

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ จังหวัดอุบลราชธานี

Factors Influencing Senior Citizens' Travel Choices Ubon Ratchathani Province

¹สุพัตรา จันทนะศิริ,²จรูญ ชำนาญไพร,³ทิพย์ลาวัลย์ แก้วนิล,⁴กวีพงษ์ หิรัญสี และ ⁵เอกรินทร์ ช่วยนุกุล
¹Supatra Chantanasi, ²Jaroon Chamnanprai³Tiplawan Kaewnin ⁴Kaweephong Hirankasi and
⁵Ekarin Chuaynakul

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Faculty of Business, Bangkokthonburi University, Thailand.

¹supatra.cha@bkkthon.ac.th, ²jaroon.cham@hotmail.com, ³Ktiplawan@gmail.com, ⁴Kaweehirun@gmail.com,
⁵business@bkkthon.ac.th

Received February 9, 2023; Revised May 23, 2023; Accepted May 28, 2023

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ 3) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลจะมีผลต่อการให้ความสำคัญขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว การวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ Snowball Technique กลุ่มตัวอย่างคือผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอุบลราชธานีและนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีที่มีอายุ 55 ปี ขึ้นไป จำนวน 60 คน วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมทางสังคมศาสตร์เพื่อหาค่า Chi-Square Test ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าลำดับ ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง มีอายุเฉลี่ย 65 ปี เป็นเพศหญิง มีรายได้ปานกลางถึงรายได้สูง แหล่งรายได้ที่ใช้ในการท่องเที่ยว คือ ทำงานประจำและบำนาญของรัฐบาล ด้านสุขภาพมีปัญหาเพียงเล็กน้อย เหตุผลที่ไปท่องเที่ยวคือต้องการพักผ่อน ด้านพฤติกรรมพบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุเลือกสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตัวเอง โดยใช้ข้อมูลจากเพื่อน และสื่อต่าง ๆ ในโซเชียลมีเดียในการตัดสินใจ ส่วนใหญ่จะเดินทางไปกับครอบครัว โดยรถยนต์ส่วนตัวในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งจะซื้อของฝากประเภทของกินที่ขึ้นชื่อของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ 2) ด้านการศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ พบว่า ระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อรูปแบบการเดินทาง 3) ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการให้ความสำคัญขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวอย่างไร พบว่าลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ ระดับช่วงอายุ รายได้ และสุขภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญในแต่ละขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

คำสำคัญ: นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ.; การตัดสินใจ; จังหวัดอุบลราชธานี

Abstract

This article aimed to study 1) investigate the relationship between demographic factors, personal factors and elderly tourists' travel behavior; 2) investigate the relationship between personal characteristics and elderly tourists' travel behavior; and 3) investigate the individual factors that influenced the significance of the various elements of tourist attractions. In-depth interviews and Snowball Technique-selected samples were used in this qualitative research. The samples included 60 senior citizens who visited Ubon Ratchathani Province and senior citizens who resided in Ubon Ratchathani Province aged 55 years or older. To determine the Chi-Square Test, frequency, percentage, mean, standard deviation, and priority value, statistical data were examined using the SPSS program. The investigation's findings were as follows: 1) In terms of demographics, the subjects were female, with a median age of 65, and they came from a middle-class background. Regular employment and government pensions were the main sources of funding. In terms of health, there were few health issues among older vacationers. They went on vacation because they wanted to unwind. In terms of behavior, it was discovered that senior travelers made their own decisions about where to go by consulting their friends and other social media sources. Most of them took personal vehicles to travel with their families. Each time they were on vacation, the elderly citizens purchased a souvenir that was a well-known local delicacy. 2) In relation to the study of the association between personal characteristics and travel behavior, it was shown that varied income levels had an impact on travel habits. 3) It was discovered that various personal characteristics, such as gender and age range, affected the importance of each component of tourist attractions. These findings related to the individual factors that influenced the significance of the components of tourist attractions.

Keywords: Senior Citizens; Decision; Ubon Ratchathani Province

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมแห่งความหวัง ที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมากเป็นอันดับต้น ๆ และมีความสำคัญโดยตรงต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ อันส่งผลให้ความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศดีขึ้น การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแม้ว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น มีการลงทุนและสร้างรายได้เข้าประเทศ (พัชรวรรณ วรพล , 2565) จากแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ.2561–2564 ของกรมการท่องเที่ยวประเทศไทยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเป็นอันดับต้น ๆ เนื่องจากประเทศไทยมีข้อได้เปรียบในด้านที่ตั้งและในภูมิภาคอาเซียนไทยมีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยว ประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (กรมการท่องเที่ยว, 2561) มีการคาดการณ์ว่าผู้สูงอายุในประเทศไทยจะมีสัดส่วนต่อประชากรในวัยอื่นมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยประชากรวัยเด็ก และวัยแรงงาน มีแนวโน้มที่ลดลง ในขณะที่สัดส่วนของประชากรสูงอายุมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 13.2 ใน พ.ศ. 2553 เป็นร้อยละ 32.1 ใน พ.ศ. 2583 (มูลนิธิพัฒนางานผู้สูงอายุ, 2558)

จังหวัดอุบลราชธานีเป็นจังหวัดเดียวในภูมิภาคอีสานใต้ที่ได้รับความสนใจจากผู้มาเยือน และจากการระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัด เพื่อจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดในกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่าจังหวัดอุบลราชธานี เป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและมีความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรทางด้านเกษตรศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ศิลปะหัตถกรรมประเพณี วิถีชีวิตและกลุ่มชาติพันธุ์ ซึ่งทรัพยากรดังกล่าวที่มีอยู่ในพื้นที่นั้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้มาเยือนได้ ซึ่งสามารถสังเกตได้จากการเติบโตของจำนวนผู้มาเยือนที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี (กรมการท่องเที่ยว, 2560)

ผู้วิจัยจึงเห็นความน่าสนใจของการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ต้องการศึกษาลักษณะการตัดสินใจของผู้สูงอายุในการท่องเที่ยว เพื่อทำความเข้าใจความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและศึกษาพฤติกรรมของผู้สูงอายุในการตัดสินใจเพื่อท่องเที่ยวจะได้พัฒนา และเป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ เพื่อประโยชน์ต่อภาพรวมและแนวโน้มที่ดีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งศึกษาแนวโน้มในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลจะมีผลต่อการให้ความสำคัญขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ

Kotler (2000) กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้บริโภคเกิดจากปัจจัยภายใน คือแรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้บุคลิกภาพและทัศนคติซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงความต้องการ และตระหนักว่ามีสินค้าให้เลือกมากมาย กิจกรรมที่มีผู้บริโภคเข้ามาเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับข้อมูลที่มีอยู่ หรือข้อมูลที่ฝ่ายผู้ผลิตให้มาและสุดท้าย คือการประเมินค่าของทางเลือกเหล่านั้น

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Schiffman & Kanuk 1994) คือกระบวนการในการเลือกซื้อสินค้าจากทางเลือกที่มีตั้งแต่สองทางเลือกขึ้นไป โดยผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจ ทั้งด้านจิตใจ (ความรู้สึนึกคิด) และพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นกิจกรรมทั้งทางด้านจิตใจและกายภาพ ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ทั้งสองกิจกรรมนี้ทำให้เกิดการซื้อ และเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น

กระบวนการตัดสินใจซื้อที่มีขั้นตอน ดังนี้

1. การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) หมายถึงผู้บริโภคตระหนักถึงความต้องการและความจำเป็นในสินค้า องค์กรต้องกระตุ้นความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย หรือการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในสินค้า
2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภครับรู้ปัญหา หมายถึง การเกิดความต้องการขั้นที่หนึ่ง หลังจากนั้นเข้าสู่การค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ
3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) จากข้อมูลที่ได้ในขั้นที่สองนำมาพิจารณาเลือกสินค้าหรือบริการต่าง ๆ โดยมีหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาคือ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง หลังจากมีการประเมินผลทางการเลือกต่าง ๆ มาแล้วผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ต้องการมากที่สุด

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post-Purchase Behavior) เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจหลังจากการซื้อหรือใช้สินค้าและบริการนั้น ๆ ไปแล้ว ความพอใจขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของสินค้าตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือไม่ถ้าผู้บริโภคพึงพอใจก็จะมีโอกาสที่จะซื้อซ้ำในทางตรงกันข้ามหากผู้บริโภคไม่พอใจก็จะมีแนวโน้มที่จะไม่ซื้อซ้ำ

จึงสรุปได้ว่า การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเกิดจากปัจจัยภายใน ทางด้านจิตใจ แรงจูงใจ และภายนอกคือ พฤติกรรม ซึ่งส่งผ่านจากภายใน ทำให้เกิดทางตัดสินใจ โดยนำตัวเลือกหลาย ๆ ตัวมาทำการเปรียบเทียบ แล้วทำการตัดสินใจเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์

แนวคิดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

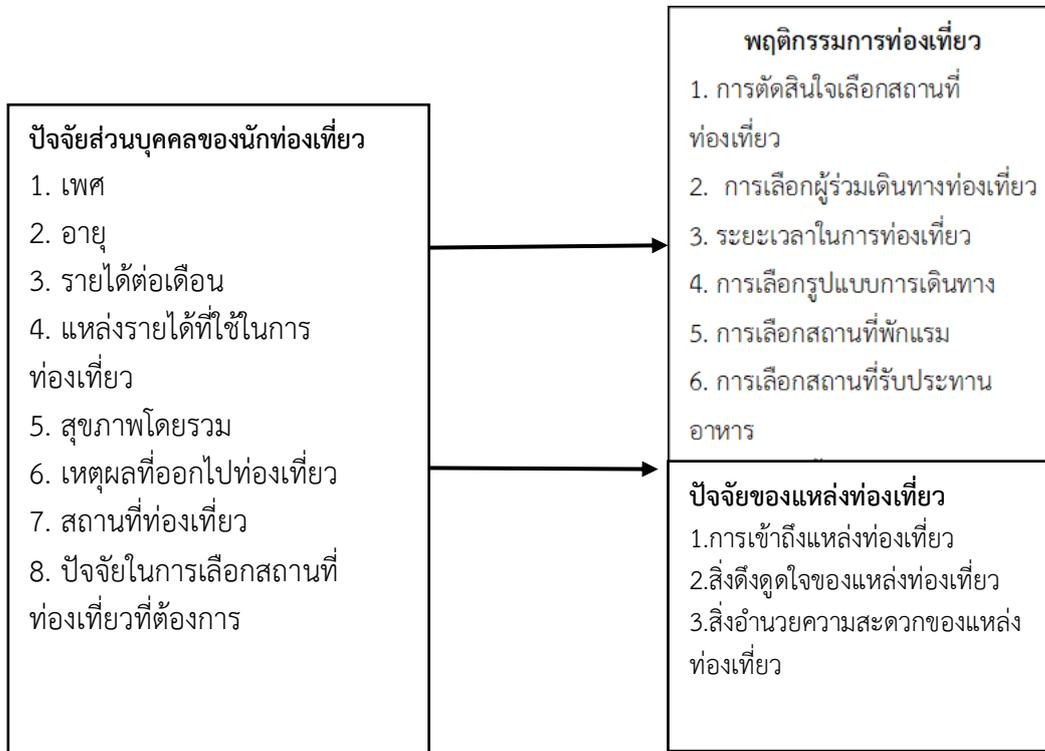
การเปลี่ยนแปลงโดยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Ageing Society) อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะหลังศตวรรษที่ 21 ซึ่งประชากรในยุค “Baby Boomer” หรือ “Gen X” จากแนวโน้มของประชากรโลกในศตวรรษที่ 21 พบว่า ประชากรที่เป็นผู้สูงอายุ จะมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก สืบเนื่องจากกลุ่มประชากรที่เกิดในช่วง baby boom ซึ่งเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ของโลกได้เข้าสู่ช่วงสูงอายุ ทำให้ประชากรโลกที่อายุ 60 ปี ขึ้นไปมีจำนวนสูงเกือบร้อยละ 40 ของประชากรโลกทั้งหมด (วิพรรณ ประจวบเหมาะ., 2555)

จากข้อมูลสถานการณ์ที่หลายประเทศทั่วโลกกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ด้วยจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นมากในแต่ละปี สถิติการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุพบว่า มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น องค์การสหประชาชาติได้คาดการณ์ว่าจะมีผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นจาก 687.9 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2549 เป็น 1,968 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2593 โดยทวีปที่มีผู้สูงอายุมากที่สุด คือทวีปเอเชีย (Sombatpiboon & Rabob, 2020) ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุกลายเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายที่หลายประเทศให้ความสนใจ เนื่องจากคนวัยนี้มักว่างจากอาชีพการงาน มีเวลาในการออกเดินทางไปพร้อมกับการดูแลสุขภาพใส่ใจสุขภาพถือว่าเป็นกลุ่มที่มีความพร้อมในการจ่าย ทั้งนี้ความสามารถและเต็มใจในการจ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) จะเน้น 5 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพสินค้า บริการและความยั่งยืน ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับแผนลงทุนของกระทรวงคมนาคม ยุทธศาสตร์ด้านทรัพยากรมนุษย์ ยุทธศาสตร์ด้านการตลาดและเสริมสร้างภาพลักษณ์ และยุทธศาสตร์ด้านการบริหารจัดการและกฎหมาย ภายในปี 2564 ไทยยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวชั้นนำของโลกในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทะเล ชายหาด การแพทย์ และเริ่มมีการส่งเสริมและสนับสนุนการเป็นแหล่งท่องเที่ยวชั้นนำ การใช้จ่ายเติบโตอย่างต่อเนื่อง สำหรับกลุ่มภูมิศาสตร์หลักปัจจุบัน (เช่น จีน อาเซียน ยุโรปตะวันตก นักท่องเที่ยวชาวไทย) และเริ่มมีการขยายเป้าหมายกลุ่มภูมิศาสตร์ รวมถึงทุกจังหวัดในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว (คลัสเตอร์) ที่ได้กำหนดไว้ได้รับการพัฒนา ทำให้การท่องเที่ยวยังคงเป็นหนึ่งในตัวจักรสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและมีการสนับสนุนจากภาครัฐให้ภาคเอกชนและชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมมากขึ้นในการพัฒนาการท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตาม ทฤษฎีของ Schiffman & Kanuk 1994 ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้ ทำการศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้สูงอายุ (55 ปีขึ้นไป) โดยใช้แบบสัมภาษณ์ให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 60 คน สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี มีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้างานวิจัย เอกสาร และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลมาพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ
2. แจกแบบสัมภาษณ์ให้กับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีอายุ 55 ปี ขึ้นไป ในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดอุบลราชธานี
3. เก็บแบบสัมภาษณ์ พร้อมตรวจสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหา หลังจากนั้นนำไปวิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผล
4. ทำการวิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนออภิปรายผลถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ

ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

ขอบเขตด้านประชากร (Population)

ผู้ที่ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จะสอดคล้องตามแนวคิดของ Boddy (2016) ซึ่งระบุว่า การสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยเชิงคุณภาพที่จะได้ข้อมูลที่อิมตัว ควรมีขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 12 คน ในการเลือกกลุ่ม ผู้ให้ข้อมูลหลักใช้วิธีการเลือกผู้ใช้ข้อมูลหลักแบบโบนอบอลล์ (Snowball Technique) โดยจะเลือกนักท่องเที่ยว สูงอายุที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีและผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอุบลราชธานี แล้วถามกลุ่มตัวอย่าง นั้นเพื่อให้ช่วยเสนอรายชื่อตัวอย่างที่มีลักษณะดังกล่าวต่อไปอีก เป็นการเลือกตัวอย่างแบบบอกต่อจนได้ข้อมูล อิมตัวรวมทั้งหมด จำนวน 60 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในจังหวัดอุบลราชธานี โดยผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบ กึ่งโครงสร้างหรือการสัมภาษณ์แบบชี้แนะ (Guided interview) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview)

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรงของข้อมูล (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่เรียบเรียงไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยตรวจสอบความครอบคลุมของคำถามแต่ละคำถามในแต่ละหัวข้อว่าตรงตามวัตถุประสงค์

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยนี้ ทำการศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้สูงอายุ (55 ปีขึ้นไป) โดยใช้แบบสัมภาษณ์ให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 60 คน สถานที่ท่องเที่ยว ในจังหวัดอุบลราชธานี มีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้างานวิจัย เอกสาร และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลมาพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่อการ ตัดสินใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ

2. แจกแบบสัมภาษณ์ให้กับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีอายุ 55 ปี ขึ้นไป ในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัด อุบลราชธานี

3. เก็บแบบสัมภาษณ์ พร้อมตรวจสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหา หลังจากนั้นนำไปวิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผล

4. ทำการวิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนออภิปรายผลถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมแบบสัมภาษณ์ได้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความ ถูกต้อง จากนั้นนำไปวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ด้วยวิธีทางสถิติพื้นฐาน และโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ มีขั้นตอน ดังนี้

1. นำข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 1 ด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage)
2. นำข้อมูลแบบสัมภาษณ์ตอนที่ 2 ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ มาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage)
3. นำข้อมูลแบบสัมภาษณ์ตอนที่ 3 ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้สูงอายุที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert's Scale) มาวิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยที่สำคัญของการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า

วัตถุประสงค์ที่ 1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 60 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 44 คน อายุเฉลี่ย 67 ปี เป็นกลุ่มที่มีรายได้ปานกลางถึงรายได้สูง แห่่งรายได้ที่นำมาใช้ในการท่องเที่ยวมาจากรายได้ประจำในแต่ละเดือน ซึ่งเป็นรายได้จากการทำงาน บำนาญจากรัฐบาล เบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ สุขภาพโดยรวมมีปัญหาเพียงเล็กน้อย แต่ยังสามารถใช้ชีวิตได้ตามปกติ เหตุผลหลักอันดับแรกที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต้องการออกไปท่องเที่ยวคือ ต้องการไปพักผ่อน อันดับที่สองคือต้องการใช้เวลาพร้อมกับครอบครัวหรือเพื่อน

วัตถุประสงค์ที่ 2. ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง และข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจส่วนใหญ่จะได้จาก เพื่อนญาติและสื่อโซเชียลมีเดีย ส่วนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุกลุ่มที่ไม่ได้ตัดสินใจเองจะให้ครอบครัวเป็นผู้ที่ตัดสินใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวให้ ผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ คือครอบครัวเป็นอันดับแรก รองลงมาคือเพื่อน ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวปีละ 2-3 ครั้ง และระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งคือ 1-3 วัน ด้านการเดินทางส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง พักที่โรงแรมด้านการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมจะพิจารณาจากใกล้แหล่งท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก ราคาห้องพักเป็นอันดับรอง ส่วนการซื้อของฝากจะเลือกซื้อของฝากประเภทของกินที่ขึ้นชื่อของสถานที่ที่ท่องเที่ยวนั้น

วัตถุประสงค์ที่ 3. ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในเรื่องของความปลอดภัยระหว่างการเดินทางมากที่สุด รองลงมาจะเป็นให้ความสำคัญกับป้ายบอกทาง

การศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุพบว่าลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคือ อายุ รายได้ สุขภาพ ส่วนเพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ด้านลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว คือ รายได้ ระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อรูปแบบการเดินทาง

ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการให้ความสำคัญขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวอย่างไร พบว่าลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ ระดับช่วงอายุ รายได้ และสุขภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญในแต่ละขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

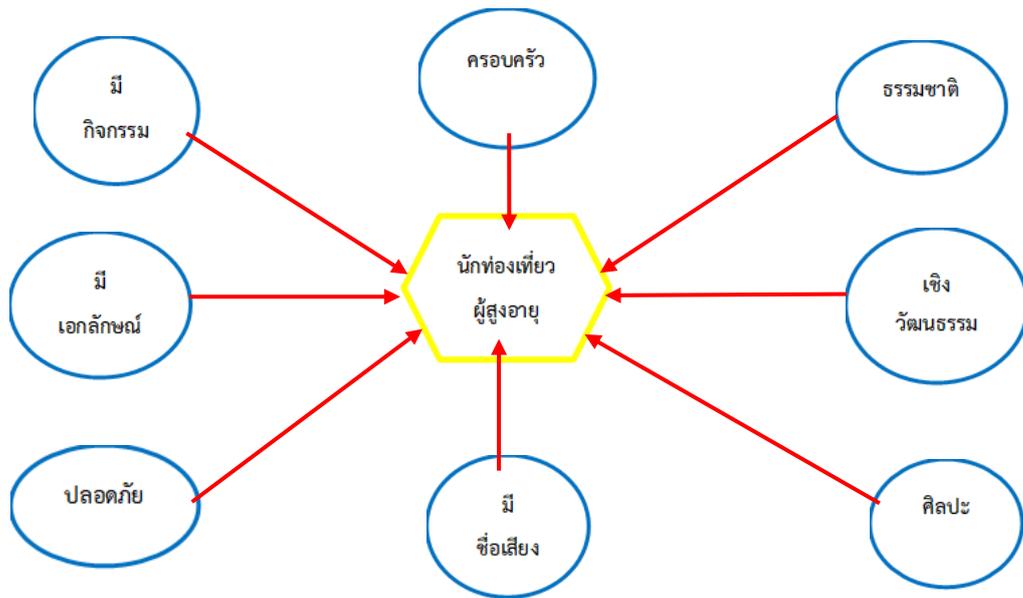
อภิปรายผลการวิจัย

1. ด้านเหตุผลหลักอันดับแรกที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต้องการออกไปท่องเที่ยวคือ ต้องการไปพักผ่อน อันดับที่สองคือต้องการใช้เวลาพร้อมกับครอบครัวหรือเพื่อน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ชยพจน์ ลือนันต์, 2565) พบว่าพฤติกรรมของผู้สูงอายุวัยเกษียณจะให้ความสนใจการออกเดินทางท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อนหรือแสวงหา

กำไร ให้กับชีวิตและจะคำนึงถึงความปลอดภัยด้วย อันดับสามคือ ต้องการท่องเที่ยวชมธรรมชาติและวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเดินทางไปท่องเที่ยวอันดับแรกคือแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ อันดับที่สองคือแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ อันดับที่สามคือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (หนึ่งฤทัยรัตน์ และอรอนงค์, 2561) พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจะชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ส่วนปัจจัยหลักในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวคือจะเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม และเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง

2. นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในเรื่องของความปลอดภัยระหว่างการเดินทางมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (กาญจนาวดี และแสงสรรค์, 2563) พบว่าต้องให้ความสำคัญกับป้ายบอกทาง สัญลักษณ์ต่าง ๆ ส่วนปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งจูงใจพบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับสภาพภูมิอากาศของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ความเอกลักษณ์โดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยวมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้มีส่วนร่วม ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับห้องน้ำหรือห้องสุขามากที่สุด รองลงมาคือความชัดเจนของป้ายและสัญลักษณ์ต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย



แผนภาพที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ จังหวัดอุบลราชธานี

จากแผนภาพที่ 2 แสดงถึงองค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ จังหวัดอุบลราชธานีสรุปประเด็นจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต้องการท่องเที่ยวกับครอบครัว ชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงศิลปะและต้องเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง มีความปลอดภัย มีเอกลักษณ์โดดเด่น และสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ต้องมีกิจกรรมที่รองรับให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมด้วย

สรุป

นักท่องเที่ยวสูงอายุเลือกสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตัวเองโดยใช้ข้อมูลจากเพื่อน และสื่อต่าง ๆ ในโซเชียลมีเดียในการตัดสินใจ ส่วนใหญ่จะเดินทางไปกับครอบครัว โดยรถยนต์ส่วนตัวในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งจะซื้อของฝากประเภทของกินที่ขึ้นชื่อของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า เหตุผลที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต้องการออกไปท่องเที่ยวคือ ต้องการไปพักผ่อน ต้องการใช้เวลาว่างกับครอบครัวหรือเพื่อน และการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวจะเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม และเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง

ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้ ผู้ประกอบการโรงแรม รีสอร์ท หรือบริษัทจัดการท่องเที่ยวควรนำเสนอแพคเกจที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เช่นการนำเสนอที่พักแรมที่เชื่อมต่อกันได้ หรือแพคเกจที่พักรวมกับสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง และข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจส่วนใหญ่จะได้จาก เพื่อน ญาติและสื่อโซเชียลมีเดีย

ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้ การสื่อสารการตลาดทางโซเชียลมีเดียกับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุอย่างสม่ำเสมอ โดยให้เห็นภาพชัดเจนและมีข้อมูลครบถ้วนเพื่อประกอบการตัดสินใจโดยง่าย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในเรื่องของความปลอดภัยระหว่างการเดินทางมากที่สุด

ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้ สถานที่ท่องเที่ยวและที่พักแรมควรเพิ่มมาตรการด้านความปลอดภัยของผู้สูงอายุให้มากขึ้น โดยการทำป้ายบอกทาง สัญลักษณ์ต่าง ๆ ให้ชัดเจน หรือการมีปุ่มฉุกเฉินสำหรับขอความช่วยเหลือ เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบที่สำคัญ คือความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งถือว่าเป็นตลาดการท่องเที่ยวที่ใหญ่มากพอสมควร สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มรักสุขภาพได้ด้วย โดยควรให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น สปา โยคะ อาหารคลีน เป็นต้น

สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับปัจจัยการส่งเสริมการตลาด หรือปัจจัยแรงจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเพื่อรองรับตลาดการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ เพื่อเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2561). *แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561 – 2564 ของกรมการท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2565. จาก <https://www.dot.go.th/storage/...99/5V7jtvCF7hvNiPXPu7MOdT7giHiF1ZbRokN8nBVx.pdf>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554 ก). *ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2561-2564*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554 ข). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561-2564*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

- กาญจนาวดี พวงชื่น และ แสงสรรค์ ภูมิสถาน. (2563). พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 15(2), 29-42.
- ชยพจน์ ลือนันต์. (2565). แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, 17(1), 147-155.
- พัชรวรรณ วรพล. (2565). *TAT Review การท่องเที่ยวโดยชุมชน*. สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2565 จาก <https://www.tatreviewmagazine.com/article/community-based-tourism/>.
- วิพรรณ ประจวบเหมาะ. (2555). *สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2554*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย.
- หนึ่งฤทัยรัตน์ กระจ่างพัฒน์วงศ์ และอรอนงค์ พัวรัตน์อรุณกร. (2561). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ : กรณีศึกษาในเขตเทศบาลนครขอนแก่น. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 2(2), 34-51.
- Boddy, C. R. (2016). Sample Size for Qualitative Research. *Qualitative Market Research*, 19(4), 426-432.
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Marketing Management*. (12th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer Behavior*. (5th ed.). New Jersey: Prentice - Hall.
- Sombatpiboon, U., & Rabob, C. (2020). Logistics Management in Health Promotion Tourism For Elderly Tourists in Samutprakarn Province. *Journal of Social Synergy*, 11(2), 25-36.
- Williams, C. C. (2021). Impacts of the coronavirus pandemic on Europe's Tourism industry: Addressing tourism enterprises and workers in the Undeclared economy. *International Journal of Tourism Research*, 23(1), 79-88.