



รายงานการวิจัย

โครงการวิจัยย่อยที่ 2

การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
A Study of Lifestyle of High-Spending Thai Senior Tourists

โดย รองศาสตราจารย์ ดร.รชพร จันทร์สว่าง และคณะ

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ

ประจำปีงบประมาณ 2563

พ.ศ. 2565

รายงานการวิจัย

โครงการวิจัยย่อยที่ 2

การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

A Study of Lifestyle of High-Spending Thai Senior Tourists

คณะวิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร.รชพร จันทร์สว่าง มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

อาจารย์ ดร.ยงยุทธ แก้วอุดม

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ

ประจำปีงบประมาณ 2563

พ.ศ. 2565

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัย การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง เป็นส่วนหนึ่งของแผนงานวิจัยการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง ซึ่งได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย จากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ประจำปีงบประมาณ 2563 งานวิจัยนี้ ดำเนินการโดยมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ร่วมกับมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เพื่อทำการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต การจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวตามกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต การนำเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต และการจัดทำข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ที่ให้ทุนอุดหนุนการวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบพระคุณผู้บริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่กรุณาให้คำปรึกษาจนโครงการวิจัยสำเร็จ ลุล่วงด้วยดี ขอขอบพระคุณคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ ต่อการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้

เหนือสิ่งอื่นใด คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับผู้ให้ข้อมูลหลักในทุกพื้นที่การวิจัย ที่สละเวลาในการให้ข้อมูลและให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาของการดำเนินการวิจัย ทำให้การวิจัยในครั้งนี้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ทุกประการ

รองศาสตราจารย์ ดร.รชพร จันท์สว้าง

อาจารย์ ดร.ยงยุทธ แก้วอุดม

บทสรุปผู้บริหาร

โครงการย่อยที่ 2

การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
A Study of Lifestyle of High-Spending Thai Senior Tourists

แผนงานวิจัย

การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง
A Study of Lifestyle of High-Spending Senior Tourists

คณะผู้วิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร.รชพร จันทน์สว่าง มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ ดร.ยงยุทธ แก้วอุดม มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

งบประมาณและระยะเวลาการทำวิจัย

ได้รับงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 งบประมาณที่ได้รับ 1,687,000 บาท
ระยะเวลาทำวิจัย ตั้งแต่ 29 กันยายน 2563 ถึง 28 มิถุนายน 2565

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหา

นักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นกลุ่มตลาดขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพและน่าสนใจ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความพร้อมในด้านเวลาและงบประมาณ สามารถจ่ายเงินเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวได้สูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ ทั้งนี้ จากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มักจะคำนึงถึงความปลอดภัย และการใส่ใจสุขภาพเป็นพิเศษ อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 นักท่องเที่ยวสูงอายุก็ยังคงเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพและน่าสนใจสำหรับการท่องเที่ยวภายในประเทศของไทย ดังนั้น การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เปลี่ยนแปลงไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
- 2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

2.3 เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

2.4 เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

3. การดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี โดยการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง จำนวน 1,000 คน ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000 บาท ขึ้นไป ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Sampling) และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploration Factor Analysis: EFA) และการวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis) ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง จำนวน 50 คน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว จำนวน 12 คน และผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัด หรือผู้แทน จำนวน 12 คน โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4. ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า สามารถจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า โดยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มนี้ คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และศาสนสถาน รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เทศกาล งานประเพณี และกิจกรรมพิเศษต่างๆ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต้องมีโอกาสได้เรียนรู้ สัมผัส และร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวทางศิลปะ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต สำหรับที่พักแรมที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว ได้แก่ โรงแรมประเภทหรูหรามีชื่อเสียง มีมาตรฐานการบริการเป็นที่ยอมรับในระดับสากล เน้นการออกแบบทางสถาปัตยกรรม การตกแต่งภายใน และการให้บริการที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมของจังหวัดหรือท้องถิ่น ส่วนภัตตาคาร/ร้านอาหาร ควรเป็นภัตตาคารหรือร้านอาหารที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก เน้นรายการอาหารพื้นเมือง และได้รับการการันตีจากบุคคล/องค์กรที่มีชื่อเสียง การตกแต่งภายใน และบรรยากาศของร้านสะท้อนถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของจังหวัดหรือท้องถิ่นนั้นๆ นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่พักแรม หรือภัตตาคาร/ร้านอาหาร นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญมากกับการได้รับการรับรองมาตรฐาน

ความปลอดภัยด้านสุขอนามัย Amazing Thailand Safety and Health Administration หรือมาตรฐาน SHA

กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวในกลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน โดยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงนันทนาการและการพักผ่อน ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งช้อปปิ้ง เช่น ห้างสรรพสินค้า ตลาดพื้นเมือง และถนนคนเดิน เป็นต้น ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว และเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก พร้อมกับการรับประทานอาหารตามภัตตาคาร/ร้านอาหาร/คาเฟ่ที่ตนเองชื่นชอบ ลักษณะของที่พักรวม ควรเป็นโรงแรมประเภทหรูหร่า ตั้งอยู่ในตัวเมือง หรือใกล้กับแหล่งช้อปปิ้ง และย่านการค้า ส่วนภัตตาคาร/ร้านอาหาร/คาเฟ่ ควรเป็นร้านที่มีชื่อเสียง รสชาติอาหารดี การตกแต่งร้านสวยงาม บรรยากาศเหมาะสำหรับการพักผ่อน

กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวกลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและยั่งยืน ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มีแนวทางการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน ให้ความสำคัญกับผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม กิจกรรมการท่องเที่ยว เน้นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อ นักท่องเที่ยวต้องมีโอกาสได้ทำกิจกรรมกับครอบครัว และซื้อสินค้าที่ระลึกที่เป็นผลิตภัณฑ์จากชุมชนท้องถิ่น ที่พักรวม ควรเป็นโรงแรมที่มีมาตรฐานการบริการเป็นที่ยอมรับ มีภาพลักษณ์ที่ดีด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในโรงแรม ภัตตาคาร/ร้านอาหาร ควรเป็นร้านที่มีชื่อเสียง เน้นบรรยากาศเป็นกันเองแบบครอบครัว ทั้งนี้ แหล่งท่องเที่ยว ที่พักรวม และภัตตาคาร/ร้านอาหารจะต้องมีความปลอดภัยสูง ให้ความสำคัญกับการออกแบบตามหลักอารยสถาปัตย์ (Universal Design) สอดคล้องกับลักษณะและความต้องการของผู้สูงอายุ

กลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยวกลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต โดยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบหรูหรา และการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร ซึ่งสามารถเป็นได้ทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก เพื่อสร้างความภาคภูมิใจให้แก่นักท่องเที่ยวในการได้มีโอกาสเดินทางไปเยือน รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการจนประสบความสำเร็จ มีชื่อเสียง เพื่อเป็นการสร้างแรงบันดาลใจที่นำไปสู่ความสำเร็จให้แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวควรได้มีโอกาสทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม ที่พักรวมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต ควรเป็นโรงแรมประเภทหรูหรามีมาตรฐานสูง มีการบริการที่เป็นเลิศ หรือเป็นโรงแรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะประเภทบูติก (Boutique Hotel) ภัตตาคาร/ร้านอาหาร ควรเป็นภัตตาคารชั้นดี ตกแต่งสวยงาม บรรยากาศหรูหรา มีการบริการที่เป็นเลิศ พนักงานผ่านการฝึกฝนและอบรมมาเป็นอย่างดี ซึ่งอาจเป็นภัตตาคาร/ร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในโรงแรม

กลุ่มที่ 5 นักท่องเที่ยวกลุ่มรักสุขภาพ โดยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีกิจกรรมการส่งเสริมบำรุงรักษา และฟื้นฟูสุขภาพ รวมถึงการจำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพ เน้นการพักรวมในโรงแรมที่มีบริการ

ด้านสุขภาพ เช่น สปา โยคะ และนวด เป็นต้น ภัตตาคาร/ร้านอาหาร ควรเป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เน้นความปลอดภัยและสุขอนามัย

สำหรับข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง แบ่งออกเป็น 3 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 1 การจัดการแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลยุทธ์ที่ 2 การบริหารจัดการนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และกลยุทธ์ที่ 3 การส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

5. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

5.1.1 หน่วยงานภาครัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ เช่น สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ควรส่งเสริมการลงทุนของภาคเอกชนในการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

5.1.2 หน่วยงานภาครัฐ หรือรัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรจัดทำแผนการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

5.1.3 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น กรมการท่องเที่ยว ควรมีการจัดทำมาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ และส่งเสริมให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการบริการเข้ารับการประเมินและขอรับรองมาตรฐานดังกล่าว

5.2 ข้อเสนอแนะเชิงบริหารจัดการ

5.2.1 หน่วยงานภาครัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรจัดทำฐานข้อมูลสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

5.2.2 ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการบริการ ควรดำเนินการส่งเสริมการตลาด โดยให้สิทธิประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง เช่น การจัดทำแพ็คเกจการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มหรือเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว การสะสมแต้มการเดินทาง เพื่อกระตุ้นให้เกิดการพักแรมในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น และเกิดการใช้จ่ายสูงขึ้น

5.2.3 ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการบริการ ควรนำแนวคิดอารยสถาปัตย์มาใช้ในการออกแบบอาคาร สิ่งก่อสร้าง และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

5.3 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

5.3.1 ควรศึกษากลยุทธ์การตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงตามรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละกลุ่ม

5.3.2 ควรศึกษาการออกแบบและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

5.3.3 ควรศึกษาศักยภาพและการพัฒนาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

บทคัดย่อ

การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตและจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง 2) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง 3) เสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และ 4) จัดทำข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง โดยเป็นการวิจัยแบบผสมวิธี สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง จำนวน 1,000 คน ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000 บาท ขึ้นไป โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ และการวิเคราะห์จัดกลุ่มในการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง จำนวน 50 คน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว จำนวน 12 คน และผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัด หรือผู้แทนจำนวน 12 คน โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษา พบว่า การจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) กลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2) กลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงนันทนาการและการพักผ่อน 3) กลุ่มใส่ใจสิ่งรอบตัว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและยั่งยืน 4) กลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบหรูหรา และการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร 5) กลุ่มรักสุขภาพ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่วนข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง แบ่งออกเป็น 3 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) การจัดการแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง 2) การบริหารจัดการนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และ 3) การส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

คำสำคัญ: รูปแบบการดำเนินชีวิต นักท่องเที่ยวสูงอายุ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

ABSTRACT

A study of lifestyle of high-spending Thai senior tourists has the following objectives: 1) to study and classify lifestyle groups of Thai senior tourists with high spending; 2) to study behavior of Thai senior tourists with high spending; 3) to propose tourism products that are in line with the lifestyle groups of Thai senior tourists with high spending; and 4) to provide strategic recommendations for tourism promotion for Thai senior tourists with high spending. This study is a mixed-methods study. As for the quantitative research, data was collected from 1,000 Thai senior tourists, aged 55 and above with high spending and an average monthly income of 45,000 Thai baht and above, using multi-sampling approach, exploration factor analysis: EFA, and cluster analysis in data analyses. In the qualitative research, data collection was conducted with 50 Thai senior tourists with high spending, 12 stakeholders in tourism management, and 12 directors of the Tourism Authority of Thailand's provincial offices or their representatives, using content analysis for data analyses. The results of the study found that lifestyle groups of Thai senior tourists with high spending could be classified into 5 groups: Group 1) tourists who learn cultures and give importance to brands of products, and the tourism products in line with this group are the cultural tourism products; Group 2) tourists who carry out outdoor activities, and the tourism products in line with this group are the recreational and leisure tourism products; Group 3) tourists who are environmentally conscious, and the tourism products in line with this group are the responsible and sustainable tourism products; Group 4) tourists who volunteer and focus on success in life, and the tourism products in line with this group are the luxury tourism and volunteer tourism products; Group 5) tourists who care for their health, and the tourism products in line with this group are the wellness tourism products. As for strategic recommendations for tourism promotion for Thai senior tourists with high spending, they consist of: Strategy 1) to manage tourism attractions, activities, and facilities for Thai senior tourists with high spending; Strategy 2) to manage Thai senior tourists with high spending; and Strategy 3) to promote marketing for Thai senior tourists with high spending.

Keywords: Lifestyle, Senior Tourists, High-Spending Thai Senior Tourists

สารบัญ

| | หน้า |
|--|-----------|
| กิตติกรรมประกาศ | ก |
| บทสรุปผู้บริหาร | ข |
| บทคัดย่อภาษาไทย | ช |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | ซ |
| สารบัญ | ณ |
| สารบัญตาราง | ฎ |
| สารบัญภาพ | ฏ |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ | 5 |
| 1.3 กรอบขั้นตอนการวิจัย | 5 |
| 1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย | 7 |
| 1.5 ขอบเขตการวิจัย | 8 |
| 1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ | 10 |
| บทที่ 2 การทบทวนเอกสาร และวรรณกรรม | 11 |
| 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวสูงอายุ | 11 |
| 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต | 14 |
| 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวสูงอายุ | 34 |
| 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว | 48 |
| 2.5 สถานการณ์การท่องเที่ยวในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 | 52 |
| 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 66 |
| 2.7 กรอบแนวคิด ทฤษฎี ที่ใช้ในการวิจัย | 96 |
| บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย | 99 |
| 3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ | 99 |
| 3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ | 105 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล และผลการวิจัย | 111 |
| 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง | 112 |
| 4.2 ผลการวิจัยที่ต่อบัณฑิตอุปสงค์ข้อที่ 1 | 127 |
| 4.3 ผลการวิจัยที่ต่อบัณฑิตอุปสงค์ข้อที่ 2 | 153 |
| 4.4 ผลการวิจัยที่ต่อบัณฑิตอุปสงค์ข้อที่ 3 | 220 |
| 4.5 ผลการวิจัยที่ต่อบัณฑิตอุปสงค์ข้อที่ 4 | 237 |
| บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ | 239 |
| 5.1 สรุปผลการวิจัย | 239 |
| 5.2 อภิปรายผล | 249 |
| 5.3 ข้อเสนอแนะ | 262 |
| บรรณานุกรม | 265 |
| ภาคผนวก | 283 |
| ภาคผนวก ก หนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในคน | 285 |
| ภาคผนวก ข เครื่องมือการวิจัย | 287 |
| ภาคผนวก ค ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือการวิจัย | 307 |
| ภาคผนวก ง ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือการวิจัย | 309 |
| ภาคผนวก จ รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมการประชุมกลุ่มย่อย | 315 |
| ภาคผนวก ฉ รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิเข้ารับการสัมภาษณ์ | 317 |
| ภาคผนวก ช ภาพประกอบการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย | 319 |
| ภาคผนวก ซ แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 1 หน้ากระดาษ | 325 |
| ภาคผนวก ฌ แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 5 บรรทัด | 327 |
| ภาคผนวก ญ คณะผู้วิจัย | 329 |
| ภาคผนวก ฎ Infographic | 331 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|---|------|
| 2.1 | ตัวชี้วัดที่ถูกนำมาใช้เพื่อวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs | 24 |
| 2.2 | ผลการวิเคราะห์ตัวแปรรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทย | 29 |
| 2.3 | ผลการวิเคราะห์ตัวแปรพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทย | 45 |
| 3.1 | ตารางสรุประเบียบวิธีวิจัย | 108 |
| 4.1 | แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง | 112 |
| 4.2 | แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง | 117 |
| 4.3 | แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปรผล และการจัดอันดับของระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต | 127 |
| 4.4 | แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปรผล และการจัดอันดับของระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) | 132 |
| 4.5 | แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง | 135 |
| 4.6 | แสดงค่า Bartlett's Test of Sphericity ของรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) | 139 |
| 4.7 | แสดงค่า Total Variance Explained ของข้อมูล (ตัวแปร) เกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) | 140 |
| 4.8 | แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง | 143 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|---|------|
| 4.9 | แสดงผลการวิเคราะห์การจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวยุคนสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง | 150 |
| 4.10 | แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวยุคนสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า | 153 |
| 4.11 | แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคนสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า | 158 |
| 4.12 | แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวยุคนสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน | 166 |
| 4.13 | แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคนสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน | 171 |
| 4.14 | แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวยุคนสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม | 179 |
| 4.15 | แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคนสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม | 184 |
| 4.16 | แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวยุคนสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต | 193 |
| 4.17 | แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคนสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต | 198 |
| 4.18 | แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวยุคนสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มรักสุขภาพ | 206 |
| 4.19 | แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคนสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มรักสุขภาพ | 211 |
| 5.1 | ตัวอย่างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวยุคนสูงอายุเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า | 242 |
| 5.2 | ตัวอย่างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวยุคนสูงอายุกิจกรรมนอกบ้าน | 243 |
| 5.3 | ตัวอย่างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวยุคนสูงอายุใส่ใจสิ่งแวดล้อม | 245 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|--|------|
| 5.4 | ตัวอย่างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มจิตอาสา และให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต | 247 |
| 5.5 | ตัวอย่างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มรักสุขภาพ | 248 |

สารบัญภาพ

| ภาพที่ | | หน้า |
|--------|--|------|
| 2.1 | กรอบรูปแบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการบริโภค | 16 |
| 2.2 | การวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ VALS 1 | 18 |
| 2.3 | การวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ VALS 2 | 21 |
| 2.4 | ตราสัญลักษณ์ Safe Travels | 64 |
| 2.5 | ตราสัญลักษณ์ SHA | 65 |
| 2.6 | กรอบแนวคิดการวิจัย | 97 |

บทที่ 1

บทนำ

การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ในส่วนของบทนำ ผู้วิจัยนำเสนอประเด็นความสำคัญและที่มาของปัญหา วัตถุประสงค์ กรอบขั้นตอนการวิจัย นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย ขอบเขตการวิจัย และประโยชน์ที่ได้รับ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่มีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ถือเป็นแหล่งสร้างรายได้หลัก อีกทั้งยังก่อให้เกิดการจ้างงานและการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค นอกจากนี้ การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังส่งผลกระทบต่อธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งก่อให้เกิดการลงทุนและการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดความเจริญและการพัฒนาที่กระจายตัวออกไปยังพื้นที่ต่างๆ รวมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนภายในประเทศ ทั้งนี้ จากการรายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศพบว่า ในปี พ.ศ. 2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ 226 ล้านคน/ครั้ง โดยเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 ร้อยละ 3.71 และสร้างรายได้เป็นมูลค่า 1,068,189 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) ด้วยเหตุนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยจึงกลายเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศ

การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งด้านรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี ซึ่งการเติบโตดังกล่าวยังก่อให้เกิดสภาวะการแข่งขันที่มีมากขึ้น เนื่องจากหลายประเทศทั่วโลกต่างเล็งเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเชิงเศรษฐกิจ ประเทศต่างๆ จึงต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศของตน นักท่องเที่ยวคุณภาพเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวสูง เลือกซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เดินทางท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ พยายามลดการสร้างผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเชื่อกันว่าการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวดังกล่าวให้เดินทางเข้ามาในประเทศได้มากขึ้น จะทำให้การท่องเที่ยวของประเทศนั้นมีการเติบโตไปในทิศทางที่ดี (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้ประเทศไทยจะต้องปรับตัวและพัฒนากลยุทธ์เพื่อตอบสนองกับสถานการณ์ทางการท่องเที่ยว โดยได้กำหนดยุทธศาสตร์การเพิ่มค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวตลาดหลัก โดยมุ่งเน้นการเพิ่มค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยผ่านการกระตุ้นจำนวนการเดินทาง และค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง ประกอบด้วย 6 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen-Y นักท่องเที่ยวกลุ่ม Multi-Gen นักท่องเที่ยวกลุ่ม

High-end นักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver Age นักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Mom และนักท่องเที่ยวกลุ่ม Executive Lady (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561) นอกจากนี้ ยังมุ่งหวังให้นักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มเป้าหมายใช้จ่ายมากขึ้น โดยนำเสนอสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าและคุณค่า เพื่อตอบสนองความต้องการทางจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวผ่านแคมเปญ “ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋สไตล์ ลึกลับ” โดยให้นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเป้าหมายออกเดินทางท่องเที่ยวพร้อมไปสัมผัสเสน่ห์อันทรงคุณค่า ของวิถีไทยรอบตัวผ่านประสบการณ์ท้องถิ่น (Local Experience) ที่มีเอกลักษณ์ตามจุดขายเชิงคุณค่าในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561)

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมมีแนวโน้มว่าผู้สูงอายุจะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากได้รับการบริการด้านสุขภาพที่มีมาตรฐาน การศึกษาที่ดี ตลอดจนการบำรุงรักษาสุขภาพอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้ผู้คนมีชีวิตที่ยืนยาวมากขึ้น ทั้งนี้ จากการรายงานขององค์การสหประชาชาติ ในปี ค.ศ. 2012 มีจำนวนผู้สูงอายุราว 565 ล้านคน และคาดการณ์ว่าในอีก 35 ปีข้างหน้าหรือภายในปี พ.ศ. 2593 จะมีสัดส่วนผู้สูงอายุหรือผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปต่อประชากรโลกเพิ่มสูงขึ้นกว่าร้อยละ 21 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2556 ซึ่งมีสัดส่วนผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมดเพียงร้อยละ 12 ในขณะเดียวกันเมื่อเปรียบเทียบ กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุกับนักท่องเที่ยวในช่วงอายุอื่นๆ เช่น กลุ่ม Millennials หรือกลุ่ม Gen Y พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุมีจำนวนมากกว่าถึง 3 เท่า โดยใน ปี พ.ศ. 2558 นักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุดังกล่าว มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 8,736 เหรียญสหรัฐต่อคนต่อปี ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่ม Millennials เฉลี่ยอยู่ที่ 2,915 เหรียญสหรัฐ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพและน่าสนใจมากขึ้น เนื่องจากโครงสร้างของสังคมกำลังจะก้าวสู่สังคมของผู้สูงอายุ องค์การสหประชาชาติคาดการณ์ว่าจะมีผู้สูงอายุเพิ่มสูงขึ้นจาก 687.9 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2549 เป็น 1,968 ล้านคนในปี พ.ศ. 2593 ซึ่งคนในทวีปเอเชียจะมีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุด แนวโน้มการขยายตัวของตลาดผู้สูงอายุในประเทศสมาชิกอาเซียนหลายๆ ประเทศ ในช่วงปี พ.ศ. 2558-2603 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นกว่า 2 เท่าตัว โดยสิงคโปร์จะเป็นประเทศที่มีสัดส่วนจำนวนประชากรผู้สูงอายุมากที่สุดในอาเซียน นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติทั้งหมดในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ (จิราวัตติ์ รัตนไพฑูรย์ชัย, 2557) ดังนั้น กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจึงนับเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มี ศักยภาพสูงและควรให้ความสำคัญในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยการพัฒนาศูนย์บริการนักท่องเที่ยวตามหลักการของอารยสถาปัตย์ เพื่อสร้างโอกาสในการ เพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ

ประเทศไทยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเฉพาะกลุ่ม ของนักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 ช่วงปี พ.ศ. 2560-2564 มีการ กำหนดยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการเป็นศูนย์กลาง แห่งการท่องเที่ยวสูงอายุในภูมิภาคเอเชีย ผ่านมาตรการยกระดับการเป็นศูนย์กลางดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ การพัฒนาการบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการ

ของตลาดกลุ่มผู้สูงอายุ การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมให้ได้มาตรฐาน และมีความปลอดภัยต่อผู้สูงอายุ โดยเพิ่มรูปแบบการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เสริมสร้างศักยภาพสถานประกอบการ และบุคลากรผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ผลักดันมาตรการจูงใจและสิทธิประโยชน์ที่เอื้อต่อการสร้างเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มการพำนักระยะยาวของกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ เป็นต้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

ในช่วงเวลาที่ผ่านมา กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระบุว่า ตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2558 พบว่า มีจำนวนถึง 4,810,464 คน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นเงิน 12,022 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.5 ของรายได้ทั้งหมดจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 4,926 บาท ซึ่งส่วนใหญ่เน้นใช้จ่ายด้านที่พักแรม อาหารและเครื่องดื่ม และกิจกรรมบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (ณัฐพล สิวาพัฒนานันท์ และนรินทร์ สังข์รักษา, 2559) ดังนั้น ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เป็นกระแสหลักของประเทศ ที่มีอิทธิพลในการเลือกจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวและมีศักยภาพในการใช้จ่าย เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวสำหรับสูงอายุ ซึ่งมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปีในทุกประเทศ (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) การที่นักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุมิแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นและนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพร้อมในด้านเวลาและงบประมาณ มีกำลังซื้อไม่มีภาระเลี้ยงดูครอบครัว บางส่วนมีรายได้จากเงินบำนาญและทรัพย์สินสามารถจ่ายเงินเพื่อเดินทางท่องเที่ยวได้สูงกว่ากลุ่มอื่น ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนไปตามสภาพเศรษฐกิจที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวอย่างระมัดระวัง โดยคำนึงถึงความคุ้มค่าของเงินมากขึ้น และกลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มเป้าหมายที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเชื่อว่ามีความศักยภาพ และมีกำลังซื้อโดยกลุ่มผู้สูงอายุที่เป็นเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป

อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวสูงอายุมีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป คือ เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี มีความคุ้มค่า เน้นการซื้อด้วยเหตุผลไม่ใช่อารมณ์ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจเป็นหลัก มีเวลาท่องเที่ยวยาวนาน และมีความสามารถในการซื้อสินค้าและบริการในราคาสูง เนื่องจากมีเงินเก็บจากการทำงานหนักมาทั้งชีวิต จึงมีศักยภาพสูงในการบริโภค ขณะเดียวกันมักคำนึงถึงความมั่นใจด้านความปลอดภัย ความมั่นใจด้านบริการ ใส่ใจดูแลสุขภาพที่ดี เลือกทำกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัยและสุขภาพร่างกายของตนเอง (จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย, 2557; Alén, Losada, & Dominguez, 2016; สลิตตา สาริบุตร และณัฐพล อัสสระรัตน์, 2562) อีกทั้ง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นผู้มีประสบการณ์ในการใช้ชีวิต ดังนั้น จึงทำให้มีความละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อสินค้าและบริการมากกว่ากลุ่มอื่นๆ แม้ว่าจะมีข้อจำกัดในการเดินทางมากกว่าวัยหนุ่มสาวก็ตาม

นอกจากความเข้าใจในพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวของของนักท่องเที่ยวสูงอายุแล้ว การเตรียมความพร้อมในการรองรับตลาดกลุ่มนี้จึงจำเป็นต้องมีการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตซึ่งเป็นปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง วิธีการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลที่แสดงออกมาในรูปแบบของกิจกรรม ความสนใจ และทัศนคติ โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตจะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยต่างๆ ที่อยู่รอบตัวบุคคลนั้นๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เชิงลึกสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิต

อย่างไรก็ตาม การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 (COVID-19) ในปัจจุบันได้ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวของของนักท่องเที่ยวอย่างมากมาย ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวจะมีความระมัดระวังในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ปัจจัยในการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวไม่ใช่ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียวอีกต่อไป แต่นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงสุขภาพอนามัย (Sanitation) ความสะอาด (Hygiene) ความปลอดภัย (Safety) ระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ดิจิทัล (Digital) ความเชื่อถือได้ (Reliability) และความรับผิดชอบต่อสังคม (Responsibility) ด้วยเป็นสำคัญ (กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2564) โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มักจะมีค่าถึงสิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นพิเศษ ดังนั้น การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุจึงจะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวของของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป โดยวิจัยกรุงศรีให้ความเห็นว่าแม้ภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 (COVID-19) นักท่องเที่ยวสูงอายุยังคงเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพและน่าสนใจสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย (พุทธชาติ ลุนคำ และรชฎ เลียงจันทร์, 2564)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวสูงอายุ พบว่า การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวสูงอายุ แบ่งออกเป็น 6 ประเด็น ได้แก่ 1) การศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ 2) การศึกษาพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวของของนักท่องเที่ยวสูงอายุ 3) การศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ 4) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ 5) ความต้องการและความพึงใจต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ 6) รูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวสูงอายุ (กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2558; กนกวรรณ สังขกร และคณะ, 2555; นรินทร์ สังข์รักษา และคณะ, 2559; พลอยระพี ชลวณิช, 2555; สุรีย์ ธรรมิกบวร และชฎาศิริ อภินันท์เดชา, 2559; กลิ่นผกา บุตตะจิน และประสพชัย พสุนนท์, 2560; จารวี รื่นจิตต์ และมนัสสินี บุญมีศรีสง่า, 2560; ธนันท์รักษ์ วัชราร และคณะ, 2560; ปวีณ พิมาน และมนัสสินี บุญมีศรีสง่า, 2560; Hsu et al., 2007; Alén et al., 2014; Chen & Shoemaker, 2014; Chen et al., 2015; Losada et al., 2016) แต่กลับพบว่ายังไม่ปรากฏการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง พบแต่เพียงการศึกษาของ จีรวรรณ ดีประเสริฐ

และจิรวุฒิ หลอมประโคน (2556) ที่ทำการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้สินค้าฟุ่มเฟือยของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ใช่การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยว และเป็นเพียงผู้สูงอายุทั่วไปที่ไม่ใช่นักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง ดังนั้น หากขาดการศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงโดยเฉพาะเจาะจง ซึ่งเป็นการค้นหาข้อมูลของนักท่องเที่ยวในด้านกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinion) โดยเป็นการวิเคราะห์ว่านักท่องเที่ยวใช้เวลาและทรัพยากรต่างๆ อย่่างไรอะไรที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ และถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ และนักท่องเที่ยวคิดกับตนเองและสิ่งต่างๆ รอบตัวเองอย่างไร (Plummer, 1974) อาจส่งผลให้ธุรกิจและหน่วยงานต่างๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความยากลำบากในการจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและการกำหนดกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวที่มีการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี รวมถึงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 (COVID-19) ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

ดังนั้น การศึกษาวิจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงจะเป็นข้อมูลและองค์ความรู้สำคัญยิ่งสำหรับธุรกิจและหน่วยงานต่างๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ใช้ในการจัดการและนำเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พักแรม ภัตตาคาร/ร้านอาหาร ตลอดจนยังสามารถกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ที่สอดคล้องกับอุปสงค์และอุปทานทางการท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นการเพิ่มจำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง อันจะเป็นผลดีต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

- 1.2.1 เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
- 1.2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
- 1.2.3 เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
- 1.2.4 เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

1.3 กรอบขั้นตอนการวิจัย

การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้



1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ได้กำหนดนิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1.4.1 นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000 บาท ขึ้นไป

1.4.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำที่แสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิด และความต้องการของจิตใจที่ตอบสนองต่อการท่องเที่ยว โดยการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวพิจารณาจากตัวแปร อันได้แก่ ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะการจัดการเดินทางท่องเที่ยว ยานพาหนะหลักในการเดินทางท่องเที่ยว พื้นที่ที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจ สถานที่พักผ่อนในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยว และจังหวัดที่ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยว

1.4.3 รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง วิธีการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลที่แสดงออกมาในรูปแบบของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตจะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยต่างๆ ที่อยู่รอบตัวบุคคลนั้นๆ ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

1.4.3.1 กิจกรรม หมายถึง การกระทำที่แสดงออกของนักท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากตัวแปร อันได้แก่ การทำงาน งานอดิเรก กิจกรรมสังคม การใช้เวลาว่าง การพักผ่อนและบันเทิง การเป็นสมาชิกคลับ/ชมรม การร่วมกิจกรรมชุมชน การเลือกซื้อสินค้าและบริการ และกีฬา

1.4.3.2 ความสนใจ หมายถึง หมายถึง ความสนใจในเรื่องราวหรือเหตุการณ์ หรือวัตถุประสงค์ของ โดยพิจารณาจากตัวแปร อันได้แก่ ครอบครัว บ้าน งาน การร่วมกิจกรรมชุมชน นันทนาการ ความนิยมอาหาร สื่อ/ข้อมูลข่าวสาร และความสำเร็จ

1.4.3.3 ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกทางความคิดบนพื้นฐานของค่านิยมที่มีต่อตนเอง และต่อสภาพแวดล้อม โดยพิจารณาจากตัวแปร อันได้แก่ ความคิดเห็นต่อตนเอง ประเด็นด้านสังคม ประเด็นด้านการเมือง ประเด็นด้านธุรกิจ ประเด็นด้านเศรษฐกิจ ประเด็นด้านการศึกษา ประเด็นด้านผลิตภัณฑ์ ประเด็นด้านอนาคต และประเด็นด้านวัฒนธรรม

1.4.4 ผลลัพธ์การท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เช่น ที่พักแรม และร้านอาหาร/ภัตตาคาร ที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

1.4.5 ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ หมายถึง ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ ซึ่งเป็นวิธีการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.5.1.1 นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง มีอายุตั้งแต่ 55 ปี ขึ้นไป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000 บาท ขึ้นไป และมีประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา โดยคัดเลือกจากนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีภูมิลำเนาหรืออาศัยอยู่ในจังหวัดที่มีประชากรสูงอายุมากที่สุด 2 อันดับแรกในแต่ละภูมิภาค ทั้งนี้ ได้กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นภูมิภาคละ 200 คน แบ่งเป็นจังหวัดละ 100 คน รวมเป็น 1,000 คน ได้แก่

- 1) ภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดเชียงราย
- 2) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดขอนแก่น
- 3) ภาคกลางและตะวันออก ได้แก่ จังหวัดสุพรรณบุรี และจังหวัดชลบุรี
- 4) ภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดสงขลา
- 5) กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ กรุงเทพมหานคร และจังหวัดนนทบุรี

นนทบุรี

1.5.1.2 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว จำนวน 10-12 คน ได้แก่

- 1) เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยว
- 2) ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว
- 3) มัคคุเทศก์อาชีพ

ท่องเที่ยว

1.5.1.3 ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัด หรือผู้แทน 10-12 คน

1.5.2 ขอบเขตด้านระยะเวลา

12 เดือน

| แผนการดำเนินงาน | เดือน | | | | | | | | | | | |
|--|-------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| 1-5 การเตรียมการ | | | | | | | | | | | | |
| 1. การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | → | | | | | | | | | | | |
| 2. ติดต่อหน่วยงานและรวบรวมข้อมูลที่จำเป็น | | → | | | | | | | | | | |
| 3. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย | | | → | | | | | | | | | |
| 4. จัดหาและฝึกอบรมผู้ช่วยนักวิจัย | | | → | | | | | | | | | |
| 5. ทดสอบและแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย | | | | → | | | | | | | | |
| 6-7 เก็บข้อมูล | | | | | | | | | | | | |
| 6. เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง (นักท่องเที่ยวยุวอายุ) | | | | | → | | | | | | | |
| 7. เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว) | | | | | → | → | → | | | | | |
| 8-9 การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล | | | | | | | | | | | | |
| 8. ประมวลผลข้อมูล | | | | | | | | → | → | | | |
| 9. วิเคราะห์และแปลผลข้อมูล | | | | | | | | → | → | | | |
| 10-11 การเขียนรายงานและการเผยแพร่ผลงาน | | | | | | | | | | | | |
| 10. เขียนรายงานการวิจัย | | | | | | | | | → | → | → | |
| 11. จัดพิมพ์รายงานการวิจัย | | | | | | | | | | | | → |

1.5.3 ขอบเขตด้านพื้นที่วิจัย

คัดเลือกพื้นที่วิจัยจาก 2 จังหวัดในแต่ละภูมิภาค และกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีจำนวนผู้สูงอายุสูงที่สุด

1.5.3.1 ภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดเชียงราย

1.5.3.2 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดขอนแก่น

1.5.3.3 ภาคกลางและตะวันออก ได้แก่ จังหวัดสุพรรณบุรี และจังหวัดชลบุรี

1.5.3.4 ภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดสงขลา

1.5.3.5 กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ กรุงเทพมหานคร และจังหวัดนนทบุรี

1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.6.1 ได้ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

1.6.2 ได้ข้อมูลกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

1.6.3 ได้ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงตามกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต

1.6.4 ได้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

1.6.5 ได้ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

1.6.6 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยวสามารถนำผลการวิจัยไปกำหนดแนวทางส่งเสริมการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

1.6.7 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

1.6.8 ผลงานการวิจัยจะเป็นประโยชน์ในแง่ของการได้องค์ความรู้ใหม่ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในด้านการเรียนการสอนของนักศึกษา หรือผู้ที่สนใจทั่วไป ทั้งในสถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน รวมทั้งภาคประชาชน ซึ่งจะได้เรียนรู้และเข้าใจรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงต่อไป

บทที่ 2

การทบทวนเอกสาร และวรรณกรรม

การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง มีวัตถุประสงค์
1) เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และจำแนกกลุ่ม
รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของ
นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง 3) เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่ม
รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และ 4) เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะ
เชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษารูปแบบการดำเนิน
ชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวสูงอายุ
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวสูงอายุ
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
- 2.5 สถานการณ์การท่องเที่ยวในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ
โควิด-19 (COVID-19)
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวสูงอายุ

2.1.1 ความหมายของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมของประชากรโลกกลายเป็นประเด็นที่สำคัญ
เมื่อผู้สูงอายุมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง การที่กลุ่มผู้สูงอายุในประเทศพัฒนาแล้วทั่วโลกมีจำนวน
เพิ่มขึ้นเป็นการสร้างโอกาสให้แก่การท่องเที่ยวในประเทศต่างๆ รวมทั้งประเทศไทย สำหรับตลาด
นักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพและน่าสนใจ เนื่องจากโครงสร้างของสังคมกำลังจะก้าวสู่
สังคมผู้สูงอายุ (จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย, 2557) นอกจากนี้ การส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุยัง
สอดคล้องกับนโยบายของรัฐในการเพิ่มตลาดเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพซึ่งมีผู้สูงอายุรวมอยู่ด้วย
เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีรายได้สูงและมีเวลาว่างมาก การที่ประชากรมีอายุยืนยาวขึ้น เนื่องจากประชากรมี
ภาวะสุขภาพที่ดีขึ้น ทำให้ผู้สูงอายุส่วนหนึ่งขยายอายุการทำงานออกไปอีกระยะหนึ่ง โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่
มีภาวะสุขภาพในเกณฑ์ที่ดี สำหรับผู้สูงอายุที่เกษียณอายุงานแล้วจะมีเวลามากขึ้น ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะใช้
ชีวิตช่วงหลังเกษียณอายุงานประกอบกิจกรรมต่างๆ โดยเฉพาะกิจกรรมนันทนาการ และการเดินทาง

ท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อน หรือเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมและธรรมชาติ เนื่องจากมีเวลามากกว่านักท่องเที่ยววัยอื่นๆ และมีความพร้อมทางการเงิน ดังนั้น การตลาดการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุจึงเป็นส่วนตลาดที่มีความสำคัญ อีกทั้งยังเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่กำลังเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง (Shoemaker, 2000; Kotler & Armstrong, 2001; จีราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย, 2557)

คำว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุ มีผู้ให้นิยามไว้ในลักษณะแตกต่างกัน เนื่องจากที่ผ่านมามีการนิยามคำว่า ผู้สูงอายุมีความแตกต่างกัน เช่น องค์การสหประชาชาติ (United Nations) ยังไม่มีการนิยามที่แน่ชัดว่าอายุเท่าไรจึงจะเรียกว่าเป็นผู้สูงอายุ (Older/Elderly Person) แต่ใช้อายุ 60 ปี ขึ้นไป ในการนำเสนอสถิติข้อมูลและตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ ส่วน Steina (2014, อ้างถึงใน ญัฐพล สีสาวพัฒนานันท์ และ นรินทร์ สังข์รักษา, 2559) ระบุว่า การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในประเทศโปแลนด์ไม่มีการกำหนดอายุเริ่มต้นไว้อย่างชัดเจน 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) ซึ่งระยะต่างๆ เหล่านี้เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้ Bai et al. (1999) ได้ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ เศรษฐกิจ และสังคมของนักท่องเที่ยวสูงอายุในรัฐเท็กซัส อริโซนา นิวเม็กซิโก และโคโลราโด ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้แบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ช่วงอายุ คือ กลุ่มที่ 1 มีอายุระหว่าง 55-64 ปี และกลุ่มที่ 2 มีอายุ 65 ปี ขึ้นไป สำหรับประเทศไทย ได้กำหนดนิยามของผู้สูงอายุไว้ในพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 มาตรา 3 ว่า ผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลซึ่งมีอายุเกิน 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป และมีสัญชาติไทย

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการนิยามคำว่านักท่องเที่ยวสูงอายุจึงมีความหลากหลาย สำหรับแวดวงการท่องเที่ยว การให้นิยามของคำว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุ (Senior Tourist) จะแตกต่างกันตามอายุ แต่ส่วนใหญ่จะระบุว่านักท่องเที่ยวสูงอายุ คือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปี ขึ้นไป เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2561) ทำการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย และกรวรรณสังขกร และคณะ (2558) ทำการศึกษาการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ตลอดจนฉัตร สำนวนราษฎร์ (2562) ทำการศึกษาการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุกลุ่ม Active Aging ด้วยแนวคิดการรับรู้จิตวิญญาณถิ่นที่ไม่รู้จักในประเทศไทย ได้กำหนดอายุของนักท่องเที่ยวสูงอายุนั้นว่ามีอายุตั้งแต่ 55 ปี ขึ้นไป

ดังนั้น การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง จึงได้กำหนดอายุของนักท่องเที่ยวสูงอายุตั้งแต่ 55 ปี ขึ้นไป เพื่อให้เห็นความแตกต่างของพฤติกรรม การท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต ประกอบกับเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเชื่อว่ามีศักยภาพในการใช้จ่ายและมีกำลังซื้อสูง

2.1.2 การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ

Shoemaker (1989) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “Segmentation of the Senior Pleasure Travel Market” พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุที่พึงพอใจการท่องเที่ยวในระยะสั้นๆ และชอบที่จะกลับมายังสถานที่เดิมมากกว่าการเยี่ยมชมเยือนในสถานที่ใหม่ๆ
2. กลุ่มที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุกลุ่มที่ชอบการพบปะผู้คน ชอบสังคม และการพักผ่อน
3. กลุ่มที่ 3 คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุกลุ่มที่ชอบเลือกเดินทางท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายที่รวมทุกอย่างไว้แล้วและพึงพอใจในการท่องเที่ยวไปยังรีสอร์ท

ในขณะที่ Lieux et al. (1994) แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่อยู่ในวัยใกล้เคียง และมีความได้ใจดี นิยมหาประสบการณ์แปลกใหม่ (Novelty Seekers)
2. กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่อยู่ในวัยใกล้เคียง และมีความได้ใจดีเช่นเดียวกับกลุ่มแรก แต่นิยมเดินทางท่องเที่ยวในเขตที่มีอากาศอบอุ่นและร้อน โดยใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลานาน (Active Enthusiasts)
3. กลุ่มที่ 3 กลุ่มที่อายุมากที่สุดเมื่อเทียบกับสองกลุ่มที่กล่าวมาข้างต้น แต่มีความได้น้อยกว่า และนิยมเดินทางระยะสั้น (Reluctant Travelers)

นอกจากนี้ Backman et al. (1999) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยแบ่งนักท่องเที่ยวสูงอายุออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่ชอบการศึกษา และธรรมชาติ (Education/Nature)
2. กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่ชอบผจญภัย เดินป่า และกางเต็นท์ (Camping/Tenting)
3. กลุ่มที่ 3 กลุ่มที่ชอบการเดินทางเพื่อสังสรรค์ (Socialization)
4. กลุ่มที่ 4 กลุ่มที่ชอบการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (Relaxation)
5. กลุ่มที่ 5 กลุ่มที่ชอบการเดินทางเพื่อศึกษาและเรียนรู้สิ่งต่างๆ (Information)

จากการแบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวสูงอายุข้างต้น อาจกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุมีลักษณะในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความชื่นชอบและข้อจำกัดของแต่ละบุคคล เช่น กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวในเขตที่มีอากาศอบอุ่นและร้อน กลุ่มที่นิยมเดินทางระยะสั้น กลุ่มที่เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือกลุ่มที่มีความได้ใจดี และกลุ่มที่มีความได้น้อย เป็นต้น

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และการแบ่งกลุ่มตลาดผู้บริโภคนั้น นักการตลาดนิยมใช้ตัวแปรด้านภูมิศาสตร์ (Geographic) และด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ในการกำหนดรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งวิธีการดังกล่าวสามารถระบุได้แต่เพียงว่าผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเป็นใคร แต่ไม่สามารถสรุปได้ว่าเหตุใดผู้บริโภคจึงซื้อสินค้า หรือมีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าประเภทนั้น (Suryadi & Wasposito Tjipto Subroto, 2019) ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคโดยใช้ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychographic) ได้แก่ รูปแบบการดำเนินชีวิต ลักษณะส่วนบุคคล และพฤติกรรมศาสตร์ จะช่วยอธิบายเหตุผลในการซื้อสินค้า หรือการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมได้อย่างแท้จริง

2.2.1 ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิต

แนวคิดเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) เป็นแนวคิดที่นำมาใช้ในการศึกษา และทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยการศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิตเกิดขึ้นในช่วงปี ค.ศ. 1950 (Krishnan, 2011) จนกระทั่ง Lazer (1963) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตซึ่งมีความสัมพันธ์กับการตลาด และได้ให้ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง ลักษณะการใช้ชีวิตของผู้บริโภคแต่ละคน ซึ่งเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในสังคมตลอดช่วงชีวิตในแต่ละวัย ดังนั้น ปัจจัยภายนอก เช่น กลุ่มอ้างอิง ลำดับชั้นทางสังคม จึงมีอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตมากเท่ากับปัจจัยภายใน เช่น แรงจูงใจ และบุคลิกภาพ เป็นต้น (Tai & Tam, 1997; ภัทรา เรื่องสวัสดิ์, 2553) สอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง รูปแบบของการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงออกในรูปของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ซึ่งรูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมชั้นของสังคม และกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล เช่นเดียวกับ Kotler (2000a) ที่กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลหนึ่งๆ ที่แสดงออกมาในรูปของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของบุคคลนั้นๆ โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตจะแสดงออกถึงตัวบุคคลนั้นๆ ที่มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมของเขาทั้งหมด ในขณะที่ Engle (1993, as cited in Krishnan, 2011) ได้ให้ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิต ว่าเป็นแบบที่บุคคลดำรงชีพ ใช้จ่ายเงิน และเวลา ได้แก่ 1) วิธีที่เราดำรงชีวิต เช่น การรับประทานอาหารเข้าโดยการทานกาแฟ ขนมปัง และไข่ดาว 2) สินค้าที่เราซื้อ แม้ว่าวัฒนธรรมการกินอยู่ไม่ได้เปลี่ยนแปลงมากนัก แต่สินค้าจะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเสนอขาย ซึ่งวิธีการขาย และวิธีการซื้อในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปเพื่อให้เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลในปัจจุบัน 3) การใช้สินค้านี้มีความสะดวกรวดเร็วขึ้น 4) สินค้าถูกมองว่าจะนำมาใช้เพื่อผ่อนคลาย และประหยัดเวลา การมองสินค้าในแบบดังกล่าว ทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงไป และ 5) รูปแบบการใช้ชีวิตขึ้นอยู่กับปัจจัยมากมาย เช่น สถานการณ์ปัจจุบัน ครอบครัว ความต้องการ ทัศนคติ และลักษณะส่วนบุคคล เป็นต้น นอกจากนี้ ญัฐกานต์ บุญนง (2550) ได้ให้ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง ลักษณะของความเป็นอยู่ที่แสดงถึงการใช้เวลาของแต่ละคนว่าเป็นอย่างไร การให้ความสนใจกับสภาพแวดล้อมรอบตัว

ความคิดเห็นที่มีต่อตนเองและสิ่งรอบตัว ซึ่งตัวแปรเหล่านี้ คือ ลักษณะทางจิตวิทยา ประกอบด้วย กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น

ดังนั้น สรุปได้ว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง วิธีการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลที่แสดงออกมาในรูปแบบของกิจกรรม ความสนใจ และทัศนคติหรือความคิดเห็น โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตจะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยต่างๆ ที่อยู่รอบตัวของบุคคลนั้นๆ

2.2.2 ลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิต

ลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิต สามารถอธิบายได้ดังนี้ (Politeknik NSC Surabaya, 2006)

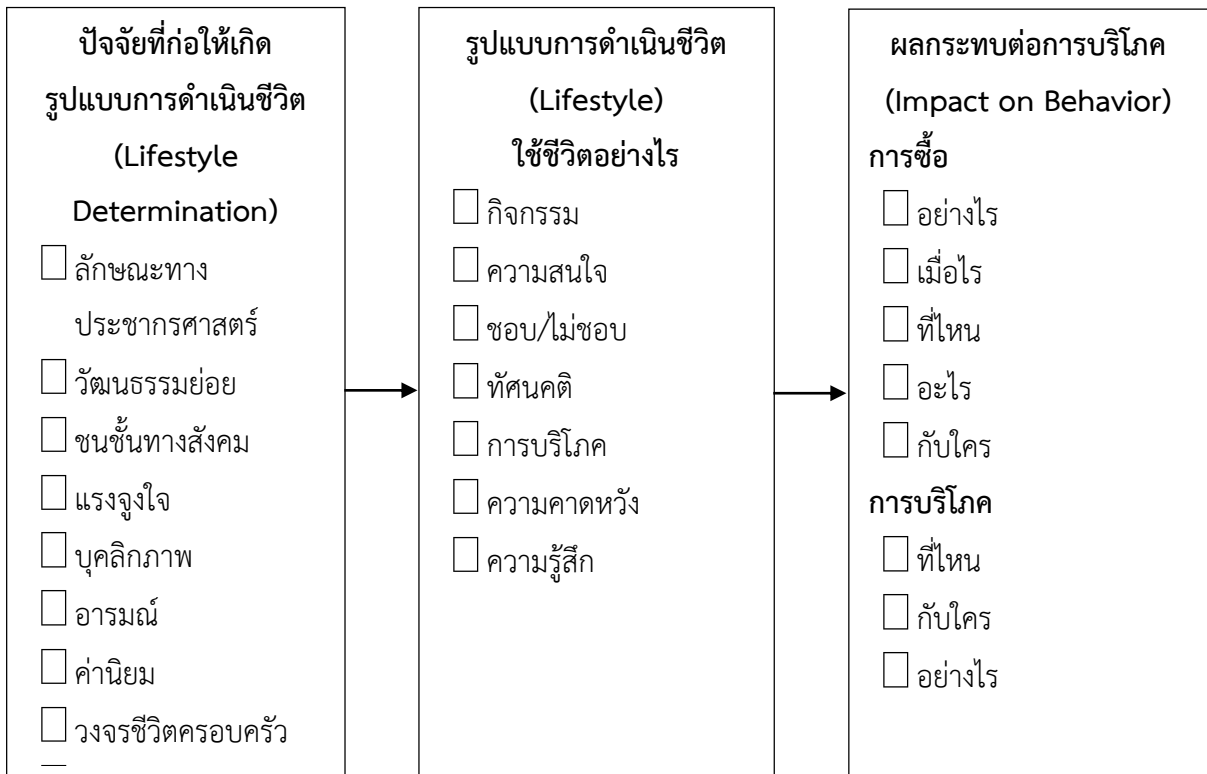
2.2.2.1 รูปแบบการดำเนินชีวิตได้รับอิทธิพลมาจากกลุ่ม กล่าวคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลได้รับอิทธิพลมาจากหลากหลายปัจจัย โดยเฉพาะกลุ่มทางสังคมที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์ด้วย เช่น ครอบครัว กลุ่มเพื่อน ซึ่งบุคคลที่มาจากพื้นฐานครอบครัวคล้ายกัน หรือมีกลุ่มเพื่อนที่มีสิ่งที่ชื่นชอบเหมือนกัน ย่อมมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่คล้ายคลึงกัน

2.2.2.2 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล โดยบุคคลจะแสดงพฤติกรรมต่างๆ สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของตนเอง ดังนั้น หากทราบรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคล ก็จะสามารถทำนายพฤติกรรมของบุคคลนั้นๆ ได้ เช่น คนที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ง่ายๆ ไม่เรื่องมาก จะมีพฤติกรรมในการซื้อสินค้าตามร้านสะดวกซื้อทั่วไป ไม่มีร้านค้าที่เฉพาะเจาะจง หรือคนที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เสรี รักอิสระ จะมีพฤติกรรมในการชอบเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น

2.2.2.3 รูปแบบการดำเนินชีวิตสามารถบอกถึงความสนใจหลักของบุคคล ซึ่งจะทำการคาดคะเนความสนใจอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์หรือใกล้เคียงกับความสนใจหลักได้ เช่น บุคคลที่มีความสนใจหลักเรื่องครอบครัว ก็มักจะสนใจสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับครอบครัวด้วย เช่น ความสนใจเรื่องงานและรายได้ ความสนใจเรื่องการท่องเที่ยว ความสนใจเรื่องบ้าน เป็นต้น

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

ทั้งนี้ รูปแบบการดำเนินชีวิตมักได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัย ได้แก่ วัฒนธรรม ค่านิยม และลักษณะทางประชากรศาสตร์ เป็นต้น และมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของบุคคล ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 กรอบรูปแบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการบริโภค

ที่มา: ดัดแปลงจาก Hawkins et al. (2004, อ้างถึงใน พนิดา หอมบุญยงค์, 2552)

จากภาพที่ 2.1 อธิบายได้ว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคล ได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยต่างๆ เช่น ลักษณะทางประชากรศาสตร์ วัฒนธรรม และค่านิยม เป็นต้น ซึ่งส่งผลให้บุคคลมีลักษณะการใช้ชีวิตที่แตกต่างกันออกไป กล่าวคือ บุคคลจะทำกิจกรรม มีความสนใจ หรือมีทัศนคติที่แตกต่างกัน ดังนั้นเมื่อบุคคลมีการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน ย่อมส่งผลกระทบต่อการใช้บริโภคและการซื้อสินค้าและบริการที่แตกต่างกันด้วย

2.2.3 การวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต

วิธีการที่ใช้ในการวัดและแบ่งกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคมีหลายวิธี ได้แก่ AIOs (Activities, Interest and Opinions), VAL1, VALS2 (Value and Lifestyle) และแบบ LOV (List of Value) โดยวิธีที่นักวิจัยนิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะการวัดและแบ่งกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว คือ การวัดแบบ AIOs เนื่องจากเป็นมาตรวัดที่มีความยืดหยุ่นมากกว่าวิธีการอื่นๆ และสามารถตั้งกลุ่มคำถามให้สัมพันธ์กับกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวได้ จากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์ปัจจัยและจัดกลุ่มเพื่อนิยามกลุ่มเฉพาะที่เกิดขึ้นใหม่ อันเป็นผลที่มาจากคำตอบของ

นักท่องเที่ยวนเอง ซึ่งจะทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษามาพัฒนาแผนงานให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มตลาดได้ (Morrison et al., 2010)

2.2.3.1 การวัดแบบ VALS

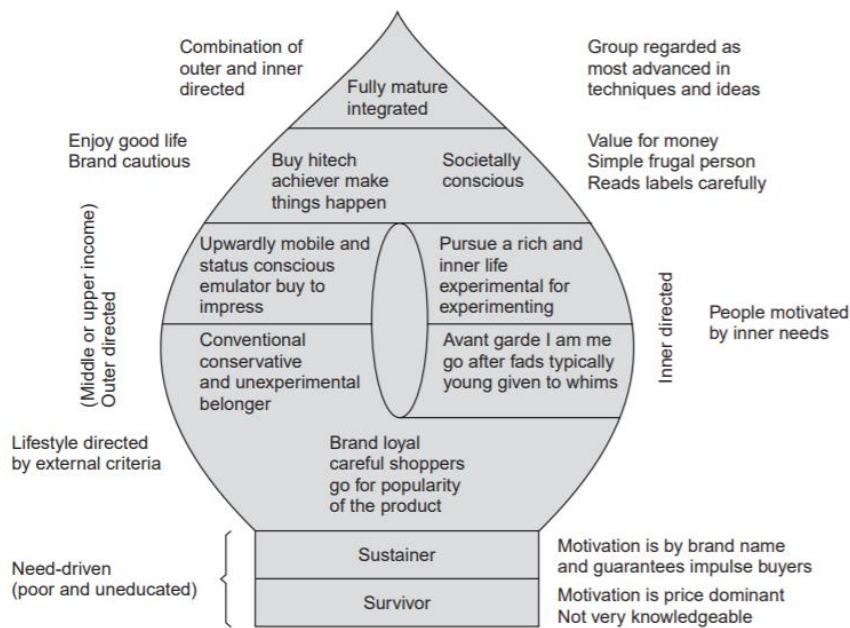
การวัดค่านิยม และรูปแบบการดำเนินชีวิต หรือ VALS (Values and Lifestyles) เป็นวิธีการวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตที่พัฒนาขึ้นโดยสถาบันวิจัยสแตนฟอร์ด (Stanford Research Institute: SRI) เมื่อปี ค.ศ. 1978 โดยมีพื้นฐานมาจากทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of needs) ทั้งนี้ การใช้การวัดแบบ VALS จะช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมและเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งมีติในการวัดมีพื้นฐานมาจากทัศนคติ ความจำเป็น ความต้องการ ความเชื่อ และลักษณะ ทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค (Anandan et al., 2006) โดย การวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ VALs อธิบายได้ว่า ผู้บริโภคจะดำเนินชีวิตไปตามลำดับขั้นตอนที่เรียกว่า “ลำดับขั้นคู่ (Double Hierarchy) ซึ่งสามารถแบ่งประเภทของคนได้เป็น 4 ประเภท (Mowen & Minor, 1998) ดังนี้

- 1) ผู้ที่มีแรงผลักดันจากความจำเป็น (Need-driven Person) ได้แก่
 - (1) ผู้อยู่รอด (Survivors) หรือกลุ่มผู้ด้อยโอกาส เป็นกลุ่มคนจน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ มีสุขภาพไม่ดี และการศึกษาน้อย
 - (2) ผู้ยังชีพ (Sustainers) เป็นกลุ่มคนที่ยากจน แต่ไม่ปล่อยให้ตัวเองสิ้นหวังไม่ละทิ้งความพยายาม เป็นกลุ่มคนที่มีอายุน้อยกว่าและมีความมั่นใจมากกว่ากลุ่มผู้อยู่รอด มักมีการวางแผนก่อนลงมือปฏิบัติ และคาดหวังกับอนาคตมากกว่ากลุ่มผู้อยู่รอด ส่วนใหญ่มักเป็นชนกลุ่มน้อยของสังคม
- 2) ผู้ที่หันออกจากตนเอง (Outer-Directed Person) เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับสิ่งเร้าภายนอก หรือสิ่งต่างๆ รอบตัว สนใจว่าผู้อื่นจะมองตนเองอย่างไร เป็นพวกวัตถุนิยม ได้แก่
 - (1) ผู้ทำตามสังคม (Be longer) เป็นกลุ่มคนชนชั้นกลาง มีรายได้ปานกลาง มีอายุวัยกลางคนหรืออาจแก่กว่านั้น เป็นคนรักครอบครัว ชาติ ศาสนา และชอบการทำงานเพื่อสถาบันต่างๆ
 - (2) ผู้ชอบเลียนแบบ (Emulators) เป็นกลุ่มที่มีความพยายาม มีความทะเยอทะยานสูง ต้องการความสำเร็จ ชอบใช้จ่ายมากกว่าเก็บออม และมักเลียนแบบกลุ่มประสบความสำเร็จ (Achievers)
 - (3) ผู้ประสบความสำเร็จ (Achievers) เป็นกลุ่มที่มีฐานะดี รายได้สูง มักเป็นผู้บริหารหรือเจ้าของธุรกิจส่วนตัว เป็นพวกอนุรักษ์นิยม
- 3) ผู้ที่หันเข้าหาตนเอง (Inner-Directed Person) เป็นกลุ่มคนที่ยึดตนเองเป็นหลัก ได้แก่
 - (1) ผู้ที่หลงตัวเอง (I-am-me) ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่มีอายุน้อย โสด มักใช้ความรู้สึกและอารมณ์ของตนเป็นใหญ่ กล้าแสดงออก กระตือรือร้น และชอบแสวงหาสิ่งใหม่ๆ ให้กับชีวิต

(2) ผู้ที่ชอบหาประสบการณ์ (Experiential) เป็นกลุ่มที่ชอบการท่องเที่ยว และชอบทำกิจกรรมต่างๆ มีความเป็นอิสระ เชื่อมมั่นในตนเอง มีความคิดริเริ่ม คนกลุ่มนี้จะมีอายุประมาณ 20 ปีปลายๆ และมีรายได้ปานกลาง

(3) ผู้ที่ชอบเข้าสังคม (Societally Conscious) เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับสังคม มีความเป็นผู้ใหญ่ ประสบความสำเร็จในชีวิต มีความคิดแบบเสรีนิยม และให้ความสำคัญกับประเด็นทางสังคม

4) ผู้ที่มีลักษณะผสมผสาน (Integrated Person) คนกลุ่มนี้เป็นผู้ที่มีความเป็นตัวของตัวเอง และมีความเป็นผู้ใหญ่ เป็นกลุ่มที่อยู่ตรงกลางระหว่างผู้ที่หันออกจากตนเอง กับผู้ที่หันเข้าหาตนเอง จึงมีบุคลิกภาพแบบสนใจสิ่งเร้าจากภายนอกและยึดตนเองเป็นหลัก แม้ว่าคนกลุ่มนี้จะมีรายได้ที่สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ แต่มีจำนวนประชากรน้อย คือ ประมาณร้อยละ 2 ของประชากรทั้งหมด ทำให้ยากต่อการเลือกเป็นกลุ่มเป้าหมาย



ภาพที่ 2.2 การวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ VALS 1

ที่มา: Politeknik NSC Surabaya, 2006

ต่อมาในปี 1989 สถาบันวิจัยสแตนฟอร์ดได้พัฒนา VALS 2 ขึ้นมา เนื่องจาก VALS หรือ VALS 1 นั้นมีข้อบกพร่องและถูกวิจารณ์ค่อนข้างมาก เพราะเป็นการวัดที่กว้างเกินไป ให้ความสำคัญกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มากเกินไป และยากต่อการใช้งาน VALS 2 จึงถูกออกแบบขึ้นมาเพื่อวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เฉพาะเจาะจง และให้ความสำคัญกับข้อมูลด้านจิตวิทยามากขึ้น สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดย VALS 2 จะให้ความสำคัญกับทรัพยากร

ของบุคคล (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) เป็นกลุ่มที่ตัดสินใจด้วยตนเองที่ต้องการมีกิจกรรม ชอบความหลากหลายในชีวิต และชอบความเสี่ยง

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

1. ผู้ที่ประสบความสำเร็จ (Actualizes) เป็นบุคคลที่ประสบความสำเร็จในชีวิต มีทรัพยากรมาก ทนคน และมีชีวิตที่พร้อม กระตือรือร้น รับผิดชอบ ภูมิใจในตัวเองมาก สนใจในความก้าวหน้า และการพัฒนาตนเอง กลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของตนเอง เพราะเป็นการแสดงออกถึงรสนิยมที่ดี และความเป็นตัวของตัวเอง สิ่งของที่มีมักสะท้อนถึงรสนิยมที่ละเอียดอ่อนในชีวิต ไม่ใช่เพื่อสถานภาพ หรือการมีอำนาจ บุคคลประเภทนี้มักจะเป็นผู้นำ ผู้บริหาร หรือเจ้าของธุรกิจ มีความสนใจในประเด็นทางสังคม เปิดกว้างต่อการเปลี่ยนแปลง ใช้เวลาส่วนใหญ่ในการอ่านหนังสือ และนิตยสารเฉพาะทาง ชมโทรทัศน์น้อยกว่าค่าเฉลี่ยมาก

2. ผู้รู้สึกพอ (Fulfilled) เป็น 1 ใน 2 กลุ่มที่เน้นหลักการ คือ ชอบทำตามสิ่งที่ตนคิดว่าควรเป็น มีวุฒิภาวะสูง มั่นคง สงบสุข พอใจในอาชีพ และครอบครัว มักจะมีกิจกรรมนันทนาการที่เกี่ยวกับบ้าน ชอบความเป็นระเบียบ มีความรู้ และมีความรับผิดชอบ โดยมากมีการศึกษาสูง และอาจจะเพิ่งเกษียณอายุจากการทำงาน ชอบติดตามความเคลื่อนไหวของโลก สังคม และมีความพร้อมที่จะให้โอกาสตนเองในการเพิ่มพูนความรู้ใหม่ๆ การตัดสินใจมักจะใช้หลักการ และเหตุผล เน้นความเป็นจริง นิยมอ่านหนังสือพิมพ์ และนิตยสารน้อยกว่าชมโทรทัศน์

3. ผู้ที่มีความเชื่อ (Believers) เป็นกลุ่มที่เน้นหลักการ มีลักษณะอนุรักษ์นิยม มีความเชื่อที่ยึดติดกับบรรทัดฐานทางสังคม หรือวิถีประเพณี และตามกฎหมาย มีระเบียบในเรื่องบ้าน ครอบครัวยุทธศาสตร์ และศาสนาที่ตนนับถือ เป็นกลุ่มที่สามารถทำนายพฤติกรรมได้ง่าย ชอบสินค้าที่ได้รับการยอมรับมานาน นิยมอ่านหนังสือเกี่ยวกับการดูแลบ้านและสวน ชมโทรทัศน์มากกว่าค่าเฉลี่ย

4. ผู้มุ่งความสำเร็จ (Achievers) เป็นผู้บริโภคนที่เน้นสถานภาพทางสังคม ตัดสินใจเลือกสิ่งต่างๆ เพื่อส่งเสริมตำแหน่ง และการเลื่อนสู่ชั้นสังคมที่สูงขึ้น มักจะประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานซึ่งนำมาสู่รางวัล และสถานภาพที่สูงขึ้น เคารพผู้ที่มีอำนาจ ควบคุมชีวิตของตนเองได้ดี

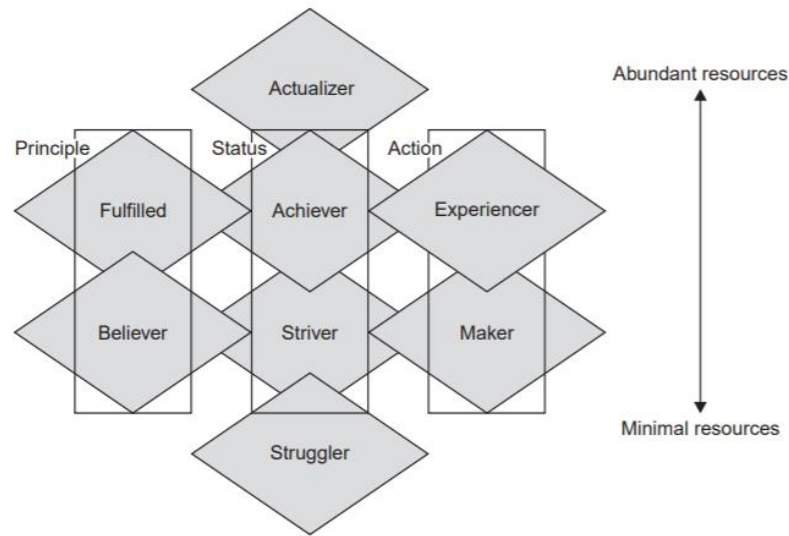
ให้คุณค่ากับการค้นพบตนเอง ความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ความใกล้ชิดสนิทสนม และความแน่นอนที่พยากรณ์ได้ ชอบสินค้าที่มีชื่อเสียงมานาน ชมโทรทัศน์เท่ากับค่าเฉลี่ย และนิยมอ่านนิตยสารเกี่ยวกับธุรกิจและข่าว

5. ผู้ดิ้นรน (Strivers) เป็นผู้บริโภคที่เน้นสถานภาพทางสังคมอีกกลุ่มหนึ่งแสวงหาแรงจูงใจจากผู้อื่น มักจะทำตามที่บุคคลอื่นคาดหวัง มีทรัพยากรไม่มาก จึงพยายามหาความมั่นคงในชีวิต มีความเชื่อว่าเงินคือความสำเร็จ เบื่อง่าย และชอบเลียนแบบบุคคลที่มีสิ่งของต่างๆ อันน่าประทับใจ สิ่งที่ต้องการมักไกลเกินเอื้อม ใช้เงินไปกับเรื่องการแต่งกาย ผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม ชอบชมโทรทัศน์มากกว่าการอ่านหนังสือ

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

7. ผู้แสวงหาประสบการณ์ (Experiencers) เป็นผู้บริโภคที่เน้นการกระทำที่มีผลกระทบอย่างชัดเจนต่อสภาพแวดล้อม ชอบลงมือทำงานต่างๆ ด้วยตนเอง ทั้งเรื่องภายในบ้าน และเรื่องภายนอก มีอายุน้อย กระตือรือร้น แสวงหาความหลากหลาย ความตื่นเต้น และชอบความเสี่ยง มักจะมีความกระตือรือร้นแต่ล้มเลิกง่าย เป็นพวกต่อต้านกฎเกณฑ์ทางสังคม จึงมักถูกมองว่าไม่เคารพกฎต่างๆ ชอบการออกกำลังกาย เล่นกีฬา และนันทนาการนอกสถานที่ ชอบกิจกรรมทางสังคม ใช้เงินไปกับการเข้าสู่สังคม เสื้อผ้า อาหาร ดนตรี และภาพยนตร์

8. ผู้ชอบทำเอง (Makers) อยู่ในกลุ่มนิยมการกระทำ มีความสามารถในการสร้างสิ่งต่างๆ ด้วยตนเอง มีค่านิยมในการช่วยเหลือตนเอง ดำรงชีวิตแบบดั้งเดิม ไม่สนใจในการครอบครองสิ่งของจำนวนมาก ไม่ชอบสิ่งฟุ่มเฟือย ชอบฟังวิทยุ อ่านนิตยสารเกี่ยวกับการดูแลรถ บ้านและสวน



ภาพที่ 2.3 การวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ VALS 2

ที่มา: Politeknik NSC Surabaya, 2006

อย่างไรก็ตาม ยังพบว่า มีข้อจำกัดบางประการสำหรับการใช้ VALS 1 และ VALS 2 เนื่องจากคำถามขาดความเป็นกลาง โดยคำถามส่วนใหญ่มีความลำเอียง ทำให้ผู้ตอบคิดว่าควรจะตอบตามแบบที่สังคมยอมรับ ซึ่งอาจทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นเท็จ และการใช้ VALS 1 และ VALS 2 ซึ่งเป็นการวัดค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่ทำให้ทราบว่าผู้ตอบแบบสอบถามบริโภคอะไร แต่ไม่สามารถทราบได้ว่าบริโภคอย่างไร ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค อีกทั้งการใช้ VALS 1 และ VALS 2 อาจไม่เหมาะสำหรับการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบเจาะจงสินค้าและผลิตภัณฑ์ เนื่องจากเป็นการวัดภาพรวมของการดำเนินชีวิตมากกว่า และที่สำคัญคำถามทั้งหมดเป็นลิขสิทธิ์ของสถาบันวิจัยสแตนฟอร์ดซึ่งบุคคลทั่วไปไม่สามารถใช้ได้ การขอใช้คำถามของแบบวัดดังกล่าวค่อนข้างยุ่งยาก (Hawkins et al., 1998)

2.2.3.2 การวัดแบบ LOV

การวัดรายการของค่านิยม หรือ LOV (The List Values Scale) เป็นการวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ได้รับการพัฒนามาจากทฤษฎีว่าด้วยค่านิยมของ Maslow, Rokeach & Feather (ชลวิภา อางองค์, 2555) เป็นวิธีการวัดที่พัฒนาขึ้นโดยศูนย์วิจัยของมหาวิทยาลัยมิชิแกน ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งได้นำเอาข้อบกพร่องของ 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) ความเต็มเต็มหรือความพอใจในตนเอง (Self-fulfillment) เป็นค่านิยมที่ต้องการเติมเต็มด้านฐานะ การศึกษา และความรู้สึก ต้องการตอบสนองความปรารถนาของตนเองให้ได้มากที่สุด มักเป็นกลุ่มที่มีอายุน้อย ทำงานอยู่ในเมือง ใส่ใจสุขภาพ และมีความมั่นใจในตนเอง ชอบชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์มากกว่าการดูโทรทัศน์

(2) ความตื่นเต้น (Excitement) เป็นค่านิยมที่ชอบความตื่นเต้น และท้าทายในสิ่งต่างๆ

(3) ความรู้สึกบรรลุความสำเร็จ (Sense of Accomplishment) เป็นค่านิยมที่ต้องการความสำเร็จ ซึ่งคนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับค่านิยมนี้ โดยเฉพาะผู้ชาย คนในกลุ่มนี้มักเป็นผู้ชายวัยกลางคนที่ประสบความสำเร็จ มีหน้าที่การงาน ตำแหน่งงานในระดับสูง มีรายได้ดี

(4) ความเคารพตัวเอง (Self-Respect) เป็นค่านิยมที่ชาวอเมริกันให้ความสำคัญมากที่สุด

2) การให้ความสำคัญกับสิ่งภายใน (Internal orientation) เป็นกลุ่มคนที่ชอบควบคุมชีวิตของตนเองให้เป็นไปตามธรรมเนียมต่างๆ ประกอบด้วยค่านิยม 3 ประการ คือ

(1) ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม (Sense of Belonging) ผู้หญิงส่วนใหญ่มีค่านิยมนี้ ซึ่งเป็นค่านิยมในลักษณะการพึ่งพาอาศัยกัน ให้ความสำคัญกับบ้านและครอบครัว คนกลุ่มนี้มีการศึกษาไม่สูง แต่สามารถหาเงินและมีรายได้ในระดับปานกลาง มีความสุขกับหน้าที่และความรับผิดชอบต่อครอบครัว ถึงแม้ว่าจะเหนื่อยและเครียดก็ตาม

(2) การเป็นที่เคารพ (Being Well-Respected) เป็นกลุ่มคนที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มีรายได้และการศึกษาต่ำ ประกอบอาชีพที่ไม่ค่อยมีเกียรติ แต่ก็รักในงานที่ทำ

(3) ความมั่นคง (Security) เป็นค่านิยมที่พบได้ค่อนข้างน้อย โดยเป็นกลุ่มคนที่ขาดความมั่นคงทางการเงิน และจิตใจ

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

(1) ความสนุกสนาน (Fun and Enjoyment) เป็นกลุ่มคนที่มีอายุน้อย ไม่มีงานทำ หรือทำงานไม่ค่อยมั่นคง แต่มองโลกในแง่ดี และปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมได้ง่าย ไม่ค่อยให้ความสนใจกับครอบครัว และศาสนา แต่ชอบเล่นกีฬา และความบันเทิงต่างๆ

(3) การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น (Warm Relationships with Others) เป็นกลุ่มคนที่มีความเป็นกันเองให้กับผู้อื่นอยู่เสมอ

2.2.3.3 การวัดแบบ AIOs

การวัดแบบ AIOs เป็นเครื่องมือในการวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยการวิเคราะห์ลักษณะทางจิตวิทยาทางสังคมของผู้บริโภค (Psychographics) ซึ่งเป็นวิธีการวัดเชิงปริมาณ เพื่อหาข้อมูลของผู้บริโภคในด้านกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น

(Opinion) โดยมีการศึกษาว่าผู้บริโภคว่าใช้เวลาและทรัพยากรต่างๆ ของเขาอย่างไรในแต่ละวัน อะไรที่เขาสนใจและถือว่ามีความสำคัญ และเขาคิดเกี่ยวกับตนเอง และคิดถึงสิ่งต่างๆ รอบตัวเขาอย่างไร (Plummer, 1974; Kotler & Armstrong, 2012; ดารา ทีปะปาล, 2546; อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543) ซึ่งการศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคเพียงอย่างเดียวไม่สามารถให้ข้อมูลที่ละเอียดเพียงพอ การศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตจะทำให้ได้รายละเอียดเกี่ยวกับผู้บริโภคได้ชัดเจนยิ่งขึ้น (Well, 1984, อ้างถึงใน สรินยา สงค์ประเสริฐ, 2554)

ทั้งนี้ องค์ประกอบของการวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs มีรายละเอียดดังนี้ (Plummer, 1974; Antonides & Van Raaij, 1998)

1) Activities: A หมายถึง กิจกรรม เป็นการกระทำที่แสดงออก เช่น การทำงาน งานอดิเรก การซื้อสินค้า การเล่นเกม ฯลฯ เป็นส่วนกำหนดรูปแบบการดำเนินชีวิตว่าผู้บริโภคว่าใช้เวลาของเขาทำอะไร เขาทำงานอดิเรกอะไร สันทนาการและกีฬาชนิดไหน ใช้เวลาไปกับสื่อต่างๆ มากน้อยเพียงใด ซื้อสินค้ามากน้อยเพียงใด ออกไปนอกบ้านมากแค่ไหน อยู่บ้านมากน้อยเพียงใด มีการท่องเที่ยว การพบเพื่อน พบญาติอย่างไร กิจกรรมมีวัตถุประสงค์อะไร และคุณค่าที่เป็นจริงคืออะไร

2) Interests: I หมายถึง ความสนใจ ซึ่งเป็นความสนใจเป็นพิเศษและต่อเนื่องในเรื่องราวหรือเหตุการณ์ หรือวัตถุสิ่งของ เช่น อาหาร แฟชั่น ภาพยนตร์ การพักผ่อน ครอบครัว ฯลฯ โดยจะเกิดพร้อมกับระดับของความตื่นตัว ทั้งนี้ ความสนใจ เป็นความต้องการที่จะเข้าใจ เรียนรู้ในสิ่งต่างๆ ความพอใจและให้ความสำคัญในสิ่งนั้น เป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบการดำเนินชีวิต เพราะเป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นกิจกรรมต่างๆ ของผู้บริโภคที่เขาชอบ ผู้บริโภคสนใจในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่เขาทำ สนทนาในเรื่องที่สนใจ เช่น เรื่องการเมือง กีฬา การท่องเที่ยว ดนตรี

3) Opinion: O หมายถึง ความคิดเห็น เป็น “คำตอบ” ที่ถูกพูดหรือเขียน ซึ่งบุคคลใช้ในการตอบคำถามความคิดเห็น อธิบายตีความ ความคาดหวัง และการประเมินผล กล่าวได้ว่าความคิดเห็น เป็นการแสดงออกทางความคิดบนพื้นฐานของค่านิยมที่มีต่อตนเอง และต่อสภาพแวดล้อม เช่น ความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวเอง ประเด็นทางสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม การเมือง ฯลฯ

ตัวชี้วัดที่นำมาใช้เพื่อวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs มุ่งเน้นการศึกษาเกี่ยวกับกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ตลอดจนลักษณะทางประชากรศาสตร์ แสดงดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ตัวชี้วัดที่ถูกนำมาใช้เพื่อวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs

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

ที่มา: ดัดแปลงจาก Plummer, 1974

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นว่าการวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs ประกอบด้วยตัวแปรต่างๆ ที่ใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ เพื่อนำมาจัดรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ ให้ออกมาชัดเจนขึ้นว่ามีลักษณะทางจิตวิทยาเป็นอย่างไร ทั้งนี้ คำถามเกี่ยวกับกิจกรรม (Activities) จะครอบคลุมในเรื่องที่ว่า ผู้บริโภคทำอะไร ซื้ออะไร และใช้เวลาอย่างไร ส่วนคำถามที่เกี่ยวกับความสนใจ (Interest) จะเกี่ยวข้องกับความสุข และการจัดลำดับความสำคัญของกิจกรรมต่างๆ และคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็น (Opinion) เป็นคำถามที่ต้องการให้ผู้บริโภคแสดงทัศนะและความรู้สึกต่างๆ ที่มีต่อสภาพแวดล้อมทางสังคม

ปัจจุบันการศึกษาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

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

2. การศึกษาโดยกำหนดประเภทสินค้าแบบเฉพาะเจาะจง (Product Specific AIOs Inventories) เป็นการศึกษาแบบการดำเนินชีวิตโดยระบุประเภทสินค้าอย่างชัดเจน โดยให้ผู้ตอบตอบคำถามเกี่ยวกับกิจกรรม ทัศนคติ และความคิดเห็นต่างๆ ที่ตนเองมีต่อสินค้าหรือบริการที่กำหนดไว้ นักวิจัยจะได้ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่างๆ ที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้า ซึ่งข้อมูลที่ได้นี้อาจนำไปสู่การพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงจุดขายของสินค้า หรือข้อความโฆษณา เช่น การศึกษาความสนใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหาร A การเลือกใช้การวัดแบบ AIOs แบบเฉพาะเจาะจง เป็นการให้ผู้ตอบตอบว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับคำถามต่างๆ ที่เกี่ยวกับร้านอาหาร A เป็นต้น

ทั้งนี้ ในการวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs หลังจากได้ข้อมูลต่างๆ ทั้งหมดจากการตอบคำถามของผู้บริโภคแล้ว ข้อมูลที่ได้จะถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์โดยใช้เทคนิคต่างๆ เช่น การวิเคราะห์พหุมิติ (Multidimensional Scaling) การวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Components Analysis) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Factor Analysis) เพื่อลดจำนวนมิติหรือปัจจัย ทำให้ได้ปัจจัยใหม่ที่มีองค์ประกอบที่สัมพันธ์กัน แล้วจึงทำการวิเคราะห์การจัดกลุ่มผู้บริโภค (Cluster Analysis) ตามรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และการแบ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยว โดยใช้ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์มากำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้น ไม่สามารถสรุปได้ว่าเหตุใดนักท่องเที่ยวจึงซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว หรือมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบนั้น ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในมุมมองทางจิตวิทยา โดยใช้รูปแบบการดำเนินชีวิตมากำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว นั้น จะทำให้นักการตลาดเข้าใจถึงความต้องการ ความรู้สึกนึกคิด และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้ดีขึ้น และเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้ ทั้งนี้ ได้มีการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในมุมมองทางจิตวิทยาสังคมโดยเชื่อมโยงกับความแตกต่างทางวัฒนธรรมในประเด็นต่างๆ เช่น การรับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยว ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน การรับรู้ความเสี่ยงในการเดินทาง การรับรู้และความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ การรับรู้ต่อความสะอาดสบายของโรงแรม และรูปแบบการบริโภคของนักท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

ทั้งนี้ การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุ มีลักษณะเช่นเดียวกับการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทั่วไป กล่าวคือ การศึกษาตัวแปรด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์เพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะทำให้ทราบถึงรูปแบบพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวที่แท้จริง แต่จำเป็นต้องศึกษามุมมองทางจิตวิทยาของนักท่องเที่ยว ซึ่งรูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นปัจจัยทางจิตวิทยาที่แสดงออกมาในรูปของกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) (Kotler, 2000b) ดังนั้น การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ร่วมกับรูปแบบการดำเนินชีวิต จะทำให้เห็นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และสามารถแบ่งกลุ่มพฤติกรรมที่แตกต่างกันตามรูปแบบการดำเนินชีวิตได้

นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมยังส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยจะเห็นว่าโครงสร้างทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปมีผลต่อกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) ของนักท่องเที่ยว เช่น จากการศึกษาที่พบว่า การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างทางสังคมทำให้การเดินทางระหว่างวัยในครอบครัว (Multigeneration Tourism) กลายเป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมมากขึ้น โดย Rosenbloom (2013) อธิบายถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวยุโรปวัยชราและรุ่นหลาน ที่มีความประสงค์ให้บริษัทนำเที่ยวจัดรายการนำเที่ยวสำหรับพวกเขา โดยสมาชิกในครอบครัวที่เป็นรุ่นพ่อและแม่ไม่สามารถร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย จึงนับเป็นโอกาสอันดีที่ทำให้คนต่างวัยได้ใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยวและทำกิจกรรมร่วมกัน ดังนั้น จึงเห็นได้อย่างชัดเจนว่า การเปลี่ยนแปลงทางสังคมส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบวิธีการวัดของ VALS และ LOV พบว่า การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตตามแบบของ LOV จะให้ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคได้น่าเชื่อถือกว่าแบบ VALS อย่างไรก็ตาม LOV จะมีประโยชน์มากกว่า VALS เมื่อมีการศึกษาแบ่งกลุ่มที่ใช้ตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ร่วมด้วยเท่านั้น (Kahle, Beatty & Homer, 1986, อ้างถึงใน เลิศหญิง หิรัญโร, 2545) ส่วนแบบ AIO เป็นการศึกษาแบบการดำเนินชีวิตทางจิตวิทยา ในรูปแบบของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น โดย AIO สามารถอธิบายลักษณะของประชากรแต่ละกลุ่มได้อย่างใกล้เคียงกับสภาพที่เป็นจริงอย่างมาก นอกจากนี้ ยังมีข้อจำกัดของการนำตัวแบบ VALS มาใช้ คือ VALS เป็นเครื่องมือที่สถาบันวิจัยสแตมฟอร์ดเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ และไม่ได้เผยแพร่ต่อสาธารณะให้ใช้ได้โดยเสรี จึงยากแก่การทดสอบความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Mill & Morrison, 1992, อ้างถึงใน เกษรา เกิดมงคล, 2546) อีกทั้ง การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตในบางครั้งกลุ่มบุคคลมีลักษณะที่มีความคล้ายคลึงกัน จนไม่สามารถแยกออกจากกันได้ชัดเจน ทำให้ยากต่อการแบ่งกลุ่มประชากรทั้ง 8 กลุ่มตามระบบ VALS ได้

สำหรับการวิจัยด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตส่วนใหญ่ใช้ AIOs เป็นเครื่องมือในการวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว เพราะเป็นมาตรวัดที่มีความยืดหยุ่นกว่า VALS ในการนำมาจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยว เนื่องจาก VALS จำแนกกลุ่มแบบ

เฉพาะเจาะจงออกเป็น 8 กลุ่ม และอธิบายลักษณะของแต่ละกลุ่มในภาพรวม ทำให้อาจไม่ได้เห็นมิติอื่นๆ ที่เป็นลักษณะของบุคคล ซึ่งอาจมีความหลากหลาย นอกจากนี้ นักวิจัยส่วนใหญ่เลือกที่จะใช้ AIO เพราะสามารถตั้งกลุ่มคำถามให้สัมพันธ์กับกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของผู้บริโภคได้ จากนั้นนำมาวิเคราะห์ปัจจัยและจัดกลุ่มเพื่อนิยามกลุ่มเฉพาะที่เกิดขึ้นใหม่อันเป็นผลมาจากคำตอบของผู้บริโภคเอง ทำให้องค์กรต่างๆ สามารถพัฒนาแผนงานให้เหมาะกับแต่ละกลุ่มตลาดได้ (Morrison et al., 2010)

2.2.4 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย

สำหรับการศึกษาคั้งนี้ ได้จำแนกตัวแปรเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน 27 องค์ประกอบ ดังนี้

2.2.4.1 ด้านกิจกรรม (Activities : A)

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

2.2.4.2 ด้านความสนใจ (Interest: I)

ประกอบด้วย 9 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, การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ) สื่อ/ข้อมูลข่าวสาร (การติดตามข่าวสาร, การสืบค้นข้อมูลผ่านสื่อต่างๆ) และความสำเร็จ (ความสำเร็จด้านอาชีพ, ความสำเร็จทางการเงินและทรัพย์สิน, ความสำเร็จด้านครอบครัว, การเป็นเจ้าของธุรกิจ)

2.2.4.3 ด้านความคิดเห็น (Opinion: O)

ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ คือ ความคิดเห็นต่อตนเอง (การเป็นคนเก่ง, การเป็นผู้นำ, การเป็นคนทันสมัย, การเป็นคนเชื่อมั่นในตนเอง, อายุเป็นเพียงตัวเลข, วัยสูงอายุเป็นวัยที่มี

อิสระมากที่สุด) ประเด็นด้านสังคม (การอยู่ร่วมกันในสังคม, ปัญหาสังคม, การเคารพกติกา/กฎระเบียบ/กฎหมาย, ครอบครัวยุคใหม่ให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุน้อยลง) 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 (อนาคตจะดีได้ต้องทำปัจจุบันให้ดีกว่าก่อน, การวางแผนชีวิตในอนาคต, การวางแผนจัดการชีวิตในช่วงเกษียณอายุ, การทำประกันชีวิตและสุขภาพ) และประเด็นด้านวัฒนธรรม (สิ่งเก่าแก่/โบราณควรค่าแก่การค้นหาและเก็บรักษา, ศิลปะและวัฒนธรรมมีความเกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ของมนุษย์, การแสดงของไทย เช่น โขน ลิเก ลำตัดเป็นสิ่งที่ล้ำสมัย)

ตารางที่ 2.2 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย

| นักวิจัย | ภัทรา สุขะสุนันท์ (2562) | จิรวดี ทลอมประโคน และเอกภพ มณีนารถ (2550) | เยาวภา จันททรัพย์ (2557) | เลิศหญิง ทิริญโร (2545) | เศรษฐวิฐพี คงกันธ์ (2557) | Mahalakshmi & Chitra (2013) | Lesakova (2014) | รวม | มาตรวัด ตัวแปร |
|--|--------------------------|---|--------------------------|-------------------------|---------------------------|-----------------------------|-----------------|-----|-------------------|
| 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 |
| การร่วมกิจกรรมชุมชน (กิจกรรมการกุศล, กิจกรรมพัฒนาสังคม, กิจกรรมสาธารณะประโยชน์) | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | | ✓ | 5 | Interval Scale |

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

| นักวิจัย | ภัทรา สุยะสุคนธ์ (2562) | จิรวุฒิ ทลอมประโคน และเอกภาพ มณีนิกร (2550) | เยาวภา จันทร์พวง (2557) | เลิศหญิง ทิริญโร (2545) | เศรษฐวิฐูฬ คิงกันธ์ (2557) | Mahalakshmi & Chitra (2013) | Lesakova (2014) | รวม | มาตรวัด ตัวแปร |
|---|-------------------------|---|-------------------------|-------------------------|----------------------------|-----------------------------|-----------------|-----|-------------------|
| 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 |

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

| นักวิจัย | ภัทรา สุขะสุนันท์ (2562) | จิรวดี ทลอมประโคน และเอกภพ มณีमारล (2550) | เยาวภา จันททรัพย์ (2557) | เลิศหญิง ทิริญโร (2545) | เศรษฐวิฐูพี คงกันธ์ (2557) | Mahalakshmi & Chitra (2013) | Lesakova (2014) | รวม | มาตรวัด ตัวแปร |
|--|--------------------------|---|--------------------------|-------------------------|----------------------------|-----------------------------|-----------------|-----|-------------------|
| การร่วมกิจกรรมชุมชน (งานเลี้ยงสังสรรค์, งานการกุศล/งานบุญ/ งานทางศาสนา, พัฒนาชุมชน) | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 7 | Interval Scale |
| นันทนาการ (งานแสดงละคร/ดารา, การแสดงคอนเสิร์ต/ นักร้อง, การแสดงศิลปวัฒนธรรม, การท่องเที่ยว, กิจกรรมตื่นเต้นท้าทาย) | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | | 5 | Interval Scale |
| ความนิยม (ความทันสมัย/เทคโนโลยี, ความแปลกใหม่, การแต่งกาย, การดูแลสุขภาพ) | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 7 | Interval Scale |
| อาหาร (การทำอาหาร/ขนม, ความสนใจอาหาร ท้องถิ่น, ความสนใจอาหารที่แปลกใหม่, การรับประทานเพื่อสุขภาพ) | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 7 | Interval Scale |
| สื่อ/ข้อมูลข่าวสาร (การติดตามข่าวสาร, การสืบค้นข้อมูล ผ่านสื่อต่างๆ) | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 7 | Interval Scale |
| ความสำเร็จ (ความสำเร็จด้านอาชีพ, ความสำเร็จ ทางการเงินและทรัพย์สิน, ความสำเร็จ ด้านครอบครัว, การเป็นเจ้าของธุรกิจ) | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | | 5 | Interval Scale |

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

| | | | | | | | | | |
|--|-------------------------|--|--------------------------|-------------------------|----------------------------|-----------------------------|-----------------|-----|-------------------|
| นักวิจัย | ภัทรา สุขะสุนทร์ (2562) | จิรวุฒิ หลอมประโคน และเอกภพ มณีमारล (2550) | เยาวภา จันททรัพย์ (2557) | เลิศหญิง ทิรัญโร (2545) | เศรษฐวิฐูพ์ คงกันธ์ (2557) | Mahalakshmi & Chitra (2013) | Lesakova (2014) | รวม | มาตรวัด ตัวแปร |
| ความคิดเห็น (Opinion: O) | | | | | | | | | |
| ความคิดเห็นต่อตนเอง (การเป็นคนเก่ง, การเป็นผู้นำ, การเป็นคน ทันสมัย, การเป็นคนเชื่อมั่นในตนเอง, อายุเป็นเพียงตัวเลข, วัยสูงอายุเป็นวัยที่มี อิสระมากที่สุด) | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 7 | Interval Scale |
| ประเด็นด้านสังคม (การอยู่ร่วมกันในสังคม, ปัญหาสังคม, การเคารพกติกา/กฎระเบียบ/กฎหมาย, ครอบครัวให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุ น้อยลง) | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | | 5 | Interval Scale |
| ประเด็นด้านการเมือง (การเคารพสิทธิและเสรีภาพของคนอื่น, การปกครองระบอบประชาธิปไตย, การเมืองส่งผลต่อเศรษฐกิจ สังคม) | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | 6 | Interval Scale |
| ประเด็นด้านธุรกิจ (ธุรกิจต้องคำนึงถึงสังคมส่วนรวม, การลงทุนทางธุรกิจ, การกู้เงินเพื่อทำธุรกิจ เป็นเรื่องปกติ) | | | | | ✓ | ✓ | | 2 | Interval Scale |

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

| นักวิจัย | ภัทรา สุขะสุนนท์ (2562) | จิรวุฒิ หลอมประโคน และเอกภพ มณีนิกรธ (2550) | เปาวภา จันททรัพย์ (2557) | เลิศหญิง ธีรบุญโร (2545) | เศรษฐวิรุทธิ์ คงกันธ์ (2557) | Mahalakshmi & Chitra (2013) | Lesakova (2014) | รวม | มาตรวัด ตัวแปร |
|--|-------------------------|---|--------------------------|--------------------------|------------------------------|-----------------------------|-----------------|-----|-------------------|
| ประเด็นด้านเศรษฐกิจ (การใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง, การท่องเที่ยว ช่วยสร้างรายได้ให้คนท้องถิ่น, ประชาชน ทุกคนมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา เศรษฐกิจ, การมีฐานะทางการเงินที่ดี) | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 7 | Interval Scale |
| ประเด็นด้านการศึกษา (การศึกษาไม่จำเป็นต้องเรียนในชั้นเรียน, วุฒิการศึกษาจำเป็นต้องใช้ในการประกอบ อาชีพ, ไม่มีใครแก่เกินเรียน) | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | | | 4 | Interval Scale |
| ประเด็นด้านผลิตภัณฑ์ (ตราสินค้าและราคาไม่ใช่เรื่องสำคัญ อยู่ที่ ความพอใจ, การซื้อสินค้าท้องถิ่นหรือภูมิ ปัญญาชาวบ้านเป็นการส่งเสริมด้านอาชีพ, โฆษณามีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้า, ของที่มียี่ห้อแพงย่อมมีคุณภาพมากกว่า ของที่ราคาถูก) | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | | ✓ | 5 | Interval Scale |
| ประเด็นด้านอนาคต (อนาคตจะดีได้ต้องทำปัจจุบันให้ดีกว่าก่อน, การวางแผนชีวิตในอนาคต, การวางแผน จัดการชีวิตในช่วงเกษียณอายุ, การทำ ประกันชีวิตและสุขภาพ) | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 7 | Interval Scale |

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

| | | | | | | | | | |
|--|--------------------------|---|--------------------------|-------------------------|----------------------------|-----------------------------|-----------------|-----|-------------------|
| นักวิจัย | ภัทรา สุขะสุนันท์ (2562) | จิรวดี ทลอมประโคน และเอกภพ มณีमारถ (2550) | เยาวภา จันททรัพย์ (2557) | เลิศหญิง ทิรัญโร (2545) | เศรษฐวิฐูพี คงกันธ์ (2557) | Mahalakshmi & Chitra (2013) | Lesakova (2014) | รวม | มาตรวัด ตัวแปร |
| ประเด็นด้านวัฒนธรรม (สิ่งเก่าแก่/โบราณควรค่าแก่การค้นหาและ เก็บรักษา, ศิลปะและวัฒนธรรมมีความ เกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ของมนุษย์, การแสดงของไทย เช่น โขน ลิเก ลำตัด เป็นสิ่งที่ล้ำสมัย) | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | | | 4 | Interval Scale |

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวสูงอายุ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว มีรากฐานมาจากพฤติกรรมผู้บริโภค แต่เนื่องจากสินค้าทางการท่องเที่ยวมีความแตกต่างไปจากสินค้าทั่วไป ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้สามารถพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและเกิดความจงรักภักดีต่อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

2.3.1 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

Cohen et al. (2014) ให้ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ว่าเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกในรูปแบบที่หลากหลาย แตกต่างกันไปของแต่ละบุคคล ซึ่งส่งผลให้เป้าหมายของการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันไปด้วย เช่น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ได้รับ ความชื่นชอบของแต่ละบุคคลในแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง เป็นต้น ส่วน รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2558) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นลักษณะพฤติกรรมในการตัดสินใจและเลือกรูปแบบที่จะเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวมีหลายลักษณะแตกต่างกันออกไป และนักท่องเที่ยวจะทำการพิจารณาเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับลักษณะพฤติกรรมหรือความต้องการของตน เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้ เลิศพร ภาระสกุล (2559) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ การกระทำหรือการแสดงออก

ของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว โดยเริ่มต้นจากการสืบค้นข้อมูล การซื้อ การใช้หรือการบริโภค การประเมินผลโดยดูจากความคาดหวังในจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวจะสามารถตอบสนองตามความต้องการของตนได้ สอดคล้องกับ วลัยพร ธีวตระกูลไพบูลย์ (2561) ที่กล่าวว่าการศึกษาวุฒิกรรมนักท่องเที่ยว คือ การศึกษาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวในระยะก่อน ระหว่าง และหลังการตัดสินใจซื้อ รวมถึงกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว และผลกระทบจากกิจกรรมเหล่านั้น

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ การกระทำหรือการแสดงออกทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวทั้งก่อนการเดินทางท่องเที่ยว ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และหลังการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตนเองให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

2.3.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว

Telfer & Sharpley (2008) กล่าวว่า การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่ซับซ้อน โดยจะเกี่ยวข้องกับการทำความเข้าใจว่านักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเพราะเหตุใด อย่างไร และเกิดอะไรขึ้นกับนักท่องเที่ยวบ้าง ซึ่งกระบวนการตัดสินใจดังกล่าวมักจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ มากมาย ในขณะเดียวกัน Kotler & Keller (2012) ได้เสนอกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคโดยทั่วไป ซึ่งนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว ได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้อธิบายกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว หรือกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยแนวคิดของ Kotler & Keller (2012) ได้แบ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคออกเป็น 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย

1. การตระหนักถึงปัญหา (Problem Recognition)
2. การค้นหาข้อมูล (Information Search)
3. การประเมินตัวเลือก (Evaluation of Alternatives)
4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)
5. พฤติกรรมภายหลังจากการซื้อ (Post Purchase Behavior)

Mathieson & Wall (1982) กล่าวถึง กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่

1. ความปรารถนาที่จะเดินทางท่องเที่ยว (Travel Desire)
2. การค้นหาข้อมูล (Information Search)
3. การเปรียบเทียบตัวเลือก (Assessment of Travel Alternatives)
4. การตัดสินใจ (Decision)
5. การจัดการท่องเที่ยว (Travel Arrangements)

6. ประสบการณ์ท่องเที่ยวและการประเมินผล (Travel Experience and Evaluation) Bennett & Strydom (2001) ได้แบ่งขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวออกเป็น 6 ขั้นตอนสำคัญ คือ

1. การตระหนักถึงความจำเป็น หรือปัญหา (Awareness of a Need or Problem)
2. การรวบรวมข้อมูล (Gathering Information)
3. การประเมินผล (Evaluation)
4. การตัดสินใจ (Decision Making)
5. การเดินทางหรือการลงมือซื้อ (Action or Purchase)
6. การประเมินผลภายหลังการซื้อ (Post-Purchase Evaluation)

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) การรับรู้ความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือกก่อนการเดินทางท่องเที่ยว 4) การตัดสินใจซื้อ และ 5) พฤติกรรมหลังการเดินทางท่องเที่ยว

ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว เป็นการทำความเข้าใจว่านักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเพราะเหตุใด อย่างไร และเกิดอะไรขึ้นกับนักท่องเที่ยวบ้าง ซึ่งเป็นกระบวนการที่ซับซ้อน และมักจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ มากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งลักษณะทางจิตวิทยาของนักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเป็นอย่างมาก ดังนั้น การทำความเข้าใจในกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาถึงลักษณะทางจิตวิทยาของนักท่องเที่ยว ซึ่งเครื่องมือสำคัญในการวิเคราะห์ลักษณะทางจิตวิทยา คือ แบบวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs โดยการวัด AIOs เป็นการมุ่งเน้นศึกษาเกี่ยวกับ 1) กิจกรรม (Activities) ที่ครอบคลุมในประเด็นที่ว่า นักท่องเที่ยวทำอะไร ซื้ออะไร และใช้เวลาอย่างไร 2) ความสนใจ (Interest) จะเกี่ยวข้องกับความสุข และการจัดลำดับความสำคัญของกิจกรรมต่างๆ และ 3) ความคิดเห็น (Opinion) เป็นการแสดงทัศนคติและความรู้สึกต่างๆ ที่มีต่อสภาพแวดล้อมทางสังคม ซึ่งการศึกษากิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นตามหลักการของ AIOs นี้ จะทำให้เข้าใจกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และนักการตลาดสามารถนำเสนอสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

2.3.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จำเป็นจะต้องทำการศึกษปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดย ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2548) ได้นำเสนอปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนี้

2.3.3.1 สิ่งกระตุ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่อาจเกิดขึ้นเองภายใน และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นสิ่งจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้าและบริการ

ซึ่งอาจมีหลายเหตุจูงใจในการซื้อสินค้าหนึ่งๆ ทั้งด้านเหตุผล หรือด้านจิตวิทยาก็ได้ ซึ่งสิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1) สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและสามารถจัดทำขึ้นได้ โดยเป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งจากปัจจัยต่างๆ ล้วนเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าและบริการ

2) สิ่งกระตุ้นด้านอื่นๆ เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ภายในองค์กร ซึ่งควบคุมไม่ได้ หรือเรียกว่าปัจจัยภายนอก โดยประกอบด้วยสิ่งกระตุ้นต่างๆ ได้แก่ 1) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ ราคาน้ำมันโลก รวมถึงรายได้ของผู้บริโภค 2) ปัจจัยทางเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารแบบไร้พรมแดน 3) ปัจจัยทางกฎหมายและการเมือง และ 4) ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียมและประเพณีในเทศกาลต่างๆ ซึ่งจากปัจจัยต่างๆ ล้วนมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าและบริการ

2.3.3.2 กล่องคำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ เนื่องจากความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคเปรียบเสมือนกล่องคำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคในส่วนนี้ ซึ่งความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคนั้นได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค หรือกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยลักษณะของผู้บริโภคมีอิทธิพลมากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นตัวเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของบุคคลในกลุ่มเข้าไว้ด้วยกัน บุคคลจะเรียนรู้วัฒนธรรมของตนผ่านกระบวนการทางสังคม และวัฒนธรรม เป็นสิ่งกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล ทั้งนี้ วัฒนธรรมสามารถแบ่งออกเป็นวัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมกลุ่มย่อย หรือขนบธรรมเนียมประเพณี และชนชั้นทางสังคม

2) ปัจจัยด้านสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งลักษณะทางสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะทางสังคม เป็นต้น

3) ปัจจัยส่วนบุคคล จากปัจจัยส่วนบุคคลด้านต่างๆ ส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ได้แก่ อายุ สถานภาพการสมรส ครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษารูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวคิดส่วนบุคคล เป็นต้น

4) ปัจจัยด้านจิตวิทยา เป็นกระบวนการทางจิตวิทยา 6 องค์ประกอบ คือ การจูงใจ ความเข้าใจ ความรับรู้ บุคลิกภาพ ความเชื่อ ทศนคติและการเรียนรู้ส่งผลต่อการเลือกบริโภคของแต่ละบุคคล รวมถึงความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองหรือความคิดของบุคคลอื่นๆ ที่มีต่อเรา

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการพิจารณาว่าการแสดงออกทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเกิดจากปัจจัยหรือสาเหตุใดที่ทำให้นักท่องเที่ยวแสดงพฤติกรรมดังกล่าว อาจกล่าวได้ว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยใช้

ลักษณะทางจิตวิทยา ซึ่งจะช่วยอธิบายเหตุผลในการซื้อสินค้าและบริการหรือการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง ดังนั้น จะเห็นว่าการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs เนื่องจากการวัดแบบ AIOs เป็นการวิเคราะห์ลักษณะทางจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวในประเด็นของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ซึ่งประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ดังนั้น การกำหนดตัวชี้วัดในแต่ละองค์ประกอบของ AIOs ทั้งด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นสามารถพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมาเป็นตัวชี้วัดในแต่ละองค์ประกอบได้

2.3.4 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

นักท่องเที่ยวสูงอายุ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจากนักท่องเที่ยวทั่วไป คือ เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี คุ่มค่า และเน้นการซื้อสินค้าและบริการด้วยเหตุผลไม่ใช่อารมณ์ นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับความพึงพอใจเป็นหลัก มีการเข้าพักนาน ใช้จ่ายสูง และมีความสามารถในการซื้อสินค้าและบริการในราคาสูง (Alén et al., 2016) เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุมีเงินเก็บจากการทำงานหนักมาทั้งชีวิต จึงมีศักยภาพสูงในการบริโภค โดยจะคำนึงถึงความมั่นใจด้านความปลอดภัย การบริการ การเอาใจใส่ และการดูแลสุขภาพ โดยจะเลือกกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัยและสุขภาพ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวสูงอายุจะมีความละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆ มากยิ่งขึ้น เนื่องจากมักมีข้อจำกัดในการเดินทางมากกว่านักท่องเที่ยววัยอื่นๆ จากการประเมินศักยภาพการตลาดการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบนของจังหวัดจันทบุรี เชียงราย และคณะ (2555) พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวปีละ 1-2 ครั้ง และจะชอบสถานที่ท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติที่สวยงามมากที่สุด รองลงมา คือ ชอบสถานที่ท่องเที่ยวแบบวัด/ศาสนสถาน โดยมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เพื่อชื่นชมธรรมชาติที่สวยงาม และฟื้นฟูจิตใจ/สักระยะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยวมักจะเป็นช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวไปกับลูกหลาน/คนในครอบครัว/ญาติพี่น้องมากที่สุด นอกจากนี้ ลูกหลาน/คนในครอบครัว/ญาติพี่น้องจะเป็นผู้วางแผนในการเดินทาง รองลงมา จะเดินทางท่องเที่ยวไปกับคณะที่จัดนำเที่ยว และจะใช้เวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งไม่เกิน 3 วัน นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยมีปัจจัยที่ใช้พิจารณาในการตัดสินใจที่จะไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยพิจารณาจากคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมา คือ ความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว โดยรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยจะชื่นชอบการท่องเที่ยวไปแบบช้าๆ ไม่เร่งรีบ ชอบที่ไหนจะอยู่นานๆ มากที่สุด รองลงมา คือ เป็นแบบมีโปรแกรมแน่นอนและเที่ยวให้ครบตามโปรแกรม จังหวัดที่นักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมท่องเที่ยวมากที่สุด 3 อันดับแรกใน 8 จังหวัดภาคเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย และลำปาง และส่วนใหญ่จะทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก รองลงมา คือ วิทยุ โทรทัศน์ ซึ่งแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยจะรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวน้อยที่สุด นอกจากนี้ จากการศึกษาของ กุลวดี แก้วกล้า (2550) เกี่ยวกับพฤติกรรมการ

ท่องเที่ยวของข้าราชการเกษียณอายุ พบว่า 1) พฤติกรรมด้านความสนใจในการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีชีวิต ประเพณี งานเทศกาลต่างๆ แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา และแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมีข้อสังเกตว่านักท่องเที่ยวสูงอายุเพศหญิงมีสัดส่วนของการชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนามากกว่านักท่องเที่ยวสูงอายุเพศชาย ในขณะที่นักท่องเที่ยวสูงอายุเพศชายชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากกว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุเพศหญิง ในส่วนของการศึกษาช่วงเวลาในการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมเดินทางมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์มากที่สุด ทั้งนี้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวหรือญาติ ซึ่งต้องคำนึงถึงสมาชิกคนอื่นๆ ในครอบครัวที่มีช่วงเวลาว่างตรงกัน โดยช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์เป็นวันที่ลูกหลานของนักท่องเที่ยวสูงอายุมีเวลาว่างจากการทำงานหรือศึกษาเล่าเรียนมากที่สุด นักท่องเที่ยวสูงอายุจึงนิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลาดังกล่าว รองลงมา คือ เดินทางท่องเที่ยวในวันจันทร์-ศุกร์ และวันหยุดติดต่อกันหลายวัน โดยนักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนหนึ่งไม่มีช่วงเวลาที่น่านอนในการเดินทางท่องเที่ยว ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับโอกาสที่สะดวกและเอื้ออำนวย นอกจากนี้ ยังพบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนมากที่สุด เห็นได้ว่าแม้จะว่างเว้นจากการทำงานประจำแล้ว แต่การต้องจำเจอยู่กับบ้าน ไม่ได้พบปะผู้คน อาจสร้างความเครียดให้กับนักท่องเที่ยวสูงอายุได้ การได้เดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่แปลกใหม่หรือต่างจากเดิมในชีวิตประจำวันจึงถือเป็นการพักผ่อนรูปแบบหนึ่ง วัตถุประสงค์หลักที่รองลงมา ได้แก่ เที่ยวชมธรรมชาติ เที่ยวชมศิลปวัฒนธรรม งานประเพณี ทำบุญสักการะและนมัสการศาสนสถาน และเยี่ยมญาติหรือเพื่อน ตามลำดับ โดยมีข้อสังเกตว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุเพศชายมีสัดส่วนของวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรม งานประเพณี มากกว่านักท่องเที่ยวสูงอายุเพศหญิง ในขณะที่นักท่องเที่ยวสูงอายุเพศหญิงมีสัดส่วนของวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อการทำบุญ/สักการะและนมัสการศาสนสถาน มากกว่านักท่องเที่ยวสูงอายุเพศชาย

2) พฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวมากที่สุด โดยมีข้อสังเกตว่านักท่องเที่ยวสูงอายุเพศหญิงนิยมเดินทางกับครอบครัว/ญาติ และเพื่อนมากกว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุเพศชาย ในขณะที่นักท่องเที่ยวสูงอายุเพศชายนิยมเดินทางท่องเที่ยวกับคู่สมรสมากที่สุด ทั้งนี้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีข้อจำกัดในด้านร่างกาย การเดินทางท่องเที่ยวให้มีความปลอดภัยมากขึ้น จึงควรมีผู้คอยให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกอย่างใกล้ชิด ในส่วนของการศึกษาลักษณะในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองมากที่สุด และเป็นการเดินทางด้วยรถส่วนตัวมากที่สุด ทั้งนี้ เนื่องมาจากการที่นักท่องเที่ยวสูงอายุก่อนหน้านี้เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ดังนั้น การเดินทางด้วยรถส่วนตัวจึงมีความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าการเดินทางด้วยพาหนะชนิดอื่น รองลงมาเป็นการเดินทางด้วยรถเช่า/เหมา ซึ่งมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดยมีข้อสังเกตว่านักท่องเที่ยวสูงอายุเพศหญิงนิยมการเดินทางด้วยรถเช่า/เหมามากที่สุด

โดยในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวนิยมเที่ยวชมธรรมชาติมากที่สุด รองลงมา คือ การพักผ่อน เที่ยวชม ศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมทางศาสนา ช้อปปิ้งชีวิต และกิจกรรมเพื่อสุขภาพ ตามลำดับ 3) พฤติกรรม ด้านการพักผ่อน จากการศึกษาระยะเวลาในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ พบว่า นิยมพักค้างคืน จำนวน 2 คืน มากที่สุด ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากข้อจำกัดทางด้านร่างกายและสุขภาพของนักท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยวที่ใช้เวลานานเกินไปทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุรู้สึกเหนื่อยได้ ดังนั้น ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 3 วัน 2 คืน จึงน่าจะเป็นระยะเวลาที่เหมาะสมที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ในส่วนของการศึกษาสถานที่พักผ่อนที่นักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยว คือ โรงแรม ทั้งนี้ เนื่องจากโรงแรมส่วนใหญ่มีบริการและมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ รวมทั้งมีราคาให้เลือกหลายระดับ ในขณะที่รีสอร์ทมักมีราคาค่อนข้างสูง และการเดินทางเข้าถึงลำบากสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น ไกลจากที่จอดรถ และทางลาดชัน เป็นต้น 4) พฤติกรรมด้านการใช้จ่ายในระหว่างการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมรับประทานอาหารระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวที่ร้านอาหารริมทางมากที่สุด ทั้งนี้ เนื่องจากร้านอาหารริมทางมีอยู่ทั่วไปตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งยังมีราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับภัตตาคาร ร้านอาหารขนาดใหญ่ หรือในโรงแรม ในส่วนของการศึกษาลักษณะการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ พบว่า ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งจะประกอบด้วยค่าใช้จ่ายหลายส่วนโดยนักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเป็นค่ายานพาหนะมากที่สุด ทั้งนี้ เป็นการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวและรถแบบเช่า/เหมา เนื่องจากในปัจจุบันน้ำมันมีราคาแพงขึ้น ทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ในการท่องเที่ยวไปกับค่าเดินทาง รองลงมา คือ ค่าที่พักแรมซึ่งอยู่ในสัดส่วนที่ต่างกันไม่มากนัก ในขณะที่ค่าใช้จ่ายด้านค่าอาหาร/เครื่องดื่ม และค่าซื้อสินค้า/ของที่ระลึกมีสัดส่วนค่อนข้างน้อย โดยมีข้อสังเกตว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุเพศชายมีค่าใช้จ่ายเป็นค่าอาหาร/เครื่องดื่มมากกว่านักท่องเที่ยวสูงอายุเพศหญิง ในขณะที่นักท่องเที่ยวสูงอายุเพศหญิงมีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าของที่ระลึกมากกว่านักท่องเที่ยวสูงอายุเพศชาย นอกจากนี้ ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเป็นจำนวนเงินระหว่าง 2,501-5,000 บาท มากที่สุด รองลงมา คือ ระหว่าง 5,001-7,500 และ 7,501-10,000 บาทในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ส่วนวาริชต์ มัชฌิมบุรุษ (2554) ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ กรณีศึกษาพื้นที่รอบการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแม่เมาะ จังหวัดลำปาง พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสัมผัส ความรู้สึกได้ยาวนาน เป็นการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (Slow Tourism) และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก เพราะไม่สามารถเดินทางได้รวดเร็วเหมือนนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุมีความต้องการความช่วยเหลือและการดูแลมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปเนื่องมาจากปัจจัยทางด้านร่างกายของนักท่องเที่ยว ด้านความต้องการในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการความสะดวกสบายในการเดินทางชมสถานที่ท่องเที่ยวทั้งโดยทางเท้าและทางรถยนต์ ทั้งนี้ ด้วยข้อจำกัดด้านสภาพร่างกาย และยังต้องการบริการที่ดีหรือบริการในระดับสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ โดยยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ยังต้องการได้รับข้อมูลหรือความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่

ละเอียดและข้อมูลเชิงลึกกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป เนื่องจากส่วนหนึ่งเคยมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่นี้มาก่อนแล้ว ดังนั้น ผู้ให้บริการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ควรมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอย่างละเอียดสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุต้องการให้มีการจัดเส้นทางท่องเที่ยวที่เหมาะสม เช่น มีป้ายบอกทางและป้ายแนะนำแหล่งท่องเที่ยวที่มีตัวอักษรขนาดใหญ่และแสดงรายละเอียดที่สำคัญอย่างชัดเจน ระยะเวลาการท่องเที่ยวไม่ควรเกินครึ่งชั่วโมงต่อรอบ เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพร่างกายของนักท่องเที่ยว ทางเดินควรมีความลาดชันน้อย เรียบ และสามารถใช้รถเข็นได้ นอกจากนี้ ควรมีห้องพยาบาลหรือจุดบริการด้านสุขภาพ เพราะนักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่มีปัญหาด้านสุขภาพ ควรมีสถานที่ที่สามารถใช้สังสรรค์และจัดงานเลี้ยงระหว่างนักท่องเที่ยวด้วยกัน ควรปรับปรุงสถานที่จอดรถและเส้นทางเดินไปยังห้องพักให้เหมาะสมกับการเดินทางของนักท่องเที่ยวและควรมีสถานที่ที่เพียงพอ

2.3.5 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวจะมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปตามสภาพเศรษฐกิจ เมื่อสภาพเศรษฐกิจตกต่ำอาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวอย่างระมัดระวังโดยคำนึงถึงความคุ้มค่ามากขึ้น อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวสูงอายุมีสัดส่วนทางการตลาดที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้น Alén et al. (2016) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุมีกำลังซื้อสูงกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า โดยแนวโน้มความสนใจของนักท่องเที่ยวยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ปัจจุบันในยุคที่นักท่องเที่ยวมีความสนใจที่หลากหลายขึ้น ผู้ประกอบการจึงมีพัฒนาารูปแบบการท่องเที่ยวในลักษณะต่างๆ เพื่อสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงศาสนา และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นต้น

นักท่องเที่ยวสูงอายุจะมีรูปแบบและพฤติกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป กล่าวคือ เป็นนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ นิยมพักในแหล่งท่องเที่ยวเป็นเวลานาน เนื่องจากมีเวลา และมีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง ไม่ต้องกังวลต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เนื่องจากมีเงินเก็บจากการทำงานหนักมาทั้งชีวิต ในการเดินทางท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัย ใส่ใจในการดูแลสุขภาพ เลือกกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัยและสุขภาพ มีการตัดสินใจซื้อด้วยเหตุผลมากกว่าอารมณ์ จึงมีความละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (Cleaver et al., 1999; Lee & Tideswell, 2005; กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2558; จิราวดี รัตน์ไพฑูริย์ชัย, 2557)

ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจำเป็นต้องมีการศึกษารายละเอียดค่อนข้างมาก ทั้งนี้ กุลวดี แก้วกล้า (2550) ได้กำหนดประเด็นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุเป็น 4 ประเด็น ดังนี้

1. ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1.1 พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสูงอายุจะให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้ได้ชื่นชมธรรมชาติที่สวยงาม และเรียนรู้ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรมที่มีคุณค่า ตลอดจนประเพณี วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น (Batra, 2009; Huang & Tsai, 2003; จิรวดี รัตนไพฑูรย์ชัย, 2557) อีกทั้งจะต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการเข้าถึงสะดวก ไม่ควรตั้งอยู่ห่างจากตัวเมือง และมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุทั้งในแหล่งท่องเที่ยวและบริเวณใกล้เคียง (กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2558) นอกจากนี้ จากการศึกษาของ วารุชต์ มัชฌิมบุรุษ (2554) ได้ระบุว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุเน้นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถซึมซับความรู้สึกได้ยาวนาน เป็นการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าหรือไม่เร่งรีบ และต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุไม่สามารถเดินทางไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้รวดเร็วเหมือนนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ ทำให้การเดินทางมีความล่าช้า

1.2 ช่วงเวลาและระยะเวลาในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นกลุ่มที่มีเวลาว่างจึงสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกช่วงเวลา และทุกฤดูกาล ใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวยาวนาน แบบพำนักระยะยาว เน้นการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุมีข้อจำกัดในการเดินทางท่องเที่ยว หากต้องเดินทางที่มีระยะทางไกล และใช้เวลานาน จะส่งผลให้เกิดความเมื่อยล้าของร่างกายได้มากกว่านักท่องเที่ยววัยอื่นๆ (Mengyang & Furong, 2009; ลัดดา ศรีอัมพรเอกกุล และธีระวัฒน์ จันทิก, 2561) อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย พบว่า ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวจำนวน 3 วัน 2 คืน เป็นระยะเวลาที่เหมาะสมที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านร่างกายและสุขภาพของนักท่องเที่ยวสูงอายุ การเดินทางท่องเที่ยวที่ใช้เวลานานเกินไปอาจทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุรู้สึกเหน็ดเหนื่อยได้ (กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2558)

2. การเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย

2.1 วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเพื่อพักผ่อน และมักให้ความสนใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น ดังนั้น ในการเดินทางท่องเที่ยว นอกจากจะเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินแล้ว ยังนิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์ที่เน้นกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพ เช่น การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์และมีคุณค่าต่อร่างกาย การออกกำลังกาย การบำรุงรักษาสุขภาพ การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ

2.2 ผู้ที่ร่วมเดินทาง กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบกลุ่มหรือหมู่คณะ โดยมีครอบครัวหรือญาติร่วมเดินทางและร่วมตัดสินใจ ซึ่งนักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวกับคนในครอบครัว ญาติพี่น้อง และเพื่อน (พงค์เสวก เอนกจางค์พร, 2558) ซึ่งสอดคล้องกับ Nimrod (2008, อ้างถึงใน ลัดดา ศรีอัมพรเอกกุล และธีระวัฒน์ จันทิก, 2561) ที่พบว่า ข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวสูงอายุ คือ ไม่สามารถขาดเพื่อนร่วมทางได้

2.3 ยานพาหนะในการเดินทาง นักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากกว่าการซื้อแพคเกจทัวร์ ดังนั้นพาหนะที่เลือกใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ รถยนต์ส่วนบุคคล เนื่องจากมีความเป็นส่วนตัว สะดวกสบาย และมีความยืดหยุ่นในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าพาหนะประเภทอื่นๆ นอกจากนี้ การเลือกยานพาหนะในการเดินทางยังขึ้นอยู่กับระยะทางในการเดินทางท่องเที่ยวด้วย ดังที่ Prideaux et al. (2001) ระบุว่า หากเป็นการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ นักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล แต่หากเป็นการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ห่างไกล หรือต่างประเทศ จะเดินทางโดยเครื่องบิน และรถเช่าในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

2.4 กิจกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสูงอายุมีความสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้น นักท่องเที่ยวสูงอายุจะให้ความสนใจกับการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติเพื่อการพักผ่อน กิจกรรมเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตท้องถิ่น กิจกรรมทางศาสนา โดยนักท่องเที่ยวสูงอายุยังให้ความสนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ทำให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างไปจากวิถีชีวิตเดิมของตน เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสูงอายุได้เข้าร่วมเพื่อก่อให้เกิดการเรียนรู้ เช่น การลงมือประกอบอาหาร และการฝึกทำงานหัตถกรรมที่บ้าน (Do It by Yourself: DIY) เป็นต้น (Jang & Wu, 2006; Ho et al., 2009; Patterson, 2006) นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวสูงอายุยังสนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ โดยการทำกิจกรรมที่ใกล้ชิดธรรมชาติ ปลอดภัย เน้นอาหารที่สะอาด ปลอดภัยต่อสุขภาพ รวมถึงการเข้ารับบริการตรวจร่างกายในโรงพยาบาล (นรินทร์ สังข์รักษา และคณะ, 2559)

3. การพักผ่อน นักท่องเที่ยวสูงอายุจะเลือกที่พักแรมที่มีการบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จัดขึ้นเพื่อรองรับผู้สูงอายุ เช่น ป้ายบอกทางที่มีขนาดตัวอักษรที่ชัดเจน ทางลาดสำหรับรถเข็น มีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ด้านการปฐมพยาบาลหรือมีอุปกรณ์การปฐมพยาบาล เป็นต้น โดยจากการศึกษาของกรวรรณ สังขกร และคณะ (2558) พบว่า ที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมใช้บริการมากที่สุด คือ โรงแรม เนื่องจากมีการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ มีราคาให้เลือกหลากหลาย เช่นเดียวกับ Wijaya (2008) ที่ระบุว่านักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมเข้าพักในที่พักแรมประเภทโรงแรม (Hotel) และโมเต็ล (Motel) เนื่องจากมีความสะดวกสบายเหมือนอยู่บ้าน และมีให้เลือกหลากหลายระดับ ตั้งแต่ราคาประหยัดไปจนถึงระดับหรูหรานอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ Tourism Queensland (2003) ได้กล่าวว่ นักท่องเที่ยวสูงอายุยังให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักแรม โดยจะเลือกที่พักแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ และหลีกเลี่ยงที่พักแรมที่ต้องขึ้นบันได หรือมีทางลาดชัน ที่สำคัญที่พักแรมจะต้องมีความปลอดภัยสูง และหากมีการบริการด้านการแพทย์และสุขภาพในที่พักแรม จะได้รับการเลือกเป็นอันดับแรกจากนักท่องเที่ยวสูงอายุ

4. การใช้จ่ายในการเดินทาง ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวสูงอายุ จะประกอบด้วยค่าใช้จ่ายหลายส่วน ได้แก่ ค่าเดินทาง ค่าที่พักแรม ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าเข้าชม/ทำกิจกรรมการท่องเที่ยว และค่าของฝากและสินค้าที่ระลึก ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวสูงอายุจะมีการใช้จ่ายในการ

เดินทางท่องเที่ยวที่สูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ โดยราคาไม่ได้มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ นักท่องเที่ยวมีความสามารถในการซื้อสินค้าและบริการในราคาที่สูง และยินดีจ่ายหากสินค้าและบริการมีคุณภาพ ปลอดภัย และคุ้มค่า

นอกจากนี้ ยังมีประเด็นเพิ่มเติมในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้แก่

1. แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเรียนรู้ การพักผ่อนและทำกิจกรรมท่องเที่ยว เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว และหลีกเลี่ยงจากความวุ่นวาย โดยให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ บรรยากาศดี แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นมิตร (Moscardo et al., 2000; Norman et al., 2001; Sellick & Muller, 2004; Jang & Wu, 2006) ขณะเดียวกันความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว และการใส่ใจดูแลสุขภาพ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอและเหมาะสมก็เป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้น การเพิ่มแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสูงอายุเดินทางท่องเที่ยว จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานหรือสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการบริการต่างๆ ให้มีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เช่น การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ การบริการรับส่งจากสนามบิน การดูแลยกกระเป๋าเดินทาง การบริการตรวจร่างกายในโรงพยาบาล เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะช่วยสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัย และเพิ่มความเชื่อมั่นในการเดินทางท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

2. การรับรู้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวหรือการสืบค้นข้อมูลทางการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากการบอกต่อของสมาชิกในครอบครัว เพื่อน หรือญาติเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ (Prideaux et al., 2001) นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวสูงอายุยังเคยชินกับการสืบค้นข้อมูลและรับรู้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากสื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา และโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวสูงอายุมีการเรียนรู้ในการใช้เทคโนโลยี และสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น จึงมีการใช้อินเทอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูลทางการท่องเที่ยวมากขึ้นกว่าแต่ก่อน สอดคล้องกับการศึกษาของ นรินทร์ สังข์รักษาสุภาภรณ์ และคณะ (2559) ระบุว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยและชาวต่างประเทศมีพฤติกรรมในการรับข้อมูลในการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต

นอกจากนี้ จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยในประเด็นที่หลากหลาย โดยผู้วิจัยได้รวบรวมตัวแปรต่างๆ ของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ดังนี้

ตารางที่ 2.3 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย

| นักวิจัย | กุลวดี แก้วกล้า (2550) | กวรรณ สังขกร และคณะ (2558) | นรินทร์ สังข์รักษา และคณะ (2559) | สิรินาถ อมตพันธ์ และคณะ (2560) | ทัศนีย์ นาคเสณีย์ (2561) | พรรณปพร จันทร์ฉาย (2562) | นฤมล รัตน์ไพจิตร และคณะ (2561) | สุภาภรณ์ ฝั้นขมภู (2560) | มุนีล บุญประเสริฐ (2557) | กมลพร มูลอามาตย์ (2556) | ข้าวทิพย์ อ่อนอรุณ (2553) | พงษ์เสวก เอนกจันทพร (2558) | ภูพทุธี กันนะ และจอมภาค คลังระหัด (2560) | ทินกร ตีบอินถา (2563) | นภัสพร จงรักษ์ (2560) | หนึ่งฤทัยรัตน์ กระฉ่างพัฒน์วงษ์ (2561) | รวม | มาตรวัดตัวแปร |
|--|------------------------|----------------------------|----------------------------------|--------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------|---------------------------|----------------------------|--|-----------------------|-----------------------|--|-----|---------------|
| ความถี่/จำนวนครั้งในการเดินทาง | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 14 | Ratio Scale |
| ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว | | ✓ | | | | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | 10 | Nominal Scale |
| วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว | | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | 13 | Nominal Scale |
| แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว | | | | | | | | | | ✓ | | ✓ | | | ✓ | | 3 | Nominal Scale |
| การรับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว | | ✓ | ✓ | | ✓ | | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | 11 | Nominal Scale |
| ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | 11 | Nominal Scale |
| ผู้ร่วมตัดสินใจ/วางแผนในการเดินทางท่องเที่ยว | | ✓ | | | | | ✓ | | | | ✓ | ✓ | | | ✓ | | 5 | Nominal Scale |
| แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจ | | ✓ | ✓ | | ✓ | | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | 10 | Nominal Scale |

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

| นักวิจัย | กุลวดี แก้วกล้า (2550) | กรวรรณ สังขกร และคณะ (2558) | นรินทร์ สังข์รักษา และคณะ (2559) | สิริมาถ อมตพันธ์ และคณะ (2560) | ทัศนีย์ นาคเสนี (2561) | พรณปพร จันทรัมย์ (2562) | นฤมล รัตน์ไพจิตร และคณะ (2561) | สุภาภรณ์ ฝันชมภู (2560) | มุนิด บุญประเสริฐ (2557) | กมลพร มุลอมาตย์ (2556) | ข้าวิทพย์ อ่อนอรุณ (2553) | พงศเสวก เอนกจันทพร (2558) | กัญญาธิ์ กันนะ และจอมภักดิ์ คลังระหัด (2560) | ทินกร ตีบบินธา (2563) | นภัสพร จรุงรักษ์ (2560) | หนังสือพิมพ์รายวัน กระทั่งพัฒนา (2561) | รวม | มาตรวัดตัวแปร |
|--|------------------------|-----------------------------|----------------------------------|--------------------------------|------------------------|-------------------------|--------------------------------|-------------------------|--------------------------|------------------------|---------------------------|---------------------------|--|-----------------------|-------------------------|--|-----|---------------|
| กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ความ สนใจ | ✓ | ✓ | ✓ | | | | | | | | | | ✓ | ✓ | | | 5 | Nominal Scale |
| ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว | ✓ | | | | ✓ | ✓ | ✓ | | | ✓ | | ✓ | ✓ | | | ✓ | 8 | Ratio Scale |
| ลักษณะการใช้จ่ายในการเดินทาง ท่องเที่ยว | ✓ | | | | ✓ | | | ✓ | | | | | ✓ | | | | 4 | Nominal Scale |
| ระยะเวลาในการท่องเที่ยว/ พักค้างแรม | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | 14 | Ratio Scale |
| รูปแบบการท่องเที่ยว (ในประเทศ/ต่างประเทศ) | | ✓ | | | | | | | | | | ✓ | | | | ✓ | 3 | Nominal Scale |
| ประเภทที่พักแรม | ✓ | | | | | ✓ | ✓ | | | | ✓ | | | ✓ | | | 5 | Nominal Scale |
| พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว | ✓ | | | | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | | ✓ | 10 | Nominal Scale |

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

| นักวิจัย | กุลวดี แก้วกล้า (2550) | กวรรณ สังขกร และคณะ (2558) | นรินทร์ สังข์รักษา และคณะ (2559) | สิรินาถ อมตพันธ์ และคณะ (2560) | ทัศนีย์ นาคเสณีย์ (2561) | พรธมลพร จันทร์ฉาย (2562) | นฤมล รัตน์ไพจิตร และคณะ (2561) | สุภาภรณ์ ฝันขมภู (2560) | มุนีล บุญประเสริฐ (2557) | กมลพร มูลอามาตย์ (2556) | ข้าวจิตพิทย์ อ่อนอรุณ (2553) | พงษ์เสวก เอนกจันทพร (2558) | ภูพทุทธิ์ กันนะ และจอมภาค คลังระหัด (2560) | ทินกร ตีบอินถา (2563) | นภัสพร จงรักษ์ (2560) | หนึ่งฤทัยรัตน์ กระจำงพัฒน์วงษ์ (2561) | รวม | มาตรวัดตัวแปร |
|--|------------------------|----------------------------|----------------------------------|--------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|------------------------------|----------------------------|--|-----------------------|-----------------------|---------------------------------------|-----|---------------|
| ลักษณะในการเดินทาง | ✓ | | | | | | ✓ | | | | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | 7 | Nominal Scale |
| การกลับมาเที่ยวซ้ำ | | | ✓ | ✓ | | | | | ✓ | | | | | | | | 3 | Nominal Scale |
| รูปแบบการจ่ายเงิน (เงินสด, บัตรเครดิต ฯลฯ) | | | | | | | | ✓ | | | | | | | | | 1 | Nominal Scale |
| การแนะนำ/การบอกต่อบุคคลอื่น ให้มาท่องเที่ยว | | | | | | | | | ✓ | ✓ | | | | | | | 2 | Nominal Scale |
| ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว | ✓ | | | | ✓ | ✓ | ✓ | | | ✓ | | ✓ | ✓ | | ✓ | | 8 | Nominal Scale |

สำหรับการศึกษาคั้งนี้ ได้จำแนกตัวแปรเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง โดยเลือกตัวแปรที่มีความถี่สูง และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย จำนวน 15 ตัวแปร ได้แก่ ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะการจัดการเดินทางท่องเที่ยว ยานพาหนะหลักในการเดินทางท่องเที่ยว พื้นที่ที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจ สถานที่พักผ่อนในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ซึ่มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยว ภูมิภาค/จังหวัดที่ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยว

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism Product) ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจได้ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จึงเป็นสิ่งที่บุคคลซื้อเพื่อเดินทางจากจุดหมายหนึ่งไปยังอีกจุดหมายหนึ่ง หรือเป็นสินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อเมื่อเดินทางไปท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่น โดยลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นมีทั้งที่มีตัวตน สามารถจับต้องได้ และที่ไม่สามารถจับต้องได้ Kastarlak & Barber (2011: 27) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมการท่องเที่ยว ขณะที่จิตตานันท์ ตีกุล และคณะ (2550) กล่าวถึงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในมุมมองที่กว้างกว่า ซึ่งประกอบด้วย 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

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต้องเน้นการอำนวยความสะดวกและการออกแบบการบริการให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ เช่น แหล่งท่องเที่ยว การขนส่ง ที่พักแรม เป็นต้น ทั้งนี้ แต่ละผลิตภัณฑ์จะถูกจัดหาโดยผู้ให้บริการในด้านต่างๆ Dickman (1989, อ้างถึงใน วิชาวิ อินทราคม, 2553; สุทธิสินี นิทัศน์เอก, 2561) กล่าวถึง 5 องค์ประกอบหลัก (5A's) ของสถานที่ท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourist Destination and Tourism Product) ดังนี้

2.4.1 สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)

สิ่งดึงดูดใจ หรือทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวได้ เช่น สิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล เกาะ ภูเขา น้ำตก สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม ธรรมเนียมประเพณี เป็นต้น ซึ่งตอบสนองความต้องการความเพลิดเพลิน ความสนุกสนานในการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้ นักท่องเที่ยวสูงอายุมักต้องการได้รับข้อมูลความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงลึกกว่าปกติ อาทิ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย (Sangpikul, 2008; วาริชต์ มัชยมบุรุษ, 2554) เพราะอาจเคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว จึงต้องการให้มัคคุเทศก์ที่มีความรู้อธิบายเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ หรือนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวยุโรปที่ต้องการเดินทางมายังประเทศไทยเพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ และเพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ (ราณี อธิชัยกุล และชัชพล ทรงสุนทรวงศ์, 2552) ดังนั้น ในการนำชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มัคคุเทศก์จึงต้องอธิบายถึงรากเง้าของแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าแค่ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวภายนอก โดยเน้นเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่ผนวกเข้ากับวิถีชีวิต ความเชื่อ และคุณค่าของสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสูงอายุเดินทางมาเที่ยวชม (กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2558)

2.4.2 การเข้าถึง (Accessibility)

การเข้าถึง เป็นการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวจากที่อาศัยอยู่ไปยังที่สถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไปเยือนได้อย่างสะดวกสบายและรวดเร็ว เช่น การบิน การเดินเรือ รถยนต์ รถโดยสาร รถไฟ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางอื่นๆ เช่น หนังสือเดินทาง การตรวจลงตรา ความสะดวกในการเดินทางเข้า-ออกประเทศ สภาพของถนนหนทาง เป็นต้น นักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่ต้องการความสะดวกสบายในการเดินทาง ดังนั้น หากเป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุรู้สึกเหน็ดเหนื่อยจนเกินไป อาจสร้างความไม่พึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ สำหรับการเดินทางโดยทางเท้าและทางรถยนต์ ถนนต้องมีความลาดชันน้อย เรียบ และสามารถใช้รถเข็นได้ ขณะที่ระยะทางในการเที่ยวชมสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุไม่ควรเกินครึ่งชั่วโมงต่อรอบ ด้วยข้อจำกัดทางร่างกายของนักท่องเที่ยวสูงอายุ (วาริชต์ มัชยมบุรุษ, 2554) สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เน้นการพักผ่อน เช่น การท่องเที่ยวครึ่งวัน หรือต้องมีเวลาให้พักก่อนเดินทางไปอีกสถานที่หนึ่ง เป็นต้น (กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2558)

2.4.3 สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)

ต้องมีการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเตรียมไว้สำหรับนักท่องเที่ยวอย่างครบครันและเพียงพอ เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า ถนน โทรศัพท์ และห้องน้ำ เป็นต้น รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทอื่นๆ เช่น ร้านอาหาร ธนาคาร โรงพยาบาล ร้านขายของที่ระลึก และจุดบริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น นักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เช่น ราวจับในห้องน้ำ ทางเดินที่สะดวก และรถเข็น นอกจากนี้ ความปลอดภัยของจุดหมายปลายทาง ที่ตั้งของที่พักรวม และแหล่งท่องเที่ยว จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความปลอดภัย มีคนคอยอำนวยความสะดวก

เช่น มัคคุเทศก์หรือผู้นำเที่ยว โดยจะต้องมีความรู้ด้านการปฐมพยาบาล มีจุดบริการด้านสุขภาพในสถานที่ท่องเที่ยว และมีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ เป็นต้น (กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2558) เพราะนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพ และมีความคุ้มค่าจากผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจเป็นหลัก และมีความยินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่มขึ้น เพื่อแลกต่อการบริการที่ดีขึ้นเป็นพิเศษ โดยนักท่องเที่ยวสูงอายุบางคนอาจให้ความสำคัญกับความปลอดภัยเป็นอันดับแรก (อรลักษณ์ ชิดเขียว, 2550)

2.4.4 ที่พักแรม (Accommodation)

ที่พักแรม คือ สถานที่ที่มีไว้เพื่อบริการนักเดินทางหรือ นักท่องเที่ยวให้ได้เข้าพัก มีบริการอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงบริการอื่นๆ ที่พักแรมมีหลายประเภท เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสเฮาส์ และโฮมสเตย์ เป็นต้น ซึ่งแตกต่างกันตามวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการ รสนิยมของผู้บริโภค และสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ ที่พักแรมควรมีจำนวนและห้องพักที่เพียงพอ มีความหลากหลายด้านราคาและการบริการ รวมถึงมีความเหมาะสมต่อสถานที่ เช่น อยู่ใกล้บริเวณแหล่งท่องเที่ยว ที่พักแรมเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ เพราะการพักผ่อนนอนหลับของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อาจส่งผลต่อสุขภาพของนักท่องเที่ยวระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว การสำรวจงานบริการในธุรกิจโรงแรมสำหรับชาวต่างชาติสูงวัย พบว่า ความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ คือ มีรูปแบบห้องพักให้เลือกหลากหลาย ห้องพักมีมาตรฐานและความปลอดภัย ด้านราคา คือ มีความหลากหลายระดับราคาให้เลือก มีราคาและมาตรฐานการให้บริการที่ลูกค้าได้รับอย่างเหมาะสม ด้านสถานที่ คือ มีสถานที่ตั้งของโรงแรมที่สามารถเดินทางไปมาสะดวก สถานที่ภายในโรงแรมตกแต่งอย่างสวยงาม สะอาด มีความเป็นระเบียบ รู้สึกปลอดภัยเมื่อเข้ามาใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการประชาสัมพันธ์ในสื่อที่หลากหลาย และมีการจัดแพ็คเกจการใช้บริการที่น่าสนใจ ด้านบุคลากร คือ มีพนักงานให้คำแนะนำแก่ลูกค้าที่โทรศัพท์มาสอบถามได้อย่างละเอียด มีพนักงานคอยให้บริการอย่างทั่วถึง ด้านกระบวนการ คือ มีการติดกล้องวงจรปิดเพื่อควบคุมกระบวนการให้บริการของพนักงาน มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ โรงแรมตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงได้ง่าย การตกแต่งโรงแรมทำให้รู้สึกผ่อนคลาย (รจิต คงหาญ และคณะ, 2559)

2.4.5 กิจกรรม (Activity)

กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อส่งเสริมและดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น เช่น การเดินป่า การขี่ช้าง การดูนก และการดำน้ำ เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกทำในช่วงที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้นๆ ดังนั้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวจึงควรมีกิจกรรมที่หลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุนั้นระหว่างเดินทางท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันตามความสนใจ เช่น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชื่นชอบการเที่ยวชมธรรมชาติและสถานที่ที่มีทัศนียภาพงดงามมากที่สุด รองลงมา คือ การเที่ยวชมโบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน แหล่งประวัติศาสตร์และโบราณคดี อาคารหรือสถาปัตยกรรมดั้งเดิม

(กรวรรณ สังขร และคณะ, 2558) นอกจากนี้ ยังพบว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ต้องการทำกิจกรรมเรียนรู้ เช่น การฝึกทำอาหารไทย (ราณี อธิชัยกุล และชัชพล ทรงสุนทร วงศ์, 2552) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเที่ยวชมธรรมชาติมากที่สุด รองลงมา คือ การพักผ่อน เที่ยวชมศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมทางศาสนา ชื้อสินค้า ชมวิถีชีวิต และทำกิจกรรมเพื่อสุขภาพ ตามลำดับ (กุลวดี แก้วกล้า 2550)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้นำเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในรูปแบบของเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ (แบรนดี้ บุฟเฟต์ - ทิม, 2561) ดังนี้

1. เก่ายกเว้นชนเที่ยวภาคเหนือ จะชวนวัยเก๋าเที่ยวแบบเป็นหมู่คณะ มีเส้นทางขับรถเที่ยวชมวัดจังหวัดลำปาง-ลำพูน-เชียงใหม่ เส้นทางขับรถเที่ยวล้านนาตะวันออก จังหวัดเชียงราย-น่าน-พะเยา-เชียงราย เส้นทางขับรถเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร-สุโขทัย-ศรีสัชชนาลัย และเส้นทางขับรถเที่ยววงรอบจังหวัดเชียงใหม่-แม่ฮ่องสอน

2. เก่ายกเว้นชนเที่ยวภาคกลาง จะชวนวัยเก๋าเที่ยวสบายๆ ในเส้นทางทางจังหวัดสุพรรณบุรี-นครปฐม เส้นทาง “เมืองพรหม 4 น้า” (ลพบุรี-อ่างทอง-สิงห์บุรี-ชัยนาท) เส้นทางไหว้พระอยุธยาามหามงคล และเส้นทางไหว้พระ 11 วัด รัตนโกสินทร์

3. เก่ายกเว้นชนเที่ยวภาคตะวันออก จะชวนวัยเก๋าไปทำกิจกรรมสนุกๆ ทั้งในกิจกรรมที่ทำหายแปลกใหม่ กิจกรรมดูแลสุขภาพ เสริมดวงบารมีตามศรัทธา และความเชื่อ เพลิดเพลินไปกับอาหารแปลกแต่สุดแสนอร่อย แหล่งบุฟเฟต์ผลไม้ที่รับประทานกันได้ไม่อั้น พักผ่อนสบายๆ ในโลเคชั่นสุดสวย พร้อมพาไปช้อปปิ้งกระจายกลับไปฝากคนทางบ้าน ได้แก่ เส้นทางจังหวัดฉะเชิงเทรา เส้นทางจังหวัดชลบุรี และเส้นทางจังหวัดจันทบุรี-ระยอง

4. เก่ายกเว้นชนเที่ยวอีสาน จะชวนวัยเก๋าไปเป็นผู้หนุ่มผู้สาวขาลေး แบบอีสานแซ่บนิว เที่ยวเขา เที่ยววัด เที่ยววิมโขงอย่างมีสีสัน 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-พิจิตร-บุรีรัมย์-สุรินทร์-นางรอง-กรุงเทพฯ เส้นทางขับรถเที่ยวเลยโขง 3 วัน 2 คืน ในจังหวัดอุบลราชธานี-โขงเจียม-เขมราฐ-มุกดาหาร-นครพนม และเส้นทางอีสานตอนกลาง ในจังหวัดขอนแก่น-กาฬสินธุ์-ร้อยเอ็ด-มหาสารคาม

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

2.5 สถานการณ์การท่องเที่ยวในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

2.5.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

1) สถานการณ์การท่องเที่ยวโลกจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 ที่เกิดขึ้นทั่วโลกทำให้รัฐบาลของหลายประเทศต้องบังคับใช้มาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมไม่ให้โรคแพร่กระจาย และลดจำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่ โดยมาตรการเหล่านี้นอกจากควบคุมเชื้อโรคแล้ว ยังส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจชะงักเนื่องจากประชาชนไม่สามารถดำเนินชีวิตได้ตามปกติ สร้างผลกระทบเป็นวงกว้าง รวมถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้วย (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2563) ทั้งนี้ จากรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization: UNWTO) ระบุว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกว่า จากผลกระทบของโควิด-19 ที่ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2562 ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลกเติบโตลดลงในไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2563 ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศลดลงร้อยละ 22.7 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2562 และต่อเนื่องมาจนถึงเดือนเมษายน ปี พ.ศ. 2563 ที่จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศลดลงมากถึงร้อยละ 97 เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนเดียวกันในปี พ.ศ. 2562 ซึ่งเป็นผลพวงมาจากการที่ทุกประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวต่างใช้มาตรการจำกัดการเดินทางระหว่างกันเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 โดยธุรกิจการบินและธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบในลำดับต้นๆ จนทำให้ประเทศต่างๆ ทั่วโลกต่างดำเนินมาตรการทุกด้าน โดยเฉพาะมาตรการด้านการเงินและการคลัง เพื่อการจ้างงานและเพื่อบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้น (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563ข)

ในปี พ.ศ. 2564 ทั่วโลกยังคงได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่รุนแรงและยาวนานต่อเนื่องจากปี พ.ศ. 2563 จากข้อมูลของ Worldometers ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) พบว่า ภายในระยะเวลา 1 ปี มีผู้ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทั่วโลกรายใหม่ทั้งปี 2564 มีจำนวนสูงถึง 291.46 ล้านคน เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2563 ที่มีผู้ติดเชื้อทั่วโลกจำนวน 84.25 ล้านคน ทำให้แต่ละประเทศต้องยกระดับมาตรการควบคุมการระบาดในประเทศ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าในปี พ.ศ. 2564 การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จะมีระดับความรุนแรงและมีจำนวนผู้ติดเชื้อใหม่ที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2563 แต่สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เวลานั้น หลายประเทศได้พิจารณาผ่อนปรนมาตรการการเปิดรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นกับการท่องเที่ยว ตลอดจนจำเป็นต้องใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ

ทั้งนี้ จากรายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) พบว่า ในระยะแรกของการผ่อนคลามาตรการเปิดรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้น หลายประเทศจะมีการระมัดระวังในระดับสูง เช่น นักท่องเที่ยวที่เดิน

ทางเข้าประเทศต้องกักตัวตามกรอบระยะเวลาที่แต่ละประเทศกำหนดก่อนที่จะสามารถเดินทางไปยังพื้นที่อื่นๆ การพิจารณาเปิดประเทศที่มีการระบาดของโรคที่ต่ำ การเปิดเฉพาะเมืองท่องเที่ยวให้ชาวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวได้ และการเปิดรับนักท่องเที่ยวเฉพาะผู้ที่เดินทางโดยสารทางอากาศ เป็นต้น อีกทั้งในหลายประเทศยังพิจารณาผ่อนคลายมาตรการท่องเที่ยวระหว่างประเทศมากขึ้น เพื่อลดอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เช่น การทำแผนการท่องเที่ยวระหว่างประเทศร่วมกับประเทศที่มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการโรคโควิด-19 หรือ Travel Bubble หรือ Travel Corridor เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวโดยไม่ต้องกักตัว นอกจากนี้ ความคืบหน้าในการฉีดวัคซีนโควิดที่ครอบคลุมประชากรส่วนใหญ่ ทำให้หลายประเทศนำรูปแบบวัคซีนพาสปอร์ตมาใช้ เพื่อเป็นเครื่องมือในการคัดกรองและลดอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยชาวต่างชาติที่ได้รับวัคซีนครบตามข้อกำหนดของประเทศนั้นๆ จะสามารถเดินทางเข้าประเทศโดยไม่ต้องกักตัว หรือลดจำนวนวันกักตัวได้ ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของแต่ละประเทศ อีกทั้งยังได้มีการพัฒนาระบบบันทึกข้อมูลการฉีดวัคซีนของประชาชนในรูปแบบแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือสมาร์ทโฟน เพื่อใช้แสดงเป็นหลักฐานยืนยันตัวตนการได้รับการฉีดวัคซีนครบตามข้อกำหนดเมื่อเดินทางไปต่างประเทศ

ขณะเดียวกัน ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวทั่วโลกมีสูงขึ้น จากข้อมูลของ Google Destination Insight พบว่า ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกในปี พ.ศ. 2564 ปรับตัวดีขึ้น เห็นได้จากการค้นหาโรงแรมและที่พักทั่วโลกที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.70 และการค้นหาสายการบินทั่วโลก ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.40 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2563 ทั้งนี้ สอดคล้องกับรายงานของสมาคมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลก หรือ WTTC (World Travel & Tourism Council) เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2021 ที่เปิดเผยว่า เมื่อปี พ.ศ. 2563 รายได้ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลกในภาพรวมหดตัวลงร้อยละ 49.10 คิดเป็นเงินกว่า 4.5 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ อย่างไรก็ตาม ในปี พ.ศ. 2564 การท่องเที่ยวโลกจะมีทิศทางเติบโตที่ดีขึ้น เมื่อมาตรการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศผ่อนคลาย โดยจากรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ ณ วันที่ 26 มกราคม 2565 ระบุว่า ในปี 2564 ผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกมีจำนวน 413.51 ล้านคนสามารถกลับมาเติบโตเป็นบวกได้ที่ร้อยละ 4.5 และจะกลับมาเติบโตขึ้นร้อยละ 30.70 และเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 31.70 ในปี พ.ศ. 2565 (พรรณรศา อธิระวงศ์สกุล, 2565; สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565)

2) การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในประเทศไทย และการท่องเที่ยวภายในประเทศจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

(1) การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในประเทศไทย

เมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2562 เกิดการระบาดของเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ที่เกิดขึ้น ณ เมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งเป็นการระบาดของกลุ่มโรคทางเดินหายใจที่มีการแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว มีผู้ป่วยหนักและเสียชีวิตจำนวนมาก หลังจากพบการระบาดของเชื้อไวรัส

สายพันธุ์ใหม่ในเมืองอู่ฮั่น องค์การอนามัยโลกได้ออกมาระบุว่าไวรัสชนิดดังกล่าว คือ เชื้อไวรัสโคโรนา หรือ โควิด-19 (COVID-19) โดยเชื้อไวรัสชนิดนี้จะแพร่เชื้อจากคนสู่คน ผ่านละอองฝอยขนาดเล็ก ทำให้เริ่มมีผู้ป่วยเพิ่มขึ้นเป็นวงกว้าง และมีการแพร่ระบาดลูกกลมไปยังประเทศต่างๆ ส่งผลกระทบไปทั่วโลก ทำให้ระบบสาธารณสุขในประเทศต่างๆ เกิดสภาวะที่ไม่สามารถรองรับผู้ป่วยทั้งหมดได้ จนกระทั่งวันที่ 11 มีนาคม 2563 องค์การอนามัยโลกได้ประกาศให้โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นโรคที่มีการระบาดใหญ่ไปทั่วโลก

สำหรับประเทศไทย มีรายงานผู้ป่วยชาวไทยรายแรก เมื่อวันที่ 31 มกราคม 2563 ในระยะต่อมาจำนวนผู้ป่วยได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง กระทรวงสาธารณสุขจึงได้ออกประกาศในราชกิจจานุเบกษา กำหนดให้โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นโรคติดต่อร้ายแรงตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 เพื่อประโยชน์ในการเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุมโรคติดต่ออันตราย สำนักนายกรัฐมนตรีได้มีคำสั่งให้จัดตั้งศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Center for COVID-19 Situation Administration: CCSA) หรือศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 (ศบค.) ขึ้น และได้ดำเนินการกำหนดมาตรการคัดกรองผู้เดินทางเข้าออกประเทศ ณ ด่านควบคุมโรคติดต่อระหว่างประเทศ ได้แก่ ท่าอากาศยาน ท่าเรือ และด่านพรมแดนทางบก มีการคัดกรองบุคคลต่างๆ ในสถานพยาบาล การกำหนดแนวปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบธุรกิจโรงแรม สถานบริการ หรือสถานที่ที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว การแจ้งข้อมูลต่อเจ้าพนักงานควบคุมโรคติดต่อ การขอความร่วมมือคัดกรองผู้ที่เดินทางออกจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ตลอดจนการขอความร่วมมือจัดทำแผนปฏิบัติการค้นหา เฝ้าระวัง และป้องกันโรคในระดับอำเภอและหมู่บ้าน และมาตรการเพื่อรองรับแรงงานไทยที่เดินทางกลับจากประเทศซึ่งเป็นพื้นที่เสี่ยงต่อการระบาดของโรค เป็นต้น (กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข, 2564)

นอกจากนี้ กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข (2565) ยังได้สรุปสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในประเทศไทย ไว้ดังนี้

การระบาดระลอกที่ 1 เป็นการติดเชื้อแบบกลุ่มก้อน (Cluster) ที่มีการแพร่ระบาดในสนามมวย และสถานบันเทิงในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการรวมกลุ่มคนเป็นจำนวนมาก โดยเป็นเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ S (Serine) หรือสายพันธุ์อู่ฮั่น ซึ่งเป็นสายพันธุ์ดั้งเดิม ผู้ป่วยจะมีไข้ ไอแห้งอย่างต่อเนื่อง หอบเหนื่อย หายใจลำบาก อ่อนเพลีย การรับรสหรือได้กลิ่นผิดปกติ จากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสดังกล่าว รัฐบาลไทยจึงได้กำหนดมาตรการเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้แก่ การประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในเขตท้องที่ทั่วราชอาณาจักร ส่งผลให้ทุกคนที่เดินทางเข้าประเทศไทยต้องถูกกักกันในสถานกักกันของรัฐ มีการคัดกรองและติดตามการสัมผัสและค้นหาผู้ป่วย ประกาศให้กรุงเทพมหานคร และปริมณฑลปิดสถานที่ต่างๆ เช่น สนามมวย สนามกีฬา สถาบันการศึกษา ร้านนวด และสถานบันเทิง เป็นต้น งดการจัดกิจกรรมที่มีการรวมคนจำนวนมาก เช่น งานคอนเสิร์ต งานแสดงสินค้า และกิจกรรมทางศาสนา เป็นต้น กำหนดให้เหลือมเวลาทำงานและทำงานที่บ้าน ประกาศมาตรการห้าม

ออกจากเคหสถานในช่วงเวลา 22.00-04.00 น. ยกเว้นการเดินทางข้ามจังหวัด ตลอดจนเน้นการรักษาความสะอาด โดยเฉพาะการล้างมือ เว้นระยะห่าง การเลี่ยงฝูงชน ใส่หน้ากากอนามัย ซึ่งการกำหนดมาตรการดังกล่าวส่งผลให้ประเทศไทยสามารถควบคุมสถานการณ์ได้ และไม่พบผู้ป่วยติดเชื้อเพิ่มขึ้น จึงทำให้รัฐบาลได้ผ่อนปรนเงื่อนไขต่างๆ มากขึ้น เช่น การยกเลิกมาตรการห้ามออกจากเคหสถาน การอนุญาตให้เดินทางข้ามจังหวัดได้ การขยายเวลาเปิดร้านค้า ตลาด และห้างสรรพสินค้า เป็นต้น โดยการระบาดในระลอกแรกมีระยะเวลานานถึง 11 เดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม-พฤศจิกายน 2563

การระบาดระลอกที่ 2 เกิดขึ้นในช่วงเดือนธันวาคม 2563 มีศูนย์กลางการระบาดอยู่ที่ตลาดกลางกุ้ง จังหวัดสมุทรสาคร ศูนย์กลางการค้าอาหารทะเลขนาดใหญ่ของประเทศ ต่อมาการแพร่ระบาดเชื่อมโยงไปยังสถานประกอบการ โรงงาน และชุมชนใกล้เคียง และกระจายไปยังหลายจังหวัดทั่วประเทศ โดยเฉพาะภาคกลาง และภาคตะวันออก รัฐบาลจึงได้ใช้มาตรการตามยุทธศาสตร์การจัดการเชิงพื้นที่ โดยการแบ่งการจัดการพื้นที่ตามระดับความเสี่ยง เช่น ประกาศให้กรุงเทพมหานครห้ามทำกิจกรรมที่เป็นกรรวมคนหมู่มาก ห้ามเข้าออกพื้นที่ 5 จังหวัด ได้แก่ สมุทรสาคร ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด อนุญาตให้บางสถานที่หรือกิจการเปิดให้บริการ แต่ยังคงปิดสถานศึกษา สถานบันเทิง และสถานี่ขนส่งสาธารณะ เป็นต้น รวมถึงการฉีดวัคซีนล็อตแรกให้กลุ่มเป้าหมายในพื้นที่เสี่ยงสูงและพื้นที่เศรษฐกิจด้วยมาตรการที่เข้มงวด จึงทำให้ประเทศไทยสามารถควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งการระบาดในระลอกนี้เกิดขึ้นเพียง 3 เดือน ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2563 – มีนาคม 2564

การระบาดระลอกที่ 3 เกิดขึ้นเมื่อเดือนเมษายน 2564 โดยพบคลัสเตอร์การระบาดใหม่จากสถานบันเทิงย่านทองหล่อ-เอกมัย กรุงเทพมหานคร คลัสเตอร์ที่พักคนงานในกรุงเทพมหานคร และคลัสเตอร์เรือนจำนราธิวาส ในช่วงแรกของการระบาดระลอกนี้เกิดจากการกลายพันธุ์ในประเทศอังกฤษ เป็นสายพันธุ์อัลฟา (Alpha) ซึ่งเป็นสายพันธุ์ที่มีความสามารถในการแพร่เชื้อสูง เป็นเหตุให้จำนวนผู้ป่วยติดเชื้อรายวันสูงขึ้น และการแพร่ระบาดของโรคขยายเป็นวงกว้าง โดยผู้ติดเชื้อจะมีไข้ มีอาการไอ เจ็บคอ มีน้ำมูก ปวดศีรษะ ปวดเมื่อยตามร่างกาย หนาวสั่น หายใจหอบเหนื่อย อาเจียนหรือท้องเสีย และการรับสรหรือได้กลิ่นผิดปกติ นอกจากนี้ ในระลอกนี้ยังพบว่าเกิดการระบาดจากอีกหลายสายพันธุ์ โดยเฉพาะสายพันธุ์เดลต้า (Delta) ที่กลายเป็นสายพันธุ์หลักที่มีผู้ติดเชื้อมากที่สุด เนื่องจากสายพันธุ์นี้สามารถแพร่กระจายเชื้อได้รวดเร็ว ส่งผลให้จำนวนผู้ติดเชื้อกลับมาเพิ่มขึ้นอีก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในผู้ที่ยังไม่ได้รับวัคซีน โดยอาการของผู้ติดเชื้อสายพันธุ์เดลต้า จะมีอาการคล้ายไข้หวัดธรรมดา ปวดศีรษะ มีน้ำมูก เจ็บคอ แต่การรับสรชาติปกติ สำหรับมาตรการในระลอกที่ 3 นี้ ได้มีการกำหนดมาตรการตามระดับของพื้นที่เสี่ยง ได้แก่ พื้นที่ควบคุมสูงสุดและเข้มงวด คือ 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

การระบาดในระลอกที่ 4 เกิดขึ้นต่อเนื่องมาจากในช่วงปลายพฤศจิกายน 2564 จนถึงปัจจุบัน โดยองค์การอนามัยโลก ได้ประกาศชื่อโควิดสายพันธุ์ใหม่ คือ “โอไมครอน (Omicron)” พร้อมจัดให้อยู่ในกลุ่มเชื้อกลายพันธุ์ที่น่ากังวล (Variants of Concern : VOC) โดยผู้ติดเชื้อจะมีอาการเบื้องต้น คือ ยังสามารถได้กลิ่น และรับรสได้ดี ไม่ค่อยมีไข้ แต่จะมีอาการไอมาก เจ็บคอ อ่อนเพลีย เหนื่อยง่าย และอาจเป็นปอดอักเสบ สายพันธุ์ดังกล่าวได้มีการแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว ประเทศไทยจึงใช้มาตรการคุมเข้มการเดินทางจากประเทศในทวีปแอฟริกาใต้ ซึ่งมีการแพร่ระบาดของสายพันธุ์โอไมครอน มีการระงับการลงทะเบียนเข้าราชอาณาจักรในรูปแบบ Test and Go และปรับมาตรการเข้าราชอาณาจักร และการตรวจหาเชื้อโควิดในรูปแบบ Sandbox Programme และ Test and Go ยกเว้นการเตือนภัยโรคโควิด-19 เป็นระดับที่ 4 โดยมีการปรับพื้นที่สีของจังหวัดตามระดับสถานการณ์ ให้สถานประกอบการที่มีลักษณะคล้ายสถานบริการ สถานบันเทิง ผับ บาร์ คาราโอเกะ เปิดในรูปแบบร้านอาหารได้ โดยต้องได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการโรคติดต่อจังหวัด ต่อมามีการแพร่ระบาดไปหลายจังหวัดทั่วประเทศ ทั้งนี้พบว่าอาการของผู้ป่วยสายพันธุ์โอไมครอน ผู้ติดเชื้อส่วนใหญ่จะมีอาการไม่รุนแรง อาจไม่จำเป็นต้องได้รับการดูแลรักษาแบบผู้ป่วยในของโรงพยาบาล หรืออยู่โรงพยาบาลเพียงระยะสั้นๆ แล้วไปพักฟื้นที่บ้าน หรือสถานที่รัฐจัดให้ ดังนั้น จึงมีการปรับการบริหารจัดการโรคโควิด-19 สู่วิถีประจำถิ่น (Endemic) โดยมีการบริหารจัดการ 4 มาตรการหลัก คือ 1) มาตรการสาธารณสุข มีเป้าหมายเพื่อให้อัตราการติดเชื้ออยู่ในระดับที่สามารถรองรับได้ และประชากรมีภูมิคุ้มกันมากขึ้น 2) มาตรการการแพทย์ มีเป้าหมายเพื่อลดการป่วยตายจากโรคโควิด-19 และมุ่งเน้น Home Base และ Community Base 3) มาตรการสังคม มีเป้าหมายเพื่อลดความเสี่ยงของสิ่งแวดล้อมในการป้องกัน ควบคุมการแพร่ระบาดในระดับบุคคล องค์กร และสถานที่ และ 4) มาตรการสนับสนุน มีเป้าหมายเพื่อสนับสนุนด้านสาธารณสุขและการแพทย์ให้เกิดความคล่องตัวมากขึ้น

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่เกิดขึ้น จะเห็นว่าประเทศไทยมีมาตรการในการรับมือสถานการณ์ดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังมีการช่วยเหลือเยียวยาทุกภาคส่วนที่ได้รับผลกระทบ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การฉีดวัคซีนโควิด-19 โดยกระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายการให้วัคซีนโควิด-19 ในประเทศไทย แบ่งออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่ (สวัสดิ์ อภิวัจนีวงศ์, 2564)

ระยะที่ 1 เมื่อมีวัคซีนปริมาณจำกัด จะฉีดวัคซีนให้กับบุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุขด่านหน้า บุคคลที่มีโรคประจำตัว ได้แก่ โรคทางเดินหายใจเรื้อรังรุนแรง โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคไตเรื้อรังระยะที่ 5 โรคหลอดเลือดสมอง โรคมะเร็งทุกชนิด โรคเบาหวาน และโรคอ้วน บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมโรคโควิด-19 ที่มีโอกาสสัมผัสผู้ป่วย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดการป่วยรุนแรงและเสียชีวิตจากโรคโควิด-19 และเพื่อรักษาระบบสุขภาพของประเทศ

ระยะที่ 2 เมื่อมีวัคซีนมากขึ้นและเพียงพอ จะฉีดให้กับกลุ่มเป้าหมายใน ระยะที่ 1 บุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุขอื่นๆ ที่นอกเหนือจากด้านหน้า ผู้ประกอบอาชีพภาคการ ท่องเที่ยว เช่น พนักงานโรงแรม สถานบันเทิง มัคคุเทศก์ นักกีฬา ผู้เดินทางระหว่างประเทศ เช่น นักบิน/ ลูกเรือ นักธุรกิจระหว่างประเทศ นักการทูต เจ้าหน้าที่องค์กรระหว่างประเทศ นักธุรกิจต่างชาติ คนต่างชาติ พำนักระยะยาว แรงงานในอุตสาหกรรม ภาคบริการ และประชาชนทั่วไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรักษา เศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงของประเทศ และเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันในระดับประชากรและฟื้นฟูให้ ประเทศกลับเข้าสู่ภาวะปกติ

ทั้งนี้ รัฐบาลได้เร่งรัดการฉีดวัคซีนให้แก่ประชาชนอย่างกว้างขวางและ ครอบคลุมประชากรกว่าร้อยละ 70 เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสร้างภูมิคุ้มกันหมู่ (Herd Immunity) และสร้าง ความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยและสาธารณสุขในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยว ชาวไทย ตลอดจนเป็นการเตรียมความพร้อมในการเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีศักยภาพสูง

2. การเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยรัฐบาลได้กำหนดมาตรการเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนแก่ผู้ได้รับผลกระทบจำนวน 3 ระยะ โดย เป็นการสนับสนุนงบประมาณเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจเพิ่มเติมจากงบประมาณรายจ่ายประจำปี จำนวน 2.4 ล้านล้านบาท ในช่วงปีงบประมาณ 2563-2564 โดยมีรายละเอียดสรุปได้ ดังนี้ (กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม 2564)

ระยะที่ 1 การให้ความช่วยเหลือแก่ประชาชนและผู้ประกอบการ วงเงิน 27,500 ล้านบาท ผ่านมาตรการต่างๆ เช่น การบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายด้านสาธารณสุขปีโรค การลดเงินสมทบ เข้ากองทุนประกันสังคมของนายจ้างและลูกจ้าง เป็นต้น

ระยะที่ 2 การให้ความช่วยเหลือแก่ลูกจ้างนอกระบบ ลูกจ้างชั่วคราว และ แรงงานที่ประกอบอาชีพอิสระ ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่ไม่ได้อยู่ในระบบประกันสังคม รวมถึงผู้ประกอบการราย ย่อย วงเงิน 455,956 ล้านบาท เพื่อดำเนินมาตรการต่างๆ เช่น โครงการเราไม่ทิ้งกัน โครงการสินเชื่อ ชุภเงินเพื่อเพิ่มสภาพคล่องในการดำเนินชีวิตให้กับประชาชน และโครงการสินเชื่อพิเศษเพื่อเพิ่มสภาพ คล่องให้กับผู้ที่ได้รับผลกระทบ เป็นต้น

ระยะที่ 3 การดูแลเสถียรภาพทางเศรษฐกิจในภาพรวม วงเงิน 1.9 ล้านล้านบาท โดยดำเนินการผ่าน 1) มาตรการทางการคลังโดยใช้เงินกู้จากราชกำหนดให้อำนาจกระทรวงการคลังกู้ เงินเพื่อแก้ไขปัญหา เยียวยา และฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติด เชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พ.ศ. 2563 วงเงิน 1 ล้านล้านบาท เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายด้านการแพทย์และสาธารณสุข การช่วยเหลือเยียวยาประชาชน รวมถึงการฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคม 2) มาตรการด้านการเงินภายใต้พระ ราชกำหนดให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรค ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พ.ศ. 2563 วงเงิน 500,000 ล้านบาท และ 3) มาตรการรักษาเสถียรภาพระบบ

สถาบันการเงินภายใต้พระราชกำหนดการรักษาเสถียรภาพของระบบการเงินและความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศ พ.ศ. 2563 วงเงิน 400,000 ล้านบาท

ทั้งนี้ มาตรการทั้ง 3 ระยะข้างต้นเป็นมาตรการที่ใช้ในการแก้ไขปัญหาและฟื้นฟูเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศ โดยมีมาตรการส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศรวมอยู่ด้วย ได้แก่ โครงการเราเที่ยวด้วยกัน วงเงิน 1,500 ล้านบาท และโครงการเที่ยวปันสุข วงเงิน 2,400 ล้านบาท ซึ่งทั้งสองโครงการเป็นมาตรการทั่วไปในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ ไม่ได้เป็นมาตรการเฉพาะที่มุ่งเน้นการแก้ไขปัญหา เยียวยา และฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยวและธุรกิจเกี่ยวเนื่องที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

อย่างไรก็ตาม รัฐบาลได้กำหนดมาตรการเพิ่มเติมในการดูแล และเยียวยาภาคการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) การเลื่อนการจ่ายค่าเช่าที่ราชพัสดุสำหรับผู้เช่าประเภทผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว และ 2) ปรับลดอัตราภาษีสรรพสามิตน้ำมันเชื้อเพลิง สำหรับเครื่องบินไอพ่นจาก 4.76 บาทต่อลิตรเป็น 0.20 บาทต่อลิตร นอกจากนี้ เพื่อขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจขยายตัว รัฐบาลได้กำหนดมาตรการกระตุ้นและส่งเสริมการใช้จ่าย ได้แก่ “โครงการคนละครึ่ง” โดยเป็นการร่วมจ่ายระหว่างรัฐบาลกับผู้ได้รับสิทธิ์เพื่อใช้จ่าย โดยรัฐบาลสนับสนุนเงินให้วันละไม่เกิน 150 บาท ซึ่งที่ผ่านมาโครงการนี้มีร้านค้าเข้าร่วมโครงการกว่า 1.5 ล้านร้านค้า และมีผู้ใช้สิทธิจำนวนกว่า 14 ล้านคน มีเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจมากกว่า 1 แสนล้านบาท

(2) การท่องเที่ยวภายในประเทศจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

สำหรับสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทย จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยในปี พ.ศ. 2563 ลดลงเหลือเพียง 18 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 54.60 และจะส่งผลกระทบต่อเนื้อต่อเศรษฐกิจของประเทศที่มีการคาดการณ์ว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) จะลดลงจากร้อยละ 2.7 เหลือร้อยละ -0.80 และหากพิจารณาโดยอ้างอิงตัวเลขตามรายงานของสภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก (World Travel and Tourism Council : WTTC) พบว่า ประเทศที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-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)

จากการรายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศในช่วงไตรมาสที่ 1/2563 ของ สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2563ข) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมีจำนวน 24,422,647 คน-ครั้ง โดยภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ กรุงเทพมหานคร ภาคเหนือ และภาคตะวันตก ตามลำดับ

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศลดลง 10,855,731 คน-ครั้ง หรือหดตัวร้อยละ 30.77 โดยภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปลดลงมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ภาคกลาง กรุงเทพมหานคร และภาคตะวันออก ตามลำดับ ส่วนมูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทย เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา พบว่า ชาวไทยมีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวลดลงเป็นจำนวน 87,118.80 ล้านบาท หรือหดตัวร้อยละ 31.53 การลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ และมูลค่าการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยว เป็นผลจากหลายปัจจัย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการเดินทางท่องเที่ยว และเป็นเหตุให้รัฐบาลประกาศพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน เพื่อควบคุมการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยมาตรการหนึ่งที่สำคัญคือ การปิดสถานที่ต่างๆ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยว การห้ามการเดินทางระหว่างจังหวัดที่ไม่จำเป็น และการขอความร่วมมือสถานประกอบการให้พนักงานทำงานในที่พักอาศัย (Work from Home) สถานการณ์การระบาดและมาตรการต่างๆ ดังกล่าว ไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการเดินทางของนักท่องเที่ยว แต่ยังส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศชะลอตัวอย่างรุนแรงด้วย อีกทั้งการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงไตรมาสที่ 2/2563 ได้หดตัวต่อเนื่องและรุนแรงขึ้นกว่าไตรมาสแรก ประกอบกับการใช้มาตรการควบคุมการระบาดที่เข้มงวดขึ้น ทั้งการประกาศห้ามบุคคลออกนอกเคสสถานทั่วประเทศช่วงเวลา 22.00-04.00 น. การห้ามการเดินทางระหว่างจังหวัดโดยไม่จำเป็น การห้ามการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการ และที่สำคัญ คือ การยกเลิกวันหยุดและกิจกรรมในช่วงเทศกาลสงกรานต์ ซึ่งเป็นวันหยุดต่อเนื่องประจำปีที่สำคัญของคนไทย จึงทำให้การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในไตรมาสที่ 2/2563 หดตัวอย่างรุนแรง และคาดว่า การเดินทางท่องเที่ยวจะต่ำกว่าร้อยละ 10 ของปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม จากมาตรการผ่อนปรนในระยะที่ 3-5 ได้มีการยกเลิกการห้ามออกนอกเคสสถานในช่วงเวลาที่กำหนด และอนุญาตให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจกลับมาเปิดแบบมีเงื่อนไขทางสาธารณสุข รวมถึงการบริการด้านการท่องเที่ยว ส่งผลให้ทิศทางของการท่องเที่ยวภายในประเทศเริ่มปรับตัวดีขึ้น ทั้งนี้ จังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ กรุงเทพมหานคร กาญจนบุรี และนครราชสีมา ตามลำดับ (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

ในปี 2564 การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยลดลงอย่างต่อเนื่อง เป็นปีที่ 2 เนื่องจากการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่รุนแรงและแพร่ระบาดอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ภาครัฐมีการยกระดับมาตรการควบคุมการระบาดของโรค เช่น การห้ามออกนอกเคสสถานในระยะเวลาที่กำหนด การงดเดินทางข้ามจังหวัดโดยไม่จำเป็น นอกจากนี้ แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งยังปิดรับนักท่องเที่ยวเป็นการชั่วคราว เช่น อุทยานแห่งชาติ ขณะเดียวกันหลายจังหวัดได้กำหนดมาตรการสำหรับคนไทยที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ต้องได้รับการฉีดวัคซีนโควิด-19 อีกทั้งคนไทยส่วนใหญ่ยังมีความกังวลต่อสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จึงชะลอการเดินทางท่องเที่ยวจนกว่าสถานการณ์

จะดีขึ้น จากสถานการณ์ดังกล่าว ส่งผลให้ในปี 2564 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพียง 53,027,823 ล้านคน-ครั้ง ซึ่งลดลงร้อยละ 41.4 จากปี 2563 สำหรับมูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี 2564 มีมูลค่า 216,375.92 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 55.2 จากปี 2563 อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผ่อนคลายลง ประกอบกับรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น โครงการเราเที่ยวด้วยกัน เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวและลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวของประชาชน ส่งผลให้ในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2563 สถานการณ์การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยปรับตัวดีขึ้น โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ 25,386,313 คน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 734.30 จากไตรมาสก่อนหน้า แต่ยังคงลดลงร้อยละ 30.30 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยการฟื้นตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเกิดขึ้นในเดือนธันวาคม 2564 ซึ่งเป็นฤดูกาลท่องเที่ยวของคนไทย และมีวันหยุดยาวติดต่อกัน สำหรับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2564 มีมูลค่า 83,692.57 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 743.30 จากไตรมาสก่อนหน้า แต่ก็ยังหดตัวกว่าร้อยละ 47.40 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565)

2.5.2 แนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2563) ได้ทำการสำรวจข้อมูลคนไทยทั่วประเทศ ระหว่างวันที่ 17-20 กรกฎาคม 2563 จำนวน 1,208 ตัวอย่าง เพื่อทราบพฤติกรรมและความคิดเห็นต่อการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในช่วงปี 2563 ผลการสำรวจ ดังนี้

2.5.2.1 คนไทยยังมีความเชื่อมั่นสูงถึงระดับ ร้อยละ 83.87 ต่อภาพรวมของภาวะการท่องเที่ยวภายในประเทศในปี 2563 โดยร้อยละ 53.25 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ยังเตรียมการวางแผนที่จะเดินทางท่องเที่ยว และมีทุนทรัพย์เพียงพอต่อการเดินทางท่องเที่ยว ทั้งนี้ เหตุผลหลักที่ยังไม่วางแผนเดินทาง เนื่องจากยังไม่มั่นใจต่อปัญหาการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

2.5.2.2 รูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ร้อยละ 83.69 จะเป็นการเดินทางข้ามจังหวัด ขณะที่อีกร้อยละ 16.31 จะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัด เนื่องจากไม่มีเวลาว่างเพียงพอและยังไม่ค่อยมั่นใจต่อมาตรการความปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ตลอดจนข้อขัดข้องจากมาตรการควบคุมการให้บริการต่างๆ ทำให้ไม่สามารถร่วมกิจกรรมได้อย่างเต็มที่

2.5.2.3 การเดินทางท่องเที่ยวข้ามจังหวัด คาดว่าจะมีการใช้งบประมาณเฉลี่ย 13,081 บาทต่อครั้ง โดยจะเดินทางเป็นกลุ่มเฉลี่ย 3.86 คน ส่วนใหญ่ร้อยละ 75.69 จะเดินทางแบบค้างคืน โดยจะมีวันพำนักค้างเฉลี่ย 3.64 คืน

2.5.2.4 จุดหมายปลายทางยอดนิยม 5 อันดับแรกในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ เชียงใหม่ กาญจนบุรี กรุงเทพมหานคร กระบี่ และชลบุรี

2.5.2.5 พาหนะที่คาดว่าจะใช้ในการเดินทางคือ รถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.41 รองลงมา คือ เครื่องบิน ร้อยละ 9.41 และการเช่ารถยนต์ ร้อยละ 6.41

2.5.2.6 กิจกรรมที่สนใจระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คือ ถ่ายรูป คิดเป็นร้อยละ 73.24 ชมทิวทัศน์ธรรมชาติ ร้อยละ 56.73 ไหว้พระ/ขอพร ร้อยละ 47.59 ซัปปิ้ง ร้อยละ 46.18 และขับรถเที่ยว ร้อยละ 44.95 (ผู้ตอบเลือกได้หลายคำตอบ)

2.5.2.7 ความคิดเห็นในการเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 51.17 ของผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นว่า ควรระยะเวลาที่เหมาะสม ขณะที่ร้อยละ 16.57 เห็นด้วย แต่ต้องมีเงื่อนไขในการกำหนดมาตรการระงับการแพร่เชื้อที่เป็นมาตรฐานสากล

นอกจากนี้ จากข้อมูลของอโกดา (Agoda) แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว เผยผลสำรวจในแคมเปญ GoLocal ที่อโกดาได้จัดทำขึ้นเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศของหลายประเทศทั่วโลก พบว่า 3 ชาติแรกที่คนอยากออกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากที่สุด ได้แก่ ประเทศไทย ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ ขณะที่ 3 จุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ เชียงใหม่ ภูเก็ต และหัวหิน ประจวบคีรีขันธ์ ตามลำดับ ผลการสำรวจยังแสดงให้เห็นว่า 3 ใน 4 ของนักท่องเที่ยวมีความพร้อมและอยากออกเดินทางท่องเที่ยวอีกครั้ง โดยนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม อินโดนีเซีย และไต้หวัน เป็น 3 ชาติแรกที่อยากออกเดินทางมากที่สุด ซึ่งโดยรวมแล้วภายใน 1 ปีข้างหน้า (สิงหาคม 2564) ร้อยละ 65 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดอยากเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ และร้อยละ 35 อยากไปท่องเที่ยวในต่างประเทศ (ผู้จัดการออนไลน์, 2563)

2.5.3 แนวทางการฟื้นฟูการท่องเที่ยวจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 คลี่คลายลง กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้กำหนดยุทธศาสตร์การฟื้นฟูการท่องเที่ยว โดยการให้ความสำคัญกับการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ สร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภค กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการใช้จ่ายจากการท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มมากขึ้น เพื่อก่อให้เกิดการกระจายรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการ และการจ้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจโรงแรม สายการบิน ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว ภายใต้ความปกติใหม่ (New Normal) กระตุ้นไทยเที่ยวไทยด้วยรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่ปลอดภัยต่อสุขภาพและการบริการที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง และให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) ภายใต้นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว 4 ประการ คือ ความปลอดภัย (Safety) ความสะอาด (Clean) ความเป็นธรรม (Fair) และกระจายรายได้สู่ชุมชนเพื่อลดความเหลื่อมล้ำสู่ความยั่งยืน (Sustainability) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563, อ้างถึงใน ศรัทธา ธารรัตน์สุวรรณ, 2563)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กำหนดแผนฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยมีเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ของแผนฟื้นฟูการท่องเที่ยว 2 ข้อหลักๆ คือ 1) สร้างงาน สร้างรายได้ เสริมสภาพคล่อง กระตุ้นการบริโภคภาคประชาชนผ่านการเดินทางภายในประเทศ และ 2) สร้างรายได้จากฐานนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง สร้างสมดุล

เชิงโครงสร้างใหม่ เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยมียุทธศาสตร์ 5R เป็นกลไกในการขับเคลื่อน (แนวทางฟื้นฟู 'การท่องเที่ยว' หลังวิกฤติโควิด-19, 2563) ประกอบด้วย

1. Reboot กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ สร้างความเชื่อมั่นผู้บริโภค เพื่อการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานราก โดยใช้แนวทาง Go Again ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวซ้ำในประเทศ เน้นเพิ่มความถี่ในการเดินทางของกลุ่มเป้าหมาย ส่งเสริมไทยเที่ยวไทย ให้มีความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะผ่านความร่วมมือต่างๆ และแนวทาง Go Local พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจฐานราก

2. Rebuild ซ่อมสร้าง ปรับตัวสู่ความปกติใหม่ (New Normal) เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระยะยาว พัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น โดยใช้แนวทาง Go New Norm ซ่อมสิ่งที่เป็นปัญหาและสร้างสิ่งที่จะเป็นรากฐานที่มั่นคงยั่งยืนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อไป ประสานความช่วยเหลือผู้ประกอบการ พัฒนาระดับทักษะของบุคลากรทุกระดับ และแนวทาง Go Digital พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อสร้างความมั่นใจเรื่องความปลอดภัย พัฒนาแพลตฟอร์มเป็นเครื่องมือทางการตลาดสร้างโอกาสและให้ความรู้การตลาดสมัยใหม่แก่ผู้ประกอบการ

3. Rebrand สื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ ทำให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาตินึกถึงและตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว ด้วยแนวทาง Go Top สร้างความประทับใจให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในใจของนักท่องเที่ยว และแนวทาง Go Confident สร้างความเชื่อมั่นในคุณค่าแบรนด์ Amazing Thailand ด้านความปลอดภัย นักท่องเที่ยวมั่นใจว่าจะมีความสุขเมื่อได้มาท่องเที่ยวและกลับไปอย่างปลอดภัย

4. Rebound กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ฟื้นกลับมาในระยะเวลาที่รวดเร็ว โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง รักษาฐานนักท่องเที่ยวคุณภาพและกลุ่มเป้าหมายผ่านแนวทาง Go High ทำตลาดแบบเจาะจงกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่ม Health and Wellness ไม่นับจำนวนมุ่งรักษาฐานนักท่องเที่ยวคุณภาพ เปิดกว้างทำตลาดทุกพื้นที่ และแนวทาง Go Quality มุ่งตลาดที่มีศักยภาพในการเติบโต

5. Rebalance ปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืน ผ่านแนวทาง Go Responsible รักษาธรรมชาติที่ฟื้นตัวดีขึ้นจากช่วงโควิด-19 สนับสนุนการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และแนวทาง Go Sustainability ลดการพึ่งพิงตลาดใดตลาดหนึ่ง กระจายการเดินทางท่องเที่ยวเชิงพื้นที่และเวลา สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของการรักษาสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ เพื่อเป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ และฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ร่วมกับ สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) กระทรวงการคลัง และธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้จัดทำโครงการ “เที่ยวปันสุข ฟื้นฟูการท่องเที่ยวประเทศไทยที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มสภาพคล่อง

ให้แก่ธุรกิจการท่องเที่ยว รวมถึงกระตุ้นการใช้จ่ายของประชาชนผ่านการท่องเที่ยวภายในประเทศ ในช่วงที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศยังไม่สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ โดยโครงการเที่ยวปันสุข ประกอบด้วย 2 แพคเกจ (การเงินธนาคาร, 2563) ดังนี้

1. เราเที่ยวด้วยกัน เป็นโครงการที่กระตุ้นการท่องเที่ยวสำหรับประชาชนทั่วไป และเป็น การฟื้นฟูธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยการสนับสนุนค่าที่พักและค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน รัฐบาลจะ สนับสนุนค่าที่พักในลักษณะร่วมจ่าย (Co-pay) ในอัตราร้อยละ 40 ของค่าที่พัก แต่ไม่เกิน 3,000 บาท ต่อห้องต่อคืน ในการเข้าพักในโรงแรมที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรมและโฮมสเตย์ที่ได้ขึ้น ทะเบียนตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจะได้รับ E-Voucher คืนละ 600 บาท ใช้จ่าย เป็นค่าอาหารและค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวในลักษณะร่วมจ่ายเช่นกัน ซึ่งรัฐบาลจะสนับสนุนการใช้จ่ายใน อัตราร้อยละ 40 ในส่วนของสายการบิน รัฐบาลจะสนับสนุนค่าบัตรโดยสารเครื่องบินบางส่วนในลักษณะ การจ่ายคืน (Redeem) สำหรับผู้จองที่พักรที่เดินทางโดยสารการบิน โดยผู้จองที่พักรจะต้องดำเนินการจอง และชำระค่าบัตรโดยสารเครื่องบินเต็มจำนวนผ่านทางเว็บไซต์ของสายการบิน และรัฐบาลจะจ่ายเงินคืนใน อัตราร้อยละ 40 ของค่าบัตรโดยสาร แต่ไม่เกิน 1,000 บาทต่อที่นั่ง เข้าสู่แอปพลิเคชันเป๋าตังค์ของผู้จองที่ พัก ภายหลังการคืนห้องพัก (Check Out) สามารถนำไปใช้จ่ายหรือถอนเงินสดได้โดยไม่มีกำหนดระยะเวลา โดยโครงการเราเที่ยวด้วยกัน มีกรอบวงเงินจำนวน 20,000 ล้านบาท

2. กำลังใจ เป็นโครงการสำหรับเจ้าหน้าที่อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เจ้าหน้าที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) และเจ้าหน้าที่อาสาสมัครสาธารณสุข (ออส.) ซึ่งเป็น ผู้ที่เสียสละในการทำงานอย่างหนัก และเป็นผู้ที่มีส่วนช่วยให้ประเทศไทยสามารถควบคุมการแพร่ระบาดของ โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้ โดยสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ไม่เกินคนละ 2,000 บาท สำหรับการเดินทางไม่น้อยกว่า 2 วัน 1 คืน โดยโครงการกำลังใจ มีกรอบวงเงิน 2,400 ล้านบาท

ทั้งนี้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวว่าสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้อย่าง ปลอดภัย การรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขภาพจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวจะเลือก พิจารณาแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น สภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก (World Travel and Tourism Council – WTTC) ได้จัดทำตราสัญลักษณ์ Safe Travels ให้แก่องค์กรและธุรกิจด้านการท่องเที่ยวทั่วโลก ที่ดำเนินการตามมาตรฐานเรื่องความปลอดภัยและสุขอนามัยที่สอดคล้องกับแนวทางขององค์การอนามัย โลก (WHO) ในการรับมือกับการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นการสร้างความปลอดภัย ทั้งผู้ให้บริการและนักท่องเที่ยว (ศรัทธินภา ธารารัตนสุวรรณ, 2563)



ภาพที่ 2.4 ตราสัญลักษณ์ Safe Travels

ที่มา: World Travel & Tourism Council, 2020

สำหรับประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และกระทรวงสาธารณสุข โดยกรมควบคุมโรค กรมอนามัย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้จัดโครงการ Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA) โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของมาตรการควบคุมโรคทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้รับประสบการณ์ที่ดี มีความสุข และมั่นใจในความปลอดภัยด้านสุขอนามัย จากสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยนำมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุข ผนวกกับมาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพ ของสถานประกอบการเพื่อลดความเสี่ยงและป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) โดยกิจการที่สามารถขอรับมาตรฐาน SHA มี 10 ประเภท ได้แก่ 1) ภัตตาคาร/ร้านอาหาร 2) โรงแรม/ที่พัก และสถานที่จัดประชุม 3) นันทนาการและสถานที่ท่องเที่ยว 4) ยานพาหนะ 5) บริษัทนำเที่ยว 6) สุขภาพและความงาม 7) ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า 8) กีฬาเพื่อการท่องเที่ยว 9) โรงละคร โรงมหรสพและการจัดกิจกรรม และ 10) ร้านค้าของที่ระลึกและร้านค้าอื่นๆ ทั้งนี้ การประเมินมาตรฐาน SHA สภา สมาพันธ์ และสมาคมต่างๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะเป็นผู้ดำเนินการตรวจประเมินพร้อมรับรองผลการปรับปรุงสถานประกอบการตามมาตรฐาน SHA ทั้ง 10 ประเภท โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้ทำหน้าที่ควบคุมการออกตราสัญลักษณ์ โดยมีการระบุหมายเลขของตราสัญลักษณ์ SHA ให้แก่ผู้ประกอบการเพื่อบันทึกเป็นฐานข้อมูลรายชื่อสถานประกอบการที่ได้รับตราสัญลักษณ์ SHA ทั้งนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสามารถเพิกถอนตราสัญลักษณ์ SHA ได้ ในกรณีผู้ประกอบการไม่สามารถรักษามาตรฐานให้เป็นไปตามมาตรฐาน SHA



ภาพที่ 2.5 ตราสัญลักษณ์ SHA

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จัดทำ “แผนฟื้นฟูอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ภายหลังจากวิกฤต COVID-19” โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อผลักดันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้กลับมาขับเคลื่อนเศรษฐกิจได้อีกครั้ง โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะดำเนินงานร่วมกับกระทรวงสาธารณสุขเพื่อให้การเตรียมความพร้อมสู่การท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และได้กำหนด 3 จุดขาย ได้แก่ ความปลอดภัย วัฒนธรรม และธรรมชาติ ที่จะใช้ในการส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของไทยกลับมาแข็งแกร่งและยั่งยืน โดยแบ่งการดำเนินงานเป็น 3 ระยะ (กองกลยุทธ์การตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) ดังนี้

ระยะที่ 1 ผ่อนคลายมาตรการควบคุม (Lockdown Exit) ในระยะแรก เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ลดความรุนแรงลง จะเริ่มผ่อนคลายนโยบายการควบคุมให้ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้บ้าง แต่จะต้องอยู่ในแนวปฏิบัติของกระทรวงสาธารณสุข โดยเฉพาะการเดินทางและการอยู่ในที่ชุมชน อีกทั้งมีการฟื้นฟูธุรกิจโดยการยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการด้วยมาตรฐาน SHA (Amazing Thailand Safety & Health Administration) และเพิ่มการจัดเก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ

ระยะที่ 2 เริ่มเปิดเมือง (Selective Open) หลังจากการผ่อนปรนมาตรการควบคุมแล้ว จะขยายผลต่อโดยเริ่มเปิดเมืองบางส่วน อนุญาตให้เดินทางได้ไม่เกินร้อยละ 60 ของพื้นที่ที่ได้พิจารณาและผ่านการคัดเลือกมาแล้ว เน้นกระตุ้นให้คนไทยออกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น โดยส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างปลอดภัย และนำธุรกิจที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน SHA มาช่วยส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว เพื่อเป็นการฟื้นฟูเศรษฐกิจในพื้นที่ต่างๆ ของประเทศ

ระยะที่ 3 เปิดประเทศสู่ความยั่งยืน (Extensive Open) เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 อยู่ในการควบคุม จะประกาศเปิดประเทศสู่ความยั่งยืนภายใต้วิถีชีวิตใหม่ หรือ New Normal และยังคงสนับสนุนให้คนไทยเที่ยวเมืองไทยมากขึ้น และเพิ่มการดึงดูด

นักท่องเที่ยวต่างชาติระดับบน โดยนำเสนอภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นอกจากนี้ จะขยายฐานกลุ่มท่องเที่ยวซ้ำ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

สำหรับการส่งเสริมการตลาดต่างประเทศ เพื่อฟื้นฟูอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รัฐบาลได้ทำการเปิดประเทศอย่างเต็มที่ในวันที่ 1 พฤศจิกายน 2564 โดยปรับมาตรการให้ผ่อนคลายมากขึ้น เปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบไม่กักตัว และไม่จำกัดพื้นที่ โดยแบ่งประเภทของการเข้าประเทศออกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) Test & Go หรือ Exemption from Quarantine สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาจาก 63 ประเทศที่รัฐบาลกำหนดให้ไม่ต้องกักตัว แต่ต้องได้รับวัคซีนไม่น้อยกว่า 14 วัน และมีผลการตรวจหาเชื้อโควิด-19 เป็นลบ โดยระหว่างการรอผลตรวจจะต้องพำนักในโรงแรมที่รัฐบาลรับรอง 1 คืน เมื่อผลตรวจเป็นลบ สามารถเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางต่างๆ ของประเทศไทยได้ 2) Living in The Blue Zone Sandbox สำหรับผู้ที่ฉีดวัคซีนครบโดสที่เดินทางมาจากประเทศอื่นๆ สามารถท่องเที่ยวในพื้นที่สีฟ้า (Blue Zone) อย่างน้อย 7 วัน และ 3) Happy Quarantine สำหรับผู้ที่เดินทางมาจากประเทศใดก็ได้ กรณีได้รับวัคซีนครบตามเกณฑ์ ให้กักตัวใน Alternative State Quarantine (AQ) จำนวน 7 วัน กรณีได้รับวัคซีนไม่ครบตามเกณฑ์ หากเดินทางทางอากาศและทางน้ำ กักตัว 10 วัน และหากเดินทางทางบกต้องกักตัวให้ครบ 14 วัน

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.6.1 งานวิจัยเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

กรวรรณ สังขกร และคณะ (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยโครงการวิจัยนี้ได้ดำเนินการศึกษาวิจัย 2 ส่วน คือ 1) สำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จากการเก็บแบบสอบถามชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 648 คน โดยแบ่งเป็นชาวไทย 403 คน และชาวต่างชาติ 245 คน 2) สำรวจการดำเนินงานของผู้ให้บริการท่องเที่ยวในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุด้วย SCAAN® Model และศึกษาการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุเพื่อวางโครงสร้างฐานข้อมูลตามเส้นทางการท่องเที่ยว 9 Themes และ 7Re ผลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยชอบเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย/จิตใจ มีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว 2-3 ครั้งต่อปี มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1-3 วัน ชอบท่องเที่ยวช่วงเทศกาลประเพณี ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวไปกับลูกหลาน/ญาติพี่น้อง/คนในครอบครัว ชื่นชอบกิจกรรมการท่องเที่ยวชมธรรมชาติ/สถานที่ที่มีทัศนียภาพงดงาม ลูกหลาน/ญาติ/คนในครอบครัวหาข้อมูลและเป็นผู้จัดการวางแผนในการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการจัดบริการเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพ ขณะที่โปรแกรมการท่องเที่ยวควรเน้นการพักผ่อน เช่น การท่องเที่ยวครึ่งวัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมธรรมชาติและภูมิทัศน์ที่สวยงาม ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวปีละ 1 ครั้ง มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 8-15 วัน ชอบเที่ยวช่วง

เทศกาลประเพณี ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับคู่สมรส ชอบทำกิจกรรมการท่องเที่ยวชมธรรมชาติ/สถานที่ที่มีทัศนียภาพงดงาม นักท่องเที่ยวและคู่สมรสเป็นผู้จัดการในการหาข้อมูลและวางแผนการท่องเที่ยว โดยอาศัยการค้นหาหรือติดต่อข้อมูลจากเว็บไซต์ท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับการจัดบริการเรื่องอาหารท้องถิ่น อีกทั้งเห็นว่าโปรแกรมการท่องเที่ยวควรเน้นการพักผ่อน เช่น การท่องเที่ยวครึ่งวัน ส่วนการศึกษาห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุและศึกษาการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุเพื่อวางโครงสร้างฐานข้อมูลตามเส้นทางการท่องเที่ยว พบว่า ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนสามารถสร้างความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทานได้ตามความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 9 ด้าน คือ ด้านเกษตร (Chilling @ ล้านนา: ชม ชิม ช้อป) ด้านประวัติศาสตร์ (ย้อนประวัติศาสตร์ มาตรา ล้านนา สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น) ด้านธรรมชาติ (ม่วนกาย สบายใจ สไตล์ล้านนา) ด้านสุขภาพ (เที่ยวสนุก สุขภาพดี ที่ล้านนา) ด้านผจญภัย (ลุยสุดมันส์ พันธุ์เก๋าเก๋า @ ล้านนา) ด้านธรรมชาติ (ล้านนาเขียว เที่ยวไม่เบื่อ) ด้านกีฬา บันเทิง นันทนาการ (แอว์ล้านนา กีฬามันส์) ด้านเรียนรู้สิ่งใหม่ (เปิดโลกใหม่ สไตล์ ล้านนา) วัฒนธรรม (ท่องมนต์ตรา ล้านนาไทย) ส่วนปัจจัยหลักในการสร้างความเชื่อมโยงการท่องเที่ยวห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุนั้น จำเป็นที่จะต้องวางแผนทางในการประเมินการดำเนินงาน โดยมีแนวทางในการประเมินห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ทั้งหมด 7 ด้าน คือ สบาย สะอาด สะดวก สงบ สบาย สนุก สุขใจ

กรวรรณ สังขกร และคณะ (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism ในภาคเหนือตอนบนที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวปีละ 1-2 ครั้งและจะชอบสถานที่ท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติที่สวยงามมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.5 รองลงมา คือ วัด/ศาสนสถาน คิดเป็นร้อยละ 22.8 โดยวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ชื่นชมธรรมชาติที่สวยงาม และฟื้นฟูจิตใจ/ไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยวมักจะเป็นช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับลูกหลาน/คนในครอบครัว/ญาติพี่น้องมากที่สุด และลูกหลาน/คนในครอบครัว/ญาติพี่น้องเป็นผู้วางแผนการเดินทาง รองลงมาเดินทางท่องเที่ยวไปกับคณะที่จัดนำเที่ยว และจะใช้เวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง อยู่ในช่วงไม่เกิน 3 วัน ผู้สูงอายุชาวไทยมีปัจจัยที่ใช้พิจารณาในการตัดสินใจที่จะไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยพิจารณาจากคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาคือ ด้านความสะดวกในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว โดยรูปแบบการท่องเที่ยวที่ผู้สูงอายุชาวไทยจะชื่นชอบเที่ยวไปช้าๆ ไม่เร่งรีบ ชอบที่ไหนอยู่นานๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงมาเป็นแบบมีโปรแกรมแน่นอน และเที่ยวให้ครบตามโปรแกรม คิดเป็นร้อยละ 39.5 จังหวัดที่มีผู้สูงอายุนิยมมาเที่ยวมากที่สุด 3 อันดับแรกใน 8 จังหวัดภาคเหนือ คือ เชียงใหม่ เชียงราย และลำปาง และส่วนมากจะทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก รองลงมา คือ วิทยุ โทรทัศน์ ซึ่งแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลที่ผู้สูงอายุชาวไทยจะรับข้อมูลการท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด

จันทร์จิตร เจริญศิริ และคณะ (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการประเมินศักยภาพการตลาดท่องเที่ยวแบบไม่รีบเร่งสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินสถานการณ์และศักยภาพทางการตลาดของการท่องเที่ยวแบบไม่รีบเร่ง (Slow Tourism) ในภาคเหนือตอนบน สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ และเสนอแนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวแบบไม่รีบเร่งสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ การดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมทั้งสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อศักยภาพการตลาดท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบนที่สำคัญ คือ ปัจจัยการเมือง ได้แก่ เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง ทำให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นในความปลอดภัย และปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรผู้สูงอายุมีผลทำให้ตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีแนวโน้มเจริญเติบโตในอนาคต ภาคเหนือตอนบนมีศักยภาพการตลาดในการจัดการท่องเที่ยวแบบไม่รีบเร่ง นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีลักษณะใกล้เคียงกันคือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 60-64 ปี แหล่งรายได้มาจากเงินเบี้ยหวัด/เงินบำนาญ และไม่มีปัญหาเรื่องสุขภาพ และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุด คือ ธรรมชาติที่สวยงาม แต่อย่างไรก็ตามในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติมีพฤติกรรมที่ค่อนข้างแตกต่างกัน คือ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยจะมีบุตร/หลานเป็นผู้วางแผนและเดินทางท่องเที่ยวด้วย โดยแหล่งข้อมูลในการวางแผนการท่องเที่ยวมาจากการสอบถามญาติ คนรู้จักหรือเพื่อนเป็นหลัก เดินทางท่องเที่ยวในวันเสาร์-อาทิตย์ และระยะเวลาท่องเที่ยวในแต่ละครั้งไม่เกิน 3 วัน สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติจะวางแผนเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองและเดินทางท่องเที่ยวกับคู่สมรส โดยแหล่งข้อมูลในการวางแผนการท่องเที่ยวมาจากอินเทอร์เน็ต เดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดา และระยะเวลาท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง 4-7 วัน ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดึงดูด คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย จึงใช้กำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาการตลาดว่า “ภาคเหนือตอนบนเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุด้วยธรรมชาติที่งดงาม และแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมวิถีชีวิตที่หลากหลาย” ในด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนำเสนอสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว คือ 1) ความงดงามของธรรมชาติ 2) วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่หลากหลาย 3) ศาสนสถานอันทรงคุณค่า 4) ตำนานประวัติศาสตร์และโบราณคดี ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ได้แก่ การเข้าร่วมประเพณีท้องถิ่น การศึกษาวิถีท้องถิ่น กิจกรรมทางศาสนา และกิจกรรมเชิงสุขภาพ มีการกำหนดราคาเพื่อจูงใจให้มาเที่ยว เช่น การกำหนดราคาตามกลุ่มลูกค้าตามช่วงเวลา หรือ การให้ส่วนลด มีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งการซื้อโดยตรงและผ่านตัวกลางทางการตลาด มีการส่งเสริมการตลาดที่เข้าถึงผู้สูงอายุทั้งการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ รวมถึงการส่งเสริมการขายเพื่อจูงใจนักท่องเที่ยว มีการพัฒนาบุคลากรผู้ให้บริการทั้งในเรื่องของความรู้ในการดูแลผู้สูงอายุ ความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ และการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ปรับปรุงลักษณะทางกายภาพ

ของการท่องเที่ยวให้เหมาะสม พัฒนาระบบการให้บริการอื่นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้สูงอายุทั้งบริการขนส่งและอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง บริการข้อมูลสารสนเทศทางการท่องเที่ยวรวมถึงบริการด้านความปลอดภัย

นรินทร์ สังข์รักษา และคณะ (2559) ศึกษารูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย พบว่า 1) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างประเทศได้รับข้อมูลในการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 43.50 วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว ร้อยละ 78.00 เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน ร้อยละ 46.25 ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวมากกว่า 5-7 วัน ร้อยละ 75.73 จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในภาคตะวันตก 4 จังหวัด 1 ครั้ง ร้อยละ 44.80 การเดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อนๆ ร้อยละ 43.25 ลักษณะการท่องเที่ยวเป็นแบบพักในภาคตะวันตก 4 จังหวัด ร้อยละ 86.25 ลักษณะของการพักมากกว่า 3 วัน ร้อยละ 67.00 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อวันรวมทุกอย่างแล้ว มากกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 46.00 2) รูปแบบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เรียกว่า “I2O2T2A2 Model” และผ่านการรับรองรูปแบบ 3) แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบ คือ (1) ภาครัฐควรจัดการการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกให้ผู้สูงอายุ พัฒนาคูณภาพการบริการ ความประทับใจ และความปลอดภัยในการท่องเที่ยว (2) ภาคเอกชน ควรมีความเป็นธรรมไม่เอาเปรียบ พัฒนาการบริการการท่องเที่ยว จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ (3) ชุมชนและท้องถิ่น ควรดูแลสถานที่ท่องเที่ยว สนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ

พลอยระพี ชลวณิช (2555) ศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร และเปรียบเทียบความแตกต่างของแรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายใน ประเทศของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครระหว่างเพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นผู้สูงอายุชาวไทยที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ทั้งเพศชายและหญิงที่เป็นสมาชิกชมรมผู้สูงอายุในสังกัดสหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้น (Multi-Stage Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นและได้ทดสอบคุณภาพ มีค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เท่ากับ 0.93 มีค่าความเที่ยง (Reliability) เท่ากับ 0.83 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way: ANOVA) หรือ การทดสอบค่าเอฟ (F-test) การทดสอบรายคู่โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least significant difference: LSD) ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 65 - 69 ปี แต่งงานแล้ว มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพก่อนเกษียณ คือ รับราชการ อาชีพปัจจุบัน คือ ไม่ได้ทำงาน มีรายได้ปัจจุบันต่ำกว่า 10,000 บาท 2) วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว คือ การพักผ่อนหย่อนใจ โดยใช้รถเช่าเป็นพาหนะที่ใช้

ในการเดินทาง มักจะเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1-2 วัน มีช่วงเวลาที่มักเดินทางท่องเที่ยวคือวันเสาร์-อาทิตย์ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเฉลี่ยต่อครั้งต่ำกว่า 1,000 บาท ชอบท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากเพื่อน

3) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ยกเว้นแรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียงอยู่ในระดับน้อย 4) เมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกัน พบว่า แรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 5) เมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน พบว่า แรงจูงใจทางกายภาพและแรงจูงใจระหว่างบุคคลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 6) เมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน

สุรีย ธรรมิกบวร และชฎาศิริ อภินันท์เดชา (2559) ศึกษาการพัฒนาารูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุตามวิถีวัฒนธรรมสุขภาพลุ่มแม่น้ำโขง จังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการ ในพื้นที่บ้านชะชอม ตำบลนาโพธิ์กลาง อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาประกอบด้วย สมาชิกกลุ่ม “กินข้าวเช้าเฮือน” จำนวน 14 คน คณะกรรมการกลุ่มโฮมสเตย์บ้านชะชอม จำนวน 12 คน ผู้สูงอายุ บ้านชะชอม จำนวน 8 คน และนักท่องเที่ยวสูงอายุที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการ จำนวน 28 คน การดำเนินการวิจัยมี 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ศึกษาบริบทชุมชน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสำรวจวิถีชุมชน และแบบสัมภาษณ์การรับรู้สุขภาพของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ระยะที่ 2 กระบวนการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุตามวิถีชาวบ้านลุ่มแม่น้ำโขง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แนวทางการสนทนากลุ่ม และแบบสังเกตอย่างมีส่วนร่วม ระยะที่ 3 การศึกษาผลการพัฒนา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ โปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุตามวิถีวัฒนธรรมสุขภาพลุ่มแม่น้ำโขง แบบสอบถามความสุขและความพึงพอใจในการเข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบประเมินศักยภาพของชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว วิเคราะห์ข้อมูลโดย การวิเคราะห์เนื้อหา ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการวิจัยพบว่า ด้านบริบทชุมชน บ้านชะชอมมีสภาพภูมิศาสตร์แหล่งท่องเที่ยว และชุมชนมีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสูงอายุมีความสุขและความพึงพอใจจากเข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในระดับมาก และมากที่สุด ร้อยละ 93.8 และ 93.8 ตามลำดับ รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพตามวิถีวัฒนธรรมสุขภาพลุ่มแม่น้ำโขง (ชะชอมโมเดล) ประกอบด้วยองค์ 4 องค์ประกอบ คือ ประกอบที่ 1 กิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุแบบองค์รวม องค์ประกอบที่ 2 ทุนทางสังคม องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง องค์ประกอบที่ 4 การส่งเสริมสุขภาพเหมาะสมกับวัย งานวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายว่า หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานด้านการปกครอง สถาบันการศึกษาควรร่วมกับชุมชนที่มีความพร้อมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จัดการท่องเที่ยวเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุ และจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

เพื่อผู้สูงอายุ ควรเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพเป็นองค์รวม ลักษณะกิจกรรมสอดคล้องกับวัย และใช้ทุนทางสังคมที่มีอยู่ โดยมีระบบการจัดการตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

กลีนัฎกา บุตตะจัน และประสพชัย พสุนนท์ (2560) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อผู้สูงอายุ ตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวที่ชายหาดบางเสร่ในจังหวัดชลบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้สูงอายุที่เลือกมาเที่ยวชายหาดบางเสร่ในจังหวัดชลบุรี และศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุที่มาเที่ยวที่ชายหาดบางเสร่ในจังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้สูงอายุที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ชายหาดบางเสร่ จังหวัดชลบุรี ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยการใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้านประชากรต่อระดับการส่งผลการตัดสินใจของผู้สูงอายุในปัจจัยต่างๆ และปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุด้วยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยวที่ชายหาดบางเสร่ในจังหวัดชลบุรี เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 60-65 ปี มีสถานภาพการสมรส และไม่ได้ทำงาน ส่วนมากท่องเที่ยว 1-2 ครั้งต่อปี มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเป็นคนในครอบครัว และมีจุดประสงค์เพื่อการพักผ่อน มักเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว มีการพักผ่อน 1-2 คืน มีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งมากกว่า 5,000 บาท ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้สูงอายุที่เลือกมาเที่ยวชายหาดบางเสร่ในจังหวัดชลบุรี คือ ลักษณะของผู้ร่วมเดินทาง ระยะการพักผ่อน ค่าใช้จ่าย และวิธีการเดินทาง ตามลำดับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด) ส่งผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก ส่วนแรงจูงใจทางด้านกายภาพและด้านสังคมส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้สูงอายุอยู่ในระดับมากเช่นกัน

ธนันรัชช์ วัชรารธร และคณะ (2560) ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 2) สำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 3) ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้สูงอายุที่พักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำนวน 10 คน และการสนทนากลุ่ม เลือกผู้ร่วม สนทนาแบบเจาะจง ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ด้านสุขภาพ เจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยว นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและการศึกษา จำนวนทั้งสิ้น 8 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์ แบบสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และแบบประเด็นการสนทนากลุ่ม วิธีการวิจัย ประกอบด้วย วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี มีความต้องการคือ การมีสุขภาพที่ดี (Healthy) การมีส่วนร่วม (Participation) และการมีหลักประกันหรือความมั่นคง (Security) 2) แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี มีทั้งภายในและภายนอกชุมชนโดย จัดได้ 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) รูปแบบของแหล่ง

ท่องเที่ยวประเภทวิถีไทย 2) รูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ และ 3) รูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวประเภทนันทนาการ 3) แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สำหรับผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำแนกได้เป็น 3 มิติ 3.1) มิติด้านสุขภาพ หน่วยงานภาครัฐควร มีนโยบายขยายเวลาการเกษียณอายุราชการเพื่อเป็นการส่งเสริมสุขภาพทางด้านจิตใจให้ผู้สูงอายุรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง เนื่องจากผู้สูงอายุที่มีอายุระหว่าง 60-69 ปี คือกลุ่มผู้สูงอายุมีพลัง หรือ ภาวะพลัมพลัง (Active Aging) เป็นช่วงสูงสุดทั้งในด้านประสบการณ์ ภูมิปัญญา มีพร้อมต่อการทำงาน 3.2) มิติด้านการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกำหนดการท่องเที่ยวแบบมุ่งเป้าไปยังผู้สูงอายุ และผู้ดูแลผู้สูงอายุ 3.3) มิติด้านการศึกษา ชมรมผู้สูงอายุมีการรวมกลุ่มแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ

ปวีณ พิมาณ และมนัสสินี บุญมีศรีสง่า (2560) ศึกษาารูปแบบการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดชุมพร ด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชุมพร 16 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แนวคำถามในการสัมภาษณ์ เครื่องบันทึกเสียง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความนิยมนรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี การท่องเที่ยวเชิงศาสนา ส่วนรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงนันทนาการเพื่อสุขภาพ ได้รับความนิยมนรองลงมา นิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาลต่างๆ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ปีละ 1-2 ครั้ง เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ หาความรู้และประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับตนเอง สร้างความสัมพันธ์กับคนภายในครอบครัวให้สนิทสนมกันมากยิ่งขึ้น เดินทางท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัวเป็นหลัก ใช้งบประมาณในการท่องเที่ยวประมาณ 3,000-5,000 บาทต่อครั้ง นิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบค้างแรม ใช้เวลาในการท่องเที่ยวครั้งละประมาณ 2 วัน 1 คืน ถึง 3 วัน 2 คืน ขึ้นอยู่กับรูปแบบการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่พักที่รีสอร์ทในละแวกสถานที่ท่องเที่ยวหรือโรงแรมในตัวเมือง โดยครอบครัวช่วยจัดการการท่องเที่ยวและจัดหาที่พักที่สะดวกสบายให้แก่ผู้สูงอายุ

หนึ่งฤทัยรัตน์ กระจ่างพัฒน์วงศ์ และอรอนงค์ พัวรัตนอรุณกร (2561) ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ กรณีศึกษาในเขตเทศบาลนครขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างหนึ่งของผู้สูงอายุในเขตเมืองในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 65 ปี สถานภาพสมรสแล้ว อาศัยอยู่ร่วมกับครอบครัว โดยมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 4-5 คน ค่าเฉลี่ยรายได้ของผู้สูงอายุจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 20,968 บาทต่อเดือน แหล่งที่มาของรายได้ส่วนใหญ่ได้รับจากลูก หลาน สำหรับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา พบว่า ค่าเฉลี่ยค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาเท่ากับ 10,208 บาท จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว 2 ครั้งต่อปี นิยมเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งประมาณ 1-2 คืน มักเดินทางท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาว แหล่งท่องเที่ยวที่มักเดินทางไปท่องเที่ยว คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ลักษณะ

การท่องเที่ยวส่วนใหญ่วางแผนและดำเนินการท่องเที่ยวด้วยตนเอง และรูปแบบการเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว กิจกรรมพิเศษที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ คือ มีบริการรับ-ส่ง และการเดินทางท่องเที่ยวที่ไม่เร่งรีบ และส่วนใหญ่จะได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวจากญาติและครอบครัว สำหรับผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple regression analysis) ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square) พบว่า จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง และรูปแบบของการเดินทาง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครขอนแก่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กุลวดี แก้วกล้า (2550) ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของข้าราชการเกษียณอายุ โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาคุณลักษณะ พฤติกรรมการท่องเที่ยว และรูปแบบการท่องเที่ยวที่ข้าราชการเกษียณอายุพึงพอใจในการท่องเที่ยวหลังเกษียณอายุ กลุ่มตัวอย่างเป็นข้าราชการที่เกษียณอายุระหว่างปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 – 2547 จำนวน 220 คน เก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรส อาศัยอยู่กับคู่สมรสและบุตรหลาน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีภาวะสุขภาพอยู่ในระดับค่อนข้างดี ไม่เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่เกษียณอายุในตำแหน่งระดับ 7 ด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมเดินทางกับครอบครัว ลักษณะในการเดินทางเป็นการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง เดินทางด้วยรถส่วนตัว จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี เป็นจำนวน 2 ครั้ง กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นิยม คือ การเที่ยวชมธรรมชาติ ระยะเวลาในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมพักค้างคืนจำนวน 2 คืน โดยส่วนใหญ่จะเลือกพักค้างคืนที่โรงแรม นิยมรับประทานอาหารระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวที่ร้านอาหารริมทาง ส่วนลักษณะการใช้จ่าย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นค่าพาหนะและค่าที่พักแรม ซึ่งมีสัดส่วนที่แตกต่างกันไม่มากนัก โดยค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นจำนวนเงิน 2,501 – 5,000 บาท ในส่วนของรูปแบบการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในการพักผ่อน ในระดับมากที่สุด และพึงพอใจด้านความเหมาะสมของราคาสถานที่พักในระดับมาก ข้อเสนอแนะในการวิจัย คือ ผู้สูงอายุนิยมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวมากที่สุด ครอบครัวจึงควรสนับสนุนโอกาสพาผู้สูงอายุไปท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มพูนคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ และเป็นการสร้างสัมพันธ์ที่ดีภายในครอบครัว นอกจากนี้ ข้าราชการที่เกษียณอายุ 1-3 ปี มีภาวะสุขภาพค่อนข้างดี และมีกำลังซื้อพอสมควร น่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของการท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ทวีจำนวนมากขึ้นในอนาคต

ศิริกุล เกียรติกุลไพบูลย์ (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ อายุ 60-79 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยทำการศึกษาผู้ที่อาศัยในเขต

กรุงเทพมหานครและปริมณฑล และมีประสบการณ์ท่องเที่ยวในรอบเวลา 1 ปีที่ผ่านมา เพื่อศึกษาความต้องการต่อการท่องเที่ยว ด้านที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว อาหาร บุคลากรของบริษัทนำเที่ยว และโปรแกรมการท่องเที่ยว โดยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ใช้เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ผลการศึกษา พบว่า ผู้สูงอายุวัยเกษียณชื่นชอบท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทั้งในและต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ เพื่อพักผ่อนเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อไหว้พระ ทำบุญ และเพื่อต้องการเจอเพื่อน ช่วงเวลาที่ท่องเที่ยวไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกวัน และนิยมเดินทางไปวันธรรมดา เนื่องจากไม่อยากเจอปัญหาจราจรและกลุ่มคนจำนวนมากในช่วงวันหยุด ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ จะมีการเดินทางประมาณ 3-4 ครั้งต่อปี ส่วนการท่องเที่ยวต่างประเทศ จะมีการเดินทางประมาณ 1-2 ครั้งต่อปี โดยลักษณะการเดินทางทั้งในและต่างประเทศจะเป็นการเดินทางแบบกลุ่ม ผู้ร่วมเดินทางจะมาจากกลุ่มเพื่อนและกลุ่มบุคคลในครอบครัว ได้แก่ คู่สมรส บุตร และญาติ และมีผู้ร่วมเดินทางประมาณ 5-10 คน สำหรับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่เป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายด้วยตนเอง โดยการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศอยู่ที่ประมาณ 5,000-10,000 บาทต่อครั้ง ส่วนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่างประเทศประมาณ 30,001-40,000 บาทต่อครั้ง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว สำหรับช่องทางในการท่องเที่ยว พบว่า หากเป็นการท่องเที่ยวภายในประเทศ นักท่องเที่ยวจะเดินทางท่องเที่ยวแบบอิสระ (Foreign Individual Tourism : FIT) ในขณะที่การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศจะเป็นการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ (Group Inclusive Tour : GIT) ที่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวครบวงจร การรับรู้ข้อมูลข่าวสารในการท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศ มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากเพื่อนและครอบครัว Social Media และสื่อต่างๆ เช่น รายการโทรทัศน์ วารสารการท่องเที่ยว การค้นหาข้อมูลท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งบุคคลเป็นหลัก โดยการสอบถามจากกลุ่มเพื่อนและครอบครัวที่เคยมีประสบการณ์เดินทางไปยังสถานที่นั้นๆ โดยหากเป็นการท่องเที่ยวภายในประเทศ จะหาข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยว การเดินทาง และที่พัก ส่วนการท่องเที่ยวต่างประเทศ จะเป็นการหาข้อมูลบริษัทนำเที่ยว โปรแกรมการท่องเที่ยว ราคา และข้อมูลของประเทศที่ต้องการไปท่องเที่ยว เช่น สภาพอากาศ การแต่งกาย สถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น ความรู้สึกหลังการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ พบว่า เมื่อกลับจากการท่องเที่ยวแล้วนักท่องเที่ยวรู้สึกได้ผ่อนคลาย มีความสุข และมีความรู้สึกสนุกสนานที่ได้พบเจอเพื่อน อีกทั้งมีความรู้สึกอยากกลับไปท่องเที่ยวยังสถานที่เดิมซ้ำ หรือเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวนั้นซ้ำหากพึงพอใจ สำหรับผลการวิจัยด้านความต้องการการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่พักที่สะอาด สะดวกสบาย และปลอดภัย ต้องการจุดบริการข้อมูลในสถานที่ท่องเที่ยว เน้นอาหารท้องถิ่นและอาหารเชิงสุขภาพ ยินดีจ่ายเพิ่มหากบุคลากรนำเที่ยวมีความรู้ในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น และต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ไม่เร่งรีบ

ศันสนีย์ กระจ่างโฉม อาชีวภารมี มณีตระกูลทอง และเผชญิवास ศรีชัย (2562) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติในพื้นที่อารยธรรมล้านนา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ และเสนอแนวทางการพัฒนากิจกรรมและการให้บริการการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่อารยธรรมล้านนา จำนวน 384 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุชาวต่างชาติชอบท่องเที่ยวในวันธรรมดา มีการวางแผนในการเดินทางท่องเที่ยว ท่องเที่ยวกับครอบครัว นิยมใช้รถบัสนำเที่ยว รถไฟ และแท็กซี่ เลือกพักในโรงแรม ให้ความสำคัญกับอาหารและเครื่องดื่ม และอัยาศัยไมตรีของคนท้องถิ่น รับทราบข้อมูลท่องเที่ยวจากการบอกต่อและสื่อออนไลน์ กิจกรรมที่ดึงดูดให้มาท่องเที่ยว ได้แก่ การเยี่ยมชมวัด โบราณสถาน อาคารเก่าแก่ สถาปัตยกรรมยุคสมัยต่างๆ ชิมอาหารพื้นเมือง และชื่นชมธรรมชาติ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ได้แก่ การพัฒนากิจกรรมที่คงความเป็นเอกลักษณ์ล้านนาที่ไม่สามารถพบเจอได้จากสถานที่อื่น ให้ความสำคัญกับความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเกิดความประทับใจและสนุกสนานเพลิดเพลินกับประสบการณ์ใหม่ๆ

สิรินรา ชัยคำดี (2561) ศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการท่องเที่ยวที่ตรงใจผู้สูงอายุในยุค Aging Society มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการด้านรูปแบบในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ทั้งหญิงและชายที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่มีความชอบในการท่องเที่ยว มีความพร้อมและมีสุขภาพร่างกายแข็งแรงพอที่จะเดินทางท่องเที่ยวได้ ทั้งหมดรวม 17 คน และจากการค้นคว้าศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการในการท่องเที่ยวทั้งหมด 5 รูปแบบ คือ พบในรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ 3 รูปแบบ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบในรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม 1 รูปแบบ ได้แก่ การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท และพบในรูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ 1 รูปแบบ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงศาสนา ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบที่มีจำนวนความต้องการมากที่สุด รองลงมาคือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล ซึ่งมีจำนวนความต้องการเท่ากับการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท

ราณี อธิชัยกุล และชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ (2552) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทย 2) ศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป 3) ศึกษาวิเคราะห์แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5 ด้าน ได้แก่ ที่พัก การคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก

และสาธารณูปโภค 4) ศึกษาวิเคราะห์ความสามารถของประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 430 คน โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนได้เสียกับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากภาครัฐและเอกชน จำนวน 37 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานใช้ การทดสอบค่าที และวิธีการทดสอบค่าเอฟ และ LSD ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยในปี พ.ศ. 2549 และปี พ.ศ. 2550 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุ 2,119,675 คน และ 2,259,161 คน จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 3,821,802 คน และ 14,464,228 คน คิดเป็นสัดส่วนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเดินทางเข้ามายังประเทศไทยร้อยละ 15.3 และร้อยละ 15.6 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดตามลำดับ และมีอัตราการเติบโตจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 17.87 และร้อยละ 10.78 และพบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป ได้แก่ เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรกมากที่สุด ท่องเที่ยวเป็นระยะเวลา 15 วันขึ้นไป จัดเตรียมการเดินทางมาประเทศไทยด้วยตนเอง เดินทางร่วมกับสามีหรือภรรยา ท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ มากที่สุด รองลงมาคือ เชียงใหม่ และภูเก็ต เหตุผลในการมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยเนื่องมาจากความเป็นมิตร หรือมิตรไมตรีของคนไทยมากที่สุด รองลงมาคือ ธรรมชาติที่สวยงาม ความคุ้มค่าของราคาอาหารและเครื่องดื่ม แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ทำกิจกรรมการพักผ่อนหรือเที่ยวชมมากที่สุด พักในโรงแรมระดับ 4 ดาว ใช้รถยนต์ในการเดินทางท่องเที่ยว ได้ทราบข้อมูลที่ดึงดูดความสนใจให้เข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยจากเพื่อนสนิทหรือญาติมิตรมากที่สุด ใช้จ่ายเงินในการท่องเที่ยวต่อวันต่ำกว่า 100 เหรียญดอลลาร์สหรัฐอเมริกา นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยในเดือนมกราคม อยากจะกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีก โดยวางแผนที่จะกลับมาเที่ยวที่ประเทศไทยอีกในปีนี้อีกมากที่สุด และนอกจากประเทศไทยแล้ว กลุ่มตัวอย่างสนใจท่องเที่ยวประเทศเวียดนามมากที่สุด รองลงมาคือ มาเลเซีย และสิงคโปร์

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยภาพรวม ได้แก่ เพื่อพักผ่อนและคลายเครียด เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และเพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ ตามลำดับ ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวม ปัจจัยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ที่ตั้งของที่พัก และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวม ปัจจัยที่มีความพึงพอใจมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ที่ตั้งของที่พัก และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ตามลำดับ

ผลการวิจัยนำไปสู่นโยบายและมาตรการที่ภาครัฐและภาคเอกชนควรเร่งดำเนินการ ได้แก่ นโยบายส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง การส่งเสริมนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว การส่งเสริมนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ การรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว การพัฒนา

และปรับปรุงสภาพแวดล้อมเมืองท่องเที่ยวหลัก การปรับปรุงด้านการเดินทางเข้า-ออกและภายในประเทศ การส่งเสริมและสนับสนุนด้านที่พักและแหล่งท่องเที่ยว และการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ

รจิต ไชยเอื้อ (2559) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบไร้ความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบไร้ความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ 2) ปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวแบบไร้ความเร่งรีบในจังหวัดเชียงใหม่ 3) เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวแบบไร้ความเร่งรีบในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีเพศ สัญชาติ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน และ 4) เสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบไร้ความเร่งรีบของกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 400 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์ค่าสถิติทดสอบที (T-test) ค่าสถิติทดสอบเอฟ (F-test) ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำสุดเฉลี่ย 55 ปี และอายุสูงสุด คือ 72 ปี ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ซึ่งมีรายได้สูงกว่า 65,000 บาท ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ 2-3 ครั้ง ซึ่งใช้ระยะเวลาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ 1 สัปดาห์ มีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัวหรือญาติ โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ การมาท่องเที่ยวและพักผ่อน กิจกรรมส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติต้องการทำระหว่างมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ คือ การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และส่วนใหญ่พักในโรงแรม สำหรับค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวใช้ต่อครั้งระหว่างการท่องเที่ยวมากกว่า 9,000 บาท สำหรับช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวมาจากการชักชวนจากญาติหรือครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ ผลการศึกษาภาพรวมปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวแบบไร้ความเร่งรีบในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับมาก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยภายใน ได้แก่ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ และปัจจัยด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด สำหรับปัจจัยภายนอก ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ในระดับมากตามลำดับ

จากการศึกษาผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างภาพรวมปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เพศ สัญชาติ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันพบว่า การตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติจำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา

และอาชีพ โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติจำแนกตามสัญชาติ สถานภาพ และรายได้ โดยรวมไม่แตกต่างกัน สำหรับแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบไร้ความเร่งรีบของกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ให้ความสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบไร้ความเร่งรีบโดยจำแนกตามปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อ 2 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยภายใน ได้แก่ 1.1) ปัจจัยด้านแรงจูงใจ และ 1.2) ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต 2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ 2.1) ปัจจัยด้านสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว 2.2) ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว และ 2.3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

นพพร จันทร์นำชู และพรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์ (2560) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ มีวัตถุประสงค์การวิจัย 1) เพื่อศึกษาศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก 2) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก และ 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก โดยดำเนินการวิจัย 3 ขั้นตอน ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยการศึกษาเอกสารการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มจากผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 34 คน ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม จากผู้ให้ข้อมูลหลักของกลุ่มสี่สานตาลเมืองเพชรฯ จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 18 คน ขั้นตอนที่ 3 การเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยการจัดประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยมีผู้เข้าร่วมประชุม 30 คน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์ SWOT การวิเคราะห์เนื้อหา และการสรุปเชิงอุปนัย ผลการวิจัย พบว่า 1) ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยมีเงื่อนไขความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านการเรียนรู้ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก และด้านเครือข่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ประกอบด้วย ด้านขนาดของผลิตภัณฑ์ ด้านอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ด้านรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ และด้านบรรจุภัณฑ์ 3) แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย (1) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรจัดสิ่งอำนวยความสะดวก จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และพัฒนาบุคลากรในการให้บริการที่เน้นสุขภาพ ความปลอดภัย และส่งเสริมการเรียนรู้และประสบการณ์ที่ดี (2) ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนควรเรียนรู้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ชุมชน และมีมาตรฐานการผลิต รวมทั้งพัฒนาเครือข่ายทางการตลาด (3) หน่วยงานระดับปฏิบัติควรพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบสาธารณูปโภค บุคลากร และส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และ

สนับสนุนการตลาดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (4) หน่วยงานระดับนโยบายควรกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดการท่องเที่ยว เครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยว และมาตรฐานการบริการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

สามารถ จับโจร และคณะ (2563) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุภายใต้บริบทพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2) เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ และ 3) เพื่อเสนอแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ การวิจัยเป็นเป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้สูงอายุ จำนวน 400 คน เลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ ผลการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่ต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ระยะเวลาการท่องเที่ยวสั้นๆ เพียง 1 วัน ท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาล/นักชัตลักษ์ กับครอบครัว/ญาติ ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อยกว่า 1,000 บาท โดยผู้สูงอายุให้ความสำคัญด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุมากที่สุด เช่น ที่จอดรถ ทางเดิน ทางเท้า และห้องน้ำ ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุตามหลักการออกแบบเพื่อคนทั้งมวล ในจังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ จังหวัดละ 10 แห่ง พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวร้อยละ 50 ยังขาดหลักการออกแบบเพื่อคนทั้งมวล โดยเฉพาะสิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกอาคาร แนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุภายใต้บริบทพื้นที่ในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง คือ ควรมีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ทางเดินลาดชัน สถานที่จอดรถที่อยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยว การปรับปรุงทัศนียภาพ ความสะอาด ความปลอดภัย ป้ายบอกทาง สัญลักษณ์ และการจัดทำข้อมูลประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่างๆ นอกจากนี้ ควรวางแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้น การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมต่อกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในจังหวัดสามารถเชื่อมต่อกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เดินทางท่องเที่ยวได้ภายในหนึ่งวัน นอกจากนี้ ควรใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวมากขึ้น

ลัดณา ศรีอัมพรเอกกุล (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนากลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวระดับเมืองรองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบของกลยุทธ์และพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวระดับเมืองรองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุคุณภาพ โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ระหว่างวิธีวิทยาการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methodology) และวิธีวิทยาการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methodology) โดยการวิจัยอนาคตแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 17 คน ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 17 คน ในรอบที่ 1 แล้ว

ใช้แบบสอบถามกลับไปยังผู้ให้ข้อมูลหลักอีกครั้ง ในรอบที่ 2 เพื่อให้ทราบแนวโน้มองค์ประกอบของกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวระดับเมืองรองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุคุณภาพ แล้วนำมาวิเคราะห์ SWOT Analysis ด้วย TOWS matrix เพื่อให้ได้ร่างองค์ประกอบ จากนั้นนำเข้าสู่การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) จากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจำนวน 300 คน เพื่อเป็นการยืนยันองค์ประกอบในการนำไปสู่การจัดทำกลยุทธ์ โดยการจัดประชุมเชิงนโยบายกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวสำหรับจัดทำกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวระดับเมืองรองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุคุณภาพ ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบของกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวระดับเมืองรองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุคุณภาพ ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบหลัก 25 องค์ประกอบย่อย คือ 1) การรักษาอัตลักษณ์ล้านนา (Maintaining identity) 2) ปัจจัยพื้นฐานการท่องเที่ยว (Infrastructure) 3) การอำนวยความสะดวก (Management) 4) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activity) 5) การพึ่งพาเมืองท่องเที่ยวหลัก (Dependence on principle town) 6) การสร้างความผูกพันทางการท่องเที่ยว (Engagement) 7) มาตรฐาน (Standard) และ 8) ความยั่งยืน (Sustainability) โดยนำเสนอกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวระดับเมืองรองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุคุณภาพนี้ ภายใต้แนวคิดชื่อว่า “MADE MISS” หรือเที่ยวเมืองรองทำให้คิดถึง ที่ให้ความหมายว่าเมื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้มาท่องเที่ยวเมืองรองจะทำให้เกิดความคิดถึงเกิดความภักดี ซึ่งงานวิจัยนี้ช่วยให้ภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน ได้มีส่วนร่วมในการนำกลยุทธ์แต่ละด้านมาเป็นตัวขับเคลื่อนที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

Hsu et al. (2007) ศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุชาวจีนในแง่ของร่างกาย จิตใจ สังคม วัฒนธรรม และภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งการสร้างแรงจูงใจจะเป็นพื้นฐานสำคัญในการทำความเข้าใจปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ศึกษาแล้วเสนอรูปแบบของแรงจูงใจการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ พบว่ามีทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน ดังนี้ 1) สถานภาพภายนอก ได้แก่ ความก้าวหน้าทางสังคม การเงินส่วนบุคคล เวลา และสุขภาพ 2) ความต้องการภายใน ได้แก่ การปรับปรุงความเป็นอยู่ การพักผ่อน ความจำใจ การรวมกลุ่มทางสังคม การแสวงหาความรู้ ความภาคภูมิใจและความรักชาติ การให้รางวัลกับตัวเอง และการทวนรำลึกถึงอดีต งานวิจัยนี้ได้เสนอแนวคิดที่น่าสนใจไว้ 8 ประการ คือ 1) แรงจูงใจของผู้สูงอายุชาวจีนในการเดินทางพักผ่อนยามว่าง เติบโตไปพร้อมกับความก้าวหน้าทางสังคม และลักษณะของกลุ่มมีปัญหาคล้ายคลึงกันอย่างมีนัยสำคัญ 2) การสร้างแรงจูงใจของผู้สูงอายุชาวจีนในการเดินทางเพื่อพักผ่อนยามว่างจะอยู่ภายใต้เงื่อนไขทางการเงินส่วนบุคคล ซึ่งได้รับผลกระทบจากการสนับสนุนและความรับผิดชอบของครอบครัวของพวกเขา 3) การสร้างแรงจูงใจของผู้สูงอายุชาวจีนในการเดินทางเพื่อพักผ่อนยามว่าง จะขึ้นอยู่กับความพร้อมของเวลา ซึ่งได้รับผลกระทบจากการสนับสนุนและความรับผิดชอบของครอบครัวของพวกเขา 4) การสร้างแรงจูงใจของผู้สูงอายุชาวจีนในการเดินทางเพื่อพักผ่อนยามว่าง จะเป็นไปตามการรับรู้ของภาวะสุขภาพของพวกเขา และความพร้อมของการดูแลสุขภาพ 5) ผู้สูงอายุชาวจีนเดินทางเพื่อการปรับปรุงประสิทธิภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจ ความเป็นอยู่ที่ดีที่หลีกเลี่ยงหนีจากงานที่ทำเป็นประจำทุกวัน และต้องการพบปะสังสรรค์พร้อมด้วยบริการที่ดีย่อมตลอดชีวิต

อย่างต่อเนื่อง 6) ผู้สูงอายุชาวจีนเดินทางเพื่อไปเรียนรู้ พร้อมกับการแสวงหาบริการที่ดีเยี่ยมต่อชีวิตอย่างต่อเนื่อง และเพื่อสำรวจการเปลี่ยนแปลงของประเทศที่มีความภาคภูมิใจและความรักชาติ 7) ผู้สูงอายุชาวจีนเดินทางเพื่อเป็นรางวัลให้กับความทุกข์ยากที่เคยประสบมา 8) ผู้สูงอายุชาวจีนเดินทางเพื่อหวนรำลึกถึงอดีต นอกจากนี้ ยังมีการเสนอผลที่น่าสนใจ เกี่ยวกับเงื่อนไขปัจจัยภายนอก ได้แก่ การเติบโตทางสังคม มีส่วนทำให้ผู้สูงอายุได้มีโอกาสออกเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น เพราะมีการพัฒนาคุณภาพชีวิตขั้นพื้นฐานที่ดีขึ้น อย่างไรก็ตาม เงื่อนไขในเรื่องของเวลา เป็นตัวแปรสำคัญอย่างหนึ่งสำหรับผู้สูงอายุชาวจีน เพราะผู้สูงอายุชาวจีน มีภาระในการดูแลลูกหลาน ผู้สูงอายุยังคงเป็นห่วงลูก และยังช่วยรับภาระในการดูแลหลานอย่างต่อเนื่อง ผู้สูงอายุชาวจีนให้ความสำคัญกับการดูแลความเป็นอยู่ คุณภาพชีวิตของลูกหลาน ถ้าหากผู้สูงอายุต้องเลือกระหว่างการท่องเที่ยวกับการรับภาระดูแลลูกหลาน ก็จะเลือกดูแลลูกหลานก่อน ขณะที่เงื่อนไขเรื่องสุขภาพร่างกาย ถ้าหากผู้สูงอายุมีปัญหาเรื่องสุขภาพอาจจะส่งผลถึงการตัดสินใจและแรงจูงใจในการไปเที่ยว ส่วนเงื่อนไขที่เป็นแรงจูงใจปัจจัยภายในนั้น ผู้สูงอายุแต่ละคนอาจมีเป้าหมายสูงสุดด้านจิตใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้สูงอายุชาวจีนชอบไปเที่ยวในบรรยากาศที่สวยงาม แหล่งธรรมชาติ การไปเที่ยวของผู้สูงอายุยังเป็นการเรียนรู้ แสดงถึงความต่อเนื่องในการใช้ชีวิต ความเคารพในการดำเนินชีวิต และเพื่อค้นหาความเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับความภาคภูมิใจ ความรักชาติ การไปเที่ยวยังเป็นการให้รางวัลแก่ตนเองที่ผ่านการทำงานหนักมาตลอดชีวิต และยังเป็นการย้อนหวนรำลึกถึงอดีตที่มีทั้งสุขและทุกข์อีกด้วย

Alén et al. (2014) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวสเปน ตัวแปรที่ศึกษาประกอบด้วย ตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ วงจรชีวิต แรงจูงใจ และลักษณะการท่องเที่ยว พบว่า 1) ตัวแปรลักษณะประชากรศาสตร์ (Socio-Demographic Variables) อายุ และเพศ เป็นตัวแปรทางประชากรศาสตร์ 2) ตัวที่ใช้ในการศึกษาระยะเวลาในการเข้าพัก ณ จุดหมายปลายทาง โดยอายุมีความสัมพันธ์ทางบวกกับระยะเวลาในการเข้าพัก แม้ว่าปัญหาด้านสุขภาพจะมีความสัมพันธ์เชิงลบเมื่อถึงระดับหนึ่ง แต่ก็มีบางแนวคิดที่เชื่อว่าแนวโน้มระยะเวลาการเข้าพักนานของผู้สูงอายุขึ้นอยู่กับสถานการณ์การทำงานของแต่ละบุคคล นอกจากนี้ ตัวแปรเพศชายมีแนวโน้มใช้เวลาการท่องเที่ยวแต่ละทริปมากกว่าเพศหญิง 2) วงจรชีวิต (Life Cycle) อายุของคนในแต่ละประเทศอธิบายความแตกต่างของความต้องการและนิสัยการเดินทางที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐาน 2 ปัจจัยคือ เวลา และรายได้ เช่น ลักษณะโครงสร้างของครัวเรือน ลำดับที่ของพี่น้อง สถานการณ์ของตลาดแรงงาน 3) แรงจูงใจ (Motivation) การท่องเที่ยวมีพื้นฐานมาจากแรงจูงใจหลัก 2 ตัวคือ ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด แสดงให้เห็นว่าปัจจัยผลักดันส่งผลต่อความต้องการเดินทาง และปัจจัยดึงดูดจะเป็นตัวกำหนดเป้าหมายการเดินทาง 4) ลักษณะการท่องเที่ยว (Travel Characteristics) เป็นตัวสำคัญอย่างหนึ่งการกำหนดระยะเวลาการพัก ซึ่งประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ลักษณะและประเภทของทริป (ส่วนตัว/กลุ่ม) และกิจกรรมการท่องเที่ยว แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนั้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกเดินทางใน

วันหยุด ส่วนใหญ่มีจุดประสงค์เพื่อไปเยี่ยมญาติ/เพื่อน แต่มีบางส่วนที่เดินทางด้วยเหตุผลด้านสุขภาพและการทำงาน ลักษณะการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางไปยังสถานที่ทางประวัติศาสตร์และชื่นชมศิลปะ รองลงมาเป็นการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ส่วนที่น้อยที่สุดคือ การช้อปปิ้ง ลักษณะของการท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่มีแนวโน้มพักที่โรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก หรือพักกับครอบครัวและเพื่อน และยังมีแนวโน้มเดินทางด้วยตนเอง เพราะสามารถใช้เวลาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่

Chen & Shoemaker (2014) ศึกษา 1) การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวและคุณลักษณะทางจิตวิทยาของผู้สูงอายุว่ามีคุณลักษณะอย่างไร 2) กิจกรรมใดที่ผู้สูงอายุนิยมทำในปัจจุบัน และทำตลอดระยะเวลา 20 ปีที่ผ่านมา 3) ผู้สูงอายุในแต่ละช่วงวัยมีความแตกต่างกันอย่างไร ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุที่อยู่ในช่วงวัยเดียวกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย แรงจูงใจทัศนคติ การเลือกเป้าหมาย และกิจกรรม ไม่แตกต่างกันและไม่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยมีความชัดเจนมากขึ้นจากข้อมูลที่ได้จากผู้ที่อยู่ในช่วงวัยเดียวกัน เนื่องจากชุดของตัวแปรที่วิเคราะห์ได้ไม่มีความแตกต่างกัน ในส่วนของกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุที่อยู่ในช่วงวัยต่าง ๆ ก็มีลักษณะเช่นเดียวกัน นอกจากนี้จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ใน ค.ศ. 2006 นักท่องเที่ยว (อายุระหว่าง 55-60) มีความตื่นตัวมากกว่าผู้มีอายุน้อยกว่าใน ค.ศ. 1996 ถึงแม้ว่าปัจจัยแวดล้อมไม่แตกต่างกัน สามารถสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันเป็นสาเหตุทำให้เกิดการเข้าสู่แต่ละขั้นของช่วงวัยที่ช้าลง อย่างไรก็ตาม การเปรียบเทียบระหว่างผู้สูงอายุ 2 กลุ่ม พบว่า กลุ่มที่มีอายุน้อยกว่าให้ความสำคัญอย่างมากต่อปัจจัยด้านการเงิน และผลการศึกษาได้บ่งชี้ถึงความสัมพันธ์ระหว่างช่วงวัยกับการเข้าสู่ลำดับขั้นในวงจรชีวิต ส่วนผลการวิเคราะห์การจัดกลุ่มในช่วง 20 ปี เพื่อศึกษาแนวโน้มและรูปแบบของตลาดการท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่าในช่วง 10 ปี ตลาดผู้สูงอายุมีความมั่นคงมากขึ้นในกลุ่มเดียวกัน แต่เมื่อมองไปถึง 20 ปี พบว่าความสัมพันธ์กับคนในครอบครัวมีการเปลี่ยนแปลง กล่าวคือ กลุ่ม Silent นิยมไปเที่ยวกับครอบครัว ในขณะที่กลุ่ม Baby Boomer นิยมท่องเที่ยวตามความต้องการของตนเองเป็นหลัก

Chen et al. (2015) ศึกษาอิทธิพลของการให้บริการที่คาดหวังต่อความสุขในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุชาวไต้หวันบนพื้นฐานความพึงพอใจของลูกค้า สิ่งที่ผู้วิจัยสนใจนำมาศึกษาเพื่อตอบคำถามการวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของการให้บริการที่คาดหวังต่อความสุขในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุบนพื้นฐานความพึงพอใจของลูกค้านี้ ได้ตั้งคำถามการวิจัยว่า ความคาดหวังจากบริการที่ได้รับของลูกค้าสูงอายุ จากความสุขในการท่องเที่ยวมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าหรือไม่ และมีอิทธิพลทางตรงหรือทางอ้อมแนวคิดเกี่ยวกับความสุข ประกอบด้วย ความสุขทางกาย ทางจิตใจ ทางจิตวิญญาณ และสภาพแวดล้อมที่อาศัยอยู่ เกี่ยวข้องกับปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความสุขได้คือ การที่คนเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมและการสร้างบรรยากาศ พบว่า สปาเป็นกิจกรรมหนึ่งที่ช่วยเสริมสร้างให้คนมีความสุขในทุกองค์ประกอบ ทำให้มีการเปลี่ยนแนวคิดจากการให้บริการแบบดั้งเดิมเป็นสปาเพื่อสุขภาพและโรงแรมสปา ซึ่งเป็นที่นิยมกันมากขึ้นในไต้หวัน แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการตามความคาดหวัง เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการต้องตระหนักถึง

เพื่อดำเนินการจัดการและให้บริการได้ตามที่ลูกค้าต้องการและคาดหวัง ท่ามกลางสถานการณ์การเผชิญหน้ากันระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ที่เป็นการแสดงถึงความสัมพันธ์ในการใช้บริการ อันเป็นหัวใจหลักของตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในด้านการควบคุมคุณภาพ ระบบการส่งมอบการบริการ และความพึงพอใจของลูกค้า แนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์ที่สั่งสมเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้า จากการสร้างความเข้าใจในโครงสร้างระหว่างการเรียนรู้ ความรู้ และประสบการณ์ที่มีผลต่อการเลือกตัวแบบที่คาดหวัง รวมถึงการแสดงพฤติกรรมภายใต้อิทธิพลของประสบการณ์และความเชื่อส่วนบุคคล นำไปสู่การสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมของทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ สมรรถนะองค์การของโรงแรมสปา เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงรูปแบบการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบองค์การและคุณลักษณะของพนักงาน ซึ่งเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการตามความคาดหวังของลูกค้าผู้สูงอายุ เพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจจากการได้รับบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเที่ยงตรงและรวดเร็ว ดังนั้น การจัดการองค์การ และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่น่าสนใจในการวิจัยครั้งนี้ ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังต่อการบริการของผู้สูงอายุเพื่อการท่องเที่ยวแบบมีความสุข มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความพึงพอใจ และตัวแปรกลางที่มีอิทธิพลคือ รูปแบบขององค์การและคุณลักษณะของพนักงาน นอกจากนี้ ความคาดหวังต่อการบริการยังมีอิทธิพลมาจากประสบการณ์ที่สะสม ซึ่งเป็นตัวชี้วัดสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคสูงอายุคาดหวังว่าจะได้รับระหว่างมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการตามความถี่ในการได้รับข้อมูลข่าวสารและความประทับใจจากการได้รับบริการในครั้งก่อน ๆ ข้อเสนอแนะจากการวิจัยนี้คือ ธุรกิจโรงแรมและสปา ควรให้ความสนใจกับการสร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลายและสบายให้กับลูกค้า

Alén et al. (2016) ศึกษาถึงความถี่ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศสเปน ผู้วิจัยพบว่า อุปสรรคที่ขัดขวางไม่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหรือเดินทางท่องเที่ยวมี 3 ประการคือ อุปสรรคด้านโครงสร้าง อุปสรรคความสัมพันธ์ในตัวบุคคล และอุปสรรคความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Barrier) ซึ่งเป็นผลมาจากการปฏิสัมพันธ์ รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับความยากลำบากในการหาเพื่อนผู้วิจัย ในฐานะที่มีส่วนร่วมในการวิจัยประเด็นการเดินทางไปพักผ่อนของผู้สูงอายุ ได้ศึกษาตัวแปรที่เป็นปัญหาและอุปสรรคสำหรับการพักผ่อนของผู้สูงอายุไว้หลายตัว ได้แก่ ทรัพยากรภายนอก (ขาดข้อมูลการวางแผน, การวางแผนมากเกินไป, การขาดงบประมาณ, ไม่ทราบวิธีการเดินทาง) ปัจจัยด้านเวลา (ต้องการทำงาน, เวลาว่างน้อย, ภาระมากเกินไป) และลักษณะทางกายภาพ (ปัญหาด้านสุขภาพ, สภาพภูมิอากาศ และอายุมากเกินไป) ผลการวิจัยพบว่า อายุเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวคือ 67.2 ปี ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวหญิงร้อยละ 56.7 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เกษียณอายุแล้วคิดเป็นร้อยละ 63.10 ยังทำงานอยู่ร้อยละ 21.80 จำนวนสมาชิกในครอบครัว มีค่าเฉลี่ย 2.2 คน ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้สภาวะสุขภาพของตนเอง มีค่าเฉลี่ย 4.14 รับรู้เวลาของตนเอง มีค่าเฉลี่ย 3.87 และรับรู้สถานะของตนเอง มีค่าเฉลี่ย 3.04 ผลการวิจัยยังระบุถึงตัวแปรด้านเพศ การรับรู้ตัวเอง สถานะทางเศรษฐกิจ และการรับรู้เวลา สามารถกำหนดความถี่ในการ

ท่องเที่ยวของผู้สูงอายุชาวสเปน ตัวแปรที่กำหนดการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุไม่มีอิทธิพลต่อความถี่ในการท่องเที่ยว ผู้หญิงมีความถี่ในการท่องเที่ยวสูงกว่าผู้ชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สถานะการจ้างงานของแต่ละบุคคลไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความถี่ในการท่องเที่ยว และสุขภาพของผู้สูงอายุเป็นข้อจำกัดที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

2.6.2 งานวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

จิรวรรณ ดีประเสริฐ และจิรวุฒิ หลอมประโคน (2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีรูปแบบการดำเนินชีวิต AIOs มาใช้ในการแบ่งส่วนตลาด โดยงานวิจัยดังกล่าวเป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้แบบสอบถามเพื่อหารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ และวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เพื่อหาพฤติกรรมการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยของผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไป ในการวิเคราะห์ใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ และใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ในการหารูปแบบการดำเนินชีวิต และสามารถจัดกลุ่มออกมาได้ 7 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มบันเทิง เรียงร้อย กลุ่มเฮฮานอกบ้าน กลุ่มชีวิตลิขิตเอง กลุ่มรักสันโดษสนใจการพยากรณ์โชคชะตา กลุ่มแอบแบ้ว สนใจธรรมะและการทำบุญ กลุ่มมั่นใจแรงเกินร้อย และกลุ่มพัฒนาชุมชนและวัฒนธรรม ซึ่งแต่ละกลุ่มมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน ส่วนพฤติกรรมการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยของคนเหล่านี้ มีลักษณะดังนี้คือ มีพฤติกรรมการซื้อที่คล้ายคลึงกัน โดยจะคำนึงถึงประโยชน์การใช้งาน (Function Benefit) ซื้อสินค้าที่ละน้อยๆ และจะซื้อให้คนอื่น เช่น บุตรหลานมากกว่าซื้อให้ตนเองใช้

พัชฐญาณ์ แซ่โจ้ว และคณะ (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์องค์ประกอบของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค Generation Y ในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยด้วยโมเดล AIO โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค Generation Y วิเคราะห์องค์ประกอบของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค Generation Y ในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย เก็บข้อมูลตัวอย่างจากผู้บริโภค Generation Y ในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยที่เกิดในปี พ.ศ. 2524-2543 จำนวน 400 คน ด้วยแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.96 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-25 ปี รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,001 บาท จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อยู่ในวัยหนุ่มสาว สถานภาพโสด/ยังไม่ได้แต่งงาน เป็นพนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชน อาศัยอยู่ในจังหวัด นครศรีธรรมราช อาศัยอยู่กับครอบครัวต้น (พ่อแม่) และไม่มีรถถือครองบัตรเครดิต ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของรูปแบบการดำรงชีวิตตาม AIO Model พบว่า สามารถจัดกลุ่มกิจกรรมได้ทั้งหมด 8 กลุ่ม คือ กลุ่มรักความบันเทิง กลุ่มกิจกรรมการบริโภคและการท่องเที่ยวนิยมธรรมชาติ กลุ่มพัฒนาตนเองและสังคม กลุ่มการทำงานและกิจกรรมสังคม กลุ่มมุ่งการเรียนรู้ กลุ่มงานอดิเรกและการใช้เวลาว่าง กลุ่มการทำงานและกิจกรรมสังคม กลุ่มมุ่งการเรียนรู้ กลุ่มงานอดิเรกและการใช้เวลาว่าง กลุ่มรักสุขภาพและกลุ่มเน้นความสงบและผ่อนคลาย ซึ่งมีร้อยละสะสมของความแปรปรวน 66.57 ความสนใจทั้งหมด 8 กลุ่ม คือ กลุ่มแฟชั่นและค่านิยม กลุ่มรักการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม กลุ่มรักครอบครัว กลุ่มแสวงหาความตื่นเต้นท้าทาย และ

การเรียนรู้ กลุ่มรักเทคโนโลยี กลุ่มพัฒนาตนเองเพื่ออนาคต กลุ่มให้ความสำคัญกับตนเอง และกลุ่มแต่งกายเน้นสบาย ซึ่งมีร้อยละสะสมของความแปรปรวน 63.83 ความคิดเห็นได้ทั้งสิ้น 7 กลุ่ม คือ กลุ่มนักวิเคราะห์ กลุ่มนักวางแผนและรอบรู้วัฒนธรรม กลุ่มรอบรู้ด้านการเมืองและเศรษฐกิจ กลุ่มมองโลกบนความเป็นจริง กลุ่มมุ่งเน้นสินค้าที่มีคุณภาพ กลุ่มนักธุรกิจมุ่งแข่งขัน และกลุ่มรักประชาธิปไตย ซึ่งมีร้อยละสะสมของความแปรปรวน 60.02

รักริดา สิริ (2561) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยวรูปแบบการดำรงชีวิตและการรับรู้ถึงคุณค่าร้านกาแฟของแต่ละส่วนตลาด : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาตินานาชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการศึกษาแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยวชาตินานาชาติด้วยรูปแบบการดำรงชีวิต รวมถึงศึกษาการรับรู้คุณค่าองค์ประกอบของร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพ ที่อยู่อาศัย อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา และอายุ 2) รูปแบบการดำเนินชีวิต โดยการใช้คำถามการวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของ AIO ที่ประยุกต์มาจากการศึกษาของ Kucukusta & Denizci Guillet (2016) ซึ่งประกอบด้วยรูปแบบการดำเนินชีวิต 23 ข้อ ได้แก่ เวลาว่าง การเปลี่ยนแปลง การท่องเที่ยว กีฬา สุขภาพ การตระหนักในสิ่งแวดล้อม ครอบครัว การเรียนรู้ วัฒนธรรม งาน เพื่อน ความสนุกสนาน ความหรูหรา คุณภาพ ดนตรี ความคุ้มค่าเงิน การบอกต่อ ผลกระทบทางสังคม กิจกรรมผจญภัย ศิลปะ สุขภาพ ชีวิตสังคม และชุมชน 3) เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าองค์ประกอบของร้านกาแฟ โดยประยุกต์คำถามจากการศึกษาของ Yu & Fang (2009) ได้แก่ คุณภาพกาแฟ ความหลากหลายของอาหาร ของหวาน และเครื่องดื่ม บรรยากาศของร้านกาแฟ การบริการของพนักงาน ใบรับรอง/รางวัลของบาร์ิสต้า ภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของร้านกาแฟ ความคุ้มค่าเงิน 4) เป็นคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น เช่น ชอบ/ไม่ชอบอะไร ต้องการให้ร้านกาแฟพัฒนาหรือปรับปรุงสิ่งใด เป็นต้น การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการแบบบังเอิญในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ทั้งเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบและการวิเคราะห์การจัดกลุ่ม ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักดื่มกาแฟ มีรูปแบบการดำรงชีวิต 5 แบบ ในแต่ละแบบมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับสิ่งที่แตกต่างกันในการดำรงชีวิต ได้แก่ ครอบครัว สังคม คุณภาพชีวิต การผจญภัย และการใช้จ่าย นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันในด้านรูปแบบการดำรงชีวิตรับรู้ถึงคุณค่าขององค์ประกอบร้านกาแฟแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยภาพรวมแล้วนักท่องเที่ยวทุกรูปแบบการดำรงชีวิตรับรู้ถึงคุณค่าขององค์ประกอบของร้านกาแฟด้านการบริการและบรรยากาศของร้านกาแฟสูงที่สุด การศึกษานี้ได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาร้านกาแฟและเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน

ภัทรา เรื่องสวัสดิ์ (2553) ศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานใน

กรุงเทพมหานคร โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมทางสถิติ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 25-30 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้ส่วนตัวมากกว่า 45,000 บาทขึ้นไป จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นสมาชิกเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก มีการเข้าใช้บริการในช่วงเวลา 18.01-22.00 น. มีความถี่ในการเข้าใช้ 7 วัน/สัปดาห์ ใช้เวลาในการเข้าเว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละครั้ง โดยเฉลี่ย 90 นาที เปิดเข้าใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์จากที่บ้าน/หอพัก โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์มากที่สุด กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างทำเป็นประจำมากที่สุด 3 อันดับแรกเมื่อเข้าใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ สนทนากับเพื่อน Chat อัพเดทสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ และหาข้อมูล/แลกเปลี่ยนข้อมูล สำหรับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ตามแนวทางการศึกษาของบริษัท Roper Starch Worldwide ได้แบ่งรูปแบบการดำเนินชีวิตออกเป็น 6 แบบ ได้แก่ กลุ่มฐานะดีมีรสนิยม (Creative) กลุ่มชอบแสวงหาความสนุกสนาน (Full Seekers) กลุ่มรักครอบครัว (Intimate) กลุ่มนักต่อสู้ดิ้นรน (Strivers) กลุ่มคนหัวเก่า (Devouts) และกลุ่มคนที่อุทิศตนเพื่อสังคม (Altruists) พบว่าคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกลุ่มรักครอบครัว (Intimate) ซึ่งหมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในครอบครัว อาทิ กลุ่มตัวอย่างมีกิจกรรม ความสนใจ และความเห็นด้วยต่อการให้ความสำคัญกับสถาบันครอบครัว การใช้เวลาร่วมกับครอบครัว เป็นต้น ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คนวัยทำงานที่มีอาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีช่วงเวลาในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน รูปแบบการดำเนินชีวิตทั้ง 6 รูปแบบ ซึ่งได้แก่ กลุ่มฐานะดีมีรสนิยม (Creative) กลุ่มชอบแสวงหาความสนุกสนาน (Full Seekers) กลุ่มรักครอบครัว (Intimate) กลุ่มนักต่อสู้ดิ้นรน (Strivers) กลุ่มคนหัวเก่า (Devouts) และกลุ่มคนที่อุทิศตนเพื่อสังคม (Altruists) ไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกลุ่มชอบแสวงหาความสนุกสนาน (Full Seekers) มีความสัมพันธ์กับความถี่ (วัน/สัปดาห์) ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ และรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกลุ่มรักครอบครัว (Intimate) มีความสัมพันธ์กับระยะเวลา (นาที) ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

ชลวิภา อางองค์ (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต และการรับรู้ในตราสินค้าที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อไอโฟนของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่กับการตั้งใจซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อไอโฟน และเพื่อศึกษาการรับรู้ในตราสินค้าของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่กับการตั้งใจซื้อสมาร์ทโฟนยี่ห้อไอโฟน ในการศึกษาครั้งนี้มีตัวแปรอิสระทั้งหมด 2 กลุ่ม คือ 1) รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) แบ่งเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น (AIOs) และ 2) อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง (Reference Group Influence) แบ่งเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ อิทธิพลด้านข้อมูล อิทธิพลด้านประโยชน์ใช้สอย และอิทธิพลด้าน

ค่านิยม ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตในประเด็นกิจกรรม เป็นอันดับแรก รองลงมาคือความคิดเห็น และความสนใจ ตามลำดับ ส่วนการรับรู้ในตราสินค้าของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีการรับรู้สูงสุดในจิตใจเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การรับรู้ที่มีตัวช่วย และอันดับสุดท้าย คือ การรับรู้ที่ไม่มีตัวช่วย เมื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อไอโฟน และยังพบว่า การรับรู้สูงสุดในจิตใจ การรับรู้ที่มีตัวช่วย และการรับรู้ที่ไม่มีตัวช่วย มีผลต่อการตั้งใจซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อไอโฟน

ภัทรา สุขะสุนันท์ (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ประชากรที่ศึกษาคือ ผู้สูงอายุทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่สามารถช่วยเหลือตนเองได้และไม่นอนติดเตียง เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม 0.936 ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ ผลการศึกษาสามารถจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตได้ 7 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่ 1 กลุ่มรักครอบครัว และมีศีลธรรม กลุ่มที่ 2 กลุ่มมั่นใจในตัวเองและสนใจเรื่องรอบตัว กลุ่มที่ 3 กลุ่มอนุรักษ์และพัฒนา กลุ่มที่ 4 กลุ่มนักกิจกรรมที่เอาใจใส่ตัวเอง กลุ่มที่ 5 กลุ่มกระตือรือร้นรอบรู้สู่ความสำเร็จ กลุ่มที่ 6 กลุ่มดูแลตัวเองและสิ่งแวดล้อม และกลุ่มที่ 7 กลุ่มงานอดิเรกและรักประชาธิปไตย

ชุลีพร ธาณิรัตน์ (2556) ศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดย้อนยุคของนักท่องเที่ยวชาวไทย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดย้อนยุคของนักท่องเที่ยวชาวไทย 2) ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวตลาดย้อนยุคของนักท่องเที่ยวชาวไทย 3) ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดย้อนยุคของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ 4) ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดย้อนยุค กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาและตลาดน้ำขวัญเรียม อายุ 20-45 ปี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยใช้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต และใช้สถิติวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ผลการวิจัย พบว่า 1) รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวตลาดย้อนยุคแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกายใจเป็นสุข รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบภูมิใจไทยฝึกฝัฒธรรมะ และรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบไอทีพาเพลิน นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต และเหตุผลที่เดินทางไปท่องเที่ยวนั้นเพื่อต้องการพักผ่อน 2) รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกายใจเป็นสุข รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบภูมิใจไทยฝึกฝัฒธรรมะ และรูปแบบ

การดำเนินชีวิตแบบไอทีพาเพลิน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวตลาดย้อนยุค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 3) รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบภูมิใจไทยฝักใฝ่ธรรมชาติ และรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบไอทีพาเพลิน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดย้อนยุคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 4) การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวตลาดย้อนยุคจากสื่อมวลชนและสื่อใหม่ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดย้อนยุคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จิรวุฒิ หลอมประโคน และเอกภพ มณีนาถ (2550) ได้ศึกษาแบบการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร เฉพาะกรณีผู้สูงอายุที่มีงานทำ โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้สูงอายุที่มีภูมิลำเนาหรือพักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และต้องเป็นผู้สูงอายุที่ยังทำงานอยู่เท่านั้น ใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยใช้การแบ่งชั้นทางสังคมเป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกประชากรเข้ากลุ่มตัวอย่าง สามารถแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ ชนชั้นสูง ชนชั้นส่วนกลาง และชนชั้นกลาง เมื่อทำการแบ่งกลุ่มแล้วจะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน โดยแบ่งตามอายุ อาชีพ สถานภาพ และสภาพครอบครัว และใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับประเด็นคำถามที่ใช้ ได้นำทฤษฎีการจัดพวก AIO เพื่อการศึกษาแบบการดำรงชีวิต มาใช้เป็นเกณฑ์ในการกำหนดคำถาม ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ในการวิจัยครั้งนี้จะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลแบบพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยนำเสนอข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 60-65 ปี ประกอบอาชีพที่หลากหลาย และส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส อาศัยอยู่กับครอบครัว การแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุ โดยใช้แนวคิด AIO (AIO Categories of Lifestyle Studies) เป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุ โดยดูจากกิจกรรม ซึ่งหมายถึงปฏิกริยาที่ผู้สูงอายุแสดงออก เช่น ดูโทรทัศน์ การใช้จ่ายของในร้านค้าหรือการบอกกล่าวให้เพื่อนฟังเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ที่ทำ และดูจากความสนใจของผู้สูงอายุซึ่งเป็นความสนใจในเรื่องราว เหตุการณ์หรือวัตถุ โดยมีระดับของความตื่นตัวที่เกิดขึ้นเมื่อได้ตั้งใจติดต่อกันหรือมีความตั้งใจเป็นพิเศษ และสุดท้ายคือความคิดเห็นของผู้สูงอายุที่มีต่อเหตุการณ์หรือเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งอยู่ในรูปของคำพูดหรือคำตอบที่ผู้สูงอายุแสดงความคิดเห็นต่อสถานการณ์ที่กระตุ้นเร้าที่ถูกถามคำถาม โดยผู้วิจัยได้เลือกมาเฉพาะเรื่องให้ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุด กล่าวคือ มีจำนวนผู้ตอบในหัวข้อดังกล่าวมากที่สุดเพื่อจัดแบ่งกลุ่ม ดังนั้น จากการแบ่งกลุ่มตามแนวคิดการจัดพวก AIO สามารถแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุออกเป็น 11 กลุ่ม ดังนี้ 1) กลุ่มฝักใฝ่ในธรรมชาติ 2) ครอบครัวแสนสุข 3) พ่อแม่ตัวอย่าง 4) กีฬาคือยาวิเศษ 5) นักบริโภคนิสัยดีเพื่อสุขภาพ 6) ตะลอนทัวร์ 7) สาวสองพันปี 8) นักช้อปปิ้งอาชีพ 9) ผู้บริโภคช่างเลือก และ 10) คอการเมือง

เลิศหญิง หิรัญโร (2545) ศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแบบการดำเนินชีวิต 2) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และ 3) พฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร สามารถแบ่งได้เป็น 8

รูปแบบ คือ กลุ่มอนุรักษ์นิยม กลุ่มชอบกิจกรรม กลุ่มหัวก้าวหน้า นักทำทนาย กลุ่มมีความสุขในชีวิต กลุ่มห่วงใยดูแล กลุ่มยึดถือศาสนา กลุ่มพ่อบ้านแม่เรือน และกลุ่มมองโลกในแง่ร้าย 2) ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อโทรทัศน์สูงกว่าสื่ออื่นๆ 3) ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการโดยรวมค่อนข้างต่ำ 4) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มชอบกิจกรรม กลุ่มหัวก้าวหน้า นักทำทนาย กลุ่มมีความสุขในชีวิต และกลุ่มห่วงใยดูแล 5) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ กลุ่มอนุรักษ์นิยม กลุ่มชอบกิจกรรม กลุ่มหัวก้าวหน้า นักทำทนาย กลุ่มมีความสุขในชีวิต กลุ่มห่วงใยดูแล และกลุ่มมองโลกในแง่ร้าย 6) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เกษรา เกิดมงคล (2546) ศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ ท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงาน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนวัยทำงาน 2) พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว 3) พฤติกรรมการท่องเที่ยว และ 4) ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงาน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของคนวัยทำงาน อายุ 20-45 ปี จำนวน 420 คน ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า 1) รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนวัยทำงาน แบ่งออกเป็น 9 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มรักการแข่งขัน กลุ่มคนรุ่นใหม่ กลุ่มอนุรักษ์นิยม กลุ่มก้าวหน้าโลก กลุ่มผู้นำยุคใหม่ กลุ่มรักครอบครัว กลุ่มตามใจตัวเอง กลุ่มตามกระแส และกลุ่มเป็นตัวของตัวเอง 2) คนวัยทำงานที่มีความแตกต่างด้านเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ มีการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวต่างกัน ส่วนคนวัยทำงานที่มีความแตกต่างด้านอายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนรุ่นใหม่ อนุรักษ์นิยม ก้าวหน้าโลก รักครอบครัว และตามกระแส มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว 4) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนรุ่นใหม่ อนุรักษ์นิยม ก้าวหน้าโลก ผู้นำยุคใหม่ และตามกระแส มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว 5) พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว และรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนวัยทำงาน นอกจากนี้ ยังพบว่า การวิเคราะห์โดยใช้ตัวแปรร่วมกัน 3 ตัว คือ การแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ลักษณะทางจิตวิทยา และลักษณะทางประชากร สามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้ดีกว่าการวิเคราะห์โดยใช้เพียง 2 ตัวแปร คือ การแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว และลักษณะทางจิตวิทยา

เยาวภา จันทรพวง (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในประเทศไทย งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษา ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ 2) เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ประเภทวิตามินของผู้สูงอายุ 3) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน ตามระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ และ 4) เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน ทำวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 50-70 ปี ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์การจัดกลุ่ม (Cluster Analysis) โดยนำรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่างมาจัดกลุ่มแบบไม่เป็นขั้นตอน (K-Means Cluster Analysis) โดยใช้การคำนวณหาระยะห่างด้วยวิธี Euclidean Distance ผลการศึกษา พบว่า 1) ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุสามารถแบ่งได้ 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้า กลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย และกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม 2) ผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการเลือกร้านค้ามากที่สุด รองลงมาคือ การเลือกตราสินค้า และการเลือกสินค้า ตามลำดับ 3) ผู้สูงอายุมีรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกันตามระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้สูงอายุที่มีการศึกษาและรายได้แตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 4) ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่แตกต่างกันให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Cleaver et al. (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 ชอบแสดงความคิดเห็น ให้ความสนใจกับสิ่งแวดล้อม 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 ให้ความสำคัญ กับชีวิตครอบครัว และบ้าน ไม่มีความทะเยอทะยาน เป็นพวกอนุรักษ์นิยม นอกจากนี้ จากการศึกษายังได้แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุตามรูปแบบการดำเนินชีวิต แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และลักษณะส่วนบุคคลออกเป็น 6 กลุ่ม คือ กลุ่ม Self-betterment เป็นกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาประสบการณ์ และความท้าทายให้กับชีวิต กลุ่ม Thrill seeking เป็นกลุ่มที่แสวงหาความตื่นเต้น ต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างเต็มที่เพื่อบอกล่า เรื่องราวการผจญภัยและการท่องเที่ยวให้ลูกหลานฟัง กลุ่ม Discovery เป็นกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเก็บเกี่ยวความรู้ และประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับชีวิต กลุ่ม Status seeking เป็นกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสถานะทางสังคมของตนเอง กลุ่ม Reminiscence เป็นกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปเยี่ยมเยือน เพื่อนและญาติ เพื่อใช้เวลาในการสร้างความทรงจำที่ดี และมองหากิจกรรมเพื่อความบันเทิง และกลุ่ม Escapism เป็นกลุ่มที่หลีกเลี่ยงจากสิ่งต่างๆ เพื่อต้องการเวลาในการพักผ่อนอย่างแท้จริง

Udo-Imeh (2015) ทำการศึกษาเรื่อง Influence of Lifestyle on the Buying Behavior of Undergraduate Students in Universities in Cross River State, Nigeria การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อประเมินความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการซื้อสินค้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัย Universities in Cross River State ประเทศไนจีเรีย โดยนักศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยในไนจีเรียเป็นกลุ่มตลาดที่สำคัญและกำลังเติบโตในการบริโภคสินค้าและบริการ ซึ่งการศึกษานี้ให้ความสำคัญกับการสำรวจลักษณะทางประชากรศาสตร์ และวัฒนธรรม ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญในการอธิบายและทำนายพฤติกรรมผู้บริโภค เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 323 คน ทั้งนี้ รูปแบบการดำเนินชีวิตถูกวัดจาก กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น (AIO) จากการศึกษาพบว่า รูปแบบการใช้ชีวิตมีอิทธิพลต่อการพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยด้านความสนใจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคมากที่สุด และลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคน้อยที่สุด ดังนั้น นักการตลาดควรให้ความสนใจในรูปแบบการดำเนินชีวิตเพื่อนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และการออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด

Chen et al. (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 และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวและการพักผ่อน นอกจากนี้ ยังพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุ วงจรชีวิตครอบครัว การศึกษา และรายได้ มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตในวันหยุด ดังนั้นการศึกษานักท่องเที่ยวพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยใช้รูปแบบการดำเนินชีวิตจะเป็น

เครื่องมือที่ทำให้เข้าใจลักษณะของนักท่องเที่ยว และสามารถพัฒนากลยุทธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้

Suryadi & Subroto (2019) ศึกษาวิจัยเรื่อง Analysis of Lifestyle Factors That Influence Individuals Following Community การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้ Factor Analysis ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อศึกษาปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อลักษณะส่วนบุคคลของชุมชน โดยการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตให้ความสำคัญกับกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น หรือ AIO ผลการวิเคราะห์ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต พบว่า ปัจจัยด้านกิจกรรมที่มีอิทธิพลต่อลักษณะส่วนบุคคลมากที่สุดคือ กิจกรรมวันหยุด และงานอดิเรก ส่วนปัจจัยด้านความสนใจที่มีอิทธิพลต่อลักษณะส่วนบุคคลมากที่สุดคือ อาหาร งาน และครอบครัว และปัจจัยด้านความคิดเห็นที่มีอิทธิพลต่อลักษณะส่วนบุคคลมากที่สุดคือ ความคิดเห็นด้านการเมือง ความคิดเห็นต่อตนเอง และผลิตภัณฑ์

Raj & K (2015) ศึกษาวิจัยเรื่อง Psychographic Profiling of Indian Young Adult Consumers of Smartphone - VALS Approach โดยการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความแตกต่างและความคล้ายคลึงกันของผู้ใช้สมาร์ทโฟน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนกลาง ชาวอินเดียที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ซึ่งการศึกษานี้ได้แบ่งกลุ่มผู้บริโภคออกเป็น 8 กลุ่ม ตามแบบจำลอง Values and Lifestyle (VALS) ได้แก่ 1) Strivers 2) Thinkers 3) Experiencers 4) Believers 5) Makers 6) Innovators 7) Early Adopters และ 8) Early Innovators ผลการวิจัยพบว่าการรับรู้ตราสินค้าของผู้บริโภคจะแตกต่างกันไปตามรูปแบบการดำเนินชีวิตซึ่งเป็นโอกาสที่ดีในการพัฒนาสมาร์ตโฟนให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

2.6.3 งานวิจัยเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2561) ได้ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายตามลักษณะทางจิตวิทยา รวมทั้งอธิบายลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม และ 2) ศึกษารูปแบบพฤติกรรม ปัจจัยด้านจิตวิทยา และความต้องการเชิงลึก (Insight) ด้านการเดินทางท่องเที่ยว รวมทั้งสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม การศึกษานี้เป็นการศึกษาทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ 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 ส่วนกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาเชิงคุณภาพ จำนวนทั้งสิ้น 504 ตัวอย่าง โดยในแต่ละภูมิภาคจัดกลุ่มสนทนาจำนวน 2 จังหวัด (ยกเว้นกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่จัดเพียงจังหวัดเดียว คือ กรุงเทพฯ) ในแต่ละจังหวัด จัดกลุ่มสนทนา จำนวน 7 กลุ่ม โดยจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย (ยกเว้น กรุงเทพฯ และปริมณฑลที่จัดกลุ่มสนทนา จำนวน 14 กลุ่ม) โดยในแต่ละกลุ่มมีจำนวนผู้เข้าร่วม จำนวน

6 คน ผลการศึกษาของกลุ่ม กลุ่ม Silver Age พบว่า ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 55-70 ปี รายได้ ส่วนตัวระหว่าง 45,000-74,999 บาท/เดือน มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 3.8 วัน และมีผู้ ร่วมเดินทางด้วยประมาณ 4 คน ใช้เวลาในการจองที่พักล่วงหน้าประมาณ 16 วัน ให้ความสนใจกับการ เรียนรู้ประวัติ/เรื่องราวของชุมชน (เช่น ความเป็นอยู่/วิถีชีวิตศิลปวัฒนธรรม หรือกิจกรรมในท้องถิ่น เป็นต้น) งบประมาณท่องเที่ยวต่อคนต่อวันเท่ากับ 1,912.86 บาท และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือก จุดหมายปลายทาง คือ ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารพื้นเมือง/อาหารท้องถิ่น และมีวัด/เกจิอาจารย์/ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ให้กราบไหว้ นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ยังพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เดินทางบ่อยที่สุดในเดือนมกราคม โดยนิยมเดินทางไปเที่ยวภาคเหนือมากที่สุด นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังนิยม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ปลูกป่า ชมวิวทิวทัศน์ตามธรรมชาติ และเที่ยวชมศาสนสถาน เพื่อสักการะ สิ่งศักดิ์สิทธิ์มากกว่าการถ่ายรูป และให้ความสำคัญกับคำแนะนำใน Social Media น้อยกว่านักท่องเที่ยว กลุ่มอื่น โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการได้รู้จักตัวเองมากขึ้น และต้องการผ่อนคลาย ความเครียด

2.6.4 งานวิจัยเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

สุนันทา เชื้อชาติ และศรีธญา บุนนาค (2553) ศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการใช้ชีวิต ปัญหา ด้านสังคม สุขภาพ การเงิน และการจัดที่อยู่อาศัยให้ผู้สูงอายุในภาคใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการ ใช้ชีวิต กิจวัตรประจำวันของผู้สูงอายุ ปัญหาด้านสังคม สุขภาพ การเงิน และการจัดที่อยู่อาศัยให้ผู้สูงอายุ กลุ่มตัวอย่างคือผู้สูงอายุในภาคใต้ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน จำนวน 980 ราย ผลการวิจัย ในด้านลักษณะทั่วไปด้านเศรษฐกิจ-สังคมของผู้สูงอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ย 71.3 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษาตอนต้น สถานภาพสมรสแล้ว ส่วนใหญ่ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีรายได้เฉลี่ย 8,427.27 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่มีเงินออม โดยมีวัตถุประสงค์ในการออมเงินเพื่อดูแลสุขภาพ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีที่อยู่อาศัยเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง และระบุว่าตนเองยังมีบทบาทในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ ไปใน ครอบครัว และส่วนใหญ่เป็นกรรมการชุมชน ผลวิจัยด้านความกังวลใจในปัจจุบันก่อความเครียดในผู้สูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความกังวลเรื่องการเงินมากที่สุด นอกจากนี้ ในด้านความสุขของผู้สูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความสุขในการดำรงชีวิตค่อนข้างมาก ให้ความสำคัญกับการใช้เวลาอยู่กับครอบครัวเป็น อันดับแรก ส่วนใหญ่มีสุขภาพจิตค่อนข้างดี มีสุขภาพกายแข็งแรงค่อนข้างมาก ด้านความบกพร่องของ สุขภาพกาย พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นความดันสูง และมีกังวลว่าจะป่วยโรคร้ายจากการสูงอายุ ดังนั้นจึง มีความยินดีจ่ายค่ายา และค่าใช้จ่ายด้านการแพทย์เพื่อเพิ่มโอกาสในการมีชีวิตที่สุขภาพดี และไม่ต้องเข้า พักในสถานพยาบาล สำหรับความต้องการสวัสดิการสำหรับผู้สูงอายุ พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการสวัสดิการด้าน สุขภาพอนามัย รองลงมาต้องการสวัสดิการด้านความปลอดภัยในชีวิต ด้านที่อยู่อาศัย ด้านการแก้ไขปัญหา ความยากจนและความด้อยโอกาส ตามลำดับ

สุกัญญา วชิรเพชรปราณี (2553) ได้ศึกษาบทบาทผู้สูงอายุที่อยู่กับครอบครัวอย่างมี ความสุขในชุมชนกึ่งเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายบริบทและลักษณะครอบครัวของ

ผู้สูงอายุในชุมชนกึ่งเมือง ศึกษาการให้ความหมายของคำว่าผู้สูงอายุและสุขภาพของผู้สูงอายุ ศึกษาบทบาทของผู้สูงอายุ ครอบครัว และชุมชนเพื่อการอยู่อย่างมีความสุขของผู้สูงอายุ และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อบทบาทของตนเอง ครอบครัว และชุมชนเพื่อให้ผู้สูงอายุอยู่อย่างมีความสุข ผู้ร่วมโครงการวิจัย คือ ผู้สูงอายุจำนวน 46 คน จาก 40 ครอบครัว สมาชิกในครอบครัวของผู้สูงอายุจำนวน 39 คน สมาชิกในชุมชนจำนวน 34 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย การสัมภาษณ์ข้อมูลทั่วไป การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 60-79 ปี อาศัยอยู่ในชุมชนกึ่งเมืองที่อยู่กันอย่างหนาแน่นระหว่างรอยต่อของเขตเทศบาลตำบล ผู้สูงอายุคือ ผู้ที่อายุมากแล้วแต่ยังสามารถประกอบภารกิจประจำวันได้ ผู้สูงอายุที่อยู่กับครอบครัวอย่างมีความสุขต้องสามารถแสดงบทบาทในการดูแลสุขภาพตนเอง ดูแลตนเองด้านจิตใจและจิตวิญญาณ เลี้ยงดูหลาน และมีบทบาทในชุมชน ครอบครัวและชุมชนมีบทบาทในการดูแลผู้สูงอายุ 4 ด้าน คือ ด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และเศรษฐกิจ สิ่งที่มีผลต่อการแสดงบทบาทของผู้สูงอายุ คือ ด้านภูมิหลัง ด้านครอบครัว และด้านชุมชน การแสดงบทบาทที่เหมาะสมของผู้สูงอายุ ครอบครัวและชุมชนเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้สูงอายุมีความสุข บุคลากรที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนให้ผู้สูงอายุ ครอบครัว และชุมชน มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมของผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่อง

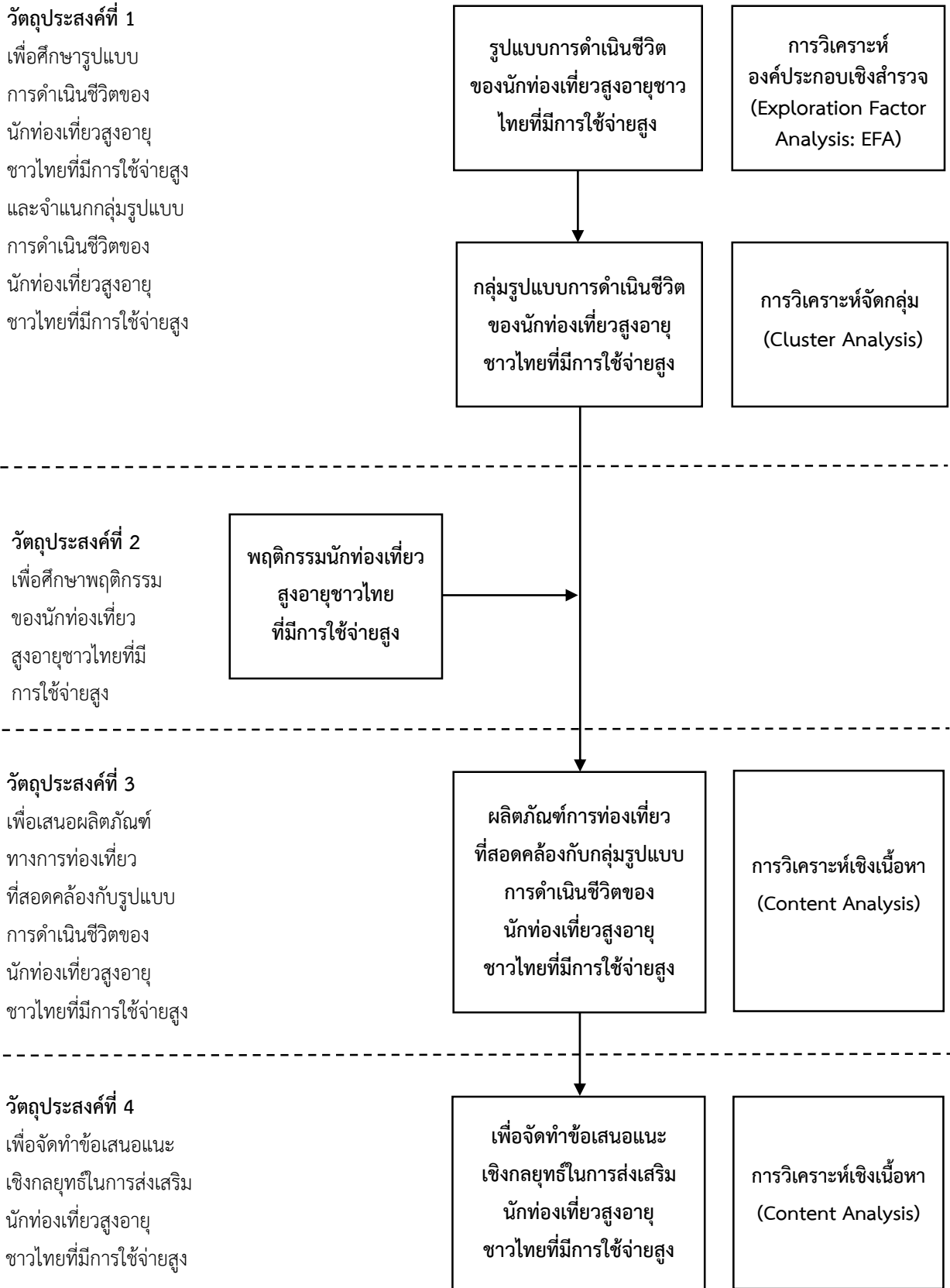
ประสพชัย พสุนนท์ และฐิตวันต์ แต้มคุณ (2560) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายใช้สอยและการเลือกใช้บริการศูนย์การค้าสยามพารากอนของผู้สูงอายุ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะและพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการที่ศูนย์การค้าสยามพารากอนของผู้สูงอายุ 2) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นที่มีผลต่อการใช้จ่ายใช้สอยและใช้บริการของผู้สูงอายุ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือผู้สูงอายุที่เข้าใช้บริการศูนย์การค้าสยามพารากอน จำนวน 400 คน เก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม โดยค่าสถิติที่ใช้ในการคำนวณคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสถิติไคร้สแควร์ ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 66-70 ปี สถานภาพสมรส มีธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้ 30,000-50,000 บาท/เดือน 2) ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เข้าใช้บริการร้านอาหารเพื่อพบปะสังสรรค์ มีความถี่ในการเข้าใช้ศูนย์การค้าอยู่ที่ 1-2 ครั้ง/เดือน ในเวลา 16.00-18.00 น. ใช้เวลาในการเข้าใช้บริการ 2-4 ชั่วโมง และมีค่าใช้จ่าย 1,000- 3,000 บาท/ครั้ง 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ 4) สิ่งกระตุ้นของผู้บริโภคที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ ลักษณะทางกายภาพของศูนย์การค้า รองลงมาคือ สิ่งกระตุ้นภายนอกต่อการเข้าใช้บริการ และสิ่งกระตุ้นภายในต่อการเข้าใช้บริการศูนย์การค้า ตามลำดับ

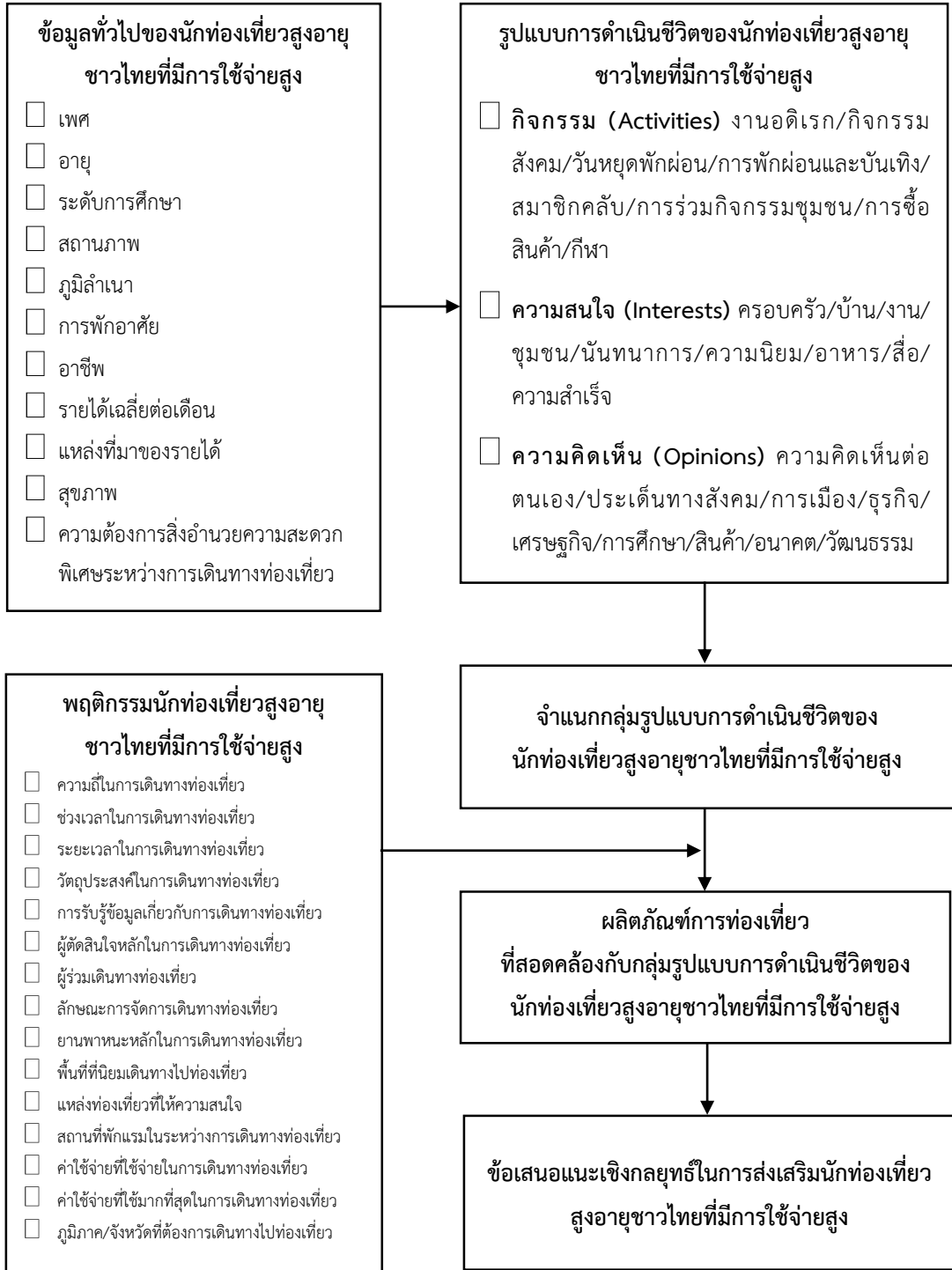
กล่าวโดยสรุป จากการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมและการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อค้นพบตัวแปรสำคัญของการวิจัยครั้งนี้ คือ ตัวแปรพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุ และตัวแปร

รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ ทั้งนี้ ตัวแปรที่ค้นพบมีความสอดคล้องกับบริบททางจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ไทย เนื่องจากผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมจากแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้คัดเลือกเฉพาะประเด็นที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวยุคใหม่ ทั้งพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ และรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ หากประเด็นใดที่ไม่เกี่ยวข้องจะทำการตัดทิ้ง ซึ่งทำให้ผู้วิจัยได้ตัวแปรที่มีลักษณะเฉพาะบ่งบอกถึงบริบททางจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ไทยได้ถูกต้องและชัดเจนยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ตัวแปรที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ทั้งตัวแปรพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ และตัวแปรรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ จะนำไปใช้ในการสร้างเครื่องมือการวิจัยเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวยุคใหม่ไทยที่มีการใช้จ่ายสูง โดยลักษณะคำถามมีความสอดคล้องและครอบคลุมกับตัวแปรที่วิเคราะห์ได้ อีกทั้งการตั้งคำถามจะใช้ข้อความที่เฉพาะเจาะจง นักท่องเที่ยวยุคใหม่ไทย ซึ่งทำให้ได้เครื่องมือการวิจัยมีความเหมาะสมกับบริบททางจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ไทยอย่างแท้จริง

2.7 กรอบแนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย





ภาพที่ 2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

การดำเนินการวิจัย

การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง มีวัตถุประสงค์
1) เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง 3) เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และ 4) เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังต่อไปนี้

3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณในวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1.1 ประชากร

นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ทั้งนี้ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลของกรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ พบว่า ผู้สูงอายุในประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 11,136,059 คน (กรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2562)

3.1.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปี ขึ้นไป และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000 บาท ขึ้นไป

1) ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณจากสูตรสำหรับใช้ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05 โดยคำนวณตามวิธี ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
 N แทน ขนาดกลุ่มประชากร
 e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

เมื่อแทนค่าในสูตรดังกล่าวโดยกำหนด $N = 11,136,059$ และ $e = 0.05$ จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{11,136,059}{1 + 11,136,059 (0.05)^2} \\ &= 399.98 \end{aligned}$$

จากการคำนวณดังกล่าว ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ทั้งนี้ เพื่อให้การศึกษาในภาพรวมเกิดการกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จากทุกภูมิภาคของประเทศไทย ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและตะวันออก ภาคใต้ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยคัดเลือกจากนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปี ขึ้นไป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000 บาท ขึ้นไป มีประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา และมีภูมิลำเนาหรืออาศัยอยู่ในจังหวัดที่มีประชากรสูงอายุมากที่สุด 2 อันดับแรกในแต่ละภูมิภาค ทั้งนี้ กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นภูมิภาคละ 200 คน แบ่งเป็นจังหวัดละ 100 คน รวมเป็น 1,000 คน โดย ภัณฑุ์สิริ จันท์เจริญ (2552) กล่าวว่า หากมีการกระจายของประชากรมาก กลุ่มตัวอย่างต้องมีขนาดใหญ่ ทั้งนี้ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างยิ่งมากขึ้น ความถูกต้องแม่นยำ และความน่าเชื่อถือของข้อมูลก็จะมีมากขึ้นด้วย

(1) ภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 100 คน และจังหวัด เชียงราย จำนวน 100 คน รวมเป็น 200 คน

(2) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 100 คน และจังหวัดขอนแก่น จำนวน 100 คน รวมเป็น 200 คน

(3) ภาคกลางและตะวันออก ได้แก่ จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 100 คน และจังหวัดชลบุรี จำนวน 100 คน รวมเป็น 200 คน

(4) ภาคใต้ ได้แก่ นครศรีธรรมราช จำนวน 100 คน และจังหวัดสงขลา จำนวน 100 คน รวมเป็น 200 คน

(5) กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ได้แก่ กรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน และจังหวัดนนทบุรี จำนวน 100 คน รวมเป็น 200 คน

ดังนั้น ในการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 1,000 คน

2) วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Sampling) โดยขั้นตอนที่ 1 เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ซึ่งการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจาก 4 ภูมิภาค และกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวม 10 จังหวัด จังหวัดละ 100 คน ขั้นตอนที่ 2 เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นการคัดเลือกนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000 บาท ขึ้นไป และมีประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา โดยผู้วิจัยได้กำหนดคำถามคัดกรองด้านอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยว ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างก่อนเก็บรวบรวมข้อมูล หากผู้ตอบมีอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด จึงจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และการทดสอบเครื่องมือ มีดังนี้

3.1.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง จำนวน 12 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง จำนวน 15 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง จำนวน 61 ข้อ และรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงภายใต้วิถีชีวิตใหม่ จำนวน 17 ข้อ รวมทั้งสิ้น จำนวน 78 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3.1.2.2 การทดสอบเครื่องมือ

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

ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถามกำหนดให้ เลือกตอบ 3 ช่อง คือ

(1) สอดคล้อง (1) หมายถึง เห็นว่าข้อคำถามสอดคล้องกับประเด็นที่ต้องการถาม

(2) ไม่แน่ใจ (0) หมายถึง ไม่สามารถสรุปได้ว่าข้อคำถามสอดคล้องหรือไม่ตรงกับประเด็นที่ต้องการถาม

(3) ไม่สอดคล้อง (-1) หมายถึง เห็นว่าข้อคำถามไม่สอดคล้องกับประเด็น
คำถามที่ต้องการถาม

การคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ข้อคำถามที่ใช้ได้ต้องมีค่า IOC
ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (วิสาข่า ภูจินดา, 2555: 186)

สูตรการคำนวณ

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

IOC คือ ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

$\sum R$ คือ ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทุกคน

ทั้งนี้ ผลการทดสอบหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity) ของ
แบบสอบถาม เท่ากับ 0.96

2) การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยจะหาความเชื่อมั่นโดยนำ
แบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองเครื่องมือ (Try-Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะ
เช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาวิจัย โดยการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นด้วยวิธีการวัดความสอดคล้อง
ภายใน (Measure of Internal Consistency) ซึ่งเป็นการประมาณค่าความเชื่อมั่นที่ใช้การทดสอบเพียง
ครั้งเดียว โดยพิจารณาว่าข้อคำถามทั้งหมดในแบบสอบถามนั้นวัดในเรื่องเดียวกันหรือไม่ และหาค่าความ
เชื่อมั่นโดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient- α) สำหรับข้อคำถามที่ให้เลือกตอบโดยมีคะแนนที่ไม่ใช่
0 และ 1 (วิสาข่า ภูจินดา, 2555: 188-189) โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา คือ

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

โดยที่ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

n แทน จำนวนข้อของแบบทดสอบ

S_i^2 แทน ความแปรปรวนรายข้อของแบบทดสอบ

S_t^2 แทน ค่าความแปรปรวนของแบบทดสอบ

ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของชุดคำถาม โดยมีค่าระหว่าง
 $0 \leq \alpha \leq 1$ ซึ่งค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ทั้งนี้ค่าแอลฟาที่ได้จะต้องมีค่ามากกว่า
0.70 เพราะเป็นเกณฑ์ที่น่าเชื่อถือและยอมรับได้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546) สามารถนำไปใช้เป็น
เครื่องมือในการเก็บข้อมูลได้ โดยผลจะมีความแม่นยำ มีความน่าเชื่อถือ หรือน่าเชื่อถือได้สูง จึงนำไปเก็บ
รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

ทั้งนี้ การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำ
การทดสอบกับกลุ่มทดลอง จำนวน 30 ชุด หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้จากการทดลองมาลงรหัสในเครื่อง

คอมพิวเตอร์เพื่อคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์เพื่อแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์สำหรับนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัย ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.93

3.1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยนี้ ดำเนินการตามลักษณะการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.1.3.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นแหล่งข้อมูลที่ผู้วิจัยไปทำการรวบรวม (Compilation) เพื่อนำมาวิเคราะห์ในประเด็นที่ต้องการศึกษา โดยได้มาจากการค้นคว้าตำรา หนังสือ เอกสาร รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ พฤติกรรมการท่องเที่ยว รูปแบบการดำเนินชีวิต และเว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว และสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนด้านการท่องเที่ยว

3.1.3.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล (Collection) ขึ้นมาใหม่ เพื่อให้ตรงกับเรื่องที่ทำการศึกษา โดยผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยตนเองในภูมิภาคของนักท่องเที่ยวสูงอายุตามที่ระบุไว้ในพื้นที่การวิจัย หากเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงของการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด 19 (COVID-19) ผู้วิจัยจะปฏิบัติตามวิธีการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) อย่างเคร่งครัด และหากเป็นการเก็บข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ ผู้วิจัยจะกำหนดคำถามคัดกรองเบื้องต้นเพื่อให้ได้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีคุณสมบัติตรงกับเกณฑ์การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ โดยใช้คำถามคัดกรอง 3 คำถาม ก่อนการตอบคำถามในข้ออื่นๆ คือ 1) มีอายุตั้งแต่ 55 ปี ขึ้นไป และ 2) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000 บาท ขึ้นไป และ 3) และมีประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา

3.1.4 การวิเคราะห์และการตรวจสอบข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทำการหาค่าต่างๆ ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ดังนี้

3.1.4.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และค่าร้อยละ (Percentage)

3.1.4.2 รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงภายใต้วิถีชีวิตใหม่ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

3.1.4.3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และค่าร้อยละ (Percentage)

3.1.4.4 ความคิดเห็นเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ใช้จ่ายร้อยละ (Percentage)

3.1.4.5 การจำแนกรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploration Factor Analysis: EFA)

3.1.4.6 การจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ใช้การวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis) ด้วยเทคนิค K-Means Clustering

3.1.5 การแปลผลข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์และการให้ความหมาย ในส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง โดยเลือกใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ดังนี้

| | |
|-----------------|----------------------------|
| ระดับ 5 หมายถึง | ระดับความคิดเห็นมากที่สุด |
| ระดับ 4 หมายถึง | ระดับความคิดเห็นมาก |
| ระดับ 3 หมายถึง | ระดับความคิดเห็นปานกลาง |
| ระดับ 2 หมายถึง | ระดับความคิดเห็นน้อย |
| ระดับ 1 หมายถึง | ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด |

ในการแปรความหมายของคะแนน ใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเป็นเกณฑ์ ผู้วิจัยใช้หลักเกณฑ์ในการแปลผล โดยใช้สูตรคำนวณค่าพิสัยตามช่วงชั้น ดังนี้

$$\frac{\text{จำนวนคะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}$$

$$\text{จำนวนช่วงชั้น}$$

$$\frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

$$5$$

| | |
|-----------------------|--------------------|
| ช่วงคะแนน 4.21 – 5.00 | หมายถึง มากที่สุด |
| ช่วงคะแนน 3.41 – 4.20 | หมายถึง มาก |
| ช่วงคะแนน 2.61 – 3.40 | หมายถึง ปานกลาง |
| ช่วงคะแนน 1.81 – 2.60 | หมายถึง น้อย |
| ช่วงคะแนน 1.00 – 1.80 | หมายถึง น้อยที่สุด |

3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพในวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และวัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1.1 ประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาวินิจฉัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ ได้แก่

- 1) นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง มีภูมิลำเนาหรืออาศัยอยู่ในภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและตะวันออก ภาคใต้ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- 2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว ได้แก่ เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์อาชีพ เป็นต้น
- 3) ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัด หรือผู้แทน

3.2.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

- 1) ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 - (1) นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง จำนวน 50 คน โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ดังต่อไปนี้
 - ก. ภาคเหนือ ได้แก่ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงที่มีภูมิลำเนาหรืออาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 คน และจังหวัดเชียงราย จำนวน 5 คน รวมเป็น 10 คน
 - ข. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงที่มีภูมิลำเนาหรืออาศัยอยู่ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 5 คน และจังหวัดขอนแก่น จำนวน 5 คน รวมเป็น 10 คน
 - ค. ภาคกลางและตะวันออก ได้แก่ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงที่มีภูมิลำเนาหรืออาศัยอยู่ในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 5 คน และจังหวัดชลบุรี จำนวน 5 คน รวมเป็น 10 คน
 - ง. ภาคใต้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงที่มีภูมิลำเนาหรืออาศัยอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 5 คน และจังหวัดสงขลา จำนวน 5 คน รวมเป็น 10 คน

จ. กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ได้แก่ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงที่มีภูมิลำเนาหรืออาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 5 คน และจังหวัดนนทบุรี จำนวน 5 คน รวมเป็น 10 คน

(2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว ได้แก่ เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว และมัคคุเทศก์อาชีพ จำนวน 10-12 คน

(3) ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัด หรือผู้แทน จำนวน 10-12 คน

2) วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

(1) นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปี ขึ้นไป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000 บาท ขึ้นไป และมีประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา

(2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว และมัคคุเทศก์อาชีพ

(3) ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัด หรือผู้แทน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.2.1 เครื่องมือการวิจัย

1) นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยเป็นข้อคำถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว ใช้การประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Discussion) เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยเป็นข้อคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

3) ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัด หรือผู้แทน ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยเป็นข้อคำถามเพื่อยืนยันความสอดคล้องของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

3.2.2.2 การทดสอบเครื่องมือ

มีขั้นตอนในการทดสอบเครื่องมือ 2 ขั้นตอน ดังนี้

1) ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องซึ่งศึกษาจากเอกสารต่างๆ นำความรู้จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องประกอบกับประสบการณ์ของผู้วิจัยเองมาเป็นข้อมูลประกอบการจัดทำข้อคำถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

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

3.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ดำเนินการตามลักษณะการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.2.3.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นแหล่งข้อมูลที่ผู้วิจัยไปทำการรวบรวม (Compilation) เพื่อนำมาวิเคราะห์ในประเด็นที่ต้องการศึกษา โดยได้มาจากการค้นคว้าตำรา หนังสือ เอกสาร รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ พฤติกรรมการท่องเที่ยว รูปแบบการดำเนินชีวิต และเว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว และสถาบันการศึกษาของไทยที่สอนด้านการท่องเที่ยว

3.2.3.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล (Collection) ขึ้นมาใหม่ เพื่อให้ตรงประเด็นกับเรื่องที่ทำการศึกษาวิจัย โดยได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง การประชุมกลุ่มย่อยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว และการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัด หรือผู้แทน

3.2.4 การวิเคราะห์และการตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งในการวิเคราะห์เชิงบรรยายด้วยการมุ่งเน้นไปที่การตีความและสร้างข้อสรุปของข้อมูลจากปรากฏการณ์ที่มองเห็นหรือความจริงเฉพาะเรื่องตามที่ผู้ให้สัมภาษณ์ต้องการสื่อ โดยอาศัยวิจารณ์ญาณของผู้วิจัยเป็นหลัก (Bordens & Abbott, 1999)

ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation Technique) โดยเมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องเพียงพอและความเชื่อถือได้ของข้อมูลว่าจะสามารถตอบปัญหาของการศึกษาได้อย่างครบถ้วน โดยผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยพิจารณาจากแหล่งบุคคลที่ให้ข้อมูลแตกต่างกัน ไม่ใช่บุคคลเพียงกลุ่มเดียวเท่านั้น

ตารางที่ 3.1 ตารางสรุประเบียบวิธีวิจัย

| วัตถุประสงค์การวิจัย | ระเบียบวิธีวิจัย | กลุ่มตัวอย่าง | ขนาดกลุ่มตัวอย่าง | เทคนิคการสุ่ม | เครื่องมือ | การวิเคราะห์ข้อมูล |
|---|------------------|---|-------------------|--------------------------------|--|------------------------------------|
| 1. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวยุวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวยุวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง | เชิงปริมาณ | นักท่องเที่ยวยุวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง | 1,000 คน | แบบเจาะจง (Purposive Sampling) | แบบสอบถาม (Questionnaire) | สถิติเชิงพรรณนา สถิติเชิงอนุมาน |
| | เชิงคุณภาพ | นักท่องเที่ยวยุวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง | 50 คน | แบบเจาะจง (Purposive Sampling) | แบบสัมภาษณ์ (แบบกึ่งโครงสร้าง) (Semi-Structured Interview) | การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา |
| 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง | เชิงปริมาณ | นักท่องเที่ยวยุวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง | 1,000 คน | แบบเจาะจง | แบบสอบถาม (Questionnaire) | สถิติเชิงพรรณนา สถิติเชิงอนุมาน |
| | เชิงคุณภาพ | นักท่องเที่ยวยุวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง | 50 คน | แบบเจาะจง (Purposive Sampling) | แบบสัมภาษณ์ (แบบกึ่งโครงสร้าง) (Semi-Structured Interview) | การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา |

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

| วัตถุประสงค์การวิจัย | ระเบียบวิธีวิจัย | กลุ่มตัวอย่าง | ขนาดกลุ่มตัวอย่าง | เทคนิคการสุ่ม | เครื่องมือ | การวิเคราะห์ข้อมูล |
|--|------------------|---|-------------------|--------------------------------|--|--|
| 3. เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง | เชิงคุณภาพ | ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว | 10-12 คน | แบบเจาะจง (Purposive Sampling) | การประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Discussion) | การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) |
| | เชิงคุณภาพ | ผู้อำนวยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัด หรือผู้แทน | 10-12 คน | แบบเจาะจง (Purposive Sampling) | แบบสัมภาษณ์ (แบบกึ่งโครงสร้าง) (Semi-Structured Interview) | การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) |
| 4. เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง | เชิงคุณภาพ | ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว | 10-12 คน | แบบเจาะจง (Purposive Sampling) | การประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Discussion) | การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) |

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล และผลการวิจัย

การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง มีวัตถุประสงค์
1) เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และจำแนกกลุ่ม
รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของ
นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง 3) เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่ม
รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และ 4) เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะ
เชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ทั้งนี้ เพื่อความ
เข้าใจในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์
ข้อมูล ดังนี้

| | | |
|--------------------|-----|--|
| n | แทน | จำนวนคนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง |
| \bar{X} | แทน | ค่าเฉลี่ยเลขคณิต |
| S.D. | แทน | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน |
| df | แทน | ชั้นของความเป็นอิสระ |
| Sig | แทน | ระดับนัยสำคัญทางสถิติ |
| Approx. Chi-Square | แทน | ค่าการแจกแจงโดยประมาณแบบไคยกกำลังสอง |
| % of Variance | แทน | ร้อยละที่แต่ละปัจจัยจะสามารถอธิบายความแปรปรวนทั้งหมด |
| Factor Loading | แทน | ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกับตัวแปร |
| Eigenvalue | แทน | ค่าความแปรปรวนของตัวแปรทั้งหมดในแต่ละองค์ประกอบ |
| * | แทน | นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 |

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

4.1.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ภูมิลำเนา/ที่อยู่ปัจจุบัน ลักษณะการอยู่อาศัยในปัจจุบัน อาชีพปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนก่อนหักค่าใช้จ่าย แหล่งที่มาของรายได้ ความพร้อมของสุขภาพในการเดินทางท่องเที่ยว โรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

สถิติที่ใช้ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง และแปลผลโดยการบรรยาย

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

| ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|--------------|---------------|
| เพศ | | |
| ชาย | 422 | 42.20 |
| หญิง | 578 | 57.80 |
| รวม | 1,000 | 100.00 |
| อายุ | | |
| 55 – 60 ปี | 549 | 54.90 |
| 61 – 65 ปี | 241 | 24.10 |
| 66 – 70 ปี | 127 | 12.70 |
| 71 – 75 ปี | 57 | 5.70 |
| 76 – 80 ปี | 23 | 2.30 |
| 81 ปี ขึ้นไป | 3 | 0.30 |
| รวม | 1,000 | 100.00 |

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ที่มีการใช้จ่ายสูง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|--------------|---------------|
| สถานภาพสมรส | | |
| โสด | 156 | 15.60 |
| สมรส | 713 | 71.30 |
| หย่าร้าง/แยกกันอยู่ | 54 | 5.40 |
| หม้าย | 77 | 7.70 |
| รวม | 1,000 | 100.00 |
| ภูมิลำเนา/ที่อยู่ปัจจุบัน | | |
| เชียงใหม่ | 100 | 10.00 |
| เชียงราย | 100 | 10.00 |
| นครราชสีมา | 100 | 10.00 |
| ขอนแก่น | 100 | 10.00 |
| นครศรีธรรมราช | 100 | 10.00 |
| สงขลา | 100 | 10.00 |
| สุพรรณบุรี | 100 | 10.00 |
| ชลบุรี | 100 | 10.00 |
| กรุงเทพมหานคร | 100 | 10.00 |
| นนทบุรี | 100 | 10.00 |
| รวม | 1,000 | 100.00 |
| การอยู่อาศัยในปัจจุบัน | | |
| คู่สมรส | 290 | 29.00 |
| คู่สมรสและบุตรหลาน | 343 | 34.30 |
| ญาติพี่น้อง | 185 | 18.50 |
| อยู่คนเดียว/พักอาศัยตามลำพัง | 127 | 12.70 |
| อื่นๆ | 55 | 5.50 |
| รวม | 1,000 | 100.00 |

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ที่มีการใช้จ่ายสูง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|--------------|---------------|
| อาชีพปัจจุบัน | | |
| รับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ | 277 | 27.70 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 68 | 6.80 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 26 | 2.60 |
| ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ | 274 | 27.40 |
| เกษตรกร | 26 | 2.60 |
| ข้าราชการบำนาญ | 235 | 23.50 |
| พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ดูแลบุตรหลาน | 24 | 2.40 |
| ไม่ได้ประกอบอาชีพ | 41 | 4.10 |
| อื่นๆ | 29 | 2.90 |
| รวม | 1,000 | 100.00 |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือนก่อนหักค่าใช้จ่าย | | |
| 45,000–55,000 บาท | 552 | 55.20 |
| 55,001–65,000 บาท | 172 | 17.20 |
| 65,001–75,000 บาท | 87 | 8.70 |
| 75,001–85,000 บาท | 57 | 5.70 |
| 85,001–95,000 บาท | 36 | 3.60 |
| 95,001 บาท ขึ้นไป | 96 | 9.60 |
| รวม | 1,000 | 100.00 |
| แหล่งที่มาของรายได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | | |
| จากการทำงาน/ประกอบธุรกิจของตนเองในปัจจุบัน | 692 | 41.56 |
| จากสวัสดิการจากรัฐและเอกชน/บำนาญ | 313 | 18.80 |
| จากบุตรหลาน/ญาติ | 192 | 11.53 |
| จากการลงทุนในกองทุน หุ้น หรือพันธบัตร | 204 | 12.25 |
| เงินออม | 264 | 15.86 |
| รวม | 1,665 | 100.00 |

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ที่มีการใช้จ่ายสูง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|--------------|---------------|
| ความพร้อมของสภาพในการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| แข็งแรงดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกสถานที่ | 590 | 59.00 |
| ค่อนข้างดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้เกือบทุกสถานที่ | 300 | 30.00 |
| พอใช้ เดินทางท่องเที่ยวได้บางสถานที่ | 110 | 11.00 |
| รวม | 1,000 | 100.00 |
| โรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| ไม่มีโรคประจำตัว | 761 | 76.10 |
| มีโรคประจำตัว | 239 | 23.90 |
| รวม | 1,000 | 100.00 |
| ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| ไม่ต้องการ | 920 | 92.00 |
| ต้องการ | 80 | 8.00 |
| รวม | 1,000 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง แยกตาม

- 1) เพศ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 578 คน คิดเป็นร้อยละ 57.80 และเพศชาย จำนวน 422 คน คิดเป็นร้อยละ 42.20
- 2) อายุ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 55-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.90 รองลงมา คือ 61-65 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.10
- 3) ระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 39.40 รองลงมา คือ สูงกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 37.60
- 4) สถานภาพสมรส พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 71.30 รองลงมา คือ โสด คิดเป็นร้อยละ 15.60
- 5) ภูมิลำเนา/ที่อยู่ปัจจุบัน พบว่า นักท่องเที่ยวมีภูมิลำเนา/ที่อยู่ปัจจุบันในจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดขอนแก่น จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดสงขลา จังหวัด

สุพรรณบุรี จังหวัดชลบุรี จังหวัดกรุงเทพมหานคร และจังหวัดนนทบุรี คิดเป็นร้อยละ 10.00 โดยในแต่ละจังหวัดมีจำนวนเท่าๆ กัน

6) การอยู่อาศัยในปัจจุบัน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับคู่สมรสและบุตรหลาน คิดเป็นร้อยละ 34.30 รองลงมา คือ คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 29.00

7) อาชีพในปัจจุบัน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 27.70 รองลงมา คือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 27.40

8) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนก่อนหักค่าใช้จ่าย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000–55,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 55.20 รองลงมา คือ 55,001–65,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.20

9) แหล่งที่มาของรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้จากการทำงาน/ประกอบธุรกิจของตนเองในปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 41.56 รองลงมา คือ มีรายได้จากสวัสดิการจากรัฐและเอกชน/บำนาญ คิดเป็นร้อยละ 18.80

10) ความพร้อมของสุขภาพในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สุขภาพแข็งแรงดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกสถานที่ คิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมา คือ สุขภาพค่อนข้างดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้เกือบทุกสถานที่ คิดเป็นร้อยละ 30.00

11) โรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่มีโรคประจำตัว คิดเป็นร้อยละ 76.10 และมีโรคประจำตัว คิดเป็นร้อยละ 23.90

12) ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 92.00 และต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 8.00

4.1.1.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลา 1 ปี ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับใครมากที่สุด ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวที่นิยมมากที่สุด ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว พื้นที่ที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจมากที่สุด ที่พักแรมที่นิยมใช้ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ประเภทของค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง หากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยว อยากเดินทางไปท่องเที่ยวภูมิภาคใดมากที่สุด และอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดใดมากที่สุด โดยจำแนกตามภูมิภาค

สถิติที่ใช้ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ โดยนำเสนอในรูปแบบตารางและแปลผลโดยการบรรยาย

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ที่มีการใช้จ่ายสูง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|--------------|---------------|
| จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลา 1 ปี | | |
| 1 ครั้งต่อปี | 176 | 17.60 |
| 2 ครั้งต่อปี | 240 | 24.00 |
| 3 ครั้งต่อปี | 260 | 26.00 |
| 4 ครั้งต่อปี | 99 | 9.90 |
| 5 ครั้งต่อปี | 40 | 4.00 |
| มากกว่า 5 ครั้งต่อปี | 185 | 18.50 |
| รวม | 1,000 | 100.00 |
| ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว | | |
| วันจันทร์-ศุกร์ | 202 | 20.20 |
| วันเสาร์-อาทิตย์ | 196 | 19.60 |
| วันหยุดติดต่อกันหลายวัน | 411 | 41.10 |
| วันหยุดเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ | 124 | 12.40 |
| อื่นๆ | 67 | 6.70 |
| รวม | 1,000 | 100.00 |
| ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| 1 วันต่อครั้ง | 45 | 4.50 |
| 2 วันต่อครั้ง | 151 | 15.10 |
| 3 วันต่อครั้ง | 418 | 41.80 |
| 4 วันต่อครั้ง | 172 | 17.20 |
| 5 วันต่อครั้ง | 105 | 10.50 |
| มากกว่า 5 วันต่อครั้ง | 109 | 10.90 |
| รวม | 1,000 | 100.00 |

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ที่มีการใช้จ่ายสูง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|--------------|---------------|
| วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | | |
| เพื่อการพักผ่อน | 888 | 42.86 |
| เพื่อการศึกษาเรียนรู้ | 192 | 9.27 |
| เพื่อนการรักษาสุขภาพ | 99 | 4.78 |
| เพื่อนการกีฬา | 29 | 1.40 |
| เพื่อการเยี่ยมญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน | 286 | 13.80 |
| เพื่อใช้เวลาอยู่กับญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน | 333 | 16.07 |
| เพื่อการปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา เช่น ทำบุญ ไหว้พระ ขอพร | 230 | 11.10 |
| อื่นๆ | 15 | 0.72 |
| รวม | 2,072 | 100.00 |
| การรับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| สื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน | 524 | 52.40 |
| สื่อมวลชน เช่น วิทยุ/โทรทัศน์/หนังสือพิมพ์/นิตยสาร | 78 | 7.80 |
| สื่อเฉพาะกิจ เช่น แผ่นพับ/แผ่นป้ายโฆษณา/เอกสารจากบัตร เครดิต | 9 | 0.90 |
| สื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว | 122 | 12.20 |
| สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line/Facebook/YouTube | 242 | 24.20 |
| นิทรรศการการท่องเที่ยว เช่น เทศกาลเที่ยวเมืองไทย | 25 | 2.50 |
| รวม | 1,000 | 100.00 |
| ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| ตนเอง | 548 | 54.80 |
| คู่สมรส | 200 | 20.00 |
| บุตรหลาน/ญาติ | 191 | 19.10 |
| เพื่อน | 45 | 4.50 |
| สมาคม/ชมรมที่เป็นสมาชิก | 16 | 1.60 |
| รวม | 1,000 | 100.00 |

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ที่มีการใช้จ่ายสูง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|--------------|---------------|
| นิยมเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับใครมากที่สุด | | |
| คนเดียว | 45 | 4.50 |
| บุตรหลาน/ญาติ | 310 | 31.00 |
| คู่สมรส | 372 | 37.20 |
| เพื่อน | 227 | 22.70 |
| หน่วยงาน/บริษัท/เพื่อนร่วมงาน | 21 | 2.10 |
| อื่นๆ | 25 | 2.50 |
| รวม | 1,000 | 100.00 |
| ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวที่นิยมมากที่สุด | | |
| จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง | 554 | 55.40 |
| บุตรหลาน/ญาติเป็นผู้จัดการเดินทางท่องเที่ยว | 297 | 29.70 |
| เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยว | 86 | 8.60 |
| เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับหน่วยงาน/บริษัท/องค์กรที่ทำงาน | 29 | 2.90 |
| เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับสมาคม/ชมรมที่เป็นสมาชิก | 34 | 3.40 |
| รวม | 1,000 | 100.00 |
| ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| เครื่องบิน | 237 | 23.70 |
| รถโดยสารประจำทาง | 14 | 1.40 |
| รถยนต์ส่วนบุคคล | 605 | 60.50 |
| รถเช่า/เหมา | 87 | 8.70 |
| รถของบริษัทนำเที่ยว | 47 | 4.70 |
| รถไฟ | 2 | 0.20 |
| อื่นๆ | 8 | 0.80 |
| รวม | 1,000 | 100.00 |

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ที่มีการใช้จ่ายสูง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|--------------|---------------|
| พื้นที่ที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว | | |
| ภายในจังหวัดที่อยู่อาศัย | 61 | 6.10 |
| ภายในภูมิภาคที่อยู่อาศัย | 217 | 21.70 |
| จังหวัดและภูมิภาคอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่อาศัย | 722 | 72.20 |
| รวม | 1,000 | 100.00 |
| แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจมากที่สุด | | |
| แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก | 648 | 64.80 |
| แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ | 66 | 6.60 |
| แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น วิถีชีวิต เทศกาล งานประเพณี | 108 | 10.80 |
| แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา เช่น วัด ศาลเจ้า | 138 | 13.80 |
| แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น น้ำพุร้อน สปา บ่อน้ำแร่ | 28 | 2.80 |
| อื่นๆ | 12 | 1.20 |
| รวม | 1,000 | 100.00 |
| ที่พักแรมที่นิยมใช้ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| โรงแรม | 579 | 57.90 |
| รีสอร์ท | 306 | 30.60 |
| โฮมสเตย์ | 33 | 3.30 |
| บ้านญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก | 65 | 6.50 |
| อื่นๆ | 17 | 1.70 |
| รวม | 1,000 | 100.00 |
| ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง | | |
| ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท | 99 | 9.90 |
| 5,001–10,000 บาท | 276 | 27.60 |
| 10,001–15,000 บาท | 231 | 23.10 |
| 15,001–20,000 บาท | 166 | 16.60 |
| 20,001–25,000 บาท | 103 | 10.30 |
| 25,001 บาท ขึ้นไป | 125 | 12.50 |
| รวม | 1,000 | 100.00 |

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ที่มีการใช้จ่ายสูง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|--------------|---------------|
| ประเภทของค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยว แต่ละครั้ง | | |
| ค่าที่พักแรม | 359 | 35.90 |
| ค่ายานพาหนะในการเดินทาง | 275 | 27.50 |
| ค่าอาหารและเครื่องดื่ม | 286 | 28.60 |
| ค่าซื้อของฝาก/สินค้าที่ระลึก | 77 | 7.70 |
| อื่นๆ | 3 | 0.30 |
| รวม | 1,000 | 100.00 |
| หากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยว อยากเดินทางไปท่องเที่ยว ภูมิภาคใดมากที่สุด | | |
| ภาคเหนือ | 331 | 36.02 |
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | 80 | 8.71 |
| ภาคกลาง | 133 | 14.47 |
| ภาคใต้ | 375 | 40.81 |
| รวม | 919 | 100.00 |
| อยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดใดมากที่สุด | | |
| ภาคเหนือ | | |
| เชียงใหม่ | 155 | 46.83 |
| น่าน | 61 | 18.43 |
| เชียงราย | 43 | 12.99 |
| แม่ฮ่องสอน | 31 | 9.37 |
| เพชรบูรณ์ | 10 | 3.02 |
| ลำปาง | 9 | 2.72 |
| สุโขทัย | 4 | 1.21 |
| ลำพูน | 4 | 1.21 |
| พะเยา | 3 | 0.91 |
| พิจิตร | 3 | 0.91 |

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ที่มีการใช้จ่ายสูง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| พิษณุโลก | 3 | 0.91 |
| แพร่ | 3 | 0.91 |
| ตาก | 2 | 0.60 |
| รวม | 331 | 100.00 |
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | | |
| อุบลราชธานี | 13 | 16.25 |
| เลย | 13 | 16.25 |
| นครพนม | 12 | 15.00 |
| นครราชสีมา | 10 | 12.50 |
| ขอนแก่น | 8 | 10.00 |
| อุดรธานี | 6 | 7.50 |
| บึงกาฬ | 6 | 7.50 |
| หนองคาย | 4 | 5.00 |
| สกลนคร | 2 | 2.50 |
| บุรีรัมย์ | 2 | 2.50 |
| ร้อยเอ็ด | 1 | 1.25 |
| สุรินทร์ | 1 | 1.25 |
| มุกดาหาร | 1 | 1.25 |
| หนองบัวลำภู | 1 | 1.25 |
| รวม | 80 | 100.00 |
| ภาคกลาง | | |
| จันทบุรี | 19 | 14.29 |
| กาญจนบุรี | 18 | 13.53 |
| ชลบุรี | 15 | 11.28 |
| กรุงเทพมหานคร | 12 | 9.02 |
| อยุธยา | 12 | 9.02 |

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ที่มีการใช้จ่ายสูง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| ประจวบคีรีขันธ์ | 11 | 8.27 |
| ตราด | 11 | 8.27 |
| ระยอง | 8 | 6.02 |
| นครปฐม | 6 | 4.51 |
| สุพรรณบุรี | 6 | 4.51 |
| สิงห์บุรี | 3 | 2.26 |
| ราชบุรี | 3 | 2.26 |
| เพชรบุรี | 2 | 1.50 |
| นครนายก | 1 | 0.75 |
| ลพบุรี | 1 | 0.75 |
| สระบุรี | 1 | 0.75 |
| ปราจีนบุรี | 1 | 0.75 |
| สระแก้ว | 1 | 0.75 |
| สมุทรปราการ | 1 | 0.75 |
| สมุทรสาคร | 1 | 0.75 |
| รวม | 133 | 100.00 |
| ภาคใต้ | | |
| ภูเก็ต | 119 | 31.73 |
| กระบี่ | 65 | 17.33 |
| นครศรีธรรมราช | 46 | 12.27 |
| สุราษฎร์ธานี | 30 | 8.00 |
| พังงา | 30 | 8.00 |
| สตูล | 25 | 6.67 |
| ยะลา | 23 | 6.13 |
| ระนอง | 18 | 4.80 |
| ตรัง | 9 | 2.40 |
| สงขลา | 3 | 0.80 |

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ที่มีการใช้จ่ายสูง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|--------|
| ชุมพร | 3 | 0.80 |
| ปัตตานี | 2 | 0.53 |
| พัทลุง | 2 | 0.53 |
| รวม | 375 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ซึ่งใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ แยกตาม

1) จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลา 1 ปี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยว 3 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.00 รองลงมา คือ เดินทางท่องเที่ยว 2 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.00

2) ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 41.10 รองลงมา คือ เดินทางท่องเที่ยวในวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 20.20

3) ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลา 3 วันในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 41.80 รองลงมา คือ ใช้ระยะเวลา 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 17.20

4) วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมา คือ เพื่อใช้เวลาอยู่กับญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 16.07

5) การรับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 52.40 รองลงมา คือ สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line/Facebook/YouTube คิดเป็นร้อยละ 24.20

6) ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่ตนเองเป็นผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 54.80 รองลงมา คือ คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 20.00

7) นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับใครมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับคู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 37.20 รองลงมา คือ บุตรหลาน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 31.00

8) ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวที่นิยมมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 55.40 รองลงมา คือ บุตรหลาน/ญาติเป็นผู้จัดการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 29.70

9) ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นยานพาหนะหลักในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 60.50 รองลงมา คือ เครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 23.70

10) พื้นที่ที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดและภูมิภาคอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่อาศัย คิดเป็นร้อยละ 72.20 รองลงมา คือ ภายในภูมิภาคที่อยู่อาศัย คิดเป็นร้อยละ 21.70

11) แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก คิดเป็นร้อยละ 64.80 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา เช่น วัด ศาลเจ้า คิดเป็นร้อยละ 13.80

12) ที่พักแรมที่นิยมใช้ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมใช้โรงแรมเป็นที่พักแรมในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 57.90 รองลงมา คือ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 30.60

13) ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.60 รองลงมา คือ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.10

14) ประเภทของค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทางแต่ละครั้งเป็นค่าที่พักแรม คิดเป็นร้อยละ 35.90 รองลงมา คือ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 28.60

15) หากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวภูมิภาคใดมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากเดินทางไปท่องเที่ยวภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 40.81 รองลงมา คือ ภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 36.02

16) อยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดใดมากที่สุด โดยจำแนกตามภูมิภาค พบว่า ภาคเหนือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด คือ จังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 46.83 รองลงมา คือ จังหวัดน่าน คิดเป็นร้อยละ 18.43 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี และจังหวัดเลย คิดเป็นร้อยละ 16.25 รองลงมา คือ จังหวัดอุบลราชธานี คิดเป็นร้อยละ 15.00 ภาคกลาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี คิดเป็นร้อยละ 14.29 รองลงมา คือ จังหวัดกาญจนบุรี คิดเป็นร้อยละ 11.28 และภาคใต้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต คิดเป็นร้อยละ 31.73 รองลงมา คือ จังหวัดกระบี่ คิดเป็นร้อยละ 17.33

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง พบว่า

4.1.2.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

1) อายุ พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 61-70 ปี

2) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ตั้งแต่ 50,000-70,000 บาท ซึ่งเป็นรายได้ที่เกิดจากการทำงานและการประกอบธุรกิจของตนเองในปัจจุบัน

4.1.2.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

1) การวางแผนในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการวางแผนในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง และบุตรหลานเป็นผู้วางแผนการเดินทางท่องเที่ยวให้ ทั้งนี้ หากเป็นการเดินทางท่องเที่ยวระยะสั้นๆ และเป็นจังหวัดที่ใกล้เคียงกับที่อยู่อาศัยของตนเอง จะใช้เวลาในการวางแผนการเดินทางประมาณ 2-3 วันก่อนการเดินทาง แต่หากเป็นการเดินทางระยะไกลและใช้เวลาในการเดินทางหลายวัน นักท่องเที่ยวจะใช้เวลาในการวางแผนการเดินทางประมาณ 1-2 เดือน ก่อนการเดินทาง และมากกว่านั้นหากเป็นการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน

2) กิจกรรมในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการพักผ่อนหย่อนใจ การทำกิจกรรมต่างๆ กับสมาชิกในครอบครัว เช่น การเที่ยวชมความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวประเภทต่างๆ การถ่ายรูป การซื้อสินค้าที่ระลึก และการรับประทานอาหารร่วมกันกับสมาชิกในครอบครัว เป็นต้น

3) การวางแผนเดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลานอกถิ่น

4) หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศหรือต่างประเทศ พบว่า

(1) กรณีนักท่องเที่ยวสนใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ พบว่า จังหวัดที่นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงให้ความสนใจและอยากเดินทางไปท่องเที่ยว ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ ภูเก็ต และจันทบุรี เป็นต้น

(2) กรณีนักท่องเที่ยวสนใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า ประเทศที่นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงให้ความสนใจและอยากเดินทางไปท่องเที่ยว โดยกลุ่มประเทศในภูมิภาคอาเซียน ได้แก่ ประเทศพม่า เวียดนาม มาเลเซีย อินโดนีเซีย กลุ่มประเทศในทวีปเอเชีย ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น และอินเดีย กลุ่มประเทศในทวีปยุโรป ได้แก่ ประเทศอังกฤษ และสวิตเซอร์แลนด์ กลุ่มประเทศในทวีปอเมริกา ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา และกลุ่มประเทศในโอเชียเนีย ได้แก่ ประเทศนิวซีแลนด์

4.2 ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

4.2.1 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

4.2.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

1) ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง จำแนกออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรม (Activities: A) ด้านความสนใจ (Interest: I) และด้านความคิดเห็น (Opinion: O)

สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง และแปลผลโดยการบรรยาย โดยค่าเฉลี่ยมีการให้ความหมาย ดังนี้

ช่วงคะแนน 4.21–5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ช่วงคะแนน 3.41–4.20 หมายถึง ระดับมาก

ช่วงคะแนน 2.61–3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง

ช่วงคะแนน 1.81–2.60 หมายถึง ระดับน้อย

ช่วงคะแนน 1.00–1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับของระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

| รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว สูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง | n = 1,000 | | ระดับ | อันดับ |
|---|-----------|------|---------|--------|
| | \bar{X} | S.D | | |
| ด้านกิจกรรม (Activities: A) | | | | |
| 1. ท่านทำอาชีพเสริมเพื่อหารายได้พิเศษ | 2.86 | 1.25 | ปานกลาง | 14 |
| 2. ท่านมีเวลาว่างสำหรับงานอดิเรก | 3.41 | 1.02 | มาก | 6 |
| 3. ท่านชอบพบปะสังสรรค์และเข้าสังคม | 3.38 | 1.01 | ปานกลาง | 8 |
| 4. ท่านชอบไปงานเลี้ยงสังสรรค์และงานรื่นเริงต่างๆ | 3.05 | 1.11 | ปานกลาง | 12 |
| 5. ถ้ามีเวลาว่างท่านจะนอนพักผ่อน | 3.61 | 1.00 | มาก | 3 |
| 6. ถ้ามีเวลาว่างท่านจะฟังวิทยุหรือดูโทรทัศน์ | 3.64 | 0.97 | มาก | 2 |
| 7. ถ้ามีเวลาว่างท่านจะท่องอินเทอร์เน็ต | 3.43 | 1.10 | มาก | 5 |
| 8. ถ้ามีเวลาว่างท่านจะใช้เวลาในการอยู่กับตัวเอง แบบเงียบๆ | 3.41 | 1.04 | มาก | 6 |

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

| รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว สูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง | n = 1,000 | | ระดับ | อันดับ |
|--|-------------|-------------|----------------|--------|
| | \bar{X} | S.D | | |
| 9. ท่านชอบการถ่ายรูป เช็คอิน และแบ่งปันข้อมูล ข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 2.97 | 1.18 | ปานกลาง | 13 |
| 10. ท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ | 3.78 | 0.93 | มาก | 1 |
| 11. ท่านชอบเที่ยวตามสถานบันเทิงยามราตรี | 1.82 | 1.05 | น้อย | 21 |
| 12. ท่านชอบชมภาพยนตร์ ละครเวที และการแสดง ต่างๆ | 2.63 | 1.16 | ปานกลาง | 18 |
| 13. ท่านชอบรับประทานอาหารนอกบ้าน | 3.13 | 1.07 | ปานกลาง | 11 |
| 14. ท่านเป็นสมาชิกชมรมหรือสมาคมต่างๆ | 2.80 | 1.24 | ปานกลาง | 16 |
| 15. ท่านเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชน และสังคม | 2.85 | 1.26 | ปานกลาง | 15 |
| 16. ท่านเป็นอาสาสมัครให้กับองค์กรการกุศล | 2.52 | 1.32 | น้อย | 19 |
| 17. ท่านเลือกซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้า หรือร้านค้า | 3.47 | 1.03 | มาก | 4 |
| 18. ท่านเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ | 2.79 | 1.17 | ปานกลาง | 17 |
| 19. ท่านเลือกซื้อสินค้าเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ | 3.38 | 1.04 | ปานกลาง | 8 |
| 20. ท่านออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาเป็นประจำ | 3.38 | 1.15 | ปานกลาง | 8 |
| 21. ท่านชอบชมการแข่งขันกีฬา | 2.17 | 1.11 | น้อย | 20 |
| รวม | 3.07 | 0.63 | ปานกลาง | |
| ด้านความสนใจ (Interest: I) | | | | |
| 1. ครอบครัวมีความสำคัญที่สุดในชีวิตของท่าน | 4.59 | 0.67 | มากที่สุด | 1 |
| 2. ท่านให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมกับ ครอบครัว | 4.41 | 0.76 | มากที่สุด | 3 |
| 3. ท่านชอบตกแต่งบ้านและบริเวณบ้านให้ดูดีอยู่เสมอ | 4.14 | 0.86 | มาก | 6 |
| 4. ท่านให้ความสำคัญกับความปลอดภัยภายในบ้าน | 4.50 | 0.70 | มากที่สุด | 2 |
| 5. ท่านให้ความสำคัญกับเรื่องงานมากกว่าเรื่องส่วนตัว | 3.63 | 1.01 | มาก | 16 |
| 6. ท่านยังอยากทำงานต่อแม้ว่าจะเกษียณอายุแล้ว | 3.51 | 1.22 | มาก | 18 |
| 7. ท่านสนใจเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนา สังคมให้น่าอยู่ | 3.42 | 1.10 | มาก | 19 |

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

| รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว สูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง | n = 1,000 | | ระดับ | อันดับ |
|---|-------------|-------------|------------|--------|
| | \bar{X} | S.D | | |
| 8. ท่านสนใจการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก | 4.15 | 0.92 | มาก | 5 |
| 9. ท่านสนใจการเที่ยวชมโบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ ประวัติศาสตร์ | 3.65 | 1.05 | มาก | 15 |
| 10. ท่านสนใจการเที่ยวชมวิถีชีวิต และวัฒนธรรม ท้องถิ่น | 3.81 | 0.99 | มาก | 12 |
| 11. ท่านสนใจเข้าร่วมเทศกาล งานประเพณี และ กิจกรรมพิเศษต่างๆ | 3.69 | 0.99 | มาก | 14 |
| 12. ท่านสนใจกิจกรรมเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ | 3.96 | 0.92 | มาก | 8 |
| 13. ท่านสนใจกิจกรรมทางศาสนา เช่น ทำบุญ ไหว้พระ ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ | 3.87 | 0.98 | มาก | 10 |
| 14. ท่านสนใจเทคโนโลยีใหม่ๆ | 3.55 | 1.08 | มาก | 17 |
| 15. ท่านสนใจเรื่องราวต่างๆ ที่อยู่ในกระแสนิยม | 3.33 | 1.12 | ปานกลาง | 20 |
| 16. ท่านสนใจอาหารเพื่อสุขภาพ | 3.97 | 0.91 | มาก | 7 |
| 17. ท่านให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่ ถูกสุขอนามัย | 4.23 | 0.84 | มากที่สุด | 4 |
| 18. ท่านสนใจอาหารท้องถิ่น | 3.77 | 1.05 | มาก | 13 |
| 19. ท่านติดตามข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ เป็นประจำ | 3.90 | 0.92 | มาก | 9 |
| 20. ความสำเร็จสูงสุดของท่าน คือ การมีฐานะทาง การเงินที่ดี | 3.84 | 0.91 | มาก | 11 |
| 21. ความสำเร็จสูงสุดของท่าน คือ การมีชื่อเสียง เกียรติยศ | 3.23 | 1.14 | ปานกลาง | 22 |
| 22. ความสำเร็จสูงสุดของท่าน คือ การเป็นเจ้าของ ธุรกิจ | 3.31 | 1.26 | ปานกลาง | 21 |
| 23. การเดินทางท่องเที่ยวรอบโลกเป็นความใฝ่ฝัน ของท่าน | 3.23 | 1.34 | ปานกลาง | 22 |
| รวม | 3.81 | 0.59 | มาก | |

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

| รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว สูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง | n = 1,000 | | ระดับ | อันดับ |
|---|-------------|-------------|------------|--------|
| | \bar{X} | S.D | | |
| ด้านความคิดเห็น (Opinion: O) | | | | |
| 1. ท่านเป็นคนมีความมั่นใจในตัวเอง | 4.07 | 0.73 | มาก | 10 |
| 2. ท่านเป็นคนทันสมัย | 3.64 | 0.90 | มาก | 14 |
| 3. บุคลิกภาพและภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับ ท่าน | 3.94 | 0.84 | มาก | 12 |
| 4. สังคมควรให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุ | 4.25 | 0.77 | มากที่สุด | 9 |
| 5. ทุกคนควรให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม | 4.41 | 0.74 | มากที่สุด | 4 |
| 6. ธุรกิจการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงผลกระทบต่อ สังคม | 4.39 | 0.77 | มากที่สุด | 5 |
| 7. สถานการณ์ทางการเมืองมีผลกระทบต่อ การเดินทางท่องเที่ยวของท่าน | 3.81 | 1.13 | มาก | 13 |
| 8. การท่องเที่ยวช่วยสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น | 4.35 | 0.77 | มากที่สุด | 6 |
| 9. ภาวะเศรษฐกิจส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว | 4.27 | 0.84 | มากที่สุด | 8 |
| 10. การศึกษาเรียนรู้เกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลาไม่มี ข้อจำกัด | 4.42 | 0.77 | มากที่สุด | 3 |
| 11. การซื้อสินค้าท้องถิ่นเป็นการส่งเสริมอาชีพและ เศรษฐกิจในชุมชน | 4.35 | 0.75 | มากที่สุด | 6 |
| 12. สินค้าราคาแพคเกจมีคุณภาพกว่าสินค้าราคาถูก | 3.21 | 1.00 | ปานกลาง | 16 |
| 13. ตราสินค้าไม่ใช่เรื่องสำคัญขึ้นอยู่กับความพึง พอใจ | 3.63 | 0.97 | มาก | 15 |
| 14. ตราสินค้าของต่างประเทศมีคุณภาพดีกว่าตรา สินค้าภายในประเทศ | 2.97 | 0.96 | ปานกลาง | 17 |
| 15. การวางแผนชีวิตเป็นเรื่องสำคัญ | 4.46 | 0.72 | มากที่สุด | 1 |
| 16. วัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ | 4.44 | 0.74 | มากที่สุด | 2 |
| 17. สังคมไทยกำลังถูกวัฒนธรรมต่างชาติครอบงำ | 3.99 | 0.95 | มาก | 11 |
| รวม | 4.04 | 0.50 | มาก | |
| รวมทั้ง 3 ด้าน | 3.64 | 0.49 | มาก | |

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยรวมทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาด้านกิจกรรม พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.07$, S.D. = 0.63) โดยข้อความ “ท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ” มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.93) รองลงมา คือ ข้อความ “ถ้ามีเวลาวางท่านจะฟังวิทยุหรือดูโทรทัศน์” ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 0.97) พิจารณาด้านความสนใจ พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.59) โดยข้อความ “ครอบครัวมีความสำคัญที่สุดในชีวิตของท่าน” มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.67) รองลงมา คือ ข้อความ “ท่านให้ความสำคัญกับความปลอดภัยภายในบ้าน” ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.70) พิจารณาด้านความคิดเห็น พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.50) โดยข้อความ “การวางแผนชีวิตเป็นเรื่องสำคัญ” มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.72) รองลงมา คือ ข้อความ “วัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์” ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.74)

2) ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงภายใต้วิถีชีวิตใหม่

รูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงภายใต้วิถีชีวิตใหม่ จำแนกออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรม (Activities: A) ด้านความสนใจ (Interest: I) และด้านความคิดเห็น (Opinion: O)

สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง และแปลผลโดยการบรรยาย โดยค่าเฉลี่ยมีการให้ความหมาย ดังนี้

| | | |
|---------------------|---------|-----------------|
| ช่วงคะแนน 4.21–5.00 | หมายถึง | ระดับมากที่สุด |
| ช่วงคะแนน 3.41–4.20 | หมายถึง | ระดับมาก |
| ช่วงคะแนน 2.61–3.40 | หมายถึง | ระดับปานกลาง |
| ช่วงคะแนน 1.81–2.60 | หมายถึง | ระดับน้อย |
| ช่วงคะแนน 1.00–1.80 | หมายถึง | ระดับน้อยที่สุด |

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับของระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

| รูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง | n = 1,000 | | ระดับ | อันดับ |
|--|-------------|-------------|------------|--------|
| | \bar{X} | S.D | | |
| ด้านกิจกรรม (Activities: A) | | | | |
| 1. ท่านใช้เวลากับการทำกิจกรรมภายในบ้านมากกว่าการออกนอกบ้าน | 3.94 | 0.86 | มาก | 1 |
| 2. ท่านติดตามรายการท่องเที่ยวผ่านทางสื่อออนไลน์ เช่น Facebook/YouTube | 3.52 | 1.06 | มาก | 3 |
| 3. ท่านเน้นการเดินทางท่องเที่ยวส่วนบุคคลมากกว่าการเดินทางเป็นหมู่คณะ | 3.86 | 1.00 | มาก | 2 |
| 4. ภายใต้วิถีชีวิตใหม่ท่านซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์มากกว่าการซื้อในร้านค้า หรือห้างสรรพสินค้า | 2.99 | 1.10 | ปานกลาง | 5 |
| 5. ท่านซื้อสินค้าและบริการประเภทการประกันสุขภาพมากขึ้น | 3.37 | 1.06 | ปานกลาง | 4 |
| รวม | 3.54 | 0.66 | มาก | |
| ด้านความสนใจ (Interest: I) | | | | |
| 1. ท่านสนใจการท่องเที่ยวเสมือนจริง (Virtual Tours) | 2.84 | 1.21 | ปานกลาง | 7 |
| 2. ท่านสนใจการเดินทางท่องเที่ยวระยะสั้น (เที่ยวใกล้ๆ สั้นๆ ขับรถไปเอง) | 3.80 | 0.97 | มาก | 5 |
| 3. ท่านสนใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากกว่าต่างประเทศ | 3.85 | 0.98 | มาก | 4 |
| 4. ท่านสนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ | 3.71 | 0.93 | มาก | 6 |
| 5. ท่านสนใจสถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้คนไม่พลุกพล่าน (Unseen Destination) | 4.11 | 0.87 | มาก | 3 |
| 6. ท่านมองหาสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบริการที่มีมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) | 4.46 | 0.74 | มากที่สุด | 1 |

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

| รูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวภายใต้ ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยว สูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง | n = 1,000 | | ระดับ | อันดับ |
|--|-------------|-------------|------------|--------|
| | \bar{X} | S.D | | |
| 7. ท่านมองหาสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบริการที่ ได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้าน สุขอนามัย (SHA) | 4.37 | 0.79 | มากที่สุด | 2 |
| รวม | 3.88 | 0.56 | มาก | |
| ด้านความคิดเห็น (Opinion: O) | | | | |
| 1. การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) จะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เปลี่ยนแปลงไปตลอดกาล | 4.09 | 0.94 | มาก | 1 |
| 2. ท่านมั่นใจต่อมาตรการของรัฐบาลในการควบคุมการ แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส โคโรนา (COVID-19) | 3.31 | 1.24 | ปานกลาง | 4 |
| 3. ท่านมั่นใจต่อมาตรการของสถานที่ท่องเที่ยวและ สถานบริการในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติด เชื้อไวรัส โคโรนา (COVID-19) | 3.36 | 1.02 | ปานกลาง | 3 |
| 4. โครงการเราเที่ยวด้วยกันของรัฐบาลเป็นโครงการที่ เป็นประโยชน์ต่อท่าน | 3.08 | 1.20 | ปานกลาง | 5 |
| 5. รัฐบาลควรส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ หลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) | 4.05 | 0.99 | มาก | 2 |
| รวม | 3.58 | 0.71 | มาก | |
| รวมทั้ง 3 ด้าน | 3.66 | 0.48 | มาก | |

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) โดยรวมทั้ง 3 ด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 0.48) เมื่อพิจารณาด้านกิจกรรมภายใต้วิถีชีวิตใหม่ พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 0.66) โดยข้อความ “ท่านใช้เวลากับการทำกิจกรรมภายในบ้านมากกว่าการออกนอกบ้าน” มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.86) รองลงมา คือ ข้อความ “ท่านเน้นการเดินทางท่องเที่ยวส่วนบุคคลมากกว่าการเดินทางเป็นหมู่คณะ” ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 1.00) พิจารณาด้านความสนใจภายใต้วิถีชีวิตใหม่ พบว่า ความคิดเห็นของ

นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.56) โดยข้อความ “ท่านมองหาสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบริการที่มีมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)” มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.74) รองลงมา คือ ข้อความ “ท่านมองหาสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบริการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA)” ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.79) พิจารณาด้านความคิดเห็นภายใต้วิถีชีวิตใหม่ พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 0.71) โดยข้อความ “การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) จะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปตลอดกาล” มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.94) รองลงมา คือ ข้อความ “รัฐบาลควรส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)” ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.99)

4.2.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยว พบว่า

1) การทำกิจกรรมยามว่างของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ส่วนใหญ่หากมีเวลาว่างนิยมทำกิจกรรมภายในบ้าน เช่น การทำความสะอาดบ้าน ทำอาหาร ปลูกต้นไม้ ดูโทรทัศน์ ฟังเพลง ท่องอินเทอร์เน็ต อ่านหนังสือ และดูแลบุตรหลาน ส่วนกิจกรรมนอกบ้าน ได้แก่ การเดินทางท่องเที่ยว และซื้อสินค้า

2) แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความความสนใจ พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ส่วนใหญ่สนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา สวนดอกไม้ สวนผลไม้ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ ตลาดพื้นเมือง ตลาดน้ำ วัด รวมไปถึงแหล่งจำหน่ายสินค้า เช่น ถนนคนเดิน เป็นต้น

3) กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว พบว่า หากเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบการชมทัศนียภาพ และการพักผ่อนหย่อนใจกับบรรยากาศภายในแหล่งท่องเที่ยว การถ่ายภาพ และทำกิจกรรมบางประเภท เช่น การดำน้ำชมปะการัง และหากเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวจะนิยมทำกิจกรรมทางศาสนา เช่น การทำบุญ ไหว้พระ และขอพร ชมความงดงามของวัดและโบราณสถาน รวมถึงการศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงมักทำในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การเลือกซื้อสินค้า การรับประทานอาหาร และการสังสรรค์กับครอบครัว

4) ความคิดเห็นต่อการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงมีความคิดเห็น ดังนี้

(1) การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต เป็นการเปิดโลกทัศน์และประสบการณ์ใหม่ให้กับตนเอง

- (2) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดความสุข มีโอกาสได้พักผ่อนหย่อนใจ
ก่อนเกิดความเพลิดเพลิน
- (3) การท่องเที่ยวทำให้มีโอกาสใช้เวลาในการทำกิจกรรมกับสมาชิก
ในครอบครัว
- (4) การท่องเที่ยวทำให้มีโอกาสได้เรียนรู้และสัมผัสวิถีชีวิตของคนใน
ชุมชนท้องถิ่น สามารถนำความรู้ที่ได้รับกลับมาพัฒนาตนเอง
- (5) การท่องเที่ยวทำให้เศรษฐกิจของประเทศฟื้นตัว
- (6) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการเข้าถึงแหล่ง
ท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ

3) ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผลสรุปข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและ
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง มีรายละเอียดดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและการ
ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

| ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง | ความถี่ | ร้อยละ |
|---|---------|--------|
| นโยบายภาครัฐ | | |
| 1. รัฐบาลควรส่งเสริมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุให้มากขึ้น | 10 | 14.71 |
| 2. รัฐบาลควรสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เช่น ค่าเดินทาง และค่าที่พัก | 3 | 4.42 |
| 3. ควรมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในวันธรรมดาให้ผู้สูงอายุได้รับส่วนลดที่ มากขึ้น และกระจายไปในหลายกิจกรรม | 2 | 2.94 |
| 4. ภาครัฐควรสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบปลอดภัยในยุค New Normal เพื่อกระตุ้นและฟื้นฟูเศรษฐกิจ | 2 | 2.94 |
| 5. โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไม่ครอบคลุมกับประชาชน ทุกคน เช่น โครงการคนละครึ่ง | 1 | 1.47 |
| 6. ควรมีการส่งเสริมการประกันภัย ประกับสุขภาพให้ผู้สูงอายุในระหว่าง เดินทางในราคาพิเศษ | 1 | 1.47 |

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

| ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง | ความถี่ | ร้อยละ |
|--|---------|--------|
| นโยบายภาครัฐ (ต่อ) | | |
| 7. รัฐบาลควรจัดสรรงบประมาณช่วยสถานประกอบการ และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสบายให้นักท่องเที่ยวสูงอายุได้เข้าถึงการบริการที่ง่ายและรวดเร็ว ราคาไม่แพง | 1 | 1.47 |
| 8. รัฐบาลควรจัดให้มีการลดราคาพิเศษแพ็คเกจทัวร์สำหรับผู้สูงวัยบ่อยๆ | 1 | 1.47 |
| 9. รัฐบาลควรเร่งฟื้นฟูเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวโดยเร็ว | 1 | 1.47 |
| 10. รัฐบาลควรมีสวัสดิการต่างๆ ที่ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้สูงอายุ | 1 | 1.47 |
| 11. ส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงวัยภายในประเทศหลังวิกฤตโควิด 19 อย่างต่อเนื่อง มีการจัดการรองรับที่ดี สร้างแรงจูงใจให้ผู้สูงวัยอยากท่องเที่ยว | 1 | 1.47 |
| 12. นักท่องเที่ยวสูงอายุควรได้รับสวัสดิการฟรีทุกอย่าง | 1 | 1.47 |
| 13. หน่วยงานของรัฐจัดบริการนำเที่ยวฟรี หรือเก็บเงินบางส่วน | 1 | 1.47 |
| 14. ควรส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบเปิดอิสระตามใจชอบตามธรรมชาติ อย่าเอาผลิตภัณฑ์ค่า GDP มาเป็นเงื่อนไขการออกแบบส่งเสริมการท่องเที่ยว | 1 | 1.47 |
| 15. การท่องเที่ยวของผู้สูงอายุควรมีหน่วยงานเพื่อเป็นตัวกลางในการดำเนินกิจกรรมตามความสนใจของผู้สูงอายุแต่ละกลุ่ม | 1 | 1.47 |
| 16. ควรส่งเสริม สนับสนุน และมีการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวให้มากขึ้น | 1 | 1.47 |
| แหล่งท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยว | | |
| 1. สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ควรมีราคาพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ ทั้งด้านที่พัก อาหาร และของที่ระลึกต่างๆ | 4 | 5.89 |
| 2. ต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวและบริการให้ทัดเทียมกับต่างประเทศ | 2 | 2.94 |
| 3. แหล่งท่องเที่ยวควรมีสิ่งอำนวยความสะดวก ที่พักที่สะอาดและเดินทางไม่ลำบาก | 2 | 2.94 |

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

| ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง | ความถี่ | ร้อยละ |
|--|---------|--------|
| แหล่งท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยว (ต่อ) | | |
| 4. การท่องเที่ยวของผู้สูงอายุควรเน้นเรื่องความปลอดภัย และสุขภาพ | 2 | 2.94 |
| 5. ควรพัฒนาศูนย์ OTOP ของแต่ละจังหวัด สร้างเอกลักษณ์ของสินค้า ท้องถิ่นของตัวเอง มีการเล่าเรื่องราว และควรมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ น่าสนใจเพื่อเพิ่มมูลค่า | 1 | 1.47 |
| 6. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดการดูแลการส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุโดยเฉพาะให้ชัดเจนและ ต่อเนื่อง | 1 | 1.47 |
| 7. สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ควรเน้นในเรื่องความปลอดภัย ความสะอาด สะอาด ส่งเสริมคุณภาพชีวิตและวิถีของคนในท้องถิ่น สร้างความ ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว | 1 | 1.47 |
| 8. สถานที่ท่องเที่ยวควรมีบริการที่ดี พนักงานมีจิตบริการต่อนักท่องเที่ยว มีวาจาทำทางเป็นมิตร | 1 | 1.47 |
| 9. ควรจัดระเบียบและอนุรักษ์ธรรมชาติให้มากที่สุด | 1 | 1.47 |
| 10. การจัดการการท่องเที่ยววิถีใหม่ในพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างจริงจัง | 1 | 1.47 |
| 11. แหล่งท่องเที่ยวควรให้ความสนใจนักท่องเที่ยวไทยและกำหนดราคาที่พัก และอาหารให้เหมาะกับรายได้ของคนไทย ไม่ดูถูกนักท่องเที่ยวที่เป็น คนไทย | 1 | 1.47 |
| 12. ควรมีการฟื้นฟูและปรับปรุงคุณภาพสิ่งแวดล้อม สังคม ประเพณีและ วัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวทั้งประเภทธรรมชาติ วัฒนธรรมและ ประวัติศาสตร์ในช่วงก่อนเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติหลังสถานการณ์ โควิด 19 | 1 | 1.47 |
| 13. ต้องการได้รับส่วนลดที่พัก ร้านอาหาร และสายการบิน | 1 | 1.47 |
| 14. ควรมีบริษัททัวร์จัดเฉพาะผู้สูงอายุ โดยไม่ต้องรอไปพร้อมกลุ่มหรือ ชมรมจัดให้ | 1 | 1.47 |
| 15. มีแพคเกจที่หลากหลาย และ Platform ท่องเที่ยวแบบมี Local Expert | 1 | 1.47 |
| 16. ควรเน้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ | 1 | 1.47 |
| 17. ราคาต้องไม่แพงเกินเหตุ | 1 | 1.47 |

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

| ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง | ความถี่ | ร้อยละ |
|---|-----------|---------------|
| สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว | | |
| 1. ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงวัย เช่น ทางลาด ทางสำหรับรถเข็น มีรถเล็กไว้บริการ มีลิฟต์สำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ | 6 | 8.83 |
| 2. ควรมีระบบขนส่งสาธารณะที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สะดวกปลอดภัยมีมาตรฐาน | 1 | 1.47 |
| 3. รัฐควรปรับปรุงป้ายประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวให้สามารถเดินทางไปได้ง่าย | 1 | 1.47 |
| 4. รัฐควรปรับปรุงป้ายบอกทางให้สามารถเดินทางจากต้นทางไปถึงปลายทางได้โดยไม่ต้องแวะถามทาง ระหว่างการเดินทางหากมีสถานที่ท่องเที่ยวควรมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน | 1 | 1.47 |
| 5. ที่พักอาศัยตามสถานที่ท่องเที่ยวควรมีความพร้อมในการรองรับผู้สูงอายุมากกว่านี้ | 1 | 1.47 |
| 6. ควรมีระบบขนส่งสาธารณะที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สะดวกปลอดภัยมีมาตรฐาน | 1 | 1.47 |
| 7. อยากให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกและปลอดภัยทั้งการบริการสำหรับผู้สูงอายุมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวหรือที่พัก ควรให้ความสำคัญเรื่องความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อย โดยเฉพาะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 | 1 | 1.47 |
| 8. ควรปรับปรุงเส้นทางเพื่อการเดินทางโดยรถยนต์จะได้มีความสะดวกขึ้น | 1 | 1.47 |
| ผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยว | | |
| 1. พัฒนาความตั้งใจในการบริการ | 1 | 1.47 |
| 2. ผู้ให้บริการที่เข้าใจผู้สูงอายุ มี Service Mind ไม่หลอกลวง | 1 | 1.47 |
| 3. ควรให้บริการที่ดีและประทับใจกับนักท่องเที่ยว ไม่เอาเปรียบเกินไป | 1 | 1.47 |
| รวม | 68 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูงที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านนโยบายภาครัฐ ได้แก่ รัฐบาลควรส่งเสริมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุให้มากขึ้น ด้านแหล่งท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยว ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ควรมีราคาพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ ทั้งด้านที่พัก อาหาร และของที่ระลึกต่างๆ ด้านสาธารณูปโภค

และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ เช่น ทางลาด ทางสำหรับรถเข็น มีรถเล็กไว้บริการ มีลิฟต์สำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ และด้านผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยว ได้แก่ พัฒนาความจริงใจในการบริการ ผู้ให้บริการที่เข้าใจผู้สูงอายุ มี Service Mind ไม่หลอกลวง และควรให้บริการที่ดีและประทับใจกับนักท่องเที่ยว ไม่เอาเปรียบเกินไป

4.2.3 ผลการวิเคราะห์การจำแนกรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

ผู้วิจัยนำตัวแปรรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงภายใต้วิถีชีวิตใหม่ ทั้ง 78 ข้อ มาวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อลดจำนวนตัวแปรด้วยวิธีองค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis: PCA) จากนั้น จัดตัวแปรให้อยู่ในปัจจัยที่เหมาะสมโดยใช้วิธีการหมุนแกนปัจจัย มุมฉากแบบแวนริแมกซ์ (Varimax) แล้วตั้งชื่อปัจจัยให้สอดคล้องกับตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยนั้นๆ ดังตาราง 4.6-4.8

ตารางที่ 4.6 แสดงค่า Bartlett's Test of Sphericity ของรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

| | | |
|---|--------------------|-------------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy | | .934 |
| Bartlett's Test of Sphericity | Approx. Chi-Square | 43,494.075* |
| | Df | 3,003 |
| | Sig | .000 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) เท่ากับ .934 ซึ่งมากกว่า .50 สรุปได้ว่า ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) มีความเหมาะสมในการนำไปวิเคราะห์ปัจจัย

Bartlett's test of Sphericity ใช้ทดสอบสมมติฐาน

H0 : ตัวแปรต่างๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

H1 : ตัวแปรต่างๆ มีความสัมพันธ์กัน

ค่าประมาณทางสถิติของ Chi-Square = 43,494.075 ได้ค่า Sig. = .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 จึงปฏิเสธ H0 นั่นคือ ตัวแปรต่างๆ มีความสัมพันธ์กัน จึงเหมาะสมที่จะนำข้อมูลไปวิเคราะห์ปัจจัยต่อไป

ตารางที่ 4.7 แสดงค่า Total Variance Explained ของข้อมูล (ตัวแปร) เกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวยุวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

| Component | Initial Eigenvalues | | | Extraction Sums of Squared Loadings | | | Rotation Sums of Squared Loadings | | |
|-----------|---------------------|---------------|--------------|-------------------------------------|---------------|--------------|-----------------------------------|---------------|--------------|
| | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % |
| 1 | 18.928 | 24.266 | 24.266 | 18.928 | 24.266 | 24.266 | 6.973 | 8.939 | 8.939 |
| 2 | 5.878 | 7.535 | 31.802 | 5.878 | 7.535 | 31.802 | 4.769 | 6.114 | 15.053 |
| 3 | 3.573 | 4.581 | 36.383 | 3.573 | 4.581 | 36.383 | 4.158 | 5.331 | 20.383 |
| 4 | 2.559 | 3.281 | 39.664 | 2.559 | 3.281 | 39.664 | 3.624 | 4.646 | 25.029 |
| 5 | 2.339 | 2.998 | 42.663 | 2.339 | 2.998 | 42.663 | 3.561 | 4.566 | 29.595 |
| 6 | 2.093 | 2.683 | 45.345 | 2.093 | 2.683 | 45.345 | 3.236 | 4.148 | 33.743 |
| 7 | 1.966 | 2.521 | 47.866 | 1.966 | 2.521 | 47.866 | 3.141 | 4.026 | 37.769 |
| 8 | 1.774 | 2.274 | 50.140 | 1.774 | 2.274 | 50.140 | 3.043 | 3.902 | 41.671 |
| 9 | 1.638 | 2.099 | 52.239 | 1.638 | 2.099 | 52.239 | 2.399 | 3.075 | 44.746 |
| 10 | 1.552 | 1.990 | 54.229 | 1.552 | 1.990 | 54.229 | 2.386 | 3.059 | 47.805 |
| 11 | 1.412 | 1.811 | 56.040 | 1.412 | 1.811 | 56.040 | 2.281 | 2.924 | 50.729 |
| 12 | 1.321 | 1.693 | 57.733 | 1.321 | 1.693 | 57.733 | 2.159 | 2.769 | 53.498 |
| 13 | 1.251 | 1.604 | 59.338 | 1.251 | 1.604 | 59.338 | 2.087 | 2.675 | 56.173 |
| 14 | 1.168 | 1.498 | 60.835 | 1.168 | 1.498 | 60.835 | 1.806 | 2.316 | 58.488 |
| 15 | 1.098 | 1.408 | 62.243 | 1.098 | 1.408 | 62.243 | 1.787 | 2.292 | 60.780 |
| 16 | 1.066 | 1.367 | 63.610 | 1.066 | 1.367 | 63.610 | 1.698 | 2.177 | 62.957 |
| 17 | 1.012 | 1.298 | 64.908 | 1.012 | 1.298 | 64.908 | 1.522 | 1.951 | 64.908 |
| 18 | .965 | 1.237 | 66.145 | | | | | | |
| 19 | .946 | 1.212 | 67.357 | | | | | | |
| 20 | .920 | 1.179 | 68.537 | | | | | | |
| 21 | .856 | 1.098 | 69.635 | | | | | | |
| 22 | .827 | 1.060 | 70.695 | | | | | | |
| 23 | .807 | 1.034 | 71.729 | | | | | | |
| 24 | .784 | 1.005 | 72.733 | | | | | | |
| 25 | .749 | .960 | 73.694 | | | | | | |
| 26 | .746 | .957 | 74.650 | | | | | | |
| 27 | .724 | .928 | 75.578 | | | | | | |
| 28 | .680 | .871 | 76.450 | | | | | | |
| 29 | .676 | .867 | 77.317 | | | | | | |
| 30 | .644 | .825 | 78.142 | | | | | | |

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

| Component | Initial Eigenvalues | | | Extraction Sums of Squared Loadings | | | Rotation Sums of Squared Loadings | | |
|-----------|---------------------|---------------|--------------|-------------------------------------|---------------|--------------|-----------------------------------|---------------|--------------|
| | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % |
| 31 | .631 | .809 | 78.951 | | | | | | |
| 32 | .613 | .786 | 79.736 | | | | | | |
| 33 | .600 | .770 | 80.506 | | | | | | |
| 34 | .579 | .742 | 81.248 | | | | | | |
| 35 | .559 | .717 | 81.965 | | | | | | |
| 36 | .552 | .707 | 82.673 | | | | | | |
| 37 | .549 | .704 | 83.376 | | | | | | |
| 38 | .520 | .667 | 84.043 | | | | | | |
| 39 | .503 | .644 | 84.687 | | | | | | |
| 40 | .489 | .627 | 85.315 | | | | | | |
| 41 | .484 | .621 | 85.935 | | | | | | |
| 42 | .461 | .591 | 86.526 | | | | | | |
| 43 | .456 | .584 | 87.110 | | | | | | |
| 44 | .440 | .564 | 87.674 | | | | | | |
| 45 | .421 | .540 | 88.214 | | | | | | |
| 46 | .419 | .537 | 88.751 | | | | | | |
| 47 | .412 | .528 | 89.279 | | | | | | |
| 48 | .403 | .516 | 89.795 | | | | | | |
| 49 | .390 | .500 | 90.295 | | | | | | |
| 50 | .376 | .482 | 90.777 | | | | | | |
| 51 | .371 | .476 | 91.253 | | | | | | |
| 52 | .362 | .464 | 91.717 | | | | | | |
| 53 | .359 | .460 | 92.177 | | | | | | |
| 54 | .350 | .448 | 92.625 | | | | | | |
| 55 | .338 | .434 | 93.059 | | | | | | |
| 56 | .326 | .418 | 93.477 | | | | | | |
| 57 | .320 | .411 | 93.888 | | | | | | |
| 58 | .312 | .400 | 94.288 | | | | | | |
| 59 | .306 | .392 | 94.680 | | | | | | |
| 60 | .290 | .372 | 95.052 | | | | | | |
| 61 | .281 | .361 | 95.413 | | | | | | |
| 62 | .270 | .347 | 95.759 | | | | | | |

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

| Component | Initial Eigenvalues | | | Extraction Sums of Squared Loadings | | | Rotation Sums of Squared Loadings | | |
|-----------|---------------------|---------------|--------------|-------------------------------------|---------------|--------------|-----------------------------------|---------------|--------------|
| | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % |
| 63 | .267 | .343 | 96.102 | | | | | | |
| 64 | .264 | .338 | 96.440 | | | | | | |
| 65 | .246 | .315 | 96.755 | | | | | | |
| 66 | .241 | .309 | 97.065 | | | | | | |
| 67 | .231 | .297 | 97.361 | | | | | | |
| 68 | .224 | .287 | 97.648 | | | | | | |
| 69 | .217 | .278 | 97.926 | | | | | | |
| 70 | .210 | .270 | 98.195 | | | | | | |
| 71 | .206 | .265 | 98.460 | | | | | | |
| 72 | .203 | .261 | 98.721 | | | | | | |
| 73 | .193 | .247 | 98.968 | | | | | | |
| 74 | .182 | .234 | 99.202 | | | | | | |
| 75 | .178 | .228 | 99.429 | | | | | | |
| 76 | .172 | .221 | 99.650 | | | | | | |
| 77 | .141 | .181 | 99.831 | | | | | | |
| 78 | .132 | .169 | 100.000 | | | | | | |

จากตารางที่ 4.7 แสดงค่า Total Variance Explained พบว่า เมื่อเลือกพิจารณาเฉพาะปัจจัยที่มีค่า Eigenvalue มากกว่า 1 แล้ว ตัวแปรทั้งหมดสามารถนำมาจัดได้ทั้งหมด 17 ปัจจัย ซึ่งค่าร้อยละของความแปรปรวนทั้ง 17 ปัจจัยมีค่าร้อยละ 64.908 ดังนั้น ทั้ง 17 ปัจจัย สามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของตัวแปรทั้งหมดได้ร้อยละ 64.908 ของความแปรปรวนรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

ตารางที่ 4.8 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

| Factors | Factor Loading | Eigenvalue | Variance Explained |
|--|----------------|------------|--------------------|
| ปัจจัยที่ 1 การใส่ใจต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม | | 6.973 | 8.939 |
| การท่องเที่ยวช่วยสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น | .801 | | |
| การศึกษาเรียนรู้เกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลาไม่มีข้อจำกัด | .792 | | |
| ภาวะเศรษฐกิจส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว | .773 | | |
| การซื้อสินค้าท้องถิ่นเป็นการส่งเสริมอาชีพและเศรษฐกิจในชุมชน | .765 | | |
| ทุกคนควรให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม | .760 | | |
| ธุรกิจการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม | .755 | | |
| สังคมควรให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุ | .569 | | |
| สถานการณ์ทางการเมืองมีผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน | .458 | | |
| บุคลิกภาพและภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับท่าน | .412 | | |
| ท่านเป็นคนมีความมั่นใจในตัวเอง | .362 | | |
| ท่านสนใจการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก | .329 | | |
| ปัจจัยที่ 2 การใช้เทคโนโลยี | | 4.769 | 6.114 |
| ท่านสนใจเทคโนโลยีใหม่ๆ | .674 | | |
| ถ้ามีเวลาว่างท่านจะท่องอินเทอร์เน็ต | .667 | | |
| ท่านติดตามรายการท่องเที่ยวผ่านทางสื่อออนไลน์ เช่น Facebook/YouTube | .647 | | |
| ท่านสนใจเรื่องราวต่างๆ ที่อยู่ในกระแสนิยม | .590 | | |
| ภายใต้วิถีชีวิตใหม่ท่านซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์มากกว่าการซื้อในร้านค้า หรือห้างสรรพสินค้า | .584 | | |
| ท่านเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ | .550 | | |
| ท่านเป็นคนทันสมัย | .546 | | |
| ท่านติดตามข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ เป็นประจำ | .513 | | |

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

| Factors | Factor Loading | Eigenvalue | Variance Explained |
|---|----------------|------------|--------------------|
| ปัจจัยที่ 3 การเป็นจิตอาสาและกิจกรรมทางสังคม | | 4.158 | 5.331 |
| ท่านเป็นอาสาสมัครให้กับองค์กรการกุศล | .717 | | |
| ท่านเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนและสังคม | .709 | | |
| ท่านเป็นสมาชิกชมรมหรือสมาคมต่างๆ | .662 | | |
| ท่านชอบชมการแข่งขันกีฬา | .572 | | |
| ท่านสนใจเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาสังคมให้น่าอยู่ | .552 | | |
| ท่านออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาเป็นประจำ | .499 | | |
| ท่านชอบเที่ยวตามสถานบันเทิงยามราตรี | .343 | | |
| ปัจจัยที่ 4 การมุ่งสู่ความสำเร็จสูงสุดในชีวิต | | 3.624 | 4.646 |
| ความสำเร็จสูงสุดของท่าน คือ การเป็นเจ้าของธุรกิจ | .733 | | |
| ท่านยังอยากทำงานต่อแม้ว่าจะเกษียณอายุแล้ว | .646 | | |
| ความสำเร็จสูงสุดของท่าน คือ การมีฐานะทางการเงินที่ดี | .619 | | |
| ความสำเร็จสูงสุดของท่าน คือ การมีชื่อเสียง เกียรติยศ | .593 | | |
| ท่านทำอาชีพเสริมเพื่อหารายได้พิเศษ | .459 | | |
| ท่านให้ความสำคัญกับเรื่องงานมากกว่าเรื่องส่วนตัว | .408 | | |
| ปัจจัยที่ 5 ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม | | 3.561 | 4.566 |
| ท่านสนใจการเที่ยวชมวิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่น | .738 | | |
| ท่านสนใจการเที่ยวชมโบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน ประวัติศาสตร์ | .732 | | |
| ท่านสนใจเข้าร่วมเทศกาล งานประเพณี และกิจกรรมพิเศษต่างๆ | .722 | | |
| ท่านสนใจกิจกรรมทางศาสนา เช่น ทำบุญ ไหว้พระ ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ | .560 | | |
| ท่านสนใจอาหารท้องถิ่น | .364 | | |
| ปัจจัยที่ 6 การดูแลและใส่ใจสุขภาพตนเอง | | 3.236 | 4.148 |
| ท่านสนใจอาหารเพื่อสุขภาพ | .700 | | |
| ท่านสนใจกิจกรรมเกี่ยวกับการดูแลรักษาสุขภาพ | .644 | | |

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

| Factors | Factor Loading | Eigenvalue | Variance Explained |
|--|----------------|------------|--------------------|
| ท่านให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่ถูกสุขอนามัย | .629 | | |
| ท่านเลือกซื้อสินค้าเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ | .584 | | |
| ท่านสนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ | .519 | | |
| ท่านซื้อสินค้าและบริการประเภทการประกันสุขภาพมากขึ้น | .477 | | |
| ปัจจัยที่ 7 การให้ความสำคัญกับบ้านและครอบครัว | | 3.141 | 4.026 |
| ท่านให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมกับครอบครัว | .807 | | |
| ครอบครัวมีความสำคัญที่สุดในชีวิตของท่าน | .770 | | |
| ท่านให้ความสำคัญกับความปลอดภัยภายในบ้าน | .650 | | |
| ท่านชอบตกแต่งบ้านและบริเวณบ้านให้ดูดีอยู่เสมอ | .631 | | |
| ปัจจัยที่ 8 การพบปะสังสรรค์และการใช้เวลาว่าง | | 3.043 | 3.902 |
| ท่านชอบพบปะสังสรรค์และเข้าสังคม | .784 | | |
| ท่านชอบไปงานเลี้ยงสังสรรค์และงานรื่นเริงต่างๆ | .737 | | |
| ท่านมีเวลาว่างสำหรับงานอดิเรก | .585 | | |
| ท่านชอบการถ่ายรูป เช็คอิน และแบ่งปันข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | .459 | | |
| ท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ | .447 | | |
| ปัจจัยที่ 9 การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) | | 2.399 | 3.075 |
| ท่านสนใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากกว่าต่างประเทศ | .677 | | |
| ท่านสนใจการเดินทางท่องเที่ยวระยะสั้น (เที่ยวใกล้ๆ สั้นๆ ขับรถไปเอง) | .586 | | |
| ท่านสนใจสถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้คนไม่พลุกพล่าน (Unseen Destination) | .570 | | |
| ท่านเน้นการเดินทางท่องเที่ยวส่วนบุคคลมากกว่าการเดินทางเป็นหมู่คณะ | .378 | | |

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

| Factors | Factor Loading | Eigenvalue | Variance Explained |
|--|----------------|------------|--------------------|
| ปัจจัยที่ 10 การให้ความสำคัญต่อมาตรการและการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ | | 2.386 | 3.059 |
| ท่านมั่นใจต่อมาตรการของสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบริการในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) | .844 | | |
| ท่านมั่นใจต่อมาตรการของรัฐบาลในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) | .815 | | |
| โครงการเราเที่ยวด้วยกันของรัฐบาลเป็นโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อท่าน | .701 | | |
| รัฐบาลควรส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) | .457 | | |
| ปัจจัยที่ 11 การพักผ่อนและใช้เวลากับตัวเอง | | 2.281 | 2.924 |
| ถ้ามีเวลาว่างท่านจะนอนพักผ่อน | .759 | | |
| ถ้ามีเวลาว่างท่านจะฟังวิทยุหรือดูโทรทัศน์ | .749 | | |
| ถ้ามีเวลาว่างท่านจะใช้เวลาในการอยู่กับตัวเองแบบเงียบๆ | .578 | | |
| ท่านใช้เวลากับการทำกิจกรรมภายในบ้านมากกว่าการออกนอกบ้าน | .394 | | |
| ปัจจัยที่ 12 การเลือกซื้อสินค้าและการรับประทานอาหาร | | 2.159 | 2.769 |
| ท่านเลือกซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้า หรือร้านค้า | .633 | | |
| ท่านชอบรับประทานอาหารนอกบ้าน | .550 | | |
| ปัจจัยที่ 13 ความนิยมในคุณภาพและตราสินค้า | | 2.087 | 2.675 |
| ตราสินค้าของต่างประเทศมีคุณภาพดีกว่าตราสินค้าภายในประเทศ | .801 | | |
| สินค้านำเข้าแพงย่อมมีคุณภาพกว่าสินค้านำเข้าราคาถูก | .780 | | |
| ตราสินค้าไม่ใช่เรื่องสำคัญขึ้นอยู่กับความพึงพอใจ | .513 | | |

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

| Factors | Factor Loading | Eigenvalue | Variance Explained |
|---|----------------|------------|--------------------|
| ปัจจัยที่ 14 ความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว | | 1.806 | 2.316 |
| ท่านมองหาสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบริการที่มีมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) | .731 | | |
| ท่านมองหาสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบริการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) | .731 | | |
| ปัจจัยที่ 15 การเดินทางท่องเที่ยวรอบโลกและการท่องเที่ยวเสมือนจริง | | 1.787 | 2.292 |
| ท่านสนใจการท่องเที่ยวเสมือนจริง (Virtual Tours) | .585 | | |
| การเดินทางท่องเที่ยวรอบโลกเป็นความใฝ่ฝันของท่าน | .525 | | |
| ท่านชอบชมภาพยนตร์ ละครเวที และการแสดงต่างๆ | .345 | | |
| ปัจจัยที่ 16 ความคิดเห็นต่อวัฒนธรรม และการดำเนินชีวิต | | 1.698 | 2.177 |
| วัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ | .643 | | |
| สังคมไทยกำลังถูกวัฒนธรรมต่างชาติครอบงำ | .599 | | |
| การวางแผนชีวิตเป็นเรื่องสำคัญ | .490 | | |
| ปัจจัยที่ 17 ความคิดเห็นเกี่ยวกับโควิด 19 ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว | | 1.522 | 1.951 |
| การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) จะทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปตลอดกาล | .533 | | |

จากตารางที่ 4.8 อาศัยการกำหนดค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) ตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป ค่า Eigenvalue มากกว่า 1 และมีตัวแปรตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไปในแต่ละปัจจัย ทั้งนี้ พบว่า ปัจจัยที่ 17 มีเพียงตัวแปรเดียว ดังนั้น ผู้วิจัยจึงพิจารณาตัดปัจจัยดังกล่าวออกไป และแสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยจำนวน 16 ปัจจัย ดังนี้

ปัจจัยที่ 1 การใส่ใจต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม มีค่าความแปรปรวนร้อยละ 8.939 อธิบายกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นว่า การท่องเที่ยวช่วยสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น การศึกษาเรียนรู้เกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลาไม่มีข้อจำกัด ภาวะเศรษฐกิจส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว การซื้อสินค้าท้องถิ่นเป็น

การส่งเสริมอาชีพและเศรษฐกิจในชุมชน ทุกคนควรให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม ธุรกิจการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม สังคมควรให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุ สถานการณ์ทางการเมืองมีผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน บุคลิกภาพและภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับท่าน ท่านเป็นคนมีความมั่นใจในตัวเองท่านสนใจการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก

ปัจจัยที่ 2 การใช้เทคโนโลยี มีค่าความแปรปรวนร้อยละ 6.114 อธิบายกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจเทคโนโลยีใหม่ๆ ถ้ามีเวลารว่างท่านจะท่องอินเทอร์เน็ต ท่านติดตามรายการท่องเที่ยวผ่านทางสื่อออนไลน์ เช่น Facebook/YouTube ท่านสนใจเรื่องราวต่างๆ ที่อยู่ในกระแสนิยม ภายใต้วิถีชีวิตใหม่ท่านซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์มากกว่าการซื้อในร้านค้า หรือห้างสรรพสินค้า ท่านเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ ท่านเป็นคนทันสมัย ท่านติดตามข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ เป็นประจำ

ปัจจัยที่ 3 การเป็นจิตอาสาและกิจกรรมทางสังคม มีค่าความแปรปรวนร้อยละ 5.331 อธิบายกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นอาสาสมัครให้กับองค์กรการกุศล ท่านเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนและสังคมท่านเป็นสมาชิกชมรมหรือสมาคมต่างๆ ท่านชอบชมการแข่งขันกีฬา ท่านสนใจเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาสังคมให้น่าอยู่ ท่านออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาเป็นประจำ ท่านชอบเที่ยวตามสถานบันเทิงยามราตรี

ปัจจัยที่ 4 การมุ่งสู่ความสำเร็จสูงสุดในชีวิต มีค่าความแปรปรวนร้อยละ 4.646 อธิบายกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นว่าการประสบความสำเร็จสูงสุดของท่าน คือ การเป็นเจ้าของธุรกิจ ท่านยังอยากทำงานต่อแม้ว่าจะเกษียณอายุแล้ว ความสำเร็จสูงสุดของท่าน คือ การมีฐานะทางการเงินที่ดี ความสำเร็จสูงสุดของท่าน คือ การมีชื่อเสียง เกียรติยศ ท่านทำอาชีพเสริมเพื่อหารายได้พิเศษ ท่านให้ความสำคัญกับเรื่องงานมากกว่าเรื่องส่วนตัว

ปัจจัยที่ 5 ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่าความแปรปรวนร้อยละ 4.566 อธิบายกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่น ท่านสนใจการท่องเที่ยวชมโบราณสถาน พิพิธภัณฑสถานประวัติศาสตร์ ท่านสนใจเข้าร่วมเทศกาล งานประเพณี และกิจกรรมพิเศษต่างๆ ท่านสนใจกิจกรรมทางศาสนา เช่น ทำบุญ ไหว้พระ ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ท่านสนใจอาหารท้องถิ่น

ปัจจัยที่ 6 การดูแลและใส่ใจสุขภาพตนเอง มีค่าความแปรปรวนร้อยละ 4.148 อธิบายกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจอาหารเพื่อสุขภาพ ท่านสนใจกิจกรรมเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ ท่านให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่ถูกสุขอนามัย ท่านเลือกซื้อสินค้าเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ ท่านสนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ปัจจัยที่ 7 การให้ความสำคัญกับบ้านและครอบครัว มีค่าความแปรปรวนร้อยละ 4.026 อธิบายกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมกับครอบครัว ครอบครัวมีความสำคัญที่สุดในชีวิตของท่าน ท่านให้ความสำคัญกับความปลอดภัยภายในบ้าน ท่านชอบตกแต่งบ้านและบริเวณบ้านให้ดูดีอยู่เสมอ

ปัจจัยที่ 8 การพบปะสังสรรค์และการใช้เวลาว่าง มีค่าความแปรปรวนร้อยละ 3.902 อธิบายกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบพบปะสังสรรค์และเข้าสังคม ท่านชอบไปงานเลี้ยงสังสรรค์และงานรื่นเริงต่างๆ ท่านมีเวลาว่างสำหรับงานอดิเรก ท่านชอบการถ่ายรูป เซ็คอิน และแบ่งปันข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ปัจจัยที่ 9 การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) มีค่าความแปรปรวนร้อยละ 3.075 อธิบายกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากกว่าต่างประเทศ ท่านสนใจการเดินทางท่องเที่ยวระยะสั้น (เที่ยวใกล้ๆ สั้นๆ ขับรถไปเอง) ท่านสนใจสถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้คนไม่พลุกพล่าน (Unseen Destination) ท่านเน้นการเดินทางท่องเที่ยวส่วนบุคคลมากกว่าการเดินทางเป็นหมู่คณะ

ปัจจัยที่ 10 การให้ความสำคัญต่อมาตรการและการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ มีค่าความแปรปรวนร้อยละ 3.059 อธิบายกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มั่นใจต่อมาตรการของสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบริการในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ท่านมั่นใจต่อมาตรการของรัฐบาลในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) โครงการเราเที่ยวด้วยกันของรัฐบาลเป็นโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อท่าน รัฐบาลควรส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)

ปัจจัยที่ 11 การพักผ่อนและใช้เวลากับตัวเอง มีค่าความแปรปรวนร้อยละ 2.924 อธิบายกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ถ้ามีเวลาว่างท่านจะนอนพักผ่อน ถ้ามีเวลาว่างท่านจะฟังวิทยุหรือดูโทรทัศน์ ถ้ามีเวลาว่างท่านจะใช้เวลาในการอยู่กับตัวเองแบบเงียบๆ ท่านใช้เวลากับการทำกิจกรรมภายในบ้านมากกว่าการออกนอกบ้าน

ปัจจัยที่ 12 การเลือกซื้อสินค้าและการรับประทานอาหาร มีค่าความแปรปรวนร้อยละ 2.769 อธิบายกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้า หรือร้านค้า ท่านชอบรับประทานอาหารนอกบ้าน

ปัจจัยที่ 13 ความนิยมในคุณภาพและตราสินค้า มีค่าความแปรปรวนร้อยละ 2.675 อธิบายกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นว่าตราสินค้าของต่างประเทศมีคุณภาพดีกว่าตราสินค้าภายในประเทศ สินค้าราคาแพงย่อมมีคุณภาพกว่าสินค้านี้ราคาถูก ตราสินค้าไม่ใช่เรื่องสำคัญขึ้นอยู่กับความพึงพอใจ

ปัจจัยที่ 14 ความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว มีค่าความแปรปรวนร้อยละ 2.316 อธิบายกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มองหาสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบริการที่มีมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ท่านมองหาสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบริการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA)

ปัจจัยที่ 15 การเดินทางท่องเที่ยวรอบโลกและการท่องเที่ยวเสมือนจริง มีค่าความแปรปรวนร้อยละ 2.292 อธิบายกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเสมือนจริง (Virtual Tours) การเดินทางท่องเที่ยวรอบโลกเป็นความใฝ่ฝันของท่าน ท่านชอบชมภาพยนตร์ ละครเวที และการแสดงต่างๆ

ปัจจัยที่ 16 ความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมและการวางแผนชีวิต มีค่าความแปรปรวนร้อยละ 2.177 อธิบายกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นว่าวัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ สังคมไทยกำลังถูกวัฒนธรรมต่างชาติครอบงำ การวางแผนชีวิตเป็นเรื่องสำคัญ

4.2.4 ผลการจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

การจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ผู้วิจัยนำทั้ง 16 ปัจจัย มาทำการวิเคราะห์จัดกลุ่มด้วยเทคนิค K-Means Clustering ซึ่งสามารถจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงได้ 5 กลุ่ม และตั้งชื่อกลุ่มตามลักษณะเด่นและลักษณะโดยรวมของกลุ่มนั้นๆ ได้แก่ กลุ่มที่ 1 กลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า กลุ่มที่ 2 กลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน กลุ่มที่ 3 กลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม กลุ่มที่ 4 กลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต และกลุ่มที่ 5 กลุ่มรักสุขภาพ ดังตาราง 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงผลการวิเคราะห์การจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

| Factors | Cluster | | | | |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 1 (n=198) | 2 (n=221) | 3 (n=178) | 4 (n=227) | 5 (n=176) |
| ปัจจัยที่ 1 การใส่ใจต่อสังคม และ สิ่งแวดล้อม | .31461 | .17882 | -.95974 | .06873 | .30353 |
| ปัจจัยที่ 2 การใช้เทคโนโลยี | .40001 | -.42190 | -.31438 | .40276 | -.12176 |
| ปัจจัยที่ 3 การเป็นจิตอาสาและ กิจกรรมสังคม | -.19857 | .22778 | -.41080 | .76066 | -.62823 |
| ปัจจัยที่ 4 การมุ่งสู่ความสำเร็จ สูงสุดในชีวิต | -.48177 | -.47214 | .12440 | .51855 | .34023 |
| ปัจจัยที่ 5 ความสนใจในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม | -.61111 | .08422 | -.47296 | .50305 | .41125 |
| ปัจจัยที่ 6 การดูแลและใส่ใจ สุขภาพตนเอง | -.08652 | .29387 | .26610 | .40588 | -1.06429 |
| ปัจจัยที่ 7 การให้ความสำคัญกับ บ้านและครอบครัว | .33191 | .47417 | -.81268 | -.05139 | -.08061 |

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

| Factors | Cluster | | | | |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 1 (n=198) | 2 (n=221) | 3 (n=178) | 4 (n=227) | 5 (n=176) |
| ปัจจัยที่ 8 การพบปะสังสรรค์และ การใช้เวลาว่าง | -.10139 | -.09130 | .02846 | .43709 | -.36382 |
| ปัจจัยที่ 9 การเดินทางท่องเที่ยว ภายในประเทศในชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) | -.34215 | .26672 | -.44650 | .29790 | .11735 |
| ปัจจัยที่ 10 การให้ความสำคัญต่อ มาตรการและการส่งเสริมการ ท่องเที่ยวในชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) | -.35091 | .25049 | .08098 | -.10888 | .13877 |
| ปัจจัยที่ 11 การพักผ่อนและใช้เวลา กับตัวเอง | -.14359 | -.44407 | -.17280 | .43728 | .32993 |
| ปัจจัยที่ 12 การซื้อสินค้าและ อาหารการกิน | .06307 | -.61945 | .13544 | .30470 | .17690 |
| ปัจจัยที่ 13 ความนิยมในคุณภาพ และตราสินค้า | .58734 | -.17752 | -.51048 | .09492 | -.04401 |
| ปัจจัยที่ 14 ความปลอดภัยในการ เดินทางท่องเที่ยว | .50031 | -.37186 | .00973 | .02513 | -.13815 |
| ปัจจัยที่ 15 การเดินทางท่องเที่ยว รอบโลกและการท่องเที่ยวเสมือน จริง | -.24787 | .27628 | -.27347 | -.15008 | .40208 |
| ปัจจัยที่ 16 ความคิดเห็นต่อ วัฒนธรรม และการดำเนินชีวิต | .17104 | .25206 | -.29881 | -.07762 | -.10662 |

จากตารางที่ 4.9 ผลการจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มี
การใช้จ่ายสูง มีดังนี้

1. นักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า (ร้อยละ 19.80)
มีลักษณะเด่นในปัจจัยที่ 5 ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รองลงมา คือ ปัจจัยที่ 13 ความนิยม
ในคุณภาพและตราสินค้า และปัจจัยที่ 14 ความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่

สนใจการเที่ยวชมวิถีชีวิต วัฒนธรรมท้องถิ่น เที่ยวชมโบราณสถาน พิพิธภัณฑสถานประวัติศาสตร์ การเข้าร่วมเทศกาล งานประเพณี กิจกรรมพิเศษ และกิจกรรมทางศาสนา เช่น ทำบุญ ไหว้พระ ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ มองว่าตราสินค้าของต่างประเทศมีคุณภาพดีกว่าตราสินค้าภายในประเทศ สินค้าราคาแพงย่อมมีคุณภาพดีกว่าสินค้าราคาถูก แต่ตราสินค้าก็ไม่ได้มีความสำคัญไปกว่าความพึงพอใจของตน มองหาสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบริการที่มีมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) และได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA)

2. **นักท่องเที่ยวกลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน** (ร้อยละ 22.10) มีลักษณะเด่นในปัจจุบันที่ 12 การซื้อสินค้าและการรับประทานอาหาร เป็นกลุ่มที่เลือกซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้า หรือร้านค้า ชอบรับประทานอาหารนอกบ้าน

3. **นักท่องเที่ยวกลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม** (ร้อยละ 17.80) มีลักษณะเด่นในปัจจุบันที่ 1 การใส่ใจต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม รองลงมา คือ ปัจจัยที่ 7 การให้ความสำคัญกับบ้านและครอบครัว เป็นกลุ่มที่มองว่าการท่องเที่ยวช่วยสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น การซื้อสินค้าท้องถิ่นเป็นการส่งเสริมอาชีพและเศรษฐกิจในชุมชน การศึกษาเรียนรู้เกิดขึ้นได้ทุกที่ตลอดเวลาไม่มีข้อจำกัด มองว่าภาวะเศรษฐกิจส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม ทุกคนควรให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและผู้สูงอายุ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มองว่าครอบครัวมีความสำคัญที่สุดในชีวิต ชอบทำกิจกรรมกับครอบครัว ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยภายในบ้าน ชอบตกแต่งบ้านและบริเวณบ้านให้ดูดีอยู่เสมอ

4. **นักท่องเที่ยวกลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต** (ร้อยละ 22.70) มีลักษณะเด่นในปัจจุบันที่ 3 การเป็นจิตอาสาและกิจกรรมสังคม รองลงมา คือ ปัจจัยที่ 4 การมุ่งสู่ความสำเร็จสูงสุดในชีวิต เป็นกลุ่มที่เป็นอาสาสมัครให้กับองค์กรการกุศล สนใจและเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนและสังคมให้น่าอยู่ เป็นสมาชิกชมรมหรือสมาคมต่างๆ ชอบชมการแข่งขันกีฬา มองว่าความสำเร็จสูงสุด คือ การเป็นเจ้าของธุรกิจ การมีฐานะทางการเงินที่ดี การมีชื่อเสียงเกียรติยศ และยังอยากทำงานต่อแม้ว่าจะเกษียณอายุแล้วก็ตาม

5. **นักท่องเที่ยวกลุ่มรักสุขภาพ** (ร้อยละ 17.60) มีลักษณะเด่นในปัจจุบันที่ 6 การดูแลและใส่ใจสุขภาพตนเอง เป็นกลุ่มที่สนใจอาหารเพื่อสุขภาพ กิจกรรมเกี่ยวกับการดูแลรักษาสุขภาพ ให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารเช้าที่ถูกต้อง สุขอนามัย เลือกซื้อสินค้าเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ สนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

4.3 ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง มีดังนี้

4.3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า

4.3.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า

| ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| เพศ | | |
| ชาย | 76 | 38.38 |
| หญิง | 122 | 61.62 |
| รวม | 198 | 100.00 |
| อายุ | | |
| 55-60 ปี | 88 | 44.44 |
| 61-65 ปี | 56 | 28.28 |
| 66-70 ปี | 41 | 20.71 |
| 71-75 ปี | 12 | 6.06 |
| 76-80 ปี | 1 | 0.51 |
| 81 ปี ขึ้นไป | 0 | 0.00 |
| รวม | 198 | 100.00 |
| ระดับการศึกษา | | |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 16 | 8.08 |
| ปริญญาตรี | 66 | 33.33 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 116 | 58.59 |
| รวม | 198 | 100.00 |

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| สถานภาพสมรส | | |
| โสด | 33 | 16.67 |
| สมรส | 142 | 71.72 |
| หย่าร้าง/แยกกันอยู่ | 6 | 3.03 |
| หม้าย | 17 | 8.59 |
| รวม | 198 | 100.00 |
| ภูมิลำเนา/ที่อยู่ปัจจุบัน | | |
| เชียงใหม่ | 23 | 11.62 |
| เชียงราย | 38 | 19.19 |
| นครราชสีมา | 6 | 3.03 |
| ขอนแก่น | 28 | 14.14 |
| นครศรีธรรมราช | 20 | 10.10 |
| สงขลา | 4 | 2.02 |
| สุพรรณบุรี | 16 | 8.08 |
| ชลบุรี | 3 | 1.52 |
| กรุงเทพมหานคร | 38 | 19.19 |
| นนทบุรี | 22 | 11.11 |
| รวม | 198 | 100.00 |
| การอยู่อาศัยในปัจจุบัน | | |
| คู่สมรส | 69 | 34.85 |
| คู่สมรสและบุตรหลาน | 72 | 36.36 |
| ญาติพี่น้อง | 13 | 6.57 |
| อยู่คนเดียว/พักอาศัยตามลำพัง | 35 | 17.68 |
| อื่นๆ | 9 | 4.55 |
| รวม | 198 | 100.00 |

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไปของนักท่งเทียวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับสินค้า | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| อาชีพปัจจุบัน | | |
| รับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ | 56 | 28.28 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 12 | 6.06 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 3 | 1.52 |
| ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ | 36 | 18.18 |
| เกษตรกร | 4 | 2.02 |
| ข้าราชการบำนาญ | 70 | 35.35 |
| พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ดูแลบุตรหลาน | 4 | 2.02 |
| ไม่ได้ประกอบอาชีพ | 9 | 4.55 |
| อื่นๆ | 4 | 2.02 |
| รวม | 198 | 100.00 |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือนก่อนหักค่าใช้จ่าย | | |
| 45,000–55,000 บาท | 105 | 53.03 |
| 55,001–65,000 บาท | 31 | 15.66 |
| 65,001–75,000 บาท | 18 | 9.09 |
| 75,001–85,000 บาท | 11 | 5.56 |
| 85,001–95,000 บาท | 9 | 4.55 |
| 95,001 บาท ขึ้นไป | 24 | 12.12 |
| รวม | 198 | 100.00 |
| แหล่งที่มาของรายได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | | |
| จากการทำงาน/ประกอบธุรกิจของตนเองในปัจจุบัน | 118 | 41.55 |
| จากสวัสดิการจากรัฐและเอกชน/บำนาญ | 79 | 27.82 |
| จากบุตรหลาน/ญาติ | 18 | 6.34 |
| จากการลงทุนในกองทุน หุ้น หรือพันธบัตร | 31 | 10.92 |
| เงินออม | 38 | 13.38 |
| รวม | 284 | 100.00 |

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| ความพร้อมของสุขภาพในการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| แข็งแรงดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกสถานที่ | 117 | 59.09 |
| ค่อนข้างดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้เกือบทุกสถานที่ | 60 | 30.30 |
| พอใช้ เดินทางท่องเที่ยวได้บางสถานที่ | 21 | 10.61 |
| รวม | 198 | 100.00 |
| โรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| ไม่มีโรคประจำตัว | 143 | 72.22 |
| มีโรคประจำตัว | 55 | 27.78 |
| รวม | 198 | 100.00 |
| ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| ไม่ต้องการ | 184 | 92.93 |
| ต้องการ | 14 | 7.07 |
| รวม | 198 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.10 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า แยกตาม

- 1) เพศ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.62 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 38.38
- 2) อายุ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 55-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.44 รองลงมาคือ 61-65 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.28
- 3) ระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 58.59 รองลงมา คือ ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 33.33
- 4) สถานภาพสมรส พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 71.72 รองลงมาคือ โสด คิดเป็นร้อยละ 16.67
- 5) ภูมิลำเนา/ที่อยู่ปัจจุบัน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีภูมิลำเนา/ที่อยู่ปัจจุบันในจังหวัดเชียงราย และจังหวัดกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 19.19 รองลงมา คือ จังหวัดขอนแก่น คิดเป็นร้อยละ 14.14

- 6) การอยู่อาศัยในปัจจุบัน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่อาศัยอยู่กับคู่สมรสและบุตรหลาน คิดเป็นร้อยละ 36.36 รองลงมา คือ คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 34.85
- 7) อาชีพในปัจจุบัน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นข้าราชการบำนาญ คิดเป็นร้อยละ 35.35 รองลงมา คือ ประกอบอาชีพรับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 28.28
- 8) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนก่อนหักค่าใช้จ่าย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000–55,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.03 รองลงมา คือ 55,001–65,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.66
- 9) แหล่งที่มาของรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้จากการทำงาน/ประกอบธุรกิจของตนเองในปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 41.55 รองลงมา คือ มีรายได้จากสวัสดิการจากรัฐและเอกชน/บำนาญ คิดเป็นร้อยละ 27.82
- 10) ความพร้อมของสุขภาพในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สุขภาพแข็งแรงดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกสถานที่ คิดเป็นร้อยละ 59.09 รองลงมา คือ สุขภาพค่อนข้างดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้เกือบทุกสถานที่ คิดเป็นร้อยละ 30.30
- 11) โรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่มีโรคประจำตัว คิดเป็นร้อยละ 76.10 และมีโรคประจำตัว คิดเป็นร้อยละ 23.90
- 12) ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 92.93 และต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 7.07

4.3.1.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
กลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
กลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลา 1 ปี | | |
| 1 ครั้งต่อปี | 29 | 14.65 |
| 2 ครั้งต่อปี | 43 | 21.72 |
| 3 ครั้งต่อปี | 53 | 26.77 |
| 4 ครั้งต่อปี | 23 | 11.62 |
| 5 ครั้งต่อปี | 8 | 4.04 |
| มากกว่า 5 ครั้งต่อปี | 42 | 21.21 |
| รวม | 198 | 100.00 |
| ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว | | |
| วันจันทร์-ศุกร์ | 46 | 23.23 |
| วันเสาร์-อาทิตย์ | 30 | 15.15 |
| วันหยุดติดต่อกันหลายวัน | 92 | 46.46 |
| วันหยุดเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ | 13 | 6.57 |
| อื่นๆ | 17 | 8.59 |
| รวม | 198 | 100.00 |
| ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| 1 วัน | 14 | 7.07 |
| 2 วัน | 19 | 9.60 |
| 3 วัน | 87 | 43.94 |
| 4 วัน | 27 | 13.64 |
| 5 วัน | 26 | 13.13 |
| มากกว่า 5 วัน | 25 | 12.63 |
| รวม | 198 | 100.00 |

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | | |
| เพื่อการพักผ่อน | 183 | 43.99 |
| เพื่อการศึกษาเรียนรู้ | 51 | 12.26 |
| เพื่อนการรักษาสุขภาพ | 17 | 4.09 |
| เพื่อนการกีฬา | 3 | 0.72 |
| เพื่อการเยี่ยมญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน | 58 | 13.94 |
| เพื่อใช้เวลาอยู่กับญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน | 62 | 14.90 |
| เพื่อการปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา เช่น ทำบุญ ไหว้พระ ขอพร | 40 | 9.62 |
| อื่นๆ | 2 | 0.48 |
| รวม | 416 | 100.00 |
| การรับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| สื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน | 92 | 46.46 |
| สื่อมวลชน เช่น วิทยุ/โทรทัศน์/หนังสือพิมพ์/นิตยสาร | 16 | 8.08 |
| สื่อเฉพาะกิจ เช่น แผ่นพับ/แผ่นป้ายโฆษณา/เอกสารจากบัตรเครดิต | 1 | 0.51 |
| สื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว | 31 | 15.66 |
| สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line/Facebook/YouTube | 57 | 28.79 |
| นิทรรศการการท่องเที่ยว เช่น เทศกาลเที่ยวเมืองไทย | 1 | 0.51 |
| รวม | 198 | 100.00 |
| ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| ตนเอง | 119 | 60.10 |
| คู่สมรส | 46 | 23.23 |
| บุตรหลาน/ญาติ | 25 | 12.63 |
| เพื่อน | 7 | 3.54 |
| สมาคม/ชมรมที่เป็นสมาชิก | 1 | 0.51 |
| รวม | 198 | 100.00 |

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| นิยมเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับใครมากที่สุด | | |
| คนเดียว | 8 | 4.04 |
| บุตรหลาน/ญาติ | 47 | 23.74 |
| คู่สมรส | 94 | 47.47 |
| เพื่อน | 38 | 19.19 |
| หน่วยงาน/บริษัท/เพื่อนร่วมงาน | 5 | 2.53 |
| อื่นๆ | 6 | 3.03 |
| รวม | 198 | 100.00 |
| ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวที่นิยมมากที่สุด | | |
| จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง | 116 | 58.59 |
| บุตรหลาน/ญาติเป็นผู้จัดการเดินทางท่องเที่ยว | 55 | 27.78 |
| เดินทางท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว | 19 | 9.60 |
| เดินทางท่องเที่ยวกับหน่วยงาน/บริษัท/องค์กรที่ทำงาน | 7 | 3.54 |
| เดินทางท่องเที่ยวกับสมาคม/ชมรมที่เป็นสมาชิก | 1 | 0.51 |
| รวม | 198 | 100.00 |
| ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| เครื่องบิน | 71 | 35.86 |
| รถโดยสารประจำทาง | 1 | 0.51 |
| รถยนต์ส่วนบุคคล | 104 | 52.53 |
| รถเช่า/เหมา | 12 | 6.06 |
| รถของบริษัทนำเที่ยว | 7 | 3.54 |
| รถไฟ | 0 | 0.00 |
| อื่นๆ | 3 | 1.52 |
| รวม | 198 | 100.00 |

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| พื้นที่ที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว | | |
| ภายในจังหวัดที่อยู่อาศัย | 8 | 4.04 |
| ภายในภูมิภาคที่อยู่อาศัย | 34 | 17.17 |
| จังหวัดและภูมิภาคอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่อาศัย | 156 | 78.79 |
| รวม | 198 | 100.00 |
| แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจมากที่สุด | | |
| แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก | 142 | 71.72 |
| แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ | 16 | 8.08 |
| แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น วิถีชีวิต เทศกาล งานประเพณี | 17 | 8.59 |
| แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา เช่น วัด ศาลเจ้า | 12 | 6.06 |
| แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น น้ำพุร้อน สปา บ่อน้ำแร่ | 5 | 2.53 |
| อื่นๆ | 6 | 3.03 |
| รวม | 198 | 100.00 |
| ที่พักแรมที่นิยมใช้ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| โรงแรม | 128 | 64.65 |
| รีสอร์ท | 61 | 30.81 |
| โฮมสเตย์ | 3 | 1.52 |
| บ้านญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก | 5 | 2.53 |
| อื่นๆ | 1 | .51 |
| รวม | 198 | 100.00 |
| ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง | | |
| ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท | 12 | 6.06 |
| 5,001–10,000 บาท | 45 | 22.73 |
| 10,001–15,000 บาท | 50 | 25.25 |
| 15,001–20,000 บาท | 39 | 19.70 |
| 20,001–25,000 บาท | 12 | 6.06 |
| 25,001 บาท ขึ้นไป | 40 | 20.20 |
| รวม | 198 | 100.00 |

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| ประเภทของค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยว แต่ละครั้ง | | |
| ค่าที่พักแรม | 87 | 43.94 |
| ค่ายานพาหนะในการเดินทาง | 54 | 27.27 |
| ค่าอาหารและเครื่องดื่ม | 45 | 22.73 |
| ค่าซื้อของฝาก/สินค้าที่ระลึก | 12 | 6.06 |
| อื่นๆ | 0 | 0.00 |
| รวม | 198 | 100.00 |
| หากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยว อยากเดินทางไปท่องเที่ยวภูมิภาคใด มากที่สุด | | |
| ภาคเหนือ | 71 | 40.57 |
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | 8 | 4.57 |
| ภาคกลาง | 20 | 11.43 |
| ภาคใต้ | 76 | 43.43 |
| รวม | 175 | 100.00 |
| อยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดใดมากที่สุด | | |
| ภาคเหนือ | | |
| เชียงใหม่ | 30 | 42.25 |
| น่าน | 19 | 26.76 |
| เชียงราย | 10 | 14.08 |
| แม่ฮ่องสอน | 6 | 8.45 |
| ลำพูน | 3 | 4.23 |
| สุโขทัย | 1 | 1.41 |
| พิษณุโลก | 1 | 1.41 |
| เพชรบูรณ์ | 1 | 1.41 |
| รวม | 71 | 100.00 |

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | | |
| อุบลราชธานี | 3 | 37.50 |
| เลย | 2 | 25.00 |
| นครพนม | 1 | 12.50 |
| หนองคาย | 1 | 12.50 |
| บุรีรัมย์ | 1 | 12.50 |
| รวม | 8 | 100.00 |
| ภาคกลาง | | |
| ประจวบคีรีขันธ์ | 6 | 30.00 |
| กาญจนบุรี | 3 | 15.00 |
| กรุงเทพมหานคร | 2 | 10.00 |
| ชลบุรี | 2 | 10.00 |
| ตราด | 2 | 10.00 |
| ระยอง | 2 | 10.00 |
| จันทบุรี | 1 | 5.00 |
| สมุทรปราการ | 1 | 5.00 |
| สิงห์บุรี | 1 | 5.00 |
| รวม | 20 | 100.00 |
| ภาคใต้ | | |
| ภูเก็ต | 31 | 40.79 |
| กระบี่ | 18 | 23.68 |
| พังงา | 8 | 10.53 |
| ระนอง | 5 | 6.58 |
| ยะลา | 4 | 5.26 |
| สตูล | 3 | 3.95 |
| สุราษฎร์ธานี | 3 | 3.95 |
| ตรัง | 2 | 2.63 |
| ปัตตานี | 1 | 1.32 |

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|--------|
| นครศรีธรรมราช | 1 | 1.32 |
| รวม | 76 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.11 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า แยกตาม

1) จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลา 1 ปี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยว 3 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.77 รองลงมา คือ เดินทางท่องเที่ยว 2 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.72

2) ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 46.46 รองลงมา คือ เดินทางท่องเที่ยวในวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 23.23

3) ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลา 3 วันในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 43.94 รองลงมา คือ ใช้ระยะเวลา 4 วันในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 13.64

4) วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 43.99 รองลงมา คือ เพื่อใช้เวลาอยู่กับญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 14.90

5) การรับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 46.46 รองลงมา คือ สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line/Facebook/YouTube คิดเป็นร้อยละ 28.79

6) ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตนเองเป็นผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 60.10 รองลงมา คือ คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 23.23

7) นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับใครมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับคู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 47.47 รองลงมา คือ บุตรหลาน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 23.74

8) ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวที่นิยมมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 58.59 รองลงมา คือ บุตรหลาน/ญาติเป็นผู้จัดการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 27.78

9) ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นยานพาหนะหลักในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 52.53 รองลงมา คือ เครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 35.86

10) พื้นที่ที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดและภูมิภาคอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่อาศัย ร้อยละ 78.79 รองลงมา คือ ภายในภูมิภาคที่อยู่อาศัย ร้อยละ 17.17

11) แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก คิดเป็นร้อยละ 71.72 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น วิถีชีวิต เทศกาล งานประเพณี คิดเป็นร้อยละ 8.59

12) ที่พักแรมที่นิยมใช้ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมใช้โรงแรมเป็นที่พักแรมในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 64.65 รองลงมา คือ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 30.81

13) ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 10,001–15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.25 รองลงมา คือ 5,001–10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.73

14) ประเภทของค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทางแต่ละครั้งเป็นค่าที่พักแรม คิดเป็นร้อยละ 43.94 รองลงมา คือ ค่ายานพาหนะในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 27.27

15) หากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวภูมิภาคใดมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากไปท่องเที่ยวภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 43.43 รองลงมา คือ ภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 40.57

16) อยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดใดมากที่สุด โดยจำแนกตามภูมิภาค พบว่า ภาคเหนือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 42.25 รองลงมา คือ จังหวัดน่าน คิดเป็นร้อยละ 26.76 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากไปท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมา คือ จังหวัดเลย คิดเป็นร้อยละ 25.00 ภาคกลาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากไปท่องเที่ยวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมา คือ จังหวัดกาญจนบุรี คิดเป็นร้อยละ 15.00 และภาคใต้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต คิดเป็นร้อยละ 40.79 รองลงมา คือ จังหวัดกระบี่ คิดเป็นร้อยละ 23.68

4.3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน

4.3.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน

| ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| เพศ | | |
| ชาย | 101 | 45.70 |
| หญิง | 120 | 54.30 |
| รวม | 221 | 100.00 |
| อายุ | | |
| 55-60 ปี | 106 | 47.96 |
| 61-65 ปี | 61 | 27.60 |
| 66-70 ปี | 23 | 10.41 |
| 71-75 ปี | 20 | 9.05 |
| 76-80 ปี | 10 | 4.52 |
| 81 ปี ขึ้นไป | 1 | 0.45 |
| รวม | 221 | 100.00 |
| ระดับการศึกษา | | |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 44 | 19.91 |
| ปริญญาตรี | 89 | 40.27 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 88 | 39.82 |
| รวม | 221 | 100.00 |
| สถานภาพสมรส | | |
| โสด | 24 | 10.86 |
| สมรส | 155 | 70.14 |
| หย่าร้าง/แยกกันอยู่ | 11 | 4.98 |

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| หม้าย | 31 | 14.03 |
| รวม | 221 | 100.00 |
| ภูมิลำเนา/ที่อยู่ปัจจุบัน | | |
| เชียงใหม่ | 22 | 9.95 |
| เชียงราย | 33 | 14.93 |
| นครราชสีมา | 25 | 11.31 |
| ขอนแก่น | 20 | 9.05 |
| นครศรีธรรมราช | 46 | 20.81 |
| สงขลา | 8 | 3.62 |
| สุพรรณบุรี | 21 | 9.50 |
| ชลบุรี | 4 | 1.81 |
| กรุงเทพมหานคร | 21 | 9.50 |
| นนทบุรี | 21 | 9.50 |
| รวม | 221 | 100.00 |
| การอยู่อาศัยในปัจจุบัน | | |
| คู่สมรส | 63 | 28.51 |
| คู่สมรสและบุตรหลาน | 89 | 40.27 |
| ญาติพี่น้อง | 22 | 9.95 |
| อยู่คนเดียว/พักอาศัยตามลำพัง | 28 | 12.67 |
| อื่นๆ | 19 | 8.60 |
| รวม | 221 | 100.00 |
| อาชีพปัจจุบัน | | |
| รับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ | 76 | 34.39 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 11 | 4.98 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 3 | 1.36 |
| ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ | 38 | 17.19 |
| เกษตรกร | 5 | 2.26 |
| ข้าราชการบำนาญ | 60 | 27.15 |

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ดูแลบุตรหลาน | 6 | 2.71 |
| ไม่ได้ประกอบอาชีพ | 11 | 4.98 |
| อื่นๆ | 11 | 4.98 |
| รวม | 221 | 100.00 |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือนก่อนหักค่าใช้จ่าย | | |
| 45,000–55,000 บาท | 116 | 52.49 |
| 55,001–65,000 บาท | 37 | 16.74 |
| 65,001–75,000 บาท | 20 | 9.05 |
| 75,001–85,000 บาท | 15 | 6.79 |
| 85,001–95,000 บาท | 11 | 4.98 |
| 95,001 บาท ขึ้นไป | 22 | 9.95 |
| รวม | 221 | 100.00 |
| แหล่งที่มาของรายได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | | |
| จากการทำงาน/ประกอบธุรกิจของตนเองในปัจจุบัน | 144 | 41.03 |
| จากสวัสดิการจากรัฐและเอกชน/บำนาญ | 81 | 23.08 |
| จากบุตรหลาน/ญาติ | 43 | 12.25 |
| จากการลงทุนในกองทุน หุ้น หรือพันธบัตร | 33 | 9.40 |
| เงินออม | 50 | 14.25 |
| รวม | 351 | 100.00 |
| ความพร้อมของสุขภาพในการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| แข็งแรงดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกสถานที่ | 138 | 62.44 |
| ค่อนข้างดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้เกือบทุกสถานที่ | 52 | 23.53 |
| พอใช้ เดินทางท่องเที่ยวได้บางสถานที่ | 31 | 14.03 |
| รวม | 221 | 100.00 |
| โรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| ไม่มีโรคประจำตัว | 159 | 71.95 |
| มีโรคประจำตัว | 62 | 28.05 |
| รวม | 221 | 100.00 |

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| ไม่ต้องการ | 202 | 91.40 |
| ต้องการ | 19 | 8.60 |
| รวม | 221 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.12 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน แยกตาม

- 1) เพศ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.30 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 45.70
- 2) อายุ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 55–60 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.96 รองลงมา คือ 61–65 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.60
- 3) ระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 40.27 รองลงมา คือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 39.82
- 4) สถานภาพสมรส พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 70.14 รองลงมา คือ หม้าย คิดเป็นร้อยละ 14.03
- 5) ภูมิลำเนา/ที่อยู่ปัจจุบัน พบว่า ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนา/ที่อยู่ปัจจุบันในจังหวัดนครศรีธรรมราช คิดเป็นร้อยละ 20.81 รองลงมา คือ จังหวัดเชียงราย คิดเป็นร้อยละ 14.93
- 6) การอยู่อาศัยในปัจจุบัน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับคู่สมรสและบุตรหลาน จำนวน คิดเป็นร้อยละ 40.27 รองลงมา คือ คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 28.51
- 7) อาชีพในปัจจุบัน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 34.39 รองลงมา คือ ข้าราชการบำนาญ คิดเป็นร้อยละ 27.15
- 8) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนก่อนหักค่าใช้จ่าย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000–55,000 บาท ร้อยละ 52.49 รองลงมา คือ 55,001–65,000 บาท ร้อยละ 16.74
- 9) แหล่งที่มาของรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้จากการทำงาน/ประกอบธุรกิจของตนเองในปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 41.03 รองลงมา คือ มีรายได้จากสวัสดิการจากรัฐและเอกชน/บำนาญ คิดเป็นร้อยละ 23.08

10) ความพร้อมของสุขภาพในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สุขภาพแข็งแรงดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกสถานที่ คิดเป็นร้อยละ 62.44 รองลงมา คือ สุขภาพค่อนข้างดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้เกือบทุกสถานที่ คิดเป็นร้อยละ 23.53

11) โรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่มีโรคประจำตัว คิดเป็นร้อยละ 71.95 และมีโรคประจำตัว คิดเป็นร้อยละ 28.05

12) ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 91.40 และต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 8.60

4.3.2.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
กลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
กลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลา 1 ปี | | |
| 1 ครั้งต่อปี | 36 | 16.29 |
| 2 ครั้งต่อปี | 54 | 24.43 |
| 3 ครั้งต่อปี | 55 | 24.89 |
| 4 ครั้งต่อปี | 17 | 7.69 |
| 5 ครั้งต่อปี | 7 | 3.17 |
| มากกว่า 5 ครั้งต่อปี | 52 | 23.53 |
| รวม | 221 | 100.00 |
| ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว | | |
| วันจันทร์ – ศุกร์ | 39 | 17.65 |
| วันเสาร์ – อาทิตย์ | 53 | 23.98 |
| วันหยุดติดต่อกันหลายวัน | 80 | 36.20 |
| วันหยุดเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ | 21 | 9.50 |
| อื่นๆ | 28 | 12.67 |
| รวม | 221 | 100.00 |
| ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| 1 วัน | 7 | 3.17 |
| 2 วัน | 41 | 18.55 |
| 3 วัน | 83 | 37.56 |
| 4 วัน | 37 | 16.74 |
| 5 วัน | 24 | 10.86 |
| มากกว่า 5 วัน | 29 | 13.12 |
| รวม | 221 | 100.00 |

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | | |
| เพื่อการพักผ่อน | 189 | 36.91 |
| เพื่อการศึกษาเรียนรู้ | 63 | 12.30 |
| เพื่อนการรักษาสุขภาพ | 35 | 6.84 |
| เพื่อนการกีฬา | 9 | 1.76 |
| เพื่อการเยี่ยมญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน | 75 | 14.65 |
| เพื่อใช้เวลาอยู่กับญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน | 75 | 14.65 |
| เพื่อการปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา เช่น ทำบุญ ไหว้พระ ขอพร | 58 | 11.33 |
| อื่นๆ | 8 | 1.56 |
| รวม | 512 | 100.00 |
| การรับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| สื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน | 114 | 51.58 |
| สื่อมวลชน เช่น วิทยุ/โทรทัศน์/หนังสือพิมพ์/นิตยสาร | 18 | 8.14 |
| สื่อเฉพาะกิจ เช่น แผ่นพับ/แผ่นป้ายโฆษณา/เอกสารจากบัตรเครดิต | 1 | 0.45 |
| สื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว | 24 | 10.86 |
| สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line/Facebook/YouTube | 57 | 25.79 |
| นิทรรศการการท่องเที่ยว เช่น เทศกาลเที่ยวเมืองไทย | 7 | 3.17 |
| รวม | 221 | 100.00 |
| ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| ตนเอง | 121 | 54.75 |
| คู่สมรส | 39 | 17.65 |
| บุตรหลาน/ญาติ | 47 | 21.27 |
| เพื่อน | 7 | 3.17 |
| สมาคม/ชมรมที่เป็นสมาชิก | 7 | 3.17 |
| รวม | 221 | 100.00 |

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| นิยมเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับใครมากที่สุด | | |
| คนเดียว | 11 | 4.98 |
| บุตรหลาน/ญาติ | 73 | 33.03 |
| คู่สมรส | 75 | 33.94 |
| เพื่อน | 50 | 22.62 |
| หน่วยงาน/บริษัท/เพื่อนร่วมงาน | 2 | 0.90 |
| อื่นๆ | 10 | 4.52 |
| รวม | 221 | 100.00 |
| ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวที่นิยมมากที่สุด | | |
| จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง | 115 | 52.04 |
| บุตรหลาน/ญาติเป็นผู้จัดการเดินทางท่องเที่ยว | 68 | 30.77 |
| เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยว | 20 | 9.05 |
| เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับหน่วยงาน/บริษัท/องค์กรที่ทำงาน | 5 | 2.26 |
| เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับสมาคม/ชมรมที่เป็นสมาชิก | 13 | 5.88 |
| รวม | 221 | 100.00 |
| ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| เครื่องบิน | 39 | 17.65 |
| รถโดยสารประจำทาง | 3 | 1.36 |
| รถยนต์ส่วนบุคคล | 133 | 60.18 |
| รถเช่า/เหมา | 23 | 10.41 |
| รถของบริษัทนำเที่ยว | 18 | 8.14 |
| รถไฟ | 2 | 0.90 |
| อื่นๆ | 3 | 1.36 |
| รวม | 221 | 100.00 |

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| พื้นที่ที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว | | |
| ภายในจังหวัดที่อยู่อาศัย | 15 | 6.79 |
| ภายในภูมิภาคที่อยู่อาศัย | 37 | 16.74 |
| จังหวัดและภูมิภาคอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่อาศัย | 169 | 76.47 |
| รวม | 221 | 100.00 |
| แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจมากที่สุด | | |
| แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก | 135 | 61.09 |
| แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ | 18 | 8.14 |
| แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น วิถีชีวิต เทศกาล งานประเพณี | 36 | 16.29 |
| แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา เช่น วัด ศาลเจ้า | 21 | 9.50 |
| แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น น้ำพุร้อน สปา บ่อน้ำแร่ | 7 | 3.17 |
| อื่นๆ | 4 | 1.81 |
| รวม | 221 | 100.00 |
| ที่พักแรมที่นิยมใช้ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| โรงแรม | 127 | 57.47 |
| รีสอร์ท | 69 | 31.22 |
| โฮมสเตย์ | 8 | 3.62 |
| บ้านญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก | 13 | 5.88 |
| อื่นๆ | 4 | 1.81 |
| รวม | 221 | 100.00 |
| ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง | | |
| ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท | 23 | 10.41 |
| 5,001–10,000 บาท | 62 | 28.05 |
| 10,001–15,000 บาท | 52 | 23.53 |
| 15,001–20,000 บาท | 40 | 18.10 |
| 20,001–25,000 บาท | 25 | 11.31 |
| 25,001 บาท ขึ้นไป | 19 | 8.60 |
| รวม | 221 | 100.00 |

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| ประเภทของค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยว แต่ละครั้ง | | |
| ค่าที่พักแรม | 66 | 29.86 |
| ค่ายานพาหนะในการเดินทาง | 60 | 27.15 |
| ค่าอาหารและเครื่องดื่ม | 70 | 31.67 |
| ค่าซื้อของฝาก/สินค้าที่ระลึก | 23 | 10.41 |
| อื่นๆ | 2 | 0.90 |
| รวม | 221 | 100.00 |
| หากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยว อยากเดินทางไปท่องเที่ยวภูมิภาคใด มากที่สุด | | |
| ภาคเหนือ | 87 | 42.44 |
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | 19 | 9.27 |
| ภาคกลาง | 38 | 18.54 |
| ภาคใต้ | 61 | 29.76 |
| รวม | 205 | 100.00 |
| อยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดใดมากที่สุด | | |
| ภาคเหนือ | | |
| เชียงใหม่ | 41 | 47.13 |
| น่าน | 17 | 19.54 |
| เชียงราย | 9 | 10.34 |
| แม่ฮ่องสอน | 9 | 10.34 |
| เพชรบูรณ์ | 4 | 4.60 |
| สุโขทัย | 2 | 2.30 |
| ลำปาง | 2 | 2.30 |
| ลำพูน | 1 | 1.15 |
| พะเยา | 1 | 1.15 |
| ตาก | 1 | 1.15 |
| รวม | 87 | 100.00 |

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | | |
| อุบลราชธานี | 5 | 26.32 |
| นครพนม | 4 | 21.05 |
| นครราชสีมา | 3 | 15.79 |
| เลย | 2 | 10.53 |
| บึงกาฬ | 2 | 10.53 |
| บุรีรัมย์ | 1 | 5.26 |
| อุดรธานี | 1 | 5.26 |
| หนองคาย | 1 | 5.26 |
| รวม | 19 | 100.00 |
| ภาคกลาง | | |
| จันทบุรี | 8 | 21.05 |
| กรุงเทพมหานคร | 7 | 18.42 |
| ชลบุรี | 5 | 13.16 |
| ประจวบคีรีขันธ์ | 4 | 10.53 |
| กาญจนบุรี | 4 | 10.53 |
| อยุธยา | 3 | 7.89 |
| ระยอง | 3 | 7.89 |
| ตราด | 3 | 7.89 |
| สุพรรณบุรี | 1 | 2.63 |
| รวม | 38 | 100.00 |
| ภาคใต้ | | |
| ภูเก็ต | 19 | 31.15 |
| กระบี่ | 9 | 14.75 |
| สุราษฎร์ธานี | 9 | 14.75 |
| ยะลา | 8 | 13.11 |
| พังงา | 6 | 9.84 |
| นครศรีธรรมราช | 4 | 6.56 |

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| สตูล | 4 | 6.56 |
| ชุมพร | 1 | 1.64 |
| ตรัง | 1 | 1.64 |
| รวม | 61 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.13 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน แยกตาม

- 1) จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลา 1 ปี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยว 3 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.89 รองลงมา คือ เดินทางท่องเที่ยว 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.43
- 2) ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 36.20 รองลงมา คือ เดินทางท่องเที่ยวในวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 23.98
- 3) ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลา 3 วันในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 37.56 รองลงมา คือ ใช้ระยะเวลา 2 วันในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 18.55
- 4) วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 36.91 รองลงมา คือ เพื่อเยี่ยมญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน และเพื่อใช้เวลาอยู่กับญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 14.65
- 5) การรับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลการเดินทางจากสื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 51.58 รองลงมา คือ สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line/Facebook/YouTube คิดเป็นร้อยละ 25.79
- 6) ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตนเองเป็นผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 54.75 รองลงมา คือ บุตรหลาน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 21.27
- 7) นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับใครมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับคู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 33.94 รองลงมา คือ บุตรหลาน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 33.03

8) ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวที่นิยมมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 52.04 รองลงมา คือ บุตรหลาน/ญาติเป็นผู้จัดการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 30.77

9) ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นยานพาหนะหลักในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 60.18 รองลงมา คือ เครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 17.65

10) พื้นที่ที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดและภูมิภาคอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่อาศัย คิดเป็นร้อยละ 76.47 รองลงมา คือ ภายในภูมิภาคที่อยู่อาศัย คิดเป็นร้อยละ 16.74

11) แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก คิดเป็นร้อยละ 61.09 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น วิถีชีวิต เทศกาล งานประเพณี คิดเป็นร้อยละ 16.29

12) ที่พักแรมที่นิยมใช้ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมใช้โรงแรมเป็นที่พักแรมในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 57.47 รองลงมา คือ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 31.22

13) ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 5,001–10,000 บาท ร้อยละ 28.05 รองลงมา คือ 10,001–15,000 บาท ร้อยละ 23.53

14) ประเภทของค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทางแต่ละครั้งเป็นค่าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 31.67 รองลงมา คือ ค่าที่พักแรม คิดเป็นร้อยละ 29.86

15) หากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวภูมิภาคใดมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากไปท่องเที่ยวภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 42.44 รองลงมา คือ ภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 29.76

16) อยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดใดมากที่สุด โดยจำแนกตามภูมิภาค พบว่า ภาคเหนือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 47.13 รองลงมา คือ จังหวัดน่าน คิดเป็นร้อยละ 19.54 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากไปท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี คิดเป็นร้อยละ 26.32 รองลงมา คือ จังหวัดนครพนม คิดเป็นร้อยละ 21.05 ภาคกลาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากไปท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี คิดเป็นร้อยละ 21.05 รองลงมา คือ จังหวัดกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 18.42 และภาคใต้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต คิดเป็นร้อยละ 31.15 รองลงมา คือ จังหวัดกระบี่ และจังหวัดสุราษฎร์ธานี คิดเป็นร้อยละ 14.75

4.3.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม

4.3.3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม

| ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| เพศ | | |
| ชาย | 71 | 39.89 |
| หญิง | 107 | 60.11 |
| รวม | 178 | 100.00 |
| อายุ | | |
| 55-60 ปี | 92 | 51.69 |
| 61-65 ปี | 48 | 26.97 |
| 66-70 ปี | 22 | 12.36 |
| 71-75 ปี | 10 | 5.62 |
| 76-80 ปี | 6 | 3.37 |
| 81 ปี ขึ้นไป | 0 | 0.00 |
| รวม | 178 | 100.00 |
| ระดับการศึกษา | | |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 49 | 27.53 |
| ปริญญาตรี | 77 | 43.26 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 52 | 29.21 |
| รวม | 178 | 100.00 |
| สถานภาพสมรส | | |
| โสด | 36 | 20.22 |
| สมรส | 117 | 65.73 |
| หย่าร้าง/แยกกันอยู่ | 14 | 7.87 |

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| หม้าย | 11 | 6.18 |
| รวม | 178 | 100.00 |
| ภูมิลำเนา/ที่อยู่ปัจจุบัน | | |
| เชียงใหม่ | 9 | 5.06 |
| เชียงราย | 5 | 2.81 |
| นครราชสีมา | 23 | 12.92 |
| ขอนแก่น | 10 | 5.62 |
| นครศรีธรรมราช | 6 | 3.37 |
| สงขลา | 2 | 1.12 |
| สุพรรณบุรี | 29 | 16.29 |
| ชลบุรี | 87 | 48.88 |
| กรุงเทพมหานคร | 5 | 2.81 |
| นนทบุรี | 2 | 1.12 |
| รวม | 178 | 100.00 |
| การอยู่อาศัยในปัจจุบัน | | |
| คู่สมรส | 41 | 23.03 |
| คู่สมรสและบุตรหลาน | 79 | 44.38 |
| ญาติพี่น้อง | 21 | 11.80 |
| อยู่คนเดียว/พักอาศัยตามลำพัง | 31 | 17.42 |
| อื่นๆ | 6 | 3.37 |
| รวม | 178 | 100.00 |
| อาชีพปัจจุบัน | | |
| รับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ | 50 | 28.09 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 20 | 11.24 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 9 | 5.06 |
| ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ | 43 | 24.16 |
| เกษตรกร | 4 | 2.25 |
| ข้าราชการบำนาญ | 32 | 17.98 |

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ดูแลบุตรหลาน | 6 | 3.37 |
| ไม่ได้ประกอบอาชีพ | 9 | 5.06 |
| อื่นๆ | 5 | 2.81 |
| รวม | 178 | 100.00 |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือนก่อนหักค่าใช้จ่าย | | |
| 45,000–55,000 บาท | 79 | 44.38 |
| 55,001–65,000 บาท | 54 | 30.34 |
| 65,001–75,000 บาท | 22 | 12.36 |
| 75,001–85,000 บาท | 9 | 5.06 |
| 85,001–95,000 บาท | 6 | 3.37 |
| 95,001 บาท ขึ้นไป | 8 | 4.49 |
| รวม | 178 | 100.00 |
| แหล่งที่มาของรายได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | | |
| จากการทำงาน/ประกอบธุรกิจของตนเองในปัจจุบัน | 129 | 51.81 |
| จากสวัสดิการจากรัฐและเอกชน/บำนาญ | 44 | 17.67 |
| จากบุตรหลาน/ญาติ | 20 | 8.03 |
| จากการลงทุนในกองทุน หุ้น หรือพันธบัตร | 32 | 12.85 |
| เงินออม | 24 | 9.64 |
| รวม | 249 | 100.00 |
| ความพร้อมของสุขภาพในการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| แข็งแรงดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกสถานที่ | 113 | 63.48 |
| ค่อนข้างดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้เกือบทุกสถานที่ | 44 | 24.72 |
| พอใช้ เดินทางท่องเที่ยวได้บางสถานที่ | 21 | 11.80 |
| รวม | 178 | 100.00 |
| โรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| ไม่มีโรคประจำตัว | 145 | 81.46 |
| มีโรคประจำตัว | 33 | 18.54 |
| รวม | 178 | 100.00 |

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| ไม่ต้องการ | 167 | 93.82 |
| ต้องการ | 11 | 6.18 |
| รวม | 178 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.14 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม แยกตาม

1) เพศ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.11 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 39.89

2) อายุ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 55–60 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.69 รองลงมา คือ 61–65 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.97

3) ระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 43.26 รองลงมา คือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 29.21

4) สถานภาพสมรส พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 65.73 รองลงมา คือ โสด คิดเป็นร้อยละ 20.22

5) ภูมิลำเนา/ที่อยู่ปัจจุบัน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีภูมิลำเนา/ที่อยู่ปัจจุบันในจังหวัดชลบุรี คิดเป็นร้อยละ 48.88 รองลงมา คือ จังหวัดสุพรรณบุรี คิดเป็นร้อยละ 16.29

6) การอยู่อาศัยในปัจจุบัน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับคู่สมรสและบุตรหลาน จำนวน คิดเป็นร้อยละ 44.38 รองลงมา คือ คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 23.03

7) อาชีพในปัจจุบัน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 28.09 รองลงมา คือ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 24.16

8) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนก่อนหักค่าใช้จ่าย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000–55,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.38 รองลงมา คือ 55,001–65,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.34

9) แหล่งที่มาของรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้จากการทำงาน/ประกอบธุรกิจของตนเองในปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 51.81 รองลงมา คือ มีรายได้จากสวัสดิการจากรัฐและเอกชน/บำนาญ คิดเป็นร้อยละ 17.67

10) ความพร้อมของสุขภาพในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สุขภาพแข็งแรงดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกสถานที่ คิดเป็นร้อยละ 63.48 รองลงมา คือ สุขภาพค่อนข้างดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้เกือบทุกสถานที่ คิดเป็นร้อยละ 24.72

11) โรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่มีโรคประจำตัว คิดเป็นร้อยละ 81.46 และมีโรคประจำตัว คิดเป็นร้อยละ 18.54

12) ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 93.82 และต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 6.18

4.3.1.6 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
กลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
กลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลา 1 ปี | | |
| 1 ครั้งต่อปี | 18 | 10.11 |
| 2 ครั้งต่อปี | 55 | 30.90 |
| 3 ครั้งต่อปี | 55 | 30.90 |
| 4 ครั้งต่อปี | 21 | 11.80 |
| 5 ครั้งต่อปี | 6 | 3.37 |
| มากกว่า 5 ครั้งต่อปี | 23 | 12.92 |
| รวม | 178 | 100.00 |
| ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว | | |
| วันจันทร์-ศุกร์ | 50 | 28.09 |
| วันเสาร์-อาทิตย์ | 42 | 23.60 |
| วันหยุดติดต่อกันหลายวัน | 70 | 39.33 |
| วันหยุดเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ | 12 | 6.74 |
| อื่นๆ | 4 | 2.25 |
| รวม | 178 | 100.00 |
| ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| 1 วัน | 4 | 2.25 |
| 2 วัน | 40 | 22.47 |
| 3 วัน | 81 | 45.51 |
| 4 วัน | 24 | 13.48 |
| 5 วัน | 18 | 10.11 |
| มากกว่า 5 วัน | 11 | 6.18 |
| รวม | 178 | 100.00 |

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | | |
| เพื่อการพักผ่อน | 151 | 53.74 |
| เพื่อการศึกษาเรียนรู้ | 17 | 6.05 |
| เพื่อนการรักษาสุขภาพ | 6 | 2.14 |
| เพื่อนการกีฬา | 6 | 2.14 |
| เพื่อการเยี่ยมญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน | 27 | 9.61 |
| เพื่อใช้เวลาอยู่กับญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน | 42 | 14.95 |
| เพื่อการปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา เช่น ทำบุญ ไหว้พระ ขอพร | 30 | 10.68 |
| อื่นๆ | 2 | 0.71 |
| รวม | 281 | 100.00 |
| การรับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| สื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน | 103 | 57.87 |
| สื่อมวลชน เช่น วิทยุ/โทรทัศน์/หนังสือพิมพ์/นิตยสาร | 22 | 12.36 |
| สื่อเฉพาะกิจ เช่น แผ่นพับ/แผ่นป้ายโฆษณา/เอกสารจากบัตรเครดิต | 2 | 1.12 |
| สื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว | 13 | 7.30 |
| สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line/Facebook/YouTube | 34 | 19.10 |
| นิทรรศการการท่องเที่ยว เช่น เทศกาลเที่ยวเมืองไทย | 4 | 2.25 |
| รวม | 178 | 100.00 |
| ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| ตนเอง | 91 | 51.12 |
| คู่สมรส | 31 | 17.42 |
| บุตรหลาน/ญาติ | 39 | 21.91 |
| เพื่อน | 12 | 6.74 |
| สมาคม/ชมรมที่เป็นสมาชิก | 5 | 2.81 |
| รวม | 178 | 100.00 |

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| นิยมเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับใครมากที่สุด | | |
| คนเดียว | 6 | 3.37 |
| บุตรหลาน/ญาติ | 53 | 29.78 |
| คู่สมรส | 60 | 33.71 |
| เพื่อน | 54 | 30.34 |
| หน่วยงาน/บริษัท/เพื่อนร่วมงาน | 4 | 2.25 |
| อื่นๆ | 1 | 0.56 |
| รวม | 178 | 100.00 |
| ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวที่นิยมมากที่สุด | | |
| จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง | 88 | 49.44 |
| บุตรหลาน/ญาติเป็นผู้จัดการเดินทางท่องเที่ยว | 56 | 31.46 |
| เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยว | 19 | 10.67 |
| เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับหน่วยงาน/บริษัท/องค์กรที่ทำงาน | 4 | 2.25 |
| เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับสมาคม/ชมรมที่เป็นสมาชิก | 11 | 6.18 |
| รวม | 178 | 100.00 |
| ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| เครื่องบิน | 57 | 32.02 |
| รถโดยสารประจำทาง | 3 | 1.69 |
| รถยนต์ส่วนบุคคล | 94 | 52.81 |
| รถเช่า/เหมา | 14 | 7.87 |
| รถของบริษัทนำเที่ยว | 9 | 5.06 |
| รถไฟ | 0 | 0.00 |
| อื่นๆ | 1 | 0.56 |
| รวม | 178 | 100.00 |

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| พื้นที่ที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว | | |
| ภายในจังหวัดที่อยู่อาศัย | 24 | 13.48 |
| ภายในภูมิภาคที่อยู่อาศัย | 18 | 10.11 |
| จังหวัดและภูมิภาคอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่อาศัย | 136 | 76.40 |
| รวม | 178 | 100.00 |
| แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจมากที่สุด | | |
| แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก | 114 | 64.04 |
| แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ | 9 | 5.06 |
| แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น วิถีชีวิต เทศกาล งานประเพณี | 10 | 5.62 |
| แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา เช่น วัด ศาลเจ้า | 43 | 24.16 |
| แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น น้ำพุร้อน สปา บ่อน้ำแร่ | 2 | 1.12 |
| อื่นๆ | 0 | 0.00 |
| รวม | 178 | 100.00 |
| ที่พักแรมที่นิยมใช้ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| โรงแรม | 94 | 52.81 |
| รีสอร์ท | 57 | 32.02 |
| โฮมสเตย์ | 7 | 3.93 |
| บ้านญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก | 13 | 7.30 |
| อื่นๆ | 7 | 3.93 |
| รวม | 178 | 100.00 |
| ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง | | |
| ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท | 29 | 16.29 |
| 5,001–10,000 บาท | 57 | 32.02 |
| 10,001–15,000 บาท | 44 | 24.72 |
| 15,001–20,000 บาท | 32 | 17.98 |
| 20,001–25,000 บาท | 8 | 4.49 |
| 25,001 บาท ขึ้นไป | 8 | 4.49 |
| รวม | 178 | 100.00 |

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| ประเภทของค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยว แต่ละครั้ง | | |
| ค่าที่พักแรม | 69 | 38.76 |
| ค่ายานพาหนะในการเดินทาง | 68 | 38.20 |
| ค่าอาหารและเครื่องดื่ม | 23 | 12.92 |
| ค่าซื้อของฝาก/สินค้าที่ระลึก | 18 | 10.11 |
| อื่นๆ | 0 | 0.00 |
| รวม | 178 | 100.00 |
| หากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยว อยากเดินทางไปท่องเที่ยวภูมิภาคใด มากที่สุด | | |
| ภาคเหนือ | 51 | 32.48 |
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | 15 | 9.55 |
| ภาคกลาง | 39 | 24.84 |
| ภาคใต้ | 52 | 33.12 |
| รวม | 157 | 100.00 |
| อยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดใดมากที่สุด | | |
| ภาคเหนือ | | |
| เชียงใหม่ | 21 | 41.18 |
| เชียงราย | 9 | 17.65 |
| น่าน | 7 | 13.73 |
| แม่ฮ่องสอน | 3 | 5.88 |
| ลำปาง | 3 | 5.88 |
| แพร่ | 2 | 3.92 |
| เพชรบูรณ์ | 2 | 3.92 |
| พิจิตร | 1 | 1.96 |
| สุโขทัย | 1 | 1.96 |
| พิษณุโลก | 1 | 1.96 |

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุโรปสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| ตาก | 1 | 1.96 |
| รวม | 51 | 100.00 |
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | | |
| เลย | 4 | 26.67 |
| ขอนแก่น | 3 | 20.00 |
| นครพนม | 3 | 20.00 |
| นครราชสีมา | 1 | 6.67 |
| สกลนคร | 1 | 6.67 |
| ร้อยเอ็ด | 1 | 6.67 |
| อุดรธานี | 1 | 6.67 |
| มุกดาหาร | 1 | 6.67 |
| รวม | 15 | 100.00 |
| ภาคกลาง | | |
| อยุธยา | 6 | 15.38 |
| จันทบุรี | 5 | 12.82 |
| กาญจนบุรี | 3 | 7.69 |
| ชลบุรี | 3 | 7.69 |
| นครปฐม | 3 | 7.69 |
| สิงห์บุรี | 2 | 5.13 |
| กรุงเทพมหานคร | 2 | 5.13 |
| ราชบุรี | 2 | 5.13 |
| ตราด | 2 | 5.13 |
| สุพรรณบุรี | 2 | 5.13 |
| ประจวบคีรีขันธ์ | 1 | 2.56 |
| เพชรบุรี | 1 | 2.56 |
| ระยอง | 1 | 2.56 |
| สระบุรี | 1 | 2.56 |
| ปราจีนบุรี | 1 | 2.56 |

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| นครนายก | 1 | 2.56 |
| สมุทรสาคร | 1 | 2.56 |
| สระแก้ว | 1 | 2.56 |
| ลพบุรี | 1 | 2.56 |
| รวม | 39 | 100.00 |
| ภาคใต้ | | |
| ภูเก็ต | 20 | 38.46 |
| สุราษฎร์ธานี | 7 | 13.46 |
| ระนอง | 6 | 11.54 |
| กระบี่ | 5 | 9.62 |
| ยะลา | 3 | 5.77 |
| สงขลา | 3 | 5.77 |
| พังงา | 2 | 3.85 |
| สตูล | 2 | 3.85 |
| นครศรีธรรมราช | 1 | 1.92 |
| ตรัง | 1 | 1.92 |
| ปัตตานี | 1 | 1.92 |
| พัทลุง | 1 | 1.92 |
| รวม | 52 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.15 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม แยกตาม

1) จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลา 1 ปี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยว 2 ครั้ง และ 3 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.90 รองลงมา คือ เดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.92

2) ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 39.33 รองลงมา คือ เดินทางท่องเที่ยวในวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 28.09

3) ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลา 3 วันในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 45.51 รองลงมา คือ ใช้ระยะเวลา 2 วันในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 22.47

4) วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 53.74 รองลงมา คือ เพื่อใช้เวลาอยู่กับญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 14.95

5) การรับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลการเดินทางจากสื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 57.87 รองลงมา คือ สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line/Facebook/YouTube คิดเป็นร้อยละ 19.10

6) ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตนเองเป็นผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 51.12 รองลงมา คือ บุตรหลาน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 21.91

7) นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับใครมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับคู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 33.71 รองลงมา คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 30.34

8) ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวที่นิยมมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 49.44 รองลงมา คือ ลักษณะที่บุตรหลาน/ญาติเป็นผู้จัดการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 31.46

9) ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นยานพาหนะหลักในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 52.81 รองลงมา คือ เครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 32.02

10) พื้นที่ที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดและภูมิภาคอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่อาศัย คิดเป็นร้อยละ 76.40 รองลงมา คือ ภายในจังหวัดที่อยู่อาศัย คิดเป็นร้อยละ 13.48

11) แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก คิดเป็นร้อยละ 64.04 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา เช่น วัด ศาลเจ้า งานประเพณี คิดเป็นร้อยละ 24.16

12) ที่พักแรมที่นิยมใช้ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมใช้โรงแรมเป็นที่พักแรมในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 52.81 รองลงมา คือ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 32.02

13) ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 5,001–10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.02 รองลงมา คือ 10,001–15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.72

14) ประเภทของค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทางแต่ละครั้งเป็นค่าที่พักแรม คิดเป็นร้อยละ 38.76 รองลงมา คือ ค่ายานพาหนะในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 38.20

15) หากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวภูมิภาคใดมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากไปท่องเที่ยวภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 33.12 รองลงมา คือ ภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 32.48

16) อยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดใดมากที่สุด โดยจำแนกตามภูมิภาค พบว่า ภาคเหนือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 41.18 รองลงมา คือ จังหวัดเชียงราย คิดเป็นร้อยละ 17.65 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากไปท่องเที่ยวจังหวัดเลย คิดเป็นร้อยละ 26.67 รองลงมา คือ จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดนครพนม คิดเป็นร้อยละ 20.00 ภาคกลาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากไปท่องเที่ยวจังหวัดอยุธยา คิดเป็นร้อยละ 15.38 รองลงมา คือ จังหวัดจันทบุรี คิดเป็นร้อยละ 12.82 และภาคใต้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต คิดเป็นร้อยละ 38.46 รองลงมา คือ จังหวัดสุราษฎร์ธานี คิดเป็นร้อยละ 13.46

4.3.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต

4.3.4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต

| ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| เพศ | | |
| ชาย | 87 | 38.33 |
| หญิง | 140 | 61.67 |
| รวม | 227 | 100.00 |
| อายุ | | |
| 55-60 ปี | 164 | 72.25 |
| 61-65 ปี | 35 | 15.42 |
| 66-70 ปี | 21 | 9.25 |
| 71-75 ปี | 3 | 1.32 |
| 76-80 ปี | 4 | 1.76 |
| 81 ปี ขึ้นไป | 0 | 0.00 |
| รวม | 227 | 100.00 |
| ระดับการศึกษา | | |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 81 | 35.68 |
| ปริญญาตรี | 92 | 40.53 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 54 | 23.79 |
| รวม | 227 | 100.00 |
| สถานภาพสมรส | | |
| โสด | 26 | 11.45 |
| สมรส | 183 | 80.62 |
| หย่าร้าง/แยกกันอยู่ | 11 | 4.85 |

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวยุโรปอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| หม้าย | 7 | 3.08 |
| รวม | 227 | 100.00 |
| ภูมิลำเนา/ที่อยู่ปัจจุบัน | | |
| เชียงใหม่ | 26 | 11.45 |
| เชียงราย | 11 | 4.85 |
| นครราชสีมา | 33 | 14.54 |
| ขอนแก่น | 10 | 4.41 |
| นครศรีธรรมราช | 14 | 6.17 |
| สงขลา | 85 | 37.44 |
| สุพรรณบุรี | 11 | 4.85 |
| ชลบุรี | 1 | 0.44 |
| กรุงเทพมหานคร | 16 | 7.05 |
| นนทบุรี | 20 | 8.81 |
| รวม | 227 | 100.00 |
| การอยู่อาศัยในปัจจุบัน | | |
| คู่สมรส | 54 | 23.79 |
| คู่สมรสและบุตรหลาน | 50 | 22.03 |
| ญาติพี่น้อง | 98 | 43.17 |
| อยู่คนเดียว/พักอาศัยตามลำพัง | 18 | 7.93 |
| อื่นๆ | 7 | 3.08 |
| รวม | 227 | 100.00 |
| อาชีพปัจจุบัน | | |
| รับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ | 46 | 20.26 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 9 | 3.96 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 7 | 3.08 |
| ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ | 114 | 50.22 |
| เกษตรกร | 0 | 0.00 |
| ข้าราชการบำนาญ | 37 | 16.30 |

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ดูแลบุตรหลาน | 3 | 1.32 |
| ไม่ได้ประกอบอาชีพ | 4 | 1.76 |
| อื่นๆ | 7 | 3.08 |
| รวม | 227 | 100.00 |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือนก่อนหักค่าใช้จ่าย | | |
| 45,000–55,000 บาท | 157 | 69.16 |
| 55,001–65,000 บาท | 25 | 11.01 |
| 65,001–75,000 บาท | 11 | 4.85 |
| 75,001–85,000 บาท | 12 | 5.29 |
| 85,001–95,000 บาท | 3 | 1.32 |
| 95,001 บาท ขึ้นไป | 19 | 8.37 |
| รวม | 227 | 100.00 |
| แหล่งที่มาของรายได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | | |
| จากการทำงาน/ประกอบธุรกิจของตนเองในปัจจุบัน | 180 | 36.07 |
| จากสวัสดิการจากรัฐและเอกชน/บำนาญ | 44 | 8.82 |
| จากบุตรหลาน/ญาติ | 88 | 17.64 |
| จากการลงทุนในกองทุน หุ้น หรือพันธบัตร | 77 | 15.43 |
| เงินออม | 110 | 22.04 |
| รวม | 499 | 100.00 |
| ความพร้อมของสุขภาพในการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| แข็งแรงดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกสถานที่ | 137 | 60.35 |
| ค่อนข้างดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้เกือบทุกสถานที่ | 80 | 35.24 |
| พอใช้ เดินทางท่องเที่ยวได้บางสถานที่ | 10 | 4.41 |
| รวม | 227 | 100.00 |
| โรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| ไม่มีโรคประจำตัว | 189 | 83.26 |
| มีโรคประจำตัว | 38 | 16.74 |
| รวม | 227 | 100.00 |

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| ไม่ต้องการ | 217 | 95.59 |
| ต้องการ | 10 | 4.41 |
| รวม | 227 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.16 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต แยกตาม

1) เพศ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.67 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 38.33

2) อายุ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 55-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 72.25 รองลงมา คือ 61 - 65 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.42

3) ระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 40.53 รองลงมา คือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 35.68

4) สถานภาพสมรส พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 80.62 รองลงมา คือ โสด คิดเป็นร้อยละ 11.45

5) ภูมิลำเนา/ที่อยู่ปัจจุบัน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีภูมิลำเนา/ที่อยู่ปัจจุบันในจังหวัดสงขลา คิดเป็นร้อยละ 37.44 รองลงมา คือ จังหวัดนครราชสีมา คิดเป็นร้อยละ 14.54

6) การอยู่อาศัยในปัจจุบัน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 43.17 รองลงมา คือ คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 23.79

7) อาชีพในปัจจุบัน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 50.22 รองลงมา คือ รับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 20.26

8) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนก่อนหักค่าใช้จ่าย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000-55,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 69.16 รองลงมา คือ 55,001-65,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.01

9) แหล่งที่มาของรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้จากการทำงาน/ประกอบธุรกิจของตนเองในปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 36.07 รองลงมา คือ มีรายได้จากบุตรหลาน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 17.64

10) ความพร้อมของสุขภาพในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สุขภาพแข็งแรงดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกสถานที่ คิดเป็นร้อยละ 60.35 รองลงมา คือ สุขภาพค่อนข้างดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้เกือบทุกสถานที่ คิดเป็นร้อยละ 35.24

11) โรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่มีโรคประจำตัว คิดเป็นร้อยละ 83.26 และมีโรคประจำตัว คิดเป็นร้อยละ 16.74

12) ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 95.59 และต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 4.41

4.3.4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลา 1 ปี | | |
| 1 ครั้งต่อปี | 72 | 31.72 |
| 2 ครั้งต่อปี | 39 | 17.18 |
| 3 ครั้งต่อปี | 56 | 24.67 |
| 4 ครั้งต่อปี | 16 | 7.05 |
| 5 ครั้งต่อปี | 7 | 3.08 |
| มากกว่า 5 ครั้งต่อปี | 37 | 16.30 |
| รวม | 227 | 100.00 |
| ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว | | |
| วันจันทร์-ศุกร์ | 28 | 12.33 |
| วันเสาร์-อาทิตย์ | 32 | 14.10 |
| วันหยุดติดต่อกันหลายวัน | 113 | 49.78 |
| วันหยุดเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ | 48 | 21.15 |
| อื่นๆ | 6 | 2.64 |
| รวม | 227 | 100.00 |
| ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| 1 วัน | 4 | 1.76 |
| 2 วัน | 19 | 8.37 |
| 3 วัน | 96 | 42.29 |
| 4 วัน | 59 | 25.99 |
| 5 วัน | 20 | 8.81 |
| มากกว่า 5 วัน | 29 | 12.78 |
| รวม | 227 | 100.00 |

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | | |
| เพื่อการพักผ่อน | 206 | 41.87 |
| เพื่อการศึกษาเรียนรู้ | 31 | 6.30 |
| เพื่อนการรักษาสุขภาพ | 23 | 4.67 |
| เพื่อนการกีฬา | 7 | 1.42 |
| เพื่อการเยี่ยมญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน | 73 | 14.84 |
| เพื่อใช้เวลาอยู่กับญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน | 100 | 20.33 |
| เพื่อการปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา เช่น ทำบุญ ไหว้พระ ขอพร | 51 | 10.37 |
| อื่นๆ | 1 | 0.20 |
| รวม | 492 | 100.00 |
| การรับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| สื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน | 132 | 58.15 |
| สื่อมวลชน เช่น วิทยุ/โทรทัศน์/หนังสือพิมพ์/นิตยสาร | 13 | 5.73 |
| สื่อเฉพาะกิจ เช่น แผ่นพับ/แผ่นป้ายโฆษณา/เอกสารจากบัตรเครดิต | 3 | 1.32 |
| สื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว | 21 | 9.25 |
| สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line/Facebook/YouTube | 52 | 22.91 |
| นิทรรศการการท่องเที่ยว เช่น เทศกาลเที่ยวเมืองไทย | 6 | 2.64 |
| รวม | 227 | 100.00 |
| ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| ตนเอง | 117 | 51.54 |
| คู่สมรส | 59 | 25.99 |
| บุตรหลาน/ญาติ | 42 | 18.50 |
| เพื่อน | 8 | 3.52 |
| สมาคม/ชมรมที่เป็นสมาชิก | 1 | 0.44 |
| รวม | 227 | 100.00 |

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| นิยมเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับใครมากที่สุด | | |
| คนเดียว | 15 | 6.61 |
| บุตรหลาน/ญาติ | 87 | 38.33 |
| คู่สมรส | 79 | 34.80 |
| เพื่อน | 38 | 16.74 |
| หน่วยงาน/บริษัท/เพื่อนร่วมงาน | 5 | 2.20 |
| อื่นๆ | 3 | 1.32 |
| รวม | 227 | 100.00 |
| ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวที่นิยมมากที่สุด | | |
| จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง | 137 | 60.35 |
| บุตรหลาน/ญาติเป็นผู้จัดการเดินทางท่องเที่ยว | 66 | 29.07 |
| เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยว | 12 | 5.29 |
| เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับหน่วยงาน/บริษัท/องค์กรที่ทำงาน | 5 | 2.20 |
| เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับสมาคม/ชมรมที่เป็นสมาชิก | 7 | 3.08 |
| รวม | 227 | 100.00 |
| ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| เครื่องบิน | 30 | 13.22 |
| รถโดยสารประจำทาง | 4 | 1.76 |
| รถยนต์ส่วนบุคคล | 166 | 73.13 |
| รถเช่า/เหมา | 21 | 9.25 |
| รถของบริษัทนำเที่ยว | 5 | 2.20 |
| รถไฟ | 0 | 0.00 |
| อื่นๆ | 1 | 0.44 |
| รวม | 227 | 100.00 |

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| พื้นที่ที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว | | |
| ภายในจังหวัดที่อยู่อาศัย | 6 | 2.64 |
| ภายในภูมิภาคที่อยู่อาศัย | 98 | 43.17 |
| จังหวัดและภูมิภาคอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่อาศัย | 123 | 54.19 |
| รวม | 227 | 100.00 |
| แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจมากที่สุด | | |
| แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก | 146 | 64.32 |
| แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ | 10 | 4.41 |
| แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น วิถีชีวิต เทศกาล งานประเพณี | 22 | 9.69 |
| แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา เช่น วัด ศาลเจ้า | 39 | 17.18 |
| แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น น้ำพุร้อน สปา บ่อน้ำแร่ | 10 | 4.41 |
| อื่นๆ | 0 | 0.00 |
| รวม | 227 | 100.00 |
| ที่พักแรมที่นิยมใช้ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| โรงแรม | 145 | 63.88 |
| รีสอร์ท | 54 | 23.79 |
| โฮมสเตย์ | 9 | 3.96 |
| บ้านญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก | 19 | 8.37 |
| อื่นๆ | 0 | 0.00 |
| รวม | 227 | 100.00 |
| ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง | | |
| ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท | 12 | 5.29 |
| 5,001–10,000 บาท | 55 | 24.23 |
| 10,001–15,000 บาท | 45 | 19.82 |
| 15,001–20,000 บาท | 36 | 15.86 |
| 20,001–25,000 บาท | 41 | 18.06 |
| 25,001 บาท ขึ้นไป | 38 | 16.74 |
| รวม | 227 | 100.00 |

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

| พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| ประเภทของค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง | | |
| ค่าที่พักแรม | 86 | 37.89 |
| ค่ายานพาหนะในการเดินทาง | 47 | 20.70 |
| ค่าอาหารและเครื่องดื่ม | 81 | 35.68 |
| ค่าซื้อของฝาก/สินค้าที่ระลึก | 13 | 5.73 |
| อื่นๆ | 0 | 0.00 |
| รวม | 227 | 100.00 |
| หากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยว อยากเดินทางไปท่องเที่ยวภูมิภาคใดมากที่สุด | | |
| ภาคเหนือ | 51 | 23.94 |
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | 20 | 9.39 |
| ภาคกลาง | 15 | 7.04 |
| ภาคใต้ | 127 | 59.62 |
| รวม | 213 | 100.00 |
| อยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดใดมากที่สุด | | |
| ภาคเหนือ | | |
| เชียงใหม่ | 24 | 47.06 |
| น่าน | 11 | 21.57 |
| เชียงราย | 7 | 13.73 |
| ลำปาง | 3 | 5.88 |
| แม่ฮ่องสอน | 1 | 1.96 |
| พะเยา | 1 | 1.96 |
| พิจิตร | 1 | 1.96 |
| พิษณุโลก | 1 | 1.96 |
| แพร่ | 1 | 1.96 |
| เพชรบูรณ์ | 1 | 1.96 |
| รวม | 51 | 100.00 |

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | | |
| ขอนแก่น | 5 | 25.00 |
| นครราชสีมา | 4 | 20.00 |
| นครพนม | 3 | 15.00 |
| เลย | 2 | 10.00 |
| บึงกาฬ | 2 | 10.00 |
| หนองคาย | 1 | 5.00 |
| สกลนคร | 1 | 5.00 |
| อุดรธานี | 1 | 5.00 |
| สุรินทร์ | 1 | 5.00 |
| รวม | 20 | 100.00 |
| ภาคกลาง | | |
| กาญจนบุรี | 5 | 33.33 |
| นครปฐม | 3 | 20.00 |
| จันทบุรี | 2 | 13.33 |
| ชลบุรี | 1 | 6.67 |
| อยุธยา | 1 | 6.67 |
| ตราด | 1 | 6.67 |
| เพชรบุรี | 1 | 6.67 |
| สุพรรณบุรี | 1 | 6.67 |
| รวม | 15 | 100.00 |
| ภาคใต้ | | |
| นครศรีธรรมราช | 38 | 29.92 |
| ภูเก็ต | 22 | 17.32 |
| กระบี่ | 21 | 16.54 |
| สตูล | 16 | 12.60 |
| พังงา | 12 | 9.45 |
| สุราษฎร์ธานี | 9 | 7.09 |

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| ตรัง | 4 | 3.15 |
| ระนอง | 3 | 2.36 |
| ยะลา | 2 | 1.57 |
| รวม | 127 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.17 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มกิจกรรมทางสังคม และท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แยกตาม

1) จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลา 1 ปี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยว 1 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.72 รองลงมา คือ เดินทางท่องเที่ยว 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.67

2) ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 49.78 รองลงมา คือ เดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ คิดเป็นร้อยละ 21.15

3) ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลา 3 วันในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 42.29 รองลงมา คือ ใช้ระยะเวลา 4 วันในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 25.99

4) วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 41.87 รองลงมา คือ เพื่อใช้เวลาอยู่กับญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 20.33

5) การรับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลการเดินทางจากสื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 58.15 รองลงมา คือ สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line/Facebook/YouTube คิดเป็นร้อยละ 22.91

6) ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตนเองเป็นผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 51.54 รองลงมา คือ คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 25.99

7) นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับใครมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับบุตรหลาน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 38.33 รองลงมา คือ คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 34.80

8) ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวที่นิยมมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 60.35 รองลงมา คือ บุตรหลาน/ญาติเป็นผู้จัดการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 29.07

9) ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นยานพาหนะหลักในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 73.13 รองลงมา คือ เครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 13.22

10) พื้นที่ที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดและภูมิภาคอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่อาศัย คิดเป็นร้อยละ 54.19 รองลงมา คือ ภายในภูมิภาคที่อยู่อาศัย คิดเป็นร้อยละ 43.17

11) แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก คิดเป็นร้อยละ 64.32 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา เช่น วัด ศาลเจ้า งานประเพณี คิดเป็นร้อยละ 17.18

12) ที่พักแรมที่นิยมใช้ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมใช้โรงแรมเป็นที่พักแรมในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 63.88 รองลงมา คือ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 23.79

13) ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.23 รองลงมา คือ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.82

14) ประเภทของค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทางแต่ละครั้งเป็นค่าที่พักแรม คิดเป็นร้อยละ 37.89 รองลงมา คือ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 35.68

15) หากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวภูมิภาคใดมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากไปท่องเที่ยวภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 59.62 รองลงมา คือ ภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 23.94

16) อยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดใดมากที่สุด โดยจำแนกตามภูมิภาค พบว่า ภาคเหนือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 47.06 รองลงมา คือ จังหวัดน่าน คิดเป็นร้อยละ 21.57 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากไปท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมา คือ จังหวัดนครราชสีมา คิดเป็นร้อยละ 20.00 ภาคกลาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากไปท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมา คือ จังหวัดนครปฐม คิดเป็นร้อยละ 20.00 และภาคใต้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากไปท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช คิดเป็นร้อยละ 29.92 รองลงมา คือ จังหวัดภูเก็ต คิดเป็นร้อยละ 17.32

4.3.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มรักสุขภาพ

4.3.5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มรักสุขภาพ

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มรักสุขภาพ

| ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มรักสุขภาพ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| เพศ | | |
| ชาย | 87 | 49.43 |
| หญิง | 89 | 50.57 |
| รวม | 176 | 100.00 |
| อายุ | | |
| 55-60 ปี | 99 | 56.25 |
| 61-65 ปี | 41 | 23.30 |
| 66-70 ปี | 20 | 11.36 |
| 71-75 ปี | 12 | 6.82 |
| 76-80 ปี | 2 | 1.14 |
| 81 ปี ขึ้นไป | 2 | 1.14 |
| รวม | 176 | 100.00 |
| ระดับการศึกษา | | |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 40 | 22.73 |
| ปริญญาตรี | 70 | 39.77 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 66 | 37.50 |
| รวม | 176 | 100.00 |
| สถานภาพสมรส | | |
| โสด | 37 | 21.02 |
| สมรส | 116 | 65.91 |
| หย่าร้าง/แยกกันอยู่ | 12 | 6.82 |

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มรักสุขภาพ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| หม้าย | 11 | 6.25 |
| รวม | 176 | 100.00 |
| ภูมิลำเนา/ที่อยู่ปัจจุบัน | | |
| เชียงใหม่ | 20 | 11.36 |
| เชียงราย | 13 | 7.39 |
| นครราชสีมา | 13 | 7.39 |
| ขอนแก่น | 32 | 18.18 |
| นครศรีธรรมราช | 14 | 7.95 |
| สงขลา | 1 | 0.57 |
| สุพรรณบุรี | 23 | 13.07 |
| ชลบุรี | 5 | 2.84 |
| กรุงเทพมหานคร | 20 | 11.36 |
| นนทบุรี | 35 | 19.89 |
| รวม | 176 | 100.00 |
| การอยู่อาศัยในปัจจุบัน | | |
| คู่สมรส | 63 | 35.80 |
| คู่สมรสและบุตรหลาน | 53 | 30.11 |
| ญาติพี่น้อง | 31 | 17.61 |
| อยู่คนเดียว/พักอาศัยตามลำพัง | 15 | 8.52 |
| อื่นๆ | 14 | 7.95 |
| รวม | 176 | 100.00 |
| อาชีพปัจจุบัน | | |
| รับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ | 49 | 27.84 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 16 | 9.09 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 4 | 2.27 |
| ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ | 43 | 24.43 |
| เกษตรกร | 0 | 0.00 |
| ข้าราชการบำนาญ | 13 | 7.39 |

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มรักสุขภาพ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ดูแลบุตรหลาน | 36 | 20.45 |
| ไม่ได้ประกอบอาชีพ | 5 | 2.84 |
| อื่นๆ | 8 | 4.55 |
| รวม | 176 | 100.00 |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือนก่อนหักค่าใช้จ่าย | | |
| 45,000–55,000 บาท | 95 | 53.98 |
| 55,001–65,000 บาท | 25 | 14.20 |
| 65,001–75,000 บาท | 16 | 9.09 |
| 75,001–85,000 บาท | 10 | 5.68 |
| 85,001–95,000 บาท | 7 | 3.98 |
| 95,001 บาท ขึ้นไป | 23 | 13.07 |
| รวม | 176 | 100.00 |
| แหล่งที่มาของรายได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | | |
| จากการทำงาน/ประกอบธุรกิจของตนเองในปัจจุบัน | 121 | 42.91 |
| จากสวัสดิการจากรัฐและเอกชน/บำนาญ | 65 | 23.05 |
| จากบุตรหลาน/ญาติ | 23 | 8.16 |
| จากการลงทุนในกองทุน หุ้น หรือพันธบัตร | 31 | 10.99 |
| เงินออม | 42 | 14.89 |
| รวม | 282 | 100.00 |
| ความพร้อมของสุขภาพในการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| แข็งแรงดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกสถานที่ | 85 | 48.30 |
| ค่อนข้างดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้เกือบทุกสถานที่ | 64 | 36.36 |
| พอใช้ เดินทางท่องเที่ยวได้บางสถานที่ | 27 | 15.34 |
| รวม | 176 | 100.00 |
| โรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| ไม่มีโรคประจำตัว | 125 | 71.02 |
| มีโรคประจำตัว | 51 | 28.98 |
| รวม | 176 | 100.00 |

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มรักสุขภาพ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|--------|
| ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| ไม่ต้องการ | 150 | 85.23 |
| ต้องการ | 26 | 14.77 |
| รวม | 176 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.18 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มรักสุขภาพ แยกตาม

1) เพศ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.57 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 49.43

2) อายุ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 55–60 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมา คือ 61–65 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.30

3) ระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 39.77 รองลงมา คือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 37.50

4) สถานภาพสมรส พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 65.91 รองลงมา คือ โสด คิดเป็นร้อยละ 21.02

5) ภูมิลำเนา/ที่อยู่ปัจจุบัน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีภูมิลำเนา/ที่อยู่ปัจจุบันในจังหวัดนนทบุรี คิดเป็นร้อยละ 19.89 รองลงมา คือ จังหวัดขอนแก่น คิดเป็นร้อยละ 18.18

6) การอยู่อาศัยในปัจจุบัน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับคู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 35.80 รองลงมา คือ คู่สมรสและบุตรหลาน คิดเป็นร้อยละ 30.11

7) อาชีพในปัจจุบัน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 27.84 รองลงมา คือ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 24.43

8) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนก่อนหักค่าใช้จ่าย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000–55,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.98 รองลงมา คือ 55,001–65,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.20

9) แหล่งที่มาของรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้จากการทำงาน/ประกอบธุรกิจของตนเองในปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 42.91 รองลงมา คือ มีรายได้จากสวัสดิการจากรัฐและเอกชน/บำนาญ คิดเป็นร้อยละ 23.05

10) ความพร้อมของสุขภาพในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สุขภาพแข็งแรงดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกสถานที่ คิดเป็นร้อยละ 48.30 รองลงมา คือ สุขภาพค่อนข้างดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้เกือบทุกสถานที่ คิดเป็นร้อยละ 36.36

11) โรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่มีโรคประจำตัว คิดเป็นร้อยละ 71.02 และมีโรคประจำตัว คิดเป็นร้อยละ 28.98

12) ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 85.23 และต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 14.77

4.3.5.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
กลุ่มรักสุขภาพ

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
กลุ่มรักสุขภาพ

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มรักสุขภาพ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลา 1 ปี | | |
| 1 ครั้งต่อปี | 21 | 11.93 |
| 2 ครั้งต่อปี | 49 | 27.84 |
| 3 ครั้งต่อปี | 41 | 23.30 |
| 4 ครั้งต่อปี | 22 | 12.50 |
| 5 ครั้งต่อปี | 12 | 6.82 |
| มากกว่า 5 ครั้งต่อปี | 31 | 17.61 |
| รวม | 176 | 100.00 |
| ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว | | |
| วันจันทร์-ศุกร์ | 39 | 22.16 |
| วันเสาร์-อาทิตย์ | 39 | 22.16 |
| วันหยุดติดต่อกันหลายวัน | 56 | 31.82 |
| วันหยุดเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ | 30 | 17.05 |
| อื่นๆ | 12 | 6.82 |
| รวม | 176 | 100.00 |
| ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| 1 วัน | 16 | 9.09 |
| 2 วัน | 32 | 18.18 |
| 3 วัน | 71 | 40.34 |
| 4 วัน | 25 | 14.20 |
| 5 วัน | 17 | 9.66 |
| มากกว่า 5 วัน | 15 | 8.52 |
| รวม | 176 | 100.00 |

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มรักสุขภาพ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | | |
| เพื่อการพักผ่อน | 159 | 42.86 |
| เพื่อการศึกษาเรียนรู้ | 30 | 8.09 |
| เพื่อนการรักษาสุขภาพ | 18 | 4.85 |
| เพื่อนการกีฬา | 4 | 1.08 |
| เพื่อการเยี่ยมญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน | 53 | 14.29 |
| เพื่อใช้เวลาอยู่กับญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน | 54 | 14.56 |
| เพื่อการปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา เช่น ทำบุญ ไหว้พระ ขอพร | 51 | 13.75 |
| อื่นๆ | 2 | 0.54 |
| รวม | 371 | 100.00 |
| การรับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| สื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน | 83 | 47.16 |
| สื่อมวลชน เช่น วิทยุ/โทรทัศน์/หนังสือพิมพ์/นิตยสาร | 9 | 5.11 |
| สื่อเฉพาะกิจ เช่น แผ่นพับ/แผ่นป้ายโฆษณา/เอกสารจากบัตรเครดิต | 2 | 1.14 |
| สื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว | 33 | 18.75 |
| สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line/Facebook/YouTube | 42 | 23.86 |
| นิทรรศการการท่องเที่ยว เช่น เทศกาลเที่ยวเมืองไทย | 7 | 3.98 |
| รวม | 176 | 100.00 |
| ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| ตนเอง | 100 | 56.82 |
| คู่สมรส | 25 | 14.20 |
| บุตรหลาน/ญาติ | 38 | 21.59 |
| เพื่อน | 11 | 6.25 |
| สมาคม/ชมรมที่เป็นสมาชิก | 2 | 1.14 |
| รวม | 176 | 100.00 |

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มรักสุขภาพ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| นิยมเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับใครมากที่สุด | | |
| คนเดียว | 5 | 2.84 |
| บุตรหลาน/ญาติ | 50 | 28.41 |
| คู่สมรส | 64 | 36.36 |
| เพื่อน | 47 | 26.70 |
| หน่วยงาน/บริษัท/เพื่อนร่วมงาน | 5 | 2.84 |
| อื่นๆ | 5 | 2.84 |
| รวม | 176 | 100.00 |
| ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวที่นิยมมากที่สุด | | |
| จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง | 98 | 55.68 |
| บุตรหลาน/ญาติเป็นผู้จัดการเดินทางท่องเที่ยว | 52 | 29.55 |
| เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยว | 16 | 9.09 |
| เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับหน่วยงาน/บริษัท/องค์กรที่ทำงาน | 8 | 4.55 |
| เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับสมาคม/ชมรมที่เป็นสมาชิก | 2 | 1.14 |
| รวม | 176 | 100.00 |
| ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| เครื่องบิน | 40 | 22.73 |
| รถโดยสารประจำทาง | 3 | 1.70 |
| รถยนต์ส่วนบุคคล | 108 | 61.36 |
| รถเช่า/เหมา | 17 | 9.66 |
| รถของบริษัทนำเที่ยว | 8 | 4.55 |
| รถไฟ | 0 | 0.00 |
| อื่นๆ | 0 | 0.00 |
| รวม | 176 | 100.00 |

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มรักสุขภาพ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| พื้นที่ที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว | | |
| ภายในจังหวัดที่อยู่อาศัย | 8 | 4.55 |
| ภายในภูมิภาคที่อยู่อาศัย | 30 | 17.05 |
| จังหวัดและภูมิภาคอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่อาศัย | 138 | 78.41 |
| รวม | 176 | 100.00 |
| แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจมากที่สุด | | |
| แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก | 111 | 63.07 |
| แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ | 13 | 7.39 |
| แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น วิถีชีวิต เทศกาล งานประเพณี | 23 | 13.07 |
| แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา เช่น วัด ศาลเจ้า | 23 | 13.07 |
| แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น น้ำพุร้อน สปา บ่อน้ำแร่ | 4 | 2.27 |
| อื่นๆ | 2 | 1.14 |
| รวม | 176 | 100.00 |
| ที่พักแรมที่นิยมใช้ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว | | |
| โรงแรม | 85 | 48.30 |
| รีสอร์ท | 65 | 36.93 |
| โฮมสเตย์ | 6 | 3.41 |
| บ้านญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก | 15 | 8.52 |
| อื่นๆ | 5 | 2.84 |
| รวม | 176 | 100.00 |
| ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง | | |
| ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท | 23 | 13.07 |
| 5,001–10,000 บาท | 57 | 32.39 |
| 10,001–15,000 บาท | 40 | 22.73 |
| 15,001–20,000 บาท | 19 | 10.80 |
| 20,001–25,000 บาท | 17 | 9.66 |
| 25,001 บาท ขึ้นไป | 20 | 11.36 |
| รวม | 176 | 100.00 |

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มรักสุขภาพ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| ประเภทของค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยว แต่ละครั้ง | | |
| ค่าที่พักแรม | 51 | 28.98 |
| ค่ายานพาหนะในการเดินทาง | 46 | 26.14 |
| ค่าอาหารและเครื่องดื่ม | 67 | 38.07 |
| ค่าซื้อของฝาก/สินค้าที่ระลึก | 11 | 6.25 |
| อื่นๆ | 1 | 0.57 |
| รวม | 176 | 100.00 |
| หากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยว อยากเดินทางไปท่องเที่ยวภูมิภาคใด มากที่สุด | | |
| ภาคเหนือ | 71 | 42.01 |
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | 18 | 10.65 |
| ภาคกลาง | 21 | 12.43 |
| ภาคใต้ | 59 | 34.91 |
| รวม | 169 | 100.00 |
| อยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดใดมากที่สุด | | |
| ภาคเหนือ | | |
| เชียงใหม่ | 39 | 54.93 |
| แม่ฮ่องสอน | 12 | 16.90 |
| เชียงราย | 8 | 11.27 |
| น่าน | 7 | 9.86 |
| เพชรบูรณ์ | 2 | 2.82 |
| ลำปาง | 1 | 1.41 |
| พะเยา | 1 | 1.41 |
| พิจิตร | 1 | 1.41 |
| รวม | 71 | 100.00 |

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มรักสุขภาพ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | | |
| อุบลราชธานี | 4 | 22.22 |
| เลย | 3 | 16.67 |
| อุดรธานี | 3 | 16.67 |
| นครราชสีมา | 2 | 11.11 |
| นครพนม | 2 | 11.11 |
| บึงกาฬ | 2 | 11.11 |
| หนองคาย | 1 | 5.56 |
| หนองบัวลำภู | 1 | 5.56 |
| รวม | 18 | 100.00 |
| ภาคกลาง | | |
| ชลบุรี | 4 | 19.05 |
| จันทบุรี | 3 | 14.29 |
| กาญจนบุรี | 3 | 14.29 |
| ตราด | 3 | 14.29 |
| อยุธยา | 2 | 9.52 |
| สุพรรณบุรี | 2 | 9.52 |
| ระยอง | 2 | 9.52 |
| กรุงเทพมหานคร | 1 | 4.76 |
| ราชบุรี | 1 | 4.76 |
| รวม | 21 | 100.00 |
| ภาคใต้ | | |
| ภูเก็ต | 27 | 45.76 |
| กระบี่ | 12 | 20.34 |
| ยะลา | 6 | 10.17 |
| ระนอง | 4 | 6.78 |
| ชุมพร | 2 | 3.39 |
| สุราษฎร์ธานี | 2 | 3.39 |

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มรักสุขภาพ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|--------|
| พังกา | 2 | 3.39 |
| นครศรีธรรมราช | 2 | 3.39 |
| พัทลุง | 1 | 1.69 |
| ตรัง | 1 | 1.69 |
| รวม | 59 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.19 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มรักสุขภาพ แยกตาม

1) จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลา 1 ปี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยว 2 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.84 รองลงมา คือ เดินทางท่องเที่ยว 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.30

2) ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 31.82 รองลงมา คือ เดินทางท่องเที่ยวในวันเสาร์-อาทิตย์ และวันจันทร์-วันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 22.16

3) ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลา 3 วันในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 40.34 รองลงมา คือ ใช้ระยะเวลา 2 วันในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 18.18

4) วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมา คือ เพื่อใช้เวลาอยู่กับญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 14.56

5) การรับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลการเดินทางจากสื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 47.16 รองลงมา คือ สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line/Facebook/YouTube คิดเป็นร้อยละ 23.86

6) ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตนเองเป็นผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 56.82 รองลงมา คือ บุตรหลาน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 21.59

7) นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับใครมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับคู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 36.36 รองลงมา คือ บุตรหลาน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 28.41

8) ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวที่นิยมมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 55.68 รองลงมา คือ ลักษณะที่บุตรหลาน/ญาติเป็นผู้จัดการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 29.55

9) ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นยานพาหนะหลักในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 61.36 รองลงมา คือ เครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 22.73

10) พื้นที่ที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดและภูมิภาคอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่อาศัย คิดเป็นร้อยละ 78.41 รองลงมา คือ ภายในภูมิภาคที่อยู่อาศัย คิดเป็นร้อยละ 17.05

11) แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก คิดเป็นร้อยละ 63.07 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น วิถีชีวิต เทศกาล งานประเพณี และแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา เช่น วัด ศาลเจ้า คิดเป็นร้อยละ 13.07

12) ที่พักแรมที่นิยมใช้ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมใช้โรงแรมเป็นที่พักแรมในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 48.30 รองลงมา คือ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 36.93

13) ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 5,001–10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.39 รองลงมา คือ 10,001–15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.73

14) ประเภทของค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง พบว่า ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทางแต่ละครั้งเป็นค่าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 38.07 รองลงมา คือ ค่าที่พักแรม คิดเป็นร้อยละ 28.98

15) หากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวภูมิภาคใดมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากไปท่องเที่ยวภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 42.01 รองลงมา คือ ภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 34.91

16) อยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดใดมากที่สุด โดยจำแนกตามภูมิภาค พบว่า ภาคเหนือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 54.93 รองลงมา คือ จังหวัดแม่ฮ่องสอน คิดเป็นร้อยละ 16.90 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากไปท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี คิดเป็นร้อยละ 22.22 รองลงมา คือ จังหวัดเลย และจังหวัดอุดรธานี คิดเป็นร้อยละ 16.67 ภาคกลาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากไปท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี คิดเป็นร้อยละ 19.05 รองลงมา คือ จังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราด คิดเป็นร้อยละ 14.29 และภาคใต้ นักท่องเที่ยว

ส่วนใหญ่อยากไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต คิดเป็นร้อยละ 45.76 รองลงมา คือ จังหวัดกระบี่ คิดเป็นร้อยละ 20.34

4.4 ผลการวิจัยที่ต่อบัตถุประสงค์ข้อที่ 3

เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

จากการประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Discussion) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว ได้แก่ เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์อาชีพ และการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัด เพื่อประเมินความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สามารถนำเสนอแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พักแรม ภัตตาคาร/ร้านอาหาร ที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงในแต่ละกลุ่มได้ดังนี้

4.4.1 นักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า

เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจการเที่ยวชมวิถีชีวิต วัฒนธรรมท้องถิ่น เที่ยวชมโบราณสถาน พิพิธภัณฑสถานประวัติศาสตร์ การเข้าร่วมเทศกาล งานประเพณี กิจกรรมพิเศษ และกิจกรรมทางศาสนา เช่น ทำบุญ ไหว้พระ ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ มองว่าตราสินค้าของต่างประเทศมีคุณภาพดีกว่าตราสินค้าภายในประเทศ สินค้าราคาแพงย่อมมีคุณภาพกว่าสินค้านี้ราคาถูก แต่ตราสินค้าก็ไม่ได้มีความสำคัญไปมากกว่าความพึงพอใจของตน มองหาสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบริการที่มีมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) และได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA)

ดังนั้น ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และศาสนสถาน รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เทศกาล งานประเพณี และกิจกรรมพิเศษต่างๆ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต้องมีโอกาสได้เรียนรู้ สัมผัส และร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวทางศิลปะ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต สำหรับที่พักแรมที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว ได้แก่ โรงแรมประเภทหรูหรามีชื่อเสียง มีมาตรฐานการบริการเป็นที่ยอมรับในระดับสากล เน้นการออกแบบทางสถาปัตยกรรม การตกแต่งภายใน และการให้บริการที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมของจังหวัดหรือท้องถิ่น ส่วนภัตตาคาร/ร้านอาหาร ควรเป็นภัตตาคารหรือร้านอาหารที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก เน้นรายการอาหารพื้นเมือง และได้รับการการันตีจากบุคคล/องค์กรที่มีชื่อเสียง การตกแต่งภายใน และบรรยากาศของร้านสะท้อนถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของจังหวัดหรือท้องถิ่นนั้นๆ นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่พักแรม หรือภัตตาคาร/ร้านอาหาร นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญมากกับการได้รับการรับรองมาตรฐาน

ความปลอดภัยด้านสุขอนามัย Amazing Thailand Safety and Health Administration หรือมาตรฐาน SHA

ตัวอย่าง แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พักแรม และภัตตาคาร/ร้านอาหารที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรม และให้ความสำคัญกับตราสินค้า ได้แก่

4.4.1.1 แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น วัดพระธาตุดอยคำ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นวัดที่มีอายุเก่าแก่กว่า 1,300 ปี ภายในวัดเป็นที่ประดิษฐานของพระธาตุดอยคำ วิหารพระธาตุดอยคำ และหลวงพ่อดำใจ วัดป่าดาราภิรมย์ จังหวัดเชียงใหม่ ถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นสถานที่ปฏิบัติธรรมและศาสนกิจของพระภิกษุสงฆ์ โดยใช้พระนามของพระราชชายาเจ้าดารารัศมี พระราชชายาในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 สิ่งก่อสร้างที่สำคัญภายในวัด ได้แก่ พระวิหารทองคำ หลวงพระอุโบสถพระราชชายาเจ้าดารารัศมี และพระมณฑปพระจุฬามณีศรีบรมธาตุ เป็นต้น ชุมชนบ้านป่าบงเปียง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นหมู่บ้านเล็กๆ ชาวบ้านที่อาศัยในหมู่บ้านเป็นชาวปกากะญอที่มีวิถีชีวิตแบบเรียบง่าย ประกอบอาชีพทำนา และปลูกพืชไร่หมุนเวียนตามฤดูกาล สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของชุมชน ได้แก่ ทัศนียภาพของนาขั้นบันไดที่ได้รับการกล่าวขานกันว่าเป็นผืนนาข้าวที่สวยงามที่สุดในประเทศไทย บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นหมู่บ้านเก่าแก่อายุกว่า 100 ปี มีภูมิประเทศที่สวยงาม รายล้อมด้วยภูเขา อากาศเย็นสบายตลอดทั้งปี เป็นหมู่บ้านที่ยังคงอยู่ร่วมกับธรรมชาติได้อย่างลงตัว และยังคงยึดถือวัฒนธรรมและประเพณีแบบดั้งเดิมไว้อย่างเหนียวแน่น *เฮือนสิมันตรา จังหวัดเชียงใหม่* ในอดีต คือ บ้านพักนายไปรษณีย์หลังแรกในมณฑลพายัพ สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2453 ต่อมาตระกูลสิมันตราได้ขอประมูลบ้านหลังนี้ แล้วย้ายตัวบ้านมาตั้งที่อำเภอสันป่าตองในปี พ.ศ. 2549 แต่ยังคงรูปแบบตัวบ้านดั้งเดิมไว้ปรับเปลี่ยนเฉพาะหลังคาให้สวยงามเป็นทรงล้านนา ปัจจุบันบ้านสิมันตราเป็นทั้งบ้านพัก พิพิธภัณฑ์ และคาเฟ่ *วัดหนองป่าพง จังหวัดอุบลราชธานี* เป็นต้นแบบของวัดป่ากว่า 100 แห่งในประเทศไทยและอีกหลายแห่งในต่างประเทศ ก่อตั้งโดยหลวงปู่ชา สุภัทโท ซึ่งเป็นตัวอย่างของพระภิกษุสงฆ์ที่ปฏิบัติดี ปฏิบัติชอบขณะยังมีชีวิตอยู่ท่านได้อุทิศตนเพื่อการปฏิบัติธรรมและเผยแผ่พุทธศาสนาทั้งแก่ชาวไทยและชาวต่างประเทศ จนบังเกิดผลงานที่เป็นประโยชน์อันเนืองนิตย์แก่พระพุทธศาสนา 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 โดยการนำเสนอผ่านวิถีชีวิตและกิจกรรม

ต่างๆ ภายในชุมชน *ร้านไหมพัสดร์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์* ก่อตั้งขึ้นที่อำเภอหัวหิน ในปี พ.ศ. 2491 เป็นร้านผ้าที่อยู่คู่มืองหัวหินมานาน ตั้งแต่สมัยหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยพลเอกพระวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าบวรเดช และหม่อมเจ้าหญิงผจงจิตร กฤตากร ทรงมีเจตนาให้ชาวบ้านมีงานทำ มีรายได้เลี้ยงดูครอบครัว ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ผ้าของร้านไหมพัสดร์เป็นผ้าพิมพ์ลายที่ทำด้วยมือทั้งหมด ลายพิมพ์ดั้งเดิมที่ยังคงได้รับความนิยม ได้แก่ ลายดอกจิก และยังมีลายใหม่ๆ ที่มีความร่วมสมัยและใช้งานได้จริงอีกมากมาย มีการสร้างสรรค์สีหรือคู่สีใหม่ๆ แต่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ของผ้าไหมพัสดร์ไว้ได้เป็นอย่างดี *ศูนย์หัตถกรรมทอผ้าบ้านเขาเต่า จังหวัดประจวบคีรีขันธ์* ปัจจุบันมีการจัดตั้งเป็นกลุ่มสตรีทอผ้าบ้านเขาเต่าในโครงการพระราชดำริ และจัดเป็นศูนย์หัตถกรรมทอผ้า บ้านเขาเต่า มีผลงานการทอผ้าฝ้ายเป็นหลัก ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์บ่งบอกว่าเป็นผ้าทอจากบ้านเขาเต่า คือ ลายเต่า ผ้าทอจากบ้านเขาเต่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาการทออย่างต่อเนื่อง มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการทอ ทำให้ได้ผืนผ้าที่สวมใส่สบาย เนื้อสัมผัสนุ่ม ไຍผ้ายังช่วยเพิ่มความอบอุ่นให้แก่ร่างกายอีกด้วย ศูนย์หัตถกรรมทอผ้าบ้านเขาเต่า เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมเพื่อเรียนรู้ขั้นตอนการทอผ้า โดยมีทั้งอาคารทอผ้า และอาคารจำหน่ายสินค้ารองรับนักท่องเที่ยว *ชุมชนบ้านไม้ขาว จังหวัดภูเก็ต* เป็นชุมชนที่มีความอุดมสมบูรณ์ของป่าพรุดั้งเดิม มีความหลากหลายทางชีวภาพ ตลอดจนมีหาดไม้ขาว ซึ่งเป็นชายหาดที่ยาวที่สุดในจังหวัดภูเก็ต เป็นจุดที่นักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นเครื่องบินในระยะใกล้เสมือนกำลังบินข้ามศีรษะ มีกิจกรรมที่น่าสนใจ ได้แก่ การศึกษาวิถีชีวิตการทำนาของชาวภูเก็ต การรับประทานอาหารท้องถิ่น การทำ สปาทราย การร่วมกิจกรรมดำนา การเกี่ยวข้าว และควายฮับ ซึ่งสามารถสร้างประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี *ย่านเมืองเก่าภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต* ตั้งอยู่ใจกลางเมืองภูเก็ต ซึ่งมีความสวยงามของอาคารแบบชิโน-โปรตุกีสที่ถูกปรับปรุงและตกแต่งขึ้นใหม่ โดยอาคารบางหลังยังคงเป็นที่อยู่อาศัย แต่ส่วนใหญ่ถูกปรับเปลี่ยนให้เป็นร้านค้า ร้านอาหาร ร้านกาแฟ และคาเฟ่ นักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชมอาคารแบบชิโน-โปรตุกีส พิพิธภัณฑ์ไทยหัว ศาลเจ้าแสงธรรม โรงตีเหล็กที่หลงเหลืออยู่แห่งเดียวในภูเก็ต บ้านเลขที่ 88 แหล่งสะสมของโบราณ ศิลปะภาพวาด สตรีท อาร์ทจากศิลปินชั้นนำของไทย และชิมอาหารพื้นเมืองภูเก็ต เช่น หมี่ฮกเกี้ยน โอวต้าว โลบะ และโอ๊ะอ้าว เป็นต้น

4.4.1.2 ที่พักรวม เช่น *โรงแรมศาลาล้านนา จังหวัดเชียงใหม่* เป็นโรงแรมในเครือศาลาที่มีแนวคิดในการออกแบบโรงแรมเป็นการนำเอาเอกลักษณ์ของแต่ละเมืองหรือจังหวัดมาเป็นต้นแบบในการออกแบบ จึงทำให้โรงแรมแต่ละแห่งในเครือศาลามีเอกลักษณ์เฉพาะแตกต่างกัน โดยโรงแรมศาลาล้านนา ตั้งอยู่ริมแม่น้ำปิง การตกแต่งโรงแรมและห้องพักเป็นแบบไทยประยุกต์ที่สะท้อนให้เห็นถึงศิลปะล้านนาร่วมสมัย การบริการมีมาตรฐานระดับสากล แต่แฝงไปด้วยความงดงามอ่อนช้อยของวัฒนธรรมล้านนา *โรงแรมโพธิ์สีซัน รีสอร์ท เชียงใหม่* เป็นโรงแรมในเครือโพธิ์สีซัน ตั้งอยู่ที่อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ การออกแบบและตกแต่งโรงแรมสะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์ของล้านนา แวดล้อมไปด้วยบรรยากาศของท้องทุ่ง ที่นักท่องเที่ยวจะได้มีโอกาสชมทิวทัศน์และสัมผัสวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น *โรงแรมทอแสง เฮอร์เทจ โขงเจียม* ตั้งอยู่ที่อำเภอโขงเจียม ริมแม่น้ำโขง อยู่ใกล้กับจุดชมวิวแม่น้ำสองสี มีการ

ออกแบบและตกแต่งด้วยสถาปัตยกรรมร่วมสมัย ทั้งสถาปัตยกรรมไทย ขอม และบาหลี่ นอกจากนี้ ยังมี การนำผลิตภัณฑ์จากฝีมือชาวบ้านมาใช้ในการตกแต่งห้องพัก ทำให้ผู้เข้าพักได้สัมผัสวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ห้องถิ่นอย่างแท้จริง *ซีวาครม อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล เฮลท์ รีสอร์ท* จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตั้งอยู่ริมชายหาด หัวหิน เป็นรีสอร์ทเพื่อสุขภาพแห่งแรกในเอเชีย ให้บริการที่พักแรมและโปรแกรมการดูแลสุขภาพใน บรรยากาศที่เงียบสงบและเป็นส่วนตัว โดยนำเอาวิธีการดูแลสุขภาพแบบไทยผสมผสานกับศาสตร์การดูแลสุขภาพแบบตะวันตกมาสร้างสรรค์เป็นโปรแกรมการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมที่มีเอกลักษณ์ของไทย อีกทั้ง การออกแบบอาคาร และห้องพักเน้นสถาปัตยกรรมไทย เพื่อให้ผู้เข้าพักได้พักผ่อนในบรรยากาศแบบไทย อย่างแท้จริง *โรงแรมดุสิตธานี ลากูน่า ภูเก็ต* จังหวัดภูเก็ต เป็นโรงแรมในเครือดุสิตธานี ตั้งอยู่บนหาดทรายขาวของหาดบางเทา รายล้อมด้วยสวนเขียวชอุ่ม มีการตกแต่งที่งดงามสะท้อนถึงมรดกทาง วัฒนธรรมของไทย มีการบริการด้วยไมตรีจิตตามเอกลักษณ์ของไทย ที่ได้มาตรฐานระดับสากล ให้บริการ ห้องพักและพูลวิลล่าที่มีการตกแต่งอย่างสวยงาม หรรษา นอกจากนี้ ภายในโรงแรมยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน เช่น สระว่ายน้ำ สนามกีฬา และห้องอาหารที่มีทั้งห้องอาหารนานาชาติ และห้องอาหาร ไทยแบบชาวงวัง

4.4.1.3 ภัตตาคาร/ร้านอาหาร เช่น *ร้านเฮือนม่วนใจ๋* จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่ถนน ราชพฤกษ์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ เป็นร้านอาหารเหนือที่ตกแต่งในรูปแบบของล้านนา โดยทางร้านได้รับรอง มาตรฐานมิชลิน (Michelin Star) อีกทั้งเชฟของร้านยังได้รับรางวัลเชฟกระทะเหล็ก ทำให้ร้านอาหารแห่งนี้ มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก *ศูนย์วัฒนธรรมเชียงใหม่* จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่บนถนนสายเชียงใหม่-หางดง เป็นศูนย์รวมศิลปะและวัฒนธรรมล้านนา ให้บริการอาหารแบบขันโตก ซึ่งเป็นวัฒนธรรมการกินของชาวล้านนา โดยนักท่องเที่ยวจะได้รับประทานอาหารพร้อมกับชมการแสดง ศิลปวัฒนธรรมล้านนาที่งดงาม รวมถึงการแสดงของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ของจังหวัด เชียงใหม่ *เรือนอาหารวิมูล* จังหวัดอุบลราชธานี ลักษณะร้านเป็นเรือนไทยอีสานแบบประยุกต์ ประกอบด้วย 2 ชั้น มีการตกแต่งอย่างสวยงาม บรรยากาศดี ขณะรับประทานอาหารสามารถชมบรรยากาศ พระอาทิตย์ตกดินริมฝั่งแม่น้ำมูลได้อย่างชัดเจน ให้บริการอาหารพื้นเมือง โดยเฉพาะเมนูอาหารที่ทำจาก ปลา ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการประกอบอาหารของชาวอุบลราชธานีที่มีวิถีชีวิตริมฝั่งแม่น้ำมูล *ร้านแสงไทย ซีฟู้ด* จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตั้งอยู่ถนนเนบเคหาสน์ อำเภอหัวหิน เป็นร้านอาหารทะเลที่มีชื่อเสียงมา ยาวนานกว่า 40 ปี ร้านมีขนาดใหญ่ มีการตกแต่งร้านอย่างสวยงาม และมีบรรยากาศที่ดี เนื่องจากตั้งอยู่ริม ทะเลหัวหิน ให้บริการอาหารทะเล สด ใหม่ ด้วยเมนูที่หลากหลาย *ร้านครัวชมทะเล* จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตั้งอยู่อำเภอสามร้อยยอด เป็นร้านอาหารไทยระดับห้าดาว ทางร้านได้นำอาหารทะเลจากชาวประมง พื้นบ้านมาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการประกอบอาหารไทยสูตรต้นตำรับ โดยอาหารจะมีให้เลือกหลากหลาย เมนู โดยแต่ละเมนูจะมีเรื่องเล่าที่สะท้อนถึงการส่งต่อสูตรอาหารจากรุ่นสู่รุ่น นอกจากนี้ *ร้านครัวชมทะเล* ยังได้รับรางวัลที่แสดงถึงคุณภาพ และรสชาติอาหารมากมาย เช่น รางวัลเชลล์ชวนชิม รางวัลมาตรฐานการ บริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยว จากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และรางวัล

มาตรฐานร้านอาหาร 5 ดาว จากกรมอนามัย เป็นต้น *ร้านตุ๋กั๋บข้าว จังหวัดภูเก็ต* ตั้งอยู่ที่ถนนพังงา อำเภอเมืองภูเก็ต ให้บริการอาหารพื้นเมืองปักษ์ใต้ โดยอาคารของร้านเป็นสถาปัตยกรรมแบบชิโนโปรตุกีส ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของเมืองภูเก็ต ภายในร้านมีการตกแต่งอย่างสวยงาม ประดับประดาด้วยข้าวของเครื่องใช้ที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาวพื้นเมืองภูเก็ต ซึ่งนอกจากนักท่องเที่ยวจะได้รับประทานอาหาร ปักษ์ใต้แบบดั้งเดิมแล้ว ยังสามารถสัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่นของชาวภูเก็ตอีกด้วย

4.4.2 นักท่องเที่ยวในกลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน

เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้า หรือร้านค้า ขอรับประทานอาหารนอกบ้าน

ดังนั้น ผลผลิตทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวในกลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน คือ ผลผลิตทางการท่องเที่ยวเชิงนันทนาการและการพักผ่อน โดยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งช้อปปิ้ง เช่น ห้างสรรพสินค้า ตลาดพื้นเมือง และถนนคนเดิน เป็นต้น ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวและเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก พร้อมกับการรับประทานอาหารตามภัตตาคาร/ร้านอาหาร/คาเฟ่ที่ตนเองชื่นชอบ ลักษณะของที่พักรวม ควรเป็นโรงแรมประเภทหรูหร่า ตั้งอยู่ในตัวเมือง หรือใกล้กับแหล่งช้อปปิ้ง และย่านการค้า ส่วนภัตตาคาร/ร้านอาหาร/คาเฟ่ ควรเป็นร้านที่มีชื่อเสียง รสชาติอาหารดี การตกแต่งร้านสวยงาม บรรยากาศเหมาะสำหรับการพักผ่อน

ตัวอย่าง แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พักรวม และภัตตาคาร/ร้านอาหารที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในกลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน

4.4.2.1 แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น *ชุมชนวัวลาย จังหวัดเชียงใหม่* เป็นแหล่งผลิตเครื่องเงินที่มีชื่อเสียงมาตั้งแต่อดีต ด้วยความชำนาญในกระบวนการผลิต ตั้งแต่การออกแบบชิ้นงาน การผลิตต้นแบบและแม่พิมพ์ การขึ้นรูปโลหะ และการหล่อ จนได้ชิ้นงานที่มีความประณีตงดงาม มีทั้งของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก และของสะสม *ถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่* เป็นแหล่งรวมร้านค้าที่หลากหลาย ทั้งสินค้าตกแต่งบ้าน เสื้อผ้า เครื่องประดับ และของตกแต่งบ้าน รวมถึงร้านอาหาร ร้านกาแฟ และคาเฟ่ที่มีการตกแต่งอย่างสวยงามและทันสมัย *กาดบะป่าวหรือกาดมะพร้าว จังหวัดเชียงใหม่* เป็นตลาดนัดชุมชนเชิงท่องเที่ยวในสวนมะพร้าว นักท่องเที่ยวจะได้เลือกซื้อสินค้า รับประทานอาหาร และพักผ่อนในบรรยากาศที่ร่มรื่นเย็นสบายในสวนมะพร้าว สินค้าที่จำหน่ายในตลาดส่วนมากเป็นอาหารและเครื่องดื่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารพื้นเมือง และขนมโบราณ *ถนนคนเดินเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี* เป็นถนนที่เรียงรายไปด้วยบ้านไม้และร้านค้าเก่าแก่ที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำโขง มีร้านอาหารท้องถิ่น คาเฟ่ และร้านค้าต่างๆ ที่จำหน่ายของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ชุมชน อาทิ ผ้าซิ่นและผ้าทอ นอกจากนี้ ยังเต็มไปด้วยมุมถ่ายภาพสวยๆ มากมาย *ชุมชนบ้านปะอาว จังหวัดอุบลราชธานี* หมู่บ้านเก่าแก่อายุกว่า 200 ปี ซึ่งเป็นแหล่งผลิตเครื่องทองเหลืองที่มีชื่อเสียงของจังหวัดอุบลราชธานี นักท่องเที่ยวสามารถเข้าเยี่ยมชมเลือกซื้อสินค้า และร่วมกิจกรรมการทำทองเหลืองด้วยวิธีขึ้นตีฝั้งหาย ได้แก่ การเตรียมดินในการทำพิมพ์ การเสียนพิมพ์ การเคียนขึ้นตีหรือพันขึ้นตี การเสียนขึ้นตีหรือกลึงขึ้นตี การพิมพ์ลาย และการเททอง *ชุมชน*

ขนมแปลกริมคลองหนองบัว จังหวัดจันทบุรี เป็นชุมชนขนาดเล็ก ในอดีตเป็นย่านการค้าที่มีความสำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดจันทบุรี ปัจจุบันชุมชนแห่งนี้ยังคงรักษาเอกลักษณ์ซึ่งเป็นวิถีชีวิตชุมชนริมคลองไว้ได้เป็นอย่างดี อีกทั้ง ยังมีความโดดเด่นในด้านอาหารและขนมโบราณที่หารับประทานได้ยาก จนเป็นที่มาของคำว่าขนมแปลก ภายในชุมชนจะมีตลาดชุมชนขนมแปลก 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 โดยการออกแบบและผลิตมงกุฎเกียรตินิยมสำหรับการประกวดนางงามทั้งในเวทีระดับประเทศและต่างประเทศ

4.4.2.2 ที่พักรม เช่น *โรงแรมเลอ เมอริเดียน เชียงใหม่* เป็นโรงแรมระดับหรูราคา ตกแต่งอย่างสวยงาม ในบรรยากาศร่วมสมัยที่ผสมผสานเอกลักษณ์ของยุโรปกับศิลปวัฒนธรรมล้านนา เชียงใหม่ได้อย่างลงตัว โรงแรมตั้งอยู่กลางเมืองเชียงใหม่ บนถนนช้างคลาน ใกล้กับตลาดไนท์บาซาร์ ซึ่งเป็นตลาดกลางคืนที่มีชื่อเสียงของเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วย ร้านอาหารและร้านค้ามากมาย *โรงแรมแคนทารี ฮิลล์ จังหวัดเชียงใหม่* เป็นโรงแรมระดับหรูราคา มีการตกแต่งอย่างสวยงาม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน โรงแรมตั้งอยู่บนถนนนิมมานเหมินท์ ซอย 12 ซึ่งถือเป็นถนนท่องเที่ยวของเมืองเชียงใหม่ เนื่องจากเป็นถนนที่ถือเป็นศูนย์รวมของสถานที่ท่องเที่ยว สถานบันเทิง ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร และคาเฟ่ชื่อดังของเมืองเชียงใหม่ *โรงแรมทอแสง เฮอริเทจ อุบล จังหวัดอุบลราชธานี* ตั้งอยู่ที่ถนนพโลชัย อำเภอเมืองอุบลราชธานี ห่างจากสนามบินนานาชาติอุบลราชธานีเพียง 10 นาที เป็นโรงแรมระดับหรูราคา ซึ่งมีจุดเด่นของงานสถาปัตยกรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นไทยสู่สากล นอกจากการบริการที่พักรมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันแล้ว โรงแรมยังมีห้องอาหารชื่อดังให้บริการ ได้แก่ ห้องอาหารประเทืองทอง ซึ่งเป็นภัตตาคารจีน มีเมนูที่มีชื่อเสียง คือ เป็ดปักกิ่ง ซึ่งถือว่าเป็นเมนูอันดับหนึ่ง

ของจังหวัดอุบลราชธานี นอกจากนี้โรงแรมยังตั้งอยู่ใกล้ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล อุบลราชธานี ร้านสะดวกซื้อ ตลาดสด และแหล่งช้อปปิ้ง ตลอดจนสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เช่น พุทศรีเมือง ซึ่งเป็นสถานที่จัดงานประเพณี แห่เทียนพรรษา วัดหนองป่าพง วัดพระธาตุหนองบัว พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เป็นต้น *โรงแรมริมน้ำกลางจันท* จังหวัดจันทบุรี ตั้งอยู่บนถนนมหาราช อำเภอเมืองจันทบุรี เป็นที่พักโรงแรมริมน้ำจันทบุรี ที่มีความเงียบสงบ บรรยากาศแวดล้อมไปด้วยธรรมชาติ มีการออกแบบที่ร่วมสมัย ทุกห้องมีระเบียงกว้างสามารถมองเห็นทิวทัศน์แม่น้ำจันทบุรี และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน นอกจากนี้ โรงแรมยังตั้งอยู่ใกล้ย่านการค้า ตลาดพื้นเมือง และร้านอาหารมากมาย เช่น ศูนย์อัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี ชุมชนริมน้ำจันทบุรี ตลาดน้ำพุ ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ร้านอาหารจันทโรจนา ร้านอาหารจันทร์อ้อย เป็นต้น *โรงแรมโนโวเทล ภูเก็ต ซิตี้ โกลด์ริส* จังหวัดภูเก็ต ตั้งอยู่บนถนนชนะเจริญ ใจกลางเมืองภูเก็ต การออกแบบที่พักผสมผสานความทันสมัย ความหรูหรา และเสน่ห์แบบไทยเข้าด้วยกัน โรงแรมตั้งอยู่ใจกลางเมืองภูเก็ต ทำให้สามารถเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยตั้งอยู่ห่างจากห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ภูเก็ต อาคารฟลอเรสต้า 5 กิโลเมตร และห่างจากย่านเมืองเก่าภูเก็ตเพียง 2 กิโลเมตร ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมความงามทางสถาปัตยกรรมของย่านเมืองเก่าภูเก็ต ตลอดจนรับประทานอาหารในร้านอาหารที่มีชื่อเสียงมากมาย ทั้งร้านอาหารริมทาง และร้านอาหารระดับหรูหรา อีกทั้งสามารถเดินชมและเลือกซื้อสินค้าบนถนนสายประวัติศาสตร์ที่มีสินค้าให้เลือกมากมาย เช่น ถนนตีบุก ถนนถลาง และถนนรมณีย์ เป็นต้น

4.4.2.3 *ภัตตาคาร/ร้านอาหาร เช่น ภัตตาคาร ร้านอาหาร และคาเฟ่ ย่านนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่* ถนนนิมมานเหมินท์ ถือเป็นย่านเศรษฐกิจสำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร และคาเฟ่มากมาย โดยเป็นร้านอาหารและคาเฟ่ที่มีชื่อเสียงรสชาติอาหารดี การตกแต่งร้านสวยงาม บรรยากาศเหมาะสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ เช่น ร้านจินเจอร์ ฟาร์ม คิชเชน ร้านเขียวไผ่กา ร้าน GRAPH Café ร้าน Groon ร้านชีวิต ชีวา เป็นต้น *ร้านชมจันทร์ จังหวัดอุบลราชธานี* ตั้งอยู่อำเภวารินชำราบ ห่างจากตัวเมืองอุบลราชธานี เพียง 3 กิโลเมตร เป็นร้านอาหารที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำโขง ทำให้มีบรรยากาศที่ดี มีการตกแต่งร้านอย่างสวยงาม ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มที่มีเมนูหลากหลาย รสชาติดี *ร้านจันทโรจนา สาขามหาราช จังหวัดจันทบุรี* ตั้งอยู่บนถนนมหาราช ในตัวเมืองจันทบุรี มีการตกแต่งร้านแบบย้อนยุค บรรยากาศดี ให้บริการอาหารท้องถิ่น โดยเฉพาะการนำผลไม้และสมุนไพรประจำถิ่นมาปรุงอาหาร เช่น หมูชะมวง เส้นจันทผัดปู ยำมังคุด ส้มตำทุเรียน และมัสมั่นทุเรียน เป็นต้น *ภัตตาคาร ร้านอาหาร และคาเฟ่ ย่านเมืองเก่าภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต* ย่านเมืองเก่าภูเก็ตเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดภูเก็ตที่มีเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมแบบชิโนโปรตุกีส โดยมีร้านอาหารและคาเฟ่ที่มีชื่อเสียง บรรยากาศและอาหารรสชาติดีอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น ร้านตู้กับข้าว ร้านวันจันทร์ ร้านระย้า ร้านหมี่ตันโพธิ์ 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

4.4.3 นักท่องเที่ยวกลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม

เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มองว่าการท่องเที่ยวช่วยสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น การซื้อสินค้าท้องถิ่นเป็นการส่งเสริมอาชีพและเศรษฐกิจในชุมชน การศึกษาเรียนรู้เกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลาไม่มีข้อจำกัด มองว่าภาวะเศรษฐกิจส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม ทุกคนควรให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและผู้สูงอายุ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มองว่าครอบครัวมีความสำคัญที่สุดในชีวิต ชอบทำกิจกรรมกับครอบครัว ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยภายในบ้าน ชอบตกแต่งบ้านและบริเวณบ้านให้ดูดีอยู่เสมอ

ดังนั้น ผลผลิตจากการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม คือ ผลผลิตจากการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและยั่งยืน โดยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มีแนวทางการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน ให้ความสำคัญกับผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม กิจกรรมการท่องเที่ยว เน้นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อ นักท่องเที่ยวต้องมีโอกาสได้ทำกิจกรรมกับครอบครัว และซื้อสินค้าที่ระลึกที่เป็นผลิตภัณฑ์จากชุมชนท้องถิ่น ที่พักแรม ควรเป็นโรงแรมที่มีมาตรฐานการบริการ เป็นที่ยอมรับ มีภาพลักษณ์ที่ดีด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในโรงแรม ภัตตาคาร/ร้านอาหาร ควรเป็นร้านที่มีชื่อเสียง เน้นบรรยากาศเป็นกันเองแบบครอบครัว ทั้งนี้ แหล่งท่องเที่ยว ที่พักแรม และภัตตาคาร/ร้านอาหารจะต้องมีความปลอดภัยสูง ให้ความสำคัญกับการออกแบบตามหลักการสถาปัตยกรรม (Universal Design) สอดคล้องกับลักษณะและความต้องการของผู้สูงอายุ

ตัวอย่าง แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พักแรม และภัตตาคาร/ร้านอาหารที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม

4.4.3.1 แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น *เส้นทางเชื่อมโยงอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่* โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญตามเส้นทางท่องเที่ยวดอยอินทนนท์ ได้แก่ ไร่ชาดอยอินทนนท์ หุบไฮเดรนเยีย อินทนนท์ สวนคุณทองดี ศูนย์วิจัยเกษตรหลวงเชียงใหม่ (ขุนวาง) อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ เส้นทางศึกษาธรรมชาติอ่างกา หรืออ่างกาหลวง เส้นทางศึกษาธรรมชาติ กิวแม่ปาน พระมหาธาตุเจดีย์นภเมทนีดล นภพลภูมิสิริ สถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ น้ำตกวชิรธาร ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์ไม้กล้วยไม้รองเท้านารีอินทนนท์ น้ำตกแม่ยะ วัดพระธาตุศรีจอมทองวรวิหาร หุบไฮเดรนเยียบ้านขุนแปะ นาขั้นบันไดบ้านแม่กลางหลวง และผาซ้อ *ชุมชนกกระทา จังหวัดเลย* เป็นชุมชนที่ได้รับคัดเลือกจากองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ให้เป็นชุมชนต้นแบบเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สถานที่สำคัญภายในชุมชน ได้แก่ ภูมโล อนุสรณ์สถาน เทิดพระเกียรติบ้านหมากแข้ง วัดป่าเย็นศิระธรรมประทีป รอยเท้าไดโนเสาร์ และน้ำตกหมันแดง เป็นต้น *วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย* เป็นการรวมกลุ่มเพื่อสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชาวบ้านตำบลภูหอ อำเภอภูหลวง โดยได้รับการสนับสนุนจากองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชนเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสวิถีชีวิตแบบเกษตรกรรมและความเป็นอยู่ของผู้คนใน

ชุมชนอย่างแท้จริง รวมถึงการได้เลือกซื้อสินค้าที่ระลึกที่มีชื่อเสียงจากชุมชนอีกด้วย *ชุมชนบ้านเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา* เป็นชุมชนที่ชาวบ้านยังคงมีวิถีชีวิตแบบเรียบง่าย ยึดหลักการใช้ชีวิตตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ การเรียนรู้การทำขนมไทย การล่องเรือเที่ยวชมแม่น้ำเจ้าพระยาและแวะชมความงามของวัดสำคัญในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา *ย่านเมืองเก่าภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต* ตั้งอยู่ใจกลางเมืองภูเก็ต ซึ่งมีความสวยงามของอาคารแบบชิโน-โปรตุกีสที่ถูกปรับปรุงและตกแต่งขึ้นใหม่ โดยอาคารบางหลังยังคงเป็นที่อยู่อาศัย แต่ส่วนใหญ่ถูกปรับเปลี่ยนให้เป็นร้านค้า ร้านอาหาร ร้านกาแฟ และคาเฟ่ นักท่องเที่ยวสามารถเติมชมอาคารแบบชิโน-โปรตุกีส พิพิธภัณฑสถานไทยหัว ศาลเจ้าแสงธรรม โรงตีเหล็กที่หลงเหลืออยู่แห่งเดียวในภูเก็ต บ้านเลขที่ 88 แหล่งสะสมของโบราณ ศิลปะภาพวาดสตรีท อาร์ทจากศิลปินชั้นนำของไทย รวมถึงเลือกซื้อสินค้า และชิมอาหารพื้นเมืองภูเก็ต เช่น หมี่ฮกเกี้ยน โอวต้าว โลปะ และไอ้ะเอ๋ว เป็นต้น

4.4.3.2 ที่พักรวม เช่น *อนันตรา เชียงใหม่ รีสอร์ท* จังหวัดเชียงใหม่ เป็นโรงแรมระดับหรูหร่า ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำปิง มีบรรยากาศที่เงียบสงบ เหมาะสำหรับการพักผ่อน ภายในโรงแรมมีการตกแต่งที่สวยงาม หรูหรา มีสิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมภายในที่พักมากมาย เช่น สปา การเรียนทำอาหารไทย เป็นต้น นอกจากนี้ โรงแรมยังมีการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน และรางวัลด้านสิ่งแวดล้อมจากองค์กรต่างๆ เช่น มาตรฐาน Green Growth 2050 มาตรฐาน Virtuoso Sustainability มาตรฐาน Green Health Hotel และมาตรฐาน Green Hotel เป็นต้น *เชียงคาน ริเวอร์ เมาร์ทเทน รีสอร์ท* จังหวัดเลย ตั้งอยู่ริมแม่น้ำโขง อำเภอเชียงคาน ตกแต่งในรูปแบบศิลปะไทยประยุกต์ ภายในโรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ห้องอาหาร Café de River ให้บริการอาหารไทยท้องถิ่นและอาหารนานาชาติที่ปรุงจากวัตถุดิบพื้นเมือง และยังมีกิจกรรมต่างๆ อีกมากมาย เช่น กิจกรรมล่องเรือชมทัศนียภาพและวิถีชีวิตของชาวบ้านริมฝั่งแม่น้ำโขง กิจกรรมตักบาตรข้าวเหนียวยามเช้า นอกจากนี้ ยังเป็นโรงแรมที่มีนโยบายในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และได้รับการรับรองมาตรฐาน Green Hotel อีกทั้ง ยังมีการดำเนินงานตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง และวิถีแบบเกษตรอินทรีย์อย่างยั่งยืน มีกิจกรรมสีเขียวให้ผู้เข้าพักได้ศึกษาเรียนรู้ เช่น การปลูกผัก การทำน้ายา ประเภทต่างๆ จากวัตถุดิบธรรมชาติ เป็นต้น *โรงแรมแคนทารี อยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา* เป็นโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเครือในเครือเคป แอนด์ แคนทารี โฮเทลส์ ห้องพักรวมกว้างขวาง และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน โรงแรมตั้งอยู่ในตัวเมืองอยุธยา และใกล้กับห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลอยุธยา ทั้งนี้ การที่โรงแรมตั้งอยู่บนถนนสายหลักของจังหวัดจึงทำให้สามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เช่น ตลาดน้ำอโยธยา พิพิธภัณฑสถานของเล่น วัดใหญ่ชัยมงคล และวัดพนัญเชิง เป็นต้น นอกจากนี้ โรงแรมยังมีนโยบายในการบริหารจัดการที่พักแรมอย่างยั่งยืน โดยร่วมปฏิญญายูเนสโกเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (The UNESCO Sustainable Tourism Pledge) ซึ่งเป็นการแสดงเจตนารมณ์ที่จะลดขยะและการใช้พลาสติกภายในโรงแรม ตลอดจนให้การสนับสนุนชุมชน และวัฒนธรรมท้องถิ่นอีกด้วย *โรงแรมพูลแมน ภูเก็ต อาเคเดย์ ในทอนบีช จังหวัดภูเก็ต* ตั้งอยู่ฝั่งตะวันตกของ

จังหวัดภูเก็ต ให้บริการที่พักแรมระดับหรูหร่า พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีการออกแบบที่พักตามหลัก Friendly Design เช่น ลิฟท์โดยสารขนาดใหญ่ ที่จอดรถรับ-ส่งผู้เข้าพักและห้องน้ำสำหรับผู้ใช้รถเข็น ทางลาด และทางเดินสำหรับผู้มีความบกพร่องทางสายตา เป็นต้น นอกจากนี้ โรงแรมยังมีการบริหารจัดการที่พักที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และได้รับการรับรองมาตรฐาน Green Hotel อีกด้วย

4.4.3.3 ภัตตาคาร/ร้านอาหาร เช่น *ร้านบ้านล้านได จังหวัดเชียงใหม่* เป็นร้านอาหาร Fine Thai Cuisine ที่ให้บริการอาหารไทยที่ผสมผสานกับวัฒนธรรมพื้นบ้าน วัตถุประสงค์ในการปรุงมาจากท้องถิ่น โดยทางร้านจะเลือกเอาวัตถุดิบของชาวไทใหญ่มาสร้างสรรค์เป็นเมนูอาหารที่พิเศษ หรูหรา สะท้อนเรื่องราววัฒนธรรมการกินของชาวไทใหญ่ โดยร้านอาหารแห่งนี้ได้รับรางวัลมิชลิน (Michelin Star) *ร้านล้านช้าง จังหวัดเลย* ตั้งอยู่ในตัวเมืองเลย เป็นร้านอาหารขนาดใหญ่ที่มีการตกแต่งร้านอย่างหรูหราด้วยศิลปะไทยอีสาน และประดับตกแต่งด้วยหน้าากกผีตาโชน ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัด มีบรรยากาศที่อบอุ่น ให้บริการอาหารหลากหลายประเภท พร้อมไวน์คุณภาพดี *ร้านศาลา อยุธยา อีทเทอร์รี่ แอนด์ บาร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา* เป็นร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในโรงแรมศาลา อยุธยา ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา สามารถมองเห็นวัดพุทธโศภนารามที่ตั้งอยู่ฝั่งตรงกันข้ามได้ การออกแบบและตกแต่งร้านมีความสวยงาม หรูหรา และบรรยากาศดี ให้บริการอาหารไทยประยุกต์ที่มีการตกแต่งจานอาหารอย่างสวยงาม *ร้านบลู เอเลเฟ้นท์ จังหวัดภูเก็ต* ตั้งอยู่ถนนกระบี่ อำเภอเมืองภูเก็ต เป็นการนำเอาคุณาส์เก่าแก่อายุกว่า 100 ปี ซึ่งแต่เดิมเป็นจวนผู้ว่าราชการเมืองภูเก็ต (บ้านพระพิทักษ์ชินประชา) มาดัดแปลงเป็นร้านอาหารไทยระดับหรูหร่า ตัวอาคารของร้านเป็นสถาปัตยกรรมแบบชิโนโปรตุกีส ภายในตกแต่งแบบหรูหร่า คลาสสิก บรรยากาศแบบย้อนยุค ให้บริการทั้งอาหารไทยโบราณ อาหารพื้นเมืองภาคใต้ และอาหารเปอร์านากันโบราณที่ปัจจุบันหารับประทานได้ยาก

4.4.4 นักท่องเที่ยวกลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต

เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นอาสาสมัครให้กับองค์กรการกุศล สนใจและเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนและสังคมให้น่าอยู่ เป็นสมาชิกชมรมหรือสมาคมต่างๆ ชอบชมการแข่งขันกีฬา มองว่าความสำเร็จสูงสุด คือ การเป็นเจ้าของธุรกิจ การมีฐานะทางการเงินที่ดี การมีชื่อเสียงเกียรติยศ และยิ่งอยากทำงานต่อแม้ว่าจะเกษียณอายุแล้วก็ตาม

ดังนั้น ผลลัพธ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต คือ ผลลัพธ์การท่องเที่ยวแบบหรูหร่า และการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครสามารถเป็นได้ทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก เพื่อสร้างความภาคภูมิใจให้นักท่องเที่ยวในการได้มีโอกาสเดินทางไปเยือน รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการจนประสบความสำเร็จ มีชื่อเสียง เพื่อเป็นการสร้างแรงบันดาลใจที่นำไปสู่ความสำเร็จให้นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวควรได้มีโอกาสทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม ที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต ควรเป็นโรงแรมประเภทหรูหร่า มีมาตรฐานสูง มีการบริการที่เป็นเลิศ หรือเป็นโรงแรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะประเภทบูติก (Boutique Hotel) ภัตตาคาร/

ร้านอาหาร ควรเป็นภัตตาคารชั้นดี ตกแต่งสวยงาม บรรยากาศหรูหรา มีการบริการที่เป็นเลิศ พนักงานผ่านการฝึกฝนและอบรมมาเป็นอย่างดี ซึ่งอาจเป็นภัตตาคาร/ร้านอาหารที่ตั้งอยู่ภายในโรงแรม

ตัวอย่าง แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พักแรม และภัตตาคาร/ร้านอาหารที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต

4.4.4.1 แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น *ปางช้าง จังหวัดเชียงใหม่* เป็นสถานที่อนุรักษ์ช้าง ปัจจุบันหลายแห่งเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร โดยเปิดรับนักท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครในการเลี้ยงช้าง ส่วนรายได้ที่เกิดจากช้างจะนำไปใช้สำหรับการซื้ออาหารและรักษาช้างในกรณีเจ็บป่วย อาทิ *ปางช้างแม่สา* เป็นต้น *สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง จังหวัดเชียงใหม่* เป็นสถานีวิจัยแห่งแรกของโครงการหลวง เริ่มดำเนินงานเมื่อปี พ.ศ. 2512 ที่ตำบลแม่งอน อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ โดยพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร พระราชทานพระราชทรัพย์ส่วนพระองค์จำนวน 1,500 บาท ซื้อที่ดินในบริเวณดอยอ่างขางเป็นสถานีวิจัย ศึกษาทดลองพืชเมืองหนาวชนิดต่างๆ เพื่อเป็นตัวอย่างแก่เกษตรกรชาวเขาในการนำพืชเหล่านั้นมาเพาะปลูกเป็นอาชีพแทนการปลูกฝิ่น *ไร่ชาออร์แกนิก จังหวัดเชียงใหม่* เป็นไร่ชาออร์แกนิกที่เก่าแก่ที่สุดในประเทศไทย เก็บเกี่ยวด้วยมือและแปรรูปด้วยกรรมวิธีแบบดั้งเดิม ทำให้ชายังคงความเป็นธรรมชาติ มีกลิ่นหอมเฉพาะตัวแบบชาออร์แกนิกแท้ รวมถึงการผลิตในโรงงานที่สะอาด ปลอดภัย ผ่านกระบวนการออร์แกนิกในทุกขั้นตอน กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในไร่ ได้แก่ การทัวร์ไร่ชา ชิมชา พร้อมกับเบเกอรี่ทำเอง และการเลือกซื้อใบชาออร์แกนิก *อุทยานกล้วยไม้ป่าช้างกระ วัดป่ามัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่น* นอกจากมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และพุทธศาสนาแล้ว วัดแห่งนี้ยังมีต้นไม้อายุหลายร้อยปีอยู่เป็นจำนวนมาก และยังเป็นเขตอนุรักษ์กล้วยไม้ป่าพันธุ์ช้างกระที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติอีกด้วย *ชุมชนเมืองเก่าภูเวียง จังหวัดขอนแก่น* เป็นเมืองเก่ามาตั้งแต่สมัยอาณาจักรล้านช้างยังครอบครองดินแดนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภูเวียงเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนาน ภายในมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญมากมาย เช่น ศูนย์ศึกษาวิจัยและพิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์ ศาลเจ้าจอมปากช่องภูเวียง หรือศาลเจ้าจมนรินทร์ (ศาลปู่จอม) ตึกเหลือง ภูเวียงวิทยายน และวัดถ้ำกวาง เป็นต้น *บ้าน ช. ช่างขรา จังหวัดกาญจนบุรี* ก่อตั้งโดยนายสัตวแพทย์สามารถ ประสิทธิ์ผล ซึ่งมองเห็นสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นกับช้าง ทั้งปัญหาช้างบาดเจ็บ ช่างขราที่ขาดการดูแลสุขภาพ และช้างเร่ร่อน จึงเกิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สำหรับการเลี้ยงดูช่างขรา โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวภายใน บ้าน ช.ช่างขรา ได้แก่ การปลูกพืชอาหารช้าง การเลี้ยงช้างและอาบน้ำร่วมกับช้าง การดูแลสุขภาพช้างเบื้องต้น นอกจากนี้ ยังมีบ้านพักสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการทำกิจกรรมเชิงอาสาสมัครในการดูแลช้างอีกด้วย *โรงเรียนแบมบู จังหวัดกาญจนบุรี* เป็นศูนย์พักพิงสำหรับเด็กที่ด้อยโอกาสและถูกทอดทิ้ง ก่อตั้งโดยแคทเธอริน รูธ โรลีย์ ไบรอัน ชาวนิวซีแลนด์ ซึ่งเป็นทั้งโรงเรียน โรงพยาบาล และบ้านให้แก่เด็กๆ ที่ด้อยโอกาสและถูกทอดทิ้งในชุมชนบ่อน้ำร้อนกลางหุบเขาใกล้ชายแดนไทย-พม่า นอกจากการช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาสแล้ว โรงเรียนแห่งนี้ยังมุ่งมั่นที่จะรักษาสิ่งแวดล้อมและพัฒนา

ชุมชนให้เป็นต้นแบบของการอยู่ร่วมกับป่าเขาและธรรมชาติอย่างกลมกลืน เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการค้นหาแรงบันดาลใจ คลุกคลีอยู่กับธรรมชาติ ร่วมรักษาสีเขียวและลมเย็น และมีจิตอาสาที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาชุมชนให้ยั่งยืน เช่น การสร้างห้องสมุด การจัดการเรียนการสอน และการสนับสนุนด้านการแพทย์ เป็นต้น *บ้านวังนกนางแอ่น จังหวัดนครศรีธรรมราช* ตั้งอยู่ที่อำเภอปากพนัง ซึ่งมีชื่อเสียงในการเลี้ยงนกนางแอ่นที่เข้ามาทำรังในชุมชนเมือง ลักษณะเป็นตึกสูงประมาณ 6-7 ชั้น ปิดทึบจะมีเพียงช่องเล็กๆ เพื่อให้คนบินเข้าออกเท่านั้น ในช่วงเย็นของทุกวันบรรยากาศค่อนข้างดี จะได้ยินเสียงนกนางแอ่นร้องเป็นระยะ *ชุมชนบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช* เป็นชุมชนต้นแบบในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จนได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยอดเยี่ยม (Thailand Tourism Awards) ประเภทเมืองและชุมชน มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย เช่น การปั่นจักรยานเที่ยวชมวิถีชีวิตชุมชน การชมสวนสมรม การเรียนรู้กลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของชาวบ้าน และการเดินป่าศึกษาธรรมชาติ เป็นต้น *สวนส้มโอทับทิมสยาม จังหวัดนครศรีธรรมราช* เช่น ไร่สวรรค์สุข ถือเป็นแหล่งเรียนรู้การผลิตส้มโอ โดยการใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ด้วยประสบการณ์ความรู้ทางวิชาการ และภูมิปัญญาที่สั่งสมมานาน ประกอบกับการบริหารจัดการสวนที่ดี และการคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค ทำให้ไร่สวรรค์สุขได้รับรางวัลต่างๆ มากมาย อีกทั้ง ยังได้รับการรับรองแหล่งผลิต GAP พีช (Good Agricultural Practice) และได้รับการคัดเลือกเป็นผลิตภัณฑ์โอท็อประดับห้าดาว รวมถึงขอขึ้นทะเบียนจนสามารถจดลิขสิทธิ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ GI (Geographical Indication) ในนาม “ส้มโอทับทิมสยามปากพนัง” อีกด้วย *ชุมชนท่าวังท่ามอญ จังหวัดนครศรีธรรมราช* เป็นย่านการค้าเก่าแก่ของชาวนครศรีธรรมราชที่ผสมผสานวัฒนธรรมไทย-จีน ให้อยู่ร่วมกันเป็นหนึ่งเดียวได้อย่างลงตัว อีกทั้ง ยังมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน ทำให้ชุมชนท่าวังท่ามอญกลายเป็นแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมที่สะท้อนผ่านอาคาร บ้านเรือน วิถีชีวิต การค้า อาหาร และขนมโบราณ ปัจจุบันชุมชนแห่งนี้ได้รับการคัดเลือกจากสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ให้เป็นหนึ่งใน 15 ย่านเมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์

4.4.4.2 ที่พักรวม เช่น *วีร์ริดา โฮ รีสอร์ท เอ็มแกลเลอรี จังหวัดเชียงใหม่* เป็นบูติค รีสอร์ท ที่หรูหราแวดล้อมไปด้วยทัศนียภาพธรรมชาติอันงดงาม มีการตกแต่งโรงแรมและห้องพักที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยใช้วัสดุในท้องถิ่นมาออกแบบให้มีความทันสมัย 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 ลานจอดรถเฮลิคอปเตอร์ และลิฟต์ส่วนตัว เป็นต้น *เทวมนตร์ทรา รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี* เป็นโรงแรมประเภทบูติค สถาปัตยกรรมแบบโคโลเนียลที่ผสมผสานระหว่างไทยและตะวันตก มีการตกแต่งที่พักแบบคลาสสิก หูหรรษา ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากพระราชนิเวศน์มฤคทายวัน

การบริการของโรงแรมจะถูกออกแบบมาให้มีลักษณะเฉพาะ เช่น Le Dhewa Spa ให้บริการสปาแบบโฮมเมดที่เป็นลักษณะเฉพาะของโรงแรม ห้องอาหาร Rice Barge ที่เป็นห้องกระจกสีขาวอยู่บนแพริมแม่น้ำแคว ให้บริการอาหารไทยแบบดั้งเดิม นอกจากนี้ โรงแรมยังตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดมากมาย เช่น สะพานข้ามแม่น้ำแคว วัดถ้ำเสือ และอุทยานทิวทัศน์มิตรช่องไก่อ่ เป็นต้น *โรงแรมแกรนด์ฟอร์จูน จังหวัดนครศรีธรรมราช* เป็นโรงแรมในเครือฟอร์จูน ตั้งอยู่ใจกลางเมืองนครศรีธรรมราช บนถนนพัฒนาการคูขวาง โรงแรมแห่งนี้เป็นที่พักแรมระดับหรูหร่า เป็นอาคารขนาดใหญ่ 19 ชั้น มีการออกแบบที่ทันสมัย ให้บริการห้องพักหลายประเภท ซึ่งแต่ละประเภทจะมีขนาดใหญ่ กว้างขวาง และตกแต่งอย่างสวยงาม อีกทั้ง ยังมีสปา ฟิตเนส ห้องอาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อให้บริการแก่ผู้เข้าพัก

4.4.4.3 ภัตตาคาร/ร้านอาหาร เช่น *The Service 1921 Restaurant & Bar จังหวัดเชียงใหม่* เป็นห้องอาหารที่ตั้งอยู่ภายในโรงแรมอนันตรา เชียงใหม่ รีสอร์ท เดิมทีแห่งนี้เป็นสถานกงสุลอังกฤษมาก่อน ทำให้โครงสร้างอาคารเป็นสถาปัตยกรรมแบบโคโลเนียล ซึ่งโรงแรมมีความตั้งใจที่จะอนุรักษ์อาคารนี้ไว้ จึงได้ออกแบบและตกแต่งให้เป็นห้องอาหารและบาร์ระดับหรูหร่า มีการตกแต่งภายในด้วยแนวคิดสายลับอังกฤษ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าตื่นเต้น และประทับใจแก่นักท่องเที่ยว โดยห้องอาหารแห่งนี้จะให้บริการอาหารไทย และอาหารจีน มีการให้บริการที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล อีกทั้งยังมีบาร์เครื่องดื่มหลากหลายชนิดไว้บริการนักท่องเที่ยว *ร้านแก่น จังหวัดขอนแก่น* เป็นร้านอาหารประเภท Fine Dining ที่มีบรรยากาศหรูหร่า ให้บริการอาหารไทยร่วมสมัย โดยเชฟของร้านเคยทำงานที่ชิคาโก รีสอร์ท แอนด์ สปา ซึ่งเป็นโรงแรมที่มีชื่อเสียงในระดับสากล ความโดดเด่นของร้าน คือการยกระดับอาหารอีสานท้องถิ่น ให้เป็นอาหารไทยร่วมสมัยในรูปแบบ Fine Dining มีการตกแต่งอาหารอย่างสวยงาม และมีรสชาติดี *ร้านศรีมันตรา จังหวัดกาญจนบุรี* เป็นร้านอาหารที่ตั้งอยู่ท่ามกลางธรรมชาติของขุนเขาเขียวขจี ให้บริการอาหารไทยพื้นบ้าน โดยร้านอาหารจะแบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนของร้านอาหารที่มีที่นั่งด้านในและด้านนอกอาคาร ส่วนสนามหญ้า ซึ่งเป็นทุ่งหญ้าเขียวขจีโอบล้อมด้วยภูเขาเรียงรายสลับซับซ้อน เกิดเป็นทัศนียภาพที่สวยงาม รวมถึงมีลานจอดรถขนาดใหญ่ กว้างขวาง การตกแต่งร้านจะใช้โทนสีและวัสดุที่เป็นธรรมชาติ เพื่อให้ความรู้สึกอบอุ่น บรรยากาศผ่อนคลาย *Rice Restaurant จังหวัดนครศรีธรรมราช* ตั้งอยู่บนถนนพัฒนาการคูขวาง เป็นภัตตาคารที่ให้บริการอาหารไทย-อิตาเลียนพร้อมทั้งไวน์ชั้นเยี่ยมที่คัดสรรมาอย่างดีจากผู้เชี่ยวชาญ การตกแต่งร้านสวยงาม มีบรรยากาศหรูหร่า

4.4.5 นักท่องเที่ยวกลุ่มรักสุขภาพ

เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจอาหารเพื่อสุขภาพ กิจกรรมเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ ให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่ถูกสุขอนามัย เลือกซื้อสินค้าเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ สนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ดังนั้น ผลลัพธ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มรักสุขภาพ คือ ผลลัพธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีกิจกรรมการส่งเสริม บำรุงรักษา และฟื้นฟู

สุขภาพ รวมถึงการจำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพ เน้นการพักผ่อนในโรงแรมที่มีบริการด้านสุขภาพ เช่น สปา โยคะ และนวด เป็นต้น ภัตตาคาร/ร้านอาหาร ควรเป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เน้นความปลอดภัยและสุขอนามัย

ตัวอย่าง แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พักแรม และภัตตาคาร/ร้านอาหารที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มรักสุขภาพ

4.4.5.1 แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น *น้ำพุร้อนฝาง จังหวัดเชียงใหม่* ตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติแม่ฝาง เป็นบ่อน้ำร้อนธรรมชาติ เกิดจากความร้อนใต้ดิน อุณหภูมิของน้ำ ประมาณ 40-88 องศาเซลเซียส ทั้งนี้ อุทยานแห่งชาติฯ ได้จัดบริการห้องอาบน้ำแร่ ห้องอบไอน้ำ และบ่อน้ำร้อนไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการอาบน้ำพุร้อน *ชุมชนบ้านไร่กองขิง จังหวัดเชียงใหม่* เป็นหมู่บ้านที่รู้จักกันดีในด้านการรักษาสุขภาพด้วยสมุนไพร มีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาต่อยอดให้เกิดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การรับประทานอาหารปลอดสารพิษ การเรียนรู้ภูมิปัญญาแพทย์แผนโบราณแบบล้านนา “การย่ำขาง” การนวดแผนโบราณ นวดน้ำมัน นวดประคบสมุนไพร อบสมุนไพร และการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของชุมชนภายใต้ชื่อ “สุขสยาม” เช่น สบู่เหลวสมุนไพรน้ำผึ้ง น้ำมันไหลขมิ้น ยาตมสมุนไพร และสเปรย์ไล่ยุงจากตะไคร้หอม เป็นต้น *สปาในจังหวัดเชียงใหม่* เช่น ฟาลันนา 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 สปา แอนด์ออนเซ็น (Rarinjinda Wellness Spa) เป็นต้น *วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว จังหวัดอุบลราชธานี* วัดแห่งนี้มีความโดดเด่นในการนำภูมิปัญญาเป็นส่วนประกอบในการดูแลรักษาสุขภาพ ก่อให้เกิดการสร้างสรรคเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ *ชุมชนตะเคียนเตี้ย จังหวัดชลบุรี* เป็นชุมชนอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิม และแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การเรียนรู้และทดลองการนวดกัวซา การรับประทานอาหารท้องถิ่นเชิงสุขภาพ เป็นต้น *กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดชลบุรี* โดยมีการจัดแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ ทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ เช่น การแข่งขันวิ่งมาราธอน ไตรกีฬา เรือใบ กีฬาทางอากาศ การแข่งขันกอล์ฟ และการแข่งขันรถยนต์ทางเรียบ “บางแสน กรังด์ปรีซ์” ซึ่งถือว่าเป็นการแข่งขันรถยนต์ทางเรียบที่ดีที่สุดใเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมถึงการเล่นกีฬาทางน้ำที่ทะเลพัทยา เช่น เซิร์ฟบอร์ด ซัพบอร์ด เจ็ตสกี 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 โดยการเพิ่มไม้พายเข้ามาเป็นอุปกรณ์ที่ช่วยให้ผู้เล่นสามารถเคลื่อนที่ไปได้โดยไม่ต้องอาศัยคลื่นเพียงอย่างเดียว เป็นกีฬาที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเพลิดเพลินไปกับธรรมชาติที่สวยงาม และยังช่วยในการฝึกสมาธิและใช้เวลากับตัวเองได้เป็นอย่างดี *เทศกาลถือศีลกินผัก จังหวัดภูเก็ต* ตรงกับวันขึ้น 1 ค่ำ ถึง 9 ค่ำ เดือน 9 ของทุกปี เป็นประเพณีที่ชาวจีนซึ่งเข้ามาอาศัยในภูเก็ตยึดถือปฏิบัติมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2368 จนถึงปัจจุบัน ในงานจะมีพิธีกรรมต่างๆ มากมาย เช่น พิธีอัญเชิญพระ พิธีลุยไฟ พิธีสะเดาะเคราะห์ และพิธีส่งพระ เป็นต้น นอกจากนี้ ในช่วงเวลาดังกล่าวยัง

มีการรับประทานอาหารประเภทเนื้อสัตว์ และผลิตภัณฑ์ต่างๆ 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) โคควูน สปา เดอะ สเลท ภูเก็ต (Coqoon Spa, The Slate Phuket) และฉาน สปา ภูเก็ต (Chann Spa) เป็นต้น

4.4.5.2 ที่พักรวม เช่น *เต่าการ์เดน เฮลท์ สปา แอนด์ รีสอร์ท จังหวัดเชียงใหม่* เป็นรีสอร์ทเพื่อสุขภาพ ให้บริการห้องพักรวมโปรแกรมการดูแลสุขภาพที่ใช้ศาสตร์เต่า โดยราคาจะรวมค่าห้องพัก และค่าอาหาร 3 มื้อ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมการดูแลสุขภาพ เช่น กิจกรรมการออกกำลังกายแบบซิงก การออกกำลังกายแบบเต่าหิโน รวมถึงใช้บริการห้องโฮมเธียเตอร์ ฟิตเนส สนามเทนนิส สนามปิงปอง สนามแบดมินตัน สระว่ายน้ำ และห้องอบไอน้ำโดยไม่ต้องจ่ายเพิ่ม นอกจากนี้โรงแรมยังมีบริการโปรแกรมสุขภาพที่ผสมผสานการดูแลรักษาแบบจีน คือ ศาสตร์เต่า ผสมผสานกับแพทย์แผนไทย และแพทย์แผนตะวันตก เช่น การนวดบำบัด การนวดซิเนจิง และการนวดเพื่อล้างพิษ เป็นต้น โดยโปรแกรมสุขภาพดังกล่าวถูกพัฒนาโดยอาจารย์มันตัก เจีย ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านศาสตร์เต่าที่มีชื่อเสียงระดับโลก อีกทั้งยังมี “เต่า สปา” ที่ให้บริการดูแลสุขภาพด้วยธรรมชาติบำบัดในรูปแบบของ Holistic Medical Spa โดยมีแพทย์แผนปัจจุบัน แพทย์แผนจีน ตลอดจนบุคลากรทางการแพทย์มาให้บริการด้านสุขภาพ โดยการให้บริการจะขึ้นอยู่กับสุขภาพของนักท่องเที่ยวแต่ละคน สำหรับการบริการอาหารของที่นี่จะเน้นพืช ผัก และผลไม้ปลอดสารพิษ ไม่เน้นการปรุงแต่งรสชาติด้วยเครื่องเทศ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงความสดใหม่ของวัตถุดิบ โดยมีทั้งการบริการอาหารเช้า และอาหารทั่วไปที่มีเนื้อสัตว์เป็นส่วนผสม ได้แก่ เนื้อปลา เนื้อไก่ และอาหารทะเลเท่านั้น *โรงแรมทอแสง เฮอร์เทจ โฮงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี* เป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำโขง มีทัศนียภาพที่สวยงาม และบรรยากาศที่ผ่อนคลาย นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมต่างๆ ให้ผู้เข้าพักได้ใช้บริการอีกมากมาย เช่น สระว่ายน้ำกลางแจ้งขนาดใหญ่ที่สามารถมองเห็นทัศนียภาพกว้างไกลของเทือกเขาในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สำหรับการบริการเพื่อสุขภาพภายในโรงแรม “ทอแสง สปา” สามารถผ่อนคลายความเมื่อยล้าท่ามกลางธรรมชาติ ด้วยทรีทเมนท์สูตรสมุนไพรโบราณที่สกัดจากวัตถุดิบธรรมชาติ รวมถึงการบริการการนวดที่หลากหลาย โดยเฉพาะการนวดแผนไทยท่ามกลางบรรยากาศอันเงียบสงบของแม่น้ำโขง *เฮลท์แลนด์ รีสอร์ท แอนด์ สปา พัทยา จังหวัดชลบุรี* เป็นที่พักที่มอบประสบการณ์ในการดูแลสุขภาพท่ามกลางบรรยากาศที่ผ่อนคลายที่ยังคงรักษาและส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของรีสอร์ท นอกจากนี้ห้องพักที่มีให้เลือกหลากหลายแล้ว รีสอร์ทแห่งนี้ยังมีบริการ Health Land Spa & Massage ซึ่งเน้นการนวดแผนไทย และการดูแลสุขภาพแบบอายุรเวท เช่น การนวดแผนไทย การประคบสมุนไพร Shiro Dhara เป็นการปฏิบัติอายุรเวทแบบดั้งเดิม โดยใช้น้ำมันอุ่นๆ รินไปที่หน้าผากบริเวณระหว่างคิ้วอย่างต่อเนื่องและอ่อนโยน การแช่อ่างจากุซซี่ (Spa Jacuzzi) และการนวดแบบ Four-hand ซึ่งเป็นหลักการนวดแบบอายุรเวทโบราณ

ที่อาศัยกระแสพลังของผู้นวดบำบัด 2 คน พร้อมกัน *บันยัน ทรี ภูเก็ต* เป็นวิลล่าท่ามกลางธรรมชาติเขตร้อน นอกจากความหรูหราของห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ แล้ว ยังมีบริการสปาซึ่งได้รับรางวัลมากมายหลายสมัย ด้วยความเป็นมืออาชีพ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และการบริการ ตลอดจนสปาวิลล่าที่มีความเป็นส่วนตัว พร้อมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน เหมาะสำหรับการบำรุงดูแล การบำบัดรักษา และการบริการเพื่อความงาม นอกจากนี้ ยังมีโปรแกรมสอนการออกกำลังกายเพื่อฟื้นฟูทั้งร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณอย่างสมดุล แพคเกจสปาที่ได้รับความนิยมของบันยัน ทรี ภูเก็ต คือ Master Therapist Experience เป็นแพคเกจที่จะให้บริการโดยผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ศาสตร์การบำบัดในแนวทางต่างๆ อย่างรอบด้าน โดยการวิเคราะห์ปัญหาสุขภาพ การเลือกแนวทางการบำบัดที่เหมาะสมกับอาการนั้นๆ ซึ่งอาจจะเป็นการประคบสมุนไพร การนวด การใช้หินร้อน โดยผู้รับบริการสามารถสัมผัสทุกศาสตร์แห่งการบำบัด ตั้งแต่การสูดดมกลิ่นน้ำมันหอมระเหยก่อนเริ่มการนวด เพื่อเปิดประสาทสัมผัสให้พร้อมต่อการผ่อนคลาย การนวดตัวด้วยสัมผัส จังหวะ และน้ำหนักมือที่พอดีของผู้นวด สลับกับลูกประคบ และหินร้อน รวมทั้งการนวดหน้าด้วยน้ำมันสกัดบริสุทธิ์ไร้กลิ่น ทำให้เกิดความผ่อนคลาย และปิดท้ายด้วยชาสมุนไพร และสลัดผลไม้เย็นๆ เพื่อเพิ่มความสดชื่นแก่ผู้รับบริการ

4.4.5.3 *ภัตตาคาร/ร้านอาหาร เช่น ร้านมินา มีข้าว จังหวัดเชียงใหม่* เป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพ มีข้าวไทยให้เลือกรับประทานมากถึง 5 สายพันธุ์ และเป็นร้านอาหารที่ได้รับรางวัลมิชลิน (Michelin Star) เมนูอาหารที่โดดเด่นของร้าน คือ ข้าวห้าสี ประกอบด้วยข้าว 5 สายพันธุ์ ได้แก่ ข้าวอัญชัญ ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวดอกคำฝอย ข้าวกล้องแดง และข้าวหอมมะลิ ที่มีสีสันทันสวยงามและอุดมไปด้วยคุณประโยชน์ที่ดีต่อสุขภาพ นอกจากนี้ ยังมีรายการอาหารอีกหลากหลายเมนูที่เป็นอาหารไทยร่วมสมัย มีรสชาติดี และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ *ร้านอินโดจีน จังหวัดอุบลราชธานี* เป็นร้านอาหารเก่าแก่ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดอุบลราชธานี ให้บริการอาหารเวียดนาม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเมนูเพื่อสุขภาพ ใช้ผักเป็นองค์ประกอบสำคัญในการปรุง ความพิเศษของร้าน คือ วัตถุดิบที่นำมาปรุงอาหารเป็นวัตถุดิบปลอดสารพิษ เช่น การทำแผ่นเมี่ยงเอง โดยเริ่มตั้งแต่ปลูกข้าวเอง และนำข้าวมาทำแป้ง จากนั้นนำไปตากแห้งและโม่เพื่อทำเป็นแผ่นเมี่ยง และนำมาประกอบอาหารที่มีรสชาติดี และมีประโยชน์ *A' La Campagne Pattaya จังหวัดชลบุรี* เป็นโครงการที่จำลองหมู่บ้านชนบทของชาวยุโรป มีทั้งอาคารที่เป็นโบสถ์ บ้าน คอกม้า ฟาร์มปศุสัตว์ และแปลงผักสวนครัว อีกทั้ง ยังมีลานกิจกรรมกลางเมืองที่ประดับตกแต่งด้วยสวนดอกไม้ที่สวยงาม สำหรับร้านอาหารที่ตั้งอยู่ภายในโครงการนี้ คือ ร้าน “Tea Factory and More” ซึ่งมีการตกแต่งร้านสไตล์ยุโรป เรียบหรู ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มหลากหลายประเภท โดยเฉพาะชาที่ทางร้านคัดเลือกชารสชาติดี มีกลิ่นหอม ทั้งจากประเทศไทยและประเทศต่างๆ ที่มีความโดดเด่นด้านใบชากว่า 10 ประเทศ อีกทั้ง ยังให้บริการอาหารแบบโฮมเมดที่ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ สด ใหม่ และมาจากฟาร์มออร์แกนิกของทางร้าน นำมาปรุงอย่างพิถีพิถัน เพื่อให้ได้อาหารรสชาติดีมีคุณภาพ และเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ *ร้าน DiVine จังหวัดภูเก็ต* เป็นห้องอาหารเพื่อสุขภาพที่ตั้งอยู่ในโรงแรมธัญญาปุระ ซึ่งเป็นรีสอร์ทสุขภาพและกีฬาที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดภูเก็ต การปรุงอาหารใช้วัตถุดิบปลอดสารพิษ โดยเฉพาะผักและผลไม้ที่สด สะอาด เมนูต่างๆ

คิดค้นและปรุงโดยเชฟที่มีความเชี่ยวชาญด้านอาหารเพื่อสุขภาพ รายการอาหารแนะนำ ได้แก่ ภูเก็ตแห้งจืดรสดี ที่มีเมล็ดทับทิมซึ่งมีวิตามินซีสูง ช่วยในการบำรุงผิวพรรณ แม้ว่าอาหารต่างๆ จะเป็นเมนูเพื่อสุขภาพ แต่ก็มีรสชาติอร่อย รับประทานง่าย แต่เมนูมีการอธิบายคุณค่าทางอาหาร และบอกปริมาณแคลอรีที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ดูแลสุขภาพของตนเอง

4.5 ผลการวิจัยที่ต่อบัณฑิตประสงค์ข้อที่ 4

เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

จากการประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Discussion) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว ได้แก่ เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์อาชีพ สามารถกำหนดเป็นข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงได้ ดังนี้

4.5.1 กลยุทธ์ที่ 1 การจัดการแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง โดยมีแนวปฏิบัติ ดังนี้

4.5.1.1 ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิม และพัฒนาให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง โดยคำนึงถึงความแตกต่างและอัตลักษณ์ของจังหวัด/ท้องถิ่น

4.5.1.2 ออกแบบและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ทั้งด้านเวลา จำนวนแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว

4.5.1.3 ออกแบบและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายและสร้างสรรค์ โดยเน้นให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกในครอบครัว หรือผู้ร่วมเดินทาง

4.5.1.4 ออกแบบและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการต่างๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวตามหลักการสถาปัตยกรรม (Universal Design) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง

4.5.2 กลยุทธ์ที่ 2 การบริหารจัดการนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง โดยมีแนวปฏิบัติ ดังนี้

4.5.2.1 ยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

4.5.2.2 จัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงในแพลตฟอร์มดิจิทัลที่สามารถเอื้อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้อง

4.5.3 กลยุทธ์ที่ 3 การส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง โดยมีแนวปฏิบัติ ดังนี้

4.5.3.1 จัดแคมเปญปีการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อสร้างกระแสให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง รวมถึงกระตุ้นให้ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวตื่นตัวในการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

4.5.3.2 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ หรือแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดที่นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงให้ความสนใจผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น TikTok Facebook และ YouTube เป็นต้น

4.5.3.3 จัดกิจกรรมพิเศษ (Special Event) ทางการท่องเที่ยวในจังหวัดหรือแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงให้ความสนใจ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

4.5.3.4 กำหนดและส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง (Senior Destination) ในจังหวัดที่มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง มีวัตถุประสงค์
1) เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และจำแนกกลุ่ม
รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของ
นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง 3) เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่ม
รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และ 4) เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะ
เชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ทั้งนี้ สามารถ
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง พบว่า
ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็น
เพศหญิง มีอายุระหว่าง 55-60 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพสมรส ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ใน
จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย นครราชสีมา ขอนแก่น นครศรีธรรมราช สงขลา สุพรรณบุรี ชลบุรี กรุงเทพมหานคร
และนนทบุรี ปัจจุบันอาศัยอยู่กับคู่สมรสและบุตรหลาน ประกอบอาชีพรับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ มีรายได้
เฉลี่ยต่อเดือน ประมาณ 45,000-55,000 บาท โดยแหล่งที่มาของรายได้มาจากการทำงาน/ประกอบธุรกิจ
ของตนเองในปัจจุบัน สำหรับความพร้อมของสุขภาพในการเดินทางท่องเที่ยว ยังแข็งแรงดี สามารถเดินทาง
ท่องเที่ยวได้ทุกสถานที่ โดยไม่มีโรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว และไม่ต้องการ
สิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ในภาพรวม พบว่า มีการเดินทาง
ท่องเที่ยว 3 ครั้งต่อปี ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว คือ วันหยุดติดต่อกันหลายวัน ระยะเวลาที่ใช้ในการ
เดินทางท่องเที่ยว ประมาณ 3 วันต่อครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน
ได้รับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ซึ่งตนเองเป็นผู้ตัดสินใจ
หลักในการเดินทางท่องเที่ยว และนิยมเดินทางท่องเที่ยวกับคู่สมรส โดยการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง
ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ รถยนต์ส่วนบุคคล นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังจังหวัด
และภูมิภาคอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่อาศัย แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวทาง
ธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา และน้ำตก ส่วนที่พักแรมที่นิยมใช้บริการในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่
โรงแรม ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ประมาณ 5,001-10,000 บาท ค่าใช้จ่ายที่ใ้มากที่สุด
ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นค่าที่พักแรม และหากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยว พบว่า

นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวภาคใต้ หากพิจารณาเป็นรายจังหวัด ภาคเหนือ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือนักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม และเลย ภาคกลาง พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี และภาคใต้ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

รูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกิจกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ชอบเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านความสนใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ครอบครัวมีความสำคัญที่สุดในชีวิตมีค่าเฉลี่ยสูงสุด และด้านความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การวางแผนชีวิตเป็นเรื่องสำคัญ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

รูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกิจกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การใช้เวลากับการทำกิจกรรมภายในบ้านมากกว่าการออกนอกบ้าน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านความสนใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านมองหาสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบริการที่มีมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และด้านความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) จะทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปตลอดกาล มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

การจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง สามารถจำแนกได้เป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจการเที่ยวชมวิถีชีวิต วัฒนธรรมท้องถิ่น เที่ยวชมโบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ การเข้าร่วมเทศกาล งานประเพณี กิจกรรมพิเศษ และกิจกรรมทางศาสนา เช่น ทำบุญ ไหว้พระ ขอพร สิ่งศักดิ์สิทธิ์ มองว่าตราสินค้าของต่างประเทศมีคุณภาพดีกว่าตราสินค้าภายในประเทศ สินค้าราคาแพงย่อมมีคุณภาพกว่าสินค้านี้ราคาถูก แต่ตราสินค้าก็ไม่ได้มีความสำคัญไปกว่าความพึงพอใจของตน มองหาสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบริการที่มีมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) และได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA)

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ 1 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 55-60 ปี ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี สถานภาพสมรส มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงราย และกรุงเทพมหานคร ปัจจุบันอาศัยอยู่กับคู่สมรสและบุตรหลาน ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการบำนาญ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 45,000-55,000 บาท โดยแหล่งที่มาของรายได้มาจากการทำงาน/ประกอบธุรกิจของตนเองในปัจจุบัน สำหรับความพร้อมของสุขภาพในการเดินทางท่องเที่ยว ยังแข็งแรงดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้

ทุกสถานที่ โดยไม่มีโรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว และไม่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ 1 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 ส่วนที่พักที่นิยมใช้บริการในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ประมาณ 10,001–15,000 บาท บาท ค่าใช้จ่ายที่ใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นค่าที่พัก และหากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวไปยังภาคใต้ หากพิจารณาเป็นรายจังหวัด ภาคเหนือ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปจังหวัดเชียงใหม่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปจังหวัดอุบลราชธานี ภาคกลาง พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และภาคใต้ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ 1 คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และศาสนสถาน รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เทศกาล งานประเพณี และกิจกรรมพิเศษต่างๆ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต้องมีโอกาสได้เรียนรู้ สัมผัส และร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวทางศิลปะ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต สำหรับที่พักแรมที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว ได้แก่ โรงแรมประเภทหรูหรามีชื่อเสียง มีมาตรฐานการบริการเป็นที่ยอมรับในระดับสากล เน้นการออกแบบทางสถาปัตยกรรม การตกแต่งภายใน และการให้บริการที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมของจังหวัดหรือท้องถิ่น ส่วนภัตตาคาร/ร้านอาหาร ควรเป็นภัตตาคารหรือร้านอาหารที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก เน้นรายการอาหารพื้นเมือง และได้รับการการันตีจากบุคคล/องค์กรที่มีชื่อเสียง การตกแต่งภายใน และบรรยากาศของร้านสะท้อนถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของจังหวัดหรือท้องถิ่นนั้นๆ นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่พักแรม หรือภัตตาคาร/ร้านอาหาร นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญมากกับการได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย Amazing Thailand Safety and Health Administration หรือมาตรฐาน SHA โดยมีตัวอย่างของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า ดังนี้

ตารางที่ 5.1 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า

| จังหวัด | แหล่งท่องเที่ยว/ กิจกรรม | ที่พักแรม | ร้านอาหาร |
|-----------------|--|---|--|
| เชียงใหม่ | - วัดพระธาตุดอยคำ - วัดป่าดาราภิรมย์ - ชุมชนบ้านป่าบงเปียง - บ้านแม่กำปอง | - โรงแรมศาลาล้านนา - โรงแรมโพธิ์ชี้ชั้น รีสอร์ท | - ร้านอาหารม่วนใจ๋ - ศูนย์วัฒนธรรมเชียงใหม่ |
| อุบลราชธานี | - วัดหนองป่าพง - วัดพระธาตุนองบัว | - โรงแรมทอแสง เฮอริเทจ โขงเจียม | - ร้านอาหารวิมุล |
| ประจวบคีรีขันธ์ | - หมู่บ้านรวมไทย - ร้านโคมพัสเตอร์ - ศูนย์หัตถกรรมทอผ้า บ้านเขาเต่า | - ซิวาCRM อินเตอร์เนชั่น แนล เฮลท์ รีสอร์ท | - ร้านอาหารไทย ซีฟู้ด - ร้านครัวชมทะเล |
| ภูเก็ต | - ชุมชนบ้านไม้ขาว - ย่านเมืองเก่าภูเก็ต | - โรงแรมดุสิตธานี ลาгуน่า | - ร้านตู้กับข้าว |

กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวกลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน เป็นกลุ่มที่เลือกซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้า หรือร้านค้า ขอรับประทานอาหารนอกบ้าน

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ 2 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 55-60 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพสมรส มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ปัจจุบันอาศัยอยู่กับคู่สมรสและบุตรหลาน ประกอบอาชีพรับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประมาณ 45,000-55,000 บาท โดยแหล่งที่มาของรายได้มาจากการทำงาน/ประกอบธุรกิจของตนเองในปัจจุบัน สำหรับความพร้อมของสุขภาพในการเดินทางท่องเที่ยว ยังแข็งแรงดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกสถานที่ โดยไม่มีโรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว และไม่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ 2 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 บาท ค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นค่าอาหารและเครื่องดื่ม และหากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวไปยังภาคเหนือ หากพิจารณาเป็นรายจังหวัด ภาคเหนือ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปจังหวัดเชียงใหม่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปจังหวัดอุบลราชธานี ภาคกลาง พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี และภาคใต้ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ 2 คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงนันทนาการและการพักผ่อน โดยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งช้อปปิ้ง เช่น ห้างสรรพสินค้า ตลาดพื้นเมือง และถนนคนเดิน เป็นต้น ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว และเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก พร้อมกับการรับประทานอาหารตามภัตตาคาร/ร้านอาหาร/คาเฟ่ที่ตนเองชื่นชอบ ลักษณะของที่พักแรม ควรเป็นโรงแรมประเภทหรูหร่า ตั้งอยู่ในตัวเมือง หรือใกล้กับแหล่งช้อปปิ้ง และย่านการค้า ส่วนภัตตาคาร/ร้านอาหาร/คาเฟ่ ควรเป็นร้านที่มีชื่อเสียง รสชาติอาหารดี การตกแต่งร้านสวยงาม บรรยากาศเหมาะสำหรับการพักผ่อน โดยมีตัวอย่างของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน ดังนี้

ตารางที่ 5.2 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน

| จังหวัด | แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรม | ที่พักแรม | ร้านอาหาร |
|-------------|---|---|---|
| เชียงใหม่ | - ชุมชนวัวลาย - ถนนนิมมานเหมินท์ - กาดบะป่าวหรือกาดมะพร้าว | - โรงแรมเลอ เมอริเดียน - โรงแรมแคนทารี ฮิลล์ | - ภัตตาคาร ร้านอาหาร และคาเฟ่ ย่านนิมมานเหมินท์ |
| อุบลราชธานี | - ถนนคนเดินเขมราฐ - ชุมชนบ้านปะอาว | - โรงแรมทอแสง เฮอริเทจ อุบล | - ร้านชมจันทร์ |
| จันทบุรี | - ชุมชนขนมแปลกริมคลองหนองบัว - ป่อพลอยเหล็กเพชร - ศูนย์ส่งเสริมอัญมณีและเครื่องประดับ | - โรงแรมริมน้ำกลางจันท | - ร้านจันทร์โภชนา สาขา महाराช |

ตารางที่ 5.2 (ต่อ)

| จังหวัด | แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรม | ที่พักแรม | ร้านอาหาร |
|---------|------------------------------------|--|--|
| ภูเก็ต | - ย่านเมืองเก่าภูเก็ต - ร้านมุก | - โรงแรมโนโวเทล ภูเก็ต ซีดี โภคีธรา | - ภัตตาคาร ร้านอาหาร และคาเฟ่ ย่านเมืองเก่า ภูเก็ต |

กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวกลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม เป็นกลุ่มที่มองว่าการท่องเที่ยวช่วยสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น การซื้อสินค้าท้องถิ่นเป็นการส่งเสริมอาชีพและเศรษฐกิจในชุมชน การศึกษาเรียนรู้เกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลาไม่มีข้อจำกัด มองว่าภาวะเศรษฐกิจส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม ทุกคนควรให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและผู้สูงอายุ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มองว่าครอบครัวมีความสำคัญที่สุดในชีวิต ชอบทำกิจกรรมกับครอบครัว ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยภายในบ้าน ชอบตกแต่งบ้านและบริเวณบ้านให้ดูดีอยู่เสมอ

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ 3 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 55-60 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพสมรส มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดชลบุรี ปัจจุบันอาศัยอยู่กับคู่สมรสและบุตรหลาน ประกอบอาชีพรับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประมาณ 45,000-55,000 บาท โดยแหล่งที่มาของรายได้มาจากการทำงาน/ประกอบธุรกิจของตนเองในปัจจุบัน สำหรับความพร้อมของสุขภาพในการเดินทางท่องเที่ยว ยังแข็งแรงดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกสถานที่ โดยไม่มีโรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว และไม่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ 3 พบว่า มีการเดินทางท่องเที่ยว 2 และ 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 บาท ค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นค่าที่พักแรม และหากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวไปยังภาคใต้ หากพิจารณาเป็นรายจังหวัด ภาคเหนือ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปจังหวัดเชียงใหม่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปจังหวัดเลย ภาคกลาง พบว่า นักท่องเที่ยว

อยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และภาคใต้ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ 3 คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและยั่งยืน โดยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มีแนวความคิดการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนให้ความสำคัญกับผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม กิจกรรมการท่องเที่ยว เน้นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อ นักท่องเที่ยวต้องมีโอกาสได้ทำกิจกรรมกับครอบครัว และซื้อสินค้าที่ระลึกที่เป็นผลิตภัณฑ์จากชุมชนท้องถิ่น ที่พักแรม ควรเป็นโรงแรมที่มีมาตรฐานการบริการเป็นที่ยอมรับ มีภาพลักษณ์ที่ดีด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในโรงแรม ภัตตาคาร/ร้านอาหาร ควรเป็นร้านที่มีชื่อเสียง เน้นบรรยากาศเป็นกันเองแบบครอบครัว ทั้งนี้ แหล่งท่องเที่ยว ที่พักแรม และภัตตาคาร/ร้านอาหารจะต้องมีความปลอดภัยสูง ให้ความสำคัญกับการออกแบบตามหลักอารยสถาปัตย์ (Universal Design) สอดคล้องกับลักษณะและความต้องการของผู้สูงอายุ โดยมีตัวอย่างของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม ดังนี้

ตารางที่ 5.3 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม

| จังหวัด | แหล่งท่องเที่ยว/ กิจกรรม | ที่พักแรม | ร้านอาหาร |
|-----------------|---|--|--|
| เชียงใหม่ | - เส้นทางเชื่อมโยง อุทยานแห่งชาติดอย อินทนนท์ | - อนันตรา เชียงใหม่ รีสอร์ท | - ร้านบ้านล้านได |
| เลย | - ชุมชนกกสะทอน - วิสาหกิจชุมชนการ ท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ อำเภอภูหลวง | - เชียงคาน ริเวอร์ เมาท์ เทน รีสอร์ท | - ร้านล้านช้าง |
| พระนครศรีอยุธยา | - ชุมชนบ้านเกาะเกิด | - โรงแรมแคนทารี อยุธยา | - ร้านศาลา อยุธยา อาร์ทเธอร์ แอนด์ บาร์ |
| ภูเก็ต | - ย่านเมืองเก่าภูเก็ต | - โรงแรมพูลแมน ภูเก็ต อาเคเดีย ในทอนบีช | - ร้านบลู เอเลเฟนท์ |

กลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยวกลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต เป็นกลุ่มที่เป็นอาสาสมัครให้กับองค์กรการกุศล สนใจและเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนและสังคมให้น่าอยู่ เป็นสมาชิกชมรมหรือสมาคมต่างๆ ชอบชมการแข่งขันกีฬา มองว่าความสำเร็จสูงสุด คือ การเป็นเจ้าของธุรกิจ การมีฐานะทางการเงินที่ดี การมีชื่อเสียงเกียรติยศ และยังอยากทำงานต่อแม้ว่าจะเกษียณอายุแล้วก็ตาม

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ 4 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 55-60 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพสมรส มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสงขลา ปัจจุบันอาศัยอยู่กับญาติพี่น้อง ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประมาณ 45,000-55,000 บาท โดยแหล่งที่มาของรายได้มาจากการทำงาน/ประกอบธุรกิจของตนเองในปัจจุบัน สำหรับความพร้อมของสุขภาพในการเดินทางท่องเที่ยว ยังแข็งแรงดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกสถานที่ โดยไม่มีโรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว และไม่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ 4 พบว่า มีการเดินทางท่องเที่ยว 1 ครั้งต่อปี ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว คือ วันหยุดติดต่อกันหลายวัน ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ประมาณ 3 วันต่อครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ได้รับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ซึ่งตนเองเป็นผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว และนิยมเดินทางท่องเที่ยวกับบุตรหลาน/ญาติ โดยการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ รถยนต์ส่วนบุคคล นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังจังหวัดและภูมิภาคอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่อาศัย แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา และน้ำตก ส่วนที่พักแรมที่นิยมใช้บริการในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ประมาณ 5,001-10,000 บาท บาท ค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นค่าที่พักแรม และหากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวไปยังภาคใต้ หากพิจารณาเป็นรายจังหวัด ภาคเหนือ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปจังหวัดเชียงใหม่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปจังหวัดขอนแก่น ภาคกลาง พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี และภาคใต้ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ 4 คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบหรูหรา และการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร สามารถเป็นได้ทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก เพื่อสร้างความภาคภูมิใจให้แก่นักท่องเที่ยวในการได้มีโอกาสเดินทางไปเยือน รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการจนประสบความสำเร็จ มีชื่อเสียง เพื่อเป็นการสร้างแรงบันดาลใจที่นำไปสู่ความสำเร็จให้แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวควรได้มีโอกาสทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม ที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต ควรเป็นโรงแรมประเภทหรูหรา มีมาตรฐานสูง มีการบริการที่เป็นเลิศ หรือเป็นโรงแรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะประเภทบูติค (Boutique Hotel) ภัตตาคาร/ร้านอาหาร ควรเป็นภัตตาคารชั้นดี ตกแต่งสวยงาม บรรยากาศหรูหรา มีการบริการที่เป็นเลิศ พนักงานผ่านการฝึกฝนและอบรมมาเป็นอย่างดี ซึ่งอาจเป็นภัตตาคาร/ร้านอาหารที่ตั้งอยู่ภายในโรงแรม โดยมีตัวอย่างของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต ดังนี้

ตารางที่ 5.4 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต

| จังหวัด | แหล่งท่องเที่ยว/ กิจกรรม | ที่พักแรม | ร้านอาหาร |
|---------------|---|---------------------------------------|--|
| เชียงใหม่ | - ปางช้าง - สถานีเกษตรหลวง อ่างช้าง - ไร่ชาออร์แกนิก | - วีรันดา ไฮ รีสอร์ท เอ็ม แกลเลอรี | - The Service 1921 Restaurant & Bar |
| ขอนแก่น | - อุทยานกล้วยไม้ป่าช้าง กระ วัดป่ามัญจาคีรี | - โรงแรมพูลแมน ขอนแก่น ราชา ออคิต | - ร้านอาหาร |
| กาญจนบุรี | - บ้าน ช.ช้างชรา - โรงเรียนแบมบู | - เทวมันตร์ทรา รีสอร์ท | - ร้านศิริมันตรา |
| นครศรีธรรมราช | - บ้านรังนกนางแอ่น - ชุมชนบ้านคีรีวง - สวนส้มโอทับทิมสยาม - ชุมชนท่าวัง ท่ามอญ | - โรงแรมแกรนด์ฟอร์จูน | - Rice Restaurant |

กลุ่มที่ 5 นักท่องเที่ยวกลุ่มรักสุขภาพ เป็นกลุ่มที่สนใจอาหารเพื่อสุขภาพ กิจกรรมเกี่ยวกับการดูแลรักษาสุขภาพ ให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่ถูกสุขอนามัย เลือกซื้อสินค้าเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ สนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ 5 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 55-60 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพสมรส มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนนทบุรี ปัจจุบันอาศัยอยู่กับคู่สมรส ประกอบอาชีพรับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประมาณ 45,000-55,000 บาท โดยแหล่งที่มาของรายได้มาจากการทำงาน/ประกอบธุรกิจของตนเองในปัจจุบัน สำหรับความพร้อมของสุขภาพในการเดินทางท่องเที่ยว ยังแข็งแรงดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกสถานที่ โดยไม่มีโรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว และไม่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ 5 พบว่า มีการเดินทางท่องเที่ยว 2 ครั้งต่อปี ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว คือ วันหยุดติดต่อกันหลายวัน ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ประมาณ 3 วันต่อครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ได้รับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ซึ่งตนเองเป็นผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว และนิยมเดินทางท่องเที่ยวกับบุตรหลาน/ญาติ โดยการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการ

เดินทางท่องเที่ยว คือ รถยนต์ส่วนบุคคล นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังจังหวัดและภูมิภาคอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่อาศัย แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา และน้ำตก ส่วนที่พักแรมที่นิยมใช้บริการในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ประมาณ 5,001–10,000 บาท บาท ค่าใช้จ่ายที่ใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นค่าอาหารและเครื่องดื่ม และหากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวไปยังภาคเหนือ หากพิจารณาเป็นรายจังหวัด ภาคเหนือ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปจังหวัดเชียงใหม่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปจังหวัดอุบลราชธานี ภาคกลาง พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี และภาคใต้ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ 5 คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีกิจกรรมการส่งเสริม บำรุงรักษา และฟื้นฟูสุขภาพ รวมถึงการจำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพ เน้นการพักผ่อนในโรงแรมที่มีบริการด้านสุขภาพ เช่น สปา โยคะ และนวด เป็นต้น ภัตตาคาร/ร้านอาหาร ควรเป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เน้นความปลอดภัยและสุขอนามัย โดยมีตัวอย่างของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มรักสุขภาพ ดังนี้

ตารางที่ 5.5 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มรักสุขภาพ

| จังหวัด | แหล่งท่องเที่ยว/ กิจกรรม | ที่พักแรม | ร้านอาหาร |
|-------------|--|--|----------------------------------|
| เชียงใหม่ | - น้ำพุร้อนฝาง - ชุมชนบ้านไร่กองซิง - สปาในจังหวัดเชียงใหม่ | - เต่าการ์เดน เฮลธ์ สปา แอนด์ รีสอร์ท | - ร้านมีนา มีข้าว |
| อุบลราชธานี | - วัดสิรินธรวราราม ภูพร้าว | - โรงแรมทอแสง เฮอริเทจ โขงเจียม | - ร้านอินโดจีน |
| ชลบุรี | - ชุมชนตะเคียนเตี้ย - กิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงกีฬา - สปาในเมืองพัทยา | - เฮลท์แลนด์ รีสอร์ท แอนด์ สปา พัทยา | - ร้าน A' La Campagne Pattaya |
| ภูเก็ต | - กิจกรรม Stand Up Paddle Board - เทศกาลถือศีลกินผัก - สปาในจังหวัดภูเก็ต | - บ้านยัน ทรี ภูเก็ต | - ร้าน DiVine |

สำหรับข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง แบ่งออกเป็น 3 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 1 การจัดการแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลยุทธ์ที่ 2 การบริหารจัดการนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และกลยุทธ์ที่ 3 การส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

5.2 อภิปรายผล

จากผลการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงสามารถอภิปรายผลในประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

5.2.1 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการเดินทางท่องเที่ยว 3 ครั้งต่อปี ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว คือ วันหยุดติดต่อกันหลายวัน ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวจำนวน 3 วันต่อครั้ง มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน รับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกรวรรณ สังขกร และคณะ (2558) ที่ทำการศึกษากการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย พบว่า ความถี่ในการท่องเที่ยวปีละ 2-3 ครั้ง และมีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1-3 วัน วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย/จิตใจ และสอดคล้องกับการศึกษาของจันทร์จิตร เขียรสิริ ฉันทวัต วันดี สุรีย์ บุญญาบุหงศ์ และกรวรรณ สังขกร และคณะ (2555) ที่ทำการประเมินศักยภาพการตลาดท่องเที่ยวแบบไม่รับแรงสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน พบว่า แหล่งข้อมูลในการวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุมามากจากการสอบถามญาติ คนรู้จัก หรือเพื่อนเป็นหลัก

นอกจากนี้ ยังพบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงเป็นผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับคู่สมรส โดยจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ใช้รถยนต์เป็นพาหนะหลักในการเดินทางท่องเที่ยว นิยมเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดและภูมิภาคอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่อาศัย โดยสนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก ทั้งนี้ สอดคล้องกับการศึกษาของหนึ่งฤทัยรัตน์ กระจ่างพัฒน์วงศ์ และอรอนงค์ พัวรัตน์อรุณกร (2561) ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุกรณีศึกษาในเขตเทศบาลนครขอนแก่น พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่จะมีการวางแผนและดำเนินการท่องเที่ยวด้วยตนเอง และมักเดินทางไปท่องเที่ยวกับคู่ครอง และเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว และยังสอดคล้องกับการสำรวจข้อมูลของตลาดกลุ่มผู้สูงอายุในโครงการ AWUSO Society 4.0 แก่แต่วัย หัวใจยังเฝ้า โดยมหาวิทยาลัยมหิดล (รติริตา, 2561) ซึ่งได้สำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่จะเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว เนื่องจากชอบขับรถชมทิวทัศน์ข้างทาง และการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวทำให้สามารถแวะเข้าห้องน้ำได้ตลอดเวลา ตลอดจนสนใจแหล่งท่องเที่ยว

ทางธรรมชาติ เพราะการไปท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ ทำให้รู้สึกผ่อนคลาย ได้สูดอากาศบริสุทธิ์ อีกทั้ง การไปยังแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงาม สามารถถ่ายรูปและแบ่งปันให้เพื่อนดูในกลุ่มไลน์ (Line) ได้อีกด้วย

ทั้งนี้ ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูงนิยมพักโรงแรม มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ประมาณ 5,001-10,000 บาท ค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง คือ ค่าที่พักแรม และหากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยว ภูมิภาคที่อยากเดินทางไปมากที่สุด คือ ภาคใต้ สอดคล้องกับการศึกษาของกุลวดี แก้วกล้า (2550) ที่ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของข้าราชการเกษียณอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมใช้บริการที่พักแรมประเภทโรงแรมมากที่สุด เนื่องจากโรงแรมส่วนใหญ่มีการบริการและมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ รวมทั้งมีราคาให้เลือกหลายระดับ และค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง คือ ค่ายานพาหนะและค่าที่พัก ซึ่งมีสัดส่วนที่แตกต่างกันไม่มากนัก นอกจากนี้ ยังพบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมเดินทางท่องเที่ยวเพื่อมองหาประสบการณ์ที่แตกต่าง โดยแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีกิจกรรมทั้งธรรมชาติ และวัฒนธรรม ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ดังนั้น ภาคใต้ ซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม จึงสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้เป็นอย่างดี

5.2.2 รูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ด้านกิจกรรม (Activities: A) พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชอบเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ มากที่สุด โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ระบุว่านักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมมีแนวโน้มสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงมากขึ้น พร้อมๆ กับความมั่งคั่งที่มากขึ้นด้วย ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง และการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหลักที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการ ซึ่งนักท่องเที่ยวสูงอายุ เป็นกลุ่มที่มีความพร้อมที่จะใช้จ่ายเงินให้กับการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่สามารถทำให้ตนเองมีความสุขในชีวิตหลังเกษียณได้ (ปาริชาติ บุญเอก, 2564) ซึ่งสอดคล้องกับสุรีย์ บุญญานุพงศ์ (2557) ที่กล่าวถึงกิจกรรมของผู้สูงอายุไว้ว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยนิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ เพื่อพักผ่อนให้สุขภาพดี ได้ฟื้นฟูความหลังกับเพื่อน และสร้างความสัมพันธ์กับลูกหลานในบรรยากาศใหม่ๆ โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมีหลากหลาย เช่น การชมการแสดงวัฒนธรรม การไปไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ การเที่ยวชมธรรมชาติ การซื้อสินค้าและรับประทานอาหารพื้นเมือง เป็นต้น นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า ถ้ามีเวลาว่าง นักท่องเที่ยวสูงอายุจะฟังวิทยุหรือดูโทรทัศน์ โดยข้อมูลการวิจัยของภาควิชาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล (ไทยรัฐออนไลน์, 2564) ได้ศึกษาพฤติกรรมการดูโทรทัศน์ของผู้สูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุเป็นผู้ที่มีเงิน มีเวลา และมักจะเปิดโทรทัศน์ทิ้งไว้ตลอดทั้งวัน และใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ประมาณ 1-3 ชั่วโมง ช่วงเวลาที่ดูสูงสุด คือ 17.01-21.00 น. เนื้อหาที่นิยมดู คือ รายการที่มีสาระประโยชน์ และรายการบันเทิง และยังสอดคล้องกับการศึกษาของสำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ และสถาบันอาณานิคมศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (เค.บุญเย็น, 2562) พบว่า กลุ่มคนที่มีอายุ 57 ปีขึ้นไป (กลุ่ม Baby

Boomer และ Generation G.I.) ยังคงบริโภคสื่อในรูปแบบดั้งเดิมค่อนข้างมาก เช่น การรับชมรายการโทรทัศน์สดตามตารางออกอากาศ ในขณะที่กลุ่มคนในเจนเนอเรชันวาย และแซด นิยมบริโภคสื่อแบบออนไลน์มากขึ้น

ด้านความสนใจ (Interest: I) พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่เห็นว่าครอบครัวมีความสำคัญที่สุดในชีวิต สอดคล้องกับสุนันทา เชื้อชาติ และศรัณยา บุณนาค (2553) ได้ศึกษารูปแบบการใช้ชีวิต ปัญหา ด้านสังคม สุขภาพ การเงิน และการจัดที่อยู่อาศัยให้ผู้อยู่สูงอายุในภาคใต้ พบว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับการใช้เวลาอยู่กับครอบครัว และยังสอดคล้องกับการศึกษาของสุกัญญา วชิรเพชรปราณี (2553) ได้ศึกษาเรื่องบทบาทผู้สูงอายุที่อยู่กับครอบครัวอย่างมีความสุขในชุมชนกิ่งเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า บทบาทที่ส่งผลให้ผู้สูงอายุอยู่อย่างมีความสุข คือ การมีโอกาสได้แสดงออกถึงบทบาทการดูแลสุขภาพของตนเอง และการมีบทบาทในการเลี้ยงดูหลาน แม้จะเป็นภาระแต่ก็เป็นภาระที่มีความสุข ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับครอบครัวของผู้สูงอายุ เนื่องจากการได้อยู่กับครอบครัวและได้มีบทบาทสำคัญในครอบครัว จะทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกว่ามีคุณค่าและก่อให้เกิดความสุข อีกทั้งยังสอดคล้องกับการศึกษาของคณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ปาริชาติ บุญเอก, 2564) ที่ได้สำรวจปัญหาสุขภาพจิตผู้สูงอายุ ในปี พ.ศ. 2562 และ 2563 พบว่า ผู้สูงอายุจะให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นอันดับแรก เนื่องจากการได้อาศัยอยู่ในบ้านร่วมกับครอบครัวของตนเอง หรือการได้ใช้เวลาร่วมกันในครอบครัว ทำให้รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว ชุมชน รู้สึกมั่นคงในใจและปลอดภัย สิ่งเหล่านี้จะช่วยสนับสนุนสุขภาวะทางใจและคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ นอกจากนี้ ยังพบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุยังให้ความสำคัญกับความปลอดภัยภายในบ้าน ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากสังคมปัจจุบันมีลักษณะเป็นครอบครัวที่มีขนาดเล็กลง การอยู่อาศัยไม่ได้รวมตัวกันเป็นครอบครัวใหญ่ ดังนั้น นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงส่วนใหญ่จึงอาศัยอยู่เพียงลำพังหรืออาศัยอยู่กับคู่สมรสเพียง 2 คน โดยบุตรหลานจะแยกตัวออกไปตั้งครอบครัวใหม่ และกลับมาเยี่ยมเยียนในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ หรือช่วงเทศกาลสำคัญ ดังนั้น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงให้ความสำคัญกับความปลอดภัยภายในบ้านมาก และมักจะติดตั้งอุปกรณ์ต่างๆ ภายในบ้านที่ช่วยดูแลสุขภาพความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2560) ที่ได้สำรวจลักษณะของประชากรผู้สูงอายุ พบว่า ลักษณะการอยู่อาศัยของผู้สูงอายุพิจารณาจากการที่ผู้สูงอายุอาศัยอยู่ร่วมกับสมาชิกอื่นๆ ในครัวเรือน พบว่า สัดส่วนของผู้สูงอายุที่อยู่คนเดียวตามลำพังในครัวเรือนมีแนวโน้มสูงขึ้น รองลงมา คือ อาศัยอยู่กับคู่สมรส ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิต

ด้านความคิดเห็น (Opinion: O) พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงส่วนใหญ่เห็นว่า การวางแผนชีวิตเป็นเรื่องสำคัญ ดังที่ชนัญญา ปัญจพล (2558) ได้กล่าวว่า การเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยผู้สูงอายุ และการวางแผนชีวิตสำหรับผู้สูงอายุเป็นเรื่องสำคัญ เพื่อรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในแต่ละบุคคล ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และเศรษฐกิจ หากผู้สูงอายุมีการวางแผนชีวิตที่ดี จะสามารถใช้ชีวิตต่อไปในสังคมได้อย่างยั่งยืนและสามารถทำประโยชน์ต่อสังคม อีกทั้งสามารถเตรียมความพร้อมรับมือต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่จะมาถึงได้ในอนาคต นอกจากนี้ องค์การอนามัยโลก

(กรมสุขภาพจิต, 2563) ได้กล่าวถึงผู้สูงอายุที่มีศักยภาพ (Active Aging) ว่าเป็นกลุ่มที่มักจะวางแผนชีวิตเพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตในวัยเกษียณ โดยต้องพึ่งพาตนเองได้ มีส่วนร่วมกับสังคมให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้ และสร้างหลักประกันและความมั่นคงให้ตนเองตามอัตภาพ ทั้งนี้ ในบริบทของการท่องเที่ยว ยังพบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุให้ความสำคัญกับการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว (ศิริกุล เกียรติกุลไพบูลย์, 2558) จากการศึกษาของคันสนีย์ กระจ่างโหม และคณะ (2562) พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีน นักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป และนักท่องเที่ยวสูงอายุชาติอื่นๆ มีการวางแผนการเดินทางร่วมกันกับผู้ร่วมเดินทางเป็นส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นญาติพี่น้อง ลูก หลาน หรือ เพื่อน ในขณะที่นักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศญี่ปุ่น และนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปอเมริกา มีการวางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยจะวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับคู่สมรส (กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2558) นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ยังเห็นว่าวัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ ทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวสูงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับ De Aguiar Eusebio et al. (2012) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสูงอายุให้ความสำคัญเนื่องจากได้ใช้เวลาในการเรียนรู้ขนบธรรมเนียม ประเพณี ของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ อีกทั้ง ยังสอดคล้องศิริรักษ์ จวงทอง และวิลาศ วุ่นแก้ว (2558) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการสำรวจสถานะองค์ความรู้และแนวทางการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา กรณีศึกษาพื้นที่ชุมชนในตำบลคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยระบุว่า ผู้สูงอายุเห็นว่าควรให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาดั้งเดิมของไทย เนื่องจากหากคนส่วนใหญ่ไม่สนใจในวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น จะทำให้สังคมไทยไม่สามารถดำรงเอกลักษณ์และมีผลให้ขาดความภาคภูมิใจในรากเหง้าของตนเอง และขาดโอกาสในการได้รับผลประโยชน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการซึ่งต้องอาศัยทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น

5.2.3 รูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง พบว่า ด้านกิจกรรม (Activities: A) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เวลาในการทำกิจกรรมภายในบ้านมากกว่าการออกนอกบ้าน ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงยังมีความกังวลต่อการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) โดยมองว่าผู้สูงอายุเป็นกลุ่มเสี่ยงที่จะได้รับเชื้อไวรัสโคโรนามากกว่าช่วงวัยอื่นๆ เพราะเป็นกลุ่มที่สุขภาพร่างกายไม่แข็งแรง ภูมิคุ้มกันลดลงไปตามวัย อีกทั้งยังมีโรคประจำตัว ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อารได้รับเชื้อหากไม่ได้รับการดูแลและป้องกันอย่างดี (ฐิติพร โยทาพันธ์, 2564) จึงหลีกเลี่ยงการออกนอกบ้าน และทำกิจกรรมต่างๆ ภายในบ้านแทน อีกทั้งยังสอดคล้องกับกระทรวงสาธารณสุข (วิญญูทัตญญู บุญทัน และคณะ, 2563) ที่สร้างแนวทางการปฏิบัติเพื่อป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สำหรับผู้สูงอายุ โดยส่งเสริมให้อยู่บ้านของตนเอง หลีกเลี่ยงการอยู่ในที่ชุมชนแออัดหรือการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในระยะประชิดน้อยกว่า 1 เมตร และสนับสนุนให้ทำกิจกรรมภายในบ้าน เช่น การออกกำลังกาย การรับประทานอาหารที่บ้าน พักผ่อน อ่านหนังสือ นั่งสมาธิ เป็นต้น

ด้านความสนใจ (Interest: I) พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงส่วนใหญ่มองหาสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบริการที่มีมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการเดินทางท่องเที่ยวอย่างปลอดภัย และจะมองหาสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบริการต่างๆ ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย ดังที่พิริยะ ผลพิรุฬห์ และคณะ (2563) ได้ศึกษาผลกระทบจากไวรัสโควิด-19 ต่อภาคเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวไทย ปี 2563 สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวจะมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการท่องเที่ยวจากอดีต (Old Normal) มาเป็นพฤติกรรมการท่องเที่ยวความเป็นปกติใหม่ (New Normal) โดยจะให้ความสนใจในองค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) สุขภาพอนามัย (Sanitation) 2) ความสะอาด (Hygiene) 3) ความปลอดภัย (Safety) 4) ระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) 5) ดิจิทัล (Digital) 6) ความเชื่อถือได้ (Reliability) และ 7) ความรับผิดชอบต่อสังคม (Responsibility) เพื่อให้เกิดความสมดุล (Balance) อีกทั้ง ยังสอดคล้องกับสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2563ก) ที่ได้สำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยภายหลังวิกฤติไวรัสโควิด-19 เริ่มคลี่คลาย ได้แก่ มาตรฐานด้านความสะอาดและสุขอนามัยภายในแหล่งท่องเที่ยว การจำกัดคนเข้าออกในแหล่งท่องเที่ยว และการเว้นระยะห่าง (Social Distancing) ในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะเห็นว่าในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวจะพิจารณาถึงเรื่องความปลอดภัยและสุขอนามัยเป็นอันดับแรก ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินงานตามมาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งมาตรฐาน SHA (Amazing Thailand Safety and Health Administration) เพื่อสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

ด้านความคิดเห็น (Opinion: O) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) จะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปตลอดกาล ทั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าแม้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะฟื้นคืนกลับมาเป็นปกติหลังเกิดวิกฤต แต่พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กล่าวคือ นักท่องเที่ยวจะนิยมเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ เน้นการท่องเที่ยวแบบส่วนตัว หลีกเลี่ยงแหล่งท่องเที่ยวที่มีผู้คนพลุกพล่าน และให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและสุขอนามัยมากขึ้น ดังนั้น ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจด้านการท่องเที่ยวต้องเร่งปรับตัวให้รองรับกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว สอดคล้องกับยุทธศักดิ์ สุภสร ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สิรรามย์, 2564) ที่ได้วิเคราะห์ถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ไว้ว่า หลังสถานการณ์โควิด 19 การท่องเที่ยวไทยอาจไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป ซึ่งภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจะต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะสิ่งสำคัญที่ต้องเปลี่ยนแปลงคือ การลดจำนวนนักท่องเที่ยว แต่เพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัว เพื่อปรับภาพท่องเที่ยวไทยจากการท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ (Mass Tourism) ให้เป็นการท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ดีขึ้น มุ่งสู่การท่องเที่ยวมูลค่าสูง (High Value Tourism) โดยอยู่บนพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่าง

รับผิดชอบ สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง แต่หลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีความกังวลในการเดินทางท่องเที่ยวมากเป็นพิเศษ ดังนั้น ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจด้านการท่องเที่ยวจำเป็นต้องหากลยุทธ์ที่จะช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว

5.2.4 การจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง สามารถจำแนกได้เป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า เป็นกลุ่มที่สนใจการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิต วัฒนธรรมท้องถิ่น เที่ยวชมโบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ การเข้าร่วมเทศกาล งานประเพณี กิจกรรมพิเศษ และกิจกรรมทางศาสนา เช่น ทำบุญ ไหว้พระ ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับ กลุ่มภูมิใจไทยฝึกฝนธรรมะ ในงานวิจัยของ ชุติพร ธาณิรัตน์ (2556) กลุ่มฝึกฝนธรรมะ ในงานวิจัยของ จิรวุฒิ หลอมประโคน และเอกภพ มณีนารถ (2550) กลุ่มอนุรักษ์นิยม และกลุ่มยึดถือศาสนา ในงานวิจัยของเลิศหญิง หิรัญโร (2545) กลุ่มอนุรักษ์นิยม ในงานวิจัยของเกษรา เกิดมงคล (2546) นอกจากนี้ งานวิจัยของสิรินรา ชัยคำดี (2561) ได้ศึกษาวิจัยรูปแบบการท่องเที่ยวที่ตรงใจผู้สูงอายุในยุค Aging Society พบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น เช่น อาชีพ อาหารการกิน และกิจกรรมที่น่าสนใจของพื้นเมือง เช่น ตลาดชุมชนท้องถิ่น การกินอาหารพื้นเมือง การซื้อเสื้อผ้า และผลิตภัณฑ์พื้นเมือง เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบรูปแบบการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ คือ การท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีวัตถุประสงค์เพื่อทำบุญ ไหว้พระ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และดูความสวยงาม เรื่องราวในจิตรกรรมฝาผนัง เป็นต้น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังมองว่าตราสินค้าของต่างประเทศมีคุณภาพดีกว่าตราสินค้าภายในประเทศ สินค้าราคาแพงย่อมมีคุณภาพดีกว่าสินค้าราคาถูก แต่ตราสินค้าก็ไม่ได้มีความสำคัญไปกว่าความพึงพอใจของตน ประเด็นดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่มีความอ่อนไหวในเรื่องราคา และยินดีที่จะจ่ายแพงขึ้นหากสินค้าและบริการมีคุณภาพที่ดี นอกจากนี้ ในการซื้อสินค้าและบริการจะขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงคุณประโยชน์ทางด้านอารมณ์ (Emotional Benefit) และจะเลือกซื้อสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจด้านจิตวิทยามากกว่าการให้ความสำคัญกับตราสินค้า (Chevalier & Gutsatz, 2012) สอดคล้องกับการศึกษาของ Wernerfelt (1988, อ้างถึงใน เยาวภา จันทรพวง, 2557) ได้อธิบายว่า ผู้บริโภคอาจยังไม่มีตราสินค้าที่แน่นอนในใจ โดยจะแสวงหาข้อมูลต่างๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคบางคนอาจตัดสินใจเลือกสินค้าเดิมที่เคยใช้แล้วหากรู้สึกพอใจ เพราะรับรู้ถึงคุณภาพของสินค้า หรือเลือกสินค้าที่มีราคาสูงเพราะคาดหวังว่าสินค้าที่มีราคาแพงจะมีคุณภาพที่ดีกว่า อย่างไรก็ตาม ในการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังมองหาสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบริการที่มีมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) และได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) สอดคล้องกับงานวิจัยของศุภรารณณ์ แต่งตั้งลำ และอริยา พงษ์พานิช

(2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวไทยแบบปรกติใหม่ และการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ จะมีการคำนึงถึงความปลอดภัยและสุขอนามัยเป็นอันดับที่สำคัญมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของชนิสรา กุลสันติวงศ์ (2562) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Y หลังโรคระบาดโควิด-19 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหลังโรคระบาดโควิด-19 ได้แก่ ความปลอดภัยด้านภัยธรรมชาติ สุขอนามัย และโรคระบาด

กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวกลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน เป็นกลุ่มที่เลือกซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้า ขอรับประทานอาหารนอกบ้าน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวเป็นกลุ่มที่มีเวลาว่างมาก การอยู่บ้านทำให้เหงา และรู้สึกโดดเดี่ยว การได้ออกไปทำกิจกรรมต่างๆ นอกบ้านทำให้รู้สึกมีชีวิตชีวามากขึ้น จึงทำให้ผู้สูงอายุกลุ่มนี้ชอบใช้ชีวิตตามสถานที่สาธารณะในเมือง เพื่อทำกิจกรรมทางสังคม เช่น รวมกลุ่มเพื่อนั่งคุยหรือพบปะกับกลุ่มเพื่อน ออกไปเที่ยวและรับประทานอาหารนอกบ้าน รวมถึงการเป็นสมาชิกของชมรมเพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน (Chi Jackie, 2013; เอดิเตอร์, 2561) สะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุในปัจจุบันมีความแตกต่างจากในอดีต ดังที่ศูนย์กลางความรู้ของเศรษฐกิจและธุรกิจของธนาคารไทยพาณิชย์ (ปราณิดา ศยามานนท์, 2558) ได้สำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้สูงอายุพบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยร้อยละ 60 มักจะออกไปทำกิจกรรมนอกบ้านอย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง และกิจกรรมหลักอันดับหนึ่งคือการออกไปช้อปปิ้ง ซื้ออาหารหรือของใช้ในชีวิตประจำวัน รองลงมาคือการออกไปพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูง ส่งผลให้ผู้สูงอายุมีแนวโน้มใช้บริการห้างสรรพสินค้ามากขึ้นทั้งเพื่อช้อปปิ้ง เป็นสถานที่พบปะสังสรรค์ และการรับประทานอาหารเช้า (ประสพชัย พสุนนท์ และฐิตวันต์ แท้มคุณ, 2560) อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของจิรวรรณ ดีประเสริฐ และจิรวุฒิ หลอมประโคน (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยสามารถแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มบันเทิงเรีงรมย์ กลุ่มเฮฮานอกบ้าน กลุ่มชีวิตลิขิตเอง กลุ่มรักสันโดษสนใจการพยากรณ์โชคชะตา กลุ่มแอบแบ้วสวนใจธรรมะและการทำบุญ กลุ่มมั่นใจแรงเกินร้อย และกลุ่มพัฒนาชุมชนและวัฒนธรรม โดยกลุ่มเฮฮานอกบ้าน เป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ชอบออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน ชอบไปงานเลี้ยงสังสรรค์และงานรื่นเริงตามเทศกาล และชอบใช้เวลาส่วนใหญ่ในการซื้อของตามศูนย์การค้า และงานวิจัยของเยาวภา จันทร์พวง (2557) เรื่องลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในประเทศไทย ผลการวิจัยได้จำแนกกลุ่มผู้สูงอายุออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มสนใจการซื้อสินค้า กลุ่มเน้นความมั่นคงและปลอดภัย และกลุ่มชอบการเข้าสังคม โดยกลุ่มสนใจการซื้อสินค้า จะมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้า โดยมักจะเปลี่ยนสถานที่ใหม่ๆ ในการซื้อสินค้า และเมื่อออกจากบ้านเพื่อซื้อสินค้าจะทำกิจกรรมอื่นๆ ร่วมด้วย เช่น รับประทานอาหารเช้า ดูภาพยนตร์ มักจะซื้อสินค้าจากร้านค้าขนาดใหญ่ หรือศูนย์การค้า

กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวกลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม เป็นกลุ่มที่มองว่าการท่องเที่ยวช่วยสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น การซื้อสินค้าท้องถิ่นเป็นการส่งเสริมอาชีพและเศรษฐกิจในชุมชน การศึกษาเรียนรู้เกิดขึ้นได้ทุกที่ตลอดเวลาไม่มีข้อจำกัด ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นกลุ่มตลาดที่มีคุณค่าและเป็นผู้มีประสบการณ์ มักมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและการศึกษาเรียนรู้ (Chiang et al., 2014) ชอบติดต่อพูดคุยกับคนท้องถิ่น เพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ และเห็นว่าการซื้อสินค้าท้องถิ่นและการใช้จ่ายในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวมีส่วนช่วยกระจายรายได้ให้แก่ท้องถิ่น และฟื้นฟูเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทยได้ (ลัดดา ศรีอัมพรเอกกุล และธีระวัฒน์ จันทร์ทิพย์, 2561) และยังคงสอดคล้องกับตุลยราศรี ประเทพ (2564) ที่ได้อธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในด้านการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้ว่า ผู้สูงอายุรับรู้ว่าการท่องเที่ยวคือการพักผ่อนที่ดี มีส่วนช่วยให้เศรษฐกิจเกิดการเติบโต โดยเฉพาะเศรษฐกิจของชุมชน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังมองว่าภาวะเศรษฐกิจส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว ดังที่ขุนานารถ ว่องธวัชชัย (2539) ได้อธิบายว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจมักมีผลต่อทั้งด้านอุปสงค์และอุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สภาพเศรษฐกิจที่ดีหรือกำลังเติบโตย่อมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศเดินทางท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังมองว่าธุรกิจการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทุกคนควรให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและผู้สูงอายุ โดยผู้วิจัยเห็นว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible tourism) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และอัตลักษณ์ท้องถิ่น มีการจัดการที่ยั่งยืนที่ครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังมองว่าครอบครัวมีความสำคัญที่สุดในชีวิต ชอบทำกิจกรรมกับครอบครัว ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยภายในบ้าน ชอบตกแต่งบ้านและบริเวณบ้านให้ดูดีอยู่เสมอ ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มรักครอบครัว (Intimate) ในงานวิจัยของภัทรา เรื่องสวัสดิ์ (2553) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบพ่อบ้านแม่เรือน ในงานวิจัยของ เลิศหญิง หิรัญโร (2545) และกลุ่ม Conventional Family Life ในงานวิจัยของ Cleaver et al. (2000) ซึ่งเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับชีวิตครอบครัว และบ้าน ใช้เวลาส่วนใหญ่กับการดูแลบ้านที่อยู่อาศัย ชอบทำบ้านให้เป็นระเบียบเรียบร้อย และชอบทำกิจกรรมในบ้านร่วมกับคนในครอบครัว

กลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยวกลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต เป็นกลุ่มที่เป็นอาสาสมัครให้กับองค์กรการกุศล สนใจและเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนและสังคมให้ก้าวหน้า เป็นสมาชิกชมรมหรือสมาคมต่างๆ ชอบชมการแข่งขันกีฬา สอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรา สุขะสุนันท์ (2562) ได้ศึกษารูปแบบการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้การวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs รวมถึงจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ พบว่า กลุ่มนักกิจกรรมที่เอาใจใส่ตัวเอง เป็นกลุ่มที่ชอบเข้าร่วมกิจกรรมทางการกุศล เข้าร่วมกิจกรรมในชมรมทางศาสนา เข้าร่วมกิจกรรมในชมรมทางการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม เข้าร่วมกิจกรรมในงานอาชีพ เข้าร่วมกิจกรรมในชมรมกีฬา ร่วมงานสาธารณกุศล และให้ความสนใจการออกกำลังกาย การพบปะผู้คนในการดูแลสุขภาพ

งานการกุศล/งานบุญ/งานทางศาสนา อีกทั้งยังมองว่าความสำเร็จสูงสุด คือ การเป็นเจ้าของธุรกิจ การมีฐานะทางการเงินที่ดี การมีชื่อเสียงเกียรติยศ และยังอยากทำงานต่อแม้ว่าจะเกษียณอายุแล้วก็ตาม ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากผู้สูงอายุมองว่าฐานะทางการเงิน และเกียรติยศชื่อเสียงจะทำให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เนื่องจากการมีฐานะการเงินที่ดีจะทำให้สามารถตอบสนองความต้องการต่างๆ ได้เต็มที่ และการมีชื่อเสียงเกียรติยศจะทำให้มีบทบาททางสังคม ตลอดจนโอกาสในการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ทางสังคมมากขึ้น (วิไลพร ขำวงษ์ และคณะ, 2554) เมื่อเกษียณอายุหรือออกจากงานแล้ว มักจะถูกลดบทบาททางสังคมลง ซึ่งทำให้ผู้สูงอายุมีความรู้สึกสูญเสียอำนาจและบทบาททางสังคม และรู้สึกว่าตนเองหมดความสำคัญ ดังนั้น การได้ทำงานต่อหลังจากเกษียณอายุแล้วจะทำให้ตนมีคุณค่า มีบทบาทต่อสังคม ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจในชีวิตและความสุขของผู้สูงอายุต่อไป สอดคล้องกับทฤษฎีความต่อเนื่อง (Continuity Theory) ที่อธิบายว่าผู้สูงอายุยังต้องการมีบทบาทในสังคมผ่านสถานะอื่นที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งการได้ทำงานหรือการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ทางสังคม จะช่วยรักษาและเติมเต็มคุณค่าความสำคัญให้กับตนเอง สร้างความมั่นใจในตนเอง และความอยู่ดีมีสุขในชีวิตได้ (Lawton & Simon, 1968) นอกจากนี้ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ มีความคิดที่ไม่อยากเป็นภาระสังคม ไม่อยากเกิดความทุกข์ใจที่เห็นตนเองเป็นคนไร้ความสามารถ ไร้คุณค่า โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่เคยมีตำแหน่งหน้าที่การงานที่สูง และเป็นที่ยอมรับในสังคม ดังนั้น ผู้สูงอายุเหล่านี้จึงมักทำกิจกรรมจิตอาสา ซึ่งนอกจากจะสร้างประโยชน์ให้สังคมแล้ว ผู้สูงอายุจะมีความภาคภูมิใจในตนเองที่ตนเองยังเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และไม่ได้เป็นภาระต่อสังคม (นฤมล ล้อมทอง, ม.ป.ป.) และยังสามารถสอดคล้องกับแนวคิดของ พฤตินันท์ เหลืองไพบุลย์ (2530, อ้างถึงใน บรรลุ ศิริพานิช และคณะ, 2539) ที่ระบุว่ากิจกรรมที่จะช่วยให้ผู้สูงอายุอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข คือ กิจกรรมด้านการพัฒนาสังคม ซึ่งเป็นการจัดกิจกรรมเพื่อให้ผู้สูงอายุมีบทบาทในการพัฒนาสังคม และกิจกรรมนันทนาการ เช่น การเล่นดนตรี การร้องรำทำเพลง การเล่นเกมต่างๆ การเล่นกีฬา และการชมกีฬา เป็นต้น

กลุ่มที่ 5 นักท่องเที่ยวกลุ่มรักสุขภาพ เป็นกลุ่มที่สนใจอาหารเพื่อสุขภาพ กิจกรรมเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ ให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่ถูกสุขอนามัย เลือกซื้อสินค้าเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ สนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของจิรัฐดี หลอมประโคน และเอกภพ มณีนารถ (2550) ในการศึกษาเรื่องแบบการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะกรณีผู้สูงอายุที่มีงานทำ ผลการวิจัยพบว่า การแบ่งกลุ่มรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุทั้งหมด 11 กลุ่ม ตามแนวคิดการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs ในกลุ่มนักบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพ เป็นกลุ่มที่มีกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาพ โดยมีการระมัดระวังเรื่องของการบริโภคอาหารบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้สุขภาพแข็งแรง ทั้งการออกกำลังกาย การรับประทานยาบำรุงต่างๆ เพื่อให้สุขภาพดีขึ้น ผู้สูงอายุกลุ่มนี้มีความสนใจในทุกเรื่องที่ทำให้สุขภาพตนเองแข็งแรง

5.2.5 ผลลัพธ์การท่งเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

จากการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงสามารถจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงที่มีลักษณะโดดเด่นต่างกัน ส่งผลให้ผลลัพธ์การท่งเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันไปด้วย โดยกลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้อวัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า ผลลัพธ์การท่งเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มนี้ คือ ผลลัพธ์การท่งเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวกลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน ผลลัพธ์การท่งเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ ผลลัพธ์การท่งเที่ยวเชิงนันทนาการและการพักผ่อน กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวกลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม ผลลัพธ์การท่งเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ ผลลัพธ์การท่งเที่ยวอย่างรับผิดชอบและยั่งยืน กลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยวกลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต ผลลัพธ์การท่งเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ ผลลัพธ์การท่งเที่ยวแบบหรูหรา และการท่งเที่ยวเชิงอาสาสมัคร กลุ่มที่ 5 นักท่องเที่ยวกลุ่มรักสุขภาพ ผลลัพธ์การท่งเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ ผลลัพธ์การท่งเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งนี้การจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงเป็นไปตามแนวคิดรูปแบบการดำเนินชีวิตด้วยหลักการวัดแบบ AIOs ได้แก่ ด้านกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinion) ซึ่งแนวคิดดังกล่าวเป็นการศึกษาในมุมมองจิตวิทยาของผู้บริโภคที่ทำให้สามารถอธิบายลักษณะของผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน (Plummer, 1974) ทำให้เห็นรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความแตกต่างกันระหว่างบุคคลซึ่งมีหลากหลายมิติ และสามารถจำแนกกลุ่มที่เกิดขึ้นใหม่ได้ (สุทธิสินี นิทัศน์เอก, 2561) ในขณะที่การศึกษาวิจัยที่ผ่านมา พบว่า การนำเสนอผลลัพธ์การท่งเที่ยวมักเกิดจากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว และไม่ได้มีการจำแนกนักท่องเที่ยวออกเป็นกลุ่มๆ ตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (วิลาสินี ยนต์วิทย์, 2562; สามารถ สุวรรณรัตน์ และคณะ, 2558; นรินทร์ สังข์รักษา และคณะ, 2559) ดังนั้น การจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงตามรูปแบบการดำเนินชีวิตย่อมส่งผลให้ธุรกิจต่างๆ ในอุตสาหกรรมท่งเที่ยวสามารถพัฒนาผลลัพธ์การท่งเที่ยวให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้ดียิ่งขึ้น

5.2.6 ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่งเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง แบ่งออกเป็น 3 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 การจัดการแหล่งท่งเที่ยว กิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ดังแนวคิดของ Crouch and Ritchie (1999) ที่อธิบายว่า สถานที่ท่งเที่ยวเป็นองค์ประกอบอันดับต้นๆ ที่มีความสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มายังแหล่งท่งเที่ยว ซึ่งการพัฒนาแหล่งท่งเที่ยวให้เหมาะสมและสอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย จะทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ และเดินทางมาท่งเที่ยวมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของราณี อิศัยกุล และชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ (2552) ที่ได้เสนอแนวทางการส่งเสริมการท่งเที่ยวตามความต้องการของ

นักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป ในด้านแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ส่งเสริมให้มีความหลากหลายทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ประเพณีและวัฒนธรรม รวมทั้งพัฒนาและส่งเสริมให้การอบรม ฝึกทักษะให้แก่พนักงาน เพื่อการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะทักษะทางภาษาต่างประเทศ ตลอดจนมีจิตบริการให้แก่นักท่องเที่ยว ในทำนองเดียวกันกับการศึกษาของ รจิต ไชยเอื้อ (2559) ได้เสนอแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบไร้ความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ตามปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 1) ปัจจัยภายใน ได้แก่ ด้านแรงจูงใจ ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต 2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ด้านสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว โดยในประเด็นด้านแหล่งท่องเที่ยว ได้เสนอแนวทางส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว เช่น สนับสนุนให้มีเจ้าหน้าที่หรือมัคคุเทศก์ตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญให้เพียงพอต่อการให้บริการ ส่งเสริมและสนับสนุนมาตรการตรวจสอบมาตรฐานความปลอดภัยของบริษัทนำเที่ยวและบริษัทที่จัดกิจกรรมให้แก่แก่นักท่องเที่ยว ส่งเสริมให้มีการจัดการที่ดีและคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก เป็นต้น อีกทั้ง ยังเป็นไปตามแนวคิดของ Inkpen (1998) ที่กล่าวว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับนักท่องเที่ยวที่แสวงหาประสบการณ์ จึงจำเป็นต้องมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว และสอดคล้องกับการศึกษาของลัดดา ศรีอัมพรเอกกุล (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนากลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวระดับเมืองรองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุคุณภาพ โดยผลการศึกษาก็กล่าวถึงการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวระดับเมืองรองจำเป็นต้องคำนึงถึงการพัฒนางานประกอบด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เพื่อรองรับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุคุณภาพ โดยการส่งเสริมและสนับสนุนการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ รวมถึงการพัฒนา ส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ และควรเป็นกิจกรรมที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวสูงอายุได้เที่ยวยาวนานขึ้นในสถานที่แต่ละแห่ง มีการให้เวลากับการท่องเที่ยวอย่างช้าๆ แบบไม่เร่งรีบ หรือเป็นกิจกรรมที่ช่วยให้ผู้สูงอายุได้มีเวลาปฏิสัมพันธ์กับเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความประทับใจจากการท่องเที่ยว ในประเด็นของสิ่งอำนวยความสะดวกนั้นเป็นไปตามแนวคิดของ Gheorghe et al. (2013) ที่กล่าวว่า ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุมีความต้องการแตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ ดังนั้น ควรมีการเตรียมความพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น สถานที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว ร้านขายของที่ระลึก และการคมนาคมให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ สอดคล้องกับการศึกษาของ กรวรรณ สังขกร และคณะ (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism ในภาคเหนือตอนบนที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยอธิบายว่า แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเดินทางท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ต้องมุ่งเน้นการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับ นพพร จันทรนาชู และพรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์ (2560) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า เงื่อนไขความสำเร็จในการ

พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ได้แก่ ด้านการเรียนรู้ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก และด้านเครือข่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และได้เสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ในประเด็นของการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกไว้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ต้องจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมแก่ผู้สูงอายุทั้งด้านที่พัก ร้านอาหาร การบริการนำเที่ยว ผู้นำเที่ยว รวมถึงสินค้าที่ระลึก เพื่อให้ผู้สูงอายุเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และได้รับบริการการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม ปลอดภัย เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ และยังสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของสามารถ จัปโจจร และคณะ (2563) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุภายใต้บริบทพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ควรมีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก จัดทำข้อมูลประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่างๆ และควรวางแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้น มีการจัดเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมต่อกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในจังหวัดสามารถเชื่อมต่อกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ได้

กลยุทธ์ที่ 2 การบริหารจัดการนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง โดยผู้วิจัยมองว่าการบริหารจัดการนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ควรมีการยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นกลุ่มที่เสี่ยงต่อการเจ็บป่วยรุนแรงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ หากได้รับเชื้อไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19 ทั้งนี้ ประเทศไทยได้กำหนดหลักเกณฑ์รับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย ภายใต้ชื่อตราสัญลักษณ์ SHA (Amazing Thailand Safety & Health Administration) ซึ่งเป็นการนำมาตรฐานความปลอดภัยด้านสาธารณสุขผนวกกับมาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพเพื่อยกระดับมาตรฐานความปลอดภัย และสร้างความเชื่อมั่นด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) ดังนั้น การได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว ไม่เพียงแต่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา-19 ที่เกิดขึ้นเท่านั้น หากแต่ยังเป็นการสนับสนุนการยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยให้มีมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยอีกด้วย (ดารณี อาจหาญ เกิดศิริ เจริญวิศาล และมนัสสินี บุญมีศรีสง่า, 2565) สอดคล้องกับงานวิจัยของนพพร จันทรนาชู และพรรณฉัตร (2560) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ โดยผลวิจัยได้เสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจัดสิ่งอำนวยความสะดวก จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และพัฒนาบุคลากรในการให้บริการที่เน้นสุขภาพ ปลอดภัย และส่งเสริมประสบการณ์ที่ดี อีกทั้งควรกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดการท่องเที่ยว เครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยว ยกระดับมาตรฐานการบริการและความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ และเป็นไปในทิศทางเดียวกับ

งานวิจัยของนรินทร์ สังข์รักษา และคณะ (2559) ศึกษารูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมของนักท่องเที่ยวสูงอายุในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ผลการวิจัยได้เสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม โดยภาครัฐควรจัดการการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกให้ผู้สูงอายุ พัฒนาคุณภาพการบริการ ความประทับใจ และให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ข้อมูลของนักท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการบริหารจัดการนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการจัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูงในแพลตฟอร์มดิจิทัลที่สามารถเอื้อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการการท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ การพัฒนาฐานข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล เป็นการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ สามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ และมีระบบการบริหารคลังข้อมูลในด้านการจัดเก็บ การคัดกรอง การพัฒนา และการใช้ประโยชน์ข้อมูล (Digitized Thailand, 2015 อ้างถึงใน ณัฐนนท์ จิริจินนิมิตร และศาสตรา เหล่าอรรคะ, 2564) ซึ่งระบบฐานข้อมูลในแพลตฟอร์มดิจิทัลนี้ จะทำให้ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย สะดวก และสามารถนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังเช่นงานวิจัยของจิริวิทย์ ญาณจินดา และคณะ (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการจัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและความรู้เพื่อการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศ เพื่อจัดการข้อมูลสารสนเทศ และความรู้ด้านการบริการและการจัดการการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ เพื่อเป็นศูนย์กลางข้อมูลสารสนเทศการท่องเที่ยว โดยผู้ใช้งานระบบ (User) คือผู้ประกอบการ หน่วยงานและองค์กรที่ให้บริการการท่องเที่ยว เป็นกลุ่มหลัก ผลการวิจัยพบว่า ระบบข้อมูลสารสนเทศถูกพัฒนาขึ้นในรูปแบบเว็บไซต์ ซึ่งประกอบด้วยหน้าหลัก (Homepage) เว็บแอปพลิเคชัน (Web Application) รวมถึงโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) บนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่สำหรับระบบไอโอเอส (iOS) และแอนดรอยด์ (Android) หลังจากนั้นได้ทำการเผยแพร่ข้อมูลโดยการจัดสัมมนาการใช้ระบบข้อมูลสารสนเทศเบื้องต้นให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐนนท์ จิริจินนิมิตร และศาสตรา เหล่าอรรคะ (2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาคลังข้อมูลดิจิทัลมรดกทางวัฒนธรรมจังหวัดลำพูนเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลการวิจัย พบว่า การจัดทำคลังข้อมูลดิจิทัลที่มีระบบหลังบ้านทำหน้าที่ในการควบคุม การพัฒนา และใช้ประโยชน์คลังข้อมูล เป็นคลังข้อมูลดิจิทัลที่ใช้คลาวด์เซิร์ฟเวอร์ จัดเก็บ-จัดส่งข้อมูล ทำให้เข้าถึงข้อมูลได้ทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต รองรับการใช้งานในแทบทุกอุปกรณ์และเกือบทุกพื้นที่ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเยี่ยมชมโบราณสถานและโบราณวัตถุ อีกทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการจูงใจนักท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมในจังหวัดลำพูน

กลยุทธ์ที่ 3 การส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
 ทั้งนี้ สัดส่วนของนักท่องเที่ยวสูงอายุมีอัตราที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง และมีเวลาว่างในการเดินทางท่องเที่ยว จึงเป็นโอกาสให้กับเมืองท่องเที่ยวต่างๆ ในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว ดังนั้น การส่งเสริมการตลาดจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการกระตุ้นและผลักดันให้สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้รับความสนใจ และทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และบ่อยขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2564) ที่กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดจะช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว และเพิ่มความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับฉันทพล ลีลาวพัฒนานันท์ และนรินทร์ สังข์รักษา (2559) ได้ให้ข้อเสนอแนะในการดำเนินการของภาครัฐและภาคเอกชนสำหรับการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และจัดแคมเปญปีท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เพื่อสร้างกระแสการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง มีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

5.3.1.1 หน่วยงานภาครัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ เช่น สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ควรส่งเสริมการลงทุนของภาคเอกชนในการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

5.3.1.2 หน่วยงานภาครัฐ หรือรัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรจัดทำแผนการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

5.3.1.3 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น กรมการท่องเที่ยว ควรมีการจัดทำมาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ และส่งเสริมให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการบริการเข้ารับการประเมินและขอรับรองมาตรฐานดังกล่าว

5.3.2 ข้อเสนอแนะเชิงบริหารจัดการ

5.3.2.1 หน่วยงานภาครัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรจัดทำฐานข้อมูลสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

5.3.2.2 ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการบริการสามารถสร้างแอปพลิเคชันเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ทั้งการค้นหาแหล่งท่องเที่ยว การจอง

และการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว รวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นและประสบการณ์การ
ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

5.3.2.3 ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการ ควรดำเนินการส่งเสริม
การตลาดโดยให้สิทธิประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง เช่น การจัดทำแพ็คเกจ
การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มหรือเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว
การสะสมแต้มการเดินทาง เพื่อกระตุ้นให้เกิดการพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น และเกิดการใช้จ่าย
สูงขึ้น

5.3.2.4 ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการ ควรนำแนวคิดอารยสถาปัตยกรรม
(Universal Design) มาใช้ในการออกแบบอาคาร สิ่งก่อสร้าง และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรองรับ
นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

5.3.3 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

5.3.3.1 ควรศึกษาผลกระทบการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
ตามรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละกลุ่ม

5.3.3.2 ควรศึกษาการออกแบบและพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยว
สูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

5.3.3.3 ควรศึกษาศักยภาพและการพัฒนาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเพื่อรองรับ
การท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

บรรณานุกรม

- กมลพร มูลอามาตย์. (2556). *การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาของผู้สูงอายุในจังหวัดขอนแก่น* (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- กรมสุขภาพจิต. (2563). *ก้าวอย่างของประเทศไทยสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์แบบ*. สืบค้น 22 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.dmh.go.th/news-dmh/view.asp?id=30476>
- กรวรรณ สังขกร, ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์, สุรีย์ บุญญานพวงศ์, อาชว์บารมี มณีตระกูลทอง, และจิราวิทย์ ญาณจินดา. (2558). *การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ* (รายงานผลการวิจัย). เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กรวรรณ สังขกร, สุรีย์ บุญญานพวงศ์, จันทรจิตร เขียรสิริ, กฤษณา พุ่มเล็ก, กาญจนา จีรัตน์, และพิมพ์ชนก นาคะเกศ. (2555). *การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism ในภาคเหนือตอนบนที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ* (รายงานผลการวิจัย). เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรมมิ่งองค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- (2562). *จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ พ.ศ. 2560-2561*. สืบค้น 25 สิงหาคม 2562, จาก <https://bit.ly/33g6Vwn>
- (2564). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2564-2565)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2562). *สถิติผู้สูงอายุของประเทศไทย 77 จังหวัด*. สืบค้น 25 สิงหาคม 2563, จาก <http://www.dop.go.th/th/know/1/275>
- กลีนพกา บุตตะจิน และประสพชัย พสุนนท์. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อผู้สูงอายุตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวที่ชายหาดบางเสร่ในจังหวัดชลบุรี*. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9 และการประชุมวิชาการระดับนานาชาติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 8 วันที่ 7-9 สิงหาคม 2560* (หน้า 672-682), ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี, นนทบุรี.
- กัญญ์สิริ จันทรเจริญ. (2552). *การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ใน ปรากฏ จิโรจน์กุล (บรรณาธิการ), การวิจัยทางการพยาบาล: แนวคิด หลักการ และวิธีปฏิบัติ* (น. 85-114). สืบค้น 16 มีนาคม 2564 จาก https://www.ict.up.ac.th/surinthips/ResearchMethodology_2554/เอกสารเพิ่มเติม/การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.PDF

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การเงินธนาคาร. (2563). *เปิดโครงการเที่ยวปันสุข ฟื้นฟูเศรษฐกิจท่องเที่ยว พร้อมก่อนเที่ยวก่อน*. สืบค้น 14 มกราคม 2564, จาก <https://www.moneyandbanking.co.th/article/travel-e-vocher-0307>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กองกลยุทธ์การตลาด. (2563). *แผนฟื้นฟูอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ภายหลังวิกฤต COVID-19 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. TAT Review, 6(4), 61-65.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว. (2563). *รายงานผลสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวคนไทยช่วงสถานการณ์ โควิด-19 (ข้อมูลสำรวจระหว่างวันที่ 17-20 ก.ค. 63)*. สืบค้น 14 มกราคม 2564, จาก <https://intelligencecenter.tat.or.th/wp-content/uploads/2020/07>
- (2554). *ความแตกต่างทางมิติวัฒนธรรมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. e-TAT Tourism Journal, 2(2554), 43-53.
- (2561). *รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย*. กรุงเทพฯ: แบรินด์ เมทริกซ์ รีเสิร์ช.
- (2563). *Amazing Thailand Safety & Health Administration (SHA) แนวทางความปลอดภัยด้านสุขอนามัย 10 ประเภทกิจการ*. สืบค้น 14 มกราคม 2564, จาก <https://thailandsha.tourismthailand.org/index>
- กุลวดี แก้วกล้า. (2550). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของข้าราชการเกษียณอายุ (ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยมหิดล, นครปฐม.
- เกษรา เกิดมงคล. (2546). *รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของคนวัยทำงาน (ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต)*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ข้าวทิพย์ อ่อนอรุณ. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- เค.บุญเย็น. (2562). *เปิดพฤติกรรมบริโภคสื่อ คนรุ่นใหม่เน้นดูย้อนหลังสวนทางผู้สูงวัยยังชอบสิ่งพิมพ์-ดูทีวี*. สืบค้น 22 ธันวาคม 2564, จาก <http://www.bizpromptinfo.com/เปิดพฤติกรรมบริโภคสื่อ/>
- จันทร์จิตร เอียรศิริ, ฉันทวัต วันดี, สุรีย์ บุญญานพวงศ์, และกรวรรณ สังขกร. (2555). *การประเมินศักยภาพการตลาดท่องเที่ยวแบบไม่รับแรงสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน*. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยพายัพอีสเทอร์น, 6(1), 49-62.

- จารวี รื่นจิตต์ และมนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2560). นวัตกรรมบริการของโรงแรมที่พักเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. ใน *การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9 และการประชุมวิชาการนานาชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 8* (หน้า 384-391), ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี, นนทบุรี
- จิตตานันท์ ดิกุล, สถิตย์ ศรีขาว, พิกุล ประดับศรี, จุไรรัตน์ วิสัยดี, และสุวรรณี แพงดาวงษ์. (2550). *ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- จิรวรรณ ดีประเสริฐ และจิรวุฒิ หลอมประโคน. (2556). รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 19(2), 126-137.
- จิรวุฒิ หลอมประโคน และเอกภพ มณีนารณ. (2550). *แบบการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะกรณีผู้สูงอายุที่มีงานทำ* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- จิราวดี รัตน์ไพฑูรย์ชัย. (2557). ตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ: โอกาสใหม่ไทย เด็บโตรับ AEC. *กรุงเทพธุรกิจ Section: ASEAN+*, 3(153), 1-2.
- จิราวิทย์ ญาณจินดา และคณะ. (2558). *การจัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและความรู้เพื่อการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ* (รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. 130 หน้า.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2548). *การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชนัญญา ปัญจพล. (2558). *การเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข (ส่วนกลาง)* (วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ชนิสรา กุลสันติวงศ์. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Y หลังโรคระบาดโควิด-19* (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี.
- ชลวิกา อางองค์. (2555). *รูปแบบการดำเนินชีวิตและการรับรู้ในตราสินค้าที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสมาร์ตโฟนยี่ห้อไอโฟนของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี* (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.

- ชูลีพร ธาณิรัตน์. (2556). *รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาด
ย้อนยุคของนักท่องเที่ยวชาวไทย* (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒน
บริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ฐิติพร โยทาพันธ์. (2564). *โควิด-19 กับผู้สูงอายุ วิธีใหม่ที่ต้องดูแล*. สืบค้น 7 กุมภาพันธ์ 2565, จาก
[https://www.thaihealth.or.th/Content/55281-โควิด-19%20กับผู้สูงอายุ%20วิธีใหม่ที่ต้อง
ดูแล.html](https://www.thaihealth.or.th/Content/55281-โควิด-19%20กับผู้สูงอายุ%20วิธีใหม่ที่ต้องดูแล.html)
- ณภัทร สำราญราษฎร์. (2562). *การส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุกลุ่ม Active Aging
ด้วยแนวคิดการรับรู้จิตวิญญาณถิ่นที่รู้จักในประเทศไทย* (ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัย
นเรศวร, พิษณุโลก.
- ณัฐกานต์ บุญนนท์. (2550). *รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อทางอินเทอร์เน็ตของกลุ่ม
วัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น* (การศึกษาอิสระมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น,
ขอนแก่น.
- ณัฐนนท์ จิริกจินมิต และศาสตรา เหล่าอรรคยะ. (2564). *การพัฒนาคลังข้อมูลดิจิทัลมรดกทางวัฒนธรรม
จังหวัดลำพูนเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยนครพนม. ปีที่ 11 ฉบับที่ 3 (กันยายน-ธันวาคม), หน้า 251-266.*
- ณัฐพล ลีลาวัฒนานันท์ และนรินทร์ สังข์รักษา. (2559). *Aging tourism การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ.
รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว, 5(กรกฎาคม-กันยายน), 52-66.*
- ดารณี อัจหาญ เกิดศิริ เจริญวิศาล และมนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2565). *การยกระดับมาตรฐานปลอดภัย
ด้านสุขอนามัยการท่องเที่ยวที่พักรวมชนวัฒนธรรมยั่งยืนหลังสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-
19 ในประเทศไทย. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ปีที่ 22 ฉบับที่ 1 (มกราคม-
เมษายน), หน้า 186-204*
- ดารา ทีปะปาล. (2546). *การสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.
- ตุลยราศรี ประเทพ. (2564). *ศตวรรษที่ 21 กับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในประเทศไทย*. สืบค้น 7 กุมภาพันธ์
2565, จาก <https://bsru.net/ศตวรรษที่21กับการท่องเที่ยว/>
- ทัศนีย์ นาคเสนีย์. (2561). *พฤติกรรม ความคาดหวัง และปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
ผู้สูงอายุชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในเขตภูมิภาคตะวันตก. ใน การประชุมวิชาการ
ระดับชาติ “มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี” ครั้งที่ 3 ประจำปี 2561 (หน้า 145-155).*
มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี, ลพบุรี.
- ทินกร ดีบอินถา. (2563). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุใน
จังหวัดเชียงใหม่* (ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยพะเยา, พะเยา.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2564). *อย่ามองข้าม “ผู้สูงอายุ” เงินมี เวลา มี นั่งดูทีวีทั้งวัน เจาะไพร่มีไหมวัยเก่า*. สืบค้น
22 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.thairath.co.th/entertain/news/2104020>

- ธันนรักษ์ วัชรารุ, วรุฒิ เพ็งพันธ์, และสุวิชัย โกศัยยะวัฒน์. (2560). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี. *วารสารการศึกษาและการพัฒนาสังคม*, 13(1), 260-275.
- นพพร จันทรนำชู และพรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก เพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 37(1), 52-64.
- นภัสพร จงรักษ์. (2560). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทนำเที่ยว (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- นรินทร์ สังข์รักษา, สุภาภรณ์ พรหมฤกษ์, และธีรังกูร วรบำรุงกุล. (2559). รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 36(2), 1-19.
- นฤมล รัตนไพจิตร, ราตรี เขียวรอด, และตรีวัฒน์ เนื่องอุทัย. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช (รายงานผลการวิจัย). นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- นฤมล ล้อมทอง. (ม.ป.ป.). *จิตอาสา กับสังคมผู้สูงอายุ*. สืบค้น 22 ธันวาคม 2564, จาก http://www.dsdw2016.dsdw.go.th/doc_pr/ndc_2560-2561/PDF/8435st/8435นฤมล%20ล้อมทอง.pdf
- นุชนารถ ว่องวัชชัย. (2539). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมในการซื้อของนักท่องเที่ยว. *จุลสารนักท่องเที่ยว*, 15(1), 14-23.
- แนวทางฟื้นฟู 'การท่องเที่ยว' หลังวิกฤติโควิด-19. (2563). *กรุงเทพธุรกิจออนไลน์*. สืบค้น 14 มกราคม 2564, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/885171>
- บรรลุ ศิริพานิช และคณะ. (2539). *คู่มือชมรมผู้สูงอายุ: การศึกษารูปแบบและการดำเนินงานที่เหมาะสม*. กรุงเทพฯ: กระทรวงสาธารณสุข.
- แบรนด์ด์ บัพเพต์ - ทีม. (2561). *ททท. เปิดตัวโครงการ “เก๋ยกก๊วน...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>

- ประสพชัย พสุนนท์ และฐิตวันต์ แต่มคุณ. (2560). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอยและการเลือกใช้บริการศูนย์การค้าสยามพารากอนของผู้สูงอายุ. ใน *การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9 “ราชมงคลสร้างสรรค์นวัตกรรมยั่งยืนสู่ประเทศไทย 4.0”* โดย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล. วันที่ 7-9 สิงหาคม 2560 (หน้า 1191-1199), ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี, นนทบุรี.
- ปราณีดา ศยามานนท์. (2558). *สังคมผู้สูงอายุ...โจทย์ใหญ่ที่ธุรกิจค้าปลีกต้องเตรียมรับมือ*. สืบค้น 22 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/634868%5b31>
- ปวีณ พิมาณ และมนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2560). รูปแบบการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดชุมพร. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9 และการประชุมวิชาการระดับนานาชาติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 8* วันที่ 7-9 สิงหาคม 2560 (หน้า 1151-1157), ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี, นนทบุรี
- ปาริชาติ บุญเอก. (2564). 'ผู้สูงวัย' ปรับตัว ปรับใจ อย่างไร ในยุคดิจิทัล. *กรุงเทพธุรกิจออนไลน์*. สืบค้น 22 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/social/932366>
- ผู้จัดการออนไลน์. (2563). “เชียงใหม่” โดนใจ *คว่ำอันดับ 1* เมืองที่คนไทยอยากไปเที่ยวในประเทศมากที่สุด. สืบค้น 14 มกราคม 2564 จาก <https://mgronline.com/travel/detail/9630000084312?fbclid>
- พงศ์เสวก เอนกจางค์พร. (2558). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี.
- พนิดา หอมบุญยงค์. (2552). *รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิงวัยทำงานที่มีสถานภาพโสดในกรุงเทพมหานคร (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- พรรณปพร จันทร์ฉาย. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ กรณีศึกษา: จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ “นอร์ทเทิร์นวิจัย” ครั้งที่ 5 ประจำปีการศึกษา 2561* (หน้า 466-470). วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น, กรุงเทพฯ.
- พรรณรดา ธีระวงศ์สกุล. (2565). *Trending in Travel สถานการณ์การเดินทางท่องเที่ยวโลก*. TAT Review, 8(2), 41-47.
- พลอยระพี ชลวณิช. (2555). *แรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร (ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต)*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- พัชฐญาณ์ แซ่โจ้ว, ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, และพิมพ์ภัส พงศกรรังศิลป์. (2559). การวิเคราะห์องค์ประกอบของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค Generation Y ในภาคใต้ ฝั่งอ่าวไทยด้วยโมเดล AIO. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 3(2), 11-25.

- พิริยะ ผลพิรุฬห์ และคณะ. (2563). การศึกษาผลกระทบจากไวรัสโควิด-19 ต่อภาคเศรษฐกิจและ
การท่องเที่ยวไทย ปี 2563 (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: แผนงานท่องเที่ยวและเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์ หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม.
- พุทธชาติ ลุนคำ และรชฏ เสียงจันทร์. (2564). ธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมหลัง COVID-19. *วิจัยกรุงศรี*.
สืบค้น 8 ตุลาคม 2565, จาก https://www.krungsri.com/getmedia/ab21638a-4089-4bb4-bb8a-62ba89d2c7da/RI_Future_of_Tourism_210121_TH.pdf.aspx
- ภัทรา เรืองสวัสดิ์. (2553). รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัย
ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.
- ภัทรา สุขะสุนันท์. (2562). รูปแบบการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
(รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
- ภุพพัทธ์ กันนะ และจอมภัก คัลงระหัด. (2560). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในอำเภอหัวหิน
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. ใน *การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9 “
ราชมงคลสร้างสรรค์กับนวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย 4.0”* (หน้า 1302-1311). มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, กรุงเทพฯ.
- มนิด บุญประเสริฐ. (2557). การวิเคราะห์คุณลักษณะองค์ประกอบร่วมของความพึงพอใจในพฤติกรรม
ท่องเที่ยวในเขตพุทธาวาสของผู้สูงอายุ จังหวัดนครปฐม (ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต).
มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- เยาวภา จันทร์พวง. (2557). ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์
เสริมอาหารประเภทวิตามินในประเทศไทย (ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีสุรนารี, นครราชสีมา.
- รจิต คงหาญ, วิสาชา วัฒนปกรณ์, และอรธนา เกตุแก้ว. (2559). แนวทางการพัฒนารูปแบบงานบริการ
ในธุรกิจโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติวัยเกษียณ. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 8(3),
122-134.
- รจิต ไชยเอื้อ. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบไร้ความเร่งรีบของนักท่องเที่ยว
สูงอายุชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ (ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยแม่โจ้,
เชียงใหม่.
- รติรिता. (2561). เจาะลึก “อาวูโส มาร์เก็ตติ้ง” จับตลาดคนสูงวัยอย่างไรให้อยู่หมัด. สืบค้น 9 มีนาคม
2564, จาก <https://today.line.me/th/v2/article/naKPGo>
- รวีวรรณ โปยรุ่งโรจน์. (2558). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

- รักธิดา ศิริ. (2561). การแบ่งส่วนตลาดนักดื่มกาแฟด้วยรูปแบบการดำรงชีวิตและการรับรู้ถึงคุณค่าร้านกาแฟของแต่ละส่วนตลาด: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวนานาชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยพาร์อิสเทอร์น*, 12(2), 199-216.
- ราณี อีสัยกุล และซัชพล ทรงสุนทรวงค์. (2552). การส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย (รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- ลัดณา ศรีอัมพรเอกกุล และธีระวัฒน์ จันทิก. (2561). การท่องเที่ยวคุณภาพเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 4(1), 12-28.
- ลัดณา ศรีอัมพรเอกกุล. (2560). การพัฒนากลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวระดับเมืองรองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุคุณภาพ (ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- เลิศพร ภาธรสกุล. (2559). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักงานพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เลิศหญิง หิรัญโร. (2545). รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร (ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- วิลาสินี ยนต์วิทย์. (2562). แนวทางการพัฒนาธุรกิจเพื่อรองรับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13(2), 428-438.
- วัลย์พร รวีตระกูลไพบูลย์. (2561). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วราชต์ มัชยมบุรุษ. (2554). แนวทางการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ กรณีศึกษาพื้นที่รอบการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแม่เมาะ จังหวัดลำปาง. ใน *การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปี 2554; การพัฒนาอนาคตชนบทไทย: ฐานรากที่มั่นคงเพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน*, (หน้า 189-193). มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- วิญญูทัตญญ บัญทัน, พัชราภรณ์ ไหวคิต, วิภาพร สร้อยแสง, ชุตินา สร้อยนาค, ปรีศนา อัครธนพล, และจริยาวัตร คมพยัคฆ์. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเสริมสร้างสุขภาพในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19) ของผู้สูงอายุ. *วารสารพยาบาลตำรวจ*, 12(2), 323-337.
- วิภาวี อินทราคม. (2553). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเกาะสีชังจังหวัดชลบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- วิไลพร ขำวงษ์, จตุพร หนูสวัสดิ์, วรารัตน์ ประทานรปัญญา และจิตาภา ศิริปัญญา. (2554). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ. *วารสารวิจัยทางวิทยาศาสตร์สุขภาพ*, 5(2), 32-40.
- วิสาชา ภูจินดา. (2555). *ระเบียบวิธีวิจัยและสถิติด้านสิ่งแวดล้อม* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: บางกอกบล็อก.

- สามารถ จัปโจร, เปรมวิทย์ ท่อแก้ว, ธนชัย พรหมรัตน์, และอาวุธ คันศร. (2563). แนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุภายใต้บริบทพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 15(1), 64-80.
- สามารถ สุวรรณรัตน์ และคณะ. (2558). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2564). COVID-19 ต่อภาคการท่องเที่ยว ผลกระทบและแนวทางแก้ปัญหา. *บท Policy Brief Tourism*, 1(1), 1-8. สืบค้น 22 พฤษภาคม 2565 จาก https://www.mots.go.th/download/BannerLink/PBVol01Covid_DigitalEd.pdf
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถานการณ์การท่องเที่ยว เดือนมิถุนายน 2563*. สืบค้น 14 มกราคม 2564, จาก https://www.mots.go.th/download/article/article_20200729155418.pdf
- (2565). *สถานการณ์การท่องเที่ยว เดือนธันวาคม 2564*. สืบค้น 6 ตุลาคม 2565, จาก https://www.mots.go.th/download/article/article_20220127114136.pdf
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยที่สำคัญ. *รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว*, 7(มกราคม-มีนาคม), 10-17.
- (2563ก). *การสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- (2563ข). COVID-19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ไตรมาส 1/2563. *รายงานสภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว*, 1(4), 5-16.
- (2565). สถานการณ์การท่องเที่ยวโลกในปี 2564. *รายงานสภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว*, 3(1), 5-25.
- สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข, กองยุทธศาสตร์และแผนงาน. (2564). *ยุทธศาสตร์การจัดการการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ระลอกใหม่*. กรุงเทพฯ: กระทรวงสาธารณสุข.
- (2565). *แผนและมาตรการการบริหารจัดการสถานการณ์โรคโควิด 19 สู่วิถีประจําถิ่น*. กรุงเทพฯ: กระทรวงสาธารณสุข.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2563). *สถานการณ์การท่องเที่ยวในวิกฤต COVID-19*. สืบค้น 14 มกราคม 2564, จาก <https://www.cea.or.th/th/single-research/cultural-heritage-tourism-industry-covid-19>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). รายงานการสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2560.

กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.

สิริธรรม. (2564). 'ท่องเที่ยวจะไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป' คอยเรื่องท่องเที่ยวไทยในโลกหลังโควิดกับผู้ว่า
ททท. สืบค้น 7 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://workpointtoday.com/tat-interview-tourism-future/>

สิรินรา ชัยคำดี. (2561). รูปแบบการท่องเที่ยวที่ตรงใจผู้สูงอายุในยุค Aging Society (ปริญญาการจัดการ
มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.

สิรินาถ อมตพันธ์, วัลลภา พัฒนา และสุธี โง้วศิริ. (2560). ทศนคติและค่านิยมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่
ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ “นเรศวรวิจัย ครั้งที่ 13:
วิจัยและนวัตกรรม ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม (หน้า 1107-1116). มหาวิทยาลัยนเรศวร,
พิษณุโลก.

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

สุทธิสินี นิต์ศน์เอก. (2561). รูปแบบการดำเนินชีวิตและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคุณภาพจากทวีป
ยุโรปในพื้นที่ไทยแลนด์ ริเวียร่า จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (การศึกษาด้านบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต).
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

สุนันทา เชื้อชาติ และศรันยา บุณนาค (2553) รูปแบบการใช้ชีวิต ปัญหาด้านสังคม สุขภาพ การเงิน และ
การจัดที่อยู่อาศัยให้ผู้สูงอายุในภาคใต้ (รายงานการวิจัย). สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

สุภาภรณ์ ผืนชมพู. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุในอำเภอแม่
พริก จังหวัดลำปาง (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

สุภาภรณ์ พลนิกร. (2548). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไอลิสติก.

สุรีย์ ธรรมิกบวร และชุกาศิรี อภินันท์เดชา. (2559). การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการส่งเสริม
สุขภาพผู้สูงอายุตามวิถีวัฒนธรรมสุขภาพลุ่มแม่น้ำโขง (หมู่บ้านชะจอม) จังหวัดอุบลราชธานี.
วารสารพยาบาลศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 28(1), 25-40.

สุรีย์ บุญญาอนุพงศ์. (2557). รู้กันไหม ผู้สูงอายุชอบท่องเที่ยวแบบไหน?. ใน การประชุม “นักท่องเที่ยวสูง
วัย: อนาคตใหม่ การท่องเที่ยวไทยพร้อมหรือยัง?”. วันที่ 20 มิถุนายน 2557. ณ ห้องประชุมใหญ่
อาคารรวมวิจัยและบัณฑิตศึกษา สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

หนึ่งฤทัยรัตน์ กระจำงพัฒน์วงศ์ และอรอนงค์ พัชรรัตนอรุณกร. (2561). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของ
ผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาในเขตเทศบาลขอนแก่น. วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี
มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2(3), 34-51.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- อรลักษณ์ ชิดเขียว. (2550). *การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- อัญชัน สันติไชยกุล. (2547). *รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้เกี่ยวกับตนเองและการรับนวัตกรรมสินค้า แฟชั่นของวัยรุ่น* (ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- เอดิเตอร์. (2561). ล้วงลึก “AWUSO” จับเทรนด์สูงวัยไม่ให้เอาท์. สืบค้น 5 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://marketeroonline.co/archives/23730>
- Alén, E., Losada, N., & Domínguez, T. (2016). The impact of ageing on the tourism industry: An approach to the senior tourist profile. *Social Indicators Research*, 127(1), 303-322. doi:10.1007/s11205-015-0966-x
- Alén, E., Nicolau, J. L., Losada, N., & Domínguez, T. (2014). Determinant factors of senior tourists' length of stay. *Annals of Tourism Research*, 49, 19-32. doi:<https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.08.002>
- Anandan, C., Prasanna, M., & Madhu, S. (2006). A study of the impact of values and lifestyles (VALS) on brand loyalty with special reference to English newspapers. *Vilakshan, XIMB Journal of Management*, 3(2), 97-112.
- Antonides, G., & Van Raaij, F. W. (1999). Consumer behavior: A European perspective. *Journal of Consumer Policy*, 22(3), 375-392. doi:10.1023/A:1017285204683
- Backman, K. F., Backman, S. J., & Silverberg, K. E. (1999). An investigation into the psychographics of senior nature-based travellers. *Tourism Recreation Research*, 24(1), 13-22. doi:10.1080/02508281.1999.11014853
- Bai, B. X., Smith, W., Liping, A. C., & Joseph, T. O. (1999). *Senior-sensitive segment: Looking at travel behavior*. In K. S. Chon (Ed.), *The Practice of Graduate Research in Hospitality and Tourism* (pp. 75-89).
- 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. doi:10.1080/15256480903088105
- Bennett, J. A., & Strydom, J. W. (2001). *Introduction to travel and tourism marketing*. Lansdowne: Juta Education.
- Bordens, K. S., & Abbott, B. B. 1999. *Research design and methods: A process approach* (4th ed). Mountain View, C.A.: Mayfield.

- Chen, J. S., Huang, Y. C., & Cheng, J. S. (2009). Vacation lifestyle and travel behaviors. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26(5-6), 494-506. doi:10.1080/10548400903163038
- Chen, K.-H., Chang, F.-H., & Liu, F.-Y. (2015). Wellness tourism among seniors in Taiwan: Previous experience, service encounter expectations, organizational characteristics, employee characteristics, and customer satisfaction. *Sustainability*, 7(8), 10576-10601. doi:10.3390/su70810576
- Chen, S. C., & Shoemaker, S. (2014). Age and cohort effects: The American senior tourism market. *Annals of Tourism Research*, 48, 58-75. doi: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.05.007>
- Chevalier, M., & Gutsalz, M. (2012). *Luxury retail management: How the world's top brands provide quality product & service support*. Singapore: Wiley.
- Chi Jackie, K. Y. (2013). Projecting sustainable living environment for an ageing society: The case of Hong Kong. *Procedia Environmental Sciences*, 17, 675-684. doi:<https://doi.org/10.1016/j.proenv.2013.02.084>
- Chiang, L., Manthiou, A., Tang, L., Shin, J., & Morrison, A. (2014). A comparative study of generational preferences for trip-planning resources: A case study of international tourists to Shanghai. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 15(1), 78-99. doi:10.1080/1528008X.2014.855536
- Cleaver, M., Green, B. C., & Muller, T. E. (2000). Using consumer behavior research to understand the baby boomer tourist. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 24(2), 274-287. doi:10.1177/109634800002400210
- Cleaver, M., Muller, T. E., Ruys, H. F. M., & Wei, S. (1999). Tourism product development for the senior market, based on travel-motive research. *Tourism Recreation Research*, 24(1), 5-11. doi:10.1080/02508281.1999.11014852
- Cohen, S. A., Prayag, G., & Moital, M. (2014). Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities. *Current Issues in Tourism*, 17(10), 872-909. doi:10.1080/13683500.2013.850064
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137-152. doi:[https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00196-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00196-3)

- De Aguiar Eusebio, M. C., Carneiro, M. J. A., Kastenholz, E., & Alvelos, H. M. D. (2012). *Potential benefits of the development on an European programme of social tourism for seniors*. Retrieved 2022, February 7, from https://www.murciaturistica.es/webs/steep/web/documentos/DOC_2_4.pdf
- Gheorghe, G., Daniel, B., Dorobantu, M. R., Stefania, B., & Nistoreanu Puiu. (2013). Slow movement as an extension of sustainable development for tourism resources. a Romanian approach. In *20th IBIMA Conference, Special Edition*. Kuala Lumpur, Malaysia.
- Hawkins, J. D., Herrenkohl, T., Farrington, D. P., Brewer, D., Catalano, R. F., & Harachi, T. W. (1998). A review of predictors of youth violence. In *Serious & violent juvenile offenders: Risk factors and successful interventions*. (pp. 106-146). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Ho, C.-H., Lin, S.-H., Hu, H.-C., & Tsay, Y.-F. (2009). CHL1 functions as a nitrate sensor in plants. *Cell*, *138* (6), 1184-1194. doi:<https://doi.org/10.1016/j.cell.2009.07.004>
- Hooper, J. (2015). A destination too far? Modelling destination accessibility and distance decay in tourism. *GeoJournal*, *80*(1), 33-46. doi:10.1007/s10708-014-9536-z
- 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*, *28*(5), 1262-1273. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.09.015>
- Huang, L., & Tsai, H.-T. (2003). The study of senior traveler behavior in Taiwan. *Tourism Management*, *24*(5), 561-574. doi:[https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00008-6](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00008-6)
- Inkpen, G. (1998). *Information technology for travel and tourism*. Edinburgh: Addison Wesley.
- Jang, S., & Wu, C.-M. E. (2006). Seniors' travel motivation and the influential factors: An examination of Taiwanese seniors. *Tourism Management*, *27*(2), 306-316. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.11.006>
- Kastarlak, B. I., & Barber, B. K. (2011). *Fundamentals of planning and developing tourism*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2000a). *Marketing management*. (10th ed.). Upper Saddle Creek, NJ: Prentice-Hall.
- Kotler, P. (2000b). *Marketing management: Analyzing consumer marketing and Buyer behavior*. New Jersey: Prentice Hall.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Principles of marketing* (9th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- (2012) *Principles of marketing* (14th ed.). Boston: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Krishnan, J. (2011). Lifestyle – A tool for understanding buyer behavior. *International Journal of Economics and Management*, 5(1), 283–298.
- Kucukusta, D., & Denizci Guillet, B. (2016). Lifestyle segmentation of spa users: A study of inbound travelers to Hong Kong. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(3), 239-258. doi:10.1080/10941665.2015.1025087
- Lawton, M. P., & Simon, B. (1968). The ecology of social relationships in housing for the elderly. *Gerontologist*, 8(2), 108-115. doi:10.1093/geront/8.2.108
- Lazer, W. (1963). *Life style concepts and marketing, in toward scientific marketing*. Chicago, IL: American Marketing Association.
- Lee, S. H., & Tideswell, C. (2005). Understanding attitudes towards leisure travel and the constraints faced by senior Koreans. *Journal of Vacation Marketing*, 11(3), 249-263. doi:10.1177/1356766705055716
- Lesakova, D. (2014). Senior's lifestyle and their store choice. *Megatrend Review*, 11(4), 71-82. doi:10.5937/MegRev1404071L
- Lieux, E. M., Weaver, P. A., & McCleary, K. W. (1994). Lodging preferences of the senior tourism market. *Annals of Tourism Research*, 21(4), 712-728. doi: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90079-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90079-5)
- Losada, N., Alén, E., Domínguez, T., & Nicolau, J. L. (2016). Travel frequency of seniors tourists. *Tourism Management*, 53, 88-95. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.09.013>
- Mahalakshmi, V., & Chitra, D. (2013). An empirical study on lifestyle segmentation on the retail store attributes that are important to old people. *Asia Pacific Journal of Marketing & Management Review*, 2(3), 92-105.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, physical and social impacts*. New York: Longman.
- Mengyang, S., & Furong, C. (2009). *The researches on senior tourism security service criterions*. Tourism Institute of Beijing Union University, China.

- Mill, M., & Morrison, A. M. (1985). *The tourism system: An introductory text*. New Jersey: Prentice Hall.
- Morrison, A. M. (2010). *Hospitality and travel marketing* (4th ed.). Australia: Delmar Cengage Learning.
- Morrison, A., Davies, A., Brečević, G., Sem, I., Boykett, T., & Brečević, R. (2010). Designing performativity for mixed reality installations. *Form Akademisk*, 3(1), 123-144. doi:10.7577/formakademisk.187
- Moscardo, G., Pearce, P., Morrison, A., Green, D., & O'Leary, J. T. (2000). Developing a typology for understanding visiting friends and relatives markets. *Journal of Travel Research*, 38(3), 251-259. doi:10.1177/004728750003800307
- Mowen, J. C. (1995). *Consumer behavior*. New York: Macmillan.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (1998). *Consumer behavior*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Norman, W. C., Daniels, M. J., McGuire, F., & Norman, C. A. (2001). Whither the mature market: An empirical examination of the travel motivations of neo-mature and veteran-mature markets. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 8(3-4), 113-130. doi:10.1300/J150v08n03_08
- Patterson, I. R. (2006). *Growing older: Tourism and leisure behaviour of older adults*. Wallingford, U.K.: CABI.
- Plummer, J. T. (1974). The concept and application of life style segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1), 33-37. doi:10.2307/1250164
- Politeknik NSC Surabaya. (2006). *Consumer behavior and advertising management*. Retrieved 2019, August 26, from <https://nscpolteksby.ac.id/ebook/book/business-administration/>
- Prideaux, B., Wei, S., & Ruys, H. (2001). The senior drive tour market in Australia. *Journal of Vacation Marketing*, 7(3), 209-219. doi:10.1177/135676670100700302
- Raj, P. M., & K, M. A. (2015). Psychographic profiling of indian young adult consumers of smartphone - VALS approach. *Management Studies and Economic Systems (MSES)*, 2(2), 95-102. Retrieved 2021, January 14, from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2804494
- Rosenbloom, D. H. (2013). Reflections on "public administrative theory and the separation of powers". *The American Review of Public Administration*, 43(4), 381-396. doi:10.1177/0275074013483167

- Sangpikul, A. (2008). Travel motivations of Japanese senior travellers to Thailand. *International Journal of Tourism Research*, 10(1), 81-94.
doi:<https://doi.org/10.1002/jtr.643>
- Sellick, M. C., & Muller, T. E. (2004). Tourism for the young-old and old-old. In T.V. Singh (Ed.), *New Horizons in tourism: Strange experiences and stranger practices* (pp. 163-180). Wallingford, U.K.
- Shoemaker, S. (1989). Segmentation of the senior pleasure travel market. *Journal of Travel Research*, 27(3), 14-21. doi:10.1177/004728758902700304
- (2000). Segmenting the mature market: 10 years later. *Journal of Travel Research*, 39(1), 11-26. doi:10.1177/004728750003900103
- Suryadi & Subroto, W. T. (2019). Analysis of lifestyle factors that influence individuals following community. *IOSR Journal of Research & Method in Education*, 9(1), 33-44.
- Tai, S. H. C., & Tam, J. L. M. (1997). *A lifestyle analysis of female consumers in Greater China*. New York: Psychology & Marketing.
- Telfer, D. J., & Sharpley, R. (2008). *Tourism and development in the developing world*. London: Routledge.
- Tourism Queensland. (2003). *Tourism services act*. Australia: Queensland.
- Udo-Imeh, P. T. (2015). Influence of lifestyle on the buying behaviour of undergraduate students in universities in cross river state, Nigeria. *International Journal of Marketing Studies*, 7(4), 64-77. Retrieved 2021, January 14, from <https://ccsenet.org/journal/index.php/ijms/issue/view/1399>
- Wijaya, S. (2008). Understanding senior traveler's behavior when consuming tourism and hospitality products. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 4(1), 39-44.
doi:10.9744/jmp.4.1.39-44
- World Travel & Tourism Council. (2020). 'Safe travels': Global protocols & stamp for the new normal. Retrieved 2021, January 14, from <https://wttc.org/COVID-19/Safe-Travels-Global-Protocols-Stamp>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed). New York: Harper and Row.
- Yu, H., & Fang, W. (2009). Relative impacts from product quality, service quality, and experience quality on customer perceived value and intention to shop for the coffee shop market. *Total Quality Management*, 20(1), 1273-1285.
doi:10.1080/14783360802351587

ภาคผนวก

- ภาคผนวก ก เครื่องมือการวิจัย
- ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือการวิจัย
- ภาคผนวก ค ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือการวิจัย
- ภาคผนวก ง รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมการประชุมกลุ่มย่อย
- ภาคผนวก จ รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิเข้ารับการสัมภาษณ์
- ภาคผนวก ฉ ภาพประกอบการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย
- ภาคผนวก ช แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 1 หน้ากระดาษ
- ภาคผนวก ซ แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 5 บรรทัด
- ภาคผนวก ฌ คณะผู้วิจัย

ภาคผนวก ก
หนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในคน

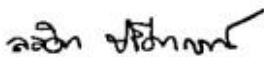


คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
หนังสือรับรองโครงการวิจัย

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ดำเนินการให้การรับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นมาตรฐานสากล ได้แก่ Declaration of Helsinki, Belmont Report, CIOMS Guidelines และ the International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice (ICH-GCP)

ชื่อโครงการวิจัย รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
รหัสโครงการ A09001/2564
ผู้วิจัยหลัก อาจารย์ ดร.ยงยุทธ แก้วอุดม
สถาบันที่สังกัด มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

โครงการวิจัยนี้เป็นโครงการวิจัยที่เข้าข่ายการยกเว้นการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน (Research Project with Exemption from the UTCC Human Research Ethics Committee)

ลงชื่อ 
(นางสาวลลิตา ปริดากรณ์)
กรรมการและเลขานุการ
คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน

ลงชื่อ 
(รองศาสตราจารย์ ดร.อุทิศ อธิสาคร)
ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน

วันที่รับรอง: 7 มกราคม 2564

หมายเลขหนังสือรับรอง: UTCCEC/Exemp001/2564

ภาคผนวก ข
เครื่องมือการวิจัย



แบบสอบถาม

เรื่อง “การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง”

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการเก็บข้อมูลประกอบการวิจัย เรื่อง “การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง” โดยมีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
3. เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
4. เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

โดยเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 55 ปี ขึ้นไป และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000 บาท ขึ้นไป ประโยชน์จากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงภายใต้วิถีชีวิตใหม่
- ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้วิจัยขอความกรุณาทุกท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง และขอยืนยันว่าข้อมูลจากแบบสอบถามจะถูกใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาวิจัยเท่านั้น โดยข้อมูลจากแบบสอบถามจะถูกเก็บรักษาเป็นความลับ และการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการประมวลผลในภาพรวมเท่านั้น มิได้วิเคราะห์เป็นรายบุคคล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวยุโรปอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านหรือตามความเป็นจริง

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

55-60 ปี 61-65 ปี 66-70 ปี
 71-75 ปี 76-80 ปี 80 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

4. สถานภาพ

โสด สมรส
 หย่าร้าง/แยกกันอยู่ หม้าย

5. ภูมิลำเนา/ที่อยู่ปัจจุบัน

| | | |
|-------------------------|--|-----------------------------------|
| ภาคเหนือ | <input type="checkbox"/> เชียงใหม่ | <input type="checkbox"/> เชียงราย |
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | <input type="checkbox"/> นครราชสีมา | <input type="checkbox"/> ขอนแก่น |
| ภาคกลางและตะวันออก | <input type="checkbox"/> สุพรรณบุรี | <input type="checkbox"/> ชลบุรี |
| ภาคใต้ | <input type="checkbox"/> นครศรีธรรมราช | <input type="checkbox"/> สงขลา |
| กรุงเทพมหานครและปริมณฑล | <input type="checkbox"/> กรุงเทพมหานคร | <input type="checkbox"/> นนทบุรี |

6. ปัจจุบันท่านอาศัยอยู่กับใคร

คู่สมรส คู่สมรสและบุตรหลาน
 ญาติพี่น้อง อยู่คนเดียว/พักอาศัยตามลำพัง
 อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

7. อาชีพในปัจจุบัน

| | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> รับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ | <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน |
| <input type="checkbox"/> พนักงานรัฐวิสาหกิจ | <input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ |
| <input type="checkbox"/> เกษตรกร | <input type="checkbox"/> ข้าราชการบำนาญ |
| <input type="checkbox"/> พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ดูแลบุตรหลาน | <input type="checkbox"/> ไม่ได้ประกอบอาชีพ |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) | |

8. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ท่านได้รับ (โดยรวมเงินบำนาญ เงินที่ได้รับจากบุตร เงินที่ได้จากการประกอบอาชีพ และอื่นๆ ก่อนหักค่าใช้จ่าย)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 45,000 – 55,000 บาท | <input type="checkbox"/> 55,001 – 65,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 65,001 – 75,000 บาท | <input type="checkbox"/> 75,001 – 85,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 85,001 – 95,000 บาท | <input type="checkbox"/> 95,001 บาท ขึ้นไป |

9. แหล่งที่มาของรายได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- รายได้จากการทำงาน/ประกอบธุรกิจของตนเองในปัจจุบัน
- รายได้จากสวัสดิการจากรัฐและเอกชน/บำนาญ
- รายได้จากบุตรหลาน/ญาติ
- รายได้จากการลงทุนในกองทุน หุ้น หรือพันธบัตร
- เงินออม

10. ปัจจุบันสุขภาพของท่านมีความพร้อมสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด

- แข็งแรงดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกสถานที่
- ค่อนข้างดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้เกือบทุกสถานที่
- พอใช้ เดินทางท่องเที่ยวได้บางสถานที่

11. ท่านมีโรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่

- ไม่มี
- มี (โปรดระบุ.....)

12. ท่านต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างการเดินทางเป็นพิเศษหรือไม่

- ไม่ต้องการ
- ต้องการ (โปรดระบุ.....)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านหรือตามความเป็นจริง

1. ท่านเดินทางท่องเที่ยวกี่ครั้งในระยะเวลา 1 ปี

- 1 ครั้งต่อปี 2 ครั้งต่อปี 3 ครั้งต่อปี
 4 ครั้งต่อปี 5 ครั้งต่อปี มากกว่า 5 ครั้งต่อปี

2. ท่านนิยมเดินทางท่องเที่ยวช่วงเวลาใดมากที่สุด

- วันจันทร์-ศุกร์ วันเสาร์-อาทิตย์
 วันหยุดติดต่อกันหลายวัน วันหยุดเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์
 อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

3. ระยะเวลาส่วนใหญ่ที่ท่านใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

- 1 วัน 2 วัน 3 วัน
 4 วัน 5 วัน มากกว่า 5 วัน

4. วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เพื่อการพักผ่อน
 เพื่อการศึกษาเรียนรู้
 เพื่อการรักษาสุขภาพ
 เพื่อการกีฬา
 เพื่อการเยี่ยมญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน
 เพื่อใช้เวลาอยู่กับญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน
 เพื่อการปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา เช่น ทำบุญ ไหว้พระ ขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์
 อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

5. ท่านรับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวจากแหล่งใด (ตอบข้อที่สำคัญที่สุดเพียงข้อเดียว)

- สื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน
 สื่อมวลชน เช่น วิทยุ/โทรทัศน์/หนังสือพิมพ์/นิตยสาร
 สื่อเฉพาะกิจ เช่น แผ่นพับ/แผ่นป้ายโฆษณา/เอกสารจากบัตรเครดิต
 สื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว
 สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line/Facebook/YouTube
 นิทรรศการการท่องเที่ยว เช่น เทศกาลเที่ยวเมืองไทย

6. ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว

- | | |
|--|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ตนเอง | <input type="checkbox"/> คู่สมรส |
| <input type="checkbox"/> บุตรหลาน/ญาติ | <input type="checkbox"/> เพื่อน |
| <input type="checkbox"/> สมาคม/ชมรมที่เป็นสมาชิก | |

7. ท่านนิยมเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับใครมากที่สุด

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> คนเดียว | <input type="checkbox"/> บุตรหลาน/ญาติ |
| <input type="checkbox"/> คู่สมรส | <input type="checkbox"/> เพื่อน |
| <input type="checkbox"/> หน่วยงาน/บริษัท/เพื่อนร่วมงาน | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ.....) |

8. ท่านนิยมเดินทางท่องเที่ยวในลักษณะใดมากที่สุด

- จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง
- บุตรหลาน/ญาติเป็นผู้จัดการเดินทางท่องเที่ยว
- เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยว
- เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับหน่วยงาน/บริษัท/องค์กรที่ทำงาน
- เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับสมาคม/ชมรมที่เป็นสมาชิก

9. ท่านเดินทางท่องเที่ยวด้วยยานพาหนะใดเป็นหลัก

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> เครื่องบิน | <input type="checkbox"/> รถโดยสารประจำทาง | <input type="checkbox"/> รถยนต์ส่วนบุคคล |
| <input type="checkbox"/> รถเช่า/เหมา | <input type="checkbox"/> รถของบริษัทนำเที่ยว | <input type="checkbox"/> รถไฟ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ.....) | | |

10. ท่านนิยมเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ใด

- ภายในจังหวัดที่อยู่อาศัย
- ภายในภูมิภาคที่อยู่อาศัย
- จังหวัดและภูมิภาคอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่อาศัย

11. แหล่งท่องเที่ยวที่ท่านให้ความสนใจมากที่สุด

- แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก
- แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑ
- แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น วิถีชีวิต เทศกาล งานประเพณี
- แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา เช่น วัด ศาลเจ้า
- แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น น้ำพุร้อน สปา บ่อน้ำแร่
- อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

12. สถานที่พักแรมที่ท่านนิยมใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

- โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์
 บ้านญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

13. ค่าใช้จ่ายที่ท่านใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท 5,001 – 10,000 บาท
 10,001 – 15,000 บาท 15,001 – 20,000 บาท
 20,001 – 25,000 บาท 25,001 บาท ขึ้นไป

14. ค่าใช้จ่ายที่ท่านใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

- ค่าที่พักแรม ค่ายานพาหนะในการเดินทาง
 ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าซื้อของฝาก/สินค้าที่ระลึก
 อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

15. หากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยว ท่านอยากจะเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดใดมากที่สุด (ตอบเพียง 1 จังหวัดเท่านั้น)

(โปรดระบุจังหวัด.....)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงภายใต้วิถีชีวิตใหม่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านหรือตามความเป็นจริง

| รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ที่มีการใช้จ่ายสูง และรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงภายใต้วิถีชีวิตใหม่ | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| ด้านกิจกรรม (Activities: A) | | | | | |
| 1. ท่านทำอาชีพเสริมเพื่อหารายได้พิเศษ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 2. ท่านมีเวลาว่างสำหรับงานอดิเรก | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 3. ท่านชอบพบปะสังสรรค์และเข้าสังคม | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 4. ท่านชอบไปงานเลี้ยงสังสรรค์และงานรื่นเริงต่างๆ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

| รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ที่มีการใช้จ่ายสูง และรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงภายใต้วิถีชีวิตใหม่ | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 5. ถ้ามีเวลาว่างท่านจะนอนพักผ่อน | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 6. ถ้ามีเวลาว่างท่านจะฟังวิทยุหรือดูโทรทัศน์ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 7. ถ้ามีเวลาว่างท่านจะท่องเที่ยวอินเทอร์เน็ต | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 8. ถ้ามีเวลาว่างท่านจะใช้เวลาในการอยู่กับตัวเองแบบเงียบๆ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 9. ท่านชอบการถ่ายรูป เช็คอิน และแบ่งปันข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 10. ท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 11. ท่านชอบเที่ยวตามสถานบันเทิงยามราตรี | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 12. ท่านชอบชมภาพยนตร์ ละครเวที และการแสดงต่างๆ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 13. ท่านชอบรับประทานอาหารนอกบ้าน | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 14. ท่านเป็นสมาชิกชมรมหรือสมาคมต่างๆ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 15. ท่านเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนและสังคม | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 16. ท่านเป็นอาสาสมัครให้กับองค์กรการกุศล | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 17. ท่านเลือกซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้า หรือร้านค้า | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 18. ท่านเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 19. ท่านเลือกซื้อสินค้าเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 20. ท่านออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาเป็นประจำ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 21. ท่านชอบชมการแข่งขันกีฬา | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| ด้านความสนใจ (Interest: I) | | | | | |
| 22. ครอบครัวมีความสำคัญที่สุดในชีวิตของท่าน | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 23. ท่านให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมกับครอบครัว | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 24. ท่านชอบตกแต่งบ้านและบริเวณบ้านให้ดูดีอยู่เสมอ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 25. ท่านให้ความสำคัญกับความปลอดภัยภายในบ้าน | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 26. ท่านให้ความสำคัญกับเรื่องงานมากกว่าเรื่องส่วนตัว | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

| รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ที่มีการใช้จ่ายสูง และรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงภายใต้วิถีชีวิตใหม่ | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 27. ท่านยังอยากทำงานต่อแม้ว่าจะเกษียณอายุแล้ว | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 28. ท่านสนใจเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาสังคมให้น่าอยู่ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 29. ท่านสนใจการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 30. ท่านสนใจการเที่ยวชมโบราณสถาน พิพิธภัณฑสถานประวัติศาสตร์ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 31. ท่านสนใจการเที่ยวชมวิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่น | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 32. ท่านสนใจเข้าร่วมเทศกาล งานประเพณี และกิจกรรมพิเศษต่างๆ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 33. ท่านสนใจกิจกรรมเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 34. ท่านสนใจกิจกรรมทางศาสนา เช่น ทำบุญ ไหว้พระ ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 35. ท่านสนใจเทคโนโลยีใหม่ๆ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 36. ท่านสนใจเรื่องราวต่างๆ ที่อยู่ในกระแสนิยม | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 37. ท่านสนใจอาหารเพื่อสุขภาพ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 38. ท่านให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่ถูกสุขอนามัย | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 39. ท่านสนใจอาหารท้องถิ่น | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 40. ท่านติดตามข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ เป็นประจำ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 41. ความสำเร็จสูงสุดของท่าน คือ การมีฐานะทางการเงินที่ดี | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 42. ความสำเร็จสูงสุดของท่าน คือ การมีชื่อเสียง เกียรติยศ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 43. ความสำเร็จสูงสุดของท่าน คือ การเป็นเจ้าของธุรกิจ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 44. การเดินทางท่องเที่ยวรอบโลกเป็นความใฝ่ฝันของท่าน | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| ด้านความคิดเห็น (Opinion: O) | | | | | |
| 45. ท่านเป็นคนมีความมั่นใจในตัวเอง | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 46. ท่านเป็นคนทันสมัย | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 47. บุคลิกภาพและภาพลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญสำหรับท่าน | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 48. สังคมควรให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 49. ทุกคนควรให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

| รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ที่มีการใช้จ่ายสูง และรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงภายใต้วิถีชีวิตใหม่ | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 50. ธุรกิจการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 51. สถานการณ์ทางการเมืองมีผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 52. การท่องเที่ยวช่วยสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 53. ภาวะเศรษฐกิจส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 54. การศึกษาเรียนรู้เกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลาไม่ข้อจำกัด | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 55. การซื้อสินค้าท้องถิ่นเป็นการส่งเสริมอาชีพและเศรษฐกิจในชุมชน | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 56. สินค้าราคาแพงย่อมมีคุณภาพดีกว่าสินค้าราคาถูก | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 57. ตราสินค้าไม่ใช่เรื่องสำคัญขึ้นอยู่กับความพึงพอใจ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 58. ตราสินค้าของต่างประเทศมีคุณภาพดีกว่าตราสินค้าภายในประเทศ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 59. การวางแผนชีวิตเป็นเรื่องสำคัญ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 60. วัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 61. สังคมไทยกำลังถูกวัฒนธรรมต่างชาติครอบงำ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| ด้านกิจกรรม (Activities: A) ภายใต้วิถีชีวิตใหม่ | | | | | |
| 62. ท่านใช้เวลากับการทำกิจกรรมภายในบ้านมากกว่าการออกนอกบ้าน | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 63. ท่านติดตามรายการท่องเที่ยวผ่านทางสื่อออนไลน์ เช่น Facebook/YouTube | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 64. ท่านเน้นการเดินทางท่องเที่ยวส่วนบุคคลมากกว่าการเดินทางเป็นหมู่คณะ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 65. ในยุคปกติใหม่ท่านซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์มากกว่าการซื้อในร้านค้า หรือห้างสรรพสินค้า | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 66. ท่านซื้อสินค้าและบริการประเภทการพักผ่อนสุขภาพมากขึ้น | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| ด้านความสนใจ (Interest: I) ภายใต้วิถีชีวิตใหม่ | | | | | |
| 67. ท่านสนใจการท่องเที่ยวเสมือนจริง (Virtual Tours) | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

| รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ที่มีการใช้จ่ายสูง และรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงภายใต้วิถีชีวิตใหม่ | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 68. ท่านสนใจการเดินทางท่องเที่ยวระยะสั้น (เที่ยวใกล้ๆ สั้นๆ ขับรถ ไปเอง) | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 69. ท่านสนใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากกว่าต่างประเทศ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 70. ท่านสนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 71. ท่านสนใจสถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้คนไม่พลุกพล่าน (Unseen Destination) | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 72. ท่านมองหาสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบริการที่มีมาตรการการ ป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 73. ท่านมองหาสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบริการที่ได้รับการรับรอง มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| ด้านความคิดเห็น (Opinion: O) ภายใต้วิถีชีวิตใหม่ | | | | | |
| 74. การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) จะทำให้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปตลอดกาล | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 75. ท่านมั่นใจต่อมาตรการของรัฐบาลในการควบคุมการแพร่ระบาดของ เชื้อไวรัส โคโรนา (COVID-19) | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 76. ท่านมั่นใจต่อมาตรการของสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบริการในการ ควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โคโรนา (COVID-19) | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 77. โครงการเราเที่ยวด้วยกันของรัฐบาลเป็นโครงการที่เป็นประโยชน์ ต่อท่าน | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 78. รัฐบาลควรส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุหลังการแพร่ระบาด ของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |



แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว

เรื่อง “การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง”

แบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

1. ชื่อ-นามสกุล
2. อายุ
3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
4. ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

1. ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งท่านวางแผนอย่างไร (วางแผนด้วยตนเอง หรือญาติ/บุตรหลาน เป็นผู้วางแผน ใช้ระยะเวลาในการวางแผนนานเท่าใด
2. ขณะเดินทางท่องเที่ยวท่านทำกิจกรรมอะไรบ้าง
3. ในระยะเวลาอันใกล้นี้ท่านมีแผนจะเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ เพราะเหตุใด
4. หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ท่านสนใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศหรือต่างประเทศมากกว่า
 - 4.1 กรณีสนใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ จังหวัดใด
 - 4.2 กรณีสนใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ประเทศใด

ส่วนที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

1. ท่านใช้เวลาว่างส่วนใหญ่ทำกิจกรรมอะไร
2. ท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวประเภทใด
3. ท่านชอบทำกิจกรรมอะไรในแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยว
4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการเดินทางท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม



แบบประชุมกลุ่มย่อยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว
เรื่อง “การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง”

ประเด็นการประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Discussion)

1. ผลลัพธ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ควรเป็นอย่างไร

1. กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า

1.1 รูปแบบการดำเนินชีวิต

เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจการเที่ยวชมวิถีชีวิต วัฒนธรรมท้องถิ่น เที่ยวชมโบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน ประวัติศาสตร์ การเข้าร่วมเทศกาล งานประเพณี กิจกรรมพิเศษ และกิจกรรมทางศาสนา เช่น ทำบุญ ไหว้พระ ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ มองว่าตราสินค้าของต่างประเทศมีคุณภาพดีกว่าตราสินค้าภายในประเทศ สินค้าราคาแพงย่อมมีคุณภาพกว่าสินค้านำเข้าราคาถูก แต่ตราสินค้าก็ไม่ได้มีความสำคัญไปมากกว่าความพึงพอใจของตน มองหาสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบริการที่มีมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) และได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA)

1.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

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 10,001–15,000 บาท บาท ค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นค่าที่พักแรม และหากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวไปยังภาคใต้ หากพิจารณาเป็นรายจังหวัด ภาคเหนือ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปจังหวัดเชียงใหม่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า

นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปจังหวัดอุบลราชธานี ภาคกลาง พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยว จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และภาคใต้ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

1.3 ประเด็นการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พักแรม ภัตตาคาร/ร้านอาหาร) ลักษณะใดสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้อัตนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า

2. กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวกลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน

2.1 รูปแบบการดำเนินชีวิต

เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้า หรือร้านค้า ชอบรับประทานอาหารนอกบ้าน

2.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

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 บาท ค่าใช้จ่ายที่ใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นค่าอาหารและเครื่องดื่ม และหากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวไปยังภาคเหนือ หากพิจารณาเป็นรายจังหวัด ภาคเหนือ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปจังหวัดเชียงใหม่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปจังหวัดอุบลราชธานี ภาคกลาง พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี และภาคใต้ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

2.3 ประเด็นการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พักแรม ภัตตาคาร/ร้านอาหาร) ลักษณะใดสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวกลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน

3. กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวกลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม

3.1 รูปแบบการดำเนินชีวิต

เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มองว่าการท่องเที่ยวช่วยสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น การซื้อสินค้าท้องถิ่นเป็นการส่งเสริมอาชีพและเศรษฐกิจในชุมชน การศึกษาเรียนรู้เกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลาไม่มีข้อจำกัด มองว่าภาวะเศรษฐกิจส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม ทุกคนควรให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและผู้สูงอายุ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มองว่าครอบครัวมีความสำคัญที่สุดในชีวิต ชอบทำกิจกรรมกับครอบครัว ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยภายในบ้าน ชอบตกแต่งบ้านและบริเวณบ้านให้ดูดีอยู่เสมอ

3.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

มีการเดินทางท่องเที่ยว 2 และ 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 บาท ค่าใช้จ่ายที่ใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นค่าที่พักแรม และหากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวไปยังภาคใต้ หากพิจารณาเป็นรายจังหวัด ภาคเหนือ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปจังหวัดเชียงใหม่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปจังหวัดเลย ภาคกลาง พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และภาคใต้ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

3.3 ประเด็นการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พักแรม ภัตตาคาร/ร้านอาหาร) ลักษณะใดสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวกลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม

4. กลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยวกลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต

4.1 รูปแบบการดำเนินชีวิต

เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นอาสาสมัครให้กับองค์กรการกุศล สนใจและเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนและสังคมให้น่าอยู่ เป็นสมาชิกชมรมหรือสมาคมต่างๆ ชอบชมการแข่งขันกีฬา มองว่าความสำเร็จสูงสุด คือ การเป็นเจ้าของธุรกิจ การมีฐานะทางการเงินที่ดี การมีชื่อเสียงเกียรติยศ และยังคงอยากทำงานต่อแม้ว่าจะเกษียณอายุแล้วก็ตาม

4.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

มีการเดินทางท่องเที่ยว 1 ครั้งต่อปี ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว คือ วันหยุดติดต่อกันหลายวัน ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ประมาณ 3 วันต่อครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ได้รับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ซึ่งตนเองเป็นผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว และนิยมเดินทางท่องเที่ยวกับบุตรหลาน/ญาติ โดยการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ รถยนต์ส่วนบุคคล นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังจังหวัดและภูมิภาคอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่อาศัย แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา และน้ำตก ส่วนที่พักแรมที่นิยมใช้บริการในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ประมาณ 5,001-10,000 บาท บาท ค่าใช้จ่ายที่ใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นค่าที่พักแรม และหากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวไปยังภาคใต้ หากพิจารณาเป็นรายจังหวัด ภาคเหนือ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปจังหวัดเชียงใหม่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปจังหวัดขอนแก่น ภาคกลาง พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี และภาคใต้ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

4.3 ประเด็นการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พักแรม ภัตตาคาร/ร้านอาหาร) ลักษณะใดสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยวกลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต

5. กลุ่มที่ 5 นักท่องเที่ยวในกลุ่มรักสุขภาพ กิจกรรม และอาหารปลอดภัย

5.1 รูปแบบการดำเนินชีวิต

เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจอาหารเพื่อสุขภาพ กิจกรรมเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ ให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่ถูกสุขอนามัย เลือกซื้อสินค้าเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ สนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

5.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

มีการเดินทางท่องเที่ยว 2 ครั้งต่อปี ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว คือ วันหยุดติดต่อกันหลายวัน ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ประมาณ 3 วันต่อครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ได้รับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ซึ่งตนเองเป็นผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว และนิยมเดินทางท่องเที่ยวกับบุตรหลาน/ญาติ โดยการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ รถยนต์ส่วนบุคคล นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังจังหวัดและภูมิภาคอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่อาศัย แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา และน้ำตก ส่วนที่พักแรมที่นิยมใช้บริการในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ประมาณ 5,001-10,000 บาท บาท ค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นค่าอาหารและเครื่องดื่ม และหากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวไปยังภาคเหนือ หากพิจารณาเป็นรายจังหวัด ภาคเหนือ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปจังหวัดเชียงใหม่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปจังหวัดอุบลราชธานี ภาคกลาง พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี และภาคใต้ พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

5.3 ประเด็นการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พักแรม ภัตตาคาร/ร้านอาหาร) ลักษณะใดสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง กลุ่มที่ 5 นักท่องเที่ยวในกลุ่มรักสุขภาพ กิจกรรม และอาหารปลอดภัย

2. ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูงควรเป็นอย่างไร



**แบบสัมภาษณ์ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัด หรือผู้แทน
เรื่อง “การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง”**

1. ผลลัพธ์ทางการท่องเที่ยวสอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงหรือไม่ อย่างไร
2. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลลัพธ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

ภาคผนวก ค

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือการวิจัย

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.นิออน ศรีสมยง รองคณบดีฝ่ายบริหาร
คณะกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
3. นางสาวสมฤดี จิตรจง รองผู้อำนวยการด้านบริหาร
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ภาคผนวก ง

ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือการวิจัย (แบบสอบถาม)

| ข้อที่ | ประเด็นคำถาม | ผู้เชี่ยวชาญ | | | IOC | ผลการประเมิน |
|--------|---|--------------|----|----|------|--------------|
| | | 1 | 2 | 3 | | |
| 1 | เพศ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 2 | อายุ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 3 | วุฒิการศึกษา | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 4 | สถานภาพ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 5 | ภูมิลำเนา | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 6 | ปัจจุบันท่านอาศัยอยู่กับใคร | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 7 | อาชีพในปัจจุบัน | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 8 | รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ท่านได้รับ (โดยรวมเงินบำนาญ เงินที่ได้รับจาก บุตร เงินที่ได้จากการประกอบอาชีพ และอื่นๆ ก่อนหักค่าใช้จ่าย) | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 9 | แหล่งที่มาของรายได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | +1 | 0 | +1 | 0.67 | สอดคล้อง |
| 10 | ปัจจุบันสุขภาพของท่านมีความพร้อม สำหรับเดินทางท่องเที่ยวมากน้อย เพียงใด | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 11 | ท่านมีโรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคต่อ การเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 12 | ท่านเดินทางท่องเที่ยวกี่ครั้งใน ระยะเวลา 1 ปี | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 13 | ท่านนิยมเดินทางท่องเที่ยวช่วงเวลาใด มากที่สุด | +1 | 0 | +1 | 0.67 | สอดคล้อง |
| 14 | ระยะเวลาส่วนใหญ่ที่ท่านใช้ในการ เดินทางท่องเที่ยว | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |

| ข้อที่ | ประเด็นคำถาม | ผู้เชี่ยวชาญ | | | IOC | ผลการประเมิน |
|--------|--|--------------|----|----|------|--------------|
| | | 1 | 2 | 3 | | |
| 15 | วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน (ตอบเพียงข้อเดียว) | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 16 | ท่านรับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวจากแหล่งใด (ตอบข้อที่สำคัญที่สุดเพียงข้อเดียว) | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 17 | ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว | +1 | 0 | +1 | 0.67 | สอดคล้อง |
| 18 | ท่านนิยมเดินทางท่องเที่ยวกับใครมากที่สุด | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 19 | ท่านนิยมเดินทางท่องเที่ยวในลักษณะใดมากที่สุด | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 20 | ท่านเดินทางท่องเที่ยวด้วยยานพาหนะใดเป็นหลัก | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 21 | ท่านนิยมเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ใด | +1 | 0 | +1 | 0.67 | สอดคล้อง |
| 22 | แหล่งท่องเที่ยวที่ท่านสนใจมากที่สุด | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 23 | สถานที่พักแรมที่ท่านนิยมใช้ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว | +1 | 0 | +1 | 0.67 | สอดคล้อง |
| 24 | ค่าใช้จ่ายที่ท่านใช้ในการเดินทางแต่ละครั้ง | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 25 | ค่าใช้จ่ายที่ท่านใช้มากที่สุดในการเดินทางแต่ละครั้ง | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 26 | หากมีโอกาสได้เดินทางท่องเที่ยว ท่านจะเดินทางไปท่องเที่ยวที่ใด | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 27 | ท่านทำอาชีพเสริมเพื่อหารายได้พิเศษ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 28 | ท่านมีเวลาว่างสำหรับงานอดิเรก | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 29 | ท่านชอบพบปะสังสรรค์และเข้าสังคม | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 30 | ท่านชอบไปงานเลี้ยงสังสรรค์และงานรื่นเริงต่างๆ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 31 | ถ้ามีเวลาว่างท่านจะนอนพักผ่อน | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |

| ข้อที่ | ประเด็นคำถาม | ผู้เชี่ยวชาญ | | | IOC | ผลการประเมิน |
|--------|---|--------------|----|----|------|--------------|
| | | 1 | 2 | 3 | | |
| 32 | ถ้ามีเวลาร่างท่านจะฟังวิทยุหรือดูโทรทัศน์ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 33 | ถ้ามีเวลาร่างท่านจะท่องอินเทอร์เน็ต | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 34 | ถ้ามีเวลาร่างท่านจะใช้เวลาในการอยู่กับตัวเองแบบเงียบๆ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 35 | ท่านชอบการถ่ายรูป เช็คอิน และแบ่งปันข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 36 | ท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 37 | ท่านชอบเที่ยวตามสถานบันเทิงยามราตรี | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 38 | ท่านชอบชมภาพยนตร์ ละครเวที และการแสดงต่างๆ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 39 | ท่านชอบรับประทานอาหารนอกบ้าน | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 40 | ท่านเป็นสมาชิกชมรมหรือสมาคมต่างๆ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 41 | ท่านเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนและสังคม | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 42 | ท่านเป็นอาสาสมัครให้กับองค์กรการกุศล | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 43 | ท่านเลือกซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้า | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 44 | ท่านเลือกซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 45 | ท่านเลือกซื้อสินค้าเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 46 | ท่านออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาเป็นประจำ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 47 | ท่านไปชมการแข่งขันกีฬา | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 48 | ครอบครัวมีความสำคัญที่สุดในชีวิตของท่าน | 0 | +1 | +1 | 0.66 | สอดคล้อง |

| ข้อที่ | ประเด็นคำถาม | ผู้เชี่ยวชาญ | | | IOC | ผลการประเมิน |
|--------|---|--------------|----|----|------|--------------|
| | | 1 | 2 | 3 | | |
| 49 | ท่านให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมกับครอบครัว | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 50 | ท่านชอบตกแต่งบ้านและบริเวณบ้านให้ดูดีอยู่เสมอ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 51 | ท่านให้ความสำคัญกับความปลอดภัยภายในบ้าน | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 52 | ท่านให้ความสำคัญกับเรื่องงานมากกว่าเรื่องส่วนตัว | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 53 | ท่านยังอยากทำงานต่อแม้ว่าจะเกษียณอายุแล้ว | 0 | +1 | +1 | 0.67 | สอดคล้อง |
| 54 | ท่านสนใจเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาสังคมให้น่าอยู่ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 55 | ท่านสนใจการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 56 | ท่านสนใจการเที่ยวชมโบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 57 | ท่านสนใจการเที่ยวชมวิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่น | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 58 | ท่านสนใจเข้าการร่วมเทศกาลงานประเพณี และกิจกรรมพิเศษต่างๆ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 59 | ท่านสนใจกิจกรรมเกี่ยวกับการดูแลรักษาสุขภาพ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 60 | ท่านสนใจกิจกรรมทางศาสนา เช่น ทำบุญ ไหว้พระ ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 61 | ท่านสนใจเทคโนโลยีใหม่ๆ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 62 | ท่านสนใจเรื่องราวต่างๆ ที่อยู่ในกระแสนิยม | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 63 | ท่านสนใจอาหารเพื่อสุขภาพ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 64 | ท่านให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่ถูกสุขอนามัย | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |

| ข้อที่ | ประเด็นคำถาม | ผู้เชี่ยวชาญ | | | IOC | ผลการประเมิน |
|--------|---|--------------|----|----|------|--------------|
| | | 1 | 2 | 3 | | |
| 65 | ท่านสนใจอาหารท้องถิ่น | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 66 | ท่านติดตามข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆเป็นประจำ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 67 | ความสำเร็จสูงสุดของท่าน คือ ฐานะทางการเงินที่ดี | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 68 | ความสำเร็จสูงสุดของท่าน คือ ชื่อเสียงเกียรติยศ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 69 | ความสำเร็จสูงสุดของท่าน คือ การเป็นเจ้าของธุรกิจ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 70 | การเดินทางท่องเที่ยวรอบโลกเป็นความใฝ่ฝันของท่าน | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 71 | ท่านเป็นคนเชื่อมั่นในตัวเอง | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 72 | ท่านเป็นคนทันสมัย | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 73 | บุคลิกภาพและภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับท่าน | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 74 | สังคมควรให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 75 | สิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ทุกคนควรให้ความสำคัญ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 76 | ธุรกิจการท่องเที่ยวควรคำนึงผลกระทบต่อสังคม | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 77 | สถานการณ์ทางการเมืองมีผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 78 | การท่องเที่ยวช่วยสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 79 | ภาวะเศรษฐกิจส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 80 | การศึกษาเรียนรู้เกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลาไม่ข้อจำกัด | 0 | +1 | +1 | 0.67 | สอดคล้อง |
| 81 | การซื้อสินค้าท้องถิ่นเป็นการส่งเสริมอาชีพและเศรษฐกิจในชุมชน | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |

| ข้อที่ | ประเด็นคำถาม | ผู้เชี่ยวชาญ | | | IOC | ผลการประเมิน |
|------------|--|--------------|----|----|-------------|-----------------|
| | | 1 | 2 | 3 | | |
| 82 | สินค้าราคาแพงย่อมมีคุณภาพกว่า สินค้าราคาถูก | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 83 | ตราสินค้าไม่ใช่เรื่องสำคัญขึ้นอยู่กับ ความพึงพอใจ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 84 | ตราสินค้าของต่างประเทศมีคุณภาพ ดีกว่าตราสินค้าภายในประเทศ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 85 | การวางแผนชีวิตเป็นเรื่องสำคัญ | 0 | +1 | +1 | 0.67 | สอดคล้อง |
| 86 | วัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การ อนุรักษ์ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 87 | สังคมไทยกำลังถูกวัฒนธรรมต่างชาติ ครอบงำ | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 88 | ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม | +1 | +1 | +1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| รวม | | | | | 0.96 | สอดคล้อง |

ภาคผนวก จ

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมการประชุมกลุ่มย่อย

ผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมการประชุมกลุ่มย่อย

โครงการการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

วันจันทร์ 15 พฤศจิกายน 2564 เวลา 14.00-15.00 น.

ผ่านระบบออนไลน์ (Line Meeting)

- | | |
|------------------------------|--|
| 1. คุณจารุเชษฐ์ เรืองสุวรรณ | ผู้อำนวยการกองติดตามและประเมินผล การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย |
| 2. คุณคมกฤษ ด้วงเงิน | การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย |
| 3. คุณวรธีรา สุวรรณศร | ผู้อำนวยการกองพัฒนาบริการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา |
| 4. คุณนิศารัตน์ วรประดิษฐ์ | นักพัฒนาการท่องเที่ยวชำนาญการ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา |
| 5. นายมนตรี นววิพิงศ์ | นักพัฒนาการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา |
| 6. คุณสุธารักษ์ สุนทรวิภาดา | องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) |
| 7. คุณธนวัฒน์ ทองเพิ่ม | กรรมการผู้จัดการบริษัท พีเอ็มอี จำกัด ผู้ช่วยประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย |
| 8. คุณสุภัชชา อุทัยรังษี | บริษัท ชัยทัวร์ จำกัด |
| 9. คุณกฤติกา ผิวเกลี้ยง | บริษัท ออเรียนทัล วอยาจ จำกัด |
| 10. คุณนวลจันทร์ เพียรธรรม | บริษัท เอ็นซี ทัวร์ จำกัด |
| 11. คุณชฎารัตน์ ภูวิจิตร | บริษัท ทัวร์ฟ้าใส จำกัด |
| 12. คุณสุธีรา จำลองศุภลักษณ์ | ชมรมโอพีพีวาย คลับ บาย ลีอกซ์เลย์ (OPPY Club) |

ภาคผนวก ฉ
รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิเข้ารับการสัมภาษณ์

ผู้ทรงคุณวุฒิเข้ารับการสัมภาษณ์

- | | |
|-------------------------------|---|
| 1. นายอภิวัฒน์ ทับทิมโต | ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานพระนครศรีอยุธยา |
| 2. นางสาวดวงดาว อินสมภักษร | เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานกาญจนบุรี |
| 3. นายชานนท์ พานทอง | เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานกาญจนบุรี |
| 4. นายอิสรา สถาปนเศรษฐ์ | ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานประจวบคีรีขันธ์ |
| 5. นายธงชัย แสนทวีสุข | ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานอุบลราชธานี |
| 6. นายศักดิ์สกุล ศุภกฤตอนันต์ | รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานเชียงใหม่ |
| 7. นางสาวธนวัน กาสี | ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานขอนแก่น |
| 8. นางสาวธิดา สุขใจ | เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานขอนแก่น |
| 9. นายจริยาทร สูหู่ | ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานเลย |
| 10. นายไพรัช สุขงาม | รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานพัทธา |
| 11. นางพิชญ์สินี ทศน์นิยม | ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานนครศรีธรรมราช |
| 12. นางรัชดาภรณ์ โออิน | ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดภูเก็ต |

ภาคผนวก ข
ภาพประกอบการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย



BUAA (ブアカ)

คณกริช

Kru Jiap

jeed-ระพร

ToyKrittika

หนู สุชาภิม

jeed-ระพร กำลังแชร์หน้าจอ

เลือกโหมด

แผนงานวิจัย

การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง
A Study of Lifestyle of High-Spending Senior Tourists

รองศาสตราจารย์ ดร.ราณี อิลิชัยกุล
ผู้อำนวยการแผนงาน

โครงการวิจัยย่อยที่ 1
การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างประเทศที่มีการใช้จ่ายสูง
A Study of Lifestyle of High-Spending International Senior Tourists

โครงการวิจัยย่อยที่ 2
การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
A Study of Lifestyle of High-Spending Thai Senior Tourists

jeed-ระพร

แชท

เปิดไมโครโฟน

ปิดเสียง

แชร์หน้าจอ

แชท

ออกจากประชุม

BUAA (ブアカ)

Thanawat

Kru Jiap

jeed-ระพร

ToyKrittika

หนู สุชาภิม

คณกริช

Montree

Nctour 46 Nuanchan

Nong

น้องเกด.เวิร์ดสูงรัมย์

junry junry

charuchet

AjamYut

ja

แชท

เปิดไมโครโฟน

ปิดเสียง

แชร์หน้าจอ

แชท

ออกจากประชุม









ภาคผนวก ข

แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 1 หน้ากระดาษ

แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 1 หน้ากระดาษ (สำหรับประชาสัมพันธ์)

1. ชื่อโครงการ การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
A Study of Lifestyle of High-Spending Thai Senior Tourists
2. ชื่อสกุล-นักวิจัย รองศาสตราจารย์ ดร.รชพร จันทร์สว่าง และอาจารย์ ดร.ยงยุทธ แก้วอุดม
Assoc. Prof. Dr. Rochaporn Chansawang and Dr. Yongyut Kaewudom
3. ที่อยู่ติดต่อได้ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
หมายเลขโทรศัพท์: 0-2504-8212, 08-5908-4812 โทรสาร: 0-2503-3612
E-mail: chansawangr@gmail.com
คณะกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
หมายเลขโทรศัพท์: 0-2697-6000 ต่อ 5001, 08-6319-3915
E-mail: yongyut_kae@utcc.ac.th
4. ชื่อหน่วยงาน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
5. ปี พ.ศ. ที่ดำเนินการเสร็จ 2565
6. คำค้น Keyword รูปแบบการดำเนินชีวิต, นักท่องเที่ยวสูงอายุ, Lifestyle, Senior Tourists
7. อ้างอิง -
8. รูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหว -
9. คำอธิบาย 1 หน้ากระดาษ A4

ความสำคัญของงานวิจัย นักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นกลุ่มตลาดขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพและน่าสนใจ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความพร้อมในด้านเวลาและงบประมาณ สามารถจ่ายเงินเพื่อเดินทางท่องเที่ยวได้สูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ ทั้งนี้ จากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด 19 ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มักจะคำนึงถึงความปลอดภัย และการใส่ใจสุขภาพเป็นพิเศษ ดังนั้น การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงจะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เปลี่ยนแปลงไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย 1) เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตและจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง 3) เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มรูปแบบ

การดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และ 4) เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

การดำเนินการวิจัย เป็นการวิจัยแบบพหุวิธี โดยการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง จำนวน 1,000 คน ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000 บาท ขึ้นไป โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Sampling) ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploration Factor Analysis: EFA) และการวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง จำนวน 50 คน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว จำนวน 12 คน และผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัด หรือผู้แทน จำนวน 11 คน โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย สรุปผลการวิจัย พบว่า การจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง สามารถจำแนกได้เป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวกลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มนี้ คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวกลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงนันทนาการและการพักผ่อน กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวกลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและยั่งยืน กลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยวกลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบหรูหรา และการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร และกลุ่มที่ 5 นักท่องเที่ยวกลุ่มรักสุขภาพ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สำหรับข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง แบ่งออกเป็น 3 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) การจัดการแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง 2) การบริหารจัดการนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง และ 3) การส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง

ประโยชน์ของงานวิจัย 1) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยวสามารถนำผลการวิจัยไปกำหนดแนวทางส่งเสริมการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง 2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และ 3) ผลงานการวิจัยจะเป็นประโยชน์ในแง่ของการได้ข้อมูลและองค์ความรู้ใหม่ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในด้านการเรียนการสอนของนักศึกษาและผู้สนใจทั่วไปของสถาบันการศึกษา และหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน

ภาคผนวก ฅ

แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 5 บรรทัด

แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 5 บรรทัด

(สำหรับเผยแพร่ในระบบ EXPLORE ผ่านทางเว็บไซต์ www.thai-explore.net)

1. ชื่อโครงการ การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
A Study of Lifestyle of High-Spending Thai Senior Tourists
2. ชื่อสกุล-นักวิจัย รองศาสตราจารย์ ดร.รชพร จันทร์สว่าง และอาจารย์ ดร.ยงยุทธ แก้วอุดม
Assoc. Prof. Dr. Rochaporn Chansawang and Dr. Yongyut Kaewudom
3. ที่อยู่ติดต่อได้ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
หมายเลขโทรศัพท์: 0-2504-8212, 08-5908-4812 โทรสาร: 0-2503-3612
E-mail: chansawangr@gmail.com
คณะกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
หมายเลขโทรศัพท์: 0-2697-6000 ต่อ 5001, 08-6319-3915
E-mail: yongyut_kae@utcc.ac.th
4. ชื่อหน่วยงาน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
5. ปี พ.ศ. ที่ดำเนินการเสร็จ 2565
6. คำค้น Keyword รูปแบบการดำเนินชีวิต, นักท่องเที่ยวสูงอายุ, Lifestyle, Senior Tourists
7. อ้างอิง -
8. รูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหว -
9. คำอธิบาย 5 บรรทัด

การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง สามารถจำแนกนักท่องเที่ยวออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับตราสินค้า 2) กลุ่มกิจกรรมนอกบ้าน 3) กลุ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม 4) กลุ่มจิตอาสาและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในชีวิต และ 5) กลุ่มรักสุขภาพ ส่วนกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ได้แก่ 1) การจัดการแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวก 2) การบริหารจัดการนักท่องเที่ยว และ 3) การส่งเสริมการตลาด

ภาคผนวก ญ**คณะผู้วิจัย**

1. รองศาสตราจารย์ ดร.รชพร จันทร์สว่าง
Assoc. Prof. Dr. Rochaporn Chansawang
สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
หมายเลขโทรศัพท์: 0-2504-8212, 08-5908-4812
โทรสาร: 0-2503-3612
E-mail: chansawangr@gmail.com
2. อาจารย์ ดร.ยงยุทธ แก้วอุดม
Dr. Yongyut Kaewudom
คณะกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
หมายเลขโทรศัพท์: 0-2697-6000 ต่อ 5001, 08-6319-3915
E-mail: yongyut_kae@utcc.ac.th

ภาคผนวก ก

Infographic

