

ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่ได้รับจากการเดินทาง
ไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิกกับบริษัทนำเที่ยว

Tourist Experiences of Thai Senior Tourists in Travelling to the
Nordic Countries with a Tour Operator

นฤดม อ็อกซู, รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์

Narudome Oksue, Raweewan Proyrungroj

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Suan Sunandha Rajabhat University

E-mail: narudome@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่ได้รับจากการเดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิกกับบริษัทนำเที่ยว โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ผู้ให้ข้อมูลเป็นนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิกมาแล้ว ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง จำนวน 26 คน คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) ร่วมกับวิธีคัดเลือกแบบก้อนหิมะ (Snowball sampling) จำนวนของผู้ให้ข้อมูลพิจารณาจากความอึดตัวของข้อมูลที่ได้รับ เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง การสัมภาษณ์กลุ่มและการสังเกตแบบมีส่วนร่วม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์แก่นสาระ

ผลการวิจัยพบว่า ประสบการณ์ ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ประกอบด้วย ประสบการณ์ที่เป็นจุดสุดยอดและประสบการณ์สนับสนุน โดยประสบการณ์ที่เป็นจุดสุดยอดได้แก่ 1) ประสบการณ์จากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับฤดูกาล และ 2) ได้เรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศ ส่วนประสบการณ์สนับสนุนได้แก่ 1) การได้รับการบริการจากร้านอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ 2) การได้รับการบริการด้านยานพาหนะที่เป็นเอกลักษณ์ และ (3) อธิปไตยไมตรีของคนในท้องถิ่น

คำสำคัญ: ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยวสูงอายุ, กลุ่มประเทศนอร์ดิก, บริษัทนำเที่ยว

Abstract

The objective of this research was to study tourist experiences of Thai senior tourists in travelling to Nordic countries with a tour operator. By use Qualitative Research Methods. Data were collected from 26 Thai senior tourists who had travelled to the Nordic countries at least once. They were selected by purposive sampling and snowball sampling. A combination of semi-structure interviews and participant observation was utilized to collect the data. The collected data were analyzed with thematic analysis.

The research revealed that experiences of these tourists were multidimensional consisting of five main groups which can be divided into peak experiences and supporting experiences. The peak experiences included: 1) opportunities to join seasonal tourism-related activities and 2) learning about innovation in these countries whereas supporting experiences included 1) unique restaurant services, 2) unique transportation services and (3) friendly hospitality of local people.

Keywords: Tourists Experiences, Thai Senior Tourists, Nordic countries, Tour Operator

Received: 2019-10-20

Revised: 2020-02-02

Accepted: 2020-03-17

บทนำ

นักท่องเที่ยวสูงอายุ (Senior tourists) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพด้านการเงินและมีกำลังซื้อสูงเนื่องจากเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ และการวางแผนทางการเงิน ในตลอดช่วงวัยทำงาน เพื่อเตรียมการหลังการเกษียณอายุ โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศเพื่อเป็นการให้รางวัลกับตัวเอง และมักมีความพึงพิณในรายละเอียดของการเดินทาง การออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยว ที่เน้นการเดินทางแบบไม่เร่งรีบการได้พักผ่อน และการมีโอกาสได้สัมผัสความสงบสุข ดมด่ำกับธรรมชาติอย่างแท้จริง ในกลุ่มประเทศนอร์ดิกประกอบไปด้วย ฟินแลนด์ สวีเดน นอร์เวย์ เดนมาร์ก ไอซ์แลนด์ กรีนแลนด์ หมู่เกาะแฟโร เกาะโอแลนด์ และเกาะสวาลบาร์ด โดยประเทศในกลุ่มนี้นับเป็นอีกหนึ่งเส้นทางของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อจะไปเยี่ยมเยือนสถานที่ที่มีชื่อเสียง เนื่องด้วยมีธรรมชาติที่สวยงามตามฤดูกาลและเป็นกลุ่มประเทศที่ถูกจัดอันดับให้เป็นประเทศที่น่าอยู่ที่สุดในโลก (World happiness report, 2018)

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2557) กล่าวว่า “ข้อมูลขององค์การสหประชาชาติ พบว่าในปี 2047 เป็นครั้งแรกของประวัติศาสตร์โลกที่ประชากรสูงวัยที่มีอายุมากกว่า 60 ปี จะมีจำนวนมากกว่าประชากรเด็ก” องค์การสหประชาชาติได้ให้คำนิยามผู้สูงอายุว่า เป็นผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปและยังได้แบ่งสังคมผู้สูงอายุออกเป็นสามระดับคือ ระดับแรกเป็นระดับการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging society) จากที่กล่าวไปข้างต้น จะเห็นได้นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง แต่ในปัจจุบันการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุมียังจำกัด โดยเฉพาะในกรณีของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่เดินทางไปในกลุ่มประเทศนอร์ดิก ยังไม่มีการค้นพบว่ามีงานวิจัยที่ได้ทำการศึกษาในประเด็นนี้ ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการศึกษาประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เนื่องจาก ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวจะทำให้ทราบถึงความคาดหวังของนักท่องเที่ยวสูงอายุก่อนที่จะตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยเน้นศึกษาถึงประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศในกลุ่มประเทศนอร์ดิกกับบริษัทนำเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่ได้รับจากการไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิกกับบริษัทนำเที่ยว

ทบทวนวรรณกรรม

ปัจจุบันจำนวนประชากรโลกที่เข้าสู่ช่วงวัยผู้สูงอายุมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น องค์การสหประชาชาติ (United Nations, UN), องค์การอนามัยโลก (World Health Organization, WHO) ใช้คำภาษาอังกฤษเรียกผู้สูงอายุว่า “Older person or Elderly person” องค์การสหประชาชาติ ได้ให้นิยามของคำว่า “ผู้สูงอายุ” คือ ประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิง ซึ่งมีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป (60+) โดยเป็นการนิยามนับตั้งแต่อายุเกิด ส่วนองค์การอนามัยโลกยังไม่มีกำหนดให้คำนิยามของผู้สูงอายุ โดยได้ให้เหตุผลว่า ประเทศต่างๆ ทั่วโลกมีการให้นิยามผู้สูงอายุแตกต่างกัน ทั้งนิยามตามอายุเกิด ตามสังคม (Social) วัฒนธรรม (Culture) และสภาพร่างกาย (Functional markers) เช่น ในประเทศที่เจริญแล้ว มักจัดผู้สูงอายุ โดยเริ่มนับจากอายุ 65 ปีขึ้นไป หรือบางประเทศอาจนิยามผู้สูงอายุ ตามอายุกำหนดให้เกษียณงาน (อายุ 50 หรือ 60 หรือ 65 ปี) หรือนิยามตามสภาพของร่างกายโดย ผู้หญิงสูงอายุจะอยู่ในช่วง 45-55 ปี ส่วนชายสูงอายุอยู่ในช่วง 55-75 ปี สำหรับประเทศไทย

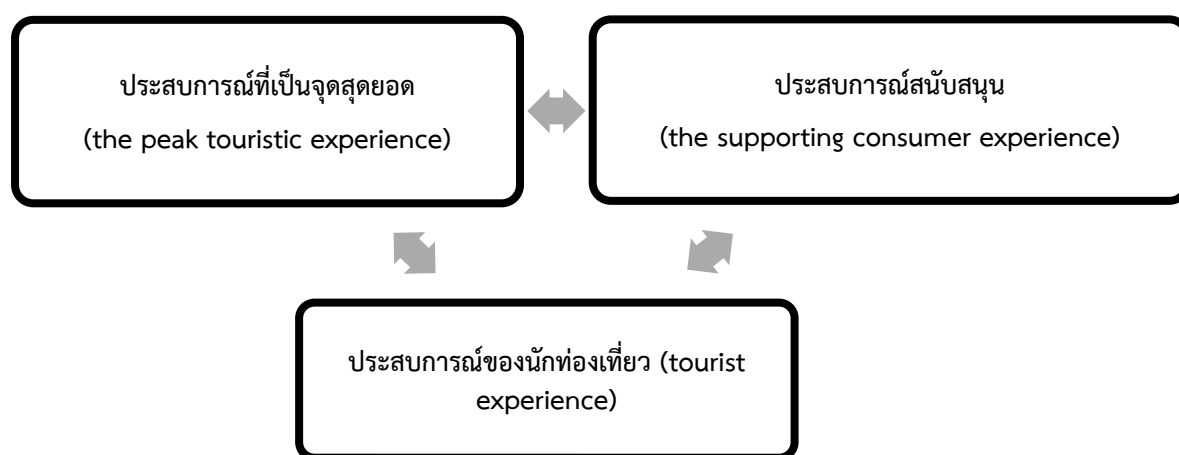
“ผู้สูงอายุ” ตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546 หมายถึง “บุคคล” ซึ่งมีอายุเกินกว่าหกสิบปีบริบูรณ์ขึ้นไป และมีสัญชาติไทย (ฉัตรพร โยเหลา, 2560)

ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นกับบุคคลใดได้นั้น ก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นไม่ได้อยู่ในสภาพสิ่งแวดล้อมที่คุ้นเคยปกติในการใช้ชีวิตประจำวัน จำเป็นต้องอยู่ในสภาพสิ่งแวดล้อมที่ไม่คุ้นเคย ไม่เป็นปกติ เหมือนที่เคยพบเจอในชีวิตประจำวัน รวีวรรณ โปยรุ่งโรจน์ (2558) ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้น เฉพาะในเวลาที่นอกเหนือจากความรับผิดชอบในหน้าที่การทำงานปกติ เช่น การทำงานของเจ้าหน้าที่ในสวนสนุกซึ่งในเวลาทำการต้องคอยอำนวยความสะดวก ให้บริการกับนักท่องเที่ยวจนกระทั่งถึงเวลาปิดทำการ ในช่วงค่ำ หากพนักงานมีความต้องการที่จะเล่นเครื่องเล่นจะต้องมาเฉพาะในช่วงวันหยุดพักผ่อนของตนเอง เพื่อไม่เกิดผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวในการปฏิบัติงาน ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับมีลักษณะเป็นลำดับขั้น เริ่มจากการรับรู้ด้านสภาพแวดล้อมที่เดินทางไป ด้านคุณภาพในการให้บริการ ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่น ด้านวัฒนธรรมและด้านอื่น ๆ อีกหลากหลาย การทำความเข้าใจหรือการแปลความของสารที่ได้รับ โดยนักท่องเที่ยวจะใช้องค์ความรู้เดิมที่เคยมีอยู่ประกอบรวมกับทัศนคติของตนเองเพื่อทำการแปลสภาพของสารที่ได้รับมาเพื่อเปลี่ยนเป็นข้อมูลที่มีความหมายและใช้การเปรียบเทียบกับความรู้หรือข้อมูลเดิมที่เคยมีอยู่ หลังจากได้สารหรือข้อมูลมาแล้วนักท่องเที่ยวจึงทำการประมวลและประเมินผล โดยเปรียบเทียบกับความรู้เดิมในทัศนคติเดิมกับสิ่งที่รับการแปรเป็นข้อมูลใหม่กับทัศนคติใหม่แล้วเลือกที่จะบันทึกจากการจดจำให้กลายเป็นประสบการณ์

Sheth et al. (1991) ได้นำเสนอแนวคิดในด้านคุณค่าที่ได้จากประโยชน์ของการบริโภค มี 5 ประการด้วยกัน ได้แก่ คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional value) หมายถึง คุณค่าและประสิทธิภาพของคุณภาพสินค้าที่เป็นหลักในการใช้งานของสินค้าชนิดนั้น ๆ เช่น เสื้อกันหนาวขนเป็ด ที่ใส่แล้วให้ความอบอุ่นในด้านการท่องเที่ยวคุณค่านี้ หมายถึง คุณภาพของสินค้าบริการทางการท่องเที่ยว เช่น สายการบิน โรงแรม ร้านอาหาร คุณค่าทางด้านสังคม (Social value) หมายถึง นักท่องเที่ยวได้เสริมสร้างความภาคภูมิใจจากการเดินทางไปท่องเที่ยวสถานที่แห่งใดแห่งหนึ่งที่เป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงระดับโลก เช่น นักท่องเที่ยวได้เดินทางไปไอซ์แลนด์ ได้ชมปรากฏการณ์แสงเหนือ ซึ่งมีเพียงไม่กี่สถานที่บนโลกนี้ที่สามารถชมได้ คุณค่าทางด้านอารมณ์ความรู้สึก (Emotional value) หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกอารมณ์ร่วมไปในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญทางประวัติศาสตร์ เช่น บริเวณนอร์ทเคปแหลมเหนือของประเทศนอร์เวย์เป็นสถานที่ที่พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวฯ ได้เคยเสด็จพระราชดำเนินไปเมื่อปี ค.ศ.1907 คุณค่าทางด้านการเรียนรู้ (Epistemic Value) หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวได้เปิดมุมมองในเรื่องใหม่ๆ เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เช่น กิจกรรมการตกปลาน้ำแข็งในแม่น้ำที่เป็นน้ำแข็ง ณ เมืองโรวาเนีย ประเทศฟินแลนด์ และคุณค่าที่มีเงื่อนไข (Conditional value) หมายถึง เป็นเหตุการณ์เฉพาะที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งและนักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเข้าร่วมด้วย เช่น ทุกวันที่ 24 ธันวาคม ของทุกปี ที่หมู่บ้านซานตาคลอสเมืองโรวาเนีย ประเทศฟินแลนด์ จะมีซานตาคลอสออกมาอ่านประกาศและเฉลิมฉลองก่อนถึงวันคริสต์มาส ในวันที่ 25 ธันวาคม

Cole and Scott (2004) ได้เสนอว่า ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวมี 4 ด้านด้วยกัน ได้แก่ 1) ประสิทธิภาพของงานบริการ (Performance quality) หมายถึง การบริการโดยรวม ทั้งด้านความเหมาะสมของที่พัก การควบคุมดูแลและให้บริการนำชมบรรยายของมัคคุเทศก์ ด้านคุณภาพมาตรฐานของร้านอาหาร ด้านความปลอดภัยของยานพาหนะที่ใช้ 2) คุณภาพของประสบการณ์ที่ได้รับ (Experiential quality) หมายถึง คุณประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวได้รับเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยว เช่น การได้มาชมหาดทรายดำ (Black beach) ที่เมืองวิก (Vik) ประเทศไอซ์แลนด์ที่เกิดจากลาวา ซึ่งมีไม่กี่แห่งบนโลก ได้เรียนรู้ในเรื่องของธรณีวิทยาของภูเขาไฟด้วย 3) ความพอใจในภาพรวม (Overall satisfaction) หมายถึง การประเมินความพึงพอใจโดยมอง

ภาพรวมไม่ได้พิจารณาประเด็นใดประเด็นหนึ่งเป็นสำคัญ เช่น ความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้เดินทางไปประเทศไอร์แลนด์ มีโอกาสได้ชมแสงเหนือ 4) การเดินทางกลับไปท่องเที่ยวที่เดิมซ้ำอีก (Revisit intention) หมายถึงความมุ่งมั่นตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางกลับไปสถานที่ท่องเที่ยวเดิมในอนาคต เช่น ประเทศญี่ปุ่นเป็นอีกหนึ่งเส้นทางที่นักท่องเที่ยวชาวไทยไปซ้ำ สำหรับงานวิจัยนี้ได้ใช้แนวคิดของ Quan and Wang (2004) เป็นกรอบแนวคิดในการอธิบาย โดยแนวคิดนี้ได้แบ่งประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวออกเป็น 2 มิติหลักด้วยกัน ได้แก่ 1.มิติของประสบการณ์ที่เป็นจุดสุดยอด หมายถึงประสบการณ์ที่สนองตอบความต้องการทางการท่องเที่ยวหลักของนักท่องเที่ยวได้ 2.มิติของประสบการณ์สนับสนุนหมายถึง ประสบการณ์ที่ตอบสนองความต้องการพื้นฐานในการให้บริการและอำนวยความสะดวกไม่ได้ตอบสนองความต้องการหลักของนักท่องเที่ยว ประสบการณ์ที่เป็นจุดสุดยอดและประสบการณ์ที่สนับสนุนไม่สามารถนำมาทดแทนกันได้ ในกรณีที่เกิดความด้อยคุณภาพของประสบการณ์ในมิติใดมิติหนึ่ง



ภาพประกอบที่ 1: แบบจำลองแนวคิดทฤษฎีประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว

ที่มา: ปรับปรุงจาก Quan and Wang (2004)

วิธีการดำเนินการวิจัย

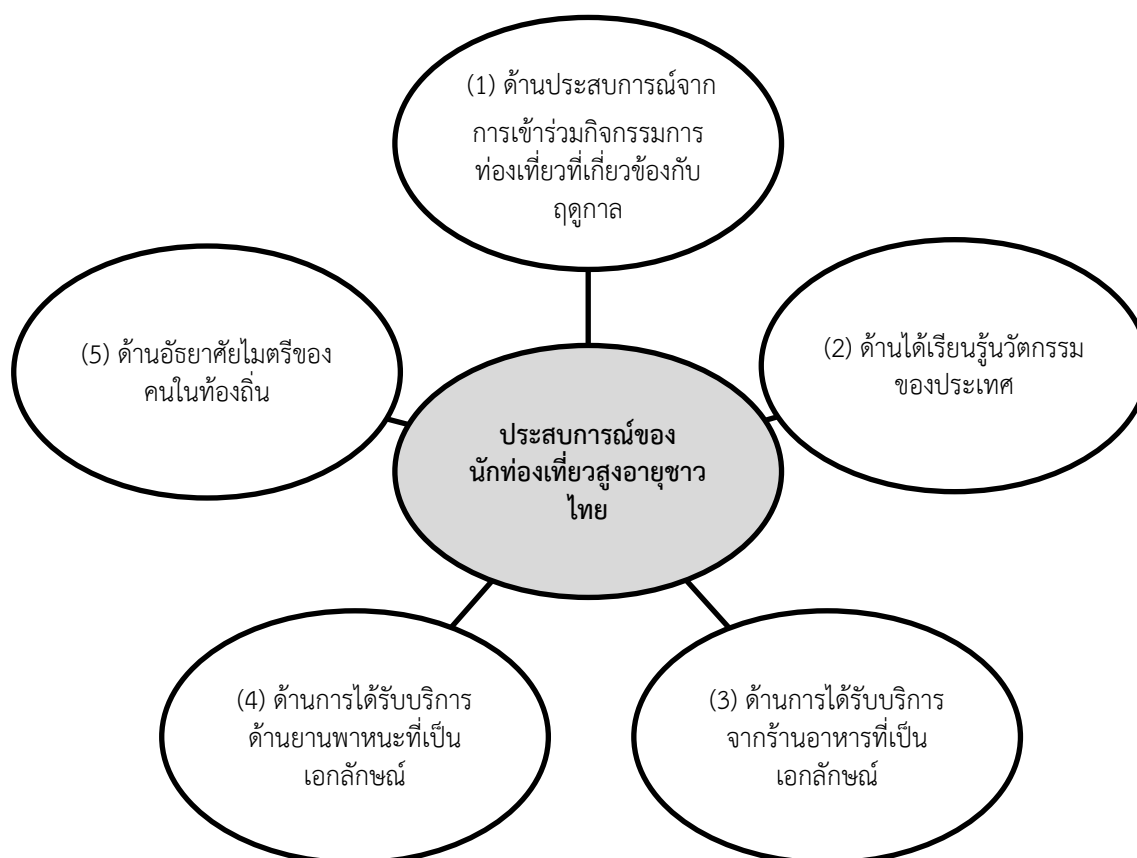
การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้กระบวนทัศน์เชิงตีความ (Interpretive paradigm) และระเบียบวิธีการ วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์หลักและได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึก โดยได้เลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (Key performance) คือผู้มีคุณสมบัติ เป็นนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ที่มีประสบการณ์ตรงและเคยเดินทางไปกลุ่มประเทศนอร์ดิกมาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง จำนวน 26 คน ซึ่งจะถูกคัดเลือกโดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ร่วมกับวิธีการคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบก้อนหิมะ (Snowball sampling) การพิจารณาจำนวนของผู้ให้ข้อมูลจะพิจารณาจากการอิ่มตัวของข้อมูลที่ได้รับ (Data Saturation and redundancy) การวิจัยนี้เก็บข้อมูลโดย การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง การสัมภาษณ์กลุ่มและการสังเกตแบบที่มีส่วนร่วมในฐานะผู้สังเกตอย่างเปิดเผย โดยดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่าง เดือนธันวาคม 2561-เดือนมกราคม 2562 ด้วยการ ใช้เครื่องมือวิจัยร่วมกันทั้งสามประการนี้ นอกจากจะเป็นการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) แล้ว ยังช่วยให้งานวิจัยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่มุ่งหมาย คือ การได้มาซึ่งความรู้ หรือ ความจริงที่เป็นข้อมูลเชิงลึก ที่มีรายละเอียดรอบด้านด้วย ข้อมูลที่ได้ถูกวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic analysis) ซึ่ง Braun and Clarke (2006) ได้สรุปขั้นตอนในการทำ

วิเคราะห์ข้อมูล มีองค์ประกอบหลัก 6 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ทบทวนทำความเข้าใจกับข้อมูล (2) กำหนดรหัสจัดระเบียบ เป็นชุดข้อมูล (3) รวบรวมรหัสชุดข้อมูลจัดตั้งประเด็นหลัก (4) รวมประเด็นหลักจัดทำแผนผัง (5) กำหนดและตั้งชื่อประเด็นหลักให้ชัดเจน และ (6) การเขียนรายการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวสูงอายุได้รับจากการเดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิก มีทั้งที่เป็นประสบการณ์จุดสุดยอดและประสบการณ์สนับสนุน โดยสามารถจัดเป็นประสบการณ์ 5 ด้าน ด้วยกัน คือ (ดูภาพที่ 2 ประกอบ) (1) ด้านประสบการณ์จากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับฤดูกาล (2) ด้านได้เรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศ (3) ด้านการได้รับบริการจากร้านอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ (4) ด้านการได้รับบริการด้านยานพาหนะที่เป็นเอกลักษณ์ และ (5) ด้านอรรถาธิบายไมตรีของคนในท้องถิ่นสำหรับการวิเคราะห์ผลการวิจัยที่เกี่ยวกับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิก โดยการวิจัยนี้ใช้แนวคิดของ Quan and Wang (2004) เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ ดังนั้นจึงขอนำทฤษฎีดังกล่าวมาทบทวนอีกครั้งก่อนที่จะทำการนำเสนอผลการวิเคราะห์ในเรื่องของประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว ทฤษฎีแนวคิดนี้ได้แบ่งประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวออกเป็น 2 มิติหลักด้วยกัน ได้แก่ 1) มิติของประสบการณ์ที่เป็นจุดสุดยอด หมายถึงประสบการณ์ที่สนองตอบความต้องการทางการท่องเที่ยวหลักของนักท่องเที่ยวได้ 2) มิติของประสบการณ์สนับสนุน หมายถึง ประสบการณ์ที่ตอบสนองพื้นฐานของให้บริการและอำนวยความสะดวกไม่ได้ตอบสนองความต้องการหลักของนักท่องเที่ยว ประสบการณ์ที่เป็นจุดสุดยอดและประสบการณ์ที่สนับสนุนไม่สามารถนำมาทดแทนกันได้ ในกรณีที่เกิดความด้อยคุณภาพของประสบการณ์ในมิติใดมิติหนึ่ง

ภาพประกอบที่ 2: ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิก

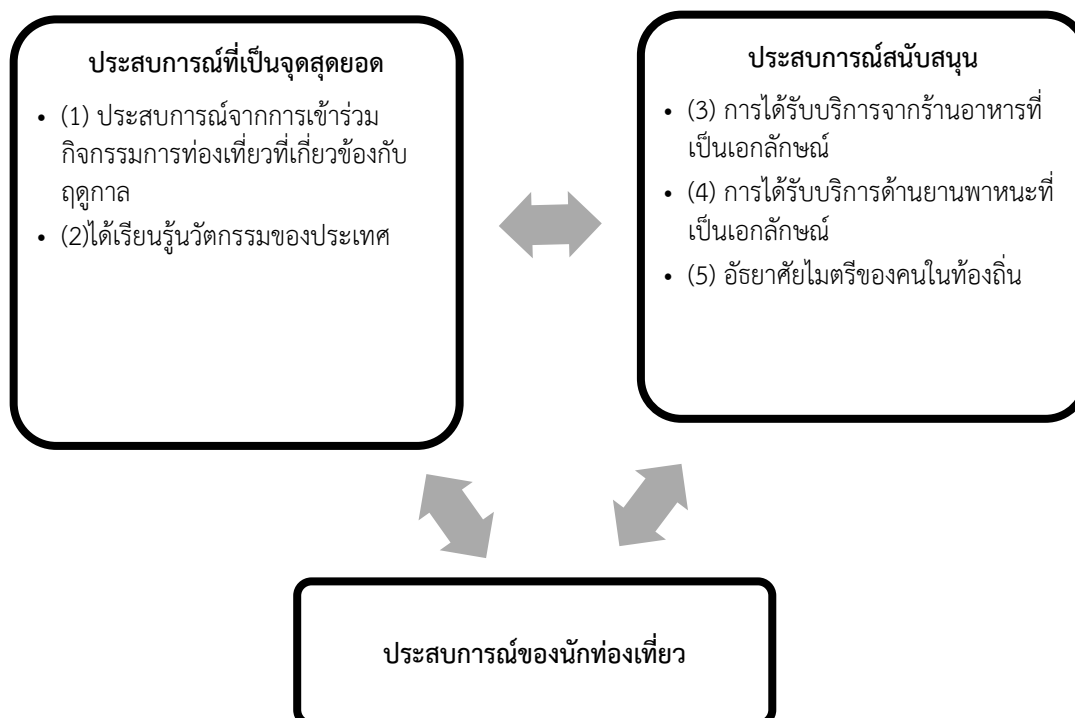


จากการวิเคราะห์ข้อมูล ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 ประการข้างต้น ของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิก ตามกรอบแนวคิดของ Quan and Wang (2004) ประสบการณ์ที่เป็นจุดสุดยอดที่นักท่องเที่ยวสูงอายุได้รับ ได้แก่ ประการที่ (1) ประสบการณ์จากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับฤดูกาล และ ประการที่ (2) ได้เรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศเป็นประสบการณ์ที่ได้รับเนื่องจากว่านักท่องเที่ยวสูงอายุได้ตั้งความคาดหวังล่วงหน้าก่อนการเดินทางไปท่องเที่ยว และเป็นประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้นเพื่อให้ตอบสนองตามความคาดหวังที่ตั้งไว้ก่อนไปเที่ยว ดังนั้นจึงเรียกประสบการณ์ทั้ง 2 ประการนี้ ตามกรอบแนวคิดของ Quan and Wang (2004) ประสบการณ์ที่เป็นจุดสุดยอด ส่วนประสบการณ์สนับสนุน ได้แก่ ประการที่ (3) การได้รับบริการจากร้านอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ ประการที่ (4) การได้รับบริการด้านยานพาหนะที่เป็นเอกลักษณ์ และประการที่ (5) อธิยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่นเป็นประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวไม่ได้คาดหวังไว้ล่วงหน้าก่อนการเดินทางไปเที่ยว เป็นประสบการณ์ที่เกิดขึ้นโดยปกติจากการจัดนำเที่ยว โดยที่นักท่องเที่ยวไม่ได้ตั้งความคาดหวังมาก่อนในการเดินทางไปท่องเที่ยว ตามภาพประกอบที่ 3 แสดงการแบ่งประสบการณ์ทั้ง 5 ประการดังกล่าว ตามทฤษฎีของ Quan and Wang (2004) คือ ประสบการณ์จุดสุดยอดและประสบการณ์สนับสนุน (ดูภาพที่ 3 ประกอบ) ในรายละเอียดของประสบการณ์แต่ละประการมีดังนี้

(1) ประสบการณ์จากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับฤดูกาล

1.1 กิจกรรมในฤดูร้อน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้พบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่เป็นนักท่องเที่ยวสูงอายุมีความคาดหวังก่อนการเดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิก เพื่อสัมผัสประสบการณ์ในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน โดยเฉพาะการเดินทางไปชมปรากฏการณ์ทางธรรมชาติพระอาทิตย์เที่ยงคืน ดังที่ ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 กล่าวไว้ว่า



ภาพประกอบที่ 3: ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศในกลุ่มประเทศนอร์ดิกกับบริษัทนำเที่ยวแบ่งตามประสบการณ์จุดสุดยอดและประสบการณ์สนับสนุน

“ประสบการณ์ที่ดี ตอนที่ไปนอร์เวย์.ประสบการณ์ที่ประทับใจมากที่สุดก็คือตอนชมพระอาทิตย์เที่ยงคืนเรายังไม่รู้เลยว่ามันเป็นเที่ยงคืน.มันสว่างตลอด.ทำให้เราอยากจะสัมผัสให้ได้มากที่สุด” ซึ่งนักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่ได้รับประสบการณ์ที่เป็นจุดสุดยอด เพราะได้มีประสบการณ์ที่ได้ชมปรากฏการณ์พระอาทิตย์เที่ยงคืนได้สมกับความคาดหวังที่ตั้งไว้ก่อนการเดินทาง ดังคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลคนที่2 ที่ว่า “มหาสมุทรอาร์กติกเห็นมัน (พระอาทิตย์) แดงๆส้มๆ.เป็นที่ยึดเหนี่ยวมากเรียกกันโหวกเหววกๆเลย.เพราะพระอาทิตย์ขึ้นเท่านั้นเอง! วงแตกเลย แตกกระสานกันไปหมดต่างคนต่างจะถ่ายรูป.พอมัน (พระอาทิตย์) ออกสีส้มมาหน่อยเท่านั้น โอโห! วังกันกระจายเลยที่นี้หาสถานที่ถ่ายรูป ชักเดียวมันก็ขึ้นมาบนท้องฟ้าคนเดียวสุดยอดเลย! โอโห! นึกว่า.มาเสียเที่ยวแล้ว”

1.2 กิจกรรมฤดูหนาว

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุมีความคาดหวังก่อนการเดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิก เพื่อสัมผัสประสบการณ์ในการทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาว โดยเฉพาะการได้ไปขี่สโนว์โมบิล ดังที่ ผู้ให้ข้อมูลคนที่3 ได้กล่าวว่า “สุดๆของวินเทอร์ (winter-ฤดูหนาว)ก็คือไปขี่สโนว์โมบิล (snowmobile) แล้วก็ไปหมาฮัสกี้ (husky sledge) นี่แหละ” ซึ่งเป็นอีกหนึ่งประสบการณ์ที่เป็นจุดสุดยอด เพราะเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ว่าต้องได้ไปขี่สโนว์โมบิลและได้สมกับความคาดหวังที่ตั้งไว้ก่อนการเดินทาง ดังคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลคนที่4 ที่ว่า “ที่ว่ามันเป็นธรรมชาติดีนะแล้วเวลาไปมันมีกิจกรรมร่วมเช่นสโนว์โมบิล(snowmobile) อะไรแบบนี้มันสนุก.ความมันเป็นความแปลกใหม่ที่บ้านเมืองเรามันไม่มี พอได้ไปสัมผัสทำให้รู้สึกว่ามันตื่นตาตื่นใจชอบแบบนี้มาก ชอบกิจกรรม.ชอบๆมากคือมันไม่เหมือนกับประเทศอื่น ๆ ที่ไป.แต่เราได้ไปทำกิจกรรมด้วย ดูรู้สึกที่เราอาจจะเป็นแนวสนุกมีกิจกรรมทำ”

(2) ได้เรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศ

สำหรับอีกหนึ่งประสบการณ์ที่เป็นจุดสุดยอดของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิกที่พบในงานวิจัยนี้คือการได้ไปชมวัฒนธรรม เนื่องในกลุ่มประเทศนอร์ดิกได้มีชื่อเสียงที่โดดเด่นในเรื่อง ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์การประดิษฐ์ สิ่งประดิษฐ์ด้านวิศวกรรมใหม่ๆ จึงเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังจะได้ไปพบเห็นสิ่งประดิษฐ์นวัตกรรมใหม่เหล่านี้ อย่างเช่น กังหันลมที่ผลิตกระแสไฟฟ้าอยู่ตามเกาะในทะเล และรถยนต์ที่ใช้พลังงานไฟฟ้า 100% เพราะว่าเริ่มใช้เป็นที่แรกของโลก ดังนั้นเมื่อนักท่องเที่ยวสูงอายุได้เดินทางไปเห็นสิ่งประดิษฐ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ๆ ที่เป็นของจริงดังที่คาดหวังไว้ก่อนการเดินทาง จึงเป็นอีกหนึ่งประสบการณ์ที่เป็นจุดสุดยอดของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่ได้รับจากการเดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิก

(3) การได้รับบริการจากร้านอาหารที่เป็นเอกลักษณ์

สำหรับประสบการณ์ทางด้านบริการร้านอาหารจัดว่าเป็นประสบการณ์สนับสนุน เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิก ไม่ได้มีความคาดหวังไว้ตั้งแต่ก่อนการเดินทาง แต่หากเป็นประสบการณ์ที่เกิดจากการจัดบริการนำเที่ยว ที่เป็นส่วนสร้างประสบการณ์ให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวสูงอายุ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างปกติของการบริการจัดนำเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวได้รับในส่วนที่เป็นประสบการณ์สนับสนุนนี้ เช่นการได้รับประทานอาหารพื้นเมืองที่มีชื่อเสียงอย่างปลาแซลมอน และการได้รับประทานอาหารพื้นเมืองเฉพาะถิ่นอย่างสตูลินกวาเรนเดียร์

(4) การได้รับบริการด้านยานพาหนะที่เป็นเอกลักษณ์

สำหรับประสบการณ์ทางด้านยานพาหนะเป็นอีกหนึ่งประสบการณ์สนับสนุน ที่ไม่ได้เกิดจากความคาดหวังของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เกิดก่อนการเดินทาง แต่เป็นประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่เกิดจากการบริการจัดนำเที่ยวซึ่งเป็นปกติ สิ่งที่มีความโดดเด่นในกลุ่มประเทศนอร์ดิกโดยเฉพาะการเดินทางค้างคืนบน

รถไฟ ในประเทศฟินแลนด์ที่ภายในขบวนรถไฟนั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวก ดังคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 ที่ว่า “ช่วงเวลานั่งรถไฟจากที่ฟินแลนด์นะ.อ้อ! อันนี้เป็นประสบการณ์ของอีกอย่างหนึ่งที่เราไม่เคยเจอในเมืองไทยความนุ่มนวลของรถบริการ เราไปนอนกันซะในในห้องที่มีอาบนํ้ามีสุขา มีทุกอย่างพร้อมมีน้ำดื่มให้เหมือนกับอยู่ในโรงแรมเลย อาบนํ้าได้ มีฝักบัวฝักบัวมันจะซ่อนอยู่เวลาเราจะอาบเราก็เปิดพ้อเปิดประตูมาอีกด้านหนึ่งสบายรถไฟนี้นุ่มนวลมาก”

(5) อธิบายมิติของคนในห้องถิ่น

สำหรับประสบการณ์ทางด้านอธิบายมิติ เป็นประสบการณ์สนับสนุนที่เกิดขึ้นโดยตรงกับตัวของนักท่องเที่ยวสูงอายุเอง โดยผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ในการสังเกตพูดคุยและเปรียบเทียบกับประสบการณ์เดินทางในอดีตที่เคยประสบมาในภูมิภาคอื่น ๆ ที่เคยได้เดินทางไปท่องเที่ยว เป็นประสบการณ์สนับสนุนอีกส่วนหนึ่งที่เกิดจากการจัดบริการนำเที่ยวไม่ได้เกิดจากความคาดหวังของนักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยเมื่อนักท่องเที่ยวได้มีโอกาสพูดคุยกับผู้คนในห้องถิ่น สามารถสัมผัสได้ถึงควมมีอธิบายมิติที่ดีของคนในกลุ่มประเทศนอร์ดิก ดังคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 ที่ว่า “คนท้องถิ่นก็พูดบ้างแต่ส่วนมากเราก็พูดภาษาเขาไม่ได้ก็คล้ายๆเป็นภาษาใบ้ก็พอคุยกันรู้เรื่อง ใช้ภาษามือท่าทางภาษาอังกฤษด้วยก็นิดหน่อย เขาตอบรับด้วยมิติที่ดีเหมือนกัน”

อภิปรายผล

ผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ สามารถตอบคำถามการวิจัยและเข้าใจในเรื่องประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิกกับบริษัทนำเที่ยวได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังพบว่าประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีปัจจัยทั้ง 2 ประการได้แก่ประสบการณ์ที่เป็นจุดสุดยอดและประสบการณ์สนับสนุนตามทฤษฎีของ Quan and Wang (2004) เป็นการยืนยันและสนับสนุนประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ประสบการณ์ที่เป็นจุดสุดยอด เป็นประสบการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนการเดินทางท่องเที่ยว เกิดจากความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่ต้องการได้รับประสบการณ์ที่เป็นจุดสุดยอดนี้ เมื่อตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยว และเมื่อได้รับการตอบสนองความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง ได้เกิดความพึงพอใจจึงถือว่าได้ นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่จุดสุดยอด

สำหรับประสบการณ์สนับสนุนนั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานที่เกิดจากการบริการจัดนำเที่ยว โดยปกติแล้วในส่วนของประสบการณ์สนับสนุนจะไม่ได้เกิดจากความคาดหวังของนักท่องเที่ยว แต่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นปกติของภาคการบริการจัดนำเที่ยวโดยที่สร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น การจัดยานพาหนะในการเดินทาง การจัดหาสถานที่พัก การจัดหาร้านอาหาร การจัดหาทัศนียภาพที่มีความชำนาญพื้นที่ในการนำเที่ยว และประสบการณ์ส่วนตัวของนักท่องเที่ยวที่ได้ใช้ประสบการณ์ในอดีตมาเปรียบเทียบ แต่ประสบการณ์ที่เป็นจุดสุดยอดและประสบการณ์สนับสนุนมีมิติที่ต่างกัน กล่าวคือหาประสบการณ์ด้านใดด้านหนึ่งที่เกิดจากความดีของคุณภาพหรือเกิดจากความไม่พึงพอใจ ต่อการที่ไม่สามารถตอบสนองสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้คาดหวังไว้ก่อนการเดินทางไปท่องเที่ยวได้ ประสบการณ์ในมิติใดมิติหนึ่งก็ไม่สามารถไปทดแทนหรือชดเชยประสบการณ์ในอีกมิติหนึ่งได้

ผลที่ได้จากงานวิจัยชิ้นนี้มีความสอดคล้องกับ หยาง ไป หยิง (2561) ทำการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารแบบปากต่อปากอิเล็กทรอนิกส์ ประสบการณ์การท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ สถานที่ท่องเที่ยว การแสวงหาความแปลกใหม่ และความเชื่อเชิงบรรทัดฐานส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในกรุงเทพมหานครของชาวจีน” ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวแบบเป็นครอบครัว โดยเดินทางปีละ 2 ครั้ง ชอบอ่านบทวิจารณ์ออนไลน์เพราะทำให้มีความมั่นใจก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ใน

ด้านความรู้สึกพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนได้รับความสนุกและความตื่นเต้น ตื่นใจ ได้รับการผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจ ประสบการณ์ที่ได้รับสามารถกระตุ้นความอยากรู้และได้มีโอกาสเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ซึ่งเสริมสร้างต่อประสบการณ์ที่ดี ทำให้นักท่องเที่ยวตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก จากการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมีความคาดหวังความต้องการได้รับ ประสบการณ์ที่เป็นจุดสุดยอดและประสบการณ์สนับสนุน ด้วยการเตรียมตัวค้นหาข้อมูลจากการอ่านบทวิจารณ์ออนไลน์ จากนั้นจึงวางแผนจัดการเดินทางท่องเที่ยวและตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการความคาดหวังที่เกิดก่อนการเดินทางท่องเที่ยว และทำให้ได้รับประสบการณ์ที่เป็นจุดสุดยอดและประสบการณ์สนับสนุน เนื่องด้วยได้รับการผ่อนคลายทั้งทางร่างกายและจิตใจ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวทั้ง 2 มิติ ได้รับการตอบสนองความพึงพอใจที่เกิดจากความคาดหวังก่อนการเดินทางและความมีคุณภาพจึงก่อให้เกิดความประทับใจและเกิดการตัดสินใจที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก

สรุปผล

ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิกกับบริษัทนำเที่ยวนั้นมีประสบการณ์ที่เป็นจุดสุดยอดและประสบการณ์สนับสนุน โดยประสบการณ์ที่เป็นจุดสุดยอด เกิดจากความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนการเดินทางและได้รับการตอบสนองจนเกิดความพึงพอใจกับสิ่งที่ได้คาดหวังไว้ก่อนการเดินทาง ประสบการณ์ที่เป็นจุดสุดยอดในงานวิจัยชิ้นนี้ที่พบคือ การได้ร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับฤดูกาล และการได้ชมนวัตกรรม สำหรับประสบการณ์สนับสนุน ได้แก่ บริการร้านอาหาร ยานพาหนะ และอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวทั้ง 2 มิตินั้นหากมิติใดมิติหนึ่งเกิดความด้อยคุณภาพหรือไม่สามารถตอบสนองความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในมิติใดมิติหนึ่งก็ไม่สามารถทดแทนกันได้ ซึ่งผลการวิจัยนี้ได้สนับสนุนทฤษฎีของ Quan and Wang (2004) ที่ว่าประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวมี 2 มิติหลักแบ่งออกเป็นประสบการณ์ที่เป็นจุดสุดยอดและประสบการณ์สนับสนุน ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยนี้ได้เพิ่มองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับประสบการณ์ทางด้านการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องของผู้สูงอายุจะมีอยู่อย่างมากมาย แต่ยังไม่มียานวิจัยที่เกี่ยวกับเรื่องประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ เพราะฉะนั้นการวิจัยนี้จะช่วยเติมเต็มความสมบูรณ์ของวรรณกรรมด้านประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศในกลุ่มประเทศนอร์ดิกกับบริษัทนำเที่ยว ผลการวิจัยนี้ยังเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานองค์กรที่ดำเนินการด้านการจัดนำเที่ยว เพื่อตอบสนองและสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนที่สุด

บรรณานุกรม

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2557). แนวโน้มโลก 2050 ตอนที่ 3: สังคมโลก...สังคมผู้สูงอายุ ค้นเมื่อ 14

ตุลาคม 2561 จาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/611956>

ฉัฐพร โยเหลา. (2560). สังคมผู้สูงอายุและโอกาสทางธุรกิจในประเทศไทย. *อุตสาหกรรมสาร*, จาก <http://e-journal.dip.go.th/LinkClick.aspx? fileticket=lzOhZ270bfU%3D& tabid=70>

รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์. (2558). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

- หยาง ไป หยิง .(2561). การสื่อสารแบบปากต่อปากอิเล็กทรอนิกส์ ประสิทธิภาพการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวการแสวงหาความแปลกใหม่ และความเชื่อเชิงบรรทัดฐานส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของชาวจีน การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic Research in Psychology. *Qualitative Research in psychology*, 3:(2), 77-101.
- Cole, S. T. & Scott, D. (2004). Examining the mediating role of experience quality in a model of tourist experiences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 16(1), 77-88 .
- Quan, S. & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience. *Tourism Management*, 25, 297-305.
- Sheth, J. N., Newman, B. I. & Gross, L. G. (1991). Why we buy what we buy: A Theory of consumption values. *Journal of Business Research*, 22, 159-170 .
- World happiness report. (2018). World happiness report 2018. Retrieved October 10, 2018 from <http://worldhappiness.report/ed/2018/>