

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร



นาย ภัททิศร์ ไชคอนันต์ตระกูล

ศูนย์วิทยพัทยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

FACTORS AFFECTING THE ELDERLY'S SELECTION OF TOURIST  
DESTINATION IN BANGKOK

Mr. Pattit Choakanuntrakul

ศูนย์วิทยุทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Science Program in Sports Science

Faculty of Sports Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2010

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ  
ในกรุงเทพมหานคร

โดย

นายภัททิศร์ โชคอนันต์ตระกูล

สาขาวิชา

วิทยาศาสตร์การกีฬา

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ ทวีพรปฐมกุล

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา  
(รองศาสตราจารย์ ดร. วิชิต คณึงสุขเกษม)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ  
(ศาสตราจารย์ ดร. สมบัติ กาญจนกิจ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ ทวีพรปฐมกุล)

..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชชัย)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(อาจารย์ ดร. กิตติพงษ์ โพนิมุ)

ภัททิศรี ไชคอนันต์ตระกูล: ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ  
ในกรุงเทพมหานคร. (FACTORS AFFECTING THE ELDERLY'S SELECTION  
OF TOURIST DESTINATION IN BANGKOK) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก :  
ผศ.ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล, 147 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ  
ในกรุงเทพมหานคร และเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุที่มีระดับ  
การศึกษาและอาชีพแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างคือผู้สูงอายุทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปี  
ขึ้นไป และเป็นสมาชิกในชมรมผู้สูงอายุเขตกรุงเทพมหานคร สังกัดสหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุ  
กรุงเทพมหานคร จำนวน 420 คน โดยให้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล นำผลที่  
ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบ  
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุระหว่าง ระดับการศึกษาและอาชีพ โดยวิเคราะห์  
ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way analysis of variance: ANOVA) กรณีพบค่าความแตกต่างเป็น  
รายคู่ จะวิเคราะห์ความต่างนั้นเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe's method) ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 65 - 69 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท เกษียณอายุ มีสถานภาพสมรส มีบุตร  
และจะพักอาศัยอยู่กับญาติพี่น้อง ส่วนใหญ่ชอบไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มี  
วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยว โดย  
เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 5-6 วันต่อครั้ง ไปท่องเที่ยว 3-4 ครั้ง  
ต่อปีในวันหยุดนักขัตฤกษ์ และเลือกพักแรมที่โรงแรม
2. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ที่อยู่ในระดับมาก  
ที่สุด คือปัจจัยด้านสถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{X} = 3.29$ )
3. เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครที่  
มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน พบว่า ไม่แตกต่างกัน
4. เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครที่  
มีอาชีพที่ต่างกัน พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านประสิทธิภาพและคุณภาพแตกต่างกัน  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สาขาวิชา.....วิทยาศาสตร์การกีฬา.....ลายมือชื่อ นิสิต.....**ภัททิศรี ไชคอนันต์ตระกูล**  
ปีการศึกษา.....2553.....ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

## 5278625839 : MAJOR SPORTS SCIENCE

KEYWORDS: FACTORS AFFECTING SELECTION OF TOURIST DESTINATION /  
TOURIST DESTINATION / THE ELDERLY

PATTIT CHOAKANUNTRAKUL: FACTORS AFFECTING THE ELDERLY'S  
SELECTION OF TOURIST DESTINATION IN BANGKOK. ADVISOR: ASST.  
PROF. SUCHART TAWEEPORNPATHOMGUL, Ph.D., 147 pp.

The purposes of this research were to study factors affecting the elderly's selection of tourist destination in Bangkok, and to compare such factors in different levels of education and occupations. The 420 subjects were male and female, members of Bangkok Elderly Club aged of 60 years old and above. The data were collected through questionnaires and statistical analysis were employed in this study in term of means, standard deviation and one-way analysis of variance (ANOVA). The Scheffe's method was utilized to pair the differences. The study results found that:

1. Most respondents were male aged between 65 – 69 years old whose education level was less than a bachelor's degree. Their average monthly income was 10,001 – 15,000 baht, retiring status, married with children. They generally lived with their relatives. Usually, they enjoyed natural tourist destinations with the main purpose of travelling to visit their relatives/friends. Generally, modes of transportation were their own vehicles. They usually spent 5 – 6 days for the journey. They travelled 3 – 4 times per year during public holidays and chose to stay at a hotel.
2. Factors affecting the elderly's selection of tourist destination in Bangkok were generally the channels of distribution scale which was rated at the high level ( $\bar{X} = 3.29$ ).
3. Comparing factors affecting the elderly's selection of tourist destination in Bangkok from subjects with different education backgrounds, it was found that there were not any significant differences.
4. Comparing factors affecting the elderly's selection of tourist destination in Bangkok from subjects with different occupations, it was found that factors in term of products, efficiency and quality were significantly different at the statistical level of .05.

Field of Study : ..... Sports Science .....

Academic Year : ..... 2010 .....

Student's Signature ภัททิย์ โชตกุล

Advisor's Signature สุชาร์ท ตะเวปพรพธมกุล

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ของการวิจัยมาโดยตลอด ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอกราบ ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ ประธานกรรมการสอบ วิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ อาจารย์ ดร.กิตติพงษ์ โพธิ์มู กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัยในการสอบวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ ที่ กรุณาให้คำแนะนำและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. อัญญา นิลนพคุณ อาจารย์ ดร. สุวันชัย หვნนากลาง อาจารย์แถมชัย ชัยเพชร คุณสิริภูมิ นาคฉัตรีย์ และคุณสมร พรหมพิทักษ์กุล ที่ได้กรุณาเสียสละเวลา เป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือการวิจัยและอนุเคราะห์ข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ในการ วิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ทุกท่าน บุคลากรทุกท่าน พี่ๆ เพื่อนๆ และน้องๆ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกท่าน ที่คอยช่วยเหลือ ให้กำลังใจ และ อำนวยความสะดวกในการทำวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ทุกคนในสหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร และ ชมรมผู้สูงอายุที่สังกัดสหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานครทั้ง 12 ชมรม ที่คอยช่วยเหลือให้ ความสะดวกในทุก ๆ ด้าน ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือและ เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ นายพวง ไชคอนันต์ตระกูล คุณปู่ นายประเสริฐ ไชคอนันต์ตระกูล – นางนิรชร ไชคอนันต์ตระกูล บิดามารดา นางสาว กัญญาณัฐ จรรยาศักดิ์ น้องสาว ที่ได้อบรม สั่งสอน และสนับสนุนผู้วิจัย ที่ให้ความช่วยเหลือผลักดันให้ประสบความสำเร็จ รวมทั้งผู้วิจัยขอกราบ ขอบพระคุณทุกท่านที่ช่วยเหลือการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยซาบซึ้งในความกรุณาของทุกท่านที่กล่าว มาแล้ว และมีได้กล่าวมาในที่นี้ จึงกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

สุดท้ายนี้คุณประโยชน์ที่ได้จากงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยขอมอบให้แก่ ครู อาจารย์ ที่ได้ให้ความรู้ บิดามารดา ผู้ให้กำเนิด โรงเรียนกรุงเทพคริสเตียนวิทยาลัย คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้ให้วิชาความรู้และทำให้เกิดวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ขึ้น

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ณ
<b>บทที่ 1 บทนำ.....</b>	<b>1</b>
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการวิจัย.....	4
สมมติฐานของการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	4
คำจำกัดความของการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย.....	4
<b>บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....</b>	<b>6</b>
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยทางการท่องเที่ยว.....	23
แนวคิดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว.....	32
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ.....	35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	49
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย.....</b>	<b>57</b>
ประชากร.....	57
กลุ่มตัวอย่าง.....	57
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	60
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	61
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	62
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	62
เกณฑ์เทียบระดับปัจจัยที่มีผล.....	63

	หน้า
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....</b>	<b>65</b>
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	66
ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	70
ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม...	75
การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของ ผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างการศึกษาระดับปริญญาตรี และอาชีพที่แตกต่างกัน.....	84
<b>บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>110</b>
สรุปผลการวิจัย.....	111
อภิปรายผล .....	114
ข้อเสนอแนะ.....	120
<b>รายการอ้างอิง.....</b>	<b>123</b>
<b>ภาคผนวก.....</b>	<b>128</b>
ภาคผนวก ก รายงานผู้ทรงคุณวุฒิ.....	129
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์.....	131
ภาคผนวก ค เครื่องมือในการทำวิจัย.....	139
<b>ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....</b>	<b>147</b>

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## สารบัญญัตินำ

ตารางที่		หน้า
1	จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	66
2	จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	66
3	จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	67
4	จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	67
5	จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	68
6	จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ.....	68
7	จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสภาพความเป็นอยู่..	69
8	จำนวน และร้อยละพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบไปท่องเที่ยว.....	70
9	จำนวน และร้อยละพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว.....	71
10	จำนวน และร้อยละพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว.....	71
11	จำนวน และร้อยละพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง.....	72
12	จำนวน และร้อยละพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว.....	72
13	จำนวน และร้อยละพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการท่องเที่ยว.....	73
14	จำนวน และร้อยละพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้ท่องเที่ยว.....	73
15	จำนวน และร้อยละพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่พักผ่อน.....	74
16	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อบัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว.....	75
17	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว.....	76
18	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว.....	77



## ตารางที่

## หน้า

32	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน.....	92
33	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านการสักร่าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน.....	93
34	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านการสักร่าง และนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ รายการย่อยเรื่อง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางธรรมชาติ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	94
35	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน.....	95
36	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน ของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่ .....	97
37	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน ของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	98
38	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน.....	99
39	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ รายการย่อยเรื่อง สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	100
40	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน.....	101
41	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่ซึ่งทางการจัดจำหน่าย ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน.....	102
42	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน.....	103
43	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน.....	104

ตารางที่	หน้า	
44	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่ง ท่องเที่ยว ด้านกระบวนการให้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่แตกต่าง กัน.....	106
45	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่ง ท่องเที่ยว ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่ แตกต่างกัน.....	107
46	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านประสิทธิภาพและ คุณภาพ รายการย่อยเรื่อง เมื่อนักท่องเที่ยวเกิดปัญหาหรือขัดข้อง พนักงานผู้ให้บริการ เต็มใจที่ให้บริการ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	108
47	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่ง ท่องเที่ยว ด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน.....	109

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โครงสร้างประชากรของประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วประชากรผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเป็นผลมาจากการลดอัตราการตายและอัตราการเพิ่มของประชากรและสาเหตุการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเนื่องจากสภาวะเจริญพันธุ์ที่เคยสูงในอดีต และสภาวะการตายที่ลดลงเป็นลำดับอย่างต่อเนื่อง จากรายงานประจำปีของประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2550 มีอัตราการเกิดถึง 811,384 คน แต่อัตราการตายกลับลดลงเหลือเพียง 398,483 คน (สำนักงานปลัดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2551) อันเนื่องมาจากการพัฒนาระบบการแพทย์และสาธารณสุขของชาติที่สอดคล้องกับแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตั้งแต่ฉบับที่ 1 ถึงฉบับที่ 8 โดยก่อให้เกิดผลดีต่อสุขภาพอนามัยของประชาชนที่สำคัญและชัดเจนคือ ประชาชนมีอายุยืนยาวขึ้น กล่าวคืออายุคาดเฉลี่ยเมื่อแรกเกิด (Life expectancy at birth) เพศชายจาก 63.2 ปี ในปี พ.ศ.2535 มาเป็น 66.6 ปี และ 69.9 ปี ในปี พ.ศ.2539 และ พ.ศ. 2542 ตามลำดับ ขณะที่เพศหญิงจาก 68.7 ปีในปี พ.ศ. 2535 มาเป็น 71.1 ปี และ 74.9 ปี ในปี พ.ศ. 2539 และ พ.ศ. 2542 ตามลำดับ (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม, 2542) และจากรายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุขององค์การสหประชาชาติระบุว่าอีก 150 ปี 1 ใน 3 ของพลเมืองโลกจะเป็นผู้สูงอายุ และอีก 20 ปี ผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้น 1 คน จากพลเมืองทุก 8 คน (ประเสริฐ อัสสันตชัยและสมทรง เลขะกุล, 2542)

ปัจจุบันผู้สูงอายุในประเทศไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการศึกษาของธนาคารพัฒนาแห่งเอเชียได้ชี้ให้เห็นว่า สัดส่วนประชากรที่มีอายุมากกว่า 60 ปี จะเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 9.3 ในปี 2543 เป็นร้อยละ 18 ในปี 2563 ส่งผลให้สัดส่วนประชากรในวัยทำงานต่อจำนวนผู้สูงอายุจะลดลงจาก 6 คนต่อคนชรา 1 คน เป็น 3 คนต่อ 1 คนในอีกไม่เกิน 13 ปี (2563) และอีกประมาณ 33 ปี (2583) สัดส่วนจะลดลงเป็น 2 คน ต่อ 1 คน (หนังสือพิมพ์โคราชรายวัน, 2550: ออนไลน์) ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานสถิติแห่งชาติที่ได้ทำการสำรวจสำมะโนประชากรและเคหะ ในปี พ.ศ. 2543 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลทั่วประเทศในช่วงเดือน เมษายน พ.ศ. 2543 พบว่า ประชากรที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย ณ วันที่ 1 เมษายน 2543 จำนวน 60.6 ล้านคน และได้จำแนกสัดส่วนประชากรแยกตามอายุ พบว่า วัยเด็ก (อายุ 0-14) มีจำนวนร้อยละ 24.1 วัยทำงาน (อายุ 15-59 ปี) จำนวนร้อยละ 66.5 และวัยสูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) มีจำนวนร้อยละ 9.4 ของประชากรทั้งหมด และคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2550 ประชากรผู้สูงอายุไทยจะมีจำนวน 6.9 ล้านคน และในปี พ.ศ. 2555

มีจำนวนถึง 8.1 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และ ร้อยละ 11.9 ของประชากรทั้งหมด ตามลำดับ (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2545) ซึ่งสรุปได้ว่าโครงสร้างประชากรของไทยกำลังเปลี่ยนแปลงไปสู่ “สังคมผู้สูงอายุ”

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยและจากสถิติของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ได้จัดทำสถิติเกี่ยวกับจำนวนประชากรในปี พ.ศ.2552 พบว่า กรุงเทพมหานครนั้นมีประชากรอาศัยอยู่มากถึง 5,702,595 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 ของประเทศ โดยจำนวนประชากรทั้งหมดนั้นมีจำนวนผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปอยู่ถึง 657,342 คน ซึ่งโดยรวมแล้วทั้งประเทศไทยมีผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปทั้งสิ้นจำนวน 7,176,819 คน ดังนั้นจำนวนผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร จึงคิดเป็นร้อยละ 9.159 ของผู้สูงอายุทั้งประเทศ นอกจากนี้กรุงเทพมหานครยังเป็นจังหวัดที่มีรายได้ต่อครัวเรือนสูงถึง 33,088 บาท (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2552: ออนไลน์) จึงทำให้ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นกลุ่มที่มีความสามารถในการท่องเที่ยวสูง

ตลาดของนักท่องเที่ยวสูงอายุในประเทศไทยมีอัตราการเจริญเติบโตประมาณร้อยละ 4-5 ทุกปี ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต้องพิจารณาทำการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ในอนาคต เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง เนื่องจากปลดเกษียณแล้ว มีปัญหาในการเลี้ยงดูครอบครัวลดน้อยลง สามารถที่จะจ่ายเงินเดินทางท่องเที่ยวได้สูงกว่ากลุ่มอื่น ประกอบกับการแพทย์ที่ก้าวหน้าทำให้กลุ่มผู้สูงอายุนั้นมีสุขภาพที่แข็งแรง ทำให้คนวัยนี้จึงต้องการที่จะใช้ชีวิตในช่วงที่เหลือไปกับการพักผ่อนและท่องเที่ยวไปในสถานที่ต่างๆที่ตนเองอยากไปแต่ไปไม่ได้ในช่วงที่ตนเองทำงานอยู่ โดยอาจจะไปกับครอบครัวหรือไปเพียงคนเดียว นับเป็นโอกาสของไทยที่มีสินค้าทางการท่องเที่ยวซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้เป็นอย่างดี แต่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นตลาดที่เข้าถึงได้ยากเพราะเป็นตลาดที่ฉลาดกว่าตลาดอื่นที่มีอายุน้อยกว่า เนื่องจากมีประสบการณ์มากกว่าจึงต้องการบริการและสินค้าที่มีคุณภาพ คู่คุณค่ากับเงินที่เสียไป (สุดาพร วรพล, 2543)

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้พัฒนาไปอย่างมาก มีการพัฒนาสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งสาธารณูปโภคพื้นฐาน และ สาธารณูปโภคขั้นสูงต่าง ๆ ทำให้สามารถท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่พัฒนามาเพื่อรองรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเหล่านี้ ทำให้ผู้สูงอายุซึ่งมีลักษณะทางกายภาพเสื่อมถอยลง และต้องการความสะดวกในการเดินทาง การมีสถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถตอบสนองความต้องการความสะดวกสบายของผู้สูงอายุได้ จึงทำให้ผู้สูงอายุหันมาสนใจท่องเที่ยวมากขึ้น และมีแนวโน้มจะสนใจเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ

ผู้สูงอายุต่างมีความสนใจ และแรงจูงใจในกิจกรรมนันทนาการเพิ่มมากขึ้นทั้งนี้เพราะผ่านชีวิตมายาวนาน มีประสบการณ์ และช่วงอายุที่มีเวลาว่างมากกว่าวัยอื่น (สมบัติ กาญจนกิจ, 2544) โดยการท่องเที่ยวก็เป็นรูปแบบหนึ่งของนันทนาการในวัยสูงอายุ โดยการหาเวลาว่างที่เหมาะสมด้วยการเดินทางจากที่เคยอยู่ตามปกติไปยังอีกที่หนึ่งเพื่อการบันเทิง ผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจ โดยอาศัยสถานการณ์ และรูปแบบต่างๆ ซึ่งไม่ใช่เป็นการไปประกอบอาชีพหารายได้ และก่อให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวคนวัยสูงอายุแต่ละคนย่อมมีความต้องการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ดังนั้นจะเห็นได้จากนักท่องเที่ยวบางกลุ่มเลือกที่จะท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่นทะเล น้ำตก ภูเขา ในขณะที่บางกลุ่มเลือกไปตามแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น พระราชวัง วัด โบราณสถานต่างๆ หรือเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือเลือกที่จะสนุกสนานในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวนับเป็นตลาดที่สำคัญในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ซึ่งการตลาดท่องเที่ยวเป็นการกำหนดความต้องการและความจำเป็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยการใช้ส่วนประสมทางการตลาด เพื่อให้สามารถตอบสนองของความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายนั้น ซึ่งก็คือความรู้สึกที่ดีของนักท่องเที่ยวภายหลังการซื้อสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยว อันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับกับสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคว่าเป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงความต้องการ ความจำเป็นของผู้บริโภคที่เป็นตลาดเป้าหมาย เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการบริโภคนั้นๆ และเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุด (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2542) “ทางทฤษฎีการตลาดคือการเข้าใจผู้บริโภค ดังนั้นการตลาดท่องเที่ยวต้องมีความเข้าใจนักเดินทาง” โดยเฉพาะนักเดินทางในปัจจุบันเริ่มเข้าใจยาก เข้าถึงลำบาก รูปแบบหลากหลาย (ยุวดี นิรัตน์ตระกูล, 2553: ออนไลน์) ดังนั้นการวางแผนเจาะตลาดการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุนั้นจะต้องมีการออกแบบส่วนประสมทางการตลาดการบริการ (8Ps) ที่เหมาะสม สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ทำให้องค์กรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว และทราบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทใด เพื่อแสวงหาแนวทางในการจัดการระบบการบริหารที่มีคุณภาพให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในการตอบสนองความต้องการ และความคาดหวัง ก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้สูงอายุในการท่องเที่ยว ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันและอาชีพแตกต่างกัน

### สมมติฐานของการวิจัย

ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาและอาชีพที่ต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตประชากรที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้สูงอายุทั้งชายและหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นสมาชิกในชมรมผู้สูงอายุเขตกรุงเทพมหานคร สังกัดสหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร

### คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

**ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว** หมายถึง ปัจจัยที่ทำให้ผู้สูงอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปใช้ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยการออกแบบส่วนประสมทางการตลาดการบริการ (8Ps) เพื่อตอบสนองความต้องการของคนในกลุ่มย่อยๆ นั้น

**แหล่งท่องเที่ยว** หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว 7 ประเภท ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ, แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ น้ำพุร้อนธรรมชาติ, แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์, แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม, แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ และแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ

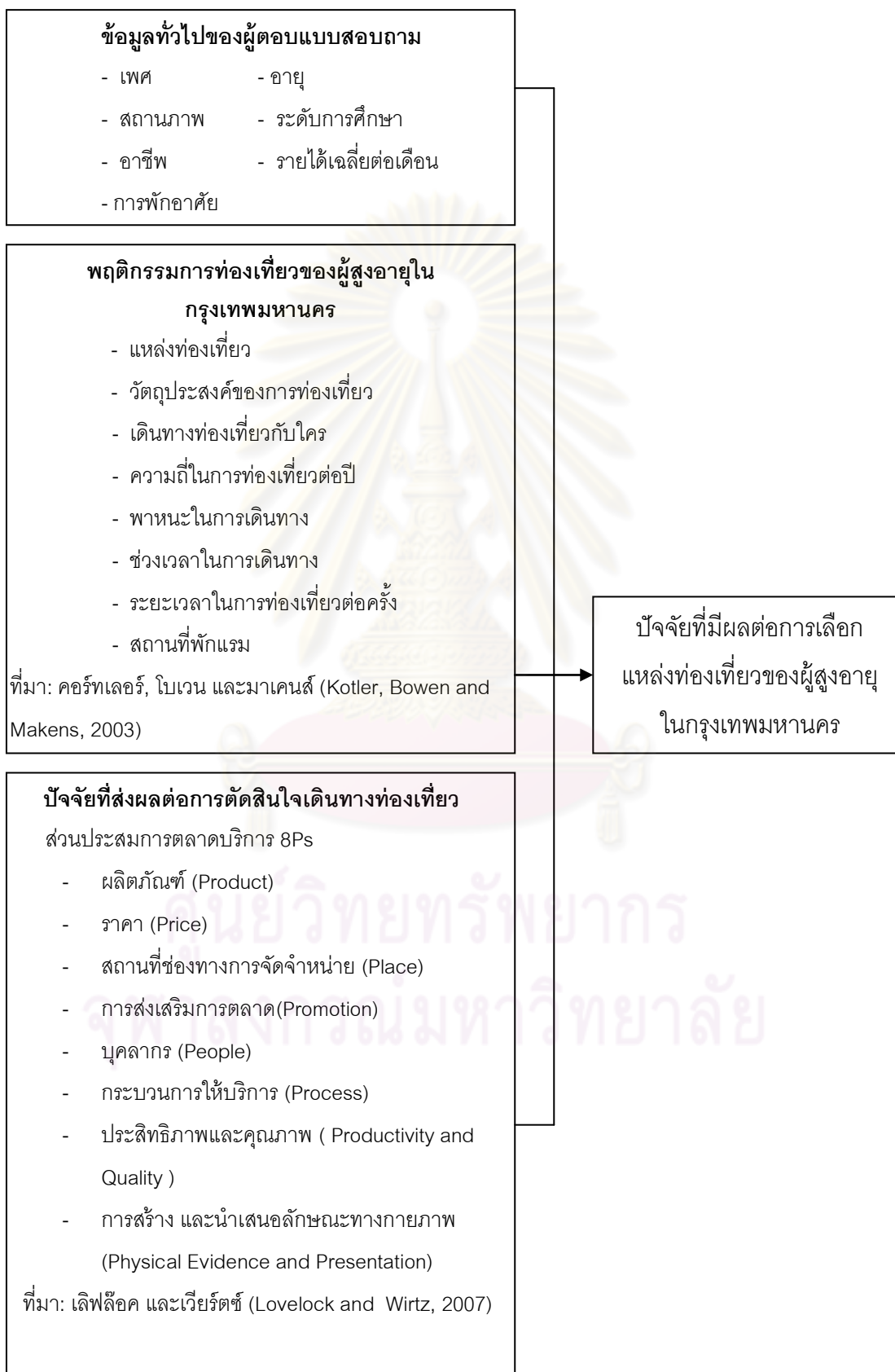
**ผู้สูงอายุ** หมายถึง ผู้สูงอายุทั้งชายและหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นสมาชิกในชมรมผู้สูงอายุเขตกรุงเทพมหานคร สังกัดสหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร

### ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย

1. ทำให้ทราบว่าปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้สูงอายุตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศและสามารถคาดการณ์ได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ นั้นเป็นที่น่าสนใจของผู้สูงอายุ โดยจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องในการนำไปส่งเสริม และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ตรงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง



## กรอบแนวคิดการวิจัย



## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี หลักการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำเสนอเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยทางการท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

##### ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานตื่นเต้น หรือเพื่อหาความรู้ การท่องเที่ยว ถือเป็นอุตสาหกรรมประเภทของการให้บริการ อีกทั้งการท่องเที่ยว ยังมีความเกี่ยวเนื่องทำให้เกิด อุตสาหกรรมประเภทต่างๆ เช่น ร้านอาหาร ธุรกิจโรงแรม ร้านขายของที่ระลึก ซึ่งก่อให้เกิด การจ้างงานในระดับต่างๆ ก่อให้เกิดการลงทุน ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอันดับหนึ่ง และเป็นอุตสาหกรรมที่ผลักดันให้เศรษฐกิจของประเทศดีขึ้น การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำ โดยปกติการเดินทางของคนจากที่แห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง เป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อการพักผ่อน หรือหาความรู้ ซึ่งครอบคลุมถึงการเดินทางเพื่อธุรกิจที่ผู้เดินทางยังมีได้ตั้งหลักแหล่งถาวร และไม่ได้รับรายได้เพื่อยังชีพจากเจ้าของถิ่นปลายทางโดยการท่องเที่ยวยังเป็นผลรวมของประสบการณ์พิเศษกับสัมพันธภาพที่เกิดจากการเดินทางและการพักผ่อนต่างถิ่นเป็นการชั่วคราว โดยมีได้ประกอบอาชีพ (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2553: ออนไลน์)

ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ คือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่มีค่าใช้จ่ายประกอบอาชีพหรือ

หารายได้

ฮอลโลว์เวย์ (Holloway, 1983 อ้างถึงใน บุษบา สุธีธร และภัสวลี นิติเกษตรสุนทร, 2541) ได้ให้นิยามความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การที่คนเดินทางออกจากที่พัก หรือที่ทำงานไปยังสถานที่อื่น ๆ ในระยะเวลาสั้น ๆ และคนเหล่านี้จะทำกิจกรรมต่างๆ ระหว่างพักอาศัย ชั่วคราวในสถานที่ท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางต้องการไปเยี่ยมญาติมิตร หรือท่องเที่ยว

แมคอินทอช และโกลเนอร์ (McIntosh and Goldner, 1986 อ้างถึงใน บุษบา สุธีธร และภัสวลี นิติเกษตรสุนทร, 2541) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจ รัฐบาล ผู้เป็นเจ้าของบ้านและชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้าน ในกระบวนการดึงดูดและต้อนรับขับสู้ นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนอื่นๆ

มิลล์ (Mill, 1990 อ้างถึงใน บุษบา สุธีธร และภัสวลี นิติเกษตรสุนทร, 2541) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจ การบริการ และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

พอน (Pond, 1993 อ้างถึงใน บุษบา สุธีธร และภัสวลี นิติเกษตรสุนทร, 2541) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการ และอำนวยความสะดวกเพื่อให้เกิดความสุขสบายในการเดินทาง

เดวิดสัน (Davidson, 1995 อ้างถึงใน บุษบา สุธีธร และภัสวลี นิติเกษตรสุนทร, 2541) ได้กล่าวว่าการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากบ้านพักเป็นการชั่วคราวระยะเวลาสั้น เพื่อไปเยี่ยมญาติมิตร หรือวัตถุประสงค์อื่นๆ ทางด้านการท่องเที่ยว เช่น การพักผ่อน เล่นกีฬา การประชุม สัมมนา ฯลฯ

จากความหมายของการท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยมีความเห็นเห็นว่าการท่องเที่ยว ต้องมีการเดินทางออกจากที่พักเป็นการชั่วคราว เพื่อการพักผ่อนใจ เยี่ยมญาติ หรือวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่นเดียวกับการท่องเที่ยว แต่การเดินทาง รวมถึงการออกจากที่พักเพื่อการประกอบอาชีพ และตั้งถิ่นฐานใหม่อย่างถาวร ดังนั้นความหมายของการเดินทางจึงกว้างกว่าการท่องเที่ยว แต่คำทั้งสองก็ใช้แทนกันได้จนดูคล้ายเป็นความหมายเดียวกัน

## วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

ตั๋ย ชุมสาย และฉิบพัน พรหมโยธี (2527) กล่าวว่าวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวต้องมิใช่เพื่อประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ แต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายๆอย่างต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Leisure Tour หรือ Recreation Tour หรือ Holiday Tour มีจุดมุ่งหมายเพื่อการพักผ่อนในวันหยุด การแสวงหาความสนุกสนาน บันเทิง รวมถึงการไปเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ ชมการแสดง การเล่นกีฬา และนันทนาการ

2. การท่องเที่ยวเพื่อทำธุรกิจ เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Business Tour หรือ Business Travel หรือ Professional Travel ซึ่งเป็นการเดินทางของนักธุรกิจ โดยมีกิจกรรมด้านธุรกิจเป็นจุดมุ่งหมายหลัก เช่น การเดินทางไปร่วมประชุม สัมมนา เจรจาธุรกิจ ในขณะเดียวกันก็อาจมีการพักผ่อนหย่อนใจเป็นส่วนประกอบด้วยก็ได้ ในประเทศอุตสาหกรรมรายได้จากการท่องเที่ยวประเภทนี้มีอยู่สูงมาก เพราะนักท่องเที่ยวประเภทนี้เดินทางตลอดทั้งปีไม่ขึ้นอยู่กับฤดูกาล ทั้งเป็นผู้ที่สามารถเสียค่าใช้จ่ายได้สูง

3. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลใจ เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Incentive Tour ซึ่งมักจัดให้แก่พนักงานและลูกค้าของบริษัท และหน่วยงานต่างๆ หรือผู้ที่ทำประโยชน์ให้แก่บริษัทและหน่วยงานนั้นๆ การเดินทางอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อธุรกิจรวมอยู่ด้วยก็ได้ เช่น จัดให้ไปชมโรงงานผลิตสินค้า หรือไปประชุมสัมมนา มีการสังสรรค์เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Meeting Convention & Exhibition Tour โดยนักท่องเที่ยวมีจุดประสงค์เพื่อไปเข้าร่วมประชุมสัมมนา หรือไปชมการแสดงสินค้า การจัดนิทรรศการในโอกาสต่างๆ

5. การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษเฉพาะกลุ่ม เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Special – Interest Group Tour คือจัดขึ้นเป็นพิเศษสำหรับกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่องใดโดยเฉพาะ เช่น การเดินทางไปชมการแข่งขันกีฬา หรือเล่นกีฬาบางชนิด การเที่ยวชมธรรมชาติ และดูสัตว์ป่า การเที่ยวถ้ำ การดำน้ำดูปะการังและสัตว์น้ำ การชมโบราณสถาน

### แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวนั้นเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมไม่กี่ประเภทที่ค่อนข้างปราศจากมลภาวะ (non-polluting industry) และนับวันก็ยิ่งเจริญเติบโตขึ้นเรื่อยๆ อย่างรวดเร็ว ที่บรรดาประเทศต่างๆ ให้ความสำคัญมาก เป็นอันดับต้นๆ เนื่องจากเล็งเห็นว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่สามารถสร้างงานทั้งทางตรง และทางอ้อมให้แก่ประชาชนเป็นจำนวนมาก

แต่ในขณะเดียวกัน ยิ่งการท่องเที่ยวขยายตัวขึ้นและมีผู้คนจำนวนมากท่องเที่ยวไปยังที่ต่างๆ ทั่วโลกมากเท่าใด ก็ยิ่งก่อให้เกิดความวิตกกังวลในเรื่องผลกระทบทางลบมากขึ้นเท่านั้น รูปแบบของการท่องเที่ยวแบบ "มวลชน" (Mass Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากการเดินทางของนักท่องเที่ยว ที่เป็นกลุ่มใหญ่ เป็นจำนวนมาก และเป็นการท่องเที่ยวแบบ "ดั้งเดิม" ที่บรรดาประเทศต่างๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลาย ล้วนแต่ให้การสนับสนุนอย่างสุดลิ่มทิ่มประตูนั้น ปรากฏว่าได้รับการวิพากษ์วิจารณ์มากขึ้นเรื่อยๆ ในช่วงระยะ 15 ปีที่ผ่านมา เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสังคม และสภาพแวดล้อมอย่างยิ่ง และในขณะเดียวกัน ก็ไม่ได้ก่อให้เกิดรายได้ทางเศรษฐกิจ อย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วยแต่อย่างใด ผลที่เกิดขึ้นจึงมีการเสนอว่า ควรจะคิดหารูปแบบการท่องเที่ยวประเภทอื่นที่เหมาะสม และประการสำคัญจะต้องไม่สร้างผลกระทบในทางลบเช่นเดียวกันกับการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมที่กล่าวมาแล้ว หลังจากนั้น บรรดานักทฤษฎีและนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวทั่วโลก โดยเฉพาะที่มาจากซีกโลกด้านยุโรปและตะวันตก เช่น อังกฤษ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และอเมริกา ก็ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว รูปแบบใหม่ที่ว่านี้ โดยมีผู้ตั้งชื่อต่างๆ กัน เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Tourism) การท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม (Participative Tourism) การท่องเที่ยวอย่างฉลาด (Intelligent Tourism) การท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจ (Motivated Tourism) การท่องเที่ยวที่เหมาะสม (Appropriate Tourism) การท่องเที่ยวที่ช่วยรักษา สภาพแวดล้อม (Soft Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation Tourism) และการท่องเที่ยวที่ปกป้องสภาพแวดล้อม (Green Tourism) เป็นต้น ซึ่งชื่อรูปแบบการท่องเที่ยวทั้งหมดที่กล่าวมาแล้วล้วนแล้วแต่หมายถึง "การท่องเที่ยวทางเลือก" (Alternative Tourism) นั่นเอง โดยที่คำว่า การท่องเที่ยวทางเลือกนั้น สามารถที่จะให้นิยามได้หลายความหมายขึ้นอยู่กับการตีความของแต่ละคน รูปแบบการท่องเที่ยวชนิดนี้จะเป็นไปในลักษณะที่เป็นการช่วยดูแลรักษาสภาพแวดล้อม อย่างดีจากผู้ที่มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) เช่น นักท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว และชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อาจกล่าวได้ว่า รูปแบบการท่องเที่ยวชนิดนี้จะช่วยคุ้มครองสภาพแวดล้อม มรดกทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชาวบ้านในแหล่งท่องเที่ยว (สุวินชัย หวนนากลาง, 2548: ออนไลน์)

เพียร์ซ (Pearce, 1989) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า เป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสูงยิ่งในการนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้อันดับหนึ่ง เมื่อเทียบกับสินค้าส่งออกอื่นๆ การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคม ดังต่อไปนี้

1. เป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมา รายได้จาก การท่องเที่ยวได้กลายเป็น รายได้ลำดับที่ 1 เมื่อเทียบกับรายได้จากสินค้าส่งออกอื่นๆ

2. ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการค้าการชำระเงินระหว่างประเทศ เช่น ในปี พ.ศ. 2527 การท่องเที่ยวทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ 27,317 ล้านบาทนั้น รายจ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวของคน ไทย เป็นเงินเพียงประมาณ 7,208 ล้านบาท ส่วนที่เกินดุลนี้จึงมีส่วนช่วยแก้ไขการขาดดุลในด้าน อื่นได้เป็นอย่างมาก

3. ช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงานอย่างมากมายและกว้างขวาง เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการโดยเฉพาะในธุรกิจทางตรง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ ส่วนในธุรกิจทางอ้อมอาจเป็นอาชีพเสริม เช่น หัตถกรรมพื้นบ้าน การใช้เวลาวางมารับจ้างก่อสร้าง เป็นต้น

4. ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง สร้างงานสร้างอาชีพมากมาย และเป็น การเสริมอาชีพด้วยอาชีพที่เกิดต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว เช่น การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน หรือการผลิตอาหารไปป้อนตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ก็จะเป็นอาชีพเสริมทำรายได้เป็นอย่างดี หรือใน เมืองท่องเที่ยวก็อาจจะเป็นผู้นำเที่ยวด้วย

5. ก่อให้เกิดการกระตุ้นการผลิต และนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปทีใดก็จะต้องใช้จ่ายเป็นค่าอาหารซื้อผลิตผลพื้นเมืองและหากพักแรมก็จะต้องใช้จ่ายเป็นค่าที่พัก เงินที่จ่ายออกไปนี้จะไม่ตกอยู่เฉพาะกับโรงแรมแต่จะกระจายไปสู่เกษตรกรรายย่อยต่างๆ เมื่อหัตถกรรมพื้นเมืองขายเป็นของที่ระลึกได้ก็จะมี การใช้วัสดุพื้นบ้าน มาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึก แม้จะเป็นรายได้เล็กๆน้อยๆ แต่เมื่อรวมกันเป็นปริมาณมาก ก็เป็นรายได้สำคัญ ซึ่งจะกระตุ้นการผลิตหรือที่เรียกว่า Multiplier Effect ทาง การท่องเที่ยวซึ่งอยู่ในลักษณะที่สูงมาก เมื่อเทียบกับผลิตสินค้า หรืออุตสาหกรรมอื่นๆ

6. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย อาจเรียกได้ว่าเป็น Limitless Industry เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ จากสถิติที่ผ่านมาจำนวนนักท่องเที่ยวนานาชาติของโลกได้มีปริมาณที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว กล่าวคือ เมื่อปี พ.ศ. 2493 นักท่องเที่ยว นานาชาติทั่วโลกมีจำนวนเพียง 25 ล้านคน และได้เพิ่มขึ้นเป็น 290 ล้านคนในปี พ.ศ. 2527 กระนั้นก็ดีนักวิชาการทางการท่องเที่ยวก็ยังเชื่อว่าปริมาณการท่องเที่ยวที่เป็นอยู่ใน

ปัจจุบันเป็นแต่เพียงการเริ่มต้นเท่านั้น เพราะว่าประชากรของโลกจะเพิ่มจำนวนขึ้นตลอดเวลา ในขณะที่วิวัฒนาการด้านการขนส่งที่สามารถขนส่งผู้โดยสารได้จำนวนมาก ทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูกลง การเดินทางท่องเที่ยวจึงมิได้จำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้สูงดังแต่ก่อนเท่านั้น การท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นเรื่องของความพึงพอใจของแต่ละบุคคล องค์การสหประชาชาติประกาศว่า “การเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิทธิมนุษยชนอย่างหนึ่งที่รัฐพึงสนับสนุน”

7. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้าอากาศเหมือนการเกษตรอื่นๆ ผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เสนอขายให้นักท่องเที่ยว คือความสวยงามของธรรมชาติ หาดทราย ชายทะเล ป่าไม้ ภูเขา สภาพอากาศและสิ่งที่มีมนุษย์ก่อสร้างขึ้น เช่น พระบรมมหาราชวัง วัดวาอาราม โบราณสถาน อาคารบ้านเรือนในท้องถิ่น ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของประชาชน ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นรูปธรรมที่มีความยั่งยืนไม่ผันแปร หรือขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศดังเช่นการผลิตด้านเกษตรกรรม หรืออุตสาหกรรมอื่น

8. ไม่ต้องลงทุนเป็นจำนวนมาก ดังนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงได้รับการสนับสนุน และหันมาใช้อุตสาหกรรมนี้เป็นประโยชน์เพิ่มเติมต่ออาชีพเกษตรกรรมที่มีอยู่เดิม นับเป็นความได้เปรียบอย่างมากของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การท่องเที่ยวขาออก (outbound tourism) การเดินทางออกจากประเทศที่เป็นถิ่นพำนักถาวรของตนเพื่อไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น เช่น นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทย (Thai traveler) หรือนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอื่น (Foreign traveler) ซึ่งมีถิ่นพำนักในประเทศไทย เดินทางออกไปท่องเที่ยวยังประเทศมาเลเซีย นักท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จัดเป็นนักท่องเที่ยวขาออก (outbound tourist) ของประเทศไทย และประเทศไทยจัดเป็นประเทศที่จัดส่งนักท่องเที่ยวออกไป (generating country)

ปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ ที่มีคุณค่าที่ทุกคนทุกเพศทุกวัยเลือกใช้ในยามที่ที่จะมอบความสุขให้กับตัวเอง ครอบครัว ผองเพื่อน สำหรับในส่วนขององค์กรนั้น ไม่สามารถปฏิเสธว่าการมอบสิทธิประโยชน์พิเศษต่างๆ ให้กับพนักงานถือเป็นปัจจัยหนึ่งในการสร้างขวัญกำลังใจแก่ผู้ปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี เช่น เงินโบนัส เงินชยัน การจัดเลี้ยง ฯลฯ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมไทยเป็นอย่างมาก นับตั้งแต่มีการกำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการพัฒนาประเทศในแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยรากฐานของ องค์ความรู้ใหม่ที่มีลักษณะเป็นองค์รวมอันได้แก่องค์ความรู้เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวและสินค้าท่องเที่ยว องค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวอย่างไรก็ตามการที่จะสร้างองค์ความรู้ใหม่นั้นจำเป็นต้องอาศัยการประมวลงาน วิจัยที่มีมาแต่เดิมเพื่อใช้เป็น รากฐานในการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมและเพื่อให้นักวิจัย

ด้านการท่องเที่ยวได้รับความสะดวกและสามารถเข้าถึงงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอยู่ทั้งในและนอกประเทศได้อย่างทั่วถึงและครอบคลุม จึงต้องดำเนินการรวบรวมอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ฐานข้อมูลมีความสมบูรณ์ทำให้นักวิจัยด้านการท่องเที่ยว สามารถใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และนอกจากนี้การวิเคราะห์เนื้อหาในงานวิจัยเพื่อให้ ทราบถึงสถานภาพของงานวิจัยในช่วงเวลาหนึ่งๆจะทำให้ได้ข้อมูลซึ่งเป็นประโยชน์ต่อนักวิจัยด้านการท่องเที่ยวต่อไป

### มูลเหตุจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว

มิลล์ และมอริสัน (Mill และ Morrison, 1992) กล่าวว่า โดยพื้นฐานแล้วมนุษย์ทุกคนต้องการความมั่นคง และมีเสถียรภาพในชีวิต เมื่อใดก็ตามที่รู้สึกว่าคุณลักษณะดังกล่าวขาดหายไป หรือมีไม่มากเพียงพอ ก็จะพยายามดิ้นรนเพื่อแสวงหา และรักษาสภาพนั้นไว้ให้นานที่สุด โดยสภาพดังกล่าวจะหมดไปเมื่อมนุษย์ตระหนักได้ถึงความจำเป็นต่างๆในชีวิตที่มีไม่พอ สถานการณ์ดังกล่าวก่อให้เกิดแรงกระตุ้นที่ผลักดันให้มนุษย์ต้องกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

ประเด็นที่นักวิจัยด้านการท่องเที่ยวให้ความสนใจและทำการศึกษาในลำดับต้นๆจึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับ “ความจำเป็น” “ความต้องการ” และ “มูลเหตุจูงใจ” ซึ่งเป็นเสมือนจุดเริ่มต้นที่ทำให้การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว นอกจากจะศึกษากับนักท่องเที่ยวโดยตรงแล้ว สิ่งที่นักวิจัยในอดีตศึกษาไว้เกี่ยวกับการแสดงพฤติกรรมที่ต่างกันของมนุษย์ ก็สามารถนำมาใช้ประกอบในการพิจารณาสาเหตุที่มนุษย์เดินทางท่องเที่ยวได้เช่นกัน

พฤติกรรมที่มนุษย์แสดงออกมาในช่วงเวลานั้นๆนั้น เราไม่สามารถระบุได้แน่ชัดว่า ได้รับแรงกระตุ้นจากสาเหตุใดเพียงสาเหตุเดียว หากแต่เป็นผลมาจากหลายสาเหตุที่มีผลกระทบซึ่งกันและกัน โดยสาเหตุหนึ่งอาจมีความสำคัญมากกว่าสาเหตุอื่นๆ เช่นเดียวกับการที่ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ และปัจจัยด้านจิตวิทยามีผลกระทบซึ่งกันและกันนั่นเอง



### พฤติกรรมการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว

การศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว ก็เพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจ ซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง ปฏิกริยาของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ หรือการใช้บริการการท่องเที่ยว รวมทั้งขบวนการต่างๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้สรุปถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่ามีขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การส่งเสริมการตลาดทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารทางการท่องเที่ยวเหล่านั้น เช่น จากหนังสือพิมพ์จากนิตยสาร จากองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยว จากบริษัทนำเที่ยว จากบริษัทการบิน จากญาติมิตร เป็นต้น ข้อมูลทางการท่องเที่ยวอาจเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ สภาพภูมิศาสตร์ ที่พัก การคมนาคม ความปลอดภัย ฯลฯ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดทางการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวสามารถกระทำได้ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

2. ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะก่อให้เกิดความต้องการทางการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต้องการเสริมสิ่งที่ขาดไปหรือเพิ่มรสชาติให้กับชีวิต เช่น เกิดความเบื่อหน่าย อยากเปลี่ยนบรรยากาศต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เห็นสิ่งใหม่ๆ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ เป็นต้น โดยปกติแล้วนักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ค่าครองชีพถูก การให้บริการมาตรฐาน มีความสะดวกสบาย และปลอดภัยในการท่องเที่ยว

3. สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการ คือ Push Factor เป็นสภาพเงื่อนไขมากระตุ้นผลักดันให้เกิดความต้องการหลีกเลี่ยงความซ้ำซากจำเจในชีวิตประจำวันเพื่อไปท่องเที่ยว และ Pull Factor เป็นสภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยวหรือร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งสิ่งจูงใจออกมาได้ 4 ประเภท คือ

3.1 สิ่งจูงใจทางด้านกายภาพ (Physical Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความ ต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจให้สดชื่นรักษาบำรุงสุขภาพ เช่น การอาบน้ำแร่ การ ร่วมกิจกรรมกีฬา เป็นต้น

3.2 สิ่งจูงใจด้านวัฒนธรรม (Culture Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความ ต้องการอยากรู้วัฒนธรรมของประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อนรวมทั้งการดำเนินชีวิต สถานที่ทาง ประวัติศาสตร์ ศิลปะ เทศกาลต่างๆ ฯลฯ

3.3 สิ่งจูงใจด้านส่วนตัว (Personal Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความ ต้องการส่วนตัว เช่น เดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร การไปจาริกแสวงบุญ เป็นต้น

3.4 สิ่งจูงใจด้านสถานภาพ และชื่อเสียง (Prestige and Status Motivation) เป็น แรงกระตุ้นที่เกิดจากความ ต้องการพัฒนาระดับตัวเองให้สูงขึ้น และสร้างชื่อเสียง เช่น การเข้า ร่วมประชุม การเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา การศึกษาต่อต่างประเทศ เป็นต้น

4. การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) นับว่าเป็นองค์ประกอบที่ส่งผล กระทบต่อการท่องเที่ยวมาก เมื่อผู้ประสงค์จะเดินทางท่องเที่ยวขึ้น อีกทั้งเกิดแรงกระตุ้นจาก สิ่งจูงใจจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้นเพื่อ ประกอบการพิจารณาตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวที่ไหนดีที่สุด โดยคำนึงถึงการประหยัด ปลอดภัย สะดวกสบาย และความอภิมภิมมากที่สุดเป็นเกณฑ์ ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของสถานที่ ท่องเที่ยวอาจปรากฏทั้งในลักษณะบวกหรือลบก็ได้ เช่น ประเทศยุโรปมีความปลอดภัยสูง แต่ ค่าใช้จ่ายสูงตามด้วย ประเทศสังคมนิยมมีเงื่อนไขการเข้าประชุมที่ยุงยาก เป็นต้น จากการสำรวจ ปัจจัยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมี 8 ประการตามลำดับความสำคัญ ดังต่อไปนี้

- 4.1 จะไปท่องเที่ยวที่ไหน
- 4.2 จะไปท่องเที่ยวเมื่อไหร่
- 4.3 จะไปท่องเที่ยวโดยทางใด (ทางบก ทางเรือ ทางอากาศ)
- 4.4 จะไปท่องเที่ยวกับใคร
- 4.5 จะไปท่องเที่ยวนานเท่าไร
- 4.6 จะไปท่องเที่ยวเพื่อชมอะไร
- 4.7 จะไปพักผ่อนในสถานที่ประเภทไหน
- 4.8 จะไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่กี่วัน

5. การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) โดยปกติเมื่อตัดสินใจจะไปสถานที่ท่องเที่ยวใด ก็จะต้องศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ในการวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจะต้องวางแผนค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวสถานที่นั้นๆ เช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายซื้อของที่ระลึก เป็นต้น

6. การเตรียมเดินทาง (Travel Preparation) เมื่อตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่แน่นอน และมีการวางแผนค่าใช้จ่ายเรียบร้อยแล้ว ในขั้นตอนนี้ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวก็ต้องเตรียมตัวในเรื่องของยานพาหนะที่จะใช้เดินทาง การจองรายการท่องเที่ยว การยืนยันการเดินทาง เป็นต้น นอกจากนี้ยังเตรียมเสื้อผ้า และของใช้จำเป็นในระหว่างการเดินทาง ตลอดจนการเตรียมการเรื่องสุขภาพ และภารกิจส่วนตัว

7. การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการออกเดินทางจากบ้านเพื่อท่องเที่ยวจนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วกลับถึงบ้าน โดยมีการประเมินผลการท่องเที่ยวเป็นระยะๆ ตามประสบการณ์ที่ได้รับเริ่มตั้งแต่ยานพาหนะที่นำเข้าไปสู่จุดหมายปลายทาง หรือแหล่งท่องเที่ยวสภาพแวดล้อมต่างๆ ตลอดจนที่พัก อาหารการกิน และอื่นๆ เพื่อประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้อาจเป็นที่น่าพอใจหรือไม่ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในครั้งต่อไป หรืออาจบอกต่อให้บุคคลอื่นเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้ หรือบอกต่อบุคคลอื่นไม่ให้มาเที่ยวสถานที่แห่งนี้

8. ประสบการณ์นักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะได้ผลของประสบการณ์ท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ

8.1 มีความพึงพอใจ เป็นประสบการณ์ทางบวกที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่างๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อมการบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ปรากฏผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจ

8.2 ไม่มีความพึงพอใจ เป็นประสบการณ์ทางลบที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่างๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อมการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ปรากฏผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจ

9.ทัศนคติของนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากเรื่องการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะเกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ ถ้าหากว่านักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง หรือบอกกล่าวให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว แต่ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความไม่พึงพอใจ ไม่อยากเดินทางมาท่องเที่ยวอีก หรือบอกเล่าให้บุคคลอื่น ไม่อยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วย

### เกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542) ได้กล่าวถึงเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาด ได้แก่ มิติต่างๆหรือลักษณะเฉพาะต่างๆ ของตลาดที่นำมาใช้ในการแบ่งตลาดออกเป็นกลุ่มๆ เกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดมีอยู่หลายเกณฑ์ โดยใช้ตัวแปรดังต่อไปนี้

1. ตัวแปรทางภูมิศาสตร์ (Geographic Variables) ตลาดนักท่องเที่ยวอาจแบ่งออกเป็นเขตๆตามทางสภาพทางภูมิศาสตร์ได้ เพราะลักษณะอากาศ ทรัพยากรธรรมชาติความหนาแน่นของพลเมือง ศิลปวัฒนธรรม วิถีการดำเนินชีวิต ฯลฯ ที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละเขตย่อมส่งอิทธิพลให้กับนักท่องเที่ยวมีความต้องการ มีความอยากได้แตกต่างกันออกไปด้วย เช่น การแบ่งเขตนักท่องเที่ยวออกเป็นภูมิภาคต่างๆในประเทศไทย ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากภาคเหนือ นักท่องเที่ยวจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นักท่องเที่ยวจากภาคกลาง นักท่องเที่ยวจากภาคตะวันออก นักท่องเที่ยวจากภาคตะวันตก และนักท่องเที่ยวจากภาคใต้ หรือการแบ่งเขตนักท่องเที่ยวออกเป็นซีกโลกเช่นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป และนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย เป็นต้น โดยที่ธรรมชาติความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แบ่งตามตัวแปรทางด้านภูมิศาสตร์นี้มักจะต้องการที่จะได้พบเห็นหรือสัมผัสในสิ่งที่ท้องถิ่นของตนเองไม่มีหรือขาดหายไป เช่นนักท่องเที่ยวชาวยุโรปเดินทางมาเพื่อชมศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของชาวเอเชีย เป็นต้น

2. ตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Variables) ตัวแปรประเภทนี้เป็นตัวแปรที่อยู่ในตัวนักท่องเที่ยวนั่นเอง เช่น อายุ เพศ การศึกษา ขนาดครอบครัว วัฏจักรชีวิตและครอบครัว อาชีพ รายได้ ศาสนา และสัญชาติ เป็นต้น ตัวแปรประเภทนี้ได้รับความนิยมมากที่สุดในการนำมาใช้เป็นเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยว เพราะความอยากได้ ความนิยม อัตราการใช้บริการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับ ตัวแปรด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์

2.1 ช่วงอายุและวัฏจักรชีวิต(Age and Life-cycle Stage) การที่มีการนำเอาช่วงอายุและวัฏจักรชีวิตมาเป็นเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยว เพราะความต้องการการท่องเที่ยวและการพักผ่อนของบุคคลจะแปรเปลี่ยนไปตามวัย เช่น

- วัยเด็กหมายถึงเด็กตั้งแต่แรกเกิดจนถึงวัยรุ่นยังไม่จัดว่าเป็นผู้บริโภคทางการท่องเที่ยว เนื่องจากไม่มีรายได้และไม่สามารถไปท่องเที่ยวเองได้แต่เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของครอบครัว

- หนุ่มสาวโสด หมายถึง ผู้ที่เพิ่งจบจากโรงเรียนและเข้าทำงาน หรือกำลังศึกษาต่อในมหาลัย อายุเฉลี่ยของผู้ที่แต่งงานจะสูงขึ้น จำนวนคนกลุ่มนี้จึงมีมากขึ้น รายได้มักจะสูงและการใช้จ่ายจะเป็นไปเพื่อของใช้ส่วนตัว การบริโภคเกี่ยวกับการพักผ่อนหย่อนใจ รถสปอร์ต เสื้อผ้าตามสมัยนิยม มหรสพ ของฟุ่มเฟือยบางอย่าง

- หนุ่มสาวที่สมรสแต่ยังไม่มีบุตร กลุ่มนี้อยู่ในระยะเวลาที่เรียกว่า “ระยะนำฝั่งพระจันทร์” หรือ “ระยะตั้งหลักฐาน” ระยะนี้ใช้เวลาประมาณ 2 ปีก่อนที่จะมีบุตร ระยะที่คู่สมรสสร้างหลักฐาน มีการซื้อบ้าน เครื่องอำนวยความสะดวกในบ้าน และมีการเดินทางท่องเที่ยวก่อนที่จะมีบุตร

- วัยกลางคนที่มีบุตร เป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุด แบบแผนของชีวิตจะวนเวียนอยู่กับเรื่องของลูกๆ เรื่องของโรงเรียน รายได้จะดีกว่าหนุ่มสาวที่เพิ่งแต่งงาน เพราะฐานะทางการเงินเริ่มสูงขึ้น การท่องเที่ยวจะเป็นการตามใจลูกๆ ในบ้านซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของครอบครัว

- วัยเกษียณอายุหรือกลุ่มผู้สูงอายุ ค่าใช้จ่ายจะเป็นในเรื่องของการดูแลสุขภาพ บ้านพักพิเศษ อาหารพิเศษ และการพักผ่อนหย่อนใจสำหรับผู้สูงอายุ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีทั้งเวลาและเงิน เนื่องจากได้รับเงินบำนาญจากการเกษียณอายุการทำงานและมีเวลาว่างเพราะไม่ต้องไปทำงานอีกต่อไป ประกอบกับมีฐานะที่มั่นคงเนื่องจากการทำงานสะสมเงินมาทั้งชีวิต ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีแนวโน้มในการท่องเที่ยวสูงที่สุด ตัวอย่างเช่น ผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมักไม่ได้รับการเลี้ยงดูจากลูกหลานและมักจะมี รายได้หลักจากเงินบำนาญ ซึ่งรัฐบาลจะจ่ายให้ประชาชนที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป รายได้จากเงินบำนาญโดยเฉลี่ยครอบครัวละ 300,000 เยน (ประมาณ 80,000-100,000) ผู้สูงอายุอาจเลือกเดินทางไปพำนักในระเทศอื่นในช่วงฤดูหนาวเพื่อหลีกเลี่ยงอากาศที่หนาวเย็น

2.2 เพศ ความแตกต่างระหว่างเพศ ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการบริการทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เช่น เพศหญิง ต้องการการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างสะดวกสบาย มีสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกไว้คอยบริการ คำนึงถึงเรื่องความปลอดภัย และไม่ชอบการท่องเที่ยวที่ต้องผจญภัย หรือผจญภัยมากนัก ซึ่งตรงข้ามกับเพศชาย ที่ชอบการท่องเที่ยวแบบผจญภัยผจญภัย

2.3 การศึกษา การศึกษาเป็นองค์ประกอบหนึ่งซึ่งผู้จัดการการท่องเที่ยวให้ความ สนใจเพราะการศึกษาเป็นการเปิดโลกทัศน์ของคน การศึกษาเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม การ เดินทาง คนที่มีการศึกษาสูงกว่าจะเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าคนที่มีระดับการศึกษาต่ำ กว่า เนื่องจากคนที่มีการศึกษาสูงจะมีโลกทัศน์ที่กว้างกว่า ทำให้อยากไปดูหรืออยากไปสัมผัสกับ สิ่งที่ตนได้เรียนรู้มา

2.4 อาชีพ อาชีพมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับรายได้และการศึกษา และแบบ แขนงชีวิตบางอย่างก็มีส่วนสัมพันธ์กับอาชีพบางอย่าง ปัจจัยทั้งหมดนี้มีผลกระทบต่อ การเดินทางท่องเที่ยว โดยกลุ่มอาชีพที่เดินทางมากที่สุดต่อปี คือ ผู้ที่มีอาชีพผู้จัดการหรือผู้บริหาร นอกจากนั้น ยังมีพวกนักวิชาชีพ และผู้ที่ทำงานด้านเทคนิคก็จัดเป็นกลุ่มคนทำงานที่มีการเดินทางมากด้วย เนื่องจากคนกลุ่มนี้จะต้องเดินทางไป ติดต่องานหรือไปประชุมสัมมนาในที่ต่างๆบ่อยครั้ง

2.5 รายได้ รายได้เป็นตัวแปรที่สำคัญที่สุดในการกำหนดอำนาจซื้อของผู้บริโภค ทางการท่องเที่ยว อำนาจทางการซื้อเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งผู้จัดการทางด้านการท่องเที่ยวจะต้อง พิจารณาลาดเลาดจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อคนมีอำนาจการซื้อจากการสำรวจของหลายหน่วยงานแสดง ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางตรงระหว่างรายได้ของครอบครัวและเดินทางยิ่งรายได้มากขึ้น การ เดินทางจะยิ่งมากขึ้นตามไปด้วยรวมไปถึงพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ผู้บริโภคที่มีรายได้สูงมัก นิยมเดินทางทางอากาศ ในขณะที่การเดินทางโดย รถประจำทางดึงดูดผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำ

3. การแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยวตามหลักจิตวิทยา การแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยวแบบ นี้จะทำการแบ่งนักท่องเที่ยวออกไปตามระดับชนชั้นทางสังคม รูปแบบการดำเนินชีวิต หรือ บุคลิกภาพ

3.1 ระดับชนชั้นทางสังคม โดยทั่วไปเรามักจะแบ่งระดับชนชั้นทางสังคมของ มนุษย์ออกเป็น สามระดับใหญ่ๆ คือ ชนชั้นสูง ชนชั้นกลาง และชนชั้นต่ำ บุคคลที่อยู่ในระดับชั้น เดียวกันมักจะมี รายได้ อาชีพ การศึกษา อำนาจ หรือชาติตระกูลอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลาย อย่างเหมือนกัน พฤติกรรมที่แสดงออก รสนิยม และความคิดเห็นในเรื่องต่างๆคล้ายกัน ความนิยม ในผลิตภัณฑ์ กิจกรรมยามว่าง หรือรูปแบบการท่องเที่ยวพักผ่อนก็จะคล้ายกันด้วย

3.2 รูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นแบบแผนของการใช้ชีวิต อันเป็นผลมาจาก องค์ประกอบหลายๆอย่าง แสดงออกมาในรูปของบุคลิกภาพ ซึ่งแต่ละคนจะถูกหล่อหลอมให้มี ลักษณะแตกต่างกันออกไป ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวจะมีรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างไรดู

ได้จากวิธีการจับจ่ายซื้อของ ตราของสินค้าที่ใช้ วิธีอบรมเลี้ยงดูบุตร วิธีตกแต่งบ้าน สโมสรที่เป็นสมาชิก กิจกรรมที่ทำในวันหยุด เป็นต้น เมื่อทราบรูปแบบในการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคแล้ว ผู้จัดการธุรกิจการท่องเที่ยวต่างๆ ย่อมสามารถพัฒนาส่วนผสมตลาดที่เหมาะสมเข้าไปเสนอได้

3.3 บุคลิกภาพ ตัวแปรด้านบุคลิกภาพ ตัวแปรทางด้านบุคลิกภาพมักจะนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยวอย่างได้ผลในกรณีที่ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจะนำเสนอต่อตลาดเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกับคู่แข่งกัน และความอยากได้ของผู้บริโภคไม่สามารถจัดกลุ่มได้ด้วยตัวแปรอื่น ด้วยเหตุนี้ ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายทางการท่องเที่ยวหลายรายจึงพยายามเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวกับบุคลิกภาพของผู้บริโภคทางการท่องเที่ยวไว้ด้วยกัน

4. การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรมของผู้ซื้อ การแบ่งส่วนตลาดแบบนี้บรรดานักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในตลาดจะถูกแบ่งออกเป็นกลุ่มๆ ตามความรู้ทัศนคติการใช้หรือปฏิบัติหน้าที่ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

4.1 โอกาสในการซื้อ ผู้ซื้ออาจแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ตามโอกาสที่เกิดความอยากได้ โอกาสที่ทำการซื้อและทำการใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น สายการบินแบ่งผู้โดยสารออกตามความประสงค์ในการเดินทางเป็น การเดินทางเพื่อธุรกิจ การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว และการเดินทางเพื่อกลับไปเยี่ยมบ้าน ทำให้มีการแบ่งที่นั่งโดยสารเป็นชั้นธุรกิจและชั้นธรรมดา บางสายการบินบริการเฉพาะเครื่องบินเช่าเหมาลำเพื่อการท่องเที่ยว

4.2 การหาประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอต่อนักท่องเที่ยว นั้นแม้จะเป็นผลิตภัณฑ์รายการเดียวกัน อาจตอบสนองความต้องการหรือสร้างความพอใจให้แก่ความอยากได้ของ นักท่องเที่ยวได้แตกต่างกัน เช่นการใช้บริการสายการบิน นักท่องเที่ยวคนหนึ่งอาจเลือกเดินทางเพราะเห็นว่าเร็วดี นักท่องเที่ยวอีกคนหนึ่งเห็นว่าไม่เคยนั่งเครื่องบินมาก่อนจึงอยากลองนั่ง นักท่องเที่ยวอีกคนหนึ่งเห็นว่ามีความสะดวกสบาย หรือมีการบริการที่ดี ลักษณะของการหาประโยชน์ที่แตกต่างกันจากผลิตภัณฑ์เดียวกันนี้ ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวย่อมสามารถนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดได้ และเมื่อนำผลิตภัณฑ์ เสนอต่อนักท่องเที่ยวอาจใช้วิธีวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันให้สอดคล้องกับพฤติกรรมแสวงหาประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ โดยใช้วิธีการโฆษณาผลิตภัณฑ์หรือสร้างผลิตภัณฑ์ให้เน้นจุดเด่นที่แตกต่างกันออกไปตามความต้องการประโยชน์ของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มการนำเอาการแสวงหาประโยชน์จากผลิตภัณฑ์มาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดนี้มีข้อจำกัดอยู่อย่างหนึ่งว่า ผู้บริโภคส่วนมากมักอยากได้ประโยชน์หลายๆอย่างจากผลิตภัณฑ์รายการเดียว

4.3 สถานภาพของผู้ใช้บริการทางการท่องเที่ยว สถานภาพของผู้ใช้บริการทางการท่องเที่ยวอาจแบ่งออกตามประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเป็น ผู้ไม่เคยใช้บริการทางการท่องเที่ยวมาก่อนเลย ผู้เคยใช้บริการทางการท่องเที่ยวแล้ว ผู้มีศักยภาพว่าจะใช้บริการทางการท่องเที่ยว ผู้ใช้บริการทางการท่องเที่ยวแล้ว ผู้มีศักยภาพว่าจะใช้บริการทางการท่องเที่ยว ผู้ใช้บริการทางการท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก และผู้ใช้บริการทางการท่องเที่ยวเป็นประจำเมื่อแบ่งสถานภาพออกมาแล้ว ธุรกิจการท่องเที่ยวขนาดใหญ่ที่มีส่วนครองตลาดสูง อาจต้องดำเนินการความพยายามทางการตลาดเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพว่ากลายเป็นผู้ใช้ครั้งแรกมาใช้บริการเพื่อขยายตลาดออกไปอีก ส่วนธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็ก อาจต้องดำเนินการความพยายามทางการตลาดเพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการธุรกิจทางการท่องเที่ยวของคุณแข่งขันให้หันมาใช้บริการตนเอง

4.4 ความพร้อมที่จะซื้อบริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ณ เวลาใดเวลาหนึ่งนั้นนักท่องเที่ยวมีความพร้อมที่จะซื้อบริการทางการท่องเที่ยวไม่เท่ากันบางกลุ่มอาจยังไม่ตระหนักว่ามีผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจำหน่าย บางกลุ่มตระหนักแล้วบางกลุ่มได้รับข้อมูลเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวแล้ว บางกลุ่มสนใจแล้ว บางกลุ่มอาจอยากซื้อแล้วและบางกลุ่มตั้งใจจะซื้อแล้วความแตกต่างของความพร้อมที่จะซื้อนี้อาจนำมาใช้ในการแบ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวได้แต่ละกลุ่มต้องใช้ส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันเข้าไปเสนอแก่นักท่องเที่ยว

4.5 ทักษะคตินักท่องเที่ยว ทักษะคตินักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ นักท่องเที่ยวที่มีความกระตือรือร้นที่จะซื้อแล้ว นักท่องเที่ยวที่มีทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในด้านบวก นักท่องเที่ยวที่ยังไม่เห็นข้อแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวที่ยังมีทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์เป็นด้านลบ และนักท่องเที่ยวที่มีความรู้สึกต่อต้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ธุรกิจท่องเที่ยวนำเสนอ หากธุรกิจทางการท่องเที่ยวสามารถแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวออกตามทัศนคตินี้ได้ ก็สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนดำเนินงานการตลาดได้เช่นกัน เพราะทัศนคติในแต่ละระดับใช้ความพยายามทางการตลาดไม่เท่ากัน

### ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมกับธุรกิจบริการ (8P'S)

เลิฟล็อก และเวียร์ตซ์ (Lovelock and Wirtz อ้างถึงใน ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์, 2548) ได้ให้ความหมายของทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมกับธุรกิจบริการในการท่องเที่ยว โดยแต่ละองค์ประกอบพิจารณาได้ ดังนี้



1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ในการกำหนดกลยุทธ์การบริหารการตลาดไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่ผลิตสินค้าหรือบริการก็ตาม ต่างต้องพิจารณาถึงลูกค้า กล่าวคือ ในการวางแผนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต้องพิจารณาถึงความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า (Customer's need or wants) ที่มีต่อผลิตภัณฑ์นั้นๆ เป็นหลัก เพื่อธุรกิจสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด โดยเฉพาะในตลาดที่มีการแข่งขันสูงที่ทำให้ต้องมุ่งเน้นที่ตลาดเฉพาะส่วน (Niche Market) การเข้าถึงความต้องการและสามารถตอบสนองความต้องการเหล่านั้นได้ จะสามารถสร้างความพึงพอใจและความภักดี ซึ่งผลิตภัณฑ์ในธุรกิจบริการมีความแตกต่างจากสินค้าทั้งด้านรูปแบบและการดำเนินงานดังนั้นกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์สำหรับธุรกิจจึงมีความแตกต่างกันไปด้วย

2. ราคา (Price) สำหรับการวางแผนด้านราคา นอกเหนือจากต้นทุนในการผลิต การให้บริการ และการบริหารแล้ว ต้องพิจารณาถึงต้นทุน (Cost) ของลูกค้าเป็นหลักด้วย ธุรกิจต้องพยายามลดต้นทุนและภาวะที่ลูกค้าต้องรับผิดชอบ ตั้งแต่ค่าใช้จ่ายสำหรับผลิตภัณฑ์บริการ รวมถึงค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย ทั้งด้านเวลา จิตใจ ความพยายามทางร่างกาย และความรู้สึกทางลบต่างๆ ที่ลูกค้าอาจได้รับด้วย ในการพยายามลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ของลูกค้าจะกลายมาเป็นต้นทุนของธุรกิจเองโดยเฉพาะค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นกับกลุ่มลูกค้าที่ขอซื้อของราคาต่ำ

3. สถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การจัดจำหน่ายก็ต้องพิจารณาถึงความสะดวกสบาย (Convenience) ในการรับบริการ การส่งมอบสู่ลูกค้า สถานที่และเวลาในการส่งมอบ กล่าวคือ ลูกค้าควรจะเข้าถึงได้ง่ายที่สุดเท่าที่จะทำได้ในเวลาและสถานที่ที่ลูกค้าเกิดความสะดวกที่สุด 2 ประการคือ

3.1 การเลือกช่องทางในการนำส่ง ( Delivery) บริการที่เหมาะสมขึ้นอยู่กับลักษณะของบริการแต่ละประเภท ถ้าเป็นการบริการด้านข้อมูลข่าวสาร อาศัยเทคโนโลยีติดต่อสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ได้ โดยการเปิดเว็บไซต์ติดต่อกับลูกค้าและลูกค้าอื่นๆ เพื่อให้เกิดความรวดเร็ว

3.2 การจัดจำหน่ายบริการ มีรายละเอียดมากกว่าการหาช่องทางในการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) ที่เหมาะสม แต่ต้องพิจารณาถึงทำเลที่ตั้ง (Location) เนื่องจากบริการบางประเภทลูกค้าต้องเดินทางไปถึงสถานที่บริการด้วยตนเอง จึงต้องการอาคารและสถานที่ที่เหมาะสมและการส่งมอบบริการแก่ลูกค้า (Service Delivery) เนื่องจากการบริการเป็นกระบวนการที่มีลูกค้าเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่ในกระบวนการด้วยมากกว่า โดยเปรียบเทียบกับสินค้าและบริการบางประเภท ลูกค้าต้องเกี่ยวข้องอยู่ในกระบวนการแทบจะตลอดเวลา เช่น การรักษาโรค การตัดผม หรือการโดยสารเครื่องบิน เป็นต้น กระบวนการในการส่งมอบบริการจึงควร

ได้รับการพิจารณาอย่างถี่ถ้วน เพราะจะเป็นส่วนสำคัญที่สุด ที่ลูกค้าจะตัดสินใจว่า บริการที่พวกเขาได้รับคุ้มค่ากับมูลค่าของเงินที่พวกเขาจ่ายไปหรือไม่ สุดท้ายคือ เวลาในการรับและให้บริการที่ ต้องคำนึงถึงความต้องการในการใช้บริการของลูกค้าเป็นหลักและพิจารณาในการกำหนดเวลาในการให้บริการของธุรกิจ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดจะช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าทำตามในสิ่งที่เราคาดหวัง ได้แก่ การรู้จักและตระหนักถึงตัวผลิตภัณฑ์ เกิดความต้องการการใช้ และตัดสินใจซื้อและซื้อมากขึ้น โดยอาศัยเครื่องมือที่แตกต่างกันในการส่งเสริมพฤติกรรมของ ลูกค้า ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขาย โดยให้พนักงานขายและการตลาดทางตรง ที่มีคุณสมบัติข้อดีและข้อจำกัดที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงต้องพิจารณาให้เหมาะสมกับความต้องการใช้งานรวมถึงความแตกต่างของผู้บริโภค ที่ไม่เพียงแต่มีความต้องการในการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างกันแล้ว การบริโภคสื่อและแนวทางในการตัดสินใจของแต่ละบุคคลก็มีความแตกต่างกันไปด้วย ดังนั้น สิ่งสำคัญในการวางแผนการส่งเสริมการตลาดธุรกิจ ต้องพิจารณาถึงพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า เพื่อที่จะเลือกวิธีที่ติดต่อสื่อสาร (Communication) ที่สามารถเข้าถึงและจูงใจลูกค้าได้เหมาะสม และนอกจากนั้นยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆ เพิ่มเติมประกอบด้วย

5. บุคลากร (People) หรือ พนักงาน (Employees) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท บุคคลจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญที่อาจทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพหรือเป็นผู้ทำลายคุณภาพก็ได้ ถึงแม้ว่าปัจจุบันจะมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในกระบวนการบริการมากขึ้น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้เกิดความสะดวกและประหยัดต้นทุนด้านบุคลากรในบางส่วน และช่วยให้กระบวนการบริการรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยเฉพาะส่วนที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การใช้เครื่อง ฝาก-ถอน เงินอัตโนมัติสำหรับธุรกิจธนาคาร เพื่อช่วยลดจำนวนลูกค้าการเข้าแถวคอยของธนาคาร เป็นต้น

6. กระบวนการให้บริการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็ว และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นการสร้างสรรค์และการส่งมอบผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยกระบวนการที่ได้มีการวางแผนมาเป็นอย่างดี กลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับการบริการ คือ เวลา และประสิทธิภาพในการบริการ ดังนั้น กระบวนการบริการที่ดีจึงควรมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการส่งมอบ รวมถึงต้องง่ายต่อการปฏิบัติการ เพื่อที่พนักงานจะได้ไม่เกิดความสับสน ทำงานได้อย่างถูกต้องและมีแบบแผนเดียวกันและงานที่ได้ต้องดีมีประสิทธิภาพ

7. ประสิทธิภาพและคุณภาพ(Productivity and Quality) โดยปกติแล้วคำว่า “ประสิทธิภาพ” และ “คุณภาพ” มักจะถูกแยกออกจากกัน ซึ่งในมุมมองของธุรกิจ ขณะที่การเพิ่มประสิทธิภาพจะเป็นความพยายามในการทำให้ต้นทุนรวมของการบริการต่ำลง โดยการตัดค่าใช้จ่ายต่างๆ หรือลดกระบวนการบางอย่างลง แต่ธุรกิจต้องระลึกไว้เสมอว่าจะต้องไม่ตัดในส่วนที่อาจทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจได้ สำหรับการสร้างคุณภาพเป็นความพยายามในการสร้างความแตกต่างและสร้างความภักดีของลูกค้า แต่การเพิ่มคุณภาพต้องคำนึงถึงต้นทุนในการบริการ ในขณะที่คุณภาพเป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่า จะต้องได้ตามที่เขาได้จ่ายเงินไป ยิ่งคุณภาพของการบริการสูงมาก โดยเปรียบเทียบกับมูลค่าของเงินที่ลูกค้าจ่าย ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจยิ่งขึ้น แต่ในความเป็นจริงคุณภาพที่สูงขึ้น มักมากับค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ส่วนประกอบของประสิทธิภาพจะเป็นสิ่งที่เสริมให้ลูกค้าพึงพอใจมากขึ้น

เลิฟล็อก เวียร์ตซ์และชีวว์ (Lovelock, Wirtz and Chew, 2009) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับทัศนคติต่างๆของคุณภาพการบริการ มีความหมายแตกต่างกันไปสำหรับแต่ละบุคคล ในด้านของผู้ใช้บริการจะสามารถรับรู้และแยกแยะคุณภาพก็ต่อเมื่อเห็น หรือผ่านประสบการณ์ซ้ำแล้วซ้ำเล่าเท่านั้น แต่ในด้านของผู้ผลิตจะเน้นไปในเรื่องของมาตรฐานที่มีการพัฒนาภายในองค์กร การเพิ่มผลิตภาพและลดค่าใช้จ่าย เป็นต้น สรุปได้ว่ามุมมองในเรื่องคุณภาพการบริการที่ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลย่อมมีความจำเป็นและความต้องการต่างกัน

8. การสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer-value Proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านอาคารสถานที่ ความสะอาด ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ ซึ่งเป็นองค์ประกอบของธุรกิจบริการที่ลูกค้าสามารถมองเห็นและใช้เกณฑ์ในการพิจารณาและตัดสินใจซื้อบริการได้

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยทางการท่องเที่ยว

### ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

นุชรนาถ ว่องธวัชชัย (2539) กล่าวว่า เนื่องจากในปัจจุบันการนิยมเดินทางท่องเที่ยวของคนเรามีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องมาจากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีการติดต่อ สื่อสาร ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิต และทัศนคติของคนในสังคมที่มีความต้องการ

เดินทางท่องเที่ยวเป็นจำนวนเพิ่มมากขึ้น และเนื่องจากความแตกต่างกันในสังคมที่มีความต้องการเดินทาง แต่ก็ยังมีคนอีกเป็นจำนวนไม่น้อยที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวแต่ติดที่เหตุผลบางประการที่ทำให้ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ และสิ่งเหล่านั้นก็เป็นสิ่งที่ยู่เหนือการควบคุมแต่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ว่าจะเกิดอะไรขึ้นกับตลาดการท่องเที่ยว ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องกับตลาดการท่องเที่ยวจำเป็นต้องศึกษาปัจจัยเหล่านี้เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมในการซื้อของนักท่องเที่ยว และสามารถเตรียมกิจกรรมทางการตลาดเพื่อแก้ไขสถานการณ์ทางการตลาดที่อาจเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากปัจจัยเหล่านี้

1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic factor) สภาพทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศมีผลต่อความต้องการเดินทางท่องเที่ยว เมื่อคนเรามีเศรษฐกิจที่ดีย่อมทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวได้มาก โดยมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป เช่น การประชุม การศึกษา การพักผ่อน ดังนั้นการมีรายได้สูงทำให้เกิดการใช้จ่ายเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวได้มาก ส่วนประเทศที่กำลังพัฒนาที่เศรษฐกิจภายในประเทศยังไม่ดีมากพอที่จะเหลือเพื่อเดินทางท่องเที่ยว ทำให้การท่องเที่ยวเกิดขึ้นได้น้อย

2. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic factor) ลักษณะของประชากรโดยส่วนรวมมีผลกระทบต่อรูปแบบความต้องการซื้อและปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพราะปัจจัยทางประชากรศาสตร์เป็นสิ่งที่กำหนดแนวทางและรูปแบบของการตลาดว่าควรเน้นที่จะผลิตในรูปแบบใด ลักษณะของประชากร เช่น ขนาดของครอบครัว อายุ รายได้ อาชีพ การศึกษา และในสังคมของประเทศที่พัฒนาแล้ว ครอบครัวจะมีขนาดเล็กลง ผู้หญิงที่แต่งงานแล้วยังคงทำงานเต็มเวลา การหย่าร้างและอยู่เป็นโสดมีมากขึ้นจากลักษณะตรงนี้สามารถทำให้เดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้น เพราะไม่มีพันธะทางครอบครัว และมีรายได้เพียงพอต่อการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวในเรื่องของอายุ ก็มีผลต่อปริมาณการเดินทางท่องเที่ยว เพราะปัจจุบันในประเทศที่พัฒนาแล้ว และประเทศที่กำลังพัฒนา คนที่มีอายุเกษียณมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นและคนกลุ่มนี้มีอำนาจการซื้อสูง มีเวลาว่างมากและต้องการเดินทางพักผ่อนในบั้นปลายชีวิตทำให้มีการเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้นด้วย การศึกษาเป็นสิ่งสำคัญต่อปริมาณการเดินทางท่องเที่ยว เพราะยิ่งคนมีการศึกษาสูงขึ้นความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความรู้และประสบการณ์ย่อมมีมากขึ้นตามไปด้วยนอกจากนี้รายได้ของผู้มีการศึกษาย่อมสูงกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ ดังนั้นจึงเป็นการส่งเสริมให้มีการเดินทางเพื่อพักผ่อนหรือเพื่อยกระดับฐานะทางสังคมของตนให้สูงขึ้นไป นอกจากนี้แล้วเพศและเชื้อชาติก็เป็นสิ่งที่กำหนดรสนิยมและพฤติกรรมในการซื้อและมีความสัมพันธ์กับสังคมและวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น เช่น นักท่องเที่ยวที่เป็นเพศหญิงอาจต้องการรูปแบบของการ

เดินทางท่องเที่ยวที่ปลอดภัยมากกว่าเดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัยซึ่งเป็นสิ่งที่นิยมของนักท่องเที่ยวชายมากกว่า เป็นต้น

3. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic factor) ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของประเทศที่ผู้ซื้ออาศัยอยู่มีผลกระทบต่อความต้องการของธุรกิจนำเที่ยวและเป็นสิ่งที่กำหนดจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวอยากจะไป เพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซากจำเจจากถิ่นที่อยู่เดิมของตน

4. ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม (Socio-cultural factor) รูปแบบของวัฒนธรรมและทัศนคติของคนในสังคม มีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้บริโภคว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในรูปแบบใดและบ่อยครั้งแค่ไหน เพราะวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่หล่อหลอมความคิดและรสนิยมในการซื้อของผู้บริโภค นอกจากนั้นแล้วในบางประเทศมีทัศนคติที่ให้ความสำคัญต่อการเดินทางท่องเที่ยวก็จะทำให้ผู้คนที่อาศัยอยู่ในประเทศนั้นนิยมเดินทางท่องเที่ยวได้มาก

5. ปัจจัยทางการเมือง (Political factor) นโยบาย สภาวการณ์ และกฎเกณฑ์ทางการเมืองของแต่ละประเทศเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดและเบี่ยงเบนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ประเทศใดที่การเมืองไม่มั่นคงหรือกำลังเปลี่ยนแปลงย่อมทำให้ผู้บริโภคไม่รู้สึกปลอดภัยหรือรู้สึกเสี่ยงในการเดินทาง และมีผลทำให้การเดินทางท่องเที่ยวและปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวลดน้อยลง ในทางกลับกัน ถ้าการเมืองของประเทศใดมีความมั่นคงและส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวก็จะทำให้คนในประเทศนั้นมีการเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้น เช่นหน่วยงานของรัฐบาลไทยได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้มีนโยบายส่งเสริมให้คนไทยหันมาเที่ยวภายในประเทศมากขึ้นเพื่อกันไม่ให้เกิดการเสียดุลการเที่ยว ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจจัดนำเที่ยวพัฒนารายการนำเที่ยวภายในประเทศในรูปแบบและราคาต่าง ๆ กัน เพื่อโน้มน้าวให้คนไทยซื้อรายการนำเที่ยวภายในประเทศและก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากยิ่งขึ้น

6. สื่อมวลชน (Media) สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เพราะสื่อมวลชนเหล่านี้จะถ่ายทอดข่าวสารทางการท่องเที่ยวสู่ประชาชน ผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสารต่างๆ และจากการที่การท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่แตกต่างจากสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไปเพราะไม่สามารถจับต้องและทดลองก่อนซื้อได้ ดังนั้นสิ่งสำคัญคือการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้าเพื่อจะรู้ว่าลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ มีลักษณะเช่นใด รวมทั้งผู้บริโภคเองก็จะรับรู้ราคาสินค้ามากขึ้น ดังนั้นข้อมูลที่ได้รับมาจากสื่อมวลชนผู้บริโภคก็จะมาช่วยในการตัดสินใจซื้อด้วย

7. เวลา สภาวะครอบครัวและสุขภาพของผู้บริโภค เวลาเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนไม่สามารถเดินทาง หรือ ซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวได้เพราะการเดินทางจำเป็นต้องใช้เวลาใน

การวางแผนการเดินทางและต้องจัดช่วงเวลาให้เหมาะสมกับตารางเวลาการเดินทางออกของเครื่องบิน รถไฟ รถโดยสาร รถนำเที่ยว และเรือทุกสิ่งทุกอย่างต่างๆ เหล่านี้จำเป็นต้องใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวทั้งสิ้นสภาวะครอบครัว ก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากเช่นกันเพราะความรับผิดชอบกับภาระหน้าที่การงานต้องใช้ความดูแลอย่างใกล้ชิดก็ว่าจะไม่สะดวกที่จะเดินทาง แม้จะมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยว สุขภาพของผู้บริโภคก็เป็นสิ่งสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เช่นผู้ที่มีปัญหาด้านสุขภาพก็ต้องการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก หรือวิธีการเดินทางท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับสุขภาพของตนเพื่อความปลอดภัยและความสะดวกของตัวนักท่องเที่ยวเอง

8. ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology) ในธุรกิจการท่องเที่ยวเห็นได้ชัดว่าการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารและการคมนาคมขนส่งเป็นสิ่งสำคัญที่เอื้ออำนวยความสะดวกต่อการเดินทางท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เพราะสิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการต่างๆ ของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าทางการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสถานที่และสินค้าทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจ เพราะนักท่องเที่ยวต่างก็ต้องการความรวดเร็ว และความความสะดวกสบาย ดังนั้นการทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร และความความสะดวกสบายของการคมนาคมขนส่งของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งก็เป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางท่องเที่ยวได้ดีกว่าประเทศที่ยังไม่มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพราะนักท่องเที่ยวส่วนมากซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวเนื่องจากความสะดวกสบาย และจากความปลอดภัยที่คาดว่าจะได้รับจากผู้ประกอบการ ดังนั้นการพัฒนาเทคโนโลยีทั้งทางการติดต่อสื่อสาร และการคมนาคมขนส่งจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถตัดสินใจได้รวดเร็วมากขึ้นว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ขายรายใด

วิภา วัฒนพงศ์ชาติ (2542) ได้กล่าวว่า ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวโดยจำแนกเป็น

1. อายุ เมื่อมีอายุมากขึ้นเวลาสำหรับการท่องเที่ยวพักผ่อนจะน้อยลง เนื่องจากภาระหน้าที่การงานและครอบครัว ต่อเมื่อลูก ๆ ได้เติบโตขึ้นและแยกครอบครัวออกไป จนกระทั่งเมื่อเกษียณอายุจึงจะมีเวลาสำหรับการท่องเที่ยวพักผ่อนมากขึ้น สรุปได้ว่า กลุ่มของผู้มีอายุน้อย และกลุ่มของผู้สูงอายุจะมีเวลาสำหรับการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ แต่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวจะมีสัดส่วนของผู้สูงอายุเป็นจำนวนน้อยกว่า ทั้งนี้อาจเนื่องจากลักษณะทางกายภาพ

นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อย มักจะเลือกท่องเที่ยวในแหล่งที่ผจญภัย ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุมาก มักจะเลือกท่องเที่ยวในที่ไกล ๆ

2. รายได้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว กล่าวคือ เมื่อรายได้สูงขึ้นก็จะมีเงินเหลือพอที่จะใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวมากขึ้น หรืออาจจะสรุปได้ว่า เมื่อมีรายได้เพิ่มมากขึ้นสัดส่วนของการท่องเที่ยวก็จะเพิ่มมากขึ้นด้วย

3. เพศ ไม่มีความแตกต่างกันมากนักระหว่างเพศชายและเพศหญิงในด้านการท่องเที่ยว

4. การศึกษา เมื่อบุคคลมีระดับการศึกษาสูงขึ้น ก็จะนิยมเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยด้านรายได้ เพราะว่า ระดับการศึกษาที่สูงขึ้นทำให้โอกาสการเพิ่มรายได้มีมากขึ้น

### ปัจจัยที่ทำให้เกิดความต้องการท่องเที่ยว

มิดเดิลตัน (Middleton, 1995) ยังสรุปปัจจัยที่ทำให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic factor) การท่องเที่ยวถือเป็นความต้องการที่ฟุ่มเฟือย ผู้ที่จะสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ขึ้นอยู่กับฐานะที่มีเงินเหลือจ่าย (discretionary income) มาก จึงจะท่องเที่ยวได้ไกล และบ่อยครั้งมากกว่าผู้มีเงินเหลือน้อย

2. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic factors) ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ นับเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวได้ กล่าวคือ การที่แนวโน้มของประชากรน้อยลง โดยเฉพาะประเทศอุตสาหกรรมที่เจริญแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา อังกฤษ เยอรมัน ฝรั่งเศส และญี่ปุ่น สภาพเศรษฐกิจ และค่านิยมที่ทำให้สตรีแต่งงานช้าลง ความก้าวหน้าทางการแพทย์ที่ทำให้ประชากรมีอายุยืนขึ้น เป็นเหตุให้อัตรามวลรวมของประชากรเป็นไปในทางที่ดีขึ้น หรือมีประชากรที่มีคุณภาพขึ้น ทำให้มีงานทำ และเกิดรายได้ส่วนเกินเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดผลดีต่อรูปแบบความต้องการท่องเที่ยว และปริมาณการซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว

3. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic factor) ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทยที่อาศัยทำให้นักท่องเที่ยวแต่ละชาติมีความแตกต่างกัน และเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ทำให้เกิดความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปหาประสบการณ์จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างไปจากที่เคยเป็นอยู่ เช่น ชาวยุโรปอยากไปท่องเที่ยวชายทะเล หาดทราย เพื่อรับแสงแดด และว่ายน้ำทะเล

4. ปัจจัยทางวัฒนธรรมและสังคม (Social & Cultural factors) ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมจะหล่อหลอมความคิด ความเชื่อ ทัศนคติ และการบริโภคสินค้าทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

5. ปัจจัยด้านการเปรียบเทียบราคา (Comparative price factors) การเปรียบเทียบราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการแตกต่างกัน เพราะราคาจะแสดงถึงคุณภาพ และมาตรฐานที่ต่างกัน

6. ปัจจัยด้านการเคลื่อนย้ายของบุคคล (Personal mobility factors) นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความสามารถในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศหรือข้ามพรมแดนประเทศที่อยู่ติดกันได้โดยง่าย ขณะที่บางคนอาจไม่สะดวกที่จะทำเช่นนั้นหรือบางคนก็อาจสามารถช่วยเหลือตัวเองได้ในการเดินทาง และภาษาที่จะติดต่อสื่อสารทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบบอิสระด้วยตนเอง (Free Independent Travel-FIT) มากขึ้นนอกเหนือจากการท่องเที่ยวแบบมีมัคคุเทศก์นำทาง

7. ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย (Government regulatory factors) นโยบายของรัฐบาลการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง กฎหมาย และระเบียบกฎเกณฑ์ต่างๆ ล้วนมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เช่น ข้อบังคับของบางประเทศที่ไม่อนุญาตให้นำเงินตราออกนอกประเทศเพื่อไปท่องเที่ยวมากนัก หรือ การที่บางประเทศก็เข้มงวดในการเดินทางเข้าประเทศของนักท่องเที่ยว ก็อาจทำให้ความอยากเดินทางท่องเที่ยวลดน้อยลง

8. ปัจจัยด้านสื่อสารมวลชน (Media communication) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าการท่องเที่ยว และข่าวอื่นๆทุกชนิดจากสื่อมวลชน ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่นการสำรวจและออกบัตรโดยสารเครื่องบิน การจองที่พัก การซื้อทัวร์ผ่านระบบคอมพิวเตอร์ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งนอกจากจะสร้างความเชื่อถือมั่นใจ สะดวกรวดเร็วแก่นักท่องเที่ยวแล้วยังมีส่วนจูงใจและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยว อยากเดินทางท่องเที่ยวอีกด้วย

### **ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว**

เหตุผลของการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ประการ ดังที่ ฌ็องส์รี พิมลสมพงศ์ (2542) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประกอบไปด้วย

1. เงิน หรือค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นสิ่งแรกที่ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะต้องคิดทันที เพราะการเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะใกล้หรือไกลจำเป็นต้องมีเงิน หรืองบประมาณเพื่อใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ เช่น ค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบริการสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวก และการใช้จ่ายซื้อของ เป็นต้น

2. เวลา เป็นสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับผู้เดินทางท่องเที่ยว เพราะแต่ละบุคคลย่อมอยู่ในสถานภาพทางการประกอบอาชีพที่ต่างกัน บางคนอาจใช้เวลาวันหยุดสุดสัปดาห์เพื่อการ



เดินทางท่องเที่ยว แต่บางคนอาจจะต้องรอถึงปิดภาคเรียน หรือบางคนอาจใช้เวลาหลังช่วงชีวิตทำงานเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. ความตั้งใจที่จะไป ปัจจัยข้อนี้เกิดจากเหตุผล และความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวอย่างแท้จริง การมีเงิน และมีเวลา คงไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้ถ้าไม่ตั้งใจที่จะไป นักท่องเที่ยวอาจถูกกระตุ้นได้จากสิ่งต่าง ๆ เช่น ความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว การเก็บรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว การเสริมสร้างทัศนคติที่ดีให้เห็นคุณค่าของการท่องเที่ยว ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ เสถียรภาพทางการเมือง ฤดูกาล สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยและภาพพจน์ทางการท่องเที่ยว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา

### **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ**

กองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543) ได้อธิบายว่า ผลิตผลของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ บริการ ซึ่งลูกค้าจะเลือกซื้อเมื่อเกิดความพึงพอใจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ มีดังนี้

ปัจจัยภายใน

#### **1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource)**

ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจให้ผู้คนเดินทางมาเยือนท่องเที่ยวในประเทศไทย นั้น ๆ อันจะมีทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งเทศกาลและงานประเพณีประจำที่มีอยู่ในท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.1 ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ถ้ำน้ำพุร้อน บ่อน้ำพุร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ ทะเล หาดทราย หาดหิน ทะเลสาบ เกาะ เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด (ห้วย หนอง คลอง บึง)

1.2 ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานและศาสนสถาน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีหรือศาสนา ได้แก่ โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ ศาสนสถาน กำแพงเมือง อนุสาวรีย์ และอนุสรณ์สถาน

1.3 ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีก รูปแบบหนึ่งในลักษณะพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (เช่น สถาปัตยกรรมในชนบท) ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง ไร่/สวน พืช ผัก ผลไม้ และเหมืองแร่

## 2. ความปลอดภัย (Security)

ในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิต และทรัพย์สินเป็นประการสำคัญมาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพและทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว

## 3. โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructures)

โครงสร้างพื้นฐาน ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกหลัก เช่น ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสาร ท่าเรือ ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย เป็นต้น โดยปกติแล้วภาครัฐบาลจะเป็นผู้ลงทุนจัดสร้างโครงสร้างพื้นฐาน เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้กับประชาชนในท้องถิ่น หรือหากเป็นการลงทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวประชาชนในท้องถิ่นก็เป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์อย่างถาวร

## 4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)

เป็นสถานที่หรือบริการ ที่ส่วนใหญ่ภาคเอกชนจะเป็นผู้จัดหาให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในรูปของการประกอบธุรกิจ แต่มีบริการของรัฐบาลอยู่ในบางส่วนด้วย ดังนี้

4.1 การคมนาคม เมื่อผู้ซื้อเดินทางมาซื้อบริการถึงที่ผลิต การคมนาคมทั้งจากต่างประเทศ และภายในประเทศจะต้องสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยทั้ง 3 ทาง คือ ทางบกมีถนนที่พาดหนะต่าง ๆ ผ่านเข้าออกได้สะดวก หรือมีบริการรถไฟ ทางน้ำมีท่าเทียบเรือ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ และทางอากาศมีท่าอากาศยานทันสมัย มีสายการบินมาลงมาก

4.2 พิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร มีการผ่อนคลายระเบียบวิธีการเข้าเมืองให้สะดวกรวดเร็ว มีการบริการให้ข่าวสาร บริการจองที่พัก บริการขนส่งผู้ที่พัก เป็นต้น

4.3 ที่พัก มีโรงแรมระดับต่าง ๆ ให้เลือก มีอัตราค่าที่พักเหมาะสมกับคุณภาพสะอาด และมีบริการตามมาตรฐานสากล

4.4 ร้านอาหาร นอกจากจะมีอาหารให้เลือกมากมายหลายชนิดแล้ว ร้านอาหารจะต้องถูกสุขลักษณะ มีบริการที่สุภาพ มีการกำหนดราคาที่เหมาะสม

4.5 บริการนำเที่ยว มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีอัตราค่ามัคคุเทศก์ และมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว

## 5. สินค้าของที่ระลึก (Souvenirs)

จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา รวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

#### 6. การโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relation)

เป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นกรรมวิธีที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก และเป็นสิ่งที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศ และภายในประเทศ

#### 7. ภาพลักษณ์ (Image)

เป็นตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยว หากประเทศใดมีภาพลักษณ์ว่าเป็นดินแดนแห่งความฝันของผู้ชาย นักท่องเที่ยวที่สนใจก็จะเป็นผู้ชายที่รักสนุก ดังนั้นจึงควรฟื้นฟูภาพลักษณ์ของแต่ละประเทศให้มีความน่าสนใจ และดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

#### ปัจจัยภายนอก

##### 1. สภาวะเศรษฐกิจและการเมืองของโลก

มีส่วนสำคัญในการกำหนดกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยว สภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำจะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวอ่อนตัวลง โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวระยะไกลเช่นเดียวกับความเคลื่อนไหวทางการเมืองของบางประเทศ อาจก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความไม่มั่นคง เป็นผลให้การเดินทางออกนอกประเทศชะลอตัวลงในระยะเวลาสั้น ในทางตรงกันข้ามการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและสภาพความมั่นคงทางการเมือง จะเป็นตัวกระตุ้นกระแสการเดินทางให้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง

##### 2. ความนิยมในการท่องเที่ยว

ในช่วงเวลาสามสิบกว่าปีที่ผ่านมา มีองค์ประกอบหลายประการที่ช่วยให้ครอบครัวมีรายได้สูงขึ้น ครอบครัวมีขนาดเล็กลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวลดต่ำลง และจากการที่ธุรกิจท่องเที่ยวได้ปรับรูปแบบของการให้บริการ มีค่าใช้จ่ายเบ็ดเสร็จอย่างประหยัด ทำให้ผู้ที่รักการเดินทางท่องเที่ยวสามารถจัดการรายได้เพื่อการท่องเที่ยวได้ดีขึ้น ความนิยมในการใช้เวลาว่างพักผ่อนด้วยการเดินทางท่องเที่ยวจะไม่มีวันตกต่ำลง ตราบเท่าที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังสามารถจูงใจให้ผู้คนใช้จ่ายเงินเหลือใช้เพื่อการเดินทางท่องเที่ยว

##### 3. การขยายเส้นทางคมนาคม

โลกยุคใหม่ที่มีการคมนาคมขนส่งจะต้องรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดระบบเครือข่ายถนนเชื่อมต่อเพื่อการเดินทางด้วยรถยนต์ที่มีความยืดหยุ่นสูงกว่าตารางการเดินทางรถไฟที่ค่อนข้างจำกัดและตายตัว ระบบการคมนาคมทางอากาศได้รับการพัฒนาทั้งในด้านของท่าอากาศยาน

ยาน เครื่องบิน และเส้นทางการบิน ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และประหยัด

#### 4. การเปลี่ยนแปลงนโยบายทางการเมือง

ระบบคมนาคมขนส่งที่พัฒนาให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว ทำให้โลกดูเหมือนจะหดตัว เล็กกลง รัฐบาลของประเทศต่างให้ความสนใจขอความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวและการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ซึ่งเป็นผลให้เกิดการแข่งขันกัน ทั้งในแง่การส่งเสริมการตลาด และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ประกอบกันเป็นแรงจูงใจให้เกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

### 3.แนวคิดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

#### ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

เสรี วังสีไพจิตร (2534) แบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ (Natural Attraction) หรือที่เกิดจากสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ ประกอบด้วยสภาพภูมิอากาศ ทิวทัศน์ที่สวยงาม และสัตว์ป่า ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด แต่แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวเหล่านี้จะต้องได้รับการดูแลและบำรุงรักษาเป็นอย่างดี นักท่องเที่ยวที่รู้เท่าไม่ถึงการณ์ อาจทำลายความสวยงามลงได้

2. แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Manufactured Attraction) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตรงข้ามกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เมืองขนาดใหญ่ๆ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไปเที่ยวชมสิ่งก่อสร้างและสถาปัตยกรรมทางประวัติศาสตร์ สถานที่ที่รัฐบาลก่อสร้างขึ้น พระราชวังอาคารเก่าแก่ที่มีประวัติความเป็นมาที่สำคัญ

3. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ยังมีกลุ่มนักท่องเที่ยวอีกจำนวนไม่น้อยที่สนใจในความรุ่งเรืองแห่งอารยธรรมในอดีต วัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตของชนกลุ่มน้อยรวมถึงพิธีกรรมงานฉลองรื่นเริงต่างๆ ศิลปะการแสดงดนตรี เพลงพื้นบ้าน การรำยรำ การละเล่น ตลอดจนงานหัตถกรรม

### แหล่งท่องเที่ยว (Tourism Attraction)

เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับทรัพยากรการท่องเที่ยว เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่ที่มีลักษณะเด่นที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ แหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นคำกำหนดสำคัญที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว โดยมีชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ตลอดจนพัฒนาพื้นที่ชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว สร้างศักยภาพชุมชน และสร้างขีดความสามารถทางการบริการจัดการชุมชนให้คนในชุมชนมีจิตสำนึกในการสร้างความเข้าใจ ความร่วมมือ ผนึกกำลัง และมุ่งที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2550)

**การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว** คือการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด ตามกรอบการประเมินผลที่กำหนดโดยสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (สพท.) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งแบ่งเป็น 7 ประเภท ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ/น้ำพุร้อนธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ และแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ โดยให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างยั่งยืน

**แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco Attraction)** หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น โดยอาจมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศที่เกี่ยวข้องโดยการจัดการท่องเที่ยวในแหล่งนั้น จะต้องมีการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องมีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศนั้น มีการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

**แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ (Art and Science Educational Attraction Standard)** หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ชัดเจน เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่เกิดขึ้น แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้สามารถเพิ่มเติมได้อีกมากมายตามความนิยมของคนในแต่ละยุคสมัย เมื่อมีการระบุดำเนินกิจกรรมนั้นๆ สามารถให้ความรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ปัจจุบันมีปรากฏอยู่หลายแห่งตัวอย่างเช่น พิพิธภัณฑ์เฉพาะทางแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์

อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี และ MICE (Meeting & Incentives & Conventions & Exhibitions) เป็นต้น

**แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์** (Historical Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา รวมถึงสถานที่ หรืออาคาร สิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่ หรือเคยมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑสถาน วัด ศาสนสถาน และ สิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม

**แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ** (Natural Attraction) หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือน ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้อาจเป็นความงดงามตามสภาพธรรมชาติ ความแปลกตาของสภาพธรรมชาติ ฐานฐานที่สำคัญทางธรณีวิทยาและภูมิศาสตร์อันเป็นเอกลักษณ์หรือเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ (Special Environmental Features) หรือสภาพแวดล้อมที่มีคุณค่าทางวิชาการก็ได้

**แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ** (Recreational Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อนและเสริมสร้างสุขภาพ ให้ความสนุกสนาน รื่นรมย์ บันเทิง และการศึกษาหาความรู้ แม้ไม่มีความสำคัญในแง่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม แต่มีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมสมัย ตัวอย่างเช่น ย่านบันเทิงหรือสถานบันเทิง สวนสัตว์สวนสนุกและสวนสาธารณะลักษณะพิเศษ สวนสาธารณะ และสนามกีฬา

**แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม** (Cultural Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะ และขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาชนะเผ่า เป็นต้น ตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยในประเภทนี้ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานแสดงของช้างจังหวัดสุรินทร์ งานร่มบ่อสร้าง ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

**แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ (Hot Spring For Health Tourism)** หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีน้ำพุร้อนธรรมชาติ มีการให้บริการต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวโดยไม่ส่งผลกระทบต่อ ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เป็นสถานบริการที่ดูแลเสริมสร้างสุขภาพ โดยการใช้น้ำเพื่อสุขภาพในการบำบัดเป็นหลัก และต้องคำนึงถึงด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

#### 4.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

##### ความหมายของผู้สูงอายุ

ลักษณะ ปราณีนรารัตน์ และศิwapร อารีลาภประเสริฐ (2522) ได้ให้ความหมายของผู้สูงอายุว่า หมายถึงบุคคลที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป เป็นความยืดหยุ่นของกาลเวลาที่บุคคลได้มีชีวิตล่วงมาก่อนที่จะเหนื่อยหน่าย และลดถอยความมั่นคงทางสังคม

นิตา ชูโต (2525) ได้ให้ความหมายของผู้สูงอายุไว้ว่า ผู้ที่มีอายุวัดจำนวนปีตามปฏิทินของเวลาที่ได้มีชีวิตอยู่แต่การจำแนกว่าจำนวนปีเท่าไรนั้น จึงจะเรียกว่าผู้สูงอายุขึ้นอยู่กับสังคมนั้นๆ สำหรับสังคมไทยผู้สูงอายุ คือ ผู้ที่มีอายุย่างเข้า 60 ปีขึ้นไป ตามเกณฑ์ของกฎหมายการปลดเกษียณอายุราชการ และตามกฎหมายอื่นๆ

บรรลุ สิริพานิช (2526) ได้ให้ความหมายของผู้สูงอายุว่า คือ ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปโดยนับอายุตามปฏิทิน ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่องค์การระหว่างประเทศได้ประชุมตกลงกันให้เป็นมาตรฐานสากล ในการกำหนดอายุเริ่มต้นของการเป็นผู้สูงอายุ

เชียรศรี วิวิธศิริ (2527) ได้กล่าวว่า ผู้สูงอายุเป็นช่วงสุดท้ายของวัยผู้ใหญ่ เริ่มประมาณอายุ 60 ปีขึ้นไปจนสิ้นชีวิต

กุลยา ตันติผลาชีวะ (อ้างถึงใน ทวีศักดิ์ สว่างเมฆ, 2548) ได้ให้ความหมายว่า วัยสูงอายุเป็นช่วงสุดท้ายของอายุ ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป สภาพความเสื่อมถอยทางร่างกาย และจิตใจ มีมากในวัยนี้ ขาดความคล่องแคล่วว่องไว ความจำเสื่อม ความคิดอ่านช้าลง ความก้าวหน้าลดลง สภาพทางร่างกายเสื่อมถอย และนอกจากนั้นยังต้องพบกับปัญหาการปรับตัวให้เข้ากับสภาพร่างกายและสังคมในวัยสูงอายุด้วย

ผู้วิจัยได้สรุปความหมายของผู้สูงอายุ คือ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ตามเกณฑ์ของกฎหมายการปลดเกษียณอายุราชการ และตามกฎหมายอื่นๆ

## การเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายจิตใจ อารมณ์ และสังคมของผู้สูงอายุ

วีรศักดิ์ เมืองไพศาล (2553) ได้อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงระบบต่างๆ ในร่างกายของผู้สูงอายุตามธรรมชาติ ไว้ดังนี้

### ส่วนประกอบของร่างกาย

ในร่างกายของผู้สูงอายุจะมีส่วนประกอบที่เป็นน้ำลดลงร้อยละ 7 ในขณะที่มีสัดส่วนไขมันสูงขึ้นจากร้อยละ 33 เป็น 45 (เมื่อเทียบจากผู้หญิงอายุ 20 ปี และ 70 ปี) นอกจากนี้ผู้สูงอายุจะมีส่วนสูงลดลง จากการที่กระดูกสันหลังเริ่มยุบตัวลงและหลังโค้งงอมากขึ้น ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นคือ เมื่อผู้สูงอายุได้รับยาที่ละลายตัวในน้ำได้ดี จะทำให้ระดับยาสูงกว่าปกติ เนื่องจากมีน้ำในร่างกายน้อย ยาจึงมีความเข้มข้นสูง อาจก่อให้เกิดพิษจากยาได้ง่ายขึ้น การที่ร่างกายมีส่วนประกอบที่เป็นไขมันสูงขึ้น ทำให้ยาที่ละลายในไขมันตกค้างอยู่ในร่างกายยาวนานกว่าปกติ ถ้าผู้สูงอายุกินยานิดนั้นๆด้วยความถี่เท่าคนหนุ่มสาว อาจทำให้เกิดผลข้างเคียงจากยาได้เช่นกัน

### ผิวหนัง ผม และเล็บ

เส้นใยคอลลาเจนของผิวหนังผู้สูงอายุจะลดลงและเรียงตัวไม่ดี ทำให้ผิวหนังเหี่ยวย่น มีจ้ำเลือดตามผิวหนังได้ง่าย ต่อมาไขมันและต่อมเหงื่อลดลง น้ำในชั้นผิวหนังลดลง ทำให้ผิวแห้ง คัน ตัวร้อนง่าย การไหลเวียนของเลือดในหลอดเลือดฝอยที่ผิวหนังลดลง ทำให้อาการคันผิวหนังอักเสบหรือผื่นแพ้ที่ผิวหนังไม่ชัดเจน เซลล์สร้างเม็ดสีที่ผิวหนังลดลง ทำให้ผมหงอก และการสร้างวิตามินดี ที่ผิวหนังเมื่อได้รับแสงแดดไม่ดีเท่าคนหนุ่มสาว ทำให้ขาดวิตามินดี แผลหายช้ากว่าปกติ รวมถึงการลอกของชั้นผิวหนังและการงอกของเล็บช้ากว่าคนหนุ่มสาว

### หัวใจและหลอดเลือด

เมื่ออายุมากขึ้น เซลล์กล้ามเนื้อหัวใจจะเริ่มตาย ทำให้จำนวนเซลล์ลดลง มีพังผืดและไขมันเข้ามาแทรกแทนที่ เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดจุดกระตุ้นการเต้นของหัวใจที่ผิดปกติขึ้น ทำให้ผู้สูงอายุที่แม้ไม่มีโรคหลอดเลือดหัวใจก็อาจเกิดหัวใจเต้นผิดจังหวะได้ นอกจากนั้นลิ้นหัวใจยังมีการหนาตัวขึ้นและเสียความยืดหยุ่นไป ทำให้ลิ้นหัวใจบางลิ้นเกิดการตีบ การทำงานของระบบนำกระแสประสาทในหัวใจช้าลง ทำให้ผู้สูงอายุมีแนวโน้มที่หัวใจจะเต้นช้ากว่าปกติและเต้นไม่เร็วมาก แม้จะออกกำลังกายหรือมีไข้ก็ตาม บางรายอาจหัวใจหยุดเต้นบางจังหวะได้ นอกจากนั้นผนังของหลอดเลือดเลี้ยงหัวใจ หลอดเลือดแดงใหญ่ และหลอดเลือดแดงทั่วร่างกายจะหนาตัวจากการสะสมของไขมันตามผนังและเสียความยืดหยุ่นไป คล้ายๆกับท่อประปาที่ใช้งานมานานและมีตะกอนสะสมตามผนังท่อ จึงอาจเกิดโรคหลอดเลือดหัวใจและความดันโลหิตสูงได้



### ระบบการหายใจ

เซลล์เยื่อบุผนังทางเดินหายใจลดจำนวนลง ทำให้การสร้างเมือกเพื่อดักจับเชื้อโรคและสิ่งแปลกปลอมลดลง ร่วมกับปฏิกิริยาการไอเมื่อมีสิ่งแปลกปลอมในทางเดินหายใจลดลง การพัดโบกสิ่งแปลกปลอมของขนในเซลล์เยื่อบุทางเดินหายใจลดลง ทำให้มีโอกาสติดเชื้อในระบบทางเดินหายใจได้ง่าย นอกจากนี้คอลลาเจนและอีลาสตินที่คอยพยุงผนังของถุงลมและทางเดินหายใจเล็ก ๆ ลดลง ทำให้ถุงลมในปอดมีขนาดใหญ่กว่าปกติ ส่งผลกระทบต่อการและเปลี่ยนออกซิเจนระหว่างในอากาศ ในถุงลม และในหลอดเลือด ผนังทรวงอกของผู้สูงอายุมีความยืดหยุ่นลดลง กล้ามเนื้อช่วยหายใจมีกำลังลดลง ละความจุปอดลดลง ทำให้แลกเปลี่ยนอากาศเข้าออกปอดได้ลดลง

### ระบบทางเดินอาหาร

ผนังช่องปากของผู้สูงอายุจะฝ่อไป ต่อมรับรสชาติของอาหารลดลง ฟันโยกคลอน หรือหลุด น้ำลายลดลง ทำให้ผู้สูงอายุปากคอแห้งและรับรสชาติได้ไม่ดี เคี้ยวอาหารได้ไม่ดี มีผลทำให้ความอยากอาหารลดลง

กระเพาะอาหารของผู้สูงอายุจะบีบตัวไล่อาหารในกระเพาะได้ช้าลง ทำให้อิ่มง่าย ท้องอืด ท้องเฟ้อได้ง่าย กลไกการป้องกันผนังกระเพาะอาหารลดลงทำให้เกิดแผลในกระเพาะอาหารได้ง่ายขึ้น การสร้างกรดน้ำดีในตับลดลง จึงเกิดนิ่วง่ายขึ้น กลไกการกำจัดไขมันในร่างกายน้อยลง โดยตับ ทำงานได้น้อยลง ทำให้ไขมันในร่างกายน้อยลงเมื่ออายุมากขึ้น แต่เมื่ออายุเกิน 65 ปี ไขมันอาจเพิ่มขึ้นไม่มากนัก

ตับผู้สูงอายุจะมีน้ำหนักลดลง การไหลเวียนเลือดไปยังตับลดลงร้อยละ 35 เมื่อเทียบระหว่างคนอายุ 40 ปี กับ 65 ปี กลไกการเปลี่ยนแปลงยาโดยตับเปลี่ยนแปลงไป ทำให้มียาออกฤทธิ์ค้างในร่างกายนานขึ้น อาจทำให้เกิดผลข้างเคียงจากยาได้ง่าย

### ระบบทางเดินปัสสาวะ

หน่วยไต ซึ่งทำหน้าที่ในการคัดกรองของเสียออกจากร่างกาย จะมีจำนวนลดน้อยลงร้อยละ 30-50 เมื่อเปรียบเทียบระหว่างคนอายุ 25 ปี กับ 85 ปี การกรองของเสียที่ไตลดลงครึ่งหนึ่งเมื่อเทียบกับอายุ 20 ปี และ 90 ปี และการไหลเวียนเลือดไปเลี้ยงที่ไตลดน้อยลง ทำให้ผู้สูงอายุมีโอกาสเกิดไตวายได้ง่ายกว่าคนหนุ่มสาว และอาจเกิดการคั่งค้างของยาในร่างกายนานขึ้น เนื่องจากร่างกายขับยาออกได้น้อยลง ชายสูงอายุมีต่อมลูกหมากโตขึ้น ทำให้ปัสสาวะไม่ค่อยพุ่ง ต้องเบ่งนาน และรู้สึกขัดเวลาปัสสาวะ นอกจากนี้ผู้สูงอายุมักปัสสาวะบ่อยขึ้น อาจต้องตื่นมาปัสสาวะเวลากลางคืน เพราะความจุของกระเพาะปัสสาวะลดลง ทำให้จุปัสสาวะได้น้อยลง หากมีอาการมาก อาจกลั้นปัสสาวะไม่อยู่

### ระบบกล้ามเนื้อและกระดูก

เมื่ออายุมากขึ้น เส้นใยกล้ามเนื้อจะลดลง ทำให้กำลังกล้ามเนื้อลดลง กระดูกอ่อนนุชข้อมีการเสื่อมและถูกทำลายไปมากขึ้น การสร้างเซลล์กระดูกอ่อนและคอลลาเจนเปลี่ยนแปลงไป ปริมาณน้ำในผิวข้อลดลงและเยื่อข้อเกิดพังผืดทำให้ข้อเสื่อมและเกิดอาการปวดข้อได้ นอกจากนี้มวลกระดูกโดยเฉพาะในส่วนแกนกระดูกจะลดลง โดยผู้หญิงจะลดลงมากกว่าผู้ชาย จากการที่สร้างวิตามินดีที่ออกฤทธิ์ลดลง ตัวรับวิตามินดีลดลง และการทำงานของเซลล์สร้างกระดูกลดลง ทำให้กระดูกบางและพรุน

### ระบบประสาท

เมื่ออายุมากขึ้น น้ำหนักของสมองจะลดลง โดยลดลงประมาณ 200 กว่ากรัม เมื่อเทียบกับจากคนอายุ 30 ปี กับ 60-70 ปี เซลล์สมองจะมีการเสื่อมสลายไปในสมองบางส่วน เช่น บริเวณฮิปโปแคมปัส ซึ่งเป็นสมองที่ทำหน้าที่บรรจุความจำ สารสื่อประสาทชนิดต่างๆ ในสมองลดลง ทำให้เกิดอาการของโรคต่างๆ เช่น สารโดพามีนลดลง ทำให้เกิดอาการพาร์กินสัน คือมีอาการสั่นแข็งเกร็ง สารอะซีทิลโคลีนลดลง ทำให้ความจำลดลง นอกจากนี้การไหลเวียนของเลือดไปเลี้ยงสมองก็จะลดลง เซลล์กล้ามเนื้อลดลง ผู้สูงอายุมักจะยังพออกแรงได้ปกติ แต่การบีบมืออาจจะลดลงร้อยละ 20-30 และมีการเสื่อมของเส้นประสาทและปลอกหุ้มเส้นประสาท ทำให้การนำกระแสประสาทเปลี่ยนแปลงไป ความสามารถในการรับรู้การสั่นและการสัมผัสลดลง

ระบบประสาทอัตโนมัติของผู้สูงอายุมีการเปลี่ยนแปลง ทำให้เกิดปัญหาความดันโลหิตต่ำลงเวลาลุกยืนและมีการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิร่างกายง่ายขึ้น อุณหภูมิจึงต่ำหรือสูงเกินไปได้ง่าย

ในด้านความสามารถของสมอง ผู้สูงอายุอาจมีความสามารถในการจำเหตุการณ์ที่เพิ่งเกิดไม่นานได้มากเท่าเดิมและความคิดช้าลง

สำหรับการรับรู้โดยการมองเห็น การได้ยิน และการไต่กลิ่นก็มีการเปลี่ยนแปลงไป ได้แก่ สายตามักมองใกล้ไม่ชัด อาจเกิดต้อกระจกและต้อหิน หรือเกิดจอประสาทตาเสื่อม ซึ่งภาวะเหล่านี้เป็นโรคที่พบบ่อยในผู้สูงอายุ โดยผู้สูงอายุไทยมีโรคของเลนส์ประมาณร้อยละ 80 โรคของจอประสาทตาร้อยละ 14 และต้อหินร้อยละ 6 นอกจากนี้การกลอกตาในผู้สูงอายุอาจจำกัดมากขึ้น โคนเฉพาะในการมองขึ้น คือไม่สามารถเหลือกตามองขึ้นได้เต็มที่

ผู้สูงอายุมีการเปลี่ยนแปลงการได้ยิน โดยมีการลดลงของเซลล์ที่อยู่ในอวัยวะรับเสียง ผู้สูงอายุมีความผิดปกติในการได้ยินร้อยละ 16 สำหรับโรคของหูที่พบบ่อยคือ ขี้หูอุดตันพบได้ร้อยละ 8 ซึ่งมีวิธีแก้ไขง่ายๆโดยการหยอดยาละลายขี้หูแล้วดูดออก สาเหตุอื่นๆของความผิดปกติในการได้ยิน ได้แก่ หูชั้นนอกอักเสบร้อยละ 4.3 หูชั้นกลางอักเสบ และประสาทหูเสื่อม นอกจากนี้การไต่กลิ่นและการรับรสในผู้สูงอายุก็มักลดลง

### ระบบเมทาบอลิซึมและฮอร์โมน

เมื่ออายุมากขึ้นต่อมไทรอยด์จะมีการฝ่อลงและมีพังผืดมากขึ้น ทำให้ระดับฮอร์โมนไทรอยด์เปลี่ยนแปลงไป มีโอกาสเกิดการอักเสบของต่อมไทรอยด์จากภูมิคุ้มกันได้ง่ายขึ้น ในผู้หญิงจะมีฮอร์โมนเพศหญิงลดลง ทำให้อวัยวะสืบพันธุ์และเต้านมเหี่ยวเล็กลง กรดดูบางและพรุน และมีโอกาสเกิดโรคหลอดเลือดตีบสูงขึ้น โดยผู้หญิงวัยก่อนหมดประจำเดือนจะมีความเสี่ยงต่อโรคหลอดเลือดตีบน้อยกว่าผู้ชายมาก แต่ความเสี่ยงจะเพิ่มขึ้นมาใกล้เคียงกับผู้ชายเมื่อถึงวัยหมดประจำเดือน สำหรับผู้ชายจะมีฮอร์โมนเทสโทสเตอโรนซึ่งเป็นฮอร์โมนเพศชายลดลง ทำให้เกิดอาการต่างๆ ได้แก่ ความต้องการทางเพศลดลง อวัยวะเพศไม่แข็งตัว กำลังกล้ามเนื้อลดลง และอารมณ์เปลี่ยนแปลงไป

นอกจากนั้นระดับน้ำตาลในเลือดของผู้สูงอายุจะค่อยๆ เพิ่มขึ้น เนื่องจากมีการกระตุ้นการหลั่งฮอร์โมนอินซูลิน ซึ่งเป็นฮอร์โมนลดระดับน้ำตาลในเลือดได้ลดลง โดยทั่วไปเมื่อกินอาหารที่มีน้ำตาล น้ำตาลจะไปกระตุ้นร่างกายให้มีการหลั่งฮอร์โมนอินซูลินเพื่อลดระดับน้ำตาลลง แต่ในผู้สูงอายุความสามารถนี้จะลดลง นอกจากนั้นฮอร์โมนอินซูลินก็มีความสามารถให้เซลล์กล้ามเนื้อและไขมันนำน้ำตาลไปใช้ได้ลดลง ประกอบกับเมื่ออายุมากขึ้น ร่างกายมักมีสัดส่วนของไขมันมากขึ้นและออกกำลังกายลดลง ทำให้มีการต่อต้านการออกฤทธิ์ของฮอร์โมนอินซูลิน ระดับน้ำตาลจึงสูงขึ้น

### ระบบภูมิคุ้มกัน

ภูมิคุ้มกันของผู้สูงอายุจะต่ำลง ความสามารถในการกำจัดสิ่งแปลกปลอมในร่างกายลดลง ผนังเยื่อต่างๆ มีความสามารถในการป้องกันโรคได้ลดลงทำให้เกิดการติดเชื้อได้ง่ายและมีอาการรุนแรง เช่น ติดเชื้อไขหวัดใหญ่ ปอดอักเสบ เชื้อโรคต่างๆ ที่หลบซ่อนอยู่จะกำเริบขึ้นได้ในวัยนี้ เช่น วัณโรคหรือถุงสวัด การฉีดวัคซีนก็จะกระตุ้นภูมิคุ้มกันได้ไม่ดีเท่าวัยหนุ่มสาว

จรรยาวัตร คมพยัคฆ์ (2525) ได้สรุปการเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจ อารมณ์และสังคมของผู้สูงอายุ ซึ่งมีอาการต่าง ๆ ดังนี้

#### 1. การเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจและอารมณ์

1.1 เกิดความกลัวความแก่ เพราะจะเป็นสาเหตุให้ความสามารถ ความจำ ความงามลดลง และความคิดต่อไปว่าถ้าแก่แล้วลูกหลานรังเกียจไม่เอาใจใส่ ไม่เป็นที่นับถือกลัวเป็นภาระแก่ครอบครัว กลัวไม่มีใครเลี้ยง และกลัวความตาย

1.2 ขาดความสนใจในสิ่งแวดล้อม ทั้งที่เกิดความกลัวว่าจะไม่เป็นที่ยอมรับนับถือในสังคม มีความกังวลในหลายๆด้าน

1.3 ต้องการพึ่งผู้อื่นมากขึ้น กลัวถูกทอดทิ้ง ไม่พอใจ โกรธ และความรู้สึกช่วยตัวเองไม่ได้ น้อยใจ ควบคุมอารมณ์ไม่ได้ ไม่ค่อยมีเหตุผล บางครั้งจึงดูเหมือนกลายเป็นเด็กที่ต้องการความเอาใจใส่จากผู้อื่น

1.4 ไม่ค่อยปรับตัว ยึดมั่นในความคิดของตนเองเนื่องจากความสามารถในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เสียไปและความวิตกกังวลที่ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ

1.5 ต้องการผู้ร่วมสนทนามากขึ้น ถ้าปล่อยให้ได้อยู่คนเดียวจะน้อยใจคิดว่าถูกทอดทิ้ง

1.6 พฤติกรรมทางเพศอาจเปลี่ยนแปลงไป ในสตรีรู้สึกที่ไม่สวยงามเหมือนแต่ก่อน เกิดความอาย ในบุรุษอาจเกิดความรู้สึกกังวลว่าจะไม่มีสมรรถภาพที่อาจแสดงออกด้วยการไอ้ฮวด เจ้าชู้

2. การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมของผู้สูงอายุนี้ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจด้วย ได้แก่

2.1 อาชีพ ต้องสูญเสียตำแหน่งการงาน อาจจากการเกษียณอายุหรือถูกให้อยู่ในตำแหน่งที่ต่ำลง เพราะมีผู้ที่มีความสามารถ มีสติปัญญาอายุน้อยกว่า ทำให้มีผลต่อจิตใจน้อยใจ ว่าตนเองเป็นคนขาดประสิทธิภาพ

2.2 รายได้ เมื่อต้องเกษียณอายุหรือออกจากงานฐานะทางการเงินย่อมตกต่ำไปเกิดความกังวลโดยเฉพาะถ้าเป็นหัวหน้าครอบครัว

2.3 การเปลี่ยนแปลงในครอบครัว บุตรหลายแยกครอบครัวออกไปต่างหากทำให้หัวเหว่ โดยเฉพาะถ้าสามีหรือภรรยาถึงแก่กรรม ผู้สูงอายุที่ยังมีชีวิตอยู่จะหัวเหว่ยิ่งขึ้น อาจต้องเฝ้าบ้านคนเดียวเมื่อผู้อื่นไปทำงานหรือไปโรงเรียนกันหมด

### ความต้องการของผู้สูงอายุ

เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจ อารมณ์ และสังคม ของผู้สูงอายุมีผลอย่างมากต่อวิถีชีวิตของผู้สูงอายุ ทำให้ผู้สูงอายุมีความต้องการที่มีลักษณะเฉพาะต่างไปจากวัยอื่นๆ ซึ่งสรุปตามความเห็นของอูดตราพร บุญนาค (2518) ไว้ดังนี้

1. ความต้องการมีความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Sense of Belonging) มีความว่าตนเองยังไม่ถูกทอดทิ้ง

2. ต้องการยอมรับและเชื่อถือจากสังคม (Acceptance and Recognition) โดยเฉพาะ บุตรหลานหรือผู้ใกล้ชิดเพราะว่าถ้ามีคนยอมรับนับถือแสดงว่าตนเองมีประโยชน์ต่อบุตรหลานและสังคม

3. ความต้องการมีความสัมพันธ์ภาพสังคมกับบุคคลอื่นเป็นรายบุคคล (Individual Friend Ships) ต้องการเพื่อนคุยที่ถูกต้อง เห็นอกเห็นใจในเรื่องที่จะคุยกัน

4. ความสนใจในประสบการณ์ใหม่ๆ ในสังคม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบุคคลนั้นมีความกระตือรือร้นที่จะรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชนต่างๆ ซึ่งอาจจะเกี่ยวข้องกับความสามารถของบุคคลในการอ่านหนังสือ และความสามารถในการปรับตัว

สำหรับลักษณะ ธรรมชาติไพโรจน์ (2536) แบ่งความต้องการของผู้สูงอายุได้ดังนี้

1. ต้องการทำตนให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม
2. ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม
3. ต้องการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
4. ต้องการเข้าร่วมสนุกกับเพื่อนตามปกติ
5. ต้องการการดูแลทางด้านจิตใจ
6. ต้องการการยอมรับนับถือ
7. ต้องการการดูแลและป้องกันสุขภาพที่ดี
8. ต้องการความอบอุ่นจากครอบครัว
9. ต้องการความสงบทางด้านจิตใจ

### ทฤษฎีเกี่ยวกับความชราของผู้สูงอายุ

บริบูรณ์ พรพิบูลย์ (2542) กล่าวว่า แนวความคิดเกี่ยวกับความชราแบ่งเป็น 3 ทฤษฎี คือ

1. ทฤษฎีด้านภูมิวิทยา แบ่งเป็น 3 ทฤษฎี คือ

1.1 ทฤษฎี Antioimmunity ทฤษฎีนี้เชื่อความชราเกิดจากร่างกายสร้างภูมิคุ้มกัน ปกติค่อยลง พร้อมกับมีการสร้างภูมิคุ้มกันทำลายตัวเองมากขึ้น การสร้างภูมิคุ้มกันปกติค่อยลง จะทำให้ร่างกายต่อสู้เชื้อโรคและสิ่งแปลกปลอมไม่ได้ดี ทำให้เกิดการเจ็บป่วยง่าย

1.2 ทฤษฎี Error ทฤษฎีนี้เชื่อว่า เมื่อคนหรือสัตว์มีอายุมากขึ้น ยีน (Gene) ของผู้นั้นจะค่อยๆ เกิดความผิดปกติ และความผิดปกตินี้จะค่อยๆ เพิ่มขึ้นจนถึงจุดหนึ่งที่ทำให้เซลล์ต่างๆ ของร่างกายเสื่อมและหมดอายุลง

1.3 ทฤษฎี Free Radicals ทฤษฎีนี้เชื่อว่า ภายในร่างกายของคนและสัตว์รวมทั้งสิ่งมีชีวิตทั้งหลายและในสิ่งแวดล้อมมีเรดิคัลอิสระเกิดขึ้นมากมายตลอดเวลา เรดิคัลเหล่านี้จะไปทำให้เกิดยีนผิดปกติ และทำให้คอลลาเจนและอีลาสติน ซึ่งเป็นโปรตีน องค์ประกอบสำคัญของเนื้อเยื่อยืดหยุ่น มีรงควัตถุเกิดขึ้นมากจนทำให้มันเสียความยืดหยุ่นไป

2. ทฤษฎีเกี่ยวกับความชราด้านจิตวิทยา เป็นทฤษฎีที่พยายามอธิบายถึงสาเหตุที่ทำให้คนชรามีบุคลิกเปลี่ยนแปลงไป มีอยู่ 2 แนวคิด คือ

2.1 ทฤษฎีบุคลิกภาพ (Personality Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวว่า “ผู้สูงอายุจะเป็นสุขหรือทุกข์ขึ้นอยู่กับภูมิหลังและแนวพัฒนาจิตใจของผู้นั้น” ถ้าผู้สูงอายุเติบโตขึ้นมาด้วยความอบอุ่น มีความรักแบบถ้อยทีถ้อยอาศัย เห็นความสำคัญของผู้อื่น รักผู้อื่น และทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ก็มักจะเป็นผู้สูงอายุที่ค่อนข้างมีความสุข สามารถอยู่กับลูกหลานหรือญาติหรือผู้อื่นได้ โดยไม่ค่อยมีความเดือดร้อน แต่ถ้าเป็นผู้สูงอายุที่เติบโตมาในลักษณะที่ร่วมมือกับใครไม่ค่อยเป็น ไม่อยากช่วยเหลือผู้ใด จิตใจคับแคบ ถือว่าตัวใครตัวมัน และมักรู้สึกตัวเองทำคุณกับใครไม่ขึ้น ก็มักจะเป็นผู้สูงอายุที่ไม่ค่อยมีความสุข ชีวิตบั้นปลายมักจะเศร้าสร้อยน่าสงสาร

2.2 ทฤษฎีเชาวิปัญญา (Intelligence Theory) ทฤษฎีนี้เชื่อว่าผู้สูงอายุที่ยังปราดเปรื่อง และความเป็นปราชญ์ยังคงอยู่ ก็ด้วยเป็นผู้ที่มีความสนใจในเรื่องต่างๆอยู่ มีการค้นคว้าและพยายามที่จะเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา ผู้ที่จะมีลักษณะเช่นนี้ได้จะต้องเป็นผู้มีสุขภาพดี และมีเงินใช้สอยโดยไม่เดือดร้อนเป็นเรื่องเกือหนุน

3. ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุด้านสังคมวิทยา เป็นทฤษฎีที่พยายามวิเคราะห์เหตุที่ทำให้ผู้สูงอายุต้องมีสถานภาพทางสังคมเปลี่ยนแปลงไปจากครั้งที่อยู่ในวัยผู้ใหญ่ซึ่งยังมีงานทำ รวมทั้งทฤษฎีที่พยายามจะช่วยให้ผู้สูงอายุอยู่ในสังคมอย่างมีความสุข มี 5 แนวคิด คือ

3.1 ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ทฤษฎีนี้เชื่อว่าสถานะทางสังคมของผู้สูงอายุขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงของสังคมนั้น ถ้าสังคมเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วสถานะของผู้สูงอายุในสังคมนั้นก็จะเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วด้วย

3.2 ทฤษฎีจำนวนสัมพันธ์ ทฤษฎีนี้เชื่อว่าสถานะภาพของผู้สูงอายุในสังคมใดจะเป็นอย่างไร ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้สูงอายุในสังคมนั้น ถ้าในสังคมมีจำนวนผู้สูงอายุน้อย สถานภาพของผู้สูงอายุก็มักจะดีกว่าในสังคมที่มีผู้สูงอายุจำนวนมาก

3.3 ทฤษฎีเกียรตินิยม ทฤษฎีนี้เห็นว่าสถานะของผู้สูงอายุมักจะดี ถ้าผู้สูงอายุในสังคมนั้นเป็นผู้สูงอายุที่มีประโยชน์

3.4 ทฤษฎีการแยกตนเอง ทฤษฎีนี้แนะนำให้ผู้สูงอายุยอมรับว่า เมื่อถึงวัยสูงอายุแล้วลูกหลานและชุมชนมักจะให้ความสำคัญและความสนใจน้อยลง เมื่อเป็นเช่นนั้นผู้สูงอายุก็ควรจะต้องลดกิจกรรมเกี่ยวข้องกับสังคมลงเช่นเดียวกัน

3.5 ทฤษฎีกิจกรรม ทฤษฎีนี้มีความเห็นตรงกันข้ามกับทฤษฎีไร้ภาระผูกพัน คือแม้จะรู้ว่าสังคมและลูกหลานจะให้ความสนใจน้อยลงเมื่อถึงวัยสูงอายุ ผู้สูงอายุก็ไม่ควรที่จะสนใจ แต่ควรเป็นตัวของตัวเองทำงานให้เพลิดเพลินตามกำลัง ตามความสามารถ ทฤษฎีนี้แนะนำให้ต่อไปว่า ถ้าจะให้ชีวิตวัยสูงอายุมีความสนุกสนานก็จงพอใจในชีวิต จงเป็นตัวของตัวเอง และจงพยายามรักษาสุขภาพไว้ให้ดี

### ทฤษฎีทางสังคมของผู้สูงอายุ

บาร์โรว์ และ สมิธ (Barrow and Smith, 1979) ได้กล่าวถึงทฤษฎีที่เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของผู้สูงอายุเพื่อชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของกลุ่มประชากรสูงอายุ กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชนทฤษฎีที่สำคัญต่างๆ มีดังนี้

#### 1. ทฤษฎีกิจกรรมนิยม

ทฤษฎีนี้เชื่อว่ากิจกรรมทางสังคมเป็นเรื่องสำคัญสำหรับมนุษย์ทุกวัย กิจกรรมจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้สูงอายุเพื่อสุขภาพและชีวิตที่ดี บุคคลที่มีกิจกรรมสูงจะมีการปรับตัวได้ดีทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสังคม นักทฤษฎีกิจกรรมเน้นว่า บุคคลจะรักษาระดับกิจกรรมทางสังคมของตนไว้เมื่ออย่างเข้าสู่วัยสูงอายุ นักทฤษฎีนี้เชื่อว่าผู้สูงอายุทั่วไปพยายามรักษากิจกรรมและทัศนคติของคนกลางคนไว้ให้มากที่สุด บทบาทและกิจกรรมใดๆก็ตามที่บุคคลถูกผลักดันให้เลิกกระทำจะต้องมีกิจกรรมใหม่ขึ้นมาทดแทนจะเป็นผู้ที่มีความพอใจในชีวิต มีภาพเกี่ยวกับตนเองดี รวมเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับสังคม และเป็นผู้สูงอายุที่ประสบผลสำเร็จในชีวิต

เบอร์เกส และ เฮาเซอร์ (Burgess and Hauser, 1960) ได้แสดงทัศนคติของเขาที่เชื่อว่าผู้สูงอายุเมื่อเริ่มออกจากกิจกรรมทางสังคมจะเป็นผู้ "มีบทบาทของความไร้บทบาท ซึ่งหมายถึงการที่บุคคลในสังคมอยู่ในสภาพของการไร้บรรทัดฐาน บุคคลในภาพของการไร้บทบาทจะขาดความสมานฉันท์ ฉะนั้นบุคคลเหล่านี้จึงไม่ได้รับการแนะนำและสนับสนุนผลก็คือทำให้บุคคลเหล่านี้ไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรมของสังคม

#### 2. ทฤษฎีการแยกตนเอง

ทฤษฎีนี้เชื่อว่าเป็นเรื่องธรรมดาและหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้สูงอายุจะต้องลดกิจกรรมของตนเองและมองบทบาทใหม่ การที่ผู้สูงอายุถอนตัวออกจากสังคม รวมทั้งสังคมถอนตัวออกจากผู้สูงอายุ

เพื่อที่จะรักษาหน้าที่ต่อระบบสังคมไว้ ผู้สูงอายุพยายามที่จะหลีกเลี่ยงความกดดันและความตึงเครียด โดยถอนตัวออกจากสังคมซึ่งเป็นผลจากที่รู้สึกว่าคุณเองมีความสามารถน้อยลงไป โดยทฤษฎีสมมติว่า ทั้งสังคมและผู้สูงอายุได้เตรียมอนาคตสำหรับการไม่เกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน เนื่องจากรายได้ที่หมดไป สุขภาพที่เลวลงและโรคที่รักษาไม่หายหรือพิการไปรวมถึงความตายที่ค่อยๆมาถึง ซึ่งผู้สูงอายุและสังคมต่างก็พอใจกับการไร้ภาระซึ่งกันและกันของกระบวนการทางสังคม

ทฤษฎีแยกตนเองจะทำให้ผู้สูงอายุพอใจเพราะรู้สึกว่าคุณอยู่ในภาวะอิสระมากขึ้น ภาวะอิสระนี้เกิดจากการคาดหวังพฤติกรรมของสังคมต่อตนได้ลดน้อยลงไป และตนเองก็มีเวลาว่างมากขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้นับเป็นประโยชน์ต่อสังคม คือการที่ผู้สูงอายุไม่เกี่ยวข้องนั้นเป็นการถอนสภาพและบทบาทของตนให้แก่หนุ่มสาวหรือคนที่จะมีบทบาทหน้าที่ได้ดีกว่า ความต้องการสูงสุดของสังคม คือต้องการทักษะและแรงงานใหม่มากกว่าได้จากผู้สูงอายุ ทฤษฎีนี้เชื่อว่าหลังจากผู้สูงอายุละทิ้งบทบาทของตน จะต้องรู้สึกกระวนกระวาย วิตกกังวลและมีความบีบคั้นในช่วงต้นๆ ต่อมาก็ย่อมรับสภาพใหม่ คือการไม่เกี่ยวข้อง และรับความรู้สึกนั้นว่ามีคุณค่าต่อตนเอง

ข้อขัดแย้งในทฤษฎีการแยกตนเองยังไม่ได้รับการแก้ไข และทฤษฎียังไม่ได้รับการทดสอบอย่างมีระบบ ยังมีคำถามบางประการต่อทฤษฎี เช่น การไร้ภาระผูกพันนั้นจะทำให้เกิดระดับความพอใจมากน้อยเพียงใด ทำไมผู้สูงอายุบางคนจึงมีความสุขและสามารถปรับตัวได้ดีกับการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ และอย่างไรคือบทบาทของบุคคลในสังคม เป็นต้น

### 3. ทฤษฎีพัฒนาการของสังคม

ซึ่งในวัยสูงอายุก็คือการพัฒนาความสมบูรณ์ทางจิตใจ ที่ต้องต่อสู้กับความหมดอาลัยตายอยากในชีวิต โดยอิริคสัน (Erikson, 1933 อ้างถึงใน Barrow and Smith, 1979) ได้กล่าวถึงความหมายของความสุขสมบูรณ์ทางจิตใจของบุคคลได้ว่าเป็นความเฉลียวฉลาด การตัดสินใจอย่างมีวุฒิภาวะความสมบูรณ์แบบ ความตั้งใจ ความมีจุดมุ่งหมาย การรักความจริง ความซื่อสัตย์ ความสงบในชีวิต ซึ่งจะเกิดขึ้นได้โดยอาศัย การทบทวนชีวิตในอดีต หากการทบทวนชีวิตในอดีตทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจก็จะมีผลให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในความสมบูรณ์ของการมีชีวิตที่สามารถยอมรับการเปลี่ยนแปลงของสังขารและความตายได้อย่างสงบ อย่างไรก็ตามการมีความสุขสมบูรณ์ทางจิตมิใช่ผลลัพธ์เพียงหนทางเดียวของการทบทวนชีวิต บุคคลอาจมีความซึมเศร้า หมดอาลัยตายอยากในชีวิตได้หากการวัดผลชีวิตของบุคคลเป็นไปในทางลบเป็นเหตุให้บุคคลไม่สามารถจะยอมรับชะตากรรม ไม่สามารถยอมรับการเปลี่ยนแปลงของสังขารมีความโศกเศร้าคับข้องใจ หมัดกำลังใจ มีความรู้สึกว่าชีวิตหมดความหมายรวมทั้งระยะเวลาที่เหลืออยู่มีระยะสั้นเกินกว่าจะเริ่มต้นใหม่ได้อีกแล้วด้วยเหตุดังนี้บุคคลจึงกลัวความตาย



และแม้ว่าคุณคนในวัยนี้จะสามารถพัฒนาถึงความสุขสมบูรณ์ทางจิตใจได้ก็ตามแต่บุคคลที่จะต้องเผชิญกับความกดดันด้านอื่นๆในสังคม อาทิเช่น การไม่ให้เกียรติยกย่อง การขาดความเคารพผู้สูงอายุรวมทั้งการมีอคติของสังคม เป็นต้น สภาวการณ์ดังกล่าวเป็นเหตุให้ผู้สูงอายุต้องสูญเสียบทบาททางสังคมที่สำคัญๆมีการลดความรับผิดชอบในกิจกรรมที่มีความหมายต่อจิตใจของผู้สูงอายุ รวมทั้งเกิดการไม่ยอมรับความจริงว่าตนเองมีอายุแล้ว และยังมีดีถือภาพพจน์ของตนเองในวัยหนุ่มสาวอย่างเหนียวแน่น ทำให้เกิดช่องว่างระหว่างภาพพจน์เกี่ยวกับตนเอง และภาพพจน์ที่บุคคลอื่นในสังคมดูผู้สูงอายุขึ้น

#### 4. ความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุ

งานวิจัยหลายชิ้นได้ยืนยันว่าคุณภาพของการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทำให้เกิดความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุ มิใช่ปริมาณของกิจกรรมหรือจำนวนบทบาทที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุ อย่างไรก็ตามสำหรับคนบางคนกิจกรรมหรือบทบาทจำนวนมากอาจก่อให้เกิดความพึงพอใจในชีวิต แต่สำหรับบางคนอีกเช่นกัน ที่บทบาทเพียงน้อยนิดก็เป็นสิ่งที่มีคุณค่าในชีวิตได้ ปัญหาที่เกิดขึ้นกับคนสูงอายุมิใช่เกิดจากการที่บุคคลต้องลดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมบางอย่างลง แต่จะเกิดขึ้นเมื่อสถานการณ์ทางสังคมบีบบังคับให้บุคคลไม่อาจทำกิจกรรมที่ตนเองต้องการต่อไปได้ ดังนั้นหากสังคมได้ลดอคติที่มีต่อคนสูงอายุลงเสียบ้าง คนสูงอายุก็สามารถจะแสวงหาความพึงพอใจในการมีอายุได้มากขึ้น นอกจากนี้ความพึงพอใจในชีวิตของคนสูงอายุนั้นยังมีความเกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพของบุคคลอีกด้วย โดย ฮาวิกเฮิร์สต์(Havighurst, 1969) ได้เสนอผลการศึกษาความเกี่ยวข้องระหว่างบุคลิกภาพและระดับความพึงพอใจไว้ ดังตารางต่อไปนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประเภทของบุคลิกภาพ	แนวทางชีวิต	ลักษณะ	ระดับความพึงพอใจในชีวิต
- พวกที่บุคลิกภาพประสานกันเป็นอันหนึ่งอันเดียว	- พวกที่จัดระเบียบชีวิตอยู่เสมอ	- มีความสามารถสูง เข้าร่วมในกิจกรรม มีการนำกิจกรรมใหม่ๆ มาชดเชยกิจกรรมเก่าๆ อยู่เสมอ	- ระดับสูง
	- พวกที่มีจุดยืนของตนเอง	- มีบุคลิกภาพประสานกัน มีความคล่องแคล่วว่องไวในระดับปานกลาง มีแนวทางที่ตนเองชอบเพียง 1-2 ทิศทาง	- ระดับสูง
	- พวกถดถอย	- มีระดับของกิจกรรมหรือการเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับบทบาทต่างๆ ในระดับต่ำ ลดความผูกพันกับบทบาทต่างๆ ลง มีระดับความศรัทธาในตนเองสูง	- ระดับสูง
- พวกที่มีเกราะปกป้องตนเอง	- พวกที่ยังคงมีกิจกรรมต่อไป	- ยังคงมีกิจกรรมและบทบาทในช่วงกลางของชีวิต เมื่อประสบความสำเร็จก็จะมีความสามารถในดำรงความสุขในชีวิตไว้ได้ (หากสถานการณ์เอื้ออำนวยให้)	- ระดับสูง (ต่อเมื่อประสบความสำเร็จ)
	- พวกที่จำกัดกิจกรรม	- มีความเกี่ยวข้องกับบทบาทต่างๆ ในอัตราต่ำหรือปานกลาง	- ปานกลาง-สูง
- พวกที่เฉื่อยชาและพึงพิง	- พวกเรียกร้องความช่วยเหลือ	- มีระดับกิจกรรมปานกลางถึงสูงหากได้รับความสนใจจากผู้อื่นก็จะยังคงสามารถรักษาระดับความสุขในชีวิต	- ปานกลาง-สูง (ต่อเมื่อประสบความสำเร็จ)

ประเภทของ บุคลิกภาพ	แนวทางชีวิต	ลักษณะ	ระดับความพึง พอใจในชีวิต
- พวกที่บุคลิกภาพ ไม่ประสานกัน	- พวกไม่แยแส  - พวกที่ขาด ระบบระเบียบ ในชีวิต	- มีบทบาททางกิจกรรมในระดับต่ำไม่ มีความคาดหวังหรือให้คุณค่าแก่ชีวิต มากนัก  - กระบวนการทางสติปัญญาด้อย ความสามารถลงมีความสามารถในการควบคุมอารมณ์ต่ำ	- ต่ำ-ปานกลาง  - ต่ำ-ปานกลาง

คัดลอกจาก: R.J.Havighurst, (1969)

### 5. ชีวิตครอบครัว

ครอบครัวมีอิทธิพลต่อจิตใจของบุคคลตั้งแต่แรกเกิดจนวาระสุดท้ายของชีวิตเพราะครอบครัวหมายถึงความรัก ความอบอุ่น ความปลอดภัย และความไว้วางใจกัน ดังนั้นครอบครัวจึงเป็นสถาบันที่มีความหมายต่อจิตใจของคนสูงอายุเป็นอย่างมาก

นอกจากสังคมจะตั้งความคาดหวังต่อพ่อแม่สูงอายุแล้ว สังคมยังตั้งความคาดหวังต่อผู้เป็นลูกให้ยอมรับพฤติกรรมของพ่อแม่ว่าเป็นผลมาจากการหล่อหลอมของสังคม ยอมรับพ่อแม่ในลักษณะที่เป็นมนุษย์มีจิตใจและเลือดเนื้อ ไม่สมควรมีพฤติกรรมต่อต้าน แต่ควรยินยอมให้พ่อแม่ได้มีโอกาสฟังฟังตนเพื่อช่วยลดความตึงเครียดจากการกดดันบทบาท

ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มักจะประสบความสำเร็จในการมีสัมพันธภาพที่ดีกับลูกๆ ในวัยผู้ใหญ่ แต่ความผูกพันใกล้ชิดจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะบุคลิกภาพและลักษณะการใช้ชีวิตด้วย ตัวอย่างเช่น ผู้สูงอายุที่ชอบสัมพันธ์กับชุมชน มีกิจกรรมในสังคม มีสถานะทางเศรษฐกิจสังคมสูง มีระดับการศึกษาสูงมักจะให้ความสำคัญกับครอบครัวในระดับต่ำกว่าคนสูงอายุที่มีศูนย์กลางครอบครัว หรือระดับการศึกษาต่ำกว่า และ/หรือมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจน้อยกว่า ส่วนผู้สูงอายุที่มีลักษณะถอนตัวรวมทั้งมีสุขภาพเสื่อมโทรมมักจะไม่ค่อยประสบความสำเร็จในการมีสัมพันธภาพที่ดีกับครอบครัว และมักทำตัวห่างเหินกับลูกหลาน

เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปแล้วว่า ครอบครัวยังคงมีอิทธิพลต่อผู้สูงอายุเป็นอย่างมาก และในปัจจุบันครอบครัวได้ปฏิบัติต่อคนสูงอายุในลักษณะของการมุ่งให้ความสุขทางกายมากกว่าการให้ความสุขทั้งกายและจิตใจ การให้ความสุขทางกายเป็นสิ่งที่รัฐอาจจะช่วยได้ในลักษณะของ

การให้บริการด้านสาธารณสุขการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการรักษาสุขภาพอนามัยโดยทั่วไป และการทำกายภาพบำบัดแก่คนสูงอายุโดยไม่คิดมูลค่า ส่วนการให้ความสุขทางจิตใจเป็นหน้าที่ของครอบครัวที่จะช่วยให้คนสูงอายุได้มีความสุขพร้อมทั้งกายและใจในบั้นปลายของชีวิตภายหลังการทำหน้าที่ และรับผิดชอบอย่างหนักมาตลอดชั่วชีวิต

#### 6. เพื่อนและชีวิตสังคม

รูปแบบของมิตรภาพที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจในคนสูงอายุ ก็คือการมีเพื่อนตายซึ่งจะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างมากในการปรับตัว เพื่อนตายของคนสูงอายุไม่จำเป็นต้องเป็นเพื่อนร่วมวัยเท่านั้น อาจจะเป็นลูกๆหรือสมาชิกอื่นๆของครอบครัวก็ได้ แต่สำหรับบุคคลที่ชอบอยู่อย่างโดดเดี่ยวมาตลอดชีวิต การมีเพื่อนตายก็เป็นสิ่งไม่จำเป็นเท่าไรนัก เนื่องจากการอยู่อย่างโดดเดี่ยวเป็นชีวิตที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ สำหรับเขาอยู่แล้ว

ผู้สูงอายุที่อยู่ในระดับเศรษฐกิจสังคมสูง (โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้หญิง) มีแนวโน้มที่จะดำรงมิตรภาพในช่วงปลายของชีวิตไว้ และบุคคลสูงอายุในชนชั้นที่ชอบการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมอย่างมาก ก็จะพยายามดำรงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมดังกล่าวต่อไป ส่วนผู้ที่ชอบชีวิตอย่างโดดเดี่ยวก็มีแนวโน้มจะดำรงรูปแบบชีวิตแบบโดดเดี่ยวต่อไปด้วยเช่นกัน

#### 7. การใช้เวลาว่าง

โดยทั่วไปแล้วเมื่อบุคคลมีอายุมากขึ้น บุคคลสูงอายุจะใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรมที่ต้องการความว่องไวรวมทั้งกิจกรรมทางสังคมลดลง

กิจกรรมที่เป็นที่นิยมของบุคคลทุกกลุ่มอายุได้แก่การดูทีวี การดูกีฬา การฟังเพลง การดูภาพเขียน การเข้าร่วมกับองค์การการกุศลหรือคลับต่างๆ รวมทั้งกิจกรรมที่ทำภายในบ้าน เช่น เย็บเสื้อผ้า ตกแต่งบ้าน ตกแต่งสวน เป็นต้น ส่วนกิจกรรมที่คนสูงอายุไม่นิยมมักจะเป็นกิจกรรมที่มีแนวโน้มเกิดขึ้นนอกบ้าน ต้องเกี่ยวข้องกับความตื่นเต้น ผจญภัย มีการปะทะกันทางร่างกาย หรือการใช้ระบบกลไกอย่างมาก เช่น เดินร่ำ ล่าสัตว์ ยิงเป้า กิจกรรมกลางแจ้ง เป็นต้น วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาว่างของคนสูงอายุจึงเน้นที่การผ่อนคลายความเครียด ส่วนความบันเทิงใจหรือความเพลิดเพลินต่อตนเองจะลดลง

#### การเปลี่ยนแปลงด้านจิตสังคมในผู้สูงอายุ

ธีระ สุขวัญ (2525) ได้กล่าวถึง การเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตสังคมในผู้สูงอายุนั้น เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายและผลจากสภาวะแวดล้อมรอบตัว ความเสื่อมของอวัยวะที่ให้ความรู้สึกมีอิทธิพลต่อสภาพจิตใจและสังคมของผู้สูงอายุอย่างมาก โดยเป็นอุปสรรค

ในการผูกมิตรกับสังคมและนอกจากนั้นผู้สูงอายุต้องเผชิญกับปัญหาทั้งด้านส่วนตัว ด้านสังคม และวัฒนธรรม ก่อให้เกิดความเครียดแก่ผู้สูงอายุอย่างมาก การเปลี่ยนแปลงทางสังคมมีดังนี้ คือ

#### 1. ด้านการงาน

จากการเกษียณอายุ มีผลให้ผู้สูงอายุมีความวิตกกังวล จากการสูญเสียตำแหน่งหน้าที่ การงาน อำนาจ รายได้ลดลง มีการเปลี่ยนแปลงสถานภาพทางสังคม รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ แบบแผนการดำรงชีวิตเปลี่ยนแปลงไป สิ่งเหล่านี้จะกระทบกระเทือนความรู้สึก เกี่ยวกับการเห็นคุณค่าในตนเอง ความภูมิใจ ความมั่นคงจะลดลง

#### 2. ด้านการเปลี่ยนแปลงบทบาทในครอบครัว

จากเดิมเป็นผู้นำในครอบครัวก็อาจเปลี่ยนบทบาทมาเป็นสมาชิกในครอบครัวอยู่ถูกทอดทิ้งจะมีมากขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาต่อสุขภาพจิตของผู้สูงอายุเป็นอย่างมาก

#### 3. การสูญเสียคู่สมรส หรือผู้ใกล้ชิด

ทำให้ผู้สูงอายุมีอาการซึมเศร้า เหงา และหว่าเหว่ การอยู่อย่างเดียวดายจะทำให้จิตใจหดหู่ โรคภัยไข้เจ็บซึ่งมักจะเกิดในวัยสูงอายุ ทำให้ขาดการติดต่อสังสรรค์กับเพื่อนซึ่งต่างก็สูงอายุด้วยกัน ทำให้จิตใจของผู้สูงอายุเปลี่ยนแปลงได้ง่าย ผู้ที่เป็นหม้ายพบว่าเป็นผู้ที่มีโอกาสเสี่ยงต่อการเจ็บป่วยทางจิตสูง นอกจากนี้ยังทุกขใจถึงความตายที่ต้องเผชิญในไม่ช้าและยังพลอยเป็นทุกข์ถึงอนาคตคนอื่นที่อยู่ข้างหลังด้วย

### 5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### งานวิจัยในประเทศ

บริษัทเอกชน เอคอรัน ออมนิเทร็ค มาร์เก็ตติ้ง แอนด์ รีเสิร์ช คอนซัลแทนส์ (2537) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ผู้สูงอายุชาวต่างชาติส่วนหนึ่งจะใช้ชีวิตช่วงหลังเกษียณแล้วเดินทางท่องเที่ยว โดยไทยเป็นประเทศหนึ่งที่รองรับจำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุ กล่าวคือ จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดใน 7 กลุ่มหลักที่สำคัญของไทยในปี พ.ศ. 2535 เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ คิดเป็นร้อยละ 16.8 หรือคิดเป็นหนึ่งในสี่ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด ผู้สูงอายุชาวต่างชาติ 7 ประเทศหลักที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นนักท่องเที่ยวจากฝรั่งเศสมากที่สุด รอง

มาเป็นนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร เยอรมนีและสิงคโปร์ ตามลำดับ นักท่องเที่ยวสูงอายุที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เดินทางมาเป็นครั้งแรกและเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองมากกว่าการมาเป็นหมู่คณะ เหตุผลที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อยได้แก่ ความเป็นมิตรของคนไทย ประเพณีและวัฒนธรรม ประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงามและมีความหลากหลาย นักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการพำนักในพำนักส่วนใหญ่ไม่เกิน 1 สัปดาห์ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนประมาณ 71-150 ดอลลาร์สหรัฐต่อวัน จังหวัดที่นักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมไปเที่ยวมากที่สุด คือ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต เชียงราย อุดรธานี และกาญจนบุรี ตามลำดับ สิ่งที่นักท่องเที่ยวสูงอายุไม่ชอบเมืองไทย คือ ปัญหาจราจร และคมนาคม รองมาคือ ปัญหาความสะอาดและมลภาวะเมื่อพิจารณานักท่องเที่ยวสูงอายุตามภูมิภาค พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปและสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นผู้ที่มีรายได้สูงและการศึกษาดี มีระยะเวลาพำนักอยู่ในไทยค่อนข้างยาวนานกว่านักท่องเที่ยวจากเอเชีย สิ่งที่นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปและสหรัฐอเมริกาประทับใจ คือ ชอบวัฒนธรรมและความเป็นมิตรของคนไทยและสิ่งที่นักท่องเที่ยวเหล่านี้สนใจเป็นอันดับแรก คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามทางธรรมชาติของไทย รองมาคือประเพณีและวัฒนธรรมไทย โบราณสถานและศิลปวัตถุส่วนนักท่องเที่ยวสูงอายุจากเอเชียชอบสถานที่ท่องเที่ยวแบบธรรมชาติเป็นอันดับหนึ่งเช่นกัน

วันทนา สุรชีวิน (2541) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 พบว่า

1. มีการเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลางจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน ญาติ ผู้ร่วมงาน และเจ้าหน้าที่บริษัทนำเที่ยว จากสื่อสิ่งพิมพ์ คือ วารสารการท่องเที่ยว ในขณะที่สื่ออื่น ๆ นั้น นักท่องเที่ยวเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำและต่ำมาก

2. ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทย สามารถร่วมกันอธิบายการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542 ได้ร้อยละ 23.19 โดยความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยสามารถอธิบายการตัดสินใจเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยได้ดีที่สุด

สุวรรณ ศรุติลาวณิช (2541) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นข้อหัตถ์ภูมิพบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยว ก็คือมูลค่าผลิตภัณฑ์ประชาชาติเบื้องต้นต่อบุคคล ซึ่งในการศึกษานี้ใช้แทนระดับรายได้ของนักท่องเที่ยว และเป็นไปตามที่มีผู้กล่าวไว้ว่า นักท่องเที่ยวจะมีความต้องการเดินทางไปต่างประเทศ เมื่อมีรายได้สูงขึ้น ดังนั้น ถ้ารัฐบาลสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้สูง

เหล่านี้เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยแทนการเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศได้ จะทำให้เศรษฐกิจของประเทศขยายตัวได้ แต่อย่างไรก็ตาม การใช้นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่มีความพร้อม หรือกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม จึงเป็นความลำบากที่จะทำให้อุปสงค์และอุปทานด้านการท่องเที่ยวเป็นไปโดยสอดคล้องกัน การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจึงควรมีการประชาสัมพันธ์รูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต

ฉัตรชัย ดั่งจาด (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาความคิดเห็นชุมชนคลองบางกอกน้อย จังหวัดนนทบุรี พบว่า ประชาชนริมคลองบางกอกน้อยมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศระดับสูง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการให้คุณค่าต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แต่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ การเป็นสมาชิกกลุ่มชุมชน และการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ธิดารัตน์ ศิริ (2548) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ผลการศึกษาพบว่า

1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุอยู่ระหว่าง 15-29 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท อาชีพเป็นนักศึกษา และอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร เหตุผลที่เลือกท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เพราะ คำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ ช่วงเวลาการเดินทางส่วนใหญ่เป็นวันหยุดปลายสัปดาห์ มาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรกโดยเลือกที่พักเป็นเต็นท์ที่ให้บริการ ณ จุดต่างๆ บนอุทยาน ระยะเวลาที่พัก 1 คืน ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการมาเที่ยว โดยบุคคลที่ร่วมท่องเที่ยวด้วยเป็นกลุ่มคนเฉพาะครอบครัว

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยวในด้านความสวยงามสงบ เป็นธรรมชาติ

ปฐมพงศ์ กือสตาร์ (2548) ได้ทำการศึกษาความต้องการ ความพึงพอใจและปัญหาของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยบริเวณเกาะเสม็ด โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความต้องการ ความพึงพอใจ และปัญหาของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยบริเวณเกาะเสม็ด ในด้านสถานที่ ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบริหารจัดการ ด้านบุคลากร และด้านกิจกรรม โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำนวน 400 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่เพศ และอาชีพต่างกัน มีความต้องการ

ความพึงพอใจ และปัญหา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ยกเว้นความพึงพอใจ และปัญหา ด้านกิจกรรม เพศต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

กุลวดี แก้ววกล้า (2550) การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อศึกษาคุณลักษณะ พฤติกรรมการท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวที่ข้าราชการเกษียณอายุพึงพอใจในการท่องเที่ยวหลังเกษียณอายุกลุ่มตัวอย่างเป็นข้าราชการที่เกษียณอายุระหว่างปีงบประมาณ พ.ศ. 2545-2547 จำนวน 220 คน เก็บข้อมูลโดยจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายมีสถานภาพสมรสอาศัยอยู่กับคู่สมรสและบุตรหลาน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีภาวะสุขภาพอยู่ในระดับค่อนข้างดี ไม่เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่เกษียณอายุในตำแหน่งระดับ 7 ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นิยมท่องเที่ยวในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน นิยมเดินทางกับครอบครัวด้วยรถส่วนตัว ส่วนใหญ่พักค้างคืนจำนวน 2 คืน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นค่าพาหนะมากที่สุด และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นจำนวนเงินระหว่าง 2,501-5,000 บาท ในส่วนของรูปแบบการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในการพักผ่อนในระดับมากที่สุด และพึงพอใจด้านความเหมาะสมของราคาสถานที่พักในระดับมาก

ข้อเสนอแนะในการวิจัยคือ ผู้สูงอายุนิยมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวมากที่สุด ครอบครัวจึงควรสนับสนุนโอกาสพาผู้สูงอายุไปท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มพูนคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ และเป็นการสร้างสัมพันธภาพที่ดีภายในครอบครัว นอกจากนี้ข้าราชการที่เกษียณอายุ 1-3 ปี มีภาวะสุขภาพค่อนข้างดี และมีกำลังซื้อพอสมควร น่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของการท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ทวีจำนวนมากขึ้นในอนาคต

จันจิรา ไพร์ทอง (2550) ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 - 35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือน คือ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน

ผลการทดสอบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านองค์ประกอบทางกายภาพ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในเรื่องของความสวยงามตามธรรมชาติ



ของสถานที่ท่องเที่ยว, ด้านสถานที่ให้ความสำคัญในเรื่องของภูมิทัศน์สภาพ, ด้านบุคลากรให้ความสำคัญในเรื่องความเป็นกันเองของชาวภูฏาน, ด้านกระบวนการให้บริการให้ความสำคัญในเรื่องขั้นตอนในการขอ Visa, ด้านราคาให้ความสำคัญในเรื่องของความเหมาะสมของราคาทัวร์และค่าธรรมเนียมผ่านเข้าประเทศ, ด้านสินค้าและบริการ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในเรื่องของระบบรักษาความปลอดภัยและด้านส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในเรื่องของการโฆษณาสถานที่ท่องเที่ยวหรือประเทศผ่านสื่อต่าง ๆ

ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศภูฏาน คือ วัตถุประสงค์ในการเดินทางไปประเทศภูฏานเพื่อต้องการท่องเที่ยวมากที่สุด, ส่วนเหตุผลที่เลือกเดินทางไปประเทศภูฏาน คือ เป็นประเทศที่น่าสนใจและเพิ่งเปิดเสรีในการท่องเที่ยว, ด้านผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางไปประเทศภูฏาน คือ ตัดสินใจด้วยตนเอง, ด้านการเลือกซื้อแพ็คเกจนักท่องเที่ยวซื้อแพ็คเกจในช่วงวันหยุดมากที่สุด, ด้านสถานที่เลือกซื้อแพ็คเกจนักท่องเที่ยวเลือกซื้อแพ็คเกจที่บริษัททัวร์มากที่สุด, ด้านแหล่งให้ข้อมูลการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวรับข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยวมากที่สุดส่วนเรื่องข้อเสนอแนะ นักท่องเที่ยวต้องการให้เพิ่มสายการบินและปรับปรุงเวลาการเดินทางของสายการบินไม่ให้เข้าเกินไป

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศภูฏาน พบว่า เพศ อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์ในเรื่องวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว, อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์ในเรื่องเหตุผลที่เลือกเดินทางไปประเทศภูฏาน เพราะเป็นประเทศที่น่าสนใจและเพิ่งเปิดเสรีในการท่องเที่ยว, อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์ในเรื่องผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ, อาชีพ มีความสัมพันธ์ในเรื่องการเลือกซื้อแพ็คเกจในช่วงวันหยุด, เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์ในเรื่องสถานที่ซื้อแพ็คเกจที่บริษัททัวร์, เพศ อายุ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์ในเรื่องที่มาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากบริษัททัวร์ การทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า ด้านสินค้าและบริการ มีอิทธิพลต่อเหตุผลที่เลือกเดินทางเพื่อเยี่ยมชมทัศนียภาพที่สวยงามและเพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรม, ด้านสถานที่ มีอิทธิพลต่อวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อไปประชุมวิชาการ, ด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวและเพื่อติดต่อธุรกิจ และมีอิทธิพลต่อที่มาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวประเภทหนังสือ วารสาร นิตยสาร, ด้านบุคลากร มีอิทธิพลต่อวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อเหตุผลที่เลือกเดินทางเพราะเป็นประเทศที่น่าสนใจ และเพิ่งเปิดเสรีในการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ, ด้านกระบวนการให้บริการ มีอิทธิพลต่อวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว เพื่อประชุมวิชาการ

เพื่อติดต่อธุรกิจ มีอิทธิพลต่อสถานที่ซื้อแพ็คเกจจากบริษัททัวร์และสายการบิน มีอิทธิพลต่อที่มา ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากญาติหรือเพื่อน และหนังสือแนะนำเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นอกนั้นไม่มีอิทธิพล

### งานวิจัยต่างประเทศ

นอร์ด (Nord, 1998) ได้ทำการศึกษาถึงผลของการจัดการนัดหมายการประเพณีชมธรรมชาติจากกลุ่มตัวอย่าง 600 คนที่รัฐเพนซิลวาเนีย ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาทางอารมณ์ของผู้เข้าร่วมกิจกรรมนัดหมายการมีผลกระทบต่อปฏิริยาทางด้านลบน้อยลง

สจวต (Stewart, 1999) ได้ศึกษาผลของการใช้โปรแกรมนัดหมายการกลางแจ้ง โดยใช้แบบสอบถามกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมของอุทยานแห่งชาติ ผลการศึกษาพบว่า ร้อยละ 84 ของผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีการผ่อนคลายทางอารมณ์ที่ตึงเครียด

คานธี- อโรรา และ ชอว์ (Gandhi- Arora and Shaw, 2000) ศึกษาเรื่อง “Novelty Seeking and Repurchase in Tourism Special Events” ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การค้นหาความแปลกใหม่ และการเข้าร่วมซ้ำในกิจกรรมพิเศษของการท่องเที่ยว พบว่า ความพึงพอใจในกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หน่วยงาน หรือองค์กรต่างๆจัดขึ้นอย่างเป็นพิเศษมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรมของนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะกลับไปเที่ยวซ้ำหรือกลับไปร่วมกิจกรรมนั้นๆอีก

เลิฟล็อค (Lovelock, 2003) ได้ทำการศึกษาเรื่อง New Zealand Travel Agent Practice in the Provision of Advice for Travel to Risky Destinations การวิจัยนี้พบว่า บริษัทจัดนำเที่ยวมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพราะบริษัทรับจัดนำเที่ยวเป็นแหล่งข้อมูลแรกที่นักท่องเที่ยวคิดถึงและเป็นแหล่งที่มีข้อมูลทางการท่องเที่ยวมากมายที่จะสามารถให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวได้ และในปัจจุบันการติดต่อสื่อสารที่รวดเร็ว ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกรวดสบายในการติดต่อสื่อสารกับบริษัทรับจัดนำเที่ยวไม่ว่าจะเป็น การซื้อขายโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยว การส่งจองห้องพักโดยการขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต ดังนั้นหากบริษัทใดที่สามารถให้ข้อมูลแก่ลูกค้าได้ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว และการเดินทาง ก็ยิ่งส่งผลอย่างยิ่งต่อการวางตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทจัดนำเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศนิวซีแลนด์ส่วนใหญ่ไม่สามารถให้คำแนะนำในเรื่องดังกล่าวได้ เพราะขาดประสบการณ์ ทำให้ข้อมูลขาดความน่าเชื่อถือ ดังนั้นการที่บริษัทมีนโยบายในการให้ข้อมูลด้านความปลอดภัยแก่ลูกค้า ก็จะสามารถ

สร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกบริษัทนำเที่ยวของพวกเขาได้ เพราะการเดินทางท่องเที่ยวที่มีอัตราเสี่ยงสูงขึ้นไปกว่าจะเป็นความไม่มั่นคงทางการเมืองของแหล่งท่องเที่ยว หรือเรื่องข่าวก่อการร้ายต่างๆที่เกิดขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวน้อยลง ดังนั้นบริษัทจัดนำเที่ยวจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น และความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้บริษัทจัดนำเที่ยวสามารถนำผลที่ได้มาวางแผนและพัฒนาให้มีการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น นอกจากนั้นแล้วการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นยังประกอบไปด้วย ปัจจัยภายใน เช่น ประสบการณ์เดินทางที่ผ่านมา ทักษะติดต่อแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยภายนอก เช่น คำแนะนำในการเดินทางท่องเที่ยวจาก เพื่อน หรือ ครอบครัว หรือ สื่อต่างๆ เป็นต้น และปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เช่น อายุ เพศ การศึกษา รายได้ อาชีพ นอกจากนั้นแล้ว กฎเกณฑ์สำคัญที่นำไปสู่การตัดสินใจซื้อ คือ การสืบหาข้อมูลความต้องการเดินทาง การประเมินทางเลือก และการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

ชิมส์, เกฮร์ท และ ซิลค์ (Shim, Gehrt, and Siek , 2005) ทำการศึกษาเรื่อง Attitude and Behavior Regarding Pleasure Travel Among Mature Consumers: A Socialization Perspective โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโครงสร้างสังคม (อายุในความรู้สึก รายได้และอาชีพ) กลุ่มทางสังคม (เพื่อน และสื่อต่าง ๆ ) และผลลัพธ์ทางสังคม (ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอดีต และความตั้งใจที่จะท่องเที่ยว) และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับกลุ่มทางสังคมและพฤติกรรมการท่องเที่ยวผ่านการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามทางไปรษณีย์จากการสุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในเมืองหลวงทางภาคตะวันตกเฉียงใต้ของประเทศสหรัฐอเมริกา และได้รับการตอบกลับที่ตรงกับกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุจำนวน 182 ชุด ซึ่งถูกนำมาทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีสมการถดถอย (Regression Analysis) จากการศึกษาพบว่าทัศนคติทางสังคม ได้แก่ ตัวแปรโครงสร้างสังคม กลุ่มทางสังคม และผลลัพธ์ทางสังคมสามารถอธิบายถึงทัศนคติ พฤติกรรมและความตั้งใจในการท่องเที่ยวเชิงสันทนาการในกลุ่มผู้สูงอายุได้เป็นอย่างดีและพบว่า ผู้สูงอายุที่คิดว่าตัวเองยังไม่แก่มีทัศนคติทางบวกต่อการท่องเที่ยว และมีความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวในอนาคตอีกด้วย ทั้งนี้กลุ่มผู้สูงอายุมีการตอบสนองต่อสื่อต่าง ๆ ที่ใช้เพื่อการโฆษณาการท่องเที่ยว อาทิ สื่อโทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ บริษัทท่องเที่ยว เป็นต้น มากกว่าการชักชวนของเพื่อนหรือคนในครอบครัว และผู้ที่มีรายได้มากที่ชอบท่องเที่ยวในอดีตมีแนวโน้มมากที่จะท่องเที่ยวอีกในอนาคต ทั้งนี้การตลาดด้านการท่องเที่ยวควรให้ความสนใจต่อทัศนคติ ประสบการณ์อารมณ์ความรู้สึกของลูกค้าให้มากที่สุด เนื่องจากสามารถส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต

เบอเรนเดียน ลูบบ์ (Berendien Lubbe อ้างถึงใน ชนกกานต์ สันตะโร, 2551) ศึกษาหัวข้อ Primary Image Construction ของ Chon พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอาหรับในซาอุดีอาระเบียมีความตระหนักในภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมากและจะเลือกเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีความคล้ายคลึงกับวัฒนธรรมของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นภาษา วิถีชีวิต อาหาร ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้อพยพส่วนใหญ่เป็นชาวปากีสถาน อินโดนีเซีย ศรีลังกา และอินเดีย นั้นไม่คำนึงถึงภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว แต่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ และมักจะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัยมากกว่าเพื่อต้องการพบเจอสิ่งแปลกใหม่ และเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ตนไม่เคยสัมผัส



ศูนย์วิทยพัทยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง“ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

โดยมีการกำหนดแนวทางและขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. เกณฑ์เทียบระดับแรงจูงใจ

#### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นผู้สูงอายุทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป และเป็นสมาชิกในชมรมผู้สูงอายุเขตกรุงเทพมหานคร สังกัดสหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร จำนวน 26,657 คน (กองส่งเสริมสุขภาพ สำนักอนามัย, 2550)

#### กลุ่มตัวอย่าง

กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ใช้การคำนวณด้วยสูตรกรณิที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน(Finite Population) ตามวิธีของ ยามาเน (Yamane, 1973) ซึ่งมีสูตรในการคำนวณกลุ่มตัวอย่างดังนี้

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

โดยที่ n หมายถึง จำนวนตัวอย่าง

N หมายถึง จำนวนประชากร

e หมายถึง ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

โดยแทนค่าได้ดังนี้

$$n = \frac{26.657}{1+26.657(0.05)^2}$$

$$= 394.08$$

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมีทั้งสิ้น 394 คน แต่ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยปรับจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 420 คน

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 ถึงปัจจุบัน กรุงเทพมหานครได้จัดแบ่งเขตทั้ง 50 สำนักงานเขตออกเป็น 6 กลุ่ม เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการบริหารงาน การดูแลพื้นที่และบริการประชาชนได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร, 2542: ออนไลน์) ได้แก่

1. กลุ่มรัตนโกสินทร์ (วังหลวงเดิม) ประกอบด้วย 9 เขต คือ บางซื่อ ดุสิต พญาไท ราชเทวี ปทุมวัน พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย สัมพันธวงศ์ และบางรัก
2. กลุ่มบูรพา ประกอบด้วย 9 เขต คือ ดอนเมือง หลักสี่ สายไหม บางเขน จตุจักร ลาดพร้าว บึงกุ่ม บางกะปิ และวังทองหลาง
3. กลุ่มศรีนครินทร์ ประกอบด้วย 8 เขต คือ สะพานสูง มีนบุรี คลองสามวา หนองจอก ลาดกระบัง ประเวศ สวนหลวง และคันนายาว
4. กลุ่มเจ้าพระยา ประกอบด้วย 9 เขต คือ ดินแดง ห้วยขวาง วัฒนา บางนา พระขนิษฐาทร คลองเตย บางคอแหลม และยานนาวา
5. กลุ่มกรุงธนใต้ ประกอบด้วย 8 เขต คือ บางขุนเทียน บางบอน จอมทอง ราษฎร์บูรณะ ทุ่งครุ ธนบุรี คลองสาน และบางแค
6. กลุ่มกรุงธนเหนือ ประกอบด้วย 7 เขต คือ บางพลัด ตลิ่งชัน บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ ภาษีเจริญ หนองแขม และทวีวัฒนา

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้มาจากการสุ่มแบบหลายชั้น (Multi- Stage sampling) โดยดำเนินการเป็นลำดับขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 6 กลุ่ม โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ได้แก่ กลุ่มรัตนโกสินทร์ กลุ่มบูรพา กลุ่มศรีนครินทร์ กลุ่มเจ้าพระยา กลุ่มกรุงธนใต้ และกลุ่มกรุงธนเหนือ และในขั้นตอนต่อไปคือ การเลือกกลุ่มตัวอย่างออกมา 2 เขตจากในแต่ละกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 6 กลุ่ม โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างง่าย (Simple random sampling) โดยการจับฉลาก ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างมากกลุ่มละ 2 เขต ดังนี้

1. กลุ่มรัตนโกสินทร์ คือ เขตบางซื่อ เขตดุสิต
2. กลุ่มบูรพา คือ เขตสายไหม เขตหลักสี่
3. กลุ่มศรีนครินทร์ คือ เขตลาดกระบัง เขตสะพานสูง
4. กลุ่มเจ้าพระยา คือ เขตสาทร เขตบางคอแหลม
5. กลุ่มกรุงธนใต้ คือ เขตบางขุนเทียน เขตธนบุรี
6. กลุ่มกรุงธนเหนือ คือ เขตภาษีเจริญ เขตบางกอกน้อย

2. ผู้วิจัยได้นำกลุ่มตัวอย่างแต่ละเขต มาทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เนื่องจากต้องการได้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะพิเศษประการหนึ่งคือ เป็นกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครที่เคยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง เพื่อที่จะสามารถตอบคำถามได้ตรงตามตัวแปรที่กำหนดไว้ในทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดความต้องการท่องเที่ยว ทำให้ได้จำนวนผู้สูงอายุเขตละ 35 คน ดังรายละเอียดที่แสดงไว้ในตาราง

**ตารางแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่ม เขต และจำนวนผู้สูงอายุที่ทำการศึกษา**

รายชื่อกลุ่ม	รายชื่อเขต	จำนวนผู้สูงอายุ /เขต
รัตนโกสินทร์	บางซื่อ	35 คน
	ดุสิต	35 คน
บูรพา	สายไหม	35 คน
	หลักสี่	35 คน
ศรีนครินทร์	ลาดกระบัง	35 คน
	สะพานสูง	35 คน
เจ้าพระยา	สาทร	35 คน
	บางคอแหลม	35 คน
กรุงธนใต้	บางขุนเทียน	35 คน
	ธนบุรี	35 คน
กรุงธนเหนือ	ภาษีเจริญ	35 คน
	บางกอกน้อย	35 คน
<b>รวม</b>		<b>420 คน</b>

### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษา ค้นคว้า และรวบรวมเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หนังสือ ตำรา วารสาร วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร เพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหา ของแบบทดสอบ จะได้มีความชัดเจนตามความมุ่งหมายของการวิจัยยิ่งขึ้น
3. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างเครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัย
4. นำแบบสอบถามที่ได้เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง และเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อนำมาแก้ไข
5. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขในขั้นที่ 4 เสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ของคำถามในแต่ละข้อว่าตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้หรือไม่ โดยหาดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Index of Congruence) ของแบบสอบถาม โดยจะเลือกใช้เฉพาะข้อที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป (สิทธิ ธีรธรรม, 2552) ตามสูตรดังนี้

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

เมื่อ  $IOC$  แทน ค่าดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$  แทน ผลรวมของคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ  
 $N$  แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

โดยใช้เกณฑ์การประเมินดังนี้

- +1    หมายความว่า มั่นใจว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้อง
- 0     หมายความว่า ไม่มั่นใจว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้อง
- 1    หมายความว่า มั่นใจว่าแบบสอบถามไม่มีความสอดคล้อง

คำนวณได้ค่า IOC เท่ากับ 0.83 หลังจากนั้นให้นำแบบสอบถามมาแก้ไขปรับปรุงก่อนนำไปใช้จริง



6.ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญจากนั้นนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจสอบอีกครั้ง เพื่อการปรับปรุงแก้ไขครั้งสุดท้ายก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out) โดยนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$  - coefficient) ของครอนบาค (Cronbach, 1990) โดยใช้สูตรของ พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2540) ดังนี้

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

กำหนดให้  $\alpha$  = ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น

$n$  = จำนวนข้อคำถาม

$S_i^2$  = ค่าความแปรปรวนในแต่ละข้อ

$S_t^2$  = ค่าความแปรปรวนทั้งฉบับ

และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.78

7. นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งในการสร้างแบบสอบถามนั้นทางผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการสร้างเครื่องมือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นนี้เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-ended Question) และแบบสอบถามปลายเปิด (Opened-ended) จะอยู่ในส่วนข้อเสนอแนะในส่วนสุดท้ายของแบบสอบถาม แบบสอบถามชนิดปลายปิด (Closed-ended) จะถูกแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ 1.แบบตรวจสอบรายการ(Check-List) 2.แบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยแบบสอบถามจะประกอบด้วยข้อมูลดังต่อไปนี้

**ตอนที่1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

**ตอนที่2** ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้อง

แบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

**ตอนที่3** ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

แบบคำถามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale)

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. วางแผนในการเก็บข้อมูลและเตรียมทีมงานในการเก็บข้อมูล
2. แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ โดยมีทีมงานในการแจกแบบสอบถาม โดยให้คำแนะนำในการเก็บแบบสอบถามแก่ทีมงานในการแจกแบบสอบถาม
3. เก็บข้อมูลระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2553 ถึง เดือนมกราคม 2554 โดยออกเก็บข้อมูลกับผู้สูงอายุทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป ที่เป็นสมาชิกในชมรมผู้สูงอายุเขตกรุงเทพมหานคร สังกัดสหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร จำนวน 12 ชมรม ชมรมละ 35 คน โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงเวลา 9.00 – 12.00 น. และ 13.00 – 16.00 น. ช่วงวันหยุดเสาร์อาทิตย์และวันหยุดราชการ
4. นำแบบสอบถามที่ได้คืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม เพื่อลงรหัสข้อมูล แล้วนำไปวิเคราะห์ อภิปราย และสรุปผล

### การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกชุดด้วยตนเอง (Manual Editing) จากนั้นนำแบบสอบถามที่มีความบกพร่องน้อยที่สุดมาเข้ารหัส (Coding) แล้วประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ และหาความสัมพันธ์ต่างๆ โดยสถิติที่นำมาวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และการหาค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง เนื่องจากเป็นข้อมูลเชิงกลุ่ม

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และการหาค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง เนื่องจากเป็นข้อมูลเชิงกลุ่ม

3. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง เนื่องจากเป็นข้อมูลเชิงลำดับ

4. เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกัน โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of variance: ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ความแตกต่างนั้นเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe's method) โดยในการทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับ .05

#### เกณฑ์เทียบระดับปัจจัยที่มีผล

โดยในแบบสอบถามตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวแบบสอบถามส่วนนี้เป็นการเรียงลำดับคำถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 4 ระดับของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยกำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนน	ระดับความมีอิทธิพล
4	มากที่สุด
3	มาก
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

จากการแบ่งระดับการประเมินเป็น 4 ระดับ สามารถนำมาวิเคราะห์ด้วยการกำหนดอันตรภาคชั้น (ยูทท ไกยววรรณ์, 2545) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น (Class Interval)} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{4 - 1}{4} \\
 &= 0.75
 \end{aligned}$$

เมื่อได้ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) แล้ว นำมาเทียบเกณฑ์ระดับความต้องการที่กำหนดไว้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 3.25 - 4.00	หมายถึง	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.24	หมายถึง	มาก
ค่าเฉลี่ย 1.75 - 2.49	หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.74	หมายถึง	น้อยที่สุด

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็นขั้นตอนต่างๆ ตามลำดับ ดังนี้

#### การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้จำแนกผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำเสนอตารางประกอบความเรียงดังนี้

- ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม
- การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษา และอาชีพที่ต่างกัน

#### ผลการวิเคราะห์

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและนำไปวิเคราะห์ทางสถิติผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำมาเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง ดังนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มาแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ปราบกฎผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 1-7

ตารางที่ 1 จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	201	47.9
ชาย	219	52.1
<b>รวม</b>	<b>420</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 52.1 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 47.9

ตารางที่ 2 จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
60 - 64 ปี	178	42.4
65 - 69 ปี	181	43.1
70 - 74 ปี	61	14.5
<b>รวม</b>	<b>420</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 65 - 69 ปี จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 43.1 รองลงมาคืออายุระหว่าง 60 - 64 ปี จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4

ตารางที่ 3 จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	231	55.0
ปริญญาตรี	167	39.8
ปริญญาโท	22	5.2
<b>รวม</b>	<b>420</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 รองลงมาคือปริญญาตรี

ตารางที่ 4 จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	52	12.4
10,001-15,000 บาท	319	76.0
15,001-20,000 บาท	49	11.6
<b>รวม</b>	<b>420</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท จำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 76.0

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5 จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานบริษัทเอกชน	24	5.7
ธุรกิจส่วนตัว	20	4.8
เกษียณ	322	76.7
รับจ้าง	54	12.8
<b>รวม</b>	<b>420</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เกษียณ จำนวน 322 คน คิดเป็นร้อยละ 76.7

ตารางที่ 6 จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
สมรสไม่มีบุตร	98	23.3
สมรส มีบุตร	149	35.5
แยกกันอยู่	83	19.8
หย่า	10	2.4
ภรรยา/สามี ถึงแก่กรรม	80	19.0
<b>รวม</b>	<b>420</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสมีบุตร จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5



ตารางที่ 7 จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสภาพความเป็นอยู่

สภาพความเป็นอยู่	จำนวน	ร้อยละ
อยู่คนเดียว	4	1.0
อยู่กับคู่สมรส	13	3.1
อยู่กับคู่สมรสและบุตรหลาน	171	40.7
อยู่กับญาติพี่น้อง	173	41.2
อยู่กับเพื่อน	59	14.0
<b>รวม</b>	<b>420</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 7 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะอยู่กับญาติพี่น้องคิดเป็นจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2 รองลงมาคืออยู่กับคู่สมรสและบุตรหลาน จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 40.7

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของข้อมูลเป็นรายข้อ ปรากฏผลวิเคราะห์ข้อมูลดังตาราง 8-15

ตารางที่ 8 จำนวน และร้อยละพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ชอไปท่องเที่ยว

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	301	30.6
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	233	23.7
แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ น้ำพุร้อนธรรมชาติ	80	8.1
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	78	7.9
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	49	5.0
แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ	75	7.6
แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ	93	9.5
แหล่งท่องเที่ยว อื่นๆ	75	7.6
<b>รวม</b>	<b>984</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 30.6 รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7

ตารางที่ 9 จำนวน และร้อยละพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
พักผ่อนและท่องเที่ยว	118	28.1
เยี่ยมญาติ / เพื่อน	230	54.8
ธุรกิจ	5	1.2
การกีฬาและความบันเทิง	67	15.9
<b>รวม</b>	<b>420</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8

ตารางที่ 10 จำนวน และร้อยละพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม พาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว

พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	181	43.1
รถบริการนำเที่ยว(ซีอทัวร์)	176	41.9
รถโดยสารประจำทาง	63	15.0
<b>รวม</b>	<b>420</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยว โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 43.1 รองลงมาใช้รถบริการนำเที่ยว(ซีอทัวร์) จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9

ตารางที่ 11 จำนวน และร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง

ผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางคนเดียว	133	31.7
เดินทางกับกลุ่มเพื่อน	75	17.9
เดินทางกับครอบครัว/ญาติ	163	38.8
เดินทางไปกับหน่วยงานหรือองค์กร	15	3.6
ไปกับกรุ๊ปทัวร์	34	8.0
<b>รวม</b>	<b>420</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวไปกับครอบครัว/ญาติ เป็นจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมาเดินทางคนเดียว จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 31.7

ตารางที่ 12 จำนวน และร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว

ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1 - 2 วัน	23	5.5
3 - 4 วัน	91	21.7
5 - 6 วัน	288	68.6
มากกว่า 6 วัน	18	4.2
<b>รวม</b>	<b>420</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 5-6 วัน จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 68.6

ตารางที่ 13 จำนวน และร้อยละพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการท่องเที่ยว

ความถี่ในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1 - 2 ครั้ง	158	37.6
3 - 4 ครั้ง	202	48.1
5 - 6 ครั้ง	60	14.3
<b>รวม</b>	<b>420</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ท่องเที่ยว 3-4 ครั้ง จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมาท่องเที่ยว 1-2 ครั้ง จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 37.6

ตารางที่ 14 จำนวน และร้อยละพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้ท่องเที่ยว

ช่วงเวลาที่ใช้ท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
วันเสาร์-อาทิตย์	134	31.9
วันหยุดติดต่อกันหลายวัน	111	26.4
วันหยุดนักขัตฤกษ์	175	41.7
<b>รวม</b>	<b>420</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยววันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมาใช้เวลาในการท่องเที่ยววันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9

ตารางที่ 15 จำนวน และร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่พักแรม

สถานที่พักแรม	จำนวน	ร้อยละ
โรงแรม	335	25.0
เกสต์เฮ้าส์	196	14.6
บังกะโล	42	3.1
รีสอร์ต	119	8.9
บ้านรับรอง	133	9.9
บ้านญาติหรือบ้านเพื่อน	249	18.6
โมเต็ล	77	5.8
ที่พักของหน่วยราชการ ณ แหล่งท่องเที่ยว	141	10.5
ที่พักอื่นๆ	46	3.6
<b>รวม</b>	<b>1,338</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พักแรมที่โรงแรม จำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาพักแรมที่บ้านญาติหรือบ้านเพื่อน จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ และด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) ปราบกฎผลวิเคราะห์ข้อมูลดังตาราง 16 - 24

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.19	0.551	มาก
2. ด้านราคา	3.04	0.554	มาก
3. ด้านสถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.29	0.544	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.22	0.567	มาก
5. ด้านบุคลากร	3.28	0.490	มากที่สุด
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.25	0.621	มากที่สุด
7. ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ	3.25	0.458	มากที่สุด
8. ด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.23	0.510	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.22</b>	<b>0.344</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านสถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย
1. สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	3.24	0.822	มาก
2. มีรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เลือกหลากหลาย	3.24	0.668	มาก
3. โปรแกรมเที่ยวที่น่าสนใจของบริษัททัวร์	3.33	0.857	มากที่สุด
4. มีบริการสถานที่พักผ่อน	3.06	0.784	มาก
5. มีบริการร้านอาหาร	3.08	0.739	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.19</b>	<b>0.551</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่เรื่อง โปรแกรมเที่ยวที่น่าสนใจของบริษัททัวร์

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านราคา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย
1. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวตลอดรายการมีความเหมาะสม	3.23	0.750	มาก
2. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสม	3.05	0.763	มาก
3. ราคาที่พักมีความเหมาะสม	2.99	0.750	มาก
4. ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม	2.82	0.730	มาก
5. ราคาสินค้าหรือของที่ระลึกมีความเหมาะสม	3.10	0.727	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.04</b>	<b>0.554</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากทุกเรื่อง

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านสถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย
1. มีการติดต่อและจองผ่านบริษัททัวร์	3.44	0.650	มากที่สุด
2. มีการติดต่อและจองผ่านเคาเตอร์เซอร์วิส	3.32	0.740	มากที่สุด
3. มีการติดต่อและจองผ่านอินเทอร์เน็ต	3.09	0.754	มาก
4. การชำระเงินมีหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต หรือชำระผ่านธนาคาร	3.34	0.698	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>3.29</b>	<b>0.544</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่เรื่อง มีการติดต่อและจองผ่านบริษัททัวร์, มีการติดต่อและจองผ่านเคาเตอร์เซอร์วิส และการชำระเงินมีหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต หรือชำระผ่านธนาคาร

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย
1. มีการมอบสิทธิพิเศษและส่วนลดแก่ผู้สูงอายุ เช่น ที่พัก ราคาพิเศษ ตั๋วเครื่องบินราคาพิเศษ	3.28	0.753	มากที่สุด
2. จัดโครงการบริจาคเงินกำไรแก่สังคมหลังการขาย	3.21	0.913	มาก
3. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านงานแสดงสินค้า ทางการท่องเที่ยว	3.14	0.765	มาก
4. โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ	3.25	0.624	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>3.22</b>	<b>0.567</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่เรื่อง มีการมอบสิทธิพิเศษและส่วนลดแก่ผู้สูงอายุ เช่นที่พักราคาพิเศษ ตั๋วเครื่องบินราคาพิเศษ และโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านบุคลากร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย
1. พนักงานมีความรู้และให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน	3.33	0.747	มากที่สุด
2. พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี เช่น การแต่งกายดี บุคลิกภาพดี อธิบายดี พูดจาสุภาพ ฯลฯ	3.41	0.673	มากที่สุด
3. พนักงานมีความคล่องแคล่ว แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี	3.34	0.767	มากที่สุด
4. พนักงานเพียงพอในการให้บริการ	3.17	0.790	มาก
5. การให้ความร่วมมือของคนท้องถิ่นภายในแหล่งท่องเที่ยว	3.15	0.748	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.28</b>	<b>0.490</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานมีความรู้และให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน, พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี เช่น การแต่งกายดี บุคลิกภาพดี อธิบายดี พูดจาสุภาพ ฯลฯ และพนักงานมีความคล่องแคล่ว แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

ศูนย์วิทยพัชกร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย
1. ให้ความสะดวกสบายและรวดเร็วในการใช้บริการ	3.28	0.779	มากที่สุด
2. การให้บริการมีมาตรฐานตรงตามโปรแกรมที่กำหนด	3.15	0.755	มาก
3. การให้บริการตรงต่อเวลา	3.36	0.765	มากที่สุด
4. การให้บริการด้านความปลอดภัยแก่ผู้ใช้บริการ	3.20	0.755	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.25</b>	<b>0.621</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่เรื่อง ให้ความสะดวกสบาย และรวดเร็วในการใช้บริการ และการให้บริการตรงต่อเวลา

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านประสิทธิภาพและคุณภาพที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย
1. ความสะอาดของสถานบริการ เช่น ห้องน้ำ โรงแรม ร้านอาหาร ภัตตาคาร	3.19	0.748	มาก
2. เมื่อนักท่องเที่ยวเกิดปัญหาหรือเหตุขัดข้อง พนักงานผู้ ให้บริการเต็มใจที่ให้บริการ	3.13	0.796	มาก
3. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวไม่คิด ค่าบริการ	3.33	0.657	มากที่สุด
4. การกำหนดราคาที่ไม่เอาเปรียบผู้ใช้บริการ	3.36	0.755	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>3.25</b>	<b>0.458</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านประสิทธิภาพและคุณภาพมีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวไม่คิดค่าบริการ และการกำหนดราคาที่ไม่เอาเปรียบผู้ใช้บริการ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับปัจจัย
1. แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายทางธรรมชาติ	3.38	0.758	มากที่สุด
2. แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามและสะอาด	3.29	0.708	มากที่สุด
3. แหล่งท่องเที่ยวมีความโดดเด่นของเทศกาล ประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่น	3.07	0.953	มาก
4. เครื่องมือ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความทันสมัย สะดวก มีสภาพดี	3.28	0.921	มากที่สุด
5. แหล่งท่องเที่ยวได้รับความนิยมและมีชื่อเสียง	3.14	0.950	มาก
6. แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	3.24	0.720	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.23</b>	<b>0.510</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่เรื่อง แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายทางธรรมชาติ, แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามสะอาด และ เครื่องมือ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความทันสมัย สะดวก มีสภาพดี

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน

ผู้วิจัยทดสอบสมมติฐานของการวิจัยโดยการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่าง ข้อมูลที่เกี่ยวกับสถานภาพทั่วไป คือ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance: ANOVA) กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายคู่ ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ความแตกต่างนั้นเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe's method) ปราบกฏผลวิเคราะห์ข้อมูลดังตาราง 25 - 46

1. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา (n = 420)						F-test	P
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาโท			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.20	0.543	3.17	0.560	3.24	0.591	0.22	0.79
ด้านราคา	3.03	0.553	3.04	0.559	3.11	0.536	0.25	0.77
ด้านสถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.31	0.580	3.28	0.478	3.23	0.647	0.39	0.67
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.24	0.586	3.18	0.542	3.28	0.557	0.63	0.52
ด้านบุคลากร	3.27	0.505	3.29	0.481	3.35	0.404	0.29	0.74
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.23	0.633	3.25	0.607	3.40	0.585	0.82	0.44
ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ	3.28	0.475	3.21	0.432	3.30	0.462	1.18	0.30
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.26	0.498	3.19	0.536	3.21	0.424	1.05	0.34
<b>รวม</b>	<b>3.23</b>	<b>0.361</b>	<b>3.20</b>	<b>0.316</b>	<b>3.27</b>	<b>0.375</b>	<b>0.51</b>	<b>0.60</b>

$P > .05$  ( $F_{2,417} = 3.01$ )

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกด้าน

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา (n = 420)						F-test	P
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาโท			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	3.26	0.819	3.24	0.785	3.09	1.108	0.42	0.65
2. มีรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เลือกหลากหลาย	3.21	0.663	3.26	0.671	3.31	0.716	0.45	0.63
3. โปรแกรมเที่ยวที่น่าสนใจของบริษัททัวร์	3.39	0.821	3.24	0.914	3.45	0.738	1.67	0.18
4. มีบริการสถานที่พักผ่อน	3.06	0.748	3.05	0.852	3.13	0.639	0.11	0.89
5. มีบริการร้านอาหาร	3.07	0.747	3.06	0.737	3.22	0.685	0.46	0.62
<b>รวม</b>	<b>3.20</b>	<b>0.543</b>	<b>3.17</b>	<b>0.560</b>	<b>3.24</b>	<b>0.591</b>	<b>0.22</b>	<b>0.79</b>

$P > .05$  ( $F_{2,417} = 3.01$ )

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายการย่อย พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกรายการย่อย

ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการศึกษา (n = 420)						F-test	P
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาโท			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวตลอดรายการมีความเหมาะสม	3.23	0.739	3.20	0.772	3.50	0.672	1.51	0.22
2.ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีความเหมาะสม	3.07	0.759	2.98	0.756	3.27	0.827	1.76	0.17
3.ราคาที่พักมีความเหมาะสม	2.99	0.743	3.00	0.760	2.95	0.785	0.03	0.96
4.ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม	2.77	0.721	2.89	0.741	2.68	0.716	1.71	0.18
5.ราคาสินค้าหรือของที่ระลึกมีความเหมาะสม	3.06	0.734	3.13	0.719	3.18	0.732	0.63	0.53
<b>รวม</b>	<b>3.03</b>	<b>0.553</b>	<b>3.04</b>	<b>0.559</b>	<b>3.11</b>	<b>0.536</b>	<b>0.25</b>	<b>0.77</b>

$P > .05$  ( $F_{2,417} = 3.01$ )

จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยที่มีผลการเลือกแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายการย่อย พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกรายการย่อย

ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านสถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา (n = 420)						F-test	P
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาโท			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.มีการติดต่อและจองผ่านบริษัททัวร์	3.45	0.683	3.43	0.606	3.36	0.658	0.22	0.80
2.มีการติดต่อและจองผ่านเค้าเตอร์เซอร์วิส	3.34	0.752	3.31	0.711	3.18	0.853	0.49	0.61
3.มีการติดต่อและจองผ่านอินเทอร์เน็ต	3.13	0.775	3.04	0.714	3.13	0.834	0.69	0.50
4.การชำระเงินมีหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต หรือชำระผ่านธนาคาร	3.35	0.693	3.33	0.691	3.27	0.827	0.13	0.87
<b>รวม</b>	<b>3.31</b>	<b>0.580</b>	<b>3.28</b>	<b>0.478</b>	<b>3.23</b>	<b>0.648</b>	<b>0.39</b>	<b>0.67</b>

$P > .05$  ( $F_{2,417} = 3.01$ )

จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยที่มีผลการเลือกแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายการย่อย พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกรายการย่อย

ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา (n = 420)						F-test	P
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาโท			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. มีการมอบสิทธิพิเศษและส่วนลดแก่ผู้สูงอายุ เช่น ที่พัก ราคาพิเศษ ตั๋วเครื่องบิน ราคาพิเศษ	3.31	0.739	3.24	0.764	3.31	0.839	0.39	0.67
2. จัดโครงการบริจาคคืนกำไรแก่สังคมหลังการขาย	3.21	0.917	3.16	0.910	3.45	0.912	0.97	0.37
3. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านงานแสดงสินค้าทางการท่องเที่ยว	3.16	0.798	3.13	0.724	2.95	0.722	0.81	0.44
4. โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ	3.27	0.640	3.19	0.614	3.40	0.503	1.52	0.22
<b>รวม</b>	<b>3.24</b>	<b>0.587</b>	<b>3.18</b>	<b>0.543</b>	<b>3.28</b>	<b>0.558</b>	<b>0.63</b>	<b>0.52</b>

$P > .05$  ( $F_{2,417} = 3.01$ )

จากตารางที่ 29 แสดงให้เห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยที่มีผลการเลือกแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายการย่อย พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกรายการย่อย

ตารางที่ 30 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับการศึกษา (n = 420)						F-test	P
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาโท			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.มีความรู้และให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน	3.35	0.755	3.29	0.714	3.45	0.911	0.65	0.51
2.มีบุคลิกภาพที่ดี เช่น การแต่งกายดี บุคลิกภาพดี อธิษาศัยดี พุดจาสุภาพ ฯลฯ	3.43	0.662	3.35	0.687	3.63	0.658	1.89	0.15
3.มีความคล่องแคล่วแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี	3.26	0.784	3.43	0.732	3.45	0.800	2.44	0.08
4.มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	3.14	0.810	3.24	0.756	2.86	0.774	2.53	0.08
5.การให้ความร่วมมือของคนท้องถิ่นภายในแหล่งท่องเที่ยว	3.15	0.752	3.12	0.753	3.36	0.658	0.98	0.37
<b>รวม</b>	<b>3.27</b>	<b>0.505</b>	<b>3.29</b>	<b>0.481</b>	<b>3.35</b>	<b>0.404</b>	<b>0.29</b>	<b>0.74</b>

$P > .05$  ( $F_{2,417} = 3.01$ )

จากตารางที่ 30 แสดงให้เห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายการย่อย พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกรายการย่อย

ตารางที่ 31 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านกระบวนการให้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับการศึกษา (n = 420)						F-test	P
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาโท			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.ให้ความสะดวกสบายและรวดเร็วในการใช้บริการ	3.26	0.799	3.28	0.751	3.45	0.800	0.59	0.55
2.การให้บริการมีมาตรฐานตรงตามโปรแกรมที่กำหนด	3.13	0.771	3.16	0.741	3.27	0.702	0.37	0.68
3.การให้บริการตรงต่อเวลา	3.35	0.755	3.35	0.799	3.50	0.597	0.36	0.69
4.การให้บริการด้านความปลอดภัยแก่ผู้ใช้บริการ	3.17	0.777	3.22	0.733	3.40	0.666	1.08	0.34
<b>รวม</b>	<b>3.23</b>	<b>0.633</b>	<b>3.25</b>	<b>0.607</b>	<b>3.40</b>	<b>0.585</b>	<b>0.82</b>	<b>0.44</b>

$P > .05$  ( $F_{2,417} = 3.01$ )

จากตารางที่ 31 แสดงให้เห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านกระบวนการให้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยที่มีผลการเลือกแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายการย่อย พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกรายการย่อย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านประสิทธิภาพ และคุณภาพ	ระดับการศึกษา (n = 420)						F-test	P
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาโท			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.ความสะอาดของสถานบริการ เช่น ห้องน้ำ โรงแรม ร้านอาหาร ภัตตาคาร	3.21	0.776	3.15	0.717	3.27	0.703	0.47	0.62
2.เมื่อนักท่องเที่ยวเกิด ปัญหาหรือเหตุขัดข้อง พนักงานผู้ให้บริการเต็มใจที่ ให้บริการ	3.15	0.823	3.09	0.770	3.31	0.716	0.82	0.43
3.สิ่งอำนวยความสะดวก ต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวไม่ คิดค่าบริการ	3.34	0.666	3.30	0.656	3.40	0.590	0.31	0.73
4.การกำหนดราคาที่ไม่เอา เปรียบผู้ให้บริการ	3.42	0.741	3.30	0.734	3.22	1.020	1.49	0.22
<b>รวม</b>	<b>3.28</b>	<b>0.476</b>	<b>3.21</b>	<b>0.432</b>	<b>3.30</b>	<b>0.463</b>	<b>1.18</b>	<b>0.30</b>

$P > .05$  ( $F_{2,417} = 3.01$ )

จากตารางที่ 32 แสดงให้เห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานคร ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยที่มีผลการเลือกแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายการย่อย พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกรายการย่อย



ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านการสร้าง และ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	ระดับการศึกษา (n = 420)						F-test	P
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาโท			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายทางธรรมชาติ	3.44	0.748	3.26	0.785	3.68	0.476	4.54	0.01*
2.แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามและสะอาด	3.30	0.725	3.28	0.684	3.18	0.732	0.33	0.71
3.แหล่งท่องเที่ยวมีความโดดเด่นของเทศกาล ประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่น	3.09	0.968	3.06	0.942	2.95	0.898	0.24	0.78
4.เครื่องมือ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความทันสมัย สะดวก มีสภาพดี	3.34	0.904	3.19	0.943	3.40	0.908	1.50	0.22
5.แหล่งท่องเที่ยวได้รับความนิยมและมีชื่อเสียง	3.17	0.936	3.12	0.943	2.90	1.150	0.86	0.42
6.แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	3.25	0.714	3.25	0.742	3.13	0.639	0.26	0.76
<b>รวม</b>	<b>3.26</b>	<b>0.498</b>	<b>3.19</b>	<b>0.536</b>	<b>3.21</b>	<b>0.424</b>	<b>1.05</b>	<b>0.34</b>

\*P< .05 ( $F_{2,417}=3.01$ )

จากตารางที่ 33 แสดงให้เห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับ การศึกษาที่แตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยที่มีผลการเลือกแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายการย่อย พบว่ามีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือก แหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 รายการย่อย ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางธรรมชาติ

ตารางที่ 34 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านการสร้าง และ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ รายการย่อยเรื่อง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางธรรมชาติ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

แหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ทางธรรมชาติ		$\bar{X}$	ระดับการศึกษา		
			ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
ระดับ การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.44	-	-	-
	ปริญญาตรี	3.26	0.06	-	-
	ปริญญาโท	3.68	0.03*	0.05	-

\*P < .05

จากตารางที่ 34 แสดงให้เห็นว่า รายการย่อยเรื่อง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทาง ธรรมชาติ ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ปริญญาโท กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## 2. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 35 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว	อาชีพ (n = 420)								F-test	P
	พนักงานบริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว		เกษียณอายุ		รับจ้าง			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	2.93	0.679	3.45	0.420	3.19	0.543	3.23	0.550	3.39	0.01*
ด้านราคา	2.88	0.667	3.24	0.387	3.03	0.553	3.05	0.553	1.52	0.20
ด้านสถานที่ของ ทางการจัดจำหน่าย	3.42	0.508	3.48	0.349	3.28	0.559	3.28	0.529	1.37	0.24
ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.20	0.446	3.45	0.434	3.20	0.583	3.27	0.557	1.37	0.24
ด้านบุคลากร	3.42	0.379	3.23	0.270	3.27	0.512	3.30	0.464	0.80	0.49
ด้านกระบวนการ ให้บริการ	3.30	0.580	3.45	0.359	3.22	0.635	3.29	0.628	0.97	0.40
ด้านประสิทธิภาพ และคุณภาพ	3.29	0.402	3.53	0.307	3.23	0.467	3.27	0.450	2.93	0.03*
ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	3.16	0.507	3.51	0.429	3.21	0.512	3.27	0.508	2.47	0.06
<b>รวม</b>	<b>3.20</b>	<b>0.258</b>	<b>3.42</b>	<b>0.194</b>	<b>3.20</b>	<b>0.354</b>	<b>3.25</b>	<b>0.346</b>	<b>2.56</b>	<b>0.05</b>

\* $P < .05$  ( $F_{3,416} = 2.63$ )

จากตารางที่ 35 แสดงให้เห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน พบว่า มีปัจจัยที่มีผลการเลือกแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 36 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ ระหว่างอาชีพที่ต่างกัน ของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ				
	$\bar{X}$	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษียณอายุ	รับจ้าง
พนักงาน บริษัทเอกชน	2.93	-	-	-	-
อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว	3.45	0.02*	-	-	-
เกษียณอายุ	3.19	0.17	0.23	-	-
รับจ้าง	3.23	0.16	0.53	0.95	-

\*P< .05

จากตารางที่ 36 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 37 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ ระหว่างอาชีพที่ต่างกัน ของผู้ตอบแบบสอบถาม เปรียบเทียบเป็นรายคู่

ปัจจัยด้านประสิทธิภาพ และคุณภาพ	อาชีพ				รับจ้าง
	$\bar{X}$	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษียณอายุ	
พนักงาน	3.29	-	-	-	-
บริษัทเอกชน					
ธุรกิจส่วนตัว	3.53	0.36	-	-	-
เกษียณอายุ	3.23	0.94	0.03*	-	-
รับจ้าง	3.27	0.99	0.19	0.92	-

\*P < .05

จากตารางที่ 37 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ เกษียณอายุ กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 38 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	อาชีพ (n = 420)								F-test	P
	พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว		เกษียณอายุ		รับจ้าง			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. สิ่งดึงดูดใจของ แหล่งท่องเที่ยว	3.08	0.880	3.80	0.410	3.21	0.825	3.25	0.828	3.53	0.01*
2. มีรูปแบบกิจกรรม การท่องเที่ยวให้ เลือกหลากหลาย	2.95	0.806	3.30	0.470	3.24	0.674	3.31	0.608	1.72	0.16
3. โปรแกรมเที่ยวที่ น่าสนใจของบริษัท ทัวร์	3.04	0.954	3.60	0.820	3.32	0.855	3.42	0.815	1.78	0.14
4. มีบริการสถานที่ พักผ่อน	2.83	0.816	3.20	0.767	3.07	0.781	3.07	0.797	0.91	0.43
5. มีบริการ ร้านอาหาร	2.75	0.794	3.35	0.587	3.08	0.742	3.11	0.718	2.54	0.05
<b>รวม</b>	<b>2.93</b>	<b>0.679</b>	<b>3.45</b>	<b>0.419</b>	<b>3.19</b>	<b>0.542</b>	<b>3.23</b>	<b>0.549</b>	<b>3.39</b>	<b>0.01*</b>

\* $P < .05$  ( $F_{3,416} = 2.63$ )

จากตารางที่ 38 แสดงให้เห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยที่มีผลการเลือกแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายการย่อย พบว่า มีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 รายการย่อย ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 39 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ รายการย่อยเรื่อง สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	อาชีพ				
	$\bar{X}$	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	เกษียณอายุ	รับจ้าง
พนักงานบริษัทเอกชน	3.08	-	-	-	-
อาชีพ					
ธุรกิจส่วนตัว	3.80	0.03*	-	-	-
เกษียณอายุ	3.21	0.89	0.02*	-	-
รับจ้าง	3.25	0.85	0.09	0.98	-

\*P< .05

จากตารางที่ 39 แสดงให้เห็นว่ารายการย่อยเรื่อง สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ เกษียณอายุ กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 40 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ (n = 420)								F-test	P
	พนักงานบริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว		เกษียณอายุ		รับจ้าง			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวตลอดรายการมีความเหมาะสม	2.91	0.880	3.40	0.502	3.24	0.753	3.25	0.731	1.82	0.14
2.ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสม	2.83	0.816	3.35	0.587	3.04	0.770	3.05	0.737	1.68	0.16
3.ราคาที่พักมีความเหมาะสม	2.87	0.797	3.35	0.489	2.97	0.758	3.05	0.737	1.92	0.12
4.ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม	2.83	0.816	2.85	0.670	2.83	0.729	2.74	0.731	0.25	0.85
5.ราคาสินค้าหรือของที่ระลึกมีความเหมาะสม	2.95	0.750	3.25	0.444	3.09	0.745	3.16	0.693	0.75	0.51
<b>รวม</b>	<b>2.88</b>	<b>0.667</b>	<b>3.24</b>	<b>0.387</b>	<b>3.03</b>	<b>0.552</b>	<b>3.05</b>	<b>0.552</b>	<b>1.52</b>	<b>0.20</b>

$P > .05$  ( $F_{3,416} = 2.63$ )

จากตารางที่ 40 แสดงให้เห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยที่มีผลการเลือกแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายการย่อย พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกรายการย่อย

ตารางที่ 41 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านสถานที่ ช่องทางการจัด จำหน่าย	อาชีพ (n = 420)								F-test	P
	พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว		เกษียณอายุ		รับจ้าง			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.มีการติดต่อและ จองผ่านบริษัททัวร์	3.62	0.575	3.60	0.502	3.41	0.665	3.44	0.634	1.19	0.31
2.มีการติดต่อและ จองผ่านเคาเตอร์ เซอร์วิส	3.41	0.775	3.60	0.502	3.30	0.749	3.27	0.737	1.19	0.31
3.มีการติดต่อและ จองผ่าน อินเทอร์เน็ต	3.12	0.797	3.30	0.571	3.08	0.762	3.07	0.748	0.54	0.65
4.การชำระเงินมี หลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านบัตร เครดิต หรือชำระ ผ่านธนาคาร	3.54	0.658	3.45	0.510	3.31	0.714	3.35	0.677	0.95	0.41
<b>รวม</b>	<b>3.42</b>	<b>0.508</b>	<b>3.48</b>	<b>0.348</b>	<b>3.28</b>	<b>0.558</b>	<b>3.28</b>	<b>0.528</b>	<b>1.37</b>	<b>0.24</b>

$P > .05$  ( $F_{3,416} = 2.63$ )

จากตารางที่ 41 แสดงให้เห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยที่มีผลการเลือกแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายการย่อย พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุก รายการย่อย

ตารางที่ 42 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ (n = 420)								F-test	P
	พนักงานบริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว		เกษียณอายุ		รับจ้าง			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.มีค่าธรรมเนียมพิเศษและส่วนลดแก่ผู้สูงอายุ เช่น ที่พักราคาพิเศษ ตัวเครื่องบินราคาพิเศษ	3.41	0.653	3.45	0.510	3.26	0.774	3.29	0.743	0.65	0.58
2.จัดโครงการบริจาคคืนกำไรแก่สังคมหลังการขาย	3.04	0.954	3.45	0.759	3.18	0.935	3.33	0.800	1.13	0.33
3.จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านงานแสดงสินค้าทางการท่องเที่ยว	3.16	0.637	3.50	0.513	3.10	0.790	3.22	0.718	1.92	0.12
4. โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ	3.20	0.414	3.40	0.502	3.24	0.641	3.24	0.642	0.42	0.73
<b>รวม</b>	<b>3.20</b>	<b>0.446</b>	<b>3.45</b>	<b>0.433</b>	<b>3.20</b>	<b>0.582</b>	<b>3.27</b>	<b>0.556</b>	<b>1.37</b>	<b>0.24</b>

$P > .05$  ( $F_{3,416} = 2.63$ )

จากตารางที่ 42 แสดงให้เห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยที่มีผลการเลือกแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายการย่อย พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกรายการย่อย

ตารางที่ 43 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านบุคลากร	อาชีพ (n = 420)								F-test	P
	พนักงานบริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว		เกษียณอายุ		รับจ้าง			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.มีความรู้และให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน	3.50	0.510	3.45	0.510	3.32	0.773	3.33	0.752	0.58	0.62
2.มีบุคลิกภาพที่ดี เช่น การแต่งกายดี บุคลิกภาพดี อธิบายดี พูดจาสุภาพ ฯลฯ	3.50	0.589	3.45	0.510	3.40	0.696	3.44	0.634	0.20	0.89
3.มีความคล่องแคล่วแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี	3.37	0.710	3.20	0.695	3.34	0.778	3.37	0.759	0.26	0.84
4.มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	3.45	0.779	2.95	0.604	3.16	0.797	3.16	0.795	1.59	0.19
5.การให้ความร่วมมือของคนท้องถิ่นภายในแหล่งท่องเที่ยว	3.29	0.690	3.10	0.447	3.14	0.774	3.20	0.710	0.42	0.73
<b>รวม</b>	<b>3.42</b>	<b>0.379</b>	<b>3.23</b>	<b>0.269</b>	<b>3.27</b>	<b>0.512</b>	<b>3.30</b>	<b>0.464</b>	<b>0.80</b>	<b>0.49</b>

$P > .05$  ( $F_{3,416} = 2.63$ )

จากตารางที่ 43 แสดงให้เห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลิกกร ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยที่มีผลการเลือก แหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายการ ย่อย พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกรายการย่อย



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 44 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านกระบวนการให้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่ต่างกัน

ปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการ	อาชีพ (n = 420)								F-test	P
	พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว		เกษียณอายุ		รับจ้าง			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ให้ความสะดวกสบายและรวดเร็วในการใช้บริการ	3.41	0.775	3.35	0.587	3.26	0.795	3.27	0.762	0.32	0.80
2. การให้บริการมีมาตรฐานตรงตามโปรแกรมที่กำหนด	3.12	0.850	3.45	0.510	3.12	0.764	3.22	0.718	1.32	0.26
3. การให้บริการตรงต่อเวลา	3.58	0.653	3.50	0.513	3.33	0.792	3.40	0.714	1.11	0.34
4. การให้บริการด้านความปลอดภัยแก่ผู้ใช้บริการ	3.08	0.829	3.50	0.513	3.18	0.762	3.27	0.737	1.46	0.22
<b>รวม</b>	<b>3.30</b>	<b>0.580</b>	<b>3.45</b>	<b>0.359</b>	<b>3.22</b>	<b>0.634</b>	<b>3.29</b>	<b>0.627</b>	<b>0.97</b>	<b>0.40</b>

$P > .05$  ( $F_{3,416} = 2.63$ )

จากตารางที่ 44 แสดงให้เห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านกระบวนการให้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่ต่างกัน พบว่า ปัจจัยที่มีผลการเลือกแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายการย่อย พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกรายการย่อย

ตารางที่ 45 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่ต่างกััน

ปัจจัยด้าน ประสิทธิภาพและ คุณภาพ	อาชีพ (n = 420)								F-test	P
	พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว		เกษียณอายุ		รับจ้าง			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.ความสะอาดของ สถานบริการ เช่น ห้องน้ำ โรงแรม ร้านอาหาร ภัตตาคาร	3.25	0.737	3.40	0.680	3.17	0.752	3.20	0.761	0.65	0.58
2.เมื่อนักท่องเที่ยวเกิด ปัญหาหรือเหตุขัดข้อง พนักงานผู้ให้บริการเต็ม ใจที่ให้บริการ	2.95	0.806	3.60	0.502	3.10	0.805	3.24	0.775	3.17	0.02*
3.สิ่งอำนวยความสะดวก ต่างๆ ในแหล่ง ท่องเที่ยว ไม่คิด ค่าบริการ	3.50	0.589	3.50	0.513	3.30	0.671	3.33	0.644	1.10	0.34
4.การกำหนดราคาที่ไม่ เอื้อเปรียบผู้ให้บริการ	3.45	0.588	3.65	0.489	3.34	0.766	3.33	0.824	1.18	0.31
<b>รวม</b>	<b>3.29</b>	<b>0.401</b>	<b>3.53</b>	<b>0.306</b>	<b>3.23</b>	<b>0.467</b>	<b>3.27</b>	<b>0.449</b>	<b>2.93</b>	<b>0.03*</b>

\* $P < .05$  ( $F_{3,416} = 2.63$ )

จากตารางที่ 45 แสดงให้เห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่ต่างกััน พบว่า ปัจจัยที่มีผลการเลือกแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายการย่อย พบว่า มีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 รายการย่อย ได้แก่ เมื่อนักท่องเที่ยวเกิดปัญหาหรือเหตุขัดข้อง พนักงานผู้ให้บริการเต็มใจที่ให้บริการ

ตารางที่ 46 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ รายการย่อยเรื่อง เมื่อนักท่องเที่ยวเกิดปัญหาหรือเหตุขัดข้อง พนักงานผู้ให้บริการเต็มใจที่ให้บริการ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

เมื่อนักท่องเที่ยวเกิด ปัญหาหรือเหตุขัดข้อง พนักงานผู้ให้บริการเต็ม ใจที่ให้บริการ	$\bar{x}$	อาชีพ			
		พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษียณอายุ	รับจ้าง
อาชีพ					
พนักงาน	2.95	-	-	-	-
บริษัทเอกชน					
ธุรกิจส่วนตัว	3.60	0.06	-	-	-
เกษียณอายุ	3.10	0.85	0.03*	-	-
รับจ้าง	3.24	0.54	0.39	-	-

\*P < .05

จากตารางที่ 46 แสดงให้เห็นว่ารายการย่อยเรื่อง เมื่อนักท่องเที่ยวเกิดปัญหาหรือเหตุขัดข้อง พนักงานผู้ให้บริการเต็มใจที่ให้บริการ ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพเกษียณอายุ กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 47 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านการก่อสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	อาชีพ (n = 420)								F-test	P
	พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว		เกษียณอายุ		รับจ้าง			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.แหล่งท่องเที่ยวมีความ หลากหลายทางธรรมชาติ	3.33	0.816	3.50	0.760	3.37	0.760	3.40	0.740	0.22	0.88
2.แหล่งท่องเที่ยวมีความ สวยงามและสะอาด	3.08	0.653	3.50	0.827	3.27	0.709	3.42	0.661	2.02	0.11
3.แหล่งท่องเที่ยวมีความ โดดเด่นของเทศกาล ประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่น	2.95	0.907	3.40	0.882	3.06	0.961	3.03	0.950	0.92	0.42
4.เครื่องมือ อุปกรณ์ และ สิ่งอำนวยความสะดวก ต่างๆ ภายในแหล่ง ท่องเที่ยวมีความทันสมัย สะดวก มีสภาพดี	3.29	0.907	3.60	0.680	3.27	0.936	3.25	0.915	0.82	0.48
5.แหล่งท่องเที่ยวได้รับ ความนิยมและมีชื่อเสียง	3.12	0.797	3.50	0.688	3.11	0.966	3.18	0.991	1.09	0.35
6.แหล่งท่องเที่ยวมีความ ปลอดภัย	3.16	0.702	3.60	0.680	3.21	0.727	3.35	0.677	2.36	0.07
<b>รวม</b>	<b>3.16</b>	<b>0.507</b>	<b>3.51</b>	<b>0.428</b>	<b>3.21</b>	<b>0.512</b>	<b>3.27</b>	<b>0.507</b>	<b>2.47</b>	<b>0.06</b>

$P > .05$  ( $F_{3,416} = 2.63$ )

จากตารางที่ 47 แสดงให้เห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านการก่อสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยที่มีผลการเลือกแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายการย่อย พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกรายการย่อย

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครโดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาและอาชีพแตกต่างกัน

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สูงอายุทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป และเป็นสมาชิกในชมรมผู้สูงอายุเขตกรุงเทพมหานคร สังกัดสหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร จำนวน 420 คน ทำการเลือกมาด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้น (Multi-Stage sampling) ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีเนื้อหาครอบคลุมปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย 8 ด้าน คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านสถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคลากร (People) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ปัจจัยด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ (Productivity and Quality) และปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และการหาค่าร้อยละ (Percentage) ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผู้วิจัยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษาและอาชีพที่ต่างกัน โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance: ANOVA) กรณีพบความแตกต่างเป็นรายคู่ ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ความแตกต่างนั้นเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe's method)

## สรุปผลการวิจัย

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 420 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 52.1 มีอายุระหว่าง 65 - 69 ปี จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 43.1 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท จำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 76.0 อาชีพเกษียณ จำนวน 322 คน คิดเป็นร้อยละ 76.7 มีสถานภาพสมรส มีบุตร คิดเป็นจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 และอยู่กับญาติพี่น้องคิดเป็นจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 30.6 มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 เดินทางท่องเที่ยว โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 43.1 โดยเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ เป็นจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 5-6 วัน จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 68.6 ไปท่องเที่ยว 3-4 ครั้ง จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1 ใช้เวลาในการท่องเที่ยว วันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 และพักแรมที่โรงแรม จำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{X} = 3.29$ ), ปัจจัยด้านบุคลากร ( $\bar{X} = 3.28$ ), ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ( $\bar{X} = 3.25$ ) และปัจจัยด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ ( $\bar{X} = 3.25$ )

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ เรื่อง โปรแกรมเที่ยวที่น่าสนใจของบริษัททัวร์ ( $\bar{X} = 3.33$ )

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรื่องที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวตลอดรายการมีความเหมาะสม ( $\bar{X} = 3.23$ )

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่เรื่อง มีการติดต่อและจองผ่านบริษัททัวร์ ( $\bar{X} = 3.44$ )

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่เรื่อง มีการมอบสิทธิพิเศษและส่วนลดแก่ผู้สูงอายุ เช่นที่พักราคาพิเศษ ตั๋วเครื่องบินราคาพิเศษ ( $\bar{X} = 3.28$ )

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่เรื่อง พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี เช่น การแต่งกายดี บุคลิกภาพดี อธิยาศัยดี พุดจาสุภาพ ฯลฯ ( $\bar{X} = 3.41$ )

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่เรื่อง การให้บริการตรงต่อเวลา ( $\bar{X} = 3.36$ )

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านประสิทธิภาพและคุณภาพมีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่เรื่อง การกำหนดราคาที่ไม่เอาเปรียบผู้ใช้บริการ ( $\bar{X} = 3.36$ )

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่เรื่อง แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายทางธรรมชาติ ( $\bar{X} = 3.38$ )

### **ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน**

1. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (F-test = 0.51, p = 0.60) และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ไม่แตกต่างกันทุกด้าน

2. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (F-test = 2.56, p = 0.05) และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า มีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณท์ (F-test = 3.39, p = 0.01) และด้านประสิทธิภาพ และคุณภาพ (F-test = 2.93, p = 0.03)

ด้านผลิตภัณท์ ผู้ตอบแบบสอบถามในอาชีพที่แตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (F-test = 3.39, p = 0.01) โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว มีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณท์ มากที่สุด ( $\bar{X} = 3.45$ ) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณท์ น้อยที่สุด ( $\bar{X} = 2.93$ ) และเมื่อพิจารณาทุกรายการย่อยพบว่า มีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณท์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจำนวน 1 รายการย่อย ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว

ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามในอาชีพที่แตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (F-test = 2.93, p = 0.03) โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว มีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ มากที่สุด ( $\bar{X} = 3.53$ ) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ เกษียณอายุ มีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ น้อยที่สุด ( $\bar{X} = 3.23$ ) และเมื่อพิจารณาทุกรายการย่อยพบว่า มีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจำนวน 1 รายการย่อย ได้แก่ เมื่อนักท่องเที่ยวเกิดปัญหาหรือเหตุขัดข้อง พนักงานผู้ให้บริการเต็มใจที่ให้บริการ

## อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร มีประเด็นที่น่าสนใจได้ดังนี้

### ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 420 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุ 65-69 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-15,000 บาท ไม่ประกอบอาชีพ(เกษียณ) มีสถานภาพสมรส มีบุตร และพักอาศัยอยู่กับญาติพี่น้อง ผู้วิจัยมีความเห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันย่อมเกิดปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน สอดคล้องกับ นุชรนารถ ว่องธวัชชัย (2539) ที่ได้ให้แนวคิดไว้ว่า ลักษณะประชากรโดยรวม เช่น ขนาดของครอบครัว อายุ รายได้ อาชีพ การศึกษามีผลกระทบต่อรูปแบบความต้องการซื้อและปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพราะปัจจัยทางประชากรศาสตร์เป็นสิ่งที่กำหนดแนวทางและรูปแบบของการตลาดว่าควรจะเน้นที่จะผลิตในรูปแบบใด และยังสอดคล้องกับ มิตเดิลตัน (Middleton, 1995) ที่ได้สรุปว่าปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic factor) นับเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวได้ กล่าวคือความก้าวหน้าทางการแพทย์ที่ทำให้ประชากรมีอายุยืนขึ้น และแนวโน้มของประชากรลดลง เป็นเหตุให้อัตรามวลรวมของประชากรเป็นไปในทางที่ดีขึ้น หรือมีประชากรที่มีคุณภาพขึ้น ทำให้มีงานทำ และเกิดรายได้ส่วนเกินเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดผลดีต่อรูปแบบความต้องการท่องเที่ยว และปริมาณการซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว

### ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบไปแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัตถุประสงค์หลัก คือ เยี่ยมญาติ/เพื่อน เดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว เดินทางกับครอบครัว/ญาติ ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 5-6 วัน มีการท่องเที่ยว 3-4 ครั้งต่อปี โดยใช้เวลายานหยุดนักขัตฤกษ์ และส่วนใหญ่พักแรมที่โรงแรม ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้สูงอายุเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจ อารมณ์ และสังคมอยู่ในระดับมาก ทำให้ผู้สูงอายุมีความต้องการที่มีลักษณะเฉพาะต่างไปจากวัยอื่นๆ ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ มิลล์ และมอร์ริสัน (Mill และ Morrison, 1992)

กล่าวว่า โดยพื้นฐานแล้วมนุษย์ทุกคนต้องการความมั่นคง และมีเสถียรภาพในชีวิต เมื่อใดก็ตามที่รู้สึกว่าคุณลักษณะดังกล่าวขาดหายไป หรือมีไม่มากเพียงพอ ก็จะพยายามดิ้นรนเพื่อแสวงหา และรักษาสภาพนั้นไว้ให้นานที่สุด โดยสภาพดังกล่าวจะหมดไปเมื่อมนุษย์ตระหนักได้ถึงความเป็นต่าง ๆ ในชีวิตที่มีเพียงพอแล้ว สถานการณ์ดังกล่าวก่อให้เกิดแรงกระตุ้นที่ผลักดันให้มนุษย์ต้องกระทำการใดสิ่งหนึ่งเพื่อตอบสนองของความต้องการของตนเอง ซึ่งเป็นเสมือนจุดเริ่มต้นที่ทำให้การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของบริษัทเอกชน เอกออร์น ออมนิเทริค มาร์เก็ตติ้ง แอนด์ รีเสิร์ช คอนซัลแทนส์ (2537) ที่ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ผู้สูงอายุชาวต่างชาติส่วนหนึ่งจะใช้ชีวิตช่วงหลังเกษียณแล้วเดินทางท่องเที่ยว โดยสิ่งที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวเหล่านี้สนใจเป็นอันดับแรก คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามทางธรรมชาติของไทย ส่วนนักท่องเที่ยวสูงอายุจากเอเชียชอบสถานที่ท่องเที่ยวแบบธรรมชาติเป็นอันดับหนึ่งเช่นกัน สอดคล้องกับ นอร์ด (Nord, 1998) ได้ทำการศึกษาถึงผลของการจัดการนันทนาการประเภทชมธรรมชาติจากกลุ่มตัวอย่าง 600 คนที่รัฐเพนซิลวาเนีย ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาทางอารมณ์ของผู้เข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการมีการตอบสนองต่อปฏิกิริยาทางด้านลบน้อยลง

### **ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม**

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านสถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านบุคลากร, ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ เรื่อง โปรแกรมเที่ยวที่น่าสนใจของบริษัททัวร์ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า โปรแกรมเที่ยวที่น่าสนใจของบริษัทเป็นปัจจัยที่สำคัญในการช่วยกระตุ้นกลุ่มคนวัยสูงอายุให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว สอดคล้องกับ เลิฟล็อก (Lovelock, 2003) ได้ทำการศึกษาเรื่อง New Zealand Travel Agent Practice in the Provision of Advice for Travel to Risky Destinations การวิจัยนี้พบว่า บริษัทจัดนำเที่ยวมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพราะบริษัทรับจัดนำเที่ยวเป็นแหล่งข้อมูลแรกที่นักท่องเที่ยวคิดถึงและเป็นแหล่งที่มีข้อมูลทางการท่องเที่ยวมากมายที่จะสามารถให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวได้

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรื่องที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวตลอดรายการมีความ

เหมาะสม ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การจะเลือกซื้อบริการนำเที่ยวหรือไม่ขึ้นอยู่กับราคาสินค้าและค่าบริการที่นักท่องเที่ยวสามารถยอมรับได้หรือพิจารณาแล้วพบว่าเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและบริการ สอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้กล่าวว่า การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) โดยปกติเมื่อตัดสินใจจะไปสถานที่ท่องเที่ยวใด ก็จะต้องศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ในการวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจะต้องวางแผนค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวสถานที่นั้นๆ เช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายซื้อของที่ระลึก เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่เรื่อง มีการติดต่อและจองผ่านบริษัททัวร์ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าบริษัทจัดนำเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่กลุ่มผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครสามารถเข้าถึงการเลือกซื้อบริการนำเที่ยว โดยต้องการความสะดวกสบายและความรวดเร็วในการซื้อ สอดคล้องกับ เลิฟล็อค (Lovelock, 2003) ได้ทำการศึกษาเรื่อง New Zealand Travel Agent Practice in the Provision of Advice for Travel to Risky Destinations การวิจัยนี้พบว่า บริษัทจัดนำเที่ยวมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งในปัจจุบันการติดต่อสื่อสารที่รวดเร็ว ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกสบายในการติดต่อสื่อสารกับบริษัทรับจัดนำเที่ยวไม่ว่าจะเป็นการซื้อขายโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยว การสั่งจองห้องพักโดยการขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต ดังนั้นหากบริษัทใดที่สามารถให้ข้อมูลแก่ลูกค้าได้ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว และการเดินทาง ก็ยิ่งส่งผลอย่างยิ่งต่อการวางแผนตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่เรื่อง มีการมอบสิทธิพิเศษและส่วนลดแก่ผู้สูงอายุ เช่นที่พักราคาพิเศษ ตั๋วเครื่องบินราคาพิเศษ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุมีความต้องการส่งเสริมการตลาดในเรื่องสิทธิพิเศษต่างๆ เพื่อกระตุ้นและสร้างปัจจัยในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับ คานธี- อโรรา และ ชอว์ (Gandhi- Arora and Shaw, 2000) ศึกษาเรื่อง "Novelty Seeking and Repurchase in Tourism Special Events" ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การค้นหาความแปลกใหม่ และการเข้าร่วมซ้ำในกิจกรรมพิเศษของการท่องเที่ยว พบว่า ความพึงพอใจในกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หน่วยงาน หรือองค์กรต่างๆจัดขึ้นอย่างเป็นพิเศษมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรมของนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะกลับไปเที่ยวซ้ำหรือกลับไปร่วมกิจกรรมนั้นๆ



ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่เรื่อง พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี เช่น การแต่งกายดี บุคลิกภาพดี อธิษาศัยดี พุดจาสุภาพ ฯลฯ ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครมีความต้องการการบริการที่ดีของพนักงานผู้ให้บริการ รวมไปถึงบุคลิกภาพที่ดีด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2543) ได้อธิบายว่า ผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ บริการ ซึ่งการบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จะต้องมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีอริษาศัยไมตรี และมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว ก็จะทำให้เกิดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่เรื่อง การให้บริการตรงต่อเวลา ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การบริการที่ตรงต่อเวลาทำให้ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครเกิดความพึงพอใจ ในปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ สอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้กล่าวว่า ประสบการณ์นักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะได้ผลของประสบการณ์ท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือมีความพึงพอใจ และไม่มีความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านประสิทธิภาพและคุณภาพมีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่เรื่อง การกำหนดราคาที่ไม่เอาเปรียบผู้ใช้บริการ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การกำหนดราคาที่เป็นธรรมในการท่องเที่ยวต่อผู้ใช้บริการส่งผลให้ ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครเลือกเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆเพิ่มมากขึ้น แต่จะต้องไม่ลดประสิทธิภาพและคุณภาพของการบริการลงไปด้วย สอดคล้องกับ มิดเดิลตัน (Middleton, 1995) ได้สรุปปัจจัยที่ทำให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวในด้านปัจจัยด้านการเปรียบเทียบราคา (Comparative price factors) ไว้ว่า การเปรียบเทียบราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการแตกต่างกัน เพราะราคาจะแสดงถึงคุณภาพ และมาตรฐานที่แตกต่างกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่เรื่อง แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายทางธรรมชาติ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่เดินทางท่องเที่ยวไม่สามารถมองเห็นแหล่งท่องเที่ยวก่อนจะตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้ จึงจำเป็นที่จะต้องพึ่งความสวยงามและความหลากหลายทางธรรมชาติเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับตนเอง สอดคล้องกับ จันจิรา โพธิ์ทอง (2550) ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ชาวไทยที่เดินทางไปประเทศภูฏาน ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศภูฏาน ในด้านองค์ประกอบทางกายภาพ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในเรื่องของความสวยงามตามธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก

### การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน

1. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ไม่แตกต่างกันทุกด้าน สอดคล้องกับ ฉัตรชัย ดั่งวงจาด (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาความคิดเห็นชุมชนคลองบางกอกน้อย จังหวัดนนทบุรี พบว่าประชาชนริมคลองบางกอกน้อยมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศระดับสูง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการให้คุณค่าต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แต่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ การเป็นสมาชิกกลุ่มชุมชน และการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่ขัดแย้งกับ ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542) ที่กล่าวว่า การศึกษาเป็นองค์ประกอบหนึ่งซึ่งผู้จัดการการท่องเที่ยวให้ความสนใจเพราะการศึกษาเป็นการเปิดโลกทัศน์ของคน การศึกษาเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการเดินทาง คนที่มีการศึกษาสูงกว่าจะเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าคนที่มีความรู้ระดับการศึกษาต่ำกว่า เนื่องจากคนที่มีการศึกษาสูงจะมีโลกทัศน์ที่กว้างกว่า ทำให้อยากไปดูหรืออยากไปสัมผัสกับสิ่งที่ตนได้เรียนรู้มา สาเหตุอาจจะเกิดจากการเก็บข้อมูลที่ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามชมรมผู้สูงอายุ ซึ่งผู้สูงอายุส่วนใหญ่ในชมรมจะมีระดับการศึกษาสูงสุดแค่มัธยมศึกษาตอนต้น ประถมศึกษา และบางคนไม่ได้เรียนหนังสือมาตั้งแต่เกิดเลยก็มี ทำให้การเก็บข้อมูลในช่วงเวลาดังกล่าวผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี

2. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า มีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านประสิทธิภาพ

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกันมี ความรู้ทัศนคติการใช้หรือปฏิบัติกิจกรรมที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวไม่เหมือนกัน สอดคล้องกับ ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542) ได้กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอต่อนักท่องเที่ยวแม้จะเป็นผลิตภัณฑ์รายการเดียวกัน อาจตอบสนองความต้องการหรือสร้างความพอใจให้แก่ความอยากได้ของ นักท่องเที่ยวได้แตกต่างกัน เช่นการใช้บริการสายการบิน นักท่องเที่ยวคนหนึ่งอาจเลือกเดินทางเพราะเห็นว่าเร็วดี นักท่องเที่ยวอีกคนหนึ่งเห็นว่าไม่เคยนั่งเครื่องบินมาก่อนจึงอยากลองนั่ง นั่งท่องเที่ยวอีกคนหนึ่งเห็นว่ามีความสะดวกสบาย หรือมีการบริการที่ดี จึงสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวแต่ละคนต้องการหาประโยชน์ที่แตกต่างกันจากผลิตภัณฑ์เดียวกันนั่นเอง จากข้อสรุปข้างต้นนี้เอง ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวพร้อมสามารถนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดได้ และเมื่อนำผลิตภัณฑ์ เสนอต่อนักท่องเที่ยวอาจใช้วิธีวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันให้สอดคล้องกับพฤติกรรมแสวงหาประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ โดยใช้วิธีการโฆษณาผลิตภัณฑ์หรือสร้างผลิตภัณฑ์ให้เน้นจุดเด่นที่แตกต่างกันออกไปตามความต้องการประโยชน์ของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มการนำเอาการแสวงหาประโยชน์จากผลิตภัณฑ์มาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดนี้มีข้อจำกัดอยู่อย่างหนึ่งว่า ผู้บริโภคส่วนมากมักอยากได้ประโยชน์หลายๆ อย่างจากผลิตภัณฑ์รายการเดียว และยังสอดคล้องกับ เบอเรนเดียน ลูบ์ (Berendien Lubbe อ้างถึงใน ชนกกานต์ สันตะโร, 2551) ศึกษาหัวข้อ Primary Image Construction ของ Chon พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอาหรับในซาอุดีอาระเบีย มีความตระหนักในภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมากและจะเลือกเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีความคล้ายคลึงกับวัฒนธรรมของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นภาษา วิถีชีวิต อาหาร ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้อพยพส่วนใหญ่เป็นชาว ปากีสถาน อินโดนีเซีย ศรีลังกา และอินเดีย นั้นไม่คำนึงถึงภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว แต่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ และมักจะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัยมากกว่าเพื่อต้องการพบเจอสิ่งแปลกใหม่ และเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ตนไม่เคยสัมผัส

ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกันย่อมมีทัศนคติในด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการบริการในแหล่งท่องเที่ยวไม่เหมือนกัน สอดคล้องกับ เลิฟล็อก เวียร์ตซ์และชีวว์ (Lovelock, Wirtz and Chew, 2009) ได้กล่าวว่า ทัศนคติต่างๆของคุณภาพการบริการ มีความหมายแตกต่างกันไป สำหรับแต่ละบุคคล ในด้านของผู้ใช้บริการจะสามารถรับรู้และแยกแยะคุณภาพก็ต่อเมื่อเห็น หรือผ่านประสบการณ์ซ้ำแล้วซ้ำเล่าเท่านั้น แต่ในด้านของผู้ผลิตจะเน้นไปในเรื่องของมาตรฐานที่มีการพัฒนาภายในองค์กร การเพิ่มผลผลิตและลดค่าใช้จ่าย เป็นต้น สรุปได้ว่ามุมมองในเรื่องคุณภาพการบริการที่ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลย่อมมีความจำเป็นและความต้องการต่างกัน

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

#### ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1. จากผลการศึกษาวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะเดินทางกับครอบครัว/ญาติ และให้ความสำคัญมากในเรื่องของโปรแกรมเที่ยวที่น่าสนใจของบริษัททัวร์และใช้บริษัททัวร์เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายในการจองที่พัก จัดหาตัวเดินทาง การชำระเงิน ดังนั้นบริษัททัวร์จึงควรมีการส่งเสริมโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ให้การสนับสนุนผู้สูงอายุอย่างเต็มรูปแบบในทุกๆด้าน หรืออาจจะมีการมอบสิทธิพิเศษแก่ผู้สูงอายุในการท่องเที่ยว เช่น อาจจะมีส่วนลดพิเศษให้แก่ผู้สูงอายุที่เดินทางกับครอบครัว ในเรื่องของค่าใช้จ่ายใน ค่าตัวเครื่องบิน ค่าที่พัก ค่าอาหาร เป็นต้น
2. จากผลการศึกษาวิจัยในด้านของการส่งเสริมการขายจะเห็นได้ว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญในเรื่องของงานแสดงสินค้าทางการท่องเที่ยววันน้อยที่สุด ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรมุ่งเน้นให้การสนับสนุนเจาะจงการส่งเสริมการขายในเรื่องอื่นๆเพิ่มมากขึ้น เช่น การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ หรือจัดโครงการบริจาคเงินกำไรแก่สังคมหลังการขายสินค้าทางการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นให้เกิดการไหลเวียนของเงินในธุรกิจด้านการท่องเที่ยว

3. จากผลการศึกษาวิจัยจะเห็นได้ว่าผู้สูงอายุเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย และจิตใจมากกว่าวัยอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด จึงจำเป็นที่จะต้องการบุคลากรที่เข้าใจในการดูแลและเอาใจใส่อย่างมาก ดังนั้นในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จึงควรมีกรอบรมเจ้าหน้าที่และบุคลากรภายในหน่วยงานของตนเองเกี่ยวกับความรู้ในเรื่องของผู้สูงอายุอย่างจริงจัง เพื่อที่จะสามารถต้อนรับดูแล ให้คำแนะนำ รวมถึงการระวังอันตรายที่จะเกิดขึ้นเวลาที่ผู้สูงอายุเข้ามาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. รัฐบาลควรให้การสนับสนุนในด้านของงบประมาณต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุในเรื่องของการใช้ชีวิตประจำวัน หรือการท่องเที่ยว เช่น การออกกฎหมายที่ให้คนสูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปสามารถนั่งรถขนส่งมวลชนเพื่อเดินทางท่องเที่ยว หรือเดินทางปกติในชีวิตประจำวันได้ โดยไม่คิดค่าบริการ

2. รัฐบาลควรสนับสนุนงบประมาณเพื่อใช้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ควรประสานงานกับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง หรือจับมือกับภาคเอกชนในการซ่อมแซม และทำนุบำรุงให้แหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นมีความสมบูรณ์ สวยงาม ซึ่งควรที่จะเพิ่มเติมในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่นับวันจะเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ เช่น มีการให้เช่ารถเข็นหรือไม่คิดค่าเดินในกรณีที่ผู้สูงอายุไม่สามารถเดินได้ด้วยตนเอง สร้างจุดนั่งพักผ่อนภายในแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และมีการจัดบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุโดยตรง เป็นต้น

3. ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนควรกระตุ้นจิตสำนึกให้กับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการอนุรักษ์ ควบคู่ไปกับการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายในประเทศ และมีการให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเอง เนื่องจากจะเป็นการจะเป็นการช่วยกันรักษาแล้ว ยังเป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอีกด้วย

4. ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนควรให้การสนับสนุนในด้านการผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพ เพื่อรองรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคตที่นับวันจะเจริญเติบโตขึ้นทุกวัน ซึ่งบุคลากรเหล่านี้ถือเป็นหัวใจของงานประเภทบริการทางการท่องเที่ยว และควรเพิ่มความรู้ในการดูแลผู้สูงอายุอย่างถูกต้องเพื่อรองรับผู้สูงอายุในอนาคตที่นับวันจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และมีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากขึ้นเรื่อยๆ เช่นกัน

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาวิจัยถึงปัญหา และอุปสรรคในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ
2. ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุอย่างครบถ้วน
3. ศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่อื่นๆ ในกรุงเทพมหานคร และนำผลที่ได้จากการศึกษาเปรียบเทียบเป็นข้อมูลเบื้องต้นเพื่อกำหนดนโยบายที่ตรงต่อความต้องการได้อย่างถูกต้อง
4. ศึกษาวิจัยในเรื่องพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติ และศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม ซึ่งจะทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กองวิชาการและฝึกอบรม. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.

กรุงเทพมหานคร: (ม.ป.ท.), 2543.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. 2550. คู่มือการพัฒนาและประเมินคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว[ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.tourism.go.th/mfiles/1181788797/handbook11.pdf> [2553, มกราคม 23]

กรมการปกครอง, กระทรวงมหาดไทย. 2552. ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับจำนวนประชากร[ออนไลน์], แหล่งที่มา: [http://203.113.86.149/cgi-bin/people2\\_stat.exe?YEAR=52&LEVEL=1&PROVINCE=10%23%A1%C3%D8%A7%E0%B7%BE%C1%CB%D2%B9%A%C3&DISTRICT=&TAMBON=](http://203.113.86.149/cgi-bin/people2_stat.exe?YEAR=52&LEVEL=1&PROVINCE=10%23%A1%C3%D8%A7%E0%B7%BE%C1%CB%D2%B9%A%C3&DISTRICT=&TAMBON=) [2553, มกราคม 22]

กุลวดี แก้วกล้า. พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของข้าราชการเกษียณอายุ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาประชากรศึกษา ภาควิชาศึกษาศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2550.

กองส่งเสริมสุขภาพ, สำนักอนามัย. ทะเบียนสมาชิกชมรมผู้สูงอายุของกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: สหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร, 2550.

จันจิรา โพธิ์ทอง. ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศภูฏาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น, 2550.

จริยวัตร คมพยัคฆ์. แก่อายุมีความสุข. กรุงเทพมหานคร: โรงพยาบาล รามาธิบดี, 2525.

ฉัตรชัย ดั่งจาด. การมีส่วนร่วมของประชากรในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาความคิดเห็นชุมชนคลองบางกอกน้อย จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545.

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2542.

เชียรศรี วิวิศริ. จิตวิทยาการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2527.

ชนกานต์ สันตะโร. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.

- ต๋อย ชุมสาย, ม.ล. และฉิมพัน พรหมโยธี. ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2527.
- ทวีศักดิ์ สว่างเมฆ. การศึกษาค้นคว้าความต้องการจัดกิจกรรมนันทนาการของผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.
- ธิดารัตน์ ศิริ. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี, 2548.
- ธีระ สุขวัจน์. เรื่องของคนแก่. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สนธิพันธ์การพิมพ์, 2525.
- นิตา ชูโต. คนชราไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.
- นุชนารถ ว่องวัชชัย. "ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมในการซื้อของนักท่องเที่ยว," จุลสารการท่องเที่ยว 1 (มกราคม-มีนาคม 2539): 34-39.
- บริบูรณ์ พรพิบูลย์. ไฟส่องทางเพื่อคุณภาพชีวิต. กรุงเทพมหานคร: ข้าวฟ่าง, 2542.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด, 2548.
- บุษบา สุธีธร และภัสวดี นิตินิเทศสุนทร. รายงานการวิจัยเรื่องเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงศึกษาธิการ, 2541.
- บรรลุ ศิริพานิช. รายงานการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุไทยที่อายุยืนยาวและแข็งแรง. กรุงเทพมหานคร: กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข, 2526.
- ปฐมพงษ์ ก้อนสตาร์. ความต้องการ ความพึงพอใจและปัญหาของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยบริเวณเกาะเสม็ด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.
- ประเสริฐ อัสสันตชัย และสมทรง เลขะกุล. การสำรวจภาวะโภชนาการในผู้สูงอายุในชุมชนชนบทภาคเหนือ. กรุงเทพมหานคร: ศุภานิชการพิมพ์, 2542.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. วิธีการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: เจริญผล, 2540.
- ยุทธ ไถยวรรณ. พื้นฐานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น, 2545.
- ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์. การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2548.



- ยูวดี นิรัตน์ตระกูล. 2553. การตลาด ว่าด้วย อารมณ์ มนต์ดำ และการสร้างอุปทานหมู่  
[ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.etajournal.com/> [2554, มกราคม 7]
- ลักษณะ ปราณีนรารัตน์ และศิวพร อารีลาภประเสริฐ. การพยาบาลผู้ป่วยสูงอายุ.  
กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์พระจันทร์, 2522.
- ลักษณะ ธรรมไพโรจน์. การพยาบาลจิตเวชศาสตร์ประยุกต์. กรุงเทพมหานคร: สุพรการพิมพ์,  
2536.
- วันทนา สุรชีวิน. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการ  
เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2541.
- วิภา วัฒนพงศ์ชาติ. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมา  
ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,  
2542.
- วีรศักดิ์ เมืองไพศาล. สุขภาพดีสมใจ ในวัยผู้สูงอายุ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ซีเอ็ดดูเคชั่น,  
2553.
- ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร. 2542. การแบ่งเขตตามการบริหารงาน[ออนไลน์], แหล่งที่มา:  
<http://203.155.220.118/info/NowBMA/frame.asp> [2553, กันยายน 17]
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. 2553. ความหมายของการท่องเที่ยว  
[ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.nectec.or.th/courseware/siamculture/travel/knowledge/travel04.html> [2553, กุมภาพันธ์ 10]
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม. สารประชากรมหาวิทยาลัยมหิดล. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล,  
2542.
- สมบัติ กาญจนกิจ. นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- สำนักงานปลัดกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, กระทรวง. ปลัดสำนักงาน.  
ประมวลสถิติด้านสังคมประจำปี 2551. กรุงเทพมหานคร: (ม.ป.ท.), 2551.
- สำนักนายกรัฐมนตรี คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. สำมะโนประชากร  
และเคหะ พ.ศ. 2543. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชวนพิมพ์, 2545.
- สิทธิ์ ธีรสรณ์. เทคนิคการเขียนรายงานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2552.

- สุดาพร วรพล, "การจัดการและการตลาดของนักท่องเที่ยววัยทองในประเทศไทย," จุลสารภาควิชาท่องเที่ยว 19,3 (กรกฎาคม-กันยายน 2545): 20-28.
- สุวันชัย หวนนากลาง. 2548. การท่องเที่ยวทางเลือก : ทางเลือกของไทย [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.nidambe11.net/ekonomiz/2005q4/article2005dec22p4.htm> [2553, กุมภาพันธ์ 15]
- สุวรรณนา ศรีติลาวัฒน์. ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนากาญจนบุรี คณะศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- เสรี วังสไพจิตร. จุดหักเหของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ชนวนให้เกิดขบวนการนิเวศวิทยาทางการเมือง. เอกสารวิจัยส่วนบุคคลเสนอต่อวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักรภาครัฐร่วมเอกชน รุ่นที่3. (ม.ป.ท.), 2534.
- หนังสือพิมพ์โคราชรายวัน. อยู่อย่างมีความสุข...หลังวัยเกษียณ[ออนไลน์], แหล่งที่มา: [http://udononline.maxudon.com/club\\_index.php?mode=club\\_news\\_show&clubid=75&newsid=77](http://udononline.maxudon.com/club_index.php?mode=club_news_show&clubid=75&newsid=77) [2553, มกราคม 10]
- อุตตราพร บุญนาค. ปัญหาและความต้องการของคนชราในสถานสงเคราะห์คนชราบ้านบางแค กรุงเทพมหานคร. คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2518.
- เอคอรัน ออมนิแทร์ค มาร์เก็ตติ้ง แอนด์ รีเสิร์ช คอนซิลแทนส์. รายงานการวิจัยเรื่องการศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2537.

### ภาษาอังกฤษ


- Barrow, G.W., and Smith, P.A. Aging, Ageism and Society. MN: West Publishing, 1979.
- Burgess, E.W., and Hauser, P.M. Aging in Western Societies. Chicago: University of Chicago, 1960.
- Cronbach, L. J. Essentials of Psychological Testing. 5th. Ed. New York: Harper, 1990.
- Gandhi-Arora,R., and Shaw,R. Satisfaction, Novelty Seeking and Repurchase in Tourism Special Events: An Exploratory Analysis. ANZMAC 2000: Australian and New Zealand Marketing Academy Conference, (2000): 389-394
- Havighust, R.J. Adjustment to Retirement, A Cross- National Study. Chicago: University of Chicago Press, 1969.

- Havighurst, R.J. Research and Development in Social Gerontology: A Report of a Special Committee of the Gerontological Society. Chicago: University of Chicago Press, 1969.
- Kotler, P., Bowen, J. and Makens, J. Marketing for Hospitality and Tourism. 3 rd. ed. Upper Saddle River, NJ :Prentice Hall, 2003.
- Lovelock, C. Newzealand Travel Agent Practice in the provision of advice for travel to Risky destinations. Safety and Security in Tourism: Relationships, Management, and Marketing part 2, 15(4), 2003.
- Lovelock, C. and Wirtz, J. 2007. The 8Ps of Marketing[Online], Available from: <http://factoidz.com/what-are-the-8-ps-of-marketing/> [29 March 2010]
- Lovelock, C. Wirtz, J. and Chew, P. Essentials of Services Marketing, Jurong: Pearson Education South Asia Pte Ltd, 2009
- Middleton, V. Marketing in Travel and Tourism. Oxford: Butterworth-HeineMann, 1995
- Mill, R. C., and Morrison, A. M. The Tourism System: An Introductory Text. 2 nd. ed. Englewood Cliffs, NJ :Prentice Hall, 1992.
- Nord, M. The Association of Forest Recreation with Environmentalism Psychology Literature. Madison, WI: University of Wisconsin, 1998.
- Pearce, D. Tourist Development. 2 nd. ed. Mexico City: Editorial Trillas, 1989
- Shim S., Gehrt K. C., and Siek M. Attitude and Behavior Regarding Pleasure Travel Among Mature Consumers: A Socialization Perspective. Journal of Travel & Tourism Marketing, 18(2), 2005: 69-81.
- Stewart, W.P. Insearch of Situational Effects in Outdoor Recreation Psychology Literature. Urbana, IL: University of Illinois, 1999.
- Yamane, T. An Introductory Analysis. Tokyo: Harper International Edition, 1973.



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก  
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

ศูนย์วิทยพัทธยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

1. อาจารย์ดร. อัฐธูมา นิลนพคุณ อาจารย์ประจำกลุ่มวิชานันทนาการและการจัดการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. อาจารย์ดร. สุวันชัย หวนนากลาง อาจารย์ประจำภาควิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
3. อาจารย์แถมชัย ชัยเพชร ที่ปรึกษารองคณบดี ภาควิชาพลศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ สถาบันการพลศึกษา วิทยาลัยเขตตรัง
4. คุณ สิริภูมิ นาคฉัตรีย์ เจ้าหน้าที่อาวุโสฝ่ายการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
5. คุณ สมร พรหมพิทักษ์กุล หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมสุขภาพบุคคลและครอบครัว กองสร้างเสริมสุขภาพ สำนักอนามัย

ศูนย์วิทยพัทยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ข  
หนังสือขอความอนุเคราะห์

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## บันทึกข้อความ

ส่วนงาน หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา โทร. ๘๑๐๔๐  
ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔(วช)/ว.๕๘๗ วันที่ ๑๙ ตุลาคม ๒๕๕๓  
เรื่อง ขอรเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.อภิญญา นิลนพคุณ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์  
๒. แบบสอบถาม  
๓. แบบสัมภาษณ์

ด้วย นายภักดิ์ศรี ไชคอนันต์ตระกูล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการ  
นันทนาการการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อ  
วิทยานิพนธ์เรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตร วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในกรณีนี้ คณะกรรมการ  
บริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา  
เครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย  
จักเป็นพระคุณยิ่ง

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิชิต คณิงสุขเกษม)

ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต

ศูนย์วิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ที่ ศร ๐๕๑๒.๒๔/๐๑๙๖๕



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๒๐ ตุลาคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.สุวันชัย หวนนากลาง

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์  
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นายภัททิศร์ โชคณันต์ตระกูล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในกรณีนี้ คณะกรรมการบริหาร หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือ การวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิชิต คณึงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการเรียนการสอนระดับบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๕๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๕๐

ที่ ศธ ๐๔๑๒.๒๔/ 0๑๖๑๕



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๒๐ ตุลาคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน เจ้าหน้าที่อาวุโสฝ่ายการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (คุณเสกภูมิ นาคฉัตรีย์)

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์  
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นายภัททิศ โชคอนันต์ตระกูล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในขณะนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ  
คณบดี  
รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุขเกษม

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการเรียนการสอนระดับบัณฑิตศึกษา  
ฝ่ายวิชาการและวิจัย  
โทร.๐-๒๒๑๔-๑๐๔๐  
โทรสาร ๐-๒๒๑๔-๑๐๔๐

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๑๗๗๗

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๒๑ ตุลาคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขออนุญาตบุคลากรในหน่วยงานของท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน รองอธิการบดีสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตตรัง


สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์  
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นายภัททิศร์ โชคณัณฑ์ตระกูล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แขนงวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา พิจารณาแล้วเห็นว่าบุคลากรในหน่วยงานของท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างยิ่ง และเพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ ที่ตั้งไว้ ในกรณีนี้ จึงใคร่ขอเรียนเชิญ อาจารย์แถมชัย ชัยเพชร เป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตให้บุคลากรในหน่วยงานของท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือ การวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชรินทร์ชัย อินทிரารณณ์)

รองคณบดีฝ่ายบริหาร  
รักษาการแทนคณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๑๕๓๗



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๒ พฤศจิกายน ๒๕๕๓

เรื่อง ขออนุญาตบุคลากรในหน่วยงานของท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการสำนักอนามัย

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์  
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นายภัททิศ โชคอนันต์ตระกูล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา พิจารณาแล้วเห็นว่าบุคลากรในหน่วยงานของท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี และเพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในกรณีนี้ จึงใคร่ขอเรียนเชิญ คุณสมร พรหมพิทักษ์กุล เป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตให้บุคลากรในหน่วยงานของท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิชิต คเนิงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๕๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๕๐



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๑๕๓๐

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๗

พฤษภาคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลทำการวิจัย

เรียน ประธานสหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร

- สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์  
๒. แบบสอบถาม  
๓. รายชื่อชมรมผู้สูงอายุ ๑๒ ชมรม

ด้วย นายภัททิศ โขคอนันต์ตระกูล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง “ปัจจัย ที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงผ่านไปได้อย่างดี ในการนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้ นายภัททิศ โขคอนันต์ตระกูล เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามแก่ผู้สูงอายุทั้งเพศชายและ เพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ ๖๐ ปี ขึ้นไป ที่เป็นสมาชิกในชมรมผู้สูงอายุเขตกรุงเทพมหานคร สังกัดสหพันธ์ชมรม ผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร จำนวน ๑๒ ชมรม ๑ ละ ๓๕ คน โดยทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และ ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

รายชื่อชมรมผู้สูงอายุ 12 ชมรมที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง

- |  |                |
|--|----------------|
| 1. ชมรมผู้สูงอายุ ศูนย์บริการสาธารณสุข 19 วงศ์สว่าง        | เขตบางซื่อ     |
| 2. ชมรมผู้สูงอายุ วัดพระচারะปิอธรรม                        | เขตดุสิต       |
| 3. ชมรมผู้สูงอายุ ศูนย์บริการสาธารณสุข 61 สังวาล ทิศนารมย์ | เขตสายไหม      |
| 4. ชมรมผู้สูงอายุ เคหะชุมชนทุ่งสองห้อง 302/199             | เขตหลักสี่     |
| 5. ชมรมผู้สูงอายุ ศูนย์บริการสาธารณสุข 45 ร่มเกล้า 2       | เขตลาดกระบัง   |
| 6. ชมรมผู้สูงอายุ พุทธกษชาติ                               | เขตสะพานสูง    |
| 7. ชมรมผู้สูงอายุ กลุ่มกายบริหารรุ่งอรุณมิวสิค             | เขตสาทร        |
| 8. ชมรมผู้สูงอายุ ศาลเจ้ากวนอู                             | เขตบางคอแหลม   |
| 9. ชมรมผู้สูงอายุ เพชรทองคำ                                | เขตบางขุนเทียน |
| 10. ชมรมผู้สูงอายุ จตุรมิตรสัมพันธ์                        | เขตธนบุรี      |
| 11. ชมรมผู้สูงอายุ โรงเรียนวัดนิมมานรดี                    | เขตภาษีเจริญ   |
| 12. ชมรมผู้สูงอายุ ชุมชนวัดไชยทิศ                          | เขตบางกอกน้อย  |

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ค  
เครื่องมือในการทำวิจัย

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**แบบสอบถาม****เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร  
(FACTORS AFFECTING THE ELDERLY'S SELECTION OF TOURIST  
DESTINATION IN BANGKOK)****คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม**

แบบสอบถามชุดนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร รวมทั้งเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษาและอาชีพ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต แผนกวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยคำตอบของท่านจะใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการศึกษาเท่านั้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความอนุเคราะห์ของท่านที่ให้ข้อมูลในครั้งนี้

แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ขอขอบพระคุณที่กรุณาให้ความร่วมมือ

นาย ภัททิศรี โชคอนันต์ตระกูล

นิสิตแผนกวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว  
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

**ตอนที่1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย √ ลงใน ○ หน้าข้อความตามความเป็นจริง

1. เพศ

- |                              |                               |
|------------------------------|-------------------------------|
| 1. <input type="radio"/> ชาย | 2. <input type="radio"/> หญิง |
|------------------------------|-------------------------------|

2. อายุ

- |                                     |                                      |
|-------------------------------------|--------------------------------------|
| 1. <input type="radio"/> 60 - 64 ปี | 2. <input type="radio"/> 65 - 69 ปี  |
| 3. <input type="radio"/> 70 - 74 ปี | 4. <input type="radio"/> 75 ปีขึ้นไป |

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

- |   |                                    |
|---|------------------------------------|
| 1. <input type="radio"/> ต่ำกว่าปริญญาตรี | 2. <input type="radio"/> ปริญญาตรี |
| 3. <input type="radio"/> ปริญญาโท         | 4. <input type="radio"/> ปริญญาเอก |

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนปัจจุบัน

- |   |  |
|---|--|
| 1. <input type="radio"/> ไม่เกิน 10,000 บาท   | 2. <input type="radio"/> 10,001-15,000 บาท |
| 3. <input type="radio"/> 15,001-20,000 บาท    | 4. <input type="radio"/> 20,001-25,000 บาท |
| 5. <input type="radio"/> 25,001-30,000 บาท    | 6. <input type="radio"/> 30,000 บาท ขึ้นไป |
| 7. <input type="radio"/> อื่นๆ(โปรดระบุ)..... |  |

5. อาชีพปัจจุบัน

- |   |  |
|---|--|
| 1. <input type="radio"/> พนักงานบริษัทเอกชน   | 2. <input type="radio"/> ธุรกิจส่วนตัว |
| 3. <input type="radio"/> เกษียณ               | 4. <input type="radio"/> รับจ้าง       |
| 5. <input type="radio"/> อื่นๆ(โปรดระบุ)..... |  |

6.สถานภาพ

- |   |  |
|---|--|
| 1. <input type="radio"/> โสด                  | 2. <input type="radio"/> สมรสไม่มีบุตร         |
| 3. <input type="radio"/> สมรส มีบุตร..... คน  | 4. <input type="radio"/> แยกกันอยู่            |
| 5. <input type="radio"/> หย่า                 | 6. <input type="radio"/> ภรรยา/สามี ถึงแก่กรรม |
| 7. <input type="radio"/> อื่นๆ(โปรดระบุ)..... |  |

7.ปัจจุบันท่านพักอาศัยอยู่กับใคร

- |  |   |
|--|---|
| 1. <input type="radio"/> อยู่คนเดียว               | 2. <input type="radio"/> อยู่กับคู่สมรส     |
| 3. <input type="radio"/> อยู่กับคู่สมรสและบุตรหลาน | 4. <input type="radio"/> อยู่กับญาติพี่น้อง |
| 5. <input type="radio"/> อื่นๆ(โปรดระบุ).....      |   |

**ตอนที่2** ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย  $\surd$  ลงใน  $\bigcirc$  หน้าข้อความตามความเป็นจริงแต่ละข้อ **โปรดเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว**

1. แหล่งท่องเที่ยวประเภทใดที่ท่านชอบไปท่องเที่ยว (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1.  แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน น้ำตก ถ้ำ ป่า ภูเขา อ่าวทะเล ฯลฯ
2.  แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติ มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น โดยมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ หมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP โฮมสเตย์ ฯลฯ
3.  แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ น้ำพุร้อนธรรมชาติ ได้แก่ นวดแผนไทย อบสมุนไพรไทย การอาบน้ำแร่(Spa) น้ำพุร้อนธรรมชาติ ฯลฯ
4.  แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชน โบราณ กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑ์ วัด ศาสนสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม ฯลฯ
5.  แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่ งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่า ฯลฯ
6.  แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ ได้แก่ พิพิธภัณฑ์เฉพาะทาง และแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ฯลฯ
7.  แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ ได้แก่ ย่านบันเทิงหรือสถานบันเทิง สวนสัตว์ สวนสนุกสวนสาธารณะ และสนามกีฬา ฯลฯ
8.  อื่นๆ(โปรดระบุ).....

2. วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวของท่าน

- |  |  |
|--|--|
| 1. <input type="radio"/> พักผ่อนและท่องเที่ยว  | 2. <input type="radio"/> เยี่ยมญาติ / เพื่อน           |
| 3. <input type="radio"/> ประชุม/สัมมนา/อบรม    | 4. <input type="radio"/> ธุรกิจ                        |
| 5. <input type="radio"/> การกีฬาและความบันเทิง | 6. <input type="radio"/> ศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรม/ประเพณี |
| 7. <input type="radio"/> เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ     | 8. <input type="radio"/> อื่นๆ(โปรดระบุ).....          |

3. ท่านเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศโดยพาหนะใด

- |   |   |
|---|---|
| 1. <input type="radio"/> เครื่องบิน           | 2. <input type="radio"/> รถยนต์ส่วนตัว              |
| 3. <input type="radio"/> รถโดยสารประจำทาง     | 4. <input type="radio"/> รถบริการนำเที่ยว(ซีอทัวร์) |
| 5. <input type="radio"/> รถเช่า(ขับเอง)       | 6. <input type="radio"/> รถเช่าเหมา(มีคนขับ)        |
| 7. <input type="radio"/> รถไฟ                 | 8. <input type="radio"/> เรือ                       |
| 9. <input type="radio"/> อื่นๆ(โปรดระบุ)..... |   |

4. ท่านมักเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร

- |  |   |
|--|---|
| 1. <input type="radio"/> เดินทางคนเดียว          | 2. <input type="radio"/> เดินทางกับกลุ่มเพื่อน          |
| 3. <input type="radio"/> เดินทางกับครอบครัว/ญาติ | 4. <input type="radio"/> เดินทางไปกับหน่วยงานหรือองค์กร |
| 5. <input type="radio"/> ไปกับกรุ๊ปทัวร์         | 5. <input type="radio"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....          |

5. การท่องเที่ยวของท่านในแต่ละครั้งใช้ระยะเวลากี่วัน

- |                                  |  |
|----------------------------------|--|
| 1. <input type="radio"/> 1-2 วัน | 2. <input type="radio"/> 3-4 วัน       |
| 3. <input type="radio"/> 5-6 วัน | 4. <input type="radio"/> มากกว่า 6 วัน |

6. ความถี่ในการท่องเที่ยวภายในประเทศของท่าน โดยเฉลี่ยต่อปี

- |                                    |  |
|------------------------------------|--|
| 1. <input type="radio"/> 1-2 ครั้ง | 2. <input type="radio"/> 3-4 ครั้ง       |
| 3. <input type="radio"/> 5-6 ครั้ง | 4. <input type="radio"/> มากกว่า 6 ครั้ง |

7. ช่วงเวลาที่ท่านมักจะท่องเที่ยวภายในประเทศ

- |  |  |
|--|--|
| 1. <input type="radio"/> วันธรรมดา               | 2. <input type="radio"/> วันเสาร์-อาทิตย์  |
| 3. <input type="radio"/> วันหยุดติดต่อกันหลายวัน | 4. <input type="radio"/> วันหยุดนักขัตฤกษ์ |
| 5. <input type="radio"/> ทุกโอกาสตามความสะดวก    |  |

8. สถานที่พักแรมประเภทใดที่ท่านชอบไปพักแรมเมื่อเดินทางไปท่องเที่ยว(เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1.  **โรงแรม** คือ ที่พักแรมที่สร้างขึ้นเฉพาะและแบ่งเป็นห้องพัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักเดินทาง และเก็บค่าเช่าเป็นรายห้อง
2.  **เกสต์เฮ้าส์** คือ บ้านที่ดัดแปลงหรือสร้างขึ้นและแบ่งห้องเป็นที่พักแรม โดยเก็บค่าเช่า
3.  **บังกาลี** คือ ที่พักแรมที่กลุ่มบุคคลหรือสถาบันจัดไว้เพื่อให้นักท่องเที่ยวโดยเก็บค่าเช่า
4.  **รีสอร์ต** คือ ที่พักที่มีลักษณะห้องพักเป็นหลัก ๆ มีบริเวณแวดล้อมด้วยธรรมชาติ
5.  **บ้านรับรอง** คือ ที่พักหน่วยราชการ บริษัท หรือเอกชนจัดไว้เพื่อใช้รับรองหรือพักผ่อน โดยไม่เก็บค่าเช่า
6.  **บ้านญาติหรือบ้านเพื่อน** คือ บ้านญาติมิตรของนักท่องเที่ยวที่จัดให้เป็นที่พักแรม โดยไม่เก็บค่าเช่า
7.  **โมเต็ล** คือ ที่พักที่สร้างขึ้นเฉพาะ โดยเก็บค่าเช่า มีห้องพักแต่ละห้อง หรือมีห้องพักส่วนหนึ่งที่มีลักษณะและการใช้สอยเช่นเดียวกับโรงแรม
8.  **ที่พักของหน่วยราชการ ณ แหล่งท่องเที่ยว** หมายถึงที่พักของหน่วยราชการต่างๆ ที่ตั้งอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว นั้น เพื่อไว้บริการนักท่องเที่ยวได้เข้าพัก โดยการจะเข้าพักแต่ละครั้งจะต้องติดต่อกับหน่วยงานเจ้าของสังกัดก่อน เช่น ที่พักของอุทยานแห่งชาติ กรมป่าไม้ และเขื่อนต่างๆ ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตและของกรมชลประทาน เป็นต้น
9.  ที่พักอื่นๆ (โปรดระบุ) .....

### ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: หากท่านต้องการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของท่าน โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตามความเป็นจริง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความสำคัญของปัจจัย			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านผลิตภัณฑ์(แหล่งท่องเที่ยว/สถานที่ท่องเที่ยว)</b>				
1. สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว				
2. มีรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เลือกหลากหลาย				
3. โปรแกรมเที่ยวที่น่าสนใจของบริษัททัวร์				
4. มีบริการสถานที่พักผ่อน				
5. มีบริการร้านอาหาร				
<b>ด้านราคา</b>				
1. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวตลอดรายการมีความเหมาะสม				
2. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสม				
3. ราคาที่พักมีความเหมาะสม				
4. ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม				
5. ราคาสินค้าหรือของที่ระลึกมีความเหมาะสม				
<b>ด้านสถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย</b> (จองที่พัก จัดหาตั๋วเดินทาง การชำระเงิน)				
1. มีการติดต่อและจองผ่านบริษัททัวร์				
2. มีการติดต่อและจองผ่านเคาเตอร์เซอร์วิส				
3. มีการติดต่อและจองผ่านอินเทอร์เน็ต				
4. การชำระเงินมีหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิตหรือชำระผ่านธนาคาร				
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>				
1. มีการมอบสิทธิพิเศษและส่วนลดแก่ผู้สูงอายุ เช่น ที่พัก ราคาพิเศษ ตั๋วเครื่องบินราคาพิเศษ				
2. จัดโครงการบริจาคเงินกำไรแก่สังคมหลังการขาย				
3. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านงานแสดงสินค้าทางท่องเที่ยว				
4. โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ				

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความสำคัญของปัจจัย			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านบุคลากร(รวมถึงมัคคุเทศก์)</b>				
1. มีความรู้และให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน				
2. มีบุคลิกภาพที่ดี เช่น การแต่งกายดี บุคลิกภาพดี อารมณ์ดี พุดจาสุภาพ ฯลฯ				
3. มีความคล่องแคล่ว แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี				
4. มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ				
5. การให้ความร่วมมือของคนท้องถิ่นภายในแหล่งท่องเที่ยว				
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>				
1. ให้ความสะดวกสบายและรวดเร็วในการใช้บริการ				
2. การให้บริการมีมาตรฐานตรงตามโปรแกรมที่กำหนด				
3. การให้บริการตรงต่อเวลา				
4. การให้บริการด้านความปลอดภัยแก่ผู้ใช้บริการ				
<b>ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ</b>				
1. ความสะอาดของสถานบริการ เช่น ห้องน้ำ โรงแรม ร้านอาหาร กวดคาร				
2. เมื่อนักท่องเที่ยวเกิดปัญหาหรือเหตุขัดข้อง พนักงานผู้ให้บริการเต็มใจที่ให้บริการ				
3. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวไม่คิดค่าบริการ				
4. การกำหนดราคาที่ไม่เอาเปรียบผู้ใช้บริการ				
<b>ด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ</b>				
1. แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายทางธรรมชาติ				
2. แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามและสะอาด				
3. แหล่งท่องเที่ยวมีความโดดเด่นของเทศกาล ประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่น				
4. เครื่องมือ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความทันสมัย สะดวก มีสภาพดี				
5. แหล่งท่องเที่ยวได้รับความนิยมและมีชื่อเสียง				
6. แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย				

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

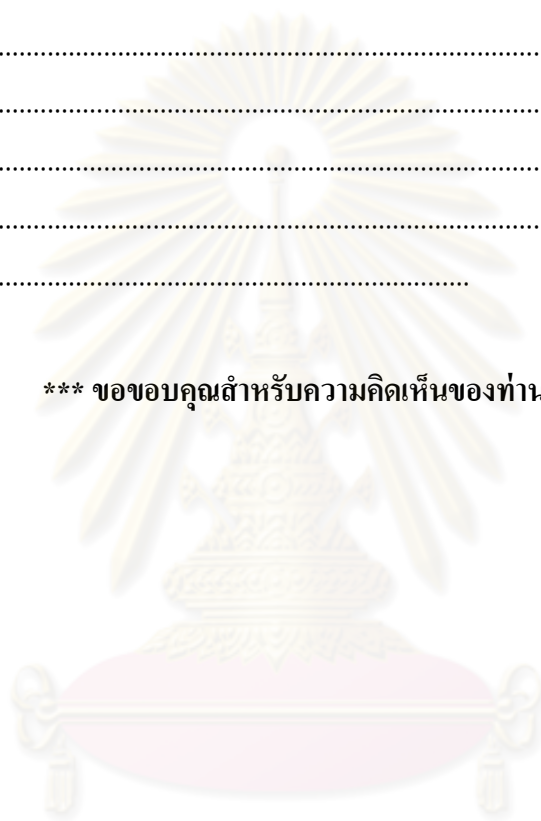
.....

.....

.....

.....

\*\*\* ขอขอบคุณสำหรับความคิดเห็นของท่าน \*\*\*



ศูนย์วิทยพัชการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อ-นามสกุล	ภัททิศร์ ไชคอนันต์ตระกูล
วัน เดือน ปี เกิด	27 สิงหาคม พ.ศ. 2529
ประวัติการศึกษา -	<p>เข้ารับการศึกษาต่อในหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา (แขนงวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยว) คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2552</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- วิทยาศาสตรบัณฑิต (วิทยาศาสตร์การกีฬา) (เกียรตินิยมอันดับสอง) สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552</li> <li>- จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนกรุงเทพคริสเตียนวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร, 2548</li> </ul>

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย