

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ใน  
กรุงเทพมหานคร



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬาและการออกกำลังกาย ไม่สังกัดภาควิชา/เทียบเท่า  
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปีการศึกษา 2562  
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

FACTORS AFFECTING THE DECISION MAKING OF THAI SENIOR TO UNDERTAKE SPORT  
TOURISM IN BANGKOK.



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

Common Course

FACULTY OF SPORTS SCIENCE

Chulalongkorn University

Academic Year 2019

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิง
	กีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร
โดย	น.ส.สุจิตรา วาชัยยุง
สาขาวิชา	วิทยาศาสตร์การกีฬาและการออกกำลังกาย
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	อาจารย์ ดร.โสเมศทัตย์ สุนธยาธร

---

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน  
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

.....	คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สีทธา พงษ์พิบูลย์)	
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	
.....	ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(อาจารย์ ดร.โสเมศทัตย์ สุนธยาธร)	
.....	กรรมการ
(อาจารย์ ดร.กุลพิชญ์ โภไคยอุดม)	
.....	กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจน์ภา พงศ์พนรัตน์)	

สุจิตรา วาชัยยุง : ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ใน กรุงเทพมหานคร. ( FACTORS AFFECTING THE DECISION MAKING OF THAI SENIOR TO UNDERTAKE SPORT TOURISM IN BANGKOK.) อ.ที่ปรึกษาหลัก : อ. ดร.โสภณัทย์ สุนธยาธร

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้คือ เพื่อศึกษาความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As และความคาดหวังคุณภาพบริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุชาวไทย มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ พบว่าค่าที่ได้คือ 0.89 และค่าความเที่ยงของแบบสอบถามที่ได้คือ 0.97 ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามกับผู้สูงอายุชาวไทย ที่มีความสนใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในบริเวณ 10 สวนสาธารณะในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยเป็นผู้เก็บข้อมูลด้วยตนเอง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐานได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติในการทดสอบสมมติฐาน ใช้ค่าสถิติสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านการบริการทั่วไป ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พักแรม ด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านกิจกรรม ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร และพบว่าคุณภาพบริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการวิจัย มีเพียงองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านการบริการทั่วไป ด้านเดียวเท่านั้น ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร ส่วนด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พักแรม ด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านกิจกรรม ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร และคุณภาพบริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ส่วนด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

สาขาวิชา	วิทยาศาสตร์การกีฬาและการออกกำลังกาย	ลายมือชื่อนิสิต .....
ปีการศึกษา	2562	ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....

# # 6178318339 : MAJOR SPORTS AND EXERCISE SCIENCE

KEYWORD: Expectation, 5As Components of tourism, Service quality, Decision making, Sports tourism,  
Thai senior

Sujittra Wachaiyung : FACTORS AFFECTING THE DECISION MAKING OF THAI SENIOR TO UNDERTAKE  
SPORT TOURISM IN BANGKOK.. Advisor: SOMRUTHAI SOONTAYATRON

The purpose of this research was to study expectation of 5As tourism components and services quality affecting the decision making of Thai senior to undertake sport tourism in Bangkok. The samples used in this study were 480 Thai seniors aged 60 years old or over who live in Bangkok. Questionnaires were used as a main method to collect data in this research with IOC of 0.89 and coefficient alpha equal of 0.97. Questionnaires were collected from Thai senior who were interested to undertake sport tourism in the area of 10 public parks in Bangkok. This study also applied statistical data analyses with the determination of patterns in the data such as the frequency, percentage, mean and standard deviation. This research also undertook Multiple Linear Regression with statistical significance at 0.05 to test the hypothesis of this research.

Results showed that ancillary of 5As tourism components has affected the decision making of Thai seniors to undertake sport tourism in Bangkok with statistical significance at 0.05. In contrast, accessibility, accommodation, attraction, and activities have not affected the decision making of Thai seniors to undertake sport tourism in Bangkok. And reliability and empathy of service quality have affected the decision making of Thai seniors to undertake sport tourism in Bangkok with significance at 0.05. In contrast, tangibility, responsiveness, and assurance have not affected the decision making of Thai seniors to undertake sport tourism in Bangkok.

In addition, only ancillary of 5As tourism components has affected the decision making of Thai seniors to undertake sport tourism in Bangkok. In contrast, accessibility, accommodation, attraction, and activities have not affected the decision making of Thai seniors to undertake sport tourism in Bangkok. And reliability and empathy of service quality have affected the decision making of Thai seniors to undertake sport tourism in Bangkok. In contrast, tangibility, responsiveness, and assurance have not affected the decision making of Thai seniors to undertake sport tourism in Bangkok.

Field of Study: Sports and Exercise Science

Student's Signature .....

Academic Year: 2019

Advisor's Signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ ด้วยความกรุณาของ อาจารย์ ดร.โสภณัทย์ สุนทยาธร ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาในการให้คำปรึกษา แก้ไข ตรวจสอบความถูกต้อง สมบูรณ์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ หากปราศจากคำแนะนำดีๆ แรงผลักดัน และกำลังใจจากอาจารย์ งานวิจัยฉบับนี้ก็ไม่อาจสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ได้

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย ประธานกรรมการสอบ อาจารย์ ดร.กุลพิชญ์ โภไคยอุดม กรรมการสอบ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์ กรรมการสอบภายนอกมหาวิทยาลัย ที่ให้ความกรุณาให้คำแนะนำในการปรับปรุง แก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ฉัตรชัย ฉัตรบุญกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา อาจารย์ ดร.กฤติกา สายณะรัตร์ชัย อาจารย์ ดร.อุษณีย์ ผาสุข และอาจารย์ ดร.วรรณพร ทองตะโก ที่ได้เสียสละเวลาให้ความกรุณาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

ขอบคุณเพื่อนๆ นิสิตแขนงการจัดการการศึกษา พี่ๆเจ้าหน้าที่คณะวิทยาศาสตร์การศึกษามหาวิทยาลัยทุกท่าน ที่เป็นกัลยาณมิตร คอยช่วยเหลือเรื่องการเดินทางตลอดหลักสูตร

และที่สำคัญขอขอบพระคุณพ่อ แม่ และครอบครัวอันเป็นที่รัก รวมถึงผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุดารัตน์ อภิบาลทวิสกุล และ รศ.ดร.ไพพลวรรณ สัทธานนท์ ที่คอยสนับสนุน ช่วยเหลือ เรื่องการทำงานระหว่างเรียน จนผู้วิจัยสามารถปฏิบัติงานไปพร้อมกับการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้ในที่สุด

ด้วยคุณค่าและประโยชน์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดามารดา ครูบาอาจารย์ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน สำหรับการสนับสนุนอย่างมีมิตรไมตรี และความเมตตา กรุณาอย่างไม่สิ้นสุด ทำให้ผู้วิจัยได้รับโอกาสและประสบการณ์ ในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้สำเร็จตามความตั้งใจ

สุจิตรา วาชัยยุ่ง

## สารบัญ

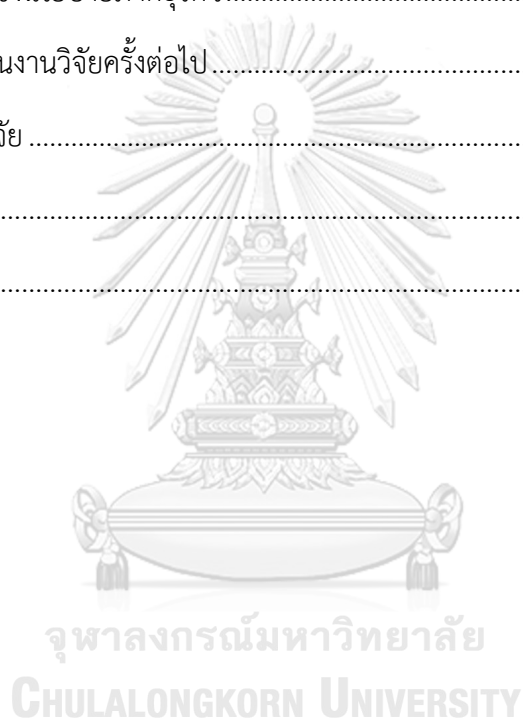
	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
สมมติฐานของการวิจัย.....	7
ขอบเขตของงานวิจัย.....	7
คำจำกัดความของงานวิจัย.....	8
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้.....	10
บทที่ 2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวและองค์ประกอบการท่องเที่ยว.....	12
ความหมายของการท่องเที่ยว.....	12
องค์ประกอบการท่องเที่ยว.....	13
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา.....	23
ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา.....	23
ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา.....	24
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวสูงวัยและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงวัย.....	28

ความหมายของผู้สูงอายุ .....	28
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุ .....	29
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง .....	33
ความหมายของความคาดหวัง .....	33
ทฤษฎีความคาดหวัง .....	34
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ .....	37
ความหมายของการบริการ .....	37
ความหมายของคุณภาพบริการ .....	38
เครื่องมือการวัดคุณภาพบริการ .....	40
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ .....	43
ความหมายของการตัดสินใจซื้อ .....	43
องค์ประกอบของการตัดสินใจซื้อ .....	44
กระบวนการการตัดสินใจซื้อ .....	47
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	53
งานวิจัยภายในประเทศ .....	53
งานวิจัยต่างประเทศ .....	56
กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	58
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย .....	60
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	60
วิธีการสุ่มตัวอย่าง .....	61
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	61
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ .....	64
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	64
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	65



บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	66
สัญลักษณ์และอักษรย่อในการนำเสนอข้อมูล.....	66
การนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล.....	66
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	67
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	67
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ใน กรุงเทพมหานคร .....	70
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ในการ ตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร... 76	
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร.....	83
ตอนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	86
สมมติฐานที่ 1 ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ส่งผลต่อการตัดสินใจใน การเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร .....	86
สมมติฐานที่ 2 ความคาดหวังคุณภาพบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทาง ท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร .....	87
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	89
สรุปผลการวิจัย.....	91
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	91
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ใน กรุงเทพมหานคร .....	91
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ในการ ตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร... 92	

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร.....	94
ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน .....	94
อภิปรายผลการวิจัย.....	96
ข้อเสนอแนะ .....	105
ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้.....	105
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายภาครัฐกิจ.....	110
ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป.....	114
ข้อจำกัดของงานวิจัย .....	115
บรรณานุกรม.....	116
ประวัติผู้เขียน.....	140



## สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 แสดงการแบ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว .....	27
ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	67
ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร โดยรวม .....	71
ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) .....	72
ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านที่พักแรม (Accommodation) .....	73
ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) .....	74
ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรม (Activities) .....	74
ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านการบริการทั่วไป (Ancillary) .....	75
ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร โดยรวม .....	77
ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ .....	77

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อใจไว้วางใจได้ .....	78
ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า.....	79
ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า .....	81
ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า.....	82
ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร โดยรวม .....	83
ตารางที่ 16 แสดงผลการแจกแจงความถี่ของความคิดเห็นเพิ่มเติม.....	85
ตารางที่ 17 แสดงผลการทดสอบความคาดหวังองค์ประกอบบริการท่องเที่ยว 5As ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร .....	86
ตารางที่ 18 แสดงผลการทดสอบความคาดหวังคุณภาพบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร.....	87

## สารบัญภาพ

	หน้า
รูปที่ 1 แสดงแผนภาพทฤษฎีแห่งความคาดหวัง.....	34
รูปที่ 2 กระบวนการการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน ของคอตเลอร์.....	47
รูปที่ 3 แสดงขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อปกติ.....	51
รูปที่ 4 กรอบแนวคิดการวิจัย .....	59



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ คาดการณ์ว่า ในปีพ.ศ. 2563 จะมีผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นเป็น 12,621,000 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ของจำนวนประชากรไทยทั้งหมด นอกจากนี้จากการจัดอันดับในภูมิภาคอาเซียน ประเทศไทยเป็นอันดับ 2 รองจากประเทศสิงคโปร์ ที่มีสัดส่วนการเพิ่มขึ้นของประชากรสูงอายุอย่างรวดเร็ว กล่าวได้ว่า ประเทศไทยเข้าสู่สังคมสูงอายุอย่างสมบูรณ์แล้ว และในปี พ.ศ. 2593 จำนวนผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้นเป็นทวีคูณ คิดเป็นร้อยละ 26 ของประชากรโลก (Haub, 2011) นั่นหมายถึง จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นเป้าหมายของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง รวมถึงตลาดการท่องเที่ยวที่ขยายใหญ่ขึ้นด้วยจำนวนประชากรกลุ่มนี้เพิ่มมากขึ้น สิ่งที่มาคือจะมีการใช้จ่ายจากผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้นตามมาด้วย (Bai, Jang, Cai & O'Leary, 2008)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยคาดการณ์ว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุ จะเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักสำหรับการท่องเที่ยวไทย ทดแทนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่กำลังลดจำนวนลง เนื่องจากผลกระทบของปัญหาเศรษฐกิจและการเมืองในประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเชื่อมั่นว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจะเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพและกำลังซื้อ สามารถท่องเที่ยวได้โดยไม่มีเงื่อนไขด้านเวลา นอกจากนี้ยังมีผู้ติดตามหรือลูกหลานตามไปดูแลอีกจำนวนประมาณ 3 คน ดังนั้นโอกาสทางการตลาดจึงเกิดขึ้น โดยประชากรไทยมีทั้งหมด 61,937,651 คน ซึ่งคนอายุมากกว่า 55 ปี มีจำนวน 9,994,184 คน โดยตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุมีจำนวน 4,578,000 คน ซึ่งแต่ละคนเลือกออกไปท่องเที่ยวเฉลี่ย 2.43 วัน และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งเฉลี่ย 910 บาทต่อคน ส่วนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้ร่วมเดินทางมีสูงถึง 1,852 บาทต่อคน รายได้จากการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงอายุคิดเป็นจำนวนถึง 44,226,000 บาท และรายได้จากการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้ร่วมเดินทางมีจำนวนถึง 198,015,840 บาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552) ซึ่งพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไปคือ เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี คุ่มค่า เน้นการซื้อด้วยเหตุผลไม่ใช่อารมณ์ ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจเป็นหลัก พักนานและมีการใช้จ่ายสูง รวมถึงมีความสามารถในการซื้อสินค้าและบริการในราคาสูง เนื่องจากมีเงินเก็บจากการทำงานหนักมาทั้ง

ชีวิต จึงมีศักยภาพสูงในการบริโภค ขณะเดียวกันกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุก็ยังคงมีการคำนึงถึงความมั่นใจในด้านความปลอดภัยด้านบริการ การใส่ใจดูแลสุขภาพที่ดี และการเลือกกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัย และสุขภาพอีกด้วย อีกทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุนี้ไม่ต้องกังวลต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เนื่องจากเป็นผู้มีประสบการณ์ในการใช้ชีวิต จึงมีความละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆ มากยิ่งขึ้น และเนื่องจากผู้สูงอายุมักมีข้อจำกัดในการเดินทางมากกว่าวัยหนุ่มสาว ดังนั้นการเตรียมความพร้อมในการรองรับตลาดกลุ่มนี้จึงต้องมีการศึกษาในรายละเอียดค่อนข้างมาก และควรมีการเตรียมการที่ดี (จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย, 2557)

นอกจากนั้นแล้ว ข้อมูลจากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559 ยังรายงานว่าการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ (Special interest tourism) เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure tourism) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religious tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport tourism) เป็นต้น มีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมมากขึ้น และโดยเฉพาะอย่างยิ่งทิศทางแผนสื่อสารการตลาดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2562 นั้นเน้นดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพให้มาจับจ่ายในประเทศไทยอย่างต่อเนื่องและหลากหลายมากขึ้น โดยชูด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่กำลังจะมาแรงซึ่งมุ่งจุดสนใจไปยัง 4 ชนิดกีฬายอดนิยม อันได้แก่ มวยไทย วิ่งมาราธอน ปั่นจักรยาน และกอล์ฟ ให้เป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยหวังจะสร้างให้ประเทศไทยกลายเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport destination) แห่งใหม่ของโลก (ธเนศวร์ เพชรสุวรรณ, 2561)

จากการสำรวจพฤติกรรมการเล่นกีฬาหรือการออกกำลังกายของประชากรและสุขภาพจิต โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ ในปี พ.ศ. 2554 พบว่า ประชากรที่อายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ในกรุงเทพมหานคร ออกมาเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายมีจำนวน 1,858,890 คน โดยส่วนใหญ่นิยมเล่นในบริเวณบ้าน และรองลงมาคือสวนสาธารณะ ซึ่งมีการนิยมออกกำลังกายครั้งละ 31-60 นาที มีความถี่ประมาณ 3-10 วันต่อเดือน ด้วยเหตุผลส่วนใหญ่ คือ อยากมีสุขภาพแข็งแรง และอยากมีระดับสุขภาพจิตที่เท่ากับหรือสูงกว่าคนทั่วไป เมื่อเปรียบเทียบกับวัยเดียวกันในผู้ที่ไม่ออกกำลังกาย และมีหลายกลุ่มที่นอกจากจะนัดกันไปออกกำลังกายแล้ว ยังชักชวนกันออกไปท่องเที่ยวอยู่บ่อยครั้ง (ดลนยา สุเวชเวทิน, 2561) โดยสวนสาธารณะที่เป็นที่นิยมในการไปทำกิจกรรมนันทนาการและออกกำลังกายของผู้สูงอายุกระจายอยู่ทั่วทุกพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร 10 อันดับ ได้แก่ สวนจตุจักร

สวนวชิรเบญจทัศ สวนลุมพินี สวนเบญจกิติ สวนเบญจสิริ สวนหลวง ร.9 สวนสันติภาพ สวนรมณีนาถ สวนสราญรมย์ และสวนสาธารณะศูนย์กีฬาบึงหนองบอน (BLT Bangkok, 2019) และสวนสาธารณะหลายๆแห่งในกรุงเทพมหานคร ยังได้รับการปรับปรุงให้เป็นสวนสาธารณะที่เป็นมิตรต่อผู้สูงอายุด้วย (สุรรัตน์ จำปาเงิน, 2560) และพบว่ากิจกรรมที่ผู้สูงอายุสนใจเมื่อได้ออกไปท่องเที่ยว คือ การดำน้ำ ปั่นจักรยาน เดินป่า ซี่ม้า หรือการไปแคมป์ปิ้ง (Naidoo, Ramseook-Munhurrun, Seebaluck & Janvier, 2015) การจากงานวิจัยพบว่าประสบการณ์การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในชีวิตประจำวันและคุณภาพชีวิตโดยรวมที่ดีขึ้นของผู้สูงอายุ (Kim, Woo & Uysal, 2015) อาจกล่าวได้ว่าการได้ออกไปท่องเที่ยวสามารถปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุให้ดีขึ้นได้ (สำนักสถิติสังคม, 2555)

ในปัจจุบันก็มีการแข่งขันกีฬาเพื่อสุขภาพเกิดขึ้นมากมายที่ผู้สูงอายุนิยมเข้าร่วม เช่น เดินวิ่งเพื่อสุขภาพ ฟันรัน มินิมาราธอน ฮาล์ฟมาราธอน ไปจนถึงฟูลมาราธอน 42.195 กิโลเมตร และอีกชนิดกีฬาที่กำลังได้รับความนิยมในกลุ่มผู้สูงอายุคือ การปั่นจักรยาน หรือแม้กระทั่งกีฬาไตรกีฬา ก็เริ่มมีผู้สูงอายุเข้าร่วมการแข่งขันมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งการแข่งขันนั้นอาจจะไม่ได้มุ่งหวังถึงผลแพ้ชนะ แต่เน้นถึงการออกกำลังกาย เป็นการแข่งเพื่อสุขภาพ เพื่อความสนุกสนานมากกว่า นอกจากนี้ผู้สูงอายุจะสนใจเข้าร่วมการแข่งขันประเภทกีฬามวลชนเพื่อสุขภาพแล้ว ยังพบว่ามีกีฬาเพื่อความเป็นเลิศที่เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆในหมู่ผู้สูงอายุเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นฟุตบอลอาวุโส หรือในหลายๆชนิดกีฬาที่อดีตนักกีฬายังคงเล่นกีฬากันอย่างต่อเนื่อง เพื่อสุขภาพและความสนุกสนาน หรือมีการตระเวนจัดแข่งขันไปตามสถานที่ต่างๆมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาอยากส่งเสริมให้มีการออกกำลังกายในทุกเพศทุกวัย จึงมอบหมายให้กรมพลศึกษาเป็นหน่วยงานหลักในการจัดแข่งขันกีฬาและนันทนาการผู้สูงอายุแห่งประเทศไทยขึ้น โดยมี 10 ชนิดกีฬา ได้แก่ กอล์ฟ หมากรุกไทย ลีลาศ วู้ดบอล เปตอง แบดมินตัน ตะกร้อวงเตะทน กรีฑา แอโรบิก และมวยไทยผู้สูงอายุ (พัชรี บอนคำ, 2560) โดยนอกจากจะมีผู้เข้าร่วมแข่งขันแล้วการมีการแข่งขันกีฬายังมีผู้ชมที่เข้าร่วมชมและเชียร์อีกจำนวนมากเช่นกัน พบว่าผู้สูงอายุชื่นชอบการชมการแข่งขันเดินยิมนาสติก และการแข่งขันจักรยาน ตามลำดับ (Sheresheva & Buzulukova, 2014) นอกจากนี้ผู้เข้าร่วมแข่งขันกีฬา ผู้ชมแล้ว ยังมีผู้ติดตามและผู้จัดงานอีกหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ล้วนนับเป็นนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จะเป็นตัวขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งสิ้น (Zajadacz, 2016)



ดังนั้นการจะออกไปท่องเที่ยวเชิงกีฬาองค์ประกอบการท่องเที่ยวจึงถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการท่องเที่ยว อาจกล่าวได้ว่าเป็นสิ่งดึงดูดหลักทางการท่องเที่ยว ที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือน นอกจากนั้นแล้ว องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวยังเป็นทั้งสิ่งสำคัญในการเพิ่มศักยภาพและคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวให้โดดเด่นและน่าสนใจ เป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ และยิ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก เข้าถึงได้ง่าย ก็จะกระตุ้นให้เกิดความต้องการที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ได้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวสูงอายุ ที่ให้ความสำคัญกับประเภทของยานพาหนะ (Romsa & Blenman, 1989) มีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับยานพาหนะสูง เพื่อให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก (Hong, Kim & Lee, 1999) นอกจากนั้นที่พักแรมระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ก็เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญตั้งแต่ก่อนออกเดินทางไปท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวสูงอายุ ที่ส่วนใหญ่จะมีการค้างคืน 1-2 คืน เมื่อออกเดินทางท่องเที่ยว (ปวีณ พิमान, 2560) และนักท่องเที่ยวสูงอายุยังต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ จากที่พักมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ เช่น ราวจับในห้องน้ำ ขนาดตัวอักษรที่ใหญ่กว่าปกติในเอกสารแสดงข้อมูลหรือป้ายต่างๆ (Ananth, DeMicco, Moreo & Howey, 1992) จากหลายๆ ครั้งที่วางแผนเดินทางท่องเที่ยวมักจะมีการวางแผนเรื่องที่พักเป็นเรื่องแรกๆ หากมีที่พักที่ถูกใจ สะดวกและใกล้แหล่งท่องเที่ยว ก็ส่งผลให้อยากเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ที่พักรวมจึงมีความสำคัญในตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวด้วย นอกจากนี้ยังมีกิจกรรม ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ ไม่ว่าจะเที่ยวที่ไหน หากมีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ ยิ่งมีนักท่องเที่ยวไปเยี่ยมเยือนมากเป็นพิเศษ หากแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น สวยงาม แล้วยังมีกิจกรรมที่น่าสนใจรวมเข้าไปด้วย ยิ่งเป็นการกระตุ้นให้เกิดการมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ได้ ในทางกลับกัน การมีกิจกรรมที่โดดเด่น ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่ม ก็ยิ่งเป็นการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวให้มีมูลค่าและชวนให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมได้เช่นกัน มีผู้คนจำนวนไม่น้อยที่ตั้งใจมาเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม เช่น การไปร่วมงานวิ่ง การไปปั่นจักรยานตามเมืองท่องเที่ยวที่มีทัศนียภาพที่สวยงาม การไปแข่งขันกีฬา หรือเข้าชมกีฬาที่ตนเองชื่นชอบ ไม่เพียงแค่นี้ไปทำกิจกรรม แต่ยังมี การไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงด้วย และถ้าแหล่งท่องเที่ยวที่ไปนั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ที่พร้อมจะให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ (ปวีตรา วิเศษ, 2558) ไว้คอยอำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวสูงอายุแล้ว ก็จะเป็นอีกปัจจัยที่นักท่องเที่ยวสูงอายุจะเลือกเดินทางไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ได้ ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งประเทศที่มีองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่เป็น

เอกลักษณ์และมีความหลากหลาย และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ทุกรูปแบบ ดังนั้นองค์ประกอบ การท่องเที่ยวต่างๆที่กล่าวมาจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรถูกพัฒนา ปรับปรุง เพื่อทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด ยิ่งๆขึ้นไป และสามารถกระตุ้นและส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวสูงอายุเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่ง ท่องเที่ยวต่างๆได้อย่างมีความสุขและสนุกกับกิจกรรมต่างๆที่แหล่งท่องเที่ยวได้จัดไว้ให้

ในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุนั้น คุณภาพบริการก็เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับ นักท่องเที่ยวสูงอายุ ในแง่ของความคาดหวังในคุณภาพบริการ จะทำให้เกิดการตัดสินใจออกเดินทาง ท่องเที่ยวในที่สุด การท่องเที่ยวเชิงกีฬามีเรื่องคุณภาพบริการเข้ามาเกี่ยวข้องตั้งแต่เริ่มต้น ไม่ว่าจะ เป็นการเลือกใช้บริการการค้นหาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา การใช้บริการการจองที่พัก การเดินทาง หรือบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้ก่อนการตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยวแต่ละครั้ง เนื่องจากคุณภาพบริการเป็นตัวชี้วัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบโดยผู้ ให้บริการถึงผู้รับบริการ ดังนั้นการบริการต้องมีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการให้ มากที่สุด (วรรณวิษา หนูมา, 2559) นักท่องเที่ยวสูงอายุมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นการบริการที่มี คุณภาพดี มีความพึงพอใจในการเลือกสินค้าและบริการ และต้องการการดูแลเอาใจใส่เป็นพิเศษจากผู้ ให้บริการ (จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย, 2557) ซึ่งนักท่องเที่ยวทุกคนต้องการได้รับบริการที่ตอบสนองต่อ ความต้องการของตนเองได้มากที่สุด โดยคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน อันได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของ บริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จัก และเข้าใจลูกค้า (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985) สิ่งเหล่านี้ย่อมมีความสำคัญและจำเป็น อย่างยิ่งในงานบริการทุกชนิด การมีคุณภาพบริการที่ดีนั้น นอกจากมีมาตรฐานตรงตามเกณฑ์แล้ว ยัง ต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการหรือความคาดหวังของนักท่องเที่ยวสูงอายุได้เป็นอย่างดีด้วย เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุจะมีความคาดหวังในคุณภาพบริการ ซึ่งเป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าใน คุณภาพบริการที่ผู้สูงอายุจะได้รับบริการจากการให้บริการต่างๆเมื่อออกเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา เมื่อเกิดความคาดหวังขึ้น สิ่งที่มาคือการตัดสินใจเลือกหรือทำเพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังของ ผู้สูงอายุเอง ดังนั้นผู้ให้บริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จึงต้องให้ความสำคัญกับความ คาดหวังของผู้สูงอายุที่มารับบริการ เพื่อจะได้ตอบสนองกับความต้องการของผู้สูงอายุให้ได้ดีที่สุด เพราะผู้สูงอายุจะตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยว เมื่อมีสิ่งตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง หากองค์ประกอบการท่องเที่ยว และคุณภาพบริการเป็นไปตามที่ผู้สูงอายุคาดหวังไว้ ย่อมเพิ่มโอกาส ให้ผู้สูงอายุออกเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้น

การออกเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุนั้น ไม่ว่าจะผู้สูงอายุจะมีจุดมุ่งหมายใดในการออกเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในฐานะผู้เข้าร่วมแข่งขันกีฬา เป็นผู้เล่นเอง เป็นผู้ชม หรือจะไปท่องเที่ยวเพื่อโยกหาอดีตก็ตาม องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 องค์ประกอบก็ยังคงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้สูงอายุจะต้องเข้าไปเกี่ยวข้องอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พักแรม ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริการทั่วไป และโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านกิจกรรม ที่เป็นองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ก็ยังเป็นสิ่งจำเป็นในการท่องเที่ยวทั้งสิ้น รวมถึงคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้านด้วย เพราะไม่ว่าจะออกเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาประเภทใดก็ตาม ความคาดหวังในคุณภาพบริการทั้งด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า รวมถึงการรู้จักและเข้าใจลูกค้า นั้น ก็ยังเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงและมีส่วนเกี่ยวข้องกับการออกเดินทางท่องเที่ยว เพื่อเป็นการประกอบการตัดสินใจในการออกเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุในแต่ละครั้งด้วย (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ทราบว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวและคุณภาพบริการเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆได้ รวมถึงด้วยกระแสความนิยมของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport tourism) ที่มีทั้งความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ตื่นเต้น ได้รับประสบการณ์และความรู้ใหม่ๆเพิ่มขึ้น (วรพงศ์ ภูมิบ่อพลับ, 2561) ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงกีฬามุ่งเน้นไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ ซึ่งผู้สูงอายุเป็นกลุ่มเป้าหมายได้ เพราะพฤติกรรมของผู้สูงอายุปัจจุบันเปลี่ยนไปจากเดิม คือ สามารถดูแลรักษาสุขภาพตัวเองให้แข็งแรงขึ้น แม้อายุจะมากขึ้น มีความกระตือรือร้นในการใช้ชีวิตและการเข้าร่วมกิจกรรม สนใจเรียนรู้สิ่งใหม่และต้องการพัฒนาตนเอง และในกลุ่มผู้สูงอายุที่มีสถานภาพทางการเงินมั่นคงพอมักจะชอบเดินทางท่องเที่ยว (สมยศ วัฒนากลมชัย และ เยาวลักษณ์ ยิ้มอ่อน, 2556) ทั้งยังใส่ใจเรื่องสุขภาพของตัวเอง ทั้งร่างกายและจิตใจ รวมทั้งสนใจเลือกท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความเครียด (ปรารธนา ศิริเบ็ญรัตน์, 2553) ประกอบกับนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลในอนาคต ที่จะทำให้ผู้สูงอายุเป็นตลาดหลักทางการท่องเที่ยว ดังนั้นเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมของประเทศไทยให้ก้าวเข้าสู่สังคมสูงอายุอย่างมีประสิทธิภาพและเตรียมความพร้อมทางการท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As และความคาดหวังคุณภาพบริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความคาดหวังคุณภาพบริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร
2. ความคาดหวังคุณภาพบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

### ขอบเขตของงานวิจัย

#### ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุที่มีสัญชาติไทย ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ทั้งเพศชายและเพศหญิง อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่สนใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำนวน 400 คน

#### ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาในครั้งนี้จะมุ่งศึกษาถึงความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As และความคาดหวังคุณภาพบริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ซึ่งตัวแปรที่ศึกษามีดังนี้

ตัวแปรต้น คือ ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As และความคาดหวังคุณภาพบริการ

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร

#### ขอบเขตด้านสถานที่

งานวิจัยชิ้นนี้จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้สูงอายุ ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ที่มีความสนใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งที่มีประสบการณ์และไม่มีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งจะเก็บข้อมูลในบริเวณ 10 สวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นสถานที่ที่ผู้สูงอายุ

นิยมทำกิจกรรมนันทนาการและออกกำลังกาย ได้แก่ 1) สวนลุมพินี 2) สวนเบญจกิติ 3) สวนสันติภาพ 4) สวนเบญจสิริ 5) สวนจตุจักร 6) สวนวชิรเบญจทัศ 7) สวนหลวง ร.9 8) สวนสราญรมย์ 9) สวนรมณีนาถ และ 10) สวนสาธารณะศูนย์กีฬาบึงหนองบอน (BLT Bangkok, 2019)

### ขอบเขตด้านเวลา

ทำการเก็บข้อมูลวิจัยในช่วงเดือน ธันวาคม 2562

### คำจำกัดความของงานวิจัย

**ปัจจัยที่ส่งผล (Factors affecting)** หมายถึง ปัจจัยความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว และปัจจัยความคาดหวังคุณภาพบริการ ของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ซึ่งเป็น 2 ปัจจัยที่ในการศึกษานี้ได้กำหนดให้เป็นตัวแปรต้นและตัวแปรอิสระ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นตัวแปรตาม

**ความคาดหวัง (Expectation)** หมายถึง ความคิดของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร ที่คาดการณ์ไว้เมื่อได้ออกไปท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่าจะต้องมีสิ่งใดบ้าง การจินตนาการถึงสิ่งต่างๆที่คาดหวังว่าจะได้รับเมื่อออกไปท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งในแง่ของความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวและความคาดหวังต่อคุณภาพบริการที่จะได้รับในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

**ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว (Expectation of 5As components)** หมายถึง ความคิด การคาดการณ์เกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ที่พักแรม แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และการบริการทั่วไป ที่ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ที่คาดหวังไว้ล่วงหน้าว่าจะพบเจอ ได้รับ ได้กระทำ เมื่อตัดสินใจออกไปท่องเที่ยวเชิงกีฬา

**ความคาดหวังคุณภาพบริการ (Expectation of service quality)** หมายถึง ความคิด การคาดการณ์เกี่ยวกับคุณภาพของการบริการในด้านต่างๆที่ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร คาดหวังจะได้รับจากการให้บริการตามแหล่งบริการ เมื่อตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งประกอบไปด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า

**องค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As (5As components of tourism)** หมายถึง สิ่งต่างๆที่ประกอบกันเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งในที่นี้มี 5 องค์ประกอบคือ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ที่พักแรม แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และการบริการทั่วไป

**การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)** หมายถึง ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

**ที่พักแรม (Accommodation)** หมายถึง ที่สำหรับค้างคืนสำหรับการไปท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ที่พักประเภทต่างๆ

**แหล่งท่องเที่ยว (Attractions)** หมายถึง สถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งในรูปแบบ การไปเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา (Active sport tourism) การไปร่วมชมกีฬา (Passive sport tourism) หรือการไปท่องเที่ยวตามสถานที่ที่ทำให้หวนรำลึกถึงความหลัง สถานที่ประวัติศาสตร์ทางการกีฬา (Nostalgia sport tourism) รวมถึงงานอีเวนต์กีฬา มหกรรมกีฬา หรือแม้กระทั่งสถานที่ท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมทางการกีฬาต่างๆ และสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ที่ได้ไปท่องเที่ยวในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา

**กิจกรรม (Activities)** หมายถึง กิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ การเข้าร่วมแข่งขันกีฬา การเข้าชมการแข่งขันกีฬา การทำกิจกรรมทางการกีฬาระหว่างออกเดินทางท่องเที่ยวทั่วไป หรือการได้เข้าชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์ทางการกีฬา รวมทั้งกิจกรรมทางการกีฬาในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆที่นักท่องเที่ยวสูงอายุได้มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยว

**การบริการทั่วไป (Ancillary)** หมายถึง บริการเสริมที่ช่วยอำนวยความสะดวกระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร ที่มีให้ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น บริการตู้กดเงินสด ร้านค้า ร้านอาหารต่างๆ ร้านขายของที่ระลึก ห้องน้ำ ที่จอดรถ สถานพยาบาล อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

**คุณภาพบริการ (Service quality)** หมายถึง คุณภาพของการบริการในด้านต่างๆที่ผู้สูงอายุคาดว่าจะได้รับเมื่อตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งประกอบไปด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า

**ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility)** หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ สภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร คาดหวังว่าจะได้รับการดูแล ห่วงใย และเอาใจใส่จากผู้ให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

**ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)** หมายถึง ความสามารถในการให้บริการที่ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของการบริการในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานครคาดหวังไว้ ความสม่าเสมอนี้จะทำให้ผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร คาดหวังว่าการบริการที่ได้รับนั้นจะมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

**การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)** หมายถึง ความคาดหวังถึงความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานครได้อย่างทันท่วงที ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร สามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว

**การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)** หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับ ผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร คาดหวังว่าจะได้รับในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา

**การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)** หมายถึง ความคาดหวังถึงความสามารถในการดูแลและเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร ในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน

**การตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว (Decision making to travel)** หมายถึง การตัดสินใจว่าจะออกเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยปกติของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร ไปยังแหล่งท่องเที่ยว โดยในการเดินทางในครั้งนั้น มีกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอยู่ด้วย

**การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports tourism)** หมายถึง การที่ ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร เดินทางออกจากถิ่นที่อยู่โดยปกติเพื่อไปท่องเที่ยวเชิงกีฬายังอีกสถานที่หนึ่ง เป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี โดยมีการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมในการท่องเที่ยว ได้แก่ การเป็นผู้เล่นในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬา การเป็นผู้ชมในการแข่งขันกีฬาต่างๆ และการไปท่องเที่ยวเชิงกีฬาแบบหย่อนใจ เช่น การไปเที่ยวงานประเพณีแข่งเรือยาว การไปถ่ายรูปที่สนามจัดแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ที่ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพ เป็นต้น รวมทั้งการท่องเที่ยวอื่นๆที่มีกิจกรรมทางการกีฬาระหว่างท่องเที่ยวด้วย เช่น การไปท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมดำน้ำ พายเรือ ให้ทำระหว่งท่องเที่ยว

**ผู้สูงอายุ (Senior)** หมายถึง ผู้ที่มีสัญชาติไทย เพศชาย หรือ หญิง มีอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้

1. ได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นการเตรียมตัวรับมือกับสังคมสูงอายุ และการรับสถานการณ์การท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปในอนาคต

2. ได้ทราบถึงความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As และความคาดหวังคุณภาพบริการที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง พัฒนาการบริการให้ตรงตามความคาดหวังของกลุ่มผู้สูงอายุ





## บทที่ 2

### เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ค้นคว้าข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการทำงานวิจัยในครั้งนี้ โดยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวและองค์ประกอบการท่องเที่ยว
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวสูงวัยและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงวัย
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวและองค์ประกอบการท่องเที่ยว

##### ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์การสหประชาชาติได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2506 (ค.ศ. 1963) องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี และได้ให้คำจำกัดความของคำว่า การท่องเที่ยว ไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุม แต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไม่พำนักอยู่เป็นการถาวร

องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : W.T.O.) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ไม่เกิน 1 ปี) เดินทางด้วยความสมัครใจ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อดูธรรมชาติและวัตถุประสงคืใดๆก็ได้ แต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

ไพฑูรย์ พงศบุตร และ วิลาสวงศ์ พงศบุตร (2542) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่น ซึ่งไม่ใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราวโดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้

สมบัติ กาญจนกิจ (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายกว้างขวาง มิได้มีเฉพาะการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อสนุกสนานบันเทิงรื่นรมย์ดังที่คนส่วนมากเข้าใจ การเดินทางเพื่อการเข้าประชุม สัมมนา เพื่อหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมญาติพี่น้อง ก็นับเป็นการท่องเที่ยวด้วยทั้งสิ้น

นิตา ชัชกุล (2550) ให้ความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวว่า เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบไปด้วยปัจจัย 3 ประการคือ การเดินทาง การพักค้างคืน และการกินอาหารนอกบ้าน

ฐิรชญา มณีเนตร (2552) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจและเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา การเดินทางเพื่อการศึกษา (ระยะสั้น) การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนาหรือเจรจาธุรกิจ การเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้องหรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การออกเดินทางออกจากถิ่นที่อยู่อาศัยปกติ ไปยังอีกที่หนึ่งที่เรียกว่าแหล่งท่องเที่ยว ด้วยความสมัครใจเป็นการชั่วคราว และเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การเยี่ยมญาติ การประชุม สัมมนา การเจรจาทางธุรกิจ หรือเพื่อการศึกษา โดยวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

### องค์ประกอบการท่องเที่ยว

มีนักวิชาการหลายท่านได้สรุปองค์ประกอบท่องเที่ยวไว้ใกล้เคียงกัน ดังนี้

Collier (2006) ได้กล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพว่า ต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ประการ หรือ 3As อันได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ที่เกิดจากสถานที่ (Site) หรือเหตุการณ์ (Event) โดยสถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจนั้น เกิดจากมนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้น

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึงบริเวณพื้นที่และโครงสร้างของสิ่งปลูกสร้างต่างๆ ที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับกิจกรรมของผู้มาเยือนและกิจกรรมในการบริหารจัดการพื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว การก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน เช่นระบบขนส่ง ระบบสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว เพราะจะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวด้วย

3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) หมายถึงระบบขนส่ง (Transportation) ประกอบด้วยเส้นทาง ยานพาหนะ และผู้ประกอบการขนส่งเพื่อลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) ได้สรุปเพิ่มเติมว่า การที่นักท่องเที่ยวจะไปเยี่ยมชมทรัพยากรท่องเที่ยวใดๆก็ตาม มักจะขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการ หรือ 3As ได้แก่

1. ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยว ที่จะต้องมีสิ่งดึงดูดใจอย่างใดอย่างหนึ่งในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่นั้นๆ ทรัพยากรท่องเที่ยวแต่ละประเภทจะมีความดึงดูดใจที่แตกต่างกันออกไป โดยนักท่องเที่ยวแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่มก็มีความสนใจสิ่งดึงดูดของทรัพยากรท่องเที่ยวแต่ละประเภทไม่เหมือนกัน นอกจากนี้เรื่องของราคาค่าเข้าชมทรัพยากรท่องเที่ยว ยังมีส่วนในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

2. ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีเส้นทางคมนาคมเข้าถึง (Accessibility) เป็นปัจจัยที่สำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยว ที่ต้องมีเส้นทางหรือโครงข่ายคมนาคมที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ และเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย เส้นทางคมนาคมจึงต้องสามารถเชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับบริเวณใกล้เคียงได้ อาจจะเชื่อมโยงด้วยถนน สถานีขนส่งทางรถยนต์ ท่าเรือ หรือท่าอากาศยาน

3. ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นองค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยปกติแล้วทางรัฐบาลจะเป็นผู้จัดหา และบริการให้แก่ประชาชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวให้ได้รับความสะดวกสบาย และความประทับใจ โดยสิ่งอำนวยความสะดวกนั้น ปกติจะมีไว้ให้บริการประชาชนในท้องถิ่นอยู่แล้ว ซึ่งเป็นผลพลอยได้สำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามา ก็จะได้ใช้

บริการสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ด้วย ซึ่งจำแนกประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

3.1 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวประเภทการเข้าออกเมือง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญอันดับต้นๆ เพราะเป็นประตูแรกที่นักท่องเที่ยวจะผ่านเข้ามาสู่ประเทศ ถ้าหากทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจได้ นักท่องเที่ยวก็จะอยากกลับมาเที่ยวซ้ำ

3.2 สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทนี้เป็นสิ่งจำเป็นต่อการยังชีพของมนุษย์ หรือที่เรียกกันว่า สาธารณูปโภค โดยปกติแล้วรัฐบาลจะสร้างไว้ให้บริการแก่ประชาชนประเทศได้ใช้ เป็นการอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนในประเทศ ได้รับความสะดวกสบาย ประเทศที่มีระบบสาธารณูปโภคที่ดี ประชาชนในประเทศย่อมมีคุณภาพชีวิตที่ดี นอกจากจะเป็นประโยชน์แก่ประชาชนในประเทศเองแล้ว นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวยังได้รับประโยชน์ด้วย จึงทำให้เกิดความประทับใจและนักท่องเที่ยวอยากกลับมาเที่ยวซ้ำได้

Boniface and Cooper (1994) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่สำคัญที่จะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะประกอบไปด้วย 4As ดังต่อไปนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) แหล่งท่องเที่ยวควรมีลักษณะที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว มีลักษณะชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

2. การเข้าถึง (Accessibility) หากแหล่งท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่าย มีความสะดวกสบายต่อการเข้าถึง มักจะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มาก

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) แหล่งท่องเที่ยวควรก่อให้เกิดความประทับใจ สุขใจ และซาบซึ้งในการเที่ยวชม สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆจึงเป็นตัวช่วยให้เกิดความประทับใจ

4. บริการเสริมที่คนในท้องถิ่นเป็นผู้จัดหาขึ้นมาเอง (Ancillary Service) หน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวควรจัดสรรบริการด้านต่างๆให้กับนักท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มายังสถานที่ท่องเที่ยว

ชูสิทธิ์ ชูชาติ (2538) กล่าวว่า การท่องเที่ยวมีปัจจัยหลายอย่างเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ และแหล่งบันเทิง

1.1 แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เกิดจากลักษณะทางธรรมชาติที่สวยงามน่าประทับใจ กระจายอยู่ทั่วทุกพื้นที่ เช่น อ่าว แหลม เกาะ หน้าผา โขดหิน ภูเขา ฯลฯ สิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติเหล่านี้ ทำให้มนุษย์เดินทางไปที่ท่องเที่ยวยังสถานที่เหล่านั้น นอกจากนี้สภาพภูมิอากาศก็เป็นสิ่งดึงดูดใจอย่างหนึ่งในการท่องเที่ยว ทำให้คนเกิดความประทับใจและกลับไปเยือนสถานที่นั้นอีกครั้งหนึ่ง และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่งในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ถ้าที่ตั้งห่างไกลและขาดสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง ความต้องการเดินทางไปที่ท่องเที่ยวก็ลดลง แม้ว่าสถานที่นั้นจะน่าประทับใจก็ตาม

1.2 วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในเขตพื้นที่ต่างๆ แสดงออกถึงวัฒนธรรมของพื้นที่นั้นๆ อาจเหมือนกันหรือแตกต่างกัน บางครั้งวัฒนธรรมอาจแสดงออกในรูปแบบของศาสนา สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตของประชาชน จารีตประเพณี ทั้งในอดีตและปัจจุบัน

1.3 ชาติพันธุ์ หลายครั้งเหตุผลของการท่องเที่ยวของคน คือมีความต้องการที่จะกลับไปเยี่ยมแผ่นดินเกิดของตนเอง เพื่อเยี่ยมญาติพี่น้อง และเพื่อน ที่บ่งบอกถึงชาติพันธุ์ของคนแต่ละกลุ่ม

1.4 แหล่งบันเทิง คำว่าแหล่งบันเทิงในแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สวนสัตว์ สวนสาธารณะ สนามกีฬา สวนสนุก ฯลฯ ไม่ได้หมายถึงเพียงแค่สถานบันเทิงเรีงรมย์อย่างเดียว แหล่งท่องเที่ยวที่ผู้คนสนใจจะไปท่องเที่ยว อาจจะต้องมีแหล่งบันเทิงสำหรับพักผ่อนหย่อนใจจัดไว้ด้วย โดยแหล่งบันเทิงที่ดี มีกิจกรรมที่จัดให้ผู้เยี่ยมชมได้เข้าร่วมด้วย ไม่ใช่การมานั่งชมเพียงอย่างเดียว

## 2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

สิ่งดึงดูดในด้านการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยชักนำผู้คนให้ไปยังแหล่งท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ดังกล่าวแล้ว สิ่งจำเป็นอย่างหนึ่งที่จะต้องมีการอำนวยความสะดวก และบริการต่างๆ เพราะนักท่องเที่ยวยามเดินทางห่างไกลบ้าน ย่อมต้องการสิ่งจำเป็นหลายอย่างในการตอบสนองความต้องการของชีวิต สิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในการท่องเที่ยวมี 3 ประการ ได้แก่

2.1 ที่พัก เป็นสิ่งสำคัญในการเดินทาง นักท่องเที่ยวอาจพักกับญาติหรือเพื่อน แต่อีกส่วนหนึ่งก็ต้องการที่พักซึ่งต้องเช่าอาศัยชั่วคราวในแหล่งท่องเที่ยว ที่พักอาจมีหลายประเภท เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสเฮาส์ หรือที่พักลักษณะอื่นๆ

2.2 ร้านอาหารและเครื่องดื่ม เมื่อออกเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะมีค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มมากกว่าปกติ การจัดการด้านอาหาร จึงควรมีทั้งอาหารประจำชาติของนักท่องเที่ยวและอาหารท้องถิ่น เพราะอาหารทั้งสองประเภทนี้เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ

2.3 สถานบริการ เป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการอำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยว ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวควรจัดให้มีเพียงพอกับความต้องการ เช่น ร้านค้าขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานที่นั่งพัก ฯลฯ การลงทุนจัดกิจกรรมด้านนันทนาการบางอย่างก็ลงทุนไม่สูงมาก เช่น การปั่นหน้าผา การดำน้ำดูปะการัง การว่ายน้ำ การเล่นเรือ การขี่ม้า ฯลฯ เพื่อเป็นการสร้างงานและการกระจายรายได้อย่างหนึ่งให้แก่คนในท้องถิ่น ในด้านร้านขายของที่ระลึก นอกจากการฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมแล้ว ยังเป็นการสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นแก่ประเทศชาติอีกทางหนึ่งด้วย

### 3. การขนส่ง (Transportation)

การที่ผู้คนที่ต้องการเดินทางไปสู่สถานที่ที่มีความแตกต่างในด้านวัฒนธรรม ภูมิอากาศ และภูมิประเทศ เพื่อสัมผัสสิ่งที่แปลกออกไปจากปรากฏการณ์เดิม จึงเป็นเหตุผลของการออกเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้นการขนส่งจึงเป็นสิ่งสำคัญในการจะนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกสบาย รวดเร็ว และปลอดภัย การเดินทางของนักท่องเที่ยวไม่ได้วัดในรูปแบบของระยะทาง แต่วัดด้วยเวลาของการเดินทางไปถึง แม้ว่าระยะทางไกล มีทางที่จะทำให้ใช้เวลาเดินทางได้น้อยลง นักท่องเที่ยวก็พร้อมที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น

### 4. การต้อนรับ (Hospitality)

การต้อนรับของคนในพื้นที่นับเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวไม่น้อยไปกว่าสภาพความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นพื้นที่ใดเป็นแหล่งท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับการต้อนรับด้วยเช่นกัน

แต่ยังมีนักวิชาการหลายท่าน ได้แบ่งย่อยองค์ประกอบการท่องเที่ยวออกเป็น 5 องค์ประกอบ เช่น เท็ดชาย ช่วยบำรุง (2551) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบทรัพยากรท่องเที่ยวควรมีอย่างน้อย 5 ประการ ดังนี้

1. การเข้าถึง (Accessibility) หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึง คมนาคมไปถึงสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้เป็นอย่างดี เช่น มีถนนคอนกรีต ถนนลาดยาง อยู่ในสภาพที่ดี เข้าถึงง่าย สะดวกสบาย รวมไปถึงสามารถเดินทางไปได้โดยวิธีอื่นๆด้วย

2. กิจกรรม (Activity) หมายถึง นอกจากเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวแล้ว ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่ท่องเที่ยวหลายๆแห่ง ที่มีกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์แบบ เช่น การเดินป่า การปั่นจักรยาน การศึกษาธรรมชาติ การพายเรือ การถ่ายรูป เป็นต้น

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเตรียมไว้สำหรับนักท่องเที่ยวอย่างครบครันและเพียงพอ เช่น ด้านสาธารณูปโภค น้ำประปา ไฟฟ้า ถนน โทรศัพท์ สถานีตำรวจ โรงพยาบาล รวมถึงที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และจุดบริการนักท่องเที่ยว

4. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวได้ เช่น ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว หรืออาจจะเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ

5. ที่พัก (Accommodation) หมายถึง ภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหรือบริเวณใกล้เคียงต้องมีที่พักไว้เพื่อบริการนักท่องเที่ยว

พยอม ธรรมบุตร (2549) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภทเช่นกัน คือ

1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) หมายถึง การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น ระบบคมนาคมขนส่ง สนามบิน ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่ง ทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง(Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว(Attraction) ได้อย่างสะดวกสบาย

2. ที่พักแรม (Accommodation) หมายถึง การมีที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการค้างคืนไว้คอยรองรับความต้องการ ได้แก่ ที่พักประเภทต่างๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรมประเภทที่ต่างกันจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับที่ต่างกันด้วย ซึ่งจะทำให้มีราคาและค่าบริการในระดับต่างกันตามมา ได้แก่ ภัตตาคาร สระว่ายน้ำ ฟิตเนสเซนเตอร์ ซาวน่า ศูนย์กลางธุรกิจและสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้เป็นตัวบ่งชี้ถึงระดับราคาของที่พักก็ได้

3. แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญมากที่สุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวได้

4. กิจกรรม (Activities) กิจกรรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมนันทนาการนับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบันเพราะการท่องเที่ยว ไม่ได้หมายถึงเพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติเท่านั้น แต่ยังเป็นการทำให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ การเดินป่า การล่องแก่งในแม่น้ำ การปีนหน้าผา การดำน้ำ การตกปลาหมึกในทะเลลึก เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้

5. การบริการทั่วไป (Ancillary) บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว อาทิเช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา ลานจอดรถ ตู้กดเงินสด เป็นต้น

Dickman (1997) กล่าวว่า สิ่งดึงดูดใจ จัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น ซึ่งสามารถแบ่งแยกเป็นสถานที่สำคัญทางศาสนา หาดทราย ชายหาด ภูเขา อุทยานแห่งชาติ เทศกาลต่างๆหรือสถานที่ที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่ยอดนิยม และโดยทั่วไปแล้วสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมักจะมีสิ่งดึงดูดใจมากกว่าหนึ่งอย่าง อาทิ อุทยานประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่า เช่น สถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ ความเป็นมา ประวัติศาสตร์ ฯลฯ และปัจจัย 5As ที่แสดงถึงความต้องการที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยว มีดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เช่น สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ (Natural attractions) สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built attractions) รวมถึงกิจกรรมที่มนุษย์จัดขึ้น ซึ่งเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว เช่น สวนสนุก และกิจกรรมการประชุม (Meeting, Incentive, Exhibition, Convention (MICE)) สิ่งดึงดูดใจเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural attractions) สิ่งดึงดูดใจเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social attractions)

2. กิจกรรม (Activities) สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมที่มีความหลากหลาย เพื่อรองรับให้ตรงตามความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยว โดยกิจกรรมนั้น นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น การมีกิจกรรมนั้นเพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมที่เกี่ยวกับการจับจ่ายใช้สอย กิจกรรมทางทะเล เช่น ดำน้ำ ว่ายน้ำ ปีนจักรยาน เป็นต้น



3. การเข้าถึง (Access) สภาพการเข้าถึง (เส้นทางคมนาคม) หมายถึง สภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มีความสะดวกสบาย เหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด โดยมักจะพิจารณาจากระยะทางจากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมือง ซึ่งจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น เป็นต้น พิจารณาจากลักษณะการเดินทางว่าเป็นอย่างไร เช่น โดยรถยนต์ เรือ หรือการเดินทาง สภาพของเส้นทางเอื้ออำนวยต่อการเดินทางมากน้อยเพียงใด มีสภาพเป็นถนนคอนกรีต ลาดยาง ลูกรัง หรือถนนดิน ถ้าเป็นแม่น้ำลำคลอง ต้องใช้เรือหรือแพ มีสิ่งกีดขวางหรือไม่ และถ้าเป็นทางเท้า สภาพทางเดินดีหรือไม่ ระยะทางเดินเหมาะกับนักท่องเที่ยวเพียงใด การจัดหาพาหนะได้สะดวกหรือไม่ และค่าจ้างแพงหรือถูก เป็นต้น ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสภาพการเข้าถึงอาจพิจารณาได้จาก ความสะดวก อุปสรรคหรือสิ่งกีดขวาง การเดินทาง ลักษณะการเดินทางและสภาพถนน การคมนาคมขนส่งและความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว เช่น เที่ยวบิน การตรวจคนเข้าเมือง รถโดยสารสาธารณะ สภาพถนนหนทาง นอกจากนี้การเข้าถึงในแหล่งท่องเที่ยวยังหมายถึง สิ่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น เช่น การลงเว็บไซต์ เป็นต้น

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวและระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถจะใช้ได้ อย่างสะดวกสบายมากน้อยเพียงใด เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานเริงรมย์ สถานบริการอื่น ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล สถานีตำรวจ หรือระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะพิจารณาทั้งปริมาณและคุณภาพควบคู่กันไป และถ้าหากในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วน ก็จะพิจารณาถึงความสะดวกและความใกล้เคียงที่จะไปอาศัยใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากแหล่งชุมชนข้างเคียงได้ยากง่ายเพียงใด ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสิ่งอำนวยความสะดวก อาจพิจารณาได้จากระบบสาธารณูปโภค/สาธารณูปการ การให้บริการที่พัก สถานบริการต่าง ๆ ระบบสื่อความหมายและระบบการจัดการ ตัวอย่างสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination amenities) เช่น ร้านอาหาร ร้านค้า บริษัทบริการการท่องเที่ยว ร้านของที่ระลึก การบริการอื่นๆ อาทิ ร้านตัดผม การบริการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ร้านเช่ารถ ตู้กดเงินสด ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือและเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โรงพยาบาล สถานีตำรวจ เป็นต้น

5. ที่พัก (Accommodation) สถานที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอ พร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคาและการบริการ และมีความเหมาะสมต่อสถานที่ โดยที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก จะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและมีความปลอดภัย ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสเฮาส์ อพาร์ทเมน โฮสเทล โฮมสเตย์ เป็นต้น

ศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2561) กล่าวว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวหรือทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เนื่องจากสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวได้ แบ่งองค์ประกอบการท่องเที่ยวออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) คือ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยหลักต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อของนักท่องเที่ยว และมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเกิดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทาง (Middleton, 1994) สิ่งดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆอาจมีความแตกต่างกัน แต่โดยรวมแล้วสิ่งดึงดูดใจสามารถแบ่งเป็น 4 ประเภท คือ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural attractions) สถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built attractions) สถานที่ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural attractions) และสถานที่ท่องเที่ยวเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social attractions)

2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) หมายถึง การคมนาคมขนส่ง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย โดยแบ่งเป็น 3 ทางคือ ทางบก มีถนนที่พาดหะต่างๆผ่านเข้าออกได้อย่างสะดวก หรือมีบริการรถไฟ ทางน้ำมีท่าเทียบเรือ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ทางอากาศ มีท่าอากาศยานที่ทันสมัย มีสายการบินมาลงหลายสาย พิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร มีการผ่อนปรนระเบียบพิธีการเข้าเมืองให้สะดวก รวดเร็ว นอกจากนี้ยังรวมถึงการเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทางอื่นเช่น การประชาสัมพันธ์ข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์ เป็นต้น

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) สถานที่ท่องเที่ยวควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร สถานที่ออกกำลังกาย สถานบันเทิง ห้างสรรพสินค้า ตลอดจน มีบริการให้ข่าวสาร บริการขนส่งโดยเฉพาะสำหรับบุคคลที่มีจุดประสงค์การเดินทางเพื่อ

ธุรกิจ การคมนาคมที่สะดวกนับได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งบริการต่างๆเหล่านี้ สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวได้

4. การจัดรูปแบบการให้บริการเป็นชุด (Available packages) การบริการจัดการท่องเที่ยวเป็นชุด หรือที่เรียกว่า แพคเกจ เป็นการจัดการบริการหลายๆอย่างไว้รวมกัน เช่น ที่พัก การขนส่ง อาหาร เป็นต้น ซึ่งจะมีค่าบริการที่ถูกลงกว่าในกรณีแยกใช้บริการทีละอย่าง โดยจะดึงดูดใจให้ลูกค้าเห็นถึงความคุ้มค่า สะดวก ครบครัน และเลือกใช้บริการมากกว่าการเลือกใช้บริการเพียงอย่างเดียวอย่างหนึ่ง ลักษณะของแพคเกจนั้น อาจจะมีทั้งแพคเกจที่นำเสนอในเมนูตลอดทั้งปี และแพคเกจที่จัดขึ้นเฉพาะช่วง

5. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) สถานที่ท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลายที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ และนักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวนั้นได้อย่างสะดวก ะหว่างอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น

6. การบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ (Ancillary service) การบริการต่างๆที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ เช่น ธนาคาร ไปรษณีย์ โรงพยาบาล สถานที่บริการโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต เป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่จะสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ดังนั้น หน่วยงานที่จะรับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยว จำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวด้วย

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่สำคัญ 5 องค์ประกอบ ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ที่พักแรมเพื่อการค้างคืนสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เป็นสิ่งดึงดูดหลักไม่ว่าจะเป็นสถานที่จัดงานกีฬา แหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมทางการกีฬา หรือสถานที่ประวัติศาสตร์ทางการกีฬา รวมถึงค่ายฝึกกีฬาด้วย ส่วนกิจกรรม ก็รวมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬาทั้งเป็นกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริมที่ได้ทำเมื่อออกเดินทางท่องเที่ยว และการบริการทั่วไปที่จำเป็นสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุ เช่นสถานพยาบาลที่ใกล้เคียง ร้านขายของที่ระลึกจากงานกีฬา ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นต้น จากการทบทวนวรรณกรรมที่กล่าวมาข้างต้นพบว่าจากการศึกษาของ พยอม ธรรมบุตร (2549) มีเนื้อหาที่ครอบคลุมและครบองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่จะต้องมีทั้งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการจะค้างคืน มีกิจกรรมซึ่งเป็นกิจกรรมทางการกีฬาที่นักท่องเที่ยวต้องเข้าไปปฏิสัมพันธ์ด้วย รวมถึงการบริการอื่นๆที่พึงมีเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว จึงเป็นปัจจัยที่

ผู้ทำวิจัยต้องการนำมาศึกษา ว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As อันประกอบด้วย การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ที่พักแรม (Accommodation) แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) กิจกรรม (Activities) และการบริการทั่วไป (Ancillary) นั้น มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานครหรือไม่อย่างไร

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

#### ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา (2560) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่า เป็นการเดินทางออกจากถิ่นที่อยู่หรือถิ่นที่ประกอบอาชีพอยู่โดยปกติ เพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ ไปยังอีกสถานที่หนึ่ง เป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี โดยมีการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมในการท่องเที่ยว ซึ่งวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางอาจจะเป็นการเข้าร่วมในกิจกรรมกีฬานั้นหรือไม่ก็ได้

Standeven and De Knop (1999) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา คือ การเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬาทุกรูปแบบ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ที่ทำให้จำเป็นต้องออกเดินทางจากบ้าน ซึ่งอาจเป็นแบบไม่เป็นทางการหรือเป็นทางการก็ได้โดยผลที่ไม่ใช่เชิงพาณิชย์หรือธุรกิจ และมีการเดินทางออกจากถิ่นที่อยู่หรือที่ทำงานโดยปกติ

Ruskin (1987) ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่า เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมของประชาชน ในระหว่างช่วงเวลาแห่งการพักผ่อน เช่น ช่วงวันหยุดที่ใช้สถานที่ซึ่งมีความดึงดูดใจทางธรรมชาติเป็นพิเศษ และมีกิจกรรมกีฬา สิ่งอำนวยความสะดวกกลางแจ้งเพื่อการนันทนาการด้านกายภาพ

Gibson (2003) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นการออกเดินทางชั่วคราว เพื่อชมหรือเข้าร่วม กิจกรรมการออกกำลังกายหรือกีฬา หรือการไปเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวแล้วได้เข้าร่วมกิจกรรมการออกกำลังกาย กิจกรรมกีฬา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการท่องเที่ยวนั้นด้วย

Weed and Bull (1997) และ Yiannakis (2002) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นกิจกรรมนันทนาการอย่างหนึ่งที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกีฬา โดยกิจกรรมนันทนาการนั้นมีเป้าหมายเพื่อการออกกำลังกาย หรือส่งเสริมสุขภาพ รวมถึงการเข้าร่วมอีเวนต์กีฬา (Sporting events) แหล่งท่องเที่ยว และรวมถึงการไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางกีฬา เช่น พิพิธภัณฑสถานกีฬาต่างๆ เป็นต้น

Hinch and Higham (2011) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นการออกเดินทางไปยังสถานที่อื่น ซึ่งมีกีฬาเป็นส่วนสำคัญในการเดินทาง

Hritz and Ross (2010) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ซึ่งเป็นที่ที่มีการจัดกิจกรรมกีฬา ที่ได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเล่นกีฬาหรือนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา และสร้างผลประโยชน์ทางธุรกิจในท้องถิ่น

กล่าวโดยสรุปคือ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การออกเดินทางจากถิ่นที่อยู่ปกติของตนเอง ไปยังอีกสถานที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว ไม่เกิน 1 ปี โดยเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬาทุกรูปแบบ ทั้งทางตรงและทางอ้อม อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เข้าร่วมอย่างตั้งใจ หรือบังเอิญก็ได้ หรือมีการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางอาจจะไม่ใช่เพื่อกิจกรรมทางการกีฬาก็ได้

#### **ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา**

Gibson (2003) ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อการเล่นกีฬา (Active sport tourism) การท่องเที่ยวในงานหรือมหกรรมกีฬา (Sport event tourism) และการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความทรงจำ (Nostalgia sport tourism) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อการเล่นกีฬา (Active sport tourism) เป็นประเภทที่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเข้าร่วมเล่นกีฬาโดยตรง สามารถแบ่งนักท่องเที่ยวนี้ออกเป็น 2 กลุ่มย่อย คือ นักท่องเที่ยวเพื่อการเล่นกีฬาเป็นงานอดิเรก (Hobbyist) และนักท่องเที่ยวยุติการเพื่อการเล่นกีฬาในการแข่งขัน (Activity participant)

2. การท่องเที่ยวในงานหรือมหกรรมกีฬา (Sport event tourism) เป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สามารถแบ่งผู้เข้าร่วมได้เป็น 2 ส่วน ได้แก่ ผู้ชม (Spectators) และนักกีฬา (Competitors) หากเป็นการแข่งขันที่มีผู้ชมเป็นจำนวนมากและมีนักกีฬาเป็นจำนวนน้อย จะเรียกได้ว่าเป็น การท่องเที่ยวในงานหรือมหกรรมกีฬาระดับสูง (Elite event sport tourism) ซึ่งการแข่งขันในรูปแบบนี้ เช่น มหกรรมกีฬาโอลิมปิกเกมส์ (Olympic Games) และการแข่งขันฟุตบอลโลก (FIFA World Cup) จะเป็นกิจกรรมที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศได้อย่างมหาศาล ในทางตรงกันข้าม หากมีผู้เข้าชมจำนวนน้อยและมีนักกีฬาเป็นจำนวนมาก จะเรียกได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวในงานหรือมหกรรมกีฬา

ทั่วไป (Nonelite event sport tourism) เช่น การแข่งขันกีฬาภายในองค์กร การแข่งขันกีฬาแห่งชาติ เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความทรงจำ (Nostalgia sport tourism) เป็นการเดินทางไปเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ที่มีความสำคัญทางด้านกีฬา เช่น การเยี่ยมชมสนามฟุตบอลในขณะที่ไม่ได้มีการแข่งขัน การเข้าค่ายฝึกกีฬา (Fantasy camp) หรือการเข้าชมพิพิธภัณฑ์กีฬา (Sport museum) เป็นต้น

Worapinij Phakahnun, Kanittinsuttitong Nutworadee and Jantarakolika Korbkul (2017) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถแบ่งออกเป็นได้ 5 ประเภท ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางธรรมชาติ (Natural sports tourism) เป็นการจัดกิจกรรมกีฬาโดยใช้สถานที่ทางธรรมชาติ เช่น การวิ่ง ปั่นจักรยาน ว่ายน้ำในทะเล ดำน้ำ ปีนหน้าผา เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made sports tourism) คือ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ใช้สถานที่ที่ถูกสร้างโดยมนุษย์ในการจัดกิจกรรมกีฬา เช่น กอล์ฟ ฟุตบอล และรักบี้ มีการสร้างสนามกีฬาขึ้นมาเพื่อจัดการแข่งขันกีฬาต่างๆขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือน รวมไปถึงสนามแข่งรถประเภทต่างๆ ที่ถูกสร้างขึ้นมารับรองการจัดการแข่งขัน มอเตอร์สปอร์ต นอกจากนี้ยังรวมพิพิธภัณฑ์ทางการกีฬา หรือสถานที่ที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้หวนคิดถึงอดีตด้วย

3. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ผสมผสานระหว่างธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น (Natural and man-made sports tourism) เป็นการท่องเที่ยวไปในที่ที่มนุษย์ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติให้เป็นสถานที่จัดกิจกรรมทางกีฬา เช่น เส้นทางวิ่งมาราธอน ทางปั่นจักรยาน ในรีสอร์ตหรือรีสอร์ตบนเขาสูงในออสเตรเลีย ที่เป็นสกี รีสอร์ทในหน้าหนาว และในขณะเดียวกันก็มีสนามเทนนิส สนามกอล์ฟ สระว่ายน้ำ การขี่ม้า ในช่วงหน้าร้อน (Markovic & Petrovic, 2013) หรือนักท่องเที่ยวที่ชอบไปท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาจะได้สัมผัสกับทั้งภูมิประเทศที่สวยงามและกิจกรรมทางกีฬาให้เล่นมากมาย เช่น กอล์ฟ ฟุตบอล แบดมินตัน ปีนเขา ปีนหน้าผา ขับรถATV หรือกีฬาผาดโผนอื่นๆอีกมากมาย


4. Sports tourism event เป็นการจัดอีเวนต์ทางการกีฬาขึ้นมาโดยเฉพาะ ซึ่งจัดขึ้นมาเพื่อดึงดูดทั้งนักกีฬา ผู้เข้าแข่งขันและในขณะเดียวกันก็มุ่งหวังจะดึงดูดผู้ชมด้วย อีเวนต์กีฬาต่างๆรวมถึงกีฬาโอลิมปิกเกมส์ (Olympic games) เอเชียเกมส์ (Asian Games) ซีเกมส์ (SEA games) ฟุตบอลโลก (FIFA world cup) ฟุตบอลชิงแชมป์ยุโรป (UEFA European football championship

) และกีฬาชิงแชมป์โลกประเภทต่างๆ จะมีตารางการจัดการแข่งขันล่วงหน้า โดยฝ่ายจัดงานจะต้องเข้าใจวัฒนธรรมและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จะได้จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้เพียงพอและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่

5. Traditional sports กีฬาประจำชาติ เป็นกิจกรรมกีฬาที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อมาเข้าร่วมชมกีฬาประจำชาติ โดยกีฬาประเภทนี้เป็นที่นิยมของคนในประเทศนั้นๆ มีวิธีการเล่นที่มาจากวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น จนกลายเป็นเหมือนส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตของผู้คนไปแล้ว บางกีฬาได้รับความนิยมแคในเฉพาะในประเทศ แต่มีบางกีฬาที่เป็นที่นิยมในระดับนานาชาติ เช่น มวยไทย ที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลกในปัจจุบัน กีฬาประจำชาติของประเทศอื่นๆ ที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลก เช่น ซูโม่ ยูโด คาราเต้ ของประเทศญี่ปุ่น กบัตตีของอินเดีย หรือการแข่งขันขี่ม้ามาราธอน ของประเทศสหรัฐอเมริกา อหรับอิมิเรต เป็นต้น

Zajadacz (2016) กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รูปแบบและระดับกิจกรรมด้านการเล่นกีฬา ซึ่งวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประเภทต่างๆ ที่สัมพันธ์กับระดับกิจกรรมทางกายนั้นมีความแตกต่างกันออกไป ตามวัตถุประสงค์และประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประเภทโหยหาอดีต หรือเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางการกีฬา ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเยี่ยมชมสถานที่ทางการกีฬานั้น เป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีกิจกรรมทางกายน้อยที่สุด รองลงมาคือการเป็นผู้ชมกีฬา ผู้ติดตามนักกีฬา แฟนกีฬา หรือผู้สนับสนุนทางการกีฬา ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นผู้ชมกีฬาในงานกีฬาต่างๆ ก็มีกิจกรรมทางกายน้อย และผู้ที่เล่นกีฬา ผู้เข้าร่วมการแข่งขันกีฬา และนักกีฬาอาชีพ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแข่งขันกีฬา เป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีกิจกรรมทางกายมากที่สุด ดังที่แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการแบ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์หลักของการท่องเที่ยว	ประเภทของการท่องเที่ยว	กิจกรรมทางกาย
เพื่อเยี่ยมชมสถานที่ทางการกีฬา	- การท่องเที่ยวเชิงกีฬาแบบโหยหาอดีต (Nostalgia sports tourism) - ผู้สนับสนุนทางการท่องเที่ยว (Supporter's tourism) - การเยี่ยมชมจากภายนอกสถานที่ทางการกีฬา (Groundspotting)	<p>น้อย</p>  <p>มาก</p>
การเดินทางไปกับนักกีฬา, ผู้ติดตามนักกีฬา (ญาติ, แฟนคลับ)	- ผู้สนับสนุนทางการท่องเที่ยว (Supporter's tourism)	
การเข้าร่วมงานหรือเข้าชมการแข่งขัน (Participating in sporting events)	- การท่องเที่ยวงานหรือมหกรรมกีฬา (Event sports tourism) - แฟนกีฬา - การตระเวนท่องเที่ยวไปยังงานกีฬาต่างๆให้ได้จำนวนมากที่สุด (Groundhopping)	
การเข้าร่วมแข่งขันหรือเล่นกีฬา (นักกีฬาสมัครเล่น)(Amateur physical activity)	- การท่องเที่ยวเพื่อแข่งขันกีฬา (Active sport tourism)	
การเข้าร่วมแข่งขันแบบนักกีฬาอาชีพ (Professional physical activity)	- นักกีฬาอาชีพ (Athlete's tourism)	

ที่มา : (Zajadacz, 2016)



กล่าวโดยสรุปคือ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลักๆ ดังนี้ 1.) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาแบบเป็นผู้เข้าร่วมแข่งขันกีฬา (Active sports tourism) อันได้แก่นักกีฬาประเภทต่างๆ ที่ต้องออกเดินทางเพื่อไปแข่งขันกีฬา ไม่ว่าจะเป็นกีฬาอาชีพ กีฬามหากรรม หรือการเล่นกีฬาเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน 2.) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาแบบเป็นผู้ชมหรือผู้ร่วมงาน (Passive sports tourism) ได้แก่ ผู้ติดตามนักกีฬา อาจจะเป็นเจ้าหน้าที่ทีม ญาตินักกีฬา แฟนคลับที่ติดตามนักกีฬาและผู้ชมกีฬาทั้งที่ตั้งใจมาชมและได้ชมโดยบังเอิญ นอกจากนี้ยังอาจรวมถึงเจ้าหน้าที่ผู้จัดการแข่งขันกีฬา จัดงานกีฬาต่างๆด้วย 3.) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาแบบหวนรำลึกถึงความหลัง (Nostalgia sports tourism) ได้แก่ การเยี่ยมชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์ทางการกีฬาทั้งภายในและภายนอก เช่น พิพิธภัณฑ์กีฬา สนามแข่งขันกีฬาที่มีชื่อเสียง ทั้งนี้รวมถึงการเข้าค่ายฝึกซ้อมกับนักกีฬาที่มีชื่อเสียงด้วย

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวสูงอายุและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุ

#### ความหมายของผู้สูงอายุ

องค์การสหประชาชาติได้ให้นิยามว่า ผู้สูงอายุ คือ ประชากรทั้งเพศชาย และเพศหญิง ซึ่งมีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป โดยเป็นการนิยามนับตั้งแต่อายุเกิด

ส่วนองค์การอนามัยโลกยังไม่มีกรให้นิยามผู้สูงอายุ โดยมีเหตุผลว่าประเทศต่างๆ ทั่วโลกมีการนิยามผู้สูงอายุต่างกัน ทั้งนิยามตามอายุเกิด ตามสังคม (Social) วัฒนธรรม (Culture) และสภาพร่างกาย (Functional markers) เช่น ในประเทศที่เจริญแล้วมักจัดผู้สูงอายุ นับจากอายุ 65 ปีขึ้นไป หรือบางประเทศอาจนิยามผู้สูงอายุตามอายุกำหนดให้เกษียณงานที่อายุ 50 หรือ 60 หรือ 65 ปี หรือนิยามตามสภาพของร่างกาย โดยผู้หญิงสูงอายุอยู่ในช่วง 45 - 55 ปี ส่วนชายสูงอายุอยู่ในช่วง 55 - 75 ปี

ผู้สูงอายุ ตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ 2546 หมายความว่า บุคคลซึ่งมีอายุเกินกว่าหกสิบปีบริบูรณ์ขึ้นไป และมีสัญชาติไทย

ชุดิมา หฤทัย (2531) กล่าวว่า ผู้สูงอายุ หมายถึง สภาวะที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีความอ่อนแอทางร่างกายและจิตใจ อาจเจ็บป่วยหรือมีความพิการร่วม เป็นวัยที่เกิดการเปลี่ยนแปลงสู่ความเสื่อมทางด้านร่างกายและจิตใจ จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับพันธุกรรม สิ่งแวดล้อม และโภชนาการ

ประพิณ วัฒนกิจ (2531) กล่าวว่า ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุเกิน 60 ปี เป็นวัยที่พ้นจากการทำงานของราชการหรือทางรัฐวิสาหกิจหรือสำนักงานของเอกชนบางแห่ง โดยทั่วไปผู้ที่ก้าวสู่วัยนี้ จะมีการเปลี่ยนแปลงทางสรีรวิทยาอย่างเห็นได้ชัด

ศรีธรรม ณะภูมิ (2535) ให้ความหมายเพิ่มเติมว่า ผู้สูงอายุคือผู้ที่เริ่มมีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ภาวะชรามีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคล ขึ้นอยู่กับการดูแลร่างกาย พันธุกรรม และพัฒนาการในอดีตของวัยชรา เป็นระยะสุดท้ายของชีวิต อาจยาวนาน 10-20ปี หรือมากกว่านั้นอาจแตกต่างกัน ถ้ามีการเตรียมตัวเตรียมใจก่อนเข้าสู่วัยนี้ล่วงหน้าจากวัยกลางคน ก็จะสามารถปรับตัวรับบทบาทของวัยชราได้ตามสมควรแก่ฐานะ วัยสูงอายุเป็นวัยแห่งการพักผ่อนอย่างสงบ มีพัฒนาการด้านจิตใจและปรับตัวต่อสภาพต่างๆในชีวิตได้อย่างภาคภูมิใจ

โดยสรุปแล้ว ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้มีสัญชาติไทย ทั้งเพศชายและหญิง ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป เป็นวัยที่ปลดประจำการจากการทำงานทางราชการหรือรัฐวิสาหกิจ โดยทั่วไปจะมีความเสื่อมทางร่างกายและเปลี่ยนแปลงทางจิตใจ จะเปลี่ยนแปลงมากขึ้นอยู่กับการดูแลร่างกาย พันธุกรรม และการเตรียมตัวเพื่อปรับตัวสู่วัยสูงอายุของแต่ละบุคคล

#### **พฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุ**

จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย (2557) กล่าวถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุจะมีรูปแบบและพฤติกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป คือ เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี คุ่มค่ากับเงินที่จ่ายไป เน้นการซื้อโดยใช้เหตุผลไม่ใช่อารมณ์ การตัดสินใจขึ้นอยู่กับความพึงพอใจ มีการเข้าพักในแต่ละครั้งใช้เวลานานและมีอัตราการใช้จ่ายสูง มีความสามารถในการซื้อบริการในราคาสูง จากการมีเงินเก็บตั้งแต่วัยทำงาน จึงมีศักยภาพสูงในการบริโภค ขณะเดียวกันยังคำนึงถึงเรื่องความปลอดภัย ความมั่นใจด้านการบริการ ใส่ใจเรื่องสุขภาพ เลือกกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัยและสุขภาพ อีกทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่ต้องกังวลต่อค่าใช้จ่ายใดๆ เนื่องจากประสบการณ์ในการใช้ชีวิตมานาน จึงมีความละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆ มากยิ่งขึ้น แต่ผู้สูงอายุมักมีข้อจำกัดในการเดินทางมากกว่าวัยหนุ่มสาว ดังนั้นการเตรียมความพร้อมในการรองรับตลาดกลุ่มนี้จึงต้องมีการศึกษาในรายละเอียดค่อนข้างมาก และควรมีการเตรียมการที่ดี โดยการปรับปรุง พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและยานพาหนะให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ตลอดจนการอำนวยความสะดวกด้านต่างๆและจัดการท่องเที่ยวแบบ Slow tourism

ลัดดา ศรีอัมพรเอกกุล และ ธีระวัฒน์ จันทิก (2561) ได้ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของ กลุ่มผู้สูงอายุว่า เป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality tourist) คือเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง มีความสามารถในการซื้อสินค้าและบริการตามความต้องการของตนเองได้ และเป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในด้านธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมในเวลาเดียวกัน เน้นการ เรียนรู้ ชิมซั๊บ สัมผัส ชื่นชม ไม่เร่งรีบ โดยมีพฤติกรรมท่องเที่ยวที่เฉพาะตัว พอสรุปได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวสูงอายุ เน้นท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่ดึงดูดใจ เป็น แหล่งท่องเที่ยวที่สามารถชิมซั๊บความรู้สึกได้ยาวนาน ไม่เร่งรีบ ไม่มีผู้คนพลุกพล่านมากเกินไป เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านร่างกาย ที่อาจจะก่อเกิดความล่าช้าในการเดินทางไปยังแต่ละสถานที่ รวมถึง มีความเสี่ยงต่อการเดินทาง ที่อาจก่อให้เกิดความเมื่อยล้าทั้งทางร่างกายและจิตใจมากกว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ โดยมีเป้าหมายประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเป็นแหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติและวัฒนธรรม และเน้นการท่องเที่ยวเชิงันทนาการเป็นหลัก

2. นักท่องเที่ยวสูงอายุ นิยมเดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะหรือแบบกลุ่ม โดยผู้ร่วมเดินทาง เป็นครอบครัว และยังเป็นผู้ร่วมตัดสินใจในเรื่องต่างๆด้วย โดยการเดินทางนิยมไปกับบุตรหลาน ญาติ พี่น้อง อาจจะเป็นข้อจำกัดของผู้สูงอายุ ที่ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้หากขาดผู้ร่วมเดินทาง

3. นักท่องเที่ยวสูงอายุต้องการความสะดวกสบายในการเดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยว มากกว่าความหรูหรา ทั้งการเดินทางและการเดินทางโดยรถยนต์ เช่น ถนนต้องไม่มีความลาดชันมาก เกินไป ทางเรียบ และสามารถใช้รถเข็นได้ และยังไม่ต้องการใช้เวลาเที่ยวชมเกินครึ่งชั่วโมงต่อรอบ เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านร่างกาย ที่เกิดความเมื่อยล้าได้ง่าย จึงต้องการเวลาพักก่อนจะไปยังสถานที่ ต่อไป

4. นักท่องเที่ยวสูงอายุ ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก และการบริการด้านความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่ เช่น ต้องการเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ด้าน การปฐมพยาบาล มีจุดบริการด้านสุขภาพในสถานที่ท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ และเน้นการบริการที่มีคุณภาพ โดยมีความยินดีที่จะจ่ายเงินมากขึ้นเพื่อการได้รับบริการที่ดีขึ้นเป็น พิเศษ

5. นักท่องเที่ยวสูงอายุมีความต้องการอาหารเพื่อสุขภาพ เน้นความสะดวก และยังต้องการ การนำเสนออาหารท้องถิ่นที่หลากหลาย รวมถึงของที่ระลึกที่ผลิตโดยชุมชน เพื่อเป็นของฝากจาก แหล่งท่องเที่ยว

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (2557) ได้รวบรวมข้อมูลพฤติกรรมและแนวคิดของประชากรกลุ่มเบบี้ บูมเมอร์ ของประเทศสหรัฐอเมริกา ว่ามีพฤติกรรมและแนวคิดดังนี้

1. ต้องการได้เห็นและได้ทำสิ่งต่างๆ ก่อนที่จะไม่มีโอกาสได้ทำ แนวโน้มที่เด่นชัดของ เบบี้ บูมเมอร์ คือ ต้องได้เห็นได้ทำก่อนจะไม่มีโอกาสได้ทำเป็น lifestyle ที่จะพบได้ในกลุ่ม เบบี้ บูมเมอร์ เป็นการให้รางวัลแก่ตัวเอง รู้สึกว่าเป็นประสบการณ์ที่ไม่ควรพลาด เช่น การท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่โดดเด่นของโลก เช่น The Great Wall, The Great Barrier Reef, Venice หรือ ต้องไปเยือน Antarctica และเห็น Polar Bear ก่อนที่จะไม่มีโอกาส เนื่องจากปัญหาสิ่งแวดล้อมภาวะโลกร้อนขึ้น และดูเหมือนจะเลวร้ายลงทุกปี เป็นต้น

2. ให้ความสำคัญกับสิ่งที่ใกล้ชิดและสิ่งที่ตนรัก สิ่งสำคัญที่มีคุณค่าทางใจอย่างยิ่งของ เบบี้ บูมเมอร์ คือสัตว์เลี้ยง เช่น สุนัข แมว นก เป็นต้น ซึ่งได้ กลายเป็นอีกสมาชิกที่รักในครอบครัว กลุ่ม เบบี้ บูมเมอร์ เห็นว่าสัตว์เลี้ยงเหล่านี้ คือเพื่อนรักหรือลูกรัก ซึ่งทำกิจกรรมต่างๆร่วมกัน ดูทีวีด้วยกัน มีการแต่งตัวเสริมสวย และมีหมอประจำซึ่งสัตว์เลี้ยงแสนรักนี้เป็นอุตสาหกรรมหลายล้านเหรียญสหรัฐ ของประเทศสหรัฐอเมริกา

3. ต้องการดูแลพ่อแม่ที่อยู่ในวัยชรา เบบี้ บูมเมอร์ เป็นกลุ่มประชากรที่มีฐานอายุกว้าง ซึ่งไม่ช้าก็เร็วจะอยู่ในภาวะที่ต้องดูแลพ่อแม่ที่ชราภาพมากขึ้น พวกเขาได้ตระหนักถึงภาระอันนี้ และได้เตรียมหาทางเลือกให้แก่ตนเองเพื่อการจัดการที่เหมาะสม เช่น การจ้างคนช่วยดูแล พยาบาลช่วย เป็นต้น

4. ให้ความสนใจดูแลสุขภาพตนเอง เบบี้ บูมเมอร์ เป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่นิยมออกกำลังกายอย่างจริงจังด้วยความเชื่อว่าการใส่ใจดูแลสุขภาพ และการออกกำลังกายจะช่วยให้ชะลออายุและรักษาสุขภาพร่างกายให้แข็งแรงได้ โดยเป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นสมาชิกกลุ่มใหญ่ที่สุดของโรงยิม ไม่ยอมแก่ไปตามอายุ ต้องการดูดีที่สุดในสายตาคนอื่น โดยจะเห็นพวกเขาออกจากลิฟต์ ซีจี้กรยาน แต่งตัวด้วยเสื้อผ้าที่ดูดีหรือผู้หญิงใส่ชุดโยคะเดินบนถนน เป็นต้น

5. ให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพแวดล้อม ดูแลสังคมและโลก กลุ่ม เบบี้ บูมเมอร์ ให้ความรักและต้องการคืนกลับสิ่งดีๆ แก่สังคม ชุมชน และโลกใบนี้ เช่น การช่วยดูแลสิ่งแวดล้อม การชะลอวิกฤติโลกร้อน การช่วยเหลือผู้ประสบภัยธรรมชาติต่างๆ ซึ่งพวกเขาจะ รู้สึกดีที่จะมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาเหล่านี้ มักจะบริจาคเงินและสิ่งของที่จำเป็น หรือแม้แต่การก่อตั้งองค์กรหรือ จัดกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือและระดมเงินด้วย

6. ชอบแบ่งปันข้อมูล หรือบอกต่อประสบการณ์ของตน ประชากรกลุ่ม เบบี้ บูมเมอร์ เป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ชอบหาประสบการณ์ใหม่ๆ ในชีวิต นอกจากชอบลองและแสวงหาความท้าทาย ความตื่นเต้นแล้ว ยังชอบที่จะเล่าต่อประสบการณ์ของตนให้แก่เพื่อนฝูงและสังคมด้วยการทำคลิปวิดีโอ เขียนบล็อก เขียนหนังสือ หรือแม้แต่การจ้างนักเขียนให้เขียนเรื่องหรือบทความเพื่อบอกเล่าประสบการณ์ของตนด้วยซึ่ง เบบี้ บูมเมอร์ นั้นคือผู้ฟังในยุคคลบเบิกของรายการ Talk show ต่างๆ จนในปัจจุบันเป็นธุรกิจบันเทิงที่ได้รับความนิยมอย่างมาก

7. สรรหาสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิตให้แก่ตนเอง โดย เบบี้ บูมเมอร์ เป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ต้องการสิ่งที่ดีที่สุดของชีวิตที่ดีที่สุดให้แก่ตนเอง ชอบความหรูหรา มีรสนิยม และคุณภาพเป็นสิ่งสำคัญ ราคาเป็นเรื่องรอง โดย เบบี้ บูมเมอร์ ให้ความสำคัญกับค่านิยมของการมีคุณภาพชีวิตที่ดีเป็นอย่างยิ่ง

8. มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ประชากรกลุ่ม เบบี้ บูมเมอร์ มีความเป็นตัวของตัวเองสูง รู้ว่าต้องการอะไร และจะแสวงหาจนได้ บางครั้งต้องการความสงบด้วยการอยู่คนเดียวลำพัง เป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ค่อนข้างเอาแต่ใจตนเอง อยากรู้ได้อะไรแบบไหน ต้องได้

9. ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการตัดสินใจทำสิ่งสำคัญ กลุ่ม เบบี้ บูมเมอร์ เป็นกลุ่มที่ให้ความไว้วางใจสูงกับผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน หากจะต้องตัดสินใจในเรื่องสำคัญใดๆ มักจะพิจารณาความเห็นของผู้มีประสบการณ์มืออาชีพ หรือใช้บริการจากมืออาชีพเพื่อดำเนินการให้ เช่น ปรึกษาบริษัทหรือสถาบันการเงินเพื่อวางแผนเกษียณจากการทำงาน หรือปรึกษานักออกแบบตกแต่งภายในเพื่อปรับปรุงบ้าน หรือหาหมอเฉพาะทาง หากมีปัญหาสุขภาพ เป็นต้น

10. ไม่มีคำว่า แก่เกินไป สำหรับกลุ่ม เบบี้ บูมเมอร์ เป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่มีชีวิตชีวา รักที่จะมีชีวิตอย่างเต็มที่ และชอบทำทุกกิจกรรมได้เหมือนกับคนทั่วไปโดยไม่มีคำว่า แก่เกินไป เราจะพบคนอายุ 80 ปียังไปเล่นเทนนิส หรือคนอายุเกิน 60 ปีไปพายเรือคายัค และป็นเขาอย่างสนุกสนาน นั่นคือวิถีที่พวกเขาต้องการ เบบี้ บูมเมอร์ คือกลุ่มผู้สูงอายุ ที่ไม่ยอมแก่ จะยังคงสนุกสนานกับการทำกิจกรรมต่างๆ จนกว่าจะไม่สามารถทำได้ หรือหลีกเลี่ยงที่จะต้องหยุดทำเท่านั้น

โดยสรุปแล้ว พฤติกรรมการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ จะเน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพ เลือกสิ่งที่คุณค่า ยินดีจ่ายมากขึ้นเพื่อให้ได้รับบริการที่ดีเป็นพิเศษ เน้นพักเป็นระยะเวลานาน เนื่องจากการไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา มีศักยภาพในการบริโภคสูงเพราะมีเงินเก็บมาจากวัยทำงาน คำนึงถึงความมั่นใจด้านความปลอดภัยทั้งด้านที่พัก และอาหาร เน้นความมั่นใจด้านบริการ มีความละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆ ใส่ใจในเรื่องการดูแลสุขภาพ มักเลือก

กิจกรรมที่เข้ากับวัยและไม่กระทบต่อสุขภาพ ถึงแม้บางครั้งจะชอบความสงบ อยู่เพียงลำพัง แต่ยังต้องการออกไปท่องเที่ยวแบบไม่ไหว้เป็นข้อจำกัด ทำกิจกรรมทุกอย่างอย่างสนุกสนานให้เหมือนกับคนวัยหนุ่มสาวให้ได้มากที่สุด อีกทั้งยังชอบแบ่งปันประสบการณ์ต่างๆให้กับคนอื่นได้ฟังอีกด้วย

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

### ความหมายของความคาดหวัง

ความคาดหวังเป็นลักษณะทางจิตวิทยา ซึ่งมีได้จำเพาะเจาะจงที่การกระทำอย่างเดี่ยวแต่จะรวมไปถึงแรงจูงใจ ความเชื่อ ความรู้สึก ทศนคติและค่านิยมอีกด้วย ซึ่งมีผู้ให้ความหมายไว้หลายท่าน ดังต่อไปนี้

พริมล รียาย (2556) ให้ความหมายไว้ว่า ความคาดหวัง หมายถึงความต้องการ ความรู้สึก การรับรู้การคาดการณ์ถึงสิ่งที่คุณคลปรารถนาจะเป็นหรือจะได้อมาในอนาคต

ฤทัย นิธิธนวิจิต (2553) กล่าวว่า ความคาดหวัง เป็นความคิด ความเชื่อความต้องการ ความมุ่งหวังหรือความรู้สึกของคุณคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง เช่น คุณคล การกระทำหรือเหตุการณ์ จึงเป็นการคิดล่วงหน้าโดยมุ่งหวังในสิ่งที่เป็นไปได้ว่าจะเกิดตามที่ตนคิดไว้

วิภาวดี อร่ามอรพรรณ (2548) ให้ความหมายไว้ว่าความคาดหวังคือ ความรู้สึกความต้องการที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไปจนถึงอนาคตข้างหน้า เป็นการคาดคะเนถึงสิ่งที่จะมากระทบต่อการรับรู้ของเราโดยใช้ประสบการณ์การเรียนรู้เป็นตัวบ่งบอก

ชิษณุกร พรภาณวิษญ์ (2540) อธิบายว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็น การรับรู้ การตีความ หรือการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่างๆที่ยังไม่เกิดขึ้นของคุณคลอื่นๆ ที่คาดหวังในคุณคลที่เกี่ยวข้องกับตน โดยความคาดหวังหรือต้องการให้คุณคลนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการหรือคาดหวังเอาไว้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และ พรภัทรวดี วงศ์ปิ่นทะนัน (2557) ให้ความหมายของความคาดหวังไว้ว่า ความคาดหวัง หมายถึง สภาวะทางจิตที่เป็นความรู้สึกนึกคิด หรือความคิดเห็นอย่างมีวิจารณญาณของคุณคลที่คาดการณ์ล่วงหน้าต่อเหตุการณ์ต่างๆที่ยังไม่เกิดขึ้นว่า ควรจะมีหรือควรจะเป็น หรือควรจะมีเกิดขึ้น โดยให้คุณคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการหรือคาดหวังเอาไว้

กล่าวโดยสรุปคือ ความคาดหวัง เป็นความรู้สึกนึกคิดของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร ที่คาดการณ์ล่วงหน้าต่อเหตุการณ์ต่างๆที่ยังไม่เกิดขึ้น ว่าควรจะมี ควรจะเป็น หรือ

ควรเกิดขึ้นในการออกเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการออกเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา คาดหวังการกระทำของบุคคลที่จะปฏิบัติต่อตนทั้งก่อน ระหว่างและหลังการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรือคาดหวังถึงความสุขสนุกสนาน ความตื่นเต้น ผลการแข่งขัน เป็นต้น

### ทฤษฎีความคาดหวัง

ทฤษฎีความคาดหวังที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย คือ ทฤษฎีความคาดหวังของวรูม (Vroom, 1964) ได้กล่าวถึงความคาดหวังไว้ว่า ความคาดหวังเป็นพฤติกรรมส่วนบุคคล ความต้องการเหตุผลในการกระทำกิจกรรมใดๆ เพื่อให้ได้ผลตอบแทนตามที่ตนต้องการหรือความคาดหวังเกิดจากคุณค่าของสิ่งที่มาล่อใจ เช่น รางวัล เงิน สิ่งตอบแทน ที่จะได้รับ ถ้าสิ่งตอบแทนเหล่านั้นมีคุณค่าสำหรับบุคคลมากพอ ประกอบกับบุคคลนั้นมีความสามารถหรือมีความคาดหวังที่จะได้รับสิ่งตอบแทนนั้น บุคคลจะเกิดความสนใจที่จะกระทำทันที กล่าวคือ ความคาดหวัง คือความต้องการที่จะกระทำกิจกรรมต่างๆ และคาดหวังว่าเมื่อทำแล้วจะได้ผลตามที่ตนต้องการ หรือเกิดจากการที่มีสิ่งล่อใจ สิ่งของตอบแทนให้เกิดความคาดหวัง และถ้าสิ่งตอบแทนนั้นมีคุณค่าพอ ก็จะสามารถดึงดูดให้เกิดความสนใจและความคาดหวังในสิ่งนั้นๆ ได้



รูปที่ 1 แสดงแผนภาพทฤษฎีแห่งความคาดหวัง

ที่มา: Vroom (1964)

จากรูปที่ 1 อธิบายได้ว่า ทฤษฎีแห่งความคาดหวัง (Expectancy theory) ของวรูม หรือเรียกว่า ทฤษฎี V.I.E. มีองค์ประกอบของทฤษฎีที่สำคัญ คือ

V มาจากคำว่า Valence หมายถึง ความพึงพอใจ

I มาจากคำว่า Instrumentality หมายถึง วิธีทาง เครื่องมือ ที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจ

E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึง ความคาดหวังภายในตัวบุคคลนั้นๆ เมื่อบุคคลมีความต้องการและมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้นจึงต้องพยายามกระทำการด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่ตนได้คาดหวังไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองตามความหวังหรือคาดหวังเอาไว้แล้วนั้น บุคคลก็จะได้รับความพึงพอใจ และขณะเดียวกันก็คาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นไปอีกเรื่อยๆ

จากแนวความคิดข้างต้น แสดงให้เห็นว่าคุณจะพิจารณาทางเลือกต่างๆ และจะเลือกทางเลือกที่คิดหรือเชื่อมั่นว่า ทางเลือกนั้นจะนำไปสู่ผลตอบแทนหรือรางวัลที่ตอบสนองต่อความต้องการได้มากที่สุด นั้นหมายถึง การที่บุคคลแต่ละคนจะเลือกทางเลือกที่มีผลตอบแทนสูงที่สุดนั่นเอง โดยปัจจัยหลักทฤษฎีความคาดหวังของวรูม มี 4 ประการ ดังนี้

1. ความคาดหวังหรือความคาดหวัง คือความเชื่อเกี่ยวกับความน่าจะเป็นในพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งจะก่อให้เกิดผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่งตามมา โดยความมากน้อยของความเชื่อจะอยู่ในช่วงระหว่าง 0 และ 1 โดย 0 คือไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำและผลลัพธ์เลย 1 คือ มีความแน่ใจว่าการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งจะก่อให้เกิดผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ

2. ความพอใจ คือ ความพึงพอใจของบุคคลต่อผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นและผลลัพธ์ที่ออกมาว่าตอบสนองความต้องการหรือความคาดหวังเพียงใด

3. ผลลัพธ์ คือ ผลที่ติดตามมาของพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งและอาจจะแยกประเภทเป็นผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง และผลลัพธ์ระดับที่สอง ผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง หมายถึง ผลการปฏิบัติที่สืบเนื่องมาจากการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งแล้วได้ผลตอบแทนออกมา ส่วนผลลัพธ์ระดับที่สอง คือ การต่อยอดจากผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง เรียกว่าเป็นผลที่ต่อเนื่องมาจากระดับที่หนึ่งนั่นเอง

4. สี่อกลาง หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์ระดับที่หนึ่งและระดับที่สอง ตามทัศนคติของ Vroom นั้น สี่อกลางจะอยู่ภายในช่วงระหว่าง +1.0 แสดงถึงความสัมพันธ์ของผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง และระดับที่สอง แต่ถ้าหากไม่มีความสัมพันธ์ใดๆ ระหว่างผลลัพธ์ที่หนึ่งและสอง สี่อกลางจะมีค่าเท่ากับ 0

นอกจากนี้ Zeithaml, Parasuraman and Berry (1990) ยังได้กล่าวถึงทฤษฎีความคาดหวังที่เกี่ยวกับปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการ โดยแบ่งออกเป็น 5 ประการ ดังนี้

1. ปัจจัยที่เกิดจากการได้รับการบอกเล่า คำแนะนำจากบุคคลอื่น หมายถึง ผู้รับบริการจะเกิดความคาดหวังขึ้นตามที่ได้รับข้อมูลมาจากการบอกเล่าและจากคำแนะนำของบุคคลอื่น คาดหวังว่าจะเป็นไปตามสิ่งที่รับรู้จากคำบอกเล่าเหล่านั้น เช่น คาดหวังว่าอาหารร้านนี้จะอร่อย เนื่องจากคนที่ไปมาก่อนหน้าบอกว่าอร่อย เป็นต้น

2. ปัจจัยที่เกิดจากความต้องการของแต่ละบุคคล หมายถึง ความคาดหวังที่เกิดจากความต้องการของผู้รับบริการเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันออกไป และความคาดหวัง



นั่นก็จะแตกต่างกันตามความต้องการนั้นเช่นกัน เช่น ผู้ที่รักในเสียงเพลง ก็คาดหวังว่าการมาทานอาหารร้านที่มีดนตรีไพเราะ มากกว่าผู้ที่ไม่ได้ชื่นชอบเสียงเพลงเป็นพิเศษ

3. ปัจจัยที่เกิดจากประสบการณ์ในอดีต หมายถึงประสบการณ์ที่ผู้รับบริการเคยได้รับมาในอดีตจะมีผลต่อความคาดหวัง นั้นหมายถึง ถ้าเคยได้รับประสบการณ์ที่ดีก็ย่อมมีความคาดหวังที่มากยิ่งขึ้น แต่หากเคยรับประสบการณ์ที่ไม่ดีมาก่อน ก็จะมีมีความคาดหวังในระดับต่ำลงมา เช่น เคยซื้อทัวร์กับบริษัททัวร์แห่งหนึ่ง บริการดีมาก ครั้งต่อไป จึงเลือกไปกับบริษัทนี้อีก เพราะคาดหวังว่าจะได้รับการบริการที่ดีอีกเช่นเคย หรือเคยได้รับบริการที่ไม่ดี ครั้งต่อไปอาจจะเปลี่ยนบริษัทหรือไม่ไปกับบริษัททัวร์อีก

4. ปัจจัยที่เกิดจากข่าวสารจากสื่อและผู้ให้บริการ หมายถึง ความคาดหวังที่เกิดมาจากการรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่างๆ หรือจากผู้ให้บริการเอง ซึ่งให้ข้อมูลกับผู้รับบริการแล้วทำให้ผู้รับบริการเกิดความคาดหวังขึ้น เช่น การแจ้งข่าวให้สิทธิพิเศษกับผู้รับบริการบางรายผ่านทางข้อความ ผู้รับบริการก็จะเกิดความคาดหวังกับข่าวสารที่ตัวเองได้รับ และคาดหวังถึงสิทธิพิเศษที่ตนเองได้รับ ก่อนเข้ารับบริการ เป็นต้น

5. ปัจจัยที่เกิดจากราคา หมายถึง ราคาของการบริการที่ผู้รับบริการต้องจ่ายเป็นจำนวนมากหรือน้อยนั้น ย่อมส่งผลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการทั้งสิ้น โดยผู้รับบริการจะคาดหวังถึงความคุ้มค่าของการรับบริการนั้นๆ โดยปกติแล้วบริการที่ราคาแพง มักจะได้รับความคาดหวังว่าบริการนั้นจะดีกว่า คุ้มค่ากับที่จ่ายไปมากกว่า

นอกจากนี้ยังมีแนวคิดจากนักวิชาการชาวไทย โดย บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และ พรภักทรวดี วงศ์ปิ่นทะนัน (2557) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของความคาดหวัง 5 องค์ประกอบ ดังนี้

1. เกิดจากคำบอกเล่าปากต่อปาก (Word of mouth communication) เป็นคำบอกเล่าของผู้อื่น ซึ่งการรับรู้จากคำบอกเล่าของผู้อื่นจะสามารถเชื่อได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับวิจารณญาณของผู้ฟังเอง

2. เกิดจากความต้องการส่วนบุคคล (Personal need) เป็นความต้องการของแต่ละบุคคลว่าจะจะเป็นไปตามความต้องการของตนหรือไม่ ซึ่งความต้องการของแต่ละบุคคลก็ย่อมแตกต่างกัน

3. เกิดจากประสบการณ์ในอดีต (Past experience) เป็นความคาดหวังที่สืบเนื่องมาจากประสบการณ์ในอดีตของผู้รับบริการที่เคยเข้ารับบริการมาก่อนว่าได้รับบริการที่ดีหรือไม่ดี ซึ่งจะส่งผลต่อความคาดหวังในการเข้ารับบริการในครั้งต่อไป

4. เกิดจากผู้ให้บริการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ (External communication to customer) เป็นความคาดหวังในคุณภาพบริการที่เกิดจากการที่ผู้ให้บริการทำการสื่อสาร หรือทำการประชาสัมพันธ์ให้ผู้รับบริการรับรู้ ว่ามีการให้บริการที่ดี มีมาตรฐาน ซึ่งผู้รับสื่อจะเชื่อหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับวิจารณ์ญาณส่วนบุคคล

5. เกิดจากการศึกษาข้อมูลของคู่แข่ง (Competitor) เป็นความคาดหวังที่เกิดจากการศึกษาข้อมูลคุณภาพบริการของคู่แข่ง

กล่าวโดยสรุปคือ ความคาดหวังนั้นเป็นความต้องการส่วนบุคคลที่จะหาเหตุผล ที่ต้องพยายามกระทำการด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองตามที่ตั้งความหวังหรือคาดหวังเอาไว้ เพื่อจุดมุ่งหมายคือได้รับความพึงพอใจ และขณะเดียวกันก็คาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นไปอีกเรื่อยๆ เกิดขึ้นจากปัจจัยต่างๆ ได้แก่ การบอกปากต่อปาก หากมีคนบอกว่าดี เราก็จะมีความคาดหวังว่าจะได้รับการบริการที่ดีเช่นกัน จากปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งแต่ละบุคคลมีความต้องการและความคาดหวังที่แตกต่างกัน เกิดจากประสบการณ์ในอดีต ผู้รับบริการจะคาดหวังมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่เคยได้รับบริการในอดีตที่ผ่านมาหากได้รับประสบการณ์ที่ดี จะยิ่งมีความคาดหวังมากขึ้น แต่หากได้รับประสบการณ์ที่ไม่ดีก็จะมีคาดหวังลดลงจากการประชาสัมพันธ์ของผู้ให้บริการ เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการจะสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์ออกมาให้ผู้รับบริการได้รับรู้ถึงคุณภาพบริการต่างๆที่ผู้รับบริการจะได้รับ ซึ่งข้อมูลที่ผู้รับบริการได้รับนั้น จะทำให้เกิดความคาดหวังในคุณภาพบริการขึ้น และปัจจัยด้านราคามีผลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นอย่างมาก เพราะจะทำให้ผู้รับบริการคำนึงถึงความคุ้มค่าหลังจากได้รับบริการนั้นๆ

#### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ**

##### **ความหมายของการบริการ**

มีผู้ให้ความหมาย และคำจำกัดความของคำว่าบริการไว้หลายความหมาย ดังนี้

Kotler (2000) ได้กล่าวว่า การบริการ หมายถึง ปฏิบัติการใด ๆ ที่บุคคลกลุ่มหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่ง ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ไม่ได้ส่งผลถึงความเป็นเจ้าของสิ่งใด โดยมีเป้าหมาย และความตั้งใจในการส่งมอบบริการนั้น ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนก็ได้

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2556) ได้กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2545) ได้กล่าวว่า บริการ หมายถึง สิ่งที่ไม่มีตัวตน จับต้องไม่ได้ และเป็นสิ่งที่ไม่ถาวร เป็นสิ่งที่เสื่อมสลายไปอย่างรวดเร็ว บริการเกิดขึ้นจากการปฏิบัติของผู้ให้บริการ โดยส่งมอบการบริการนั้นไปยังผู้รับบริการ หรือลูกค้า เพื่อใช้บริการนั้น ๆ โดยทันทีหรือภายใน ระยะเวลาเกือบจะทันทีที่มีการให้บริการ

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547) ได้กล่าวว่า การบริการ คือ การปฏิบัติที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่ง โดยสิ่งที่เสนอให้นั้นเป็นการกระทำ หรือการปฏิบัติการ ซึ่งผู้รับบริการไม่สามารถนำไปครอบครองได้

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล (2550) ได้กล่าวว่า บริการ หมายถึง ปฏิบัติหรือการกระทำที่ฝ่ายหนึ่ง เสนอให้กับฝ่ายหนึ่ง โดยเป็นสิ่งจับต้องไม่ได้และไม่ทำให้เกิดมีความเป็นเจ้าของแก่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง

จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาข้างต้น จึงสรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง การปฏิบัติของผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการซึ่งเป็นผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร ที่ออกเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยการบริการนั้นจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

#### ความหมายของคุณภาพบริการ

เนื่องจากการบริการเป็นงานที่ไม่สามารถจับต้องได้ จึงเป็นการยากที่จะทำการประเมินคุณภาพของการบริการ แต่นักวิชาการหลาย ๆ ท่านได้ให้คำนิยามและแนวทางในการประเมินคุณภาพของการบริการไว้หลากหลาย ดังนี้

Douglas (2013) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ (Service quality) หมายถึง ทัศนคติที่เกิดขึ้นในระยะยาวเกี่ยวกับการประเมินผลการปฏิบัติงานทั้งหมด

Etzel, Walker and Stanton (2007) กล่าวว่า การจัดการคุณภาพการบริการขององค์กรนั้น ควรจะคำนึงถึง 1.) การตั้งความคาดหวังของผู้รับบริการ 2.) ควรวัดระดับความคาดหวังจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 3.) พยายามรักษาคุณภาพการบริการให้เหนือกว่าระดับความคาดหวังของผู้รับบริการ

Gronroos (2000) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการว่า จำแนกได้ 2 ลักษณะคือ คุณภาพเชิงเทคนิค (Technical quality) อันเกี่ยวกับผลลัพธ์ หรือสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจากบริการ นั้น โดยสามารถที่จะวัดได้เหมือนกับการประเมินได้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Product quality) ส่วน คุณภาพเชิงหน้าที่ (Functional quality) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการของการประเมินนั่นเอง

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) ได้กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นการ ให้บริการที่มากกว่าหรือตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งเป็นเรื่องของการประเมินหรือการ แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นเลิศของการบริการในลักษณะของภาพรวมในมิติของการรับรู้ ผล การศึกษาวิจัยของนักวิชาการกลุ่มนี้ ช่วยชี้ให้เห็นว่า การประเมินคุณภาพการให้บริการตามการรับรู้ ของผู้รับบริการเป็นไปในรูปแบบของการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อบริการที่คาดหวังและการบริการ ตามที่รับรู้ว่าจะมีความสอดคล้องกันเพียงไร ข้อสรุปที่น่าสนใจประการหนึ่งก็คือ การให้บริการที่มี คุณภาพนั้นหมายถึง การให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการหรือผู้รับบริการอย่าง สม่าเสมอ ดังนั้น ความพึงพอใจต่อการบริการ จึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตามความ คาดหวังหรือการไม่เป็นไปตามความคาดหวัง (Confirm or disconfirm expectation) ของ ผู้รับบริการนั่นเอง

ชัชวาล อรวงศ์ศุภทัต (2554) คุณภาพการให้บริการ เป็นมโนทัศน์และปฏิบัติการในการ ประเมินของผู้รับบริการโดยทำการเปรียบเทียบระหว่างบริการที่คาดหวัง (Expectation service) กับการบริการที่รับรู้จริง (Perception service) จากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการ ที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการหรือสร้างการบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการได้ คาดหวัง จะส่งผลให้การบริการดังกล่าวเกิดคุณภาพการให้บริการซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึง พอใจจากบริการที่ได้รับเป็นอย่างมาก

วีรพงษ์ เณลิมจิระรัตน์ (2545) คุณภาพการให้บริการ คือความสอดคล้องกันของความ ต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ หรือระดับของความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองความ ต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการอันทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่เขา ได้รับ

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550) เสนอความเห็นไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นทัศนคติที่ ผู้รับบริการสะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับจากบริการ ซึ่งหากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Tolerance zone) ผู้รับบริการก็จะมี ความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งจะมีระดับแตกต่างกันออกไป

ตามความคาดหวังของแต่ละบุคคล และความพึงพอใจนี้เอง เป็นผลมาจากการประเมินผลที่ได้รับจากบริการนั้น ณ ระยะเวลาหนึ่ง

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552) ได้กล่าวว่า บริการที่ยอดเยี่ยมตรงกับความต้องการ หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือหวังไว้ได้รับการตอบสนอง ส่วนบริการที่เกินความต้องการของลูกค้า หมายถึง บริการที่ลูกค้าได้รับดีกว่าที่หวังไว้ ทำให้เกิดความรู้สึกประทับใจ

กล่าวโดยสรุปคือ คุณภาพบริการ หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร ที่ตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งการบริการนี้เป็นความสอดคล้องกันระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจในบริการที่นักท่องเที่ยวสูงอายุได้รับ ซึ่งคุณภาพของการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่จะเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้สูงอายุตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ คุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ที่ได้รับจากผู้ให้บริการนั้น จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุเมื่อออกเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงกีฬา

#### **เครื่องมือการวัดคุณภาพบริการ**

การวัดคุณภาพบริการ เป็นการวัดช่องว่างของความคาดหวังในการรับบริการของผู้มาใช้บริการกับการบริการ อาจกล่าวได้ว่า การประเมินคุณภาพการบริการ คือการวัดความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง ความพึงพอใจและคุณค่าที่เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ โดยวัดตามตัวแบบที่ใช้วัดคุณภาพบริการ ตัวแบบที่ใช้วัดคุณภาพบริการที่นิยมใช้นั้น ได้แก่ การศึกษาของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988) ศึกษาจากการประเมินพื้นฐานการรับรู้ของผู้รับบริการหรือลูกค้าและปัจจัยที่กำหนดคุณภาพบริการที่เหมาะสม นอกจากนี้ ยังได้พยายามหาคำนิยาม ความหมายของคุณภาพบริการ และพัฒนาเครื่องมือการวัดคุณภาพบริการไปพร้อมกัน การพัฒนาเครื่องมือวัดคุณภาพบริการ หรือ SERVQUAL นั้น ถูกพัฒนา จนปี 1990 Zeithaml, Parasuraman and Berry (1990) ได้เครื่องมือวัดคุณภาพบริการ ที่ได้จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างคุณภาพบริการ โดยเริ่มต้นจาก Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988) ได้กำหนดมิติที่ใช้วัดคุณภาพการบริการ (Dimension of service quality) ไว้ 10 มิติ คือ การเข้าถึงบริการ (Access) การติดต่อสื่อสาร (Communication) ความกระตือรือร้น (Responsiveness) ลักษณะของการบริการ (Appearance) สมรรถนะ (Competence) ความไว้วางใจ (Reliability) ความมีไมตรีจิต (Courtesy) การเข้าใจลูกค้าหรือ

ผู้รับบริการ (Understanding of Customer) ความปลอดภัย (Security) และ ความน่าเชื่อถือ (Credibility)

หลังจากนั้น ตัวแบบและวิธีการประเมินคุณภาพบริการหรือ SERVQUAL ถูกพัฒนาและปรับปรุง โดย Zeithaml, Parasuraman and Berry (1990) นำตัวแบบประเมินคุณภาพบริการมาทดสอบซ้ำ โดยแบบวัด SERVQUAL นี้ได้ถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่ใช้วัดถึงความคาดหวังในบริการจากองค์กรหรือหน่วยงาน และส่วนที่ 2 เป็นการวัดการรับรู้ภายหลังการได้รับบริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และได้นำหลักวิชาสถิติเพื่อพัฒนาเครื่องมือสำหรับการวัดการรับรู้คุณภาพในการบริการของผู้รับบริการ และได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความเที่ยงตรง (Validity) พบว่า SERVQUAL สามารถแบ่งมิติได้เป็น 5 มิติหลัก โดยมิติทั้ง 5 นี้ยังคงมีความสัมพันธ์กับมิติของคุณภาพบริการทั้ง 10 มิติอยู่ แบบวัดที่ทำการปรับปรุงใหม่ จะเป็นการรวมบางมิติจากเดิมให้รวมกันภายใต้ชื่อมิติใหม่ ซึ่งประกอบด้วย 5 มิติหลัก ดังนี้

มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) หมายถึง สภาพแวดล้อม ลักษณะทางกายภาพต่างๆ ที่ผู้มารับบริการจะสัมผัสได้ด้วยสัมผัสทั้ง 5 จากการรับบริการ เช่น การตกแต่งสถานที่ ป้ายต่างๆ เครื่องมือ อุปกรณ์ บุคลากร หรือบรรยากาศ เป็นต้น

มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการสามารถให้บริการได้ตามที่รับปากไว้ หรือการทำตามที่โฆษณาไว้ โดยการให้บริการที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ จนผู้รับบริการสามารถรู้สึกได้ถึงความไว้วางใจกับการมารับบริการได้ เช่น การได้รับบริการที่ตรงเวลาตามที่บอกไว้ หรือ การเสิร์ฟอาหารที่ลูกค้าสั่งได้ถูกต้อง เป็นต้น นอกจากนี้ ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ยังเป็นสิ่งที่หากทำไม่ได้บ่อยๆ ความน่าเชื่อถือก็จะลดลงเรื่อยๆ และสุดท้าย ผู้มารับบริการก็จะไม่มาใช้บริการอีก หรือหันไปใช้บริการกับผู้ให้บริการรายอื่นแทน

มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจ ความพร้อมที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ทันที เช่น การหาที่นั่งให้ลูกค้าเมื่อลูกค้าเดินเข้าร้าน ในกรณีร้านอาหาร การพยายามช่วยลูกค้าแก้ปัญหาเมื่อเกิดปัญหา การตอบคำถามพื้นฐานของการมารับบริการได้ และการตอบสนองต่อผู้รับบริการที่กำลังโมโหได้อย่างเหมาะสม เป็นต้น นอกจากนี้ยังหมายถึงความง่ายและสะดวกในการเข้ารับบริการ รวมทั้งการกระจายการให้บริการออกไปอย่างทั่วถึง และรวดเร็ว

มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ การแสดงออกถึงทักษะ ความรู้ ความสามารถของผู้ให้บริการ นอกจากนี้ยังรวมถึงการใช้การสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ให้การบริการด้วยความสุภาพ มีกิริยามารยาทที่นอบน้อม และสามารถแสดงออกให้ผู้มารับบริการมั่นใจได้ว่า จะได้รับการบริการที่ดีที่สุด

มิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) หมายถึง ผู้ให้บริการสามารถดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างกันของผู้รับบริการแต่ละคน เช่น การเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละรายของพนักงาน รวมถึงการช่วยเหลือลูกค้าหลังจากที่ซื้อสินค้าและบริการไปแล้ว (บริการหลังการขาย) เป็นต้น

โดยเครื่องมือที่เป็นแบบประเมินคุณภาพบริการ หรือ SERVQUAL นั้นขึ้นกับสองส่วนที่มีความแตกต่างกันคือ ความคาดหวังของผู้รับบริการและการรับรู้ที่ผู้รับบริการได้รับ เพื่อประเมินความคาดหวังในการบริการของผู้รับบริการและการรับรู้ของผู้รับบริการที่ได้รับรู้จริง ถ้าคะแนนการรับรู้มากกว่าหรือเท่ากับคะแนนความคาดหวังในคุณภาพบริการ แปลว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในการบริการ แต่หากคะแนนการรับรู้ น้อยกว่าคะแนนความคาดหวังในคุณภาพบริการ แปลว่า ผู้รับบริการไม่พึงพอใจในการที่ได้รับ

กล่าวโดยสรุปคือ ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือการวัดคุณภาพบริการ หรือ SERVQUAL ที่ได้รับการพัฒนา ปรับปรุง และมีการใช้หลักวิชาสถิติมาวัดความน่าเชื่อถือและความเที่ยงแล้ว ตามที่ Zeithaml, Parasuraman and Berry (1990) ได้ทำการศึกษาไว้ โดยเครื่องมือนี้เป็นการวัดความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ที่นักท่องเที่ยวสูงอายุได้รับ มี 5 ด้าน ได้แก่

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ คือ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เป็นลักษณะทางกายภาพ รวมถึงสภาพแวดล้อมที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุรู้สึกถึงความเอาใจใส่ ห่วงใย และความตั้งใจจากผู้ให้บริการ

2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ คือ ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้ หรือตรงตามคำโฆษณาไว้กับผู้รับบริการ คือนักท่องเที่ยวสูงอายุ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้องเหมาะสม และสม่ำเสมอ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้สูงอายุที่มาใช้บริการ รู้สึกว่าบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

3. การตอบสนองต่อลูกค้า คือ ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ ของผู้ให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้อย่างทันท่วงที

นักท่องเที่ยวสูงอายุสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง และรวดเร็ว

4. การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า คือ ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่านักท่องเที่ยวสูงอายุที่ไปใช้บริการนั้น จะได้รับบริการที่ดีที่สุด

5. การรู้จักและเข้าใจลูกค้า ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยวสูงอายุ ที่ได้มาใช้บริการได้ตามความต้องการที่แตกต่างของแต่ละคน โดยสามารถเข้าใจถึงความแตกต่างของวัย ของเพศ และปัจเจกบุคคล ของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ว่าในวัยนี้มีอะไรที่ไม่เหมือนนักท่องเที่ยวทั่วไปบ้าง ต้องตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อย่างไรบ้าง เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการมาใช้บริการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

อาจกล่าวได้ว่า คุณภาพในการบริการของผู้รับบริการ ประกอบด้วย 5 มิติ ดังนี้ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) ซึ่งในงานวิจัยขั้นนี้ศึกษา คุณภาพในการบริการของผู้รับบริการ คือ ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานครต่อคุณภาพในการบริการของผู้ประกอบการด้านต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานครจะได้รับเมื่อออกเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประกอบไปด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ซึ่งคุณภาพของการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่จะเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้สูงอายุตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

#### ความหมายของการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ไปยังสถานที่ใดสถานที่หนึ่งของผู้สูงอายุ ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นสำคัญ ซึ่งคำว่า การตัดสินใจ ได้ถูกให้คำนิยามไว้หลากหลาย ดังนี้

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550) กล่าวว่า การตัดสินใจ (Decision making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆที่มีอยู่ ซึ่งผู้รับบริการมักจะตัดสินใจใน



ทางเลือกต่างๆของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาคจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้รับบริการ

สมคิด บางโม (2548) กล่าวถึงความหมายของการตัดสินใจว่า การตัดสินใจ หมายถึง การตัดสินใจเลือกทางปฏิบัติซึ่งมีหลายทาง เป็นแนวปฏิบัติไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ การตัดสินใจนี้อาจเป็นการตัดสินใจที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือหลายสิ่งหลายอย่างเพื่อความสำเร็จตรงตามเป้าหมายที่วางไว้ในทางปฏิบัติ การตัดสินใจมักเกี่ยวข้องกับปัญหาที่ยุ่ยาก สลับซับซ้อน และมีวิธีแก้ปัญหาให้วินิจฉัยมากกว่าหนึ่งทางเสมอ ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้วินิจฉัยปัญหาว่าจะเลือกสั่งการปฏิบัติโดยวิธีใดจึงจะบรรลุเป้าหมายอย่างดีที่สุดและบังเกิดผลประโยชน์สูงสุด

วิไล จิระวัชร (2548) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกการปฏิบัติที่เห็นว่าดีที่สุดจากหลายๆทางที่มีอยู่ โดยพิจารณาอย่างรอบคอบ เพื่อเลือกสิ่งที่ดีที่สุดในการปฏิบัติเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์ (2540) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกที่จะปฏิบัติ หรือเลือกที่จะไม่ปฏิบัติ และการเลือกทางดำเนินการที่เห็นว่าดีที่สุดทางหนึ่งจากทางเลือกที่มีอยู่หลายๆทาง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามต้องการ

กล่าวโดยสรุปคือ การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกที่จะออกเดินทางหรือไม่เดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร โดยผ่านกระบวนการในการเลือก โดยอาศัยการเลือกจากหลากหลายทางเลือก หลากหลายเหตุปัจจัยที่มี เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการเลือกกว่าจะออกไปท่องเที่ยวเชิงกีฬาหรือไม่

### องค์ประกอบของการตัดสินใจซื้อ

ในการตัดสินใจซื้อ หรือเลือกบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ย่อมมีองค์ประกอบมากมาย ที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในแต่ละครั้ง ไชย ณ พล (2548) กล่าวถึงองค์ประกอบในการตัดสินใจไว้ 14 ประการ ดังนี้

1. ปรรารถนา หมายถึง ความต้องการส่วนบุคคลที่ทำให้เกิดการตัดสินใจ
2. เหตุผล หมายถึง เหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจ
3. ความรู้สึก หมายถึง การตัดสินใจเลือกโดยใช้ความรู้สึกเป็นหลัก
4. อารมณ์ หมายถึง การใช้อารมณ์ในการตัดสินใจเลือกสิ่งต่างๆ
5. สิ่งเร้าแวดล้อม หมายถึง สิ่งกระตุ้นจากภายนอกที่อยู่รอบตัว ที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจ

6. รสนิยม หมายถึง การตัดสินใจเลือกจากความชอบส่วนบุคคล
  7. ประโยชน์ หมายถึง การตัดสินใจเลือกจากประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ
  8. กรรม หมายถึง การตัดสินใจโดยใช้ความเชื่อส่วนบุคคลเรื่องกรรม
  9. ความจำเป็น หมายถึง ความจำเป็นที่ทำให้เกิดการตัดสินใจ
  10. ความรับผิดชอบ หมายถึง การตัดสินใจในสิ่งต่างๆ เนื่องมาจากความรับผิดชอบ
  11. ปัญหาทราบผลต่อเนื่อง หมายถึง การใช้สติปัญญา ความรู้ วิเคราะห์ถึงผลที่จะเกิดจากการตัดสินใจแล้ว จึงตัดสินใจ
  12. ความสัมพันธ์ หมายถึง การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของเหตุและผลก่อนเกิดการตัดสินใจ จากนั้นจึงทำการตัดสินใจ
  13. ประสบการณ์ หมายถึง การตัดสินใจโดยอาศัยประสบการณ์ในอดีตที่เคยได้รับ เป็นตัวช่วยในการตัดสินใจในสิ่งต่างๆ
  14. ข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การตัดสินใจจากข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับมา
- นอกจากองค์ประกอบในการตัดสินใจ 14 ประการที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้ว ไชย ฌ พล (2548) ยังได้กล่าวเพิ่มเติมเกี่ยวกับองค์ประกอบในการตัดสินใจที่สำคัญอีก 4 ประการ คือ
1. ผู้ทำการตัดสินใจ เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด เพราะการตัดสินใจจะเกิดขึ้นได้ ย่อมมาจากบุคคลผู้ทำการตัดสินใจ จะตัดสินใจดีหรือไม่ ขึ้นอยู่กับบุคคลด้วยกัน เพราะฉะนั้น การตัดสินใจที่ดีและเหมาะสม บุคคลผู้ตัดสินใจต้องอาศัยข้อมูลและการรับรู้ที่มากพอรวมถึงจะต้องมีเหตุและผลในการตัดสินใจด้วย
  2. ประเด็นปัญหาที่ต้องตัดสินใจ องค์ประกอบนี้มีความสำคัญ เนื่องจากการตัดสินใจนั้นต้องสอดคล้องกับปัญหาที่มีอยู่ และการตัดสินใจนั้น จะทำให้เกิดประโยชน์กับการแก้ปัญหาต่างๆ ได้
  3. ทางเลือกต่างๆ ที่บรรลุปเป้าหมายได้ คือ การค้นหาทางเลือกที่ดีที่สุดเพื่อบรรลุปเป้าหมายที่วางไว้ ผ่านการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดเสมอ ดังนั้นควรสร้างทางเลือกไว้ให้มากกว่าสองทาง จึงจะได้มาซึ่งการตัดสินใจที่ดีที่สุด
  4. สภาพการณ์ที่ทำให้ตัดสินใจในการตัดสินใจนั้น ผู้ตัดสินใจต้องคำนึงถึงสภาพการณ์ในการตัดสินใจด้วย ซึ่งสามารถแบ่งสภาพการณ์ได้ 3 แบบ คือ

4.1 สภาวะการณ์ที่แน่นอน เป็นสภาวะการณ์ที่รู้คำตอบหรือผลของการทางเลือกต่างๆ หลังจากการตัดสินใจอยู่แล้วว่าจะเกิดอะไรตามมา การตัดสินใจในสภาวะการณ์นี้ จะมีโอกาสถูกต้องมากที่สุด

4.2 สภาวะการณ์ที่เสี่ยง คือ สภาวะการณ์ที่ผู้ทำการตัดสินใจทราบถึงทางเลือกต่างๆ ทราบถึงโอกาสและความน่าจะเป็นที่จะเกิดขึ้นได้ ซึ่งสภาวะการณ์นี้ เป็นสภาวะการณ์ที่ผู้ตัดสินใจต้องเลือก เมื่อพบว่ามีโอกาสได้รับประโยชน์มากกว่าเสียประโยชน์

4.3 สภาวะการณ์ที่ไม่แน่นอน เป็นสภาวะการณ์ที่ไม่แน่นอน เป็นสภาวะการณ์ที่ผู้ตัดสินใจทราบถึงทางเลือกต่างๆ แต่ไม่ทราบถึงผลที่จะเกิดขึ้นภายหลังการตัดสินใจ และไม่อาจคาดเดาความน่าจะเป็นได้ ดังนั้นผู้ตัดสินใจไม่ควรตัดสินใจใดๆ จนกว่าจะได้รับข้อมูลที่น่าเชื่อถือและเพียงพอต่อการตัดสินใจ

เอนก สุวรรณบัณฑิต (2548) ได้กล่าวเกี่ยวกับองค์ประกอบภายนอกตัวบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของบุคคล มี 5 องค์ประกอบ ดังนี้

1. อิทธิพลทางครอบครัว (Family impact) เนื่องจากครอบครัวเป็นจุดเริ่มต้นของการที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรมต่างๆในสังคม รวมไปถึงความคิด ค่านิยม ความเชื่อของครอบครัว ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจของบุคคลได้

2. อิทธิพลทางสังคม (Social impact) โดยบุคคลที่อยู่ในสภาวะแวดล้อมทางสังคมแบบไหน ก็จะส่งผลต่อพฤติกรรมทางสังคมของบุคคล รวมถึงการกระทำ ความคิด และการตัดสินใจของบุคคลนั้นด้วย

3. อิทธิพลทางวัฒนธรรม (Culture impact) เป็นตัวกำหนดรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในสังคม โดยการมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันตามเชื้อชาติ ศาสนา หรือถิ่นที่อยู่ นั้น ส่งผลต่อการดำเนินชีวิต ความคิดและการตัดสินใจของบุคคลให้มีความแตกต่างกันด้วย

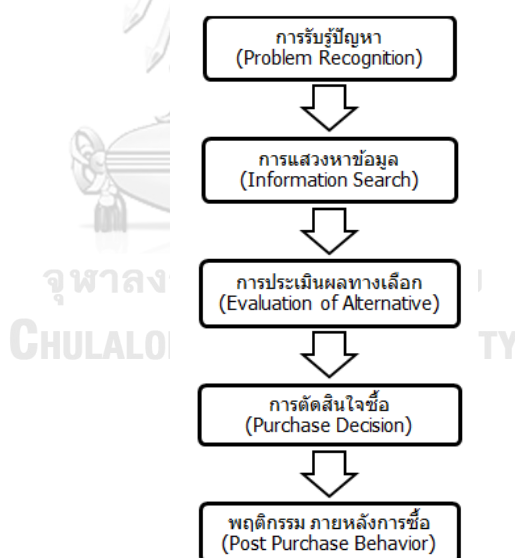
4. อิทธิพลทางเศรษฐกิจ (Economic impact) สภาวะทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับสถานะความเป็นอยู่และความสามารถในการสนองความต้องการของแต่ละบุคคล จึงย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจที่แตกต่างกันออกไป

5. อิทธิพลทางสิ่งแวดล้อม (Environment impact) หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่บุคคลจะต้องปฏิสัมพันธ์ด้วย ไม่ว่าจะเป็นที่พำอาศัย ผู้คนในชุมชนโดยรอบ เป็นสิ่งที่มีผลต่อพฤติกรรม การแสดงออกต่างๆของบุคคลรวมถึงการตัดสินใจของบุคคลนั้นๆด้วย

จากที่กล่าวมาข้างต้น พอจะสรุปได้ว่า การตัดสินใจในแต่ละครั้งนั้น มีองค์ประกอบมากมาย ไม่ว่าจะเป็น ความปรารถนาส่วนตัว เหตุผล อารมณ์ ความรู้สึก สิ่งเร้าภายนอก รสนิยม ความจำเป็น ความรับผิดชอบ ความสัมพันธ์ รวมถึงประสบการณ์ในอดีต นอกจากนี้ การตัดสินใจส่วนบุคคลนั้น ยังขึ้นอยู่กับครอบครัว สังคม วัฒนธรรม อิทธิพลทางสิ่งแวดล้อม และสถานะทางเศรษฐกิจและการเงินของบุคคลนั้นๆด้วย ดังนั้น การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวสูงอายุ นั้น ย่อมเกิดจากองค์ประกอบการตัดสินใจที่กล่าวมาข้างต้นด้วย เช่น อิทธิพลทางสิ่งแวดล้อมของผู้สูงอายุ ที่มีครอบครัวที่เป็นนักกีฬา ชื่นชอบการออกกำลังกาย เล่นกีฬาอยู่แล้ว ก็มีแนวโน้มจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นต้น

### กระบวนการการตัดสินใจซื้อ

มีแนวคิดและทฤษฎีต่างๆเกี่ยวกับกระบวนการการตัดสินใจซื้อ ซึ่งในที่นี้หมายถึง การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยกระบวนการต่าง ๆ นั้น ได้มีนักวิชาการกล่าวไว้ ดังนี้



รูปที่ 2 กระบวนการการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน ของคอตเลอร์

ที่มา: Kotler (1997)

จากรูปที่ 2 แสดงถึงกระบวนการการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน ซึ่งกระบวนการตัดสินใจของผู้รับบริการแม้จะมีความแตกต่างกัน มีความต้องการแตกต่างกันแต่ผู้รับบริการจะมีรูปแบบการ

ตัดสินใจซื้อที่คล้ายคลึงกันซึ่งกระบวนการนี้ไม่จำเป็นต้องเกิดตามขั้นตอน อาจจะมีการข้ามขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งไปก็ได้ หรือสามารถย้อนกระบวนการตัดสินใจซื้อก็ได้ โดยแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน (Kotler, 1997) ดังนี้

1. การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem or need recognition) ปัญหาเกิดขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างสภาพที่เป็นอุดมคติ (Ideal) คือ สภาพที่เขารู้สึกว่าดีต่อตนเอง และเป็นสภาพที่ปรารถนากับสภาพที่เป็นอยู่จริง (Reality) ของสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับตนเอง จึงก่อให้เกิดความต้องการที่จะเติมเต็มส่วนต่างระหว่างสภาพอุดมคติกับสภาพที่เป็นจริง โดยปัญหาของแต่ละบุคคลจะมีสาเหตุที่แตกต่างกันไป ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ปัญหาของผู้รับบริการอาจเกิดขึ้นจากสาเหตุ ต่อไปนี้

1.1 สิ่งของที่ใช้อยู่เดิมหมดไป เมื่อสิ่งของเดิมที่ใช้ในการแก้ปัญหาเริ่มหมดลง จึงเกิดความต้องการใหม่จากการขาดหายของสิ่งของเดิมที่มีอยู่ ผู้รับบริการจึงจำเป็นต้องการหาสิ่งใหม่มาทดแทน

1.2 ผลของการแก้ปัญหาในอดีตนำไปสู่ปัญหาใหม่ เกิดจากการที่การใช้ผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่งในอดีตอาจก่อให้เกิดปัญหาตามมา เช่น เมื่อสายพานรถยนต์ขาดแต่ไม่สามารถหาสายพานเดิมได้ จึงต้องใช้สายพานอื่นทดแทนที่ไม่ได้มาตรฐาน ทำให้รถยนต์เกิดเสียงดัง จึงต้องไปหาสเปร์ย์มาฉีดสายพานเพื่อลดการเสียดทาน

1.3 การเปลี่ยนแปลงส่วนบุคคล การเจริญเติบโตของบุคคลทั้งด้านวุฒิภาวะและคุณวุฒิหรือแม้กระทั่งการเปลี่ยนแปลงในทางลบ เช่น การเจ็บป่วย รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ การเจริญเติบโตหรือแม้กระทั่งสภาพทางจิตใจที่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงและความต้องการใหม่ๆ

1.4 การเปลี่ยนแปลงของสภาพครอบครัว เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของสภาพครอบครัว เช่น การแต่งงาน การมีบุตร ทำให้มีความต้องการสินค้าหรือบริการเกิดขึ้น

1.5 การเปลี่ยนแปลงของสถานะทางการเงิน ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงของสถานะทางการเงินทั้งทางด้านบวกหรือด้านลบ ย่อมส่งผลให้การดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลง

1.6 ผลจากการเปลี่ยนกลุ่มอ้างอิง บุคคลจะมีกลุ่มอ้างอิงในแต่ละวัย แต่ละช่วงชีวิต และแต่ละกลุ่มสังคมที่แตกต่างกัน ดังนั้นกลุ่มอ้างอิงจึงเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้รับบริการ

1.7 ประสิทธิภาพของการส่งเสริมทางการตลาด เมื่อการส่งเสริมการตลาดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นโปรโมชั่น การประชาสัมพันธ์ การลด แลก แจก แถม การขายโดยใช้พนักงานหรือการตลาดทางตรงที่มีประสิทธิภาพ ก็จะสามารถกระตุ้นให้ผู้รับบริการตระหนักถึงปัญหาและเกิดความต้องการขึ้นได้

เมื่อผู้รับบริการได้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น เขาอาจจะหาทางแก้ไขปัญหานั้นหรือไม่ก็ได้ หากปัญหาไม่มีความสำคัญมากนัก ก็จะแก้ไขหรือไม่ก็ได้ แต่ถ้าหากปัญหาที่เกิดขึ้นยังไม่หายไป ไม่ลดลงหรือกลับเพิ่มขึ้นแล้ว ปัญหานั้นก็จะกลายเป็นความเครียดที่กลายเป็นแรงผลักดันให้พยายามแก้ไขปัญหานั้น ซึ่งเขาจะเริ่มหาทางแก้ไขปัญหานั้นโดยการเสาะหาข้อมูลก่อน

2. การเสาะแสวงหาข้อมูล (Search for information) เมื่อเกิดปัญหา ผู้รับบริการก็ต้องแสวงหาหนทางแก้ไข โดยหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อช่วยในการตัดสินใจ จากแหล่งข้อมูลต่อไปนี้

2.1 แหล่งบุคคล (Personal search) เป็นแหล่งข่าวสารที่เป็นบุคคล เช่น ครอบครัว มิตรสหาย กลุ่มอ้างอิง ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน หรือผู้ที่เคยใช้สินค้านั้นแล้ว

2.2 แหล่งธุรกิจ (Commercial search) เป็นแหล่งข่าวสารที่ได้ ณ จุดขายสินค้า บริษัทหรือร้านค้าที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย หรือจากพนักงานขาย

2.3 แหล่งข่าวทั่วไป (Public search) เป็นแหล่งข่าวสารที่ได้จากสื่อมวลชนต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ รวมถึงการสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

2.4 จากประสบการณ์ของผู้รับบริการเอง (Experimental search) เป็นแหล่งข่าวสารที่ได้รับจากการลองสัมผัส ตรวจสอบ การทดลองใช้ ผู้รับบริการบางคนก็ใช้ความพยายามในการเสาะแสวงหาข้อมูลในการใช้ประกอบการตัดสินใจซื้ออย่างมากแต่บางคนก็น้อย ทั้งนี้ อาจขึ้นอยู่กับปริมาณของข้อมูลที่มีอยู่เดิม ความรุนแรงของความปรารถนา หรือความสะดวกในการสืบเสาะหา

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of alternative) เมื่อผู้รับบริการ ได้ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 2 แล้ว ก็จะประเมินทางเลือกและตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุด วิธีการที่ผู้รับบริการใช้ในการประเมินทางเลือกอาจจะประเมิน โดยการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของแต่ละสินค้าและคัดสรรในการที่จะตัดสินใจเลือกซื้อจากหลากหลายตราห้อยให้เหลือเพียงตราห้อยเดียว อาจขึ้นอยู่กับความเชื่อนิยมศรัทธาในตราสินค้านั้นๆ หรืออาจขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้รับบริการที่ผ่านมาในอดีตและสถานการณ์ของการตัดสินใจรวมถึงทางเลือกที่มีอยู่ด้วยทั้งนี้ มีแนวคิดในการพิจารณา เพื่อช่วยประเมินแต่ละทางเลือก เพื่อให้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น ดังต่อไปนี้

3.1 คุณสมบัติ (Attributes) และประโยชน์ของสินค้าที่ได้รับ (Benefit) คือ การพิจารณาถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับ และคุณสมบัติของสินค้าว่า สามารถทำอะไรได้บ้างหรือมีความสามารถแค่ไหนผู้แต่ละรายจะมองผลิตภัณฑ์ว่าเป็นมวบรวมของลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้รับบริการจะมองลักษณะแตกต่างของลักษณะเหล่านี้ว่าเกี่ยวข้องกับตนเองเพียงใด และเขาจะให้ความสนใจมากที่สุดกับลักษณะที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของเขา

3.2 ระดับความสำคัญ (Degree of importance) คือการพิจารณาถึงความสำคัญของคุณสมบัติ (Attribute Importance) ของสินค้าเป็นหลักมากกว่าพิจารณาถึงความโดดเด่นของสินค้า (Salient attributes) ที่เราได้พบเห็น ผู้รับบริการให้ความสำคัญกับลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ในระดับแตกต่างกันตามความสอดคล้องกับความต้องการของเขา

3.3 ความเชื่อถือต่อตราหือ (Brand beliefs) คือการพิจารณาถึงความเชื่อถือต่อหือของสินค้าหรือภาพลักษณ์ของสินค้า (Brand image) ที่ผู้รับบริการได้เคยพบเห็น รับรู้จากประสบการณ์ในอดีต ผู้รับบริการจะสร้างความเชื่อในตราหือขึ้นชุดหนึ่งเกี่ยวกับลักษณะแต่ละอย่างของตราหือ ซึ่งความเชื่อเกี่ยวกับตราหือมีอิทธิพลต่อการประเมินทางเลือกของผู้รับบริการ

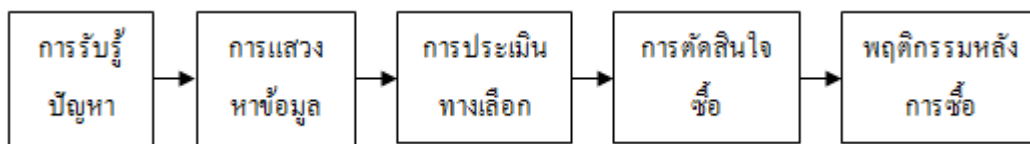
3.4 ความพอใจ (Utility function) คือการประเมินว่า มีความพอใจต่อสินค้าแต่ละหือแค่ไหน ผู้รับบริการมีทัศนคติในการเลือกตรา โดยผู้รับบริการจะกำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่เขาต้องการแล้วผู้รับบริการจะเปรียบเทียบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการกับคุณสมบัติของตราต่างๆ

3.5 กระบวนการประเมิน (Evaluation procedure) วิธีนี้เป็นอีกวิธีหนึ่งที่น่าเอาไปประยุกต์สำหรับการตัดสินใจหลายตัว เช่น ความพอใจ ความเชื่อถือในหือ คุณสมบัติของสินค้ามาพิจารณาเปรียบเทียบให้คะแนน แล้วหาผลสรุปว่าหือใดได้รับคะแนนจากการประเมินมากที่สุด ก่อนตัดสินใจซื้อต่อไป

4. การตัดสินใจซื้อ (Decision marking) โดยปกติแล้วผู้รับบริการแต่ละคนจะต้องการข้อมูลและระยะเวลาในการตัดสินใจสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดแตกต่างกัน คือ ผลิตภัณฑ์บางอย่างต้องการข้อมูลมาก ต้องใช้ระยะเวลาในการเปรียบเทียบนาน แต่บางผลิตภัณฑ์ผู้รับบริการก็ไม่ต้องการระยะเวลาการตัดสินใจนาน

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase behavior) หลังจากมีการซื้อแล้ว ผู้รับบริการจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภค ซึ่งอาจจะได้รับความพอใจหรือไม่พอใจก็ได้ ถ้าพอใจผู้รับบริการได้รับทราบถึงข้อดีต่างๆ ของสินค้าทำให้เกิดการซื้อซ้ำได้หรืออาจมีการแนะนำให้เกิดลูกค้ารายใหม่ แต่

ถ้าไม่พอใจ ผู้รับบริการก็อาจเลิกซื้อสินค้าในครั้งต่อไปและอาจส่งผลเสียต่อเนื่องจากการบอกต่อ ทำให้ลูกค้าซื้อสินค้าน้อยลงตามไปด้วย



### รูปที่ 3 แสดงขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อปกติ

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546)

จากทฤษฎีที่กล่าวมาอธิบายได้ว่า พฤติกรรมผู้รับบริการ จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้รับบริการ 5 ขั้นตอน ดังที่แสดงในรูปที่ 3 ในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้รับบริการ ซึ่งจะมีความสัมพันธ์กับความนึกคิด (Thought) ความรู้สึก (Feeling) การแสดงออก (Action) ในการดำรงชีวิตของมนุษย์แต่ละคนซึ่งไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน ทั้งนี้เพราะแต่ละคนมีทัศนคติ (Attitude) สิ่งจูงใจ (Motive) ประสบการณ์การรับรู้หรือสิ่งกระตุ้น (Stimuli) ทั้งภายในและภายนอกต่างกัน ปัจจัยดังกล่าวจะมีผลต่อความรู้สึกนึกคิดที่นำไปสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อ การตัดสินใจของผู้ซื้อ เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจย่อย 9 ประการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546) ได้แก่

1. ระดับความต้องการ ซึ่งผู้รับบริการต้องรู้ว่า ตนเองต้องการอะไร
2. ประเภทผลิตภัณฑ์ ที่สามารถตอบสนองความต้องการ
3. ชนิดผลิตภัณฑ์ ต้องคำนึงถึงรายได้ อาชีพ สถานภาพและบทบาททางสังคม
4. รูปแบบของผลิตภัณฑ์ ขึ้นอยู่กับราคา ความชอบ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์
5. ตราผลิตภัณฑ์ ขึ้นอยู่กับความเชื่อและทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า ความมีชื่อเสียงของสินค้าและการให้บริการ
6. ผู้ขาย ถ้ามีผู้ขายหรือตัวแทนจำหน่ายหลายราย ผู้รับบริการจะเลือกรายใดขึ้นอยู่กับบริการที่ผู้ขายเสนอหรือความรู้จักคุ้นเคย



7. ปริมาณที่จะซื้อ ผู้รับบริการต้องตัดสินใจว่า จะซื้อผลิตภัณฑ์เป็นจำนวนเท่าใด การตัดสินใจซื้อเกี่ยวกับปริมาณ ขึ้นอยู่กับความจำเป็นและอัตราการใช้

8. เวลา เมื่อตัดสินใจได้แล้วว่าจะซื้อจำนวนเท่าไร ก็มาตัดสินใจเรื่องเวลาที่จะซื้อ โอกาสในการซื้อขึ้นอยู่กับฤดูกาลและภาวะทางเศรษฐกิจ

9. วิธีการชำระเงิน วิธีการชำระเงินของผู้รับบริการว่าจะจ่ายเป็นเงินสดหรือเงินผ่อน จ่ายผ่านบัตรเครดิต หรือการจ่ายผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปคือ การที่ผู้สูงอายุจะออกไปท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้น ต้องผ่านกระบวนการตัดสินใจซื้อทั้ง 5 ขั้นตอนโดยการซื้อในนี้อาจจะหมายรวมไปถึงการเลือกใช้บริการต่างๆระหว่างท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผ่านกระบวนการทั้ง 5 ขั้นตอนได้แก่ การรับรู้ปัญหา เป็นการรับรู้ว่าจะอยากออกไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวใด จะไปแบบไหน จะไปใช้บริการต่างๆที่ใดบ้าง พอทราบปัญหาแล้ว จึงทำการหาข้อมูลต่างๆไม่ว่าจะเป็นการสอบถามจากผู้รู้ จากผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเอง จากสื่อต่างๆ รวมถึงการค้นหาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งปัจจุบันสามารถค้นหาได้ง่ายและมีความสะดวก นอกจากนั้นประสบการณ์ของตัวนักท่องเที่ยวสูงอายุเอง ก็เป็นแหล่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจด้วย ได้ข้อมูลจากการสืบหาข้อมูลแล้ว ก็ใช้การประเมินทางเลือก อาจจะใช้ความน่าเชื่อถือหรือความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ระดับความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวหรืออีเวนต์ที่จะเข้าร่วม ความพึงพอใจส่วนบุคคลหรือความชอบส่วนบุคคล หรือหากมีตัวเลือกหลายๆทาง อาจจะต้องใช้กระบวนการประเมินในการเลือก เช่น ระยะทางการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ความคุ้มค่า ความน่าเชื่อถือและความน่าสนใจ กิจกรรมต่างๆ และสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงของแต่ละที่ มาเปรียบเทียบกัน และเข้าสู่กระบวนการการตัดสินใจซื้อ หรือการเลือกสินค้าและบริการต่างๆ ระหว่างเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้นๆ หลังจากนั้นก็เกิดพฤติกรรมภายหลังการซื้อหรือการเข้ารับบริการในการท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้นๆ ว่าเกิดความพึงพอใจหรือไม่กับการท่องเที่ยว รวมถึงบริการต่างๆ ที่ได้รับระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรือประเมินว่าควรกลับไปท่องเที่ยวซ้ำหรือไม่

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### งานวิจัยภายในประเทศ

ยุทธนา คำพา (2560) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5AS ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเขาชีจรรย์ของนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 5,001-7,000 หยวน อาชีพส่วนใหญ่เป็นนักบวช ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเขาชีจรรย์ที่แตกต่างกัน พบว่า อายุและอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเขาชีจรรย์ที่แตกต่างกัน และยังพบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านการตระหนัก (Awareness) มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเขาชีจรรย์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงเห็นได้ว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวควรส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวทั้ง 5 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเขาชีจรรย์ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นไป เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีน อันจะส่งผลให้เพิ่มรายได้ต่อชุมชนและท้องถิ่นต่อไป

ปวีณ พิมาณ (2560) ได้ศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในจังหวัดชุมพร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดชุมพรต่อการท่องเที่ยวไทย เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชุมพร จำนวน 16 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุทั้งเพศชายและหญิงให้ความนิยมนิยามรูปแบบการท่องเที่ยว คือ รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงศาสนา เป็นอันดับต้นๆ ส่วนรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนันทนาการเพื่อสุขภาพ ได้รับความนิยมน้อยลงมา นิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาลต่างๆ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หาความรู้และประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับตนเอง สร้างความสัมพันธ์กับคนภายในครอบครัว นิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยรถยนต์เป็นหลัก ใช้งบประมาณท่องเที่ยวครั้งละประมาณ 3,000-5,000 บาท และนิยมท่องเที่ยวแบบค้างแรมใช้เวลาประมาณ 2 วัน 1 คืน ถึง 3 วัน 2 คืน ในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ จะมีครอบครัวจัดการเรื่องการท่องเที่ยวและที่พักให้

วรรณวิษา หนูมา (2559) ได้ทำการศึกษาความคาดหวังคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-40 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000

บาท โดยบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ความคาดหวังในคุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า และอายุของบุคคลวัยทำงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทเพื่อสุขภาพที่แตกต่างกัน ส่วนเพศและรายได้ต่อเดือนส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทเพื่อสุขภาพไม่แตกต่างกันในบุคคลวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร

ปวิตรรา วิเศษ (2558) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวพระราชวังของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า องค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านเส้นทางการคมนาคมขนส่งหรือการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวพระราชวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร และเมื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า เพศ อายุ และสถานภาพที่แตกต่างกันส่งผลต่อแรงจูงใจการท่องเที่ยวพระราชวังในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

พงศ์เสวก เอนกจรรย์ (2558) ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมเมอร์ในกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 51-55 ปี สถานภาพสมรส และส่วนใหญ่ไม่มีบุตร ระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนมากมีอาชีพรับจ้าง รายได้เฉลี่ยส่วนใหญ่สูงกว่า 30,000 บาท สุขภาพโดยทั่วไปแข็งแรง และอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร มากกว่า 5 ปี ผลการวิจัยพบว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูมเมอร์ในกรุงเทพมหานคร นิยมท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เดินทางท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ มีการจัดการเดินทางด้วยตนเอง มีครอบครัวและญาติเป็นผู้ร่วมเดินทาง และตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว 2-3 ครั้งต่อปี และเป็นการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยใช้เวลาท่องเที่ยวประมาณ 1-2 วัน

มาศศุภา นิมบุญจาซ (2558) ทำการศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีผลต่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาสนนอกแก้ว (อุทยานแห่งชาติเขาแหลม) โดยผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่มีต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาสนนอกแก้ว พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านที่มีความสำคัญมากที่สุด

คือ ด้านกิจกรรม โดยรูปแบบกิจกรรมมีความเหมาะสม เป็นด้านที่มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยสถานที่จอดรถเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว มีความสำคัญมากที่สุด ลำดับถัดมา คือด้านที่พัก โดยสถานที่ตั้งของที่พักมีความสะอาดและปลอดภัย เป็นด้านที่มีความสำคัญมากที่สุด ด้านเส้นทางการคมนาคม โดยการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้หลายเส้นทาง มีรถโดยสารสาธารณะให้บริการสม่ำเสมอ และมีเส้นทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้สะดวก มีความสำคัญมากที่สุด ด้านการบริการการท่องเที่ยวโดยผ่านข้อมูลมีคุณภาพ ความชัดเจนและเนื้อหาครบถ้วน มีความสำคัญมากที่สุด และด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว จุดชมวิว มีความสำคัญมากที่สุด

ธฤมณ จิรพิสัยสุข (2558) ทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในเส้นทางการท่องเที่ยวโดยการปั่นจักรยาน จังหวัดเชียงใหม่ เส้นทางที่ 1 ตามโครงการเชียงใหม่ปั่น ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงใหม่ และเพื่อเปรียบเทียบระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวไทย ด้านเพศ อายุ และอาชีพที่ต่างกันกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวโดยจักรยาน จังหวัดเชียงใหม่ เส้นทางที่ 1 ตามโครงการเชียงใหม่ปั่น ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงใหม่ ผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในเส้นทางการท่องเที่ยวโดยจักรยาน จังหวัดเชียงใหม่โดยรวมอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในเส้นทางการท่องเที่ยวโดยจักรยาน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านเส้นทางการคมนาคมเข้าถึง อยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในเส้นทางการท่องเที่ยวโดยจักรยาน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง ผลเปรียบเทียบระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวไทย ด้านเพศ อายุ และอาชีพที่ต่างกันกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในเส้นทางการท่องเที่ยวโดยจักรยาน จังหวัดเชียงใหม่ เส้นทางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในเส้นทางการท่องเที่ยวโดยจักรยาน จังหวัดเชียงใหม่ เส้นทางที่ 1 แตกต่างกัน โดยรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในเส้นทางการท่องเที่ยวโดยจักรยาน จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับมากและมีความแตกต่างกันออกไปตามลักษณะประชากรศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ชิตวร ประดิษฐ์รอด (2557) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริมาณของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 20-31 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ย 15,001-30,000 บาทต่อเดือน และประกอบอาชีพพนักงาน

เอกชน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ปริมาณของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริมาณของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

จุฑาภรณ์ ฮาร์ล (2557) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลทุกด้าน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ และถิ่นกำเนิด และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในต่างประเทศทุกด้าน ได้แก่ ความถี่ในการท่องเที่ยวในประเทศไทย ช่วงเวลาที่ใช้เดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศ เหตุผลหลักในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศ ผู้มีส่วนร่วมตัดสินใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในต่างประเทศ และแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวในต่างประเทศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยทุกด้าน ได้แก่ ปัจจัยสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ปัจจัยวัฒนธรรม ปัจจัยการบริการด้านการท่องเที่ยวและอสังหาริมทรัพย์ และปัจจัยอื่นๆ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อดิگانต์ ไพโรจน์พิริยะกุล และ สุชาติ ทวีพรปฐมกุล (2553) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเมืองหลวงพระบางจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางมากที่สุด

#### งานวิจัยต่างประเทศ

Jie (2016) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวัง ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวคุนหมิง (Kunming) ที่ขับรถมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยใช้เส้นทาง R3A เป็นการเก็บข้อมูลออนไลน์ ผ่าน QQ Wechat ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20-29 ปี อาชีพธุรกิจส่วนตัว ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวคุนหมิงในการมาท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับสูงสุด ปัจจัยด้านอายุ อาชีพและรายได้ มีผลต่อความพึงพอใจ

ของนักท่องเที่ยว และมีความคาดหวังและความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว การเดินทาง ที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายของที่ระลึก ระดับปานกลาง โดยมีความคาดหวัง เรื่องการเดินทางสูงสุด รองลงมาคือเรื่องที่พัก ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว และร้านขายของที่ระลึก ขณะที่มีความพึงพอใจประเภทแหล่งท่องเที่ยวสูงสุด รองลงมาคือเรื่องที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายของที่ระลึก การเดินทางและลักษณะแหล่งท่องเที่ยวตามลำดับ และยังให้ความสำคัญด้าน ความปลอดภัย เนื่องจากนักท่องเที่ยวใช้การขับรถมาท่องเที่ยวเอง

Kim, Woo and Uysal (2015) ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเกาะเชจู ประเทศเกาหลีใต้กับคุณภาพชีวิตโดยรวม โดยจากงานวิจัยพบว่า คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุมีความสัมพันธ์กับประสบการณ์การท่องเที่ยว และความพึงพอใจในชีวิตประจำวัน จากผลการสำรวจพบว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในชีวิตประจำวันและคุณภาพชีวิตโดยรวม อาจกล่าวได้ว่าการได้ออกไปท่องเที่ยวสามารถปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุให้ดีขึ้นได้ จากงานวิจัยได้ทำการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุไว้สำหรับผู้ที่ทำกรพัฒนาด้านกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยว จำเป็นต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์ของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมในการท่องเที่ยวหรือการจัดการด้านอื่นๆ ต้องเอื้อต่อการมาท่องเที่ยวของผู้สูงอายุด้วยเช่นกัน เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุให้มากขึ้นในอนาคต และอาจจะต้องศึกษาว่ามีกิจกรรมลักษณะไหนบ้างท่องเที่ยวแบบไหนบ้าง ที่ทำให้คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุดีขึ้นได้ เนื่องจากการท่องเที่ยวหนึ่งอย่างอาจจะไม่ได้สร้างประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจให้กับทุกคนได้เสมอไป

Naidoo, Ramseook-Munhurrin, Seebaluck and Janvier (2015) ได้ทำการสำรวจแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเบบี้บูมเมอร์กับการออกไปท่องเที่ยวแบบผจญภัย พบว่าการท่องเที่ยวแบบผจญภัยในกลุ่ม เบบี้บูมเมอร์ หรือผู้ที่เกิดในช่วง ปี 1946 ถึง 1964 ซึ่งผลการวิจัยพบ ปัจจัยผลัก (Push factors) ที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือ กิจกรรมที่ทำให้หวนระลึกถึงความหลัง หรือทำให้รู้สึกกลับไปเป็นเด็กอีกครั้ง เช่นเกม การละเล่นที่พวกเขาเคยเล่นกันสมัยเป็นหนุ่มสาว และปัจจัยดึง (Pull factors) ที่มีผลมากที่สุด คือ ปัจจัยทางด้ายกายภาพ หมายถึงสถานที่ที่จะไปท่องเที่ยว มีผลมากกว่า การได้รับสุขภาพที่ดี หรือการได้ใช้เวลาว่าง และมากกว่าการได้รับโปรโมชันต่างๆ นั้นแสดงให้เห็นว่า การโฆษณา ส่วนลดต่างๆไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบผจญภัยของกลุ่ม เบ

ปีบูมเมอร์ นั่นเอง ส่วนกิจกรรมผจญภัยที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้สนใจคือ กิจกรรมเบาๆ เช่น การดำน้ำ ปั่นจักรยาน เดินป่า ซี่ม้า หรือการไปแคมป์ปิ้ง

Sheresheva and Buzulukova (2014) ได้ศึกษาปัจจัยที่สามารถดึงดูดผู้สูงอายุท้องถิ่นของประเทศไทยให้ออกไปท่องเที่ยวเชิงกีฬา พบว่าผู้สูงอายุชาวรัสเซียชอบเป็นผู้เข้าชมกีฬา 49% โดย 36% จะเข้าร่วมจนจบอีเวนต์ และมีถึง 80% ที่พร้อมจะไปต่างประเทศเพื่อเข้าร่วมอีเวนต์กีฬาใหญ่ๆ เช่น โอลิมปิกส์เกมส์ กีฬาที่ผู้สูงอายุชอบเล่นมากที่สุด คือ วายน้ำ ปีนเขา และตกปลา ตามลำดับ ส่วนกีฬาที่ชอบดู คือ การแข่งขันเทนนิส ยิมนาสติก ตกปลา และจักรยาน ตามลำดับ และจากการสำรวจพบว่า ผู้สูงอายุชาวรัสเซีย ใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูล ดังนั้นจึงควรใช้โซเชียลมีเดียในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวให้กับผู้สูงอายุ นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังเสนอแนะให้ทางการควรจัดการเกี่ยวกับกิจกรรม รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เหมาะสมกับทุกเพศ ทุกวัย เตรียมความพร้อมสำหรับผู้สูงอายุไปท่องเที่ยว

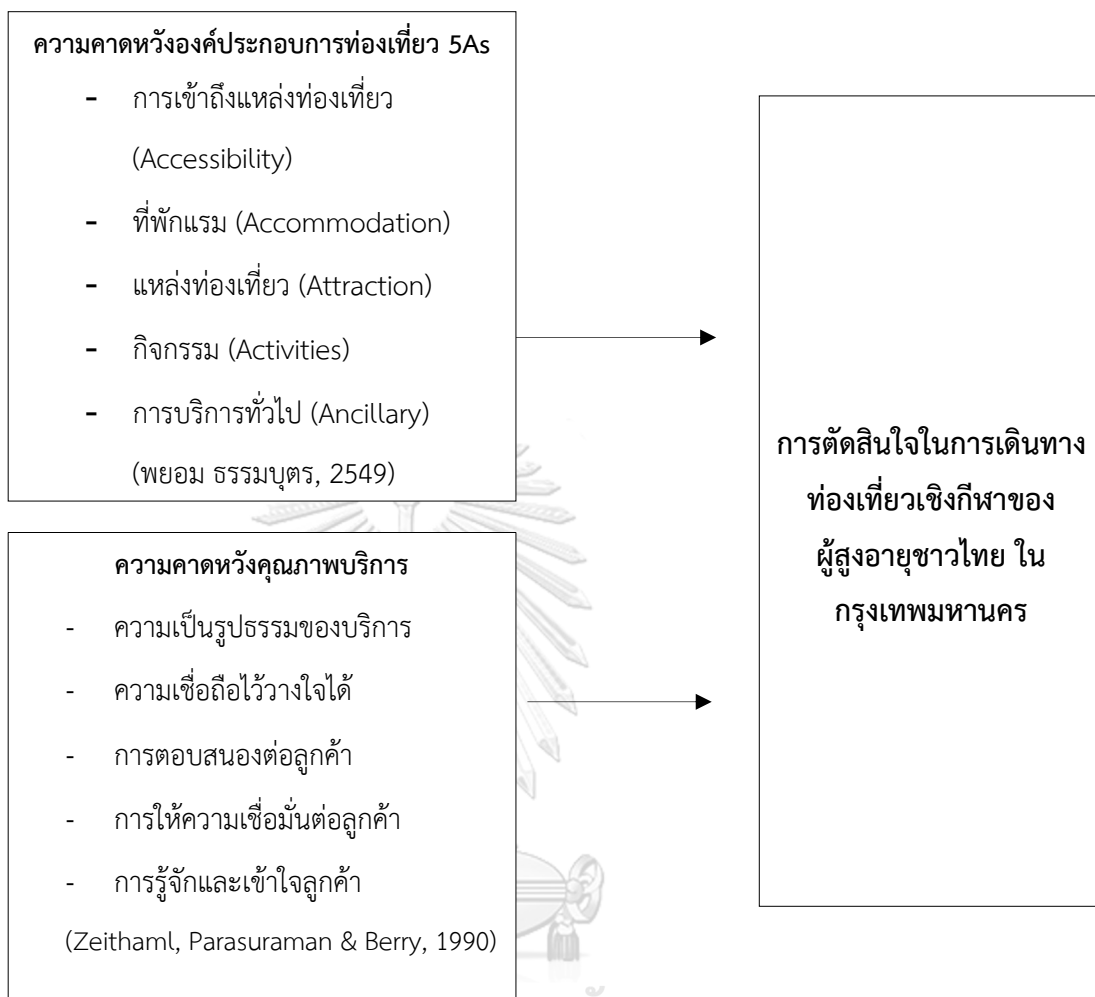
กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของงานวิจัยชิ้นนี้ คือ ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As และความคาดหวังคุณภาพบริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ซึ่งจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงได้กำหนดตัวแปรที่ศึกษาดังนี้

ตัวแปรต้น คือ 1.) ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ซึ่งประกอบไปด้วย การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ที่พักแรม แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และการบริการทั่วไป และ 2.) ความคาดหวังคุณภาพบริการ ซึ่งประกอบไปด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

โดยผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาไว้ดังรูปที่ 4



รูปที่ 4 กรอบแนวคิดการวิจัย



### บทที่ 3

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

##### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย คือ ผู้สูงอายุชาวไทย มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร สามารถระบุจำนวนของประชากรที่แน่นอนได้ตามข้อมูลของระบบสถิติการลงทะเบียน กรมการปกครอง ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 มีจำนวนทั้งสิ้น 978,455 คน (ระบบสถิติการลงทะเบียน, 2560)

กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้สูงอายุชาวไทย ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ที่สนใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งผู้ที่มีประสบการณ์และไม่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งคำนวณกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของยามาเน (Yamane, 1973) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{สูตร } n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ \text{เมื่อ } n &= \text{จำนวนคน} \\ N &= \text{ขนาดของประชากร} \\ e &= \text{ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง} \end{aligned}$$

เมื่อแทนค่าในสูตรข้างต้น ด้วยขนาดประชากร 978,455 คน ที่ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ร้อยละ 5 หรือ 0.05 ขนาดที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ

$$\begin{aligned} n &= \frac{978,455}{1 + 978,455 (0.05)^2} \\ n &= 399.99 \end{aligned}$$

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 400 คน เพื่อป้องกันแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างอีก 20% เป็น 480 คน

## วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่เท่าๆ กันในแต่ละพื้นที่ ซึ่งเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 480 คน แล้วนำมาหารด้วยจำนวนสวนสาธารณะ 10 ที่ที่เป็นสถานที่ที่ผู้สูงอายุนิยมทำกิจกรรมนันทนาการและออกกำลังกาย (BLT Bangkok, 2019) ได้แก่ 1.) สวนลุมพินี 2.) สวนเบญจกิติ 3.) สวนสันติภาพ 4.) สวนเบญจสิริ 5.) สวนจตุจักร 6.) สวนวชิรเบญจทัศ 7.) สวนหลวง ร.9 8.) สวนสราญรมย์ 9.) สวนรมณีนาถ และ 10.) สวนสาธารณะศูนย์กีฬาบึงหนองบอน ซึ่งคิดเป็นพื้นที่ละ 48 คน โดยเป็นการเก็บตัวอย่างจากผู้สูงอายุที่มีสัญชาติไทย มีความเต็มใจและยินดีให้ข้อมูล โดยผู้วิจัยจะมีการสอบถามเพื่อคัดกรองเบื้องต้นก่อนแจกแบบสอบถามว่า ผู้สูงอายุมีความสนใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาหรือไม่ เพื่อคัดกรองคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถามและทำการแจกแบบสอบถามจนครบ 480 คน โดยผู้ตอบแบบสอบถามต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

1. เป็นผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป สัญชาติไทย ทั้งเพศชาย และ เพศหญิง
2. เป็นผู้ที่มีความสนใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งที่มีประสบการณ์และไม่มีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา
3. เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ทั้งที่อยู่ในทะเบียนบ้านและไม่อยู่ในทะเบียนบ้าน เป็นเวลาอย่างน้อย 5 ปี
4. เป็นผู้ที่สามารถอ่านและเขียนภาษาไทยได้

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้มีรูปแบบในการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามที่ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ การตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามรายละเอียด ดังนี้

แบบสอบถาม (Questionnaires) มีทั้งหมด 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ โรคประจำตัว ประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงกีฬา และประเภทการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เคยเข้าร่วม ประเภทการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สนใจ ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบเลือกตอบจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

ซึ่งส่วนที่ 2 และ 3 มีเกณฑ์การเลือกตอบและให้น้ำหนักคะแนนดังนี้

ระดับ 1	หมายถึง	ความคาดหวังน้อยที่สุด
ระดับ 2	หมายถึง	ความคาดหวังน้อย
ระดับ 3	หมายถึง	ความคาดหวังปานกลาง
ระดับ 4	หมายถึง	ความคาดหวังมาก
ระดับ 5	หมายถึง	ความคาดหวังมากที่สุด

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้นดังนี้

(วิเชียร เกตุสิงห์, 2538)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	แสดงว่าระดับความคาดหวังน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	แสดงว่าระดับความคาดหวังน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	แสดงว่าระดับความคาดหวังปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	แสดงว่าระดับความคาดหวังมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	แสดงว่าระดับความคาดหวังมากที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร โดยมีเกณฑ์การเลือกตอบและให้น้ำหนักคะแนนดังนี้

ระดับ 1	หมายถึง	การตัดสินใจน้อยที่สุด
ระดับ 2	หมายถึง	การตัดสินใจน้อย
ระดับ 3	หมายถึง	การตัดสินใจปานกลาง
ระดับ 4	หมายถึง	การตัดสินใจมาก
ระดับ 5	หมายถึง	การตัดสินใจมากที่สุด

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้นดังนี้  
(วิเชียร เกตุสิงห์, 2538)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	แสดงว่าระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	แสดงว่าระดับการตัดสินใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	แสดงว่าระดับการตัดสินใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	แสดงว่าระดับการตัดสินใจมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	แสดงว่าระดับการตัดสินใจมากที่สุด

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเพิ่มเติม ลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด

### การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

เมื่อทำการสร้างแบบสอบถามเสร็จ นำแบบสอบถามดังกล่าวทำการปรับปรุงและแก้ไข โดยเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เมื่อพิจารณาค่าความตรงของแบบสอบถามด้วยวิธีการตรวจสอบหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างค่าคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC, Index of Item Objective Congruence) เพื่อนำมาพิจารณาปรับปรุงแก้ไขความถูกต้อง ความชัดเจนและความเหมาะสมในเนื้อหา โดยค่าที่ได้ต้องมีค่าใกล้เคียง 1 มากที่สุด โดยผู้วิจัยได้กำหนดค่าดัชนีความสอดคล้อง 0.6 ขึ้นไป เพราะถือว่าค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ (สิทธิ ธีรสรณ์, 2552) หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปปรับปรุงให้เกิดความสมบูรณ์ก่อนทดลองใช้ ค่าที่ได้ เท่ากับ 0.89

หลังการปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญและเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเพื่อปรับปรุงแก้ไขครั้งสุดท้ายก่อนนำไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้สูงอายุที่ไปทำกิจกรรมนันทนาการและออกกำลังกาย บริเวณสนามกีฬาแห่งชาติ จำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพของแบบสอบถาม และเพื่อตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดความเที่ยงหรือความสอดคล้องภายใน โดยผู้วิจัยกำหนดค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา 0.7 ขึ้นไป เพราะถือว่าค่าที่เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ (ยุทธ โกยวรรณ และ กุสุมา ผลาพรหม, 2553) ค่าที่ได้ เท่ากับ 0.97

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามและชี้แจงให้กับผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจและเก็บแบบสอบถามด้วยตัวเอง ใช้วิธีการสุ่มแบบโควต้า โดยทำการแจกแบบสอบถามจำนวน 480 ชุด กับผู้สูงอายุชาวไทย มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และมีความสนใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในบริเวณ 10 สวนสาธารณะ ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นสถานที่ที่ผู้สูงอายุนิยมทำกิจกรรมนันทนาการและออกกำลังกาย (BLT Bangkok, 2019) ผู้วิจัยทำการเก็บแบบสอบถามกับผู้สูงอายุในบริเวณ 10 สวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ 1.) สวนลุมพินี 2.) สวนเบญจกิติ 3.) สวนสันติภาพ 4.) สวนเบญจสิริ 5.) สวนจตุจักร 6.) สวนวชิรเบญจทัศ 7.) สวนหลวง ร.9 8.) สวนสราญรมย์ 9.) สวนรมณีนาถ และ 10.) สวนสาธารณะศูนย์กีฬาบึงหนองบอน (BLT

Bangkok, 2019) โดยแบ่งการแจกแบบสอบถามออกเป็นพื้นที่ละ 48 ชุด ใช้เวลาเก็บข้อมูลในแต่ละพื้นที่ ที่ละ 2 วัน แบ่งออกเป็น 2 ช่วงเวลาคือ ช่วงเช้า แจกแบบสอบถามจำนวน 12 ชุด/วัน และช่วงเย็น แจกแบบสอบถามจำนวน 12 ชุด/วัน รวม 2 ช่วงเวลาเก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามเป็นจำนวน 24 ชุด/วัน ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูลด้วยตนเอง จากนั้นรอรับแบบสอบถามกลับทันทีที่กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อย และกลุ่มตัวอย่างได้รับของที่ระลึกเป็นปากกาจำนวน 1 ด้ามหลังจากตอบแบบสอบถามเสร็จแล้ว โดยผู้วิจัยเป็นผู้เก็บข้อมูลด้วยตนเอง รวมเป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 4 สัปดาห์

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดทำข้อมูลในงานวิจัย มีขั้นตอนดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามที่ได้จากการออกเก็บข้อมูล โดยแยกข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์เรียบร้อยแล้วมาลงรหัสสำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

3. การประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติในการทดสอบสมมติฐาน ใช้ค่าสถิติสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple linear regressions) โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics analysis) เป็นการคำนวณค่าสถิติ

พื้นฐาน แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ความคาดหวังคุณภาพบริการ และการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics analysis) เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As และความคาดหวังคุณภาพบริการส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้สถิติทดสอบสมมติฐานคือ สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple linear regression) โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการทำวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As และความคาดหวังคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

#### สัญลักษณ์และอักษรย่อในการนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อความเข้าใจและความสะดวกในการวิเคราะห์และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

n	แทน จำนวนประชากรในกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
$R^2$	แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจ (Coefficient of Determination)
Beta	แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย
F-Value	แทน ค่าพยากรณ์ความคลาดเคลื่อนของตัวแปรตาม
p	แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### การนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม จำนวน 480 ชุด ทำการตัดแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก เหลือแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ถึงความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As และความคาดหวังคุณภาพบริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร นำมาวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางและการอธิบายประกอบ โดยแบ่งเป็น 5 ขั้นตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของระดับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 5 ผลการแจกแจงความถี่ความคิดเห็นเพิ่มเติม

ตอนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน โดยจำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ต่อเดือนจากการทำงานหรือได้รับจากบุตรหลาน โรคประจำตัว ประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงกีฬา และประเภทการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เคยเข้าร่วม ประเภทการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สนใจ ด้วยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	ผู้สูงอายุชาวไทยใน กรุงเทพมหานคร	
	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	217	54.25
หญิง	183	45.75
รวม	400	100.00



ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	ผู้สูงอายุชาวไทยใน กรุงเทพมหานคร	
	จำนวน	ร้อยละ
2. อายุ		
60 - 69 ปี	272	68.00
70 - 79 ปี	104	26.00
80 ปีขึ้นไป	24	6.00
รวม	400	100.00
3. รายได้จากการทำงานหรือได้รับจากบุตรหลาน ต่อเดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	141	35.25
10,001 - 20,000 บาท	170	42.50
20,001 - 30,000 บาท	69	17.25
30,000 บาทขึ้นไป	20	5.00
รวม	400	100.00
4. โรคประจำตัว		
มีโรคประจำตัว	221	55.25
ไม่มีโรคประจำตัว	179	44.75
รวม	400	100.00
5. ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา		
เคยท่องเที่ยวเชิงกีฬา	186	46.50
ไม่เคยท่องเที่ยวเชิงกีฬา	214	53.50

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	ผู้สูงอายุชาวไทยใน กรุงเทพมหานคร	
	จำนวน	ร้อยละ
รวม	400	100.00

6. ประเภทการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เคยมีประสบการณ์  
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เป็นผู้ร่วมแข่งขันกีฬา/ผู้เล่นกีฬา	112	34.46
เป็นผู้เข้าชมการแข่งขันกีฬา	163	50.16
ชมสถานที่แข่งขันที่สำคัญในอดีต (โยฮานาดีต)	50	15.38
รวม	325	100.00

7. ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแต่ละประเภท  
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เป็นผู้ร่วมแข่งขันกีฬา/ผู้เล่นกีฬา	59	18.15
เป็นผู้เข้าชมการแข่งขันกีฬา	170	52.31
ชมสถานที่แข่งขันที่สำคัญในอดีต (โยฮานาดีต)	96	29.54
รวม	325	100.00

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.25 รองลงมาคือเพศหญิง จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75 โดยมีอายุในช่วง 60-69 ปี มากที่สุด จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 70-79 ปี มีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26 และ อายุ 80 ปีขึ้นไปน้อยที่สุด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีโรคประจำตัว จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.25 และไม่  
มีโรคประจำตัว 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75 ตามลำดับ

ด้านรายได้จากการทำงานหรือได้รับจากบุตรหลานต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมาคือ น้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.25 รายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 และรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.56 และเคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำนวน 186 คิดเป็นร้อยละ 46.50 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่เคยท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่วนใหญ่เคยเป็นผู้เข้าร่วมชมกีฬา (Passive sport tourism) จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 50.16 รองลงมาคือเป็นผู้เล่นกีฬาหรือผู้เข้าร่วมการแข่งขัน (Active sport tourism) จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 34.46 และเยี่ยมชมสถานที่แข่งขันกีฬาที่สำคัญในอดีต (Nostalgia sport tourism) จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 15.38 ตามลำดับ สำหรับผู้ที่ไม่เคยท่องเที่ยวเชิงกีฬาส่วนใหญ่ให้ความสนใจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประเภทเป็นผู้เข้าร่วมชมกีฬา (Passive sport tourism) จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 52.31 รองลงมาคือสนใจเยี่ยมชมสถานที่แข่งขันกีฬาที่สำคัญในอดีต (Nostalgia sport tourism) จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 29.54 และเป็นผู้เล่นกีฬาหรือผู้เข้าร่วมการแข่งขัน (Active sport tourism) จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 18.15 ตามลำดับ

## **ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานครโดยรวม ด้วยการหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร โดยรวม

องค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As (n = 400)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ คาดหวัง
การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	4.01	0.59	มาก
ที่พักแรม (Accommodation)	4.09	0.56	มาก
แหล่งท่องเที่ยว (Attraction)	3.98	0.54	มาก
กิจกรรม (Activities)	4.09	0.58	มาก
การบริการทั่วไป (Ancillary)	4.04	0.56	มาก
รวม	4.04	0.46	มาก

จากตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานครโดยรวม พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As โดยรวมอยู่ในระดับ มาก ( $\bar{x} = 4.04$ , S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรม ( $\bar{x} = 4.09$ , S.D. = 0.58) ด้านที่พักแรม ( $\bar{x} = 4.09$ , S.D. = 0.56) ด้านการบริการทั่วไป ( $\bar{x} = 4.04$ , S.D. = 0.56) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 4.01$ , S.D. = 0.59) และด้านแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 3.98$ , S.D. = 0.54) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคาดหวัง
(n = 400)			
1.สามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้จากหลากหลายประเภทการคมนาคม เช่น ทางเครื่องบิน รถยนต์ส่วนตัว รถสาธารณะ และเรือ เป็นต้น	3.91	0.86	มาก
2. มีการแสดงป้ายบอกทางหรือสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวชัดเจนตลอดเส้นทาง	4.05	0.76	มาก
3. มีเส้นทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงได้สะดวก	3.99	0.86	มาก
4. สภาพการจราจรในแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก คล่องตัว	4.03	0.81	มาก
5. สภาพถนนตลอดการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้มาตรฐาน เช่น พื้นผิวถนนไม่ขรุขระ มีเส้นแบ่งช่องทางการจราจรบนถนนชัดเจน ความกว้างของถนนเหมาะสม และมีเสาหลักกิโลตลอดเส้นทาง เป็นต้น	4.08	0.69	มาก
รวม	4.01	0.59	มาก

จากตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.01$ , S.D. = 0.59) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด 5 ข้อ ได้แก่ สภาพถนนตลอดการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้มาตรฐาน ( $\bar{x} = 4.08$ , S.D. = 0.69) มีการแสดงป้ายบอกทางหรือสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวชัดเจน ตลอดเส้นทาง ( $\bar{x} = 4.05$ , S.D. = 0.76) สภาพการจราจรในแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก คล่องตัว ( $\bar{x} = 4.03$ , S.D. = 0.81) มีเส้นทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงได้สะดวก ( $\bar{x} = 3.99$ , S.D. = 0.86) และ สามารถเดินทาง

เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้จากหลากหลายประเภทการคมนาคม ( $\bar{x} = 3.91$ , S.D. = 0.86) ตามลำดับ

**ตารางที่ 5** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านที่พักแรม (Accommodation)

ที่พักแรม (Accommodation) (n = 400)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ คาดหวัง
1. ห้องพักออกแบบมาให้เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น มีราวจับ ประตูกว้างสามารถนำรถเข็นเข้าได้สะดวก พื้นผิวไม่ขรุขระ แสงสว่างเพียงพอ พื้นไม่ลื่นเกินไป ประตูห้องน้ำเป็นแบบบานเลื่อน และห้องอาบน้ำมีราวจับกันลื่น เป็นต้น	4.07	0.75	มาก
2. มีห้องพักที่สะอาด	4.20	0.75	มาก
3. ห้องพักมีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี	4.17	0.74	มาก
4. มีระบบแจ้งเตือนฉุกเฉิน และอุปกรณ์ช่วยชีวิตฉุกเฉิน (เครื่องAED) ภายในที่พัก	4.02	0.77	มาก
5. มีบริการช่วยเหลือพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น บริการรถรับ-ส่งจากที่พักไปสถานที่ท่องเที่ยว ไปสนามบินหรือสถานีรถสาธารณะ	3.99	0.80	มาก
รวม	4.09	0.56	มาก

จากตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านที่พักแรม (Accommodation) พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ด้านที่พักแรม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.09$ , S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด 5 ข้อ ได้แก่ มีห้องพักที่สะอาด ( $\bar{x} = 4.20$ , S.D. = 0.75) ห้องพักมีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี ( $\bar{x} = 4.17$ , S.D. = 0.74) ห้องพักออกแบบมาให้เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ( $\bar{x} = 4.07$ , S.D. = 0.75) มีระบบแจ้งเตือนฉุกเฉิน และอุปกรณ์

ช่วยชีวิตฉุกเฉิน(เครื่องAED)ภายในที่พัก ( $\bar{x} = 4.02$ , S.D. = 0.77) และมีบริการช่วยเหลือพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ( $\bar{x} = 3.99$ , S.D. = 0.80) ตามลำดับ

**ตารางที่ 6** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) (n = 400)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ คาดหวัง
1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความเป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ	3.95	0.80	มาก
2. มีแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียงที่มีความน่าสนใจ	4.06	0.76	มาก
3. แหล่งท่องเที่ยวมีประวัติศาสตร์ทางด้านกีฬายาวนาน	3.84	0.84	มาก
4. แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงทางด้านกีฬา	3.89	0.78	มาก
5. ค่าบริการในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว ราคาพิเศษสำหรับ นักท่องเที่ยวสูงอายุ	4.14	0.76	มาก
รวม	3.98	0.54	มาก

จากตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ด้านแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.98$ , S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด 5 ข้อ ได้แก่ ค่าบริการในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว ราคาพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ( $\bar{x} = 4.14$ , S.D. = 0.76) มีแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียงที่มีความน่าสนใจ ( $\bar{x} = 4.06$ , S.D. = 0.76) แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความเป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ ( $\bar{x} = 3.95$ , S.D. = 0.80) แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงทางด้านกีฬา ( $\bar{x} = 3.89$ , S.D. = 0.78) และแหล่งท่องเที่ยวมีประวัติศาสตร์ทางด้านกีฬายาวนาน ( $\bar{x} = 3.84$ , S.D. = 0.84) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรม (Activities)

กิจกรรม (Activities) (n = 400)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ คาดหวัง
1. มีกิจกรรมด้านท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ	4.08	0.75	มาก
2. กิจกรรมมีความปลอดภัยสูง และมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการเข้าร่วมกิจกรรม	4.16	0.81	มาก
3. มีกิจกรรมที่หลากหลายให้เลือกเมื่อไปท่องเที่ยวเชิงกีฬา	4.02	0.83	มาก
4. มีกิจกรรมที่สามารถทำให้หวนคิดถึงอดีต	4.07	0.77	มาก
5. มีกิจกรรมทางการกีฬานักท่องเที่ยวสูงอายุสามารถทำหรือร่วมกิจกรรมได้ด้วยตัวเอง	4.11	0.76	มาก
รวม	4.09	0.58	มาก

จากตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรม (Activities) พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ด้านกิจกรรม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.09$ , S.D. = 0.58) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ข้อ ได้แก่ กิจกรรมมีความปลอดภัยสูง และมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการเข้าร่วมกิจกรรม ( $\bar{x} = 4.16$ , S.D. = 0.81) มีกิจกรรมทางการกีฬานักท่องเที่ยวสูงอายุสามารถทำหรือร่วมกิจกรรมได้ด้วยตัวเอง ( $\bar{x} = 4.11$ , S.D. = 0.76) มีกิจกรรมด้านท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ( $\bar{x} = 4.08$ , S.D. = 0.75) มีกิจกรรมที่สามารถทำให้หวนคิดถึงอดีต ( $\bar{x} = 4.07$ , S.D. = 0.77) และมีกิจกรรมที่หลากหลายให้เลือกเมื่อไปท่องเที่ยวเชิงกีฬา ( $\bar{x} = 4.02$ , S.D. = 0.83) ตามลำดับ



ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านการบริการทั่วไป (Ancillary)

การบริการทั่วไป (Ancillary) (n = 400)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ คาดหวัง
1. มีที่จอดรถพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ	4.15	0.81	มาก
2. มีร้านอาหารและของที่ระลึกที่มีคุณภาพให้บริการเพียงพอ	4.05	0.79	มาก
3. มีห้องปฐมพยาบาล และมีอุปกรณ์ช่วยเหลือฉุกเฉินภายในแหล่งท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและพร้อมใช้งาน	4.05	0.78	มาก
4. มีห้องน้ำสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุอย่างเพียงพอ	4.17	0.78	มาก
5. มีสัญญาณโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตอย่างทั่วถึง	3.80	0.80	มาก
รวม	4.04	0.56	มาก

จากตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านการบริการทั่วไป (Ancillary) พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ด้านการบริการทั่วไปอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.04$ , S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด 5 ข้อ ได้แก่ มีห้องน้ำสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุอย่างเพียงพอ ( $\bar{x} = 4.17$ , S.D. = 0.78) มีที่จอดรถพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ ( $\bar{x} = 4.15$ , S.D. = 0.81) มีร้านอาหารและของที่ระลึกที่มีคุณภาพให้บริการเพียงพอ ( $\bar{x} = 4.05$ , S.D. = 0.79) มีห้องปฐมพยาบาล และมีอุปกรณ์ช่วยเหลือฉุกเฉินภายในแหล่งท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและพร้อมใช้งาน ( $\bar{x} = 4.05$ , S.D. = 0.78) และมีสัญญาณโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตอย่างทั่วถึง ( $\bar{x} = 3.80$ , S.D. = 0.80) ตามลำดับ

### ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานครโดยรวม ด้วยการหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

**ตารางที่ 9** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร โดยรวม

คุณภาพบริการ (n = 400)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ คาดหวัง
ความเป็นรูปธรรมของบริการ	4.04	0.52	มาก
ความเชื่อถือไว้วางใจได้	4.06	0.55	มาก
การตอบสนองต่อลูกค้า	4.09	0.54	มาก
การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	4.20	0.56	มาก
การรู้จักและเข้าใจลูกค้า	4.11	0.54	มาก
รวม	4.10	0.46	มาก

จากตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานครโดยรวม พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับ มาก ( $\bar{x} = 4.10$ , S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ( $\bar{x} = 4.20$ , S.D. = 0.56) ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ( $\bar{x} = 4.11$ , S.D. = 0.54) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ( $\bar{x} = 4.09$ , S.D. = 0.54) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ( $\bar{x} = 4.06$ , S.D. = 0.55) และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ( $\bar{x} = 4.04$ , S.D. = 0.52) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

ความเป็นรูปธรรมของบริการ (n = 400)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ คาดหวัง
1. บรรยากาศในการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความดึงดูดใจ	3.83	0.74	มาก
2. แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความสวยงาม สะอาด	4.18	0.66	มาก
3. แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬามีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุครบ ครั้น	4.00	0.79	มาก
4. รูปแบบการให้บริการของบุคลากรมีความเหมาะสมกับผู้สูงอายุ เช่น มีการบริการเฉพาะส่วนบุคคลสำหรับผู้สูงอายุ และมีช่องให้บริการ เฉพาะสำหรับผู้สูงอายุ เป็นต้น	4.08	0.75	มาก
5. ห้องปฐมพยาบาลในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความเหมาะสมกับ ผู้สูงอายุ	4.09	0.79	มาก
รวม	4.04	0.52	มาก

จากตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.04$ , S.D. = 0.52) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ข้อ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความสวยงาม สะอาด ( $\bar{x} = 4.18$ , S.D. = 0.66) ห้องปฐมพยาบาลในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความเหมาะสมกับผู้สูงอายุ ( $\bar{x} = 4.09$ , S.D. = 0.79) รูปแบบการให้บริการของบุคลากรมีความเหมาะสมกับผู้สูงอายุ ( $\bar{x} = 4.08$ , S.D. = 0.75) แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬามีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุครบครั้น ( $\bar{x} = 4.00$ , S.D. = 0.79) และบรรยากาศในการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความดึงดูดใจ ( $\bar{x} = 3.83$ , S.D. = 0.74) ตามลำดับ

**ตารางที่ 11** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อใจไว้วางใจได้

ความเชื่อใจไว้วางใจได้ (n = 400)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ คาดหวัง
1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาออกแบบได้มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ เช่น การมีทางลาด มีแสงสว่างเพียงพอ มีที่ช่วยพยุงจับ	4.01	0.78	มาก
2. ระบบความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้มาตรฐานความปลอดภัยตามหลักสากล เช่น มีเส้นทางกรหนีไฟ ตลอดจนสัญลักษณ์บอกทางหนีไฟและประตูหนีไฟที่ชัดเจน มีการระบายอากาศที่ดี และมีอุปกรณ์ดับเพลิงและวิธีการใช้ตามมุ่มต่างๆ ที่สังเกตได้ง่าย เป็นต้น	4.09	0.79	มาก
3. แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวจากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	3.97	0.78	มาก
4. หน่วยปฐมพยาบาลและรถพยาบาลในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้รับอนุญาตจากกระทรวงสาธารณสุข (รวมถึงอีเวนต์กีฬา งานกีฬา สถานที่ท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมทางการกีฬา)	4.05	0.81	มาก
5. บุคลากรในหน่วยปฐมพยาบาล ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นผู้เชี่ยวชาญ และมีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ	4.18	0.70	มาก
รวม	4.06	0.55	มาก

จากตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อใจไว้วางใจได้ พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านความเชื่อใจไว้วางใจได้ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.06$ , S.D. = 0.55) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ อยู่ในระดับมาก ทั้ง 5 ข้อ ได้แก่ บุคลากรในหน่วยปฐมพยาบาลของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นผู้เชี่ยวชาญ และมีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ ( $\bar{x} = 4.18$ , S.D. = 0.70) ระบบความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้มาตรฐานความปลอดภัยตามหลักสากล ( $\bar{x} = 4.09$ , S.D. = 0.79) หน่วยปฐมพยาบาลและรถพยาบาลในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้รับอนุญาตจากกระทรวงสาธารณสุข (รวมถึงอีเวนต์กีฬา งานกีฬา สถานที่ท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมทางการกีฬา) ( $\bar{x} = 4.05$ , S.D. = 0.81) แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ออกแบบได้มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ( $\bar{x} = 4.01$ , S.D. = 0.78) และแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยว จากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ( $\bar{x} = 3.97$ , S.D. = 0.78) ตามลำดับ

**ตารางที่ 12** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

การตอบสนองต่อลูกค้า (n = 400)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ
			คาดหวัง
1. การบริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬามีหลากหลายรูปแบบที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุได้อย่างเหมาะสม	4.07	0.74	มาก
2. การท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทำให้เกิดการพักผ่อนไปพร้อมกับการออกกำลังกายอย่างเหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ	4.14	0.76	มาก
3. มีช่องทางการติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น โทรศัพท์ อีเมล ไลน์ เฟสบุ๊ก	3.94	0.85	มาก
4. นักท่องเที่ยวสูงอายุสามารถติดต่อและสอบถามข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว	4.05	0.74	มาก
5. เจ้าหน้าที่ ผู้ให้บริการ มีการให้บริการที่รวดเร็ว เมื่อนักท่องเที่ยวสูงอายุมาใช้บริการ	4.22	0.73	มากที่สุด
รวม	4.09	0.54	มาก

จากตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้าอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.09$ , S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ อยู่ในระดับมากที่สุดจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ ผู้ให้บริการ มีการให้บริการที่รวดเร็ว เมื่อนักท่องเที่ยวสูงอายุมาใช้บริการ ( $\bar{x} = 4.22$ , S.D. = 0.73) และมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการอยู่ในระดับมากจำนวน 4 ข้อ ได้แก่ การท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทำให้เกิดการพักผ่อนไปพร้อมกับการออกกำลังกายอย่างเหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ ( $\bar{x} = 4.14$ , S.D. = 0.76) การบริการใน

แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่หลากหลายรูปแบบที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุได้อย่างเหมาะสม ( $\bar{x} = 4.07$ , S.D. = 0.74) นักท่องเที่ยวสูงอายุสามารถติดต่อและสอบถามข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว ( $\bar{x} = 4.05$ , S.D. = 0.73) และมีช่องทางการติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ( $\bar{x} = 3.94$ , S.D. = 0.85) ตามลำดับ

**ตารางที่ 13** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า

การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (n = 400)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ คาดหวัง
1. มีเจ้าหน้าที่มีทักษะความรู้ ความสามารถ พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ	4.14	0.73	มาก
2. เจ้าหน้าที่ ผู้ให้บริการ มีความสุภาพ มีอัธยาศัยไมตรีที่ดี	4.22	0.74	มากที่สุด
3. เจ้าหน้าที่ ผู้ให้บริการ ณ แหล่งท่องเที่ยว มีความสามารถในการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ (พูดรู้เรื่อง ชัดเจน เข้าใจง่าย)	4.19	0.75	มาก
4. เจ้าหน้าที่ให้บริการได้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ	4.22	0.77	มากที่สุด
5. นักท่องเที่ยวสูงอายุรู้สึกปลอดภัยจากการได้รับบริการ	4.22	0.79	มากที่สุด
รวม	4.20	0.56	มาก

จากตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้าอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.20$ , S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการอยู่ในระดับมากที่สุดจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ นักท่องเที่ยวสูงอายุรู้สึกปลอดภัยจากการได้รับบริการ ( $\bar{x} = 4.22$ , S.D. = 0.79) เจ้าหน้าที่ให้บริการได้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ( $\bar{x} = 4.22$ , S.D. = 0.77) และเจ้าหน้าที่ ผู้ให้บริการ มีความสุภาพ มีอัธยาศัยไมตรีที่ดี ( $\bar{x} = 4.22$ , S.D. = 0.74) ตามลำดับ และมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ ผู้ให้บริการ ณ แหล่งท่องเที่ยว มีความสามารถในการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ ( $\bar{x} = 4.19$ , S.D. =

0.75) และมีเจ้าหน้าที่มีทักษะความรู้ ความสามารถ พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ นักท่องเที่ยวสูงอายุ ( $\bar{x} = 4.14$ , S.D. = 0.73) ตามลำดับ

**ตารางที่ 14** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านการรู้จัก และเข้าใจลูกค้า

การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (n = 400)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ คาดหวัง
	1. ผู้ให้บริการ ณ แหล่งท่องเที่ยว มีความเต็มใจในการตอบคำถาม ตอบคำถามได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน	4.12	0.76
2. ผู้ให้บริการมีความเต็มใจบริการแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุในทุกช่องทาง	4.16	0.75	มาก
3. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างสม่ำเสมอผ่านหลากหลายช่องทาง	4.06	0.81	มาก
4. สามารถติดต่อแหล่งท่องเที่ยวได้ล่วงหน้าก่อนเข้าชม	4.04	0.74	มาก
5. เจ้าหน้าที่ให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวสูงอายุ	4.20	0.73	มาก
รวม	4.11	0.54	มาก

จากตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.11$ , S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการอยู่ในระดับมากที่สุด 5 ข้อ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ( $\bar{x} = 4.20$ , S.D. = 0.73) ผู้ให้บริการมีความเต็มใจบริการแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุในทุกช่องทาง ( $\bar{x} = 4.16$ , S.D. = 0.75) ผู้ให้บริการ ณ แหล่งท่องเที่ยว มีความเต็มใจในการตอบคำถาม ตอบคำถามได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน ( $\bar{x} = 4.12$ , S.D. = 0.76) มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างสม่ำเสมอผ่านหลากหลายช่องทาง ( $\bar{x} = 4.06$ , S.D. = 0.81) และสามารถติดต่อแหล่งท่องเที่ยวได้ล่วงหน้าก่อนเข้าชม ( $\bar{x} = 4.04$ , S.D. = 0.73) ตามลำดับ

#### ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานครโดยรวม ด้วยการหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร โดยรวม

การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา (n = 400)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. ท่านต้องการเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา	3.27	1.14	ปานกลาง
2. ท่านต้องการเข้าร่วมชมและเชียร์การแข่งขันกีฬา	3.80	0.81	มาก
3. ท่านต้องการท่องเที่ยวเพื่อชมสถานที่สำคัญทางการกีฬา	3.68	0.89	มาก
4. ท่านต้องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมทางการกีฬาที่หลากหลาย	3.82	0.85	มาก
5. ท่านมีความสนใจในการเล่นกีฬาและการออกกำลังกาย	3.89	0.89	มาก
6. ท่านต้องการเสริมสร้างร่างกายให้แข็งแรงและมีสุขภาพที่ดี	4.17	0.77	มาก
รวม	3.77	0.64	มาก

จากตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา จากข้อมูลพบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีระดับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยรวมอยู่ในระดับ มาก ( $\bar{x} = 3.77$ , S.D. = 0.64) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ท่านต้องการเสริมสร้างร่างกายให้แข็งแรงและมีสุขภาพที่ดี ( $\bar{x} = 4.17$ , S.D. = 0.77) ท่านมีความสนใจในการเล่นกีฬาและออกกำลังกาย ( $\bar{x} = 3.89$ , S.D. = 0.89) ท่านต้องการแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมทางการกีฬาที่หลากหลาย ( $\bar{x} = 3.82$ , S.D. = 0.85) ตามลำดับ ท่านต้องการเป็นผู้เข้าร่วมชมและเชียร์กีฬา ( $\bar{x} = 3.80$ , S.D. = 0.81) และท่านต้องการท่องเที่ยวเพื่อเที่ยวชมสถานที่สำคัญทางการกีฬา ( $\bar{x} = 3.68$ , S.D. = 0.89) ตามลำดับ



และมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 1 ข้อ คือ ต้องการเป็นผู้เข้าแข่งขันหรือเป็นผู้  
เล่นกีฬา ( $\bar{x} = 3.27$ , S.D. = 1.14)



## ตอนที่ 5 ผลการแจกแจงความถี่ความคิดเห็นเพิ่มเติม

### ตารางที่ 16 แสดงผลการแจกแจงความถี่ของความคิดเห็นเพิ่มเติม

ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม	จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถามที่แสดง ความคิดเห็นเพิ่มเติม
1. อยากให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดกิจกรรมให้ผู้สูงอายุให้มากขึ้น, จัดกีฬาให้ผู้สูงอายุได้เข้าร่วม และส่งเสริมการออกกำลังกายในผู้สูงอายุให้มากขึ้น	19
2. ลูกหลานกังวลเกี่ยวกับสุขภาพของผู้สูงอายุที่ออกไปท่องเที่ยว จึงอยากให้มีการกิจกรรมที่ทำได้เป็นครอบครัวได้	14
3. ต้องการทีมแพทย์ฉุกเฉินตลอดเวลา ในงานแข่งกีฬาที่มีผู้สูงอายุเข้าร่วม รวมถึงความปลอดภัยอย่างอื่นตลอดการท่องเที่ยว	14
4. ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ เช่น ป้ายตัวใหญ่ๆ ราวจับทางเดิน ห้องน้ำผู้สูงอายุ ทางสำหรับรถเข็น	12
5. ต้องการให้พัฒนาระบบคมนาคมโดยเฉพาะขนส่งสาธารณะ เช่น รถเมล์แท็กซี่ เพื่อให้ผู้สูงอายุเดินทางเองได้โดยไม่ต้องรอลูกหลานไปส่ง	8
6. ควรส่งเสริมให้มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเมืองไทยให้มากขึ้น	7
7. การประชาสัมพันธ์ให้ผู้สูงอายุได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาน้อย	5
8. อยากให้ภาครัฐให้มีการส่งเสริมการออกกำลังกายในผู้สูงอายุอย่างจริงจัง กระตุ้นให้มีงบประมาณเยอะๆ	4
รวม	83

จากตารางที่ 16 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เกี่ยวกับการส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมของผู้สูงอายุให้มากขึ้น นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับเรื่องของความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆสำหรับผู้สูงอายุ จะได้ลดความกังวลเกี่ยวกับปัญหาด้านสุขภาพลงไปได้

## ตอนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 17 แสดงผลการทดสอบความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

องค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As	Beta	t	p
การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	0.115	1.921	0.055
ที่พักแรม (Accommodation)	0.019	0.260	0.795
แหล่งท่องเที่ยว (Attraction)	0.081	1.213	0.226
กิจกรรม (Activities)	0.073	0.955	0.340
การบริการทั่วไป (Ancillary)	0.225	3.022	0.003*

$R^2 = 0.086$  , F-Value = 7.441 , n = 400

\*p ≤ 0.05

จากตารางที่ 17 แสดงผลการทดสอบความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานครโดยใช้สถิติสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจ ( $R^2$ ) ซึ่งเป็นค่าที่แสดงถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระ คือ ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร มีค่าเท่ากับ 0.086 และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า โดยรวม ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร แต่เมื่อพิจารณารายด้าน มีเพียงความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ด้านการบริการทั่วไป เท่านั้นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าเท่ากับ 0.225 ส่วนความคาดหวังองค์ประกอบท่องเที่ยว 5As ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พักแรม

ด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านกิจกรรม ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

สรุปได้ว่า ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ด้านการบริการทั่วไป ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พักแรม ด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านกิจกรรม ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร

**สมมติฐานที่ 2 ความคาดหวังคุณภาพบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร**

**ตารางที่ 18** แสดงผลการทดสอบความคาดหวังคุณภาพบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

คุณภาพบริการ	Beta	t	p
ความเป็นรูปธรรมของบริการ	-0.037	-0.481	0.631
ความเชื่อถือไว้วางใจได้	0.208	2.480	0.014*
การตอบสนองต่อลูกค้า	0.020	0.268	0.789
การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	-0.090	-1.175	0.241
การรู้จักและเข้าใจลูกค้า	0.215	2.820	0.005*

$R^2 = 0.096$  ,  $F\text{-Value} = 8.401$  ,  $n = 400$

\* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 18 แสดงผลการทดสอบความคาดหวังคุณภาพบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจ ( $R^2$ ) ซึ่งเป็นค่าที่แสดงถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระ คือ ความคาดหวังคุณภาพบริการ ที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีค่าเท่ากับ 0.096 และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า โดยรวม ความคาดหวังคุณภาพบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร แต่เมื่อพิจารณารายด้าน มีเพียงความคาดหวังคุณภาพบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า และด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าเท่ากับ 0.215 และ 0.208 ตามลำดับ ส่วนความคาดหวังคุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร

สรุปได้ว่า ความคาดหวังคุณภาพบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ความคาดหวังคุณภาพบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า และด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความคาดหวังคุณภาพบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As และความคาดหวังคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุ ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป สัญชาติไทย อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่มาทำกิจกรรมนันทนาการและออกกำลังกายในสวนสาธารณะ 10 แห่ง ได้แก่ 1.) สวนลุมพินี 2.) สวนเบญจกิติ 3.) สวนสันติภาพ 4.) สวนเบญจสิริ 5.) สวนจตุจักร 6.) สวนวชิรเบญจทัศ 7.) สวนหลวง ร.9 8.) สวนสราญรมย์ 9.) สวนรมณีนาถ และ 10.) สวนสาธารณะศูนย์กีฬาบึงหนองบอน จำนวน 400 คน

งานวิจัยในครั้งนี้มีรูปแบบในการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งแบบสอบถามประกอบไปด้วยข้อมูล 5 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร และแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามทั้ง 5 ส่วนแบ่งได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ โรคประจำตัว ประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงกีฬา และประเภทการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เคยเข้าร่วม ประเภทการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สนใจ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเพิ่มเติม ลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด แบบสอบถามได้รับการตรวจสอบความตรงจากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน โดยพิจารณาค่าความตรงของแบบสอบถามด้วยวิธีการตรวจสอบหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างค่าคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC, Index of Item Objective

Congruence) ได้ผลเท่ากับ 0.89 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิให้เกิดความสมบูรณ์ก่อนนำไปทดลองใช้ หลังจากปรับปรุงแบบสอบถามแล้วจึงนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มคนที่มีลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้สูงอายุที่ไปทำกิจกรรมนันทนาการและออกกำลังกาย บริเวณสนามกีฬาแห่งชาติ จำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพของแบบสอบถาม และเพื่อตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดความเที่ยงหรือความสอดคล้องภายใน โดยค่าที่ได้ คือ 0.97

ในขั้นตอนการเก็บข้อมูลวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการสุ่มแบบโควต้า จำนวน 480 ชุด ทำการขออนุญาตโดยตรงจากผู้สูงอายุชาวไทย ที่มาทำกิจกรรมนันทนาการและออกกำลังกายในสวนสาธารณะ 10 แห่งในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ 1.) สวนลุมพินี 2.) สวนเบญจกิติ 3.) สวนสันติภาพ 4.) สวนเบญจสิริ 5.) สวนจตุจักร 6.) สวนวชิรเบญจทัศ 7.) สวนหลวง ร.9 8.) สวนสราญรมย์ 9.) สวนรมณีนาถ และ 10.) สวนสาธารณะศูนย์กีฬาบึงหนองบอน

โดยได้แบ่งการแจกแบบสอบถามออกเป็นพื้นที่ละ 48 ชุด ใช้เวลาเก็บข้อมูลในแต่ละพื้นที่พื้นที่ละ 2 วัน แบ่งออกเป็น 2 ช่วงเวลาคือ ช่วงเช้า แจกแบบสอบถามจำนวน 12 ชุด/วัน และช่วงเย็น แจกแบบสอบถามจำนวน 12 ชุด/วัน รวม 2 ช่วงเวลา เก็บข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามเป็นจำนวน 24 ชุด/วัน รวมทั้งสิ้น 480 ชุด

ผู้วิจัยได้เข้าไปขออนุญาตและสอบถามกลุ่มตัวอย่างเพื่อคัดกรองเบื้องต้น จากนั้นชี้แจงถึงข้อมูลของแบบสอบถาม รวมถึงวัตถุประสงค์ของงานวิจัยให้กลุ่มตัวอย่างได้ฟัง และทำการแจกแบบสอบถามและปากกาให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อมูลด้วยตนเอง จากนั้นรอรับแบบสอบถามกลับทันทีที่กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อย โดยผู้วิจัยเป็นผู้เก็บข้อมูลด้วยตนเอง ระหว่างวันที่ 2 - 31 ธันวาคม 2562 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 30 วัน

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้มา 480 ชุด มาคัดเลือกเอาแบบสอบถามที่มีข้อมูลไม่สมบูรณ์ออกเหลือแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ชุด นำมาวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ดังนี้

- วิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
- วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
- สถิติสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

## สรุปผลการวิจัย

### ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.25 มีอายุในช่วง 60-69 ปี จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีโรคประจำตัว จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.25 มีรายได้จากการทำงานหรือได้รับจากบุตรหลานต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.56 ผู้ที่เคยท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่วนใหญ่เคยเป็นผู้เข้าร่วมชมกีฬา (Passive sport tourism) จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 50.16 สำหรับผู้ที่ไม่เคยท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่วนใหญ่ให้ความสนใจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประเภทเป็นผู้เข้าร่วมชมกีฬา (Passive sport tourism) จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 52.31

### ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อองค์ประกอบท่องเที่ยว 5As โดยรวมอยู่ในระดับ มาก ทุกด้าน ได้แก่ด้านกิจกรรม ด้านที่พักแรม ด้านการบริการทั่วไป ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว จากการวิจัย พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีระดับความคาดหวังเกี่ยวกับการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับ มาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร คาดหวังอยู่ในระดับ มาก ทุกข้อ คือ สภาพถนนตลอดการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้มาตรฐาน เช่น พื้นผิวถนนไม่ขรุขระ มีเส้นแบ่งช่องทางการจราจรบนถนนชัดเจน ความกว้างของถนนเหมาะสม และมีเสาหลักกิโลตลอดเส้นทาง เป็นต้น มีการแสดงป้ายบอกทางหรือสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่ชัดเจน ตลอดเส้นทาง สภาพการจราจรในแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก คล่องตัว มีเส้นทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงได้สะดวก และสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้จากหลากหลายประเภทการคมนาคม เช่น ทางเครื่องบิน รถยนต์ส่วนตัว รถสาธารณะ และเรือ เป็นต้น ตามลำดับ

ด้านที่พักแรม จากการวิจัย พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีระดับความคาดหวังเกี่ยวกับที่พักแรม โดยรวมอยู่ในระดับ มาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังอยู่ในระดับ มาก ทุกข้อ คือ มีห้องพักที่สะอาด ห้องพักรับบริการ



รักษาความปลอดภัยที่ดี ห้องพักออกแบบมาให้เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น มีราวจับ ประตูกว้างสามารถนั่งเข้าได้สะดวก พื้นผิวไม่ขรุขระ แสงสว่างเพียงพอ พื้นไม่ลื่นเกินไป ประตูห้องน้ำเป็นแบบบานเลื่อน และห้องอาบน้ำมีราวจับกันลื่น เป็นต้น มีระบบแจ้งเตือนฉุกเฉิน และอุปกรณ์ช่วยชีวิตฉุกเฉิน (เครื่อง AED) ภายในที่พัก และมีบริการช่วยเหลือพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น บริการรถรับ-ส่งจากที่พักไปสถานที่ท่องเที่ยว ไปสนามบินหรือสถานีรถสาธารณะ ตามลำดับ

ด้านแหล่งท่องเที่ยว จากการวิจัย พบว่าผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับ มาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ทุกข้อ ได้แก่ ค่าบริการในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว ราคาพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ มีแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียงที่มีความน่าสนใจ แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีความเป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงทางด้านกีฬา และแหล่งท่องเที่ยวมีประวัติศาสตร์ทางด้านกีฬายาวนาน ตามลำดับ

ด้านกิจกรรม จากการวิจัย พบว่าผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังเกี่ยวกับด้านกิจกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ทุกข้อ ได้แก่ กิจกรรมมีความปลอดภัยสูง และมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการเข้าร่วมกิจกรรม มีกิจกรรมทางการกีฬานักท่องเที่ยวสูงอายุสามารถทำหรือร่วมกิจกรรมได้ด้วยตัวเอง มีกิจกรรมด้านท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ มีกิจกรรมที่สามารถทำให้หวนคิดถึงอดีต และมีกิจกรรมที่หลากหลายให้เลือกเมื่อไปท่องเที่ยวเชิงกีฬา ตามลำดับ

ด้านการบริการทั่วไป จากการวิจัย พบว่าผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังเกี่ยวกับด้านการบริการทั่วไป โดยรวมอยู่ในระดับ มาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังอยู่ในระดับ มาก ทุกข้อ ได้แก่ มีห้องน้ำสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุอย่างเพียงพอ มีที่จอดรถพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ มีร้านอาหารและของที่ระลึกที่มีคุณภาพให้บริการเพียงพอ มีห้องปฐมพยาบาล และมีอุปกรณ์ช่วยเหลือฉุกเฉินภายในแหล่งท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและพร้อมใช้งาน และมีสัญญาณโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตอย่างทั่วถึง ตามลำดับ

### **ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร**

ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ โดยรวมอยู่ในระดับ มาก ทุกด้าน ได้แก่ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ จากการวิจัย พบว่าผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ อยู่ในระดับมาก ทุกข้อ ได้แก่แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีความสวยงาม สะอาด ห้องปฐมพยาบาลในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความเหมาะสมกับผู้สูงอายุ รูปแบบการให้บริการของบุคลากรมีความเหมาะสมกับผู้สูงอายุ แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬามีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุครบครัน และบรรยากาศในการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความดึงดูดใจ ตามลำดับ

ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ จากการวิจัย พบว่าผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้โดยรวมอยู่ในระดับ มาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ อยู่ในระดับมาก ทุกข้อ ได้แก่บุคลากรในหน่วยปฐมพยาบาลของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ ระบบความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้มาตรฐานความปลอดภัยตามหลักสากล หน่วยปฐมพยาบาลและรถพยาบาลในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้รับอนุญาตจากกระทรวงสาธารณสุข (รวมถึงอีเวนต์กีฬา งานกีฬา สถานที่ท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมทางการกีฬา) แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาออกแบบได้มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยว จากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ตามลำดับ

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า จากการวิจัย พบว่าผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ ให้บริการ มีการให้บริการที่รวดเร็ว เมื่อนักท่องเที่ยวสูงอายุมาใช้บริการ นอกจากนั้น มีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทำให้เกิดการพักผ่อนไปพร้อมกับการออกกำลังกายอย่างเหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ การบริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬามีหลากหลายรูปแบบที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุได้อย่างเหมาะสม นักท่องเที่ยวสูงอายุสามารถติดต่อและสอบถามข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว และมีช่องทางการติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตามลำดับ

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า จากการวิจัย พบว่าผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีระดับความคาดหวังมากที่สุด คือ

นักท่องเที่ยวสูงอายุรู้สึกปลอดภัยจากการได้รับบริการ เจ้าหน้าที่ให้บริการได้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ และเจ้าหน้าที่ ผู้ให้บริการ มีความสุภาพ มีอัธยาศัยไมตรีที่ดี ตามลำดับ และมีความคาดหวังระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่ ผู้ให้บริการ ณ แหล่งท่องเที่ยว มีความสามารถในการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ และมีเจ้าหน้าที่มีทักษะความรู้ ความสามารถ พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุนักท่องเที่ยวสูงอายุ ตามลำดับ

ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า จากการวิจัย พบว่าผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับ มาก เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังอยู่ในระดับ มาก ทุกข้อ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ผู้ให้บริการมีความเต็มใจบริการแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุในทุกช่องทาง ผู้ให้บริการ ณ แหล่งท่องเที่ยว มีความเต็มใจในการตอบคำถาม ตอบคำถามได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างสม่ำเสมอผ่านหลากหลายช่องทางและสามารถติดต่อแหล่งท่องเที่ยวได้ล่วงหน้าก่อนเข้าชม ตามลำดับ

#### **ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร**

ผลการวิจัย พบว่า พบว่าผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีระดับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยรวมอยู่ในระดับ มาก และเมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า มีระดับการตัดสินใจที่อยู่ในระดับ มาก ได้แก่ ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความต้องการเสริมสร้างร่างกายให้แข็งแรง และมีสุขภาพที่ดี ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความสนใจในการเล่นกีฬาและออกกำลังกาย และต้องการแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมทางกีฬาที่หลากหลาย ตามลำดับ และมีระดับการตัดสินใจระดับมาก ที่แบ่งตามประเภทการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ได้แก่ ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ต้องการเป็นผู้เข้าร่วมชมและเชียร์กีฬา ต้องการท่องเที่ยวเพื่อเที่ยวชมสถานที่สำคัญทางกีฬา และมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง คือ ต้องการเป็นผู้เข้าแข่งขันหรือเป็นผู้เล่นกีฬา

#### **ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน**

สมมติฐานที่ 1 ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

เมื่อทำการทดสอบความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจ ( $R^2$ ) ซึ่งเป็นค่าที่แสดงถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระ คือ ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ที่ส่งผลต่อตัว

แปรตาม คือ การตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีค่าเท่ากับ 0.086 และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีเพียงความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านการบริการทั่วไป ด้านเดียวเท่านั้นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ที่พักแรม แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรม ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร

จึงสรุปได้ว่า ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 8.6

สมมติฐานที่ 2 ความคาดหวังคุณภาพบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

เมื่อทำการทดสอบความคาดหวังคุณภาพบริการส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานครโดยใช้สถิติสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจ ( $R^2$ ) ซึ่งเป็นค่าที่แสดงถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระ คือ ความคาดหวังคุณภาพบริการ ที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีค่าเท่ากับ 0.096 และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความคาดหวังคุณภาพบริการด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า และด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร

สรุปได้ว่า ความคาดหวังคุณภาพบริการ ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 9.6

## อภิปรายผลการวิจัย

### ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร

ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร แต่มีระดับความคาดหวังด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก เพราะว่าการท่องเที่ยวไม่ว่าวัยไหนย่อมมีความคาดหวังต่อการออกไปท่องเที่ยวไปในทิศทางเดียวกัน คือเมื่อเกิดความต้องการในการท่องเที่ยวแล้วนั้น ซึ่งการท่องเที่ยวเป็นสิ่งล่อใจ ย่อมต้องเกิดความคาดหวังในการเดินทาง ว่าการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจะสามารถตอบสนองแก่ตนเองในทางที่ดีได้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวังของ Vroom (1964) ที่กล่าวว่า ความคาดหวังคือความต้องการที่จะกระทำกิจกรรมต่างๆ และคาดหวังว่าเมื่อทำแล้วจะได้ผลตามที่ต้องการหรือเกิดจากการที่มีสิ่งล่อใจ สิ่งของตอบแทนให้เกิดความคาดหวัง และถ้าสิ่งตอบแทนนั้นมีคุณค่าพอก็จะสามารถดึงดูดให้เกิดความสนใจและความคาดหวังในสิ่งนั้นๆ ได้ โดยนักท่องเที่ยวสูงอายุที่จะออกไปท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้น อาจเน้นความสะดวกสบายในการขนส่งสัมภาระ และความปลอดภัยในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จึงนิยมใช้รถส่วนตัวมากกว่าการใช้รถสาธารณะ ซึ่งส่งผลให้มีความคาดหวังเรื่องของมาตรฐานของสภาพถนนหนทางตลอดเส้นทางที่จะไปถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น มีเส้นแบ่งจราจรที่ชัดเจน มีแสงสว่างเพียงพอ ป้ายบอกทางขนาดใหญ่มองเห็นได้ชัดเจน และสภาพผิวจราจรไม่ขรุขระ อันมีผลต่อสุขภาพของผู้สูงอายุขณะเดินทางได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของวิลานี ยนต์วิทย์ (2562) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาธุรกิจเพื่อรองรับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในประเทศไทย ที่พบว่า ปัญหาของความปลอดภัยด้านการเดินทางเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ คือการเดินทางโดยยานพาหนะ แล้วยานพาหนะไม่ได้ถูกออกแบบเพื่อรองรับผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นรถบัส รถตู้นำเที่ยว รถสามล้อ รถยนต์ และจักรยานยนต์รับจ้าง ที่มีที่นั่งไม่ดีต่อสุขภาพและไม่ปลอดภัยเท่าที่ควร ขาดอุปกรณ์ช่วยเหลือในกรณีฉุกเฉิน บางคันสภาพรถเก่าจนอาจก่อให้เกิดอันตราย รวมถึงปัญหาด้านสภาพถนนที่ผิวจราจรชำรุด ขรุขระเป็นหลุมเป็นบ่อ ทำให้เกิดความยากลำบากในการสัญจรและอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้สูงอายุขณะเดินทางได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล (2561) ที่พบว่า วิธีในการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุนั้น ส่วนใหญ่ชอบเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว เนื่องจากได้มองวิวทิวทัศน์ข้างทาง สะดวกต่อการแวะท่องเที่ยวระหว่างทาง และสะดวกในการเข้า

ห้องน้ำของผู้สูงอายุ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวลิต นรสาร และ อุมา สีนุญเรือง (2562) ที่ทำการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครของผู้สูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุไม่นิยมเดินทางด้วยรถสาธารณะ เพราะไม่มีความสะดวกในการขึ้น-ลง จากตัวรถ อยากให้ปรับปรุงให้มีทางลาดชัน ราวจับบันได มากที่สุด นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภณัฐ ชูศิลป์ทอง (2557) ที่พบว่า เหตุผลในการเลือกวิธีเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแฟนคลับฟุตบอลลีกอาชีพของประเทศไทยนั้น ส่วนใหญ่นิยมเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ด้วยเหตุผลของความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความปลอดภัยในการเดินทาง นอกจากนี้รายได้และผู้ร่วมเดินทางของผู้สูงอายุ ยังมีอิทธิพลกับการเลือกรูปแบบการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ หนึ่งฤทัยรัตน์ กระจ่างพัฒน์วงศ์ และ อรอนงค์ พัวรัตนอรุณกร (2561) ที่ทำการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครขอนแก่น พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ได้รับรายได้จากบุตรหลาน ซึ่งเป็นผู้ร่วมตัดสินใจในการออกเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้น ในงานวิจัยนี้ องค์กรประกอบการท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว จึงไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานครด้วยเหตุผลที่กล่าวข้างต้น

ความคาดหวังองค์กรประกอบการท่องเที่ยว 5As ด้านที่พักแรม ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร แต่มีระดับความคาดหวังต่อองค์กรประกอบการท่องเที่ยวด้านนี้อยู่ในระดับมาก อาจเนื่องมาจากในประเทศไทยที่พักแรมที่ออกแบบมาเพื่อผู้สูงอายุโดยเฉพาะนั้นยังมีไม่มากนัก ผู้สูงอายุจึงไม่ได้ตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาจากที่พักแรม แต่หากได้ออกเดินทางท่องเที่ยวแล้ว ก็ย่อมคาดหวังว่าจะมีที่พักที่ตรงตามความต้องการของผู้สูงอายุ เช่น มีห้องพักที่สะอาด มีความปลอดภัย มีทางลาด มีลิฟท์ มีห้องพักที่มีระบบแจ้งเตือนฉุกเฉิน ประตูห้องน้ำขนาดใหญ่ พื้นไม่ลื่นเกินไป มีราวจับตลอดตั้งแต่บริเวณห้องพักถึงห้องน้ำ เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ananth, DeMicco, Moreo and Howey (1992) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกจากโรงแรมมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่ำกว่า เช่น ต้องการราวจับในห้องน้ำ จำนวนผ้าห่ม ตัวอักษรขนาดใหญ่กว่าปกติในเอกสารแสดงข้อมูล และป้ายต่างๆ เช่นเดียวกับงานวิจัยวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล (2561) ที่พบว่า ผู้สูงอายุต้องการที่พักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยทั้งภายในห้องพักและบริเวณโดยรอบ ไม่ว่าจะเป็นราวจับของทางเดิน ทางลาดสำหรับรถเข็น แผ่นกันลื่นในห้องน้ำ เป็นต้น

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชิตวร ประดิษฐ์รอด (2557) ที่พบว่าปัจจัยขององค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านที่พักแรม ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริมาณของคณวิทำงานในเขต กรุงเทพมหานคร เพราะที่พักในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวในปริมาณ มีการจัดการให้ที่สวยงาม สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และมีมาตรฐานความปลอดภัยเป็นปกติอยู่แล้ว

ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ด้านกิจกรรม ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร แต่มีระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านกิจกรรม อยู่ในระดับมาก เนื่องจากว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้น กิจกรรมถือเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างยิ่งของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ตามที่ Weed and Bull (1997) และ Yiannakis (2002) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นกิจกรรมนันทนาการอย่างหนึ่งที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกีฬา โดยกิจกรรมนันทนาการนั้นมีเป้าหมายเพื่อการออกกำลังกาย หรือส่งเสริมสุขภาพ รวมถึงการเข้าร่วมอีเวนต์กีฬา (Sporting events) แหล่งท่องเที่ยว และรวมถึงการไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางกีฬา เช่น พิพิธภัณฑ์ทางกีฬาต่างๆ เป็นต้น สอดคล้อง Gibson (2003) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นการออกเดินทางชั่วคราว เพื่อชมหรือเข้าร่วม กิจกรรมการออกกำลังกายหรือกีฬา หรือการไปเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวแล้วได้เข้าร่วม กิจกรรมการออกกำลังกาย กิจกรรมกีฬา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการท่องเที่ยวนั้นด้วย ในงานวิจัยฉบับนี้ องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านกิจกรรม ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2561) ที่กล่าวว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวหรือทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรม เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เนื่องจากสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวได้ ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ และนักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก ระหว่างอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ยิ่งจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น จากการวิจัยครั้งนี้อาจมาเนื่องจากผู้สูงอายุที่สนใจด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มักจะคิดว่าตนเองสามารถทำกิจกรรมต่างๆได้ไม่แตกต่างจากคนวัยหนุ่มสาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้สูงอายุที่สนใจในกิจกรรมทางการกีฬา ที่มักเป็นกิจกรรมที่มีความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ตื่นเต้น เร้าใจ เป็นการย้ำเตือนว่า พวกเขาไม่ได้อยู่ใจที่ไม่ได้เท่ากับอายุจริง และมักเชื่อว่า กิจกรรมใดๆที่วัยหนุ่มสาวทำได้ พวกเขาก็สามารถทำได้เช่นกัน สอดคล้องกับผลการสำรวจของ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (2557) ที่ได้กล่าวถึงข้อมูลพฤติกรรมและแนวคิดของประชากรกลุ่มเบ

ปี บูมเมอร์ ของประเทศสหรัฐอเมริกา ว่า ประชากรกลุ่มเบบี้บูมเมอร์นั้น เป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่นิยมออกกำลังกายอย่างมาก จากผลสำรวจพบว่า กลุ่มผู้สูงอายุกลุ่มนี้เป็นสมาชิกกลุ่มใหญ่ที่สุดของโรงยิม นิยมการทำกิจกรรมทางกายมากขึ้น เนื่องจากเชื่อว่าทำให้สุขภาพแข็งแรง ช่วยชะลอวัยและทำให้ตัวเองดูดีอยู่เสมอ แต่ไม่สอดคล้องสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2559) ที่ได้รายงานผลสำรวจพฤติกรรมการเล่นกีฬาและการออกกำลังกายของประชาชนไทยในปี 2558 พบว่า มีคนไทยเพียงร้อยละ 23.4 เท่านั้นที่มีการเล่นกีฬาหรือการออกกำลังกาย ซึ่งลดลงจากการสำรวจก่อนหน้าในปี 2554 ที่มีร้อยละ 26.1 ในอัตราส่วนนี้ พบว่าเป็นผู้มีอายุ 60 ปีขึ้นไป เพียงร้อยละ 9.9 เท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากชุมชนต่างๆ ในประเทศไทยขาดสถานที่โครงสร้างพื้นฐานและบุคลากรที่จำเป็นในการออกกำลังกายและเล่นกีฬาอย่างต่อเนื่องที่ยังเป็นหนึ่งในจุดอ่อนของการทำให้คนในประเทศหันมาออกกำลังกายลดลง กล่าวโดยสรุปคือ กิจกรรม เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งจากงานวิจัยฉบับนี้ องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านกิจกรรม ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร อาจเนื่องมาจาก ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ที่ทำการตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่สนใจเป็นผู้เข้าร่วมชมกีฬา และเล็งเห็นว่า การออกไปแข่งขันกีฬา อาจมีปัญหาเรื่องสุขภาพเป็นอุปสรรคสำคัญ จึงไม่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาจากองค์ประกอบนี้

ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ด้านแหล่งท่องเที่ยว ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร แต่มีระดับความคาดหวังอยู่ในระดับมาก อาจเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย โดยส่วนใหญ่ยังไม่ได้แบ่งแยกชัดเจนว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาหรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวทั่วไปที่มีกิจกรรมทางการกีฬาที่ชัดเจน นอกจากแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีการจัดกิจกรรมกีฬา หรือ อีเวนต์กีฬาโดยเฉพาะ ในงานวิจัยฉบับนี้ได้กล่าวถึงภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งรวมถึงตั้งแต่สถานที่แข่งขันกีฬา อีเวนต์กีฬา และสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไปที่มีกิจกรรมทางการกีฬา ก็นับรวมเป็นแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้สูงอายุว่าจะไปท่องเที่ยวเชิงกีฬาประเภทใด อาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนในการตัดสินใจในการออกเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วย การไปท่องเที่ยวเชิงกีฬา แหล่งท่องเที่ยวอาจจะไม่ได้มีความน่าดึงดูดใจหรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมากนัก ผู้สูงอายุจึงอาจไม่ได้ตัดสินใจออกเดินทางจากแหล่งท่องเที่ยว แต่ผู้สูงอายุยังคงคาดหวังถึงความปลอดภัยจากแหล่งท่องเที่ยว และคาดหวังจะได้ค่าบริการการเข้าแหล่งท่องเที่ยวในราคาพิเศษ สอดคล้องกับข้อมูลของ มงคล มาลยารม (2558) ที่ได้กล่าวถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ว่าตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546 ที่



บัญญัติขึ้นเพื่อให้ความคุ้มครอง ส่งเสริม และสนับสนุนเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของผู้สูงอายุ เช่น ผู้สูงอายุสามารถเข้าชมสถานที่ของรัฐโดยไม่เสียค่าบริการ มีสิทธิที่จะได้รับความสะดวกและความปลอดภัยโดยตรงในอาคาร สถานที่ ยานพาหนะ หรือบริการสาธารณะอื่น และมีสิทธิที่จะได้รับการบริการทางการแพทย์และการสาธารณสุขที่สะดวกและรวดเร็วเป็นกรณีพิเศษ ไม่สอดคล้องกับ ลัดดา ศรีอัมพรเอกกุล และ อีระวัฒน์ จันทิก (2561) ที่ทำการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงอายุว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุ เน้นท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่ดึงดูดใจ ความสำเร็จของแหล่งท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม และเน้นการท่องเที่ยวเชิงนันทนาการเป็นหลัก ไม่สอดคล้องกับ ปวีตรา วิเศษ (2558) ที่พบว่าปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว หรือสิ่งดึงดูดใจ เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวพระราชวังของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร และยัง

ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ด้านการบริการทั่วไป ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร เนื่องจาก ปัจจัยด้านการบริการทั่วไปนั้น มีหลากหลายปัจจัยย่อยๆ ซึ่งเป็นปัจจัยทั่วไปของผู้สูงอายุที่มักให้ความสำคัญอยู่เสมอไม่ว่าจะออกไปท่องเที่ยวประเภทไหนก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ ที่จอดรถ ร้านค้า ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก รวมไปถึงสถานพยาบาล ตู้กดเงินสด หรือแม้กระทั่งสัญญาณโทรศัพท์และสัญญาณอินเทอร์เน็ต ที่ปัจจุบันถือเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่แหล่งท่องเที่ยวทั่วไปไม่มีไว้คอยบริการนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยปวีตรา วิเศษ (2558) ที่พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก หรือการบริการทั่วไป ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวพระราชวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้จากงานวิจัยของวิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล (2561) ที่ว่าปัจจุบัน ผู้สูงอายุนิยมออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน ด้วยเหตุผลที่ว่า ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ เป็นโอกาสที่ได้ออกมาพบเจอเพื่อนฝูง เพราะวัยเกษียณส่วนใหญ่ใช้ชีวิตแต่ในบ้าน และเหตุผลที่ผู้สูงอายุเลือกร้านอาหารที่จะไปทานนอกบ้านนั้น พบว่าเลือกจากรสชาติของอาหาร รองลงมาคือ เลือกจากคุณภาพของอาหาร คุณค่าทางอาหารและการเดินทางไปร้านอาหารสะดวก นอกจากนั้นแล้ว จากงานวิจัยนี้พบว่าองค์ประกอบท่องเที่ยวด้านการบริการทั่วไป เป็นเพียงองค์ประกอบเดียวที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร และยังพบว่าผู้สูงอายุมีระดับความคาดหวังโดยรวมต่อองค์ประกอบด้านนี้อยู่ในระดับมาก ซึ่งอยู่ในอันดับ 3 รองจากด้านกิจกรรม และด้านที่พักแรม ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจาก

ผู้สูงอายุไม่ได้คาดหวังถึงการบริการทั่วไปในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้นไว้สูงมาก เพราะแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาอาจจะเป็นสถานที่ที่ไม่สามารถมีสิ่งอำนวยความสะดวกได้เต็มที่ เน้นกิจกรรมมากกว่า ผู้สูงอายุที่ตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงเป็นผู้สูงอายุสายลุย ซึ่งข้อมูลจากวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล (2561) ที่สำรวจพบว่า มีวัยเก๋าสายลุย มากเป็นอันดับ 3 มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 16 ซึ่งผู้สูงอายุกลุ่มนี้จะชอบทำกิจกรรม ต้องการให้ร่างกายตัวเองได้เคลื่อนไหวอยู่เสมอ พร้อมจะทำกิจกรรมที่ตื่นเต้น ผจญภัย เพื่อให้ตัวเองได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ ในช่วงบั้นปลายชีวิต จะไม่ค่อยกังวลเรื่องความสะดวกสบายมากนัก นอนที่ไหนก็ได้ขอเพียงมีความปลอดภัย เพราะผู้สูงอายุถือเรื่องความปลอดภัยสำคัญที่สุด ในส่วนของเรื่องร้านอาหาร ก็นิยมไปลองร้านอาหารใหม่ๆ ที่มีรสชาติที่อร่อย ซื้อง่าย จ่ายคล่อง ไม่จำเป็นต้องมีที่จอดรถใกล้ๆ ก็ได้ เพราะผู้สูงอายุกลุ่มนี้สามารถเดินเข้าไปได้สบายๆ ขอเพียงเป็นที่ถูกใจ ซอยเล็กแคไหนก็สามารถเดินไปได้ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านการบริการทั่วไป มีความสำคัญ และส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร แม้จะไม่ได้เป็นด้านที่มีระดับความคาดหวังสูงสุดก็ตาม

#### **ความคาดหวังคุณภาพบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร**

ความคาดหวังคุณภาพบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร แต่มีระดับคาดหวังอยู่ในระดับมาก อาจเนื่องมาจากผู้สูงอายุที่จะออกไปท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้น ไม่ค่อยกังวลกับความเป็นรูปธรรมของบริการ เพราะในปัจจุบัน แหล่งท่องเที่ยวมักมีการจัดการให้มีความสวยงาม น่าดึงดูดใจ มีการรักษาความสะอาดที่ดี มีป้ายบอกทาง หรือเจ้าหน้าที่คอยบริการนักท่องเที่ยวปรากฏให้เห็นเสมอๆ ซึ่งแม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา อาจจะไม่เห็นการบริการต่างๆตามที่คาดหวังไว้ทั้งหมด แต่ก็ยังคงคาดหวังว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาทุกที่ที่จะไปท่องเที่ยว จะมีการบริการเหล่านี้ไว้ให้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรรักษ์ สวนชุมพล (2561) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจบริการผู้สูงอายุพบว่า การจัดการธุรกิจบริการผู้สูงอายุ ควรให้ความสำคัญกับความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้วยการจัดสภาพแวดล้อมให้มีความเหมาะสมกับผู้สูงอายุ ทั้งด้านความปลอดภัยและความสวยงาม นอกจากนี้ยังมีการกำหนดให้เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการแต่งกายให้สะอาดเรียบร้อยและมีการบริการที่มีคุณภาพ เพื่อให้ผู้สูงอายุที่มาใช้บริการ เกิดความประทับใจและพึงพอใจสูงสุด สอดคล้องกับ

งานวิจัยของ พรประภา ไชยอนุกุล (2557) ที่ทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีนั้น มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพ การแต่งกาย และความเป็นระเบียบของพนักงาน ที่แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติมา แซ่โฮ (2559) ที่พบว่า คุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ส่งผลต่อค่านิยมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยนักท่องเที่ยวพึงพอใจกับการได้รับการอำนวยความสะดวกจากแหล่งท่องเที่ยว ทั้งป้ายบอกทาง คำแนะนำของบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการได้รับความช่วยเหลือเมื่อเกิดอุบัติเหตุ

ความคาดหวังคุณภาพบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากในการท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้นส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมทางการกีฬาที่ผู้สูงอายุจะเข้าไปทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้นๆ ซึ่งในการทำกิจกรรมต่างๆของผู้สูงอายุ ผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะต้องให้ความมั่นใจกับนักท่องเที่ยวถึงความปลอดภัยเมื่อไปท่องเที่ยวเชิงกีฬา ไม่ว่าจะเป็นในฐานะผู้เล่น หรือผู้เข้าชมก็ตาม ล้วนให้ความสำคัญกับความปลอดภัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในผู้สูงอายุที่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยเป็นอันดับแรก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลัดดา ศรีอัมพรเอกกุล และธีระวัฒน์ จันทิก (2561) ที่ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว เมืองท่องเที่ยว รวมถึงที่พักและการบริการด้านความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ผู้สูงอายุต้องการเจ้าหน้าที่นำเที่ยวที่มีความรู้ด้านการปฐมพยาบาล มีจุดบริการด้านสุขภาพในสถานที่ท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์และการบริการที่ได้รับเน้นเน้นเป็นการบริการที่มีคุณภาพ โดยผู้สูงอายุยินดีที่จะจ่ายเงินพิเศษเพื่อแลกกับการบริการที่มีคุณภาพ และยังสอดคล้องกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (2557) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมของประชากรกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ มักจะปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการตัดสินใจทำสิ่งสำคัญ ให้ความไว้วางใจสูงกับผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพื่อประกอบการตัดสินใจในเรื่องสำคัญต่างๆ มักรับคำปรึกษาจากผู้มีประสบการณ์มืออาชีพ หรือให้ผู้มีประสบการณ์มืออาชีพดำเนินการให้ เช่น มักปรึกษาหมอเฉพาะทาง หากมีปัญหาสุขภาพ หรือใช้บริการบริษัทหรือสถาบันการเงินเพื่อวางแผนเกษียณจากการทำงาน เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่า ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมถึงอีเวนต์กีฬาด้วยนั้น

ในเรื่องความปลอดภัยถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญ โดยผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญกับเรื่องของมาตรฐานความปลอดภัยทั้งบุคลากรทางการแพทย์ที่มาดูแลในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหรือในอีเวนต์กีฬา รถพยาบาล รวมถึงระบบรักษาความปลอดภัยตามสถานที่ต่างๆ ที่แสดงให้เห็นว่าคุณภาพบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร

ความคาดหวังคุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร แต่ยังคงคาดหวังคุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเนื่องมาจาก คุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ซึ่งตามทฤษฎีของ Zeithaml, Parasuraman and Berry (1990) กล่าวไว้ว่าการตอบสนองต่อลูกค้า หมายถึง ความเต็มใจ ความพร้อมที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ทันที มีการตอบสนองต่อการตอบคำถาม หรืออารมณ์ของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม รวมถึงความง่ายต่อการเข้ารับบริการ การกระจายการบริการออกไปให้ผู้สูงอายุได้รับบริการอย่างทั่วถึง โดยเฉพาะเกี่ยวกับความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีระดับความคาดหวังมากที่สุด ในการออกเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้นแม้ว่าด้านการตอบสนองต่อลูกค้า จะไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาก็ตาม แต่เมื่อผู้สูงอายุได้ออกไปท่องเที่ยวแล้ว ย่อมมีความคาดหวังให้ผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงอายุให้ได้มากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรรักษ์ สวนชุมพล (2561) ที่ทำการศึกษาการจัดการธุรกิจการบริการผู้สูงอายุ ที่ต้องคำนึงถึงความสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ โดยการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการจัดการ เช่น การใช้กล้องวงจรปิด คอมพิวเตอร์ มาใช้ช่วยในการจัดการบริการเพื่อความสะดวกรวดเร็ว ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณวิษา หนูมา (2559) ที่ทำการศึกษาความคาดหวังคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าความคาดหวังคุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร และยังไม่สอดคล้องกับ ณีรัฐภูมิ รุ่งเสถียรภูธร (2559) ที่ทำการศึกษาประเภทของร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร คุณภาพการบริการ และสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมีค่าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพบริการด้านการ

ตอบสนองต่อลูกค้า มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมี้อค่าของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานครเช่นกัน

ความคาดหวังคุณภาพบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร อาจเนื่องมาจาก การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าของผู้ให้บริการ ณ แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้น เป็นสิ่งที่พึงกระทำต่อนักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย และทุกประเภทการท่องเที่ยว โดยปัจจัยนี้อาจไม่ใช่ปัจจัยหลักที่เป็นเหตุผลในการออกเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา หากแต่ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ก็ยังคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะ เกี่ยวกับความปลอดภัยในการได้รับการบริการ การได้รับการบริการจากเจ้าหน้าที่ที่มีความสุภาพ มีอัธยาศัยไมตรีดี มีการสื่อสารที่ดี ให้ความเคารพต่อผู้ใหญ่ และคาดหวังว่าจะได้รับการได้ตรงตามความต้องการของผู้สูงอายุนั้น มีระดับความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของเบญจพร เชื้อผึ้ง (2561) ที่ทำการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรม ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความคาดหวังด้านที่พักและบริการมากที่สุด และยังคงหวังจะได้รับการบริการจากพนักงานที่มีความสุภาพ อัธยาศัยไมตรีที่ดี มีความรวดเร็วในการให้บริการ และสื่อสารได้รู้เรื่อง อาจกล่าวได้ว่า คุณภาพบริการด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า นั้น เป็นส่วนสำคัญในสร้างความประทับใจให้กับผู้สูงอายุที่มาใช้บริการ อาจก่อให้เกิดการบอกต่อ และกลับมาท่องเที่ยวซ้ำได้ หากผู้สูงอายุมีความประทับใจจากการบริการจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ความคาดหวังคุณภาพบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ยังคงต้องการให้ผู้บริการ ณ แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ว่าเป็นวัยที่ต้องการให้เห็นถึงคุณค่าของผู้สูงอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การออกไปท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้น อาจมีผู้คนหลายวัยไปใช้บริการ ณ แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้สูงอายุอาจต้องการให้ผู้ให้บริการเข้าใจถึงความเป็นไปของผู้สูงอายุ ว่าอาจจะมี การดำเนินชีวิตที่ช้าลงกว่าวัยอื่นๆ จึงต้องสอบถามเจ้าหน้าที่บ่อยครั้ง หรือติดต่อล่วงหน้าเพื่อความสะดวกต่อการบริการ หรือแม้กระทั่ง การจะประชาสัมพันธ์ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ต้องการการประชาสัมพันธ์ผ่านหลากหลายช่องทาง เนื่องจากในปัจจุบันนิยมประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ แต่สำหรับผู้สูงอายุนั้นอาจจะไม่ติดตาม

ข่าวสารทางออนไลน์มากนัก สอดคล้องกับงานวิจัยของกาญจนา ทวีพันธ์ และ แวมมยุรา คำสุข (2558) ที่พบว่า คุณภาพบริการด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมากที่สุด และยังสอดคล้องกับวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล (2561) ที่พบว่าที่พักที่ผู้สูงอายุต้องการพัก เป็นที่พักที่มีพนักงานดูแลบริเวณที่พักอย่างทั่วถึง และต้องใส่ใจรายละเอียดเล็กๆน้อยๆของผู้สูงอายุที่มาพักด้วย และพบว่า ผู้สูงอายุร้อยละ 65 ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านช่องทาง ออนไลน์ โดยส่วนใหญ่ได้รับการบอกเล่าเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว หรือได้เห็นรูปสถานที่ท่องเที่ยวจากเพื่อน หรือญาติ คนในครอบครัว ทำให้รู้สึกอยากไปบ้าง เพราะเชื่อว่ามีคนเคยมีประสบการณ์ไปท่องเที่ยวสถานที่นั้นมาแล้ว แล้วประทับใจจึงมาบอกต่อตนเอง อาจกล่าวได้ว่าการออกไปท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุนั้น นอกจากจะมีความคาดหวังถึงความสนุกสนานเพลิดเพลินแล้ว ยังมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านต่างๆที่จะได้รับในระหว่างออกเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว จากผลการศึกษา พบว่า ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร แต่ถึงอย่างไรก็ตาม ผู้สูงอายุก็มีระดับความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ดังนั้น จึงควรมีการจัดการด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการเรื่องของสภาพถนน ที่ไม่ขรุขระ มีความกว้างที่เหมาะสม มีเส้นแบ่งเขตจราจรชัดเจน ป้ายบอกทางขนาดใหญ่ตลอดเส้นทางจนถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อความสะดวกในการเดินทางของผู้สูงอายุ นอกจากนั้นยังควรส่งเสริมให้มีการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้จากการเดินทางสาธารณะ เช่น การเดินทางด้วยรถสาธารณะไม่ว่าจะเป็นรถประจำทาง หรือรถแท็กซี่ที่ต้องปรับปรุงเรื่องความปลอดภัย และความสะดวกในการขึ้น-ลงรถ ที่ผู้สูงอายุมีความกังวลในการใช้บริการรถสาธารณะเป็นอย่างมาก รวมถึงการเดินทางโดยเครื่องบิน ที่มีการบริการรับ-ส่ง จากสนามบิน หรือบริการคนขับรถจากสนามบินไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่ออำนวยความสะดวกใน

เรื่องของการขนส่งและการเป็นการย่นระยะเวลาในการเดินทาง ในกรณีที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาอยู่ไกลจากถิ่นที่อยู่ ทำให้ผู้สูงอายุไม่ต้องขับรถในระยะทางที่ไกลมาก ซึ่งอาจส่งผลต่อสุขภาพและความพร้อมของร่างกายก่อนการไปทำกิจกรรมทางการกีฬาของผู้สูงอายุ ซึ่งอาจจะกระตุ้นให้ผู้สูงอายุที่ยังมีความกังวลเกี่ยวกับการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ออกมาท่องเที่ยวได้มากขึ้นในอนาคต

2. ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ด้านที่พักแรม จากผลการวิจัย พบว่าผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านที่พักแรมอยู่ในระดับมาก ดังนั้นเพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการออกไปท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ จึงควรมีการจัดการด้านที่พักแรม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นห้องพักที่ออกแบบมาเพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้สูงอายุโดยเฉพาะ เช่น พื้นห้องน้ำที่ไม่ลื่น มีราวจับ มีประตูที่กว้าง มีลิฟท์ มีระบบแจ้งเตือนฉุกเฉินในห้องพัก มีการบริการรถรับ-ส่ง จากที่พักไปยังแหล่งท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่ต้องขนส่งสัมภาระในการทำกิจกรรมกีฬา หรือมีความยากลำบากต่อการเดินทางได้ แม้ว่าปัจจุบันการออกไปท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะไม่อาจคาดหวังได้ว่าห้องพักที่จะเข้าไปใช้บริการนั้นจะตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุได้มากนักน้อยเพียงใด แต่ในอนาคตหากมีที่พักในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงอายุได้ทุกช่วงอายุ อาจส่งผลให้มีผู้สูงอายุออกมาท่องเที่ยวเชิงกีฬามากขึ้นก็ได้

3. ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ด้านแหล่งท่องเที่ยว จากการวิจัยพบว่าผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับ มาก ดังนั้น จึงควรจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรืออีเวนต์กีฬา ให้ผู้สูงอายุสามารถเข้าร่วมได้มากขึ้น เช่น การจัดอีเวนต์กีฬาที่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆที่น่าสนใจ หรือการแยกประเภทการแข่งขันกีฬาตามช่วงอายุ เพื่อเพิ่มโอกาสให้ผู้สูงอายุที่เริ่มหันมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้เข้าร่วมได้บ่อยขึ้น หรือในแง่ของผู้สูงอายุที่ต้องการเป็นผู้ชมกีฬา แหล่งท่องเที่ยวควรจัดที่นั่งที่ผู้สูงอายุสามารถเข้าชมได้สะดวก มีราวจับทางเดิน มีที่นั่งสำหรับผู้ที่นั่งรถเข็น หรือเป็นที่ที่ไม่แออัดมาก จนอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้สูงอายุที่ต้องการเข้าชมกีฬา สำหรับผู้ที่ท่องเที่ยวแบบโยกเอาอดีต อาจมีกิจกรรมให้ทำให้ผู้สูงอายุหวนนึกถึงอดีต เช่น การจัดกิจกรรมกีฬาที่บ้านที่ผู้สูงอายุเคยเล่นในวัยหนุ่มสาว หรือสนามกีฬาที่มีชื่อเสียงในอดีต หมุนเวียนจัดกีฬาให้ผู้สูงอายุได้เข้าร่วม เป็นต้น

4. ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ด้านกิจกรรม จากการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านกิจกรรม อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เรื่องความปลอดภัยของกิจกรรม ต้องเป็นกิจกรรมที่มีความปลอดภัยสูง มีอุปกรณ์เซฟตี้ที่ได้มาตรฐานเตรียมไว้ นอกจากนี้ ยังควรจัดกิจกรรมที่ผู้สูงอายุสามารถทำได้ด้วยตนเอง รวมถึงกิจกรรมกลุ่มที่ทำให้ผู้สูงอายุสามารถหวนคิดถึงชีวิตวัยหนุ่มสาวได้ หากเป็นอีเวนต์กีฬา ก็ควรเป็นการจัดการที่แบ่งการแข่งขันออกเป็นช่วงอายุอย่างชัดเจน เพื่อความปลอดภัยในการแข่งขันและลดอัตราการแข่งขันสำหรับผู้สูงอายุที่มีวัยต่างกันแล้วมีความแข็งแรงไม่เท่ากันได้ ทำให้ผู้สูงอายุทุกวัยได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการเข้าร่วมกิจกรรม และอาจส่งผลให้ผู้สูงอายุหันมาสนใจเข้าร่วมกิจกรรมทางการกีฬาในโอกาสต่อไป

5. ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ด้านการบริการทั่วไป ควรจัดการด้านการบริการทั่วไปสำหรับผู้สูงอายุไว้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อเพิ่มโอกาสในการออกไปท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุ เช่นการทำห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุให้มีกระจายตามเส้นทางหลักที่จะไปแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาตลอดเส้นทาง ที่จอดรถที่เพียงพอสำหรับผู้สูงอายุ การมีบริการห้องปฐมพยาบาลหรืออุปกรณ์ช่วยเหลือฉุกเฉินที่พร้อมใช้งานในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อเป็นการคลายความกังวลในด้านความปลอดภัยและความสะดวกในการเข้าห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุที่จะออกไปท่องเที่ยวเชิงกีฬานอกจากนี้ยังต้องจัดการด้านร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกที่ได้คุณภาพเตรียมไว้ด้วย เพราะผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับเรื่องเหล่านี้มาก รวมถึงการมีสัญญาณโทรศัพท์ สัญญาณอินเทอร์เน็ตในแหล่งท่องเที่ยว ที่ควรจัดหาไว้ เพื่ออำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว ได้ตัดสินใจออกไปท่องเที่ยวเชิงกีฬามากขึ้นได้ในอนาคต

6. ความคาดหวังคุณภาพบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ จากการศึกษา พบว่าผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังคุณภาพบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการอยู่ในระดับมาก ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวทางกีฬา จึงควรมีการจัดการให้แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าดึงดูดใจ อาจจะใช้กิจกรรมที่ผู้สูงอายุสนใจเป็นพิเศษ เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงอายุ หรือการมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุที่มีสภาพพร้อมใช้งาน สามารถอำนวยความสะดวกให้ผู้สูงอายุได้จริง เช่น อุปกรณ์ช่วยเหลือฉุกเฉิน เครื่อง AED ที่พร้อมใช้งานเมื่อเกิดกรณีฉุกเฉินระหว่างการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุแล้ว เครื่องมือเหล่านี้จะสามารถช่วยเหลือหรือชะลออัตราการเสียชีวิต



ได้ เพื่อเพิ่มความมั่นใจระหว่างการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังต้องมีเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเพียงพอ สำหรับการดูแลนักท่องเที่ยวสูงอายุอย่างทั่วถึง

7. ความคาดหวังคุณภาพบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ดังนั้นจึงควรจัดการคุณภาพบริการด้านนี้ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้สูงอายุตัดสินใจออกมาท่องเที่ยวเชิงกีฬา ไม่ว่าจะเป็นความมีมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ความมีมาตรฐานของงานกีฬาไม่ว่าจะสำหรับบุคคลทั่วไปหรือสำหรับผู้สูงอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมาตรฐานด้านความปลอดภัย อันเป็นที่ทราบดีว่ามีความสำคัญสำหรับผู้สูงอายุมาก โดยแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรืออีเวนต์กีฬาที่จะจัดขึ้นแล้วมีการให้ผู้สูงอายุเข้าร่วมงาน ควรจัดหาอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยให้พร้อมสำหรับผู้สูงอายุที่จะทำกิจกรรม จัดหาให้มีบุคลากรทางการแพทย์ที่เชี่ยวชาญ มีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพประจำอยู่ ณ แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรืออีเวนต์กีฬา ที่พร้อมปฏิบัติงานช่วยเหลือ ให้คำปรึกษากับผู้สูงอายุที่มาใช้บริการได้ นอกจากนี้ ในกรณีฉุกเฉินมีการต้องส่งต่อไปยังโรงพยาบาล ควรมีการจัดการพยาบาลฉุกเฉินไว้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอีเวนต์กีฬา ที่พร้อมจะเกิดอุบัติเหตุได้ทุกเมื่อ หากแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความพร้อมในด้านนี้ ก็จะส่งผลให้ผู้สูงอายุตัดสินใจในการออกเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้

8. ความคาดหวังคุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร แม้ว่าจะไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา แต่ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ก็ยังคาดหวังคุณภาพบริการด้าน การตอบสนองต่อลูกค้าอยู่ในระดับมาก ซึ่งการที่จะทำให้ผู้สูงอายุพึงพอใจในการบริการนั้น ควรให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการให้บริการ รวดเร็วในการติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวทุกช่องทาง การติดต่อทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการมาท่องเที่ยว และจัดการการท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดการพักผ่อนไปพร้อมกับการออกกำลังกาย นอกจากนี้ยังรวมถึงการมีจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้มีความหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุได้ เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จัดทั้งกิจกรรมกีฬาให้ผู้สูงอายุได้ร่วมกิจกรรมได้ ซึ่งกิจกรรมนั้นผู้สูงอายุอาจเข้าร่วมได้ทั้งการเป็นผู้เล่น ผู้ที่มีข้อจำกัดด้านร่างกายไม่สามารถเล่นได้ ก็อาจจะเข้าร่วมชมได้ในเวลาเดียวกัน ทำให้เกิดการชักชวนกันในกลุ่มผู้สูงอายุเพื่อมาท่องเที่ยวมากขึ้น หรืออาจเป็นกิจกรรมที่สามารถทำได้ทั้งครอบครัว ซึ่งทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัวด้วย ซึ่งการตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงอายุได้นั้น อาจ

ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้สูงอายุ และเมื่อผู้สูงอายุมีความพึงพอใจ ก็จะมีการบอกต่อปากต่อปาก และเกิดการมาท่องเที่ยวซ้ำได้

9. ความคาดหวังคุณภาพบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร แม้จะไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา แต่ผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานครก็ยังคงคาดหวังอยู่ในระดับมากกับคุณภาพบริการด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า โดยเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ ณ แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ต้องให้ความมั่นใจกับนักท่องเที่ยวสูงอายุให้ได้ว่า จะได้รับความปลอดภัยจากการบริการ การได้รับบริการที่ตรงตามความต้องการเฉพาะบุคคลของผู้สูงอายุ ที่อาจมีความต้องการที่แตกต่างกันในแต่ละคน การได้รับบริการด้วยความมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถ ในการตอบข้อซักถามต่างๆ ได้ ไม่ว่าจะออกเดินทางท่องเที่ยวประเภทไหน ผู้สูงอายุย่อมมีความต้องการคุณภาพบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าที่ดียิ่งอย่างแน่นอน และถ้าแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถมีการบริการที่มีคุณภาพเช่นนี้แล้ว ย่อมส่งผลให้ผู้สูงอายุเกิดความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬามากขึ้นได้

10. ความคาดหวังคุณภาพบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ดังนั้น การจัดการให้ผู้ให้บริการ ณ แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีการรักษาคุณภาพบริการด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้สูงอายุตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้มากขึ้น โดยต้องให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุที่มาท่องเที่ยว ใส่ใจในรายละเอียดเล็กๆน้อยๆ ที่ผู้สูงอายุต้องการ การเต็มใจให้บริการแก่ผู้สูงอายุโดยต้องเข้าใจว่า ผู้สูงอายุอาจมีความต้องการที่มีรายละเอียด อาจจะสอบถามข้อมูลมากกว่า ลึกกว่าคนทั่วไป เพื่อความมั่นใจในการได้รับบริการ หรือต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ให้ได้รับรู้ข่าวสารจากหลายหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นทางสื่อออนไลน์ หรือการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อออฟไลน์ด้วย อาจจะเป็นการประชาสัมพันธ์ผ่านโทรศัพท์น ป้ายประกาศ หรือการประกาศจากผู้นำชุมชน เพื่อให้บอกปากต่อปากได้รับรู้ถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้มากขึ้น ซึ่งการบอกเล่าประสบการณ์ดีๆ จากคนรู้จัก ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้สูงอายุในการออกเดินทางท่องเที่ยวได้เช่นกัน หากมีการประชาสัมพันธ์ที่ดีและต่อเนื่อง ผู้สูงอายุที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา อาจตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้มากขึ้นในอนาคต

## ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายภาครัฐกิจ

มีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ดังนี้

### 1. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

สำหรับผู้เป็นผู้เข้าร่วมแข่งขัน (Active sport tourism) ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ควรจัดหาบริการรับ-ส่ง และช่วยยกสัมภาระของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ในกรณีมีอุปกรณ์กีฬา หรือสัมภาระ และมีการแจ้งการเดินทางเข้าถึงที่สะดวกที่สุดไว้หลายๆทาง เช่น ทางเครื่องบิน มีสนามบินที่ใกล้ที่สุดที่ไหน แล้วมีจุดบริการรับ-ส่งจากสนามบินไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา

สำหรับผู้เป็นผู้ชม (Passive sport tourism) ควรจัดการสภาพถนนให้ไม่ขรุขระ ไม่เป็นหลุม เป็นบ่อ สามารถเข้าถึงได้โดยง่าย ได้หลากหลายรูปแบบการเดินทาง มีจุดบริการเรียกรถสาธารณะ หรือแนะนำการเดินทางที่สะดวกไว้หลากหลายช่องทาง

สำหรับผู้ท่องเที่ยวแบบโหยหาอดีต (Nostalgia sport tourism) มีป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงเพื่อให้ผู้สูงอายุได้ไปท่องเที่ยวระหว่างการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรือมีจุดแวะพักให้ถ่ายรูปกับสถานที่สำคัญทางการกีฬาระหว่างการออกเดินทาง

### 2. ด้านที่พักแรม

สำหรับผู้เป็นผู้เข้าร่วมแข่งขัน (Active sport tourism) ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง นอกจากจะจัดให้มีห้องพักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุแล้ว ควรจัดหาที่พักที่อยู่ใกล้กับสนามแข่งขัน เพื่อความสะดวก รวดเร็วในการไปยังสนามแข่งขัน

สำหรับผู้เป็นผู้ชม (Passive sport tourism) ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ควรจัดการให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุให้ครบครัน ทั้งทางลาดสำหรับรถเข็น ราวจับสำหรับผู้สูงอายุที่ลំม้าย ลิฟท์โดยสาร หรือห้องพักที่มีประตูกว้าง มีปุ่มแจ้งเตือนฉุกเฉิน ทั้งในห้องพักและห้องน้ำ อาจเพิ่มความน่าสนใจของที่พักโดยการจัดที่พักให้มีบรรยากาศเข้ากับการแข่งขันกีฬาที่จัดขึ้น

สำหรับผู้ท่องเที่ยวแบบโหยหาอดีต (Nostalgia sport tourism) ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา นอกจากจะเตรียมห้องพักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุแล้ว ควรมีมุมให้ผู้สูงอายุได้ไปถ่ายรูปกับครอบครัวหรือมีกิจกรรมผู้สูงอายุได้รำลึกถึงความหลังสมัยวัยหนุ่มสาวด้วย

### 3. ด้านแหล่งท่องเที่ยว

สำหรับผู้เป็นผู้เข้าร่วมแข่งขัน (Active sport tourism) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ควรจัดการให้แหล่งท่องเที่ยวทั่วไป มีการจัดกิจกรรมกีฬาให้ผู้สูงอายุได้เข้าร่วมบ่อยขึ้น หรือผู้จัดอีเวนต์กีฬาทั่วไป หรือกีฬาผู้สูงอายุ นำการแข่งขันไปจัดในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ให้กระจายไปทั่วทั้งประเทศ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวและกระตุ้นให้ผู้สูงอายุออกเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้บ่อยขึ้น

สำหรับผู้เป็นผู้ชม (Passive sport tourism) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ควรจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้ดึงดูดกลุ่มผู้สูงอายุให้เข้าชม เช่น จัดแข่งกีฬาที่ผู้สูงอายุให้ความสนใจเป็นพิเศษ หรือแบ่งที่นั่งชมกีฬาไว้สำหรับผู้สูงอายุ ในกีฬามหกรรมใหญ่ๆ จัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สามารถให้เข้าไปท่องเที่ยวเป็นครอบครัวได้ มีการแบ่งโซนการเข้าชมในสนามกีฬาไว้สำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ ไม่ว่ากีฬาประเภทใดก็ตาม

สำหรับผู้ท่องเที่ยวแบบโหยหาอดีต (Nostalgia sport tourism) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ควรจัดให้มีการติดต่อกับสถานที่สำคัญทางการกีฬาเพื่อให้ได้ใช้เป็นส่วนสนามแข่งขันกีฬาผู้สูงอายุ หรือสร้างจุดถ่ายรูปไว้ตามสถานที่สำคัญทางการกีฬา หรือในงานกีฬาประเพณีต่างๆ ให้ผู้สูงอายุที่ไปร่วมงานได้ถ่ายรูปเป็นที่ระลึกได้

#### 4. ด้านกิจกรรม

สำหรับผู้เป็นผู้เข้าร่วมแข่งขัน (Active sport tourism) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว หรือธุรกิจโรงแรม ควรมีกิจกรรมให้ผู้สูงอายุได้ทำระหว่างออกเดินทางท่องเที่ยว เช่น การปั่นจักรยาน ดำน้ำ เส้นทางเดิน วิ่ง ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว โดยกิจกรรมที่จัดต้องปลอดภัยต่อผู้สูงอายุ หรือผู้จัดงานอีเวนต์กีฬา ทำการจัดกิจกรรมกีฬาที่ผู้สูงอายุเข้าร่วมได้ เช่น งานเดิน-วิ่ง แข่งขันจักรยาน กอล์ฟ หรือกีฬาอื่นๆ ที่ผู้สูงอายุสามารถเข้าร่วมได้ โดยมีการจัดกลุ่มอายุให้ผู้สูงอายุได้เข้าร่วมได้อย่างเหมาะสม และเข้าร่วมด้วยความปลอดภัย

สำหรับผู้เป็นผู้ชม (Passive sport tourism) ผู้ประกอบการด้านการจัดงานกีฬา หรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ควรจัดกิจกรรมที่ผู้สูงอายุสามารถเข้าร่วมชมได้ อาจเป็นกิจกรรมที่ผู้สูงอายุสนใจเองหรือการไปร่วมชมบุตรหลานทำการแข่งขัน ควรบริหารจัดการให้ผู้สูงอายุเข้าร่วมกิจกรรมได้อย่างปลอดภัยทั้งร่างกายและทรัพย์สินที่ผู้สูงอายุนำติดตัวไปด้วย

สำหรับผู้ท่องเที่ยวแบบโหยหาอดีต (Nostalgia sport tourism) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ควรมีการจัดกิจกรรมให้ผู้สูงอายุได้ย้อนวัยไปเมื่อสมัยเป็นหนุ่มสาว มีการจัดกิจกรรมให้เป็นกลุ่มเพื่อนของผู้สูงอายุวัยเดียวกันได้เข้าร่วม หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นในสถานที่สำคัญทางการกีฬา มีซุ้มถ่ายรูปเพื่อเป็นที่ระลึก หรือทำการประชาสัมพันธ์ให้ผู้สูงอายุได้ทราบถึงการจัดงานประเพณีวิ่งควาย ประเพณีแข่งเรือยาว การแข่งมวยไชยา เป็นต้น

#### 5. ด้านการบริการทั่วไป

สำหรับผู้เป็นผู้เข้าร่วมแข่งขัน (Active sport tourism) ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ทั้งร้านค้า ร้านอาหาร ควรมีอาหารเพื่อสุขภาพ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ไว้บริการผู้สูงอายุที่เข้าร่วมแข่งขันกีฬา หรือจัดให้มีบริการด้านสุขภาพไว้คอยบริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา

สำหรับผู้เป็นผู้ชม (Passive sport tourism) นอกจากร้านค้า ร้านอาหารที่มีคุณภาพแล้ว ควรจัดการด้านที่นั่งชม ห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ รวมถึง การมีบริการร้านขายของที่ระลึกที่มีคุณภาพ คุ่มค่ากับราคา ไว้บริการผู้สูงอายุที่เข้าร่วมชมกีฬา

สำหรับผู้ท่องเที่ยวแบบโหยหาอดีต (Nostalgia sport tourism) ผู้สูงอายุกลุ่มนี้ อาจเน้นการแวะถ่ายรูปตามสถานที่สำคัญทางการกีฬา ดังนั้น นอกจากห้องน้ำผู้สูงอายุ ร้านค้า ร้านอาหารที่มีคุณภาพ ร้านขายของที่ระลึกที่มีคุณภาพ คุ่มค่ากับราคาที่ย่ำแย่ไปแล้ว ยังควรจัดให้มีที่จอดรถ ชุมถ่ายรูป และสัญญาณอินเตอร์เน็ตภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ไว้ให้ผู้สูงอายุกลุ่มนี้ไว้จอดรถถ่ายรูปแล้วสามารถส่งรูปแบ่งปันเพื่อนฝูงได้

#### 6. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

สำหรับผู้เป็นผู้เข้าร่วมแข่งขัน (Active sport tourism) ผู้จัดงานอีเวนต์กีฬา ควรจัดงานกีฬาให้มีความปลอดภัยต่อผู้เข้าร่วมแข่งขันกีฬา มีเจ้าหน้าที่บริการอย่างทั่วถึง และเจ้าหน้าที่แต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่เป็นทีมเดียวกัน เพื่ออำนวยความสะดวกและเข้าไปติดต่อสอบถาม

สำหรับผู้เป็นผู้ชม (Passive sport tourism) ผู้จัดงานควรจัดการที่นั่งชมสำหรับผู้สูงอายุเป็นสัดส่วน ด้วยที่นั่งที่ลุก-นั่งสะดวก มีราวจับทางเดิน และมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการอย่างทั่วถึง

สำหรับผู้ท่องเที่ยวแบบโหยหาอดีต (Nostalgia sport tourism) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว นอกจากการมีการจัดแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะอาด สวยงาม และสร้างแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงอายุแล้ว ควรจัดให้มีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถหวนคิดถึงอดีตได้ด้วย

#### 7. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้

สำหรับผู้เป็นผู้เข้าร่วมแข่งขัน (Active sport tourism) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวหรือผู้จัดอีเวนต์กีฬา ควรมีการควบคุมระบบความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้ได้มาตรฐานอยู่เสมอ เช่น แพทย์สนามที่มีความเชี่ยวชาญด้านกีฬา โรงพยาบาล เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้การปฐมพยาบาล หรือเครื่องช่วยชีวิตต่างๆที่อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน เพื่อให้ความมั่นใจกับผู้สูงอายุที่จะเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาขณะออกเดินทางท่องเที่ยว หรือออกไปเข้าร่วมแข่งขันกีฬาตามอีเวนต์กีฬาที่จัดขึ้นทั่วไป

สำหรับผู้เป็นผู้ชม (Passive sport tourism) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ควรตรวจสอบมาตรฐานความปลอดภัยของอาคารสถานที่ ให้มีสภาพที่สมบูรณ์ พร้อมใช้งาน เช่น ที่นั่งชมไม่ชำรุด ราวจับบันได หรืออุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัยในสนามที่พร้อมใช้งาน เป็นต้น

สำหรับผู้ท่องเที่ยวแบบโหยหาอดีต (Nostalgia sport tourism) สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ที่จัดกิจกรรมโหยหาอดีต ไม่ว่าจะเป็น งานกีฬาพื้นบ้านโบราณ หรือการไปเที่ยวชมสถานที่สำคัญทางการกีฬา ควรจัดการด้านความปลอดภัยในการเข้าร่วมงาน ทั้งความปลอดภัยในด้านชีวิต และทรัพย์สินของผู้สูงอายุที่ออกไปท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานที่สำคัญทางการกีฬาที่

อาจมีสภาพที่ชำรุดตามกาลเวลา ควรจัดการให้มีความสวยงามและไม่ทรุดโทรม พร้อมให้ได้เข้าเที่ยวชมอยู่เสมอ

#### 8. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

สำหรับผู้เป็นผู้เข้าร่วมแข่งขัน (Active sport tourism) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว หรือผู้จัดงานกีฬา ควรใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการให้บริการ เพื่อความรวดเร็วและสะดวกกับผู้สูงอายุที่มาร่วมแข่งขันกีฬา เช่น การลงทะเบียนผู้เข้าแข่งขันด้วยระบบคอมพิวเตอร์ คิวอาร์โค้ด หรือมีการลงทะเบียนการเข้าร่วมผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อให้ได้ข้อมูลของผู้เข้าแข่งขันที่แม่นยำ และรวดเร็ว

สำหรับผู้เป็นผู้ชม (Passive sport tourism) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ควรบริหารจัดการช่องทางการติดต่อให้ได้หลากหลายช่องทาง เพื่อให้ผู้สูงอายุติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก รวดเร็ว เช่น ติดต่อผ่านโทรศัพท์ อีเมล ไลน์ เฟสบุ๊ก หรืออินอินสตาแกรม เป็นต้น และมีช่องให้บริการสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อกระจายการบริการออกไปให้ทั่วถึง ลดความแออัดและการรอคิวที่นานเกินไป

สำหรับผู้ท่องเที่ยวแบบโหยหาอดีต (Nostalgia sport tourism) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ควรบริหารจัดการให้ผู้สูงอายุติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาก่อนเข้าชมสถานที่สำคัญทางการกีฬาได้ สามารถติดต่อได้ทุกช่องทางเช่นกัน เพื่อความสะดวกและรวดเร็ว

#### 9. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า

สำหรับผู้เป็นผู้เข้าร่วมแข่งขัน (Active sport tourism) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและผู้จัดงานกีฬา ควรจัดอบรม ประเมินคุณภาพของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการอยู่เสมอ ถึงความรู้ความสามารถของผู้ให้บริการ เช่น เจ้าหน้าที่นำเที่ยวผ่านการอบรมเรื่องการปฐมพยาบาลเบื้องต้น เจ้าหน้าที่ที่คอยดูแลเรื่องความปลอดภัยของกิจกรรมผ่านการอบรมการช่วยชีวิตเบื้องต้น (CPR) ผ่านการอบรมการใช้เครื่องมือช่วยเหลือฉุกเฉินมาแล้ว เพื่อให้มีความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่ทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว หรือเข้าร่วมแข่งขันกีฬาได้

สำหรับผู้เป็นผู้ชม (Passive sport tourism) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ควรจัดให้มีการฝึกอบรม และประเมินเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการให้มีความสุภาพ มีอัธยาศัยไมตรีที่ดี ให้ความเคารพผู้ใหญ่ และมีความเต็มใจให้บริการกับผู้สูงอายุ

สำหรับผู้ท่องเที่ยวแบบโหยหาอดีต (Nostalgia sport tourism) นอกจากอบรมเจ้าหน้าที่ให้มีความเต็มใจบริการ มีอัธยาศัยไมตรีที่ดี มีความสุภาพ อ่อนน้อมแล้ว ยังควรเพิ่มเติมในเรื่องเจ้าหน้าที่ให้ความรู้เฉพาะ เช่น มีความรู้เกี่ยวกับประวัติของสนามกีฬา หรือประวัติความเป็นมาของงานกีฬา ประเพณีต่างๆเป็นอย่างดี เป็นต้น

นอกจากนี้ยังควรมีช่องทางการแสดงความคิดเห็นและประเมินการให้บริการจากผู้สูงอายุ มาใช้บริการด้วย เพื่อนำไปปรับปรุงการบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้สูงอายุที่มาท่องเที่ยวเชิงกีฬามากที่สุด

## 10. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า

สำหรับผู้เป็นผู้เข้าร่วมแข่งขัน (Active sport tourism) ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว หรือธุรกิจบริการอื่นๆที่เกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ควรใส่ใจรายละเอียดเล็กๆน้อยๆของผู้สูงอายุที่เข้าร่วมแข่งขันกีฬา เช่น ต้องการความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัยในการเข้าแข่งขัน ต้องการให้มองว่าผู้สูงอายุก็ยังสามารถทำกิจกรรมต่างๆได้ไม่แตกต่างจากวัยหนุ่มสาว ไม่ควรแสดงออกว่าผู้สูงอายุเป็นผู้ที่มีข้อจำกัด ต้องการความช่วยเหลือมากกว่าผู้อื่น แต่ควรแสดงออกถึงความเอาใจใส่และคอยสอบถามด้วยความสุภาพอ่อนน้อม เป็นต้น

สำหรับผู้เป็นผู้ชม (Passive sport tourism) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว หรือธุรกิจบริการอื่นๆที่เกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ควรใส่ใจรายละเอียดเล็กๆน้อยๆของผู้สูงอายุ เช่น เจ้าหน้าที่หลักเลี่ยงการเรียกผู้สูงอายุว่า คนแก่ หรือใส่ใจการบริการแก่ผู้สูงอายุโดยการให้บริการดูญาติผู้ใหญ่ ในระหว่างการเข้าชม อาจมีการซักถามรายละเอียดต่างๆเชิงลึกมากกว่าคนทั่วไป และอาจต้องการที่นั่งที่เข้าออกได้สะดวก เพราะอาจต้องลุกไปเข้าห้องน้ำบ่อยกว่าคนปกติ เป็นต้น

สำหรับผู้ท่องเที่ยวแบบโหยหาอดีต (Nostalgia sport tourism) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ควรจัดสรรเวลาให้ผู้สูงอายุได้ใช้เวลากับแหล่งท่องเที่ยวได้เต็มที่ มีที่นั่งพักระหว่างการเข้าชม และต้องเข้าใจถึงความเป็นไปของผู้สูงอายุ ว่าต้องการเล่าถึงความหลังในอดีต หรือประสบการณ์ที่เคยได้รับที่ผ่านมา นอกจากนี้ยังควรประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่เป็นการท่องเที่ยวแบบโหยหาอดีตให้ผู้สูงอายุได้ทราบอย่างทั่วถึง และสม่ำเสมอ เช่น ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านชมรมผู้สูงอายุ ผ่านผู้นำชุมชน หรือให้มีการบอกต่อผ่านกลุ่มไลน์ของผู้สูงอายุ ให้เกิดการชักชวนกันออกเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬามากขึ้นในอนาคต

### ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

ในอนาคตกลุ่มผู้สูงอายุจะเป็นเป้าหมายหลักของธุรกิจการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นผู้มีศักยภาพในการใช้จ่าย มีกำลังซื้อ ทั้งจากการเพิ่มจำนวนขึ้นทุกๆปีของผู้สูงอายุชาวไทยและทั่วโลก และยังมีข้อจำกัดในด้านเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งแนวโน้มการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ การเป็นผู้เล่นกีฬา (Active sport tourism) การเป็นผู้ชมกีฬา (Passive sport tourism) และการท่องเที่ยวแบบโหยหาอดีต (Nostalgia sport tourism) มีโอกาสที่จะทำให้ผู้สูงอายุเป็นกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้น แต่การออกเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาแต่ละประเภทยานั้น ผู้สูงอายุมีความต้องการในรายละเอียดของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแต่ละประเภทที่ค่อนข้างแตกต่างกันมาก จึงเสนอแนะให้มีการทำการวิจัยในแต่ละประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแยกออกไป

นอกจากนี้กลุ่มผู้สูงอายุที่จะใช้เป็นส่วนตัวอย่างในการทำการศึกษาคควรให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วย เนื่องจากการแบ่งช่วงอายุของผู้สูงอายุ มีความสัมพันธ์กับการเดินทางท่องเที่ยว และแต่ละช่วงอายุ จะมีจุดมุ่งหมายในการเดินทางที่แตกต่างกัน ซึ่งหากจะทำการศึกษา

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเฉพาะเจาะจงมากขึ้น ควรพิจารณาการแบ่งกลุ่มตามเกณฑ์ช่วงอายุที่เหมาะสมด้วยเช่นกันว่ากลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยช่วงอายุไหน มีความสนใจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประเภทไหน และการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาแต่ละประเภท ผู้สูงอายุมีความต้องการด้านใด

ควรเพิ่มเติมประเภทของการเดินทาง ว่าผู้สูงอายุเดินทางด้วยวิธีใด ถ้าเป็นรถยนต์ส่วนตัวนั้น มีคนขับรถให้ หรือขับรถด้วยตนเอง

### ข้อจำกัดของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีข้อจำกัด คือ ผู้สูงอายุ ยังมีความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาไม่ชัดเจน ทำให้การตอบแบบสอบถามนี้อาจมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนได้





## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- BLT Bangkok. (2019). 10 สวนสาธารณะในกรุงเทพฯ พื้นที่สีเขียวของคนกรุง. Life style. Retrieved Access Date from <https://www.bltbangkok.com/Lifestyle/สวนสาธารณะกรุงเทพ-กรุงเทพเมืองสีเขียว-พื้นที่สีเขียวกรุงเทพ-สวนสาธารณะใกล้ฉัน>
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2557). พฤติกรรมและแนวความคิดของ Baby Boomers ประชากรกลุ่มใหญ่ที่สุดในสหรัฐฯ. Retrieved 20 ธันวาคม 2561 [https://www.ditp.go.th/contents\\_attach/89588/89588.pdf](https://www.ditp.go.th/contents_attach/89588/89588.pdf)
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *โครงการพัฒนารูปแบบทางธุรกิจของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของไทย (Sports Tourism) ประจำปี 2560*. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- กาญจนา ทวีพันธ์ และ แวมมยุรา คำสุข. (2558). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารธุรกิจปริทัศน์*, 7(2), 151-167.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2552). *สูงวัยเที่ยวไทย*. Retrieved 3 ธันวาคม 2561 <https://positioningmag.com/11449>
- กิตติมา แซ่โฮ. (2559). *ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ภาพลักษณ์คุณภาพบริการ และค่านิยมในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อทัศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวไทยทางธรรมชาติของนักท่องเที่ยวชาวไทยวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- จิราวดี รัตน์ไพฑูรย์ชัย. (2557). *ตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ : โอกาสใหม่ไทย เติบโตรับ AEC*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (TID)
- จุฑาภรณ์ ฮาร์ล. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ. *วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และบริหารธุรกิจ*, 4(3), 415-426.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (1<sup>st</sup> ed.). กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ขวลิต นรสาร และ อูมา สิบบุญเรือง. (2562). การศึกษาพฤติกรรมการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครของผู้สูงอายุ. *วิศวกรรมสารฉบับวิจัยและพัฒนา*, 30(4), 19-29.

- ชัชวาล อรวงศ์ศุภทัต. (2554). ความหมายของคุณภาพการให้บริการ. Retrieved 20 มีนาคม 2562, [http://www.tpa.or.th/writer/read\\_this\\_book\\_topic.php?bookID=1285&pageid=3&read=true&count=true](http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=1285&pageid=3&read=true&count=true)
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2552). *การตลาดบริการ* (10<sup>th</sup> ed.). กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2556). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชิตวาร ประดิษฐ์รอด. (2557). *ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริณทลของคณวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร.* (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- ชัชฌุกร พรภาณุวิญญู. (2540). *ความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อบทบาทการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นของสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล : กรณีศึกษาจังหวัดแพร่.* (รายงานผลการวิจัย), มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพมหานคร.
- ชุตินา หลุทัย. (2531). นโยบายเกี่ยวกับผู้สูงอายุตามแผนพัฒนาสาธารณสุข ฉบับที่ 6. *วารสารกองการพยาบาล*, 15, 1-7.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2538). องค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว *จุลสารการท่องเที่ยว*, 5, 39-44.
- ไชย ณ พล. (2548). *ศาสตร์แห่งการตัดสินใจ = Decision making science.* กรุงเทพมหานคร: เคล็ดไทย.
- ฐิรชญา มณีเนตร. (2552). *ไทยศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว.* ขอนแก่น: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ณัฐวุฒิ รุ่งเสถียรภูธร. (2559). *ประเภทของร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร คุณภาพการบริการ และสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.* (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- ดลนยา สุเวชเวทิน. (2561, 20 กรกฎาคม 2561). กีฬาแบบไหนเหมาะกับผู้สูงวัย. หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์. Retrieved from <https://www.thaihealth.or.th/Content/43588-กีฬาแบบไหนเหมาะกับผู้สูงวัย.html>
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2551). *การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม : จุดเปลี่ยนอันตามันสู่ความยั่งยืน.* กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ธณรมณ จิรพิสัยสุข. (2558). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวโดยจักรยานจังหวัดเชียงใหม่.* (วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- ธเนศวร์ เพชรสุวรรณ. (2561). ททท.เปิดแผนสื่อสารปี'62ชูท่องเที่ยวเชิง"กีฬา-อาหาร". Retrieved 20 ธันวาคม 2561 <https://www.prachachat.net/tourism/news-178304>

- นิตา ชัชกุล. (2550). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). *การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน* (1<sup>st</sup> ed.). กรุงเทพมหานคร: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และ พรภักทรวดี วงศ์ปันทะนัน. (2557). *จิตวิทยาและคุณภาพบริการท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร: เพ็รน์ข้าหลวง พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- เบญจพร เชื้อผึ้ง. (2561). *แนวทางการจัดการการบริการของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. (ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต), มหาวิทยาลัยพะเยา, พะเยา.
- ประพิณ วัฒนกิจ. (2531). มโนมคติเกี่ยวกับผู้สูงอายุ. *วารสารกองการพยาบาล*, 15(1), 2-12.
- ปรารณา ศิริเบ็ญรัตน์. (2553). *รูปแบบการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุที่เป็นข้าราชการบำนาญในเขตเทศบาล จังหวัดนครปฐม*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- ปวีตรา วิเศษ. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวพระราชวังของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- ปวีณ พิมาน. (2560). *รูปแบบการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดชุมพร*. *การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9 และการประชุมวิชาการนานาชาติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 8*, 1151.
- พงศ์เสวก เอนกจ้านงค์พร. (2558). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร*. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). *เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่องหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พรประภา ไชยอนุกุล. (2557). *คุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี*. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- พริมล รียาย, คุณากร คุณาสวัสดิ์, จารุณี ปัญญควนิช, และเมธินี ทนงกิจ. (2556). *ความคาดหวังของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2555 ที่มีต่อเนื้อหาารายวิชาการศึกษาระดับอุดมศึกษา*. มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่, เชียงใหม่.

พัชรี บอนคำ. (2560, วันที่ 21 ธันวาคม 2560). กีฬาเป็นเลิศในผู้สูงอายุ. หนังสือพิมพ์เดลินิวส์.

Retrieved from <https://www.thaihealth.or.th/Content/39968-กีฬาเป็นเลิศในผู้สูงอายุ.html>

ไพฑูรย์ พงศบุตร และ วิลาสวงค์ พงศบุตร. (2542). *คู่มือการอบรมมัคคุเทศก์* (5<sup>th</sup> ed.).

กรุงเทพมหานคร: ศูนย์การศึกษาต่อเนื่องแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มงคล มลายารม. (2558). กฎหมายกับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ. Retrieved 5 มีนาคม 2563, from

กรุงเทพธุรกิจ <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/634497>

มาศศุภา นิมบุญจาช. (2558). การศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีผลต่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาสันหนอกว้าว (อุทยานแห่งชาติเขาแหลม).

(บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพมหานคร.

ยุทธ ไถยวรรณ และ กุสุมา ผลาพรหม. (2553). *พื้นฐานการวิจัย*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.

ยุทธนา คำพา. (2560). องค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเขาชีจรรย์ของนักท่องเที่ยวชาวจีน. (มหาบัณฑิตบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.

ระบบสถิติการลงทะเบียน. (2560). *สถิติของผู้สูงอายุประเทศไทย 77 จังหวัด*. กรมการปกครอง

Retrieved from [http://www.dop.go.th/download/knowledge/th1533055363-125\\_1.pdf](http://www.dop.go.th/download/knowledge/th1533055363-125_1.pdf)

ฤทัย นิธิธนวิจิต. (2553). *ความคาดหวังและสิ่งที่ได้รับของผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ*

กรุงเทพมหานคร. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพมหานคร.

ลัดดา ศรีอัมพรเอกกุล และ ชีระวัฒน์ จันทิก. (2561). การท่องเที่ยวคุณภาพเพื่อนักท่องเที่ยวสูงอายุ.

*วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 4(1), 12-28.

วรพงศ์ ภูมิบ่อพลับ. (2561). การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโอกาสสำหรับจังหวัดชายแดนใต้. *Veridian E-*

*Journal ฉบับภาษาไทย*, 11(2), 1793-1811.

วรรณวิษา หนูมา. (2559). *ความคาดหวังในคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ท*

*เพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร*. (วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). ค่าเฉลี่ยและการแปลความหมาย. *ข่าวสารวิจัยทางการศึกษา*, 18(1), 8-11.

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล. (2561). *งานวิจัย AWUSO Society 4.0 แก่แต่วัย หัวใจยัง*

*เก่า*. กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.

วิภาวดี อร่ามอรพรรณ. (2548). *การศึกษาความเป็นไปได้ของการเปิดโครงการบริหารธุรกิจบัณฑิต*

*หลักสูตรนานาชาติ สาขาวิชาการเงินของภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย*

- ศรีนครินทร์วิโรฒ. (สารานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร สาขาวิชาการจัดการ), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- วิลาสินี ยนต์วิทย์. (2562). แนวทางการพัฒนาธุรกิจเพื่อรองรับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13(2), 428-438.
- วิล จิระวัชร. (2548). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอศรีราชา (dataset). Available from EBSCOhost edsbas, from วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา
- วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2545). *คุณภาพในงานบริการ* (5<sup>th</sup> ed.). กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี(ไทย-ญี่ปุ่น).
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2547). *การตลาดธุรกิจบริการ*. กรุงเทพมหานคร: ซีไอเดียเคชั่น.
- ศรีธรรม ธนะภูมิ. (2535). *พัฒนาการทางอารมณ์และบุคลิกภาพ*, (1<sup>st</sup> ed.). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยมหิดล ภาควิชาจิตเวชศาสตร์.
- ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์. (2540). *องค์การและการจัดการ* (6<sup>th</sup> ed.). กรุงเทพมหานคร: แผนกพัสดุ สำนักงานการเงินและทรัพย์สิน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2561). องค์ประกอบการท่องเที่ยวและช่องทางการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวอนาคต กรณีศึกษาจังหวัดพิษณุโลก. *วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 11(1), 79-98.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). *การบริหารการค้าปลีก*. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.
- ศุภณัฐ ชูศิลป์ทอง. (2557). *ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแฟนคลับฟุตบอลลีกอาชีพของประเทศไทย*. (วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- สมคิด บางโม. (2548). *องค์การและการจัดการ* (4<sup>th</sup> ed.). กรุงเทพมหานคร: วิทย์พัฒน์.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). *นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมยศ วัฒนากมลชัย และ เยาวลักษณ์ ยิ้มอ่อน. (2556). นักท่องเที่ยวสูงอายุ: กลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 95-103.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). *เคล็ดลับลับการตลาดบริการ (The secret of service marketing)*. กรุงเทพมหานคร: ยูบีซีแอล บัคส์.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2546). *เอกสารชุดฝึกอบรมทางไกลหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559). *การสำรวจกิจกรรมทางกายของประชากร พ.ศ. 2558*. กรุงเทพมหานคร: สำนักสถิติพยากรณ์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ

สำนักสถิติสังคม. (2555). การสำรวจพฤติกรรมการเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายของประชากรและสุขภาพจิต พ.ศ.2554. Retrieved 3 ธันวาคม 2561, from สำนักงานสถิติแห่งชาติ <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/exerFull54.pdf>

สิทธิ์ ชีรสรณ์. (2552). *เทคนิคการเขียนรายงานวิจัย*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

หนึ่งฤทัยรัตน์ กระจ่างพัฒน์วงศ์ และ อรอนงค์ พัวรัตน์อรุณกร. (2561). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาในเขตเทศบาลนครขอนแก่น. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 2(2), 34-51.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (8<sup>th</sup> ed.). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อดิگانต์ ไพรจน์พิริยะกุล และ สุชาติ ทวีพรปฐมกุล. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง*. กรุงเทพมหานคร: คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อมรรักษ์ สวนชุมพล. (2561). การจัดการธุรกิจบริการผู้สูงอายุ. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 13(1), 146-152.

เอนก สุวรรณบัณฑิต. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจต่างๆของคน. Retrieved 4 พฤษภาคม 2562 <https://www.gotoknow.org/posts/4705>

### ภาษาอังกฤษ

Ananth, M., DeMicco, F. J., Moreo, P. J. & Howey, R. M. (1992). Marketplace lodging needs of mature travelers. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 33(4), 12-24.

Bai, B., Jang, S. S., Cai, L. A. & O'Leary, J. T. (2008). Determinants of Travel Mode Choice of Senior Travelers to the United States. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 8(3-4), 147-168.

Boniface, B. G. & Cooper, C. P. (1994). *The Geography of Travel and Tourism* (2<sup>nd</sup> ed.). United Kingdom: Butterworth-Heinemann.

Collier, A. (2006). *The New Zealand Tourism Industry* (5<sup>th</sup> ed.). Auckland, N.Z: Pearson Education New Zealand.

Dickman, S. (1997). *Tourism : An Introductory Text* (3<sup>rd</sup> ed.). Sydney: Hodder Headline.

Douglas, M. C. (2013). *Design And Analysis Of Experiments* (8<sup>th</sup> ed.). Hoboken, New Jersey: Wiley.

- Etzel, M. J., Walker, B. J. & Stanton, W. J. (2007). *Marketing* (14<sup>th</sup> ed.). Boston: McGraw-Hill/Irwin.
- Gibson, H. J. (2003). Sport Tourism: An Introduction to the Special Issue. *Journal of Sport Management*, 17(3), 205-213.
- Gronroos, C. (2000). *Service Management and Marketing : A customer relationship management approach* (2<sup>nd</sup> ed.). Chichester: Wiley.
- Haub, C. (2011). World Population Aging: Clocks Illustrate Growth in Population Under Age 5 and Over Age 65. <https://www.prb.org/agingpopulationclocks/>
- Hinch, T. & Higham, J. (2011). *Sport Tourism Development*: Channel View Publications.
- Hong, G.-S., Kim, S. Y. & Lee, J. (1999). Travel Expenditure Patterns of Elderly Households in the us. *Tourism Recreation Research*, 24(1), 43-52.
- Hritz, N. & Ross, C. (2010). The Perceived Impacts of Sport Tourism: An Urban Host Community Perspective. *Journal of Sport Management*, 24, 119-138.
- Kim, H., Woo, E. & Uysal, M. (2015). Tourism Experience and Quality of Life Among Elderly Tourists. *Tourism Management*, 46, 465-476.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation, and Control* (9<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall International.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management: The Millennium Edition*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Markovic, J. J. & Petrovic, M. D. (2013). Sport and Recreation Influence upon Mountain Area and Sustainable Tourism Development. *Journal of Environmental and Tourism Analyses*, 1(1), 81-90.
- Naidoo, P., Ramseook-Munhurrin, P., Seebaluck, N. V. & Janvier, S. (2015). Investigating the Motivation of Baby Boomers for Adventure Tourism. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 175, 244-251.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research (SERVQUAL) (Vol. 49): *The Journal of Marketing*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1988). Servqual : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64.

- Romsa, G. & Blenman, M. (1989). Vacation patterns of the elderly German. *Annals of Tourism Research*, 16(2), 178-188.
- Ruskin, H. (1987). *Selected Views on Socio-Economic Aspects of Outdoor Recreation, Outdoor Education and Sport Tourism (Garmise Med.)*. Natanya, Israel: Emmanuel Gill Publishing.
- Sheresheva, M. & Buzulukova, E. (2014). Senior sport tourism in Russia. *Social Networks and the Economics of Sports*, 59-73.
- Standeven, J. & De Knop, P. (1999). *Sport Tourism*. Champaign: Human Kinetics.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and Motivation*. New York: Wiley.
- Weed, M. & Bull, C. (1997). Influences on Sport-Tourism Relations in Britain: the Effects of Government Policy. *Tourism Recreation Research*, 22(2), 5-12.
- Worapinij Phakahnun, Kanittinsuttitong Nutworadee & Jantarakolika Korbkul. (2017). *Sports Tourism Management Model and The Development of Sport Tourism in Thailand*,
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3<sup>rd</sup> ed.). New York: Harper and Row Publication.
- Yiannakis, A. (2002). Tourist Roles: Needs and the adult life course. *Annals of Tourism Research*, 29, 323-343.
- Zajadacz, A. (2016). Sports Tourism: An Attempt to Define the Concept. *Tourism*, 26, 96-97.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A. P. & Berry, L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.





ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**



## ภาคผนวก ก

## แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ใน กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต แผนกการจัดการ การกีฬา (การท่องเที่ยวเชิงกีฬา) คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยคำตอบของท่านจะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการศึกษาเท่านั้น

## ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : ทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง  ให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

## 1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

## 2. อายุ

1. 60 - 69 ปี

2. 70 - 79 ปี

3. 80 ปีขึ้นไป

## 3. รายได้ จากการทำงานหรือได้รับจากบุตรหลาน ต่อเดือน

1. น้อยกว่า 10,000 บาท

2. 10,001 - 20,000 บาท

3. 20,001 - 30,000 บาท

4. 30,001 บาทขึ้นไป

## 4. ท่านมีโรคประจำตัวหรือไม่

1. มี โปรดระบุ.....

2. ไม่มี

## 5. ท่านเคยท่องเที่ยวเชิงกีฬาหรือไม่

1. เคย (ทำต่อข้อ 6)

2. ไม่เคย (ทำต่อข้อ 7)

## 6. ท่านเคยท่องเที่ยวเชิงกีฬาประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. เป็นผู้ร่วมเข้าแข่งขันกีฬา

2. เป็นผู้เข้าชมการแข่งขันกีฬา

3. ชมสถานแข่งขันที่สำคัญในอดีต (ไทยทาสีต)

## 7. ท่านสนใจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. เป็นผู้ร่วมเข้าแข่งขันกีฬา

2. เป็นผู้เข้าชมการแข่งขันกีฬา

3. ชมสถานแข่งขันที่สำคัญในอดีต (ไทยทาสีต)



เลขที่โครงการวิจัย 283.1/62  
วันที่รับรอง 26 พ.ย. 2562  
วันหมดอายุ 25 พ.ย. 2563

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคาดหวังต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร  
คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความเห็นของท่านมากที่สุด

องค์ประกอบการท่องเที่ยว	ระดับความคาดหวัง				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
<b>การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)</b>					
1. สามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้จากหลากหลายประเภทการคมนาคม เช่น ทางเครื่องบิน รถยนต์ส่วนตัว รถสาธารณะ และเรือ เป็นต้น					
2. มีการแสดงป้ายบอกทางหรือสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวชัดเจน ตลอดเส้นทาง					
3. มีเส้นทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงได้สะดวก					
4. สภาพการจราจรในแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกคล่องตัว					
5. สภาพถนนตลอดการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้มาตรฐาน เช่น พื้นผิวถนนไม่ขรุขระ มีเส้นแบ่งช่องทางการจราจรบนถนนชัดเจน ความกว้างของถนนเหมาะสม และมีเสาหลักกิโลตลอดเส้นทาง เป็นต้น					
<b>ที่พักแรม (Accommodation)</b>					
1. สูงอายุ ห้องพักรูปแบบมาให้เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น มีราวจับ ประตูกว้างสามารถเข็นเข้าได้สะดวก พื้นผิวไม่ขรุขระ แสงสว่างเพียงพอ พื้นไม่ลื่นเกินไป ประตูห้องน้ำเป็นแบบบานเลื่อน และห้องอาบน้ำมีราวจับกันลื่น เป็นต้น					
2. มีห้องพักที่สะอาด					
3. ห้องพักรับระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี					
4. มีระบบแจ้งเตือนฉุกเฉิน และอุปกรณ์ช่วยชีวิตฉุกเฉิน (เครื่อง AED) ภายในที่พัก					



ชื่อที่โครงการวิจัย ๒๒๓.๑/๖๒  
วันที่รับรอง 26 พ.ย. 2562  
วันหมดอายุ 25 พ.ย. 2563

องค์ประกอบการท่องเที่ยว	ระดับความคาดหวัง				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
5. มีบริการช่วยเหลือพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น บริการรถรับ-ส่งจากที่พักไปสถานที่ท่องเที่ยว ไปสนามบิน หรือสถานีรถสาธารณะ					
<b>แหล่งท่องเที่ยว (Attraction)</b>					
1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีความเป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ					
2. มีแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียงที่มีความน่าสนใจ					
3. แหล่งท่องเที่ยวมีประวัติศาสตร์ทางด้านกีฬายาวนาน					
4. แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงทางด้านกีฬา					
5. ค่าบริการในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว ราคาพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ					
<b>กิจกรรม (Activities)</b>					
1. มีกิจกรรมด้านท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ					
2. กิจกรรมมีความปลอดภัยสูง และมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการเข้าร่วมกิจกรรม					
3. มีกิจกรรมที่หลากหลายให้เลือกเมื่อไปท่องเที่ยวเชิงกีฬา					
4. มีกิจกรรมที่สามารถทำให้หวนคิดถึงอดีต					
5. มีกิจกรรมทางการกีฬาที่นักท่องเที่ยวสูงอายุสามารถทำหรือปฏิบัติได้ด้วยตัวเอง					
<b>การบริการทั่วไป (Ancillary)</b>					
1. มีที่จอดรถพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ					
2. มีร้านอาหารและของที่ระลึกที่มีคุณภาพให้บริการเพียงพอ					
3. มีห้องปฐมพยาบาล และมีอุปกรณ์ช่วยเหลือฉุกเฉินภายในแหล่งท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและพร้อมใช้งาน					
4. มีห้องน้ำสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุอย่างเพียงพอ					



เลขที่โครงการวิจัย..... ๒๖๓-๑/๖๒  
 วันที่รับเรื่อง..... 26 พ.ย. 2562  
 วันหมดอายุ..... 25 พ.ย. 2563

องค์ประกอบการท่องเที่ยว	ระดับความคาดหวัง				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5. มีสัญญาณโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตอย่างทั่วถึง					

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความเห็นของท่านมากที่สุด

คุณภาพบริการ	ระดับความคาดหวัง				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<b>ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ</b>					
1. บรรยากาศในการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความดึงดูดใจ					
2. แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความสวยงาม สะอาด					
3. แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬามีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุครบครัน					
4. รูปแบบการให้บริการของบุคลากรมีความเหมาะสมกับผู้สูงอายุ เช่น มีการบริการเฉพาะส่วนบุคคลสำหรับผู้สูงอายุ และมีช่องให้บริการเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุ เป็นต้น					
5. ห้องปฐมพยาบาลในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความเหมาะสมกับผู้สูงอายุ					
<b>ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้</b>					
1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาออกแบบได้มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ เช่น การมีทางลาด มีแสงสว่างเพียงพอ มีที่ช่วยพยุงจับ					
2. ระบบความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้มาตรฐานความปลอดภัยตามหลักสากล เช่น มีเส้นทางหนีไฟ ตลอดจนสัญลักษณ์บอกทางหนีไฟและประตูหนีไฟที่ชัดเจน มีการระบายอากาศที่ดี และมีอุปกรณ์ดับเพลิงและวิธีการใช้ตามมุ่มต่างๆ ที่สังเกตได้ง่าย เป็นต้น					



วิจัยที่..... 223.1/62  
 วันที่รับรอง..... 26 พ.ย. 2562  
 วันหมดอายุ..... 25 พ.ย. 2563

คุณภาพบริการ	ระดับความคาดหวัง				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3. แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวจากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา					
4. หน่วยปฐมพยาบาลและรถพยาบาลในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้รับอนุญาตจากกระทรวงสาธารณสุข (รวมถึงอีเวนต์กีฬา งานกีฬา สถานที่ท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมทางกรกีฬา)					
5. บุคลากรในหน่วยปฐมพยาบาลของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นผู้เชี่ยวชาญ และมีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ					
<b>ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า</b>					
1. การบริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬามีหลากหลายรูปแบบที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุได้อย่างเหมาะสม					
2. การท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทำให้เกิดการพักผ่อนไปพร้อมกับการออกกำลังกายที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ					
3. มีช่องทางการติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น โทรศัพท์ อีเมลล์ ไลน์ เฟสบุ๊ก					
4. นักท่องเที่ยวสูงอายุสามารถติดต่อและสอบถามข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว					
5. เจ้าหน้าที่ ผู้ให้บริการ มีการให้บริการที่รวดเร็ว เมื่อนักท่องเที่ยวสูงอายุมาใช้บริการ					
<b>ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า</b>					
1. มีเจ้าหน้าที่มีทักษะความรู้ ความสามารถ พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ					
2. เจ้าหน้าที่ ผู้ให้บริการ มีความสุภาพ มีอัธยาศัยไมตรีที่ดี					
3. เจ้าหน้าที่ ผู้ให้บริการ ณ แหล่งท่องเที่ยว มีความสามารถในการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ (พูดรู้เรื่อง ชัดเจน เข้าใจง่าย)					
4. เจ้าหน้าที่ให้บริการได้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ					
5. นักท่องเที่ยวสูงอายุรู้สึกปลอดภัยจากการได้รับบริการ					



เลขที่โครงการวิจัย 223.1/62  
 วันที่รับรอง 26 พ.ย. 2562  
 วันหมดอายุ 25 พ.ย. 2563

คุณภาพบริการ	ระดับความคาดหวัง				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<b>ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า</b>					
1. ผู้ให้บริการ ณ แหล่งท่องเที่ยว มีความเต็มใจในการตอบคำถาม ตอบคำถามได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน					
2. ผู้ให้บริการมีความเต็มใจบริการแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุในทุกช่องทาง					
3. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างสม่ำเสมอ ผ่านหลากหลายช่องทาง					
4. สามารถติดต่อแหล่งท่องเที่ยวได้ล่วงหน้าก่อนเข้าชม					
5. เจ้าหน้าที่ให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวสูงอายุ					

**ตอนที่ 4** ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ใน กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความเห็นของท่านมากที่สุด

การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา	ระดับการตัดสินใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1. ท่านต้องการเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา					
2. ท่านต้องการเข้าร่วมชมและเชียร์การแข่งขันกีฬา					
3. ท่านต้องการท่องเที่ยวเพื่อชมสถานที่สำคัญทางการกีฬา					
4. ท่านต้องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมทางการกีฬาที่หลากหลาย					
5. ท่านมีความสนใจในการกีฬาและการออกกำลังกาย					
6. ท่านต้องการเสริมสร้างร่างกายให้แข็งแรงและมีสุขภาพที่ดี					



เลขที่โครงการวิจัย..... 223.1/62  
 วันที่รับรอง..... 26 พ.ย. 2562  
 วันลงนาม..... 25 พ.ย. 2563  
 วิทยากร.....



ตอนที่ 5 ความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....  
.....  
.....  
.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม



เลขที่โครงการวิจัย..... ๑๒๓.๗/๖๒  
วันที่รับของ..... 26 พ.ย. 2562  
วันหมดอายุ..... 25 พ.ย. 2563





## บันทึกข้อความ

ส่วนงาน คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 โทร.0-2218-3202, 83049  
 ที่ จว 587/2562 (อ) วันที่ 29 พฤศจิกายน 2562  
 เรื่อง แจ้งผลผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย

เรียน คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

สิ่งที่ส่งมาด้วย เอกสารแจ้งผ่านการรับรองผลการพิจารณา

ตามที่นิสิต/บุคลากรในสังกัดของท่านได้เสนอโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย จากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นั้น ในกรณี กรรมการผู้ทบทวนหลักได้เห็นสมควรให้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยได้ ดังนี้

โครงการวิจัยที่ 223.1/62 เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร (FACTORS AFFECTING THE DECISION MAKING OF THAI SENIOR TO UNDERTAKE SPORT TOURISM IN BANGKOK) ของ นางสาวสุจิตรา วาชัยยุ่ง นิสิตระดับมหาบัณฑิต

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

*นิพนธ์ พิเศษกิจ*

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิพนธ์ พิเศษกิจรอง)

กรรมการและเลขานุการ

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน  
 กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เรียน คณบดี คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา (ร.อ. นิสิต วาชัยยุ่ง)

เพื่อโปรด

- ทราบ และดำเนินการต่อไป  
 พิจารณา  
 ออกราย  
 ถูมนิติ

ลงชื่อ *A*  
- 3, ม.ค. 2562

บ่เรียนคณบดี

บันทึกขอแจ้งให้ นิสิต อ. น. พิเศษกิจ  
 บ่เรียนคณบดี คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

*N. Noh*  
 4/12/62



คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
254 อาคารจามจุรี 1 ชั้น 2 ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330  
โทรศัพท์: 0-2218-3202, 0-2218-3049 E-mail: eccu@chula.ac.th

COA No. 270/2562


### ใบรับรองโครงการวิจัย


โครงการวิจัยที่ 223.1/62 : ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยหลัก : นางสาวสุจิตรา วาชัยยง

หน่วยงาน : คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้พิจารณา โดยใช้หลัก ของ Belmont Report 1979, Declaration of Helsinki 2013, Council for International Organizations of Medical Sciences (CIOM) 2016, มาตรฐานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน (มคจจ.) 2556, นโยบายแห่งชาติและแนวทางปฏิบัติการวิจัยในมนุษย์ 2558 อนุมัติให้ดำเนินการศึกษาวิจัย เรื่องดังกล่าวได้


ลงนาม   
(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ปริดา ทิศนประดิษฐ์)  
ประธาน

ลงนาม   
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทรี ชัยชนะวงศาโรจน์)  
กรรมการและเลขานุการ

วันที่รับรอง : 26 พฤศจิกายน 2562

วันหมดอายุ : 25 พฤศจิกายน 2563

เอกสารที่คณะกรรมการรับรอง

- 1) โครงการวิจัย
- 2) เอกสารข้อมูลสำหรับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยและหนังสือแสดงความยินยอมของผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย
- 3) ผู้วิจัย  เลขที่โครงการวิจัย..... 223.1/62
- 4) แบบสอบถาม วันที่รับรอง..... 26 พ.ย. 2562
- วันหมดอายุ..... 25 พ.ย. 2563

เงื่อนไข

1. ข้าพเจ้ารับทราบว่าเป็นการวิจัยจริยธรรม หากดำเนินการเก็บข้อมูลการวิจัยก่อนได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย
2. หากใบรับรองโครงการวิจัยหมดอายุ การดำเนินการวิจัยต้องยุติ เมื่อต้องการต่ออายุต้องขออนุมัติใหม่ล่วงหน้าไม่ต่ำกว่า 1 เดือน พร้อมส่งรายงานความก้าวหน้าการวิจัย
3. ต้องดำเนินการวิจัยตามที่ระบุไว้ในโครงการวิจัยอย่างเคร่งครัด
4. ใช้เอกสารข้อมูลสำหรับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย ใบยินยอมของกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย และเอกสารเชิญเข้าร่วมวิจัย (ถ้ามี) เฉพาะที่ประทับตราคณะกรรมการเท่านั้น
5. หากเกิดเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ร้ายแรงในสถานที่เก็บข้อมูลที่ขออนุมัติจากคณะกรรมการ ต้องรายงานคณะกรรมการภายใน 5 วันทำการ
6. หากมีการเปลี่ยนแปลงการดำเนินการวิจัย ให้ส่งคณะกรรมการพิจารณารับรองก่อนดำเนินการ
7. โครงการวิจัยไม่เกิน 1 ปี ส่งแบบรายงานสิ้นสุดโครงการวิจัย (AF 02-14) และบทความผลการวิจัยภายใน 30 วัน เมื่อโครงการวิจัยเสร็จสิ้น สำหรับโครงการวิจัยที่เป็นวิทยานิพนธ์ให้ส่งบทความผลการวิจัย ภายใน 30 วัน เมื่อโครงการวิจัยเสร็จสิ้น

**เอกสารข้อมูลสำหรับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย/ผู้อยู่ในปกครองและหนังสือแสดงยินยอมเข้าร่วมการวิจัย**

ชื่อโครงการวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ใน กรุงเทพมหานคร

ชื่อผู้วิจัย นางสาวสุจิตรา วาชัยุง

ตำแหน่ง นิสิตรระดับมหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สถานที่ติดต่อผู้วิจัย (ที่บ้าน) 388/99 มายสตรี่คอนโด ลาดพร้าว 71 ถนนนาคนิวาส แขวงลาดพร้าว เขต ลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร 10230 โทรศัพท์มือถือ 096-8011999 E-mail :

WACHAIYUNG.S@GMAIL.COM

ขอเรียนเชิญเข้าร่วมการวิจัย ก่อนตัดสินใจเข้าร่วมในการวิจัย โปรดทำความเข้าใจว่างานวิจัยนี้เกี่ยวข้องกับอะไรและทำเพราะเหตุใด กรุณาใช้เวลาในการอ่านข้อมูลต่อไปนี้อย่างรอบคอบ หากมีข้อความใดที่อ่านแล้วไม่เข้าใจหรือไม่ชัดเจน โปรดสอบถามเพิ่มเติมกับผู้วิจัยได้ตลอดเวลา ผู้วิจัยจะอธิบายจนกว่าจะเข้าใจอย่างชัดเจน

1. งานวิจัยชิ้นนี้จัดทำขึ้น เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร และมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ เพื่อศึกษาความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As และความคาดหวังคุณภาพการบริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

**2. รายละเอียดของผู้เข้าร่วมการวิจัยและคุณสมบัติ**

เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้สูงอายุมีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีสัญชาติไทย มีความเต็มใจและยินดีให้ข้อมูล จำนวน 480 คน จากผู้สูงอายุที่ไปทำกิจกรรมนันทนาการและออกกำลังกายในบริเวณสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร โดยผู้ตอบแบบสอบถามต้องมีคุณสมบัติดังนี้

1. เป็นผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป สัญชาติไทย ทั้งเพศชาย และ เพศหญิง
2. เป็นผู้ที่มีความสนใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งที่มีประสบการณ์และไม่ประสบการณ์

เดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา

3. เป็นผู้ที่มีอาชีพอยู่ในกรุงเทพมหานคร ทั้งที่อยู่ในทะเบียนบ้านและไม่อยู่ในทะเบียนบ้าน

เป็นเวลาอย่างน้อย 5 ปี

4. เป็นผู้ที่สามารถอ่านและเขียนภาษาไทยได้

**3. การคัดกรองผู้มีส่วนร่วม**

การคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามเบื้องต้นโดยผู้วิจัย ซึ่งผู้วิจัยจะเข้าไปสอบถามจากผู้สูงอายุที่มาทำกิจกรรมนันทนาการและออกกำลังกายบริเวณสวนสาธารณะเกี่ยวกับอายุ ถิ่นพำนัก และเป็นผู้มีความสนใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งที่มีประสบการณ์และไม่ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมทั้งความสามารถในการอ่านเขียนภาษาไทย และหากผู้ที่มีคุณสมบัติเข้าเกณฑ์ ก็จะแจกแบบสอบถาม ให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ตอบด้วยตนเอง

**4. การเข้าร่วมงานวิจัยมีการดำเนินการกับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยอย่างไร**

ผู้วิจัยจะเป็นผู้เก็บข้อมูลด้วยตนเอง ด้วยการแจกแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้สูงอายุ ทำการแจกแบบสอบถามและชี้แจงให้กับผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจ โดยจะทำการแจกแบบสอบถามจำนวน



ชื่อโครงการวิจัย 223-1/62  
วันที่รับรอง 26 พ.ย. 2562  
รับทราบ 25 พ.ย. 2563

480 ชุด กับผู้สูงอายุชาวไทย มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และมีความสนใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในบริเวณ 10 สวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ 1.) สวนลุมพินี 2.) สวนเบญจกิติ 3.) สวนสันติภาพ 4.) สวนเบญจสิริ 5.) สวนจตุจักร 6.) สวนวชิรเบญจทัศ 7.) สวนหลวง ร.9 8.) สวนสราญรมย์ 9.) สวนรมณีนาถ และ 10.) สวนสาธารณะศูนย์กีฬาบึงหนองบอน โดยแบ่งการแจกแบบสอบถามออกเป็นพื้นที่ละ 48 ชุด ใช้เวลาเก็บข้อมูลในแต่ละพื้นที่ ที่ละ 2 วัน แบ่งออกเป็น 2 ช่วงเวลา คือ ช่วงเช้า แจกแบบสอบถามจำนวน 12 ชุด/วัน และช่วงเย็น แจกแบบสอบถามจำนวน 12 ชุด/วัน รวม 2 ช่วงเวลา เก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามเป็นจำนวน 24 ชุด/วัน ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูลด้วยตนเอง จากนั้นรอรับแบบสอบถามกลับพื้นที่กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อย

5. ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยจะเก็บเป็นความลับ หากมีการเสนอผลการวิจัยจะเสนอเป็นภาพรวม ข้อมูลใดที่สามารถระบุถึงตัวผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยได้จะไม่ปรากฏในรายงาน

6. เมื่อเสร็จสิ้นการวิจัยแล้ว ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จะถูกทำลายหลังเสร็จสิ้นการวิจัย

7. ความเสี่ยง/อันตราย และความไม่สะดวกต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการเข้าร่วมงานวิจัย

ในการเข้าร่วมวิจัยไม่มีอันตรายร้ายแรงหรือความเสี่ยงต่อท่านและไม่มีการสอบถามหรือให้ระบุชื่อ-นามสกุลหรือข้อมูลใด ๆ ที่อาจสืบค้นกลับไปถึงตัวท่านได้ แต่ท่านต้องสละเวลาส่วนตัวในการตอบแบบสอบถาม

8. ประโยชน์ในการเข้าร่วมการวิจัยและของงานวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่ได้รับประโยชน์โดยตรงจากการเข้าร่วมงานวิจัยครั้งนี้ แต่ผู้เข้าร่วมงานวิจัยจะได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As และความคาดหวังคุณภาพการบริการ ที่ส่งผลกระทบต่อจิตใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จากงานวิจัยชิ้นนี้จะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อจิตใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นการเตรียมตัวรับมือกับสังคมสูงอายุ และการรับสถานการณ์การท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปในอนาคต และจะทราบถึงความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As และความคาดหวังคุณภาพการบริการ ที่ส่งผลกระทบต่อจิตใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องพัฒนาการบริการให้ตรงตามความคาดหวังของกลุ่มผู้สูงอายุต่อไป

9. การแสดงความขอบคุณผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย ภายหลังจากตอบแบบสอบถามเสร็จแล้วผู้ตอบแบบสอบถามจะได้รับปากกา 1 ด้ามเป็นของที่ระลึก

10. การเข้าร่วมการวิจัยเป็นโดยสมัครใจ สามารถปฏิเสธที่จะเข้าร่วมหรือถอนตัวจากการวิจัยได้ทุกขณะ โดยไม่ต้องให้เหตุผล ไม่สูญเสียประโยชน์ที่พึงได้รับ และไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อผู้เข้าร่วมวิจัย

11. หากมีข้อสงสัย โปรดสอบถามเพิ่มเติมจากผู้วิจัยได้ตลอดเวลา

12. หากได้รับการปฏิบัติไม่ตรงตามข้อมูลดังกล่าวสามารถร้องเรียนได้ที่ คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อาคารจามจุรี 1 ชั้น 2 ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 โทรศัพท์/โทรสาร 0-2218-3202, 0-2218-3049 E-mail: [eccu@chula.ac.th](mailto:eccu@chula.ac.th)



ภาคผนวก ค  
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

### รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

- |  |   |
|--|---|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ฉัตรชัย ฉัตรบุญกุล | อาจารย์ประจำคณะการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง            |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา | อาจารย์ประจำคณะวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ     |
| 3. อาจารย์ ดร.กฤติกา สายณะรัตน์ชัย           | อาจารย์ประจำคณะวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ     |
| 4. อาจารย์ ดร.อุษณีย์ ผาสุข                  | อาจารย์ประจำคณะวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ     |
| 5. อาจารย์ ดร.วรรณพร ทองตะโก                 | อาจารย์ประจำแขนงวิชาสื่อสารวิทยาการ ออกกำลังกาย คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |





## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวสุจิตรา วาชัยยุ่ง
วัน เดือน ปี เกิด	5 กุมภาพันธ์ 2531
สถานที่เกิด	จังหวัดนครพนม
วุฒิการศึกษา	กำลังศึกษาในหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต แขนงวิชาการจัดการการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปริญญาตรี สำเร็จการศึกษาหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขา กายภาพบำบัด มหาวิทยาลัยมหิดล
ที่อยู่ปัจจุบัน	388/99 มายสตรี่คอนโด ลาดพร้าว 71 ถนนนาคนิวาส แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร 10230



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY