



วารสารสืบเนื่อง

การประชุมวิชาการระดับชาติ "นอร์ทเทิร์นวิจัย" ครั้งที่ 5 ประจำปี 2561

National Academic Conference "Northern Research" 5th

"บูรณาการงานวิจัย ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยด้วยนวัตกรรม"



31 พฤษภาคม 2562

การประชุมวิชาการระดับชาติ “นอร์ทเทิร์นวิจัย” ครั้งที่ 5 ประจำปีการศึกษา 2561

“บูรณาการงานวิจัย ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยด้วยนวัตกรรม”



วารสารสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ “นอร์ทเทิร์นวิจัย” ครั้งที่ 5 ประจำปีการศึกษา 2562
“บูรณาการงานวิจัย ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยด้วยนวัตกรรม” วันศุกร์ที่ 31 พฤษภาคม 2562

จัดทำโดย

ฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น

ปีที่พิมพ์

พฤษภาคม 2562

จำนวนพิมพ์

200 เล่ม

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไตรรัตน์ ยืนยง	อธิการบดีวิทยาลัยนอร์ทเทิร์น
อาจารย์วีรพงษ์ สุทวาทัน	รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ
อาจารย์หัสชัย ตั้งมั่งมี	รองอธิการบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา
ดร.สิรินี ว่องวิไลรัตน์	หัวหน้าฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ

กองบรรณาธิการบริหาร

อาจารย์วัลย์ลักษณ์	พันธูรี
นางสาวศศิวรรณ	ส่งต่าย



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ หน่วยเสียงและการได้ยิน ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โดยการจัดการเรียนรู้ด้วยวัฏจักรการเรียนรู้ 5 ขั้น ด้วยกิจกรรมเกมวิทยาศาสตร์ พัชญา ศรีเสมอ, เจริญวิษณุ สมพงษ์ธรรม, อมรทิพย์ เจริญผล และคตศิลป์ ออกอุ่น.....	7
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของผู้สูงอายุกรณีศึกษา : จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พรรณปพร จันทร์ฉาย.....	71
ความสามารถในการทำกำไรจากการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ กรณีศึกษาไร่อุทัย ตำบลแม่จะเรา อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ยุพิน มีใจเจริญ และ สรินยา สุภัทรานนท์.....	74
ระบบภาษีทรัพย์สิน กรณีศึกษา ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในประเทศไทยกับประเทศในกลุ่มอาเซียน สุรียพร สลับสี.....	75
การจัดทำบริการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสมุทรปราการ พงษ์พัทธ์ วัฒนพงศ์ศิริ และสุรียพร สลับสี.....	76
การถ่ายทอดภูมิปัญญาพื้นบ้านในการทอผ้าไหม อำเภอปรางค์ชัย จังหวัดนครราชสีมา อรณิชา ทศตา, สุกัญญา ใจอดทน และศิริกาญจนา พิลาบุตร.....	77
การพัฒนาวัฒนธรรมทางการเมืองแบบประชาธิปไตยในเขตชนบทภาคเหนือ กรณีศึกษา ประชาชนในหมู่บ้านยกกระบัตร์ ตำบลยกกระบัตร์ อำเภอสามเงา จังหวัดตาก จาดุรงค์ สุทาวัน และสุข บุปผา.....	79
การสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนโดยพัฒนาสินค้าหัตถกรรม ในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลวังหิน อ.เมือง จ.ตาก จาดุรงค์ สุทาวัน และกานแก้ว ปัญญาไทย.....	80
ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการกับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลออนกลาง อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่ รุ่งทิพย์ ชัยชนะ.....	82
สิทธิในการมีทายาทของผู้ต้องหาหรือจำเลยในคดีอาญา ณพล ขยานนท์ภักดี และพรสุพัต นันต๊ะ.....	83
ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการนำนโยบายสาธารณสุขไปปฏิบัติ กรณีศึกษา ตำบลบางประมุง อำเภอโกรกพระ จังหวัดนครสวรรค์ วิวัฒน์ หิรัญรักษ์.....	85

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของผู้สูงอายุกรณีศึกษา : จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Factors affecting the decision to choose the tourist attractions of the elderly case study : Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

พรรณปพร จันทร์ฉาย¹

Punnapaporn chanchai

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของผู้สูงอายุ การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยแบบเชิงปริมาณ

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 56.20) ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในปริญญาตรี (ร้อยละ 54.00) ประกอบอาชีพข้าราชการบำนาญ (ร้อยละ 40.50) ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท (ร้อยละ 36.20)

พฤติกรรมกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวมาอันดับที่หนึ่ง จำนวนวันที่มาท่องเที่ยว 1 วันมาเป็นอันดับหนึ่ง ช่วงเวลาที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์และเลือกเดินทางกับครอบครัวมาเป็นอันดับหนึ่ง เหตุผลที่เลือกเนื่องจากชื่อเสียงของจังหวัดและการเดินทางไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนัก ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวประมาณการแต่ละครั้งอยู่ในช่วงระหว่าง 1,001 - 5,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาด 4P's ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มผู้สูงอายุต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวกรณีศึกษาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 4 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.91) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.15) รองลงมาคือ ด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.07) ด้านราคาอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.99) และน้อยที่สุดคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (\bar{X} = 3.92)

คำสำคัญ : การตัดสินใจ, พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ผู้สูงอายุ, ส่วนผสมทางการ 4P'S

Abstract

The purposes of this research were 1) to study the tourism behavior of elderly tourists in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province 2) to study the marketing factors affecting the decision to choose to travel in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province of the elderly This researchers use qualitative and quantitative methods.

The results showed that the majority of respondents were female (56.20%). Most of the education level was in bachelor's degree (54.00%). The civil servants were pensioners (40.50%). Most of them had monthly income between 15,001. - 20,000 baht (36.20 percent)

Behavior of elderly tourists traveling to travel in Phra Nakhon Si Ayutthaya found that most elderly tourists come to travel in Phra Nakhon Si Ayutthaya with the objective of traveling first. Number of days to come 1 day to come first The most popular travel time during the weekend. Choose to travel with the Mang family. The reason for choosing because of the reputation of the province and not too far from Bangkok, Travel expenses, each estimate is between 1,001 - 5,000 baht.

The results of the compensation analysis and the standard deviation about the 4P marketing mix opinions of many Thai tourists towards the selection of tourist destinations in the case of Phra Nakhon Si Ayutthaya Province 4 aspects in the overall picture were at a high level (\bar{X} = 3.91) When considering that it is detailed, it is found that the product is at a high level (\bar{X} = 4.15), followed by the highest level (\bar{X} = 4.07). At the high level (\bar{X} = 3.99) and the least is the distribution channel (\bar{X} = 3.92)

Keywords : Decision , traveler's behavior, elderly people, marketing mix

¹ อาจารย์สาขาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี pookie1500@hotmail.com

บทนำ

ด้วยปัจจุบันประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเนื่องจากมีประชากรกลุ่มผู้สูงอายุมากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับ รายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุ พ.ศ.2556 โดย มสผส. (2015,ออนไลน์) ที่กล่าวว่า “ประเทศไทยกำลังอยู่ในช่วงการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society)” โดยจากข้อมูลของ United Nations World Population Ageing พบว่า หลังจากปี 2552 ประชากรที่อยู่ในวัยพึ่งพิงได้แก่ เด็กและผู้สูงอายุ จะมีจำนวนมากกว่าประชากรในวัยแรงงาน และในปี 2560 จะเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ที่ประชากรเด็กน้อยกว่าผู้สูงอายุ สถานการณ์นี้เป็นผลมาจากการลดภาวะเจริญพันธ์อย่างรวดเร็ว และการลดลงอย่างต่อเนื่องของระดับการตายของประชากร ทำให้จำนวนและสัดส่วนประชากรสูงอายุของไทย เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว หลายหน่วยงานเริ่มให้ความสำคัญกับการดูแลผู้สูงอายุที่กำลังจะมีมากขึ้นในอีกไม่ช้าโดยผู้สูงอายุตามพระราชบัญญัติ พ.ศ. 2541โดยกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ มาตรา 3 ผู้สูงอายุ หมายความว่า บุคคลซึ่งมีอายุหกสิบปีบริบูรณ์ขึ้นไปและมีสัญชาติไทย

ทั้งนี้การท่องเที่ยวเป็นถือเป็นสิ่งหนึ่งที่สำคัญในสังคมปัจจุบัน ผู้สูงอายุถือเป็นกลุ่มที่มีเวลาในการท่องเที่ยวและกำลังในการใช้จ่าย ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของสถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (2014,ออนไลน์) ที่กล่าวว่า ปัจจุบันตลาดผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) เป็นอีกตลาดหนึ่งที่มีแนวโน้มเติบโตสูงในอนาคต เนื่องจากการพัฒนาด้านการแพทย์และสาธารณสุขที่ทำให้ประชากรมีอัตราการเสียชีวิตลดต่ำลง ผู้สูงอายุมีแนวโน้มจะมีอายุยืนยาวขึ้นกว่าในอดีต ซึ่งผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตหลังเกษียณอายุงานประกอบกิจกรรมต่างๆ โดยเฉพาะกิจกรรมสันทนาการและการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน หรือเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมและธรรมชาติ เนื่องจากมีเวลามากกว่านักท่องเที่ยวอื่นๆ และมีความพร้อมทางการเงิน การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุจึงเป็นช่องทางการท่องเที่ยวตลาดใหม่เนื่องจากเป็นตลาดที่มีคุณภาพและมีกำลังซื้อในการท่องเที่ยวสูงกว่าตลาดทั่วไป

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ จึงจัดท้าววิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของผู้สูงอายุกรณีศึกษา : จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวในลำดับถัดไป

วัตถุประสงค์

- 1.เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- 2.เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของผู้สูงอายุ

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กันโดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ (รัตนชัย ดาบุตร,ออนไลน์)

ทฤษฎีการตัดสินใจ

แสวง รัตนมงคลมาศ (2536 หน้า 87 อ้างอิงใน เอกรัฐ วงศ์วีระกุล ,2553 หน้า 12) ให้ความหมายของการตัดสินใจเอาไว้ว่า การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกบนทางเลือก (choice of alternative) ซึ่งทางเลือกนั้นจะต้องมี

1. ทางเลือกหลายทาง หากมีทางเลือกเดียวไม่ถือว่าเป็นการตัดสินใจ
2. ต้องใช้เหตุผลประกอบการพิจารณา โดยใช้ข้อมูลตัวเลขต่างๆ มาพิจารณาตัดสินใจด้วย
3. จุดมุ่งหมายที่แน่นอน การตัดสินใจนั้นกระทำไปเพื่ออะไร

แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

องค์การสหประชาชาติ (United Nations:UN)ได้ให้นิยาม ผู้สูงอายุ (Older person) หมายถึงประชากรทั้งเพศชายและหญิงที่มีอายุมากกว่า 60ปีขึ้นไปและได้แบ่งระดับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ เป็น 3 ระดับ ได้แก่

1. ระดับการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging society) หมายถึง สังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศหรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปีมากกว่าร้อยละ7ของประชากรทั้งประเทศ แสดงว่าประเทศนั้นกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ

2. ระดับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged society) หมายถึงสังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศหรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปี มากกว่าร้อยละ 14 ของประชากรทั้งประเทศ แสดงว่าประเทศนั้นเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์

3. ระดับสังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มที่ (Super-aged society) หมายถึงสังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปมากกว่า ร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ แสดงว่าประเทศนั้นเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มที่

นอกจากนี้การแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุ ได้มีผู้จัดกลุ่มผู้สูงอายุไว้หลายลักษณะ เช่น จัดตามลักษณะที่แตกต่างกันตามปฏิทินอายุถึง 3 กลุ่ม (ศรีทับทิม รัตนโกศล พานิชพันธ์, 2550 หน้า 27 อ้างอิงใน นพตล สาระฆัง 2556 หน้า 9) คือ

- กลุ่มผู้สูงอายุวัยต้น (The Young Elderly) มีอายุต่ำกว่า 74 ปี
- กลุ่มผู้สูงอายุวัยกลาง (The Middle Age Elderly) มีอายุ 75-84 ปี
- กลุ่มผู้สูงอายุวัยท้าย (The Old Elderly) มีอายุตั้งแต่ 85 ปีขึ้นไป

ประเทศสหรัฐอเมริกา แบ่งกลุ่มผู้สูงอายุตาม National Institute of Aging เป็น 2 กลุ่ม คือ (นพตล สาระฆัง 2556 หน้า 9)

- กลุ่ม Young Old มีอายุ 60-74 ปี
- กลุ่ม Old - Old มีอายุ 75 ปีขึ้นไป

ผู้สูงอายุที่เกษียณอายุแล้วยังมีส่วนร่วมในทางสังคมสูงจะมีความพึงพอใจในชีวิตสูงถึง ร้อยละ 49 ดังนั้นผู้สูงอายุที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมสูง มีแนวโน้มจะมีความพึงพอใจในชีวิตสูงกว่าผู้ที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม ผู้สูงอายุจะมีชีวิตเป็นสุขได้นั้นการมีบทบาทหรือมีการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม ผู้สูงอายุจะเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนามากที่สุดรองลงมาเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง นอกนั้นเป็นงานสนุกสนานรื่นเริง กิจกรรมอาสาสมัครกิจกรรมทางสังคม (นิศา ชูโต, 2550 :13 อ้างอิงใน นพตล สาระฆัง, 2556 หน้า 9)

ส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2550:35-36 อ้างอิงใน จุฑารัตน์ ปริงศ์กลธร, 2556 หน้า 15) กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมการตลาดคือ เครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ที่ธุรกิจต้องใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้าและบริการของตนประกอบด้วยส่วนประกอบ 4 ประการหรือ 4P's มุมมองของผู้ผลิต คือ

- ผลิตภัณฑ์ (Product)
- ราคา (Price)
- สถานที่จำหน่าย (Place)
- การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อให้ทราบเกี่ยวกับพฤติกรรมกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประชากรที่ใช้ในการสำรวจครั้งนี้ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาปี 2559 จำนวน 7,216,514 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 25660 ,ออนไลน์) โดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1970) จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความผิดพลาดไม่เกิน 5% เท่ากับ 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenient Sampling) โดยเป็นการแจกแบบสอบถามโดยไม่เฉพาะเจาะจง ขอบเขตแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของแบบสอบถามได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะเลือกตอบ จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 12 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด 4P's ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของผู้สูงอายุ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านจำนวน 16 ข้อ

ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถาม โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ดังนี้ ระดับ 5 หมายถึง มากที่สุด, 4 หมายถึง มาก, 3 หมายถึง ปานกลาง, 2 หมายถึง น้อย และ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ การศึกษาจากเอกสารได้แก่



บทความทางวิชาการ รายงาน แนวความคิด ทฤษฎี วิทยานิพนธ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพร้อมทั้งปรับปรุง และดัดแปลง เพื่อสร้างกรอบแนวคิดการศึกษา

2. กำหนดขอบเขตในส่วนของเนื้อหาในคำถามที่เลือกใช้ เพื่อครอบคลุมตัวแปรต่างๆ ที่ได้นำมาใช้ในการศึกษา
3. สร้างแบบสอบถามและให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แล้วนำไปดำเนินการวิเคราะห์ต่อไป
4. วิธีการรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล
5. นำข้อมูลที่ได้นำมาทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 56.20) ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในปริญญาตรี (ร้อยละ 54.00) ประกอบอาชีพข้าราชการบำนาญ (ร้อยละ 40.50) ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท (ร้อยละ 36.20)

ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นด้านส่วนผสมทางการตลาด 4P's ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มผู้สูงอายุต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวกรณีศึกษาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 4 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) รองลงมาคือ ด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) ด้านราคาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) และน้อยที่สุดคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.92$)

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย ผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ พบว่า พฤติกรรมกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวหรือพักผ่อนมาอันดับที่หนึ่ง จำนวนวันที่มาท่องเที่ยว จำนวน 1 วันมาเป็นอันดับหนึ่ง ช่วงเวลาที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ และเลือกเดินทางกับครอบครัวมา เป็นอันดับต้น ส่วนเหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเนื่องจากชื่อเสียงของจังหวัดและการเดินทางไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนัก ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวประมาณการแต่ละครั้งอยู่ในช่วงระหว่าง 1,001 - 5,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปริณา ลาปะ ซึ่งทำการศึกษาร่องรอยพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทย (2558, บทความ) ที่พบว่า เหตุผลที่นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพื่อมาพักผ่อน โดยนักท่องเที่ยวตัดสินใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตัวเอง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาในวันหยุดสุดสัปดาห์ พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ความถี่ในการท่องเที่ยว มากกว่า 6 ครั้ง/ปี ช่วงเวลาในการมาเที่ยวส่วนใหญ่ ไปเช้า-เย็นกลับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักที่โรงแรม/ รีสอร์ท ใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งต่ำกว่า 10,000 ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัวและญาติ และงานวิจัยของ อธิชา อัยยะศิริ (2558) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านปัจจัยด้านสังคมและจิตวิทยามีแนวโน้มต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือด้านครอบครัว ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว ได้แก่ พ่อแม่ สามี ภรรยา เป็นต้น

ผลสรุปความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของผู้สูงอายุ 4 ด้าน พบว่า

1) ด้านผลิตภัณฑ์ / ทรัพยากรการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว หรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว มาเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ การจัดรูปแบบของสถานที่ท่องเที่ยวสวยงาม และมีความน่าสนใจ รองลงมาคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2014) ทำการวิจัยเรื่อง การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ ที่กล่าวว่าด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม มีความแตกต่างกันในรายละเอียดของทรัพยากรการท่องเที่ยวคือ นักท่องเที่ยวครั้งแรกเห็นว่า “ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว” เป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการเลือกจังหวัดพิษณุโลกเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ในขณะที่นักท่องเที่ยวซ้ำเห็นว่า “กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ” เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลมากที่สุด

2) ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่า ค่าบัตรผ่านเข้าชมโบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน มีราคาไม่สูงมาเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือมีราคาผู้สูงอายุ และราคาอาหาร ราคาของฝาก มีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ชัยฤทธิ์ ทองรอด และวราภรณ์ สารอินมูล ซึ่งทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดกลางคืน พบว่า การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดตอนกลางคืน ผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยให้ความสำคัญด้านราคาซึ่งผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องของราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2014) ทำการ



วิจัยเรื่อง การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ กล่าวได้ว่า ราคาเป็นองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่สำคัญที่นำมาใช้ในการสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจการท่องเที่ยว (Gooroochurn and Sugiyarto, 2005 อ้างอิงใน ริเพ็ญ ดาบเพชร, 2014 หน้า 54) และจากการศึกษาของ Lee กับ Var and Blain (1996 อ้างอิงใน ริเพ็ญ ดาบเพชร, 2014 หน้า 54) พบว่า สำหรับนักท่องเที่ยวบางกลุ่มราคาเป็นองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่สำคัญของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกสถานที่ ท่องเที่ยวและแพ็คเกจการท่องเที่ยว (Package tour)

3) ด้านสถานที่ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นต่อการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้สะดวกมาเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ การเข้าถึงร้านอาหาร ที่พัก และรองลงมาคือ การมีพื้นที่รองรับในการจอดรถ และมีจอดรถสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปณณวิทย์ พุทธรณนะ.(2559).ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวีปปีงคริม พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ง่ายต่อการค้นหาและเข้าถึงได้ยูทิลิตี้ในเขตชุมชนหรือที่มีการสัญจรไปมา ความน่าเชื่อถือของร้านค้าและสะดวกต่อผู้ซื้อ เช่น มีสินค้าที่หลากหลายครบถ้วนในที่เดียวกัน

4) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าช่องทางที่ส่งผลมาที่สุดเป็นอันดับแรก ได้แก่ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้โดยสะดวก รองลงมาคือ มีการบอกตำแหน่งสถานที่ท่องเที่ยวในโปรแกรมแผนที่อย่างแม่นยำ เช่น google map ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปริณา ลาปะ ซึ่งทำการศึกษารื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทย (2558,บทคัดย่อ) ที่พบว่านักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล ทั้งนี้เนื่องจาก ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวสามารถสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับ แหล่งท่องเที่ยว อาทิ ที่ตั้ง เส้นทางการเดินทางหรือ ที่พักแรมในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่อ อินเทอร์เน็ตเป็นหลัก

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนต้องเริ่มให้ความสำคัญและใส่ใจกับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อ แต่อาจจะไม่มีกำลังกายเนื่องจากอายุที่มากขึ้น การจัดสถานที่ โดยเฉพาะที่จอดรถ ทางลาดเดินขึ้นรถในบางแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญ รวมไปถึงค่าเข้าชมบ้างสถานที่ไม่มีราคาสำหรับผู้สูงอายุ จึงอาจทำให้ผู้สูงอายุที่มีรายได้น้อยไม่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ภาครัฐจึงต้องรณรงค์และให้ความสำคัญกับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้มากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งในการศึกษางานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร.บังอร เบ็ญจาธิกุล อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาให้การสนับสนุนบุคลากรของมหาวิทยาลัยในการทำงานวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยขอขอบแต่ผู้มีพระคุณทุกท่านและหากมีข้อผิดพลาดประการใดผู้วิจัยขออภัยเป็นอย่างสูง และน้อมรับข้อผิดพลาดนั้น ผู้วิจัยหวังว่าการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ไม่มากนักี่น้อยสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้ที่สนใจศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของผู้สูงอายุกรณีศึกษา : จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

บรรณานุกรม

ปริณา ลาปะ. 2558. พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทย. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล . วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.) ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม - มิถุนายน 2558

ปณณวิทย์ พุทธรณนะ.(2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวีปปีงคริม. การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รัตนชัย ดาบุตร. วิชาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว. ที่มา <https://sites.google.com/site/prawatiphv tikrrrnakthxngtheiyw/khwam-hmay-khxng-phvtikrrm-nak-thxng-theiyw> สืบค้นเมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2561

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2014. สังคมผู้อายุ : นัยยะต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ. STOU ONLINE ที่มา <https://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sec/Lom12/05-01.html> สืบค้นเมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2561

เอกรัฐ วงศ์วีระกุล . 2553. ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการลีนเชื่อที่อยู่อาศัย กับธนาคารพาณิชย์ของคณาทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. สารนิพนธ์ หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.