

T

The Lifestyle and Travel Behaviors of High-Spending Thai Senior Tourists

Rochaporn Chansawang¹ Yongyut Kaewudom^{2,*} and Ranee Esichaikul³

Received: February 5, 2022 Revised: February 24, 2022 Accepted: March 4, 2022

Abstract

The purpose of this study was to examine the lifestyles and travel behaviors of high-spending Thai senior tourists and to analyze the relationship between their lifestyles and travel behaviors. The sample group consisted of 1,000 high-spending Thai senior tourists from four regions, including the Bangkok Metropolitan Area, using multistage sampling. A questionnaire was used as an instrument for data collection. The statistics employed for data analysis were descriptive statistics and Chi-Square test. The result revealed that respondents' lifestyle was overall at a high level. As for each aspect, Activities was at a moderate level, while both Interest and Opinions were at a high level. In terms of tourism behavior, it was found that the majority of respondents traveled three times per year, during a long weekend, an average of three days per trip, with the objective of relaxation, recognizing information from personal media, deciding to travel on their own, traveling with their couples, arranging their trip, traveling by personal car, visiting nearby provinces or other regions away from their home, visiting natural tourist attractions, staying at the hotel, spending 5,001-10,000 baht per trip, mostly for accommodation expenses, and preferred traveling to the south. The relationship between lifestyles and the travel behaviors of the high-spending Thai senior tourists found that lifestyle had a relationship with their behaviors on the travel frequency, travel period, travel duration, travel objectives (relaxing, studying, and visiting cousins, grandchildren, and friends), main travel-decision maker, travel companion, the most visited attractions, place of interest, accommodation, travel expenses, highest travel expense, favorite regions to visit with statistical significance at the level of 0.05.

Keywords: lifestyle, travel behavior, Thai senior tourists

^{1,3} School of Management Science, Sukhothai Thammathirat Open University

² School of Tourism and Services, University of the Thai Chamber of Commerce

* Corresponding author. E-mail: yongyut_kae@utcc.ac.th



รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

รชพร จันท์สว่าง¹ ยงยุทธ แก้วอุดม^{2*} และ ราณี อิลิชัยกุล³

วันรับบทความ: February 5, 2022 วันแก้ไขบทความ: February 24, 2022 วันตอบรับบทความ: March 4, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการท่องเที่ยว และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง จำนวน 1,000 คน จาก 4 ภูมิภาค และกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา และการทดสอบไคสแควร์ ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยด้านกิจกรรมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ด้านความสนใจและด้านความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก พฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่ท่องเที่ยว 3 ครั้งต่อปี ในวันหยุดติดต่อกัน เฉลี่ย 3 วันต่อครั้ง มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน รับรู้ข้อมูลจากสื่อบุคคล ตัดสินใจด้วยตนเอง นิยมเดินทางกับคู่สมรส จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง เดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล ท่องเที่ยวไปในจุดหมายปลายทางที่เป็นจังหวัดและภูมิภาคอื่น ๆ ที่ไม่ได้อยู่อาศัย สนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ พักในโรงแรม ใช้จ่าย 5,001-10,000 บาทต่อครั้ง ส่วนใหญ่เป็นค่าที่พักแรม และต้องการเดินทางไปเที่ยวในภาคใต้ และความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านความถี่ ช่วงเวลา ระยะเวลา วัตถุประสงค์ (เพื่อการพักผ่อน เพื่อการศึกษาเรียนรู้ และเพื่อใช้เวลาอยู่กับญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน) ผู้ตัดสินใจหลัก ผู้ร่วมเดินทาง พื้นที่ที่นิยมไปท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ สถานที่พักแรม ค่าใช้จ่าย สัดส่วนค่าใช้จ่ายมากที่สุด และภูมิภาคที่ต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย

¹ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

² คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

* Corresponding author. E-mail: yongyut_kae@utcc.ac.th

บทนำ

ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพและน่าสนใจมากขึ้น โดย “มีการคาดการณ์จากองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ว่าปี พ.ศ.2573 จะมีนักท่องเที่ยวสูงอายุมากกว่า 611 ล้านคน” (วิลาลินี ยนต์วิทย์, 2562, น. 431) และมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยในช่วงที่ผ่านมา กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระบุว่าตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น โดยในปี “พ.ศ.2558 พบว่า มีจำนวนมากถึง 4,810,464 คน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นเงิน 12,022 ล้านบาท คิดเป็น ร้อยละ 1.5 ของรายได้ทั้งหมดจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย” (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559, น. 61) ในขณะเดียวกันในปี “พ.ศ.2558 นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย มีจำนวน 3,628,758 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 29,923,185 คน” (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559, น. 56) นับว่าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอัตราการเติบโตสูง การที่นักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุ มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากมีความพร้อมในด้านเวลา งบประมาณ และกำลังซื้อ ตลอดจนไม่มีการละเลียดครุครบครว บางส่วนมีรายได้จากเงินบำนาญและทรัพย์สินต่าง ๆ ที่เก็บสะสมมาตลอดระยะเวลาของการทำงาน สามารถจ่ายเงินเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวได้สูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ดังนั้น นักท่องเที่ยวสูงอายุจึงเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเชื่อว่ามีศักยภาพ และมีกำลังซื้อสูง โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป

สำหรับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุแตกต่างไปจากนักท่องเที่ยวทั่วไป คือเน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพสูง มีความคุ้มค่า ซื้อสินค้าและบริการด้วยเหตุผลไม่ใช่อารมณ์ และให้ความสำคัญกับความพึงพอใจเป็นหลัก (Alén, Losada, & Dominguez, 2016) “ขณะเดียวกันก็คำนึงถึงความมั่นใจด้านความปลอดภัย ความมั่นใจในการบริการ รวมถึงการใส่ใจดูแลสุขภาพที่ดี และเลือกกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัยและสุขภาพของตน” (สลิตตา สาริบุตร และณัฐพล อัสสระรัตน์, 2562, น.19) ดังนั้น นักท่องเที่ยวสูงอายุจึงมีความละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เปรียบเสมือนการให้รางวัลแก่ชีวิต

อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี รวมถึงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 (COVID-19) ได้ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยนักท่องเที่ยวจะมีความระมัดระวังในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ปัจจัยในการเลือกจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวไม่ใช่เพียงแค่ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวอีกต่อไป แต่นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงสุขอนามัยและความปลอดภัยเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มักจะคำนึงถึงความปลอดภัย และการใส่ใจด้านสุขภาพเป็นพิเศษ ดังนั้น การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ซึ่งเป็นการศึกษาตามแนวคิด AIOs ของ Plummer (1974) ที่แสดงออกมารูปแบบของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวนักท่องเที่ยว จะทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่เกิดประโยชน์ต่อภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างแท้จริง

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า การศึกษาวิจัยที่ผ่านมา นักวิชาการมีการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ และรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว (กังสดาล คิษย์ธานนท์, 2558; ชูลีพร ธาณรัตน์ และพัชนี เขยจรยา, 2557; นวรัตน์ สุธรรมชัย, 2559; บุชรินทร์ ดิษฐมา, 2561; ภัทรา สุขะสุนนท์, 2562; Suryadi & Subroto, 2019; Udo-Imeh, 2015) อีกทั้งมีการศึกษาพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (กรวรรณ สังขกร, ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์, สุรีย์ บุญญานุกพงศ์, อาชว์บารมี มณีตระกูลทอง, และจิราวิทย์ ญาณจินดา, 2558; กลิ่นพกา บุตตะจัน และ ประสพชัย พสุนนท์, 2560; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561; ณัฐฉิณีภรณ์ ปิงแก้ว, ชมพูนุช จิตติถาวร, ขวลิย์ ณ ถกลาง, และกาญจน์ภา พงศ์พนรัตน์, 2563; นรินทร์ สังข์รักษา, สุภาภรณ์ พรหมฤาษี, และธีรวัชร วรบำรุงกุล, 2559; ปวีณ พิมาน และมนัสสินี บุญมีศรีสง่า, 2560; ศันสนีย์ กระจ่างโณม, อาชว์บารมี มณีตระกูลทอง, และเพชฌิวาส ศรีชัย, 2562; ศิริกุล เกียรติกุลไพบูลย์, 2558; หนึ่งฤทัยรัตน์ กระจ่างพัฒน์วงศ์ และ อรอนงค์ พัวรัตนอรุณกร, 2561; Alén, Nicolau, Losada, & Dominguez, 2014; Chen & Shoemaker, 2014; Losada, Alén, Dominguez, & Nicolau, 2016) แต่กลับพบว่ยังไม่ปรากฏการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ซึ่งเป็น กลุ่มตลาดสำคัญ ดังนั้น การศึกษาวิจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง จะเป็นองค์ความรู้ใหม่สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และจะเป็นประโยชน์ แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในการนำไปเป็นแนวทางสำหรับการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ชาวไทย อันจะนำไปสู่จำนวนนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย และก่อให้เกิดรายได้ทางการท่องเที่ยวที่เพิ่ม มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

การทบทวนแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวสูงอายุ

การให้ความหมายของคำว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุ (Senior Tourist) แตกต่างกันไป บางองค์กร ระบุว่านักท่องเที่ยวสูงอายุ มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ในขณะที่บางองค์กรระบุว่า มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป แต่ที่ น่าสนใจจากบทความของมหาวิทยาลัยลัตเวีย ในการประชุมประจำปี ครั้งที่ 3 เกี่ยวกับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ณ ประเทศโปแลนด์ ที่ไม่ได้กำหนดอายุเริ่มต้นของนักท่องเที่ยวสูงอายุไว้อย่างชัดเจน แต่ให้ความสำคัญกับ การแบ่งระยะของนักท่องเที่ยวสูงอายุมากกว่า เนื่องจากมองเห็นถึงความแตกต่างของพฤติกรรม การท่องเที่ยว จากปัจจัยที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลา ประกอบด้วย 4 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 วัยที่ไม่มีลูกอยู่ด้วยในวันหยุด ระยะ ที่ 2 วัยเกษียณ ทำให้มีเวลาว่างมากขึ้น ระยะที่ 3 วัยที่มีข้อจำกัดในเรื่องของความเจ็บป่วยและสุขภาพ และระยะ ที่ 4 วัยที่มีการสูญเสียคู่ครอง ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว (ณัฐพล ลีลาวัฒน์นันท์ และนรินทร์ สังข์รักษา, 2559, น. 52)

สำหรับประเทศไทย การให้นิยามของคำว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุ จะแตกต่างกันตามอายุ แต่ส่วนใหญ่

จะระบุว่านักท่องเที่ยวสูงอายุ คือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป (กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2558; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561; รจิต ไชยเอื้อ, 2559) ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้ จึงได้กำหนดอายุของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ว่ามีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต ประกอบกับเป็นกลุ่มเป้าหมายที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเชื่อว่ามีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง

2. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) เป็นแนวคิดที่นำมาใช้ในการศึกษา และทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค (Krishnan, 2011) โดยการศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นการศึกษาลักษณะในการดำเนินชีวิตของบุคคลหนึ่ง ๆ ที่แสดงออกมาในรูปของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของบุคคลนั้น ๆ (Kotler, 2000) ทั้งนี้ การวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคสามารถทำได้หลากหลายวิธี ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น (Activities, Interest and Opinions: AIOs), VAL1, VALS2 (Value and Lifestyle) และ LOV (List of Value) โดยวิธีที่นักวิจัยนิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว คือ การวัดแบบ AIOs เนื่องจากเป็นมาตรวัดที่มีความยืดหยุ่นมากกว่าวิธีการอื่น ๆ และสามารถตั้งกลุ่มคำถามให้สัมพันธ์กับกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ ยังสามารถนำมาวิเคราะห์ปัจจัยและจัดกลุ่มเพื่อนิยามกลุ่มเฉพาะที่เกิดขึ้นใหม่ ซึ่งเป็นผลที่มาจากคำตอบของนักท่องเที่ยวเอง ทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษามาพัฒนาแผนงานให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มตลาดได้ (Morrison, 2010) สำหรับการศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง ได้จำแนกตัวแปรเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว ตามองค์ประกอบการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs (Plummer, 1974) แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) กิจกรรม (Activities: A) หมายถึง การกระทำที่แสดงออก เช่น งาน งานอดิเรก กิจกรรมสังคม วันหยุดพักผ่อน การพักผ่อนและบันเทิง สมาชิกคลับ การร่วมกิจกรรมชุมชน การซื้อสินค้า กีฬา 2) ความสนใจ (Interests: I) หมายถึง ความสนใจเป็นพิเศษและต่อเนื่องในเรื่องราวหรือเหตุการณ์ หรือวัตถุสิ่งของ เช่น ครอบครัว บ้าน งาน ชุมชน นันทนาการ ความนิยม อาหาร สื่อ ความสำเร็จ และ 3) ความคิดเห็น (Opinion: O) หมายถึง การแสดงออกทางความคิดบนพื้นฐานของค่านิยมที่มีต่อตนเอง และต่อสภาพแวดล้อม เช่น ความคิดเห็นต่อตนเอง ประเด็นทางสังคม การเมือง ธุรกิจ เศรษฐกิจ การศึกษา สินค้า อนาคต และวัฒนธรรม

3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำ หรือการแสดงออกทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตนเองให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ทั้งก่อนการเดินทางท่องเที่ยว ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และหลังการเดินทางท่องเที่ยว (เลิศพร ภาரசกุล, 2559; วลัยพร รวีตระกูลไพบูลย์, 2561; Cohen, Prayag, & Moital, 2014) นักท่องเที่ยวสูงอายุจะมีรูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป กล่าวคือ เป็นนักท่องเที่ยวที่ให้

ความสำคัญกับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ นิยมพักในแหล่งท่องเที่ยวเป็นเวลานาน เนื่องจากมีเวลา และมีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง ไม่ต้องกังวลต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เนื่องจากมีเงินเก็บจากการทำงานมาทั้งชีวิต ในการเดินทางท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัย ใส่ใจในการดูแลสุขภาพ เลือกกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัยและสุขภาพ มีการตัดสินใจซื้อด้วยเหตุผลมากกว่าอารมณ์ จึงมีความละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (Cleaver, Muller, Ruy, & Wei, 1999; Lee & Tideswell, 2005; กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2558; จิราดี รัตนไพฑูรย์ชัย, 2557)

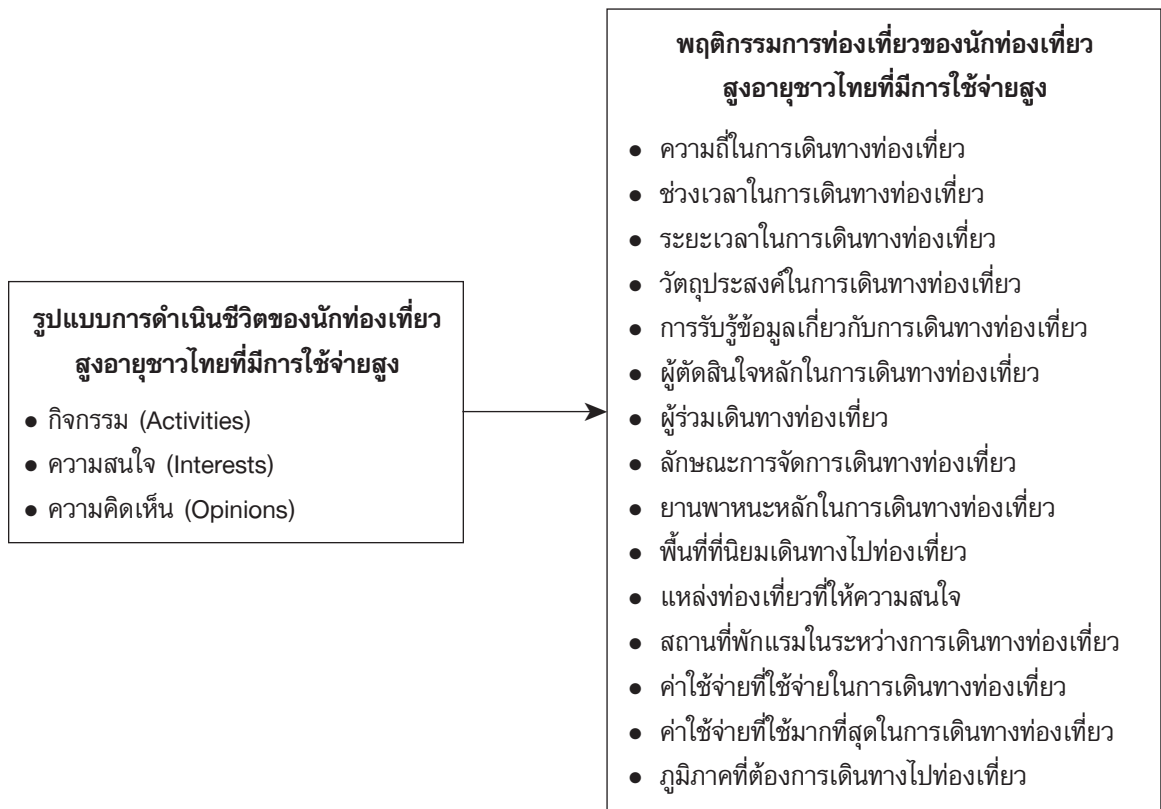
ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจำเป็นต้องมีการศึกษารายละเอียดค่อนข้างมาก โดยนักวิชาการได้กำหนดประเด็นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้แก่ 1) ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยว 2) การเดินทางท่องเที่ยว 3) การพักผ่อน 4) การใช้จ่ายในการเดินทาง 5) แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว และ 6) การรับรู้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว (กุลวดี แก้วกล้า, 2550; Jang & Wu, 2006; Prideaux, Wei, & Ruys, 2001) ทั้งนี้ จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยในประเด็นที่หลากหลาย สำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จำแนกตัวแปรเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงจำนวน 15 ตัวแปร ได้แก่ ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะการจัดการเดินทางท่องเที่ยว ยานพาหนะหลักในการเดินทางท่องเที่ยว พื้นที่ที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจ สถานที่พักผ่อนในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยว และภูมิภาค/จังหวัดที่ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยว (กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2558; จันทร์จิตร เอียรศิริ, ฉันทวัต วันดี, สุรีย์ บุญญานุกพงศ์, และกรวรรณ สังขกร, 2555; ศิริกุล เกียรติกุลไพบูลย์, 2558; หนึ่งฤทัยรัตน์ กระจ่างพัฒน์วงศ์ และอรอนงค์ พัชรรัตนอรุณกร, 2561)

อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ควรเริ่มต้นด้วยการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว อันเกิดจากคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ แรงจูงใจ อายุและเพศ วงจรของชีวิต วัฒนธรรม ชนชั้นทางสังคม กลุ่มอ้างอิง รวมถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต ทั้งนี้ รูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นลักษณะทางจิตวิทยาที่ใช้วัดกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) ของนักท่องเที่ยว (ราณี อิลิชัยกุล, 2557) ซึ่งจะทำให้ให้นักการตลาดและผู้ประกอบการเข้าใจถึงความต้องการ ความรู้สึกนึกคิด และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจการท่องเที่ยวดังกล่าวได้เป็นอย่างดี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554) นำไปสู่กรอบแนวคิดการวิจัย ดังแสดงในภาพที่ 1

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
3. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปี ขึ้นไป และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000 บาท ขึ้นไป (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561) ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตรตามวิธีของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ทั้งนี้ เพื่อให้การศึกษาในภาพรวมเกิดการกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากทุกภูมิภาคของประเทศไทย ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและตะวันออก ภาคใต้ และกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยคัดเลือกจากจังหวัดในแต่ละภูมิภาคที่มีประชากรสูงอายุมากที่สุด 2 อันดับแรก (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2563) และกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นภูมิภาคละ 200 คน โดยแบ่งเป็นจังหวัดละ 100 คน ได้แก่ 1) ภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดเชียงราย 2) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดขอนแก่น 3) ภาคกลางและตะวันออก ได้แก่ จังหวัดสุพรรณบุรี และจังหวัดชลบุรี 4) ภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดสงขลา 5) กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ กรุงเทพมหานคร และจังหวัดนนทบุรี รวมทั้งสิ้น 1,000 คน โดยกัญญ์สิริ จันท์เจริญ (2552) ให้ข้อคิดเห็นว่าการกระจายของประชากรมาก กลุ่มตัวอย่างต้องมีขนาดใหญ่ ทั้งนี้ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างยิ่งมากขึ้น ความถูกต้องแม่นยำ และความน่าเชื่อถือของข้อมูลก็จะมีมากขึ้นด้วย สำหรับวิธีการสุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Sampling) ประกอบด้วยขั้นตอนที่ 1 เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ซึ่งการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจาก 4 ภูมิภาค และกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวม 10 จังหวัด จังหวัดละ 100 คน และขั้นตอนที่ 2 เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นการคัดเลือกผู้สูงอายุชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปี ขึ้นไป และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000 บาท ขึ้นไป โดยผู้วิจัยได้กำหนดคำถามคัดกรองด้านอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างก่อนเก็บรวบรวมข้อมูล หากผู้ตอบมีอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด จึงจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

2. เครื่องมือและการทดสอบเครื่องมือ

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 4 ตอน โดยตอนที่ 1-3 เป็นคำถามแบบปลายปิด และตอนที่ 4 เป็นคำถามแบบปลายเปิด โดยมีรายละเอียด ดังนี้ 1) ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง จำนวน 12 ข้อ 2) รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง จำนวน 78 ข้อ 3) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง จำนวน 15 ข้อ และ 4) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

2.2 การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ทำการตรวจสอบ และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Item-Objective Congruence Index) ผลการทดสอบหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.96

2.3 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยหาความเชื่อมั่นโดยการนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลอง (Try-Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาวิจัย จำนวน 30 คน โดยการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นด้วยวิธีการวัดความสอดคล้องภายใน (Measure of Internal Consistency) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.93

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการค้นคว้าเอกสาร ตำรา หนังสือ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ พฤติกรรมการท่องเที่ยว และรูปแบบการดำเนินชีวิต

3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง จาก 4 ภูมิภาค และกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวม 10 จังหวัด โดยผู้วิจัยได้รับความร่วมมือจากเครือข่ายคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยในภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย ภาคเหนือ ได้แก่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ภาคกลางและภาคตะวันออก ได้แก่ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช และมหาวิทยาลัยบูรพา ภาคใต้ ได้แก่ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย โดยผู้วิจัยและเครือข่ายคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยในภูมิภาคต่าง ๆ ทำการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ ได้แก่ องค์กร สมาคม ชมรม บริษัทนำเที่ยว และสถานที่ทำกิจกรรมของผู้สูงอายุ เพื่อดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลให้ครบตามจำนวนที่กำหนด ทั้งนี้ จากข้อจำกัดในการเดินทางในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 ส่งผลให้ผู้วิจัยและเครือข่ายคณาจารย์ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 6 เดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม-มิถุนายน พ.ศ. 2564

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลจะดำเนินการโดยวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยนำข้อมูลทั้งหมดมาดำเนินการวิเคราะห์ ดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และค่าร้อยละ (Percentage)

4.2 รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 55-60 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพสมรส ปัจจุบันอาศัยอยู่กับคู่สมรส และบุตรหลาน ประกอบอาชีพรับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 45,000-55,000 บาท โดยแหล่งที่มาของรายได้ มาจากการทำงาน/ประกอบธุรกิจของตนเองในปัจจุบัน ส่วนความพร้อมของสุขภาพในการเดินทางท่องเที่ยว ยังแข็งแรงดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกสถานที่ โดยไม่มีโรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว และไม่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

2. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกิจกรรม (Activities: A) ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชอบเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ ถ้ามีเวลาว่างจะฟังวิทยุหรือดูโทรทัศน์ ด้านความสนใจ (Interest: I) ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ครอบครัวมีความสำคัญที่สุดในชีวิตมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ ความสำคัญด้านความปลอดภัยภายในบ้าน และด้านความคิดเห็น (Opinion: O) ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การวางแผนชีวิตเป็นเรื่องสำคัญ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ วัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์

3. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง มีการเดินทางท่องเที่ยว 3 ครั้งต่อปี ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว คือ วันหยุดติดต่อกันหลายวัน ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ประมาณ 3 วันต่อครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน รับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ซึ่งตนเองเป็นผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว และนิยมเดินทางท่องเที่ยวกับคู่สมรส โดยการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ รถยนต์ส่วนบุคคล นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังจังหวัดและภูมิภาคอื่น ๆ ที่ไม่ได้อยู่อาศัย แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา และน้ำตก ส่วนที่พักแรมที่นิยมใช้บริการในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คือ โรงแรม ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ประมาณ 5,001-10,000 บาท ค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นค่าที่พักแรม และหากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวภาคใต้ และหากพิจารณาเป็นรายจังหวัด พบว่า ภาคเหนือ นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย สำหรับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม และเลย ในขณะที่ ภาคกลาง นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ส่วนภาคใต้ นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

4. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินงานชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	ด้านกิจกรรม			ด้านความสนใจ			ด้านความคิดเห็น			รวมทุกด้าน		
	χ^2	Sig	แปลผล	χ^2	Sig	แปลผล	χ^2	Sig	แปลผล	χ^2	Sig	แปลผล
1. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว	111.633*	.000	สัมพันธ์	81.877*	.000	สัมพันธ์	29.234	.083	ไม่สัมพันธ์	112.077*	.000	สัมพันธ์
2. ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	45.368*	.000	สัมพันธ์	61.875*	.000	สัมพันธ์	25.909	.055	ไม่สัมพันธ์	45.215*	.000	สัมพันธ์
3. ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	110.785*	.000	สัมพันธ์	42.721*	.000	สัมพันธ์	42.008*	.003	สัมพันธ์	111.174*	.000	สัมพันธ์
4. วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)												
4.1 เพื่อการพักผ่อน	14.513*	.006	สัมพันธ์	3.884	.274	ไม่สัมพันธ์	2.540	.638	ไม่สัมพันธ์	14.950*	.005	สัมพันธ์
4.2 เพื่อการศึกษาเรียนรู้	23.130*	.000	สัมพันธ์	15.450*	.001	ไม่สัมพันธ์	29.859*	.000	สัมพันธ์	23.541*	.000	สัมพันธ์
4.3 เพื่อการรักษาสุขภาพ	0.467	.977	ไม่สัมพันธ์	4.372	.224	ไม่สัมพันธ์	3.955	.412	ไม่สัมพันธ์	0.400	.982	ไม่สัมพันธ์
4.4 เพื่อการศึกษา	3.250	.071	ไม่สัมพันธ์	3.175	.365	ไม่สัมพันธ์	41.533*	.000	สัมพันธ์	3.203	.074	ไม่สัมพันธ์
4.5 เพื่อการเยี่ยมชม/บุตรหลาน/เพื่อน	2.757	.599	ไม่สัมพันธ์	13.923*	.003	สัมพันธ์	16.974*	.002	สัมพันธ์	2.787	.594	ไม่สัมพันธ์
4.6 เพื่อใช้เวลาอยู่กับญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน	23.272*	.000	สัมพันธ์	35.482*	.000	สัมพันธ์	23.257*	.000	สัมพันธ์	23.112*	.000	สัมพันธ์
4.7 เพื่อการปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา เช่น ทำบุญไหว้พระ ขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์	4.779	.311	ไม่สัมพันธ์	7.470	.058	ไม่สัมพันธ์	7.627	.106	ไม่สัมพันธ์	4.695	.320	ไม่สัมพันธ์
5. การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว	22.900	.294	ไม่สัมพันธ์	23.731	.070	ไม่สัมพันธ์	33.086*	.003	สัมพันธ์	23.215	.278	ไม่สัมพันธ์

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง (ต่อ)

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	ด้านกิจกรรม			ด้านความสนใจ			ด้านความคิดเห็น			รวมทุกด้าน		
	χ^2	Sig	แปลผล	χ^2	Sig	แปลผล	χ^2	Sig	แปลผล	χ^2	Sig	แปลผล
6. ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว	32.945*	.008	สัมพันธ์	22.557*	.032	สัมพันธ์	35.303*	.004	สัมพันธ์	33.095*	.007	สัมพันธ์
7. ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	43.061*	.002	สัมพันธ์	24.159	.062	ไม่สัมพันธ์	15.466	.749	ไม่สัมพันธ์	43.158*	.002	สัมพันธ์
8. ลักษณะการจัดการการท่องเที่ยว	18.081	.319	ไม่สัมพันธ์	11.459	.490	ไม่สัมพันธ์	19.075	.265	ไม่สัมพันธ์	18.686	.285	ไม่สัมพันธ์
9. ยานพาหนะหลักในการเดินทางท่องเที่ยว	35.757	.058	ไม่สัมพันธ์	31.583*	.025	สัมพันธ์	15.491	.906	ไม่สัมพันธ์	35.952	.055	ไม่สัมพันธ์
10. พื้นที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว	88.086*	.000	สัมพันธ์	98.997*	.000	สัมพันธ์	44.472*	.000	สัมพันธ์	88.643*	.000	สัมพันธ์
11. แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจ	52.981*	.000	สัมพันธ์	45.420*	.000	สัมพันธ์	43.341*	.002	สัมพันธ์	51.122*	.000	สัมพันธ์
12. สถานที่พักผ่อนระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว	62.305*	.000	สัมพันธ์	48.309*	.000	สัมพันธ์	16.624	.410	ไม่สัมพันธ์	63.241*	.000	สัมพันธ์
13. ค่าใช้จ่ายที่ใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	86.046*	.000	สัมพันธ์	81.573*	.000	สัมพันธ์	96.742*	.000	สัมพันธ์	86.757*	.000	สัมพันธ์
14. ค่าใช้จ่ายที่ใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยว	39.496*	.001	สัมพันธ์	34.748*	.001	สัมพันธ์	14.085	.592	ไม่สัมพันธ์	38.273*	.001	สัมพันธ์
15. ภูมิภาคที่ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยว	72.254*	.000	สัมพันธ์	66.319*	.000	สัมพันธ์	29.225*	.001	สัมพันธ์	71.768*	.000	สัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว (เพื่อการพักผ่อน เพื่อการศึกษาเรียนรู้ และเพื่อใช้เวลาอยู่กับญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน) ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว พื้นที่ที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจ สถานที่พักผ่อนในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยว และภูมิภาคที่ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงไม่สัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว (เพื่อการรักษาสุขภาพ เพื่อการกีฬา เพื่อการเยี่ยมญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน และเพื่อการปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา) การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะการจัดการการเดินทางท่องเที่ยว และยานพาหนะหลักในการเดินทางท่องเที่ยว

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษาสามารถสรุปและอภิปรายผลในประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ดังนี้

1. รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเรื่องของความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว และระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่ว ๆ ไป กล่าวคือ เป็นนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ใช้เวลาในการท่องเที่ยวนาน เนื่องจากมีเวลา และมีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง ทำให้มีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวบ่อยขึ้น การเดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสูงอายุให้ความสนใจในอันดับต้น ๆ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของนาร์ตัน สุธรรมชัย (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านช่วงเวลาในการเดินทาง และจำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ยังพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว (เพื่อการพักผ่อน เพื่อการศึกษาเรียนรู้ เพื่อใช้เวลาอยู่กับญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน) พื้นที่ที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจ สถานที่พักผ่อนในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และภูมิภาคที่ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยว อธิบายได้ว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตทั้งในด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุมีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่ว ๆ ไป ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแสดงรูปแบบการดำเนินชีวิต และกระบวนการบริโภคของ Hawkins, Best และ Coney (1998) ที่แสดงให้เห็นว่า

รูปแบบการดำเนินชีวิตทั้งในด้านกิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น ล้วนแต่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค ซึ่งจะส่งผลให้พฤติกรรมมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความต้องการ และประสบการณ์เดิมของคนคนนั้น รวมถึงสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (1994) ที่กล่าวว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นหนึ่งในปัจจัยด้านตัวบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว และผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ที่เป็นเช่นนี้เนื่องมาจากผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะมีการรับฟังความคิดเห็นจากสมาชิกในครอบครัวก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ เนื่องจากสมาชิกในครอบครัวเป็นบุคคลที่ใกล้ชิดกับผู้สูงอายุมากที่สุด (อภิชนา จิวพัฒน์กุล, วราภรณ์ อติศรประเสริฐ, และศุภินญา ญาณสมบูรณ์, 2554) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Uncles และ Ehrenberg (1990) ที่พบว่า ผู้สูงอายุมักกับฟังความคิดเห็นของสามีหรือภรรยาประกอบการตัดสินใจ อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nimrod (2008) ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุไม่สามารถขาดเพื่อนร่วมเดินทางได้ นอกจากนี้ยังพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุ เป็นนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี คุ่มค่า และเน้นการซื้อด้วยเหตุผลไม่ใช่อารมณ์ นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับความพึงพอใจเป็นหลัก มีการเข้าพักผ่อน และมีความสามารถในการซื้อบริการในราคาสูง เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุมิเงินเก็บจากการทำงานมาทั้งชีวิต จึงมีศักยภาพสูงในการบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ (Alén et al., 2016)

2. รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงไม่สัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว (เพื่อการรักษาสุขภาพ เพื่อการศึกษา เพื่อการเยี่ยมญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน เพื่อการปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา) ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตทั้งในด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงจะมีลักษณะที่แตกต่างกันไปตามความรู้สึกนึกคิด และประสบการณ์ของแต่ละคน ซึ่งส่งผลให้วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวที่หลากหลาย สอดคล้องกับแนวคิดของ Mitchell (1983; อ้างถึงในอภิชนา ญัฐพงศ์พฤทธิ, 2558) ได้กล่าวถึงแนวทางการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตไว้ว่า แต่ละคนจะพยายามมีชีวิตในแบบอย่างที่เขาเชื่อและใฝ่ฝัน และมีการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ตามความต้องการของตนเองเพื่อให้บรรลุความฝันหรือจุดมุ่งหมายของตน รวมถึงนักท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกัน โดยนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มจะมีความต้องการให้ตนเองได้ท่องเที่ยวตามที่ใฝ่ฝัน และต้องการทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ยังพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ไม่สัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว การจัดการการเดินทางท่องเที่ยว และยานพาหนะหลักในการเดินทางท่องเที่ยว ทั้งนี้ อาจเนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุเห็นว่าการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสามารถกระทำได้อย่างเสรี โดยการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไม่ได้ขึ้นอยู่กับรูปแบบการดำเนินชีวิต แต่ทุกคนมีโอกาสในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อหลากหลายประเภทอย่างเท่าเทียมกันแม้ว่าจะมีกิจกรรม

ความสนใจ และความคิดเห็นที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ Schramm (1949) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปิดรับข่าวสารของมนุษย์ว่า ผู้รับสารมักจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) หรือสะดวกในการเปิดรับมากที่สุด เพื่อให้เข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตไม่ได้เป็นปัจจัยสำคัญในการเปิดรับข่าวสารของมนุษย์ ซึ่งประเด็นดังกล่าว ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของเกษรา เกิดมงคล (2546) ได้ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และพฤติกรรม การท่องเที่ยวของคนวัยทำงาน ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนวัยทำงานมีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้งในด้านลักษณะ การท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทาง และพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการท่องเที่ยว และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง โดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 จากผลการศึกษาแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง พบว่า ด้านกิจกรรม นักท่องเที่ยวชอบเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ถ้ามีเวลาว่างจะฟังวิทยุหรือดูโทรทัศน์ ด้านความสนใจ พบว่า ครอบครัวมีความสำคัญที่สุดในชีวิต และให้ความสำคัญกับความปลอดภัยภายในบ้าน และด้านความคิดเห็น การวางแผนชีวิตเป็นเรื่องสำคัญ และวัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว ควรนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย และควรเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มครอบครัว กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าทางวัฒนธรรม และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ ควรทำการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงให้ความสนใจ เช่น การโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการต่าง ๆ ที่มีอยู่ผ่านสื่อโทรทัศน์ เป็นต้น

1.2 จากผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงพบประเด็นสำคัญ คือ นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และที่พักแรมที่นิยมใช้บริการในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการพัฒนาองค์ประกอบหลักทางการท่องเที่ยว ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว และที่พักแรม ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูงได้ เช่น การปรับปรุงถนนทางเข้าแหล่งท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง การพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสวยงาม ดึงดูดใจ และการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักแรมให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวสูงอายุ เป็นต้น

1.3 จากผลการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม และแหล่งท่องเที่ยว ควรร่วมมือกันในการจัดทำโปรแกรมการส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวบ่อยขึ้น พักแรมนานขึ้น และใช้จ่ายสูงขึ้น โดยพิจารณาจากความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลา ระยะเวลา วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ผู้ตัดสินใจหลัก และผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ ที่พักแรม และค่าใช้จ่ายในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การจัดกิจกรรมพิเศษเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ การเสนอขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเป็นชุด (Package) เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาวิจัยกลยุทธ์ทางการตลาดที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

2.2 ควรทำการศึกษาวิจัยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

กิตติกรรมประกาศ

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ดำเนินการให้การรับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นมาตรฐานสากล ได้แก่ Declaration of Helsinki, Belmont Report, CIOMS Guidelines และ the International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice (ICH-GCP) รหัสโครงการ A09001/2564

บรรณานุกรม

กรวรรณ สังกกร, ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์, สุรีย์ บุญญาอนุพงศ์, อาชว์บารมี มณีตระกูลทอง, และจิราวิทย์ ญาณจินดา. (2558). การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 5. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8060

กลีนพกา บุคตะจิน, และประสพชัย พสุนนท์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อผู้สูงอายุตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวที่ชายหาดบางเสร่ในจังหวัดชลบุรี. ใน การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9 “ราชมงคลสร้างสรรค์กับนวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย 4.0” (น. 13-23). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

- กังสดาล ศิษย์ธานนท์. (2558). รูปแบบการดำเนินชีวิต รูปแบบการใช้สื่อออนไลน์ และความต้องการซื้อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์). สืบค้นจาก <http://gscm.nida.ac.th/uploads/files/1598929452.pdf>
- กัญญ์สิริ จันทร์เจริญ. (2552). การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ใน ปรภาย จิโรจน์กุล (บรรณาธิการ), การวิจัยทางการพยาบาล: แนวคิด หลักการ และวิธีปฏิบัติ (น. 85-114). สืบค้นจาก https://www.ict.up.ac.th/surinthesis/ResearchMethodology_2554/เอกสารเพิ่มเติม/การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.PDF
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). โครงการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย. สืบค้นจาก <http://tourismlibrary.tat.or.th/medias/t26323.pdf>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). ความแตกต่างทางมิติวัฒนธรรมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว. *e-TAT Tourism Journal*, 2, 43-53.
- กุลวดี แก้วกล้า. (2550). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของข้าราชการเกษียณอายุ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล). สืบค้นจาก <http://mulinet11.li.mahidol.ac.th/e-thesis/4637553.pdf>
- เกษรา เกิดมงคล. (2546). รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงาน (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย). สืบค้นจาก <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/1009>
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2563). สถิติผู้สูงอายุของประเทศไทย 77 จังหวัด. สืบค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2565, จาก <http://www.dop.go.th/th/know/1/275>
- จันทร์จิตร เอียรศิริ, ฉันทวัฒน์ วันดี, สุรีย์ บุญญาอนุพงศ์, และกรวรรณ สังขกร. (2555). การประเมินศักยภาพการตลาดท่องเที่ยวแบบไม่รับแรงสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, 6(1), 49-62.
- จิราวดี รัตน์ไพฑูริย์ชัย. (2557, 26 สิงหาคม). ตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ: โอกาสใหม่ไทยเติบโตรับ AEC. *กรุงเทพธุรกิจ*, น. 1.
- ชุลีพร ธานีรัตน์, และพัชนี เขยจรรยา. (2557). รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดย้อนยุคของนักท่องเที่ยวชาวไทย. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการนิเทศ*, 1(1), 131-146.
- ณัฐฉิณีภรณ์ ปิงแก้ว, ชมพูนุช จิตติถาวร, ชวลีย์ ณ ถกลาง, และกาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์. (2563). พฤติกรรมประสบการณ์ และความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ

- เขาใหญ่. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 14(3), 51-77. สืบค้นจาก <https://dtt.ac.th/wp-content/uploads/2021/01/4.-พฤติกรรม-ประสบการณ์-และความต้องการ.....ณัฐจิราณี.pdf>
- ณัฐพล ลีลาวัฒน์นันท์, และนรินทร์ สังข์รักษา. (2559). Aging Tourism การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ. ใน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 5 (น. 52-66). สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8060
- นรินทร์ สังข์รักษา, สุภาภรณ์ พรหมฤกษ์, และธีรังกูร วรบำรุงกุล. (2559). รูปแบบและพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 36(2), 1-19. สืบค้นจาก http://utcc2.utcc.ac.th/utccjournal/362/1_19.pdf
- นวรรตน์ สุธรรมชัย. (2559). รูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์). สืบค้นจาก <http://gscm.nida.ac.th/uploads/files/1598598158.pdf>
- บุษรินทร์ ดิษฐมา. (2561). อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรและรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่มีผลต่อการกลับมาเลือกใช้บริการจองที่พัก ผ่านแอปพลิเคชันซ้ำ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวที่เลือกเข้าพักในเขตจังหวัดกระบี่ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี). สืบค้นจาก <http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/handle/123456789/3561>
- ปวีณ พิมาณ, และมนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2560). รูปแบบการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดชุมพร. ใน การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9 “ราชชมงคลสร้างสรรค์กับนวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย 4.0” (น. 255-261). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- ภัทรา สุขะสุนันท์. (2562). รูปแบบการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- รจิต ไชยเอื้อ. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบไร้ความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้). สืบค้นจาก http://mdc.library.mju.ac.th:8080/mm/fulltext/thesis/2560/Rajit_Chaiuae/fulltext.pdf
- ราณี อิลิชัยกุล. (2557). การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เลิศพร ภาวะสกุล. (2559). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วัลย์พร รวีตระกูลโพนบูลย์. (2561). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- วิลาสินี ยนต์วิทย์. (2562). แนวทางการพัฒนาธุรกิจเพื่อรองรับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13(2), 428-438.
- คันสนีย์ กระจ่างโหมม, อาชว์บารมี มณีตระกูลทอง, และเพชฌิวาส ศรีชัย. (2562). แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติในพื้นที่อารยธรรมล้านนา. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 39(3), 75-90. สืบค้นจาก https://utcc2.utcc.ac.th/utccjournal/393/75_90.pdf
- ศิริกุล เกียรติกุลโพลบูลย์. (2558). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ อายุ 60-79 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล). สืบค้นจาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/1996/1/TP%20MM.026%202558.pdf>
- สลิตตา สาริบุตร, และณัฐพล อัสสระรัตน์. (2562). การแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุรุ่นใหม่ชาวไทยในการท่องเที่ยวภายในประเทศ. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 14(2), 16-41. สืบค้นจาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmsccru/article/view/121272/157178>
- หนึ่งฤทัยรัตน์ กระจ่างพัฒน์วงษ์, และอรอนงค์ พัชรตันอรุณกร. (2561). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาในเขตเทศบาลขอนแก่น. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 2(3), 34-51. สืบค้นจาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/kkbsjournal/article/view/178839/127058>
- อภิขญา จิวพัฒน์กุล, วรางคณา อติศรประเสริฐ, และศุภินญา ญาณสมบุญ. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมและการใช้จ่ายของผู้สูงอายุ. *วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 3(6), 178-194. สืบค้นจาก <http://ejournals.swu.ac.th/index.php/swurd/article/view/1845>
- อภิขญา ณัฐพงศ์พฤทธิ. (2558). รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ ความน่าเชื่อถือและพฤติกรรมการตัดสินใจการท่องเที่ยวต่างประเทศ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์). สืบค้นจาก <http://gscm.nida.ac.th/uploads/files/1598929452.pdf>
- Alén, E., Losada, N., & Dominguez, T. (2016). The impact of ageing on the tourism industry: An approach to the senior tourist profile. *Social Indicators Research*, 127(1), 303-322.
- Alén, E., Nicolau, J. L., Losada, N., & Dominguez, T. (2014). Determinant factors of senior tourists' length of stay. *Annals of Tourism Research*, 49, 19-32.
- Chen, S. C., & Shoemaker, S. (2014). Age and cohort effects: The American senior tourism market. *Annals of Tourism Research*, 48, 58-75.

- Cleaver, M., Muller, T., Ruys, H., & Wei, S. (1999). Tourism product development for the senior market based on travel-motive research. *Tourism Recreation Research*, 24(1), 5-11.
- Cohen, S. A., Prayag, G., & Moital, M. (2014). Consumer behavior in Tourism: Concepts, influences and opportunities. *Current Issues in Tourism*, 17(10), 872-909.
- Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (1998). *Consumer behavior*. Boston, MA: Houghton Mifflin.
- Jang, S., Wu, C.-M.E. (2006). Seniors' travel motivation and the Influential Factors: An examination of Taiwanese seniors. *Tourism Management*, 27(2), 306-316.
- Krishnan, J. (2011). Lifestyle-a tool for understanding buyer behavior. *International Journal of Economics and Management*, 5(1), 283-298.
- Kotler, P. (1994). *Marketing management: Analysis planning implementation and control* (8th ed.). Englewood cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management: Analyzing consumer marketing and buyer behavior*. Englewood cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Lee, S. H., & Tideswell, C. (2005). Understanding attitudes towards leisure travel and the constraints faced by senior Koreans. *Journal of Vacation Marketing*, 11(3), 249-263.
- Losada, N., Alén, E., Domínguez, T., & Nicolau, J. L. (2016). Travel frequency of seniors tourists. *Tourism Management*, 53, 88-95.
- Morrison, A. M. (2010). *Hospitality and travel marketing* (4th ed.). Australia: Delmar/Cengage Learning.
- Nimrod, G. (2008). Retirement and tourism themes in retirees' narratives. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 859-878.
- Plummer, J. T. (1974). The concepts and application of lifestyle segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1), 7-33.
- Prideaux, B. R., Wei, S., & Ruys, H. (2001). The senior drive tour market in Australia. *Journal of Vacation Marketing*, 7(3), 209-219.
- Schramm, W. (1949). The effects of mass communications: A review. *Journalism Quarterly*, 26(4), 397-409.

Suryadi, & Subroto, W. T. (2019). Analysis of lifestyle factors that influence individuals following community. *Journal of Research & Method in Education (IOSR-JRME)*, 9(1), 33-44. Retrieved from <https://www.iosrjournals.org/iosr-jrme/papers/Vol-9%20Issue-1/Version-1/F0901013344.pdf>

Udo-Imeh, P. (2015). Influence of lifestyle on the buying behavior of undergraduate students in Universities in Cross River State, Nigeria. *Australian Journal of Business and Management Research*, 5(1), 1-10.

Uncles, M. D., & Ehrenberg, A. (1990). Brand choice among older consumers. *Journal of Advertising Research*, 30(4), 19-22.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). New York, NY: Harper and Row.