

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559 ระบุว่าสถานการณ์ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมทั้งประเด็นผลกระทบด้านสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรสูงสุดอยู่ในประเทศไทย ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวสูงอายุและกลุ่มอื่นๆ ให้ความสำคัญในการใช้สื่อสารสนเทศในการท่องเที่ยวมากขึ้น ส่งผลให้ภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยต้องปรับเตรียมความพร้อมให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงโดยต้องบริหารจัดการความรู้อย่างเป็นระบบรวมทั้งประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ดังกล่าว และเกิดการเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนตามแนวทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 และวิสัยทัศน์ประเทศไทยสู่ปี พ.ศ.2570 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) ได้ระบุว่าการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของโลกเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประชากรสูงอายุในโลกจะเพิ่มขึ้นอีก 81.9 ล้านคน ประเทศไทยกำลังพัฒนา อาทิ เกาหลี สิงคโปร์ จีน อินโดนีเซีย บรูไน เวียดนาม และไทย ได้ก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุแล้วในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยจำเป็นต้องปรับตัวเตรียมความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและระบบสวัสดิการสังคมเพื่อรับการปรับตัวเข้าสู่โครงสร้างสังคมผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550-2554) แผนพัฒนาฉบับแรกที่ให้ความสำคัญโดยบูรณาการประเด็นผู้สูงอายุเข้ากับแผนพัฒนาประเทศไทย มียุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมภูมิปัญญาแห่งการเรียนรู้ ให้ความสำคัญกับการขยายโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อสร้างโอกาสแก่ประชาชนโดยเฉพาะผู้สูงอายุให้สามารถเรียนรู้และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2557)

ในปี พ.ศ.2553 สัดส่วนของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 11.9 เห็นได้ว่าประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัย (Aging Society) อย่างสมบูรณ์ ซึ่งหมายถึง ประเทศไทยมีผู้สูงอายุ (ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป) มา กว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมดและในอีก 20 ปีข้างหน้า (พ.ศ.2573) จะเพิ่มเป็นมากกว่า 2 เท่าตัวอยู่ที่ร้อยละ 25 หรือประมาณ 1 ใน 4 ของประชากรไทยทั้งประเทศ ขั้นตอนการเพิ่มสูงขึ้นของประชากรผู้สูงอายุอย่างรวดเร็วนี้ จึงเป็นประเด็นที่ทุกภาคส่วนจะต้องระหนักและมีการเตรียมการด้านต่างๆ พร้อมทั้งระดมทรัพยากรและสหิทธิการต่างๆ เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดี

รวมถึงการจัดสวัสดิการให้สามารถเข้าถึงบริการที่จำเป็นขึ้นพื้นฐานในการดำรงชีวิตแก่ผู้สูงอายุอย่างทั่วถึง (สำนักส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุ, 2557)

ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 4-5 ของทุกปี (สุดาพร วรพล, 2545) เนื่องจากการท่องเที่ยวตลาดใหม่ในปัจจุบันที่หันมาให้ความสนใจกับกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ของโลกว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่มีคุณภาพ มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง สามารถพำนักระยะยาว โดยเฉพาะผู้เกย์ยันอายุจากการทำงานจะมีสวัสดิการหรือบำนาญที่รัฐบาลจ่ายให้อันเป็นรายได้ที่มั่นคง ถึงแม้ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนต่อบุคคลต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่ไปแต่การพำนักที่นานวันกว่าสามารถทำรายได้เป็นจำนวนมาก (หนังสือพิมพ์เดลินิวส์, 2557) ผู้สูงอายุต่างมีความสนใจ และแรงจูงใจในกิจกรรมนันทนาการเพิ่มมากขึ้น เพราะผ่านชีวิตมายานาน มีประสบการณ์ และด้วยช่วงอายุที่มีเวลาว่างมากกว่าวัยอื่น (สมบัติ กัญจนกิจ, 2544) และผู้สูงอายุจะมีความพอดีและความสนุกกับการนำเงินออมที่สะสมไว้มาใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวหาความสุขในบันปลายของชีวิต กล่าวได้ว่าวิธีการหาความสุขยอดนิยมของผู้สูงอายุคือการเดินทางท่องเที่ยวนั่นเอง (พงศ์ศรันย์ พลศรีเลิศ, 2556)

ทั้งยังพบผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในปี พ.ศ.2553 ที่สรุปว่าผู้สูงอายุโดยส่วนใหญ่ชอบท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แบบค้างคืน มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวคือเยี่ยมชมวัฒนธรรม ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 5-6 วันต่อครั้ง ท่องเที่ยว 3-4 ครั้ง ต่อปี ในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ โดยเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวหรือญาติ (ภัททิศ โชคอนันต์ ตระกูล, 2553) ซึ่งมีความใกล้เคียงกับผลการวิจัยของ ข้าวทิพย์ อ่อนอรุณ (2553) ที่กล่าวไว้ว่ากลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่ต้องการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อท่องเที่ยวพักผ่อน ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 4-5 วันต่อครั้ง ท่องเที่ยว 5-6 ครั้งต่อปี โดยสมาชิกในครอบครัวช่วยแนะนำหรือตัดสินใจและเดินทางท่องเที่ยว เลือกเดินทางเองโดยใช้รถยกส่วนตัว นิยมพักค้างคืนและใช้บริการโรงแรมเป็นที่พัก โดยเลือกเดินทางในฤดูกาล ท่องเที่ยว และเทศกาล โอกาสพิเศษ

จากผลการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลปี พ.ศ.2553 ในประเด็นช่องทางการสื่อสารด้านการท่องเที่ยว พบร่วมกันมีติดเชิงกว้างยังคงเป็นการสื่อสารผ่านรายการโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 54.2 รองลงมาคือจากสื่อบุคคล ได้แก่ เพื่อนหรือคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 51.9 จากนิตยสารท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 34.5 จากโฆษณาทางโทรทัศน์ และเว็บไซต์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 28.6 และ 26.4 ตามลำดับ แต่ช่องทางการสื่อสารที่มีค่าดัชนีความน่าเชื่อถือและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยกลับมีแนวโน้มเป็นรูปแบบการสื่อสารแบบใหม่ (Active Media) ได้แก่ เว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และเว็บไซต์อื่นๆ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553)

สำหรับการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ ของผู้สูงอายุในปัจจุบันนี้ ผู้สูงอายุเริ่มหันมาให้ความสำคัญในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อให้ตนเองสามารถเรียนรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเหล่านั้นในโลกยุคข้อมูลข่าวสาร (Information Age) มาขึ้น ดังผลการวิจัยเรื่องความคิดเห็นและความต้องการของผู้สูงอายุต่อการเรียนคอมพิวเตอร์ พบร่วมกับผู้สูงอายุมุ่งมองว่าคอมพิวเตอร์นั้นเป็นเครื่องมือสำคัญในการเข้ามาร่วมกับโลกออนไลน์ของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งเต็มไปด้วยบริการที่หลากหลายอันเป็นแหล่งสาระความรู้ ความบันเทิงแก่ตนเองได้แก่ เว็บไซต์ต่างๆ ที่สามารถให้ข้อมูลทุกอย่างที่อยากรู้ การสืบค้นข้อมูลออนไลน์ การสนทนากลุ่มออนไลน์ฯลฯ (พิษณุพงษ์ จิระโภคานนท์, 2553) อีกทั้งผลการสำรวจของนิลสัน (Nielsen Media Research) พบร่วมกับกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดที่มีการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์เพื่อจับจ่ายใช้สอยสินค้าหรือบริการมากที่สุดเป็นอันดับที่สอง รองจากกลุ่มวัยทำงานอายุ 25 – 39 ปี คือ กลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ, 2556) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าผู้สูงอายุมีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อสืบค้นข่าวสารต่างๆ และอาจมีผลต่อการตัดสินใจจับจ่ายใช้สอยผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ตนเองสนใจ อันหมายรวมถึงบริการด้านการท่องเที่ยวตัวย นอกจากผลการสำรวจเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปีพ.ศ.2556 พบร่วมกับกลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปนิยมใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข่าวสารในสัดส่วนสูงที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มอายุอื่นๆ คือร้อยละ 59.3 เช่น ข่าวสารการท่องเที่ยว ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ แหล่งงาน ฯลฯ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์(องค์การมหาชน), 2556)

นอกจากสื่อใหม่อย่างสื่ออินเทอร์เน็ตแล้ว การแสวงหาข่าวสารของผู้สูงอายุในภาพรวมนั้นยังมีความผูกพันคุ้นเคยกับสื่อดั้งเดิมอยู่มาก ผู้สูงอายุจะใช้เวลา กับสื่อมวลชนมากกว่า 40 เปอร์เซ็นต์ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุ (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2551) ซึ่งโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่ผู้สูงอายุ偏รับชมเป็นกิจวัตรประจำวัน เวลาในการชมโทรทัศน์เฉลี่ยวันละ 2-6 ชั่วโมง (ยุบล เบญจรงค์กิจ และคณะ, 2552) ส่วนเวลาเฉลี่ยในการเปิดรับสื่อวิทยุของผู้สูงอายุคือวันละ 1-6 ชั่วโมง อีกทั้งยังมีผลการวิจัยที่พบว่าผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อโทรทัศน์สูงกว่าสื่ออื่นๆ (เลิศทวี หิรัญโร, 2545) และผลการสำรวจเกี่ยวกับกิจกรรมที่ผู้สูงอายุไทยชอบทำเสมอ ได้แก่ การดูโทรทัศน์ การฟังวิทยุ และการอ่านหนังสือพิมพ์ตามลำดับ (กระทรวงสาธารณสุข, 2549) แม้แต่สื่อนิตยสารก็ได้รับความสนใจจากกลุ่มผู้สูงอายุ เช่นกัน ดังปรากฏในผลการวิจัยเรื่องการบริโภคสื่อที่พบว่าประชาชนทุกกลุ่มอายุไม่ว่าจะเป็นกลุ่มคนหนุ่มสาว (อายุ 13-24 ปี) กลุ่มเจเนอเรชัน อีกซ์ (อายุ 25-41 ปี) กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ (อายุ 42-60 ปี) กลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 61-75 ปี) ต่างรักการอ่านนิตยสาร (บิสิเนสไทย, 2550)

อีกช่องทางหนึ่งที่ผู้สูงอายุใช้ในการแสวงหาข่าวสารที่ต้องการคือสื่อบุคคล จากข้อค้นพบเชิงสำรวจที่ระบุว่าแหล่งข่าวสารที่ผู้สูงอายุใช้ในการรับบริการข่าวสารมากที่สุด คือ การรับข่าวสารจาก

บุคคลต่างๆ อาทิ คู่สมรส ลูกหลาน เพื่อนสนิท ฯลฯ มีจำนวน 4.2 ล้านคน (ร้อยละ 59.6) ซึ่งใกล้เคียงกับการชมโตรหัศน์ที่มีจำนวน 4 ล้านคน (ร้อยละ 57.4) (พนม คลีอยา, 2555) กล่าวได้ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นรูปแบบการสื่อสารที่มีบทบาทสำคัญต่อการแสวงหาข้อมูลของผู้สูงอายุ ได้ไม่ต่างจากการสื่อสารมวลชน

ทั้งนี้ ด้วยบทบาทของผู้สูงอายุในฐานะกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่มีคุณภาพสำหรับตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทย ก่อรปกับนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งสร้างโอกาสแก่ประชาชนโดยเฉพาะผู้สูงอายุให้สามารถเรียนรู้และเข้าถึงข่าวสารได้มากขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ จึงส่งผลให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารเพื่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุชาวไทย ซึ่งผู้วิจัยเล็งเห็นว่าผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนในการนำไปใช้เพื่อกำหนดแผนการสื่อสารการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่จะทำรายได้แก่ตลาดการท่องเที่ยวในอนาคตอันใกล้นี้ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคของไทย อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวภายในประเทศให้ขยายตัวอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- เพื่อศึกษาสถานภาพส่วนบุคคลของผู้สูงอายุชาวไทย
- เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุชาวไทยโดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล
- เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุชาวไทยกับการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ

3. สมมติฐานของการวิจัย

- ผู้สูงอายุชาวไทยที่มีสถานภาพส่วนบุคคลแตกต่างกันมีพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศที่แตกต่างกัน
- พฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุชาวไทยมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ

4. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุชาวไทย โดยมีรายละเอียดของขอบเขตที่ศึกษาดังนี้

4.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุสัญชาติไทยที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้ที่เคยแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 400 คน

4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

- ตัวแปรอิสระ ได้แก่ พฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศ
- ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ

4.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 2 เดือน คือ เดือนมกราคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2558

4.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยและผู้ช่วยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามสถานที่ต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานครที่คาดว่าจะพบกลุ่มตัวอย่าง เช่น สมาคมหรือชมรมผู้สูงอายุ บริษัทเอกชน ห้างสรรพสินค้า ร้านค้า ตลาดที่อยู่อาศัย ฯลฯ

5. กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา และกรอบแนวคิดของการวิจัยดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

6. นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

ผู้สูงอายุชาวไทย หมายถึง ประชาชนสัญชาติไทยที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ทั้งเพศชายและหญิง อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และผู้ที่เคยแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา

สถานภาพส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับผู้สูงอายุชาวไทยในด้านต่างๆ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะครอบครัว และภาวะสุขภาพ

พฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย หมายถึง ระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยในประเด็นต่างๆ ของผู้สูงอายุชาวไทย ได้แก่ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง ด้านที่พัก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านบริษัทนำเที่ยว ด้านสินค้าที่ระลึก และระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศผ่านสื่อต่างๆ ของผู้สูงอายุชาวไทย ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อเน็ตเวิร์ก สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ

การตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศไทย หมายถึง การตัดสินใจท่องเที่ยวหลังจากการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของผู้สูงอายุชาวไทย และระดับการนำข่าวสารการท่องเที่ยวไปใช้ในการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของผู้สูงอายุชาวไทย

สถานที่ท่องเที่ยว หมายถึง ทรัพยากรสำคัญของการท่องเที่ยว เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (เช่น น้ำตก ภูเขา ทะเล ป่าไม้ ฯลฯ) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (เช่น โบราณวัตถุ โบราณสถาน สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ฯลฯ) แหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและสังคม (เช่น เทศกาล ประเพณี สภาพบ้านเรือน วิถีชีวิตความเป็นอยู่และภูมิปัญญาชาวบ้าน ฯลฯ) และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ (เช่น สวนสนุก งานแสดงสินค้า คอนเสิร์ต การแข่งขันกีฬา ฯลฯ)

การเดินทาง หมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยวโดยอาศัยระบบขนส่งและ yan พาหนะประเภทต่างๆ ที่ขนส่งนักท่องเที่ยวจากที่พักอาศัยไปยังจุดหมายปลายทาง และจากจุดหมายปลายทางกลับมายังที่พักอาศัย ได้แก่ ระบบการขนส่งทางอากาศ (เครื่องบิน) ระบบการขนส่งทางบก (รถยนต์ส่วนตัว/รถไฟฟ้า) และระบบการขนส่งทางน้ำ (เรือ)

ที่พัก หมายถึง สถานที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม เกสท์เฮาส์ รีสอร์ฟ อพาร์ทเม้นท์ คอนโดมิเนียม ที่ตั้งแคมป์ บ้านพักริบรอง บ้านพักตากอากาศ บังกะโล ฯลฯ สถานที่พักต้องสะอาด สะดวกสบาย ปลอดภัย และมีราคาที่เหมาะสมกับสภาพที่พักแต่ละประเภท

อาหารและเครื่องดื่ม หมายถึง สินค้าบริโภคพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว ผู้จำหน่าย จำเป็นต้องคำนึงถึงคุณภาพอาหารที่สะอาด ถูกหลักอนามัย ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ และการบริการที่ดี

บริษัทนำเที่ยว หมายถึง บริษัทท่องเที่ยวที่ขายนำเสนอการท่องเที่ยวแก่ผู้ที่สนใจเดินทางท่องเที่ยว โดยมีมัคคุเทศก์ทำหน้าที่เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังทำหน้าที่ให้บริการจำหน่ายตั๋วเดินทาง จัดพาหนะบริการ จัดหาที่พัก และการจัดบริการนำเที่ยวไปสู่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

สินค้าที่ระลึก หมายถึง สินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของพื้นที่การท่องเที่ยวนั้นๆ เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว และมีวัสดุประสงค์หลักเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ

สือบุคคล หมายถึง ตัวคนที่มีการสื่อสารแบบเชิงหน้ากับผู้รับสาร สามารถถ่ายทอดข่าวสารและจุงใจให้ผู้รับสารเกิดทัศนคติหรือพฤติกรรมคล้อยตามได้ สำหรับการวิจัยในครั้งนี้หมายถึงกลุ่มบุคคลที่ผู้สูงอายุชาวไทยมีความใกล้ชิดและให้ความไว้วางใจ เช่น คุณสมรส ลูกหลาน/ญาติพี่น้องเพื่อนบ้าน แพทย์/พยาบาล ฯลฯ

สือเฉพาะกิจ หมายถึง สือที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจงและมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม สำหรับการวิจัยในครั้งนี้หมายถึงสือที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ถูกผลิตขึ้นมาสำหรับผู้ที่สนใจข่าวสารด้านท่องเที่ยวโดยเฉพาะ เช่น คู่มือท่องเที่ยวไทย แผ่นพับประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ฯลฯ

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ ภาครัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน สามารถนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดประเภทสือ รวมถึงข่าวสารการท่องเที่ยวในประเด็นต่างๆ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุชาวไทย ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันนำไปสู่การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศต่อไป

2. ผลการวิจัยในครั้งนี้เป็นแนวทางสำหรับผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้สูงอายุชาวไทย และพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุชาวไทยเพื่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ