

แรงจูงใจ การเปิดรับข่าวสาร การตัดสินใจ และรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของผู้พิการ

อิสระ อุปดี^๑

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มุ่งสำรวจแรงจูงใจ การเปิดรับข่าวสาร การตัดสินใจ พฤติกรรมการท่องเที่ยว และรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของผู้พิการ เพื่อให้ได้ความรู้ในมุมมองด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มการตลาดแนวใหม่ ซึ่งเริ่มมีอิทธิพลในสังคมโลกในปัจจุบันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

วิธีการวิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลในกลุ่มตัวอย่างผู้พิการ 3 ประเภท ได้แก่ ผู้พิการทางการมองเห็น ผู้พิการทางการได้ยิน และผู้พิการทางการเคลื่อนไหว จำนวน 415 คน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้พิการมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทั้งแบบปัจจัยผลักดันและแบบปัจจัยดึงดูดอยู่ในระดับมาก มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในด้านแหล่งข้อมูล เนื้อหา และช่องทางอยู่ในระดับปานกลาง มีการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบวางแผนไว้ล่วงหน้าในระดับมาก และท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติมากที่สุด ในด้านพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวพบว่าผู้พิการเดินทางท่องเที่ยว 1-2 ครั้งต่อปี ใช้เวลา 2 วัน ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ท่องเที่ยวในวันหยุด ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 1,000-3,000 บาท เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวท่องเที่ยวกับครอบครัว และจัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากที่สุด พฤติกรรมระหว่างการท่องเที่ยวพบว่า ผู้พิการมีการถ่ายภาพขณะท่องเที่ยว และโพสต์ภาพหลังการท่องเที่ยว รวมทั้งเล่าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่อำนวยความสะดวกที่ดีให้กับผู้พิการท่านอื่น ๆ และทบทวนถึงปัญหาที่พบ เพื่อพิจารณาในการท่องเที่ยวครั้งต่อไป

คำสำคัญ: แรงจูงใจ, การเปิดรับข่าวสาร, การตัดสินใจ, รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว, ผู้พิการ

^๑นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Motivation, Media Exposure, Decision Making and Traveling Pattern of Disabled Tourist

Abstract

The purpose of this research is to survey of motivation, media exposure, decision making, traveling behavior and traveling pattern of disabled tourist for receives view of tourist in new market and impacts to global.

This research by using “Survey Research” method. This research used questionnaire to collect information from 3 groups of 415 disable people such as visual impaired people, hearing impaired people physical disability people.

The research results showed that disable tourists have a high level of push factor and pull factor motivations in traveling. They have a moderate level in media exposure about traveling resources, contents and information channels. They also have a high level of decision making and traveling by planning ahead and the highest level of traveling to the natural attractions. Traveling behavior result showed that disabled tourists travel once or twice each year, 2 days each trip and spend around 1,000 to 3,000 baht for each trip. Most of them travel by their private car with their family and manage their trip by themselves. They also take photos during the trip and post on their social media after the trip. They usually describe good attractions and facilities to other disabled tourists. And they also review their traveling problem during the trip to other disabled tourists for their decision on their next trip.

Keywords: Motivation, Media exposure, Decision Making, Traveling Pattern, Disabled Tourist

บทนำ

“การท่องเที่ยว” มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนด้านเศรษฐกิจ หนทางการสร้างการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมและเข้าใจในเป้าหมายทุก ๆ กลุ่มผู้บริโภค จึงสำคัญเป็นอย่างยิ่ง หากเรามองในปัจจุบันแล้วภาคการท่องเที่ยวได้สร้างเม็ดเงินมหาศาลให้กับประเทศไทยเป็นอันดับต้น ๆ ของรายได้ทั้งหมดของประเทศ เพราะประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรมากมายภายในประเทศที่จะสร้างให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ อีกทั้งไม่ใช่เพียงแค่อำนาจที่เข้าประเทศหรือส่วนกลางเท่านั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังได้สร้างอาชีพให้กับประชากรทุกภาคส่วนด้วยกัน โดยเฉพาะในท้องถิ่นนั้น ๆ ทั้งส่วนของโรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้า เป็นต้น ดังนั้นการจับกระแสกลุ่มเป้าหมายของนักท่องเที่ยวต่าง ๆ ทุกกลุ่มเป้าหมายล้วนจึงมีความสำคัญเช่นกันที่จะช่วยสร้างให้มีรายได้เพิ่มเติมอีกช่องทางหนึ่ง และจะทำให้เพิ่มอาชีพให้กับประชาชนในประเทศไทยบางส่วนได้มากขึ้น จากข้อมูลที่กำลังมาทำให้เกิดแนวความคิดที่จะมองการตลาดของกลุ่มเป้าหมายที่มีความแปลกใหม่มากขึ้นหรือกลุ่มเป้าหมายที่ยังไม่เป็นกระแสมากนักในประเทศไทย ซึ่งหากเรานำความคิดนี้มาเริ่มต้นขึ้นใหม่ จะช่วยสร้างให้เกิดกระแสและถือว่าเป็นการพัฒนามุมมองการตลาดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ไทยในมุมมองกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ ได้อย่างแท้จริง

กลุ่มเป้าหมายใหม่ที่เรากำลังพูดถึงคือ “กลุ่มผู้พิการ” ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดที่ชัดเจนในมุมมองของการเจริญเติบโตในตลาดทุกการตลาดในโลกยุคนี้อย่างปฏิเสธได้ยาก เพราะกลุ่มผู้พิการมีนัยยะต่อการพัฒนาสังคมในด้านของความเท่าเทียมของคนพิการอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้และเนื่องจากจำนวนผู้ที่จดทะเบียนคนพิการในไทยมีจำนวนเกือบสองล้านคน ทำให้มองได้ว่า กลุ่มผู้พิการถือได้ว่าเป็นกลุ่มตลาดที่ใหญ่เช่นเดียวกันของคนในสังคมโลก อีกทั้งมีประเด็นสนใจของกลุ่มตลาดนี้คือ ความต้องการการพัฒนาด้านนวัตกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการมาตรฐาน การปรับปรุงสภาพแวดล้อม และการขนส่งสาธารณะ เพื่อรองรับการใช้ชีวิตและการมีส่วนร่วมในสังคมของคนพิการ ซึ่งมีลักษณะเอื้อต่อการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้สำหรับทุกคน รวมทั้งเพื่อให้มีสินค้าและบริการในราคาที่หาซื้อได้ในกลุ่มคนเหล่านี้ให้เกิดขึ้นได้อย่างแท้จริง (การสัมมนาวิชาการระดับชาติ ด้านคนพิการ ครั้งที่ 9, 2560) ซึ่งในการใช้ชีวิตประจำวันต่าง ๆ ของกลุ่มคนเหล่านี้ ล้วนหมายถึงกิจกรรมต่าง ๆ อันก่อให้เกิดความเท่าเทียมกันในสังคม การท่องเที่ยวจึงเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้ชีวิตของกลุ่มคนเหล่านี้มีสีสันและสร้างกำลังใจให้เกิดขึ้นในการดำเนินชีวิตต่อไปในทุก ๆ วัน การพัฒนาตลาดกลุ่มผู้พิการใน

มุมมองของด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงยังเป็นเรื่องที่ไม่ค่อยมีใครกล่าวถึงมากนักในปัจจุบัน ทั้ง ๆ ที่ตลาดนี้มีการใช้จ่ายเฉลี่ยสูงกว่า 10-15% เทียบกับค่าใช้จ่ายต่อวันของนักท่องเที่ยวทั่วไปซึ่ง อยู่ที่ 5,000 บาท (พิศักดิ์ชาวเชื้อ, 2559)

“กลุ่มผู้พิการ” จึงเป็นอีกกลุ่มที่น่าสนใจในการจะสร้างการรับรู้ถึงพฤติกรรมในมุมมองต่าง ๆ ที่จะเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้บริโภคผู้พิการ เพราะในปี พ.ศ. 2559 ที่ผ่านมากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในฐานะผู้รับผิดชอบหลักในการเป็นเจ้าภาพจัดงาน “World Tourism Day 2016” ที่ประเทศไทยนั้น ได้จัดงานขึ้นภายใต้แนวคิดรูปแบบที่ว่า “การท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล ส่งเสริมความสามารถในการเข้าถึงอย่างเท่าเทียม” (Tourism for All Promoting Universal Accessibility) ที่มาของแนวคิดดังกล่าวเป็นเพราะการมองเห็นถึงความสำคัญของการได้รับความเท่าเทียมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของผู้พิการที่มีจำนวนมากขึ้นทุก ๆ ปี กว่า 1 พันล้านคนทั่วโลกหรือร้อยละ 15 ของประชากร (MGR Online, 2560) รายละเอียดของงานเกิดจากการเล็งเห็นได้ว่าการกระแสของการท่องเที่ยวทั่วโลกกำลังจับตามองกลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพสูง เช่น กลุ่มผู้ที่เป็นผู้พิการอย่างจริงจังมากขึ้น เพราะกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ล้วนมีกำลังทรัพย์ที่มากพอจะใช้จ่ายกับการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี อีกทั้งในงานนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ชี้ถึงตลาดกลุ่มผู้พิการมีการเดินทางท่องเที่ยวค่อนข้างต่ำ เหตุผลหลักเพราะติดปัญหาความพร้อมของการเดินทางและแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นจึงตั้งเป้าหมายพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเรียบร้อยแล้ว และหลังการพัฒนาตลาดในประเทศไทยกลุ่มผู้พิการจะมีความต้องการเติบโตราว 5-10% ส่วนผู้ประกอบการการท่องเที่ยวได้เริ่มเล็งเห็นถึงศักยภาพของผู้พิการบ้าง จึงเน้นสถานที่ท่องเที่ยวที่เอื้อต่อคนพิการและผู้สูงอายุ ดังนั้นกลุ่มคนที่ต้องใช้ความช่วยเหลือพิเศษ โดยเฉพาะกลุ่มผู้พิการ นับว่าเป็นตลาดกลุ่ม ใหญ่ โดยประมาณการณ์ว่า จะมียอดใช้จ่ายในด้านการท่องเที่ยวมากกว่า 33,000 ล้านบาทต่อปี จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยในการเจาะตลาดลูกค้ากลุ่มนี้ และขณะนี้ผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวก็เริ่มขยับตัวปรับปรุงแนวทางการให้บริการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้บ้างแล้ว (SMARTNEWS ONLINE, 2559) สอดคล้องกับ ธีร ตรงจิตพิทักษ์ (2556) ที่ระบุว่า พฤติกรรมท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวประมาณ 1-3 ครั้งต่อปี มีค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง มากกว่า 4,000 บาท

ผู้วิจัยสังเกตได้ว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เน้นส่งเสริมโครงการการท่องเที่ยวสำหรับผู้พิการที่มีความบกพร่องทางด้านกายภาพทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นพิการทางการเคลื่อนไหว พิการทางการได้ยิน และพิการทางการมองเห็น เนื่องจากการท่องเที่ยวในส่วนของ

ประเทศไทยนั้นจะมีตัวปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคในการท่องเที่ยวล้วนมาจากด้านกายภาพทั้งหมด รวมถึงความไม่พร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวทำให้การท่องเที่ยวที่มีการใช้การเดินทางด้วย กายภาพเป็นหลักนั้นสร้างความยากลำบากให้ผู้พิการทางกายภาพมากกว่า และนอกจากนี้การที่การท่องเที่ยวของเราเน้นผู้พิการทางกายภาพนั้น มีผลมาจากการสนับสนุนทั้งภาครัฐและภาคเอกชนหลายภาคส่วน จะเห็นได้จากการจัดงานชื่อว่า “เมืองไทย เมืองอารยสถาปัตย์ การท่องเที่ยวไทย เพื่อคนทั้งมวล” โดยมีการเสวนาในหัวข้อ “วาระชาติ-ติวเข้มผู้นำเครือข่ายทูตอารยสถาปัตย์ประเทศไทย ครั้งที่ 1” และทูตอารยสถาปัตย์พบเมล็ดพันธุ์ใหม่ ปี 2559 โดยจะส่งเสริมในด้านการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการใช้งานต่อผู้พิการทางกายภาพมากกว่า ทำให้การเข้าถึงของผู้พิการทางกายภาพจะมีข้อจำกัดมากกว่าที่พิการทางจิตใจหรือทางสติปัญญาได้รับในการไปท่องเที่ยว ซึ่งทางจิตใจเราอาจจะเห็นไม่เป็นประจักษ์นักในทางสายตาทั่วไป (ประชาไท, 2559)

จากพลวัตทางสังคมทั้งหมดนี้ ล้วนทำให้เกิดแนวความคิดในการสร้างงานวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้พิการขึ้น ซึ่งจะเป็นความท้าทายในเรื่องของการตลาดและการสร้างแรงจูงใจต่อการซื้อสินค้าบริโภคในการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้พิการว่าจะได้ผลสรุปออกมาในทิศทางใด การศึกษาเรื่องแรงจูงใจจึงเป็นสิ่งที่ควรคำนึงถึง เพราะถือได้ว่าเป็นคำถามแรกของการต้องหาคำตอบในส่วนของการพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพื่อที่จะไปท่องเที่ยวที่ไหนสักแห่ง จากนั้นการเปิดรับข่าวสารเป็นลำดับถัดมาตามกระบวนการพฤติกรรมของการท่องเที่ยว ส่งผลมาที่การตัดสินใจในการท่องเที่ยว และรวมไปถึงรูปแบบลักษณะเฉพาะของการเดินทางท่องเที่ยวแง่มุมต่าง ๆ ของผู้พิการ

การวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของความเท่าเทียมของกลุ่มผู้พิการทางสังคมจากคนทั่วไปในสังคมว่าผู้พิการในสังคมยังต้องการการสร้างความสุขและกำลังใจจากการท่องเที่ยว อันเป็นวิถีชีวิตของมนุษย์ปกติทั่วไปเช่นเดียวกับคนทั่วไปเหมือนกัน งานวิจัยมุ่งค้นหาข้อมูลพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวและการสื่อสารเพื่อนำมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของผู้พิการในกลุ่มผู้พิการทางการมองเห็น ผู้พิการทางการได้ยินหรือการสื่อความหมาย และผู้พิการทางกายหรือการเคลื่อนไหวว่าจะมีแรงจูงใจ การเปิดรับข่าวสาร การตัดสินใจ รวมถึงพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้บริโภคผู้พิการ และลักษณะเฉพาะรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของผู้พิการเป็นอย่างไร ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดที่กำลังจะเติบโตในอนาคตอันใกล้ข้างหน้านี้ทั่วโลก และจะทำให้เราก้าวทันกระแสที่กำลังจะเกิดขึ้นได้อย่างแท้จริง นำไปสู่ปัญหานาวิจัยดังนี้

ปัญหานำวิจัย

แรงจูงใจ การเปิดรับข่าวสาร การตัดสินใจ พฤติกรรมการท่องเที่ยว และรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้พิการทางการมองเห็น การได้ยิน และการเคลื่อนไหวเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อสำรวจแรงจูงใจ การเปิดรับข่าวสาร การตัดสินใจ พฤติกรรมการท่องเที่ยว และรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้พิการทางการมองเห็น การได้ยิน และการเคลื่อนไหว

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจ การเปิดรับข่าวสาร การตัดสินใจ และรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของผู้พิการ” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจหรือเชิงปริมาณ ในรูปแบบของการวัดผลครั้งเดียว โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลโดยมีรายละเอียด และมีการกำหนดแนวทางรวมถึงขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

ประชากร

จากข้อมูลสถิติรายงานการดำเนินงานจดทะเบียนคนพิการทั่วประเทศ เดือนสิงหาคม 2560 ของกรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พบว่า จำนวนกลุ่มเป้าหมายทั้งความพิการทางการมองเห็น ความพิการทางการได้ยินและสื่อความหมาย ความพิการทางการเคลื่อนไหวหรือทางร่างกาย มีจำนวนรวมมากที่สุดสามอันดับแรกในจำนวน 7 ประเภท คือ จำนวนประมาณ 1,392,844 คน ทำให้กลุ่มสามกลุ่มอันดับแรกในการเจาะกลุ่มตลาดมีมากที่สุดในกลุ่มผู้พิการของประเทศไทย เนื่องจากการนำประชากรมาศึกษาเราจะต้องใช้กลุ่มตัวอย่างแทนเราจึงได้นำมาคำนวณ

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้พิการทางการมองเห็น ผู้พิการทางการได้ยินหรือการสื่อ ความหมาย และผู้พิการทางกายหรือการเคลื่อนไหว จากข้อมูลสถิติรายงานการดำเนินงานจดทะเบียนคนพิการทั่วประเทศ เดือนมิถุนายน 2560 ของกรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พบว่า จำนวนกลุ่มเป้าหมาย ทั้งความพิการทางการมองเห็น ความพิการทางการได้ยินและสื่อความหมาย ความพิการทางการเคลื่อนไหวหรือทางร่างกาย มีจำนวน

ประมาณ 1,392,844 คน เมื่อใช้สูตรคำนวณของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1967) จะได้ทั้งหมด 399.89 คน

เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยให้มีกลุ่มผู้พิการทั้งสามประเภทจากสัดส่วนสามสัดส่วน ได้แก่ ความพิการทางการมองเห็น ความพิการทางการได้ยินและสื่อความหมาย ความพิการทางการเคลื่อนไหวหรือทางร่างกาย ซึ่งจากจำนวนผู้พิการทางการมองเห็นต่อความพิการทางการได้ยินและสื่อความหมายต่อความพิการทางการเคลื่อนไหวหรือทางร่างกาย เป็นเท่ากับ 2 : 3 : 9 จากจำนวนเต็มทั้งหมด 1,392,844 คน หากเราต้องการประมาณ 399.89 = 400 คน เราจะต้องได้สัดส่วน 1 = 28 ดังนั้นจะได้สัดส่วนจำนวนที่หาแต่ละกลุ่มตัวอย่างแต่ละประเภทคือ 58 : 87 : 261 สามารถทำเป็น จำนวนเต็มได้ คือ 60 : 90 : 265 รวมทั้งหมด 415 ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 415 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ใช้การสุ่มโดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ใช้วิธีการสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยขั้นตอนการสุ่มมีการลงไปพื้นที่ไปยังที่มีผู้พิการอาศัย ตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เราเห็นว่า มีผู้พิการชอบไปเที่ยว รวมถึงสมาคมผู้พิการทุกภาคส่วน ตั้งแต่สมาคมของทั้งสามประเภทผู้พิการ สมาคมคนพิการแห่งประเทศไทย และสมาคมคนพิการกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งจะใช้ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับผู้พิการแต่ละประเภทในการช่วยเป็นล่าม ทั้งการอ่านออกเสียง และใช้ภาษามือ เพื่อแปลแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างแต่ละประเภทตอบแบบสอบถามได้อย่างสะดวกและถูกต้อง นอกจากนี้ยังจัดทำเป็นแบบสอบถามเป็นแบบออนไลน์ หากผู้พิการที่สามารถเข้าถึงโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ได้ ซึ่งจะได้การสุ่มที่หลากหลาย โดยจะเก็บข้อมูลในช่วงเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2561

แบบสอบถามที่สร้างขึ้นมีลักษณะคำถามแบบปลายปิด โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถาม เป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้พิการ

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจท่องเที่ยว

ส่วนที่ 5 รูปแบบการท่องเที่ยวของผู้พิการ

ส่วนที่ 6 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้พิการ

การตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจึงต้องทำการทดสอบเพื่อตรวจสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

โดยความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบโดยอาจารย์ที่ปรึกษาเป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือวัดในเรื่องของข้อความและภาษา เพื่อนำไปปรับปรุงและแก้ไข จากนั้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านการท่องเที่ยว 1 คน และผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานผู้พิการ 2 คน เป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง เพื่อนำมาแก้ไข หลังจากแก้ไขแบบสอบถามจนสมบูรณ์แล้วนั้น จึงนำไปทดสอบ (pilot) กับกลุ่มตัวอย่างผู้พิการที่มีคุณสมบัติตรงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

ส่วนค่าความเชื่อมั่น (Reliability) หาได้จากคำตอบในการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจากการทดสอบ (pilot) โดยการใช้การตรวจสอบภายในส่วนของการวัดตัวแปรแบบประเมินค่านั้น ๆ จะใช้วิธีการวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) ด้วยการวัดหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient) และนำแบบสอบถามมาปรับแก้ไข ก่อนนำไปใช้ในการวิจัยจริง

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามครบทั้งสิ้น 415 ชุด จึงได้ทำการแปลงผลข้อมูลวิจัย เพื่อทำการลงรหัส (coding) และประมวลผลของข้อมูลด้วยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ เนื่องจากงานวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ผลข้อมูลด้วยการใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequencies) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย

(Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) สำหรับการวิเคราะห์หัตถ์แปร ได้แก่ ข้อมูลทางลักษณะทางประชากร ข้อมูลพฤติกรรมทางท่องเที่ยว แรงจูงใจในการท่องเที่ยว การเปิดรับ ข้อมูลข่าวสาร การตัดสินใจท่องเที่ยว และรูปแบบการท่องเที่ยวของผู้พิการ

ผลการวิจัย

จากการเก็บแบบสอบถามเบื้องต้น ทำให้ได้ผลการวิจัยในเรื่องของงานวิจัยชิ้นนี้ ดังนี้

ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

จากการที่ได้แบ่งสัดส่วนทั้งหมดออกเป็นสามกลุ่ม ตามที่เราได้กำหนดมาจะทำให้เกิดการจำแนก คือ ผู้พิการทางการมองเห็น ทั้งตาบอดและเลือนราง จำนวน 60 คน ผู้พิการทางการได้ยิน ทั้งหูหนวกและหูตึง จำนวน 90 คน ผู้พิการทางการเคลื่อนไหว (ทางกาย) จำนวน 265 คน

โดยแบ่งเป็น เพศชายมากกว่าเพศหญิง ซึ่งในจำนวนนี้มีอายุระหว่าง 18 – 25 ปี มากที่สุด มีสถานภาพการสมรสคือ ยังเป็นโสดมากที่สุด มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า และมีอาชีพเป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษามากที่สุด และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มากที่สุด

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยจำแนกแรงจูงใจในการท่องเที่ยวออกเป็นสองกลุ่ม ได้แก่ แรงจูงใจแบบปัจจัย ผลักดัน และแรงจูงใจแบบปัจจัยดึงดูด ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจแบบปัจจัยผลักดันในระดับมากในทุกด้านของแรงจูงใจแบบปัจจัยผลักดัน รวมถึงแรงจูงใจแบบปัจจัยผลักดันภาพรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งพอแยกออกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างผู้พิการแต่ละกลุ่มทั้งสามกลุ่มแล้วนั้น แรงจูงใจแบบปัจจัยผลักดันที่ต้องการอยากไปเที่ยวอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน

ส่วนแรงจูงใจแบบปัจจัยดึงดูด เป็นอีกแรงจูงใจที่ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจแบบปัจจัยดึงดูดซึ่งวัดได้ว่าอยู่ระดับมาก เมื่อแยกออกมาเป็นแต่ละด้านแล้วอยู่ในระดับที่มากเหมือนกัน ซึ่งพอแยกออกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างผู้พิการแต่ละกลุ่มทั้งสามกลุ่มแล้วนั้น แรงจูงใจแบบปัจจัยดึงดูดที่ต้องการอยากไปเที่ยวอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน

การเปิดรับข่าวสารในการท่องเที่ยว

งานวิจัยนี้แบ่งการเปิดรับข่าวสารในการท่องเที่ยวทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ แหล่งข้อมูลเนื้อหา และช่องทาง ซึ่งความถี่ในการเปิดรับข่าวสารในส่วนของแหล่งข้อมูลนั้น อยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด ในขณะที่แหล่งข้อมูลจากบุคคลอื่นที่ต้องสอบถามจากคนที่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับความถี่การเปิดรับระดับน้อย ๆ ซึ่งพอแยกออกมาเป็นแต่ละกลุ่มตัวอย่างสามกลุ่มนั้น

ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวของผู้พิการในแหล่งข้อมูลนั้น ผู้พิการทางการมองเห็นและผู้พิการทางการได้ยิน มีความถี่อยู่ระดับปานกลาง ในขณะที่ผู้พิการทางการเคลื่อนไหว ด้านของแหล่งข้อมูลที่มาจากตัวนักท่องเที่ยวและบุคคลอื่น มีความถี่อยู่ในระดับน้อย ๆ

ส่วนเนื้อหาการท่องเที่ยว ภาพรวมของการเปิดรับเนื้อหาการท่องเที่ยวนั้น มีความถี่อยู่ในลักษณะ ปานกลางทั้งหมด ซึ่งพอแยกออกมาแต่ละกลุ่มตัวอย่างทั้งสามกลุ่มแล้ว ทั้งผู้พิการทางการมองเห็นและผู้พิการทางการได้ยิน มีระดับความถี่ในการเปิดรับข่าวสารในส่วนขอเนื้อหาที่มีระดับความถี่ปานกลาง ในขณะที่ผู้พิการทางการเคลื่อนไหวในทุกด้านมีความถี่ระดับปานกลาง แต่มีเพียงด้านการเดินทางและที่พักที่มีความถี่การเปิดรับระดับน้อย ๆ

ส่วนการเปิดรับสื่อผ่านช่องทางต่าง ๆ นั้นล้วนมีความถี่ลักษณะระดับปานกลาง แต่มีบางด้านช่องทางที่มีการเปิดรับผ่านช่องทางนี้บ่อย ๆ คือ ช่องทางทางบุคคล และมีช่องทางสื่อที่แทบจะไม่ใช้เลยหรืออยู่ในระดับนาน ๆ ครั้ง คือช่องทางสื่อเฉพาะกิจ หากแยกส่วนของช่องทางตามกลุ่มผู้พิการแล้วนั้น ช่องทางภาพรวมของกลุ่มที่พิการทางการมองเห็น คืออยู่ในระดับนาน ๆ ครั้งที่จะเปิดรับช่องทางสื่อ แต่ก็มีด้านช่องทางทางบุคคลที่มีระดับความถี่ปานกลางที่คนพิการทางการมองเห็นใช้บ่อยกว่าภาพรวมอื่นของกลุ่มตนเอง ส่วนการจำแนกตามช่องทางของผู้พิการทางการได้ยินนั้นอยู่ในระดับความถี่ปานกลางทั้งหมด และผู้พิการทางการเคลื่อนไหวภาพรวมของเนื้อหาที่อยู่ในระดับปานกลางของการที่จะเปิดรับสื่อ แต่มีด้านช่องทางทางบุคคลที่ผู้พิการทางการเคลื่อนไหวจะใช้ในระดับความถี่น้อย ๆ

การตัดสินใจการท่องเที่ยวของผู้พิการ

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการตัดสินใจของกลุ่มผู้พิการทั้งหมดนั้นมีลักษณะการตัดสินใจที่มีการวางแผนไว้ล่วงหน้าอยู่ในระดับมาก ส่วนการตัดสินใจที่มีการวางแผนไว้ล่วงหน้าบางส่วนและไม่ได้มีการวางแผนไว้ล่วงหน้านั้นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อแยกออกมาทีละกลุ่มของผู้พิการทั้งหมดสามกลุ่มพบว่า ทั้งสามกลุ่มมีการตัดสินใจที่มีการวางแผนไว้ล่วงหน้ามีในระดับมากทั้งสามกลุ่มผู้พิการ และมีการตัดสินใจที่มีการวางแผนไว้ล่วงหน้าบางส่วน และการตัดสินใจที่ไม่มีการวางแผนไว้ล่วงหน้าอยู่ในระดับปานกลางทั้งสามกลุ่มผู้พิการ

รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของผู้พิการ

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มผู้พิการของทั้งสามกลุ่มโดยภาพรวมแล้ว ลักษณะการท่องเที่ยวจะชอบเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เช่น น้ำตก ทะเล ถ้ำ สวนเกษตร เป็นต้น รองลงมาคือรูปแบบการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม เช่น การชมแหล่งประวัติศาสตร์ ชมวัฒนธรรม และประเพณี และชมวิถีชีวิตในชนบท และลำดับถัดมาจะ

เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเฉพาะความน่าสนใจของแต่ละคน ได้แก่ เป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบบำเพ็ญประโยชน์ รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กีฬา ผจญภัย และรูปแบบการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ฟาร์มสเตย์ ตามลำดับ ซึ่งทั้งสามรูปแบบกลุ่มหลังนี้มีความใกล้เคียงในเรื่องของการตอบที่ต่างกันเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้พิการ

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้พิการทั้งสามกลุ่มมีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศต่อปีประมาณ 1-2 ครั้งต่อปี มีจำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวต่อหนึ่งครั้ง คือ ประมาณ 2 วัน ซึ่งจะเป็นแบบนี้ในผู้พิการทางการได้ยินและผู้พิการทางการเคลื่อนไหว แต่สำหรับผู้พิการทางการมองเห็นจะใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 3-4 วัน มากกว่าผู้พิการกลุ่มอื่น ๆ ช่วงเวลาที่ใช้เดินทางท่องเที่ยวประจำคือ วันหยุดสุดสัปดาห์ ไม่เว้นเสาร์อาทิตย์ ก็เป็นวันหยุด นักชัตตฤกษ์ ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว ภาพรวมจะอยู่ที่ 1,000 – 3,000 บาท ในขณะที่ผู้พิการทางการมองเห็น จะใช้จ่ายมากที่สุดในระหว่าง 3,000 – 6,000 บาท ซึ่งแตกต่างจากผู้พิการกลุ่มอื่น ๆ มีพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยวบ่อยที่สุด คือ รถยนต์ส่วนตัว ในการเดินทางแต่ละครั้งจะเดินทางกับครอบครัวบ่อยที่สุด และไม่มีผู้ช่วยส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยว มากกว่ามีผู้ช่วยส่วนตัว ซึ่งผลของการมีผู้ช่วยและไม่มีผู้ช่วยส่วนตัวมีค่าใกล้เคียงมาก แต่ผู้พิการทางการมองเห็นต้องการผู้ช่วยมากที่สุด มีการจัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเองทุกครั้งที่ไม่เที่ยว ภูมิภาคที่เลือกเดินทางบ่อยที่สุด คือ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออก ตามลำดับ

กลุ่มผู้พิการในระหว่างการท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่มักจะทำหลากหลายด้วยกัน ทั้งถ่ายภาพขณะท่องเที่ยว ซื้อของฝากของที่ระลึก และมักจะแจ้งข่าวกลับบ้านทุกครั้งเมื่อมาท่องเที่ยว บางครั้งก็มีการเช็คอินสถานที่ท่องเที่ยวด้วย และมีการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการบ้าง

ส่วนกลุ่มผู้พิการหลังจากกลับมาจากการเดินทางท่องเที่ยวมักจะมีพฤติกรรมหลากหลายด้วยกัน ทั้งการเก็บรวบรวมภาพถ่ายที่ได้จากการท่องเที่ยว รวมถึงมีการโพสต์ภาพย้อนหลังบ้างหลังจากกลับมาแล้ว มีการเล่าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่อำนวยความสะดวกที่ดีให้แก่ผู้พิการท่านอื่น ๆ ฟัง อีกทั้งยังมีการทบทวนถึงปัญหาที่พบเพื่อนำกลับไปพิจารณาในการท่องเที่ยวครั้งต่อไป

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า แรงจูงใจของผู้พิการทั้งทางการมองเห็น การได้ยิน และการเคลื่อนไหวนั้น ถือได้ว่ามีลักษณะไม่ต่างจากคนทั่วไป คือมีความต้องการที่จะท่องเที่ยวในระดับที่มาก เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของตัวเองทุกด้าน สอดคล้องกับเกษวดี พุทธภูมิพิทักษ์ (2553) ที่ศึกษาเรื่อง ประสบการณ์การท่องเที่ยวของผู้พิการไทย ที่ว่าผู้พิการต้องการอิสรภาพในการเดินทางท่องเที่ยวเหมือนกับคนอื่น ๆ และจะมีแรงจูงใจพิเศษเกิดขึ้นมา โดยเฉพาะความต้องการให้เกิดความเท่าเทียมขึ้น สอดคล้องกับผลวิจัยที่ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจแบบปัจจัยผลักดันด้านการพัฒนาตนเอง มีค่าสูงที่สุดกว่าด้านอื่น ๆ เพื่อเป็นการชี้ให้เห็นว่า ผู้พิการก็มีความอยากเที่ยวเช่นกัน และต้องการแสดงศักยภาพให้เห็นว่าใคร ๆ ก็ไปเที่ยวได้ ไม่เพียงแต่แรงจูงใจที่เป็นแบบปัจจัยผลักดันที่ผู้พิการอยากจะเที่ยวเพราะเกิดแรงจูงใจจากตัวเราเองเท่านั้น แต่แรงจูงใจแบบปัจจัยดึงดูดนั้นก็มีความต้องการสูงที่ทำให้เกิดความรู้สึกอยากเที่ยวขึ้นมา โดยปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงคมนาคม รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ Dann (1977) ที่กล่าวว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนั้นมีปัจจัยดึงดูดมาจากจุดหมายปลายทางที่จะไปเที่ยวด้วย ซึ่งหมายถึงสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่อยู่ล้อมตัวเราเองในตัวผู้พิการ สิ่งอำนวยความสะดวกก็ถือว่ามีความสำคัญมากเช่นกัน หากสถานที่แห่งนั้นมีสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมกับผู้พิการก็จะเป็นแรงจูงใจให้ผู้พิการอยากไปจุดหมายปลายทางนั้น

จากนั้นเมื่อผู้พิการมีแรงจูงใจมากขึ้น เราก็จะมีความต้องการมากขึ้น สอดคล้องกับทฤษฎีของ Maslow (1954) ที่ชื่อว่า Maslow's hierarchy of human needs ซึ่งแรงจูงใจต่าง ๆ คือปัจจัยที่ทำให้เกิดความต้องการ และนั่นคือการต้องการไปท่องเที่ยว แต่ด้วยการเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ ที่เข้าถึงอาจจะยากหรือเข้าใจไม่ค่อยมีประสิทธิภาพที่เหมาะสม ทำให้การเปิดรับแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว เนื้อหาการท่องเที่ยว และช่องทางบางด้าน มีความยากและมีระดับความถี่เพียงแคปานกลางเท่านั้น สอดคล้องกับงานวิจัย มนฤดี ทองกลอย (2553) เรื่อง การเข้าถึงสื่อมวลชนของเยาวชนพิการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่กล่าวว่า เยาวชนที่พิการจะมีปัญหาในเรื่องของเสียงโทรทัศน์ที่ไม่ชัด และตัวอักษรวิ่งบางครั้งก็เร็วและเล็ก ทำให้อ่านไม่ทันและไม่ชัดเจน ซึ่งเป็นการมีปัญหามุมมองของสื่อมวลชนต่าง ๆ แต่เป็นที่น่าสนใจว่า การเปิดรับสื่อของผู้พิการในงานวิจัยนี้ มีการเปิดรับสื่อผ่านตัวของนักท่องเที่ยวเอง ที่มาจากประสบการณ์ของตัวเองและบุคคลอื่นที่เป็นคนใกล้ชิด จะมีความถี่ระดับบ่อย ๆ ต่างจากสื่อมวลชนทั้งหลายที่อาจจะไม่ค่อยเข้าใจ หรือความยากของอุปกรณ์ในการสื่อสารกัน ทำให้คน

ใกล้ชิดกลายเป็นสิ่งที่ช่วยในการหาข้อมูลท่องเที่ยวได้ง่ายสำหรับผู้พิการ นอกจากนี้การที่เปิดรับสื่อผ่านตัวบุคคลอื่นมากกว่าช่องทางอื่นนั้นนอกจากมีความสะดวกก็ยังมีความน่าเชื่อถือมากกว่าอีกด้วย เพราะมีการสอบถามจากคนใกล้ชิดที่ผู้พิการสัมผัสและได้ตอบได้ สอดคล้องกับภพพรหมินทร์ วโรตม์วัฒนานนท์ กล่าวว่า การสื่อสารแบบปากต่อปากหรือจากคนใกล้ชิดนั้นเป็นการสื่อสารแบบมีพลังและมีน้ำหนักในการสร้างความน่าเชื่อถือมากกว่าโฆษณาในรูปแบบอื่น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้เราเห็นถึงกระบวนการการเปิดรับข่าวสารที่ชัดเจนมากขึ้นของกลุ่มผู้พิการ

เมื่อได้ข้อมูลการท่องเที่ยวมาเรียบร้อยแล้ว สิ่งต่อไปคือการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าผลการวิจัยการตัดสินใจท่องเที่ยว นั้น ผู้พิการส่วนใหญ่จะเลือกที่จะวางแผนการเดินทางไว้ล่วงหน้าก่อน อาจจะเป็นด้วยเพราะข้อจำกัดของร่างกาย สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาภรณ์ ประสงค์ทัน (2560) เรื่อง การศึกษาข้อจำกัดทางการท่องเที่ยวและความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวของคนพิการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่กล่าวว่า ข้อจำกัดเชิงโครงสร้างเป็นอุปสรรคแรกในการท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งเหล่านี้เองเป็นจุดที่ทำให้เกิดการวางแผนการตัดสินใจไว้ล่วงหน้าก่อนที่จะออกเดินทางท่องเที่ยวแทบทุกครั้งของผู้พิการ ซึ่งตรงกับผลการวิจัยที่เกิดขึ้น

จากนั้นเมื่อตัดสินใจไปเที่ยวได้แล้วเราก็จะต้องมีการเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวซึ่งสิ่งที่เราได้ คือผู้พิการชอบเที่ยวในลักษณะเชิงธรรมชาติ เป็นพวกป่าไม้ ภูเขา น้ำตก ทะเล สอดคล้องกับงานวิจัยของธีร ตรงจิตพิทักษ์ (2556) ที่กล่าวว่าผู้พิการทางการเคลื่อนไหวมักจะชอบการท่องเที่ยวรูปแบบธรรมชาติ ซึ่งรูปแบบธรรมชาติจะมีความสวยงามและลึกลับ มีความเข้าไปถึงยาก เป็นอุปสรรคที่จะทำให้เราอยาก เข้าไปต่อให้มีอุปสรรคด้านร่างกาย สอดคล้องกับงานวิจัยของปัทมอร เสี่ยงแดง (2552) ที่พบว่า คนพิการทางการเคลื่อนไหวมีความต้องการจะเที่ยวถึงแม้จะเข้าถึงแห่งนั้นยาก เพราะไปเพื่อประกาศและอยากระบุตัวตน ว่ายังมีคนกลุ่มนี้ที่ต้องการมาในสถานที่แห่งนี้

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้พิการมีการท่องเที่ยวอยู่ในช่วง 1-2 ครั้งต่อปี ซึ่งเป็นระดับที่ถือว่าไม่มากนัก มีจำนวนวันในการเดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มผู้พิการไม่เท่ากัน คือ จำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวต่อหนึ่งครั้ง ประมาณ 2 วัน ซึ่งจะเป็นแบบนี้ในผู้พิการทางการได้ยินและผู้พิการทางการเคลื่อนไหว แต่ผู้พิการทางการมองเห็นจะใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 3-4 วัน ซึ่งมากกว่า สอดคล้องกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวที่ผู้พิการทางการได้ยินและผู้พิการทางการเคลื่อนไหวจะใช้จ่ายอยู่ที่ 1,000 - 3,000 บาท ในขณะที่ผู้พิการทางการมองเห็นจะใช้จ่ายมากที่สุดในช่วงที่ 3,000 - 6,000 บาท มีการใช้พาหนะคือรถยนต์ส่วนตัวส่วนใหญ่ ใช้

เวลาเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ไม่มีผู้ช่วยส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่ามีผู้ช่วยส่วนตัว แต่จำนวนผลการวิจัยยังไม่แตกต่างกันนัก แสดงว่าการมีผู้ช่วยหรือไม่มีอยู่ที่ความเหมาะสมของแต่ละบุคคล ซึ่งผู้พิการทางการเมืองเห็นต้องการผู้ช่วยมากที่สุด อาจจะด้วยอุปสรรคทางการเมืองทำให้ต้องมีผู้ช่วยในการเดินทางท่องเที่ยว โดยมักจะจัดการการท่องเที่ยวด้วยตัวเองแทนที่จะไปกับบริษัททัวร์ อาจจะด้วยอุปสรรคทั้งความพิการและอุปสรรคต่อครอบครัวข้างจึงเลือกเดินทางจัดการด้วยตัวเอง น่าจะมีความคล่องตัวกว่า ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวของบริษัททัวร์อาจจะยังไม่ตอบสนองความเหมาะสมของผู้พิการ และภูมิภาคที่เดินทางบ่อยคือ ภาคกลาง อาจจะด้วยสภาพแวดล้อมและความสะดวกของสถานที่ทำให้ผู้พิการเลือกภาคกลางกันส่วนมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของธีร ตรังจิตพิทักษ์ (2556) และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาภรณ์ ประสงค์ทัน (2560) ที่ระบุว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยว ประมาณ 1-3 ครั้งต่อปี มีการใช้พาหนะคือรถยนต์ และเดินทางช่วงวันหยุด ตลอดจนการเดินทางพฤติกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างนั้นก็จะเป็นไปตามยุคสมัย โดยผู้พิการมักจะกระทำดังนี้ มีการถ่ายภาพ มีการเช็คอิน มีการอัปเดต มีการถ่ายคลิป เป็นต้น ส่วนการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการมีการใช้บ้าง หากที่สถานที่นั้นมีและก็ยังเป็นความต้องการอันดับต้น ๆ ของการไปท่องเที่ยวของผู้พิการในปัจจุบันแต่อาจจะหายาก ซึ่งการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้เหมาะกับผู้พิการต่างเป็นกลยุทธ์ที่ดีอีกวิธีที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถชักนำผู้บริโภคได้มากขึ้น สอดคล้องกับธนิศา แสงงพรรคที่กล่าวว่า การสร้างเอกลักษณ์และความโดดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรมและที่พักจะช่วยดึงดูดผู้บริโภคได้มากขึ้น

ส่วนพฤติกรรมหลังการเดินทางท่องเที่ยวผู้พิการมักจะเก็บรวบรวมภาพถ่าย และอาจจะมีการโพสต์ภาพย้อนหลังบ้าง และผู้พิการก็จะกลับมาเล่าถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่อำนวยความสะดวกที่ดีให้แก่ผู้พิการท่านอื่นฟังด้วย โดยเน้นเล่าแต่สิ่งที่ดีเสียส่วนมาก ซึ่งอาจจะเพราะความยากลำบากในการเดินทางข้อมูลที่ดีจึงจำเป็นในการช่วยให้ตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่ง่ายขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยที่การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวมีการเปิดรับผ่านบุคคลใกล้ชิดมากที่สุด ซึ่งน่าจะเป็นการเล่าให้ฟังผ่านผู้พิการด้วยกันตามผลการวิจัยที่เกิดขึ้น อีกทั้งผู้พิการยังมีการทบทวนถึงปัญหาเพื่อนำกลับไปพิจารณาในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งต่อไป สอดคล้องกับการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้าซึ่งต้องใช้เวลาและข้อมูล เพื่อการไตร่ตรองที่ดีในการท่องเที่ยวหนึ่งครั้ง แต่ทั้งนี้ผู้พิการทางการเมืองมักจะเล่าสถานที่ท่องเที่ยวที่อำนวยความสะดวกที่ดีให้แก่ผู้พิการท่านอื่น ๆ ฟังมากกว่าเลือกจะเก็บภาพถ่าย โดยมีความ

ต่างจากกลุ่มสองกลุ่มที่จะเก็บรวบรวมภาพถ่ายมากกว่าการเล่าให้ผู้ฟัง อาจจะด้วยความต่างในอุปสรรคที่ทำให้การถ่ายทอดให้แก่ผู้อื่นแตกต่างกันและไม่เหมือนกันในแต่ละกลุ่มผู้พิการอื่น โดยข้อมูลพฤติกรรมต่าง ๆ นี้จะช่วยให้ทั้งภาครัฐและเอกชนทราบ เพื่อจะนำไปปรับปรุงแก้ไขให้เกิดประโยชน์ เพราะข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีความสำคัญกับทุกภาคส่วนที่จะนำไปกำหนดนโยบายและ กลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างดีสอดคล้องกับพงษ์สวัสดิ์และแก้วตา (2557) ที่พูดถึงการกำหนดวางแผนกลยุทธ์ให้ตรงกับเป้าหมาย ซึ่งจะเป็นการดีต่อทุกภาคส่วนทั้งหมด เพื่อการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า กลุ่มผู้พิการมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยว บ่งชี้ว่าเป็นกลุ่มที่ควรได้รับการสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยว แต่อุปสรรคคือ ความพิการ ซึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวควรจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เฉพาะสำหรับคนพิการให้ครบถ้วนสมบูรณ์ ประกอบกับยังไม่มีช่องทางข่าวสารที่เฉพาะสำหรับผู้พิการ ดังนั้นภาครัฐควรกำหนดนโยบาย และมีการดำเนินงานส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้พิการอย่างจริงจัง ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและช่องทางการเปิดรับข่าวสารโดยเฉพาะตามหลักของสากล นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงผู้พิการในประเภทต่าง ๆ ซึ่งมีโอกาสเป็นกลุ่มเป้าหมายการตลาดในอนาคต ดังนั้นควรพิจารณาจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว เพื่อผู้พิการอย่างจริงจังและให้เหมาะสมต่อผู้พิการที่เดินทางท่องเที่ยวอย่างแท้จริง

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- การสัมมนาวิชาการระดับชาติ ด้านคนพิการ ครั้งที่ 9. (2560). *การสัมมนาวิชาการระดับชาติ ด้านคนพิการ ครั้งที่ 9*, 22 กุมภาพันธ์ 2561. <http://www.rs.mahidol.ac.th/ncpd-2017/index.php>
- เกษวดี พุทธิภูมิพิทักษ์ . (2553). *ประสบการณ์การท่องเที่ยวของผู้พิการในประเทศไทย*. พิษณุโลก :มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ธนิศา แสงวรรณ. (2560). แรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูล และการตัดสินใจท่องเที่ยว ภายในประเทศของผู้บริโภคหญิงโสดวัยทำงาน. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ* นิด้า, 3(2), 61-70.

- ธีร์ ตรงจิตพิทักษ์. (2556). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวใน กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ประชาไท. (2559). เผยไทยมุ่ง 'ออกแบบเพื่อทุกคน' ส่งเสริมเข้าถึงท่องเที่ยวเท่าเทียม, 22 กุมภาพันธ์ 2561. <https://prachatai.com/journal/2016/07/66636>
- ปัทมอร เล็งแดง. (2552). การท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในสังคมไทย. (ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- พงษ์สวัสดิ์ สวัสดิวัตน์ และแก้วตา โรหิตร์ตนะ. (2557). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอาเซียนและแนวคิดระบบข้อมูลในโซ่อุปทาน. กรุงเทพฯ : สุมนปับลิจซิง.
- พิกัดขาวเข้า. (2559). ประชุมท่องเที่ยวโลก ไทยชูท่องเที่ยวเท่าเทียม ดันรายได้, 22 กุมภาพันธ์ 2561. <http://www.now26.tv/view/88938/ประชุมท่องเที่ยวโลก-ไทยชูท่องเที่ยวเท่าเทียม-ดันรายได้.html>
- ภพพรหมินทร์ วโรตม์พัฒนานนท์. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากในยุคดิจิทัล. วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิด้า, 1(1), 86-100.
- มนฤดี ทองกลอย. (2551). การเข้าถึงสื่อมวลชนของเยาวชนพิการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน. (2560). การศึกษาข้อจำกัดทางการท่องเที่ยวและความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวของคนพิการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 20(มกราคม-ธันวาคม 2560), 298-312.
- MGR Online. (2560). ตลาดการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เงินสะพัดร่วม 2 แสนล้านบาท, 22 กุมภาพันธ์ 2561. <https://today.line.me/th/pc/article/ตลาดการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ+เงินสะพัดร่วม+2+แสนล้านบาท-a0df017d6f2afbc17a72d80eaa7cf99e5076a3ad8e92a8d4ffed49bb5d9cebb>
- SMARTNEWS ONLINE. (2559). รายงานพิเศษ. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวไทยมุ่งตลาดคนพิการ-ผู้สูงอายุ, 22 กุมภาพันธ์ 2561. http://true4u.truelife.com/index.php?name=smartnews&action=detail&news_id=56

ภาษาอังกฤษ

Dann, G. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals Of Tourism Research*, 4(4), 184-194.

Maslow, A. H. (1954). *Motivation and Personality*, NY: Harper.

Yamane, Taro. (1967). *Statistics, An Introductory Analysis, 2nd ed.*, New York : Harperand Row.