่น้อง หรือเพื่อน (พงศ์เสวก เอนกจำนงค์พร, 2558) ซึ่งสอดคล้องกับ Nimrod, G. (2008; อ้างถึงใน ลัดณา ศรีอัมพรเอกกุล และธีระวัฒน์ จันทึก, 2561) ที่พบว่า ข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางของผู้สูงอายุ คือ ไม่สามารถขาดเพื่อนร่วมทางได้

2.3 พาหนะในการเดินทาง นักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากกว่าการซื้อแพคเก็จทัวร์ ดังนั้นพาหนะที่เลือกใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวคือ รถยนต์ส่วนบุคคล เนื่องจากมีความเป็นส่วนตัว สะดวกสบาย และมีความยืดหยุ่นในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าพาหนะประเภทอื่น นอกจากนี้ การเลือกพาหนะในการเดินทางยังขึ้นอยู่กับระยะทางในการเดินทางท่องเที่ยวด้วย ดังที่ Prideaux, Wei and Ruys (2001) ระบุว่า หากเป็นการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ นักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมเดินทาง

โดยรถยนต์ส่วนบุคคล แต่หากเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ห่างไกล หรือต่างประเทศ จะเดินทางโดยเครื่องบิน และรถเช่าในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

2.4 กิจกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสูงอายุมีความสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้น นักท่องเที่ยวสูงอายุจะให้ความสนใจกับการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวธรรมชาติเพื่อการพักผ่อน กิจกรรมเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตท้องถิ่น กิจกรรมทางศาสนา โดยนักท่องเที่ยวสูงอายุยังให้ความสนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ทำให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างไปจากวิถีชีวิตเดิมของตน เน้นกิจกรรมท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสูงวัยได้เข้าร่วมทำกิจกรรมเพื่อเกิดการเรียนรู้ เช่น การลงมือประกอบอาหาร และการฝึกทำหัตถกรรมพื้นบ้าน (Do It by Yourself: DIY) เป็นต้น (Jang and Wu, 2006; Hu et al., 2009; Patterson, 2006) นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวสูงอายุยังสนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพโดยการทำกิจกรรมที่ใกล้ชิดธรรมชาติ ปลอดมลพิษ เน้นอาหารที่สะอาดเพื่อสุขภาพ รวมถึงการเข้ารับบริการตรวจร่างกายในโรงพยาบาล (นรินทร์ สังข์รักษา สุภาภรณ์ พรหมฤาษี และ ธีรังกูร วรบำรุงกุล, 2559)

3. การพักแรม นักท่องเที่ยวสูงอายุจะเลือกที่พักแรมที่มีการบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จัดขึ้นเพื่อรองรับผู้สูงอายุ เช่น ป้ายบอกทางที่มีขนาดตัวอักษรที่ชัดเจน ทางลาดสำหรับรถเข็น มีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ด้านการปฐมพยาบาลหรือมีอุปกรณ์การปฐมพยาบาล เป็นต้น โดยจากการศึกษาของกรวรรณ สังขกร และคณะ (2558) พบว่า ที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมใช้บริการมากที่สุด คือ โรงแรม เนื่องจากมีการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ มีราคาให้เลือกหลาย เช่นเดียวกับ Serli Wijaya (2008) ที่ระบุว่านักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมเข้าพักที่พักประเภทโรงแรม (Hotel) และโมเต็ล (Motel) เนื่องจากมีความสะดวกสบายเหมือนอยู่บ้าน และให้เลือกหลากหลายระดับตั้งแต่ราคาประหยัดไปจนถึงระดับหรูหรา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Tourism Queensland (2003) ได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุยังให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พัก โดยจะเลือกที่พักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ และหลีกเลี่ยงที่พักที่ต้องขึ้นบันไดหรือมีทางลาดชัน ที่สำคัญที่พักจะต้องมีความปลอดภัยสูง และหากมีการบริการด้านการแพทย์และสุขภาพในที่พักจะได้รับการเลือกเป็นอันดับแรกจากนักท่องเที่ยวสูงอายุ

4. การใช้จ่ายในการเดินทาง ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวสูงอายุจะประกอบด้วยค่าใช้จ่ายหลายส่วน ได้แก่ ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าเข้าชม/ทำกิจกรรมท่องเที่ยว และค่าของฝากและสินค้าที่ระลึก ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวสูงอายุจะมีการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวที่สูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ โดยราคาไม่ได้มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ นักท่องเที่ยวมีความสามารถในการซื้อสินค้าและบริการในราคาที่สูง และยินดีจ่ายหากสินค้าและบริการมีคุณภาพ ปลอดภัย และคุ้มค่า

นอกจากนี้ ยังมีประเด็นเพิ่มเติมในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้แก่

1. แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเรียนรู้ การพักผ่อนและทำกิจกรรมท่องเที่ยว เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว และหลีกหนีจากความวุ่นวาย โดยให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ บรรยากาศดี แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นมิตร (G Moscardo et al., 2000; Norman et al., 2001; Sellick, 2004; Jang and Wu, 2006) ขณะเดียวกันความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว และการใส่ใจดูแลสุขภาพ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ และเหมาะสมก็เป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้น การเพิ่มแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นให้ผู้สูงอายุเดินทางท่องเที่ยว จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานหรือสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการบริการต่าง ๆ ให้มีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เช่น การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ การบริการรับส่งจากสนามบิน การดูแลยกกระเป๋า การบริการตรวจร่างกายในโรงพยาบาล เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะช่วยสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัย และเพิ่มความเชื่อมั่นในการเดินทางท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

2. การรับรู้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวหรือการสืบค้นข้อมูลทางการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากการบอกต่อของสมาชิกในครอบครัว เพื่อน หรือญาติเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ (Prideaux, Wei and Ruys, 2011) นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวสูงอายุยังเคยชินกับการสืบค้นข้อมูลและรับรู้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากสื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา และโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวสูงอายุมีการเรียนรู้ในการใช้เทคโนโลยี และสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น จึงมีการใช้อินเทอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูลทางการท่องเที่ยวมากขึ้นกว่าแต่ก่อน สอดคล้องกับการศึกษาของ นรินทร์ สังข์รักษา สุภาภรณ์ พรหมฤาษี และ ธีรังกูร วรบำรุงกุล (2559) ระบุว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยและชาวต่างประเทศมีพฤติกรรมในการรับข้อมูลในการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต

นอกจากนี้ จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยในประเด็นที่หลากหลาย โดยผู้วิจัยได้รวบรวมตัวแปรต่าง ๆ ของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย ดังตารางที่ 2.3 โครงการย่อย 2

สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ได้จำแนกตัวแปรเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย โดยเลือกตัวแปรที่มีความถี่สูง และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย จำนวน 15 ตัวแปร ได้แก่ ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะการจัดการเดินทางท่องเที่ยว ยานพาหนะหลักในการเดินทางท่องเที่ยว พื้นที่ที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจ สถานที่พักแรมในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดที่ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยว

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

2.3.1 ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิต

แนวคิดเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) จึงเป็นแนวคิดที่นำมาใช้ในการศึกษา และทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตเกิดขึ้นในช่วงปี ค.ศ. 1950 (Jayasree Krishnan, 2011) จนกระทั่งในปี ค.ศ. 1963 William Lazer ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตซึ่งมีความสัมพันธ์กับการตลาด และได้ให้ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง ลักษณะการใช้ชีวิตของผู้บริโภคแต่ละคน ซึ่งเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในสังคมตลอดช่วงชีวิตในแต่ละวัย ดังนั้น ปัจจัยภายนอก เช่น กลุ่มอ้างอิง และลำดับชั้นทางสังคม จึงมีอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตมากเท่ากับปัจจัยภายใน เช่น แรงจูงใจ บุคลิกภาพ เป็นต้น (Tai and Tam, 1997; ภัทรา เรืองสวัสดิ์, 2553) ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ที่กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง รูปแบบของการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงออกในรูปของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ซึ่งรูปแบบการดำรงชีวิตนั้นขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม ชั้นของสังคม และกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล เช่นเดียวกับ Koltler (2000) ที่กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลหนึ่ง ๆ ที่แสดงออกมาในรูปของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของบุคคลนั้น ๆ โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตจะแสดงออกถึงตัวบุคคลนั้นที่มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมของเขาทั้งหมด ในขณะที่ James F. Engle (1993; อ้างถึงใน Jayasree Krishnan, 2011) ได้ให้ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิต ว่าเป็นแบบที่บุคคลดำรงชีพ และใช้จ่ายเวลาและเงิน ดังนี้ 1) วิธีที่เราดำรงชีวิต เช่น การรับประทานอาหารเช้าโดยการทานกาแฟ ขนมปัง และไข่ดาว 2) สินค้าที่เราซื้อ แม้ว่าวัฒนธรรมการกินอยู่ไม่ได้เปลี่ยนแปลงมากนัก แต่สินค้าจะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเสนอขาย ซึ่งวิธีการขาย และวิธีการซื้อในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปเพื่อให้เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลในปัจจุบัน 3) การใช้สินค้ามีความสะดวกรวดเร็วขึ้น 4) สินค้าถูกมองว่าจะนำมาใช้เผื่อผ่อนแรง และประหยัดเวลา การมองสินค้าในแบบดังกล่าว ทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิตเปลี่ยนไป และ 5) รูปแบบการใช้ชีวิตขึ้นอยู่กับปัจจัยมากมาย เช่น สถานการณ์ปัจจุบัน ครอบครัว ความต้องการ ทัศนคติ และลักษณะส่วนบุคคล เป็นต้น นอกจากนี้ ณัฐกานต์ บุญนนท์ (2550) ได้ให้ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง ลักษณะของความเป็นอยู่ที่แสดงถึงการใช้เวลาของแต่ละคนว่าเป็นอย่างไร การให้ความสนใจกับสภาพแวดล้อมรอบตัว ความคิดเห็นที่มีต่อตนเองและสิ่งรอบข้าง ซึ่งตัวแปรเหล่านี้ คือ ลักษณะทางจิตวิทยา ประกอบด้วย กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น

ดังนั้น สรุปได้ว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง วิถีการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลที่แสดงออกมาในรูปแบบของกิจกรรม ความสนใจ และทัศนคติ โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตจะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวบุคคลนั้น ๆ

ลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิต

ลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิต สามารถอธิบายได้ดังนี้ (Politeknik NSC. Surabaya, 2006)

1) รูปแบบการดำเนินชีวิตได้รับอิทธิพลมาจากกลุ่ม กล่าวคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลได้รับอิทธิพลมาจากหลายปัจจัย โดยเฉพาะกลุ่มทางสังคมที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์ด้วย เช่น ครอบครัว กลุ่มเพื่อน ซึ่งบุคคลที่มาจากพื้นฐานครอบครัวคล้ายกัน หรือมีกลุ่มเพื่อนที่มีสิ่งที่ชื่นชอบเหมือน ๆ กัน ย่อมมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมือนกัน

2) รูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล โดยบุคคลจะแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของตนเอง ดังนั้น หากทราบรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลก็จะสามารถทำนายพฤติกรรมของบุคคลนั้น ๆ ได้ เช่น คนที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ง่าย ๆ ไม่เรื่องมาก จะมีพฤติกรรมในการซื้อสินค้าตามร้านสะดวกซื้อทั่วไป ไม่มีร้านค้าที่เฉพาะเจาะจง หรือคนที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เสรี รักอิสระ จะมีพฤติกรรมในการชอบเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น

3) รูปแบบการดำเนินชีวิตสามารถบอกถึงความสนใจหลักของบุคคล ซึ่งจะทำให้คาดคะเนความสนใจอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์หรือใกล้เคียงกับความสนใจหลักได้ เช่น บุคคลที่มีความสนใจหลักเรื่องครอบครัว ก็มักจะสนใจสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวโยงกับครอบครัวด้วย เช่น ความสนใจเรื่องงานและรายได้ ความสนใจเรื่องการท่องเที่ยว ความสนใจเรื่องบ้าน เป็นต้น

4) รูปแบบการดำเนินชีวิตผันแปรไปตามการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เช่น สังคมที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ส่งผลให้บุคคลมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่สะดวกสบายยิ่งขึ้น และยึดติดกับเทคโนโลยี สังคมปัจจุบันที่ให้ความสำคัญกับความเท่าเทียมกันทางเพศ ทำให้ผู้หญิงมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างจากอดีต และทำกิจกรรมที่ผู้ชายสามารถทำได้มากขึ้น เช่น การทำงานนอกบ้าน การเล่นกีฬาผาดโผน การเดินทางท่องเที่ยวเพียงลำพัง เป็นต้น

2.3.2 การวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต

1) การวัดแบบ AIOs

การวัดแบบ AIOs เป็นเครื่องมือในการวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยการวิเคราะห์ลักษณะทางจิตวิทยาทางสังคมของผู้บริโภค (Psychographics) โดยใช้วิธีวัดเชิงปริมาณ เพื่อหาข้อมูลของผู้บริโภคในด้านกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinion) โดยการศึกษาว่าผู้บริโภคใช้เวลาและทรัพยากรต่าง ๆ ของเขาอย่างไรในแต่ละวัน อะไรที่เขาสนใจและถือว่ามีความสำคัญ และเขาคิดเกี่ยวกับตนเอง และคิดถึงโลกรอบ ๆ ตัวเขาอย่างไร (Plummer, 1984; Kotler and Armstrong, 2012; ดารา ทีปะปาล, 2546; อดุลย์ จาตุรงคกุล, 2543) ซึ่งการศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคเพียงอย่างเดียวไม่สามารถให้ข้อมูลที่ละเอียดเพียงพอ การศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตจะทำให้ได้รายละเอียดเกี่ยวกับผู้บริโภคได้ชัดเจนยิ่งขึ้น (Well, W.D., 1984; อ้างถึงใน สรินยา สงค์ประเสริฐ, 2554)

ทั้งนี้ Plummer (1974) ได้สรุปประเด็นที่ใช้วัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) Activities: A หมายถึง กิจกรรม เช่น การทำงาน งานอดิเรก การซื้อสินค้า การเล่นกีฬา ฯลฯ

2) Interests: I หมายถึง ความสนใจ ซึ่งเป็นความสนใจในเรื่องราวหรือเหตุการณ์ หรือวัตถุสิ่งของ เช่น อาหาร แฟชั่น ภาพยนตร์ การพักผ่อน ครอบครัว ฯลฯ

3) Opinion: O หมายถึง ความคิดเห็น เช่น ความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวเอง ประเด็นทางสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม การเมือง ฯลฯ

ตัวชี้วัดที่ถูกนำมาใช้เพื่อวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs มุ่งเน้นศึกษาเกี่ยวกับกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ตลอดจนลักษณะทางประชากรศาสตร์ แสดงดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 ตัวชี้วัด AIOs สำหรับวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต

กิจกรรม (Activities : A)	**ความสนใจ (Interests : I)**	**ความคิดเห็น (Opinion : O)**	**ประชากรศาสตร์ (Demographic)**
งาน (Work) งานอดิเรก (Hobbies) กิจกรรมสังคม (Social Event) การใช้เวลาว่าง (Vacation) การพักผ่อน (Entertainment) สมาชิกคลับ (Club Membership) การร่วมกิจกรรมชุมชน (Community) การซื้อสินค้า (Shopping) กีฬา (Sports)	ครอบครัว (Family) บ้าน (Home) งาน (Job) ชุมชน (Community) การพักผ่อน (Entertainment) ความนิยม (Fashion) อาหาร (Food) สื่อ (Media) ความสำเร็จ (Achievements)	ความคิดเห็นต่อตนเอง (Themselves) ประเด็นทางสังคม (Social Issues) การเมือง (Politics) ธุรกิจ (Business) เศรษฐกิจ (Economy) การศึกษา (Education) สินค้า (Product) อนาคต (Future) วัฒนธรรม (Culture)	อายุ (Age) การศึกษา (Education) รายได้ (Income) อาชีพ (Occupation) ขนาดครอบครัว (Family Size) ที่อยู่อาศัย (Dwelling) ภูมิศาสตร์ (Geography) ขนาดเมืองที่อาศัย (City Size) วงจรชีวิต (Life Cycle)

ที่มา: ดัดแปลงจาก Plummer (1974)

ปัจจุบันการศึกษาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1) การศึกษาแบบโดยรวม (Generalized AIOs Inventories) การศึกษาในลักษณะนี้จะทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคโดยรวม เพื่อให้นักการตลาดสามารถเข้าใจถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยทั่วไปของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย และนักโฆษณาสามารถนำข้อมูลโดยรวมที่ได้นี้ไปพัฒนาเป็นแนวทางสำหรับโฆษณาต่อไปในอนาคตได้ เช่น การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้สูงอายุ การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่น เป็นต้น

2) การศึกษาโดยกำหนดประเภทสินค้าแบบเฉพาะเจาะจง (Product Specific AIOs Inventories) เป็นการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตโดยระบุประเภทสินค้าอย่างชัดเจน โดยให้ผู้ตอบตอบคำถามเกี่ยวกับกิจกรรม ทัศนคติ และความคิดเห็นต่าง ๆ ที่ตนเองมีต่อสินค้าหรือบริการที่กำหนดไว้ นักวิจัยจะได้ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้า ซึ่งข้อมูลที่ได้นี้อาจนำไปสู่การพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงจุดขายของสินค้า หรือข้อความโฆษณา เช่น การศึกษาความสนใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหาร A การเลือกใช้การวัดแบบ AIOs แบบเฉพาะเจาะจง เป็นการให้ผู้ตอบตอบว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับคำถามต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับร้านอาหาร A เป็นต้น

ทั้งนี้ ในการวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs หลังจากได้ข้อมูลต่างๆ ทั้งหมดจากการตอบคำถามของผู้บริโภคแล้ว ข้อมูลที่ได้จะถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ โดยใช้ Factor Analysis แล้วจึงทำการจัดกลุ่มผู้บริโภคตามรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน

2) การวัดแบบ VALS

การวัดค่านิยม และรูปแบบการดำเนินชีวิต หรือ VALS (Values and Lifestyles) เป็นวิธีการวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตที่พัฒนาขึ้นโดยสถาบันวิจัยสแตนฟอร์ด (Stanford Research Institute: SRI) เมื่อปี ค.ศ. 1978 โดยมีพื้นฐานมาจากทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of needs) ทั้งนี้ การใช้การวัดแบบ VALS จะช่วยให้เข้าใจพฤติกรรม และเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งมิติในการวัดมีพื้นฐานมาจากทัศนคติ ความจำเป็น ความต้องการ ความเชื่อ และลักษณะทางประชากรของผู้บริโภค (Anandan et al., 2006) โดยการวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ VALs อธิบาย ได้ว่า ผู้บริโภคจะดำเนินชีวิตไปตามลำดับขั้นตอนที่เรียกว่า "ลำดับชั้นคู่ (Double Hierarchy) ซึ่งสามารถแบ่งประเภทของคนได้เป็น 4 ประเภท (Mowen and Minor, 1998) ดังนี้

1) ผู้ที่มีแรงผลักดันจากความจำเป็น (Need-driven Person) ได้แก่

1.1) ผู้อยู่รอด (Survivors) หรือกลุ่มผู้ด้อยโอกาส เป็นกลุ่มคนจน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ มีสุขภาพไม่ดี และการศึกษาน้อย

1.2) ผู้ยังชีพ (Sustainers) เป็นกลุ่มคนที่ยากจนแต่ไม่ปล่อยให้ตัวเองสิ้นหวัง ไม่ละทิ้งความพยายาม เป็นกลุ่มคนที่มีอายุน้อยกว่าและมีความมั่นใจมากกว่ากลุ่มผู้อยู่รอด มักมีการวางแผนก่อนลงมือปฏิบัติ และคาดหวังในอนาคตมากกว่ากลุ่มผู้อยู่รอด ส่วนใหญ่มักเป็นชนกลุ่มน้อยของสังคม

2) ผู้ที่หันออกจากตนเอง (Outer-Directed Person) เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับสิ่งเร้าภายนอกหรือสิ่งต่าง ๆ รอบตัว สนใจว่าผู้อื่นจะมองตนเองอย่างไร เป็นพวกวัตถุนิยม ได้แก่

2.1) ผู้ทำตามสังคม (Be longer) เป็นกลุ่มคนชนชั้นกลาง มีรายได้ปานกลาง มีอายุวัยกลางคนหรืออาจแก่กว่านั้น เป็นคนรักครอบครัว ชาติ ศาสนา และชอบทำงานเพื่อสถาบันต่าง ๆ

2.2) ผู้ชอบเลียนแบบ (Emulators) เป็นกลุ่มที่มีความพยายาม มีความทะเยอทะยานสูง ต้องการความสำเร็จ ชอบใช้จ่ายมากกว่าเก็บออม และมักเลียนแบบกลุ่มประสบความสำเร็จ (Achievers)

2.3) ผู้ประสบความสำเร็จ (Achievers) เป็นกลุ่มที่มีฐานะดี รายได้สูง มักเป็นผู้บริหารหรือเจ้าของธุรกิจส่วนตัว เป็นพวกอนุรักษ์นิยม

3) ผู้ที่หันเข้าหาตนเอง (Inner-Directed Person) เป็นกลุ่มคนที่ยึดตนเองเป็นหลัก ได้แก่

3.1) ผู้ที่หลงตัวเอง (I-am-me) ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่มีอายุน้อย โสด มักใช้ความรู้สึกและอารมณ์ของตนเป็นใหญ่ กล้าแสดงออก กระตือรือร้น และชอบแสวงหาสิ่งใหม่ ๆ ให้กับชีวิต

3.2) ผู้ที่ชอบหาประสบการณ์ (Experiential) เป็นกลุ่มที่ชอบการทดลอง และชอบทำกิจกรรมต่าง ๆ มีความเป็นอิสระ เชื่อมั่นในตนเอง มีความคิดริเริ่ม คนกลุ่มนี้จะมีอายุประมาณ 20 ปีปลาย ๆ และมีรายได้ปานกลาง

3.3) ผู้ที่ชอบเข้าสังคม (Societally conscious) เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับสังคม มีความเป็นผู้ใหญ่ ประสบความสำเร็จในชีวิต มีความคิดแบบเสรีนิยม และให้ความสำคัญกับประเด็นทางสังคม

4) ผู้ที่มีลักษณะผสมผสาน (Integrated Person) คนกลุ่มนี้มีความเป็นตัวของตัวเอง และมีความเป็นผู้ใหญ่ เป็นกลุ่มที่อยู่ตรงกลางระหว่างผู้ที่หันออกจากตนเอง กับผู้ที่หันเข้าหาตนเอง จึงมีบุคลิกภาพแบบสนใจสิ่งเร้าจากภายนอกและยึดตนเองเป็นหลัก แม้ว่าคนกลุ่มนี้จะมีรายได้ที่สูงที่สุดกว่ากลุ่มอื่น ๆ แต่มีจำนวนประชากรน้อย คือประมาณร้อยละ 2 ของประชากรทั้งหมด ทำให้ยากต่อการเลือกเป็นกลุ่มเป้าหมาย

ต่อมาในปี ค.ศ. 1989 สถาบันวิจัยสแตนฟอร์ดได้พัฒนา VALS 2 ขึ้นมา เนื่องจาก VALS หรือ VALS 1 นั้นมีข้อบกพร่องและมีผู้วิจารณ์มาก เพราะเป็นการวัดที่กว้างเกินไป ให้ความสำคัญกับข้อมูลด้านประชากรมากเกินไป และยากต่อการใช้งาน VALS 2 จึงถูกออกแบบขึ้นเพื่อวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เฉพาะเจาะจง และให้ความสำคัญกับข้อมูลด้านจิตวิทยามากขึ้น สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ชัดเจนขึ้น โดย VALS 2 จะให้ความสำคัญกับทรัพยากรของบุคคล (Resources) ได้แก่ ด้านการเงิน วัตถุ จิตวิทยา และด้านร่างกาย เช่น ทรัพย์สิน ระดับการศึกษา สุขภาพ และรายได้ เป็นต้น นอกจากนี้ การวัดโดยใช้ VALS 2 ทำให้สามารถแบ่งกลุ่มคนตามเอกลักษณ์ของบุคคล (Self Identity) ได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้ (Mowen, 1995 อ้างถึงใน อัญชัน สันติไชยกุล, 2547)

1) ผู้มุ่งหลักการ (Principle-oriented) เป็นกลุ่มคนที่ตัดสินใจบริโภคโดยใช้หลักการ เหตุผล และความเชื่อของตนเองมากกว่าใช้อารมณ์ ความรู้สึก และความต้องการของผู้อื่น

2) ผู้มุ่งสถานภาพ (Status Oriented) มักจะตัดสินใจบริโภคโดยการพิจารณาความเห็นของบุคคลอื่น

3) ผู้มุ่งการกระทำ (Action Oriented) เป็นกลุ่มที่ตัดสินใจด้วยตนเองที่ต้องการมีกิจกรรมชอบความหลากหลายในชีวิต และชอบความเสี่ยง

ทั้งนี้ จากการแบ่งกลุ่มบุคคลทั้ง 3 ประเภท สามารถแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามรูปแบบการดำเนินชีวิต VALS 2 ได้ 8 กลุ่ม ดังนี้ (Mowen, 1995; Politeknik NSC. Surabaya, 2006; ชลวิกา อาจองค์, 2555)

1) ผู้ที่ประสบความสำเร็จ (Actualizes) เป็นบุคคลที่ประสบความสำเร็จในชีวิต มีทรัพยากรมาก ทันคน และมีชีวิตที่พรั่งพร้อม กระตือรือร้น รับผิดชอบ ภูมิใจในตัวเองมาก สนใจในความก้าวหน้า และพัฒนาการตนเอง กลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของตนเอง เพราะเป็นการแสดงออกถึงรสนิยมที่ดี และความเป็นตัวของตัวเอง สิ่งของที่มีมักสะท้อนรสนิยมที่ละเอียดอ่อนในชีวิต ไม่ใช่เพื่อสถานภาพ หรือการมีอำนาจ บุคคลประเภทนี้มักจะเป็นผู้นำ ผู้บริหาร หรือเจ้าของธุรกิจ มีความสนใจในประเด็นสังคม เปิดกว้างต่อการเปลี่ยนแปลง ใช้เวลาส่วนใหญ่ในการอ่านหนังสือ และนิตยสารเฉพาะทาง ชมโทรทัศน์น้อยกว่าค่าเฉลี่ยมาก

2) ผู้รู้สึกพอ (Fulfilled) เป็น 1 ใน 2 กลุ่มที่เน้นหลักการ คือ ชอบทำตามสิ่งที่ตนคิดว่าควรเป็น มีวุฒิภาวะสูง มั่นคง สงบสุข พอใจในอาชีพ และครอบครัว มักจะมีกิจกรรมสันทนาการที่เกี่ยวกับบ้าน ชอบความเป็นระเบียบ มีความรู้ และมีความรับผิดชอบ โดยมากมีการศึกษาสูง และอาจจะเพิ่งเกษียณจากการทำงาน ชอบติดตามความเคลื่อนไหวของโลก สังคม และมีความพร้อมที่จะให้โอกาสตนเองในการเพิ่มพูนความรู้ใหม่ ๆ การตัดสินใจมักจะใช้หลักการ และเหตุผล เน้นความเป็นจริง นิยมอ่านหนังสือพิมพ์ และนิตยสารบ่อยกว่าชมโทรทัศน์

3) ผู้ที่มีความเชื่อ (Believers) เป็นกลุ่มที่เน้นหลักการ มีลักษณะอนุรักษ์นิยม มีความเชื่อที่ยึดติดกับบรรทัดฐานสังคม หรือวิถีประชา และตามกฎหมาย มีระเบียบในเรื่องบ้าน ครอบครัว สังคม และศาสนาที่ตนนับถืออยู่ เป็นกลุ่มที่สามารถทำนายพฤติกรรมได้ง่าย ชอบสินค้าที่ได้รับการยอมรับมานาน นิยมอ่านหนังสือเกี่ยวกับการดูแลบ้านและสวน ชมโทรทัศน์มากกว่าค่าเฉลี่ย

4) ผู้มุ่งความสำเร็จ (Achievers) เป็นผู้บริโภคที่เน้นสถานภาพทางสังคม ตัดสินใจเลือกสิ่งต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมตำแหน่ง และการเลื่อนสู่ชั้นสังคมที่สูงขึ้น มักจะประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน ซึ่งนำมาสู่รางวัล และสถานภาพที่สูงขึ้น เคารพผู้ที่มีอำนาจ ควบคุมชีวิตของตนเองได้ดี ให้คุณค่ากับการค้นพบตนเอง ความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ความใกล้ชิดสนิทสนม และความแน่นอนที่พยากรณ์ได้ ชอบสินค้าที่มีชื่อเสียงมานาน ชมโทรทัศน์เท่ากับค่าเฉลี่ย และนิยมอ่านนิตยสารเกี่ยวกับธุรกิจ และข่าว

5) ผู้ดิ้นรน (Strivers) เป็นผู้บริโภคที่เน้นสถานภาพทางสังคมอีกกลุ่มหนึ่ง แสวงหาแรงจูงใจจากผู้อื่น มักจะทำตามที่บุคคลอื่นคาดหวัง มีทรัพยากรไม่มาก จึงพยายามหาความมั่นคงในชีวิต มีความเชื่อว่าเงินคือความสำเร็จ เบื่อง่าย และชอบเลียนแบบบุคคลที่มีสิ่งของต่าง ๆ อันน่าประทับใจ สิ่งที่ต้องการมักไกลเกินเอื้อม ใช้เงินไปกับเรื่องการแต่งกาย ผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ชอบชมโทรทัศน์มากกว่าการอ่านหนังสือ

6) ผู้ปากกัดตีนถีบ (Strugglers) อยู่ในกลุ่มผู้เน้นการกระทำ แต่มีฐานะยากจน มีการศึกษาต่ำ แทบจะไม่มีความสัมพันธ์กับสังคม มีปัญหาสุขภาพ ดำเนินชีวิตอย่างเฉื่อยชา มีความระมัดระวังมาก และมีความภักดีต่อตราสินค้าที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย สนใจการลด แลก แจก แถม ใช้เวลาในการชมโทรทัศน์มากกว่าค่าเฉลี่ย ชอบอ่านนิตยสารเกี่ยวกับผู้หญิง และความบันเทิง

7) ผู้แสวงหาประสบการณ์ (Experiencers) เป็นผู้บริโภคที่เน้นการกระทำที่มีผลกระทบอย่างชัดเจนต่อสภาพแวดล้อม ชอบลงมือทำงานต่าง ๆ ด้วยตนเอง ทั้งเรื่องภายในบ้าน และเรื่องภายนอก มีอายุน้อย กระตือรือร้น แสวงหาความหลากหลาย ความตื่นเต้น และชอบความเสี่ยง มักจะมีความกระตือรือร้น แต่ล้มเลิกง่าย เป็นพวกต่อต้านกฎเกณฑ์สังคม จึงมักถูกมองว่าไม่เคารพกฎต่าง ๆ ชอบการออกกำลังกาย เล่นกีฬา และนันทนาการนอกสถานที่ ชอบกิจกรรมทางสังคม ใช้เงินไปกับการเข้าสังคม เสื้อผ้า อาหาร ดนตรี และภาพยนตร์

8) ผู้ชอบทำเอง (Makers) อยู่ในกลุ่มนิยมการกระทำ มีความสามารถในการสร้างสิ่งต่าง ๆ ด้วยตนเอง มีค่านิยมในการช่วยเหลือตนเอง ดำรงชีวิตแบบดั้งเดิม ไม่สนใจในการครอบครองสิ่งของจำนวนมาก ไม่ชอบสิ่งฟุ่มเฟือย ชอบฟังวิทยุ อ่านนิตยสารเกี่ยวกับการดูแลรถ บ้านและสวน

อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดบางประการสำหรับการใช้ VALS 1 และ VALS 2 เนื่องจากคำถามขาดความเป็นกลาง โดยคำถามส่วนใหญ่มีความลำเอียง ทำให้ผู้ตอบคิดได้ว่าควรจะตอบตามแบบที่สังคมยอมรับ ซึ่งอาจทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นเท็จ และการใช้ VALS 1 และ VALS 2 ซึ่งเป็นการวัดค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่ทำให้ทราบว่าผู้ตอบแบบสอบถามบริโภคอะไร แต่ไม่สามารถทราบได้ว่าบริโภคอย่างไร ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค อีกทั้งการใช้ VALS 1 และ VALS 2 อาจไม่เหมาะสำหรับการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบเจาะจงสินค้า เนื่องจากเป็นการวัดภาพรวมของการดำเนินชีวิตมากกว่า และที่สำคัญคำถามทั้งหมดเป็นลิขสิทธิ์ของสถาบันวิจัยสแตนฟอร์ดซึ่งบุคคลทั่วไปไม่สามารถใช้ได้ การขอใช้คำถามของแบบวัดค่อนข้างยุ่งยาก (Hawkins et al, 1998)

3) การวัดแบบ LOV

การวัดรายการของค่านิยม หรือ LOV (The List Values Scale) เป็นการวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ได้รับการพัฒนามาจากทฤษฎีว่าด้วยค่านิยมของ Maslow, Rokeach และ Feather (ชลวิกา อาจองค์, 2555) เป็นวิธีการวัดที่พัฒนาขึ้นโดยศูนย์วิจัยของมหาวิทยาลัยมิชิแกน สหรัฐอเมริกา ซึ่งได้นำเอาส่วนบกพร่องของ VALS มาแก้ไข และมีจุดมุ่งหมายเพื่อใช้วัดค่านิยมที่โดดเด่นของบุคคล โดยให้ผู้ตอบให้คะแนนเรียงลำดับจากค่านิยมที่มีความสำคัญมากที่สุด (9 คะแนน) ไปจนถึงค่านิยมที่มีความสำคัญน้อยที่สุดในชีวิตประจำวัน (1 คะแนน) โดยสรุปได้เป็น 9 ค่านิยม ภายใต้ 3 มุมมอง ดังนี้ (Mowen, 1995; สุภาภรณ์ พลนิกร, 2548)

1) การให้ความสำคัญกับสิ่งภายนอก (External orientation) เป็นประเภทของกลุ่มคนที่ต้องการความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ประกอบด้วยค่านิยม 4 ประการ คือ

1.1) ความเติมเต็มหรือความพอใจในตนเอง (Self-fulfillment) เป็นค่านิยมที่ต้องการเติมเต็มด้านฐานะ การศึกษา และความรู้สึก ต้องการตอบสนองความปรารถนาของตนเองให้ได้มากที่สุด มักเป็นกลุ่มที่มีอายุน้อย ทำงานอยู่ในเมือง ใส่ใจสุขภาพ และมีความมั่นใจในตนเอง ชอบดูภาพยนตร์ตามโรงภาพยนตร์มากกว่าการดูโทรทัศน์

1.2) ความตื่นเต้น (Excitement) เป็นค่านิยมที่ชอบความตื่นเต้น และท้าทายในสิ่งต่าง ๆ

1.3) ความรู้สึกบรรลุความสำเร็จ (Sense of accomplishment) เป็นค่านิยมที่ต้องการความสำเร็จ ซึ่งคนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับค่านิยมนี้ โดยเฉพาะผู้ชาย คนในกลุ่มนี้มักเป็นผู้ชายวัยกลางคนที่ประสบความสำเร็จ มีหน้าที่การงาน ตำแหน่งงานในระดับสูง มีรายได้ดี

1.4) ความเคารพตัวเอง (Self-respect) เป็นค่านิยมที่ชาวอเมริกันให้ความสำคัญมากที่สุด

2) การให้ความสำคัญกับสิ่งภายใน (Internal orientation) เป็นกลุ่มคนที่ชอบควบคุมชีวิตของตนเองให้เป็นไปตามธรรมเนียมต่าง ๆ ประกอบด้วยค่านิยม 3 ประการ คือ

2.1) ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม (Sense of belonging) ผู้หญิงส่วนใหญ่มีค่านิยมนี้ ซึ่งเป็นค่านิยมในลักษณะการพึ่งพาอาศัยกัน ให้ความสำคัญกับบ้านและครอบครัว คนกลุ่มนี้มีการศึกษาไม่สูง แต่สามารถหาเงินและมีรายได้ในระดับปานกลาง มีความสุขกับหน้าที่และความรับผิดชอบต่อครอบครัว ถึงแม้ว่าจะเหนื่อยและเครียดก็ตาม

2.2) การเป็นที่เคารพ (Being well-respected) เป็นกลุ่มคนที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มีรายได้และการศึกษาต่ำ ประกอบอาชีพที่ไม่ค่อยมีเกียรติ แต่ก็รักในงานที่ทำ

2.3) ความมั่นคง (Security) เป็นค่านิยมที่พบได้ค่อนข้างน้อย โดยเป็นกลุ่มคนที่ขาดความมั่นคงทางการเงิน และจิตใจ

3) การให้ความสำคัญระหว่างบุคคล (Interpersonal orientation) เป็นกลุ่มคนที่ให้ความสำคัญกับการมีสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลอื่นในสังคม ประกอบด้วยค่านิยม 2 ประการ คือ

3.1) ความสนุกสนาน (Fun and enjoyment) เป็นกลุ่มคนที่มีอายุน้อย ไม่มีงานทำ หรือทำงานไม่ค่อยมั่นคง แต่มองโลกในแง่ดี และปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมได้ง่าย ไม่ค่อยให้ความสนใจกับครอบครัวและศาสนา แต่ชอบเล่นกีฬา และความบันเทิงต่าง ๆ

3.2) การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น (Warm relationships with others) เป็นกลุ่มคนที่มีความเป็นกันเองให้กับผู้อื่นอยู่เสมอ

ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบวิธีการวัดของ VALS และ LOV พบว่า การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตตามแบบของ LOV จะให้ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคได้น่าเชื่อถือกว่าแบบ VALS อย่างไรก็ตาม LOV จะมีประโยชน์มากกว่า VALS เมื่อมีการศึกษาแบ่งกลุ่มที่ใช้ตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ร่วมด้วยเท่านั้น (Kahle, Beatty and Homer, 1986 อ้างใน เลิศหญิง หิรัญโร, 2545) ส่วนแบบ AIO เป็นการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตทางจิตวิทยา

ในรูปแบบของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น โดย AIO สามารถอธิบายลักษณะของประชากรแต่ละกลุ่มได้อย่างใกล้เคียงกับสภาพที่เป็นจริงอย่างมาก นอกจากนี้ ยังมีข้อจำกัดของการนำตัวแบบ VALS มาใช้ คือ VALS เป็นเครื่องมือที่สถาบันวิจัยสแตมฟอร์ดเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ และไม่ได้เผยแพร่ต่อสาธารณะให้ใช้ได้โดยเสรี จึงยากแก่การทดสอบความเที่ยงตรง และเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Mill and Morrison, 1992 อ้างใน เกษรา เกิดมงคล, 2546) อีกทั้งการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตในบางครั้งกลุ่มบุคคลมีลักษณะที่มีความคล้ายคลึงกัน จนไม่สามารถแยกออกจากกันได้ชัดเจน ทำให้ยากต่อการแบ่งกลุ่มประชากรทั้ง 8 กลุ่มตามระบบ VALS ได้

2.3.3 รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างประเทศ

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs เพื่อค้นหาตัวแปรสังเกตได้จากวรรณกรรมที่ศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งในและต่างประเทศ เพื่อนำมาสังเคราะห์และสร้างเป็นแบบสอบถามรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียน ดังนี้

Darden and Perreault (1975) ทำการศึกษา Media Exposure and Vacation Behavior with Life Style Covariates เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในวันหยุดที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตศึกษาปัจจัยความมั่นใจในตนเอง ความเป็นผู้นำ นักเดินทางที่มีการวางแผนล่วงหน้า ผู้หาข้อมูลเดินทาง ท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เพื่อการศึกษา เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ เพื่อเล่นหรือดูกีฬา สำหรับพฤติกรรมศึกษาความถี่ในการท่องเที่ยวในวันหยุด ระยะเวลาและระยะทาง ซึ่งทั้งสองกลุ่มมีความสัมพันธ์กัน

Zins (1998) ทำการศึกษา Leisure Travel Choice Models of Theme Hotels Using Psychographics โดยเน้นศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาเพื่อพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้บริโภค แบ่งออกเป็น 4 ปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ ค่านิยมส่วนบุคคล รูปแบบการดำเนินชีวิต ลีลาการท่องเที่ยวในวันหยุด และผลประโยชน์ที่ต้องการ และศึกษาความสัมพันธ์ของทั้ง 4 ปัจจัย พบว่า ค่านิยมมีผลต่อรูปแบบกาดำเนินชีวิต ลีลาการท่องเที่ยวในวันหยุด และผลประโยชน์ที่ต้องการ และศึกษาความสัมพันธ์ต่อการเลือกโรงแรม

Sihadi et al (2016) ทำการศึกษา Segmentation of the tourism market for Jakarta: classification of foreign visitors' lifestyle typologies เพื่อศึกษาความแตกต่างในการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการแบ่งส่วนตลาดด้วยหลักจิตวิทยาแบบ AIO และเพื่อวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวนครจาการ์ตา ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของข้อมูลได้ 6 ปัจจัยของการดำเนินชีวิต และเมื่อวิเคราะห์แบบจัดกลุ่มคลัสเตอร์ได้ 4 กลุ่ม คือ Culture Interest Shopaholic, Sporty Culture Explorer, Aspiring Vacationer and Want-everything Vacationer และนำทั้ง 4 กลุ่มไปทดสอบไคสแควร์เพื่อวิเคราะห์ความเป็นอิสระต่อกันตามกลุ่มของนักท่องเที่ยว พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่าง 4 กลุ่ม เกี่ยวกับ อายุ เชื้อชาติ อาชีพ จำนวนครั้งที่ท่องเที่ยวที่จาการ์ตา และผู้ร่วมเดินทาง

สุทธ์สินี นิทัศน์เอก (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคุณภาพจากทวีปยุโรปในพื้นที่ไทยแลนด์ ริเวียร่า จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาและจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวคุณภาพจากยุโรปที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) ศึกษาพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจำแนกตามกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวคุณภาพจากยุโรป 3) เสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้ตอบสนองต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพจากยุโรปแต่ละกลุ่ม โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวคุณภาพจากทวีปยุโรป จำนวน 385 คน ซึ่งทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ปัจจัยและวิเคราะห์การจัดกลุ่ม รวมถึงมีการสัมภาษณ์เพิ่มเติม เพื่อประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า สามารถแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพจากทวีปยุโรปได้เป็น 2 กลุ่ม ซึ่งมีพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ดังนี้

กลุ่ม Social Cultural Explorer ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ให้ความสำคัญกับการพบปะผู้คน ชอบค้นหาประสบการณ์การเดินทางใหม่ ๆ สนใจประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มักเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับคู่สมรส โดยหาข้อมูลท่องเที่ยวจากเว็บไซต์ มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวน้อยกว่า 7 วัน มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 19,000 บาท และเลือกที่พักประเภทโรงแรมระดับ 4 ดาว โรงแรมบูติค กิจกรรมที่นิยม ได้แก่ การชมเมือง เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5 ด้าน พบว่า กลุ่มนี้มีความพึงพอใจในระดับมากถึงมากที่สุดต่อทุกองค์ประกอบ ยกเว้นด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ มีความพึงพอใจปานกลาง

กลุ่ม Sport Interest Shopping ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 45-54 ปี สนใจด้านกีฬา กิจกรรมกลางแจ้ง การดูแลสุขภาพ รวมถึงชอบการช้อปปิ้งและลองสินค้าใหม่ ๆ และชอบสถานที่ที่มีบรรยากาศดี มักเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว โดยรับข้อมูลการท่องเที่ยวจากการบอกต่อจากครอบครัวหรือเพื่อน มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวน้อยกว่า 7 วัน มีการใช้จ่ายเฉลี่ย 19,000-38,000 บาท และเลือกพักโรงแรมระดับ 4 ดาว โรงแรมระดับ 5 ดาว ส่วนกิจกรรมที่นิยมทำ ได้แก่ กิจกรรมชายหาด การช้อปปิ้ง ทำสปา ด้านความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5 ด้าน พบว่า กลุ่มนี้มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อด้านที่พัก แต่ด้านอื่น ๆ ให้ความพึงพอใจระดับปานกลางถึงมาก

แนวทางในการปรับปรุงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่ม Social Cultural Explorer เช่น ภาครัฐควรปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใหม่ ๆ หรือภาคธุรกิจ ธุรกิจนำเที่ยวควรจัดโปรแกรมที่เน้นให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมเพื่อรับประสบการณ์ใหม่ ๆ ส่วนกลุ่ม Sport Interest Shopping เช่น ภาครัฐควรมีการวิจัยสำรวจความนิยมด้านกีฬา เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์สถานที่ทำกิจกรรมประเภทต่าง ๆ หรือภาคธุรกิจ ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ควรมีการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจและรู้สึกถึงความคุ้มค่า

Joseph S. Chen, Yu-Chih Huang, Jen-Son Cheng (2009) ศึกษาวิจัยเรื่อง Vacation Lifestyle and Travel Behaviors การวิจัยครั้งนี้เป็นการสำรวจรูปแบบการดำเนินชีวิตในวันหยุดของนักท่องเที่ยวชาวไต้หวันจำนวน 420 คน ที่เข้าพักในอุทยานแห่งชาติ Ken Ting โดยมีการวิเคราะห์แบบแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นครอบครัว (Family Oriented Travelers) นักท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นสังคม (Social Oriented Travelers) และนักท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความทันสมัย (Stylish Travelers) ผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มทั้งในเรื่องของความถี่ในการเดินทาง โรงแรมที่เข้าพัก และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวและการพักแรม นอกจากนี้ ยังพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุ วงจรชีวิตครอบครัว การศึกษา และรายได้มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตในวันหยุด ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยใช้รูปแบบการดำเนินชีวิตจะเป็นเครื่องมือที่ทำให้เข้าใจลักษณะของนักท่องเที่ยว และสามารถพัฒนากลยุทธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้

Megan Cleaver, B. Christine Green and Thomas E. Muller (2000) ทำการศึกษาเรื่อง Using Consumer Behavior Research to Understand the Baby Boomer Tourist ซึ่งเป็นการวิจัยที่มุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อทำความเข้าใจกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวออสเตรเลียให้ดียิ่งขึ้น โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 404 คน การวิจัยครั้งนี้เป็นการสำรวจความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว และการรับรู้ความเสี่ยงในวันหยุด โดยประเด็นการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตได้ใช้แนวคิดรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ VALS 2 ซึ่งแบ่งกลุ่มได้ดังนี้ 1) กลุ่ม Social Aware เป็นกลุ่มที่มีการศึกษาสูง มีหน้าที่การงานในระดับสูง ไม่มีความกังวลเรื่องค่าใช้จ่าย สนใจเรื่องชุมชน การเมือง และสังคม ชอบแสดงความคิดเห็นให้ความสนใจกับสิ่งแวดล้อม และเป็นนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ 2) Visible Achievement เป็นกลุ่มคนที่มีความมั่นใจในตนเอง แสวงหาคุณค่าให้กับตนเอง มีความต้องการหรือชื่นชอบสินค้าที่มีชื่อเสียง เป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จในชีวิต รูปแบบการดำเนินชีวิต การซื้อสินค้า และการท่องเที่ยว จะมีความสำคัญต่อสถานภาพทางสังคมของตนเอง 3) Something Better เป็นกลุ่มที่มีอายุน้อย มีอาชีพที่ดี และมีรายได้ดี เป็นกลุ่มที่มีความมั่นใจในตัวเอง มีความทะเยอทะยาน และต้องการความก้าวหน้าในชีวิต 4) Conventional Family Life เป็นกลุ่มชนชั้นกลาง มีทักษะการทำงานในระดับปฏิบัติการ ให้ความสำคัญกับชีวิตครอบครัวและบ้าน ไม่มีมีความทะเยอทะยาน เป็นพวกอนุรักษ์นิยม นอกจากนี้ จากการศึกษายังได้แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุตามรูปแบบการดำเนินชีวิต แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และลักษณะส่วนบุคคลออกเป็น 6 กลุ่ม คือ กลุ่ม Self-betterment เป็นกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาประสบการณ์ และความท้าทายให้กับชีวิต กลุ่ม Thrill seeking เป็นกลุ่มที่แสวงหาความตื่นเต้น ต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างเต็มที่เพื่อบอกเล่าเรื่องราวการผจญภัยและการท่องเที่ยวให้ลูกหลานฟัง กลุ่ม Discovery เป็นกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเก็บเกี่ยวความรู้ และประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับชีวิต กลุ่ม Status seeking เป็นกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสถานะทางสังคมของตนเอง กลุ่ม Reminiscence เป็นกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปเยี่ยมเยือนเพื่อนและญาติ เพื่อใช้เวลาในการสร้างความทรงจำที่ดี และมองหากิจกรรมเพื่อความบันเทิง และกลุ่ม Escapism เป็นกลุ่มที่หลีกหนีจากสิ่งต่าง ๆ เพื่อต้องการเวลาในการพักผ่อนอย่างแท้จริง

Wongleedee (2012) ได้ศึกษานักท่องเที่ยวอาวุโสทั่วโลกในประเทศไทยเพื่อให้เข้าใจถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวอาวุโสทั่วโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างน่าตกใจ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวอาวุโสทั่วโลกและ 2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจต่อการใช้จ่ายของตนใน 5 ประเภทที่สำคัญ ได้แก่ โรงแรม อาหารและเครื่องดื่ม การขนส่ง ความบันเทิง และกิจกรรมและการช็อปปิ้ง มีการแจกแบบสอบถามให้กับผู้เข้าร่วม 400 คนซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวอาวุโสทั่วโลกที่เดินทางผ่านสนามบินสุวรรณภูมิประเทศไทย ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการจัดอันดับระดับความพึงพอใจในแต่ละประเภท นอกจากนี้ยังใช้การทดสอบ t-test ตัวอย่างอิสระเพื่อแยกระดับความพึงพอใจระหว่างเพศชายและเพศหญิงและระหว่างกลุ่มอายุ ผลการศึกษาพบว่ามีนักท่องเที่ยวอาวุโสชาวยุโรปเดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวเอเชียอาวุโส นักท่องเที่ยวอาวุโสทั่วโลกใช้งบประมาณส่วนใหญ่ไปกับการขนส่ง แต่ส่วนใหญ่จัดอันดับอาหารและเครื่องดื่มเป็นระดับความพึงพอใจสูงสุด โดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวชายและหญิงสูงอายุไม่ได้มีความชอบที่แตกต่างกันมากนัก นอกจากนี้กลุ่มอายุก็ไม่ได้มีบทบาทสำคัญในความชอบของนักท่องเที่ยวด้วย

Lohmann and Danielsson (2001) วิเคราะห์ผลสำรวจการเดินทางประจำปีของเยอรมัน โดยความต้องการของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการเดินทางไม่จำเป็นต้องพิจารณาจากอายุแต่เป็นไปตามรุ่น ในช่วงสามของวงจรชีวิตพฤติกรรมการเดินทางของคนรุ่นหนึ่งดูเหมือนจะค่อนข้างเข้มงวดและไม่เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญเนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น การเกษียณอายุ ผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่าความนิยมในการเดินทางหรือรูปแบบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยังคงเหมือนเดิมถึง 20 ปีสำหรับคนรุ่นหนึ่ง ซึ่งพฤติกรรมการเดินทางที่แท้จริง (รวมถึงความคาดหวังแรงจูงใจและแรงบันดาลใจ) ของผู้คนที่มีอายุระหว่าง 55 ถึง 65 ปี ในปี พ.ศ.2543 ทำให้สามารถคาดเดาผู้เดินทางที่คาดหวังได้ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 65 ถึง 75 ปีในปี พ.ศ.2010 แนวทางดังกล่าวให้ข้อมูลที่เชื่อถือได้สำหรับการออกแบบของกลยุทธ์ทางการตลาดในอนาคตและผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม

Glenn (2005) ได้ตรวจสอบความชอบในการวางแผนการเดินทางว่าเป็นการแสดงออกของมาตรการควบคุมส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับความต้องการทางสังคมในเรื่องครอบครัวและเพื่อน การติดต่อทางวัฒนธรรม ความบันเทิงและสถานบันเทิงยามค่ำคืน และประสบการณ์การค้าปลีก นอกจากนี้การตรวจสอบยังเป็นขอบเขตที่ความต้องการในการเข้าสังคมต่าง ๆ และการตั้งค่าการควบคุมการวางแผนมีอิทธิพลต่อการวัดความพึงพอใจปลายทางความตั้งใจที่จะกลับมาและความเต็มใจที่จะแนะนำจุดหมายปลายทาง การศึกษานี้พบว่าผู้สูงอายุที่มีความต้องการทางสังคมสูงกว่าสำหรับการติดต่อทางวัฒนธรรมและความสัมพันธ์กับครอบครัวและเพื่อนฝูงมีแนวโน้มที่จะรับรู้ถึงความจำเป็นในการเตรียมตัวสำหรับการเดินทางและจะแสดงความพึงพอใจในระดับที่สูงขึ้นด้วย นอกจากนี้ยังพบว่าความพึงพอใจของปลายทางมีความเกี่ยวข้องกับทั้งความตั้งใจที่แสดงออกที่จะกลับไปยังจุดหมายปลายทางและความเต็มใจที่จะแนะนำจุดหมายปลายทางให้กับผู้อื่น

Patterson (2011) กล่าวถึงลักษณะทางประชากรของช่วงเบบี้บูมเมอร์และความสนใจที่เพิ่มขึ้นในการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยเมื่ออายุมากขึ้น แนวโน้มนี้เกิดจากความจริงที่ว่าคนรุ่นเบบี้บูมเมอร์จำนวนมากมักมีสุขภาพที่ดีมีฐานะทางการเงินมีการศึกษาที่ดีขึ้นและมีความปรารถนาที่จะได้รับประสบการณ์แปลกใหม่มากกว่ากลุ่มผู้สูงอายุรุ่นก่อน ๆ เมื่อเร็ว ๆ นี้กลุ่มเบบี้บูมเมอร์และผู้ใหญ่วัยสูงอายุจำนวนมากเลือกที่จะทำกิจกรรมที่ท้าทายร่างกาย อย่างไรก็ตามแคมเปญการตลาดควรพยายามรวมข้อความจากผู้สูงอายุจากมุมมองทางสังคมและจิตวิทยาซึ่งอิงจากความรู้สึกที่แท้จริงเกี่ยวกับประสบการณ์การผจญภัย เช่น ความเพลิดเพลิน ความลื่นไหล การปลุกเร้าอารมณ์ที่ดีที่สุด และการพบปะเพื่อนใหม่ เพื่อเน้นย้ำถึงความรู้สึกอิสระและความสนุกสนานแทนที่จะมุ่งเน้นไปที่การวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคที่มักเน้นเชิงลบ

Muller and O'Cass. (2001) ศึกษาคน 356 คนในกลุ่มอายุ 55 ปีขึ้นไปเปิดเผยว่า นักท่องเที่ยวอายุเท่าไรรู้สึกมีสุขภาพดีและค่านิยมส่วนบุคคล แรงจูงใจในการเดินทาง การรับรู้ความเสี่ยงในการเดินทาง รูปแบบการเดินทาง และการตั้งค่าจุดหมายปลายทางในวันหยุด เมื่อแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็นสองกลุ่มคือ คนที่มีหัวใจและหัวใจยังไม่เด็กพบว่า รุ่นที่อายุน้อยกว่ารู้สึกมีสุขภาพที่ดีขึ้น แสวงหาความสนุกสนานและความเพลิดเพลินในชีวิตเดินทาง เพื่อกระตุ้นร่างกายและความรู้สึกของความสำเร็จ และมีความคาดหวังที่สูงขึ้นเกี่ยวกับวันหยุดด้วยเหตุนี้จึงมีแนวโน้มที่จะผิดหวังมากขึ้นหากวันหยุดไม่เป็นที่น่าพอใจ

Chen (2009) ได้ศึกษาถึงแรงจูงใจในการเดินทางภายในประเทศของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ (อายุ 50 ถึง 60 ปี) และผู้สูงอายุ (อายุ 61 ปีขึ้นไป) ในไถหนานประเทศไต้หวัน โดยมีพลเมือง 184 คน (กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ 100 คน และผู้สูงอายุ 84 คน) ในไถหนานประเทศไต้หวันเข้าร่วมในการศึกษานี้ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาอย่างง่าย ด้วยการทดสอบไคสแควร์และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ คำถามปลายเปิดได้รับการบันทึกและวิเคราะห์สำหรับหัวข้อ ข้อมูลทางประชากรพบว่า สถานภาพการสมรส สถานภาพการจ้างงาน การศึกษา รายได้ และแหล่งรายได้หลัก มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญระหว่างกลุ่มเบบี้บูมเมอร์และผู้ตอบแบบสอบถามวัยสูงอายุเช่นเดียวกับแรงจูงใจในการเดินทาง การท่องเที่ยวไปปลายทางที่ต้องการและการประเมินความเป็นอยู่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญระหว่างกลุ่ม พบความแตกต่างบางประการในพฤติกรรมและลักษณะการเดินทางที่รายงานโดยกลุ่มเบบี้บูมเมอร์และผู้ตอบแบบสอบถามวัยสูงอายุโดยเฉพาะอย่างยิ่งความเป็นไปได้ที่จะเดินทางไปกับงานเลี้ยงที่มีการจัดงานการใช้จ่ายเงินในการเดินทางการเข้าร่วมแพ็กเกจทัวร์แบบรวมทุกอย่าง อย่างไรก็ตามความเต็มใจที่จะใช้จ่ายเงินเพิ่มในการพักผ่อน และการรับรู้ว่าผู้สูงอายุควรอยู่ที่บ้านหรือในเมืองมองว่าเป็นการช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตในการเดินทาง นอกจากนี้การเดินทางข้ามคืนระหว่างประเทศมีผลต่อความถี่ในการเดินทางภายในประเทศของทั้งสองกลุ่ม

Woods. L. & Daniel. L. (ND) กล่าวไว้ว่าผู้สูงอายุมักจะชอบมีกิจกรรมที่ได้ร่วมทำพร้อมกับกลุ่ม มีตัวอย่างจากการทดลองกระบวนการรับรู้ของผู้สูงอายุในการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกันในสังคมจะเกิดการรับรู้ได้ดีกว่าการเดินทางท่องเที่ยวในแบบส่วนตัวรวมถึงการมีทัศนคติที่ดีเป็นไปในทิศทางเดียวกันด้วย

Tretheway. M. & Mak. D. (2006) ได้พูดถึงการตลาดที่เกิดขึ้นของการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงจากการเดินทางพักผ่อนหย่อนใจแบบเดิม ๆ มาเป็นเกิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวมีการศึกษาผลกระทบและการทำลายสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากการท่องเที่ยว ยกตัวอย่างเช่น มีบางบทความที่ทำการศึกษาข้อมูลจากนักท่องเที่ยวสูงอายุแถบอเมริกาใต้หรือลาตินอเมริกัน 3 ประเทศต้น ๆ โดยวัดจากค่า GDP ที่ค่อนข้างมีความเป็นอยู่ที่ดีกว่าประเทศอื่น ได้แก่ Mexico, Chile และ Venezuela ว่ามีความตื่นตัวและคาดหวังถึงผลกระทบและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวโลกในอนาคตที่มีผลต่อเศรษฐกิจของประเทศนั้นๆ นอกจากนั้นประเทศเหล่านี้กำลังพัฒนาและเข้าสู่ตลาดการท่องเที่ยวของโลกอีกทั้งยังน่าที่จะมีนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางท่องเที่ยวออกมาอีกจำนวนมาก

Nimrod G. (2008) ได้ศึกษาข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้สูงอายุหลังจากที่เพิ่งจะเกษียณจำนวน 20 คน ทั้งหญิงและชายจะมีการเดินทางท่องเที่ยวในลักษณะใด ผลที่ได้มี 3 ประเภทของธีมที่จะมีการท่องเที่ยวคือ 1. ความสนใจการท่องเที่ยวในอดีตตลอดมา 2. การเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และ 3. ความสนใจที่จะศึกษาจากข้อกำหนดและขอบเขตที่ยอมรับและได้รับจากเครือข่ายของสังคมเป็นหลัก โดยทั้งนี้การตัดสินใจขึ้นอยู่กับโปรแกรมของกิจกรรมที่จะเกิดขึ้น

Moller. C. & et.al. (2007) จากการสัมภาษณ์กลุ่มย่อยในการวิจัยกล่าวถึงตลาดการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในยุโรปโดยเฉพาะประเทศออสเตรีย ความต้องการและพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมนัก นักท่องเที่ยวสูงอายุแถบยุโรปมักจะชอบท่องเที่ยวเก็บเกี่ยวประสบการณ์ด้านการดูแลสุขภาพ การเดินทางพักผ่อนระยะยาวในแหล่งท่องเที่ยวมีความพอใจเป็นพิเศษและมีแรงบันดาลใจในการเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ ๆ ที่แตกต่าง แต่เน้นการบริการที่เป็นเลิศอันเกิดจากแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ด้วย

Rodriguez. V. (2001) ได้กล่าวถึงการพำนักอาศัยของชาวต่างชาติที่ตัดสินใจมาใช้ชีวิตหลังเกษียณที่ประเทศสเปนแบบถาวร มักจะมีที่มาจากที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวครั้งก่อนๆแล้วเกิดความหลงใหลในความสวยงามของบ้านเมือง ตึกรูปทรงประวัติศาสตร์โบราณแบบยุโรป สถาปัตยกรรมแบบท้องถิ่น รวมถึงสเปนเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวสูงอายุชอบเดินทางท่องเที่ยวเป็นประจำอยู่แล้วเนื่องจากมีสภาพอากาศที่ดี ค่าครองชีพที่ไม่สูง สามารถท่องเที่ยวและพักผ่อนได้แบบอย่างระยะยาว

Hung. K. (ND) กล่าวถึงข้อค้นพบในงานวิจัยของตัวเขาว่าการเพิ่มปริมาณอย่างต่อเนื่องของนักท่องเที่ยวสูงอายุในปัจจุบันมีนัยสำคัญของการเดินทางท่องเที่ยวว่าจะไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป นักท่องเที่ยวสูงวัยมีความกระตือรือร้นและมีแรงผลักดันทางการท่องเที่ยวในรูปแบบการเก็บเกี่ยวประสบการณ์ สร้างสรรค์โอกาสใหม่ ๆ ให้กับตัวเองในการศึกษาวัฒนธรรมที่แตกต่าง ดังนั้นตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุต้องตระหนักและรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นและปรับตัวให้ทันกับสถานการณ์ดังกล่าวอย่างรวดเร็ว

Dann. G. (1999) ให้ความเห็นถึงนักท่องเที่ยวสูงอายุในปัจจุบันว่าการเดินทางท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบหลาย ๆ อย่าง เช่นการได้ประสบการณ์เรียนรู้จากการท่องเที่ยว ประสบการณ์ท่องเที่ยวและ

กิจกรรมทางสุขภาพที่ดีและการได้ประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีนั้นต้องมาพร้อมกับวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นทางสังคมอีกด้วย นอกจากนั้นองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุคำนึงถึง คือสิทธิประโยชน์ทางสังคมอันพึงได้จากการท่องเที่ยว เช่น ต้องได้รับมาตรฐานทางสิทธิมนุษยชนอย่างเท่าเทียม เช่นประโยชน์อันพึงได้จากรัฐ เป็นต้น

Sniadek. J. (2006) ศึกษากิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสูงอายุมักจะทำในการเดินทางพักผ่อนหย่อนใจ ได้แก่ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสูงอายุมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะกิจกรรมด้านส่งเสริมสุขภาพร่างกาย แต่ถ้าเป็นกิจกรรมด้านอื่นก็ต้องดูความเหมาะสมและขึ้นอยู่กับความต้องการและความพึงพอใจเป็นพื้นฐาน

Lohmann. M. & Danielsson. J. (2001) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุตามวัฏจักรชีวิต พบว่าความต้องการเดินทางท่องเที่ยวไม่ได้ขึ้นอยู่กับอายุ แต่เป็นเรื่องของช่วงอายุคนวัยเดียวกันและไม่มีนัยสำคัญในการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นไม่จำเป็นว่านักท่องเที่ยวสูงวัยจะอายุเท่าไหร่ ก็สามารถคาดเดาได้ว่าในช่วงอายุของคนวัยนี้มีความต้องการทางการท่องเที่ยวรูปแบบไหน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความคาดหวัง หรือแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ที่สามารถนำไปสู่การออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวสูงวัยในอนาคตได้

Reece. W. (2004) ได้ศึกษาข้อมูลทางสถิติของนักท่องเที่ยวสูงอายุในช่วงอายุ 55 ปีขึ้นไปจากการสำรวจเหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (leisure reasons) 4 ลักษณะได้แก่ 1. พักผ่อนแบบผ่อนคลาย (rest & relaxation) 2. การท่องเที่ยวชมท้องถิ่น (sightseeing) 3. นันทนาการกลางแจ้ง (outdoor recreation) 4. สาระบันเทิง (entertainment) นอกจากนี้ได้ศึกษาข้อมูลจากผู้ประกอบการพบว่าผู้ประกอบการควรต้องมีการสร้างสรรค์คุณภาพด้านการบริการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและกลไกการส่งเสริมการขายอีกด้วย

Glover. P. & Prideaux. B. (2008) กล่าวไว้ว่าจากการศึกษานักท่องเที่ยวสูงวัยช่วงอายุที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489-2507 (Baby Boomer) พบว่าอายุของประชากรเป็นตัวแสดงถึงองค์ประกอบสำคัญของการเปลี่ยนแปลงทางสถิติของจำนวนประชากรซึ่งเป็นกุญแจสำคัญที่ขับเคลื่อนการเลือกผลิตภัณฑ์ในการบริโภคและกิจกรรม ณ จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวในอนาคต ทำให้คาดการณ์ได้ว่าช่วงอายุของนักท่องเที่ยววัยนี้หลังเกษียณจะมีแบบแผนการท่องเที่ยวในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ชัดเจนอย่างมีนัยสำคัญเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

Hongsraranagon. P. (ND) ค้นพบผลจากการวิจัยนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความสนใจในการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้น ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม การพักผ่อนหย่อนใจ การสนใจทางด้านการเสริมความงาม แม้กระทั่งการท่องเที่ยวแบบมาพักฟื้นเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ ดังนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวควรจะต้องตื่นตัวและปรับตัวให้มีความพร้อมรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นกับตลาดนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นกลุ่มนี้ด้วย ซึ่งมีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยค่อนข้างสูง

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมตัวแปรและปัจจัยที่มีความเหมือนกันหรือความสอดคล้องกันในเนื้อหามาสรุปเป็นตัวแปรในการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ดังตารางที่ 2.2 แสดงในโครงการย่อย 1

2.3.4 รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างประเทศ

สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและได้จำแนกตัวแปรเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน 28 องค์ประกอบ ดังนี้

2.3.4.1 ด้านกิจกรรม (Activities : A)

ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ คือ การทำงาน (ทำงานเป็นอาชีพหลัก, ทำงานเป็นอาชีพเสริม, แม่บ้าน) งานอดิเรก (ปลูกต้นไม้, เลี้ยงสัตว์, งานฝีมือ, เล่นดนตรี) กิจกรรมสังคม (ร่วมงานเลี้ยงสังสรรค์, คุยกับคนรัก/เพื่อน/ผู้คน, ทำบุญ/ตักบาตร, เข้าวัดศึกษาธรรมะ) การใช้เวลาว่าง (พักผ่อนนอนหลับ, ฟังวิทยุ/ดูรายการโทรทัศน์, อ่านหนังสือ, ท่องอินเทอร์เน็ต, ใช้เวลาอยู่กับตัวเองตามลำพัง) การพักผ่อนและบันเทิง (เที่ยวสถานบันเทิงยามค่ำคืน, ท่องเที่ยวต่างจังหวัด,รับประทานอาหารนอกบ้าน) การเป็นสมาชิกคลับ/ชมรม (เป็นสมาชิกชมรม/สมาคม) การร่วมกิจกรรมชุมชน (กิจกรรมการกุศล, กิจกรรมพัฒนาสังคม, กิจกรรมสาธารณะประโยชน์) การเลือกซื้อสินค้าและบริการ (เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ, เลือกซื้อเครื่องแต่งกาย/เครื่องประดับ, เลือกซื้อเครื่องแต่งบ้าน, เลือกซื้ออาหาร, การซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต) และกีฬา (การออกกำลังกาย, การเล่นกีฬาในร่ม, การเล่นกีฬากลางแจ้ง, การชมกีฬา)

2.3.4.2 ด้านความสนใจ (Interest: I)

ประกอบด้วย 10 องค์ประกอบ คือ ครอบครัว (การให้ความสำคัญกับครอบครัว, การทำกิจกรรมกับคนในครอบครัว) บ้าน (การตกแต่ง/ปรับปรุง/ซ่อมแซมบ้าน, การติดตั้งระบบความปลอดภัยภายในบ้าน) งาน (งานพิเศษเพื่อหารายได้เสริม, การพัฒนาปรับปรุงงานในอาชีพ, ให้ความสำคัญกับงานมากกว่าเรื่องส่วนตัว, อยากทำงานต่อแม้จะเกษียณแล้ว) การร่วมกิจกรรมชุมชน (งานเลี้ยงสังสรรค์, งานการกุศล/งานบุญ/งานทางศาสนา, พัฒนาชุมชน) นันทนาการ (งานแสดงละคร/ดารา, การแสดงคอนเสิร์ต/นักร้อง, การแสดงศิลปวัฒนธรรม, การท่องเที่ยว, กิจกรรมตื่นเต้นท้าทาย) ความนิยม (ความทันสมัย/เทคโนโลยี, ความแปลกใหม่, การแต่งกาย, การดูแลสุขภาพ) อาหาร (การทำอาหาร/ขนม, ความสนใจอาหารท้องถิ่น, ความสนใจอาหารที่แปลกใหม่, การรับประทานเพื่อสุขภาพ) สื่อ/ข้อมูลข่าวสาร (การติดตามข่าวสาร,การสืบค้นข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ) และความสำเร็จ (ความสำเร็จด้านอาชีพ, ความสำเร็จทางด้านการเงินและทรัพย์สิน, ความสำเร็จด้านครอบครัว, การเป็นเจ้าของธุรกิจ)

2.3.4.3 ด้านความคิดเห็น (Opinion: O)

ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ คือ ความคิดเห็นต่อตนเอง (การเป็นคนเก่ง, การเป็นผู้นำ, การเป็นคนทันสมัย, การเป็นคนเชื่อมั่นในตนเอง, อายุเป็นเพียงตัวเลข, วัยสูงอายุเป็นวัยที่มีอิสระมากที่สุด) ประเด็นด้านสังคม (การอยู่ร่วมกันในสังคม, ปัญหาสังคม, การเคารพกติกา/กฎระเบียบ/กฎหมาย, ครอบครัวให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุน้อยลง) ประเด็นด้านการเมือง (การเคารพสิทธิและเสรีภาพของคนอื่น, การปกครองระบอบประชาธิปไตย, การเมืองส่งผลต่อเศรษฐกิจ สังคม) ประเด็นด้านธุรกิจ (ธุรกิจต้องคำนึงถึงสังคมส่วนรวม,

การลงทุนทางธุรกิจ, การกู้เงินเพื่อทำธุรกิจเป็นเรื่องปกติ) ประเด็นด้านเศรษฐกิจ (การใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง, การท่องเที่ยวช่วยสร้างรายได้ให้คนท้องถิ่น, ประชาชนทุกคนมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ, การมีฐานะทางการเงินที่ดี) ประเด็นด้านการศึกษา (การศึกษาไม่จำเป็นต้องเรียนในชั้นเรียน, วุฒิการศึกษาจำเป็นต้องใช้ในการประกอบอาชีพ, ไม่มีใครแก่เกินเรียน) ประเด็นด้านผลิตภัณฑ์ (ตราสินค้าและราคาไม่ใช่เรื่องสำคัญ อยู่ที่ความพอใจ, การซื้อสินค้าท้องถิ่นหรือภูมิปัญญาชาวบ้านเป็นการส่งเสริมด้านอาชีพ, โฆษณามีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้า, ของที่มีราคาแพงย่อมมีคุณภาพมากกว่าของที่ราคาถูก) ประเด็นด้านอนาคต (อนาคตจะดีได้ต้องทำปัจจุบันให้ดีก่อน, การวางแผนชีวิตในอนาคต, การวางแผนจัดการชีวิตในช่วงเกษียณอายุ, การทำประกันชีวิตและสุขภาพ) และประเด็นด้านวัฒนธรรม (สิ่งเก่าแก่/โบราณควรค่าแก่การค้นหาและเก็บรักษา, ศิลปะและวัฒนธรรมมีความเกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ของมนุษย์, การแสดงของไทย เช่น โขน ลิเก ลำตัดเป็นสิ่งที่ล้าสมัย)

ตารางที่ 2.3 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรของรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย

นักวิจัย	ภัทรา สุขะสุคนธ์ (2562)	จิรวุฒิ หลอมประโคน และเอกกาพ มณีนารถ (2550)	เยาวภา จันทร์พวง (2557)	เฉลิศหญิง ทิรัญโร (2545)	เศรษฐวิฐพี คงกันธ์ (2557)	V. Mahalakshmi And D. Chitra (2013)	Dagmar Lesakova (2014)	รวม	มาตรวัดตัวแปร
กิจกรรม (Activities: A)									
การทำงาน (ทำงานเป็นอาชีพหลัก, ทำงานเป็นอาชีพเสริม, แม่บ้าน)	✓	✓	✓	✓	✓			5	Interval Scale
งานอดิเรก (ปลูกต้นไม้, เลี้ยงสัตว์, งานฝีมือ, เล่นดนตรี)	✓	✓	✓	✓	✓			5	Interval Scale
กิจกรรมสังคม (ร่วมงานเลี้ยงสังสรรค์, คุยกับคนรัก/เพื่อน/ผู้คน, ทำบุญ/ตักบาตร, เข้าวัดศึกษาธรรมะ)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7	Interval Scale
การใช้เวลาว่าง (พักผ่อนนอนหลับ, ฟังวิทยุ/ดูรายการโทรทัศน์, อ่านหนังสือ, ท่องอินเทอร์เน็ต, ใช้เวลาอยู่กับตัวเองตามลำพัง)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7	Interval Scale
การพักผ่อนและบันเทิง (เที่ยวสถานบันเทิงยามค่ำคืน, ท่องเที่ยวต่างจังหวัด,รับประทานอาหารนอกบ้าน)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7	Interval Scale
การเป็นสมาชิกคลับ/ชมรม (เป็นสมาชิกชมรม/สมาคม)	✓		✓	✓	✓	✓		5	Interval Scale

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

นักวิจัย	ภัทรา สุขะสุคนธ์ (2562)	จิรวุฒิ หลอมประโคน และเอกภพ มณีนาถ (2550)	เยาวภา จันทร์พวง (2557)	เลิศหญิง หิรัญโร (2545)	เศรษฐวิรัฐพ์ คงกันธ์ (2557)	V. Mahalakshmi And D. Chitra (2013)	Dagmar Lesakova (2014)	รวม	มาตรวัดตัวแปร
การร่วมกิจกรรมชุมชน (กิจกรรมการกุศล, กิจกรรมพัฒนาสังคม, กิจกรรมสาธารณะประโยชน์)	✓	✓	✓		✓		✓	5	Interval Scale
การเลือกซื้อสินค้าและบริการ (เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ, เลือกซื้อเครื่องแต่งกาย/เครื่องประดับ, เลือกซื้อเครื่องแต่งบ้าน, เลือกซื้ออาหาร, การซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต)	✓	✓	✓	✓	✓	✓		6	Interval Scale
กีฬา (การออกกำลังกาย, การเล่นกีฬาในร่ม, การเล่นกีฬากลางแจ้ง, การชมกีฬา)	✓	✓	✓	✓	✓	✓		6	Interval Scale
ความสนใจ (Interest: I)									
ครอบครัว (การให้ความสำคัญกับครอบครัว, การทำกิจกรรมกับคนในครอบครัว)	✓	✓	✓		✓	✓	✓	6	Interval Scale
บ้าน (การตกแต่ง/ปรับปรุง/ซ่อมแซมบ้าน, การติดตั้งระบบความปลอดภัยภายในบ้าน)	✓		✓	✓	✓	✓	✓	6	Interval Scale
งาน (งานพิเศษเพื่อหารายได้เสริม, การพัฒนาปรับปรุงงานในอาชีพ, ให้ความสำคัญกับงานมากกว่าเรื่องส่วนตัว, อยากทำงานต่อแม้จะเกษียณแล้ว)	✓	✓		✓	✓	✓		5	Interval Scale
การร่วมกิจกรรมชุมชน (งานเลี้ยงสังสรรค์, งานการกุศล/งานบุญ/งานทางศาสนา, พัฒนาชุมชน)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7	Interval Scale
นันทนาการ (งานแสดงละคร/ดารา, การแสดงคอนเสริต์/นักร้อง, การแสดงศิลปวัฒนธรรม, การท่องเที่ยว, กิจกรรมตื่นเต้นท้าทาย)	✓	✓		✓	✓	✓		5	Interval Scale
ความนิยม (ความทันสมัย/เทคโนโลยี, ความแปลกใหม่, การแต่งกาย, การดูแลสุขภาพ)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7	Interval Scale

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

นักวิจัย	ภัทรา สุขะสุคนธ์ (2562)	จิรวุฒิ หลอมประโคน และเอกภพ มณีนารถ (2550)	เยาวภา จันทร์พวง (2557)	เลิศหญิง หิรัญโร (2545)	เศรษฐวิรัฐพี คงกันธ์ (2557)	V. Mahalakshmi And D. Chitra (2013)	Dagmar Lesakova (2014)	รวม	มาตรวัดตัวแปร
อาหาร (การทำอาหาร/ขนม, ความสนใจอาหารท้องถิ่น, ความสนใจอาหารที่แปลกใหม่, การรับประทานเพื่อสุขภาพ)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7	Interval Scale
สื่อ/ข้อมูลข่าวสาร (การติดตามข่าวสาร,การสืบค้นข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7	Interval Scale
ความสำเร็จ (ความสำเร็จด้านอาชีพ, ความสำเร็จทางด้านการเงินและทรัพย์สิน, ความสำเร็จด้านครอบครัว, การเป็นเจ้าของธุรกิจ)	✓	✓	✓	✓	✓			5	Interval Scale
ความคิดเห็น (Opinion: O)									
ความคิดเห็นต่อตนเอง (การเป็นคนเก่ง, การเป็นผู้นำ, การเป็นคนทันสมัย, การเป็นคนเชื่อมั่นในตนเอง, อายุเป็นเพียงตัวเลข, วัยสูงอายุเป็นวัยที่มีอิสระมากที่สุด)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7	Interval Scale
ประเด็นด้านสังคม (การอยู่ร่วมกันในสังคม, ปัญหาสังคม, การเคารพกติกา/กฎระเบียบ/กฎหมาย, ครอบครัวให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุน้อยลง)	✓	✓		✓	✓	✓		5	Interval Scale
ประเด็นด้านการเมือง (การเคารพสิทธิและเสรีภาพของคนอื่น, การปกครองระบอบประชาธิปไตย, การเมืองส่งผลต่อเศรษฐกิจ สังคม)	✓	✓	✓		✓	✓	✓	6	Interval Scale
ประเด็นด้านธุรกิจ (ธุรกิจต้องคำนึงถึงสังคมส่วนรวม, การลงทุนทางธุรกิจ, การกู้เงินเพื่อทำธุรกิจเป็นเรื่องปกติ)					✓	✓		2	Interval Scale
ประเด็นด้านเศรษฐกิจ (การใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง, การท่องเที่ยวช่วยสร้างรายได้ให้คนท้องถิ่น, ประชาชนทุกคนมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ, การมีฐานะทางการเงินที่ดี)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7	Interval Scale

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

นักวิจัย	ภัทรา สุขะสุคนธ์ (2562)	จิรวุฒิ หลอมประโคน และเอกภพ มณีนารถ (2550)	เยาวภา จันทร์พวง (2557)	เลิศหญิง หิรัญโร (2545)	เศรษฐวิฐพี คงทันธ์ (2557)	V. Mahalakshmi And D. Chitra (2013)	Dagmar Lesakova (2014)	รวม	มาตรวัดตัวแปร
ประเด็นด้านการศึกษา (การศึกษาไม่จำเป็นต้องเรียนในชั้นเรียน, วุฒิการศึกษาจำเป็นต้องใช้ในการประกอบอาชีพ, ไม่มีใครแก่เกินเรียน)	✓	✓		✓	✓			4	Interval Scale
ประเด็นด้านผลิตภัณฑ์ (ตราสินค้าและราคาไม่ใช่เรื่องสำคัญ อยู่ที่ความพอใจ, การซื้อสินค้าท้องถิ่นหรือภูมิปัญญาชาวบ้านเป็นการส่งเสริมด้านอาชีพ, โฆษณามีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้า, ของที่มีราคาแพงย่อมมีคุณภาพมากกว่าของที่ราคาถูก)	✓	✓		✓	✓		✓	5	Interval Scale
ประเด็นด้านอนาคต (อนาคตจะดีได้ต้องทำปัจจุบันให้ดีก่อน, การวางแผนชีวิตในอนาคต, การวางแผนจัดการชีวิตในช่วงเกษียณอายุ, การทำประกันชีวิตและสุขภาพ)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7	Interval Scale
ประเด็นด้านวัฒนธรรม (สิ่งเก่าแก่/โบราณควรค่าแก่การค้นหาและเก็บรักษา, ศิลปะและวัฒนธรรมมีความเกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ของมนุษย์, การแสดงของไทย เช่น โขน ลิเก ลำตัดเป็นสิ่งที่ล้าสมัย)	✓	✓		✓	✓			4	Interval Scale

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Product) ถือเป็นปัจจัยของส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว จึงเป็นสิ่งที่บุคคลซื้อเพื่อเดินทางจากจุดหมายหนึ่งไปยังอีกจุดหมายหนึ่ง หรือเป็นสินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อเมื่อเดินทางไปท่องเที่ยวในภูมิลำเนาอื่น นอกจากนี้ยังครอบคลุมทั้งสินค้าและบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความพอใจของผู้บริโภค หรือผลประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวนั้น ๆ โดยลักษณะของสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวนั้นมีทั้งที่สามารถจับต้องได้และมีตัวตน หรือที่ไม่สามารถจับต้องได้

Kastarlak and Barber (2012 : 27) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประกอบด้วย 3 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมการท่องเที่ยว ขณะที่จิตานันท์ ติกุลและคณะ

(2550) กล่าวถึงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในมุมมองที่กว้างกว่าซึ่งประกอบด้วย สินค้าที่มีรูปร่างจับต้องได้ เช่น ห้องพักในโรงแรม ที่นั่งบนเครื่องบิน อาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น การบริการ เช่น บริการทำความสะอาดห้องพัก บริการต้อนรับบนเครื่องบิน บริการประกอบอาหาร บริการนำเที่ยว และบริการจัดประชุมนิทรรศการ เป็นต้น สถานที่ เช่น แหล่งท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต้องการไปเที่ยวชม บุคลากรที่ให้บริการ เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานทำความสะอาด และพนักงานขับรถ เป็นต้น องค์การที่เกี่ยวข้อง และแนวคิดในการส่งเสริมการท่องเที่ยว สำหรับสินค้าทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุจะมีความแตกต่างออกไปจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นในบางประเด็น

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุเมื่อนำหลัก องค์ประกอบ 5A พิจารณาร่วมแล้ว ประกอบด้วย

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นได้ทั้งสิ่งที่นักท่องเที่ยวเคยได้ไปท่องเที่ยว และมีประสบการณ์มาในอดีต และอาจเป็นสิ่งใหม่ที่นักท่องเที่ยวไม่เคยได้พบเห็น เพราะนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมักต้องการได้รับข้อมูลความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงลึกกว่าปกติ อาทิ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย (Aswin Sangpikul, 2007; วารัชต์ มัธยมบุรุษ, 2554) เพราะอาจเคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว จึงต้องการให้มัคคุเทศก์ที่มีความรู้อธิบายเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ หรือนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวยุโรปเองที่ต้องการเดินทางมายังประเทศไทยเพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ และเพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ (ราณี อิสิชัยกุล และคณะ, 2552) ดังนั้น ในการนำชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มัคคุเทศก์จึงต้องอธิบายถึงรากเง้ามากกว่าแค่ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวภายนอก โดยเน้นเรื่องราวประวัติศาสตร์ ที่ผนวกเข้ากับวิถีชีวิต ความเชื่อ และคุณค่าของสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสูงวัยเดินทางมาเที่ยวชม (กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2558)

2. ความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) นักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่ต้องการความสะดวกสบายในการเดินทาง ดังนั้น หากเป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุเหน็ดเหนื่อยเกินไป อาจสร้างความไม่พึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ สำหรับการเดินทางโดยทางเท้าและทางรถยนต์ เช่น ถนนต้องมีความลาดชันน้อย เรียบ และสามารถใช้รถเข็นได้ ขณะที่ระยะทางในการเที่ยวชมสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุไม่ควรเกินครึ่งชั่วโมงต่อรอบ ด้วยข้อจำกัดทางร่างกายของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (วารัชต์ มัธยมบุรุษ, 2554) สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เน้นการพักผ่อน เช่น การแค่เที่ยวครึ่งวัน หรือต้องมีเวลาให้พักก่อนเดินทางไปอีกสถานที่หนึ่ง เป็นต้น (กรวรรณ สังขกร และคณะ 2558)

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) นักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น ราวจับในห้องน้ำ ทางเดินที่สะดวก และรถเข็น นอกจากนี้ ความปลอดภัยของเมืองจุดหมายปลายทาง ที่ตั้งของที่พัก และแหล่งท่องเที่ยว จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความปลอดภัยคอยอำนวยความสะดวก เช่น มัคคุเทศก์หรือผู้นำเที่ยวต้องมีความรู้ด้านการปฐมพยาบาล มีจุดบริการด้านสุขภาพในสถานที่ท่องเที่ยว และมีสิ่ง

อำนวยความสะดวกทางการแพทย์ (กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2558) เพราะนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพ และมีความคุ้มค่าจากผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจเป็นหลัก และมีความยินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่มขึ้น เพื่อแลกต่อการบริการที่ดีขึ้นเป็นพิเศษ โดยนักท่องเที่ยวสูงอายุบางคนอาจให้ความสำคัญกับความปลอดภัยเป็นอันดับแรก (อรลักษณ์ ชิดเชี่ยว, 2550)

4. ที่พัก (Accommodation) โรงแรมที่พักเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ เพราะการพักผ่อนนอนหลับของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อาจส่งผลต่อสุขภาพของนักท่องเที่ยวระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว การสำรวจงานบริการในธุรกิจโรงแรมสำหรับชาวต่างชาติสูงวัย พบว่าความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ คือมีรูปแบบห้องพักให้เลือกหลากหลาย ห้องพักมีมาตรฐานและความปลอดภัย ด้านราคา คือมีความหลากหลายระดับราคาให้เลือก มีราคาและมาตรฐานการให้บริการที่ลูกค้าได้รับอย่างเหมาะสม ด้านสถานที่ คือมีสถานที่ตั้งของโรงแรมที่สามารถเดินทางไปมาสะดวก สถานที่ภายในโรงแรมตกแต่งอย่างสะอาด มีความเป็นระเบียบ รู้สึกปลอดภัยเมื่อเข้ามาใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด คือมีการประชาสัมพันธ์ในสื่อที่หลากหลาย และมีการจัดแพ็คเก็จการใช้บริการที่น่าสนใจ ด้านบุคลากร คือมีพนักงานให้คำแนะนำแก่ลูกค้าที่โทรศัพท์มาสอบถามได้อย่างละเอียด มีพนักงานคอยให้บริการอย่างทั่วถึง ด้านกระบวนการคือมีการติดกล้องวงจรปิดเพื่อควบคุมกระบวนการให้บริการของพนักงาน มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือโรงแรมตั้งอยู่ในที่ที่เข้าถึงได้ง่าย การตกแต่งโรงแรมทำให้รู้สึกผ่อนคลาย (รจิต คงหาญ วิสาขา วัฒนปกรณ์ และ อรรจนา เกตุแก้ว, 2559)

5. กิจกรรม (Activities) กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุระหว่างเดินทางท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันตามความสนใจ เช่น นักท่องเที่ยวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ต้องการทำกิจกรรมเรียนรู้เช่น การฝึกทำอาหารไทย (ราณี อิสิชัยกุล และคณะ 2552) ขณะที่นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอเมริกันนิยมทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว ได้แก่ เยี่ยมชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์ หรือพิพิธภัณฑ์ เข้าร่วมงานเทศกาลประเพณีต่าง ๆ รวมทั้งการจับจ่ายซื้อของ ตามลำดับ (องค์การท่องเที่ยวของสหรัฐอเมริกา อ้างในกรวรรณ สังขกร และคณะ 2558) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเที่ยวชมธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาคือ พักผ่อน เที่ยวชมศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมทางศาสนา ซื้อสินค้า ชมวิถีชีวิต และทำกิจกรรมเพื่อสุขภาพ ตามลำดับ (กุลวดี แกล้วกล้า, 2550)

ในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุนั้น รัฐบาลได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2552 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เสนอกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุที่แตกต่างกัน 4 รูปแบบ ดังนี้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

1. การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สำหรับนักท่องเที่ยวคุณภาพจากทุกประเทศ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มหรูหรา จากภูมิภาคอเมริกา ยุโรป เอเชีย โดยเน้นการนำเสนอที่พักและภัตตาคารที่มีชื่อเสียง การท่องเที่ยวเชิงศาสนา และวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวย้อนวัย-ย้อนรอยอดีต การท่องเที่ยวกินของอร่อย การจับจ่ายซื้อของในห้างสรรพสินค้า และการท่องเที่ยวทางน้ำด้วยเรือยอร์ช เป็นต้น

2. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการผ่อนคลายและการฝึกฝนอารมณ์ให้มั่นคง ด้วยการทำงานศิลปะหลากหลาย เช่น สอนเพนต์สีบนกระเบื้อง ร้อยลูกปัด สอนทำตุ๊กตา เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวที่ปรับบุคลิกภาพให้ผู้สูงวัยดูกระปรี้กระเป่า อ่อนกว่าวัย ด้วยการ Make up & Dress up to Travel แนะนำการแต่งหน้า และแนะนำการแต่งตัวสำหรับการเดินทาง เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและนันทนาการ เป็นการนำเสนอกิจกรรมเชิงสุขภาพเพิ่มเติมจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น การตรวจสุขภาพ การตรวจไขมัน การตรวจมวลกระดูก การรักษาและฟื้นฟูสุขภาพหลังการผ่าตัด การฝึกนวดตัวเองเพื่อผ่อนคลาย และมีเกมส์ฝึกสมอง เพื่อรักษาสมองให้แข็งแรงและรู้ภาวะร่างกายของตัวเองรวมถึงกิจกรรมด้านกีฬา เช่น กอล์ฟ เป็นต้น

โครงการดังกล่าวได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง ต่อมาในปี พ.ศ. 2557 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดโครงการซุปเปอร์โบนัสแห่งวัยกับแพ็คเก็จ 8 เส้นทางท่องเที่ยว ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาตลาด การท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงวัยพร้อมส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของกลุ่มท่องเที่ยวสูงวัย โดยกลุ่มเป้าหมายมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ภายใต้แนวคิด “เที่ยวครั้งเดียว...สุขทวีคูณ” ประกอบด้วย เส้นทางที่ 1 สืบสานศาสน์วิถี รักนี้มอบแด่วีรชน เพชรบูรณ์ และรักษ์ศาสน์สืบสานพุทธวิถี สัมผัสอากาศดีที่เพชรบูรณ์ เส้นทางที่ 2 หัวหิน เยือน 3 วัง ฟังเรื่องเล่า เส้นทางที่ 3 วิถีใต้ล้ำค่า ธาราบำบัด สัมผัสน้ำพุร้อนชุมพร-ระนอง เส้นทางที่ 4 เพลินเพลงนาวี สุนทรีริมหาด จันทรบุรี เส้นทางที่ 5 อร่อย เริงร่าดนตรี ริมเลชลบุรี-ระยอง เส้นทางที่ 6 ไหว้พระธาตุสองแผ่นดิน เยือนถิ่นนครา นครพนม-สปป.ลาว เส้นทางที่ 7 งานบุญเข้าพรรษา สืบชะตา เสริมมงคล พิษณุโลก-แพร่-น่าน และเส้นทางที่ 8 เที่ยวนี้ สุขใจ ใช่เลย อุดรธานี-เลย

ต่อมา ในปี พ.ศ. 2559 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดแคมเปญ “รวมใจเที่ยวไทย” และได้บรรจุโครงการการท่องเที่ยวผู้สูงอายุไว้เช่นกัน ดังเช่น โครงการเดือนกรกฎาคม “เที่ยวตามรอยบุญ” เน้นกลุ่มผู้สูงอายุและครอบครัวให้ออกเดินทางเพื่อไปทำบุญและร่วมงานบุญเทศกาลเข้าพรรษา ในเดือนสิงหาคม เน้นกลุ่มผู้สูงอายุและหน่วยงานภาครัฐและเอกชน โดยส่งเสริมให้หน่วยงานต่าง ๆ จัดการเดินทางท่องเที่ยวให้แก่ผู้ที่จะเกษียณ นอกจากนี้ ภาคการท่องเที่ยวเอกชน ได้ออกแคมเปญกระตุ้นการเดินทางของผู้สูงอายุ เช่น สายการบินบางกอกแอร์เวส์ ให้ส่วนลดบัตรโดยสารร้อยละ 10 จากราคาปกติสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการที่มีสัญชาติไทยในทุกเส้นทางบินทั้งภายในและระหว่างประเทศ สายการบิน ไทย สมายล์ ให้ส่วนลดบัตรโดยสารร้อยละ 25 ภายใต้แคมเปญยิ้มสุขใจวัยเกษียณ สายการบินไทยแอร์เอเชียจัดโปรโมชั่นพิเศษภายใต้แคมเปญ ชวนวัยเก๋า บินเที่ยวอีสาน ตอบแทนวัยเก๋า ที่คุณรัก โดยให้ส่วนลดบัตรโดยสารร้อยละ 25 จากราคาปกติ สำหรับผู้เดินทางที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

สำหรับปี พ.ศ. 2561 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีการส่งเสริมเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยจัดทำเส้นทางในภูมิภาคต่าง ๆ ดังนี้ เก๋ายกก๊วนชวนเที่ยวภาคเหนือ จะชวนวัยเก๋าเที่ยวแบบเป็นหมู่คณะ มีเส้นทางขับรถเที่ยววัดจังหวัดลำปาง-ลำพูน-เชียงใหม่ เส้นทางขับรถเที่ยวล้านนาตะวันออกจังหวัดเชียงราย-น่าน-พะเยา-เชียงราย เส้นทางขับรถเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย และ

เส้นทางขับรถเที่ยววงรอบจังหวัดเชียงใหม่-แม่ฮ่องสอน เก๋ายกก๊วนชวนเที่ยวภาคกลาง จะชวนวัยเก๋าเที่ยวสบาย ๆ ในเส้นทางจังหวัดสุพรรณบุรี-นครปฐม เส้นทาง “เมืองพรหม ๔ น่า” (ลพบุรี-อ่างทอง-สิงห์บุรี-ชัยนาท) เส้นทางไหว้พระอยุธยามหามงคล และเส้นทางไหว้พระ 11 วัดรัตนโกสินทร์ เก๋ายกก๊วนชวนเที่ยวภาคตะวันออก จะชวนวัยเก๋าไปทำกิจกรรมสนุก ๆ ทั้งในกิจกรรมที่ท้าทายแปลกใหม่ กิจกรรมดูแลสุขภาพ เสริมดวงบารมีตามศรัทธาและความเชื่อ เพลิดเพลินไปกับอาหารแปลกแต่สุดแสนอร่อย แหล่งบุฟเฟต์ผลไม้ที่รับประทานกันได้ไม่อั้น พักผ่อนสบาย ๆ ในโลเคชันสุดสวย พร้อมพาไปช็อปกระจายกลับไปฝากคนทางบ้าน ได้แก่ เส้นทางจังหวัดฉะเชิงเทรา เส้นทางจังหวัดชลบุรี และเส้นทางจังหวัดจันทบุรี-ระยอง เก๋ายกก๊วนชวนเที่ยวอีสาน จะชวนวัยเก๋า ไปเป็นผู้หนุ่มผู้สาวขาเลาะ แบบอีสานแซ่บนัว เที่ยวเขา เที่ยววัด เที่ยวริมโขงอย่างมีสีสัน สัมผัสเส้นทางวัฒนธรรม และเส้นทางพระพุทธศาสนาที่เป็นดินแดนแห่งอารยสงฆ์มากมาย ได้แก่ เส้นทางขับรถเที่ยวอีสานเหนือวนซ้าย 3 วัน 2 คืน ในจังหวัดอุดรธานี-หนองคาย-เลย-หนองบัวลำภู-อุดรธานี เส้นทางขับรถเที่ยวอีสานเหนือวนขวา 4 วัน 3 คืน ในจังหวัดอุดรธานี-หนองคาย-บึงกาฬ-นครพนม-สกลนคร-อุดรธานี เส้นทางขับรถเที่ยวอีสานใต้ 3 วัน 2 คืน จากกรุงเทพฯ-นครราชสีมา-พิมาย-บุรีรัมย์-สุรินทร์-นางรอง-กรุงเทพฯ เส้นทางขับรถเที่ยวเลียบโขง 3 วัน 2 คืน ในจังหวัดอุบลราชธานี-โขงเจียม-เขมราฐ-มุกดาหาร-นครพนม และเส้นทางอีสานตอนกลาง ในจังหวัดขอนแก่น-กาฬสินธุ์-ร้อยเอ็ด-มหาสารคาม และ เก๋ายกก๊วนชวนเที่ยวภาคใต้ จะชวนวัยเก๋าเดินทางไกลสักนิด เพื่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในภาคใต้ ซึ่งระยะทางไม่ใช่อุปสรรค หากมีการวางแผนการเดินทางที่ดี ได้แก่ เส้นทางจังหวัดสตูล เส้นทางจังหวัดสงขลา เส้นทางจังหวัดสุราษฎร์ธานี และเส้นทางเมืองคอน

กล่าวได้ว่า การออกแบบสินค้าทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ต้องมีความสอดคล้องกับพฤติกรรม และรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยจะต้องช่วยกระตุ้นให้กลุ่มผู้สูงอายุที่ยังมีความกังวลในการเดินทางท่องเที่ยว ได้ออกเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น อีกทั้งส่งเสริมกลุ่มผู้สูงอายุที่เดินทางท่องเที่ยวอยู่แล้ว ให้มีความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยว และได้ทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลายขึ้น

2.5 โครงการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอเมริกันที่มีคุณภาพสูง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่เป็นผู้มีอายุ 55 ปีขึ้นไป มีพื้นฐานการศึกษาดี เป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางหรือผู้บริหารองค์กร ที่มีรายได้ส่วนตัวสูงกว่า 70,000 เหรียญสหรัฐต่อปี เป็นผู้สูงวัยที่ยังคงความกระตือรือร้น เป็นนักอนุรักษ์นิยมที่ยึดมั่นในหลักการและเหตุผล แต่มุ่งมั่นเรียนรู้เพื่อปรับตัวเข้ากับยุคสมัยและสังคมอย่างต่อเนื่อง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559b)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวแคนาดาที่มีคุณภาพสูง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวแคนาเดียนเป็นผู้มีอายุ 55 ปีขึ้นไป และเกษียณอายุแล้ว มีพื้นฐานการศึกษาดี มีรายได้ส่วนตัวสูงกว่า 70,000 เหรียญสหรัฐต่อปี เป็นผู้สูงวัยที่มีเหตุผล ยึดมั่นในหน้าที่และปฏิบัติตามกฎระเบียบ

ของสังคม ยังมีพลังกระตือรือร้นในการพัฒนาตนเอง ชื่นชอบการแก้ปัญหาที่ต้องใช้ความสามารถและให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายอย่างคุ้มค่า (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559c)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2561b) ได้ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายตามลักษณะทางจิตวิทยา รวมทั้งอธิบายลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม และ 2) ศึกษารูปแบบพฤติกรรม ปัจจัยด้ายจิตวิทยา และความต้องการเชิงลึก (Insight) ด้านการเดินทางท่องเที่ยว รวมทั้งสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย จำนวน 7 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่ม Gen-Y 2) กลุ่ม Multi-Gen 3) กลุ่ม Silver Age 4) กลุ่ม Lady 1 (Age 38-44) 5) กลุ่ม Lady 2 (Age 45-54) 6) กลุ่ม Millennial Mon และ 7) กลุ่ม High-End โดยการศึกษาเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลกลุ่มละ 400 คน จาก 5 ภูมิภาค และกรุงเทพมหานคร รวมทั้งสิ้น 16,800 ตัวอย่าง ส่วนกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาเชิงคุณภาพจำนวนทั้งสิ้น 504 ตัวอย่าง โดยในแต่ละภูมิภาคจัดกลุ่มสนทนาจำนวน 2 จังหวัด (ยกเว้นกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่จัดเพียงจังหวัดเดียว คือ กรุงเทพฯ) ในแต่ละจังหวัด จัดกลุ่มสนทนา จำนวน 7 กลุ่ม โดยจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย (ยกเว้นกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่จัดกลุ่มสนทนา จำนวน 14 กลุ่ม) โดยในแต่ละกลุ่มมีจำนวนผู้เข้าร่วมจำนวน 6 คน ผลการศึกษา พบว่า การจัดกลุ่มลักษณะเฉพาะที่ได้จากการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ ครอบคลุม 5 ภูมิภาค สามารถแสดงการกระจายตัวของกลุ่มลักษณะเฉพาะได้ 4 กลุ่ม ประกอบด้วย

1) กลุ่ม Happiness Blend ลักษณะเฉพาะตัว ออกกำลังกายเป็นประจำ ชอบท่องเที่ยวในสถานที่ใหม่ การปรับตัว/การปรับเปลี่ยน คือ สิ่งที่ควรทำในโลกปัจจุบัน ชอบทดลองอาหารใหม่ ๆ ชอบความสนุกสนาน ชอบทำบุญ เข้าวัด หรือนั่งสมาธิ ตัวอย่างสินค้าทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ควรเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความครบถ้วนด้านสาธารณูปโภค และไม่ทุรกันดารจนเกินไป (ไม่ลำบากในการท่องเที่ยว) ซึ่งสามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตเมืองหรือแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตชนบทก็ได้ อย่างไรก็ตามแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวต้องมีกิจกรรมเชิงสัมผัสธรรมชาติ (ถ่ายภาพธรรมชาติ) กิจกรรมเยี่ยมชมวิถีชีวิตชุมชน (ชุมชนชนบท) และการรับประทานอาหารแปลก/ของแปลก/เปิบพิสดาร

2) กลุ่ม Live and Learn ลักษณะเฉพาะตัว ชอบเรื่องเทคโนโลยี วางแผนการใช้ชีวิต ชอบความเป็นเอกลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยว ชอบทดลองสิ่งใหม่ ๆ กล้าแสดงความคิดเห็นต่อสิ่งที่ไม่ถูกต้อง ชอบการเรียนรู้ ดังนั้นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ควรเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นในเรื่องของความเป็นเอกลักษณ์ หรือความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ซึ่งสามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตเมืองหรือแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตชนบทก็ได้ อย่างไรก็ตามแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวต้องมีกิจกรรมเชิงสัมผัสธรรมชาติ (เดินป่า) กิจกรรมเยี่ยมชมวิถีชีวิตชุมชน (ชุมชนเกษตรกรรม) และการรับประทานอาหารโดยเน้นไปที่อาหารสุขภาพ

3) กลุ่ม Everything Everywhere ลักษณะเฉพาะตัว ชอบแบ่งปันประสบการณ์ ให้ความสำคัญกับความผ่อนคลาย/คลายเครียด ชอบค้นพบประสบการณ์จริงจาการท่องเที่ยว (ไม่ปรุงแต่ง) ติดตามเรื่องต่าง ๆ ที่เป็นกระแสสังคม ช่วยเหลือคนที่ด้อยกว่าตัวเอง (ถ้ามีโอกาสและสามารถทำได้) ติด Social Media สินค้าทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ควรเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเขียวขจีของธรรมชาติ หรือความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ ซึ่งสามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตเมืองหรือแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตชนบทก็ได้ อย่างไรก็ตามแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวต้องมีกิจกรรมเชิงสัมผัสธรรมชาติ (ซึมซับบรรยากาศ) กิจกรรมเยี่ยมชมวิถีชีวิตชุมชน (ชุมชนศิลปวัฒนธรรม) การรับประทานอาหาร โดยเน้นไปที่ร้านอาหารที่มีบรรยากาศดี/ทัศนียภาพสวยงาม

4) กลุ่ม Journey Up Close ลักษณะเฉพาะตัว ชอบความสงบ เลือกที่จะใช้เงินกับการท่องเที่ยวแทนที่จะนำเงินไปซื้อสินค้าแบรนด์เนม เวลาไปเที่ยวชอบใช้ชีวิตกับคนในพื้นที่ สนใจงานศิลปะ ละครเวที และการแสดงสดต่าง ๆ มีการวางแผนทางการเงิน ชอบเป็นผู้นำเทรนด์ ดังนั้นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมความเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเงียบสงบ หรือความไม่วุ่นวาย ซึ่งสามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตเมืองหรือแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตชนบทก็ได้ อย่างไรก็ตามแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวต้องมีกิจกรรมเชิงสัมผัสธรรมชาติ (ดูดาว) กิจกรรมเยี่ยมชมวิถีชีวิตชุมชน (ชุมชนเกษตรกรรม) และการรับประทานอาหาร โดยเน้นไปที่ร้านอาหารริมทางในพื้นที่

ด้วยสถานการณ์ของไทยที่จำนวนผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้บริโภคกลุ่มผู้สูงอายุกลายเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง และมีความต้องการครอบคลุมอยู่ในหลายธุรกิจ ส่งผลให้ที่ผ่านมามูลค่าตลาดในกลุ่มผู้สูงอายุสูงถึง 107,000 ล้านบาทต่อปี แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ผลิตภัณฑ์มูลค่าเกือบ 7 หมื่นล้านบาท และที่เหลือเป็นมูลค่าตลาดด้านการบริการ สำหรับด้านการเงินนั้นปัจจุบันผู้สูงวัยเริ่มมีสัดส่วนร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด เป็นคนที่มีกำลังซื้อ เริ่มวางแผนใช้ชีวิตหลังเกษียณโดยไม่รบกวนลูกหลาน มีการซื้อกองทุน บริหารด้านการเงิน วางแผนใช้ชีวิตในการท่องเที่ยว และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นในอนาคต

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้จัดทำแคมเปญ/โครงการนำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวในรูปแบบของเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย โดยจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคต่าง ๆ (แบรนด์ บุฟเฟ่ต์ - ทีม, 2561) ดังนี้

1. **เก๋ายกก๊วนชวนเที่ยวภาคเหนือ** จะชวนวัยเก๋าเที่ยวแบบเป็นหมู่คณะ มีเส้นทางขับรถเที่ยวชมวัดจังหวัดลำปาง-ลำพูน-เชียงใหม่ เส้นทางขับรถเที่ยวล้านนาตะวันออก จังหวัดเชียงราย-น่าน-พะเยา-เชียงราย เส้นทางขับรถเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร-สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย และเส้นทางขับรถเที่ยววงรอบจังหวัดเชียงใหม่-แม่ฮ่องสอน

2. **เก๋ายกก๊วนชวนเที่ยวภาคกลาง** จะชวนวัยเก๋าเที่ยวสบาย ๆ ในเส้นทางจังหวัดสุพรรณบุรี-นครปฐม เส้นทาง “เมืองพรหม 4 น่า” (ลพบุรี-อ่างทอง-สิงห์บุรี-ชัยนาท) เส้นทางไหว้พระอยุธยามหามงคล และเส้นทางไหว้พระ 11 วัด รัตนโกสินทร์

3. **เก๋ายกก๊วนชวนเที่ยวภาคตะวันออก** จะชวนวัยเก๋าไปทำกิจกรรมสนุก ๆ ทั้งในกิจกรรมที่ท้าทายแปลกใหม่ กิจกรรมดูแลสุขภาพ เสริมดวงบารมีตามศรัทธา และความเชื่อ เพลิดเพลินไปกับอาหารแปลกแต่สุดแสนอร่อย แหล่งบุฟเฟต์ผลไม้ที่รับประทานกันได้ไม่อั้น พักผ่อนสบาย ๆ ในโลเคชันสุดสวย พร้อมพาไปช้อปกระจายกลับไปฝากคนทางบ้าน ได้แก่ เส้นทางจังหวัดฉะเชิงเทรา เส้นทางจังหวัดชลบุรี และเส้นทางจังหวัดจันทบุรี-ระยอง

4. **เก๋ายกก๊วนชวนเที่ยวอีสาน** จะชวนวัยเก๋าไปเป็นผู้หนุ่มผู้สาวขาเลาะ แบบอีสานแซ่บนัว เที่ยวเขาเที่ยววัด เที่ยวริมโขงอย่างมีสีสัน สัมผัสเส้นทางวัฒนธรรม และเส้นทางพระพุทธศาสนาที่เป็นดินแดนแห่งอารยสงฆ์มากมาย ได้แก่ เส้นทางขับรถเที่ยวอีสานเหนือวนซ้าย 3 วัน 2 คืน ในจังหวัดอุดรธานี-หนองคาย-เลย-หนองบัวลำภู-อุดรธานี เส้นทางขับรถเที่ยวอีสานเหนือวนขวา 4 วัน 3 คืน ในจังหวัดอุดรธานี-หนองคาย-บึงกาฬ-นครพนม-สกลนคร-อุดรธานี เส้นทางขับรถเที่ยวอีสานใต้ 3 วัน 2 คืน จากกรุงเทพฯ-นครราชสีมา-พิมาย-บุรีรัมย์-สุรินทร์-นางรอง-กรุงเทพฯ เส้นทางขับรถเที่ยวเลียบโขง 3 วัน 2 คืน ในจังหวัดอุบลราชธานี-โขงเจียม-เขมราฐ-มุกดาหาร-นครพนม และเส้นทางอีสานตอนกลาง ในจังหวัดขอนแก่น-กาฬสินธุ์-ร้อยเอ็ด-มหาสารคาม

5. **เก๋ายกก๊วนชวนเที่ยวภาคใต้** จะชวนวัยเก๋าเดินทางไกลสักนิด เพื่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในภาคใต้ ซึ่งระยะทางไม่ใช่อุปสรรค หากมีการวางแผนการเดินทางที่ดี ได้แก่ เส้นทางจังหวัดสตูล เส้นทางจังหวัดสงขลา เส้นทางจังหวัดสุราษฎร์ธานี และเส้นทางเมืองคอน (นครศรีธรรมราช)

โดยโครงการ “เที่ยวไทยวัยเก๋า” นั้นนักท่องเที่ยวจะต้องมีอายุเกิน 55 ปีขึ้นไป เดินทางท่องเที่ยวข้ามจังหวัดในวันธรรมดา (วันอาทิตย์-วันพฤหัสบดี) ผ่านบริษัทนำเที่ยว โดยมีราคาแพ็คเกจทัวร์เริ่มต้นขั้นต่ำ 12,500 บาท ระยะเวลาเดินทางท่องเที่ยวอย่างน้อย 3 วัน 2 คืน ซึ่งรัฐจะสนับสนุนการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยวให้กลุ่มผู้สูงอายุร้อยละ 40 ไม่เกิน 5,000 บาทต่อคน บริษัทนำเที่ยวสามารถรับนักท่องเที่ยวได้บริษัทละ 3,000 ราย โดยผู้เข้าร่วมโครงการต้องแสดงตนเพื่อรับสิทธิผ่านแอปพลิเคชั่นธนาคารกรุงไทย ส่วนบริษัทนำเที่ยวที่เข้าร่วมโครงการต้องจดทะเบียนก่อนวันที่ 1 มกราคม 2563 (สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ, 2563)

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังมีแคมเปญจัดทำ “ทัวร์สูงวัย หัวใจฟรุ้งฟริ้ง” โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือ ประชากรไทยวัยเกษียณ (อายุตั้งแต่ 55 - 80 ปีขึ้นไป) และเป็นการท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก (12 – 15 คน) พร้อมทั้งมีพยาบาลคอยดูแลตลอดการเดินทาง และสามารถให้คนสนิทร่วมเดินทางอีกด้วยได้ ทั้งนี้ กลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง ทางภาครัฐเริ่มประชาสัมพันธ์อยากให้คนไทยที่เข้าสู่สูงวัย มีการวางแผนชีวิต และวางแผนการเงินตั้งแต่อายุ 55 ปีเป็นต้นไป หลังจากที่เกษียณจะได้มีคุณภาพชีวิตที่ดี ดังนั้น สินค้าและบริการเกี่ยวกับผู้สูงอายุ จะเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันเศรษฐกิจประเทศไทยดีขึ้นในอนาคต (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.).

สำหรับตลาดการท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวอาเซียนที่มีค่าใช้จ่ายสูง แผนปฏิบัติการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศฉบับสมบูรณ์ ประจำปี 2562 หน้า 36-37 ได้กล่าวถึง แผนงานส่งเสริมการท่องเที่ยว ASEAN Connectivity ในทิศทางภูมิภาคอาเซียน ได้กำหนดแผนการเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับลางและระดับบน โดยมี

กลุ่ม Active Senior เป็นหนึ่งในกลุ่มเป้าหมายด้วย และปรับตำแหน่งทางการตลาดให้ประเทศไทยเป็น Weekend Destination ของกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองหลักและและสร้างการรับรู้พื้นที่เมืองรองของไทย แต่ยังไม่ปรากฏว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีแคมเปญสำหรับส่งเสริมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนที่ชัดเจน

สำหรับในต่างประเทศ รัฐบาลประเทศมาเลเซียให้ความสำคัญกับการเดินทางที่สะดวกสบายทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุสามารถทำกิจกรรมการท่องเที่ยวได้หลากหลายมากขึ้น เช่น การเน้นสถานที่ท่องเที่ยวเป็นมิตรต่อผู้สูงวัยอายุผ่านมีการต้อนรับ เข้าถึงได้ และมีสภาพแวดล้อมเหมาะสม (ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อนที่หลากหลายสำหรับผู้อาวุโส และสิ่งอำนวยความสะดวกในการขนส่งสาธารณะที่ปราศจากสิ่งกีดขวาง) การกำหนดนโยบายภาคการท่องเที่ยว การเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์การเดินทาง การให้ความปลอดภัยทางสุขภาพระหว่างเดินทางกับครอบครัว เป็นต้น ซึ่งเป็นกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุ อีกทั้งประเทศมาเลเซียดึงดูดนักท่องเที่ยววัยเกษียณมาพักอาศัยในระยะยาว (10 ปี) โดยมีการมอบสิทธิพิเศษต่าง ๆ ได้แก่ การซื้ออสังหาริมทรัพย์ บัตรประจำตัว การซื้อยานพาหนะ และการยกเว้นภาษี แต่ในปัจจุบันได้มีการระงับ โครงการไว้ชั่วคราวจนถึงสิ้นปี 2020 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)

2.6 สถานการณ์การท่องเที่ยวในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COVID-19

2.6.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COVID-19

การระบาดของเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ “ไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COVID-19” ที่เกิดขึ้น ณ เมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย สาธารณรัฐประชาชนจีน ในเดือนธันวาคม 2562 ที่มีการแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว และลุกลามไปยังประเทศต่างๆ ส่งผลกระทบไปทั่วโลก จนกระทั่งวันที่ 11 มีนาคม 2563 องค์การอนามัยโลกได้ประกาศให้โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นโรคที่มีการระบาดใหญ่ไปทั่วโลก ทำให้การท่องเที่ยวโลกหดตัวอย่างหนัก การเดินทางระหว่างประเทศยังมีข้อจำกัด รวมทั้งมาตรการจำกัดการเดินทางเข้าออกระหว่างประเทศ ส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในช่วงที่ผ่านมาลดลงอย่างมากในรอบสิบกว่าปี แม้ว่าจะมีการฉีดวัคซีนเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 แล้ว แต่ก็ยังไม่สามารถควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อที่กลายพันธุ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565)

จากรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization: UNWTO) ระบุถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกว่า จากผลกระทบของ COVID-19 ที่ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2562 ส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลกเติบโตลดลงในไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2563 ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศลดลงร้อยละ 22.7 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2562 และต่อเนื่องมาจนถึงเดือนเมษายน ปี พ.ศ. 2563 ที่จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศลดลงมากถึงร้อยละ 97 เมื่อเปรียบเทียบ

กับเดือนเดียวกันในปี พ.ศ. 2562 ซึ่งเป็นผลพวงมาจากการที่ทุกประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวต่างใช้มาตรการจำกัดการเดินทางระหว่างกันเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COVID-19 (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563ก)

สำหรับปี พ.ศ. 2564 ทั่วโลกยังคงได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COVID-19 ที่รุนแรงและยาวนานต่อเนื่องจากปี พ.ศ. 2563 หลังพบไวรัสสายพันธุ์ใหม่ คือ สายพันธุ์เดลต้า ที่แพร่กระจายไปทั่วโลกอย่างรวดเร็ว ทำให้รัฐบาลหลายประเทศต้องยกระดับมาตรการจำกัดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ รวมถึงออกคำเตือนประชาชนในการเดินทางไปต่างประเทศ ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลก โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2564) คาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกในปี 2564 น่าจะหดตัวประมาณร้อยละ 45 จากปีก่อน หรือมีจำนวนเพียงประมาณ 220 ล้านคน จากจำนวน 399 ล้านคนในปี 2563 นอกจากนี้ จากข้อมูลขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ระบุว่าผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ต่อการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวไตรมาสแรกของปี 2564 ลดลงถึงร้อยละ 84 โดยภูมิภาคที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ได้แก่ เอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โอเชียเนีย แอฟริกาเหนือ และเอเชียใต้ ในขณะที่ภูมิภาคที่ได้รับผลกระทบน้อยที่สุด ได้แก่ อเมริกาเหนือ ยุโรปตะวันตก และแคริบเบียน

อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะฟื้นตัวได้อีกครั้ง โดยการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับการรับวัคซีนโควิด-19 ทั่วโลก ซึ่งพบว่า ภาคการท่องเที่ยวจะฟื้นตัวเร็วขึ้นในประเทศที่มีอัตราการฉีดวัคซีนสูง เช่น ฝรั่งเศส เยอรมนี สวิตเซอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา และคาดว่าการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะกลับมาอยู่ในระดับก่อนเกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 คือตั้งแต่ปี 2565 เป็นต้นไป (ณัฏฐกฤติ นิธิประภา, 2564) อีกทั้งรายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว โดยสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2565) ได้สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกปี 2564 ว่ายังคงได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยมีจำนวนผู้เดินทางระหว่างประเทศเพียง 413.51 ล้านคน แต่เพิ่มขึ้นจากปี 2563 ร้อยละ 4.5 เนื่องจากหลายประเทศเริ่มผ่อนคลายมาตรการการเดินทางระหว่างประเทศที่เข้มงวดลง และประชากรในประเทศต่างๆ ได้รับการฉีดวัคซีนป้องกันโรค COVID-19 อย่างทั่วถึงมากขึ้น ทั้งนี้ ภูมิภาคที่มีจำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศกลับมาฟื้นตัว ได้แก่ ยุโรป และอเมริกา ในขณะที่ผู้เดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก ตะวันออกกลาง และแอฟริกายังคงหดตัว และด้วยจำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวในปี 2564 ที่เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา ทำให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศโดยตรงจากภาคการท่องเที่ยวของโลก (Tourism Direct Gross Domestic Product) มีมูลค่าประมาณ 1.9 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งสูงกว่าปี 2563 เล็กน้อย เมื่อพิจารณารายไตรมาส พบว่า ไตรมาสที่ 1 ของปี 2564 การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศชะลอตัวลงแต่ปรับตัวดีขึ้นในไตรมาสที่ 2 และ 3 แต่ต้องเผชิญกับความท้าทายอีกครั้งในไตรมาสสุดท้ายของปี เนื่องจากการระบาดหนัก

ของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในหลายประเทศ ส่งผลให้จำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศลดลงร้อยละ 30 จากไตรมาสก่อนหน้า

2.6.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในประเทศไทย

สำหรับสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทย จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COVID-19 ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยในปี พ.ศ. 2563 ลดลงเหลือเพียง 18 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 54.60 และจะส่งผลกระทบต่อเนื่องต่อเศรษฐกิจของประเทศที่มีการคาดการณ์ว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) จะลดลงจากร้อยละ 2.7 เหลือร้อยละ -0.80 และหากพิจารณาประเทศที่มีภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยอ้างอิงตัวเลขตามรายงานของสภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก (World Travel and Tourism Council : WTTC) พบว่า ประเทศที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COVID-19 มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งของโลก คือ ประเทศไทย โดยคิดเป็นร้อยละ 22 ของ GDP ของประเทศ รองลงมาคือ ฟิลิปปินส์ ร้อยละ 21 เม็กซิโก ร้อยละ 16.10 สเปน ร้อยละ 14.90 อิตาลี ร้อยละ 13.00 จีน ร้อยละ 11.00 ออสเตรเลีย ร้อยละ 11.00 เยอรมนี ร้อยละ 10.70 สหราชอาณาจักร ร้อยละ 10.50 และอาร์เจนตินา ร้อยละ 10.20 ตามลำดับ (สยามรัฐออนไลน์, 2563)

จากรายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศของกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา (2563) พบว่าในปี พ.ศ. 2563 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสะสมตั้งแต่เดือนมกราคม-ธันวาคม 2563 จำนวน 6.70 ล้านคน หดตัวร้อยละ 83.21 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา ซึ่งผลกระทบหลักยังคงมาจากการระบาดของโรค COVID-19 และจากการรวบรวมข้อมูลขององค์การอนามัยโลก (WHO) รายงานว่า ในเดือนธันวาคม 2563 มีจำนวนผู้ติดเชื้อ COVID-19 สะสมทั่วโลก 81.52 ล้านคน เพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากเดือนพฤศจิกายน 2563 ในส่วนสถานการณ์ระบาดในกลุ่มประเทศอาเซียนยังคงพบผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยอันดับ 1 คือ ประเทศอินโดนีเซีย พบผู้ติดเชื้อสะสม 0.74 ล้านคน ส่วนประเทศไทย มีผู้ติดเชื้อสะสมอยู่ที่อันดับที่ 6 ของกลุ่มประเทศอาเซียน โดยผู้ติดเชื้อทั้งหมดตรวจพบจากการเดินทางระหว่างประเทศ แสดงให้เห็นว่าการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ยังคงระบาดต่อเนื่องทั้งในระดับโลกและบางประเทศในกลุ่มประเทศอาเซียน สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ในปี 2563 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศจำนวน 12.23 ล้านคน-ครั้ง หดตัวร้อยละ 34.38 สร้างรายได้ 5.44 หมื่นล้านบาท ซึ่งหดตัวร้อยละ 46.36 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยการท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทยฟื้นตัวชัดเจนมากขึ้น แต่ยังคงขยายตัวต่ำกว่าช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้ว ซึ่งได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจภาพรวมภายในประเทศที่ยังไม่สามารถขยายตัวได้เต็มที่ แหล่งท่องเที่ยวในบางพื้นที่ยังได้รับผลกระทบจากการระบาดระลอกใหม่ของโรค COVID-19 โดยจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ และชลบุรี ตามลำดับ

สำหรับสถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศ ในปี พ.ศ. 2564 จำนวนนักท่องเที่ยวยังคงลดลงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่รุนแรงและแพร่ระบาดอย่างรวดเร็ว โดยพบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 427,869 คน ลดลงร้อยละ 93.62 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา ซึ่งการระบาดของโรค COVID-19 และมาตรการควบคุมการเดินทางเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยในช่วงเดือนธันวาคม 2564 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยผ่านโครงการ Test & Go ในรูปแบบไม่ต้องกักตัว รวมถึงโครงการ Sandbox และโครงการ Alternative Quarantine จำนวนทั้งสิ้น 230,497 คน ขยายตัวร้อยละ 152.59 เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนที่ผ่านมา ทั้งนี้ จากการรวบรวมข้อมูลขององค์การอนามัยโลก (WHO) พบจำนวนผู้ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สะสมทั่วโลกจำนวน 285.65 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากเดือนพฤศจิกายน 2564 แสดงให้เห็นว่าการระบาดยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ข้อมูลจำนวนผู้เสียชีวิตลดลง แสดงให้เห็นว่าความรุนแรงของโรคน้อยกว่าสายพันธุ์ก่อนหน้านี้ อย่างไรก็ตาม สถานการณ์การฉีดวัคซีนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมีเป้าหมายเพื่อนำไปสู่การเปิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และการเปิดประเทศ พบว่า ประเทศบรูไน มีประชากรฉีดวัคซีนครบโดสมากที่สุดในกลุ่มประเทศอาเซียน คิดเป็นร้อยละ 91 และเพิ่มขึ้นในทุกประเทศ นอกจากนี้ ในปี พ.ศ. 2564 ยังพบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยสะสม 53.03 ล้านคน-ครั้ง ลดลงร้อยละ 41.44 มีรายได้สะสม 2.16 แสนล้านครั้ง ลดลงร้อยละ 55.15 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี และกาญจนบุรี ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม ในภาพรวมการท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทยมีการปรับตัวดีขึ้นตามสถานการณ์การระบาดของโรค COVID-19 ที่ปรับตัวดีขึ้นอย่างชัดเจน โดยในเดือนธันวาคม 2564 ภาครัฐดำเนินการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการเดินทางภายในประเทศ และกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมให้สอดคล้องกับช่วงเทศกาลปีใหม่ โดยปรับมาตรการควบคุมแบบบูรณาการทั่วราชอาณาจักรเป็นกรณีเฉพาะ ซึ่งร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่มีพื้นที่เปิด สามารถให้บริการเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในร้านได้เป็นกรณีเฉพาะจนถึงเวลา 01.00 น. ของวันที่ 1 มกราคม 2565 ประกอบกับก่อนนี้ที่มีการประกาศปรับปรุงเขตพื้นที่จังหวัดตามพื้นที่สถานการณ์ และการกำหนดพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยวเพิ่มเติม 26 จังหวัด และยกเลิกการห้ามออกนอกเคหสถานสำหรับพื้นที่ควบคุมสูงสุดและเข้มงวด (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) ทั้งนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยคาดการณ์ว่า จากการผ่อนปรนมาตรการของรัฐบาล จะทำให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยฟื้นตัว โดยอาจต้องใช้เวลาประมาณ 2 ปี ในการฟื้นตัวเต็มที่ ซึ่งคาดการณ์ว่าในช่วงปี 2565 ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยจะมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2564 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 7.5 ล้านคน และจะสามารถสร้างรายได้ถึง 4.03 ล้านบาท (กรุงเทพธุรกิจ, 2565)

2.6.3 การฟื้นฟูการท่องเที่ยวจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในประเทศไทย

สำหรับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในประเทศไทย เกิดขึ้นครั้งแรกในเดือนมกราคม 2563 กระทรวงสาธารณสุขจึงได้ออกประกาศในราชกิจจานุเบกษา กำหนดให้โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COIVD-19 เป็นโรคติดต่อร้ายแรงตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 เพื่อประโยชน์ในการเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุมโรคติดต่ออันตราย สำนักนายกรัฐมนตรีได้มีคำสั่งให้จัดตั้งศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Center for COVID-19 Situation Administration – CCSA) หรือศูนย์บริหารสถานการณ์ COVID-19 (ศบค.) ขึ้น (กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข, 2564)

สำหรับการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในประเทศไทย มีการระบาดหลายระลอก โดยกระทรวงสาธารณสุข (กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข, 2565) ได้สรุปสถานการณ์การแพร่ระบาดไว้ดังนี้

การระบาดในระลอกที่ 1 เป็นการติดเชื้อแบบกลุ่มก้อน (Cluster) ที่มีการแพร่ระบาดในสนามมวย และสถานบันเทิงในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการรวมกลุ่มคนเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นสายพันธุ์ S (Serine) หรือสายพันธุ์อู่ฮั่น สายพันธุ์ดั้งเดิมที่พบครั้งแรกที่เมืองอู่ฮั่น รัฐบาลจึงได้ประกาศปิดพื้นที่กรุงเทพมหานคร เมื่อเดือนมีนาคม 2563 และประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในทุกเขตพื้นที่ทั่วราชอาณาจักร ตาม พ.ร.ก. การบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 ทุกคนที่เดินทางเข้าประเทศไทยต้องถูกกักกันในสถานกักกันของรัฐ มีการคัดกรองและติดตามการสัมผัสและค้นหาผู้ป่วย เน้นการรักษาความสะอาด โดยเฉพาะการล้างมือ เว้นระยะห่าง การเลี่ยงฝูงชน ใส่หน้ากากอนามัย ส่งผลให้สถานการณ์ค่อยๆ ดีขึ้นตามลำดับ และสามารถควบคุมสถานการณ์ได้ จนไม่พบผู้ติดเชื้อในประเทศไทยยาวนานติดต่อกันกว่า 100 วัน โดยการระบาดในระลอกแรกมีระยะเวลานานถึง 11 เดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม – พฤศจิกายน 2563

ต่อมาเกิดการระบาดในระลอกที่ 2 เมื่อกลางเดือนธันวาคม 2563 ซึ่งมีศูนย์กลางการระบาดอยู่ที่ตลาดกลางกุ้ง จังหวัดสมุทรสาคร ศูนย์กลางการค้าอาหารทะเลขนาดใหญ่ของประเทศ ต่อมาการแพร่ระบาดเชื่อมโยงไปยังสถานประกอบการ โรงงาน และชุมชนใกล้เคียง และกระจายไปยังหลายจังหวัดทั่วประเทศ โดยเฉพาะภาคกลาง และภาคตะวันออก รัฐบาลได้ใช้มาตรการตามยุทธศาสตร์การจัดการเชิงพื้นที่ระดับจังหวัดที่เข้มแข็ง เช่น การแบ่งพื้นที่ตามระดับความเสี่ยง อนุญาตให้บางสถานที่หรือกิจการเปิดให้บริการ แต่ยังคงปิดสถานศึกษา สถานบันเทิง และสถานีขนส่งสาธารณะ เป็นต้น รวมถึงการได้รับการฉีดวัคซีนล็อตแรกให้กลุ่มเป้าหมายในพื้นที่เสี่ยงสูงและพื้นที่เศรษฐกิจ ด้วยมาตรการที่เข้มงวด จึงทำให้ประเทศไทยสามารถควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งการระบาดในระลอกนี้เกิดขึ้นเพียง 3 เดือน ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2563 – มีนาคม 2564

หลังจากนั้น การระบาดระลอกที่ 3 ได้เกิดขึ้นในเดือนเมษายน 2564 โดยพบคลัสเตอร์การระบาดใหม่จากสถานบันเทิงย่านทองหล่อ-เอกมัย กรุงเทพมหานคร คลัสเตอร์แคมป์คนงานในกรุงเทพมหานคร และคลัสเตอร์เรือนจำนราธิวาส ในช่วงแรกของการระบาดระลอกนี้เกิดจากสายพันธุ์อัลฟ่า (Alpha) ซึ่งเป็นสายพันธุ์ที่มีความสามารถในการแพร่เชื้อสูง เป็นเหตุให้จำนวนผู้ป่วยติดเชื้อรายวันสูงขึ้น และการแพร่ระบาดของโรคขยายเป็นวงกว้าง นอกจากนี้ ในระลอกนี้ยังพบว่าเกิดการระบาดจากหลายสายพันธุ์ โดยเฉพาะสายพันธุ์เดลต้า (Delta) ที่กลายเป็นสายพันธุ์หลักที่มีผู้ติดเชื้อมากที่สุด เนื่องจากสายพันธุ์นี้สามารถแพร่กระจายเชื้อได้รวดเร็ว ส่งผลให้จำนวนผู้ติดเชื้อกลับมาเพิ่มขึ้นอีก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในผู้ที่ยังไม่ได้รับวัคซีน สำหรับมาตรการในระลอกที่ 3 นี้ ได้มีการกำหนดมาตรการตามระดับของพื้นที่เสี่ยง แบ่งเป็นพื้นที่ควบคุมสูงสุดและเข้มงวด ได้แก่ จังหวัดสมุทรสาคร พื้นที่ควบคุม 8 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ สมุทรสงคราม นนทบุรี นครปฐม ปทุมธานี ตาก และราชบุรี พื้นที่เฝ้าระวังสูง 14 จังหวัด ได้แก่ กาญจนบุรี สุพรรณบุรี พระนครศรีอยุธยา สระบุรี นครนายก ฉะเชิงเทรา เพชรบุรี ระนอง ชลบุรี ระยอง ชุมพร สงขลา ยะลา และนราธิวาส และพื้นที่เฝ้าระวังที่เหลืออีก 54 จังหวัด

สำหรับการระบาดในระลอกที่ 4 เกิดขึ้นต่อเนื่องมาจากในช่วงปลายพฤศจิกายน 2564 โดยองค์การอนามัยโลก ได้ประกาศชื่อโควิดสายพันธุ์ใหม่คือ “โอไมครอน (Omicron)” พร้อมจัดให้อยู่ในกลุ่มเชื้อกลายพันธุ์ที่น่ากังวล (Variants of Concern : VOC) สายพันธุ์ดังกล่าวได้มีการแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว ประเทศไทยจึงใช้มาตรการคุมเข้มการเดินทางจากประเทศในทวีปแอฟริกาใต้ ซึ่งมีการแพร่ระบาดของสายพันธุ์โอไมครอน มีการระงับการลงทะเบียนเข้าราชอาณาจักรในรูปแบบ Test and Go ตั้งแต่วันที่ 22 ธันวาคม 2564 และปรับมาตรการเข้าราชอาณาจักรและการตรวจหาเชื้อ COVID-19 ในรูปแบบ Sandbox Programme และ Test and Go ยกระดับการเตือนภัยโรค COIVD-19 เป็นระดับที่ 4 โดยมีการปรับพื้นที่สีของจังหวัดตามระดับสถานการณ์ ให้สถานประกอบการที่มีลักษณะคล้ายสถานบริการ สถานบันเทิง ผับ บาร์ คาราโอเกะ เปิดในรูปแบบร้านอาหารได้ โดยต้องได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการโรคติดต่อจังหวัด ต่อมาเชื้อไวรัสได้มีการแพร่ระบาดไปหลายจังหวัดทั่วประเทศ ทั้งนี้ พบว่าอาการของผู้ป่วยสายพันธุ์โอไมครอน ผู้ติดเชื้อส่วนใหญ่มีอาการไม่รุนแรง อาจไม่จำเป็นต้องได้รับการดูแลรักษาแบบผู้ป่วยในของโรงพยาบาล หรืออยู่โรงพยาบาลเพียงระยะสั้นๆ แล้วไปพักฟื้นต่อที่บ้านหรือสถานที่รัฐจัดให้ จึงปรับการบริหารจัดการโรค COVID-19 สู่โรคประจำถิ่น (Endemic)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่เกิดขึ้น จะเห็นว่าประเทศไทยมีมาตรการในการรับมือสถานการณ์ดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังมีการช่วยเหลือเยียวยาทุกภาคส่วนที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยกระทรวงสาธารณสุขได้มีการบริหารจัดการการให้วัคซีนโควิด-19 ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 เมื่อมีวัคซีนปริมาณจำกัด จะฉีดวัคซีนให้กับบุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุขด่านหน้า บุคคลที่มีโรคประจำตัว (โรคทางเดินหายใจเรื้อรังรุนแรง โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคไตเรื้อรังระยะที่ 5 โรคหลอดเลือดสมอง โรคมะเร็งทุกชนิด โรคเบาหวาน และโรค

อ้วน) บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมโรค COVID-19 ที่มีโอกาสสัมผัสผู้ป่วย ส่วนระยะที่ 2 เมื่อมีวัคซีนมากขึ้นและเพียงพอ ฉีดให้กับกลุ่มเป้าหมายในระยะที่ 1 บุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุขอื่นๆ ที่นอกเหนือจากด่านหน้า ผู้ประกอบอาชีพภาคการท่องเที่ยว เช่น พนักงานโรงแรม สถานบันเทิง มัคคุเทศก์ นักกีฬา ผู้เดินทางระหว่างประเทศ เช่น นักบิน/ลูกเรือ นักธุรกิจระหว่างประเทศ นักการทูต เจ้าหน้าที่องค์กรระหว่างประเทศ นักธุรกิจต่างชาติ คนต่างชาติพำนักระยะยาว แรงงานในอุตสาหกรรม ภาคบริการ และประชาชนทั่วไป (สวัสดิ์ อภิวัจนีวงศ์, 2564)

นอกจากนี้ ภาครัฐยังได้กำหนดนโยบายช่วยเหลือฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมในระยะเร่งด่วน เพื่อเยียวยาและบรรเทาผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ให้แก่ประชาชนและผู้ประกอบการ ดังนี้ (นัชชา เกิดอินทร์ กาญจนาพร วงศ์อาจ และโชติ บดีรัฐ, 2564)

ระยะที่ 1 มาตรการดูแลและเยียวยาผลกระทบจากไวรัสโคโรนาต่อเศรษฐกิจไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม ประกอบด้วย 1) มาตรการดูแลและเยียวยาประชาชน เช่น การลดภาระบรรเทาภาระการจ่ายค่าน้ำ ค่าไฟ และคืนค่าประกันการใช้ไฟฟ้า การลดเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคมของนายจ้างและลูกจ้าง เป็นต้น และ 2) มาตรการดูแลและเยียวยาผู้ประกอบการ เช่น สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ ธนาคารแห่งประเทศไทยผ่อนคลายหลักเกณฑ์การปรับโครงสร้างหนี้ ลดเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคมของนายจ้างและลูกจ้าง บรรเทาภาระค่าธรรมเนียม ค่าเช่า ค่าตอบแทนในการให้บริการของส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจ เป็นต้น

ระยะที่ 2 มาตรการดูแลและเยียวยาผลกระทบจากไวรัสโคโรนา 2019 ต่อเศรษฐกิจไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม ประกอบด้วย 1) มาตรการดูแลและเยียวยาแรงงานลูกจ้าง ลูกจ้างชั่วคราว อาชีพอิสระที่ไม่อยู่ในระบบประกันสังคม เช่น สนับสนุนเงินคนละ 5,000 บาท/เดือน เป็นเวลา 3 เดือน ด้วยการลงทะเบียนผ่าน www.เราไม่ทิ้งกัน.com การให้สินเชื่อฉุกเฉิน 10,000 บาทต่อราย ฝึกอบรมเพิ่มทักษะอาชีพหรือจัดกิจกรรมเพื่อสังคมรวมถึงนักศึกษาที่ยังหางานไม่ได้และขยายฝึกอบรมผ่านภาคีเครือข่าย เป็นต้น 2) มาตรการดูแลและเยียวยาผู้ประกอบการ เช่น การให้สินเชื่อรายย่อยไม่เกิน 3 ล้านบาท/ราย การยืดการเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล ภ.ง.ด. 50 ภาษีสรรพากร และภาษีสรรพสามิต การยกเว้นอากรขาเข้าสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันและรักษา COVID-19 เป็นต้น 3) มาตรการเพิ่มเติมกรณีธุรกิจท่องเที่ยว เช่น เลื่อนการจ่ายค่าเช่าที่ราชพัสดุสำหรับผู้เช่าประเภทผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และปรับลดอัตราภาษีสรรพสามิตน้ำมันเชื้อเพลิง สำหรับเครื่องบินไอพ่นจาก 4.76 บาทต่อลิตรเป็น 0.20 บาทต่อลิตร เพื่อดูแลสายการบินที่เป็นเครื่องบินในประเทศ

นอกจากนี้ เพื่อขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจขยายตัว รัฐบาลได้กำหนดมาตรการกระตุ้นและส่งเสริมการใช้จ่าย ได้แก่ “โครงการคนละครึ่ง” โดยเป็นการร่วมจ่ายระหว่างรัฐบาลกับผู้ที่ได้รับสิทธิ์เพื่อใช้จ่าย โดยรัฐบาลสนับสนุนเงินให้วันละไม่เกิน 150 บาท ซึ่งที่ผ่านมาโครงการนี้มีร้านค้าเข้าร่วมโครงการกว่า 1.5 ล้านร้านค้า และมีผู้ใช้สิทธิจำนวนกว่า 14 ล้านคน มีเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจมากกว่า 1 แสนล้านบาท

การฟื้นฟูการท่องเที่ยวของประเทศไทย

หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COVID-19 คลี่คลายลง กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้กำหนดยุทธศาสตร์การฟื้นฟูการท่องเที่ยว โดยการให้ความสำคัญกับการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ สร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภค กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการใช้จ่ายจากการท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มมากขึ้น เพื่อก่อให้เกิดการกระจายรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการ และการจ้างงานภาคประชาชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจโรงแรม สายการบิน ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว ภายใต้ความปกติใหม่ (New Normal) กระตุ้นไทยเที่ยวไทยด้วยรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่ปลอดภัยต่อสุขภาพและบริการที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง และให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) ภายใต้นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว 4 ประการ คือ ความปลอดภัย (Safety) ความสะอาด (Clean) ความเป็นธรรม (Fair) และกระจายรายได้สู่ชุมชนเพื่อลดความเหลื่อมล้ำสู่ความยั่งยืน (Sustainability) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563, อ้างถึงใน ศฐิฒฎา ธารารัตนสุวรรณ, 2563) ทั้งนี้ เพื่อให้การฟื้นฟูอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยสอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และแนวทางของกระทรวงสาธารณสุขมากที่สุด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงกำหนดแนวคิด 5R (Rebuild Rebrand Rebalance Rebound และ Reboot) และแนวทางการดำเนินงานเป็น 3 ระยะ ดังนี้ (กองกลยุทธ์การตลาด, 2563)

ระยะที่ 1 Lockdown Exit Rebuild, Rebrand และ Rebalance ในช่วงระยะเวลาที่รัฐบาลผ่อนคลายมาตรการควบคุมให้สามารถดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้บ้าง โดยมีการกำกับและแนวปฏิบัติจากกระทรวงสาธารณสุขที่เกี่ยวกับการเดินทาง การปฏิบัติตัวในสถานที่ชุมนุมชน ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้เตรียมความพร้อมของบุคคลากร สร้างอุปทานเพื่อปรับตัวสู่การท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการด้วยมาตรฐาน Amazing Thailand Safety & Health Administration หรือ SHA ตลอดจนการใช้เครื่องมือ/อุปกรณ์ในการจัดเก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

ระยะที่ 2 Selective Open เป็นการขยายผลจากระยะที่ 1 ด้วยแนวคิด Rebound ในช่วงการเริ่มเปิดเมือง และเปิดประเทศเพื่อการท่องเที่ยวอย่างจำกัดไม่เกินร้อยละ 60 ของพื้นที่ที่อนุญาตให้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นอันดับแรก ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะกำหนดกิจกรรมการตลาดให้คนไทยที่คิดถึงการท่องเที่ยวจะได้เที่ยวอย่างปลอดภัย โดยจะคัดเลือกพื้นที่ดำเนินการ กลุ่มเป้าหมาย และกิจกรรมท่องเที่ยวให้เหมาะสมที่สุด พร้อมกับนำเสนอธุรกิจที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน SHA มาขยายผลในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวให้กับคนไทยเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างมั่นใจและช่วยเศรษฐกิจของพื้นที่และประเทศไทย

ระยะที่ 3 Extensive Open เป็นช่วงของการควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้อย่างมั่นใจ โดยรัฐบาลประกาศเปิดเมือง เปิดประเทศสู่ความยั่งยืน ภายใต้ New Normal กระตุ้นไทยเที่ยวไทย ด้วยรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่ปลอดภัยต่อสุขภาพและบริการที่มีคุณภาพ

เมื่อชาวต่างชาติสามารถเข้า-ออกประเทศไทยได้แล้ว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะดำเนินการตลาดด้วยแนวคิด Reboot โดยมุ่งส่งเสริมนักท่องเที่ยวต่างชาติระดับบน ด้วยภาพลักษณ์ประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก ขยายฐานกลุ่มท่องเที่ยวซ้ำ (Revisit) และกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel) ด้วยการนำเสนอน้ำใจของคนไทยและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ฟื้นตัวกลับมาอย่างสวยงาม และให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism)

นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีแผนในการฟื้นฟูอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ร่วมกับ สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) กระทรวงการคลัง และธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้จัดทำโครงการ “เที่ยวปันสุขฟื้นฟูการท่องเที่ยวประเทศไทย ที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มสภาพคล่องให้แก่ธุรกิจด้านการท่องเที่ยว รวมถึงกระตุ้นการใช้จ่ายภาคประชาชนผ่านการท่องเที่ยวภายในประเทศในช่วงที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศยังไม่สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ โดยโครงการเที่ยวปันสุข ประกอบด้วย 2 แพ็คเกจ (การเงินธนาคาร, 2563) ดังนี้

1. เราเที่ยวด้วยกัน เป็นโครงการที่กระตุ้นการท่องเที่ยวสำหรับประชาชนทั่วไป และเป็นการฟื้นฟูภาคธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยการสนับสนุนค่าที่พักและค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน รัฐบาลจะสนับสนุนค่าที่พักในลักษณะร่วมจ่าย (Co-pay) ในอัตราร้อยละ 40 ของค่าที่พัก แต่ไม่เกิน 3,000 บาท ต่อห้องต่อคืน ในการเข้าพักในโรงแรมที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรมและโฮมสเตย์ที่ได้ขึ้นทะเบียนตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจะได้รับ E-Voucher คืนละ 600 บาท ใช้จ่ายเป็นค่าอาหารและค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวในลักษณะร่วมจ่ายเช่นกัน ซึ่งรัฐบาลจะสนับสนุนการใช้จ่ายในอัตราร้อยละ 40 ในส่วนของสายการบิน รัฐบาลจะสนับสนุนค่าบัตรโดยสารเครื่องบินบางส่วนในลักษณะการจ่ายคืน (Redeem) สำหรับผู้จองที่พักที่เดินทางโดยสารการบิน โดยผู้จองที่พักจะต้องดำเนินการจองและชำระค่าบัตรโดยสารเครื่องบินเต็มจำนวนผ่านทางเว็บไซต์ของสายการบิน และรัฐบาลจะจ่ายเงินคืนในอัตราร้อยละ 40 ของค่าบัตรโดยสาร แต่ไม่เกิน 1,000 บาทต่อที่นั่ง เข้าสู่แอปพลิเคชั่นเป๋าตังค์ของผู้จองที่พัก ภายหลังการเช็คเอาท์ สามารถนำไปใช้จ่ายหรือถอนเงินสดได้โดยไม่มีกำหนดระยะเวลา โดยโครงการเราเที่ยวด้วยกัน มีกรอบวงเงินจำนวน 20,000 ล้านบาท

2. กำลังใจ เป็นโครงการสำหรับเจ้าหน้าที่อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เจ้าหน้าที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) และเจ้าหน้าที่อาสาสมัครสาธารณสุข (อสส.) ซึ่งเป็นผู้ที่เสียสละในการทำงานอย่างหนัก และเป็นผู้ที่มีส่วนช่วยให้ประเทศไทยสามารถควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COVID-19 ได้ โดยสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่เกินคนละ 2,000 บาท สำหรับการเดินทางไม่น้อยกว่า 2 วัน 1 คืน โดยโครงการกำลังใจ มีกรอบวงเงิน 2,400 ล้านบาท

สำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ กรุงเทพธุรกิจ (2564) รายงานว่า ประเทศไทยได้มีการปรับมาตรการและเงื่อนไขการเข้าประเทศไทยของทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นำไปสู่การเปิดประเทศ (Thailand Reopening) เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ รัฐบาลได้เปิดพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวให้สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้โดยไม่ต้องกักตัว (Sandbox) ซึ่งจังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดแรกที่เริ่มเปิดประเทศด้วยนโยบายดังกล่าว จนเกิดโมเดล “ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์” และกลายเป็นต้นแบบของการปรับมาตรการเปิดเมืองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ เริ่มเปิดรับนักท่องเที่ยวตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2564 เป็นต้นมา ซึ่งรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ฉีดวัคซีนครบโดส และมีผลการตรวจหาเชื้อ COVID-19 ด้วยวิธี RT-PCR เป็นลบ ระยะเวลาไม่เกิน 72 ชั่วโมงก่อนออกเดินทางจากประเทศต้นทาง สามารถเที่ยวภูเก็ตได้แบบ “ไม่ต้องกักตัว” แต่ต้องอยู่ในพื้นที่อย่างน้อย 7 คืน จึงจะเดินทางไปยังพื้นที่อื่นๆ ได้ทั่วประเทศ ภายใต้หลักเกณฑ์สำคัญเรื่องประชากรในภูเก็ตต้องได้รับการฉีดวัคซีนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันหมู่ จากความสำเร็จของโครงการภูเก็ตแซนด์บอกซ์ ทำให้เมืองท่องเที่ยวในประเทศนำโครงการดังกล่าวไปเป็นต้นแบบเพื่อเปิดเมืองรับนักท่องเที่ยว เช่น โครงการสมุย พลัส โมเดล หลังจากนั้น รัฐบาลได้ทำการเปิดประเทศอย่างเต็มที่ในวันที่ 1 พฤศจิกายน 2564 โดยปรับมาตรการให้ผ่อนคลายมากขึ้น เปิดรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแบบไม่กักตัวและไม่จำกัดพื้นที่ โดยแบ่งประเภทของการเข้าประเทศออกเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

แบบที่ 1 Test & Go หรือ Exemption from Quarantine ผู้ที่เดินทางมาจาก 63 ประเทศที่กำหนด สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยได้แบบไม่กักตัว ภายใต้เงื่อนไขรับวัคซีนครบโดสไม่น้อยกว่า 14 วัน มีผลการตรวจหาเชื้อ COVID-19 ด้วยวิธี RT-PCR เป็นลบ ระยะเวลาไม่เกิน 72 ชั่วโมงก่อนออกเดินทาง และต้องพำนักในโรงแรมที่พักที่รัฐบาลรับรองตามมาตรฐาน SHA Plus หรือ AQ จำนวน 1 คืน เพื่อรอผลการตรวจ COVID-19 เมื่อผลเป็นลบ จึงจะสามารถออกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยได้โดยไม่จำกัดพื้นที่

แบบที่ 2 Living in The Blue Zone Sandbox สำหรับผู้ที่ฉีดวัคซีนครบโดสที่เดินทางมาจากประเทศอื่นๆ สามารถท่องเที่ยวในพื้นที่สีฟ้า (Blue Zone) อย่างน้อย 7 วัน โดยระยะนำร่องมีพื้นที่ Blue Zone 4 จังหวัด ได้แก่ ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย เกาะพะงัน เกาะเต่า) พังงา (เขาหลัก เกาะยาว) และกระบี่ (เกาะพีพี เกาะไหง ไร่เลย์) และในระยะที่ 1 (1-30 พฤศจิกายน 2564) ขยายพื้นที่อีก 15 จังหวัด ระยะที่ 2 (1-31 ธันวาคม 2564) ขยายพื้นที่อีก 16 จังหวัด รวมพื้นที่ Blue Zone ในปี 2564 ทั้งสิ้น 33 จังหวัด

แบบที่ 3 Happy Quarantine สำหรับผู้ที่เดินทางมาจากประเทศใดก็ได้ กรณีได้รับวัคซีนครบตามเกณฑ์ ให้กักตัวใน Alternative State Quarantine (AQ) จำนวน 7 วัน กรณีได้รับวัคซีนไม่ครบตามเกณฑ์ หากเดินทางทางอากาศและทางน้ำ กักตัวใน Alternative State Quarantine (AQ) จำนวน 10 วัน ส่วนการเดินทางทางบก กักตัวใน Alternative State Quarantine (AQ) จำนวน 14 วัน

2.6.4 ยุทธศาสตร์เฉพาะกิจของการท่องเที่ยวของประเทศไทย (พ.ศ. 2564-2565)

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2564) ระบุว่า แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลกจึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง โดยจะต้องพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบ มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และมุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวในสาขาที่มีศักยภาพ แต่ยังคงรักษาจุดเด่นของประเทศ ด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม อัตลักษณ์ความเป็นไทย ตลอดจนให้คุณค่ากับสิ่งแวดล้อมไว้ได้ ทั้งนี้ การกำหนดเป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะ 20 ปี ในระยะแรกให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง วางรากฐานด้านการท่องเที่ยวที่เน้นมาตรฐานและคุณภาพระดับสากล สิ่งสำคัญที่สุดคือการสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว การบังคับใช้กฎหมายให้เกิดความปลอดภัย และไม่ให้นักท่องเที่ยวถูกเอารัดเอาเปรียบ แล้วจึงกระจายการท่องเที่ยวทั้งในมิติของพื้นที่ และรายได้สู่ชุมชน ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายสูงสุดของการท่องเที่ยวในการเป็นเครื่องมือในการลดความเหลื่อมล้าของสังคมไทย โดยแผนแม่บทด้าน การท่องเที่ยวประกอบด้วย 6 แผนย่อย ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม สร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม ผนวกกับจุดแข็งในด้านความหลากหลายทางทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต เพื่อสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่ตอบสนองพฤติกรรม ความต้องการนักท่องเที่ยว และสร้างทางเลือกของประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว

2) การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ส่งเสริมให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ครอบคลุม การจัดประชุมและนิทรรศการ การจัดงานแสดงสินค้า การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นรางวัล การจัด การแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมถึงการพักผ่อนระหว่างหรือหลังการประกอบธุรกิจหรือการทำกิจกรรมต่าง ๆ อันเป็นการดึงดูดกลุ่มนักเดินทางเพื่อธุรกิจและนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ อีกทั้งส่งเสริมให้การจัดงานธุรกิจและกิจกรรมต่าง ๆ เป็นการสนับสนุนการพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ เป็นเวทีแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และเทคโนโลยีที่นำไปสู่การสร้างสรรค์นวัตกรรม รวมถึงการสร้างเวทีเจรจาการค้าและการลงทุนของธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมเป้าหมาย

3) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย พัฒนาและยกระดับมาตรฐาน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย ทั้งสินค้า บริการ บุคลากร ผู้ประกอบการ และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว เน้นสร้างความแตกต่างและความเป็นเอกลักษณ์จาก การให้บริการตามแบบอย่างความเป็นไทยที่โดดเด่นในระดับสากล ร่วมกับการใช้องค์ความรู้และภูมิปัญญาไทยที่พัฒนาต่อยอดกับความคิดสร้างสรรค์ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ

4) การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำให้เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของ การท่องเที่ยวไทย เป็นแหล่งสร้างรายได้ใหม่ให้กับประเทศ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชน ครอบคลุมการท่องเที่ยวทางทะเลและชายฝั่ง และการท่องเที่ยวในลุ่มน้ำสำคัญ โดยการปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้าง

พื้นฐาน สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวทางน้ำให้ได้มาตรฐาน สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงบริบทของพื้นที่และชุมชนในพื้นที่

5) การท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค ยกระดับให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงเส้นทาง การท่องเที่ยวภายในภูมิภาคอาเซียน โดยใช้ประโยชน์จากที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ แผนการลงทุนพัฒนาโครงข่ายคมนาคมทั้งทางถนน ทางน้ำ และอากาศ และกรอบความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวภายในประเทศ อนุภูมิภาค และอาเซียน บนฐานอัตลักษณ์เดียวกัน เพื่อส่งเสริมให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวร่วมกัน

6) การพัฒนาระบบนิเวศการท่องเที่ยว พัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการยกระดับ ขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวไทย

2.6.5 มาตรฐานความปลอดภัย (SHA)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2563) จัดทำโครงการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety & Health Administration : SHA) เป็นโครงการความร่วมมือของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และกระทรวงสาธารณสุข โดยกรมควบคุมโรค กรมอนามัย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของมาตรการควบคุมโรค ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้รับประสบการณ์ที่ดีมีความสุข และมั่นใจในความปลอดภัยด้านสุขอนามัยจากสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยนำมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุขผนวกกับมาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพของสถานประกอบการ เพื่อลดความเสี่ยงและป้องกันการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 และยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของไทย

สภา สมาพันธ์ และสมาคมต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นผู้ดำเนินการตรวจประเมิน ตรวจสอบ พร้อมรับรองผลการปรับปรุงสถานประกอบการตามมาตรฐาน SHA โดยแบ่งเป็น 10 ประเภทกิจกรรม ได้แก่ ประเภทภัตตาคาร/ร้านอาหาร ประเภทโรงแรม/ที่พักและสถานที่จัดประชุม ประเภทนันทนาการและสถานที่ท่องเที่ยว ประเภทยานพาหนะ ประเภทบริษัทนำเที่ยว ประเภทสุขภาพและความงาม ประเภทห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า ประเภทกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทโรงละคร โรงมหรสพและการจัดกิจกรรม และประเภทร้านค้าของที่ระลึกและร้านค้าอื่น ๆ

ททท. เป็นผู้ทำหน้าที่ควบคุมการออกตราสัญลักษณ์โดยมีการระบุหมายเลขของตราสัญลักษณ์ SHA ให้แก่ผู้ประกอบการ ดังภาพที่ x เพื่อบันทึกเป็นฐานข้อมูลรายชื่อผู้ประกอบการที่ได้รับตราสัญลักษณ์ SHA ทั้งนี้ ททท.สามารถเพิกถอนตราสัญลักษณ์ SHA ได้ในกรณีผู้ประกอบการไม่สามารถรักษามาตรฐานให้เป็นไปตามมาตรฐาน SHA

ภาพที่ 2.1 ตราสัญลักษณ์ SHA

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2563)

SHA เป็นมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเพื่อนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยว ดังนั้นการตรวจสอบสถานประกอบการ หรือกิจการที่ได้รับการอนุญาตให้เปิดบริการแล้ว การตรวจสอบ (Post Audit) จึงให้นักท่องเที่ยวหรือผู้รับบริการมีส่วนร่วมในการให้ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาต่อไปผ่านระบบออนไลน์ที่ ททท. จัดทำขึ้น

มาตรฐานเบื้องต้นของทุกสถานประกอบการ ประกอบด้วย

1. สุขลักษณะอาคารและอุปกรณ์เครื่องใช้ที่มีอยู่ในอาคาร

- ทำความสะอาดอาคาร บริเวณโดยรอบ และบริเวณที่อาจมีการปนเปื้อนหรือบริเวณที่มีการสัมผัสบ่อย ๆ ด้วยน้ำยาทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ เช่น พื้น ผนัง ประตู กลอนหรือลูกบิดประตู ราวจับหรือราวบันได จุดประชาสัมพันธ์ จุดชำระเงิน สวิตซ์ไฟ ปุ่มกดลิฟต์ รีโมท

- ทำความสะอาด เช่น โถส้วม ที่กดชักโครกหรือโถปัสสาวะ สายฉีดชำระ กลอนหรือลูกบิดประตู ฝารองนั่ง ฝาปิดชักโครก ก๊อกน้ำและอ่างล้างมือ ด้วยน้ำยาทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ

- มีระบบการระบายอากาศและถ่ายเทอากาศภายในอาคารที่เหมาะสม และทำความสะอาดระบบการระบายอากาศ และถ่ายเทอากาศอย่างสม่ำเสมอ

2. การจัดอุปกรณ์ทำความสะอาดเพื่อป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรค

- เตรียมเจลล้างมือที่มีแอลกอฮอล์อย่างน้อยร้อยละ 70 ขึ้นไป ไว้ในบริเวณพื้นที่ส่วนกลาง เช่น จุดประชาสัมพันธ์ ประตูทางเข้าออก หรือหน้าลิฟท์ เป็นต้น

- บริเวณอ่างล้างมือและห้องส้วมต้องสะอาด และจัดให้มีสบู่ล้างมืออย่างเพียงพอ

- จัดเตรียมอุปกรณ์น้ำยาทำความสะอาดอาคาร อุปกรณ์ สิ่งของเครื่องใช้ เช่น น้ำยาทำความสะอาดพื้น น้ำยาล้างห้องน้ำ และเหล็กคีบด้ามยาวสำหรับเก็บขยะมูลฝอย เป็นต้น

3. การป้องกันสำหรับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน

- ผู้ปฏิบัติงานที่มีความเสี่ยงต่อการรับสัมผัส เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานประชาสัมพันธ์ พนักงานยกกระเป๋า ลูกค้าสัมพันธ์ รวมถึงพนักงานทำความสะอาด เป็นต้น ต้องมีการป้องกันตนเอง โดยใส่หน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัย ทำความสะอาดมืออย่างสม่ำเสมอ หลีกเลี่ยงการใช้มือสัมผัสใบหน้า ตา ปาก จมูก โดยไม่จำเป็น และพนักงานทำความสะอาดต้องสวมถุงมือขณะปฏิบัติงาน

- หากผู้ปฏิบัติงานมีอาการเจ็บป่วย เช่น มีไข้ ไอ จาม เจ็บคอ มีน้ำมูก เหนื่อยหอบ ให้หยุดปฏิบัติงานและเข้ารับการรักษาตัวในสถานบริการสาธารณสุข

- ต้องล้างมือด้วยน้ำและสบู่หรือการใช้แอลกอฮอล์ล้างมืออย่างสม่ำเสมอ โดยควรล้างมือเสมอหลังสัมผัสและหลังจากถอดอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล

- ควรจัดให้มีป้ายเตือนการล้างมือภายในห้องน้ำ

- พนักงานเก็บมูลฝอยที่ปนเปื้อนเสมหะ น้ำมูก น้ำลาย เช่น กระดาษเช็ดปาก กระดาษชำระในห้องส้วม ต้องมีการป้องกันตนเอง โดยใส่อุปกรณ์ป้องกัน เช่น หน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัย ถุงมือยางและใช้เหล็กคีบด้ามยาวเก็บมูลฝอยใส่ถุงบรรจุมูลฝอยปิดปากถุงให้มิดชิด นำไปรวบรวมไว้ ที่พักมูลฝอยและล้างมือหลังปฏิบัติงานทุกครั้ง

- มีการให้ความรู้ คำแนะนำ และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

- จัดหาสื่อประชาสัมพันธ์ หรือช่องทางให้ความรู้ในการป้องกันและการลดความเสี่ยงการแพร่กระจายเชื้อโรค COVID-19 ให้กับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานและผู้รับบริการ เช่น วิธีการสังเกตผู้สงสัยติดเชื้อโรค COVID-19 คำแนะนำการปฏิบัติตัวที่ถูกวิธี

2.7 การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวหลังสถานการณ์ COVID-19 ของสิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2563) ในช่วงเวลาเพียงไม่กี่เดือนโรค COVID-19 ได้ทำลายระบบเศรษฐกิจของนานาประเทศ โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวและการเดินทางเสียหายมากที่สุด เพราะธรรมชาติของระบบเศรษฐกิจท่องเที่ยวนั้นต้องอาศัยการติดต่อระหว่างมนุษย์และ/หรือการเดินทางอันเป็นแกนสำคัญของห่วงโซ่บริการ แม้ว่าบริการของเทคโนโลยีสารสนเทศจะได้เข้ามาเป็นองค์ประกอบสำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่การบริการโดยพนักงานและปฏิสัมพันธ์จากมนุษย์ยังนับเป็นเงื่อนไขและปัจจัยที่สำคัญที่สุด การบริการท่องเที่ยวใช้แรงงานอย่างเข้มข้นทั้งแรงงานที่มีทักษะ แรงงานบริหารจัดการ และแรงงานจิตบริการ ผลกระทบที่เกิดขึ้นไม่เพียงเฉพาะกับภาคธุรกิจที่ต้องหยุดชะงักการให้บริการ แต่ยังรวมถึงแรงงานด้านการท่องเที่ยวที่ส่วนหนึ่งต้องพักงานหรือกลายเป็นคนว่างงาน

การปรับตัวของธุรกิจท่องเที่ยวโดยรวม จากวิกฤติของ COIVD-19 ทำให้การท่องเที่ยวในอีก 2-3 ปีข้างหน้าอาจจะขาดความแน่นอนของจำนวนนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่จะลดลงโดยปริยายด้วยมาตรการรักษาระยะห่าง นักท่องเที่ยวจะกลายเป็นกลุ่มหลักซึ่งเป็นกลุ่ม So-Lo-Mo คือท่องเที่ยวผ่านการใช้ระบบ Social Network บนมือถือและท่องเที่ยวแบบคนท้องถิ่น กลุ่มบริษัททท่องเที่ยวก็จะดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างลำบากหากจะคิดพึ่งค่าคอมมิชชั่นจากการเชื่อมต่อซัพพลายเชนเท่านั้น เพราะลูกค้าจะเคยชินกับการใช้ออนไลน์มากขึ้นและจะหันไปติดต่อโรงแรมและสายการบินโดยตรง ซึ่งก็เป็นแนวโน้มปัจจุบันอยู่แล้ว ดังนั้น ธุรกิจจึงจำเป็นจะต้องรีบปรับเปลี่ยนตัวเองไปเป็นผู้จัดการกิจกรรมที่จุดหมายปลายทาง (Destination Management) ให้แตกต่างจากบริษัทอื่น ๆ แต่ละคนจะต้องมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้าที่บริษัทอื่น ๆ ไม่มีหรือเข้าถึงได้ยาก เช่น ที่พักส่วนตัวแบบพิเศษ ดื่มไวน์บนชายหาดที่เป็นส่วนตัว ชิมไก่อบฟางใต้แสงจันทร์ ปิกนิกอาหารเช้าที่ทะเลสาบบัวแดง เป็นต้น

การปรับตัวของธุรกิจโรงแรม ในช่วงการระบาดของ COIVD-19 ธุรกิจโรงแรมมีการปรับตัวให้เป็นที่รองรับผู้ที่กักกันตัวเองหรือผู้มีความเสี่ยงระหว่างสังเกตอาการ ซึ่งทางราชการเรียกบริการนี้ว่า การกักกันทางเลือก (Alternative Quarantine) และดูเหมือนว่าน่าจะมีความต้องการมากขึ้นในอนาคต ถ้าเพิ่มกิจกรรมยามว่างที่สามารถรักษาระยะห่างได้ เช่น รำมวยจีน หรือแม้แต่กอล์ฟ เป็นต้น หรือปรับให้รองรับบุคคลเปราะบาง เช่น ผู้สูงวัยที่อายุเกิน 70 ปี ผู้ที่มีโรคไม่ติดต่อประจำตัวซึ่งครอบครัวอาจต้องการแยกคนเหล่านี้ให้ปลอดภัยจากโรคระบาด หรือรองรับผู้ป่วยที่มีโรคประจำตัว หรือโรคมะเร็งซึ่งอยู่ในระยะฟักพื้นที่ต้องการพื้นที่ปลอดโรค COVID-19 ซึ่งในระยะยาวจะสามารถปรับไปเป็นสถานบริบาลคนชราหรือสถานบริการที่ประคับประคองชีวิตระยะสุดท้าย (Palliative Care) แต่ต้องมีการลงทุนเพื่อปรับปรุงสถานที่ เพิ่มการพัฒนาทักษะบุคลากร และถ้าสามารถไปร่วมมือกับโรงพยาบาลเอกชนก็จะสามารถลดภาระของโรงพยาบาลของรัฐได้อีกมาก

การปรับตัวของธุรกิจรถทัวร์โดยสาร อาจต้องปรับไปทำ Day-trip สำหรับนักท่องเที่ยวภายในประเทศหรือเป็นโรงแรมเคลื่อนที่ (Mobile Hotel) คือ ปรับรถทัวร์ชั้นบนให้เป็นที่นอนได้ 20 คน และชั้นล่างเป็นส่วนกลาง เช่น มีที่นั่งชมวีดีโอ เป็นต้น ซึ่งในเวลากลางคืนอาจต้องเช่าที่จอดรถในห้างสรรพสินค้าที่มีห้องน้ำสะดวกในการเข้าออกทั้งคืน หรือวัดที่มีห้องอาบน้ำสะอาด

อย่างไรก็ตาม ตอนนี้มาเลเซียยังปิดประเทศ ธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร ภัตตาคาร แหล่งบันเทิงในหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ยังไม่สามารถขับเคลื่อนได้ เพราะต้องพึ่งพานักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียถึงร้อยละ 90 คาดว่าเมื่อมาเลเซียเปิดประเทศจะมีทิศทางขับเคลื่อนธุรกิจได้ ภาครัฐและภาคเอกชนต้องเตรียมแผนการตลาด โปรโมชั่นไว้รองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น การเข้าพักในโรงแรมช่วงวันหยุด (staycation) หรือแพ็คเกจท่องเที่ยวในประเทศที่ออกแบบโดยเฉพาะ เช่น ทัวร์รับประทานอาหารรสเด็ดหรือการท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมที่แปลกใหม่ พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวทุกประเภท

ส่วนสิงคโปร์นั้นรัฐบาลให้นักท่องเที่ยวสูงอายุเรียนรู้ที่จะอาศัยกับโรค COVID-19 ในระยะยาวซึ่งทุกภาคส่วนต้องร่วมมือกันในการมีความรับผิดชอบต่อสังคม รักษาสุขอนามัย เว้นระยะห่างทางสังคม รวมถึงหลีกเลี่ยงการรวมตัวในพื้นที่แออัด จะทำให้ปลอดภัยและสามารถคลายมาตรการต่าง ๆ ได้ นอกจากนั้น ยังเชื่อว่านักท่องเที่ยวกลุ่มแรกที่เดินทางจะเป็นกลุ่มทั่วไปและครอบครัว ซึ่งจะเดินทางภายใน 1-3 เดือนหลังการเปิดชายแดน เช่นเดียวกับกลุ่มเดินทางทันทีอย่างกลุ่มคนโสด คู่รักมิลเลนเนียล นักธุรกิจที่ไม่มีผลกระทบทางเศรษฐกิจ ส่วนกลุ่มแอ็กทีฟซีเนียร์จะยังรอและดูการเดินทางก่อนโดยพิจารณาจากความคุ้มค่าในการเดินทาง อย่างไรก็ตาม ไทยยังคงเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวสิงคโปร์ค้นหาเป็นอันดับต้นๆ แม้จะลดลงบ้างเล็กน้อยจากสถานการณ์และเที่ยวบินตรง

ขณะที่อินโดนีเซียจะให้ความสำคัญกับความสะอาดและการเว้นระยะห่างทางสังคม นอกจากนั้นจะหลีกเลี่ยงพื้นที่ที่คนหนาแน่นแออัด เลือกเดินทางไปในสถานที่ท่องเที่ยวกลางแจ้งและแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมากขึ้น รวมถึงเลือกเดินทางแบบอิสระด้วยตนเอง และให้ความสำคัญกับงบประมาณและความคุ้มค่ามากขึ้นจากผลกระทบทางเศรษฐกิจที่ได้รับ ดังนั้น ในช่วงก่อนการเดินทางจะเริ่มต้นขึ้น ผู้ประกอบการอาจจำเป็นจะต้องอาศัยเวลานี้ยกระดับมาตรฐานทางด้านความสะอาดและสุขอนามัย โดยไทยเองก็มีมาตรฐาน SHA รองรับความต้องการส่วนนี้

หลังจากจบวิกฤติ COVID-19 ประทศไทยจะได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวเป็นประเทศแรก ๆ เนื่องจากต่างชาติมีมุมมองด้านบวกต่อมาตรการการควบคุมการระบาดในไทย และมีความเชื่อมั่นในวิธีของรัฐบาลไทยในการค่อย ๆ คลายมาตรการการควบคุมอย่างช้า ๆ ที่จะทำให้เศรษฐกิจค่อย ๆ ขยับตัว นั่นทำให้นักลงทุนมีความเชื่อมั่นที่จะลงทุนส่งผลให้ค่าเงินบาทแข็งแกร่งตามมา เรื่องความปลอดภัยประเทศไทยควรเร่งพัฒนาแพทย์ เพราะการแพทย์ไทยมีชื่อเสียงในโลก เช่น โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ โรงพยาบาลกรุงเทพ โรงพยาบาลของรัฐ เช่น โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ โรงพยาบาลรามาธิบดี โรงพยาบาลศิริราช แต่ถ้าหลังจาก COVID-19 แล้วถ้าจะขยายเรื่องท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัย แพทย์กับพยาบาลเป็นบุคลากรทางการแพทย์ที่สำคัญที่รองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุต่อไป

2.8 แนวโน้มการท่องเที่ยวหลัง COVID-19

จากข้อมูลที่ค้นพบจากงานวิจัย พบว่าลักษณะทางการท่องเที่ยวไทยในอนาคต (Trend) สำหรับผู้สูงอายุหลังสถานการณ์ COVID-19 ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะกลายเป็นการท่องเที่ยวหลัก (Core value) ในอดีตที่ผ่านมาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นหนึ่งในการท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษ (Special interest tourism) ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้นิยามความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวท่องเที่ยวที่มีความงดงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและสอดแทรกด้วยวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ รวมตลอดจนการศึกษาการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาเพื่อการดูแล และการบำบัด ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิต การดำรงชีวิต และพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและ / หรือการบำบัด รักษาฟื้นฟูสุขภาพ ได้แก่ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน หย่อนใจ คลายเครียด และมีการรับคำปรึกษาแนะนำด้านการดูแลสุขภาพ

กาย และจิตใจ มีการแนะนำการออกกำลังกายอย่างถูกวิธี การนวด / อบ / ประคบสมุนไพร การฝึก ปฏิบัติสมาธิ ตลอดจนการตรวจร่างกาย การรักษาพยาบาล และอื่น ๆ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552)

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มี 2 ประเภท ได้แก่

1) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) โดย Mueller and Kaufmann (2001) ได้ให้คำนิยามของคำว่า Wellness Tourism หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายหลักคือการป้องกัน และส่งเสริมสุขภาพ โดยนักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางและพักแรมในสถานที่ที่มีกิจกรรมเพื่อสุขภาพ และมีผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำปรึกษาและดูแลสุขภาพอย่างใกล้ชิด โดยการบริการเพื่อสุขภาพที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีในแหล่งท่องเที่ยวและที่พักแรม เช่น การออกกำลังกาย การดูแลความงาม การดูแลโภชนาการและการลดน้ำหนัก การทำสมาธิบำบัดและการผ่อนคลาย เป็นต้น

2) การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Medical Tourism) โดย Connell (2006) ได้ใช้คำว่า Medical Tourism หรือการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ซึ่ง หมายถึงการเดินทางไปยังพื้นที่ห่างไกลจากภูมิลำเนาของตนเพื่อเข้ารับบริการด้านการแพทย์ การทันตกรรม และการศัลยกรรมความงาม ในขณะเดียวกันก็ใช้ช่วงเวลาดังกล่าวทำกิจกรรมท่องเที่ยวและพักผ่อนด้วย

ดังนั้นเมื่อลักษณะทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุมีแนวโน้มการดูแลสุขภาพที่เพิ่มขึ้นและคงอยู่กับการดำรงไว้ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นของไทยคือ อาหารไทย ผู้วิจัยและคณะจึงเห็นสมควรที่จะเพิ่มเติมกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับลักษณะการท่องเที่ยวในอนาคตได้แก่ กลยุทธ์ด้านการดูแลสุขภาพของนักท่องเที่ยวโดยมีเน้นการตลาดด้านช่องทางการสื่อสารให้นักท่องเที่ยวสูงอายุกลุ่มนี้เป็นหลัก สอดคล้องกับข้อค้นพบจากงานวิจัยว่า มีการศึกษาข้อมูลการเดินทางที่ค่อนข้างละเอียดเนื่องจากมีเวลาในการทบทวนและไม่เร่งรีบ โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 กลยุทธ์ต่อไปนี้

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ คือการชูความโดดเด่นของเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การเดินทางท่องเที่ยว กิจกรรมและระยะเวลาในแหล่งที่เหมาะสมกับลักษณะของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

2. กลยุทธ์ด้านช่องทางการประชาสัมพันธ์ เน้นช่องทางการสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์เป็นหลัก เนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 และเพื่อรองรับการตัดสินใจท่องเที่ยวจากการศึกษาข้อมูลอย่างถี่ถ้วนก่อน

3. กลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาด เน้นการสื่อสารที่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เน้นไปที่ความปลอดภัยและสุขอนามัยในการทำกิจกรรม และราคาสินค้าและการบริการมีความยุติธรรม ความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานรับรอง

4. กลยุทธ์ด้านการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เครื่องมือที่ใช้คือ การใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภค เช่น เว็บไซต์, Blog, Fan Page, Facebook และคลิปวิดีโอแนะนำ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่โดดเด่น เส้นทางการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ การจัดทัวร์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือกลุ่มนักท่องเที่ยว

ที่ชื่นชอบธรรมชาติและวัฒนธรรมแบบท้องถิ่น เพื่อให้ทดลองประสบการณ์การท่องเที่ยว การจัดทำกิจกรรมพิเศษสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่าง ๆ โดยเน้นการสร้างประสบการณ์ร่วมเพื่อสร้างการรับรู้ของนักท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เดินทางการท่องเที่ยว การสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวกับแหล่งที่สะดวกที่สุดในตอนนี้ ได้แก่ การสร้าง Application ในมือถือ เป็นต้น

อย่างไรก็ตามการดำเนินการตามแผนงานที่กำหนดจะต้องคำนึงถึงสถานการณ์ในปัจจุบันที่แม้ว่าจะมีแนวโน้มที่ดีขึ้นกว่าเดิมแต่ควรจะมีแผนสำรองเพื่อรองรับปัญหาที่อาจเกิดขึ้นโดยไม่สามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้าไว้ด้วย เช่นเดียวกันกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน และยืดเยื้อต่อเนื่องมานานเกินกว่าเวลาที่ได้คาดการณ์ไว้ล่วงหน้าแล้วด้วยซ้ำ

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

แผนงานวิจัยนี้เป็นการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยและชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูง ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีสาระสำคัญเกี่ยวกับวิธีดำเนินการวิจัยแต่ละข้อดังต่อไปนี้

3.1 วิธีการดำเนินการวิจัย

3.2 วิธีการศึกษา ประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 วิธีการดำเนินการวิจัยและสถานที่เก็บข้อมูล

ในการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง ผู้วิจัยได้กำหนดคำถามการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการทำการศึกษาในครั้งนี้ ดังนี้

คำถามวิจัยข้อที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยและชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูงเป็นอย่างไร

คำถามวิจัยข้อที่ 2 กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยและชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูงเป็นอย่างไร

คำถามวิจัยข้อที่ 3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงเป็นอย่างไร

คำถามวิจัยข้อที่ 4 ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยและชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูงควรเป็นอย่างไร

พื้นที่การศึกษา นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและตะวันออก ภาคใต้ และกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สำหรับนักท่องเที่ยวชาวอาเซียน 3 ประเทศที่มีรายได้สูงสุด ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย

3.2 วิธีการศึกษา

3.2.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

(1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

แผนงานวิจัยนี้ มีประชากรที่เป็นแหล่งข้อมูลปฐมภูมิดังต่อไปนี้

1) นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่หรือมีภูมิลำเนาในจังหวัดที่ทำการศึกษาจาก 4 ภูมิภาค และกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พื้นที่ละ 200 ชุด รวมเป็น 1,000 ชุด ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและตะวันออก ภาคใต้ และ

กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเกณฑ์ในการคัดเลือกจังหวัดในแต่ละภูมิภาค เป็นการคัดเลือกจาก 2 จังหวัดที่ประชากรสูงอายุมากที่สุดใน 2 อันดับแรก

2) นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียน การวิเคราะห์นักท่องเที่ยวชาวอาเซียนควรวิเคราะห์รายตลาดหรือรายประเทศมากกว่าภาพรวมและเนื่องจากเป็นการศึกษานักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายสูง จึงทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบกำหนดโควต้า (Quota Sampling) เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างชาวอาเซียนที่เคยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย จาก 3 ประเทศในอาเซียนที่มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศต่อหัว (Gross Domestic Product per capita: GDP) สูงสุด ประเทศละ 300 ตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ ชาวมาเลเซีย และชาวอินโดนีเซีย (ยกเว้นชาวบูรไนเนื่องจากมีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อย) โดยผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 900 ตัวอย่าง ในประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย โดยการสุ่มแบบสะดวก (Convenient Sampling)

(2) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดให้มีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ดังนี้

(2.1) แบบสอบถามนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

แบบสอบถามความคิดเห็นที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง เพื่อศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 ลักษณะของคำถามมีทั้งคำถามปลายปิดและคำถามปลายเปิด ประกอบด้วย 5 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

ส่วนที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูงในยุคปกติใหม่

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การทดสอบเครื่องมือ

1) การทดสอบหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ทำการตรวจสอบ และผู้วิจัยนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Item–Objective Congruence Index) ซึ่งมีเกณฑ์ ดังนี้

ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถามกำหนดให้เลือกตอบ 3 ช่อง คือ

สอดคล้อง (1) หมายถึง เห็นว่าข้อคำถามสอดคล้องกับประเด็นที่ต้องการถาม

ไม่แน่ใจ (0) หมายถึง ไม่สามารถสรุปได้ว่าข้อคำถามสอดคล้องหรือไม่ตรงกับประเด็นที่ต้องการถาม

ไม่สอดคล้อง (-1) หมายถึง เห็นว่าข้อคำถามไม่สอดคล้องกับประเด็นคำถามที่ต้องการถาม

การคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ข้อคำถามที่ใช้ได้ต้องมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (วิสาขา ภู่จินดา, 2555: 186)

สูตรการคำนวณ

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC คือ ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

$\sum R$ คือ ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทุกคน

ทั้งนี้ผลการทดสอบหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity) ของแบบสอบถามเท่ากับ 0.93

2) การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยจะหาความเชื่อมั่นโดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองเครื่องมือ (Try-Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาวิจัย โดยการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นด้วยวิธีการวัดความสอดคล้องภายใน (Measure of Internal Consistency) ซึ่งเป็นการประมาณค่าความเชื่อมั่นที่ใช้การทดสอบเพียงครั้งเดียว โดยพิจารณาว่าข้อคำถามทั้งหมดในแบบสอบถามนั้นวัดในเรื่องเดียวกันหรือไม่ และหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient- α) สำหรับข้อคำถามที่ให้เลือกตอบโดยมีคะแนนที่ไม่ใช่ 0 และ 1 (วิสาขา ภู่จินดา, 2555: 188-189) โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา คือ

สูตร $$\alpha = \frac{n}{n-1}\left\{1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2}\right\}$$

โดยที่ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

n แทน จำนวนข้อของแบบทดสอบ

S_i^2 แทน ความแปรปรวนรายข้อของแบบทดสอบ

S_i^2 แทน ค่าความแปรปรวนของแบบทดสอบ

ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของชุดคำถาม โดยมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ซึ่งค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ทั้งนี้ค่าแอลฟาที่ได้จะต้องมีค่ามากกว่า 0.70 เพราะเป็นเกณฑ์ที่น่าเชื่อถือและยอมรับได้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546) สามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลได้ โดยผลจะมีความแม่นยำ มีความน่าเชื่อมั่น หรือน่าเชื่อถือได้สูง จึงนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

ทั้งนี้การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบกับกลุ่มทดลอง จำนวน 30 ชุด หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้จากการทดลองมาลงรหัสในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์เพื่อแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์สำหรับนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัย ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.93

(2.2) แบบสอบถามนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูง แบบสอบถามความคิดเห็นที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูงจาก 3 ประเทศดังกล่าวข้างต้น เพื่อศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 ลักษณะของคำถามมีทั้งคำถามปลายปิดและคำถามปลายเปิด แบบสอบถามประกอบด้วย 7 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ และงานอดิเรก จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวสูงอายุ เป็นคำถามแบบเลือกตอบคำตอบเดียวหรือหลายคำตอบ มีคำถามทั้งหมด 19 ข้อ

ส่วนที่ 3-5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุ เป็นคำถามลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีคำถามทั้งหมด 36 ข้อ ตามกรอบแนวคิดที่ได้จากการบูรณาการแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวสูงอายุภายหลังจากการเกิดโรคระบาด **COVID-19** มีคำถามทั้งหมด 10 ข้อ

ส่วนที่ 7 ข้อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวสูงอายุ เป็นการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เป็นคำถามแบบปลายเปิด

การทดสอบเครื่องมือ

นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้ว ไปทดสอบ (Pilot Study) กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบว่าคำถามในแต่ละข้อ สื่อความหมายตรงตามที่ต้องการหรือไม่ และรูปแบบคำถามมีความเหมาะสมเพียงใด

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวจำนวน 3 คน เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อขอคำแนะนำสำหรับปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสมก่อนในการนำไปเก็บข้อมูลจริง และผู้วิจัยนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Item–Objective Congruence Index) ซึ่งมีเกณฑ์ ดังนี้

ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถามกำหนดให้เลือกตอบ 3 ช่อง คือ

สอดคล้อง (1) หมายถึง เห็นว่าข้อคำถามสอดคล้องกับประเด็นที่ต้องการถาม

ไม่แน่ใจ (0) หมายถึง ไม่สามารถสรุปได้ว่าข้อคำถามสอดคล้องหรือไม่ตรงกับประเด็นที่ต้องการถาม

ไม่สอดคล้อง (-1) หมายถึง เห็นว่าข้อคำถามไม่สอดคล้องกับประเด็นคำถามที่ต้องการถาม

การคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ข้อคำถามที่ใช้ได้ต้องมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (วิสาขา ภู่จินดา, 2555: 186)

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยทำการวัดความเชื่อมั่นหรือความสอดคล้องภายในด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยการนำแบบสอบถามที่ได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการและมีความเหมาะสมหรือไม่ จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟ่า (Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ดังนี้

$$\alpha = \frac{K}{K-1}\left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_i^2}\right)$$

โดยที่ α คือ สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

K คือ จำนวนข้อคำถาม

$\sum S_i^2$ คือ ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

S_i^2 คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวม

ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นของประเด็นคำถาม พบว่า ข้อคำถามมีค่าความเชื่อมั่นสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้และเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยมีค่าความเชื่อมั่นที่คำนวณได้มีค่ามากกว่า 0.70 ขึ้นไป ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.933

(3) การเก็บและรวบรวมข้อมูล

(1) การสำรวจ โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง โดยใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง โดยผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยตนเองในภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวสูงอายุตามที่ระบุไว้ในพื้นที่การวิจัย หากเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงของการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COVID-19 ผู้วิจัยจะปฏิบัติตามวิธีการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) อย่างเคร่งครัด และหากเป็นการเก็บข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ ผู้วิจัยจะกำหนดคำถามคัดกรองเบื้องต้นเพื่อให้ได้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีคุณสมบัติตรงกับเกณฑ์การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ โดยใช้คำถามคัดกรอง 2 คำถาม ก่อนการตอบคำถามในข้ออื่น ๆ คือ 1) มีอายุตั้งแต่ 55 ปี ขึ้นไป 2) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 45,000 บาท ขึ้นไป ได้ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 1,000 คน

(2) การสำรวจ โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูง โดยใช้แบบสอบถาม เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูง เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างอาเซียนที่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยมีคำถามคัดกรอง (Screening questions) เรื่องอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป และมีการใช้จ่ายระหว่างการเดินทางด้วยมูลค่าที่สูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป โดยมีรายได้ตามเศรษฐฐานะระดับ C+ ขึ้นไป เนื่องจากเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงของการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา หรือ COVID-19 ยังไม่คลี่คลายและประเทศไทยยังไม่เปิดรับนักท่องเที่ยวทั่วไป จึงไม่สามารถเก็บข้อมูลที่เมืองจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ ผู้วิจัยจึงดำเนินการเก็บข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ที่ประเทศต้นทางโดยใช้ Google Form โดยประสานงานและขอความอนุเคราะห์จากสถานเอกอัครราชทูตไทย สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในประเทศสิงค์โปร์ อินโดนีเซีย และมาเลเซีย บริษัทนำเที่ยว และมหาวิทยาลัยที่มีความร่วมมือในประเทศสิงค์โปร์ อินโดนีเซีย และมาเลเซีย โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือนพฤษภาคม 2564 ถึง กุมภาพันธ์ 2565 ได้ผู้ตอบแบบสอบถามชาวมาเลเซียจำนวน 308 คน ชาวอินโดนีเซียจำนวน 300 คน และชาวสิงคโปร์จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 96.44 ของจำนวนแบบสอบถามที่กำหนดทั้งหมด

(4) การวิเคราะห์ข้อมูล

1) หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณแล้วจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์และประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Exploratory Factor Analysis: EFA) และการวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis)

2) การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล มีการจัดระบบข้อมูล โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทั้งหมดมาจัดหมวดหมู่และวิเคราะห์ จำแนก ตลอดจนการประเมินและวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของประเทศไทย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และมาเลเซีย

3.2.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

(1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

แผนงานวิจัยนี้ มีประชากรที่เป็นแหล่งข้อมูลปฐมภูมิดังต่อไปนี้

1) นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย เป็นการเก็บข้อมูลเชิงลึกโดยใช้การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างใน 4 ภูมิภาค โดยเลือกสัมภาษณ์จังหวัดละ 5 คน จำนวน 40 คน และรวมกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 10 คน จำนวนทั้งสิ้น 50 คน

2) นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียน เก็บข้อมูลเชิงลึกด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียน 3 ประเทศดังกล่าว ประเทศละ 20 คน รวมเป็น 60 คน โดยการสุ่มแบบ Snowball

3) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว เป็นเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักโดยใช้การสนทนากลุ่ม/สัมภาษณ์เชิงลึกจากบุคลากรในหน่วยงานภาครัฐ สมาคมวิชาชีพ และผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง เช่น บริษัทนำเที่ยว ตัวแทนท่องเที่ยว และมัคคุเทศก์ จำนวน 16-20 คน

(2) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยกำหนดให้มีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังนี้

(2.1) แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structure Interview) เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่ใช้จ่ายสูง ในเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยว ตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 และ 2 โดยนำแบบสัมภาษณ์ที่เรียบเรียงแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวจำนวน 3 คน เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรง

การทดสอบเครื่องมือ

มีขั้นตอนในการทดสอบเครื่องมือ 2 ขั้นตอน ดังนี้

1) ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องซึ่งศึกษาจากเอกสารต่างๆ นำความรู้จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องประกอบกับประสบการณ์ของผู้วิจัยเองมาเป็นข้อมูลประกอบการจัดทำข้อคำถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

2) ตรวจสอบและสร้างแบบสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยนำผลของขั้นตอนที่ 1 มาสร้างแบบสัมภาษณ์ กำหนดขอบเขตเนื้อหาสาระเพื่อสร้างแบบสัมภาษณ์ให้ถูกต้องตามวัตถุประสงค์และสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นทำการปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ให้มีความสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยตามกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้

(2.2) แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูง

เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structure Interview) เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนที่ใช้จ่ายสูงจาก 3 ประเทศคือ สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ในเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยว ตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 และ 2 โดยนำแบบสัมภาษณ์ที่เรียบเรียงแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวจำนวน 3 คน เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรง

การทดสอบเครื่องมือ

มีขั้นตอนในการทดสอบเครื่องมือ 2 ขั้นตอน ดังนี้

1) ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องซึ่งศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ นำความรู้จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องประกอบกับประสบการณ์ของผู้วิจัยเองมาเป็นข้อมูลประกอบการจัดทำข้อคำถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูง และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูง

2) ตรวจสอบและสร้างแบบสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยนำผลของขั้นตอนที่ 1 มาสร้างแบบสัมภาษณ์ กำหนดขอบเขตเนื้อหาสาระเพื่อสร้างแบบสัมภาษณ์ให้ถูกต้องตามวัตถุประสงค์และสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นทำการปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ให้มีความสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยตามกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้

(2.3) แบบสนทนากลุ่ม/แบบสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว

เป็นการสนทนากลุ่มหรือสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยและชาวอาเซียนที่ใช้จ่ายสูงที่ศึกษาได้ ตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 3 โดยนำแบบสนทนากลุ่มที่เรียบเรียงแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวจำนวน 3 คน เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และจัดแยกสนทนากลุ่มเป็น 2 กลุ่ม คือ การสนทนากลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนักท่องเที่ยวชาวไทยและการสนทนากลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนักท่องเที่ยวชาวอาเซียน

(3) การเก็บรวบรวมข้อมูล

ด้วยการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยและชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูงจำนวน 2 กลุ่ม คือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย 50 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอาเซียน 60 คน และการสนทนากลุ่ม โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว ได้แก่ บุคลากรในหน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยและชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูง คือกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนักท่องเที่ยวชาวไทย 10 คน และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนักท่องเที่ยวชาวอาเซียน 10 คน

(4) การวิเคราะห์ข้อมูล

1) หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพแล้วจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

2) การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล มีการจัดระบบข้อมูล โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทั้งหมดมาจัดหมวดหมู่และวิเคราะห์ จำแนก ตลอดจนการประเมินและวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของประเทศไทย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และมาเลเซีย

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย

การวิเคราะห์และนำเสนอผลการศึกษาวิจัย เรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง ในครั้งนี้ ได้ใช้กระบวนการศึกษาวิจัยแบบผสานวิธี ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

4.1.1 นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวสิงคโปร์ที่มีการใช้จ่ายสูง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามด้านข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุ**ชาวสิงคโปร์**ที่มีการใช้จ่ายสูง ในภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวสิงคโปร์จำนวน 262 คน มีอายุระหว่าง 55-65 ปี มากที่สุดร้อยละ 80.9 อายุระหว่าง 66-75 ปี ร้อยละ 17.6 และอายุ 76 ปี ขึ้นไปมีจำนวนร้อยละ 1.5 ตามลำดับ มีรายได้เฉลี่ยมากที่สุดที่ฐานรายได้เฉลี่ย USD 2,600-3,100 อยู่ที่ร้อยละ 50.4 ฐานรายได้มากกว่า USD 3,601 ร้อยละ 44.3 ฐานรายได้ระหว่าง USD 3,101-3,600 ร้อยละ 5.3 ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายคือร้อยละ 53.4 และ 46.6 ตามลำดับ ส่วนใหญ่จบระดับปริญญาตรีที่ร้อยละ 34.4 รองลงมาคือระดับที่สูงกว่าปริญญาตรีมีจำนวนร้อยละ 26 มีสถานภาพสมรสสูงถึงร้อยละ 69.5 รองลงมาที่สถานภาพโสดร้อยละ 23.7 ทำงานแบบเต็มเวลาสูงที่สุดที่ค่าเฉลี่ยร้อยละ 45.8 รองลงมาคือเกษียณอายุงานมาแล้วมากกว่า 1 ปีร้อยละ 19.8 รองลงมาคือทำงานไม่เต็มเวลาที่ร้อยละ 18.3 มีรายได้จากการทำงานและเก็บออมเงินมาสูงถึงร้อยละ 77.9 รองลงมาคือจากการลงทุนร้อยละ 9.2 งานอดิเรกและความสนใจ เช่น การเดินทางท่องเที่ยวร้อยละ 20.58 รองลงมาการจับจ่ายใช้สอยร้อยละ 12.05 การทำสปาและดูแลสุขภาพร้อยละ 11.01 ใกล้เคียงกับการทำอาหารที่ร้อยละ 10.81

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยว ในภาพรวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวสิงคโปร์เคยมาเที่ยวประเทศไทยในรอบ5 ปีที่ผ่านมา 4 ครั้งขึ้นไปมากที่สุดถึงร้อยละ 58 รองลงมาคือมาเที่ยวประมาณ 2-3 ครั้งร้อยละ 31.3 และเคยมาครั้งเดียวร้อยละ 10.7 ตามลำดับ ใช้เวลาท่องเที่ยวประมาณ 1-5 วันมากที่สุดเฉลี่ยร้อยละ 77.1 ประมาณ 6-10 วันที่ร้อยละ 19.1 ใช้การจองการเดินทางท่องเที่ยวโดยศึกษาจากสื่อและจองด้วยตนเองออนไลน์สูงถึงร้อยละ 84.7 รองลงมามีจำนวนเท่ากันที่ร้อยละ 7.6 ได้แก่ การเดินทางท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยวในรูปแบบเดินทางกลุ่มส่วนตัว (FIT) และการเดินทางแบบเหมาจ่ายเดินทางกับเพื่อนมากที่สุดสูงถึงร้อยละ 35.1 เดินทางกับสามีหรือภรรยาเป็นคู่สมรสที่ร้อยละ 34.4 กับญาติพี่น้องร้อยละ 12.2 เดินทางท่องเที่ยวในเมืองจุดหมายปลายทางในประเทศไทยที่มากที่สุดคือ กรุงเทพมหานครร้อยละ 31.64 รองมาคือภูเก็ตร้อยละ 18.48 เชียงใหม่

ร้อยละ 16.71 พัทยาร้อยละ 13.15 หัวหินร้อยละ 9.11 มีแรงจูงใจที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยที่มีผู้ตอบมากที่สุดคือ เพื่อมาพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุดร้อยละ 30.40 รองลงมาคือมาจับจ่ายใช้สอยร้อยละ 22.93 มาเพื่อใช้เวลากับครอบครัวร้อยละ 12.26 ใกล้เคียงกับมาเพื่อเยี่ยมชมสถานที่แปลกใหม่ร้อยละ 12.00 กิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำระหว่างมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยเรียงลำดับความสำคัญได้แก่ การชิมอาหารไทยมากที่สุด ร้อยละ 19.77 รองลงมาคือการจับจ่ายใช้สอยร้อยละ 17.91 การท่องเที่ยวชมทัศนียภาพสถานที่ต่าง ๆ ร้อยละ 13.43 การดูแลสุขภาพและการทำสปาร้อยละ 12.50 เลือกที่พักแรมประเทศไทยมากที่สุดได้แก่ ร้อยละ 33.02 เลือกโรงแรมระดับ 4 ดาว รองลงมาคือโรงแรมระดับ 5 ดาวร้อยละ 20.00 ค่าใช้จ่ายที่ใช้ระหว่างวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวสูงสุดต่อวันที่ร้อยละ 27.5 คือ 100-120 USD รองลงมาคือมากกว่า 180 USD ที่ร้อยละ 21.4 และต่ำกว่า 100 USD ที่ร้อยละ 19.8 ส่วนของการใช้จ่ายมากที่สุดคือด้านที่พักที่ร้อยละ 48.9 รองลงมาคือการจับจ่ายใช้สอยร้อยละ 25.2 ค่าใช้จ่ายด้านค่าอาหารและเครื่องดื่มร้อยละ 19.8 แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ จากเพื่อนและบุคคลในครอบครัวมากถึงร้อยละ 30.35 รองลงมาคือจากเว็ปไซต์การท่องเที่ยวต่าง ๆ ร้อยละ 19.64 จากสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 17.14 ชอบแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติร้อยละ 37.37 รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ร้อยละ 20.06 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ร้อยละ 18.33 และชอบท่องเที่ยวตามเทศกาลร้อยละ 16.60 ชอบอาหารไทยร้อยละ 49.04 รองมาคืออาหารนานาชาติร้อยละ 23.75 ใกล้เคียงกับอาหารจีนที่ร้อยละ 21.07 ได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวจากการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้คนในท้องถิ่นที่ร้อยละ 22.75 จากการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ร้อยละ 18.91 ไม่เป็นที่สนใจการรักษาพยาบาลในประเทศไทย ร้อยละ 73.3 สำหรับผู้มีความสนใจเลือกการรักษาสุขภาพบางด้าน เช่น การดูแลรักษาด้านความงามร้อยละ 10.7 ซื้อของที่ระลึกจำพวกผลิตภัณฑ์อาหารไทยสูงถึงร้อยละ 35.84 รองลงมาใกล้คียงกันคือเสื้อผ้าร้อยละ 35.48 งานฝีมือหัตถกรรมร้อยละ 20.07 ประเทศอื่นที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้นอกเหนือจากประเทศไทย พบว่าประเทศที่เลือกมากที่สุดได้แก่ ประเทศเวียดนามร้อยละ 20.04 รองลงมาคือประเทศมาเลเซียร้อยละ 19.38 อินโดนีเซียร้อยละ 18.72 สนใจกิจกรรมส่งเสริมการตลาดด้านการลดราคาร้อยละ 34.88 ต่อมาคือด้านการส่งเสริมการขายร้อยละ 27.90 ด้านการอภินันทนาการรับส่งสนามบินร้อยละ 22.92

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิต ในภาพรวม พบว่า ด้านกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามชาวสิงคโปร์ชื่นชอบและได้กระทำระหว่างเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่ดีมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาคือเห็นด้วยระดับมากได้แก่ การพักผ่อนในเมืองที่มีโรงแรมชั้นหนึ่งให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.66) และกิจกรรมด้านความต้องการทางสังคมในกลุ่มนักเดินทางด้วยกัน (ค่าเฉลี่ย 3.52) ด้านความสนใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจระหว่างเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย กิจกรรมที่เคยได้ทำในระหว่างการท่องเที่ยวกับการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่ดีมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมาเห็นด้วยมากคือการใช้เวลาท่องเที่ยวกับเพื่อนที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.10) ด้านความคิดเห็น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดมีจำนวน 2 ข้อได้แก่ การคำนึงถึงความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.51) และ การคำนึงถึงสุขอนามัยของสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.42)

4.1.2 นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวมาเลเซียที่มีการใช้จ่ายสูง

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุ**ชาวมาเลเซีย**ที่มีการใช้จ่ายสูง ในภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวมาเลเซีย จำนวน 306 คน มีอายุระหว่าง 55-65 ปี มากที่สุดร้อยละ 86.3 อายุระหว่าง 66-75 ปี ร้อยละ 11.4 และอายุ 76 ปี ขึ้นไปมีจำนวนร้อยละ 2.3 ตามลำดับ และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมีรายได้เฉลี่ยมากที่สุดที่ฐานรายได้มากกว่า USD 1,601 อยู่ที่ร้อยละ 46.1 ฐานรายได้ระหว่าง USD 1,200-1,400 ร้อยละ 32.0 ฐานรายได้ระหว่าง USD 1,401-1,600 ร้อยละ 21.9 เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายคือร้อยละ 55.2 และ 44.8 ตามลำดับ ในส่วนการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ร้อยละ 55.2 รองลงมาคือระดับที่สูงกว่าปริญญาตรีมีจำนวนร้อยละ 27.1 สถานภาพการสมรสของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดพบว่ามีสถานภาพสมรสสูงถึงร้อยละ 79.1 รองลงมาที่สถานภาพโสดร้อยละ 10.1 สถานภาพการทำงานพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานแบบเต็มเวลาสูงที่สุดที่ค่าเฉลี่ยร้อยละ 57.2 รองลงมาคือเกษียณอายุงานมาแล้วมากกว่า 1 ปีร้อยละ 26.1 รองลงมาคือเกษียณอายุมาแล้ว 1 ปีหรือน้อยกว่าที่ร้อยละ 9.8 ในส่วนของรายได้เฉลี่ยพบว่า มีรายได้จากการทำงานและเก็บออมเงินมาสูงถึงร้อยละ 69.9 รองลงมาคือบำเหน็จ/ประกันสังคมร้อยละ 19.9 สำหรับงานอดิเรกและความสนใจของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น การเดินทางท่องเที่ยวร้อยละ 20.59 การอ่านหนังสือร้อยละ 13.33 การทำอาหารร้อยละ 11.97 และการจับจ่ายใช้สอยร้อยละ 10.88

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยว ในภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเคยมาเที่ยวประเทศไทยในรอบ5 ปีที่ผ่านมา 2-3 ครั้งขึ้นไป มากที่สุด ร้อยละ 39.5 รองลงมาคือมาเที่ยวประมาณ 4 ครั้งหรือมากกว่าร้อยละ 36.6 ใช้เวลาท่องเที่ยวประมาณ 1-5 วันมากที่สุดเฉลี่ยร้อยละ 82.7 ประมาณ 6-10 วันที่ร้อยละ 15.0 ใช้การจองการเดินทางท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยวในรูปแบบเดินทางกลุ่มส่วนตัวสูงถึงร้อยละ 43.5 ใกล้เคียงกับการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองออนไลน์ ร้อยละ 42.2 ตามด้วยการซื้อการเดินทางแบบเหมาจ่ายตลอดการเดินทางร้อยละ 14.4 ตามลำดับ เดินทางกับสามีหรือภรรยาเป็นคู่มากที่สุดร้อยละ 38.9 กับเพื่อนร้อยละ 35.0 เดินทางท่องเที่ยวในเมืองจุดหมายปลายทางในประเทศไทยคือ กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 24.7 รองมาคือหาดใหญ่ร้อยละ 19.82 ภูเก็ตร้อยละ 16.45 เชียงใหม่ร้อยละ 12.96 พัทยาร้อยละ 10.46 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อมาพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุดร้อยละ 22.91 รองลงมาคือมาพบเจอสถานที่แปลกใหม่ร้อยละ 15.96 มาจับจ่ายใช้สอยร้อยละ 14.08 มาเพื่อเพื่อใช้เวลากับครอบครัวร้อยละ 13.42 ประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวชมทัศนียภาพสถานที่ต่างๆ มากที่สุดร้อยละ 19.98 ใกล้เคียงกับการชิมอาหารไทยร้อยละ 19.72 รองมาคือการจับจ่ายใช้สอยร้อยละ 15.64 เลือกที่พักแรมประเทศไทยมากที่สุดได้แก่ ร้อยละ 38.96 เลือกโรงแรมระดับ 4 ดาว รองลงมาคือโรงแรมระดับ 3 ดาวร้อยละ 22.61 ค่าใช้จ่ายที่ใช้ระหว่างวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวสูงสุดคือต่ำกว่า 100 USD ที่ร้อยละ 35.3 รองลงมาคือ 100-120 USD ที่ร้อยละ 23.5 ส่วนของการใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุดคือด้านค่าอาหารและเครื่องดื่มร้อยละ 35.6 รองลงมาคือการใช้จ่ายด้านที่พักร้อยละ 25.5 ด้านการจับจ่ายใช้สอยร้อยละ 24.2 แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ จากเพื่อนและบุคคลในครอบครัวมากถึงร้อยละ 30.29 จากสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 21.06 จากเว็บไซต์การท่องเที่ยวต่าง ๆ ร้อยละ

14.94 สนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติร้อยละ 31.67 และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมร้อยละ 25.90 และแหล่งท่องเที่ยวตามเทศกาลร้อยละ 17.85 แหล่งประวัติศาสตร์ร้อยละ 16.91 ชอบอาหารไทยร้อยละ 41.72 รองมาคืออาหารฮาลาลร้อยละ 35.55 อาหารนานาชาติร้อยละ 10.55 ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ได้รับจากการเรียนรู้และการมีประสบการณ์จากการได้รับความตื่นเต้นที่ร้อยละ 25.46 รองลงมาคือการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้คนในท้องถิ่นที่ร้อยละ 22.83 ไม่สนใจการรักษาสุขภาพในประเทศไทย ร้อยละ 69.3 แต่ก็มีความสนใจบางด้าน เช่น การดูแลรักษาด้านความงามร้อยละ 12.4 ด้านการตรวจร่างกายร้อยละ 11.1 ชอบซื้อของที่ระลึกจำพวกงานฝีมือหัตถกรรมร้อยละ 31.06 เสื้อผ้า ร้อยละ 30.64 ผลิตภัณฑ์อาหารไทยร้อยละ 26.18 ประเทศอื่นที่เลือกเดินทางไปในภูมิภาคนี้ คือ ประเทศอินโดนีเซียร้อยละ 20.19 รองลงมาคือประเทศเวียดนามร้อยละ 17.93 ประเทศสิงคโปร์ร้อยละ 15.36 และกิจกรรมด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ ด้านการลดราคาร้อยละ 34.53 ด้านการส่งเสริมการขายร้อยละ 26.00 ด้านการอภินันทนาการรับส่งสนามบินร้อยละ 19.81

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิต ในภาพรวม พบว่า ด้านกิจกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่ดีมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมาคือเห็นด้วยระดับมากได้แก่ การพบปะผู้คนในสังคมใหม่ ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ด้านความสนใจ พบว่า สนใจการท่องเที่ยวกับการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่ดีมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาเห็นด้วยมากคือการใช้เวลาท่องเที่ยวกับเพื่อน (ค่าเฉลี่ย 3.95) การเดินทางมาท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัว (ค่าเฉลี่ย 3.88) ด้านความคิดเห็น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดเรื่องความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง (ค่าเฉลี่ย 4.59) ใกล้เคียงกับความสะอาดในส่วนของจุดหมายปลายทางที่พักอยู่ในประเทศไทย (ค่าเฉลี่ย 4.55)

4.1.3 นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอินโดนีเซียที่มีการใช้จ่ายสูง

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุ**ชาวอินโดนีเซีย**ที่มีการใช้จ่ายสูง ในภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวอินโดนีเซียจำนวน 300 คน มีอายุระหว่าง 55-65 ปี มากที่สุดร้อยละ 95.3 อายุระหว่าง 66-75 ปี ร้อยละ 4.7 ตามลำดับ และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมีรายได้เฉลี่ยมากที่สุดที่ฐานรายได้เฉลี่ยระหว่าง USD 510-600 อยู่ที่ร้อยละ 31.3 ฐานรายได้ระหว่าง USD 601-700 ร้อยละ 20.0 และฐานรายได้ที่ USD 701 ขึ้นไปมากที่สุดที่ ร้อยละ 48.7 เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายคือร้อยละ 55.3 และ 44.7 ตามลำดับ ในส่วนการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมากที่สุดที่ร้อยละ 75.3 รองลงมาคือระดับปริญญาตรีมีจำนวนร้อยละ 19.3 งานอดิเรกและความสนใจ เช่น การเดินทางท่องเที่ยวร้อยละ 24.28 รองลงมาการอ่านหนังสือร้อยละ 15.31 การการเล่นกีฬาและการจับจ่ายใช้สอยมีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ร้อยละ 10.06

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยว ในภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเคยมาเที่ยวประเทศไทยในรอบ 5 ปีที่ผ่านมาครั้งเดียวมากที่สุดร้อยละ 41.3 รองลงมาคือเคยมาเที่ยวประมาณ 2-3 ครั้งร้อยละ 38.7 ใช้เวลาท่องเที่ยวประมาณ 1-5 วันมากที่สุดเฉลี่ยร้อยละ 84.7 และประมาณ 6-10 วันที่ร้อยละ 15.3 ใช้การจองการเดินทางท่องเที่ยวโดยศึกษาจากสื่อและจองด้วยตนเองออนไลน์สูงถึงร้อยละ 48.7 รองลงมามีจำนวนใกล้เคียงกันที่ร้อยละ 26.0 และ 25.3 ได้แก่ การเดินทางท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยวในรูปแบบเดินทางกลุ่มส่วนตัว (FIT) และการเดินทางซื้อทัวร์แบบเหมาจ่ายตามลำดับ เดินทางกับเพื่อนมากที่สุดสูงถึงร้อยละ 51.3 รองลงมาคือการเดินทางกับสามีหรือภรรยาที่เป็นคู่สมรสที่ร้อยละ 18.7 เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยคือ กรุงเทพมหานครร้อยละ 34.80 รองมาคือพัทยาร้อยละ 25.71 ภูเก็ตร้อยละ 15.32 เชียงใหม่ร้อยละ 12.46 มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ร้อยละ 17.23 รองลงมาคือ มาเพื่อสักการะสถานที่และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ร้อยละ 16.38 ถัดมาคือการพักผ่อนหย่อนใจที่ร้อยละ 14.68 การจับจ่ายใช้สอยร้อยละ 12.71 กิจกรรมการท่องเที่ยวชมทัศนียภาพสถานที่ต่าง ๆ ร้อยละ 23.61 รองลงมาคือการชิมอาหารไทยมากที่สุดร้อยละ 16.80 รองลงมาคือการจับจ่ายใช้สอยร้อยละ 14.25 เลือกที่พักแรมประเทศไทยมากที่สุดได้แก่ โรงแรมระดับ 3 ดาวที่ร้อยละ 37.31 รองลงมาคือโรงแรมระดับ 4 ดาวร้อยละ 32.83 ค่าใช้จ่ายที่ใช้ระหว่างวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวสูงสุดต่อวันที่ร้อยละ 30.7 คือ 100-120 USD รองลงมาคือต่ำกว่า100 USD ที่ร้อยละ 23.3 โดยเป็นค่าใช้จ่ายด้านที่พักที่ร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ การเยี่ยมชมทัศนียภาพสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆร้อยละ 24.0 การจับจ่ายใช้สอยร้อยละ 20.0 ค่าใช้จ่ายด้านค่าอาหารและเครื่องดื่มร้อยละ 13.3 แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ จากเพื่อนและบุคคลในครอบครัวมากที่สุดร้อยละ 29.35 รองลงมาคือจากสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 17.74 จากเว็บไซต์การท่องเที่ยวต่างๆ ร้อยละ 16.38 ชอบแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติร้อยละ 32.32 รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมร้อยละ 29.31 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ร้อยละ 19.72 และชอบท่องเที่ยวตามเทศกาลร้อยละ 13.97 ชอบอาหารไทยร้อยละ 33.91 รองมาคืออาหารฮาลาลร้อยละ 27.82 อาหารนานาชาติร้อยละ 19.13 ได้รับประสบการณ์จากการได้รับความตื่นเต้น ผจญภัยที่ร้อยละ 23.86 และประสบการณ์ใหม่ๆร้อยละ 22.96 ไม่สนใจการรักษาสุขภาพในประเทศไทยสูงถึงร้อยละ 68.7 แต่ก็ยังมีความสนใจด้านอื่น เช่น การดูแลรักษาด้านเสริมความงามร้อยละ 12.7 ซื้อของที่ระลึกจำพวกงานฝีมือหัตถกรรมร้อยละ 38.69 เสื้อผ้าร้อยละ 23.51 และผลิตภัณฑ์อาหารไทยที่ร้อยละ 22.32 เลือกประเทศที่จะเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้นอกเหนือจากประเทศไทย เช่น ประเทศสิงคโปร์ที่ร้อยละ 21.87 รองมาคือประเทศมาเลเซียร้อยละ 19.71 รองลงมาคือประเทศเวียดนามร้อยละ 18.26 สนใจกิจกรรมด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวคือ ด้านการลดราคาสูงถึงร้อยละ 44.52 ลำดับต่อมาคือด้านอภินันทนาการรับส่งสนามบินร้อยละ 19.70 ด้านการส่งเสริมการขายร้อยละ 18.61

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิต ในภาพรวม พบว่า ด้านกิจกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกกิจกรรมด้านการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่ดีมีระดับมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมาคือเห็นด้วยระดับมากได้แก่ กิจกรรมการชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์ในการวางแผนวันหยุดพักผ่อนมีค่าเฉลี่ยที่ 3.91 ใกล้เคียงกับกิจกรรมความสนุกกับการพบปะผู้คนใหม่ ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.87) ด้านความสนใจ พบว่า ความเพลิดเพลินในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่ดีมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมาเห็นด้วยในระดับมาก

เท่ากันที่ค่าเฉลี่ย 4.11 ได้แก่ การดินทางมาท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัว และความสนใจด้านการวางเป้าหมายส่วนตัวที่ตั้งไว้นั้นให้ใช้ได้จริงและเป็นไปได้ ด้านความคิดเห็น พบว่า คะแนนสูงสุดในระดับมากที่สุดคือการคำนึงถึงความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.46) ในระดับมากที่สุดที่รองลงมาคือ การคำนึงถึงสุขอนามัยของสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.44) และมีความคิดเห็นเรื่องความชอบสินค้าคุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.39)

4.1.4 นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

ผลการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุ**ชาวไทย**ที่มีการใช้จ่ายสูง พบว่า ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 55-60 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพสมรส ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย นครราชสีมา ขอนแก่น นครศรีธรรมราช สงขลา สุพรรณบุรี ชลบุรี กรุงเทพมหานคร และนนทบุรี ปัจจุบันอาศัยอยู่กับคู่สมรสและบุตรหลาน ประกอบอาชีพรับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประมาณ 45,000-55,000 บาท โดยแหล่งที่มาของรายได้มาจากการทำงาน/ประกอบธุรกิจของตนเองในปัจจุบัน สำหรับความพร้อมของสุขภาพในการเดินทางท่องเที่ยว ยังแข็งแรงดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกสถานที่ โดยไม่มีโรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว และไม่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ในภาพรวม พบว่า มีการเดินทางท่องเที่ยว 3 ครั้งต่อปี ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว คือ วันหยุดติดต่อกันหลายวัน ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ประมาณ 3 วันต่อครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ได้รับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ซึ่งตนเองเป็นผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว และนิยมเดินทางท่องเที่ยวกับคู่สมรส โดยการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ รถยนต์ส่วนบุคคล นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังจังหวัดและภูมิภาคอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่อาศัย แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา และน้ำตก ส่วนที่พักแรมที่นิยมใช้บริการในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ประมาณ 5,001-10,000 บาท ค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นค่าที่พักแรม และหากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวภาคใต้ หากพิจารณาเป็นรายจังหวัด ภาคเหนือ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือนักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม และเลย ภาคกลาง พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี และภาคใต้ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

รูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกิจกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ชอบเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ด้านความสนใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ครอบครัวมีความสำคัญที่สุดในชีวิตมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด และด้านความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การวางแผนชีวิตเป็นเรื่องสำคัญ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 วิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่การใช้จ่ายสูง

4.2.1 นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวสิงคโปร์ที่มีการใช้จ่ายสูง

ผลการจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวสิงคโปร์ที่มีการใช้จ่ายสูง ประกอบด้วย 4 กลุ่มคือ **กลุ่มที่ 1** นักท่องเที่ยวกลุ่มวางแผนเดินทางท่องเที่ยวปลอดภัย (ร้อยละ 32.06) มีลักษณะเด่นคือ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการเตรียมโปรแกรมท่องเที่ยวล่วงหน้า เพื่อจะไม่ต้องกังวลกับเรื่องใด ๆ ในการเดินทาง ซึ่งอาจเป็นการวางแผนเตรียมการเองหรือให้บริษัทนำเที่ยวจัดรายการนำเที่ยวให้แบบ FIT รวมทั้งเน้นสุขอนามัยและความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว จะเดินทางเมื่อมั่นใจว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ลดน้อยลงแล้ว เมืองจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวมีความปลอดภัย ในเมืองมีโรงพยาบาล ที่ดีและแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ โรงแรมที่มีสภาพแวดล้อมปลอดภัยและได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) และมีความต้องการการประกันสุขภาพของรัฐบาลสำหรับการรักษาในกรณีเจ็บป่วยที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการเดินทาง ตลอดจนเทคโนโลยีดิจิทัลสามารถตรวจจับโรคได้ทุกที่ตลอดการเดินทาง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังติดตามการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพเพื่อรักษาสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี ตลอดจนชอบสมัครวีซ่าออนไลน์หรือยกเว้นวีซ่า นอกจากนี้ยังชอบการเดินทางร่วมกับเพื่อนและครอบครัวเพื่อการพักผ่อน จุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่ปลอดจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 จะส่งผลให้กลุ่มจำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวสิงคโปร์เพิ่มขึ้น

กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวกลุ่มชอบสปา พักโรงแรมหรูหราและรับประทานอาหารที่เลิศรส (ร้อยละ 9.92) มีลักษณะเด่นคือ กิจกรรมท่องเที่ยวสปาเพื่อสุขภาพ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบไปท่องเที่ยวพื้นที่ที่มีกิจกรรมนวดและสปาเพื่อสุขภาพ ติดตามการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพเพื่อรักษาสุขภาพกายและสุขภาพใจที่ดี ในขณะเดียวก็เน้นการพักในโรงแรมหรูหราและรับประทานอาหารที่เลิศรส นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบพักผ่อนในเมืองที่มีโรงแรมชั้นหนึ่งให้บริการ และให้ความสำคัญต่อการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่ดีในวันหยุดพักผ่อน

กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวกลุ่มเดินทางท่องเที่ยวปลอดภัยและตามสื่อสังคม (ร้อยละ 33.59) มีลักษณะเด่นคือ สุขอนามัยและความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว จะเดินทางเมื่อมั่นใจว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ลดน้อยลงแล้ว เมืองจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวมีความปลอดภัย ในเมืองมีโรงพยาบาลที่ดีและแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ โรงแรมที่มีสภาพแวดล้อมปลอดภัยและได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) และมีความต้องการการประกันสุขภาพของรัฐบาลสำหรับการรักษาในกรณีเจ็บป่วยที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการเดินทาง อีกทั้งยังชอบไปเที่ยวที่เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถตรวจจับโรคได้ทุกที่ตลอดการเดินทาง หากมีการสมัครวีซ่าออนไลน์หรือยกเว้นวีซ่าก็จะได้รับความสนใจเป็นพิเศษ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังติดตามการท่องเที่ยวสุขภาพเพื่อรักษาสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี รวมทั้งให้ความสำคัญกับการเตรียมโปรแกรมท่องเที่ยวล่วงหน้าเพื่อจะไม่ต้องกังวลกับเรื่องใด ๆ ในการเดินทาง ซึ่งอาจเป็นการวางแผนเตรียมการเองหรือให้บริษัทนำเที่ยวจัดรายการ

นำเที่ยวให้แบบ FIT ตลอดจนชอบค้นหาจากสื่อสังคมเพื่อสัมผัสชีวิตที่แตกต่าง นอกจากนั้นแล้วนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังชอบค้นหาประสบการณ์การเดินทางจากสื่อสังคม และสนใจที่จะสัมผัสวิถีชีวิตที่แตกต่างจากตนเอง

กลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยวกลุ่มตะลุยไปกับเพื่อน (ร้อยละ 24.43) มีลักษณะเด่นคือ การใช้เวลาเที่ยวพักผ่อนกับเพื่อน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบใช้เวลากับเพื่อนที่ดี ฟังคำแนะนำที่ดีจากเพื่อนว่าควรไปเที่ยวพักผ่อนที่ไหน ร่วมกับการมีส่วนร่วมกิจกรรมทางธรรมชาติที่ท้าทายและพบปะผู้คน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบท่องเที่ยวพื้นที่ที่สามารถเพลิดเพลินกับกิจกรรมทางธรรมชาติ เช่น เดินป่า ปีนเขา และตั้งแคมป์ เป็นต้น และต้องการสัมผัสประสบการณ์ที่ออกกำลังเพื่อให้ร่างกายได้รับความท้าทาย เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ หรือการทดลองสิ่งที่แตกต่างโดยมีส่วนร่วมด้วยตัวเองและสนุกสนานกับการพบปะผู้คนใหม่ ๆ

4.2.2 นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวมาเลเซียที่มีการใช้จ่ายสูง

ผลการจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวมาเลเซียที่มีการใช้จ่ายสูง ประกอบด้วย 5 กลุ่มคือ **กลุ่มที่ 1** นักท่องเที่ยวกลุ่มเดินทางท่องเที่ยวปลอดภัย (ร้อยละ 21.24) มุ่งเน้นสุขอนามัยและความปลอดภัยหลังเกิดโรค COVID-19 มีลักษณะเด่นคือ สุขอนามัยและความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเดินทางเมื่อมั่นใจว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 จะต้องน้อยลงแล้ว นอกจากเมืองจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวจะต้องมีความปลอดภัยและสุขอนามัยที่ดี ยังต้องการโรงแรมที่มีสภาพแวดล้อมปลอดภัย ตั้งอยู่ในเมืองมีโรงพยาบาลที่ดีและแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ และมีความต้องการการประกันสุขภาพของรัฐบาลสำหรับการรักษาในกรณีเจ็บป่วยที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการเดินทาง ตลอดจนเทคโนโลยีดิจิทัลสามารถตรวจจับโรคได้ทุกที่ตลอดการเดินทาง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังติดตามการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพเพื่อรักษาสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี ชอบไปเที่ยวที่เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถตรวจจับโรคได้ทุกที่ตลอดการเดินทาง ตลอดจนชอบสมัครวีซ่าออนไลน์หรือยกเว้นวีซ่า อีกทั้งหากมีประสบการณ์ท่องเที่ยวปลอดภัยมาช่วยสนับสนุนไม่ว่าจะเป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์จากการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี

กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวกลุ่มซื้อสินค้าและบริการที่ยั่งยืน (ร้อยละ 35.29) มีลักษณะเด่นคือ การซื้อสินค้าและบริการที่ยั่งยืน ชอบซื้อสินค้าหรือบริการใหม่ก่อนที่เพื่อนจะซื้อ เลือกยี่ห้อของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มักได้รับอิทธิพลจากการโฆษณา ในขณะเดียวเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่มีการพัฒนาที่ยั่งยืนและใส่ใจในสิ่งแวดล้อม และยังมุ่งเน้นสุขอนามัยและความปลอดภัยหลังเกิดโรค COVID-19 พร้อมทั้งสนใจและเยี่ยมชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์ในช่วงวันหยุดพักผ่อน

กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวตามสื่อสังคม (ร้อยละ 19.61) มีลักษณะเด่นคือการค้นหาประสบการณ์การเดินทางจากสื่อสังคม แสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์ ปัจจัยรองลงมา คือ การซื้อสินค้าและบริการที่ยั่งยืน หากสินค้าและบริการที่มาวางจำหน่ายส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือผลิตจากแหล่งที่ไร้ความรับผิดชอบต่อสังคมแล้ว กลุ่มนี้ก็จะหลีกเลี่ยงการจับจ่ายและใช้สอยสินค้าและบริการเหล่านั้น

เพราะกลุ่มนี้ยังชอบซื้อสินค้าหรือบริการใหม่ที่ใส่ใจในสิ่งแวดล้อม ชอบซื้อสินค้าหรือบริการใหม่ก่อนที่เพื่อนจะซื้อ และเลือกยี่ห้อของผลิตภัณฑ์/บริการที่มักได้รับอิทธิพลจากการโฆษณา

กลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้ประสบการณ์และวัฒนธรรม (ร้อยละ 11.77) มีลักษณะเด่นคือ ประสบการณ์ท่องเที่ยวปลอดภัย กลุ่มนี้ชอบเรียนรู้จากประสบการณ์ ชอบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวคุณภาพดี และชอบแสวงหาวัฒนธรรมที่แตกต่างจากของตนเอง อีกทั้งคำนึงถึงความปลอดภัยและสุขอนามัยของสถานที่ท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ที่ผ่านมายังรู้สึกว่าสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยยังอันตรายหรือมีการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 สูงอยู่ก็จะหลักเลี่ยงเพื่อไม่ให้ได้รับประสบการณ์ที่ไม่ดีกลับไป สอดคล้องกับมีลักษณะเด่นในเรื่องของสุขอนามัยและความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวที่เป็นเรื่องสำคัญรองลงมา

กลุ่มที่ 5 นักท่องเที่ยวกลุ่มเน้นกิจกรรมที่แปลกใหม่และทดลองทำ (ร้อยละ 10.78) มีลักษณะเด่นคือ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ท้าทาย กลุ่มนี้ต้องการสัมผัสประสบการณ์ที่ออกกำลังเพื่อให้ร่างกายได้รับความท้าทาย เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ เป็นต้น และต้องการทดลองสิ่งที่แตกต่างอย่างมีส่วนร่วมด้วยตัวเอง เช่น กิจกรรม DIY การฝึกประกอบอาหาร การฝึกทำหัตถกรรม เป็นต้น และยังชอบค้นหาประสบการณ์การเดินทางจากสื่อสังคม ชอบแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งหากสื่อสังคมออนไลน์ที่ประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่มีความคลุมเครือหรือข้อมูลไม่ชัดเจนอยู่บ่อยครั้งก็จะส่งผลต่อการดึงดูดของจำนวนนักท่องเที่ยวและความสนใจที่น้อยลงในสถานที่แห่งนั้น

4.2.3 นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอินโดนีเซียที่มีการใช้จ่ายสูง

ผลการจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอินโดนีเซียที่มีการใช้จ่ายสูงประกอบด้วย 3 กลุ่มคือ **กลุ่มที่ 1** นักท่องเที่ยวกลุ่มออกกำลังกายและจับจ่ายใช้สอย (ร้อยละ 40) มีลักษณะเด่นคือ การชอบซื้อสินค้าและบริการ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบซื้อสินค้าหรือบริการใหม่ก่อนที่เพื่อนจะซื้อ การเลือกยี่ห้อของผลิตภัณฑ์หรือบริการมักได้รับอิทธิพลจากการโฆษณา กลุ่มนี้ก็ยังสนใจสินค้าที่ระลึกหรือ OTOP ในต่างจังหวัด นอกจากนี้ก็ต้องการสัมผัสประสบการณ์ออกกำลังทางร่างกายเพื่อความท้าทายกลางแจ้งหรือในแหล่งธรรมชาติ เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ว่ายน้ำ เป็นต้น รวมทั้งยังใส่ใจสิ่งแวดล้อมเป็นพิเศษ และคำนึงถึงความปลอดภัยและสุขอนามัยของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว

กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวปลอดภัยและวัฒนธรรม (ร้อยละ 47.33) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด มีลักษณะเด่นคือ การรับรองความปลอดภัยหลังโรค COVID-19 จะเดินทางเมื่อมั่นใจว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 จบลงแล้ว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะค้นหาโรงแรมที่มีสภาพแวดล้อมปลอดโรค COVID-19 หรือได้รับการรับรองความปลอดภัยและสุขภาพ (SHA) ชอบไปเที่ยวประเทศที่รัฐบาลกำหนดให้นักท่องเที่ยวฉีดวัคซีน ก่อนเข้าประเทศ และคาดหวังการรับประกันจากรัฐบาลสำหรับการรักษาโรค COIVD-19 ในกรณีเจ็บป่วยที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการเดินทาง นอกจากนี้ก็ชอบสมัครวีซ่าออนไลน์หรือยกเว้นวีซ่าด้วย และยังมีจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แตกต่าง ใส่ใจสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงความปลอดภัยและสุขอนามัย

กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวกับญาติสนิทมิตรสหายและซื้อสินค้าหรือบริการ (ร้อยละ 7.33) มีลักษณะเด่นคือ การชอบซื้อสินค้าและบริการ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบซื้อสินค้าหรือบริการใหม่ก่อนที่เพื่อนจะซื้อ

การเลือกยี่ห้อของผลิตภัณฑ์หรือบริการมักได้รับอิทธิพลจากการโฆษณา กลุ่มนี้ยังสนใจซื้อสินค้าในเมืองและใช้เวลาเที่ยวพักผ่อนกับเพื่อนและญาติสนิทด้วย

4.2.4 นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

ผลการจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงประกอบด้วย 5 กลุ่ม คือ **กลุ่มที่ 1** นักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า (ร้อยละ 19.80) มีลักษณะเด่น คือ ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รองลงมาคือ ความนิยมในคุณภาพและตราสินค้า ความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นกลุ่มที่สนใจการเที่ยวชมวิถีชีวิต วัฒนธรรมท้องถิ่น เที่ยวชมโบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ การเข้าร่วมเทศกาล งานประเพณี กิจกรรมพิเศษ และกิจกรรมทางศาสนา เช่น ทำบุญ ไหว้พระ ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ มองว่าตราสินค้าของต่างประเทศมีคุณภาพดีกว่าตราสินค้าภายในประเทศ สินค้าราคาแพงย่อมมีคุณภาพกว่าสินค้าราคาถูก แต่ตราสินค้าก็ไม่ได้มีความสำคัญไปมากกว่าความพึงพอใจของตน มองหาสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบริการที่มีมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 และได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA)

กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวกลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน (ร้อยละ 22.10) มีลักษณะเด่นในการซื้อสินค้าและการรับประทานอาหาร เป็นกลุ่มที่เลือกซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้า หรือร้านค้า ชอบรับประทานอาหารนอกบ้าน

กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวกลุ่มใส่ใจสิ่งรอบตัว (ร้อยละ 17.80) มีลักษณะเด่นคือ การใส่ใจต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รองลงมาคือ การให้ความสำคัญกับบ้านและครอบครัว และความนิยมในคุณภาพและตราสินค้า เป็นกลุ่มที่มองว่าการท่องเที่ยวช่วยสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น การซื้อสินค้าท้องถิ่นเป็นการส่งเสริมอาชีพและเศรษฐกิจในชุมชน การศึกษาเรียนรู้เกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลาไม่มีข้อจำกัด มองว่าภาวะเศรษฐกิจส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม ทุกคนควรให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและผู้สูงอายุ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มองว่าครอบครัวมีความสำคัญที่สุดในชีวิต ชอบทำกิจกรรมกับครอบครัว ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยภายในบ้าน ชอบตกแต่งบ้านและบริเวณบ้านให้ดูดีอยู่เสมอ นอกจากนี้ ยังมองว่าตราสินค้าของต่างประเทศมีคุณภาพดีกว่าตราสินค้าภายในประเทศ สินค้าราคาแพงย่อมมีคุณภาพกว่าสินค้าราคาถูก แต่ตราสินค้าก็ไม่ได้มีความสำคัญไปมากกว่าความพึงพอใจของตน

กลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยวกลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต (ร้อยละ 22.70) มีลักษณะเด่นคือการเป็นจิตอาสาและกิจกรรมสังคม รองลงมาคือ การมุ่งสู่ความสำเร็จสูงสุดในชีวิต และความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นกลุ่มที่เป็นอาสาสมัครให้กับองค์กรการกุศล สนใจและเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนและสังคมให้น่าอยู่ เป็นสมาชิกชมรมหรือสมาคมต่าง ๆ ชอบชมการแข่งขันกีฬา มองว่าความสำเร็จสูงสุด คือการเป็นเจ้าของธุรกิจ การมีฐานะทางการเงินที่ดี การมีชื่อเสียงเกียรติยศ และยังอยากทำงานต่อแม้ว่าจะเกษียณอายุแล้วก็ตาม สนใจการเที่ยวชมวิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ การเข้าร่วมเทศกาล งานประเพณี และกิจกรรมพิเศษ และกิจกรรมทางศาสนา เช่น ทำบุญ ไหว้พระ และขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์

กลุ่มที่ 5 นักท่องเที่ยวกลุ่มรักสุขภาพ กิจกรรม และอาหารปลอดภัย (ร้อยละ 17.60) มีลักษณะเด่นในปัจจัยที่ 6 การดูแลและใส่ใจสุขภาพตนเอง รองลงมาคือการเป็นจิตอาสาและกิจกรรมสังคม เป็นกลุ่มที่สนใจอาหารเพื่อสุขภาพ กิจกรรมเกี่ยวกับการดูแลรักษาสุขภาพ ให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่ถูกสุขอนามัย เลือกซื้อสินค้าเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ สนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในขณะเดียวกันก็เป็นอาสาสมัครให้กับองค์กร การกุศล สนใจและเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนและสังคมให้น่าอยู่ เป็นสมาชิกชมรมหรือสมาคม ต่าง ๆ ชอบชมการแข่งขันกีฬา

ดังนั้น ผลการจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวสิงคโปร์ มาเลเซียและอินโดนีเซียที่มีการใช้จ่ายสูง สรุปได้ 7 กลุ่มดังนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวสุขภาพและความปลอดภัย (Safe Traveler) กลุ่มนักท่องเที่ยวตามสื่อ (Media Follower) กลุ่มนักท่องเที่ยวตะลุยไปกับเพื่อนและญาติ (Fun Explorer) กลุ่มนักท่องเที่ยวอาหารและซื้อสินค้าและบริการ (Shopper) กลุ่มนักท่องเที่ยวเรียนรู้วัฒนธรรม (Cultural Experiencer) และกลุ่มนักท่องเที่ยวกิจกรรมที่แปลกใหม่และทดลองทำ (Participative Achiever) และกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มชอบสปา พักโรงแรม หรูหราและรับประทานอาหารที่เลิศรส (Luxury Tourist)

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

4.3.1 นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูง

ผลการศึกษาพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตพบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูงชาวสิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย มีความสนใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน เช่น นักท่องเที่ยวเชื้อสายจีนจากประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย หรือนักท่องเที่ยวมุสลิมจากประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย จึงทำให้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการอาจมีความคล้ายคลึงกัน อย่างไรก็ดี นักท่องเที่ยวเหล่านี้มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกันไปในรายละเอียด ทำให้มีความสนใจและความต้องการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่แตกต่างกันได้

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวสิงคโปร์

ผลการสังเคราะห์ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับอุปสงค์ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวสิงคโปร์ที่มีการใช้จ่ายสูง แสดงตัวอย่างได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวกลุ่มวางแผนเดินทางท่องเที่ยวปลอดภัย (Safe travel Planner) เพื่อพักผ่อนกับครอบครัวและเพื่อนอย่างมีแผน

นักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีการวางแผนการเดินทางที่ค่อนข้างรอบคอบ โดยจะศึกษารายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก รวมถึงร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกที่ค่อนข้างมีความปลอดภัยสูงทั้งในด้านกายภาพและภูมิศาสตร์รวมถึงการดูแลความสะอาด สุขอนามัยในรูปแบบวิถีใหม่โดยเฉพาะการได้รับรอง

มาตรฐานความมั่นใจในความปลอดภัยด้านสุขอนามัย จากสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย (SHA Plus) อีกทั้งมีกิจกรรมที่ชอบชิมอาหารไทย จับจ่ายใช้สอย ดูแลสุขภาพ และเที่ยวชมทัศนียภาพ ดังนั้น จากการเก็บข้อมูลอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวสูงอายุประกอบกับการสนทนากลุ่มเพื่อค้นหาอุปทานจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวแต่ละสาขาถึงความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุแล้ว จึงได้นำข้อมูลทั้งหมดมาสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวโดยตรง ได้แก่ องค์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในแต่ละจังหวัดที่รวบรวมข้อมูลที่ได้รับมา ผลวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือ **ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเน้นความปลอดภัย** ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว ที่พัก และร้านอาหาร ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบเที่ยวชมทัศนียภาพที่ปลอดภัย ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับรองมาตราฐาน SHA+ ตัวอย่างเช่น **ศาลท้าวมหาพรหม**โรงแรมแกรนด์ไฮแอทเอราวัณ ซึ่งเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่เป็นที่เคารพนับถือและมีชื่อเสียงในหมู่ชาวไทยและชาวต่างประเทศ **วัดอรุณราชวรารามราชวิหาร** ริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งธนบุรี ในกรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ เช่น **วัดพระธาตุดอยสุเทพ** พระบรมธาตุอันเป็นที่ประดิษฐานองค์พระบรมสารีริกธาตุ ณ ยอดดอยสุเทพ ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของเมืองเชียงใหม่ ผู้ที่เดินทางมาสักการะที่วัดแห่งนี้สามารถมองเห็นทิวทัศน์เมืองเชียงใหม่ ได้อย่างชัดเจน นักท่องเที่ยวสามารถเดินขึ้นบันไดนาคไป 300 ขั้น เพื่อไปยังวัด หรือใช้บริการรถกระเช้าขึ้น-ลงดอยสุเทพได้ **วัดสวนดอก หรือวัดบุปผาราม** ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ มีปูชนียสถาน-วัตถุ ที่สำคัญ คือ พระเจดีย์ใหญ่ทรงลังกา ที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุพระเจ้าเก้าตื้อ พระพุทธรูปหล่อองค์ใหญ่ สร้างด้วยโลหะหนัก 9 โกฏิตำลึง ภายในวัดสวนดอกยังมีสิ่งสำคัญคือกลุ่มกู่บรรจุพระอัฐิเจ้านายฝ่ายเหนือ เป็นกลุ่มสถาปัตยกรรมทรงปราสาทขนาดเล็กสร้างอยู่ในพื้นที่เดียวกันมีการวางผังและจัดระเบียบอย่างสวยงามตั้งอยู่ถนนสุเทพ ตำบลสุเทพ เชียงใหม่ ภูเก็ต เช่น **ย่านเมืองเก่าภูเก็ต** ที่มีสถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกีส จากการเข้ามาของชนชาติต่าง ๆ ในอดีต ก่อให้เกิดการผสมผสานทั้งวิถีความเป็นอยู่ ศิลปวัฒนธรรมและอาหารการกิน **แหลมพรหมเทพ**เป็นแหลมที่อยู่ใต้สุดของจังหวัดภูเก็ตที่มีทัศนียภาพที่สวยงาม ล่องเรือคาตามารันชมวิวผ่อนคลายบนผืนทะเลกับเพื่อนและครอบครัว เป็นต้น

2. ร้านอาหารปลอดภัย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบรับประทานอาหารไทย โดยเน้นร้านอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน SHA+ และที่ได้รับรางวัลจาก Michelin Star ตัวอย่างร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร เช่น **ร้านเมธาวลัย ศรแดง** อยู่ที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตยที่มีวงดนตรีสดขับขานเพลงยุค 80 และอาหารที่ปรุงอย่างประณีตรสชาติเข้มข้นจนได้รับรางวัลดาวมิชลินร้านอาหารคุณภาพสูงที่ควรค่าแก่การหยุดแวะชิม ในประเภทอาหารไทยคลาสิก **ร้านเสน่ห์จันทน์**ที่นำเสนออาหารไทยโบราณตำรับชาววังจนได้รับรางวัลดาวมิชลินในประเภทอาหารไทยหรูหรา เป็นต้น เชียงใหม่ เช่น **ร้านเฮือนสุนทรี** ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นมารังสรรค์อาหารเหนือจานเด็ด มีดนตรีขับกล่อมในช่วงค่ำเพื่อดื่มด่ำบรรยากาศสุดผ่อนคลายริมแม่น้ำปิง ได้รับรางวัลมิชลินแบบบิบกูร์มองด์ ร้าน **The House by Ginger** ร้านอาหารสุดโมเดิร์นในย่านเมืองเก่า บรรยากาศภายในตกแต่งได้อย่างทันสมัยเหมือนอยู่

ยุโรป เมนูอาหารมีทั้งไทยดั้งเดิมหรืออาหารท้องถิ่นอย่างข้าวซอย บนถนนมูลเมือง ได้รับรางวัลมิชิลินแบบบิบกูร์มองด์ และ **ร้านมีนา** ร้านอาหารทรงไทยล้านนาที่ซ่อนตัวอยู่ในทุ่งนา อาหารจานเด็ดคือ ข้าว 5 สี ทานคู่กับอาหารไทยต่าง ๆ แต่ละจานถูกตกแต่งอย่างสวยงามด้วยดอกไม้หรือผลไม้สีสันสดใส ได้รับรางวัลมิชิลินแบบบิบกูร์มองด์ ภูเก็ต เช่น **ร้านชมจันทร์**เป็นบ้านสีขาว มีสวนเล็ก ๆ ภายในตกแต่งสไตล์วินเทจในกลิ่นอายชิโน-โปรตุกีส อาหารใต้เมนูอร่อย เช่น ไข่ปูผัดพริกเกลือ หมูสับนึ่งไข่เค็ม และหมูฮ้องเกลือ ได้รับรางวัลมิชิลินแบบบิบกูร์มองด์ **ร้านกินกับอี๋** บรรยากาศเรียบง่ายอบอุ่น ทุกจานปรุงโดยอาอี๋ หรือคุณป้าแม่ครัวมือเอกอาหารปักษ์ใต้เข้ากับอาหารจีนฮากกา ได้รับรางวัลมิชิลินแบบบิบกูร์มองด์

3. **ที่พัก** ได้แก่ โรงแรมที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน SHA+ และที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน 3-5 ดาวจากสมาคมโรงแรมไทย ในกรุงเทพมหานคร เช่น **โรงแรมแชงกรีล่า** กรุงเทพ (Shangri-La Bangkok) ตั้งอยู่บนฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โดยสามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสำคัญหลายแห่งด้วยรถไฟฟ้าบีทีเอส **โรงแรมเมริออทกรุงเทพ** (Bangkok Marriott Hotel) ที่มีอยู่หลายแห่ง เช่น โรงแรมมาริออท สุขุมวิท 22 โรงแรมมาริออท สุรวงศ์ เป็นต้น เชียงใหม่ เช่น **โรงแรม แคนทารี่ ฮิลล์ เชียงใหม่** ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชอบปิ้งและสถานบันเทิง ออกแบบสวยงาม หรูหรา ตกแต่งอย่างลงตัว ทันสมัย โดดเด่น สะดวกสบายด้วยเครื่องอำนวยความสะดวกที่ครบครัน และ **137 พิลลาร์ เฮาส์** เป็นโรงแรมที่นำบ้านไม้สักเก่าอายุกว่า 150 ปีมาดัดแปลงและประยุกต์ เป็นอีกหนึ่งตัวเลือกของการพักผ่อนในเชียงใหม่ นอกจากความทันสมัย สะดวกสบายแล้ว ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ทั้งสปา สระว่ายน้ำ สนามหญ้า สวนร่มรื่น บนถนนหน้าวัดเกตุ ได้รับรางวัลมิชลินโรงแรมสะดวกสบายมากที่สุด ภูเก็ต เช่น **โรงแรมโฟร์ พอยต์ บาย เชอราตัน ภูเก็ต ป่าตองบีช รีสอร์ต** ที่เป็นส่วนตัว อวลเสน่ห์แห่งเพอรานากัน **โรงแรมดุสิตธานีลากูนาภูเก็ต** สถานที่พักผ่อนอันหรูหราติดชายหาด ด้วยการผสมผสานการตกแต่งอย่างงดงามวิจิตรของมรดกไทยเข้ากับบริการอันอบอุ่น เป็นต้น

4. **แหล่งจับจ่ายใช้สอย** นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบซื้อสินค้าและบริการที่ได้รับรองมาตรฐาน SHA+ ตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร เช่น **ห้างสรรพสินค้าไอคอนสยาม (ICON Siam)** อยู่บริเวณโค้งริมแม่น้ำเจ้าพระยาที่มีความยิ่งใหญ่ หรูหรา และอลังการ มีทั้งร้านค้า ร้านอาหาร พื้นที่จัดแสดง และพื้นที่ความบันเทิง **ศูนย์การค้าเอ็มบีเค เซ็นเตอร์ (MBK Center)** ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในกรุงเทพมหานคร ภายในอาคารขนาด 8 ชั้นซึ่งส่วนหนึ่งจัดเป็นพื้นที่เช่าค้าขาย จำนวนกว่า 2,500 ร้านค้า โดยมีสินค้าและบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เชียงใหม่ เช่น **ถนนคนเดินวัวลาย** ที่นักท่องเที่ยวและคนเชียงใหม่นิยมไปกัน มีทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ ถนนคนเดินที่เชียงใหม่ จะมีอยู่ 2 ที่ คืนวันเสาร์จะจัดที่ ถนนวัวลาย ที่ตั้งของถนนคนเดินวัวลายจะอยู่ที่ ถนนวัวลายทั้งเส้น ถนนคนเดินวัวลายจะเริ่มเปิดตอนประมาณ 17.00 – 22.00 น. มีทั้งของฝาก ของกิน ของที่ระลึก เครื่องเงินและอื่นๆอีกมากมาย และในคืนวันอาทิตย์จะจัดแถวประตูท่าแพ **ถนนคนเดินท่าแพ** เป็นถนนคนเดินที่ใหญ่ที่สุดในเชียงใหม่ เปิดขายเฉพาะวันอาทิตย์เท่านั้น โดยเปิดตั้งแต่ 18.00 – 22.00 น. ที่ตั้งของถนนคนเดินท่าแพ จะเริ่มจากประตูท่าแพ ยาวออกไปทางถนนราชดำเนิน จนถึงวัดพระสิงห์ รวมระยะทาง

ประมาณ 1 กิโลเมตร ในวันที่มีถนนคนเดิน ถนนจะปิดห้ามรถวิ่ง ภูเก็ต เช่น **ห้าง Central Phuket** ตั้งอยู่ใจกลางเกาะภูเก็ต บนถนนสายหลักที่เป็นทำเลยุทธศาสตร์สำคัญพร้อมด้วยศักยภาพในการยกระดับใจกลางเมืองภูเก็ตให้เป็นย่านการค้าที่ยิ่งใหญ่ และเป็นไลฟ์สไตล์ฮับแห่งใหม่ระดับโลก ศูนย์กลางของย่านธุรกิจที่ทันสมัยที่พร้อมสรรพด้วยโรงแรม และศูนย์ประชุมเอนกประสงค์ขนาดใหญ่ และทันสมัย รองรับการเป็นศูนย์กลางการจัดงานระดับภูมิภาคและนานาชาติ เมืองท่องเที่ยวระดับโลกอย่างภูเก็ต

กลุ่ม 2 นักท่องเที่ยวกลุ่มชอบสปา พักโรงแรมหรูหราและรับประทานอาหารเลิศรส (Luxury Tourist) เน้นการดูแลสุขภาพ รับประทานอาหาร และพักผ่อนในโรงแรมช่วงเวลากลางวัน

นักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ชื่นชอบการเดินทางแบบสะดวกสบายเป็นอันดับแรก ไม่เร่งรีบให้เวลากับการพักผ่อนอย่างเต็มที่และนิยมการแสวงหาร้านอาหารที่มีชื่อเสียงและมีรสชาติอร่อยสมคำร่ำลือ ดังนั้นนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงไม่เน้นการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ไม่สะดวกสบาย เช่น อาจมีรายการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ตามความเหมาะสมกับพื้นที่บ้าง เน้นการพักผ่อนจากการดูแลสุขภาพร่างกายจากการทำสปา และไปรับประทานอาหารอร่อย ๆ พร้อมกับการจับจ่ายใช้สอยของที่ระลึกต่าง ๆ จากข้อมูลที่ได้รับสามารถวิเคราะห์ถึงความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ **ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเน้นความหรูหรา** ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร และสปา ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับรองมาตรฐาน SHA+ และมีชื่อเสียงในต่างประเทศ ตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร เช่น **พิพิธภัณฑ์บ้าน จิม ทอมป์สัน** ตั้งอยู่ที่บ้านเรือนไทยของจิมทอมป์สันริมคลองแสนแสบ ที่มีการจัดแสดงเกี่ยวกับศิลปวัตถุโบราณและศิลปะร่วมสมัย อีกทั้งจำหน่ายสินค้าที่ระลึกทำจากผ้าไหมไทยจิม ทอมป์สัน เชียงใหม่ เช่น **ดอยอินทนนท์** เป็นยอดดอยที่สูงที่สุดแต่ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย มีสถานที่ท่องเที่ยวสวยงามให้แวะเที่ยวได้หลายจุด โดยเฉพาะจุดชมวิวกิ่วแม่ปาน ที่ขึ้นชื่อ และ **ดอยอ่างขาง** ดินแดนแห่งความโรแมนติกที่ครั้งหนึ่งในชีวิตต้องหาโอกาสมาเที่ยว ดอยอ่างขางตอบโจทย์สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาสัมผัสกับอากาศหนาวเย็น ชมแปลงดอกไม้และพืชผักเมืองหนาวอันสวยงาม ชมวิวพระอาทิตย์ขึ้นและทะเลหมอก สัมผัสวิถีชีวิตชาวไทยภูเขาที่มีความหลากหลาย ภูเก็ต เช่น **ภูเก็ตแฟนตาซี** แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดภูเก็ตและเป็นธีมปาร์ค วัฒนธรรมไทยแห่งแรกของโลก มีจุดเด่น คือ การแสดงชุด “มหัศจรรย์กมลา” ซึ่งเป็นการแสดงที่ผสมผสานระหว่างศิลปวัฒนธรรมไทยและเทคนิคพิเศษแสงสีเสียงทันสมัย เป็นต้น

2. **ร้านอาหาร** ได้แก่ ร้านอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน SHA+ และที่ได้รับรางวัลจาก Michelin Star ที่มีความหรูหรา ตัวอย่างร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร เช่น **ห้องอาหารสระบัว บาย กิน กิน** ร้านอาหารไทย ในรูปแบบ Fine Dining ตั้งอยู่ภายในโรงแรมสยามเคมปินสกี้ กรุงเทพฯ หนึ่งในร้านอาหารไทยคุณภาพที่ได้รับรางวัลดาวมิชลิน ร้านอาหารคุณภาพสูงที่ควรค่าแก่การหยุดแวะชิม เป็นอาหารไทยร่วมสมัยตกแต่งอย่างมีดีไซน์ **ร้านอาหารบ้านขนิษฐา** ร้านอาหารไทยดั้งเดิม ตั้งอยู่ที่สุขุมวิท 23 และสาธร เป็นร้านอาหารไทยและซีฟู้ด ตกแต่งแบบบ้านเรือนไทย เหมาะกับ

ชาวต่างชาติ เน้นคุณภาพของวัตถุดิบของอาหารและเน้นการใช้ผักออร์แกนิค เชียงใหม่ เช่น **ร้านบ้านม่อนม่วน** อาหารไทยในบรรยากาศที่สามารถสัมผัสอากาศสดชื่น ชมวิวเขาเขียวขจี เสิร์ฟอาหารไทยเลิศรส ในอำเภอแม่ริม ได้รับรางวัลมิชิลินเพลท **ร้านอาหารเฮือนม่วนใจ๋** บ้านแห่งความสุขสไตล์ล้านนา ที่เสิร์ฟอาหารสูตรดั้งเดิมรสชาติเด็ด เมนูเด็ดที่ห้ามพลาดของที่นี่ก็คือ จอผักกาด เป็นซุปเปรี้ยวใส่กะหล่ำปลีจีนและหมู แกงฮังเลสูตรดั้งเดิม และน้ำพริกหนุ่มรสชาติกลมกล่อมสูตรลับของทางร้าน ภูเก็ต เช่น **ร้าน Blue Elephant** เป็นร้านอาหารไทยหรูใจกลางเมืองภูเก็ตเก่า มีสถาปัตยกรรมแบบชิโนโปรตุกีส อาหารไทยและอาหารเปอรานากันโบราณที่หายาก ได้รับรางวัลมิชิลินเพลท **ห้องอาหารเรือนไทย**ของโรงแรมดุสิตธานียังคงรักษาเอกลักษณ์ของอาหารไทยตำรับชาววังที่ผสมผสานทุกรสชาติได้อย่างกลมกล่อม คลอด้วยเสียงดนตรีไทย ได้รับรางวัลมิชิลินเพลท เป็นต้น

3. ที่พัก ได้แก่ โรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐาน SHA+ และมีบริการระดับหรูหรา ตัวอย่างเช่น **โรงแรม แมนดาริน โอเรียนเต็ล** ริมแม่น้ำเจ้าพระยาที่มีอาคารประวัติศาสตร์ ห้องพักสวยสไตล์โคโลเนียล ได้รับรางวัลมิชิลินระดับสะดวกสบายและหรูหราขั้นสูงสุด **โรงแรมแกรนด์ ไฮแอท เอราวัณ** มีทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองใกล้ศาลพระพรหมเอราวัณ ได้รับรางวัลมิชิลินระดับสะดวกสบายมากที่สุด เชียงใหม่ เช่น **ศิริปันนา วิลลา รีสอร์ต แอนด์ สปา เชียงใหม่** เป็นรีสอร์ตแนวล้านนา บรรยากาศดี ร่มรื่น เหมาะสำหรับการมาพักผ่อน พนักงานบริการดี อาหารเช้ายอดเยี่ยม ตั้งอยู่ที่ตำบลวัดเกตุ **อนันตรา เชียงใหม่ รีสอร์ท** เป็นที่พักหรูหราในสไตล์ร่วมสมัยที่ได้รับการตกแต่งแบบไทยและโคโลเนียล ตั้งอยู่ริมแม่น้ำปิงในเมืองทางเหนืออันงดงามของประเทศไทย ห้องพักทุกห้องมีระเบียงส่วนตัว พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และกิจกรรมสันทนาการมากมาย เช่น ล่องแม่น้ำปิงยามอาทิตย์อัสดง หรือจะเป็นโรงเรียนสอนทำอาหารไทย บนถนนเจริญประเทศ ตำบลช้างคลาน ได้รับรางวัลมิชลินโรงแรมสะดวกสบายที่สุด ภูเก็ต เช่น **โรงแรมอมันปุรี** เด่นเรื่องความเงียบสงบและเป็นส่วนตัว ทำเลที่ตั้งอยู่ลดหลั่นกันบนภูเขาทุกห้องมีวิวทะเลพร้อมระเบียงกว้าง ได้รับรางวัลมิชิลินแบบสะดวกสบายและ หรูหราขั้นสูงสุด **โรงแรมบันยันทรี** ตั้งอยู่บนพื้นที่สีเขียวชอุ่มขนาด 200 กว่าไร่ ห้องแบบพูลวิลล่า บรรยากาศโรแมนติก ตกแต่งหรูหราและมีกลิ่นอายความเป็นไทย ได้รับรางวัลมิชิลินแบบสะดวกสบายและหรูหราขั้นสูงสุด

4. แหล่งจับจ่ายใช้สอย ที่ได้รับรองมาตรฐาน SHA+ และมีสินค้าระดับนานาชาติ ตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร เช่น **เกษรวิลเลจ (Gaysorn Village)** ศูนย์การค้าและพื้นที่พาณิชยกรรมซึ่งตั้งอยู่บริเวณย่านราชประสงค์ เขตปทุมวัน เป็นที่รวบรวมสินค้าชื่อดังจากทั่วทุกมุมโลกมาไว้ในที่เดียวเพื่อจับกลุ่มลูกค้าระดับบน โดยเฉพาะ **สยามพารากอน (Siam Paragon)** ศูนย์การค้ามีขนาดใหญ่เป็น อันดับที่ 3 ของประเทศไทย มีพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำซีไลฟ์ โอเชียน เวิลด์ กรุงเทพ อยู่ชั้น ล่างของศูนย์การค้า เป็นต้น เชียงใหม่ เช่น **ถนนนิมานเหมินทร์** ถนนสายการค้าและบันเทิงเต็มไปด้วยร้านค้า ร้านกาแฟ ที่พักและร้านอาหารมากมาย โดดเด่นด้วยสถาปัตยกรรมและไอเดียสร้างสรรค์ **ห้างเมญ่า หรือเมย่า MAYA** อยู่ติดกับแยกรินคำ หรือบริเวณจุดเริ่มต้นของถนนนิมมานเหมินทร์เชียงใหม่ ถนนที่นับได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ที่กินหลากหลาย คึกคักทั้งในตอนกลางวันและกลางคืน เป็นศูนย์รวมแฟชั่นและผลิตภัณฑ์ความงามแบรนด์ดังระดับเวิลด์คลาสจากทั่วทุกมุมโลก

5. **แหล่งดูแลสุขภาพและสปา** กรุงเทพมหานคร เช่น **ปัญญ์ปุริ เวลเนส** (Panpuri Wellness) สถานที่ผ่อนคลายร่างกายและจิตใจที่จะตอบโจทย์ชีวิตคนในเมืองโดยตั้งอยู่ใจกลางเมืองย่านราชประสงค์ในเกษรวิลเลจ สะดวกสบายต่อการเดินทาง เป็นสถานที่ผ่อนคลายจิตใจและฟื้นฟูร่างกายแบบรอบด้านผ่านการแช่ออนเซน ออร์แกนิคสปา อาหารเพื่อสุขภาพ และเวลเนสโปรแกรมต่างๆ **โรสวูดสปา** (Rosewood Spa) สปาสุดหรูใจกลางเมืองย่านเพลินจิต ตกแต่งสไตล์โมเดิรน ทันสมัย เหมาะสำหรับการผ่อนคลายด้วยการนวด สปา หรือออกกำลังกาย เชียงใหม่ เช่น **โอเอซิส สปา (Oasis Spa)** เป็นศูนย์บริการนวดสปาชั้นนำในเชียงใหม่ที่ให้บริการอย่างมืออาชีพมายาวนาน โดยผู้ที่มาใช้บริการจะได้ทั้งพักผ่อนร่างกาย ผ่อนคลายความตึงเครียดในบรรยากาศที่เงียบสงบสไตล์เซนหรือสวนหินญี่ปุ่นร่มรื่นสบายตาด้วยหมู่มวลดอกไม้และพืชพรรณไม้ต่าง ๆ ทั่วอาณาบริเวณ พร้อมให้บริการการนวดบำบัดและทรีตเม้นต์ต่าง ๆ เช่น ทรีตเม้นต์ผิวหน้า ทรีตเม้นต์เส้นผม การนวดแผนไทยด้วยสมุนไพรธรรมชาติ การนวดน้ำมันหอมระเหยสูตรร้อนและการนวดกดจุดบริเวณฝ่าเท้า เป็นต้น โอเอซิส สปามีทั้งหมด 5 สาขา กระจายอยู่ทั่วเมืองเชียงใหม่ **ระรินจินดา เวลเนส สปาแอนด์ออนเซ็น (Rarinjinda Wellness Spa and Onsen Resort)** เป็นรีสอร์ทสปาระดับ 5 ดาว ใจกลางเมืองเชียงใหม่ ให้บริการนวดสปาและทำทรีตเม้นต์ ตกแต่งในสไตล์โมเดิร์นแต่ยังคงกลิ่นอายและเสน่ห์ของความเป็นล้านนา ที่นี่ถือเป็นสปาครบวงจรที่มาพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญอยู่ประจำเพื่อดูแลให้คำแนะนำแก่ผู้ที่ต้องการบำบัดร่างกายและผ่อนคลายจิตใจด้วยการนวดสปา รวมทั้งคอยให้คำปรึกษาเกี่ยวกับสุขภาพและโภชนาการ ทั้งยังมีบ่อน้ำแร่ออนเซ็นไว้คอยให้บริการด้วย **ศิรา สปา (Zira Spa)** เป็นร้านสปาขนาดใหญ่ที่เปิดให้บริการตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของเมืองเชียงใหม่ มีทั้งหมด 3 สาขา สปาแห่งนี้ได้รับรางวัลสุดยอดสปาแห่งการนวดสไตล์ไทยล้านนาประจำจังหวัดเชียงใหม่ในปี 2561 โดยบรรยากาศและที่ตั้งร้านแต่ละแห่งจะแวดล้อมไปด้วยต้นไม้ประดับทั้งน้อยใหญ่เรียงรายอย่างเป็นระเบียบ ตัวร้านเป็นอาคารสูงออกแบบอย่างคลาสสิคสไตล์ไทยประยุกต์ มองเห็นเป็นตัวตึกสีขาวที่ชั้นล่าง และอาคารโครงไม้สีทึบชั้นบนไปจนถึงหลังคา ภายในตัวอาคารแบ่งเป็นห้องต่าง ๆ ทั้งสปานวดตัว และอ่างแช่ตัวแบบวารีบำบัด ลานกลางแจ้งเป็นสวนไม้ประดับและบ่อปลาทั่วบริเวณ ด้านการนวดสปามีบริการทรีตเม้นต์แบบสยามล้านนาที่ไม่เหมือนใคร เน้นทำสปาเพื่อคงความงามและฟื้นฟูสุขภาพร่างกายในแบบล้านนาอันเป็นมรดกตกทอดทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของบรรพบุรุษชาวเหนือ

ภูเก็ต เช่น **สุโข เวลเนส แอนด์ สปา รีสอร์ท ภูเก็ต (Sukko Wellness & Spa Resort Phuket)** เป็นรีสอร์ทที่ อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ เพื่อการพักผ่อนและฟื้นฟูร่างกายด้วยสปาและศาสตร์แพทย์แผนไทย **บันยันทรี สปา ภูเก็ต (Banyan Tree Spa Phuket)** บันยัน ทรี สปา เป็นสปาที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมจากนักท่องท่องชาวต่างชาติ และด้วยความเป็นมืออาชีพ **อมาธารา เวลเนส รีสอร์ท (Amatara Wellness Resort)** เน้นการพักผ่อนเชิงสุขภาพ กิจกรรมเพื่อการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ทั้งการทำสปา ทรีทเม้นท์ การล้างพิษ การออกกำลังกาย การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อปรับสมดุลให้แก่ร่างกาย ทั้งภายในและภายนอก อำเภอหัวหิน ประจวบคีรีขันธ์ เช่น **ชีวาศรม อินเตอร์เนชั่นแนล เฮลท์ รีสอร์ท** เป็นรีสอร์ทเพื่อสุขภาพแห่งแรกในเอเชีย ตั้งอยู่ริมชายหาดหัวหิน เปิดให้บริการมายาวนาน มีผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพให้คำปรึกษา

กลุ่ม 3 นักท่องเที่ยวกลุ่มเดินทางท่องเที่ยวปลอดภัยไร้กังวล (Safe and Sound Traveler) เพื่อค้นหาประสบการณ์จากสื่อสังคมและสัมผัสชีวิตที่แตกต่าง

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดซึ่งให้ความสำคัญกับสุขอนามัยและความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว จะเดินทางเมื่อมั่นใจว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ลดน้อยลงแล้ว เมืองจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวมีความปลอดภัย มีโรงพยาบาลที่ดีและแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ โรงแรมที่มีสภาพแวดล้อมปลอดภัยและได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA/SHA Plus) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังติดตามการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพเพื่อรักษาสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี และให้ความสำคัญกับการเตรียมโปรแกรมท่องเที่ยวล่วงหน้าเพื่อจะไม่ต้องกังวลกับเรื่องใดๆ ในการเดินทาง ซึ่งอาจเป็นการวางแผนเตรียมการเองหรือให้บริษัทนำเที่ยวจัดรายการนำเที่ยวให้แบบ FIT ตลอดจนชอบการค้นหาจากสื่อสังคมเพื่อสัมผัสชีวิตที่แตกต่างจากตนเอง อีกทั้งมีกิจกรรมที่ชอบจับจ่าย ใช้สอย ชิมอาหารไทย และเที่ยวชมทัศนียภาพ จากข้อมูลที่ได้รับสามารถวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมคือ **ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเน้นความปลอดภัยตามสื่อสังคม** ประกอบด้วย

1. แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับรองมาตรฐาน SHA+ และได้รับการกล่าวถึงมากในสื่อสังคมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร เช่น **ไชน่าทาวน์ เยาวราช** เป็นย่านชุมชนชาวจีนที่เก่าแก่ที่สุดและใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก ไชน่าทาวน์ เยาวราช เป็นย่านที่คุ้มค่าที่จะต้องไปเยือนเพราะบรรยากาศและอาหารจีน **วัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหาร** ตั้งอยู่ที่ถนนตรีมิตร แขวงตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ เป็นวัดโบราณอยู่ในที่ลุ่มพระอารามเป็นเรือนไม้ สิ่งสำคัญของวัด คือ พระสุโขทัยไตรมิตร เป็นพระพุทธรูปทองคำที่ใหญ่ที่สุดและได้รับการบันทึกในหนังสือบันทึกสถิติโลกกินเนสส์ เป็นเนื้อทองบริสุทธิ์ร้อยละ 99.99 เชียงใหม่ เช่น **แม่กำปอง** ตั้งอยู่ในกิ่งอำเภอแม่ออน เป็นหมู่บ้านเล็ก ๆ ที่ซ่อนตัวอยู่ท่ามกลางป่าเขาเขียวขจี มีลำธารใสเย็นไหลพาดผ่าน ความสุขของการมาท่องเที่ยวหมู่บ้านแม่กำปอง คือ การได้มาสัมผัสอากาศบริสุทธิ์ความเป็นธรรมชาติของป่าไม้ ลำธารและวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของชาวบ้านที่ยังคงอยู่ร่วมกับธรรมชาติได้อย่างลงตัว ด้วยความบริสุทธิ์ของธรรมชาติ และตั้งอยู่ไม่ไกลจากตัวเมืองเชียงใหม่ และ **ม่อนแจ่ม** ดอยที่สามารถขึ้นไปสัมผัสลมหนาว ชมวิวธรรมชาติภูเขาสีเขียว พร้อมเก็บภาพกับดอกไม้นานาชนิด ชมไร่สตอเบอร์รี่ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชาวดอย เสื้อผ้าพื้นเมือง พืชผักผลไม้เมืองหนาวม่อนแจ่ม สามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ภูเก็ต เช่น **ถนนคนเดินภูเก็ต หลาดใหญ่** ตั้งอยู่บริเวณย่านการค้าเมืองเก่าภูเก็ต ถนนถลาง ซอยรมณีย์ มีอายุกว่า 100 ปี เทศบาลนครภูเก็ตได้ดำเนินการอนุรักษ์และพัฒนาย่านการค้าเมืองเก่าเพื่อให้ผู้อยู่อาศัยในบริเวณพื้นที่ รวมทั้งประชาชน นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศได้ตระหนักและมีจิตสำนึกในการร่วมพัฒนาและอนุรักษ์ในด้านวิถีชีวิต ประเพณี สถาปัตยกรรมอันทรงคุณค่าอย่างต่อเนื่อง **พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำอควาเรียภูเก็ต** เป็นพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ใจกลางเมืองภูเก็ต ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล ฟลอเรสต้า นักท่องเที่ยวค้นหาความมหัศจรรย์แห่งท้องทะเล ตื่นตาตื่นใจไปกับสัตว์หลากชนิดกว่า 25,000 สายพันธุ์ เป็นต้น **เกาะตะปู** หรือเกะตาปู เป็นเกาะโขดหินขนาดเล็ก ตั้งอยู่ทางด้านเหนือในเวิ้งอ่าวของเกาะเขาพิงกัน อำเภอตะกั่วทุ่ง จังหวัดพังงา เกาะตาปูมีลักษณะเป็นเกาะเดี่ยว

ส่วนบนโปนออกและคอดกิ่วลงที่บริเวณฐานเหมือนกับตาของปู ชมเกาะตาปูต้องชมในระยะไกลจากเรือ หรือจากสันดอนของเกาะเขาพิงกัน ไม่สามารถขึ้นไปบนเกาะได้

2. **ร้านอาหาร** ได้แก่ ร้านอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน SHA+ และที่ได้รับรางวัลจาก Michelin Star ตัวอย่างร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร เช่น **ร้านโบ.ลาน** มาจากชื่อเชฟสองคนเสนออาหารไทยแท้ตำรับชาววังผสานความร่วมสมัยในรูปแบบเซตเมนูที่ให้รสชาติและรสสัมผัสซับซ้อน ได้รับรางวัลดาวมิชลินร้านอาหารคุณภาพสูงที่ควรค่าแก่การหยุดแวะชิม **ร้านครัวอัปษร (สาขาสามเสน)** ร้านธุรกิจครอบครัวที่ยืนยาวมากกว่าสองทศวรรษ ร้านอาหารเล็ก ๆ ที่ไมธรรมดาด้วยรสมือชั้นครูของคุรจันทร์ฉวีที่ครั้งหนึ่งเคยมีโอกาสปรุงถวายพระบรมวงศานุวงศ์ ได้รับรางวัลมิชลินประเภทบิบกูร์มองด์ เชียงใหม่ เช่น **คุ้มขันโตก** เป็นการอนุรักษ์การใช้ชีวิตแบบไทยเก่าแก่ผสมผสานกับบรรยากาศล้านนาดั้งเดิมเช่นเสื้อผ้า ภาษาการรับประทานอาหาร และการแสดงภายใต้สถาปัตยกรรมแบบล้านนาประยุกต์อันงดงามและน่าหลงใหลซึ่งสร้างความพึงพอใจให้กับชาวไทยและชาวต่างชาติ อาหารมื้อค่ำสไตล์ล้านนาพร้อมรับชมการแสดงแบบไทยจากทุกภาคโดยนักแสดงมากกว่า 60 คน และ **ร้านฮ้านถึงเจียงใหม่** ร้านอาหารหลังคาทรงจั่วมุงด้วยหญ้าคา อยู่ไม่ไกลจากม.เชียงใหม่ ภายในร้านตกแต่งแบบเรียบง่ายสไตล์รัสติก รสชาติของอาหารทำให้เป็นร้านที่ดึงดูดผู้คนมากมาย แถมด้วยราคาที่เป็นมิตร และการบริการที่น่าประทับใจ ได้รับรางวัลมิชลินประเภทบิบกูร์มองด์ ภูเก็ต เช่น **ร้านอาหารเรือนไทย** ห้องอาหารเรือนไทยของโรงแรมดุสิตธานียังคงรักษาเอกลักษณ์ของอาหารไทยตำรับชาววังที่ผสมผสานทุกรสชาติได้อย่างกลมกล่อม คลอด้วยเสียงดนตรีไทย ได้รับรางวัลมิชิลินเพลท **ร้านวันจันทร์** อาหารใต้ ตกแต่งบรรยากาศย้อนยุคสไตล์วินเทจ ซึ่งเข้ากับอาหารสูตรโบราณ ได้รับรางวัลมิชลินบิบกูร์มองด์

3. ที่พัก ได้แก่ โรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐาน SHA+ และมีระดับนานาชาติ ในกรุงเทพมหานคร เช่น **โรงแรมสุโขทัย** บรรยากาศสงบในสวนสวยกลางใจเมืองย่านธุรกิจถนนสาทร ได้รับรางวัลมิชิลินโรงแรมสะดวกสบายมากที่สุด **โรงแรมเลอเมอริเดียน** ใจกลางย่านธุรกิจถนนสุรวงศ์ โดดเด่นด้วยสถาปัตยกรรมร่วมสมัย ได้รับรางวัลมิชิลินโรงแรมสะดวกสบาย เชียงใหม่ เช่น **ยู นิมมาน เชียงใหม่** เป็นที่พักแบบเช็คอินและเช็คเอาท์ได้ตามเวลาสะดวก พนักงานต้อนรับดี ภายในห้องพักหรูหรา สะอาด มีกลิ่นหอม เตียงนุ่ม นอนสบายมาก ใกล้แหล่งท่องเที่ยวเพราะอยู่ตรงสี่แยกถนนนิมมานเหมินทร์ และ **โรงแรมแชงกรีล่า เชียงใหม่** บนถนนช้างคลาน รีสอร์ตในเมืองที่ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีในด้านการพักผ่อน ตั้งอยู่ใจกลางเมือง ภายในห้องพัก หรูหราสมกับความเป็นแชงกรีล่าที่สุด แวดล้อมด้วยวัฒนธรรมและการตกแต่งระดับ 5 ดาว พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยและครบครัน ภูเก็ต เช่น **โรงแรมศรีพันวา** ตั้งอยู่บนแหลมพันวาฝั่งตะวันตกเฉียงใต้ของภูเก็ต ได้วิวสวยของทะเลและภูเขา วิลล่าตกแต่งแบบร่วมสมัย ให้ความสงบเป็นส่วนตัว ได้รับรางวัลมิชิลินแบบสะดวกสบายมากที่สุด **โรงแรมเดอะซเลท** (The Slate) ตกแต่งได้รับแรงบันดาลใจจากเหมืองแร่ดีบุกที่เคยรุ่งเรืองในอดีตผ่านชิ้นงานศิลปะที่สะท้อนวิถีชีวิตของชาวภูเก็ต มีคลาสทำอาหารและสปา ได้รับรางวัลมิชิลินแบบสะดวกสบายมากที่สุด

4. แหล่งจับจ่ายใช้สอย ตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร เช่น **แพลทินัมแฟชั่นมอลล (Platinum Fashion Mall)** ห้างเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีชื่อเสียงและมีเสื้อผ้าหลากหลายสไตล์ รวมถึงกระเป๋า รองเท้าที่มีบริการให้กับคนทุกเพศทุกวัยได้มาจับจ่ายใช้สอย โดยมีทั้งหมด 6 ชั้น แต่ละชั้นก็จะแยกเป็นขายสินค้าต่าง ๆ กัน **สยามพารากอน (Siam Paragon)** ศูนย์การค้ามีขนาดใหญ่เป็น อันดับที่ 3 ของประเทศไทย มีพิพิธภัณฑ์ สัตว์น้ำซีไลฟ์ โอเชียนเวิลด์ กรุงเทพ อยู่ชั้น ล่างของศูนย์การค้า และเป็นสถานที่ที่มีผู้แชร์ภาพผ่านอินสตาแกรมมากที่สุดในโลกในปี 2556 เชียงใหม่ เช่น **ถนนช้างม่อย** มีงานสานโดยเฉพาะกระเป๋า Handmade สุดเก๋ มีร้านขายสินค้างานสาน และงานหวายตั้งเรียงรายอยู่บนถนน ประมาณ 4-6 ร้าน มีทั้งกระเป๋า หมวก รองเท้า ตะกร้า ของใช้ ให้เดินช้อปแบบเพลิน ๆ ในราคาเหมาะสม และ **โครงการบ้านข้างวัด** ตั้งอยู่ในซอยวัดอุโมงค์ เป็นคอมมูนิตี้มอลล์สไตล์พื้นเมือง ภายใต้การออกแบบที่อยู่อาศัยที่รายล้อมด้วยธรรมชาติ อิงบรรยากาศแบบสมัยเก่าผสมกับความร่วมสมัย ในปัจจุบัน ซึ่งภายในโครงการบ้านข้างวัดและบริเวณใกล้เคียง มีทั้งร้านขายของแฮนเมด ของตกแต่งบ้าน ร้านอาหาร ร้านกาแฟหลายร้าน เหมาะสำหรับมาเดินเล่นชิลจิบกาแฟ อ่านหนังสือ ถ่ายรูป อยู่ซอยวัดอุโมงค์ และวัดร่ำเปิง วัน-เวลา เปิด/ปิด : อังคาร-อาทิตย์

กลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยวกลุ่มตะลุยไปกับเพื่อน (Friend for Fun Explorer) เพื่อเพลิดเพลินกับธรรมชาติ ทดลองสิ่งใหม่ ๆ โดยมีส่วนร่วมเอง สนุกกับการพบปะผู้คน

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีลักษณะเด่นด้านการใช้เวลาเที่ยวพักผ่อนกับเพื่อน ชอบใช้เวลากับเพื่อนที่ดี ฟังคำแนะนำที่ดีจากเพื่อนว่าควรไปเที่ยวพักผ่อนที่ไหน และการมีส่วนร่วมกิจกรรมทางธรรมชาติที่ท้าทายและพบปะผู้คน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบท่องเที่ยวพื้นที่ที่สามารถเพลิดเพลินกับกิจกรรมทางธรรมชาติ เช่น เดินป่า ปีนเขา และตั้งแคมป์ เป็นต้น ต้องการสัมผัสประสบการณ์ที่ออกกำลังเพื่อให้ร่างกายได้รับความท้าทาย เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ต้องการทดลองสิ่งที่แตกต่างโดยได้มีส่วนร่วมด้วยตัวเอง และสนุกสนานกับการพบปะผู้คนใหม่ ๆ อีกทั้งมีกิจกรรมชอบชิมอาหารไทย จับจ่ายใช้สอย เที่ยวชมทัศนียภาพ และดูแลสุขภาพ จากข้อมูลที่ได้รับสามารถวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวคือ **ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเน้นความสนุกสนานและการมีส่วนร่วม** ประกอบด้วย

1. แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับรองมาตรฐาน SHA+ และนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมประกอบกิจกรรมสนุกสนาน ในกรุงเทพมหานคร เช่น **ล่องเรือเจ้าพระยา**พร้อมดินเนอร์บุฟเฟต์ ที่นั่งอากาศถ่ายเทดี ชมพระอาทิตย์ตก **วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม** เป็นพระอารามหลวงชั้นเอกชนิดราชวรมหาวิหาร และเป็นวัดประจำรัชกาลพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ทั้งยังเปรียบเสมือนเป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกของประเทศด้วย เนื่องจากเป็นที่รวมจารึกสรรพวิชาหลายแขนง และทางยูเนสโกได้ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกความทรงจำโลกของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และมีบริการนวดแผนไทย เชียงใหม่ เช่น **ดอยหลวงเชียงดาว** อีกหนึ่งดอยแห่งความท้าทายที่นักเดินป่าและชอบผจญภัยหลายคนใฝ่ฝัน มีจุดชมวิวพระอาทิตย์ขึ้นและตก ยังมีความพิเศษคือ มีพรรณไม้แบบที่เรียกกว่า “กึ่งอัลไพน์” แห่งเดียวในไทยซึ่งเป็นพืชแบบแถบหิมาลัยแต่พัฒนาตนเองเป็นพืชเฉพาะถิ่น หากมาเที่ยวในช่วงกลางถึงปลายเดือนพฤศจิกายน เราจะได้เห็นดอกไม้

ไฮไลท์ คือ ดอกเทียนนกแก้วที่ให้ดอกเป็นรูปร่างเหมือนนกแก้ว **วัดอุโมงค์** ถือเป็นอีกหนึ่งวัดเก่าแก่ของเมืองเชียงใหม่ เป็นสำนักปฏิบัติธรรมอยู่ท่ามกลางป่าไม้ธรรมชาติ บรรยากาศสงบ ร่มรื่น มีจุดเด่นคือ อุโมงค์ขนาดเล็กภายในวัด ที่มีทางเดินเชื่อมต่อถึงกัน ภายในอุโมงค์เคยมีภาพจิตรกรรมฝาผนังเก่าแก่ ด้านบนอุโมงค์เป็นเจดีย์ที่มีอายุเก่าแก่ของล้านนา นักโบราณคดีสันนิษฐานว่าสร้างประมาณต้นพุทธศตวรรษที่ 20 เป็นเจดีย์ทรงระฆัง มีชั้นทรงกลมประมาณ 3 ชั้นเหมือนกลีบบัวซ้อนกันอยู่ และ **ร่มบ่อสร้าง** หมู่บ้านทำร่มบ่อสร้างอยู่ในเขต อำเภอสันกำแพง ถือเป็นอีกสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาชมการทำร่มจากชาวบ้าน ตั้งแต่กรรมวิธีในการทำการลงลวดลายที่วิจิตรสวยงาม ซึ่งร่มที่ทำมีด้วยกัน 3 ชนิด ร่มที่ทำด้วยผ้าแพร, ผ้าฝ้าย และ กระดาษสา สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นเสน่ห์ให้นักท่องเที่ยวเมื่อมาเชียงใหม่ต้องมาดู มาชม และมาเลือกซื้อเป็นของฝากติดไม้ติดมือกลับไป

ภูเก็ตหรือจังหวัดใกล้เคียง เช่น **หมู่เกาะสิมิลัน** อยู่ในความดูแลของอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสิมิลัน อำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงา สามารถเดินทางไปจากภูเก็ตได้ หมู่เกาะสิมิลันเป็นหมู่เกาะเล็ก ๆ ในทะเลอันดามัน มี 9 เกาะ เรียงจากเหนือมาใต้ หมู่เกาะสิมิลัน ได้รับการยกย่องว่าเป็นหมู่เกาะที่มีความสวยงามทั้งบนบกและใต้น้ำ มีปะการังที่สวยงามหลายชนิด สามารถดำน้ำได้ทั้งน้ำตื้นและน้ำลึก **เกาะปันหยี** เป็นเกาะหมู่บ้านชาวประมงในจังหวัดพังงา ประเทศไทย เกาะแห่งนี้เป็นเกาะที่เริ่มก่อสร้างโดยชาวประมงของอินโดนีเซียที่อพยพเข้ามา เกาะปันหยีเป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร ด้วยเป็นเกาะที่มีผู้คนอาศัยอยู่กลางทะเล อันกลายเป็นเสน่ห์ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่ต่างแวะเวียนมาสัมผัสวิถีชีวิตที่เรียบง่าย สงบ และเป็นมิตรของชาวบ้าน ตลอดจนธรรมชาติสวยงาม **เรียนประกอบอาหารไทยในภูเก็ต** นักท่องเที่ยวจะได้ลงมือหัดทำอาหารรสเลิศแบบต้นตำรับไทยกับคอร์สสอนทำอาหาร **เช่น Phuket Thai Cooking Class,** กะทะ ไทย คุ๊กกิ้ง คลาส โดยแซลลี่, ภูเก็ตอีซี่ไทยคุกกิ้ง, Thai Cooking Lessons By Miss Chel, ภูเก็ต ไทย คุกเกอรี่ สคูล, Phuket Thai Cooking Academy, ภูเก็ตคุ้กกิ้ง คอร์ส, BrassWok Thai Cooking Studio เป็นต้น

2. ร้านอาหาร ได้แก่ ร้านอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน SHA+ และที่ได้รับรางวัลจาก Michelin Star ตัวอย่างร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร เช่น **ห้องครัวบางกอกโบลด์** (สาขาเซ็นทรัลเอ็มบาสซี) ที่เริ่มต้นจากโรงเรียนสอนทำอาหารจนกลายเป็นร้านอาหารรสชาติและรูปแบบใหม่ พร้อมราคาสบายกระเป๋า ได้รับรางวัลมิชิลินบิบกูร์มองด์ **ร้านอาหารหลายรส** (สาขาพระราม 6) บ้านสีขาวหลังเล็กรายล้อมด้วยกระจกขึ้นชื่อเรื่องอาหารไทยตำรับชาววัง ได้รับรางวัลมิชิลินบิบกูร์มองด์ เชียงใหม่ เช่น ร้านข้าว ร้านรายล้อมด้วยนาข้าวเขียวชอุ่มและทิวเขาน้อยใหญ่ รวมถึงเมนูข้าวมีให้เลือก 6 ชนิด ได้รับรางวัลมิชิลินเพลท **เฮือนม่วนใจ๋** บ้านในสวนหย่อมที่ยังเสิร์ฟอาหารเหนือสูตรดั้งเดิม ได้รับรางวัลมิชิลินบิบกูร์มองด์ **แดนข้าวมันไก่ สาขาสันทราย** ร้านข้าวมันไก่เจ้าเด็ด ข้าวมันหอม ๆ เม็ดสวยอร่อย ไก่เนื้อแน่นฉ่ำ ยิ่งชิ้นติดหนังคือเลิศรส เสิร์ฟพร้อมกับน้ำจิ้มรสจัดจ้านลงตัว และยังเข้ากันดีกับน้ำซุปสุดกลมกล่อม อยู่ตำบลสันทรายน้อย ภูเก็ต เช่น **ร้านหมอมูดง** ร้านอาหารไทยที่มาจากชื่อเล่นของเจ้าของร้านที่ชื่อ หมอ รวมกับชื่อคลองมูดง ซึ่งตั้งอยู่ใต้ร่มไม้ของป่าชายเลน บรรยากาศร่มรื่นสบาย ๆ และชมวิวไม้โกงกางเขียวสบายตา ได้รับรางวัลมิชิลินบิบกูร์มองด์ **แหลมหินซีฟู้ด** ร้านอาหารทะเลริมหากฝั่งตะวันออก เป็นร้านที่ขึ้นชื่อเรื่องความสดใหม่

ของอาหารทะเล และมีเมนูอร่อยให้เลือกชิมมากมาย เช่น ปูผัดพริกไทยดำ กุ้งผักน้ำมะขาม เมี่ยงปลากะพงกรอบ และห่อหมกทะเล พร้อมชิลล์ในบรรยากาศริมทะเลรับลมเย็นสบาย

3. ที่พัก ได้แก่ โรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐาน SHA+ และอยู่ในเมือง เช่น **โรงแรมสยามเคมปินสกี้** โรงแรมหรูตอบโจทย์ความต้องการด้วยทำเลที่ตั้งติดกับศูนย์การค้าสยามพารากอนและสถานีรถไฟฟ้า สวนสวยและสระว่ายน้ำใจกลางเมือง ปิดท้ายด้วยประสบการณ์เลิศรส ณ ห้องอาหารสระบัว บาย กิน กิน ได้รับรางวัลมิชลินโรงแรมสะดวกสบายและหรูหราขั้นสูงสุด **โรงแรมโรสวูด** สถาปัตยกรรมของอาคารที่ผสานความเป็นไทยกับความทันสมัยได้เป็นอย่างดีบนถนนเพลินจิต ได้รับรางวัลมิชลินโรงแรมสะดวกสบายมากที่สุด เชียงใหม่ เช่น **โรงแรม Chala Number 6** โรงแรม 5 ดาว เชียงใหม่ ที่มีห้องสวยใหม่ พนักงานยิ้มแย้ม ของในตู้เย็นดื่มฟรีทั้งหมด ห้องนอนเป็นห้องเก็บเสียง นอนสบาย เงียบ แม้ติดถนนคนเดิน ภายในตกแต่งสวย และ **จันตราคีรี ชาเลต์ เชียงใหม่** ห้องอาหารและรีสอร์ตสไตล์ไทยล้านนาประยุกต์ เป็นทรัพย์งามบนขุนเขา ภาพทิวเขาเรียงรายลดหลั่นเล่นล้อกับสายหมอกล่องลอย คือของขวัญยามเช้าที่หาได้จากระเบียงห้องนอน ณ อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ **โรงแรมปิงนครา** อาคารโคโลเนียลมีมนต์ขลังแบบล้านนา พร้อมบริการทรีตเมนท์อายุรเวทที่นคราสปาเพื่อผ่อนคลาย ได้รับรางวัลมิชลินโรงแรมค่อนข้างสะดวกสบาย ภูเก็ต เช่น **โรงแรมพูลแมน อาคาเดีย ในทอน บีช** มีวิวสวยของหาดในทอน และสปาด้วยผลิตภัณฑ์ชั้นดี ได้รับรางวัลมิชิลินแบบสะดวกสบายมาก **โรงแรมศาลาไม้ขาวบีช** รีสอร์ตเหมาะกับการพักผ่อนด้วยตั้งอยู่บนหาดไม้ขาว ห้องพักเปิดรับลมทะเลพร้อมสระว่ายน้ำขนาดใหญ่ ได้รับรางวัลมิชิลินแบบสะดวกสบายมาก

4. แหล่งจับจ่ายใช้สอย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบซื้อสินค้าหลากหลายด้วยความสนุกสนาน ตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร เช่น **ตลาดนัดสวนจตุจักร (Jatujak Weekend Market)** เป็นตลาดนัดที่ใหญ่ที่สุดในกรุงเทพมหานครที่ได้รับความนิยมจากคนไทยและชาวต่างชาติ มีจำนวนแผงค้าทั้งหมดมากกว่า 8,000 แผงค้า แบ่งเป็น 27 โครงการ มีสินค้า 8 ประเภท ได้แก่ ผักและผลไม้ เสื้อผ้า สัตว์เลี้ยง ต้นไม้ อาหารปรุง อาหารสำเร็จรูป อาหารสด และของที่ระลึก **ศูนย์การค้าเอ็มบีเค เซ็นเตอร์ (MBK Center)** ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในกรุงเทพมหานคร ภายในอาคารขนาด 8 ชั้นซึ่งส่วนหนึ่งจัดเป็นพื้นที่เช่าค้าขาย จำนวนกว่า 2,500 ร้านค้า โดยมีสินค้าและบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เชียงใหม่ เช่น **เชียงใหม่ไนท์บาซาร์** ตลาดกลางคืนที่ตั้งอยู่ในย่านใจเมืองเชียงใหม่บนถนนช้างคลาน สองฝั่งข้างทางมีร้านค้าให้ช้อปปิ้งหลากหลายกว่า 2 กิโลเมตร ยังมีโรงแรม ร้านอาหาร และห้างสรรพสินค้าอีกด้วย และ **บ้านถวาย** เป็นหมู่บ้านหัตถกรรมไม้แกะสลัก รวมผลิตภัณฑ์จากไม้ และของตกแต่งบ้านที่มีราคาไม่แพง ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ขึ้นชื่อที่สุดแห่งหนึ่งของจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวสามารถชมการผลิต และซื้อเป็นสินค้าที่ระลึกได้อีกด้วย ที่ตั้งอยู่ในอำเภอหางดง

5. แหล่งกีฬา นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบออกกำลังกายที่ท้าทาย เช่น สนามกอล์ฟที่ได้มาตรฐานในหลายจังหวัด ในกรุงเทพและปริมณฑล เช่น Amata Spring Country, The Royal Gems City, Nikanti Golf Club, Alpine Golf Club เชียงใหม่ เช่น Alpine Golf Resort Chiangmai, Chiangmai Highlands Golf and Spa Resort และภูเก็ต เช่น Red Mountain Golf Club, Blue Canyon Country Club, Loch Palm Golf Club เป็นต้น **เกาะพีพี** หมู่เกาะพีพี อยู่ห่างจากจังหวัดกระบี่ราว 40 กิโลเมตร เป็นส่วนหนึ่งของอุทยานแห่งชาติหาดนพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพี ได้ชื่อว่าเป็นอาณาจักรแห่งบุปผาใต้สมุทร นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวหมู่เกาะนี้ส่วนใหญ่มาเพื่อดำน้ำดูปะการัง ดอกไม้ทะเลและปลา หลากสีสันที่สวยงาม

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวมาเลเซีย

ผลการสังเคราะห์ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับอุปสงค์ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวมาเลเซียที่มีการใช้จ่ายสูง แสดงตัวอย่างได้ดังนี้

กลุ่ม 1 นักท่องเที่ยวกลุ่มเดินทางท่องเที่ยวปลอดภัย (Safe Traveler) เพื่อท่องเที่ยวอย่างปลอดภัย รักษาสุขภาพ และเรียนรู้จากประสบการณ์จากการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มุ่งเน้นสุขอนามัยและความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวและจะเดินทางมาประเทศไทยเมื่อมั่นใจว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ลดน้อยลง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยและสุขอนามัยที่ดี และโรงแรมที่มีสภาพแวดล้อมปลอดภัย เดินทางสะดวก และมีความต้องการการประกันสุขภาพของรัฐบาลไทยสำหรับการรักษาในกรณีเจ็บป่วยที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการเดินทาง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ติดตามการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการเรียนรู้จากประสบการณ์จากการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีคุณภาพดีด้วย เช่น ได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) และรับรองมาตรฐานฮาลาล เป็นต้น อีกทั้งชอบกิจกรรมเที่ยวชมทัศนียภาพ จับจ่ายใช้สอย และรับประทานอาหาร ผลวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมคือ **ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเน้นความปลอดภัยและเดินทางสะดวก** ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว ที่พัก และร้านอาหาร ดังต่อไปนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวและกิกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับรองมาตราฐาน SHA+ ในกรุงเทพมหานคร เช่น **ไชน่าทาวน์ เยาวราช** เป็นย่านชุมชนชาวจีนที่เก่าแก่ที่สุดและใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก ไชน่าทาวน์ เยาวราช เป็นย่านที่คุ้มค่าที่จะต้องไปเยือนเพราะบรรยากาศและอาหารจีน **ชุมชนมุสลิมบ้านครัว** บ้านครัวเป็นชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิมแต่ต้นกรุงรัตนโกสินทร์ ตั้งถิ่นฐานอยู่ริมคลองแสนแสบใต้ ซึ่งเป็นชุมชนมุสลิมเป็นชุมชนทอผ้าแห่งหนึ่งที่ยังหลงเหลืออยู่ในพระนคร **มัสยิดบางหลวง** มัสยิดแห่งนี้เป็นสถานที่อันศักดิ์สิทธิ์ของพี่น้องชาวมุสลิมในชุมชนกุฎีจีน เป็นศูนย์รวมจิตใจและสะท้อนถึงศรัทธา อันแรงกล้าของชาวมุสลิมในละแวกนี้ ถูกสร้างเป็นอาคารทรงไทยก่ออิฐถือปูน ซึ่งเป็นมัสยิดแห่งเดียวในโลก ที่สร้างขึ้นในลักษณะนี้ มัสยิดทรงไทยแห่งเดียวในโลก เชียงใหม่ เช่น **วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร** เป็นวัดเก่าแก่พระอารามหลวงแบบโบราณ มีการบูรณะมาหลายสมัย มีองค์พระเจดีย์ที่มีความสำคัญที่สุดองค์หนึ่งในเชียงใหม่ วัดเจดีย์หลวงสร้างอยู่ใจกลางเมืองเชียงใหม่

ซึ่งแต่เดิมถือว่าเป็นศูนย์กลางทางการปกครองของอาณาจักรล้านนา ภายในวัด มีสิ่งที่น่าสนใจ เช่น ได้แก่ วิหารหลวง เจดีย์หลวง เสาอินทขิล เป็นต้น และ **บ้านปางไฮ** ตำบลเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด อำเภอที่มักจะไม่นึกถึงเท่าใดนักของเชียงใหม่ หากใครชื่นชอบบรรยากาศของบ้านแม่กำปองหรือบ้านแม่ลาย บ้านปางไฮ มีความคล้ายกันแต่มีความเงียบสงบกว่ามาก สำหรับนักชิมกาแฟต้องรักเส้นทางนี้ เพราะตำบลเทพเสด็จ เป็นแหล่งเพาะปลูกกาแฟพันธุ์อาราบิก้าชั้นดี ที่ติดอันดับต้น ๆ ของประเทศไทย ด้วยลักษณะของภูมิประเทศเป็นภูเขาสูง มีแหล่งต้นน้ำ อากาศเย็นสบายทั้งปี ทำให้มีร้านกาแฟตกแต่งสวยมากมายหลายร้าน รวมทั้งเป็นถิ่นปลูกชาที่นำไปแปรรูปเป็นชาตากแห้งนำชาไปทำเมี่ยง ซึ่งจะได้ลิ้มรสอาหารประจำถิ่นอย่างยำใบเมี่ยงที่รสชาติดี

สงขลา เช่น **ย่านเมืองเก่าสงขลา** ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง ย่านการค้าที่สำคัญในอดีตของเมืองสงขลา เป็นถนนที่ประกอบด้วยอาคารและสถาปัตยกรรมที่งดงามที่ยังคงเอกลักษณ์ดั้งเดิมเอาไว้ ตั้งเรียงรายต่อเนื่องกันไปตามถนน แทรกตัวไปพร้อมกับธุรกิจสมัยใหม่ ทั้งร้านอาหารดั้งเดิม ผสมกับร้านอาหารฟิวชั่น แถมมีการเพิ่มสีสันด้วยภาพวาดสตรีทอาร์ท (Street Art) สุดน่ารักตามผนังอาคารบ้านเรือนต่าง ๆ ที่สะท้อนเรื่องราววิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนสงขลา **มัสยิดกลางประจำจังหวัดสงขลา** เป็นศาสนสถานซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีในหมู่ช่างภาพ ด้วยลักษณะสถาปัตยกรรมที่สวยสง่า มีสระน้ำด้านหน้าทอดตัวยาวกว่า 200 เมตร ทำให้มัสยิดแห่งนี้ดูละม้ายคล้ายคลึงกับทัชมาฮาลที่อินเดีย โดยเฉพาะช่วงพระอาทิตย์ตกที่นี่จะงดงามตระการตามากเป็นพิเศษ เป็นมัสยิดที่ใหญ่และอลังการมาก ภายในตกแต่งได้สวยงาม โล่งโอ่โถง เหมาะแก่การทำจิตใจให้สงบ และทำพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา **หาดสมิหลา** ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมืองสงขลา หาดทรายของที่นี่ก็มีความสวยและขาวสะอาด บวกกับวิวทิวสนร่มรื่นตลอดแนวหาด ทำให้ที่นี่เป็นเหมือนแหล่งพักผ่อนหย่อนใจของชาวสงขลา หาดนี้มีรูปปั้น**นางเงือก** ที่ตั้งอยู่บนหาด เป็นสัญลักษณ์โดดเด่นอย่างหนึ่งของจังหวัดสงขลา นอกจากนั้นยังมีสัญลักษณ์อีกอย่างคือ รูปปั้นหนูและแมว ที่เป็นตัวแทนของเกาะใกล้ ๆ หาดสมิหลา คือ **เกาะหนู** และ**เกาะแมว** โดยบรรยากาศรอบ ๆ ของชายหาดที่นี่จะเงียบสงบ เหมาะสำหรับมาพักผ่อนชมวิว และเล่นน้ำทะเลกัน

2. **ร้านอาหาร** ได้แก่ ร้านอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน SHA+ และที่ได้รับรางวัลจาก Michelin Star ตัวอย่างร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร เช่น **ร้านเมธาวลัย ศรแดง** อยู่ที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตยที่มีวงดนตรีสดขับขานเพลงยุค 80 และอาหารที่ปรุงอย่างประณีต รสชาติเข้มข้นจนได้รับรางวัลดาวมิชลินร้านอาหารคุณภาพสูงที่ควรค่าแก่การหยุดแวะชิม ในประเภทอาหารไทยคลาสิก **ร้านเสน่ห์จันทน์**ที่นำเสนออาหารไทยโบราณตำรับชาววังจนได้รับรางวัลดาวมิชลินในประเภทอาหารไทยหรูหรา **สวนอาหารนาทอง**ที่โปร่งสบายกว้างขวางเสิร์ฟอาหารท้องถิ่นในกรุงเทพมหานคร เป็นต้น เชียงใหม่ เช่น **ร้านบ้านลันได** อีกหนึ่งร้านอาหารเชียงใหม่ที่ต้องไปลอง โดยทางร้านได้เลือกสรรตำรับความอร่อยทั่วไทยมาไว้ที่ร้าน สำหรับจานเด็ดประจำร้าน คือ ซี่โครงหมูอบซอสไวน์แดง รสละมุนหอมกลิ่นสมุนไพร และยังมี ชาดอกไม้ พร้อมค็อกเทลและม็อกเทลหลากหลายสูตรให้เลือกจับคู่กับอาหารจานหลัก ได้รับรางวัลมิชลินเพลท และ**ร้านผาลาดตะวันรอน** ร้านอาหารบรรยากาศดีมองเห็นวิวตัวเมืองเชียงใหม่ ได้แต่บรรยากาศธรรมชาติตอนเย็น ๆ ลมเย็นสบาย ที่ตั้ง วัดฝายหิน ถนนสุเทพ และ **ร้านครัวหลองข้าว** ร้านอาหารเหนือ บรรยากาศสบาย ๆ ได้ใกล้ชิดธรรมชาติ นั่งทานข้าวในอากาศเย็นสบาย

โดยทางร้านจะเน้นอาหารพื้นเมืองมากมายหลายเมนู ใช้เครื่องปรุงสดใหม่ เมนูที่ต้องห้ามพลาด คือ ลาบหมูคั่ว กรอบนุ่มหอมกลิ่นเครื่องเทศ และแกงผักบุ้งใส่ปลาแบบทางเหนือที่มีรสเผ็ดอร่อยสีสวยน่าทาน สงขลา เช่น **ร้านตาทวย** ร้านพื้นเมืองที่ได้รับความนิยมสูงมาก ๆ ทั้งในหมู่นักท่องเที่ยว ได้รับรางวัลมิชลินบิบกูร์มองด์ (Bib Gourmand ปี 2019) **โชคดี แต่เตี้ยม ติ่มซำ บะกุ๊ดเต๋ ต้นตำรับความอร่อยที่หาดใหญ่** ด้วยเมนูแต่เตี้ยม 30 ชนิด นึ่งใหม่เสิร์ฟร้อน ๆ ควบคู่กับกับบะกุ๊ตเต๋ที่ผ่านการตุ๋นยาจีนกว่า 10 ชนิด บรรยากาศเป็นกันเองต่างจากภัตตาคารทั่วไป แต่มีความเฉพาะตัวเมื่อลูกค้ารับประทานจนอิ่มสามารถคำนวณเงินค่าอาหารจากตารางราคาที่ติดอยู่ข้างฝา

3. ที่พัก ได้แก่ โรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐาน SHA+ และเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิมในกรุงเทพมหานคร เช่น **โรงแรม Al Meroz Hotel Bangkok** โรงแรมระดับ 5 ดาว ย่านรามคำแหง ที่เปิดประตู ต้อนรับทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ด้วยการบริการที่ได้มาตรฐานฮาลาลระดับสากลครบวงจร **โรงแรมโคโม เมโทรโพลิแทน** ห้องพักมีให้เลือกหลากหลาย ใจกลางเมือง ถนนสาทรใต้ ได้รับรางวัลมิชิลินโรงแรมสะดวกสบายมาก **โรงแรมพูลแมน จี** โรงแรมบูติกบนถนนสีลม ได้รับรางวัลมิชิลินโรงแรมสะดวกสบาย เชียงใหม่ เช่น **เลอ เมริเดียน เชียงใหม่** ตั้งอยู่บนถนนไนท์บาร์ซ่า เป็นโรงแรมระดับ 5 ดาวที่มีการตกแต่งสไตล์ยุโรปผสมวัฒนธรรมล้านนา อยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวมากมาย เช่น ตลาดวโรรส ร้านอาหาร และแหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืน และ**รายา เฮอริเทจ** เชียงใหม่ คือโรงแรมเปิดใหม่ริมแม่น้ำปิง ในตำบลดอนแก้ว รอยต่อของอำเภอเมืองเชียงใหม่กับอำเภอแม่ริม โรงแรมซ่อนตัวอยู่ในชุมชนท้องถิ่นที่แวดล้อมด้วยทุ่งนา และแปลงเพาะไม้ดอกที่ส่งไปขายในตัวเมือง เงียบสงบมากพอ หากก็ใกล้กับความพลุกพล่านของย่านใจกลางเมือง ไม่กี่อึดใจ ได้รับรางวัลมิชลินโรงแรมสะดวกสบายมาก และสงขลา เช่น **โรงแรมเซ็นทาราหาดใหญ่** (Centara Hotel Hat Yai) มาตรฐาน 4 ดาว ให้บริการห้องพักจำนวน 248 ห้อง พร้อมวิวเมืองอันสวยงาม **โรงแรม Gloden Crown Grand Hotel** มาตรฐาน 3 ดาว โรงแรมกลางใจเมืองหาดใหญ่เพียงเดิน 1 นาทีจากตลาดกิมหยง เป็นต้น

4. แหล่งจับจ่ายใช้สอย ตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร เช่น **แพลทินัมแฟชั่นมอลล (Platinum Fashion Mall)** ห้างเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีชื่อเสียงและมีเสื้อผ้าหลากหลายสไตล์ รวมถึงกระเป๋า รองเท้าที่มีบริการให้กับคนทุกเพศทุกวัยได้มาจับจ่ายใช้สอย โดยมีทั้งหมด 6 ชั้น แต่ละชั้นก็จะแยกเป็นขายสินค้าต่าง ๆ กัน **เซ็นทรัลเวิลด์ (Central World)** ห้างเซ็นทรัลเวิลด์เป็นศูนย์การค้าครบวงจรที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตั้งอยู่บริเวณสี่แยกราชประสงค์ใจกลางเมืองกรุงเทพฯ เชียงใหม่ เช่น **กาดฝรั่ง** เป็นตลาดที่อยู่แถวหางดง เชียงใหม่ ที่นี่มีสินค้าหลากหลาย และยังมีมุมถ่ายรูปสวย ๆ ด้วยสถาปัตยกรรมผสมผสานระหว่างโมเดิร์นกับล้านนาได้อย่างลงตัว อีกทั้งมีร้านกาแฟ Starbucks ที่สร้างเป็นอาคารทรงไทยสวยงาม และแตกต่างจากสาขาอื่น ๆ ร่มรื่นและมีพื้นที่สีเขียวให้สบายตาอีกด้วย และ **Farmer's Market** เป็นตลาดจำหน่ายผักผลไม้เพื่อสุขภาพ และสินค้าแปรรูปจากเกษตรกรบนที่สูงในจังหวัดเชียงใหม่ ที่นี่เป็นแหล่งรวมอาหารสด อาหารแห้งปลอดสารพิษ และผักผลไม้ปลอดสารพิษ นอกจากนั้นยังมีดนตรีสดเล่นทุกอาทิตย์เป็นสีสันในตลาดอีกด้วย สงขลา เช่น **ตลาดกิมหยง** เป็นตลาดขายของฝากและของที่ระลึกขนาดใหญ่ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ตั้งอยู่บนอาคารสองชั้น ริมถนนละม้ายสงเคราะห์ ชั้นบนเป็นร้านขายสินค้า ชั้นล่างเป็นตลาดขายของแห้ง

กลุ่ม 2 นักท่องเที่ยวกลุ่มซื้อสินค้าและบริการที่ยั่งยืน (Green Shopper) เพื่อซื้อสินค้าและบริการ อาหารไทย ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และเยี่ยมชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์ในช่วงวันหยุดพักผ่อน

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นิยมเพื่อซื้อสินค้าและบริการ อาหารไทย ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และเยี่ยมชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์ อีกทั้งกิจกรรมชิมอาหารไทย และจับจ่ายใช้สอย ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่แนะนำคือ **ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเน้นซื้อสินค้า/บริการและรักษาสิ่งแวดล้อม** ประกอบด้วย

1. แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับรองมาตรฐาน SHA+ และมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ในพระนครศรีอยุธยา เช่น **พระราชวังบางปะอิน** ตั้งอยู่ในตำบลบ้านเลน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ห่างจากเกาะเมืองลงมาทางทิศใต้ประมาณ 18 กิโลเมตร เป็นพระราชวังโบราณตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา **วัดไชยวัฒนาราม** เป็นวัดเก่าแก่สมัยอยุธยาตอนปลายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตั้งอยู่ที่ตำบลบ้านป้อม อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา บริเวณริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา เชียงใหม่ เช่น **วัดพระสิงห์วรมหาวิหาร** เป็นวัดที่ประดิษฐาน พระสิงห์ (พระพุทธสิหิงค์) พระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์คู่เมืองเชียงใหม่และแผ่นดินล้านนา พระพุทธรูปเป็นศิลปะ เชียงแสน วัดพระสิงห์มีสถาปัตยกรรมล้านนาอันงดงามเป็นที่รู้จัก อีกทั้งเป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวเชียงใหม่ที่ให้ความศรัทธาและจะเดินทางมาเคารพสักการะกันอย่างเนื่องแน่น และ **หอศิลป์** ที่เป็นศูนย์กลางของศิลปวัฒนธรรมที่ใหญ่ที่สุดในภาคเหนือ ในด้านการจัดนิทรรศการ การแสดง จัดประชุม อบรม สัมมนา อนุรักษ์ รวมถึงพื้นที่จัดงานแสดงของคณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สงขลา เช่น **ย่านเมืองเก่าสงขลา** ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง ย่านการค้าที่สำคัญในอดีตของเมืองสงขลา เป็นถนนที่ประกอบด้วยอาคารและสถาปัตยกรรมที่งดงามที่ยังคงเอกลักษณ์ดั้งเดิมเอาไว้ ตั้งเรียงรายต่อเนื่องกันไปตามถนน แทรกตัวไปพร้อมกับธุรกิจสมัยใหม่ ทั้งร้านอาหารดั้งเดิม ผสมกับร้านอาหารฟิวชั่น แถมมีการเพิ่มสีสันด้วยภาพวาดสตรีทอาร์ท (Street Art) สุดน่ารักตามผนังอาคารบ้านเรือนต่าง ๆ ที่สะท้อนเรื่องราววิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนสงขลา **มัสยิดกลางประจำจังหวัดสงขลา** เป็นศาสนสถานซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีในหมู่ช่างภาพ ด้วยลักษณะสถาปัตยกรรมที่สวยสง่า มีสระน้ำด้านหน้าทอดตัวยาวทำให้มัสยิดแห่งนี้ดูละม้ายคล้ายคลึงกับทัชมาฮาลที่อินเดีย เป็นมัสยิดที่ใหญ่และอลังการมาก ภายในตกแต่งได้สวยงาม โล่งโอ่โถง เหมาะแก่การทำจิตใจให้สงบ และทำพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา

2. **ร้านอาหาร** ได้แก่ ร้านอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน SHA+ มาตรฐานฮาลาล และที่ได้รับรางวัลจาก Michelin Star ตัวอย่างร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร เช่น **ร้านเมธาวลัย ศรแดง** อยู่ที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตยที่มีวงดนตรีสดขับขานเพลงยุค 80 และอาหารที่ปรุงอย่างประณีต รสชาติเข้มข้นจนได้รับรางวัลดาวมิชลินร้านอาหารคุณภาพสูงที่ควรค่าแก่การหยุดแวะชิม ในประเภทอาหารไทยคลาสิก **ร้าน ไก่ย่าง จีระพันธ์ (สาขาสยามพารากอน)** ข้าวไก่ย่างซอสเขียวหวาน ข้าวหมกไก่ ข้าวหมกปลา และข้าวหมกเนื้อ ชั้น G พารากอนฟู้ดฮอลล์ **ร้าน ชาวเลซีฟู้ด MBK Center** อาหารทะเล อาหารไทย ชั้ น6 โซน A หลังร้านฮั่วเซ่งฮง มาบุญครอง **ร้านข้าวหมกไก่ยูซุฟ** ข้าวหมกไก่ ข้าวหมกเนื้อทอด ไก่สะเต๊ะ บะหมี่เบตง ตลาดสุขสยาม (SOOK SIAM) ชั้น G

ศูนย์การค้าไอคอนสยาม ถนนเจริญนคร **สวนอาหารนาทอง**ที่โปร่งสบายกว้างขวางเสิร์ฟอาหารท้องถิ่นในกรุงเทพมหานคร เป็นต้น เชียงใหม่ เช่น **ร้าน Ginger Farm Kitchen** ร้านอาหารเหนือแนวฟิวชั่น ผสมอาหารไทยที่เน้นผักออแกนิค วัตถุดิบจากท้องถิ่น ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวและคนไทยที่ชื่นชอบอาหารตกแต่งสวย จนได้รับรางวัลมิชลินแบบบิบกูร์มองด์ 3 ปีซ้อน (2019-2021) และ**ร้าน ณ จันตรา** ห้องอาหารไทยของโรงแรมจันตราคีรี ที่มีบรรยากาศดีกับวิวทิวทัศน์ที่สวยงามของภูเขา รวมถึงรสชาติอาหารที่ถูกปาก เพราะเป็นห้องอาหารที่มีทั้งอาหารไทย และอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ ได้รับรางวัลมิชลินแบบบิบกูร์มองด์ สงขลา เช่น **ร้านตาทวย** ร้านพื้นเมืองที่ได้รับความนิยมสูงมาก ทั้งในหมู่นักท่องเที่ยว ได้รับรางวัลมิชลินบิบกูร์มองด์ (Bib Gourmand ปี 2019) **โชคดี แต่เตี้ยม ติ่มซำ บะกุ๊ดเต๋ ต้นตำรับความอร่อยที่หาดใหญ่** ด้วยเมนูแต่เตี้ยม 30 ชนิด นึ่งใหม่เสิร์ฟร้อน ๆ ควบคู่กับกับบะกุ๊ตเต๋ที่ผ่านการตุ๋นยาจีนกว่า 10 ชนิด บรรยากาศเป็นกันเองต่างจากภัตตาคารทั่วไป แต่มีความเฉพาะตัว เมื่อลูกค้ารับประทานจนอิ่มสามารถคำนวณเงินค่าอาหารจากตารางราคาที่ติดอยู่ข้างฝา

3. ที่พัก ได้แก่ โรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐาน SHA+ และสมาคมโรงแรมไทย ในกรุงเทพมหานคร เช่น **โรงแรมมิวส์** เป็นโรงแรมบูติกบริหารโดยกลุ่ม Accor การออกแบบภายในได้แรงบันดาลใจจากยุคแกสบี้ในช่วงปี 1920 ได้รับรางวัลมิชิลินโรงแรมสะดวกสบายมาก **โรงแรมยูสาทร** เงียบสงบในกลางเมือง ระเบียงห้องน้ำทุกห้องหันสู่สระว่ายน้ำ ได้รับรางวัลมิชิลินโรงแรมสะดวกสบาย เชียงใหม่ เช่น **ปิง นครา โฮเทล แอนด์ สปา** รีสอร์ทแนวธรรมชาติ ได้บรรยากาศย้อนยุคกับตึกสไตล์โคโลเนียล จุดเด่นอยู่ที่การตกแต่งภายในด้วยตึกสีขาวสะอาดตา ใส่ใจทุกรายละเอียดการตกแต่งเน้นความหรูหรา รวมถึงสะดวกสบายจากสิ่งอำนวยความสะดวกของทางโรงแรม ทำให้ที่นี่ได้รับรางวัลสถาปัตยกรรมร่วมสมัยจากกรรมาธิการสถาปนิกล้านนา ได้รับรางวัลมิชลินโรงแรมค่อนข้างสะดวกสบาย และ**รติลานนา ริเวอร์ไซด์ สปา รีสอร์ท** โรงแรมริมแม่น้ำปิง ผสมผสานมรดกทางวัฒนธรรมโบราณของเชียงใหม่เข้ากับความเจริญในยุคสมัยปัจจุบัน ได้อย่างลงตัวและมีเสน่ห์ ตัวห้องพักสามารถมองเห็นวิวแม่น้ำอันสวยงาม สงขลา เช่น **โรงแรมเซ็นทาราหาดใหญ่** (Centara Hotel Hat Yai) มาตรฐาน 4 ดาว ให้บริการห้องพักจำนวน 248 ห้อง พร้อมวิวเมืองอันสวยงาม **โรงแรมนิวซีซั่นสแควร์** มาตรฐาน 4 ดาว โรงแรมเรียบง่ายในอาคารหรู เป็นต้น

4. แหล่งจับจ่ายใช้สอย ตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร เช่น **ศูนย์การค้าเอ็มบีเค เซ็นเตอร์ (MBK Center)** ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในกรุงเทพมหานคร ภายในอาคารขนาด 8 ชั้นซึ่งส่วนหนึ่งจัดเป็นพื้นที่เช่าค้าขายจำนวนกว่า 2,500 ร้านค้า โดยมีสินค้าและบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ **สยามดิสคัฟเวอรี (Siam Discovery)** ศูนย์การค้าภายใต้แนวคิด "Lifestyle shopping" ในแต่ละชั้นจะนำเสนอสินค้าประเภทเดียวหรือแนวคิดเดียว (One Floor One Concept) **สยามเซ็นเตอร์ (Siam Center)** ศูนย์การค้าขนาดใหญ่แบบพิเศษติด 1 ใน 5 ศูนย์การค้าที่ออกแบบดีที่สุดของโลก **ไอคอนสยาม (ICON Siam)** ห้างสรรพสินค้าไอคอนสยามอยู่บริเวณโค้งริมแม่น้าเจ้าพระยาเป็นจุดที่รายล้อมด้วยเส้นทางสัญจรทั้งทางบกทางน้ำรอบ ๆ ทั้งสองฝั่งยังเต็มไปด้วยโรงแรมห้าดาว และที่ตั้งของโบราณสถาน วัดวาอารามที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว **ตลาดนัดสวนจตุจักร (Jatujak Weekend Market)** เป็นตลาดนัดที่ใหญ่ที่สุดในกรุงเทพมหานครที่ได้รับความนิยมจากคนไทย

และชาวต่างชาติ มีสินค้า 8 ประเภท ได้แก่ ผักและผลไม้ เสื้อผ้า สัตว์เลี้ยง ต้นไม้ อาหารปรุง อาหารสำเร็จรูป อาหารสด และของที่ระลึก เชียงใหม่ เช่น **ถนนคนเดินสันกำแพง** ตั้งอยู่นอกเมืองออกมาไกลหน่อย แต่ก็เป็นขวัญใจของคนที่นี่ และเป็นถนนคนเดินที่มีสีสันอีกแห่งของเชียงใหม่ มีทั้งของกิน ของขาย ของท้องถิ่น ขนมหากินยาก งานฝีมือต่าง ๆ แนะนำให้ลองเปลี่ยนบรรยากาศมาลองเดินถนนคนเดินแห่งนี้ และ **ตลาดวโรรส** หรือ กาดหลวง ตลาดที่ใหญ่ที่สุดของจังหวัดเชียงใหม่ ที่นี่มีสินค้าที่นักท่องเที่ยวจะมาหาซื้อของฝากกัน โดยเฉพาะสินค้าอาหารพื้นเมืองขึ้นชื่อ เช่น ไส้อั่ว แหนม น้ำพริกหนุ่ม แคปหมู นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งรวมอาหารพื้นเมืองราคาถูกอีกมากมาย แถมยังได้ร้านอร่อยพื้นเมืองแท้ สงขลา เช่น **ตลาดกิมหยง** เป็นตลาดขายของฝากและของที่ระลึกขนาดใหญ่ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ตั้งอยู่บนอาคารสองชั้น ริมถนนละม้ายสงเคราะห์ ชั้นบนเป็นร้านขายสินค้า ชั้นล่างเป็นตลาดขายของแห้ง

กลุ่ม 3 นักท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวตามสื่อสังคม (Travel Media Follower) เพื่อแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์ ชอบซื้อสินค้าหรือบริการที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค้นหาประสบการณ์การเดินทางจากสื่อสังคมออนไลน์ และชอบซื้อสินค้าหรือบริการใหม่ก่อนที่เพื่อนจะซื้อ ได้รับอิทธิพลจากการโฆษณา และชอบซื้อสินค้าหรือบริการใหม่ที่ใส่ใจในสิ่งแวดล้อม หากสินค้าและบริการที่มาวางจำหน่ายส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือผลิตจากแหล่งที่ไร้ความรับผิดชอบต่อสังคมแล้ว กลุ่มนี้ก็จะหลีกเลี่ยงการจับจ่ายและใช้สอยสินค้าและบริการเหล่านั้น อีกทั้งการชิมอาหารไทยและอาหารฮาลาล ผลวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวมาเลเซียกลุ่มนี้ คือ**ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวตามสื่อสังคมออนไลน์** ประกอบด้วย

1. แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับรองมาตรฐาน SHA+ และได้รับการกล่าวถึงในสื่อสังคม ในกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง เช่น **ไชน่าทาวน์ เยาวราช** เป็นย่านชุมชนชาวจีนที่เก่าแก่ที่สุด เป็นย่านที่คุ้มค่าที่จะต้องไปเยือนเพราะบรรยากาศและอาหารจีน **กิจกรรมล่องเรือจังหวัดพระนครศรีอยุธยา** จังหวัดอยุธยาถูกล้อมรอบด้วยแม่น้ำเจ้าพระยา ในอดีตใช้เป็นเส้นทางสัญจรทางการค้า แต่ปัจจุบันการล่องเรือท่องเที่ยวอยุธยาเพื่อเยี่ยมชมบรรยากาศ สัมผัสกับธรรมชาติ และสถาปัตยกรรมเมืองมรดกโลกพระนครศรีอยุธยาอย่างใกล้ชิด เชียงใหม่ เช่น **น้ำพุร้อนสันกำแพง** ตั้งอยู่ใน อำเภอสันกำแพง อยู่ห่างจากตัวเมืองประมาณ 34 กิโลเมตร บรรยากาศร่มรื่นสวยงาม ล้อมรอบด้วยภูเขาธรรมชาติ ไม้ดอก นานาพรรณ และได้ตื่นตาตื่นใจกับความมหัศจรรย์ธรรมชาติที่มาจากความเปลี่ยนแปลงจากใต้พื้นโลกก่อกำเนิดน้ำร้อนที่มี อุณหภูมิถึง 100 องศาเซลเซียส น้ำร้อนอันเดือด พล่านพุ่งขึ้นจากใต้พื้นพิภพสู่ท้องฟ้าสูงถึง 15 เมตร เป็นธรรมชาติที่น่าทึ่งอย่างมาก และ **บ้านผาหมอน** เป็นหมู่บ้านขนาดกลางตั้งอยู่กลางหุบเขาล้อมรอบ ตั้งอยู่ไม่ไกลจากบ้านแม่กลางหลวงดอยอินทนนท์ สิ่งที่โดดเด่นของบ้านผาหมอน คือ บ้านพักแบบส่วนตัวของชุมชน เป็นบ้านที่อยู่บนสันดอยมองเห็นทิวทัศน์สวยงามตกแต่งได้อย่างลงตัว ติดนาขั้นบันได ที่สวยงามและธรรมชาติที่แสนสงบและงดงาม รวมถึงแปลงดอกไม้เมืองหนาวที่ปลูกอยู่ท่ามกลางนาข้าว สงขลา เช่น **ย่านเมืองเก่าสงขลา** ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง ย่านการค้าที่สำคัญในอดีตของเมืองสงขลา เป็นถนนที่ประกอบด้วยอาคารและสถาปัตยกรรมที่งดงามที่ยังคง

เอกลักษณ์ดั้งเดิมเอาไว้ ตั้งเรียงรายต่อเนื่องกันไปตามถนน แทรกตัวไปพร้อมกับธุรกิจสมัยใหม่ ทั้งร้านอาหารดั้งเดิม ผสมกับร้านอาหารฟิวชั่น แถมมีการเพิ่มสีสันด้วยภาพวาดสตรีทอาร์ท (Street Art) สุดน่ารักตามผนังอาคารบ้านเรือนต่าง ๆ ที่สะท้อนเรื่องราววิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนสงขลา **ตลาดน้ำคลองแห** ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมืองคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ความยาวของตลาดประมาณ 200 เมตร อยู่ริมฝั่งคลองตรงข้ามกับวัดคลองแห เป็นตลาดน้ำเชิงวัฒนธรรมแห่งแรกของภาคใต้ มีลักษณะของตลาดที่ผสมผสานระหว่างตลาดน้ำ (จำหน่ายสินค้าในเรือ) และตลาดโบราณ (จำหน่ายสินค้าทางบก) มีทั้งพ่อค้า แม่ค้า นำอาหารพื้นบ้าน คาว – หวาน เป็นสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่นและผลผลิตทางเกษตรมาจำหน่าย ตลาดน้ำคลองแหเปิดบริการทุกวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ ชมทัศนียภาพของสองฝั่งคลอง และพบเห็นวิถีชีวิตของชาวบ้านแบบดั้งเดิม เช่น การยกบาม ชาวบ้านพายเรือเก็บผักบุ้ง ตัดผักกระเฉด ซึ่งเป็นเรื่องที่ยังคงมีอยู่ในลำคลองแหในปัจจุบัน ภูเก็ต เช่น **เกาะตะปู** เป็นเกาะโขดหินขนาดเล็ก ตั้งอยู่ทางด้านเหนือในเวิ้งอ่าวของเกาะเขาพิงกัน อำเภอตะกั่วทุ่ง จังหวัดพังงา เกาะตาปูมีลักษณะเป็นเกาะเดี่ยว ส่วนบนโปนออกและคอดกิ่วลงที่บริเวณฐานเหมือนกับตาของปู ชมเกาะตาปูต้องชมในระยะไกลจากเรือ เกาะตะปูมีชื่อเสียงจากภาพยนตร์เจมส์บอนส์

2. **ร้านอาหาร** ได้แก่ ร้านอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน SHA+ และที่ได้รับรางวัลจาก Michelin Star ตัวอย่างร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร เช่น **ร้านเมธาวลัย ศรแดง** อยู่ที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตยที่มีวงดนตรีสดขับขานเพลงยุค 80 และอาหารที่ปรุงอย่างประณีต รสชาติเข้มข้นจนได้รับรางวัลดาวมิชลินร้านอาหารคุณภาพสูงที่ควรค่าแก่การหยุดแวะชิม ในประเภทอาหารไทยคลาสิก **ร้าน ไก่ย่าง จีระพันธ์ (สาขาสยามพารากอน)** ข้าวไก่ย่างซอสเขียวหวาน ข้าวหมกไก่ ข้าวหมกปลา และข้าวหมกเนื้อ ชั้น G พารากอน ฟู้ดฮอลล์ **ร้านข้าวหมกไก่ยูซุฟ** ข้าวหมกไก่ ข้าวหมกเนื้อทอด ไก่สะเต๊ะ บะหมี่เบตง ตลาดสุขสยาม (SOOK SIAM) ชั้น G ศูนย์การค้าไอคอนสยาม ถนนเจริญ เป็นต้น เชียงใหม่ เช่น **ร้าน Food For You** ร้านอาหารแบบเชฟส์เทเบิลที่แต่ละเมนูขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าและวัตถุดิบตามฤดูกาล ได้รับรางวัลชิชลินเพลท **ร้านอาหาร เชียงใหม่ มิชลิน ไกด์ 2022 แดนข้าวมันไก่ (สาขาสันทราย)** ร้านข้าวมันไก่เจ้าเด็ด ข้าวมันหอม ๆ เม็ดสวยอร่อย ไก่เนื้อแน่นฉ่ำ ยิ่งชิ้นติดหนังนิดคือเลิศรส เสิร์ฟพร้อมกับน้ำจิ้มรสจัดจ้านลงตัว และยังเข้ากันดีกับน้ำซุปสุดกลมกล่อม **ข้าวซอยแม่มณี** ร้านอาหารเหนือดั้งเดิม อร่อยจัดจ้าน ถูกปากถูกใจ ในราคามิตรภาพ มีทั้งข้าวซอยไก่ เนื้อวัว และเนื้อหมู และ **โรตีป้าเด** ร้านโรตีในตำนานที่สายหวานต้องไปชิม เพราะดูภายนอกเป็นร้านโรตีสตรีทฟู้ดธรรมดา แต่รสชาติเค้าไม่ธรรมดา การันตีด้วยการต่อแถวรอซื้อค่อนข้างยาว แต่คุ้มค่ากับการได้ฟินกับโรตีไส้ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกล้วย ชีสช็อคโกแลต ส้ม นมสด และนมสด ชาร้อนต่าง ๆ สงขลา เช่น **ร้านตาทวย** ร้านพื้นเมืองที่ได้รับความนิยมสูงมากทั้งในหมู่นักท่องเที่ยว ได้รับรางวัลมิชลินบิบกูร์มองด์ (Bib Gourmand ปี 2019) **โชคดี แต่เตี้ยม ติ่มซำ บะกุ๊ดเต๋ ต้นตำรับความอร่อยที่หาดใหญ่** ด้วยเมนูแต่เตี้ยม 30 ชนิด นึ่งใหม่เสิร์ฟร้อน ๆ ควบคู่กับกับบะกุ๊ตเต๋ที่ผ่านการตุ๋นยาจีนกว่า 10 ชนิด บรรยากาศเป็นกันเองต่างจากภัตตาคารทั่วไป แต่มีความเฉพาะตัว เมื่อลูกค้ารับประทานจนอิ่มสามารถคำนวณเงินค่าอาหารจากตารางราคาที่ติดอยู่ข้างฝา

3. ที่พัก ได้แก่ โรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐาน SHA+ และสมาคมโรงแรมไทย ในกรุงเทพมหานคร เช่น **โรงแรมมิวส์** เป็นโรงแรมบูติกบริหารโดยกลุ่ม Accor การออกแบบภายในได้แรงบันดาลใจจากยุคแกสบี้ในช่วงปี 1920 ได้รับรางวัลมิชิลินโรงแรมสะดวกสบายมาก **โรงแรมยูสาทร** เงียบสงบในกลางเมือง ระเบียงห้องน้ำทุกห้องหันสู่สระว่ายน้ำ ได้รับรางวัลมิชิลินโรงแรมสะดวกสบาย เชียงใหม่ เช่น **โรงแรม มีเลีย เชียงใหม่** ถูกออกแบบตกแต่งโดยสะท้อนถึงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอันเปี่ยมไปด้วยเสน่ห์ของเชียงใหม่ ตั้งอยู่ห่างจากสนามบินเชียงใหม่เพียง 6 กิโลเมตร และยังอยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญหลายแห่ง เช่น ประตูเมืองเชียงใหม่ วัดสำคัญและเก่าแก่อย่างวัดเชียงมั่น หรือ จุดชมวิวพักผ่อนที่อ่างแก้ว และ **ดิ อินไซด์ เฮ้าส์** ที่พักสุดหรูกลางเมืองเชียงใหม่ ที่ออกแบบด้วยสไตล์ล้านนาและโคโลเนียลได้อย่างลงตัว ที่พักเน้นการใช้สีขาวในการตกแต่งทั้งภายในและภายนอกให้ความรู้สึกสะอาดตาและน่าพักผ่อน ท่ามกลางวิถีชีวิตสโลว์ไลฟ์ของชาวเมืองเชียงใหม่ ภายในห้องพักครบครันไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย สงขลา เช่น **โรงแรมเซ็นทาราหาดใหญ่** (Centara Hotel Hat Yai) มาตรฐาน 4 ดาว ให้บริการห้องพักจำนวน 248 ห้อง พร้อมวิวเมืองอันสวยงาม **โรงแรมนิวซีซั่นสแควร์** มาตรฐาน 4 ดาว โรงแรมเรียบง่ายในอาคารหรู เป็นต้น

4. แหล่งจับจ่ายใช้สอย ตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร เช่น **ไอคอนสยาม (ICON Siam)** ห้างสรรพสินค้าไอคอนสยามอยู่บริเวณโค้งริมแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นจุดที่รายล้อมด้วยเส้นทางสัญจรทั้งทางบกทางน้ำรอบ ๆ ทั้งสองฝั่งยังเต็มไปด้วยโรงแรมห้าดาว และที่ตั้งของโบราณสถาน วัดวาอารามที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว **เอเชียทีค เดอะริเวอร์เรอนท์ (Asiatique The Riverfront)** เป็นศูนย์การค้าเปิดโล่งขนาดใหญ่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ถนนเจริญกรุง ภายในโครงการประกอบด้วยร้านค้า ร้านอาหารริมน้ำ นอกจากนี้ยังเป็นที่ตั้งของโรงละครคาลิปโซ่ที่ย้ายมาจากโรงแรมเอเชีย และโรงละครโจหลุยส์ที่ย้ายมาจากสวนลุมไนท์บาซาร์ เชียงใหม่ เช่น **ประตูท่าแพ** จุดเช็คอินไฮไลท์ของจังหวัด เป็นจุดยอดนิยมของนักท่องเที่ยวมาถ่ายภาพเดินผ่านฝูงนกพิราบที่บินผ่านตัวไปมา หรือแนบพิงอิงกำแพงอิฐสีส้มและประตูสวยงามที่มีเก่าแก่และมีความขลัง โดยเฉพาะในช่วงเช้าและเย็นที่มีแสงส่องกระทบลงมาบริเวณกำแพงจะสวยงามมาก ประตูท่าแพ เป็นประตูเมืองเพียงแห่งเดียวที่มีบานประตู และเป็นจุดตั้งต้นของถนนคนเดินท่าแพในวันอาทิตย์ อีกทั้งยังเป็นลานจัดกิจกรรมประเพณีต่าง ๆ ของเมืองเชียงใหม่ และ **ย่านวัดเกต** ตั้งอยู่บนถนนเจริญราษฎร์ติดริมน้ำปิง ตรงข้ามตลาดวโรรส เป็นทั้งย่านที่อยู่อาศัย และย่านท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของเมืองเชียงใหม่ ย่านวัดเกต ถือว่าเป็นถนนสายวัฒนธรรมที่อยู่คู่เชียงใหม่มายาวนาน เป็นย่านการค้าเก่าแก่ที่เจริญรุ่งเรืองในอดีต ด้วยเรื่องราวของวัฒนธรรม สถาปัตยกรรมและศาสนาที่ความหลากหลาย มีความงดงามโดดเด่นด้วยอาคารและบ้านเรือนเก่าแก่ที่เปี่ยมไปด้วยสถาปัตยกรรมอันทรงคุณค่าตั้งเรียงรายตลอดสองข้างถนนสงขลา เช่น **ตลาดกิมหยง** เป็นตลาดขายของฝากและของที่ระลึกขนาดใหญ่ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ตั้งอยู่บนอาคารสองชั้น ริมถนนละม้ายสงเคราะห์ ชั้นบนเป็นร้านขายสินค้า ชั้นล่างเป็นตลาดขายของแห้ง

กลุ่ม 4 นักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้ประสบการณ์และวัฒนธรรม (Cultural Experiencer) เพื่อแสวงหาและเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างจากของตนเอง

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีลักษณะเด่นด้านประสบการณ์ท่องเที่ยวอย่างปลอดภัยและชอบเรียนรู้จากประสบการณ์ ชอบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวคุณภาพดี และชอบแสวงหาวัฒนธรรมที่แตกต่างจากของตน อีกทั้งคำนึงถึงความปลอดภัยและสุขอนามัยของสถานที่ท่องเที่ยว ผลวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวมาเลเซียกลุ่มนี้คือ **ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเน้นวัฒนธรรม** ประกอบด้วย

1. แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ได้รับรองมาตรฐาน SHA+ ในกรุงเทพมหานครหรือจังหวัดใกล้เคียง เช่น **วัดอรุณราชวรารามราชวรวิหาร** ตั้งอยู่ที่ถนนอรุณอัมรินทร์ ริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งธนบุรี สิ่งที่น่าสนใจภายในวัดคือพระปรางค์ ซึ่งประดับด้วยกระเบื้องเคลือบ ถ้วยชามเบญจรงค์ และเปลือกหอย รูปปั้นยักษ์ พระอุโบสถ ซุ้มประตูยอดมงกุฎ หอระฆัง ภูเขาจำลอง และพระพุทธรูปต่าง ๆ **ขี่ช้างชมกรุง (เก่า)** การนั่งช้างชมเมืองเป็นกิจกรรมยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนเมืองไทยและอยุธยา **วัดนิเวศน์ธรรมประวัติ** ซึ่งเต็มไปด้วยเรื่องราวที่ศิลปะไทยและตะวันตกมาบรรจบพบกันได้อย่างลงตัว ผ่านอาคารและสถาปัตยกรรมที่งดงามและโดดเด่น ตั้งอยู่ที่ ตำบลบ้านเลน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้รูปแบบสถาปัตยกรรมโกธิคและเลียนแบบโบสถ์คริสต์ในการก่อสร้าง เชียงใหม่ เช่น **วัดพระธาตุดอยสุเทพ** วัดพระธาตุดอยสุเทพนี้เป็นปูชนียสถานคู่เมืองเชียงใหม่นับตั้งแต่โบราณกาล โดยวัดพระธาตุดอยสุเทพนี้สร้างขึ้นเมื่อต้นพุทธศตวรรษที่ 19 ในสมัยพระเจ้ากือนาธรรมิกราช เพื่อประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุที่ได้ทรงอัญเชิญมาจากเมืองศรีสัชนาลัย วัดพระธาตุดอยสุเทพตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของเมืองเชียงใหม่ ผู้ที่เดินทางมาสักการะที่วัดแห่งนี้สามารถมองเห็นทิวทัศน์เมืองเชียงใหม่ ได้อย่างชัดเจน นักท่องเที่ยวสามารถเดินขึ้นบันไดนาคไป 300 ขั้น เพื่อไปยังวัด หรือใช้บริการรถกระเช้าขึ้น-ลงดอยสุเทพได้ และ**วัดศรีสุพรรณ** ตั้งอยู่บนถนนวัวลาย อำเภอเมือง เป็นวัดที่มีประวัติการก่อสร้างมาตั้งแต่ครั้งอดีตกว่า 500 ปี ภายในวัดมีอุโบสถเงินแห่งแรกของโลก ที่ชาวชุมชนร่วมแรงร่วมใจสืบสานเครื่องเงินชุมชนวัวลาย ซึ่งเป็นชุมชนทำหัตถกรรมเครื่องเงินที่มีชื่อเสียงของจังหวัดเชียงใหม่ ภูเก็ต เช่น **ถนนคนเดินภูเก็ต หลาดใหญ่** ตั้งอยู่บริเวณย่านการค้าเมืองเก่าภูเก็ต ถนนถลาง ซอยรมณีย์ มีอายุกว่า 100 ปี เทศบาลนครภูเก็ตได้ดำเนินการอนุรักษ์และพัฒนาย่านการค้าเมืองเก่าเพื่อให้ผู้อยู่อาศัยในบริเวณพื้นที่ นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศได้ตระหนักและมีจิตสำนึกในการร่วมพัฒนาและอนุรักษ์ในด้านวิถีชีวิต ประเพณี สถาปัตยกรรมอันทรงคุณค่าอย่างต่อเนื่อง **วัดไชยธาราราม** เดิมชื่อ **วัดฉลอง** ตั้งอยู่ อำเภอเมืองภูเก็ต เป็นวัดคู่บ้านคู่เมืองของชาวภูเก็ต วัดนี้ขึ้นชื่อเรื่องความสวยงามของสถาปัตยกรรม ภายในวัดฉลองเป็นที่ประดิษฐานของพระมหาธาตุเจดีย์ที่ด้านในจะเป็นที่ประดิษฐานของพระพุทธรูปมากมาย อีกทั้งยังสามารถมองเห็นวิวเมืองภูเก็ตได้อย่างสวยงาม หลวงพ่อแช่มแห่งวัดฉลอง มีชื่อเสียงในเรื่องราวความศักดิ์สิทธิ์ กิตติศัพท์ในการรักษาโรค บุญญาบารมีและเมตตาธรรมที่สูงส่งของหลวงพ่อทำให้มีผู้เลื่อมใสศรัทธาเป็นอันมาก

2. **ร้านอาหาร** ได้แก่ ร้านอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน SHA+ และที่ได้รับรางวัลจาก Michelin Star ตัวอย่างร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร เช่น **ร้านเมธาวลัย ศรแดง** อยู่ที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตยที่มีวงดนตรีสดขับขานเพลงยุค 80 และอาหารที่ปรุงอย่างประณีต รสชาติเข้มข้นจนได้รับรางวัลดาวมิชลินร้านอาหารคุณภาพสูงที่ควรค่าแก่การหยุดแวะชิม **ร้านโบ.ลาน** มาจากชื่อเชฟสองคนเสนออาหารไทยแท้ตำรับชาววังผสานความร่วมสมัยในรูปแบบเซตเมนูที่ให้รสชาติและรสสัมผัสซับซ้อน ได้รับรางวัลดาวมิชลินร้านอาหารคุณภาพสูงที่ควรค่าแก่การหยุดแวะชิม เชียงใหม่ เช่น **ครัวสายหยุดแอนด์หมอทราย** ร้านอาหารไทยสารพัดเมนูจากทุกภาคของไทย โดยเป็นสูตรอาหารของคุณแม่หมอทราย หรืออาจารย์สายหยุด ที่เป็นอดีตครูสอนทำอาหาร ตัวร้านจะดูเรียบง่าย บรรยากาศอบอุ่นเหมือนได้ทานอาหารที่บ้าน แต่ทุกเมนูพิถีพิถันอย่างประณีต ได้รับรางวัลบิบกูร์มองด์ **ร้านครัวบ้านคุณนาย** เป็นอาหารไทย เน้นอาหารทะเลสด ได้รับรางวัลมิชลินเพลท

จังหวัดสงขลา เช่น **เทศกาลกินเจ หาดใหญ่** บรรยากาศการจัดงานเทศกาลกินเจหาดใหญ่ ซึ่งกำหนดจัดขึ้นระหว่างเดือนกันยายนถึงตุลาคม ณ บริเวณหน้าสวนหย่อมศุภสารรังสรรค์ เขตเทศบาลนครหาดใหญ่ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย มาเลเซีย และสิงคโปร์ เข้าร่วมงานอย่างเนืองแน่น โดยเฉพาะขบวนแห่พระซึ่งเป็นพิธีสำคัญ ขบวนเกี้ยวองค์เทพต่าง ๆ 108 เกี้ยว และขบวนม้าทรงนับร้อยคนเดินร่วมขบวนไปตามถนนสายหลักในย่านการค้าการท่องเที่ยวในตัวเมืองหาดใหญ่ ภูเก็ต เช่น **ร้านอาหารเรือนไทย** ห้องอาหารเรือนไทยของโรงแรมดุสิตธานียังคงรักษาเอกลักษณ์ของอาหารไทยตำรับชาววังที่ผสมผสานทุกรสชาติได้อย่างกลมกล่อม คลอด้วยเสียงดนตรีไทย ได้รับรางวัลมิชิลินเพลท **ร้านระย้า** อาหารใต้ เป็นบ้านเก่าแก่มีเสน่ห์อายุกว่า 130 ปี ได้รับรางวัลมิชลินบิบกูร์มองด์ **ร้านชวนชิม** ร้านอาหารเก่าแก่ในภูเก็ต ที่อร่อยถูกปากทั้งนักท่องเที่ยว และคนในพื้นที่ ด้วยอาหารที่สดใหม่คุณภาพดี โดยเฉพาะอาหารทะเลที่มาแบบสด ๆ เหมือนมีทะเลอยู่หลังร้าน เมนูเด็ดที่ต้องไปโดนให้ได้เลยก็คือ ไก่ผัดเม็ดมะม่วง ผัดซีอิ๊ว และทะเลผัดผงกะหรี่

3. ที่พัก ได้แก่ โรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐาน SHA+ และแสดงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร เช่น **โรงแรมริวา เซอยา** ริมแม่น้ำเจ้าพระยาชมวิวพระอาทิตย์ตกริมแม่น้ำเจ้าพระยาบนถนนพระอาทิตย์ เกาะรัตนโกสินทร์ ได้รับรางวัลมิชิลินโรงแรมสะดวกสบาย **โรงแรมเดอะสยาม** วิลล่าหรูและห้องสวีทตกแต่งแบบโคโลเนียล ได้รับรางวัลมิชิลินโรงแรมสะดวกสบาย เชียงใหม่ เช่น **เดอะ เชียงใหม่ โอลด์ทาวน์** ที่พักที่ได้ไอเดียการออกแบบจากสไตล์ล้านนาผสมผสานความเป็นโมเดิร์นได้อย่างลงตัว เพียงแค่ก้าวเข้ามาก็จะได้สัมผัสความเป็นล้านนาอย่างเต็มที่ ภายในห้องพักตกแต่งอย่างหรูหราเน้นการพักผ่อนอย่างเต็มที่ เพลิดเพลินไปกับสระว่ายน้ำขนาดใหญ่ และหลงไหลไปกับแสงสีของเมืองเชียงใหม่ที่รอคุณเดินทางมาสัมผัส และ **อักษราเฮอริเทจ** ที่พักสไตล์บูติกตั้งอยู่ใจกลางเมืองเชียงใหม่ สถานที่ที่เต็มไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และเรื่องราวที่น่าหลงไหล ภายในห้องพักตกแต่งหรูหราตามสไตล์ล้านนาร่วมสมัย อีกทั้งยังมีอ่างอาบน้ำส่วนตัวทุกห้อง ที่สำคัญใกล้สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เช่น ถนนคนเดินท่าแพ วัดพระสิงห์ วัดเจดีย์หลวง และวัดเชียงมั่น เป็นต้น ภูเก็ต เช่น **Deevana Patong Resort & Spa** สไตล์ไทยประยุกต์ รีสอร์ทเงียบสงบร่มรื่น แม้จะอยู่ท่ามกลางแหล่งช็อปปิ้งและสิ่งอำนวย

ความสะดวกมากมายเหมาะแก่การพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติ โอบล้อมด้วยสวนและต้นไม้ ใจกลาง หาดป่าตอง โรงแรมเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม สงขลา เช่น **โรงแรมเซ็นทาราหาดใหญ่** (Centara Hotel Hat Yai) มาตรฐาน 4 ดาว ให้บริการห้องพักจำนวน 248 ห้อง พร้อมวิวเมืองอันสวยงาม **โรงแรม Club Tree Hotel** มาตรฐาน 3 ดาวในอำเภอเมืองสงขลา เป็นต้น

4. แหล่งจับจ่ายใช้สอย ตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร เช่น **แพลทินัมแฟชั่นมอลล (Platinum Fashion Mall)** ห้างเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีชื่อเสียงและมีเสื้อผ้าหลากหลายสไตล์ รวมถึงกระเป๋า รองเท้าที่มีบริการให้กับคนทุกเพศทุกวัยได้มาจับจ่ายใช้สอย โดยมีทั้งหมด 6 ชั้น แต่ละชั้นก็จะแยกเป็นขายสินค้าต่าง ๆ กัน **ตลาดนัดสวนจตุจักร (Jatujak Weekend Market)** เป็นตลาดนัดที่ใหญ่ที่สุดในกรุงเทพมหานครที่ได้รับความนิยมจากคนไทยและชาวต่างชาติ มีสินค้า 8 ประเภท ได้แก่ ผักและผลไม้ เสื้อผ้า สัตว์เลี้ยง ต้นไม้ อาหารปรุง อาหารสำเร็จรูป อาหารสด และของที่ระลึก เชียงใหม่ เช่น **ตลาดฉำฉา–ตลาดนัดกลางสวน** ตลาดนัดวันหยุดของอำเภอสันกำแพงที่กำลังได้รับความนิยม มีร้านขายของน่าชมตั้งแต่ต้นซอยไปจนถึงท้ายซอย ซึ่งเป็นที่ตั้งของร้านอาหารดัง Meena มีข้าว ตลาดฉำฉาเปิดเฉพาะวันหยุด บรรยากาศเสมือนเดินในซอยเล็ก ๆ ที่บ้านสองข้างทางกลายเป็นร้านขายของ ปลอดภัย สนุก และน่าเดินมาก และ **One Nimman** ช้อปปิ้ง & ไลฟ์สไตล์มอลล์ที่อยู่ไม่ไกลจากโรงแรม akyra Manor Hotel เริ่มต้นที่ร้านกาแฟดัง Graph ต่อกันด้วยร้านชา Monsoon Tea ที่ซื้อ Rainbow กลับมาด้วย กล่องนี้ทำจากชาไทยผสมหลายสายพันธ์ ต่อกันด้วยร้านเสื้อผ้า ร้านหมวก ร้านน้ำหอม วนไปจนถึง Food Court ที่มีอาหารน่ากินมากมาย

กลุ่ม 5 นักท่องเที่ยวกลุ่มเน้นกิจกรรมที่แปลกใหม่และทดลองทำ (Participative Achiever) สัมผัสประสบการณ์ที่ออกกำลังและท้าทาย และต้องการทดลองสิ่งที่แตกต่างโดยได้มีส่วนร่วมด้วยตัวเอง

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ท้าทาย ต้องการสัมผัสประสบการณ์ที่ออกกำลังเพื่อให้ร่างกายได้รับความท้าทาย เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ เป็นต้น และต้องการทดลองสิ่งที่แตกต่างโดยได้มีส่วนร่วมด้วยตัวเอง เช่น กิจกรรม DIY การฝึกประกอบอาหาร การฝึกทำหัตถกรรม เป็นต้น และชอบค้นหาประสบการณ์การเดินทางจากสื่อสังคมออนไลน์ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่แนะนำคือ **ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเน้นการมีส่วนร่วม** ประกอบด้วย

1. แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับรองมาตรฐาน SHA+ ในกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง เช่น **วัดสระเกศราชวรมหาวิหาร** หรือวัดภูเขาทอง (Temple of the Golden Mount Bangkok) ตั้งอยู่ริมคลองมหานาค เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย มีจุดเด่นคือ พระบรมบรรพตที่อยู่บนเนินเขาในเกาะรัตนโกสินทร์ เชียงใหม่ เช่น **ผาช่อหรือแกรนด์แคนยอน** ตั้งอยู่ที่ อ.หางดง มีขนาดพื้นที่ความกว้างประมาณ 30 ไร่ มีคันดินสูงเกือบ 15 เมตร หรือขนาดของตึก 3 ชั้น เสน่ห์อีกสิ่งหนึ่งคือน้ำภายในแอ่งมีสีเขียวใส เหมือนสีของมรกตล้อมรอบหน้าผาสูงใหญ่ และสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบความผาดโผน ก็สามารถกระโดดหน้าผาลงน้ำได้ ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ **ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย Elephant Jungle Sanctuary (EJS)** เป็นปางช้างเชียงใหม่ที่เป็นหนึ่งในศูนย์อนุรักษ์ช้างที่ดีที่สุดในจังหวัด

เน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นสถานที่ดูแลและให้ที่พักพิงแก่ช้าง ช้างทุกตัวที่ปางช้างแห่งนี้ได้รับการดูแลอย่างดีและมีสุขภาพที่แข็งแรงสมบูรณ์ มีกิจกรรมที่น่าสนใจมากมายที่ให้คุณได้สนุกกันทั้งแบบครึ่งวันและเต็มวัน ไม่ว่าจะเป็นแพ็คเกจบุฟเฟ่ต์อาหารไทย เล่นสนุกไปกับช้างอย่างสดชื่น เล่นน้ำและทำสปาโคลนให้กับช้าง โดยมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลอย่างใกล้ชิดและให้ความรู้ควบคู่ไปด้วยในทุกกิจกรรม **หมู่บ้านทำร่มบ่อสร้าง** อยู่ในเขต อำเภอสันกำแพง ถือเป็นอีกสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาชมการทำร่มจากชาวบ้าน ตั้งแต่กรรมวิธีในการทำ การลงลวดลายที่วิจิตรสวยงาม ซึ่งร่มที่ทำมีด้วยกัน 3 ชนิด ร่มที่ทำด้วยผ้าแพร ผ้าฝ้าย และ กระดาษสา สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นเสน่ห์ให้นักท่องเที่ยวเมื่อมาเชียงใหม่ต้องมาดู มาชม และมาเลือกซื้อเป็นของฝากติดไม้ติดมือกลับไปบ้าน

จังหวัดสงขลา เช่น **ย่านเมืองเก่าสงขลา** ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง ย่านการค้าที่สำคัญในอดีตของเมืองสงขลา เป็นถนนที่ประกอบด้วยอาคารและสถาปัตยกรรมที่งดงามที่ยังคงเอกลักษณ์ดั้งเดิมเอาไว้ตั้งเรียงรายต่อเนื่องกันไปตามถนน แถมมีการเพิ่มสีสันด้วยภาพวาดสตรีทอาร์ท (Street Art) สุดน่ารักตามผนังอาคารบ้านเรือนต่าง ๆ ที่สะท้อนเรื่องราววิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนสงขลา ภูเก็ต เช่น **เกาะไม้ท่อน** เป็นเกาะเล็กที่มีหาดทรายขาวยาว น้ำทะเลสวยใส หาดทรายขาว ที่นี่มีปะการังที่ยังคงความสมบูรณ์ บรรยากาศเงียบสงบเหมาะแก่การมาเที่ยวพักผ่อน ว่ายน้ำ ตกปลา พร้อมทั้งสามารถดำน้ำชมปะการังบริเวณหน้าหายหาดได้เลย เกาะไม้ท่อนเป็นเกาะสรรค์สถานที่ท่องเที่ยวที่ชาวต่างชาติและชาวไทยนิยม ไปพักผ่อนกันมาก **เกาะราชาน้อย** เกาะเล็กที่อยู่ห่างจากเกาะราชาใหญ่ประมาณ 6 กม. มีหาดทรายขาวละเอียดและน้ำทะเลสีฟ้าใส ลักษณะเกาะเป็นเนินเขาและโขดหิน ในช่วงที่น้ำลดจะเกิดเป็นทะเลแหวกที่สามารถเดินเชื่อมไปยังอีกฝั่งหนึ่งได้ เกาะสวรรค์แห่งนี้อุดมไปด้วยทรัพยากรใต้ทะเลที่อุดมสมบูรณ์ เป็นจุดดำน้ำลึก มีปะการังหลากหลายชนิดทั้งปะการังโขด ปะการังจาน ปะการังอ่อนรวมทั้งฟองน้ำและกัลปังหาเคยมีการสำรวจพบปลาไหลทะเล และปลาฉลามขนาดเล็กที่นี่ด้วย สามารถซื้อทัวร์แบบไปเช้าเย็นกลับได้ที่บริษัทนำเที่ยวในภูเก็ต ซึ่งมีให้บริการหลายแห่ง

2. **ร้านอาหาร** ได้แก่ ร้านอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน SHA+ และที่ได้รับรางวัลจาก Michelin Star ตัวอย่างร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร เช่น **ร้านเมธาวลัย ศรแดง** อยู่ที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตยที่มีวงดนตรีสดขับขานเพลงยุค 80 และอาหารที่ปรุงอย่างประณีต รสชาติเข้มข้นจนได้รับรางวัลดาวมิชลินร้านอาหารคุณภาพสูงที่ควรค่าแก่การหยุดแวะชิม ในประเภทอาหารไทยคลาสิก **ร้าน ไก่ย่าง จีระพันธ์ (สาขาสยามพารากอน)** ข้าวไก่ย่างซอสเขียวหวาน ข้าวหมกไก่ ข้าวหมกปลา และข้าวหมกเนื้อ ชั้น G พารากอน ฟู้ดฮอลล์ **ร้านข้าวหมกไก่ยูซุฟ** ข้าวหมกไก่ ข้าวหมกเนื้อทอด ไก่สะเต๊ะ บะหมี่เบตง ตลาดสุขสยาม (SOOK SIAM) ชั้น G ศูนย์การค้าไอคอนสยาม ถนนเจริญนคร ในกรุงเทพมหานคร เป็นต้น เชียงใหม่ เช่น **ร้านข้าวต้มยัง (สาขาถนนสุเทพ)** ข้างต้มกุ๊ยเนื้อเนียนสวยกินคู่กับกับข้าวสไตล์ไทยจีน นานาชนิด ได้รับรางวัลมิชลินบิบกูร์มองด์ **ร้านอาหาร เชียงใหม่ มิชลิน ไกด์ 2022 แดนข้าวมันไก่ (สาขาสันทราย)** ร้านข้าวมันไก่เจ้าเด็ด ที่ต้องลองให้ได้สักครั้ง ข้าวมันหอม ๆ เม็ดสวยอร่อย ไก่เนื้อแน่นฉ่ำ ยิ่งชิ้นติดหนังนิด ๆ คือเลิศรส เสิร์ฟพร้อมกับน้ำจิ้มรสจัดจ้านลงตัว และยังเข้ากันดีกับน้ำซุปสุดกลมกล่อม สงขลา เช่น **ร้านตาทวย** ร้านพื้นเมืองที่ได้รับความนิยมสูงมาก ทั้งในหมู่นักท่องเที่ยว ได้รับรางวัลมิชลินบิบกูร์มองด์

(Bib Gourmand ปี 2019) **โชคดี แต่เตี้ยม ติ่มซำ บะกุ๊ดเต๋ ต้นตำรับความอร่อยที่หาดใหญ่** ด้วยเมนูแต่เตี้ยม 30 ชนิด นึ่งใหม่เสิร์ฟร้อน ๆ ควบคู่กับกับบะกุ๊ดเต๋ที่ผ่านการตุ๋นยาจีนกว่า 10 ชนิด บรรยากาศเป็นกันเองต่างจากภัตตาคารทั่วไป แต่มีความเฉพาะตัว เมื่อลูกค้ารับประทานจนอิ่มสามารถคำนวณเงินค่าอาหารจากตารางราคาที่ติดอยู่ข้างฝา **ร้านอ้า** ร้านอาหารจีนชื่อดังที่อยู่ในตัวเมืองหาดใหญ่มีเมนูให้เลือกค่อนข้างหลากหลาย เช่น แฮกึ๋นทอดแกงส้มยอดมะพร้าวอ่อน ออส่วน กระเพราะปลาผัดแห้ง เป็นต้น

3. ที่พัก ได้แก่ โรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐาน SHA+ และสมาคมโรงแรมไทย ในกรุงเทพมหานคร เช่น **โรงแรมมิวส์** เป็นโรงแรมบูติกบริหารโดยกลุ่ม Accor การออกแบบภายในได้แรงบันดาลใจจากยุคแกสบี้ในช่วงปี 1920 ได้รับรางวัลมิชิลินโรงแรมสะดวกสบายมาก **โรงแรมเลอเมอริเดียน** อยู่ใจกลางย่านธุรกิจ โดดเด่นด้วยสถาปัตยกรรมร่วมสมัย ห้องพักใช้ระบบควบคุมแบบดิจิทัล ได้รับรางวัลมิชิลินโรงแรมสะดวกสบาย เชียงใหม่ เช่น **พระสิงห์วิลเลจ** ที่พักสวยสไตล์บูติคล้านนา ที่มาพร้อมห้องพักหลายสไตล์ ภายในห้องพักตกแต่งหรูหราตามสไตล์โมเดิร์นล้านนา ครบครันไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย นอกจากนี้ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกทั้ง สระว่ายน้ำ ห้องอาหาร นวดแผนไทย และปั่นจักรยาน และ **ครอสทู เชียงใหม่ ริเวอร์ไซด์** ที่พักสีส้มอิฐแสนสะดุดตาแห่งนี้ถูกออกแบบมาอย่างมีเอกลักษณ์โดดเด่นด้วยการใช้อิฐมอญเป็นวัสดุหลักในการตกแต่งเป็นผนังที่มีการเว้นช่องแสงสลับไปมา เกิดเป็นเสมือนภาพวาดศิลปะที่สวยงาม ตัวอาคารมีทั้งหมด 5 ชั้น ภายในตกแต่งสไตล์โมเดิร์นที่ผสมผสานกลิ่นอายความเป็นล้านนาได้อย่างลงตัว ทุกตารางนิ้วถูกออกแบบอย่างประณีตตามแบบฉบับของโรงแรมบูติกระดับ 5 ดาว ด้านพื้นที่ส่วนกลางมีทั้งห้องอาหารระดับมิชลินสตาร์ ห้องสปาและฟิตเนต และอิสระว่ายน้ำกลางแจ้ง ภูเก็ต เช่น **Deevana Patong Resort & Spa** สไตล์ไทยประยุกต์ รีสอร์ทเงียบสงบร่มรื่นแม้จะอยู่ท่ามกลางแหล่งช็อปปิ้งและสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย เหมาะแก่การพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติโอบล้อมด้วยสวนและต้นไม้ ใจกลางหาดป่าตอง โรงแรมนี้เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม สงขลา เช่น **โรงแรมเซ็นทาราหาดใหญ่** (Centara Hotel Hat Yai) มาตรฐาน 4 ดาว ให้บริการห้องพักจำนวน 248 ห้อง พร้อมวิวเมืองอันสวยงาม **โรงแรมนิวซีซั่นสแควร์** มาตรฐาน 4 ดาว โรงแรมเรียบง่ายในอาคารหรู เป็นต้น

4. แหล่งจับจ่ายใช้สอย ตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร เช่น ไอคอนสยาม (ICON Siam) ห้างสรรพสินค้าไอคอนสยามอยู่บริเวณโค้งริมแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นจุดที่รายล้อมด้วยเส้นทางสัญจรทั้งทางบกทางน้ำรอบ ๆ ทั้งสองฝั่งยังเต็มไปด้วยโรงแรมห้าดาว และที่ตั้งของโบราณสถาน วัดวาอารามที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เอเชียทีค เดอะริเวอร์ฟรอนท์ (Asiatique The Riverfront) เป็นศูนย์การค้าเปิดโล่งขนาดใหญ่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ถนนเจริญกรุง ภายในโครงการประกอบด้วยร้านค้า **ร้านอาหารริมน้ำ นอกจากนี้ยังเป็นที่ตั้งของโรงละครคาลิปโซ่ที่ย้ายมาจากโรงแรมเอเชีย และโรงละครโจหลุยส์ที่ย้ายมาจากสวนลุมไนท์บาซาร์ เชียงใหม่ เช่น ชุมชนบ้านถวาย** หมู่บ้านหัตถกรรมไม้แกะสลักที่มีชื่อเสียงของเชียงใหม่ ตั้งอยู่ที่อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นที่รู้จักของชาวไทยและชาวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวสามารถซื้อผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลักจากบ้านถวายได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั้งในเรื่องของคุณภาพสินค้า กาดมณีตั้งอยู่ติดกับขันโตกศูนย์วัฒนธรรมเชียงใหม่ มีทั้งอาหารและของใช้ต่าง ๆ ขาย มุมไฮไลท์คือ บริเวณสระน้ำใหญ่

ตรงกลาง สามารถซื้อของกินมานั่งกินตรงแคร่ไม้ไผ่ได้ด้วย ยิ่งช่วงเย็น ๆ ที่นี่จะมีแสงสีสวยงดงามจากไฟที่นำมาประดับต้นไม้ด้วย ทำให้บรรยากาศดีสวยงามมาก สงขลา เช่น ตลาดกิมหยง เป็นตลาดขายของฝากและของที่ระลึกขนาดใหญ่ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ตั้งอยู่บนอาคารสองชั้น ริมถนนละม้ายสงเคราะห์ ชั้นบนเป็นร้านขายสินค้า ชั้นล่างเป็นตลาดขายของแห้ง

5. แหล่งกีฬา เช่น สนามกอล์ฟที่ได้มาตรฐานในหลายจังหวัด ในกรุงเทพและปริมณฑล เช่น Amata Spring Country, The Royal Gems City, Nikanti Golf Club, Alpine Golf Club เชียงใหม่ เช่น Alpine Golf Resort Chiangmai, Chiangmai Highlands Golf and Spa Resort และภูเก็ต เช่น Red Mountain Golf Club, Blue Canyon Country Club, Loch Palm Golf Club เป็นต้น แหล่งดำน้ำ เช่น **เกาะพีพี** หมู่เกาะพีพี อยู่ห่างจากจังหวัดกระบี่ราว 40 กิโลเมตร เป็นส่วนหนึ่งของอุทยานแห่งชาติ หาดนพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพี ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นอาณาจักรแห่งบุปผาใต้สมุทร นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวหมู่เกาะนี้ส่วนใหญ่มาเพื่อดำน้ำดูปะการัง ดอกไม้ทะเล และปลา หลากสีสันที่สวยงาม **หมู่เกาะสุรินทร์** อยู่ในความดูแลของอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์ ในพื้นที่อำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงา ตั้งอยู่ในทะเลอันดามัน ห่างจากชายฝั่งทะเลบริเวณท่าเรือคุระบุรีประมาณ 60 กิโลเมตร เดินทางด้วยเรือสปีดโบทใช้เวลาประมาณ 1.15 ชั่วโมง หมู่เกาะประกอบด้วยเกาะ 5 เกาะ นอกจากชายหาดและน้ำทะเลขาวใสบนเกาะแล้ว สิ่งสำคัญที่มาเที่ยวหมู่เกาะสุรินทร์ก็คือการออกไปดำน้ำตื้นชมปะการังอันสวยงามและชมปลาหลากชนิด เป็นแหล่งกำเนิดแนวปะการังน้ำตื้นที่มีความอุดมสมบูรณ์และสวยงาม

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอินโดนีเซีย

ผลการสังเคราะห์ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับอุปสงค์ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวมาเลเซียที่มีการใช้จ่ายสูง แสดงตัวอย่างได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวกลุ่มออกกำลังกายและจับจ่ายใช้สอย (Sporting and Shopping Experiencer) เพื่อสัมผัสประสบการณ์ออกกำลังกายและความท้าทายกลางแจ้ง และซื้อสินค้าที่ระลึก

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบซื้อสินค้าและบริการ การเลือกยี่ห้อของผลิตภัณฑ์หรือบริการมักได้รับอิทธิพลจากการโฆษณา สนใจสินค้าที่ระลึกหรือ OTOP ในต่างจังหวัด และต้องการสัมผัสประสบการณ์ออกกำลังกายเพื่อความท้าทายกลางแจ้งหรือในแหล่งธรรมชาติ เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ว่ายน้ำ เป็นต้น รวมทั้งใส่ใจสิ่งแวดล้อมเป็นพิเศษ คำนึงถึงความปลอดภัยและสุขอนามัยของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว และชอบแสวงหาวัฒนธรรมที่แตกต่าง ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่แนะนำคือ **ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเน้นกิจกรรมกลางแจ้ง** ประกอบด้วย

1. แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับรองมาตรฐาน SHA+ ในกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง เช่น **ศาลท้าวมหาพรหม** เป็นศาลของศาสนาฮินดูตั้งอยู่หน้าโรงแรมแกรนด์ ไฮแอท เอราวัณ บริเวณสี่แยกราชประสงค์ เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่เป็นที่เคารพนับถือและมีชื่อเสียงจากทั้งชาวไทยและต่างประเทศ **วัดอรุณราชวรารามราชวรวิหาร** ตั้งอยู่ที่ถนนอรุณอัมรินทร์ ริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งธนบุรี เป็นวัดโบราณที่มีมาตั้งแต่ครั้งสมัยกรุงศรีอยุธยา และใช้เป็นที่ประดิษฐานพระแก้วมรกตที่ได้อัญเชิญมาจากเวียงจันทน์ สิ่งที่

น่าสนใจภายในวัดคือพระปรางค์ ซึ่งประดับด้วยกระเบื้องเคลือบ ถ้วยชามเบญจรงค์และเปลือกหอย รูปปั้นยักษ์ เชียงใหม่ เช่น **ปางช้างแม่แตง** เป็นสถานที่ดูแลอนุรักษ์ช้างที่มีกิจกรรมมากมายและช้างแสนน่ารักรอต้อนรับผู้มาเยือน เช่น กิจกรรมนั่งช้างชมธรรมชาติเลียบริมฝั่งแม่น้ำแตง นั่งเรือยางล่องแก่ง ล่องแพไม้ไผ่ และยังได้ชมการแสดงสุดน่ารักของเหล่าช้างแสนรู้ **หมู่บ้านทำร่มบ่อสร้าง** อยู่ในเขตอำเภอสันกำแพง เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาชมการทำร่มจากชาวบ้าน ตั้งแต่กรรมวิธีในการทำ การลงลวดลายที่วิจิตรสวยงาม ซึ่งร่มที่ทำมีด้วยกัน 3 ชนิด ร่มที่ทำด้วยผ้าแพร ผ้าฝ้าย และ กระดาษสา สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นเสน่ห์ให้นักท่องเที่ยวเมื่อมาเชียงใหม่ต้องมาดู มาชม และมาเลือกซื้อเป็นของฝากติดไม้ติดมือกลับไปบ้าน พัทยา เช่น **สวนนงนุช** สถานพักผ่อนหย่อนใจที่ใหญ่ที่สุดในภาคตะวันออก ภายในสวนมีบ้านทรงไทย สวนไม้ดอก ไม้ประดับ นานาชนิด สวนกล้วยไม้ สวนกระบองเพชร และสวนพฤกษชาติอื่น ๆ มีศูนย์แสดงศิลปวัฒนธรรมไทยสำหรับนักท่องเที่ยว จัดแสดงการฟ้อนรำพื้นเมือง ศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว (กระบี่กระบอง ฟันดาบ) กีฬา พื้นเมือง และการแสดงของช้าง สวนนงนุชเองมีการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบของสวนอยู่ตลอดเวลา ทำให้ผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมรู้สึกประทับใจในความงดงามของสวน สวยแห่งนี้ **ทิฟฟานี่โชว์** (Tiffany's Show Pattaya) ตั้งอยู่ที่ ถนนพัทยาสาย 2 จัดการแสดงคาบาเร่ต์โดยนักแสดงชายล้วน ด้วยฉากแสงสีเสียงอันตระการตา พบกับโชว์สุดอลังการจากคณะโชว์สาวประเภทสองที่ได้รับยกย่องว่าเป็นแม่แบบคาบาเร่ต์แห่งเมืองไทย (The original transvestite cabaret)

จังหวัดภูเก็ต เช่น **เกาะไม้ท่อน** เป็นเกาะเล็กที่มีหาดทรายขาวยาว น้ำทะเลสวยใส หาดทรายขาว ที่นี่มีปะการังที่ยังคงความสมบูรณ์ บรรยากาศเงียบสงบเหมาะแก่การมาเที่ยวพักผ่อน ว่ายน้ำ ตกปลา พร้อมทั้งสามารถดำน้ำชมปะการังบริเวณหน้าหายหาดได้เลย **เกาะราชาน้อย** เกาะเล็กที่อยู่ห่างจากเกาะราชาใหญ่ประมาณ 6 กม. มีหาดทรายขาวละเอียดและน้ำทะเลสีฟ้าใส ลักษณะเกาะเป็นเนินเขาและโขดหิน ในช่วงที่น้ำลดจะเกิดเป็นทะเลแหวกที่สามารถเดินเชื่อมไปยังอีกฝั่งหนึ่งได้ เกาะสวรรค์แห่งนี้อุดมไปด้วยทรัพยากรใต้ทะเลที่อุดมสมบูรณ์ เป็นจุดดำน้ำลึก มีปะการังหลากหลายชนิดทั้งปะการังโขด ปะการังจาน ปะการังอ่อนรวมทั้งฟองน้ำและกัลปังหา เคยมีการสำรวจพบปลาไหลทะเล และปลาฉลามขนาดเล็กที่นี่ด้วย พังงา เช่น **หมู่เกาะสุรินทร์** อยู่ในความดูแลของอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์ ในพื้นที่อำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงา ตั้งอยู่ในทะเลอันดามัน เดินทางด้วยเรือสปีดโบท ใช้เวลาประมาณ 1.15 ชั่วโมง หมู่เกาะประกอบด้วยเกาะ 5 เกาะ นอกจากชายหาดและน้ำทะเลขาวใสบนเกาะแล้ว หมู่เกาะสุรินทร์มีจุดออกไปดำน้ำตื้นชมปะการังอันสวยงามและชมปลาหลากชนิด เป็นแหล่งกำเนิดแนวปะการังน้ำตื้นที่มีความสวยงาม

2. **ร้านอาหาร** ได้แก่ ร้านอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน SHA+ และที่ได้รับรางวัลจาก Michelin Star ตัวอย่างร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร เช่น **ร้านชิมสบาย สยามวิสดอม** นำเสนอสำรับไทยที่ผสานความโบราณและความทันสมัยได้อย่างลงตัว ได้รับรางวัลมิชลินร้านอาหารคุณภาพสูงที่ควรค่าแก่การหยุดแวะชิม **ร้านผัดไทย** เคล็ดลับอยู่ที่ซอสผัดไทยและผัดไทยที่นี่มีให้เลือกหลายเมนู ได้รับรางวัลมิชลินบิบกูร์มองด์ **ร้าน ไก่ย่าง จีระพันธ์ (สาขาสยามพารากอน)** ข้าวไก่ย่างซอสเขียวหวาน ข้าวหมกไก่ ข้าวหมกปลา และข้าวหมกเนื้อ ชั้น G พารากอน ฟู้ดฮอลล์

ร้านข้าวหมกไก่ยูซุฟ ข้าวหมกไก่ ข้าวหมกเนื้อทอด ไก่สะเต๊ะ บะหมี่เบตง ตลาดสุขสยาม (SOOK SIAM) ชั้น G ศูนย์การค้าไอคอนสยาม ถนนเจริญนคร **สวนอาหารนาทอง**ที่โปร่งสบายกว้างขวางเสิร์ฟอาหารท้องถิ่นในกรุงเทพมหานคร เป็นต้น เชียงใหม่ เช่น **ร้านข้าวต้มยัง (สาขาถนนสุเทพ)** ข้างต้มกุ๊ยเนื้อเนียนสวยกินคู่กับกับข้าวสไตล์ไทยจีน นานาชนิด ได้รับรางวัลมิชลินบิบกูร์มองด์ **ร้านอาหาร เชียงใหม่ มิชลิน ไกด์ 2022 แดนข้าวมันไก่ (สาขาสันทราย)** ร้านข้าวมันไก่เจ้าเด็ด ที่ต้องลองให้ได้สักครั้ง ข้าวมันหอม ๆ เม็ดสวยอร่อย ไก่เนื้อแน่นฉ่ำ ยิ่งชิ้นติดหนังนิด ๆ คือเลิศรส เสิร์ฟพร้อมกับน้ำจิ้มรสจัดจ้านลงตัว และยังเข้ากันดีกับน้ำซุปสุดกลมกล่อม ภูเก็ต เช่น **ร้านอาหารเรือนไทย** ห้องอาหารเรือนไทยของโรงแรมดุสิตธานียังคงรักษาเอกลักษณ์ของอาหารไทยตำรับชาววังที่ผสมผสานทุกรสชาติได้อย่างกลมกล่อม คลอด้วยเสียงดนตรีไทย ได้รับรางวัลมิชิลินเพลท **ร้านตู้กับข้าว** อาหารใต้ ตั้งอยู่ในอาคารสไตล์ชิโน-โปรตุกีสที่ตกแต่งอย่างงดงาม อาหารปรุงจากวัตถุดิบสดใหม่ มีดนตรีในช่วงเย็น ได้รับรางวัลมิชลินบิบกูร์มองด์

3. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านที่พัก ได้แก่ โรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐาน SHA+ และสมาคมโรงแรมไทยในกรุงเทพมหานคร เช่น **โรงแรมโรสวูด** สถาปัตยกรรมของอาคารที่ผสานความเป็นไทยกับความทันสมัยได้เป็นอย่างดีบนถนนเพลินจิต ได้รับรางวัลมิชลินโรงแรมสะดวกสบายมากที่สุด **โรงแรมมิวส์** เป็นโรงแรมบูติกบริหารโดยกลุ่ม Accor การออกแบบภายในได้แรงบันดาลใจจากยุคแกสบี้ในช่วงปี 1920 ได้รับรางวัลมิชิลินโรงแรมสะดวกสบายมาก เชียงใหม่ เช่น **เชียงใหม่ ไฮแลนด์ส กอล์ฟ แอนด์ สปา รีสอร์ต** เป็นสนามกอล์ฟระดับแชมเปี้ยนชิพ ภายในตัวสนามมีทั้งรีสอร์ทสุดหรูสปาสบาย ห้องอาหารที่เปิดรับลมและชมวิวของสนาม รวมถึงมีทั้งอาหารไทยและอาหารสไตล์เม็กซิกันไว้คอยบริการ เหมาะสำหรับการมาพักผ่อนกันทั้งครอบครัว และ **Aruntara Riverside Boutique Hotel** ที่พักโลเคชั่นปังริมแม่น้ำปิงแวดล้อมไปด้วยธรรมชาติสุดร่มรื่น เหมาะมานอนสัมผัสบรรยากาศสบายๆ ของความเป็นเชียงใหม่ด้วยห้องพักที่เน้นการตกแต่งสไตล์โมเดิร์นแต่งแต้มศิลปะความเป็นไทยในความหรูหรา พัทยา เช่น **โรงแรมเอวัน (A-One Royal Cruise Hotel)** 499 ริมหาดพัทยาเหนือ ถนนพัทยาเหนือ ติดชายหาดพัทยา และตั้งอยู่ใกล้แหล่งชอปปิง เน้นการ**ให้บริการตลาดมุสลิม โรงแรมฮาร์ดร็อคพัทยา (Hard Rock Pattaya)** โรงแรมฮาร์ดร็อค พัทยา บริการระดับ 4 ดาว กิจกรรมที่เป็นมิตรกับครอบครัว อาหารนานาชาติ อาหารฮาลาล และทัศนียภาพอันงดงามของอ่าวไทย สถานที่สะดวกสบายตั้งอยู่เลียบชายหาดพัทยากลาง และสามารถเดินไปยังตลาดได้ ภูเก็ต เช่น โรงแรม **The Metropole Hotel Phuket** โรงแรมเมโทรโพลภูเก็ตมีทำเลอยู่ในศูนย์กลางของตัวเมืองภูเก็ตและมีเส้นทางที่สะดวกสบายไปยังชอปปิงมอลล์และตลาดหลายแห่งพร้อมห้องอาหารซึ่งได้รับการรับรองฮาลาล โรงแรม **Raya Rawai Place** เป็นโรงแรมมุสลิมสไตล์โมเดิร์น ตั้งอยู่บนทำเลดีการเดินทางไปมาสะดวก อยู่ในชุมชนมุสลิม มีร้านอาหารหลาย สะดวกสบายสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิมเป็นอย่างยิ่ง

4. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านแหล่งจับจ่ายใช้สอย ตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร เช่น **ไอคอนสยาม (ICON Siam)** ห้างสรรพสินค้าไอคอนสยามอยู่บริเวณโค้งริมแม่น้าเจ้าพระยาเป็นจุดที่รายล้อมด้วยเส้นทางสัญจรทั้งทางบกทางน้ำรอบ ๆ ทั้งสองฝั่งยังเต็มไปด้วยโรงแรมห้าดาว และที่ตั้งของโบราณสถาน วัดวาอารามที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว **เอเชียทีค เดอะ ริเวอร์เรอนท์ (Asiatique The Riverfront)** เป็นศูนย์การค้าเปิดโล่งขนาดใหญ่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ถนนเจริญกรุง ภายในโครงการประกอบด้วยร้านค้า **ร้านอาหารริมน้ำ นอกจากนี้ยังเป็นที่ตั้ง**

ของโรงละครคาลิปโซ่ที่ย้ายมาจากโรงแรมเอเชีย และโรงละครโจหลุยส์ที่ย้ายมาจากสวนลุมไนท์บาซาร์เชียงใหม่ เช่น ตลาดวโรรส หรือ กาดหลวง ตลาดที่ใหญ่ที่สุดของจังหวัดเชียงใหม่ ที่นี่มีสินค้าที่นักท่องเที่ยวจะมาหาซื้อของฝากกัน โดยเฉพาะสินค้าอาหารพื้นเมืองขึ้นชื่อ เช่น ไส้อั่ว แหนม น้ำพริกหนุ่ม แคปหมู นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งรวมอาหารพื้นเมืองราคาถูกอีกมากมาย **เชียงใหม่ไนท์บาซาร์** (Chiang Mai Night Bazaar) เป็นตลาดกลางคืนตั้งอยู่บนถนนช้างคลาน ซึ่งเป็นตลาดที่ค้าขายเกี่ยวกับสินค้าของที่ระลึก และงานหัตถกรรม ไนท์บาซาร์เป็นแหล่งรวมสินค้าแหล่งใหญ่ที่สุดในเชียงใหม่และมีมานานหลายสิบปีสินค้าที่นำมาจำหน่ายส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าที่ระลึกและงานหัตถกรรม พัทยา เช่น **Central Festival Pattaya Beach ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล พัทยาบีช ตั้งอยู่ที่บริเวณริมชายหาดพัทยา จังหวัดชลบุรี ใช้สถานที่และโครงสร้างสถาปัตยกรรมร่วมกับโรงแรมฮิลตัน พัทยา เป็นพื้นที่ของโรงแรม Hilton ทำให้เพิ่มความสะดวกสบายแก่ผู้ที่เข้าพักโรงแรมฮิลตัน เพียงใช้ลิฟท์ลงมาเท่านั้นก็สามารถมาใช้บริการห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล พัทยาบีช ได้แล้ว**

5. แหล่งกีฬา เช่น สนามกอล์ฟที่ได้มาตรฐานในหลายจังหวัด ในกรุงเทพและปริมณฑล เช่น Amata Spring Country, The Royal Gems City, Nikanti Golf Club, Alpine Golf Club เชียงใหม่ เช่น Alpine Golf Resort Chiangmai, Chiangmai Highlands Golf and Spa Resort พัทยา เช่น Siam Country Club Old Course Laemchabang International Country Club และChee Chan Golf Resort และภูเก็ต เช่น Red Mountain Golf Club, Blue Canyon Country Club, Loch Palm Golf Club เป็นต้น

กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวปลอดภัยและวัฒนธรรม (Safety and Cultural Traveler) เพื่อประสบการณ์ท่องเที่ยววัฒนธรรมที่แตกต่าง ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และคำนึงถึงความปลอดภัย

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด จะเดินทางเมื่อมั่นใจว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 จบลงแล้ว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค้นหาโรงแรมที่มีสภาพแวดล้อมปลอด COVID-19 หรือได้รับการรับรองความปลอดภัยและสุขภาพ (SHA) เดินทางไปจุดหมายปลายทางและประสบการณ์ท่องเที่ยววัฒนธรรม ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และชอบเรียนรู้จากประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่แตกต่าง ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่แนะนำคือ**ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเน้นวัฒนธรรม** ประกอบด้วย

1. แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับรองมาตรฐาน SHA+ ในกรุงเทพมหานครหรือจังหวัดใกล้เคียง เช่น **วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม** เป็นวัดประจำรัชกาลพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ทั้งยังเปรียบเสมือนเป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกของประเทศด้วย เนื่องจากเป็นที่รวมจารึกสรรพวิชาหลายแขนง และทางยูเนสโกได้ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกความทรงจำโลกของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ปัจจุบัน วัดพระเชตุพนฯ มีการเผยแพร่วิชาทางการแพทย์แผนโบราณ โดยเฉพาะการนวดแผนโบราณที่มีบริการแก่นักท่องเที่ยว **ขี่ช้างชมกรุง (เก่า)** การนั่งช้างชมเมืองเป็นกิจกรรมยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนเมืองไทยและอยุธยา เชียงใหม่ เช่น **วัดพระธาตุดอยสุเทพ** วัดพระธาตุดอยสุเทพนี้เป็นปูชนียสถานคู่เมือง

เชียงใหม่นับตั้งแต่โบราณกาล โดยวัดพระธาตุดอยสุเทพนี้สร้างขึ้นเมื่อต้นพุทธศตวรรษที่ 19 ในสมัยพระเจ้ากือนาธรรมิกราช เจ้าหลวงเมืองเชียงใหม่องค์ที่ 6 เพื่อประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุที่ได้ทรงอัญเชิญมาจากเมืองศรีสัชนาลัย วัดพระธาตุดอยสุเทพตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของเมืองเชียงใหม่ ผู้ที่เดินทางมาสักการะที่วัดแห่งนี้สามารถมองเห็นทิวทัศน์เมืองเชียงใหม่ ได้อย่างชัดเจน และ**หมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง (แม้ว) ดอยปุย** อยู่ในพื้นที่ของอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย จังหวัดเชียงใหม่ ที่ตั้งของดอยปุยอยู่ในแนวของเทือกเขาถนนธงชัย สูงจากระดับน้ำทะเล 1,658 เมตร สภาพภูมิประเทศของดอยปุยเต็มไปด้วยต้นไม้ใหญ่และป่าสน และดอกไม้เมืองหนาวที่ชาวเขาปลูกไว้ พัทยา เช่น **ตลาดน้ำ 4 ภาค พัทยา** สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทางศิลปวัฒนธรรมไทยแห่งใหม่กลางใจเมืองพัทยา สถานที่แห่งนี้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ที่จำลองวิถีชีวิตความเป็นอยู่อย่างไทยที่เรียบง่าย เรียนรู้วิถีพอเพียงดั้งเดิมที่ผูกพันกับสายน้ำตั้งแต่อดีตสืบทอดมาจนถึง ปัจจุบัน รวมถึงการเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้านที่มีเสน่ห์ที่น่าหลงใหลใน 4 ภาค ของประเทศไทย **วัดญาณสังวราราม** เป็นวัดประจำรัชกาลพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช สิ่งสำคัญในวัด เช่น พระอุโบสถ **พระบรมธาตุเจดีย์มหาจักรีพิพัฒน์ พระมหามณฑปพระพุทธบาทภปร.ชสก. เจดีย์พุทธคยาจำลอง อริยาคาร พิพิธภัณฑ์อริยสงฆ์ เป็นต้น** ภูเก็ต เช่น **วัดพระทอง** ก่อนเข้าตัวเมืองภูเก็ต แวะนมัสการพระทอง (พระผุด) ที่มีตำนานน่าอัศจรรย์และเป็นที่เคารพของชาวภูเก็ต ลักษณะขององค์พระที่นี่แตกต่างจากที่อื่นตรงที่องค์พระมีแค่ช่วงบนหรือช่วงอกเท่านั้นที่อยู่เหนือพื้นดิน นอกจากนี้ยังเป็นที่ตั้งของ “พิพิธภัณฑสถานวัดพระทอง” เป็นที่เก็บรวบรวมโบราณวัตถุข้าวของเครื่องใช้ของชาวภูเก็ต เช่น “จังซุ่ย” เสื้อกันฝนชาวเหมืองแร่ดีบุก รองเท้าตีนตุกของสตรีเชื้อสายจีนที่ต้องมัดเท้าให้เล็กตามค่านิยมของสังคมสมัยนั้น และ**ถนนคนเดินภูเก็ต หลาดใหญ่** ตั้งอยู่บริเวณย่านการค้าเมืองเก่าภูเก็ต ถนนถลาง ซอยรมณีย์ มีอายุกว่า 100 ปี เทศบาลนครภูเก็ตได้ดำเนินการอนุรักษ์และพัฒนาย่านการค้าเมืองเก่าเพื่อให้ผู้อยู่อาศัยในบริเวณพื้นที่ รวมทั้งประชาชน นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศได้ตระหนักและมีจิตสำนึกในการร่วมพัฒนาและอนุรักษ์ในด้านวิถีชีวิต ประเพณี สถาปัตยกรรมอันทรงคุณค่าอย่างต่อเนื่อง

2. **ร้านอาหาร** ได้แก่ ร้านอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน SHA+ และที่ได้รับรางวัลจาก Michelin Star ตัวอย่างร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร เช่น **ร้านโบ.ลาน** มาจากชื่อเชฟสองคนเสนออาหารไทยแท้ตำรับชาววังผสานความร่วมสมัยในรูปแบบเซตเมนูที่ให้รสชาติและรสสัมผัสซับซ้อน ได้รับรางวัลดาวมิชลินร้านอาหารคุณภาพสูงที่ควรค่าแก่การหยุดแวะชิม **ร้าน ไก่ย่าง จีระพันธ์ (สาขาสยามพารากอน)** ข้าวไก่ย่างซอสเขียวหวาน ข้าวหมกไก่ ข้าวหมกปลา และข้าวหมกเนื้อ ชั้น G พารากอน ฟู้ดฮอลล์ **ร้านข้าวหมกไก่ยูซุฟ** ข้าวหมกไก่ ข้าวหมกเนื้อทอด ไก่สะเต๊ะ บะหมี่เบตง ตลาดสุขสยาม (Sook Siam) ชั้น G ศูนย์การค้าไอคอนสยาม ถนนเจริญนครเชียงใหม่ เช่น **ร้านเฮือนสุนทรี** ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นมารังสรรค์อาหารเหนือจานเด็ด มีดนตรีขับกล่อมในช่วงค่ำเพื่อดื่มด่ำบรรยากาศสุดผ่อนคลายริมแม่น้ำปิง ได้รับรางวัลมิชลินแบบบิบกูร์มองด์ ร้าน **The House by Ginger** ร้านอาหารสุดโมเดิร์นในย่านเมืองเก่า บรรยากาศภายในตกแต่งได้อย่างทันสมัยเหมือนอยู่ยุโรป เมนูอาหารมีทั้งไทยดั้งเดิมหรืออาหารท้องถิ่นอย่างข้าวซอย บนถนนมูลเมือง ได้รับรางวัลมิชิลินแบบบิบกูร์มองด์ ภูเก็ต เช่น

ร้านระย้า ภูเก็ต ร้านอาหารบ้านโบราณ 2 ชั้น ที่มีอายุมากกว่า 130 ปี บรรยากาศอบอุ่นเป็นกันเองเหมือนมาทานข้าวบ้านญาติ กับรสชาติอาหารใต้แบบเข้มข้นจัดจ้าน ถูกปากทุกเมนู ได้รับรางวัลบิบกูร์มองด์ เป็นต้น

3. ที่พัก ได้แก่ โรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐาน SHA+ และมีระดับ ในกรุงเทพมหานคร เช่น**โรงแรม Al Meroz Hotel Bangkok** โรงแรมระดับ 5 ดาว ย่านรามคำแหง ที่เปิดประตู ต้อนรับทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ด้วยการบริการที่ได้มาตรฐานฮาลาลระดับสากลครบวงจร **โรงแรมเดอะสยาม** วิลล่าหรูและห้องสวีทตกแต่งแบบโคโลเนียล ได้รับรางวัลมิชิลินโรงแรมสะดวกสบาย เชียงใหม่ เช่น **ศาลา ล้านนา รีสอร์ท** อีกหนึ่งที่พักในเครือศาลา จุดเด่นอยู่ที่เป็นที่พักติดริมแม่น้ำปิง ทำให้บริเวณโดยรอบร่มรื่นและน่าพักผ่อน โดยห้องพักมีทั้งหมด 15 ห้อง ทุกห้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกแบบครบครัน พร้อมวิวริมแม่น้ำปิงที่สามารถมองเห็นได้จากในห้อง และ **อักษราเฮอริเทจ** ที่พักสไตล์บูติกตั้ง อยู่ใจกลางเมืองเชียงใหม่ สถานที่ที่เต็มไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และเรื่องราวที่น่าหลงใหล ภายในห้องพักตกแต่งหรูหราตามสไตล์ล้านนาร่วมสมัย อีกทั้งยังมีอ่างอาบน้ำส่วนตัวทุกห้อง ที่สำคัญใกล้สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เช่น ถนนคนเดินท่าแพ วัดพระสิงห์ วัดเจดีย์หลวง และวัดเชียงมั่น เป็นต้น พัทยา เช่น **โรงแรมเอวัน (A-One Royal Cruise Hotel)** 499 ริมหาดพัทยาเหนือ ถนนพัทยาเหนือ ติดชายหาดพัทยา และตั้งอยู่ใกล้แหล่งชอปปิง เน้นการ**ให้บริการตลาดมุสลิม โรงแรมฮาร์ดร็อคพัทยา (Hard Rock Pattaya)** โรงแรมฮาร์ดร็อค พัทยา บริการระดับ 4 ดาว กิจกรรมที่เป็นมิตรกับครอบครัว อาหารนานาชาติ อาหารฮาลาล และทัศนียภาพอันงดงามของอ่าวไทย ภูเก็ต เช่น **Deevana Patong Resort & Spa** สไตล์ไทยประยุกต์ รีสอร์ทเงียบสงบร่มรื่น แม้จะอยู่ท่ามกลางแหล่งชอปปิงและสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย เหมาะแก่การพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติ โอบล้อมด้วยสวนและต้นไม้ ใจกลางหาดป่าตอง โรงแรมนี้เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม **The Royal Paradise Hotel & Spa Phuket** เป็นจุดเริ่มต้นที่ดีเยี่ยมในการท่องเที่ยวสำรวจภูเก็ต สามารถเดินทางไปยังสถานที่สำคัญต่าง ๆ ของเมืองได้อย่างสะดวก ที่พักแห่งนี้เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม

4. แหล่งจับจ่ายใช้สอย ตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร เช่น **ตลาดนัดสวนจตุจักร (Jatujak Weekend Market)** เป็นตลาดนัดที่ใหญ่ที่สุดในกรุงเทพมหานครที่ได้รับความนิยมจากคนไทยและชาวต่างชาติ มีสินค้า 8 ประเภท ได้แก่ ผักและผลไม้ เสื้อผ้า สัตว์เลี้ยง ต้นไม้ อาหารปรุง อาหารสำเร็จรูป อาหารสด และของที่ระลึก **แพลทินัมแฟชั่นมอลล์ (Platinum Fashion Mall)** ห้างเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีชื่อเสียงและมีเสื้อผ้าหลากหลายสไตล์ รวมถึงกระเป๋า รองเท้าที่มีบริการให้กับคนทุกเพศทุกวัยได้มาจับจ่ายใช้สอย โดยมีทั้งหมด 6 ชั้น แต่ละชั้นก็จะแยกเป็นขายสินค้าต่าง ๆ กัน เชียงใหม่ เช่น **ตลาดวโรรส** หรือ กาดหลวง ตลาดที่ใหญ่ที่สุดของจังหวัดเชียงใหม่ ที่นี่มีสินค้าที่นักท่องเที่ยวจะมาหาซื้อของฝากกัน โดยเฉพาะสินค้าอาหารพื้นเมืองขึ้นชื่อ เช่น ไส้อั่ว แหนม น้ำพริกหนุ่ม แคปหมู นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งรวมอาหารพื้นเมืองราคาถูกอีกมากมาย แถมยังได้ร้านอร่อยพื้นเมืองแท้ และ **One Nimman** ช้อปปิ้ง & ไลฟ์สไตล์มอลล์ที่อยู่ไม่ไกลจากโรงแรม akyra Manor Hotel เริ่มต้นที่ร้านกาแฟดัง Graph ต่อกันด้วยร้านชา Monsoon Tea ที่ซื้อ Rainbow กลับมาด้วย กล่องนี้ทำจากชาไทย ผสมหลายสายพันธ์ ต่อกันด้วยร้านเสื้อผ้า ร้านหมวก ร้านน้ำหอม วนไปจนถึง Food Court ที่มีอาหารน่ากินมากมาย

กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวกับญาติสนิทมิตรสหายและซื้อสินค้า/บริการ (Shopping and VFR Tourist) เพื่อซื้อสินค้าในเมือง และพักผ่อนกับการเยี่ยมเยือนเพื่อนและญาติสนิทมิตรสหาย

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้สนใจซื้อสินค้าในเมือง และการเยี่ยมเยือนเพื่อนและญาติสนิทมิตรสหาย การใช้เวลาเที่ยวพักผ่อนกับเพื่อนและญาติ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่แนะนำคือ **ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเน้นพักผ่อนกับเพื่อน** ประกอบด้วย

1. แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับรองมาตราฐาน SHA+ ในพระนครศรีอยุธยา เช่น **พระราชวังบางปะอิน** ตั้งอยู่ในตำบลบ้านเลน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ห่างจากเกาะเมืองลงมาทางทิศใต้ประมาณ 18 กิโลเมตร เป็นพระราชวังโบราณตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา เชียงใหม่ เช่น **วัดเชียงมั่น** วัดที่เก่าแก่ที่สุดในตัวเมืองเชียงใหม่เนื่องจากมีมาตั้งแต่สมัยแรกสร้างเมือง เมื่อ พ.ศ. 1839 โดยพญามังราย ภายในวัดนั้นมีสิ่งที่นักท่องเที่ยวควรเยี่ยมชมมากมาย เช่น วิหารใหญ่ที่สร้างใหม่ซึ่งระหว่างช่องหน้าต่างของวิหารหลังนี้มีภาพจิตรกรรมฝาผนัง เขียนสีทองบนพื้นแดงงามวิจิตร โดยบอกเล่าเรื่องราวการสร้างเมืองและวัดของพญามังราย ทั้งเวียงกุมกาม และเมืองเชียงใหม่ วิหารเล็ก หรือ วิหารจตุรมุข เป็นวิหารเดิมของวัด ภายในเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปสำคัญของเชียงใหม่ **วัดเจ็ดยอด** เป็นวัดเก่าแก่ที่มีเอกลักษณ์ในเชียงใหม่ โดดเด่นด้วยเจดีย์เจ็ดยอด ซึ่งมีลักษณะคล้ายมหาวิหารโพธิที่พุทธคยาในประเทศอินเดีย ที่ฐานเจดีย์และด้านนอกประดับปูนปั้นรูปเทวดามีความงดงามมาก พัทยา เช่น **สวนนงนุช** สถานพักผ่อนหย่อนใจที่ใหญ่ที่สุดในภาคตะวันออก ภายในสวนมีบ้านทรงไทย สวนไม้ดอก ไม้ประดับ นานาชนิด สวนกล้วยไม้ สวนกระบองเพชร และสวนพฤกษชาติอื่น ๆ มีศูนย์แสดงศิลปวัฒนธรรมไทยสำหรับนักท่องเที่ยว จัดแสดงการฟ้อนรำพื้นเมือง ศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว (กระบี่กระบอง ฟันดาบ) กีฬา พื้นเมือง และการแสดงของช้าง และ**อัลคาซ่าร์ คาบาเร่ต์โชว์** ที่พัทยา (The Alcazar Cabaret Show Pattaya) จัดว่าเป็นการแสดงคาบาเร่ต์ที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในเอเชีย นักท่องเที่ยวจะได้ชมการแสดงที่มีดนตรี เสื้อผ้า การเต้น และ ระบบฉาก แสง สี เสียง และเวทีที่สมบูรณ์แบบ ควบคุมการแสดงด้วยระบบคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย ใช้ระบบเสียง DTS system โรงละครหลังใหม่สร้างภายใต้สถาปัตยกรรมที่ทันสมัย ซึ่งจุผู้คนได้กว่า 1,000 คน ต่อรอบ

2. **ร้านอาหาร** ได้แก่ ร้านอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน SHA+ และที่ได้รับรางวัลจาก Michelin Star ตัวอย่างร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร เช่น **ร้านเมธาวลัย ศรแดง** อยู่ที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตยที่มีวงดนตรีสดขับขานเพลงยุค 80 และอาหารที่ปรุงอย่างประณีต รสชาติเข้มข้นจนได้รับรางวัลดาวมิชลินร้านอาหารคุณภาพสูงที่ควรค่าแก่การหยุดแวะชิม ในประเภทอาหารไทยคลาสิก **ร้าน ไก่ย่าง จีระพันธ์ (สาขาสยามพารากอน)** ข้าวไก่ย่างซอสเขียวหวาน ข้าวหมกไก่ ข้าวหมกปลา และข้าวหมกเนื้อ ชั้น G พารากอน ฟู้ดฮอลล์ **ร้านชาวเล ซีฟู้ด MBK Center** อาหารทะเล อาหารไทย ชั้น 6 โซน A หลังร้านฮั่วเซ่งฮง มาบุญครอง **ร้านข้าวหมกไก่ยูซุฟ** ข้าวหมกไก่ ข้าวหมกเนื้อทอด ไก่สะเต๊ะ บะหมี่เบตง ตลาดสุขสยาม (SOOK SIAM) ชั้น G ศูนย์การค้าไอคอนสยาม ถนนเจริญนคร เป็นต้น เชียงใหม่ เช่น **ร้านข้าวซอยเฟืองฟ้า** ร้านอาหารมุสลิมเชียงใหม่ร้านนี้ตั้งอยู่ถนนเจริญประเทศซอย1 ติดกับสุเหร่าอิสลามบ้านฮ่อ บรรยากาศภายในร้านกว้างขว้าง สามารถรับนักท่องเที่ยวได้เป็นหมู่คณะ และ**ร้าน ณ จันตรา** ห้องอาหารไทยของโรงแรมจันตราคีรี ที่มีบรรยากาศดีกับวิวทิวทัศน์ที่สวยงามของภูเขา

รวมถึงรสชาติอาหารที่ถูกปาก เพราะเป็นห้องอาหารที่มีทั้งอาหารไทย และอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ ได้รับรางวัลมิชลินแบบบิบกูร์มองด์ ภูเก็ต เช่น **ร้านหมอมูดง** ร้านอาหารไทยที่มาจากชื่อเล่นของเจ้าของร้านที่ชื่อ หมอ รวมกับชื่อคลองมูดง ซึ่งตั้งอยู่ใต้ร่มไม้ของป่าชายเลน บรรยากาศร่มรื่นสบาย ๆ และชมวิวไม้โกงกางเขียวสบายตา ได้รับรางวัลมิชิลินบิบกูร์มองด์ **ร้านแหลมหินซีฟู้ด** ร้านอาหารทะเลริมหากฝั่งตะวันออก เป็นร้านที่ขึ้นชื่อเรื่องความสดใหม่ของอาหารทะเล และมีเมนูอร่อยให้เลือกชิมมากมาย เช่น ปูผัดพริกไทยดำ กุ้งผักน้ำมะขาม เมี่ยงปลากระพงกรอบ และห่อหมกทะเล พร้อมชิลล์ในบรรยากาศริมทะเลรับลมเย็นสบาย

3. ที่พัก ได้แก่ โรงแรมที่ได้มาตรฐานและเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มมสลิม ในกรุงเทพมหานคร เช่น **โรงแรม Al Meroz Hotel Bangkok** โรงแรมระดับ 5 ดาว ย่านรามคำแหง ที่เปิดประตู ต้อนรับทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติด้วยการบริการที่ได้มาตรฐานฮาลาลระดับสากลครบวงจร โรงแรม **Nouvo City Hotel** เปิดให้บริการด้วยระบบมาตรฐานฮาลาล พร้อมห้องอาหารด้วยราคามิตรภาพ และผ่อนคลายให้สบายด้วยสปาในรูปแบบกลิ่นอายความเป็นไทย **โรงแรมมิวส์** เป็นโรงแรมบูติกบริหารโดยกลุ่ม Accor การออกแบบภายในได้แรงบันดาลใจจากยุคแกสบี้ในช่วงปี 1920 ได้รับรางวัลมิชิลินโรงแรมสะดวกสบายมาก เชียงใหม่ เช่น **ปิง นครา โฮเทล แอนด์ สปา** รีสอร์ทแนวธรรมชาติ ได้บรรยากาศย้อนยุคกับตึกสไตล์โคโลเนียล จุดเด่นอยู่ที่การตกแต่งภายในด้วยตึกสีขาวสะอาดตา ใส่ใจทุกรายละเอียด การตกแต่งเน้นความหรูหรา รวมถึงสะดวกสบายจากสิ่งอำนวยความสะดวกของทางโรงแรม ทำให้ที่นี่ได้รับรางวัลสถาปัตยกรรมร่วมสมัยจากกรรมาธิการสถาปนิกล้านนา ได้รับรางวัลมิชลินโรงแรมค่อนข้างสะดวกสบาย และ **รติลานนา ริเวอร์ไซด์ สปา รีสอร์ท** โรงแรมริมแม่น้ำปิง ผสมผสานมรดกทางวัฒนธรรมโบราณของเชียงใหม่เข้ากับความเจริญในยุคสมัยปัจจุบันได้อย่างลงตัวและมีเสน่ห์ ตัวห้องพักสามารถมองเห็นวิวแม่น้ำอันสวยงาม ภูเก็ต เช่น **The Royal Paradise Hotel & Spa Phuket** เป็นจุดเริ่มต้นที่ดีเยี่ยมในการท่องเที่ยวสำรวจภูเก็ต สามารถเดินทางไปยังสถานที่สำคัญต่าง ๆ ของเมืองได้อย่างสะดวก ที่พักแห่งนี้เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม

4. แหล่งจับจ่ายใช้สอย ตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร เช่น **ศูนย์การค้าเอ็มบีเค เซ็นเตอร์ (MBK Center)** ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในกรุงเทพมหานคร ภายในอาคารขนาด 8 ชั้นซึ่งส่วนหนึ่งจัดเป็นพื้นที่เช่าค้าขาย จำนวนกว่า 2,500 ร้านค้า โดยมีสินค้าและบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ **สยามเซ็นเตอร์ (Siam Center)** ศูนย์การค้าขนาดใหญ่แบบพิเศษติด 1 ใน 5 ศูนย์การค้าที่ออกแบบดีที่สุดของโลก **ไอคอนสยาม (ICON Siam)** ห้างสรรพสินค้าไอคอนสยามอยู่บริเวณโค้งริมแม่น้าเจ้าพระยาเป็นจุดที่รายล้อมด้วยเส้นทางสัญจรทั้งทางบกทางน้ำรอบ ๆ ทั้งสองฝั่งยังเต็มไปด้วยโรงแรมห้าดาว และที่ตั้งของโบราณสถาน วัดวาอารามที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว **ตลาดนัดสวนจตุจักร (Jatujak Weekend Market)** เป็นตลาดนัดที่ใหญ่ที่สุดในกรุงเทพมหานครที่ได้รับความนิยมจากคนไทยและชาวต่างชาติ มีสินค้า 8 ประเภท ได้แก่ ผักและผลไม้ เสื้อผ้า สัตว์เลี้ยง ต้นไม้ อาหารปรุง อาหารสำเร็จรูป อาหารสด และของที่ระลึก เชียงใหม่ เช่น **ถนนคนเดินสันกำแพง** ตั้งอยู่นอกเมืองออกมาไกลหน่อย แต่ก็เป็นขวัญใจของคนที่นี่ และเป็นถนนคนเดินที่มีสีสันอีกแห่งของเชียงใหม่ มีทั้งของกิน ของขาย ของท้องถิ่น ขนมหากินยาก งานฝีมือต่าง ๆ แนะนำให้ลอง

เปลี่ยนบรรยากาศมาลองเดินถนนคนเดินแห่งนี้ และ **เชียงใหม่ไนท์บาซาร์** ตั้งอยู่ไม่ไกลจากจุดชมวิวแม่น้ำปิง ระหว่างถนนช้างคลานและท่าแพ เป็นแหล่งชอปปิงชื่อดังแห่งหนึ่งของเชียงใหม่ เป็นตลาดที่มีหลังคาคลุมอาคารดูแปลกตา รอบ ๆ ตลาดมีร้านค้าและแผงลอยหลายร้อยแผงกระจายไปตามถนนทั้ง 2 แห่งให้นักชอปได้เลือกซื้อเสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องสำอาง และของที่ระลึกอื่นๆมากมาย เป็นต้น พัทยา เช่น **ศูนย์การค้าเทอร์มินอล 21 พัทยา** (Terminal 21 Pattaya) เป็นห้างสรรพสินค้าที่ยอดนิยมแห่งหนึ่ง ตั้งอยู่ใจกลางเมืองพัทยา ด้วยแนวคิดการตกแต่งที่ต้องการจำลองบรรยากาศรอบโลกมาไว้ในสถานที่เดียว ภูเก็ต เช่น **Jungceylon (จังซีลอน)** เป็นห้างสรรพสินค้าที่ใหญ่และทันสมัยในภาคใต้ของประเทศไทย ตั้งอยู่บริเวณหาดป่าตอง ห้างใกล้หาดป่าตองสำหรับคนที่เหนื่อยจากการเล่นน้ำทะเล มานั่งหลบแดด แหล่งรับประทานอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว

4.3.2 นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

ผลการสังเคราะห์ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับอุปสงค์ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง แสดงตัวอย่างได้ดังนี้

4.3.2.1 นักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า

เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจการเที่ยวชมวิถีชีวิต วัฒนธรรมท้องถิ่น เที่ยวชมโบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ การเข้าร่วมเทศกาล งานประเพณี กิจกรรมพิเศษ และกิจกรรมทางศาสนา เช่น ทำบุญไหว้พระ ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ มองว่าตราสินค้าของต่างประเทศมีคุณภาพดีกว่าตราสินค้าภายในประเทศ สินค้าราคาแพงย่อมมีคุณภาพกว่าสินค้าราคาถูก อย่างไรก็ตาม ตราสินค้าก็ไม่ได้มีความสำคัญไปมากกว่าความพึงพอใจของตน มองหาสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบริการที่มีมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) และได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA)

ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า คือ **ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม** โดยเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และศาสนสถาน รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เทศกาล งานประเพณี และกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต้องมีโอกาสได้เรียนรู้ สัมผัส และร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวทางศิลปะ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต สำหรับที่พักแรมที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว ได้แก่ โรงแรมประเภทหรูหรา มีชื่อเสียง มีมาตรฐานการบริการเป็นที่ยอมรับในระดับสากล เน้นการออกแบบทางสถาปัตยกรรม การตกแต่งภายใน และการให้บริการที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมของจังหวัดหรือท้องถิ่น ส่วนภัตตาคาร/ร้านอาหาร ควรเป็นภัตตาคารหรือร้านอาหารที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักเน้นรายการอาหารพื้นเมือง และได้รับการการันตีจากบุคคล/องค์กรที่มีชื่อเสียง การตกแต่งภายใน และบรรยากาศของร้านสะท้อนถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของจังหวัดหรือท้องถิ่นนั้น ๆ นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่พักแรม หรือ

ภัตตาคาร/ร้านอาหาร นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญมากกับการได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย Amazing Thailand Safety and Health Administration หรือมาตรฐาน SHA

ตัวอย่าง แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พักแรม และภัตตาคาร/ร้านอาหารที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า ได้แก่

(1) แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น **วัดพระธาตุดอยคำ จังหวัดเชียงใหม่** เป็นวัดที่มีอายุเก่าแก่กว่า 1,300 ปี ภายในวัดเป็นที่ประดิษฐานของพระธาตุดอยคำ วิหารพระธาตุดอยคำ และหลวงพ่อทันใจ **วัดป่าดาราภิรมย์ จังหวัดเชียงใหม่** ถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นสถานที่ปฏิบัติธรรมและศาสนกิจของพระภิกษุสงฆ์ โดยใช้พระนามของพระราชชายาเจ้าดารารัศมี พระราชชายาในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 สิ่งก่อสร้างที่สำคัญภายในวัด ได้แก่ พระวิหารหอคำหลวง พระอุโบสถพระราชชายาเจ้าดารารัศมี และพระมณฑปพระจุฬามณีศรีบรมธาตุ เป็นต้น **ชุมชนบ้านป่าบงเปียง จังหวัดเชียงใหม่** เป็นหมู่บ้านเล็กๆ ชาวบ้านที่อาศัยในหมู่บ้านเป็นชาวปกาเกอะญอที่มีวิถีชีวิตแบบเรียบง่าย ประกอบอาชีพทำนา และปลูกพืชไร่หมุนเวียนตามฤดูกาล สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของชุมชน ได้แก่ ทัศนียภาพของนาขั้นบันไดที่ได้รับการกล่าวขานกันว่าเป็นผืนนาข้าวที่สวยที่สุดในประเทศไทย **บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่** เป็นหมู่บ้านเก่าแก่มีอายุกว่า 100 ปี มีภูมิประเทศที่สวยงาม รายล้อมด้วยภูเขา อากาศเย็นสบายตลอดทั้งปี เป็นหมู่บ้านที่ยังคงอยู่ร่วมกับธรรมชาติได้อย่างลงตัว และยังคงยึดถือวัฒนธรรมและประเพณีแบบดั้งเดิมไว้อย่างเหนียวแน่น **เฮือนสีมันตรา จังหวัดเชียงใหม่** ในอดีต คือ บ้านพักนายไปรษณีย์หลังแรกในมณฑลพายัพ สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2453 ต่อมาตระกูลสีมันตรได้ขอประมูลบ้านหลังนี้ แล้วย้ายตัวบ้านมาตั้งที่อำเภอสันป่าตองในปี พ.ศ. 2549 แต่ยังคงรูปแบบตัวบ้านดังเดิมไว้ ปรับเปลี่ยนเฉพาะหลังคาให้สวยงามเป็นทรงล้านนา ปัจจุบันบ้านสีมันตราเป็นทั้งบ้านพัก พิพิธภัณฑ์ และคาเฟ่ **วัดหนองป่าพง จังหวัดอุบลราชธานี** เป็นต้นแบบของวัดป่ากว่า 100 แห่งในประเทศไทยและอีกหลายแห่งในต่างประเทศ ก่อตั้งโดยหลวงปู่ชา สุภัทโท ซึ่งเป็นตัวอย่างของพระภิกษุสงฆ์ที่ปฏิบัติดี ปฏิบัติชอบ ขณะยังมีชีวิตอยู่ท่านได้อุทิศตนเพื่อการปฏิบัติธรรมและเผยแผ่พุทธศาสนาทั้งแก่ชาวไทยและชาวต่างประเทศจนบังเกิดผลงานที่เป็นประโยชน์อเนกอนันต์แก่พระพุทธศาสนา สิ่งก่อสร้างที่สำคัญภายในวัด ได้แก่ พระอุโบสถ เจดีย์พระโพธิญาณเถร หอระฆัง และพิพิธภัณฑ์พระโพธิญาณเถร **วัดพระธาตุหนองบัว จังหวัดอุบลราชธานี** เป็นวัดที่มีชื่อเสียงและมีความสำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดอุบลราชธานี สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2498 เริ่มต้นจากกลุ่มพุทธศาสนิกชนที่ยึดมั่นในการปฏิบัติธรรม และมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าในการสร้างวัดให้เป็นสถานที่ปฏิบัติธรรม ปัจจุบันภายในวัดมีสิ่งก่อสร้างที่สำคัญ ได้แก่ พระธาตุเจดีย์ศรีมหาโพธิ์ อุโบสถศาลา และรูปปั้นพญานาค **หมู่บ้านรวมไทย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์** เป็นชุมชนต้นแบบด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนของจังหวัด และเป็นชุมชนท่องเที่ยวโอทอปนวัตวิถีระดับประเทศ มีศักยภาพและความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สัตว์ป่าในพื้นที่อุทยานแห่งชาติกุยบุรี หรือ “ซาฟารีเมืองไทย” รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยการนำเสนอผ่านวิถีชีวิตและกิจกรรมต่าง ๆ ภายในชุมชน **ร้านโขมพัสตร์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์** ก่อตั้งขึ้นที่อำเภอหัวหิน ในปี พ.ศ. 2491 เป็นร้าน

ผ้าที่อยู่คู่เมืองหัวหินมานาน ตั้งแต่สมัยหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยพลเอกพระวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าบวรเดช และหม่อมเจ้าหญิงผจงจิตร กฤดากร ทรงมีเจตนาให้ชาวบ้านมีงานทำ มีรายได้เลี้ยงดูครอบครัวให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ผ้าของร้านโขมพัสตร์เป็นผ้าพิมพ์ลายที่ทำด้วยมือทั้งหมด ลายพิมพ์ดั้งเดิมที่ยังคงได้รับความนิยม ได้แก่ ลายดอกจิก และยังมีลายใหม่ ๆ ที่มีความร่วมสมัยและใช้งานได้จริงอีกมากมาย มีการสร้างสรรค์สีหรือคู่สีใหม่ ๆ แต่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ของผ้าโขมพัสตร์ไว้ได้เป็นอย่างดี **ศูนย์หัตถกรรมทอผ้าบ้านเขาเต่า จังหวัดประจวบคีรีขันธ์** ปัจจุบันมีการจัดตั้งเป็นกลุ่มสตรีทอผ้าบ้านเขาเต่าในโครงการพระราชดำริ และจัดเป็นศูนย์หัตถกรรมทอผ้าบ้านเขาเต่า มีผลงานการทอผ้าฝ้ายเป็นหลัก ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์บ่งบอกว่าเป็นผ้าทอจากบ้านเขาเต่า คือ ลายเต่า ผ้าทอจากบ้านเขาเต่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาการทออย่างต่อเนื่อง มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการทอ ทำให้ได้ผืนผ้าที่สวมใส่สบาย เนื้อสัมผัสนุ่ม ใยผ้ายังช่วยเพิ่มความอบอุ่นให้แก่ร่างกายอีกด้วย ศูนย์หัตถกรรมทอผ้าบ้านเขาเต่า เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมเพื่อเรียนรู้ขั้นตอนการทอผ้า โดยมีทั้งอาคารทอผ้า และอาคารจำหน่ายสินค้ารองรับนักท่องเที่ยว **ชุมชนบ้านไม้ขาว จังหวัดภูเก็ต** เป็นชุมชนที่มีความอุดมสมบูรณ์ของป่าพรุดั้งเดิม มีความหลากหลายทางชีวภาพ ตลอดจนมีหาดไม้ขาว ซึ่งเป็นชายหาดที่ยาวที่สุดในจังหวัดภูเก็ต เป็นจุดที่นักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นเครื่องบินในระยะใกล้เสมือนกำลังบินข้ามศีรษะ มีกิจกรรมที่น่าสนใจ ได้แก่ การศึกษาวิถีชีวิตการทำนาของชาวภูเก็ต การรับประทานอาหารท้องถิ่น การทำสปาทราย การร่วมกิจกรรมดำนา การเกี่ยวข้าว และควายฮับ ซึ่งสามารถสร้างประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี **ย่านเมืองเก่าภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต** ตั้งอยู่ใจกลางเมืองภูเก็ต ซึ่งมีความสวยงามของอาคารแบบชิโน-โปรตุกิสที่ถูกปรับปรุงและตกแต่งขึ้นใหม่ โดยอาคารบางหลังยังคงเป็นที่อยู่อาศัย แต่ส่วนใหญ่ถูกปรับเปลี่ยนให้เป็นร้านค้า ร้านอาหาร ร้านกาแฟ และคาเฟ่ นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมอาคารแบบชิโน-โปรตุกีส พิพิธภัณฑ์ไทยหัว ศาลเจ้าแสงธรรม โรงตีเหล็กที่หลงเหลืออยู่แห่งเดียวในภูเก็ต บ้านเลขที่ 88 แหล่งสะสมของโบราณ ศิลปะภาพวาด สตรีท อาร์ทจากศิลปินชั้นนำของไทย และชิมอาหารพื้นเมืองภูเก็ต เช่น หมี่ฮกเกี้ยน โอวต้าว โลบะ และโอ๊ะเอ๋ว เป็นต้น

(2) ที่พักแรม เช่น **โรงแรมศาลาล้านนา จังหวัดเชียงใหม่** เป็นโรงแรมในเครือศาลา ที่มีแนวคิดในการออกแบบโรงแรมเป็นการนำเอาเอกลักษณ์ของแต่ละเมืองหรือจังหวัดมาเป็นต้นแบบในการออกแบบ จึงทำให้โรงแรมแต่ละแห่งในเครือศาลามีเอกลักษณ์เฉพาะแตกต่างกัน โดยโรงแรมศาลาล้านนา ตั้งอยู่ริมแม่น้ำปิง การตกแต่งโรงแรมและห้องพักเป็นแบบไทยประยุกต์ที่สะท้อนให้เห็นถึงศิลปะล้านนาร่วมสมัย การบริการมีมาตรฐานระดับสากล แต่แฝงไปด้วยความงดงามอ่อนช้อยของวัฒนธรรมล้านนา **โรงแรมโฟร์ซีซัน รีสอร์ท เชียงใหม่** เป็นโรงแรมในเครือโฟร์ซีซัน ตั้งอยู่ที่อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ การออกแบบและตกแต่งโรงแรมสะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์ของล้านนา แวดล้อมไปด้วยบรรยากาศของท้องทุ่ง ที่นักท่องเที่ยวจะได้มีโอกาสชมทิวทัศน์และสัมผัสวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น *โรงแรมทอแสง เฮอริเทจ โขงเจียม* ตั้งอยู่ที่อำเภอโขงเจียม ริมแม่น้ำโขง อยู่ใกล้กับจุดชมวิวแม่น้ำสองสี มีการออกแบบและตกแต่งด้วยสถาปัตยกรรมร่วมสมัย ทั้งสถาปัตยกรรมไทย ขอม และบาหลี นอกจากนี้ ยังมีการนำผลิตภัณฑ์จากฝีมือชาวบ้านมาใช้ในการตกแต่งห้องพัก ทำให้ผู้เข้าพักได้สัมผัสวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างแท้จริง **ชีวาศรม อินเตอร์เนชั่นแนล เฮลท์ รีสอร์ท จังหวัดประจวบคีรีขันธ์** ตั้งอยู่ริม

ชายหาดหัวหิน เป็นรีสอร์ทเพื่อสุขภาพแห่งแรกในเอเชีย ให้บริการที่พักแรมและโปรแกรมการดูแลสุขภาพในบรรยากาศที่เงียบสงบและเป็นส่วนตัว โดยนำเอาวิถีการดูแลสุขภาพแบบไทยผสมผสานกับศาสตร์การดูแลสุขภาพแบบตะวันตกมาสร้างสรรค์เป็นโปรแกรมการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมที่มีเอกลักษณ์ของไทย อีกทั้ง การออกแบบอาคาร และห้องพักเน้นสถาปัตยกรรมไทย เพื่อให้ผู้เข้าพักได้พักผ่อนในบรรยากาศแบบไทยอย่างแท้จริง **โรงแรมดุสิตธานี ลากูน่า ภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต** เป็นโรงแรมในเครือดุสิตธานี ตั้งอยู่บนหาดทรายขาวของหาดบางเทา รายล้อมด้วยสวนเขียวชอุ่ม มีการตกแต่งที่งดงามสะท้อนถึงมรดกทางวัฒนธรรมของไทย มีการบริการด้วยไมตรีจิตตามเอกลักษณ์ของไทย ที่ได้มาตรฐานระดับสากล ให้บริการห้องพักและพูลวิลล่าที่มีการตกแต่งอย่างสวยงาม หรูหรา นอกจากนี้ ภายในโรงแรมยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครับครัน เช่น สระว่ายน้ำ สนามกีฬา และห้องอาหารที่มีทั้งห้องอาหารนานาชาติ และห้องอาหารไทยแบบชาววัง

(3) ภัตตาคาร/ร้านอาหาร เช่น **ร้านเฮือนม่วนใจ๋ จังหวัดเชียงใหม่** ตั้งอยู่ถนนราชพฤกษ์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ เป็นร้านอาหารเหนือที่ตกแต่งในรูปแบบของล้านนา โดยทางร้านได้รับรองมาตรฐานมิชลิน (Michelin Star) อีกทั้งเชฟของร้านยังได้รับรางวัลเชฟกะทะเหล็ก ทำให้ร้านอาหารแห่งนี้มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก **ศูนย์วัฒนธรรมเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่** ตั้งอยู่บนถนนสายเชียงใหม่-หางดง เป็นศูนย์รวมศิลปะและวัฒนธรรมล้านนา ให้บริการอาหารแบบขันโตก ซึ่งเป็นวัฒนธรรมการกินของชาวล้านนา โดยนักท่องเที่ยวจะได้รับประทานอาหารพร้อมกับชมการแสดงศิลปวัฒนธรรมล้านนาที่งดงาม รวมถึงการแสดงของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ของจังหวัดเชียงใหม่ **เรือนอาหารวิวมูล จังหวัดอุบลราชธานี** ลักษณะร้านเป็นเรือนไทยอีสานแบบประยุกต์ ประกอบด้วย 2 ชั้น มีการตกแต่งอย่างสวยงาม บรรยากาศดี ขณะรับประทานอาหารสามารถชมบรรยากาศพระอาทิตย์ตกดินริมฝั่งแม่น้ำมูลได้อย่างชัดเจน ให้บริการอาหารพื้นเมือง โดยเฉพาะเมนูอาหารที่ทำจากปลา ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการประกอบอาหารของชาวอุบลราชธานีที่มีวิถีชีวิตริมฝั่งแม่น้ำมูล **ร้านแสงไทย ซีฟู้ด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์** ตั้งอยู่ถนนแนบเคหาสน์ อำเภอหัวหิน เป็นร้านอาหารทะเลที่มีชื่อเสียงมายาวนานกว่า 40 ปี ร้านมีขนาดใหญ่ มีการตกแต่งร้านอย่างสวยงาม และมีบรรยากาศที่ดี เนื่องจากตั้งอยู่ริมทะเลหัวหิน ให้บริการอาหารทะเล สด ใหม่ ด้วยเมนูที่หลากหลาย **ร้านครัวชมทะเล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์** ตั้งอยู่อำเภอสามร้อยยอด เป็นร้านอาหารไทยระดับห้าดาว ทางร้านได้นำอาหารทะเลจากชาวประมงพื้นบ้านมาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการประกอบอาหารไทยสูตรต้นตำรับ โดยอาหารจะมีให้เลือกหลากหลายเมนู โดยแต่ละเมนูจะมีเรื่องเล่าที่สะท้อนถึงการส่งต่อสูตรอาหารจากรุ่นสู่รุ่น นอกจากนี้ ร้านครัวชมทะเลยังได้รับรางวัลที่แสดงถึงคุณภาพ และรสชาติอาหารมากมาย เช่น รางวัลเชลล์ชวนชิม รางวัลมาตรฐานการบริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยว จากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และรางวัลมาตรฐานร้านอาหาร 5 ดาว จากกรมอนามัย เป็นต้น **ร้านตู้กับข้าว จังหวัดภูเก็ต** ตั้งอยู่ที่ถนนพังงา อำเภอเมืองภูเก็ต ให้บริการอาหารพื้นเมืองปักษ์ใต้ โดยอาคารของร้านเป็นสถาปัตยกรรมแบบชิโนโปรตุกีส ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของเมืองภูเก็ต ภายในร้านมีการตกแต่งอย่างสวยงาม ประดับประดาด้วยข้าวของเครื่องใช้ที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของ

ชาวพื้นเมืองภูเก็ต ซึ่งนอกจากนักท่องเที่ยวจะได้รับประทานอาหารปักษ์ใต้แบบดั้งเดิมแล้ว ยังสามารถสัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่นของชาวภูเก็ตอีกด้วย

4.3.2.2 นักท่องเที่ยวกลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน

เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้า หรือร้านค้า ชอบรับประทานอาหารนอกบ้าน ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน คือ **ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงนันทนาการและการพักผ่อน** โดยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งชอปปิง เช่น ห้างสรรพสินค้า ตลาดพื้นเมือง และถนนคนเดิน เป็นต้น ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว และเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก พร้อมกับการรับประทานอาหารตามภัตตาคาร/ร้านอาหาร/คาเฟ่ที่ตนเองชื่นชอบ ลักษณะของที่พักแรมควรเป็นโรงแรมประเภทหรูหรา ตั้งอยู่ในตัวเมือง หรือใกล้กับแหล่งชอปปิง และย่านการค้า ส่วนภัตตาคาร/ร้านอาหาร/คาเฟ่ ควรเป็นร้านที่มีชื่อเสียง รสชาติอาหารดี การตกแต่งร้านสวยงาม บรรยากาศเหมาะสำหรับการพักผ่อน

ตัวอย่าง แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พักแรม และภัตตาคาร/ร้านอาหารที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน

(1) แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น **ชุมชนวัวลาย จังหวัดเชียงใหม่** เป็นแหล่งผลิตเครื่องเงินที่มีชื่อเสียงมาตั้งแต่อดีต ด้วยความชำนาญในกระบวนการผลิต ตั้งแต่การออกแบบชิ้นงาน การผลิตต้นแบบและแม่พิมพ์ การขึ้นรูปโลหะ และการหล่อ จนได้ชิ้นงานที่มีความประณีตงดงาม มีทั้งของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก และของสะสม **ถนนนิมมานเหมินทร์ จังหวัดเชียงใหม่** เป็นแหล่งรวมร้านค้าที่หลากหลาย ทั้งสินค้าตกแต่งบ้าน เสื้อผ้า เครื่องประดับ และของตกแต่งบ้าน รวมถึงร้านอาหาร ร้านกาแฟ และคาเฟ่ที่มีการตกแต่งอย่างสวยงามและทันสมัย **กาดบะป๋าวหรือกาดมะพร้าว จังหวัดเชียงใหม่** เป็นตลาดนัดชุมชนเชิงท่องเที่ยวในสวนมะพร้าว นักท่องเที่ยวจะได้เลือกซื้อสินค้า รับประทานอาหาร และพักผ่อนในบรรยากาศที่ร่มรื่นเย็นสบายในสวนมะพร้าว สินค้าที่จำหน่ายในตลาดส่วนมากเป็นอาหารและเครื่องดื่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารพื้นเมือง และขนมโบราณ **ถนนคนเดิมเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี** เป็นถนนที่เรียงรายไปด้วยบ้านไม้และร้านค้าเก่าแก่ที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำโขง มีร้านอาหารท้องถิ่น คาเฟ่ และร้านค้าต่าง ๆ ที่จำหน่ายของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ชุมชน อาทิ ผ้าซิ่นและผ้าทอ นอกจากนี้ ยังเต็มไปด้วยมุมถ่ายภาพสวย ๆ มากมาย *ชุมชนบ้านปะอาว จังหวัดอุบลราชธานี* หมู่บ้านเก่าแก่อายุกว่า 200 ปี ซึ่งเป็นแหล่งผลิตเครื่องทองเหลืองที่มีชื่อเสียงของจังหวัดอุบลราชธานี นักท่องเที่ยวสามารถเข้าเยี่ยมชม เลือกซื้อสินค้า และร่วมกิจกรรมการทำทองเหลือด้วยวิธีขี้ผึ้งหาย ได้แก่ การเตรียมดินในการทำพิมพ์ การเสี่ยนพิมพ์ การเคียนขี้ผึ้งหรือพันขี้ผึ้ง การเสี่ยนขี้ผึ้งหรือกลึงขี้ผึ้ง การพิมพ์ลาย และการเททอง **ชุมชนขนมแปลกริมคลองหนองบัว จังหวัดจันทบุรี** เป็นชุมชนขนาดเล็ก ในอดีตเป็นย่านการค้าที่มีความสำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดจันทบุรี ปัจจุบันชุมชนแห่งนี้ยังคงรักษาเอกลักษณ์ซึ่งเป็นวิถีชีวิตชุมชนริมคลองไว้ได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังมีความโดดเด่นในด้านอาหารและขนมโบราณที่หารับประทานได้ยาก จนเป็นที่มาของคำว่าขนมแปลก ภายใน

ชุมชนจะมีตลาดชุมชนขนมแปลก รวมถึงอาคารและบ้านเรือนเก่าแก่ที่ประดับด้วยลวดลายฉลุสวยงาม **บ่อพลอยเหล็กเพชร จังหวัดจันทบุรี** เป็นศูนย์การเรียนรู้และอนุรักษ์การหาพลอยแบบโบราณ เปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2561 โดยนักท่องเที่ยวจะได้รับฟังการบรรยายเกี่ยวกับการขุดหาพลอยโบราณ ชมการสาธิต และทดลองร่อนหาพลอยด้วยตัวเอง นอกจากนี้ ยังสามารถนำพลอยที่พบกลับไปเป็นที่ระลึก อีกทั้ง ยังสามารถเยี่ยมชมสวนผลไม้และชิมผลไม้ตามฤดูกาลภายในบ่อพลอยแห่งนี้ได้อีกด้วย **ศูนย์ส่งเสริมอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรี** เป็นศูนย์แสดงและส่งเสริมอัญมณีและเครื่องประดับที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยและเอเชีย ภายในเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้เกี่ยวกับอัญมณี นิทรรศการกระบวนการผลิตอัญมณี รวมถึงการจำหน่ายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่มีคุณภาพ **ย่านเมืองเก่าภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต** นอกจากมีชื่อเสียงด้านความสวยงามของอาคารเก่าแก่แบบชิโน-โปรตุกิสแล้ว ยังมีร้านอาหาร ร้านกาแฟ คาเฟ่ และร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกอีกมากมาย **ร้านมุก จังหวัดภูเก็ต** ปัจจุบันมีหลายร้านให้เลือก บางร้านเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมการทำฟาร์มมุก และจำหน่ายเครื่องประดับมุกที่มีคุณภาพ เช่น ร้านมุกภูเก็ต ซึ่งผลิตไข่มุกแท้จากฟาร์มภูเก็ต มีโรงงานสาธิตกรรมวิธีการผลิตมุกและเครื่องประดับมุก รวมถึงการผลิตของที่ระลึกจากเปลือกหอย นอกจากนี้ ยังมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึก และสินค้าพื้นเมืองภูเก็ต บริษัทอมร ภูเก็ตเพิร์ลกรุ๊ป โดยจัดตั้งเป็น Factory และ Gallery ให้ความรู้เกี่ยวกับไข่มุกแบบครบวงจร และยังได้สร้างแบรนด์เครื่องประดับไข่มุก “อมร” รวมถึงพัฒนาเพื่อให้มุกภูเก็ตเป็นที่ยอมรับในระดับโลก โดยการออกแบบและผลิตมงกุฎเกียรติยศสำหรับการประกวดนางงามทั้งในเวทีระดับประเทศและต่างประเทศ

(2) ที่พักแรม เช่น **โรงแรมเลอ เมอริเดียน เชียงใหม่** เป็นโรงแรมระดับหรูหรา ตกแต่งอย่างสวยงาม ในบรรยากาศร่วมสมัยที่ผสมผสานเอกลักษณ์ของยุโรปกับศิลปวัฒนธรรมล้านนาเชียงใหม่ได้อย่างลงตัว โรงแรมตั้งอยู่กลางเมืองเชียงใหม่ บนถนนช้างคลาน ใกล้กับตลาดไนท์บาซาร์ ซึ่งเป็นตลาดกลางคืนที่มีชื่อเสียงของเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วยร้านอาหารและร้านค้ามากมาย **โรงแรมแคนทารี ฮิลล์ จังหวัดเชียงใหม่** เป็นโรงแรมระดับหรูหรา มีการตกแต่งอย่างสวยงาม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครับครัน โรงแรมตั้งอยู่บนถนนนิมมานเหมินทร์ ซอย 12 ซึ่งถือเป็นถนนท่องเที่ยวของเมืองเชียงใหม่ เนื่องจากเป็นถนนที่ถือเป็นศูนย์รวมของสถานที่ท่องเที่ยว สถานบันเทิง ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร และคาเฟ่ชื่อดังของเมืองเชียงใหม่ **โรงแรมทอแสง เฮอริเทจ อุบล จังหวัดอุบลราชธานี** ตั้งอยู่ที่ถนนพโลชัย อำเภอเมืองอุบลราชธานี ห่างจากสนามบินนานาชาติอุบลราชธานีเพียง 10 นาที เป็นโรงแรมระดับหรูหรา ซึ่งมีจุดเด่นของงานสถาปัตยกรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นไทยสู่สากล นอกจากการบริการที่พักแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครับครันแล้ว โรงแรมยังมีห้องอาหารชื่อดังให้บริการ ได้แก่ ห้องอาหารประเทืองทอง ซึ่งเป็นภัตตาคารจีน มีเมนูที่มีชื่อเสียงคือ เป็ดปักกิ่ง ซึ่งถือว่าเป็นเมนูอันดับหนึ่งของจังหวัดอุบลราชธานี นอกจากนี้ โรงแรมยังตั้งอยู่ใกล้ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล อุบลราชธานี ร้านสะดวกซื้อ ตลาดสด และแหล่งชอปปิง ตลอดจนสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น ทุ่งศรีเมือง ซึ่งเป็นสถานที่จัดงานประเพณีแห่เทียนพรรษา วัดหนองป่าพง วัดพระธาตุหนองบัว พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เป็นต้น **โรงแรมริมน้ำกลางจันท์ จังหวัดจันทบุรี** ตั้งอยู่บนถนนมหาราช อำเภอเมืองจันทบุรี เป็นที่พักแรมริมน้ำจันทบุรี ที่มีความเงียบสงบ

บรรยากาศแวดล้อมไปด้วยธรรมชาติ มีการออกแบบที่ร่วมสมัย ทุกห้องมีระเบียงกว้างสามารถมองเห็นทิวทัศน์แม่น้ำจันทบุรี และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน นอกจากนี้ โรงแรมยังตั้งอยู่ใกล้ย่านการค้า ตลาดพื้นเมือง และร้านอาหารมากมาย เช่น ศูนย์อัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี ชุมชนริมน้ำจันทบูร ตลาดน้ำพุ ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ร้านอาหารจันทรโภชนา ร้านอาหารจันทร์อร่อย เป็นต้น **โรงแรมโนโวเทล ภูเก็ต ซิตี้ โภคีธรา จังหวัดภูเก็ต** ตั้งอยู่บนถนนชนะเจริญ ใจกลางเมืองภูเก็ต การออกแบบที่พักผสมผสานความทันสมัย ความหรูหรา และเสน่ห์แบบไทยเข้าด้วยกัน โรงแรมตั้งอยู่ใจกลางเมืองภูเก็ต ทำให้สามารถเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยตั้งอยู่ห่างจากห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ภูเก็ต อาคารฟลอเรสต้า 5 กิโลเมตร และห่างจากย่านเมืองเก่าภูเก็ตเพียง 2 กิโลเมตร ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมความงามทางสถาปัตยกรรมของย่านเมืองเก่าภูเก็ต ตลอดจนรับประทานอาหารในร้านอาหารที่มีชื่อเสียงมากมาย ทั้งร้านอาหารริมทาง และร้านอาหารระดับหรูหรา อีกทั้งสามารถเดินชมและเลือกซื้อสินค้าบนถนนสายประวัติศาสตร์ที่มีสินค้าให้เลือกมากมาย เช่น ถนนดีบุก ถนนถลาง และถนนรมณีย์ เป็นต้น

(3) ภัตตาคาร/ร้านอาหาร เช่น **ภัตตาคาร ร้านอาหาร และคาเฟ่ ย่านนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่** ถนนนิมมานเหมินท์ ถือเป็นย่านเศรษฐกิจสำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร และคาเฟ่มากมาย โดยเป็นร้านอาหารและคาเฟ่ที่มีชื่อเสียง รสชาติอาหารดี การตกแต่งร้านสวยงาม บรรยากาศเหมาะสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ เช่น ร้านจินเจอร์ฟาร์ม คิชเช่น ร้านเขียวไข่กา ร้าน GRAPH Café ร้าน Groon ร้านชีวิต ชีวา เป็นต้น **ร้านชมจันทร์ จังหวัดอุบลราชธานี** ตั้งอยู่อำเภอวารินชำราบ ห่างจากตัวเมืองอุบลราชธานี เพียง 3 กิโลเมตร เป็นร้านอาหารที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำโขง ทำให้มีบรรยากาศที่ดี มีการตกแต่งร้านอย่างสวยงาม ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มที่มีเมนูหลากหลาย รสชาติดี *ร้านจันทรโภชนา สาขามหาราช จังหวัดจันทบุรี* ตั้งอยู่บนถนนมหาราช ในตัวเมืองจันทบุรี มีการตกแต่งร้านแบบย้อนยุค บรรยากาศดี ให้บริการอาหารท้องถิ่น โดยเฉพาะการนำผลไม้และสมุนไพรประจำถิ่นมาปรุงอาหาร เช่น หมูชะมวง เส้นจันท์ผัดปู ยำมังคุด ส้มตำทุเรียน และมัสมั่นทุเรียน เป็นต้น **ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และคาเฟ่ ย่านเมืองเก่าภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต** ย่านเมืองเก่าภูเก็ต เป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดภูเก็ตที่มีเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมแบบชิโนโปรตุกีส โดยมีร้านอาหารและคาเฟ่ที่มีชื่อเสียง บรรยากาศและอาหารรสชาติดีอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น ร้านตู้กับข้าว ร้านวันจันทร์ ร้านระย้า ร้านหมี่ต้นโพธิ์ ร้าน PiKGO Cafe' ร้าน Orta Café ร้าน Kopi De Phuket Cafe & Restaurant ร้าน Chino@Cafe' Gallery ร้าน Cafe'in - Thaihua Museum และร้าน Chino Cafe Gallery เป็นต้น

4.3.2.3 นักท่องเที่ยวกลุ่มใส่ใจสิ่งรอบตัว

เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มองว่าการท่องเที่ยวช่วยสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น การซื้อสินค้าท้องถิ่นเป็นการส่งเสริมอาชีพและเศรษฐกิจในชุมชน การศึกษาเรียนรู้เกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลาไม่มีข้อจำกัด มองว่าภาวะเศรษฐกิจส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม ทุกคนควรให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและผู้สูงอายุ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มองว่าครอบครัวมีความสำคัญที่สุดในชีวิต ชอบทำ

กิจกรรมกับครอบครัว ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยภายในบ้าน ชอบตกแต่งบ้านและบริเวณบ้านให้ดูดีอยู่เสมอ นอกจากนี้ ยังมองว่าตราสินค้าของต่างประเทศมีคุณภาพดีกว่าตราสินค้าภายในประเทศ สินค้าราคาแพงย่อมมีคุณภาพกว่าสินค้าราคาถูก อย่างไรก็ตาม ตราสินค้าก็ไม่ได้มีความสำคัญไปมากกว่าความพึงพอใจของตน

ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มใส่ใจสิ่งรอบตัว คือ **ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและยั่งยืน** โดยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มีแนวคิดการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน ให้ความสำคัญกับผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม กิจกรรมการท่องเที่ยว เน้นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ นักท่องเที่ยวต้องมีโอกาสได้ทำกิจกรรมกับครอบครัว และซื้อสินค้าที่ระลึกที่เป็นผลิตภัณฑ์จากชุมชนท้องถิ่น ที่พักแรม ควรเป็นโรงแรมประเภทหรูหรา มีชื่อเสียง มีมาตรฐานการบริการเป็นที่ยอมรับในระดับสากล มีภาพลักษณ์ที่ดีด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในโรงแรม ภัตตาคาร/ร้านอาหาร ควรเป็นร้านที่มีชื่อเสียง ให้บริการเต็มรูปแบบ เน้นบรรยากาศเป็นกันเองแบบครอบครัว ทั้งนี้ แหล่งท่องเที่ยว ที่พักแรม และภัตตาคาร/ร้านอาหารจะต้องมีความปลอดภัยสูง ให้ความสำคัญกับการออกแบบตามหลักอารยสถาปัตย์สอดคล้องกับลักษณะและความต้องการของผู้สูงอายุ

ตัวอย่าง แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พักแรม และภัตตาคาร/ร้านอาหารที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มใส่ใจสิ่งรอบตัว

(1) แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น *เส้นทางเชื่อมโยง***อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่** โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญตามเส้นทางท่องเที่ยวดอยอินทนนท์ ได้แก่ ไร่ชาดอยอินทนนท์ ทุ่งไฮเดรนเยีย อินทนนท์ สวนคุณทองดี ศูนย์วิจัยเกษตรหลวงเชียงใหม่ (ขุนวาง) อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ เส้นทางศึกษาธรรมชาติอ่างกา หรืออ่างกาหลวง เส้นทางศึกษาธรรมชาติกิ่วแม่ปาน พระมหาธาตุเจดีย์นภเมทนีดลนภพลภูมิสิริ สถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ น้ำตกวชิรธาร ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์ไม้กล้วยไม้รองเท้านารีอินทนนท์ น้ำตกแม่ยะ วัดพระธาตุศรีจอมทองวรวิหาร ทุ่งไฮเดรนเยียบ้านขุนแปะ นาขั้นบันไดบ้านแม่กลางหลวง และผาช่อ **ชุมชนกกสะทอน จังหวัดเลย** เป็นชุมชนที่ได้รับคัดเลือกจากองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ให้เป็นชุมชนต้นแบบเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สถานที่สำคัญภายในชุมชน ได้แก่ ภูลมโล อนุสรณ์สถานเทิดพระเกียรติบ้านหมากแข้ง วัดป่าเย็นศิระธรรมประทีป รอยเท้าไดโนเสาร์ และน้ำตกหมันแดง เป็นต้น **วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย** เป็นการรวมกลุ่มเพื่อสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชาวบ้านตำบลภูหอ อำเภอภูหลวง โดยได้รับการสนับสนุนจากองค์การบริหารพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชน เป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสวิถีชีวิตแบบเกษตรกรรมและความเป็นอยู่ของผู้คนในชุมชนอย่างแท้จริง รวมถึงการได้เลือกซื้อสินค้าที่ระลึกที่มีชื่อเสียงจากชุมชนอีกด้วย **ชุมชนบ้านเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา** เป็นชุมชนที่ชาวบ้านยังคงมีวิถีชีวิตแบบเรียบง่าย ยึดหลักการใช้ชีวิตตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ การเรียนรู้การทำขนมไทย การล่องเรือเที่ยวชมแม่น้ำเจ้าพระยา

และแวะชมความงดงามของวัดสำคัญในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา **ย่านเมืองเก่าภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต** ตั้งอยู่ใจกลางเมืองภูเก็ต ซึ่งมีความสวยงามของอาคารแบบชิโน-โปรตุกิสที่ถูกปรับปรุงและตกแต่งขึ้นใหม่ โดยอาคารบางหลังยังคงเป็นที่อยู่อาศัย แต่ส่วนใหญ่ถูกปรับเปลี่ยนให้เป็นร้านค้า ร้านอาหาร ร้านกาแฟ และคาเฟ่ นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมอาคารแบบชิโน-โปรตุกีส พิพิธภัณฑ์ไทยหัว ศาลเจ้าแสงธรรม โรงตีเหล็กที่หลงเหลืออยู่แห่งเดียวในภูเก็ต บ้านเลขที่ 88 แหล่งสะสมของโบราณ ศิลปะภาพวาด สตรีท อาร์ทจากศิลปินชั้นนำของไทย รวมถึงเลือกซื้อสินค้า และชิมอาหารพื้นเมืองภูเก็ต เช่น หมี่ฮกเกี้ยน โอวต้าว โลบะ และโอ๊ะเอ๋ว เป็นต้น

(2) ที่พักแรม เช่น **อนันตรา เชียงใหม่ รีสอร์ท จังหวัดเชียงใหม่** เป็นโรงแรมระดับหรูหรา ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำปิง มีบรรยากาศที่เงียบสงบ เหมาะสำหรับการพักผ่อน ภายในโรงแรมมีการตกแต่งที่สวยงามหรูหรา มีสิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมภายในที่พักมากมาย เช่น สปา การเรียนทำอาหารไทย เป็นต้น นอกจากนี้ โรงแรมยังมีการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน และรางวัลด้านสิ่งแวดล้อมจากองค์กรต่าง ๆ เช่น มาตรฐาน Green Growth 2050 มาตรฐาน Virtuoso Sustainability มาตรฐาน Green Health Hotel และมาตรฐาน Green Hotel เป็นต้น **เชียงคาน ริเวอร์ เมาท์เทน รีสอร์ท จังหวัดเลย** ตั้งอยู่ริมแม่น้ำโขง อำเภอเชียงคาน ตกแต่งในรูปแบบศิลปะไทยประยุกต์ ภายในโรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ห้องอาหาร Café de River ให้บริการอาหารไทยท้องถิ่นและอาหารนานาชาติที่ปรุงจากวัตถุดิบพื้นเมือง และยังมีกิจกรรมต่าง ๆ อีกมากมาย เช่น กิจกรรมล่องเรือชมทัศนียภาพและวิถีชีวิตของชาวบ้านริมฝั่งแม่น้ำโขง กิจกรรมตักบาตรข้าวเหนียวยามเช้า นอกจากนี้ ยังเป็นโรงแรมที่มีนโยบายในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และได้รับการรับรองมาตรฐาน Green Hotel อีกทั้ง ยังมีการดำเนินงานตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง และวิถีแบบเกษตรอินทรีย์อย่างยั่งยืน มีกิจกรรมสีเขียวให้ผู้เข้าพักได้ศึกษาเรียนรู้ เช่น การปลูกผัก การทำน้ำยาประเภทต่าง ๆ จากวัตถุดิบธรรมชาติ เป็นต้น **โรงแรมแคนทารี อยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา** เป็นโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเครือในเครือเคป แอนด์ แคนทารี โฮเทลส์ ห้องพักมีขนาดกว้างขวาง และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน โรงแรมตั้งอยู่ในตัวเมืองอยุธยา และใกล้กับห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล อยุธยา ทั้งนี้ การที่โรงแรมตั้งอยู่บนถนนสายหลักของจังหวัดจึงทำให้สามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เช่น ตลาดน้ำอโยธยา พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่น วัดใหญ่ชัยมงคล และวัดพนัญเชิง เป็นต้น นอกจากนี้ โรงแรมยังมีนโยบายในการบริหารจัดการที่พักแรมอย่างยั่งยืน โดยร่วมปฏิญญายูเนสโกเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (The UNESCO Sustainable Tourism Pledge) ซึ่งเป็นการแสดงเจตนารมย์ที่จะลดขยะและการใช้พลาสติกภายในโรงแรม ตลอดจนให้การสนับสนุนชุมชน และวัฒนธรรมท้องถิ่นอีกด้วย **โรงแรมพูลแมน ภูเก็ต อาเคเดีย ในทอนบีช จังหวัดภูเก็ต** ตั้งอยู่ฝั่งตะวันตกของจังหวัดภูเก็ต ให้บริการที่พักแรมระดับหรูหราพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกครับครัน มีการออกแบบที่พักตามหลัก Friendly Design เช่น ลิฟท์โดยสารขนาดใหญ่ ที่จอดรับ-ส่งผู้เข้าพักและห้องน้ำสำหรับผู้ใช้รถเข็น ทางลาด และทางเดินสำหรับผู้มีความบกพร่องทางสายตา

เป็นต้น นอกจากนี้ โรงแรมยังมีการบริหารจัดการที่พักที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และได้รับการรับรองมาตรฐาน Green Hotel อีกด้วย

(3) ภัตตาคาร/ร้านอาหาร เช่น **ร้านอาหารบ้านลันได จังหวัดเชียงใหม่** เป็นร้านอาหาร Fine Thai Cuisine ที่ให้บริการอาหารไทยที่ผสมผสานกับวัฒนธรรมพื้นบ้าน วัตถุดิบในการปรุงมาจากท้องถิ่น โดยทางร้านจะเลือกเอาวัตถุดิบของชาวไทใหญ่มาสร้างสรรค์เป็นเมนูอาหารที่พิเศษ หรูหรา สะท้อนเรื่องราววัฒนธรรมการกินของชาวไทใหญ่ โดยร้านอาหารแห่งนี้ได้รับรางวัลมิชลิน (Michelin Star) **ร้านอาหารล้านช้าง จังหวัดเลย** ตั้งอยู่ในตัวเมืองเลย เป็นร้านอาหารขนาดใหญ่ที่มีการตกแต่งร้านอย่างหรูหราด้วยศิลปะไทยอีสาน และประดับตกแต่งด้วยหน้ากากผีตาโขน ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัด มีบรรยากาศที่อบอุ่น ให้บริการอาหารหลากหลายประเภท พร้อมไวน์คุณภาพดี **ร้านศาลา อยุธยา อีทเทอรี่ แอนด์ บาร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา** เป็นร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในโรงแรมศาลา อยุธยา ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา สามารถมองเห็นวัดพุทธไธศวรรย์ที่ตั้งอยู่ฝั่งตรงกันข้ามได้ การออกแบบและตกแต่งร้านมีความสวยงาม หรูหรา และบรรยากาศดี ให้บริการอาหารไทยประยุกต์ที่มีการตกแต่งจานอาหารอย่างสวยงาม **ร้านบลู เอเลเฟ่นท์ จังหวัดภูเก็ต** ตั้งอยู่ถนนกระบี่ อำเภอเมืองภูเก็ต เป็นการนำเอาคฤหาสน์เก่าแก่อายุกว่า 100 ปี ซึ่งแต่เดิมเป็นจวนผู้ว่าราชการเมืองภูเก็ต (บ้านพระพิทักษ์ชินประชา) มาดัดแปลงเป็นร้านอาหารไทยระดับหรูหรา ตัวอาคารของร้านเป็นสถาปัตยกรรมแบบชิโนโปรตุกีส ภายในตกแต่งแบบหรูหรา คลาสสิก บรรยากาศแบบย้อนยุค ให้บริการทั้งอาหารไทยโบราณ อาหารพื้นเมืองภาคใต้ และอาหารเปอรานากันโบราณที่ปัจจุบันหารับประทานได้ยาก

4.3.2.4 นักท่องเที่ยวกลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต

เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นอาสาสมัครให้กับองค์กรการกุศล สนใจและเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนและสังคมให้น่าอยู่ เป็นสมาชิกชมรมหรือสมาคมต่าง ๆ ชอบชมการแข่งขันกีฬา มองว่าความสำเร็จสูงสุด คือ การเป็นเจ้าของธุรกิจ การมีฐานะทางการเงินที่ดี การมีชื่อเสียงเกียรติยศ และยังอยากทำงานต่อแม้ว่าจะเกษียณอายุแล้วก็ตาม สนใจการเที่ยวชมวิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ ประวัติศาสตร์ การเข้าร่วมเทศกาล งานประเพณี และกิจกรรมพิเศษ และกิจกรรมทางศาสนา เช่น ทำบุญไหว้พระ และขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์

ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต **คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบหรูหรา และการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร** สามารถเป็นได้ทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก เพื่อสร้างความภาคภูมิใจให้แก่นักท่องเที่ยวในการได้มีโอกาสเดินทางไปเยือน รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการจนประสบความสำเร็จ มีชื่อเสียง เพื่อเป็นการสร้างแรงบันดาลใจที่นำไปสู่ความสำเร็จให้แก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้ อาจเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และศาสนสถาน หรือแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เทศกาล งานประเพณี และกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ อาทิ การแข่งขันกีฬา เป็นต้น นอกจากนี้ ในแหล่งท่องเที่ยวหรือระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวควรได้มีโอกาสทำกิจกรรมที่เป็น

ประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม ที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต ควรเป็นโรงแรมประเภทหรูหรา มีมาตรฐานสูง มีการบริการที่เป็นเลิศ หรือเป็นโรงแรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะประเภทบูติค (Boutique Hotel) ภัตตาคาร/ร้านอาหาร ควรเป็นภัตตาคารชั้นดี ตกแต่งสวยงาม บรรยากาศหรูหรา มีการบริการที่เป็นเลิศ พนักงานผ่านการฝึกฝนและอบรมมาเป็นอย่างดี ซึ่งอาจเป็นภัตตาคาร/ร้านอาหารที่ตั้งอยู่ภายในโรงแรม

ตัวอย่าง แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พักแรม และภัตตาคาร/ร้านอาหารที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต

(1) แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น **ดอยปู่หมื่น จังหวัดเชียงใหม่** โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ การสัมผัสยอดดอยผ้าห่มปกที่สวยงาม แปลงดอกไม้ และแปลงทดลองปลูกพืชเมืองหนาว รวมถึงวิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์มูเซอแดง หรือ ลาหู่ **ปางช้าง จังหวัดเชียงใหม่** เป็นสถานที่อนุรักษ์ช้าง ปัจจุบันหลายแห่งเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร โดยเปิดรับนักท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครในการเลี้ยงช้าง ส่วนรายได้ที่เกิดจากขึ้นจะนำไปใช้สำหรับการซื้ออาหารและรักษาช้างในกรณีเจ็บป่วย อาทิ ปางช้างแม่สา เป็นต้น **สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง จังหวัดเชียงใหม่** เป็นสถานีวิจัยแห่งแรกของโครงการหลวง เริ่มดำเนินงานเมื่อปี พ.ศ. 2512 ที่ตำบลแม่งอน อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ โดยพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร พระราชทานพระราชทรัพย์ส่วนพระองค์จำนวน 1,500 บาท ซื้อที่ดินในบริเวณดอยอ่างขางเป็นสถานีวิจัย ศึกษาทดลองพืชเมืองหนาวชนิดต่าง ๆ เพื่อเป็นตัวอย่างแก่เกษตรกรชาวเขาในการนำพืชเหล่านั้นมาเพาะปลูกเป็นอาชีพแทนการปลูกฝิ่น **ไร่ชาอรักษ์ จังหวัดเชียงใหม่** เป็นไร่ชาออร์แกนิคที่เก่าแก่ที่สุดในประเทศไทย เก็บเกี่ยวด้วยมือและแปรรูปด้วยกรรมวิธีแบบดั้งเดิม ทำให้ชายังคงความเป็นธรรมชาติ มีกลิ่นหอมเฉพาะตัวแบบชาออร์แกนิคแท้ รวมถึงการผลิตในโรงงานที่สะอาด ปลอดภัย ผ่านกระบวนการออร์แกนิคในทุกขั้นตอน กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในไร่ ได้แก่ การทัวร์ไร่ชา ชิมชา พร้อมกับเบเกอรี่ทำเอง และการเลือกซื้อใบชาออร์แกนิค **อุทยานกล้วยไม้ป่าช้างกระ วัดป่ามัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่น** นอกจากมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และพุทธศาสนาแล้ว วัดแห่งนี้ยังมีต้นไม้เก่าแก่อายุหลายร้อยปีอยู่เป็นจำนวนมาก และยังเป็นเขตอนุรักษ์กล้วยไม้ป่าพันธุ์ช้างกระที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติอีกด้วย **ชุมชนเมืองเก่าภูเวียง จังหวัดขอนแก่น** เป็นเมืองเก่ามาตั้งแต่สมัยอาณาจักรล้านช้างยังครอบครองดินแดนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภูเวียงเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนาน ภายในมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญมากมาย เช่น ศูนย์ศึกษาวิจัยและพิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์ ศาลเจ้าจอมปากช่องภูเวียง หรือศาลเจ้าจอมนรินทร์ (ศาลปู่จอม) ตึกเหลือง ภูเวียงวิทยายน และวัดถ้ำกวาง เป็นต้น **บ้าน ช.ช้างชรา จังหวัดกาญจนบุรี** ก่อตั้งโดยนายสัตวแพทย์สามารถ ประสิทธิ์ผล ซึ่งมองเห็นสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นกับช้าง ทั้งปัญหาช้างบาดเจ็บ ช้างชราที่ขาดการดูแลสุขภาพ และช้างเร่ร่อน จึงเกิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สำหรับการเลี้ยงดูช้างชรา โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวภายใน บ้าน ช.ช้างชรา ได้แก่ การปลูกพืชอาหารช้าง การเลี้ยงช้างและอาบน้ำร่วมกับช้าง การดูแลสุขภาพช้างเบื้องต้น นอกจากนี้ ยังมีบ้านพัก

สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการทำกิจกรรมเชิงอาสาสมัครในการดูแลช้างอีกด้วย **ชุมชนปากแพรก จังหวัดกาญจนบุรี** เป็นชุมชนเก่าแก่ที่สุดของเมืองกาญจนบุรี ภายในชุมชนมีอาคารบ้านเรือนที่ตั้งเรียงรายตามแนวกำแพงเมืองทอดยาวขนานไปกับแม่น้ำแควใหญ่ รูปแบบการก่อสร้างเป็นเอกลักษณ์ บ่งบอกถึงประวัติศาสตร์ท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับการก่อตั้งเมืองยุคต้นกรุงรัตนโกสินทร์และประวัติศาสตร์สากลที่ผูกพันใกล้ชิดกับสงครามโลกครั้งที่ 2 รวมถึงการกำเนิดของย่านการค้าเก่าแก่ที่เกี่ยวเนื่องกับแม่น้ำสายหลักของเมืองกาญจนบุรี และภูมิหลังของบุคคลสำคัญระดับประเทศหลายคน **โรงเรียนแบมบู จังหวัดกาญจนบุรี** เป็นศูนย์พักพิงสำหรับเด็กที่ด้อยโอกาสและถูกทอดทิ้ง ก่อตั้งโดยแคทเธอรีน รูธ ไรลี่ ไบรอัน ชาวนิวซีแลนด์ ซึ่งเป็นทั้งโรงเรียน โรงพยาบาล และบ้านให้แก่เด็ก ๆ ที่ด้อยโอกาสและถูกทอดทิ้งในชุมชนบ้องตี้กลางหุบเขาใกล้ชายแดนไทย-พม่า นอกจากการช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาสแล้ว โรงเรียนแห่งนี้ยังมุ่งมั่นที่จะรักษาสิ่งแวดล้อมและพัฒนาชุมชนให้เป็นต้นแบบของการอยู่ร่วมกับป่าเขาและธรรมชาติอย่างกลมกลืน เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการค้นหาแรงบันดาลใจคลุกคลีอยู่กับธรรมชาติ ร่วมรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และมีจิตอาสาที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาชุมชนให้ยั่งยืน เช่น การสร้างห้องสมุด การจัดการเรียนการสอน และการสนับสนุนด้านการแพทย์ เป็นต้น **บ้านรังนกนางแอ่น จังหวัดนครศรีธรรมราช** ตั้งอยู่ที่อำเภอปากพนัง ซึ่งมีชื่อเสียงในการเลี้ยงนกนางแอ่นที่เข้ามาทำรังในชุมชนเมือง ลักษณะเป็นตึกสูงประมาณ 6-7 ชั้น ปิดทึบ จะมีเพียงช่องเล็ก ๆ เพื่อให้นกบินเข้าออกเท่านั้น ในช่วงเย็นของทุกวันบรรยากาศค่อนข้างดี จะได้ยินเสียงนกนางแอ่นร้องเป็นระยะ **ชุมชนบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช** เป็นชุมชนต้นแบบในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จนได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยอดเยี่ยม (Thailand Tourism Awards) ประเภทเมืองและชุมชน มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย เช่น การปั่นจักรยานเที่ยวชมวิถีชีวิตชุมชน การชมสวนสมรม การเรียนรู้กลุ่มผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของชาวบ้าน และการเดินป่าศึกษาธรรมชาติ เป็นต้น **สวนส้มโอทับทิมสยาม จังหวัดนครศรีธรรมราช** เช่น ไร่สวัสดิ์สุข ถือเป็นแหล่งเรียนรู้การผลิตส้มโอ โดยการใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ด้วยประสบการณ์ความรู้ทางวิชาการ และภูมิปัญญาที่สั่งสมมานาน ประกอบกับการบริหารจัดการสวนที่ดี และการคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค ทำให้ไร่สวัสดิ์สุขได้รับรางวัลต่าง ๆ มากมาย อีกทั้งยังได้รับการรับรองแหล่งผลิต GAP พืช (Good Agricultural Practice) และได้รับการคัดเลือกเป็นผลิตภัณฑ์โอทอประดับห้าดาว รวมถึงขอขึ้นทะเบียนจนสามารถจดลิขสิทธิ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ GI (Geographical Indication) ในนาม “ส้มโอทับทิมสยามปากพนัง” อีกด้วย **ชุมชนท่าวัง ท่ามอญ จังหวัดนครศรีธรรมราช** เป็นย่านการค้าเก่าแก่ของชาวนครศรีธรรมราชที่ผสมผสานวัฒนธรรมไทย-จีน ให้อยู่รวมกันเป็นหนึ่งเดียวได้อย่างลงตัว อีกทั้ง ยังมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน ทำให้ชุมชนท่าวัง ท่ามอญกลายเป็นแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมที่สะท้อนผ่านอาคาร บ้านเรือน วิถีชีวิตการค้า อาหาร และขนมโบราณ ปัจจุบันชุมชนแห่งนี้ได้รับการคัดเลือกจากสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ให้เป็นหนึ่งใน 15 ย่านเมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์

(2) ที่พักแรม เช่น วี**รันดา ไฮ รีสอร์ท เอ็มแกลเลอรี จังหวัดเชียงใหม่** เป็นบูติครีสอร์ทที่หรูหรา แวดล้อมไปด้วยทัศนียภาพธรรมชาติอันงดงาม มีการตกแต่งโรงแรมและห้องพักที่มีเอกลักษณ์เฉพาะโดยใช้วัสดุในท้องถิ่นมาออกแบบให้มีความทันสมัย อีกทั้ง ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน เช่น สปา ฟิตเนส สระว่ายน้ำ ห้องอาหาร ห้องประชุม และห้องสมุด เป็นต้น **โรงแรมพูลแมน ขอนแก่น ราชา ออคิด จังหวัดขอนแก่น** เป็นโรงแรมที่ให้บริการมาตรฐานระดับสากลแห่งแรกในจังหวัดขอนแก่น ตั้งอยู่ใจกลางเมืองขอนแก่น โดยมีการนำแคน เครื่องดนตรีอีสานมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบอาคาร โรงแรมมีการบริการห้องพักหรูหราหลากหลายประเภท และมีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย เช่น ห้องอาหาร สระว่ายน้ำ ห้องประชุม ลานจอดเฮลิคอปเตอร์ และลิฟต์ส่วนตัว เป็นต้น **เทวมันตร์ทรา รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี** เป็นโรงแรมประเภท บูติค สถาปัตยกรรมแบบโคโลเนียลที่ผสมผสานระหว่างไทยและตะวันตก มีการตกแต่งที่พักแบบคลาสสิค หรูหรา ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากพระราชนิเวศน์มฤคทายวัน การบริการของโรงแรมจะถูกออกแบบมาให้มีลักษณะเฉพาะ เช่น Le Dhewa Spa ให้บริการสปาแบบโฮมเมดที่เป็นลักษณะเฉพาะของโรงแรม ห้องอาหาร Rice Barge ที่เป็นห้องกระจกสีขาวอยู่บนแพริมแม่น้ำแคว ให้บริการอาหารไทยแบบดั้งเดิม นอกจากนี้ โรงแรมยังตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดมากมาย เช่น สะพานข้ามแม่น้ำแคว วัดถ้ำเสือ และสุสานทหารสัมพันธมิตรช่องไก่ เป็นต้น **โรงแรมแกรนด์ฟอร์จูน จังหวัดนครศรีธรรมราช** เป็นโรงแรมในเครือฟอร์จูน ตั้งอยู่ใจกลางเมืองนครศรีธรรมราช บนถนนพัฒนาการคูขวาง โรงแรมแห่งนี้เป็นที่พักแรมระดับหรูหราเป็นอาคารขนาดใหญ่ 19 ชั้น มีการออกแบบที่ทันสมัย ให้บริการห้องพักหลายประเภท ซึ่งแต่ละประเภทจะมีขนาดใหญ่กว้างขวาง และตกแต่งอย่างสวยงาม อีกทั้งยังมีสปา ฟิตเนส ห้องอาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อให้บริการแก่ผู้เข้าพัก

(3) ภัตตาคาร/ร้านอาหาร เช่น **The Service 1921 Restaurant & Bar จังหวัดเชียงใหม่** เป็นห้องอาหารที่ตั้งอยู่ภายในโรงแรมอนัตรา เชียงใหม่ รีสอร์ท เดิมที่แห่งนี้เคยเป็นสถานกงสุลอังกฤษมาก่อน ทำให้โครงสร้างอาคารเป็นสถาปัตยกรรมแบบโคโลเนียล ซึ่งโรงแรมมีความตั้งใจที่จะอนุรักษ์อาคารนี้ไว้ จึงได้ออกแบบและตกแต่งให้เป็นห้องอาหารและบาร์ระดับหรูหรา มีการตกแต่งภายในด้วยแนวคิดสายลับอังกฤษเพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าตื่นเต้น และประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว โดยห้องอาหารแห่งนี้จะให้บริการอาหารไทยและอาหารจีน มีการให้บริการที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล อีกทั้งยังมีบาร์เครื่องดื่มหลากหลายชนิดไว้บริการนักท่องเที่ยว **ร้านแก่น จังหวัดขอนแก่น** เป็นร้านอาหารประเภท Fine Dining ที่มีบรรยากาศหรูหรา ให้บริการอาหารไทยร่วมสมัย โดยเชฟของร้านเคยทำงานที่ชีวาศรม รีสอร์ท แอนด์ สปา ซึ่งเป็นโรงแรมที่มีชื่อเสียงในระดับสากล ความโดดเด่นของร้าน คือ การยกระดับอาหารอีสานท้องถิ่น ให้เป็นอาหารไทยร่วมสมัยในรูปแบบ Fine Dining มีการตกแต่งอาหารอย่างสวยงาม และมีรสชาติดี **ร้านคีรีมันตรา จังหวัดกาญจนบุรี** เป็นร้านอาหารที่ตั้งอยู่ท่ามกลางธรรมชาติของขุนเขาเขียวขจี ให้บริการอาหารไทยพื้นบ้าน โดยร้านอาหารจะแบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนของร้านอาหารที่มีทั้งที่นั่งด้านในและด้านนอกอาคาร ส่วนสนามหญ้า ซึ่งเป็นทุ่งหญ้าเขียวขจีโอบล้อมด้วยภูเขาเรียงรายสลับซับซ้อน เกิดเป็นทัศนียภาพที่สวยงาม รวมถึงมีลานจอดรถขนาดใหญ่ กว้างขวาง การตกแต่ง

ร้านจะใช้โทนสีและวัสดุที่เป็นธรรมชาติ เพื่อให้ความรู้สึกอบอุ่น บรรยากาศผ่อนคลาย **ร้าน Rice Restaurant จังหวัดนครศรีธรรมราช** ตั้งอยู่บนถนนพัฒนาการคูขวาง เป็นภัตตาคารที่ให้บริการอาหารไทย-อิตาเลียน พร้อมทั้งไวน์ชั้นเยี่ยมที่คัดสรรมาอย่างดีจากผู้เชี่ยวชาญ การตกแต่งร้านสวยงาม มีบรรยากาศหรูหรา

4.3.2.5 นักท่องเที่ยวกลุ่มรักสุขภาพ กิจกรรม และอาหารปลอดภัย

เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจอาหารเพื่อสุขภาพ กิจกรรมเกี่ยวกับการดูแลรักษาสุขภาพ ให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่ถูกสุขอนามัย เลือกซื้อสินค้าเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ สนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในขณะเดียวกันก็เป็นอาสาสมัครให้กับองค์กรการกุศล สนใจและเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนและสังคมให้น่าอยู่ เป็นสมาชิกชมรมหรือสมาคมต่าง ๆ ชอบชมการแข่งขันกีฬา

ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มรักสุขภาพ กิจกรรม และอาหารปลอดภัย คือ **ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ** โดยเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีกิจกรรมการส่งเสริม บำรุงรักษา และฟื้นฟูสุขภาพ รวมถึงการจำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพ เน้นการพักแรมในโรงแรมที่มีบริการด้านสุขภาพ เช่น สปา โยคะ และนวด เป็นต้น ภัตตาคาร/ร้านอาหาร ควรเป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เน้นความปลอดภัยและสุขอนามัย นอกจากนี้ ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวรักสุขภาพ กิจกรรม และอาหารปลอดภัย อาจมีโอกาสได้ทำกิจกรรมเพื่อการพัฒนาชุมชนและสังคมให้น่าอยู่

ตัวอย่าง แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พักแรม และภัตตาคาร/ร้านอาหารที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มรักสุขภาพ กิจกรรม และอาหารปลอดภัย

(1) แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น **น้ำพุร้อนฝาง จังหวัดเชียงใหม่** ตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติแม่ฝาง เป็นบ่อน้ำร้อนธรรมชาติ เกิดจากความร้อนใต้ดิน อุณหภูมิของน้ำประมาณ 40-88 องศาเซลเซียล ทั้งนี้ อุทยานแห่งชาติฯ ได้จัดบริการห้องอาบน้ำแร่ ห้องอบไอน้ำ และบ่อน้ำร้อนไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการอาบน้ำพุร้อน **ชุมชนบ้านไร่กองขิง จังหวัดเชียงใหม่** เป็นหมู่บ้านที่รู้จักกันดีในด้านการรักษาสุขภาพด้วยสมุนไพร มีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาต่อยอดให้เกิดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การรับประทานอาหารปลอดสารพิษ การเรียนรู้ภูมิปัญญาแพทย์แผนโบราณแบบล้านนา “การย่ำขาง” การนวดแผนโบราณ นวดน้ำมัน นวดประคบสมุนไพร อบสมุนไพร และการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของชุมชนภายใต้ชื่อ “สุขสยาม” เช่น สบู่เหลวสมุนไพรน้ำผึ้ง น้ำมันไพลขมิ้น ยาดมสมุนไพร และสเปรย์ไล่ยุงจากตะไคร้หอม เป็นต้น **สปาในจังหวัดเชียงใหม่** เช่น ฟ้าล้านนา สปา (Fah Lanna Spa) โอเอซิส สปา (Oasis Spa) นิมมาน เฮ้าส์ (Nimman House) ศิรา สปา (Zira Spa) ชีวา สปา (Cheeva Spa) อนันตรา สปา รีสอร์ท (Anantara Spa Resort) และ ระรินจินดา เวลเนส สปาแอนด์ออนเซ็น (Rarinjinda Wellness Spa) เป็นต้น **วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว จังหวัดอุบลราชธานี** วัดแห่งนี้มีความโดดเด่นในการนำกัญชามาเป็นส่วนประกอบในการดูแลรักษาสุขภาพ ก่อให้เกิดการสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ *ชุมชนตะเคียนเตี้ย จังหวัดชลบุรี* เป็นชุมชนอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิม และแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การเรียนรู้

และทดลองการนวดกัวซา การรับประทานอาหารท้องถิ่นเชิงสุขภาพ เป็นต้น **กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดชลบุรี** โดยมีการจัดแข่งขันกีฬาประเภทต่าง ๆ ทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ เช่น การแข่งขันวิ่งมาราธอน ไตรกีฬา เรือใบ กีฬาทางอากาศ การแข่งขันกอล์ฟ และการแข่งขันรถยนต์ทางเรียบ “บางแสน กรังด์ปรีซ์” ซึ่งถือว่าเป็นการแข่งขันรถยนต์ทางเรียบที่ดีที่สุดในอาเซียน รวมถึงการเล่นกีฬาทางน้ำที่ทะเลพัทยา เช่น เซิร์ฟบอร์ด ซัพบอร์ด เจ็ทสกี การปั่นจักรยาน การตีกอล์ฟ เป็นต้น **สปาในเมืองพัทยา** เช่น โอเอซิส สปา พัทยา (The Oasis Spa Pattaya) และเซเว่น สปา ลักซูรี่ (7 Spa Luxury) เป็นต้น **กิจกรรม Stand Up Paddle Board จังหวัดภูเก็ต** เป็นกีฬาที่ถูกพัฒนามาจาก Surf โดยการเพิ่มไม้พายเข้ามาเป็นอุปกรณ์ที่ช่วยให้ผู้เล่นสามารถเคลื่อนที่ไปได้โดยไม่ได้ต้องอาศัยคลื่นเพียงอย่างเดียว เป็นกีฬาที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเพลิดเพลินไปกับธรรมชาติที่สวยงาม และยังช่วยในการฝึกสมาธิและใช้เวลากับตัวเองได้เป็นอย่างดี **เทศกาลถือศีลกินผัก จังหวัดภูเก็ต** ตรงกับวันขึ้น 1 ค่ำ ถึง 9 ค่ำ เดือน 9 ของทุกปี เป็นประเพณีที่ชาวจีนซึ่งเข้ามาอาศัยในภูเก็ตยึดถือปฏิบัติมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2368 จนถึงปัจจุบัน ในงานจะมีพิธีกรรมต่าง ๆ มากมาย เช่น พิธีอัญเชิญพระ พิธีลุยไฟ พิธีสะเดาะเคราะห์ และพิธีส่งพระ เป็นต้น นอกจากนี้ ในช่วงเวลาดังกล่าวยังมีการงดรับประทานอาหารประเภทเนื้อสัตว์ และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากสัตว์ การงดรับประทานผักฉุน การงดรับประทานอาหารรสจัด และการงดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดอีกด้วย **กิจกรรมการแข่งขัน และการชมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต** ได้แก่ กีฬาวู้ดบอล ว่ายน้ำ ฟุตบอลชายหาด ฟุตซอล เปตอง วอลเลย์บอลชายหาด และวิ่ง เป็นต้น **สปาในจังหวัดภูเก็ต** เช่น บันยัน ทรี สปา ภูเก็ต (Banyan Tree Spa Phuket) เดอะ สปา บาย ภารีสา (The Spa by Paresa) โคคูน สปา เดอะ ซเลท ภูเก็ต (Coqoon Spa, The Slate Phuket) และ ฌาน สปา ภูเก็ต (Chann Spa) เป็นต้น

(2) ที่พักแรม เช่น **เต๋าการ์เดน เฮลธ์ สปา แอนด์ รีสอร์ท จังหวัดเชียงใหม่** เป็นรีสอร์ทเพื่อสุขภาพ ให้บริการห้องพักพร้อมโปรแกรมการดูแลสุขภาพที่ใช้ศาสตร์เต๋า โดยราคาจะรวมค่าห้องพัก และค่าอาหาร 3 มื้อ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมการดูแลสุขภาพ เช่น กิจกรรมการออกกำลังกายแบบซี่กง การออกกำลังกายแบบเต๋าหยิน รวมถึงใช้บริการห้องโฮมเธียร์เตอร์ ฟิตเนส สนามเทนนิส สนามปิงปอง สนามแบดมินตัน สระว่ายน้ำ และห้องอบไอน้ำโดยไม่ต้องจ่ายเพิ่ม นอกจากนี้ โรงแรมยังมีบริการโปรแกรมสุขภาพที่ผสมผสานการดูแลรักษาแบบจีน คือ ศาสตร์เต๋า ผสมผสานกับแพทย์แผนไทย และแพทย์แผนตะวันตก เช่น การนวดบำบัด การนวดชิเนจัง และการนวดเพื่อล้างพิษ เป็นต้น โดยโปรแกรมสุขภาพดังกล่าวถูกพัฒนาโดยอาจารย์มันตัก เจีย ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านศาสตร์เต๋าที่มีชื่อเสียงระดับโลก อีกทั้งยังมี “เต๋า สปา” ที่ให้บริการดูแลสุขภาพด้วยธรรมชาติบำบัดในรูปแบบของ Holistic Medical Spa โดยมีแพทย์แผนปัจจุบัน แพทย์แผนจีน ตลอดจนบุคลากรทางการแพทย์มาให้บริการด้านสุขภาพ โดยการให้บริการจะขึ้นอยู่กับสุขภาพของนักท่องเที่ยวแต่ละคน สำหรับการบริการอาหารของที่นี่จะเน้นพืช ผัก และผลไม้ปลอดสารพิษ ไม่เน้นการปรุงแต่งรสชาติด้วยเครื่องเทศ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงความสดใหม่ของวัตถุดิบ โดยมีทั้งการบริการอาหารเจ และอาหารทั่วไปที่มีเนื้อสัตว์เป็นส่วนผสม ได้แก่ เนื้อปลา เนื้อไก่ และอาหารทะเลเท่านั้น **โรงแรมทอแสง เฮอริเทจ โขงเจียม**

จังหวัดอุบลราชธานี เป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำโขง มีทัศนียภาพที่สวยงาม และบรรยากาศที่ผ่อนคลาย นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมต่าง ๆ ให้ผู้เข้าพักได้ใช้บริการอีกมากมาย เช่น สระว่ายน้ำกลางแจ้งขนาดใหญ่ที่สามารถมองเห็นทัศนียภาพกว้างไกลของเทือกเขาในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สำหรับการบริการเพื่อสุขภาพภายในโรงแรม “ทอแสง สปา” สามารถผ่อนคลายความเมื่อยล้าท่ามกลางธรรมชาติ ด้วยทรีทเม้นท์สูตรสมุนไพรโบราณที่สกัดจากวัตถุดิบธรรมชาติ รวมถึงการบริการการนวดที่หลากหลาย โดยเฉพาะการนวดแผนไทยท่ามกลางบรรยากาศอันเงียบสงบของแม่น้ำโขง **เฮลท์แลนด์ รีสอร์ท แอนด์ สปา พัทยา จังหวัดชลบุรี** เป็นที่พักที่มอบประสบการณ์ในการดูแลสุขภาพท่ามกลางบรรยากาศที่ผ่อนคลายที่ยังคงรักษาและส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของรีสอร์ท นอกจากห้องพักที่มีให้เลือกหลากหลายแล้ว รีสอร์ทแห่งนี้ยังมีบริการ Health Land Spa & Massage ซึ่งเน้นการนวดแผนไทย และการดูแลสุขภาพแบบอายุรเวท เช่น การนวดแผนไทยการประคบสมุนไพร Shiro Dhara เป็นการปฏิบัติอายุรเวทแบบดั้งเดิม โดยใช้น้ำมันอุ่น ๆ รินไปที่หน้าผากบริเวณระหว่างคิ้วอย่างต่อเนื่องและอ่อนโยน การแช่อ่างจากุซซี่ (Spa Jacuzzi) และการนวดแบบ Four-hand ซึ่งเป็นหลักการนวดแบบอายุรเวทโบราณที่อาศัยกระแสพลังของผู้นวดบำบัด 2 คน พร้อมกัน **บันยัน ทรี ภูเก็ต** เป็นวิลล่าท่ามกลางธรรมชาติเขตร้อน นอกจากความหรูหราของห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แล้ว ยังมีบริการสปาซึ่งได้รับรางวัลมากมายหลายสมัย ด้วยความเป็นมืออาชีพ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และการบริการตลอดจน สปาวิลล่าที่มีความเป็นส่วนตัว พร้อมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน เหมาะสำหรับการบำรุงดูแลการบำบัดรักษา และการบริการเพื่อความงาม นอกจากนี้ ยังมีโปรแกรมสอนการออกกำลังกายเพื่อฟื้นฟูทั้งร่างกายจิตใจ และจิตวิญญาณอย่างสมดุล แพคเกจสปาที่ได้รับความนิยมของบันยัน ทรี ภูเก็ต คือ Master Therapist Experience เป็นแพคเกจที่จะให้บริการโดยผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ศาสตร์การบำบัดในแนวทางต่าง ๆ อย่างรอบด้านโดยการวิเคราะห์ปัญหาสุขภาพ การเลือกแนวทางการบำบัดที่เหมาะสมกับอาการนั้น ๆ ซึ่งอาจจะเป็นการประคบสมุนไพร การนวด การใช้หินร้อน โดยผู้รับบริการสามารถสัมผัสทุกศาสตร์แห่งการบำบัด ตั้งแต่การสูดดมกลิ่นน้ำมันหอมระเหยก่อนเริ่มการนวด เพื่อเปิดประสาทสัมผัสให้พร้อมต่อการผ่อนคลาย การนวดตัวด้วยสัมผัส จังหวะ และน้ำหนักมือที่พอดีของผู้นวด สลับกับลูกประคบ และหินร้อน รวมทั้งการนวดหน้าด้วยน้ำมันสกัดบริสุทธิ์ไร้กลิ่น ทำให้เกิดความผ่อนคลาย และปิดท้ายด้วยชาสมุนไพร และสลัดผลไม้เย็น ๆ เพื่อเพิ่มความสดชื่นแก่ผู้รับบริการ

(3) ภัตตาคาร/ร้านอาหาร เช่น **ร้านมีนา มีข้าว จังหวัดเชียงใหม่** เป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพมีข้าวไทยให้เลือกรับประทานมากถึง 5 สายพันธุ์ และเป็นร้านอาหารที่ได้รับรางวัลมิชลิน (Michelin Star) เมนูอาหารที่โดดเด่นของร้าน คือ ข้าวห้าสี ประกอบด้วยข้าว 5 สายพันธุ์ ได้แก่ ข้าวอัญชัญ ข้าวไรซ์เบอรี่ ข้าวดอกคำฝอย ข้าวกล้องแดง และข้าวหอมมะลิ ที่มีสีสันสวยงามและอุดมไปด้วยคุณประโยชน์ที่ดีต่อสุขภาพ นอกจากนี้ ยังมีรายการอาหารอีกหลากหลายเมนูที่เป็นอาหารไทยร่วมสมัย มีรสชาติดี และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ **ร้านอินโดจีน จังหวัดอุบลราชธานี** เป็นร้านอาหารเก่าแก่ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดอุบลราชธานี ให้บริการอาหารเวียดนาม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเมนูเพื่อสุขภาพใช้ผักเป็นองค์ประกอบสำคัญในการปรุง ความพิเศษของร้าน คือ วัตถุดิบที่นำมาปรุงอาหารเป็นวัตถุดิบปลอดสารพิษ

เช่น การทำแผ่นเมี่ยงเอง โดยเริ่มตั้งแต่ปลูกข้าวเอง และนำข้าวมาทำแป้ง จากนั้นนำไปตากแห้งและโม่เพื่อทำเป็นแผ่นเมี่ยง และนำมาประกอบอาหารที่มีรสชาติดี และมีประโยชน์ **ร้าน A' La Campagne Pattaya จังหวัดชลบุรี** เป็นโครงการที่จำลองหมู่บ้านชนบทของชาวยุโรป มีทั้งอาคารที่เป็นโบสถ์ บ้าน คอกม้า ฟาร์มปศุสัตว์ และแปลงผักสวนครัว อีกทั้ง ยังมีลานกิจกรรมกลางเมืองที่ประดับตกแต่งด้วยสวนดอกไม้อย่างสวยงาม สำหรับร้านอาหารที่ตั้งอยู่ภายในโครงการนี้ คือ ร้าน “Tea Factory and More” ซึ่งมีการตกแตกแต่งร้านสไตล์ยุโรป เรียบหรู ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มหลากหลายประเภท โดยเฉพาะชาที่ทางร้านคัดเลือกชารสชาติดี มีกลิ่นหอม ทั้งจากประเทศไทยและประเทศต่าง ๆ ที่มีความโดดเด่นด้านใบชากว่า 10 ประเทศ อีกทั้ง ยังให้บริการอาหารแบบโฮมเมดที่ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ สดใหม่ และมาจากฟาร์มออร์แกนิคของทางร้าน นำมาปรุงอย่าพิถีพิถัน เพื่อให้ได้อาหารรสชาติดี มีคุณภาพ และเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ **ร้าน DiVine จังหวัดภูเก็ต** เป็นห้องอาหารเพื่อสุขภาพที่ตั้งอยู่ในโรงแรมธัญญปุระ ซึ่งเป็นรีสอร์ทสุขภาพและกีฬาที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดภูเก็ต การปรุงอาหารใช้วัตถุดิบปลอดสารพิษ โดยเฉพาะผักและผลไม้ที่สด สะอาด เมนูต่าง ๆ คิดค้นและปรุงโดยเชฟที่มีความเชี่ยวชาญด้านอาหารเพื่อสุขภาพ รายการอาหารแนะนำ ได้แก่ ภูเก็ตแทงจี้สลัด ที่มีเมล็ดทับทิมซึ่งมีวิตามินซีสูง ช่วยในการบำรุงผิวพรรณ แม้ว่าอาหารต่าง ๆ จะเป็นเมนูเพื่อสุขภาพ แต่ก็มีรสชาติอร่อย รับประทานง่าย แต่ละเมนูมีการอธิบายคุณค่าทางอาหาร และบอกปริมาณแคลอรี่ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ที่ดูแลสุขภาพของตนเอง

4.4 ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูงชาวสิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และชาวไทย รวมทั้งประชุมกลุ่มย่อยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว สามารถกำหนดเป็นข้อเสนอแนะกลยุทธ์ในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายได้สูงดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์ด้านอุปทานในการพัฒนาสินค้าและทางท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง โดยมีแผนดำเนินงาน ดังนี้

1.1 การจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามแนวคิดการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล (Tourism for all) คือการท่องเที่ยวที่คนทุกเพศ ทุกวัย ทุกสภาพร่างกาย สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว บริการสาธารณะ และกิจกรรมการท่องเที่ยวได้โดยสะดวก ปลอดภัย และปราศจากอุปสรรค ที่อาจเกิดขึ้นจากความแตกต่างทางสภาพร่างกาย อายุ และเพศสภาพ

1.2 การพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่เน้นอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ ให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีค่าใช้จ่ายสูง

1.3 การจัดการการเข้าถึงจุดหมายปลายทางและแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง เช่น ปรับปรุงถนนที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความปลอดภัย ติดตั้งป้ายบอกทางภาษาอังกฤษไปยังแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาแอพพลิเคชันบอกเส้นทางให้มีความถูกต้องและเป็นปัจจุบัน เป็นต้น

1.4 การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง เช่น ทางเดินหรือทางลาดระหว่างสถานที่จอดรถกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีหลังคา จัดให้มีพื้นที่นั่งพักในแหล่งท่องเที่ยวเป็นระยะ ๆ โดยออกแบบและตกแต่งให้สอดคล้องกับพื้นที่ ห้องน้ำมีราวจับ สุขภัณฑ์แบบนั่งราบ และมีปุ่มกดขอความช่วยเหลือในกรณีฉุกเฉิน ป้ายบอกทางมีตัวอักษรขนาดใหญ่ เป็นต้น

1.5 การพัฒนาที่พักแรม ร้านอาหาร และยานพาหนะสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีค่าใช้จ่ายสูงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน ตามมาตรฐาน Amazing Thailand Safety & Health Administration (SHA+) ให้สถานประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เตรียมความพร้อมและดำเนินการปรับปรุงสถานประกอบการให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตใหม่ (New normal) เพื่อยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวควบคู่กับมาตรการด้านสุขอนามัย

1.6 การให้บริการนักท่องเที่ยวสูงอายุในยุค Next Normal มุ่งเน้นเรื่องมาตรฐานความปลอดภัยและสุขอนามัยเป็นสำคัญ และพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อลดการสัมผัส ได้แก่ การรักษามาตรการ New Normal เพื่อป้องกันโรคระบาด COVID-19 อย่างเคร่งครัด เช่น ใส่หน้ากาก รักษาระยะห่างทางสังคม ฉีดวัคซีน การกำหนดพื้นที่สีเขียวที่ปลอดภัยจากการแพร่เชื้อ เป็นต้น การพัฒนา COVID Hot Line/Emergency หากมีกรณีฉุกเฉินเพื่อให้นักท่องเที่ยวสูงอายุติดต่อได้ การกำหนดให้มี Travel Insurance ที่ครอบคลุมโรค COVID-19 สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ

1.7 การปรับปรุงระบบตรวจคนเมืองที่สนามบินและด่านชายแดนให้สะดวกรวดเร็วและเป็นมิตรสำหรับนักท่องเที่ยวอาเซียน เป็นระบบดิจิทัลเพื่อลดการสัมผัส การใช้ประตูที่มีเซ็นเซอร์เปิด - ปิดอัตโนมัติในพื้นที่สาธารณะ รูปแบบการจ่ายเงินแบบ e-payment เพื่อลดการสัมผัส

1.8 การยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง

กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์ด้านอุปสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูง โดยมีแผนดำเนินงาน ดังนี้

2.1 การออกแบบรายการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว เช่น การจัดทำ Senior Tour Package ราคาพิเศษ สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูงกับครอบครัวหรือเพื่อน รวมบัตรเครื่องบินภายในประเทศ หรือยานพาหนะในประเทศ เช่น รถเช่า รถโค้ช และ/หรือที่พัก ร้านอาหาร นวด/สปา (Day spa) ทัศนาจร และประกันสุขภาพ เช่น ทัวร์สูงวัยกลุ่มเล็ก (8 คน) โดยมัคคุเทศก์อาชีพที่เชี่ยวชาญรวมเดินทางไปด้วย ที่ดูแลตลอดการเดินทางทั้งการพยาบาลและการนำเที่ยว และการจัดทำ Combined Senior Tour Package โดยจัดไปจังหวัดอุดรธานีและเชื่อมโยงเมืองจุดหมายท่องเที่ยวให้ประเทศเพื่อนบ้าน โดยใช้เส้นทางรถไฟไปลาว และคุนหมิง

2.2 การออกแบบกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง เช่น การออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ ทั้งด้านเวลา จำนวนแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายและสร้างสรรค์มากขึ้น โดยเน้นให้นักท่องเที่ยวสูงอายุได้ทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างสมาชิกในครอบครัวหรือผู้ร่วมเดินทาง หรือลงมือทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับคนในท้องถิ่น

2.3 การกำหนดกอล์ฟราคาพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อดึงดูดตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้แก่ การกำหนดค่าบริการราคาพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ เช่น ค่าสนามกอล์ฟ Green Fee ค่าบริการแคดดี้ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าที่พักภายในสนามกอล์ฟ ค่าบริการนวด เป็นต้น และการจัดทำ Golf Senior Package ราคาพิเศษ สำหรับผู้สูงอายุกับครอบครัวหรือเพื่อน รวมยานพาหนะในประเทศ เช่น รถเช่า และ/หรือที่พักภายในสนามกอล์ฟ ค่าสนามกอล์ฟ เป็นต้น

2.4 การจัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยวสูงที่มีการใช้จ่ายสูงในแพลตฟอร์มดิจิทัลที่สามารถเอื้อประโยชน์ต่อผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์ที่ 3 กลยุทธ์การสื่อสารและส่งเสริมการตลาดของซัพพลายเออร์ แม้ว่าค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว 3 ตลาดมีทั้งต่ำและสูงกว่าค่าใช้จ่ายของชาวต่างชาติในภาพรวม จึงเป็นความท้าทายของประเทศไทยที่จะดำเนินการตลาดเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายให้สูงกว่านี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนใช้จ่ายในการเดินทางมากขึ้น รวมทั้งตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย โดยมีแผนดำเนินงาน ดังนี้

3.1 การส่งเสริมการตลาดตามผลการศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน เช่น การลดราคาสินค้าหรือบริการ การส่งเสริมการขาย การอภินันทนาการรับส่งสนามบิน คูปองส่วนลดต่าง ๆ การไม่คิดค่าธรรมเนียมการยกเลิกการจองก่อนวันเข้าพัก 24 ชั่วโมง (Free cancellation charge) การคืนเงินค่าบริการหรือการเปลี่ยนการจองที่ยืดหยุ่น (Flexible refund/rebook for hotel and airlines)

3.2 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูงแต่ละกลุ่ม ผ่าน Google Search Engine (website)

3.3 การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคม เช่น Facebook, You Tube, Instagram, What’s app, Twitter, Tiktok

3.4 การจัดกิจกรรมพิเศษ (Special Event) ในแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูงให้ความสนใจเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

3.5 การจัดทำ FAM Trip ให้แก่บริษัทนำเที่ยวจากต่างประเทศให้มาเมืองไทย เพื่อให้ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น บริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ, Trip advisor, Agoda, Blog เป็นต้น

3.6 การเพิ่มเติมข้อมูลใน Platform/Application ที่มีอยู่และแนะนำให้ใช้ในส่วนของร้านอาหารฮาลาล โรงแรมสำหรับตลาดมุสลิม แหล่งสินค้าที่ระลึกในประเทศไทย สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ตัวอย่าง Application เช่น Wongnai, Thailand Pass, Eatigo, Agoda, Hotel.com, Traveloka

3.7 การพัฒนา/ปรับปรุง/แฟลตฟอร์มที่มีอยู่ในการสื่อสารออนไลน์กับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้แก่ การสร้าง Online First-hand Information center เช่น เพิ่มเติมข้อมูล Chatbot น้องสุขใจ ตาม segment สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียน และเชื่อมโยง Application สำหรับอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียน และการเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น (Review) และการแบ่งปันประสบการณ์ (Sharing) ในกระดานสนทนา (Web Board) ของนักท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนให้ไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

3.8 การกำหนดและส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง (Senior Destination) ในจังหวัดที่มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ

บทที่ 5
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง 2) วิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่การใช้จ่ายสูง 3) เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และ 4) เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ทั้งนี้สามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

พฤติกรรมของชาวสิงคโปร์สูงอายุกว่าร้อยละ 50 มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ US$ 2,600-3,100 ซึ่งวางแผนเดินทางด้วยตัวเองและใช้เวลาท่องเที่ยว 1-5 วันต่อครั้ง (อยู่ที่ร้อยละ 77.1) กับเพื่อนในโรงแรมระดับ 4 ดาว โดยจุดหมายปลายทางที่นิยมท่องเที่ยวคือ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต และเชียงใหม่ ตามลำดับ เพื่อชิมอาหารไทย พักผ่อนหย่อนใจ ชมธรรมชาติ และปฏิสัมพันธ์กับชุมชนท้องถิ่น ด้วยการใช้จ่ายประมาณ US$ 100-120 ต่อวัน อย่างไรก็ตาม หากมีการลดราคาของโรงแรมหรือสายการบินก็จะทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

พฤติกรรมของชาวมาเลเซียสูงอายุกว่าร้อยละ 50 มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า US$ 1,601 ซึ่งนิยมวางแผนเดินทางบริษัทนำเที่ยวแบบ FIT และใช้เวลาท่องเที่ยว 1-5 วันต่อครั้ง (อยู่ที่ร้อยละ 82.7) กับคู่สมรส ในโรงแรมระดับ 4 ดาว โดยจุดหมายปลายทางที่นิยมท่องเที่ยวคือ กรุงเทพมหานคร หาดใหญ่ และภูเก็ต ตามลำดับ เพื่อเที่ยวชมทัศนียภาพ พักผ่อนหย่อนใจ ชมธรรมชาติ และเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่ตื่นเต้น ด้วยการใช้จ่ายที่ต่ำกว่า US$ 100 ต่อวัน อย่างไรก็ตาม หากมีการลดราคาของโรงแรมหรือสายการบินก็จะทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

พฤติกรรมของชาวอินโดนีเซียสูงอายุกว่าร้อยละ 50 มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า US$ 701 ซึ่งวางแผนเดินทางด้วยตัวเองและใช้เวลาท่องเที่ยว 1-5 วันต่อครั้ง (อยู่ที่ร้อยละ 84.7) กับเพื่อนในโรงแรมระดับ 3-4 ดาว โดยจุดหมายปลายทางที่นิยมท่องเที่ยวคือ กรุงเทพมหานคร พัทยา และภูเก็ต ตามลำดับ เพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ เที่ยวชมทัศนียภาพ ชมธรรมชาติ ผจญภัยที่ตื่นเต้น ด้วยการใช้จ่ายประมาณ US$ 100-120 ต่อวัน อย่างไรก็ตาม หากมีการลดราคาของโรงแรมหรือสายการบินก็จะทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอีกครั้งถึงร้อยละ

44.5 ส่วนรูปแบบการดำเนินชีวิตนั้น ทั้งสามชาติจะชอบรับประทานและสนใจกับความหลากหลายของอาหารเป็นอย่างมากที่สุด พร้อมคำนึงถึงความปลอดภัยและสุขอนามัยของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

สำหรับพฤติกรรมของชาวไทยสูงอายุเกินครึ่งมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 45,000–55,000 บาท ซึ่งวางแผนเดินทางด้วยตัวเองและใช้เวลาท่องเที่ยว 3 วันต่อครั้ง (อยู่ที่ร้อยละ 41.8) กับคู่สมรสในโรงแรม โดยปลายที่นิยมท่องเที่ยว คือ เชียงใหม่ ภูเก็ต และน่าน ตามลำดับ เพื่อการพักผ่อน และชมธรรมชาติ ด้วยการใช้จ่ายประมาณ 5,001–10,000 บาทต่อครั้ง ส่วนรูปแบบการดำเนินชีวิตนั้น ชาวไทยจะชอบเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ หรือถ้ามีเวลาว่างก็จะฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์ หรือนอนพักผ่อน โดยให้ความสนใจกับครอบครัวและบ้านเป็นอย่างมากที่สุด พร้อมคำนึงถึงการวางแผนชีวิต การอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย และการเรียนรู้ตลอดเวลาอยู่เสมอ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 วิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่การใช้จ่ายสูง

ผลการจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวสิงคโปร์ที่มีการใช้จ่ายสูง ประกอบด้วย 4 กลุ่มคือ กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวกลุ่มวางแผนเดินทางท่องเที่ยวปลอดภัย (ร้อยละ 32.06) กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวกลุ่มชอบสปา พักโรงแรมหรูหราและรับประทานอาหารที่เลิศรส (ร้อยละ 9.92) กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวกลุ่มเดินทางท่องเที่ยวปลอดภัยและตามสื่อสังคม (ร้อยละ 33.59) กลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยวกลุ่มตะลุยไปกับเพื่อน (ร้อยละ 24.43)

ผลการจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวมาเลเซียที่มีการใช้จ่ายสูงประกอบด้วย 5 กลุ่มคือ กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวกลุ่มเดินทางท่องเที่ยวปลอดภัย (ร้อยละ 21.24) กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวกลุ่มซื้อสินค้าและบริการที่ยั่งยืน (ร้อยละ 35.29) กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวตามสื่อสังคม (ร้อยละ 19.61) กลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้ประสบการณ์และวัฒนธรรม (ร้อยละ 11.77) กลุ่มที่ 5 นักท่องเที่ยวกลุ่มเน้นกิจกรรมที่แปลกใหม่และทดลองทำ (ร้อยละ 10.78)

ผลการจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอินโดนีเซียที่มีการใช้จ่ายสูงประกอบด้วย 3 กลุ่มคือ กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวกลุ่มออกกำลังกายและจับจ่ายใช้สอย (ร้อยละ 40) กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวปลอดภัยและวัฒนธรรม (ร้อยละ 47.33) กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวกับญาติสนิทมิตรสหายและซื้อสินค้าหรือบริการ (ร้อยละ 7.33)

กล่าวโดยสรุป ผลการวิเคราะห์มีความเหมือนและความแตกต่างกันระหว่างนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย คณะวิจัยจึงสังเคราะห์และสรุปผลการจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูงได้ 7 กลุ่ม ตามลำดับความสำคัญด้วยความถี่ ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวสุขภาพและความปลอดภัย กลุ่มนักท่องเที่ยวอาหารและซื้อสินค้าและบริการ กลุ่มนักท่องเที่ยวตามสื่อ กลุ่มนักท่องเที่ยวตะลุยไปกับเพื่อนและญาติ กลุ่มนักท่องเที่ยวเรียนรู้วัฒนธรรม กลุ่มนักท่องเที่ยวกิจกรรมที่แปลกใหม่และทดลองทำ และกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มชอบสปา พักโรงแรมหรูหราและรับประทานอาหารที่เลิศรส

สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวหลายด้านที่เกิดจากความเชื่อ ค่านิยม วัฒนธรรม พุทธศาสนา และเอกลักษณ์ของความเป็นไทยที่แตกต่างจากชาวสิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ดังนั้น ผลการจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ประกอบด้วย 5 กลุ่ม ตามลำดับความสำคัญด้วยความถี่ ได้แก่ กลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต กลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน กลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า กลุ่มใส่ใจสิ่งรอบตัว และกลุ่มรักสุขภาพ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวสิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงแต่ละกลุ่ม เป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว ร้านอาหาร ที่พัก แหล่งจับจ่ายใช้สอย และแหล่งกีฬา ที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกันซึ่งมีอยู่ในหลายจังหวัดของประเทศไทย

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 ผลการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวสิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซียที่มีการใช้จ่ายสูง สามารถอภิปรายผลในภาพรวมแบ่งประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนทั้ง 3 สัญชาติมีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวที่คล้ายกัน และเนื่องจากความสามารถในการใช้จ่ายและซื้อบริการในราคาสูง จึงมีศักยภาพสูงในการบริโภคตรงตามที่ Alén, Losada, and Dominguez (2016) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุมีกำลังซื้อสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่าแน่นอน โดยแนวโน้มความสนใจของนักท่องเที่ยวยังเป็นอีกปัจจัยนึงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวคือ เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี คุ้มค่า นักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นผู้มีประสบการณ์ ดังนั้นจึงเน้นการซื้อด้วยเหตุผล ไม่ใช่อารมณ์เพียงแต่ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจเป็นหลัก ขณะเดียวกันคำนึงถึงความมั่นใจด้านความปลอดภัย ความมั่นใจด้านบริการ ใส่ใจดูแลสุขภาพที่ดี เลือกกิจกรรมที่เหมาะกับวัยและสุขภาพ อีกทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่ต้องกังวลต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เนื่องจากเป็นผู้มีประสบการณ์ในการใช้ชีวิต จึงมีความละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น เป็นเหตุและผลกับมุมมองของ Moschis (1996) และ Sudbury and Simcock (2009) ที่กล่าวถึงการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวสูงอายุแม้จะมีความสามารถในการใช้จ่ายสูงแต่ก็คำนึงถึงความสามารถในการใช้จ่ายของตนเป็นหลักก่อนใช้จ่ายเสมอ นอกจากนั้นแล้วยังกล่าวถึงมุมมองของผู้ประกอบการที่ควรคำนึงถึงกิจกรรมที่เหมาะสมทั้งวัยและความสามารถในการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวสูงอายุด้วย

การวัดรูปแบบการดำเนินชีวิต AIOs ในภาพรวมประกอบด้วยด้านกิจกรรม (Activities: A) เป็นการกระทำที่แสดงออก เช่น การทำงาน งานอดิเรก การซื้อสินค้า การเล่นกีฬา ฯลฯ ด้านความสนใจ (Interest: I) เป็นความสนใจเป็นพิเศษและต่อเนื่องในเรื่องราวหรือเหตุการณ์ หรือวัตถุสิ่งของ เช่น อาหาร แฟชั่น ภาพยนตร์ การพักผ่อน ครอบครัว ฯลฯ โดยจะเกิดพร้อมกับระดับของความตื่นเต้น ด้านความคิดเห็น (Opinion: O) เป็นการแสดงออกทางความคิดบนพื้นฐานของค่านิยมที่มีต่อตนเอง และต่อสภาพแวดล้อม เช่น ความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวเอง ประเด็นทางสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม การเมือง ฯลฯ (Plummer, 1974) ของนักท่องเที่ยวสูงอายุทั้ง 3 สัญชาติ พบว่า ด้านกิจกรรม (Activity) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดใกล้เคียงกันได้แก่ การให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่ดีมากที่สุด และชอบรับประทานอาหารไทย ผลที่ได้สอดคล้องกันกับ Wongleedee (2012) ที่ได้ศึกษานักท่องเที่ยวอาวุโสทั่วโลกในประเทศไทยเพื่อให้เข้าใจถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวอาวุโสทั่วโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก การศึกษาครั้งนั้นผลการศึกษาพบว่ามีนักท่องเที่ยวอาวุโสชาวยุโรปเดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวเอเชียอาวุโส นักท่องเที่ยวอาวุโสทั่วโลกใช้งบประมาณส่วนใหญ่ไปกับการขนส่ง แต่ส่วนใหญ่จัดอันดับอาหารและเครื่องดื่มเป็นระดับความพึงพอใจสูงสุด โดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวชายและหญิงสูงอายุไม่ได้มีความชอบที่แตกต่างกันมากนัก ดังนั้นพอจะสรุปได้ว่าเนื่องจากประเทศไทยมีความหลากหลายทางเชื้อชาติและสัญชาติของบุคคลที่อาศัยอยู่ ทำให้ผลิตภัณฑ์ด้านอาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นประกอบกับรสชาติการปรุงอาหารแบบไทยเป็นที่พอใจกับนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นอย่างมาก การมีเอกลักษณ์ของการปรุงแต่งอาหารไทยของคนไทยที่ค่อนข้างยากในการลอกเลียนแบบ ดังเห็นได้จากการปรุงรสชาติและการทำอาหารแบบคนไทยมักจะไม่เคยมีเชฟหรือผู้ผลิตและปรุงอาหารชาวต่างชาติทำได้ดีเหมือนเชฟคนไทย ในทางกลับกันแม้รสชาติและการปรุงอาหารต่างชาติจากเชฟคนไทยกลับมีความสามารถทำได้ดีไม่แพ้การปรุงจากชาติที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์อาหารนั้น ๆ เช่น อาหารสไตล์ยุโรปและอเมริกา รวมถึงอาหารญี่ปุ่นที่เป็นที่นิยมของชาวไทยในประเทศที่ปรุงแต่งรสชาติโดยคนไทยเป็นต้น นอกจากนั้นสังเกตได้จากการที่หลาย ๆ ประเทศทั่วโลกมักจะมีร้านอาหารไทยตั้งอยู่มากมายและค่อนข้างมีราคาสูงเพราะเป็นที่นิยมมากของประชากรในประเทศนั้น ๆ ดังนั้นเมื่อนักท่องเที่ยวหลากหลายสัญชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจึงมักให้ความสำคัญกับเรื่องของการชิมของอาหารที่หลากหลายของประเทศไทยซึ่งถือเป็นโอกาสที่จะได้รับประทานอาหารที่ชื่นชอบได้ทุกมื้อ ลำดับต่อมาที่นักท่องเที่ยวสูงอายุทั้งสามสัญชาติให้ความนิยมคล้ายกันคือการจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้าและของที่ระลึก รวมถึงการเลือกที่พักที่ค่อนข้างสะดวกในการเดินทาง อยู่ใกล้สถานที่สำคัญและแหล่งท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามกิจกรรมทั้งหมดและเนื่องจากงานวิจัยนี้ดำเนินการภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ในปัจจุบันจากข้อมูลที่ได้พบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุทั้งสามสัญชาติยังคงมีความต้องการด้านความปลอดภัยในสุขอนามัยทุกกิจกรรมที่เกิดขึ้นเป็นอันดับหนึ่ง ดังนั้นข้อมูลที่ได้จึงมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการกำหนดนโยบายด้านการดำเนินการกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในรูปแบบมาตรฐานหรือยุควิถีใหม่ของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีค่าใช้จ่ายสูงอย่างยั่งยืนสืบไป

ด้านความสนใจ (Interest) พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุทั้งสามสัญชาติให้ความสนใจกับการเพลิดเพลินกับอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลายมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งเช่นเดียวกัน นอกจากนั้นยังให้ความสนใจด้านการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น การเรียนรู้การประกอบอาหารไทย การทำหัตกรรมไทย การท่องเที่ยวชายหาด ภูเขา ชมวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม รวมถึงสนใจด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยเฉพาะการนวดแผนไทย การนวดสมุนไพรไทย การเสริมความงามยังเป็นส่วนที่ได้รับความสนใจเสมอมาจากข้อมูลข่าวสารตามสื่อสังคมด้านการแพทย์ที่ไทยยังคงเป็นประเทศที่มีศักยภาพสูงในสายตาของต่างชาติเสมอในด้านนี้ และสุดท้ายส่วนที่นักท่องเที่ยวสูงอายุทั้งสามสัญชาติยังคงให้ความสำคัญตลอดมาเมื่อนึกถึงประเทศไทยคือ การจับจ่ายใช้สอยสินค้าต่าง ๆ และของที่ระลึก โดยมองไทยเป็นศูนย์กลางด้านการจับจ่ายใช้สอยในระดับภูมิภาค ราคาที่เหมาะสมเข้าถึงได้ มีสินค้าหลากหลายระดับให้เลือกตามสไตล์ของแต่ละชนชาติ จึงเป็นที่ชื่นชอบจากนักท่องเที่ยวต่างชาติเสมอมา

ด้านความคิดเห็น (Opinion) เนื่องจากงานวิจัยนี้ดำเนินการภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 จากข้อมูลที่ได้พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุทั้งสามสัญชาติให้ความสำคัญมากที่สุดมีจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ การคำนึงถึงความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว และการคำนึงถึงสุขอนามัยของสถานที่ท่องเที่ยว สืบเนื่องจากภายหลังการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่อาจเปลี่ยนแปลงด้านความคิดเห็น ทั้งนี้นักท่องเที่ยวจะมีความระมัดระวังในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เช่น การยืนยันการได้รับวัคซีน มีการทดสอบการตรวจเชื้อก่อนเข้าประเทศ การบังคับและควบคุมการสวมหน้ากากอนามัย การสร้างภูมิคุ้มกันหมู่ การควบคุมสุขอนามัยอย่างดี การควบคุมการแพร่เชื้อโรคเริ่มตั้งแต่การเดินทางบนเครื่องบิน การเว้นระยะห่างทางสังคม การกำหนดพื้นที่สีเขียวที่ปลอดภัยจากการแพร่เชื้อ การกำหนดขีดความสามารถทางการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งปัจจัยในการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวไม่ใช่เพียงแค่ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวอีกต่อไป แต่นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงสุขอนามัยและความปลอดภัยด้วยเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มักจะคำนึงถึงความปลอดภัย และการใส่ใจด้านสุขภาพเป็นพิเศษตามที่กล่าวมาข้างต้น เช่น เลือกเมืองจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวมีความปลอดภัย ในเมืองมีโรงพยาบาลที่ดีและแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ โรงแรมที่มีสภาพแวดล้อมปลอดภัยและได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA หรือ SHA+) และมีความต้องการการประกันสุขภาพของรัฐบาลสำหรับการรักษาในกรณีเจ็บป่วยที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการเดินทาง สอดคล้องกับ Sniadek, (2006) ในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุ และในการพัฒนาธุรกิจเพื่อโอกาสในการเปลี่ยนแปลงปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านอายุของนักท่องเที่ยวที่มีกลุ่มผู้สูงอายุที่มีคุณภาพมากขึ้นเป็นจำนวนมาก จึงมีประเด็นที่ควรพิจารณาในการสร้างแนวทางในการวางกลยุทธ์เพื่อเพิ่มรายได้และศักยภาพของธุรกิจตามความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี ต้องการความมั่นใจด้านความปลอดภัย ความคุ้มค่าในการใช้จ่ายเพื่อแลกเปลี่ยนกับการได้รับบริการ เน้นการดูแลสุขภาพกายและใจ และกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัยและสุขภาพ รวมถึงการได้รับรู้สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่ช่วงวัยสูงอายุพึงมีพึงได้ จากข้อมูลดังกล่าว พบว่าในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวไทยหรือต่างชาติ สิ่งที่เป็นประเด็นสำคัญใน

การตัดสินใจ คือ เรื่องของความปลอดภัย และความคุ้มค่าด้านราคา หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านธุรกิจการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐและเอกชนสามารถใช้ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการจัดทำนโยบายและวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวให้แก่กลุ่มผู้สูงอายุได้อย่างเหมาะสม พร้อมจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความปลอดภัยและมีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุสามารถมีส่วนร่วมได้อย่างเหมาะสม

5.2.2 ผลการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง สามารถอภิปรายผลในภาพรวมแบ่งประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว 3 ครั้งต่อปี ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว คือ วันหยุดติดต่อกันหลายวัน ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวจำนวน 3 วันต่อครั้ง มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน รับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกรวรรณ สังขกร และคณะ (2558) ที่ทำการศึกษาการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย พบว่า ความถี่ในการท่องเที่ยวปีละ 2-3 ครั้ง และมีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1-3 วัน วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย/จิตใจ และสอดคล้องกับการศึกษาของของจันทร์จิตร เธียรสิริ ฉันทวัต วันดี สุรีย์ บุญญานุพงศ์ และกรวรรณ สังขกร และคณะ (2555) ที่ทำการประเมินศักยภาพการตลาดท่องเที่ยวแบบไม่รีบเร่งสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน พบว่า แหล่งข้อมูลในการวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุมาจากการสอบถามญาติ คนรู้จักหรือเพื่อนเป็นหลัก

รูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ด้านกิจกรรม (Activities: A) พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชอบเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ มากที่สุด โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ระบุว่านักท่องเที่ยวสูงอายุมีแนวโน้มสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงมากขึ้น พร้อม ๆ กับความมั่งคั่งที่มากขึ้นด้วย ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง และการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหลักที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการ ซึ่งนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูงเป็นกลุ่มที่มีความพร้อมจะจ่ายให้กับการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่สามารถทำให้มีความสุขในชีวิตหลังเกษียณได้ (ปาริชาติ บุญเอก, 2564) ด้านความสนใจ (Interest: I) พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่เห็นว่าครอบครัวมีความสำคัญที่สุดในชีวิต สอดคล้องกับสุนันทา เชื้อชาติ และศรัณยา บุนนาค (2553) ได้ศึกษารูปแบบการใช้ชีวิต ปัญหาด้านสังคม สุขภาพ การเงิน และการจัดที่อยู่อาศัยให้ผู้สูงอายุในภาคใต้ พบว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับการใช้เวลาอยู่กับครอบครัว และยังสอดคล้องกับการศึกษาของสุกัญญา วชิรเพชรปราณี (2553) ได้ศึกษาเรื่องบทบาทผู้สูงอายุที่อยู่กับครอบครัวอย่างมีความสุขในชุมชนกึ่งเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า บทบาทที่ส่งผลให้ผู้สูงอายุอยู่อย่างมีความสุข คือ การมีโอกาสได้แสดงออกถึงบทบาทการดูแลสุขภาพของตนเอง และการมีบทบาทในการเลี้ยงดูหลาน แม้จะเป็นภาระแต่ก็เป็นภาระที่มีความสุข ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับครอบครัวของผู้สูงอายุ เนื่องจากการได้อยู่กับครอบครัวและได้มีบทบาทสำคัญในครอบครัว จะทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกว่าตนมีคุณค่าและ

ก่อให้เกิดความสุข ด้านความคิดเห็น (Opinion: O) พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่เห็นว่า การวางแผนชีวิตเป็นเรื่องสำคัญ การเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยผู้สูงอายุ และการวางแผนชีวิตสำหรับผู้สูงอายุเป็นเรื่องสำคัญ เพื่อรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในแต่ละบุคคล ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และเศรษฐกิจ หากผู้สูงอายุมีการวางแผนชีวิตที่ดี จะสามารถใช้ชีวิตต่อไปในสังคมได้อย่างยั่งยืนและสามารถทำประโยชน์ต่อสังคม อีกทั้งสามารถเตรียมความพร้อมรับมือต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่จะมาถึงได้ในอนาคต

5.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวสูงอายุในประเทศไทย

ในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงในประเทศไทย หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนควรร่วมมือกันในการดำเนินนโยบาย ดังนี้

1. นโยบายการพัฒนาเมืองผู้สูงวัยเพื่อเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวสูงอายุ คือจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีศักยภาพในการตอบสนองความต้องการตามรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยโดยวิเคราะห์จากองค์ประกอบของเมืองจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว (5As) อันประกอบด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีความหลากลหลาย ภูมิอากาศที่เย็นสบายในฤดูหนาว ทรัพยากรการท่องเที่ยวก่อให้เกิดความประทับใจ สุขใจ และซาบซึ้งในการเที่ยวชม การเดินทางเข้าออกสะดวกมีเที่ยวบินจำนวนมากในแต่ละวันจากเมืองต่าง ๆ มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร แหล่งจับจ่ายใช้สอย และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมกันพัฒนาภาพรวมของจังหวัดให้มีความพร้อมในการรองรับความต้องการของผู้สูงอายุในด้านแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร โรงพยาบาล แหล่งจับจ่ายใช้สอย และความสะดวกการเดินทางเข้าออกโดยเฉพาะทางอากาศ แม้ว่าจังหวัดเชียงใหม่จะประสบปัญหาฝุ่น PM 2.5 ในบางฤดูกาล เช่น เดือนมีนาคม ซึ่งเป็นเดือนที่นักท่องเที่ยวสูงอายุควรหลีกเลี่ยงการเดินทาง แต่รัฐบาลโดยคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติได้เร่งดำเนินการแก้ไขอยู่

หน่วยงานหลัก ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีแผนงาน ดังนี้

1.1 แผนงานด้านอุปทานสินค้าและทางท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ประกอบด้วยแผนดำเนินงาน ดังนี้

1.1.1 การพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวโดยอาศัยหลักการอารยะสถาปัตยกรรม (Universal Design) เพื่อนักท่องเที่ยวสูงอายุ ในการออกแบบทางกายภาพ เพื่อการก่อสร้าง ปรับปรุง พัฒนาบริการด้านกายภาพ และอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุ ให้สามารถใช้สิ่งบริการต่าง ๆ หรือพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย เสริมสร้างความสุข ความเข้าใจ และความเพลิดเพลินในการรับบริการการท่องเที่ยว

หน่วยงาน: เจ้าของ/ผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

1.1.2 การพัฒนาเที่ยวบินเพื่อการเดินทางเข้าออกจังหวัดทางอากาศ เพื่อเพิ่มเที่ยวบินตรงจากประเทศในอาเซียนสู่จังหวัดเชียงใหม่ เช่น สิงคโปร์ กรุงกัวลาลัมเปอร์ กรุงจาการ์ตา เป็นต้น และเที่ยวบินจากจังหวัดในภาคอื่นสู่จังหวัดเชียงใหม่ เช่น ภูเก็ต หาดใหญ่ ขอนแก่น เป็นต้น

หน่วยงาน: สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย สายการบิน

1.1.3 การส่งเสริมสิ่งอำนวยความสะดวกที่เชื่อมโยงการเดินทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น ข้อมูลการเดินทาง การจัดการยานพาหนะที่เชื่อมโยงการเดินทางให้สะดวกขึ้นในเมือง เช่น ก่อสร้างลิฟต์/บันไดเลื่อน/ทางเดินเลื่อนเพื่อเชื่อมต่อระบบโดยสารสาธารณะ การพัฒนาระบบข้อมูลการท่องเที่ยวอัจฉริยะที่สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ง่าย เป็นต้น

หน่วยงาน: องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ เทศบาลนครเชียงใหม่

1.1.4 การพัฒนาทักษะและศักยภาพเพื่อบริการนักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น ทักษะการดูแลผู้สูงอายุอย่างเหมาะสม เพื่อให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านอุปกรณ์เครื่องช่วยอำนวยความสะดวก ด้านการรักษาพยาบาล และด้านบริการเคลื่อนย้าย ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อให้สามารถสื่อสารให้เกิดความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียน

หน่วยงาน: องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน สถาบันการศึกษาในพื้นที่

1.2 แผนงานด้านอุปสงค์สินค้าและทางท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ประกอบด้วยแผนดำเนินงาน ดังนี้

1.2.1 การออกแบบเส้นทาง รายการนำเที่ยว กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว ให้มีความหลากหลายและสร้างสรรค์มากขึ้น สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน

หน่วยงาน: บริษัทนำเที่ยว เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด

1.2.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เชื่อมโยงกับภูมิปัญญาไทย ผลการศึกษาพบการเพิ่มขึ้นของความต้องการของสินค้าและบริการเพื่อสุขภาพของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ซึ่งประเทศไทยมีความโดดเด่น จึงควรออกแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เชื่อมโยงกับภูมิปัญญาไทย และประชาสัมพันธ์ เพื่อดึงดูดและกระตุ้นนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยและชาวอาเซียน

หน่วยงาน: กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ สมาคมสปาล้านนา สมาคมผู้ประกอบการสปาไทย

2. นโยบายการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชอบการส่งเสริมการตลาด และจะช่วยกระตุ้นให้เกิดการเดินทางและเพิ่มค่าใช้จ่าย โดยมีแผนงาน ดังนี้

2.1 การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคาสินค้าหรือบริการ การอภินันทนาการรับส่งสนามบิน คูปองส่วนลดต่าง ๆ การไม่คิดค่าธรรมเนียมการยกเลิกการจองก่อนวัน เข้าพัก 24 ชั่วโมง (Free cancellation charge) การคืนเงินค่าบริการหรือการเปลี่ยนการจองที่ยืดหยุ่น (Flexible refund/rebook for hotel and airlines) การจัดกิจกรรมพิเศษ (Special Event) เพื่อส่งเสริมการตลาด เป็นต้น

หน่วยงาน: ธุรกิจนำเที่ยว ตัวแทนท่องเที่ยว โรงแรม สายการบิน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2.2 การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่วางแผนการท่องเที่ยวด้วยการศึกษาจากสื่อและจองด้วยตนเองออนไลน์ เช่น Facebook, You Tube, , Instagram, What's app, Twitter, Tik Tok หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการท่องเที่ยวจึงควรใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวอาเซียน

หน่วยงาน: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานท่องเที่ยวจังหวัด ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัด

2.3 การออกแบบแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อเชื่อมโยง Application ที่มีอยู่ในห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จากผลการศึกษาที่นักท่องเที่ยวสูงอายุมีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากขึ้น ประกอบกับการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ควรออกแบบแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อเชื่อมโยง Application ในการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น ให้สามารถเลือกภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ การนำเทคโนโลยีหรือการพัฒนาแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่เป็นมิตร และอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุ เช่น การให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว การเปรียบเทียบราคา การจองที่พัก การเดินทางและการจับจ่ายใช้สอย การแสดงความคิดเห็น (Review) การแบ่งปันประสบการณ์ (Sharing) เป็นต้น ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน แพลตฟอร์มต่าง ๆ ควรสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับขั้นตอนต่าง ๆ ภายใต้ห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น ด้านข้อมูลและการวางแผนการท่องเที่ยว ด้านที่พัก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง เป็นต้น

หน่วยงาน: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

บรรณานุกรม

Anantamongkolkul, C., Butcher, K. & Wang, Y. (2014). Understanding Acculturation in the Senior Tourist Long Stay Experience. *TTRA 2014 International Conference: Tourism and the New Global Economy* 5, 546-553.

Alen, E., Nicolau, J. L., Losada, N. & Dominguez, T. (2012). New Opportunities for the Tourism Market: Senior Tourism and Accessible Tourism. ICOTTS'19 - *The 2019 International Conference on Tourism, Technology & Systems, 5 - 7 December 2019*, 139-166, Buenos Aires: Argentina.

Alen, E., Nicolau, J. L., Losada, N. & Dominguez, T. (2014). Determinant Factors of Senior Tourists' Length of Stay, *Annals of Tourism Research*, 49, 19-32.

Alen, E., Losada, N. & Dominguez, T. (2016). The Impact of Ageing on the Tourism Industry: An Approach to the Senior Tourist Profile, *Social Indicators Research,* 127(1), 303-322

Anandan, C., Mohanraj, P. & Madhu, S. (2006). A Study of the Impact of Values and Lifestyles (VALS) on Brand Loyalty with Special Reference to English Newspapers. *Vilakshan: The XIMB Journal of Management*, 3(2), 97.

Batra, A. (2009). Senior Pleasure Tourists: Examination of Their Demography, Travel Experience, and Travel Behavior Upon Visiting the Bangkok Metropolis. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 10(3), 197-212.

Chen, H. W. J. (2009). *Baby Boomers' and Seniors' Domestic Travel Motivations: An Examination of Citizens in Tainan, Taiwan*. Master's dissertation. University of Waterloo, Canada.

Chen, J. S., Huang, Y. & Cheng, J. S. (2009). Vacation Lifestyle and Travel Behaviors. Journal of Travel & Tourism Marketing, 25(6), 494-506.

Chen, K., Chang, F. & Liu, F. (2015). Wellness Tourism among Seniors in Taiwan: Previous Experience, Service Encounter Expectations, Organization Characteristics, Employee Characteristics, and Customer Satisfaction, *Sustainability 2015(7),* 10576-10601.

Dann, G. (2001). Senior Tourism. *Annals of Tourism Research,* 28(1), 235-238.

Darren, W. R. & Perreault, W. D. (1975). A Mulitivariate Analysis of Media Exposure and Vacation Behavior with Life Style Covariates. *Journal of Consumer Research*, 3, September 1975, 93-103.

Expedia Group. (2021). Traveler Sentiment and Influences. Retrieved 2022, October 7, from https://go2.advertising.expedia.com/rs/185-EIA-216/images/Northstar-2021-Infographic-EMEA.pdf

Glenn, F. R. (2005). Senior Tourists Sociability and Travel Preparation. *Tourism Review*, 60(2), 6-15.

Glover, P. & Prideaux, B. (2009). Implications of Population Ageing for the Development of Tourism Products and Destinations. *Journal of Vacation Marketing 2009*; 15, 25. DOI: 10.1177/1356766708098169

Hongsranagon, P. (ND*)*. Japanese Senior Tourists: An Untapped Potential in Thailand's Tourism Industry. *Integrated Sciences Program*. TU., Bangkok, Thailand.

Hsu, C. H. C., Cai, L. A. & Wong K. K. F. (2007). A Model of Senior Tourism Motivations- Anecdotes from Beijing and Shanghai. *Tourism Management*, 2007(28), 1262 -1273.

Hung, K. (ND). Baby Boomers and Future Seniors: How to Get Them on Motorcoaches?. *Department of Recreation, Park and Tourism Sciences*, Texas A&M University 2261.

Johns Hopkins University. (2021). *Covid-19 Data in Motion: Tuesday, March 16, 2021*. Retrieved March 17, 2021, from https://coronavirus.jhu.edu/

Juivan, E., Omerzel, D. G. & Maravic, M. U. (2017). Tourist Behaviour: An Overview of Models to Date. *Management International Conference*, 24-27 May 2017, 23-33. Vanice: Italy.

Kastarilak, B. I., & Barber, B. K. (2011). *Fundamentals of Planning and Developing Tourism*. Upper Saddle River. NJ: Prentice Hall.

Kim, H., Woo, E. & Uysal, M. (2015). Tourism Experience and Quality of Life among Elderly Tourists. *Tourism Management,* 46(2015), 465-476.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Bangkok: Pearson Education.

Kotler, P. (2000). *Marketing Management: Analyzing Consumer Marketing and Buyer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.

Krishnan, J. (2011). Lifestyle – A Tool for Understanding Buyer Behavior. *Journal of Economics and Management*, 5(1), 283–298.

Lertkulprayad, L. (2011). Tourism Marketing For Elderly Inbound Tourists Traveling in Thailand. *Fine Arts International Journal Srinakharinwirot University*. 15(1), January - June 2011, 52-59.

Littrell, M. A., Paige, R. C. & Song, K. (2004). Senior Travellers: Tourism Activities and Shopping Behaviours. *Journal of Vacation Marketing*, 10(4), 348-362.

Lohmann, M. & Danielsson, J. (2001). Predicting Travel Patterns of Senior Citizens: How the Past May Provide a Key to the Future. *Journal of Vacation Marketing*, 7(4), 357-366.

Losada, N., Alen, E., Dominguez, T. & Nicolau, J. L. (2016). Travel Frequency of Seniors Tourists. *Tourism Management,* 2016(53), 88-95.

Moller, C., Weiermair, K. & Wintersberger, E. (2007). The Changing Travel Behaviour of Austria's Ageing Population and its Impact on Tourism. *Tourism Review*, 62, No 3+4/2007.

Morrison, A. M. (2010). *Hospitality and Travel Marketing* Albany: Delmar.

Moschis, G. P. (1996), Gerontographics: Life- Stage Segmentation for Marketing Strategy Development, Quorum Books, Westport, CN.

Mowen, J. C. (1995). *Consumer Behavior*. 3th ed. New York: Macmillan Publishing Nutrition.

Mowen, J. C., & Minor, M. (1998*). Consumer Behavior*. (5th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

Muller E.T. & O'Cass A. (2001). Targeting the Young at Heart: Seeing Senior Vacationers the Way They See Themselves. *Journal of Vacation Marketing*, 2001(7), 285.

Mungall, A., Schegg, R. & Courvoisier, F. (2010). Exploring and Communication Marketing Strategies for Senior Travellers. *Advances in Hospitality and Leisure*, 6, 59–82.

Nella, A. & Christou, E. (2016). Extending Tourism Marketing: Implications for Targeting the Senior Tourists' Segment. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 2(1), 36-42.

Nimrod, G. (2008). Retirement and Tourism Themes in Retirees' Narratives. *Annals of Tourism Research,* 35(4), 859–878, 2008.

Patterson, I. (2011). Baby Boomers and Adventure Tourism: The Importance of Marketing the Leisure Experience. *World Leisure Journal*, 44(2), 4-10.

Plummer, J. T. (1974). The Concepts and Application of Lifestyle Segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1), 7-33.

Politeknik NSC. Surabaya. (2006). *Consumer Behavior and Advertising Management*. Retrieved from https://nscpolteksby.ac.id/ebook/book/business-administration/

Reece, W. S. (2004). Are Senior Leisure Travelers Different? *Journal of Travel Research 2004*, 43(11). DOI: 10.1177/0047287504265507

Rodriguez, V. (2001). Tourism as a Recruiting Post for Retirement Migration. *Tourism Geographies* 3(1), 2001, 52–63.

Shihadi, T. F., Hartoyo, Sukandar, D. & Soehadi, A. W. (2016). Segmentation of the Tourist Market for Jakarta: Classification of Foreign Visitors' Lifestyle Typologies, *Tourism Management Perspectives*, 19(2016), 32-39.

Sniadek, J. (2006). Age of Seniors- A Challenge for Tourism and Leisure Industry. *Department of Economics of Tourism and Marketing. University school of Physical education,* ul. Rybaki 19, 61-884.

Sudbury, L. and Simcock, P. (2009). Understanding older consumers through cognitive age and the list of values: a UK-based perspective, *Psychology and Marketing*, 6(1), 22-38.

Supaksiri Prakancharoen & Yanika Chuentako. (2018). A Study of Senior Tourist Behavior in Nakhon Pathom Province*. International Conference on Innovation, Smart Culture and Well-Being (ICISW2018),* 8th November 2018, 94-104, Bangkok: Thailand.

Tretheway, M. & Mak, D. (2006). Emerging Tourism Markets: Ageing and Developing Economies. *Journal of Air Transport Management* 12 (2006), 21–27.

Udo-Imeh, P. T. (2015). Influence of Lifestyle on the Buying Behavior of Undergraduate Students in Universities in Cross River State, Nigeria Australian. *Journal of Business and Management Research*, 5(1), 1-10.

United Nations. (2015). *World Population Prospects 2015*. Retrieved from https://population.un.org/wpp/Publications/Files/WPP2015_DataBooklet.pdf

UNWTO. (2015). *UNWTO Annual Report 2015*. Madrid: UNWTO.

UNWTO. (2016). *UNWTO Annual Report 2016*. Madrid: UNWTO.

Vuuren, C. V. & Slabbert, E. (2011). Travel Motivations and Behavior of Tourists to a South African Resort. *International Conference on Tourism & Management Studies-Algarve 2011*, 295-304.

Wijaya, S. (2008). Understanding Senior Traveler's Behavior When Consuming Tourism and Hospitality Products, *Journal Manajemen Perhotelan*, 4(1), Maret 2008, 39-44.

Wongleedee, K. (2012). Satisfaction: Global Senior Tourists in Thailand. *ICEMT Conference,* 2012, 7–11.

Woods, L. L. & Daniel, L. G. (ND). Effect of a Tourism Awareness Program on the Attitudes and Knowledge of Older Adults. *Education Leadership and Research*, University of Southern Mississippi, Hattiesburg, MS 39406-5027, USA.

World Economic Forum. (2016). *The Global Competitiveness Report 2015–2016*.

Zhang, L. & Zhang, J. (2018). Impacts of Leisure and Tourism on the Elderly's Quality of Life in Intimacy: A Comparative Study in Japan. *Tourism Management*, 69, December 2018, 109-120.

Zins, A. H. (1998). Leisure Traveler Choice Models of Theme Hotels Using Psychographics, *Journal of Travel Research*, April 1998, 3-13.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว*. ฉบับที่ 5 กรกฎาคม-กันยายน 2559. หน้า 47-66.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 6*. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 7*. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560a). *รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 7*. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา .

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *Covid-19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย: สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยไตรมาส 1/2563*. รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว, 1(4), กรกฎาคม - กันยายน 2563.

กรวรรณ สังขกร และคณะ. (2558). *การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ*. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กรวรรณ สังขกร และคณะ (2558). *รายงานฉบับสมบูรณ์แผนงานวิจัยการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ.* มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กวิน วงศ์ลีดี. (2554). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติในประเทศไทย.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

กองกลยุทธ์การตลาด. (2563). แผนฟื้นฟูอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ภายหลังวิกฤต COVID-19 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. *TAT Review*, 6(4), 61-65.

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถานการณ์การท่องเที่ยว เดือนธันวาคม 2563*. สืบค้น 6 ตุลาคม 2565, จาก https://www.mots.go.th/download/article/article_20210217155048.pdf

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). *สถานการณ์การท่องเที่ยว เดือนธันวาคม 2564*. สืบค้น 6 ตุลาคม 2565, จาก https://www.mots.go.th/download/article/article_20220127114136.pdf

กองทุนประชากรแห่งสหประชาชาติ. (2559). *สูงวัยในศตวรรษที่ 21: การเฉลิมฉลองและความท้าทาย*. สืบค้นจาก https://www.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/Thai%20summary_Ageing%20in%20the%2021st%20Century_0.pdf

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. (2564). *ยุทธศาสตร์การจัดการการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ระลอกใหม่*. กรุงเทพฯ: กระทรวงสาธารณสุข.

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. (2565). *แผนและมาตรการการบริหารจัดการสถานการณ์โรคโควิด 19 สู่โรคประจำถิ่น*. กรุงเทพฯ: กระทรวงสาธารณสุข.

การเงินธนาคาร. (2563). *เปิดโครงการเที่ยวปันสุข ฟื้นฟูเศรษฐกิจท่องเที่ยว พร้อมก่อนเที่ยวก่อน.* สืบค้น 14 มกราคม 2564, จาก https://www.moneyandbanking.co.th/article/travel-e-vocher-0307

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). *รายงานประจำปี 2559 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. สืบค้นจาก www.tat.or.th

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559b). *รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศกลุ่มคุณภาพสูง: ภูมิภาคอเมริกา (ตลาดสหรัฐอเมริกา).* กรุงเทพฯ: บริษัท อินทัช รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลแทนซี่ จำกัด.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559c). *รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศกลุ่มคุณภาพสูง: ภูมิภาคอเมริกา (ตลาดแคนาดา).* กรุงเทพฯ: บริษัท อินทัช รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลแทนซี่ จำกัด.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561a). *รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศกลุ่มคุณภาพสูง: อิตาลี และสเปน.* กรุงเทพฯ: บริษัท อินทัช รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลแทนซี่ จำกัด.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). *แผนการดำเนินงานโครงการแนวทางความปลอดภัยด้านสุขอนามัย.* สืบค้นเมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2564 จาก https://thailandsha.tourismthailand.org/index?strip=4#Register

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2565). *TAT Strengthening Direction 2023* สืบค้น 10 ตุลาคม 2565 จาก https://www.tatnewsthai.org/news_detail.php?newsID=5231

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). *9 แนวโน้มใหม่ในอาคตการท่องเที่ยว*. สืบค้น 10 กรกฎาคม 2565 จาก https://api.tourismthailand.org/upload/live/content_article_file/20603-15378.pdf

กุลวดี แกล้วกล้า. (2550). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวของข้าราชการเกษียณอายุ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.

เกษรา เกิดมงคล. (2546). *รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงาน.* กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กรุงเทพธุรกิจ. (2564). *ย้อนรอยมหากาพย์ "เปิดประเทศ" บทพิสูจน์ท่องเที่ยวไทยฝ่าวิกฤติโควิด-19*. สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2565, จาก https://www.bangkokbiznews.com/business/980243

กรุงเทพธุรกิจ. (2565). *ท่องเที่ยวฟื้นดันรายได้แตะ 1.2 ล้านล้าน.* สืบค้น 6 ตุลาคม 2565, จาก https://www.bangkokbiznews.com/business/economic/1022932

ข่าวสด. (2563). สรุปความคืบหน้าวัคซีนโควิด-19 ของ 10 ประเทศในอาเซียน. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2564 จาก https://www.khaosod.co.th/covid-19/news_5591108

ข้าวทิพย์ อ่อนอรุณ. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย.* กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จันทร์จิตร เธียรสิริ, ฉันทวัต วันดี, สุรีย์ บุญญานุพงศ์ และกรวรรณ สังขกร. (2555). การประเมินศักยภาพการตลาดท่องเที่ยวแบบไม่รีบเร่งสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น.* ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 มิถุนายน–พฤศจิกายน 2555.

ชลวิกา อาจองค์. (2555). *รูปแบบการดำเนินชีวิตและการรับรู้ในตราสินค้าที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อไอโฟนของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี.* (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร), วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.

ฐานเศรษฐกิจ. (2558). Senior Tourism Thailand: การท่องเที่ยวเพื่อผู้สูงอายุ. สืบค้นจาก http://www.thansettakij.com/content/128579

ณัฐกานต์ บุญนนท์. (2550). *รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อทางอินเตอร์เน็ตของกลุ่มวัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น.* (การศึกษาอิสระ มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.

ณัฏฐกฤติ นิธิประภา. (2564). *บทวิเคราะห์สถานการณ์ MSME สาขาธุรกิจท่องเที่ยว ปี 2564 และแนวโน้มปี 2565*. กรุงเทพฯ: ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

นัชชา เกิดอินทร์ กาญจนาพร วงศ์อาจ และโชติ บดีรัฐ. (2564). มาตรการเยียวยาของรัฐต่อผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 6(11), 259-172.

นรินทร์ สังข์รักษา สุภาภรณ์ พรหมฤาษี และธีรังกูร วรบำรุงกุล (2559) *รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย*. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. ปีที่ 36 ฉบับที่ 2 เดือนเมษายน – มิถุนายน 2559.

ดารา ทีปะปาล. (2546). *การสื่อสารการตลาด.* กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.

เดอะสแตนดาร์ด. (2564). *สถานการณ์โควิด-19 ในอาเซียน อินโดนีเซียติดเชื้อสะสมมากสุด 1.3 ล้านราย*. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2564 จาก https://thestandard.co/indonesia-highest-coronavirus-rate/

ไทยรัฐ. (2561). เปิดรางวัลทั่วโลกมอบให้เมืองไทย. สืบค้นจาก https://www.thairath.co.th/news/business/1498221

ธนันรักษ์ วัชราธร วรวุฒิ เพ็งพันธ์ และสุวิชัย โกศัยยะวัฒน์ (2560). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี. *วารสารการศึกษาและการพัฒนาสังคม.* 13(1), มกราคม-เมษายน 2560. หน้า 260-275.

ธีร์ ตีระจินดา และสมบัติ กาญจนกิจ. (2557). การส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นในตลาดท่องเที่ยวไทย. *วารสารวิชาการ สถาบันพลศึกษา.* 6(1), มกราคม-เมษายน 2557. หน้า 111-125.

นรินทร์ สังข์รักษา สุภาภรณ์ พรหมฤาษี และธีรังกูร วรบำรุงกุล. (2559). รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.* 36(2), เดือนเมษายน–มิถุนายน 2559. หน้า 1-19.

บีบีซีไทย. (2564). *โควิด-19: ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ ภัยคุกคามชาวโลกปี 2020*. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2564 จาก https://www.bbc.com/thai/international-55217851

แบรนด์ บุฟเฟ่ต์ - ทีม. (2561). *ททท. เปิดตัวโครงการ “เก๋ายกก๊วน...ชวนเที่ยวไทย” ปี 2 ชวนกลุ่มผู้สูงวัยท่องเที่ยวเมืองไทยได้แบบง่ายๆ ใน 5 ภูมิภาคทั่วประเทศ*. สืบค้น 12 สิงหาคม 2563, จาก https://www.brandbuffet.in.th/2018/01/tat-senior-age-travel-around-thailand

ปวีณ พิมาน และมนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2560). รูปแบบการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดชุมพร. *การประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9 และการประชุมวิชาการระดับนานาชาติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 8*. 7-9 สิงหาคม 2560 ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี.

ประชาชาติธุรกิจ. (2563). *เศรษฐกิจหาดใหญ่ทรุดหนัก ลูกค้าหลักมาเลย์-สิงคโปร์-อินโดฯ อ่วมไวรัส.* สืบค้นเมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2564 จาก https://www.prachachat.net/local-economy/news-551298

ปาริชาติ บุญเอก. (2564). 'ผู้สูงวัย' ปรับตัว ปรับใจ อย่างไร ในยุคดิสรัป. กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. สืบค้น 22 ธันวาคม 2564, จาก https://www.bangkokbiznews.com/social/932366

พัฐชญาณ์ แซ่โง้ว ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และ พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์. (2559). การวิเคราะห์องค์ประกอบของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค Generation Y ในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยด้วยโมเดล AIO. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 3(2), 11-25.

พิทักษ์ ศิริวงศ์ และคณะ. (2559). *แผนงานวิจัยการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพในภูมิภาคตะวันตกของนักท่องเที่ยวสูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน.* สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

พงศ์เสวก เอนกจำนงค์พร. (2558). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร:* วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ภัทรา เรืองสวัสดิ์. (2553). รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.

มณฑกานติ ชุบชูวงศ์. (2563). เผยดึงฐานไทยเที่ยวนอกกว่า 10 ล้านคนเที่ยวในประเทศ ผู้สูงอายุกลุ่มหลัก ท่องเที่ยวไทย. เนคทาร์. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2564 จาก https://www.bltbangkok.com/news/27627/

รจิต คงหาญ วิสาขา วัฒนปกรณ์ และอรรจนา เกตุแก้ว. (2559). แนวทางการพัฒนารูปแบบงานบริการในธุรกิจโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยเกษียณ. *วารสารปัญญาภิวัฒน์.* 8(3), กันยายน-ธันวาคม 2559. หน้า 122-134

รักธิดา ศิริ. (2561). การแบ่งส่วนตลาดนักดื่มกาแฟด้วยรูปแบบการดำรงชีวิตและการรับรู้ถึงคุณค่าร้านกาแฟของแต่ละส่วนตลาด: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวนานาชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, 12(2), 199-216.

ราณี อิสิชัยกุล. (2557). *การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ลัดณา ศรีอัมพรเอกกุล และธีระวัฒน์ จันทึก. (2561). การท่องเที่ยวคุณภาพเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.* 4(1), กุมภาพันธ์-พฤษภาคม 2561. หน้า 12-28.

เลิศหญิง หิรัญโร. (2545). *รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร.* กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วารัชต์ มัธยมบุรุษ. (2554). แนวทางการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ กรณีศึกษาพื้นที่รอบการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแม่เมาะ จังหวัดลำปาง. *การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปี 2554, "การพัฒนาอนาคตชนบทไทย: ฐานรากที่มั่นคงเพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน"* 27-29 มกราคม 2554: 189-193.

วิจัยกรุงศรี (2564). *ธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมหลัง COVID-19* โดยพุทธชาด ลุนคำ และรชฎ เลียงจันทร์ Krungsri Research Intelligence.

ศฐิฒฎา ธารารัตนสุวรรณ. (2563). *ผลกระทบเชื้อไวรัส COVID-19 ต่อวิกฤตการท่องเที่ยวของประเทศไทย (Impact of covid-19 on tourism sector in Thailand).* กรุงเทพฯ: กลุ่มงานวิจัยและข้อมูล สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2564). *โควิด-19 ระลอกใหม่ ป่วนการท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกและไทยในช่วงที่เหลือของปี 2564 (กระแสทรรศน์ ฉบับที่ 3255).* สืบค้น 6 ตุลาคม 2565, จาก https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/Covid-Travel-z3255.aspx

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค.* กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ บริษัท ธีระฟิล์ม และไซเท็ก จำกัด.

สยามรัฐออนไลน์. (2563). *โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยเป็นอันดับหนึ่งของโลก.* สืบค้น 14 มกราคม 2564, จาก https://siamrath.co.th/n/146002

สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ. (2563). *มาแล้ว โครงการ เที่ยวไทยวัยเก๋า สนับสนุนสูงถึงคนละ 5,000 บาท.* สืบค้น 10 กรกฎาคม 2565 จาก https://www.adt.or.th

สรินยา สงค์ประเสริฐ. (2554). *รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อค่านิยมในคอนโดมิเนียมตากอากาศระดับหรูหราในอำเภอหัวหิน*. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

สวัสดิ์ อภิวัจนีวงศ์. (2564). *นโยบายการให้บริการวัคซีนโควิด-19 กระทรวงสาธารณสุข.* สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2565, จาก https://r8way.moph.go.th/r8wayadmin/page/uploads_file/20210325052629.pdf

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นที่ 05 การท่องเที่ยว*. สืบค้น 6 ตุลาคม 2565, จาก http://nscr.nesdc.go.th/wp-content/uploads/2022/03/11_NS-05_070365.pdf.

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563ก). *COVID-19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ไตรมาส 1/2563*. รายงานสภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว, 1(4), 5-16.

สุกัญญา วชิรเพชรปราณี. (2553). บทบาทผู้สูงอายุที่อยู่กับครอบครัวอย่างมีความสุขในชุมชนกึ่งเมือง จังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี นครราชสีมา, 16(1), 50-59.

สุทธ์สินี นิทัศน์เอก. (2561). *รูปแบบการดำเนินชีวิตและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคุณภาพจากทวีปยุโรปในพื้นที่ไทยแลนด์ ริเวียร่า จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.* บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุนันทา เชื้อชาติ และศรันยา บุนนาค (2553) รูปแบบการใช้ชีวิต ปัญหาด้านสังคม สุขภาพ การเงิน และการจัดที่อยู่อาศัยให้ผู้สูงอายุในภาคใต้ (รายงานการวิจัย). สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

สุภาภรณ์ พลนิกร. (2548). *พฤติกรรมผู้บริโภค.* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์โฮลิสติก พับลิชชิง.

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทย จำแนกตามกลุ่มอายุ พ.ศ. 2552 – 2561*. สืบค้นจาก http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/17.aspx

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นการท่องเที่ยว (พ.ศ.2561-2580)*. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2564 จาก http://nscr.nesdb.go.th/wp-content/uploads/2019/04/05-การท่องเที่ยว.pdf

หนึ่งฤทัยรัตน์ กระจ่างพัฒน์วงษ์ และอรอนงค์ พัวรัตนอรุณกร. (2561). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาในเขตเทศบาลขอนแก่น.* วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2(3), 34-51.

อดุลย์ จาตุรงคกุล. (2543). *กลยุทธ์การตลาด.* (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อรลักษณ์ ชิดเชี่ยว. (2550). *การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวผู้สูงอายุ.* วิทยานิพนธ์ปริญญาปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สงขลา.

อัญชัน สันติไชยกุล. (2547). *รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้เกี่ยวกับตนเองและการรับนวัตกรรมสินค้าแฟชั่นของวัยรุ่น*. ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 1 หน้ากระดาษ

ภาคผนวก ข แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 5 บรรทัด

ภาคผนวก ค รายชื่อคณะวิจัย

ภาคผนวก ก แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 1 หน้ากระดาษ

การสรุปแผนงานวิจัย

1. ชื่อแผนงาน (ภาษาไทย)

การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง

2. ชื่อแผนงาน (ภาษาอังกฤษ) A Study of Lifestyle of High-Spending Senior Tourists

3. ชื่อ นามสกุล นักวิจัย รศ. ดร.ราณี อิสิชัยกุล

4. ชื่อ นามสกุล นักวิจัย (ภาษาอังกฤษ) Associate Professor Dr. Ranee Esichaikul

5. ที่อยู่ที่ติดต่อได้ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ปากเกร็ด นนทบุรี 11120

เบอร์โทร 089 499 1032 **อีเมล์:** esichai@gmail.com

6. ชื่อหน่วยงาน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช

7. ปี พ.ศ. ที่ดำเนินงานวิจัยเสร็จ 2565

8. คำค้น keyword รูปแบบการดำเนินชีวิต นักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง
Lifestyle, of High-Spending Senior Tourists

9. อ้างอิง (ใส่ URL ที่สามารถเข้าถึงเอกสารได้กรณีเผยแพร่ผลงานฉบับเต็มทางอินเทอร์เน็ต ถ้าไม่มีให้เว้นว่างไว้)

10. รูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหว

11. รายละเอียดโครงการวิจัย 1 หน้า

แผนงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวและจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง (2) เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง (3) เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูงในประเทศไทย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวสิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และชาวไทยที่มีอายุมากกว่า 55 ปี และมีรายได้ขั้นต่ำตามที่กำหนด โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว โดยใช้การสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวสิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ชอบทำกิจกรรมท่องเที่ยวด้วยการชิมอาหารไทย การจับจ่ายใช้สอย และการชมทัศนียภาพ สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง พบว่า มีการเดินทางท่องเที่ยว 3 ครั้งต่อปี ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 5,001-10,000 บาทต่อครั้ง

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิต พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุทั้ง 3 ประเทศมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่คล้ายคลึงกัน คือ ด้านกิจกรรม ให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่ดี ด้านความสนใจ พบว่า ให้ความสนใจกับการเพลิดเพลินกับอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลาย และด้านความคิดเห็น ให้ความสำคัญความปลอดภัยและสุขอนามัยของสถานที่ท่องเที่ยว สำหรับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย พบว่า ด้านกิจกรรม ชอบเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ด้านความสนใจครอบครัวมีความสำคัญในชีวิต และด้านความคิดเห็นการวางแผนชีวิตเป็นเรื่องสำคัญ

ผลการจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายสูง สรุปรวมได้ 7 กลุ่มดังนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวสุขภาพและความปลอดภัย กลุ่มนักท่องเที่ยวตามสื่อ กลุ่มนักท่องเที่ยวตะลุยไปกับเพื่อนและญาติ กลุ่มนักท่องเที่ยวอาหารและซื้อสินค้าและบริการ กลุ่มนักท่องเที่ยวเรียนรู้วัฒนธรรม และกลุ่มนักท่องเที่ยวกิจกรรมที่แปลกใหม่และทดลองทำ และกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มชอบสปา พักโรงแรมหรูหราและรับประทานอาหารที่เลิศรส ผลการจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง สรุปได้ 5 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรม กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มใส่ใจสิ่งรอบตัว กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มจิตอาสาและความสำเร็จในชีวิต และกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มรักสุขภาพ

(2) ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวสิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงแต่ละกลุ่ม เป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว ร้านอาหาร ที่พัก แหล่งจับจ่ายใช้สอย และแหล่งกีฬา ที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกันซึ่งมีอยู่ในหลายจังหวัดของประเทศไทย

(3) ผลการวิจัยสามารถกำหนดเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนที่มีการใช้จ่ายได้สูง ได้แก่ นโยบายการพัฒนาเมืองผู้สูงวัยเพื่อเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวสูงอายุ และนโยบายการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ

ภาคผนวก ข แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 5 บรรทัด

การสรุปแผนงานวิจัย

1. ชื่อแผนงาน (ภาษาไทย)

การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง

2. ชื่อแผนงาน (ภาษาอังกฤษ) A Study of Lifestyle of High-Spending Senior Tourists

3. ชื่อ นามสกุล นักวิจัย รศ ดร ราณี อิสิชัยกุล

4. ชื่อ นามสกุล นักวิจัย (ภาษาอังกฤษ) Associate Professor Dr. Ranee Esichaikul

5. ที่อยู่ที่ติดต่อได้ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ปากเกร็ด นนทบุรี 11120

เบอร์โทร 089 499 1032 **อีเมล์:** esichai@gmail.com

6. ชื่อหน่วยงาน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช

7. ปี พ.ศ. ที่ดำเนินงานวิจัยเสร็จ 2565

8. คำค้น keyword รูปแบบการดำเนินชีวิต นักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง

Lifestyle, of High-Spending Senior Tourists

9. อ้างอิง (ใส่ URL ที่สามารถเข้าถึงเอกสารได้กรณีเผยแพร่ผลงานฉบับเต็มทางอินเทอร์เน็ต ถ้าไม่มีให้เว้นว่างไว้)

10. รูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหว

11. รายละเอียดโครงการวิจัย 5 บรรทัด

แผนงานวิจัยเพื่อศึกษาจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนสามารถจำแนกได้ 7 กลุ่มตามรูปแบบการดำเนินชีวิต และนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยจำแนกได้ 5 กลุ่ม ซึ่งประเทศไทยมีผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว ร้านอาหาร ที่พัก แหล่งจับจ่ายใช้สอย และแหล่งกีฬา ที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกันอยู่ในหลายจังหวัดของประเทศไทย

แผนงานวิจัย
การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง

A Study of Lifestyle of High-Spending Senior Tourists

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

นักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูงนับว่าเป็นตลาดนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ เนื่องจากจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้นทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ นักท่องเที่ยวสูงอายุชอบการท่องเที่ยว บริการที่มีคุณภาพดี พักแรมนาน และใช้จ่ายสูง

การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ส่งผลให้พฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุเปลี่ยนแปลงไป ใส่ใจดูแลสุขภาพและคำนึงถึงความปลอดภัยมากขึ้น

การศึกษานี้จะทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกสำหรับการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและกำหนดนโยบายการส่งเสริมการตลาดให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต อันจะนำไปสู่การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นในประเทศไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
2. เพื่อจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
3. เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนและชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
4. เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูงในประเทศไทย

วิธีการวิจัย

ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวสิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และชาวไทยที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป และมีรายได้ตามที่กำหนด และการสนทนากลุ่ม และสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการและส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ผลการวิจัย

การจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง

นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียน

กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวสุขภาพและความปลอดภัย
กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวตามสื่อ
กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวตะลุยไปกับเพื่อนและญาติ
กลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยวอาหารและซื้อสินค้าและบริการ
กลุ่มที่ 5 นักท่องเที่ยวเรียนรู้วัฒนธรรม
กลุ่มที่ 6 นักท่องเที่ยวเน้นกิจกรรมและทดลองทำ
กลุ่มที่ 7 นักท่องเที่ยวกลุ่มชอบสปา พักโรงแรมหรูหราและรับประทานอาหารที่เลิศรส

นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย

กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวเรียนรู้วัฒนธรรม
กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวกิจกรรมนอกบ้าน
กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวใส่ใจสิ่งรอบตัว
กลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยวจิตอาสา
กลุ่มที่ 5 นักท่องเที่ยวรักสุขภาพ กิจกรรมและอาหารปลอดภัย

ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง

นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียน

กลุ่มที่ 1 ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเน้นความปลอดภัย
กลุ่มที่ 2 ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวตามสื่อสังคม
กลุ่มที่ 3 ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเน้นสนุกสนานกับเพื่อนและญาติ
กลุ่มที่ 4 ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวอาหารและซื้อสินค้าและบริการ
กลุ่มที่ 5 ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
กลุ่มที่ 6 ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเน้นกิจกรรมและการมีส่วนร่วม
กลุ่มที่ 7 ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเน้นความหรูหรา

นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย

กลุ่มที่ 1 ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
กลุ่มที่ 2 ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ
กลุ่มที่ 3 ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ
กลุ่มที่ 4 ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร
กลุ่มที่ 5 ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายได้สูง

1. นโยบายการพัฒนาเมืองผู้สูงวัยเพื่อเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวสูงอายุ
2. นโยบายการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ

ภาคผนวก ค รายนามคณะวิจัย

รายนามคณะวิจัย

หัวหน้าแผนงาน รองศาสตราจารย์ ดร. ราณี อิสิชัยกุล

หน่วยงาน: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

หมายเลขบัตรประจำตัวประชาชน: 3 1014 00507 88 3

สถานที่ติดต่อ: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

หมายเลขโทรศัพท์: 02 504 8203, 089 499 1032 โทรสาร: 02 503 3612

e-mail: esichai@gmail.com, ranee.esi@stou.ac.th

หัวหน้าโครงการย่อย 1 รองศาสตราจารย์ ดร. ราณี อิสิชัยกุล

หน่วยงาน: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

หมายเลขบัตรประจำตัวประชาชน: 3 1014 00507 88 3

สถานที่ติดต่อ: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

หมายเลขโทรศัพท์: 02 504 8203, 089 499 1032 โทรสาร: 02 503 3612

e-mail: esichai@gmail.com, ranee.esi@stou.ac.th

ผู้ร่วมงานวิจัย อาจารย์ ดร. นนท์ลฉัตร วีรานุวัตติ์

หน่วยงาน: สำนักวิชาการจัดการ สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

หมายเลขบัตรประจำตัวประชาชน: 3 1017 01527 99 9

สถานที่ติดต่อ: สำนักวิชาการจัดการ สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง เลขที่ 333 หมู่ 1 ตำบลท่าสุด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57100

หมายเลขโทรศัพท์: 081 585 1856

e-mail: nontlachatara@gmail.com

หัวหน้าโครงการย่อย 2 รองศาสตราจารย์ ดร.รชพร จันทร์สว่าง

หน่วยงาน: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

หมายเลขบัตรประจำตัวประชาชน: 3 1022 00327 92 1

สถานที่ติดต่อ: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

หมายเลขโทรศัพท์: 02 504 8216, 085 908 4812 โทรสาร: 02 503 3612

e-mail: chansawangr@gmail.com

ผู้ร่วมงานวิจัย: อาจารย์ ดร.ยงยุทธ แก้วอุดม

หน่วยงาน: คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

หมายเลขบัตรประจำตัวประชาชน: 3 8009 00287 48 6

สถานที่ติดต่อ: คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

หมายเลขโทรศัพท์: 02-692-3751

e-mail: yut_nubkk@hotmail.com