

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร The Traveling Behavior of the Baby Boomer Generation in Bangkok

พงศ์เสวก เอนกจันงค์พร*
Pongsavake Anekjumnongporn*

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร (2) เปรียบเทียบคุณลักษณะส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร และ (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร การวิจัยใช้แบบผสมวิธี โดยมีประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานครเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 312 คน เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม พร้อมทั้งการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างกับกลุ่มตัวอย่างบางส่วนที่ศึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้องจากภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน 30 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนาและสถิติอ้างอิง ผลการศึกษาที่สำคัญ พบว่า (1) ประชากรรุ่นเบบี้บูมใน กรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพื่อการพักผ่อน เดินทางท่องเที่ยวแบบกลุ่มหรือหมู่คณะ จัดการเดินทางด้วยตนเอง โดยมีครอบครัวหรือญาติเป็นผู้ร่วมเดินทาง และตัดสินใจในการเดินทาง นอกจากนั้น พบว่าชอบท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ และเดินทางท่องเที่ยว 2-3 ครั้งต่อปี ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวภายในประเทศ ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ (2) คุณลักษณะส่วนบุคคลของประชากรรุ่นเบบี้บูมด้านระดับการศึกษาและระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ (3) ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ : พฤติกรรมท่องเที่ยว ประชากรรุ่นเบบี้บูม กรุงเทพมหานคร

*Corresponding author e-mail: pongsavake.a@bu.ac.th

¹อาจารย์ประจำคณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



Abstract

This research aims to (1) study the traveling behavior of the baby boomer generation in Bangkok; (2) compare the traveling behavior between different demographic groups and (3) investigate the relationship between psychological and socio-cultural factors with traveling behavior. A mixed method approach was employed in this research. Questionnaires and unstructured interviews were used. The sample of this study consists of 312 baby boomers in Bangkok and 30 representatives of related public and private tourism organizations in Thailand. The data was analyzed using descriptive and inferential statistics. This study revealed that (1) most baby boomers prefer traveling as a group for relaxation. They manage their travel by themselves. They like to travel to places of natural beauty in Thailand together with their families. They travel 2-3 times a year, especially on weekends. (2) The traveling behavior of baby boomers differed in accordance with their level of education and the length of residence in Bangkok with a difference at the 0.01 level of significance. (3) There are positive relationships between baby boomers' psychological and social and cultural factors at the 0.01 level of significance.

Keywords : Traveling Behavior, Baby Boomer Generation, Bangkok

บทนำ

ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 (ระหว่าง พ.ศ.2482 - พ.ศ.2488) ประเทศไทยได้สูญเสียประชากรเป็นจำนวนมาก จึงมีการรณรงค์ให้ประชากรมีบุตรเพิ่มขึ้น เพื่อเป็นกำลังในการฟื้นฟูชาติหลังสงคราม ส่งผลให้อัตราการขยายตัวของประชากรสูงมากกว่าร้อยละ 6.35 หรือมากกว่า 1,200,000 คนต่อปี ระหว่าง พ.ศ.2489 - พ.ศ.2507 และเรียกประชากรกลุ่มนี้ว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูม (Baby Boomer Generation) (บุญเลิศ เลี้ยวประไพ, 2557) ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2556) คาดการณ์ว่าในปี พ.ศ.2560 ประชากรรุ่นเบบี้บูม คือ บุคคลอายุ 50 ปีขึ้นไป จะมีประมาณ 15,530,200 คน คิดเป็นร้อยละ 23.10 ของจำนวนประชากรทั้งหมด (67,236,000 คน)

ปัจจุบันประชากรรุ่นเบบี้บูมนี้มีอายุระหว่าง 53 ปี ถึง 71 ปี เมื่อพิจารณาจำแนกตามเกณฑ์อายุ พบว่า ประชากรในรุ่นบางส่วนได้เข้าสู่วัยผู้สูงอายุแล้ว และบางส่วนกำลังเข้าสู่วัยผู้สูงอายุ สะท้อนให้เห็นว่าจำนวนประชากรมีภาวะสูงวัยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สิ่งที่ต้องตระหนักคือประชากรรุ่นเบบี้บูมเป็นกลุ่มใหญ่ของประเทศที่มีความท้าทายต่ออุตสาหกรรมบริการต่าง ๆ อย่างมาก เพราะเป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์ในชีวิตสูง มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความอนุรักษนิยมกึ่งสมัยใหม่ รักครอบครัว มีภาพลักษณ์ที่ดี ใช้ชีวิตเรียบง่าย เป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด และส่วนใหญ่เก็บเงินสะสมเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังพบว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูมมีพฤติกรรมการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวและความต้องการใช้เงินในเรื่องนี้เป็นจำนวนมาก (พงษ์ ชัยชนะวิจิตร, พรชนก วรศักดิ์โยธิน, สุพัตรา สมศักดิ์, ศุภมา อำนวยมงคลพร, วนันธร กิจวานิชเสถียร, ศุภกาญจน์ แพรปราณีต และขวัญใจ กุศลนันท์, 2552) ซึ่งการศึกษาของจิรา บัวทอง (2550) วลัยพร ธีวตระกูลไพบูลย์ (2557) และแบรนด์บรชช (2554) ก็แสดงผลว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูมมากกว่าร้อยละ 72 ใช้เวลาให้ความสุขกับตนเองโดยการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีประชากรรุ่นเบบี้บูมประมาณ 1,768,600 คน คิดเป็นร้อยละ 20.46 ของจำนวนประชากรในกรุงเทพมหานครทั้งหมด (8,643,200 คน) หากพิจารณาตามเกณฑ์อายุ พบว่า อายุ 50-54 ปี มีจำนวน 620,675 คน คิดเป็นร้อยละ 7.18 ส่วนอายุ 55-59 ปี มีจำนวน 505,575 คน คิดเป็นร้อยละ 5.85 ส่วนอายุ 60-64 ปี มีจำนวน 381,075 คน คิดเป็นร้อยละ 4.41 และอายุ 65-69 ปี มีจำนวน 261,275 คน คิดเป็นร้อยละ 3.02 ตามลำดับ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2556) จากข้อมูลนี้แสดงให้เห็นว่าประชากรรุ่นเบบี้บูมบางส่วนยังอยู่ในวัยแรงงาน ซึ่งประชากรรุ่นนี้บางส่วนอยู่ในตำแหน่งบริหาร มีรายได้เฉลี่ยในระดับสูง บางส่วนเข้าสู่วัยสูงอายุที่มีสุขภาพดีและมีอายุยืนยาว ทำให้มีความสามารถในการทำงานหลังอายุ 60 ปีมากขึ้น สอดคล้องกับการสำรวจภาวะการทำงานระหว่าง พ.ศ.2543 - พ.ศ.2553 ได้แสดงให้เห็นว่า ผู้สูงอายุวัยต้น (อายุ 60-69 ปี) มีแนวโน้มจะทำงานมากขึ้น กล่าวคือ สัดส่วนของผู้สูงอายุ 60-64 ปี ที่ยังทำงานอยู่เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 51 ในปี พ.ศ.2543 เป็นร้อยละ 61 ในปี พ.ศ.2553 และผู้สูงอายุ 65-69 ปี ที่ยังทำงานอยู่เพิ่มจากร้อยละ 35 เป็นร้อยละ 45 ในช่วงเวลาเดียวกัน (ปราโมทย์ ประสาทกุล, 2557; วิพรรณ ประจวบเหมาะ, 2555) ซึ่งคาดหมายได้ว่า ประชากรกลุ่มเบบี้บูมนี้จะเป็ประชากรที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายและมีสุขภาพเื่ออำนวยต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

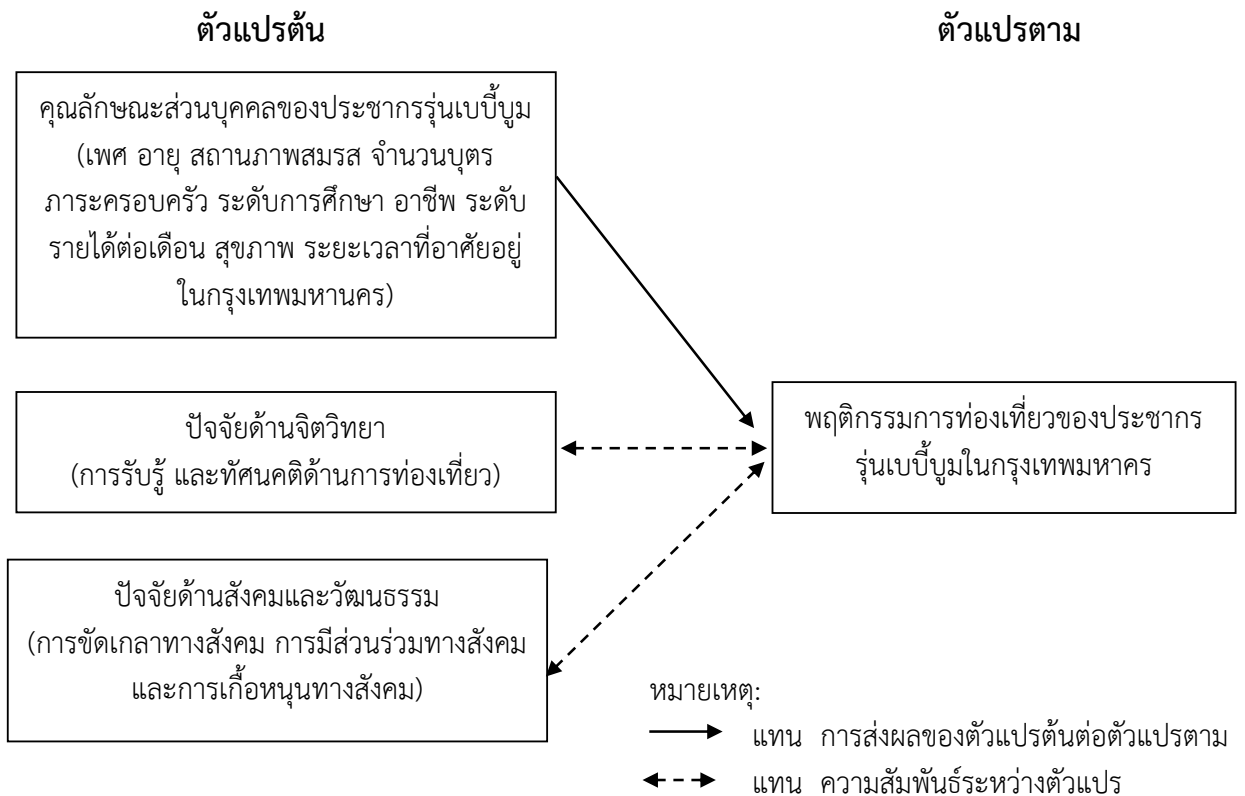
การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางที่ออกจากที่อยู่อาศัยถาวรไปยังสถานที่อื่น เพื่อทำนัเป็นการชั่วคราวอย่างสมัครใจ มีเป้าหมายเพื่อการท่องเที่ยวเป็นหลัก ทำกิจกรรมต่างๆระหว่างที่อยู่แหล่งท่องเที่ยว มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ หรือแสวงหากำไร (United Nations World Tourism Organization, 2014) อย่างไรก็ตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวอ้อมมีความแตกต่างกันตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งมีปัจจัยด้านจิตวิทยา เช่น การรับรู้ด้านความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว การรับรู้ด้านแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและทัศนคติด้าน การท่องเที่ยว รวมทั้งปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ การขัดเกลาทางสังคม การมีส่วนร่วมทางสังคมและการเกื้อหนุนทางสังคม (วลัยพร ธีวตระกูลไพบูลย์, 2557) ซึ่งผลการศึกษาในต่างประเทศพบว่า ปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมด้วย (Lee, Christopher, Ben-Joseph and Park, 2014; Patterson and Pegg, 2009; Ross, 2004; Siren and Haustein, 2013) แต่การศึกษาเรื่องนี้กับประชากรรุ่นเบบี้บูมโดยเฉพาะในประเทศไทยยังมีจำนวนไม่มาก มีแต่การศึกษาเฉพาะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในภาพรวม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมเฉพาะในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาน่าจะเป็น

ข้อมูลที่น่าไปใช้ประโยชน์สำหรับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อกำหนดนโยบายและวางแผนทางการบริหารจัดการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวสำหรับประชากรรุ่นเบบี้บูมได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยนำเสนอสาระสำคัญ 2 ประเด็น คือ ความหมายของตัวแปร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ความหมายของตัวแปร ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาตัวแปรสำคัญ ได้แก่ คุณลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และพฤติกรรมการท่องเที่ยว รายละเอียด มีดังนี้

คุณลักษณะส่วนบุคคล การวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร ภาระครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ สุขภาพ และระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านจิตวิทยา การวิจัยครั้งนี้หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากการรับรู้และทัศนคติด้านการท่องเที่ยว ซึ่งการรับรู้เป็นกระบวนการตีความและตอบสนองของบุคคล พร้อมทั้งประมวลผล ให้ความหมายตามที่ตนเข้าใจ โดยขึ้นอยู่กับความสนใจ ประสบการณ์ และข่าวสาร (จำเนียร ช่วงโชติ, 2557) ส่วนทัศนคติในที่นี้ หมายถึง ความรู้สึก ความคิดหรือความเชื่อ และแนวโน้มที่จะแสดงออกต่อการท่องเที่ยว อันจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคลในเชิงบวกหรือเชิงลบ ซึ่งเกิดจากประสบการณ์และ การเรียนรู้ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542)

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม การวิจัยครั้งนี้ หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากการขัดเกลาทางสังคม การมีส่วนร่วมทางสังคม และการเกื้อหนุนทางสังคม ซึ่งการขัดเกลาทางสังคมเป็นกระบวนการที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการที่บุคคลได้มีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลต่าง ๆ เพื่อเรียนรู้บรรทัดฐาน ค่านิยม แบบแผน ประเพณี จนเกิดการพัฒนาบุคลิกภาพ ในขณะที่การมีส่วนร่วมทางสังคม คือ การมีส่วนร่วมของบุคคลในกระบวนการท่องเที่ยวทุกขั้นตอน สะท้อนถึงความต้องการและพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยว (ศิริรัตน์ แอดสกุล, 2556) และการเกื้อหนุนทางสังคม คือ ความช่วยเหลือที่บุคคลได้รับจากบุคคลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสมาชิกในครอบครัว เครือญาติ เพื่อนบ้าน ฯลฯ เช่น การให้กำลังใจ การช่วยเหลือ การรับรู้ข่าวสาร เป็นต้น (ศศิพัฒน์ ยอดเพชร, 2549)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว การวิจัยครั้งนี้ หมายถึง การกระทำของนักท่องเที่ยวทุกอย่าง ประกอบด้วยวัตถุประสงค์ ลักษณะการท่องเที่ยวและการจัดการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทางและตัดสินใจในการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย จำนวนครั้งที่เดินทางต่อปี รูปแบบการท่องเที่ยว รวมถึงช่วงเวลาและระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง (วัลย์พร ธีวตระกูลไพบูลย์, 2557)

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งผลการวิจัยเป็น 3 กลุ่มตามตัวแปรที่ศึกษา รายละเอียดมี ดังนี้

กลุ่มแรก การศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคล ผลการศึกษาของกุลวดี แก้วกล้า (2550) และทิพย์สุดา ดำรงหัด (2546) สอดคล้องกัน คือ กลุ่มเบบี้บูมที่เดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อาศัยอยู่กับคู่สมรสและบุตรหลาน ส่วนมากมีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ประมาณ 15,001 - 20,000 บาท มีสุขภาพแข็งแรง ในขณะที่การศึกษาของเกษรา เกิดมงคล (2546) และ ข้าวทิพย์ อ่อนอรุณ (2553) ได้ผลการวิจัยว่า นักท่องเที่ยวรุ่นนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 55-60 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุดต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นผู้เกษียณอายุ รายได้มากกว่า 30,000-50,000 บาทต่อเดือน ซึ่งผลการศึกษาที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่าคุณลักษณะส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

กลุ่มที่สอง การศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยา ผลการศึกษาของ เกษรา เกิดมงคล (2546) ข้าวทิพย์ อ่อนอรุณ (2553) และทิพย์สุดา ดำรงหัด (2546) สอดคล้องกัน กล่าวคือ กลุ่มเบบี้บูมเป็นกลุ่มที่เน้นการพัฒนาศักยภาพของตนเอง มักจะชอบท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การผจญภัย และการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เพราะรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากครอบครัว เพื่อน และบริษัทนำเที่ยว โดยการบอกปากต่อปาก ในขณะเดียวกัน Chiang, Manthiou, Tang, Shin and Marrion (2014) พบว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูมมีความไว้วางใจในการท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวและผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ซึ่งผลการศึกษาที่กล่าวมาแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยาต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

กลุ่มสุดท้าย การศึกษาปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ผลการศึกษาของ Kleiner (1999) และ Ross (2004) พบว่า กลุ่มเบบี้บูมชอบท่องเที่ยวแบบแพคเกจทัวร์ และเป็นผู้สนับสนุนการท่องเที่ยวให้แก่โรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยที่ตนศึกษา เพราะมีการรับรู้ว่าการสนับสนุนเพื่อนมนุษย์เป็นสิ่งที่ดี ส่วนการศึกษาของกมลพร มูลอามาตย์ (2556) กุลวดี แก้วกล้า (2550) ข้าวทิพย์ อ่อนอรุณ (2553) Patterson and Pegg (2009) Lee, Christopher, Ben-Joseph and Park (2014) และ Lawson (2001) แสดงผลว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเบบี้บูมมักจะมองหาสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความพร้อมด้านกายภาพเพื่อประสบการณ์ที่ดีในการพักผ่อน รวมถึงต้องการใช้การคมนาคมขนส่งสาธารณะ การจราจรที่ปลอดภัย และกิจกรรมทางสังคมที่สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม และพบว่า การเกื้อหนุนทางสังคม การขัดเกลาทางสังคมและการมีส่วนร่วมทางสังคม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การท่องเที่ยวเพื่อรำลึกถึงอดีตในพื้นที่ชนบท รวมถึงการแสวงหาพื้นที่เพื่อกลับไปใช้ชีวิตในชนบท ส่วนการศึกษา ของ Adler, Dy, Gillham and Edelman (2007) พบว่า บางกลุ่มชอบการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครอย่างมีส่วนร่วมกับครอบครัว เพื่อเดินทางไปช่วยเหลือเด็กและเยาวชนที่ขาดแคลน ในขณะที่

บางกลุ่มชอบเดินทางไปเยี่ยมชมมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อเรียนรู้ที่มาของบรรพบุรุษของมนุษยชาติ และบางกลุ่มมีความสุขกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่วนการศึกษาของ กุลวดี แก้วกล้า (2550) ช้าวทิพย์ อ่อนอรุณ (2553) ทิพย์สุดา ดำรงหัด (2546) MaloneBeach and Langeland (2011) และ Rosenbloom (2013) พบว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูมให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่ครอบครัวซึ่งมีคนหลายวัย (Multigeneration Tourism) ชอบเดินทางไปยังสถานที่ที่แปลกใหม่ รวมถึงการใช้บริการที่มีความสุภาพและหรูหรา โดยครอบครัวมีบทบาทในการตัดสินใจเรื่องการท่องเที่ยวของกลุ่มเบบี้บูมในระดับสูง และมีความคาดหวังต่อกิจกรรมยามว่างและเพื่อนในระดับสูงเช่นกัน ผลการศึกษายังพบว่า ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกีดกันทางสังคมจากครอบครัว เพราะมีส่วนช่วยในการสนับสนุนสิ่งต่าง ๆ เช่น ยานพาหนะในการเดินทาง ค่าใช้จ่าย และการช่วยเหลืออื่นๆ สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods) คือ การใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกัน

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,768,600 คน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2556) การกำหนดขนาดตัวอย่าง ใช้โปรแกรม G*Power 3.1.5 Computer Software โดยมีค่าขนาดอิทธิพล (Effect size) = 0.25, Power $(1 - \beta) = 0.95$ (Faul, Erdfelder, Buchner and Lang, 2009) ได้ขนาดตัวอย่างสูงสุด 305 คน ผู้วิจัยลดขนาดตัวอย่างกรณีข้อมูลขาดหายเพิ่มเป็น 312 คน การเลือกตัวอย่างวิจัยใช้วิธีแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) ขั้นตอนแรก เลือกเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ใช้การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จากการจับสลากเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 6 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มรัตนโกสินทร์ กลุ่มบูรพา กลุ่มศรีนครินทร์ กลุ่มเจ้าพระยา กลุ่มกรุงธนใต้ กลุ่มกรุงธนเหนือ (ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร, 2558) สุ่มเลือกจำนวนกลุ่มละ 1 เขต ขั้นตอนที่สอง เลือกตามโควตา (Quota Sampling) คือ กำหนดเขตละ 52 คน และขั้นตอนที่สาม ใช้วิธีการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) พร้อมกันนี้ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ที่เกี่ยวข้องจากภาครัฐ ภาคเอกชน และกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 30 คน ประกอบการศึกษาคั้งนี้ด้วย

ตัวแปรที่ศึกษา แบ่งเป็น ตัวแปรต้น ได้แก่ (1) คุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร ภาวะครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน สุขภาพ และระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร (2) ปัจจัยด้านจิตวิทยา ประกอบด้วย การรับรู้ด้านความรู้และแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และทัศนคติด้านการท่องเที่ยว และ (3) ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย การขัดเกลาทางสังคม การมีส่วนร่วมทางสังคมและการกีดกันทางสังคม ส่วนตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาจากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคล มีลักษณะแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามด้านจิตวิทยา โดยวัดการรับรู้และทัศนคติด้านการท่องเที่ยว จำนวน 17 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามด้านสังคมและวัฒนธรรม โดยวัดการขัดเกลาทางสังคม การมีส่วนร่วมทางสังคม และการกีดกันทางสังคม จำนวน 16 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยวัดจากวัตถุประสงค์ ลักษณะการท่องเที่ยวบุคคลที่เดินทางท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง จำนวนครั้งที่เดินทาง รูปแบบการท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทาง ช่วงเวลา ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง จำนวน 47 ข้อ

แบบสอบถามส่วนที่ 2, 3 และ 4 มีลักษณะเป็นมาตราประเมินค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Rating Scales) 5 ระดับ จากระดับเห็นด้วยมากที่สุดถึงไม่เห็นด้วยมากที่สุด การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ใช้สถิติ IOC (Index of Item - Objective Congruence) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน แก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำแล้วทดลองใช้ (Try out) กับประชาชนรุ่นเบบี้บูมที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน ที่มีคุณสมบัติเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง แต่เป็นคนละกลุ่มกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha (α)) ได้ค่าความเชื่อมั่น ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านจิตวิทยา = 0.926 ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม = 0.901 และส่วนที่ 4 พฤติกรรมการท่องเที่ยว = 0.975 ตามลำดับ แสดงว่าคุณภาพของเครื่องมือด้านความตรงตามเนื้อหาและด้านความเชื่อมั่นผ่านเกณฑ์ อย่างน้อย 0.7 (Cronbach, 1990) ที่จะนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

วิธีการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล จากข้อมูล 2 ประเภท คือ (1) ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามจากประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร ได้ข้อมูลครบจำนวน 312 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 และ (2) ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง โดยขอความอนุเคราะห์จากผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วน ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน รวม 30 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ขออนุญาตและชี้แจงข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดของแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ เพื่อให้ความยินยอมก่อน ซึ่งเป็นไปตามหลักจริยธรรมในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย (1) การวิเคราะห์การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ด้วยสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha (α)) (2) การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (3) การวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ โดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนหนึ่งทาง (One-way ANOVA) พร้อมทั้งวิเคราะห์รายคู่ด้วยบอนเฟอร์รอนี (Bonferroni) และสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์เบื้องต้น แสดงผลว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 312 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.80 มีอายุระหว่าง 51-55 ปี ร้อยละ 36.20 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 50.60 และส่วนใหญ่ไม่มีบุตร ร้อยละ 27.90 ผลการวิเคราะห์ยังพบว่าประชากรรุ่นนี้มีภาวะครอบครัว ร้อยละ 57.40 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 40.40 ส่วนมากมีอาชีพรับจ้าง ร้อยละ 26.00 รายได้ส่วนใหญ่สูงกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 33.30 สุขภาพโดยทั่วไปแข็งแรง ร้อยละ 66.30 และอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครมากกว่า 5 ปี ร้อยละ 74.70

ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์การวิจัย เสนอได้ตามลำดับ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ระดับและรูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ พบว่า ในภาพรวมมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวบ่อยครั้ง โดยนิยมท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติอย่างสม่ำเสมอ ส่วนพฤติกรรมท่องเที่ยวประเด็นอื่น ๆ ที่ปฏิบัติบ่อยครั้ง ได้แก่ เดินทางท่องเที่ยวแบบกลุ่มหรือหมู่คณะ มีการจัดการเดินทางด้วยตนเอง มีครอบครัวหรือญาติเป็นผู้ร่วมเดินทางและตัดสินใจในการเดินทาง เดินทางท่องเที่ยว 2-3 ครั้งต่อปี และเป็นการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยท่องเที่ยวในวันเสาร์-วันอาทิตย์ และใช้เวลาท่องเที่ยว 1-2 วัน

2. ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานครที่จำแนกคุณลักษณะส่วนบุคคล นำเสนอในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบระดับพฤติกรรมทางท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลต่างกัน

ตัวแปร	ลักษณะส่วนบุคคล	ระดับพฤติกรรมทางท่องเที่ยว					ผลการเปรียบเทียบรายคู่
		N	Mean	S.D.	F	p	
เพศ	1) ชาย	108	3.50	0.897	2.125	0.121	-
	2) หญิง	174	3.45	0.740			
	3) ทางเลือก	30	3.79	1.140			
อายุ	1) 51 – 55 ปี	113	3.44	0.746	0.752	0.522	-
	2) 56 – 60 ปี	77	3.62	0.802			
	3) 61 – 65 ปี	70	3.45	0.989			
	4) 66 – 70 ปี	52	3.52	0.900			
สถานภาพสมรส	1) โสด	75	3.47	0.852	1.302	0.274	-
	2) สมรส	158	3.45	0.715			
	3) หม้าย	46	3.73	0.983			
	4) หย่าร้าง	33	3.51	1.136			
จำนวนบุตร	1) ไม่มี	87	3.43	0.823	0.752	0.522	-
	2) 1 คน	67	3.44	0.902			
	3) 2 คน	84	3.53	0.753			
	4) 3 คน หรือมากกว่า	74	3.61	0.913			
ภาวะครอบครัว	1) มี	179	3.45	0.784	1.560	0.213	-
	2) ไม่มี	133	3.57	0.917			
ระดับการศึกษา	1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	118	3.33	0.836	7.557**	0.001	3) > 1)
	2) ปริญญาตรี	126	3.50	0.844			
	3) สูงกว่าปริญญาตรี	68	3.82	0.779			
อาชีพ	1) ไม่ได้ประกอบอาชีพ	52	3.51	1.051	0.453	0.770	-
	2) ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว	77	3.50	0.832			
	3) รับจ้าง	81	3.41	0.770			
	4) รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	56	3.55	0.642			
	5) อื่นๆ	46	3.60	0.958			
ระดับรายได้ต่อเดือน	1) ต่ำกว่า 10,000 บาท	60	3.50	0.925	0.518	0.671	-
	2) 10,001 - 20,000 บาท	73	3.54	0.807			
	3) 20,001 - 30,000 บาท	75	3.40	0.973			
	4) สูงกว่า 30,000 บาท	104	3.55	0.717			

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปร	ลักษณะส่วนบุคคล	ระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยว					ผลการเปรียบเทียบรายคู่
		N	Mean	S.D.	F	p	
สุขภาพ	1) แข็งแรง	207	3.55	0.751	2.360	0.125	-
	2) มีโรคประจำตัว	105	3.40	0.999			
ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร	1) น้อยกว่า 1 ปี	25	4.01	0.979	11.431**	0.000	3) > 4)
	2) 1 ปี - 2 ปี	23	3.80	1.124			
	3) 3 ปี - 4 ปี	31	4.02	1.033			
	4) 5 ปี หรือมากกว่า	233	3.35	0.709			

หมายเหตุ * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 1 พบว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะต่างกัน ด้านระดับการศึกษาและระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครมีระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจะมีระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวมากกว่าระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร 3 ปี - 4 ปี จะมีระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวมากกว่าระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครมากกว่า 5 ปี ส่วนด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร ภาวะครอบครัว อาชีพ ระดับรายได้และสุขภาพมีระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้านปัจจัยจิตวิทยา ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร นำเสนอในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้านปัจจัยจิตวิทยา ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	พฤติกรรมท่องเที่ยว	p
ปัจจัยด้านจิตวิทยา	0.790**	0.000
การรับรู้ด้านการท่องเที่ยว	0.792**	0.000
ทัศนคติด้านการท่องเที่ยว	0.687**	0.000
ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	0.731**	0.000
การขัดเกลาทางสังคม	0.556**	0.000
การมีส่วนร่วมทางสังคม	0.654**	0.000
การเกื้อหนุนทางสังคม	0.616**	0.000

หมายเหตุ * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยจิตวิทยา ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพของปัจจัยด้านจิตวิทยาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ว่าการท่องเที่ยวคือการพักผ่อนที่ดี แต่สถานที่ท่องเที่ยวจะไปต้องมีความปลอดภัย มีส่วนช่วยให้มีเศรษฐกิจพัฒนาโดยเฉพาะอย่างยิ่งเศรษฐกิจของชุมชน รวมถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่น ตลอดจนการส่งเสริมการเรียนรู้ในหลาย ๆ ด้าน เช่น การเปิดโลกทัศน์ ทักษะชีวิต การพัฒนา ความรู้ของตนเอง เป็นต้น มีทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวช่วยผ่อนคลายความเครียด ได้เรียนรู้ เสริมสร้างประสบการณ์ในชีวิต ได้มีโอกาสแสดงสัมพันธภาพที่ดีกับคนในครอบครัวและผู้อื่น เช่น เพื่อน คนร่วมเดินทาง คนในชุมชนและคนในท้องถิ่น เป็นต้น รวมถึงได้แลกเปลี่ยนข้อมูล ซึ่งสามารถทำให้เราสามารถ สร้างเครือข่ายทางสังคม

ส่วนปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม พบว่า เมื่อใดที่มีการท่องเที่ยว จะต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานที่ที่เราไป โดยเฉพาะการเตรียมความ ศึกษาประเพณี วิถีชีวิตไว้ก่อนพร้อมทั้งต้องให้เกียรติ มีมารยาท เคารพสถานที่และคนในท้องถิ่น แต่บางครั้งก็อาจจะกินยากอยู่ โดยจะต้องเตรียมเครื่องปรุงอาหารไทยไปด้วย ส่วนในกรณีซื้อบริการทัวร์ต้องจัดบริการตามที่เสนอมา ถ้าตัดบางรายการจะไม่พอใจ รวมถึงค่าใช้จ่ายจะต้องมีความคุ้มค่า เช่น ค่าทัวร์ ค่าที่พัก เป็นต้น ส่วนเรื่องเวลาสามารถยืดหยุ่นได้ มักจะเดินทางกับครอบครัว เพราะเวลาเดินทางจะมีคนหลากหลายวัย ทำให้ส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างวัย การท่องเที่ยวก็จะมีครอบครัวร่วมกันตัดสินใจ ในระหว่างเที่ยวก็ร่วมกันจัดกิจกรรม เช่น ร้องเพลงแลกเปลี่ยนพูดคุย เป็นต้น อีกทั้งชื่นชอบมีส่วนร่วมกับคนในท้องถิ่นและชุมชน ซึ่งเป็นพื้นที่ในการเรียนรู้วิถีชีวิตซึ่งกันและกัน อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์และต้องการแบ่งปัน อีกทั้งสุขภาพมีผลต่อการท่องเที่ยว เพราะถ้าสุขภาพดีก็เที่ยวสนุก แต่ถ้าสุขภาพไม่ดีก็อาจจะเป็นอุปสรรคบ้าง การเข้าถึงข้อมูลโดยเฉพาะเทคโนโลยีเป็นปัจจัยในการสนับสนุนการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวที่หลากหลาย อีกทั้งงบประมาณก็เป็นสิ่งสำคัญบางครั้งก็เป็นผู้สนับสนุนค่าใช้จ่ายให้บุคคลในครอบครัว แต่การใช้จ่ายจะต้องมีความคุ้มค่าและประหยัด ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกที่ปลอดภัย เช่น สุขภาพ ทางลาด ราวจับ เป็นต้น ก็เป็นปัจจัยที่ต้องพิจารณาก่อนไปท่องเที่ยว ส่วนอายุเท่าใดก็เที่ยว ถ้าเป็นไปได้เวลาเที่ยวก็ต้องการให้มีบริการนวด อุปกรณ์การแพทย์พื้นฐาน เช่น ถังออกซิเจน ยาต่าง ๆ รถเข็น เป็นต้น จะได้ไปเที่ยวอย่างสนุกไร้ข้อจำกัด

อภิปรายผล

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่ท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เดินทางแบบกลุ่มหรือหมู่คณะ จัดการเดินทางด้วยตนเอง โดยมีครอบครัวหรือญาติร่วมเดินทาง และร่วมตัดสินใจ ส่วนมากชอบท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ประมาณ 2 - 3 ครั้งต่อปี และเป็นการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยท่องเที่ยวในวันเสาร์-วันอาทิตย์ เป็นเวลา 1-2 วัน ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และการศึกษาของกุลวดี แก้ววักกล้า (2550) เกษรา เกิดมงคล (2546) ชำวทิพย์ อ่อนอรุณ (2553) ดนุชา ฐานะ, อินทิดา เจริญชัยชนะวงศ์ และระชานนท์ ทวีผล (2559) ทิพย์สุดา ดำรงหัด (2546) และสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2556, 2557, 2558)

ประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะต่างกัน เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา และระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร พบว่า มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวัลย์พร รัตระกูลไพบูลย์ (2557) Cooper, Fletcher, Gilbert and Wanhill (2008) และ Swarbrooke and Horner (1999) อาจเป็นเพราะระดับการศึกษาทำให้คนต้องการท่องเที่ยวเพื่อเปิดโลกทัศน์ และเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ มากกว่าคนที่มิระดับการศึกษาน้อย เพราะคนที่มีการศึกษาสูงและอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครเป็นเวลานานมีแนวโน้มในการติดตามข่าวสาร มีระดับความรู้ และประสบการณ์เกี่ยวกับการหาโอกาสในการท่องเที่ยวมากกว่าก็ได้ ส่วนคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร ภาวะครอบครัว อาชีพ ระดับรายได้ และสุขภาพโดยทั่วไป มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยครั้งนี้ขัดแย้งกับการศึกษาของ Cooper, Fletcher, Gilbert

and Wanhill (2008) และ Page (2015) ที่พบว่า อาชีพและคนมีรายได้สูงมักจะมีโอกาสการท่องเที่ยวมากกว่าคนที่มียาได้น้อย ส่วนอายุจะมีความถี่ในการท่องเที่ยวเมื่อหลังเกษียณ เป็นที่น่าสังเกตจากการสัมภาษณ์เชิงลึกในภาพรวมคือ เพศ อายุ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร ภาวะครอบครัว อาชีพ ระดับรายได้และสุขภาพ ต่างมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน เช่น ชอบไปในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีความปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น ผลการวิเคราะห์จึงไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 1 เพียงบางส่วนเท่านั้น

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าผลการศึกษานับสนับสนุนสมมติฐานที่ 2 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของกุลวดี แก้วกล้า (2550) ทิพย์สุตา ดำรงหัด (2546) Kleiner (1999) Gardiner, King and Grace (2013) และ Siren and Hausteim (2013) ที่พบว่า เงื่อนไขในการดำรงชีวิต เช่น การรับรู้ ข้อมูล ความรู้ ทักษะ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลของผู้วิจัย กล่าวคือ ครอบครัว เทคโนโลยี ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ผลการวิจัยครั้งนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เช่นเดียวกันทั้งด้านการขัดเกลาทางสังคม การมีส่วนร่วมทางสังคม และการเกื้อหนุนทางสังคม ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ 3 และสอดคล้องกับการศึกษาของกุลวดี แก้วกล้า (2550) ชำวทิพย์ อ่อนอรุณ (2553) ทิพย์สุตา ดำรงหัด (2546) สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2556, 2557, 2558) Adler, Dy, Gillham and Edelman (2007) Gardiner, King and Grace (2013) MaloneBeach and Langeland (2011) Rosenbloom (2013) และ Siren and Hausteim (2013)

ผลการวิจัยทั้งหมดที่กล่าวมา อภิปรายได้ว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนด้านการท่องเที่ยว ควรคำนึงถึงคุณลักษณะของประชากรรุ่นเบบี้บูมโดยเฉพาะด้านระดับการศึกษาและระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร สำหรับเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องและตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่อยู่ในรุ่นเบบี้บูม โดยตระหนักถึงบริบทปัจจัยด้านจิตวิทยาและปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมประกอบในการจัดบริการต่างๆ ด้วย อาทิ การพัฒนารูปแบบการให้ข้อมูลที่หลากหลายรูปแบบและทันสมัย เช่น อินเทอร์เน็ต เฟสบุ๊ก และการจัดทำคู่มือการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับวัย เป็นต้น นอกจากนี้ ควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้โดยคำนึงถึงความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น ด้วยการจัดให้มีเจ้าหน้าที่พร้อมแก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ ในยามฉุกเฉิน เพราะผลการศึกษานี้พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมมักจะท่องเที่ยวเป็นครอบครัว ซึ่งมีหลากหลายวัย ดังนั้น จึงต้องคำนึงถึงความสะดวกและความปลอดภัยมากที่สุด บริการต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวจึงต้องได้รับการดูแล รักษาความสะอาด และความปลอดภัยเป็นสำคัญ โดยเฉพาะช่วงวันเสาร์ วันอาทิตย์ รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เอื้ออำนวยต่อการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสมาชิกในครอบครัว ตลอดจนการจัดสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นไปตามหลักของอารยสถาปัตย์ (Universal Design) เพื่ออำนวยความสะดวกต่อประชากรรุ่นนี้ให้มากขึ้น เช่น มีราวจับทางขึ้นลง มีทางลาดสำหรับรถเข็น มีสถานที่ให้นั่งพักผ่อนอย่างเพียงพอ มีห้องน้ำที่สะอาด ปลอดภัย และมีบริการรับส่งเพื่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวด้วย ทั้งนี้เพราะประชากรรุ่นเบบี้บูมเป็นประชากรส่วนใหญ่ที่มีอำนาจการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก จึงเป็นส่วนหนึ่งที่จะเป็นกลไกสำคัญในการสนับสนุนธุรกิจด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศอันส่งผลต่อการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศให้เจริญก้าวหน้าได้เป็นอย่างมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการจัดการ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชนสามารถใช้ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการจัดทำนโยบาย วางแผนยุทธศาสตร์ และบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวให้แก่ประชากรรุ่นเบบี้บูมได้อย่างเหมาะสม

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาต่อยอด ขยายผลในเชิงลึก เพื่อคู่อิทธิพลของตัวแปรต่างๆ ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมให้มากขึ้น เช่น ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานครกับจังหวัดอื่น ๆ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลประเภทอื่น เพื่อเป็นแนวทางจัดบริการการท่องเที่ยวให้แก่ประชากรรุ่นนี้ได้ อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- เกษรา เกิดมงคล. (2546). *รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงาน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กมลพร มุลอามาตย์. (2556). *การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาของผู้สูงอายุในจังหวัดขอนแก่น*. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการการท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- กุลวดี แก้วกล้า. (2550). *พฤติกรรมท่องเที่ยวของข้าราชการเกษียณอายุ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ข้าวทิพย์ อ่อนอรุณ. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, คณะเศรษฐศาสตร์ธุรกิจมหาวิทยลัยเกษตรศาสตร์.
- จิรา บัวทอง. (2550). *อนาคตของการท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 14 กรกฎาคม 2558, สืบค้นจาก <http://www.etatjournal.com>.
- จำเนียร ช่วงโชติ. (2557). *จิตวิทยาการเรียนรู้*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- دنشا ฐานะ, อินทิรา เจริญชัยชนะวงศ์ และระชานนท์ ทวีผล. (2559). กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมระดับ 5 ดาวของนักท่องเที่ยวสุขภาพสตรีวัยทำงานชาวไทยในเขตภาคกลางกรณีศึกษาเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 5(2), 99-113.
- ทิพย์สุดา ดำรงหัด. (2546). *พฤติกรรมท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร (ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บุญเลิศ เลี้ยวประไพ. (2557). *ประชากรไทย อดีต-ปัจจุบัน-อนาคต (พิมพ์ครั้งที่ 1)*. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- แบรนด์บรชัท. (2554ก, 6-7 มิถุนายน). *เคล็ดลับพิชิตใจคนสูงวัย*. *สยามรัฐ*, น. 38.
- แบรนด์บรชัท. (2554ข, 6-7 มิถุนายน). *นานาเกี่ยวกับ 50+*. *สยามรัฐ*, น. 39.
- ปราโมทย์ ประสาทกุล, บรรณานิการ. (2557). *สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ.2556 (พิมพ์ครั้งที่ 1)*. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย และสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พงษ์ ชัยชนะวิจิตร, พรชนก วรศักดิ์โยธิน, สุพัตรา สมศักดิ์, ศุภมา อำนวยมงคลพร, วันนัธร กิจวานิชเสถียร, ศุภกาญจน์ แพรปราณีต และขวัญใจ กุศลนันท์. (2552, 11 มิถุนายน). *กรณีศึกษา Baby Boom ต้องรู้จัก Lifestyle*. *ประชาชาติธุรกิจ*, น. 47.
- วัลย์พร รัตระกูลไพบูลย์. (2557). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 5)*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- วิพรรณ ประจวบเหมาะ, บรรณาธิการ. (2555). *สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ.2554*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย และวิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศศิพัฒน์ ยอดเพชร. (2549). *สวัสดิการผู้สูงอายุ: แนวคิดและวิธีการปฏิบัติงานสังคมสงเคราะห์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: มิสเตอร์ก๊อปปี้ (ประเทศไทย).
- ศิริรัตน์ แอดสกุล. (2556). *ความรู้เบื้องต้นทางสังคมวิทยา*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร. (2558). รูปแบบการบริหารกรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 12 กรกฎาคม 2558 สืบค้นจาก http://203.155.220.230/m.info/bma_k/KNW5.html
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: ซีระฟิล์ม และโซเท็กซ์.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2556). *การคาดประมาณประชากรของประเทศไทย พ.ศ.2553-2583* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2556). *การสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวชาวไทย พ.ศ.2556*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). *การสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวชาวไทย พ.ศ.2557*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558). *การสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวชาวไทย พ.ศ.2558*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- Adler, J., Dy, C., Gillham, C., & Edelman, M. (2007). Meaningful Pursuits. *Newsweek*, 150(6), 44-54.
- Chiang, L., Manthiou, A., Tang, L., Shin, J. & Morrison, A. (2014). A Comparative Study of Generational Preferences for Trip-Planning Resources: A Case Study of International Tourists to Shanghai. *Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 15(1), 78-99.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. and Wanhill, S. (2008). *Tourism: Principle and Practice*. Essex: Prentice Hall.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essential of Psychological Testing*. New York: Harper & Row.
- Gardiner, S., King, C. & Grace, D. (2013). Travel Decision Making: An Empirical Examination of Generation Values, Attitudes and Intentions. *Travel Research*, 52(3), 310-324.
- Kleiner, C. (1999). Magic History Tours. *U.S. News and World Report*, 126(25), 84-85.
- Lawson, C.T. (2001). Leisure Travel or Activity Decisions: Time and Location Differences. *Transportation Quarterly*, 55(3), 51-61.
- Lee, J.S., Christopher Zegras, P. Ben-Joseph, E & Park, S. (2014). Does Urban Living Influence Baby Boomers' Travel Behavior?. *Transport Geography*, 35(1), 21-29.
- MaloneBeach, E., & Langeland, K.S. (2011). Boomers' Perspective Needs for Senior Centers and Related Services: A Survey of Persons 50-59. *Gerontological Social Work*, 54(1), 116-130.
- Patterson, I & Pegg, S. (2009). Marketing the Leisure Experience to Baby Boomers and Older Tourists. *Hospitality Marketing and Management*, 18(3), 254-272.
- Rosenbloom, S. (2013). We're All Boomers now. *New York Times*, p. 1-8.
- Ross, E. (2004). Escapism at the Top. *Business Review Weekly*, 26(19), 18-19.
- Siren, A., & Hausteine, S. (2013). Baby Boomers' Mobility Patterns and Preferences: What Are The Implications for Future Transport?. *Transport Policy*, 29(1), 136-144.
- Swarbrooke, J. & Horner, S. (1999). *Consumer Behavior in Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.