

กระบวนทัศน์ในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวไทย สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น Paradigm to Enhance Thailand Tourism Marketing Development for Japanese Senior Citizens

◆ ดวงดาว โยชิตะ

นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว วิทยาลัยการจัดการ กรุงเทพมหานคร
มหาวิทยาลัยพะเยา

Yoshida Duangdao

Ph.D. Candidate of Tourism and Hotel Management, College of Management,
University of Phayao, E-mail: Yoshida.duangdao24@gmail.com

◆ ชวลีย์ ณ ถลาง

รองศาสตราจารย์ สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว วิทยาลัยการจัดการ กรุงเทพมหานคร
มหาวิทยาลัยพะเยา

Chawalee Na Thalang

Associate Professor of Tourism and Hotel Management, College of Management,
University of Phayao, E-mail: ajarnchawalee@gmail.com

◆ สุทินันท์ พรหมสุวรรณ

รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ อาจารย์ประจำ และนักวิจัยประจำบัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Suthinan Pomsuwan

Associate Professor, Ph.D., Business Administration, Lecturer and Researcher of
the Graduate School, Bangkok University, E-mail: suthinan.p@bu.ac.th

◆ สหนนท์ ตั้งเบญจสิริกุล

อาจารย์ ดร.ประจำสาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

Sahanon Tungbenchasirikul

Ph.D., Lecturer of Business Administration (Management), Assumption University,
E-mail: s_tungbenchasirikul@hotmail.co.uk

Received: July 4, 2018; Revised: July 16, 2018; Accepted: July 20, 2018

Abstract

The purpose of this research paper is to study the paradigm shifts in the processes of Thai Tourism Market Development and in relation to senior Japanese tourists Methodology Descriptive Qualitative research approach is used in this study and semi-structural questionnaire

is used to collect data and assess how the paradigm shifts take place. Study sample consists of 31 individuals representing four groups; namely 1) government agencies, 2) Tourist entrepreneurs in Thailand who provide services for senior Japanese tourists, 3) Local entrepreneurs, and 4) Senior Japanese tourists.

The study finds that all the groups tend to coordinate and support each other for developing and promoting their tourism products and services in different work processes. Implications of the study suggests that government agencies working in planning and policy making process are responsible for developing and promoting tourism for senior Japanese tourists in response to the needs of the members of that group. Further, it is found that entrepreneur should come forward, promote and maintain strong public relations with senior Japanese tourists. Plans and programs are needed to implement to assure the quality and safety of products and services before offering them for tourists. Lack of Japanese language skills is also been identified as a major barrier to take off the paradigm shifts. It finds that appropriate training and timely capacity building programs can create value within processes in the tourism industry. In terms of price competitiveness, quality of products, income and employment generation, local entrepreneurs are found to be key aspects in tourism development processes and therefore, tourism products and services can be offered at fair price.

Keywords: Paradigm, Tourism Market, Senior Japanese Tourists, Thailand

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการทัศนในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวไทยที่เหมาะสม สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษารวบรวมเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structure) กับกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม จำนวน 31 คน ได้แก่ 1) หน่วยงานภาครัฐ 2) ผู้ประกอบการนำเที่ยวในประเทศที่ให้บริการนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น 3) ผู้ประกอบการท้องถิ่น 4) นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา

จากการศึกษาพบว่า กระบวนการทัศนในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวไทยที่เหมาะสม สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการท้องถิ่นจะต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาปรับปรุง สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวร่วมกัน โดยแต่ละฝ่ายจะต้องมีการดำเนินงานต่าง ๆ เช่น 1) ภาครัฐจะต้องมีการวางแผนและกำหนดนโยบายในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นโดยเฉพาะ โดยให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง 2) ผู้ประกอบการนำเที่ยวควรมีส่วนร่วมในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวประเทศไทยแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ชาวญี่ปุ่น ควรวางแผนและกำหนดโปรแกรมนำเที่ยวโดยคำนึงถึงคุณภาพ ความปลอดภัยในด้านสินค้าและบริการก่อนนำเสนอขายทัวร์ให้แก่นักท่องเที่ยว มีการจัดฝึกอบรมภาษาญี่ปุ่นให้แก่พนักงาน 3) ผู้ประกอบการท้องถิ่นควรผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงประโยชน์ในการใช้สอยควบคู่กับราคาที่ยุติธรรม

คำสำคัญ : กระบวนทัศน์ การตลาดท่องเที่ยว ผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น ประเทศไทย

บทนำ

ปัจจุบันโครงสร้างทางประชากรศาสตร์ของโลกมีจำนวนประชากรผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นนับว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่ส่งผลต่อแนวโน้มของการท่องเที่ยวในอนาคต (Hall, 2006, 12-17) และจะมีสัดส่วนจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นประมาณ 1,425,055 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 18.6 ของประชากรโลก ในปี 2563 (Us Bureau of the Census, International Data Base 2008, ออนไลน์) จากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางประชากรโลกเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุส่งผลทำให้แนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวมีอัตราการเติบโตเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุในการทำงาน มีเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว และเป็นกลุ่มที่มีความสามารถในการใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวในช่วงอายุอื่น (Sellick and Muller, 2004, 167)

ประเทศญี่ปุ่นมีจำนวนผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป มากเป็นอันดับ 1 ของโลกและเอเชีย คิดเป็นร้อยละ 26.6 ของประชากรทั้งหมดของประเทศ และคาดว่าภายในปี 2608 จะมีจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 38.4 ของประชากรทั้งหมดของประเทศ Cabinet Office Government of Japan (2017: สื่อออนไลน์) จากแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นในข้างต้น จึงอาจนับว่าเป็นปรากฏการณ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงโอกาสทางการตลาดท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ ที่ต้องการนำเสนอสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น โดยนับว่าเป็นกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีขนาดใหญ่ มีเวลา มีอำนาจในการใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวในช่วงอายุอื่น (Euachongprasit Santichai, 2006, 35) ในขณะเดียวกัน การท่องเที่ยวประเทศไทยก็ได้ให้ความสนใจต่อกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นกลุ่มตลาดที่มีแนวโน้มการเติบโตที่สูงในอนาคต

แต่ทั้งนี้ การที่ประเทศไทยจะกลายเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น หน่วยงานที่รับผิดชอบทางการท่องเที่ยวประเทศไทยและฝ่ายที่เกี่ยวข้องจะต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้ได้คุณภาพเพื่อรองรับกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น หากประเทศไทยสามารถพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวได้ เพื่อจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสม (Sinrapaserd Nisa, 2017, 375)

ดังนั้น จากความสำคัญในข้างต้นจึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับกระบวนทัศน์ในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวไทย สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น เพื่อวิเคราะห์และหาแนวทางในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น โดยการวิเคราะห์สถานการณ์

การท่องเที่ยวของประเทศไทยผ่านมุมมองและความคิดเห็นจากหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการนำเที่ยวในประเทศที่ให้บริการนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น ผู้ประกอบการท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่เคยมีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนา รูปแบบทางการตลาดท่องเที่ยวประเทศไทยที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อไปในอนาคตได้

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวไทย สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่

ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ศึกษา แบ่งออกเป็น 2 พื้นที่ ได้แก่

1. ประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ เมืองโตเกียว เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีจำนวนผู้สูงอายุอาศัยอยู่มากที่สุดในประเทศญี่ปุ่น (Tokyo Metropolitan Government, 2016 สื่อบนออนไลน์) และเมืองโอซาก้า โดยทั้ง 2 เมืองยังเป็นที่ตั้งของหน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งมีหน้าที่ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น

2. ประเทศไทย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ได้แก่ กรุงเทพมหานคร จังหวัดอยุธยา และจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากเป็นพื้นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นนิยมเดินทางไปเยือน (JTB Japan, 2560 สื่อบนออนไลน์)

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 4 กลุ่ม โดยใช้หลักการในการกำหนดขนาดผู้ให้ข้อมูลของงานวิจัยเชิงคุณภาพของนัสทาสี และไซเอ็นซูล (Nastasi and Schensul, 2005, 177-195) ได้แก่

กลุ่มที่ 1 หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ การท่องเที่ยวและกีฬาแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานโตเกียว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานโอซาก้า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 6 ท่าน โดยการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการนำเที่ยวในประเทศที่ให้บริการนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น จำนวน 5 ท่าน โดยการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

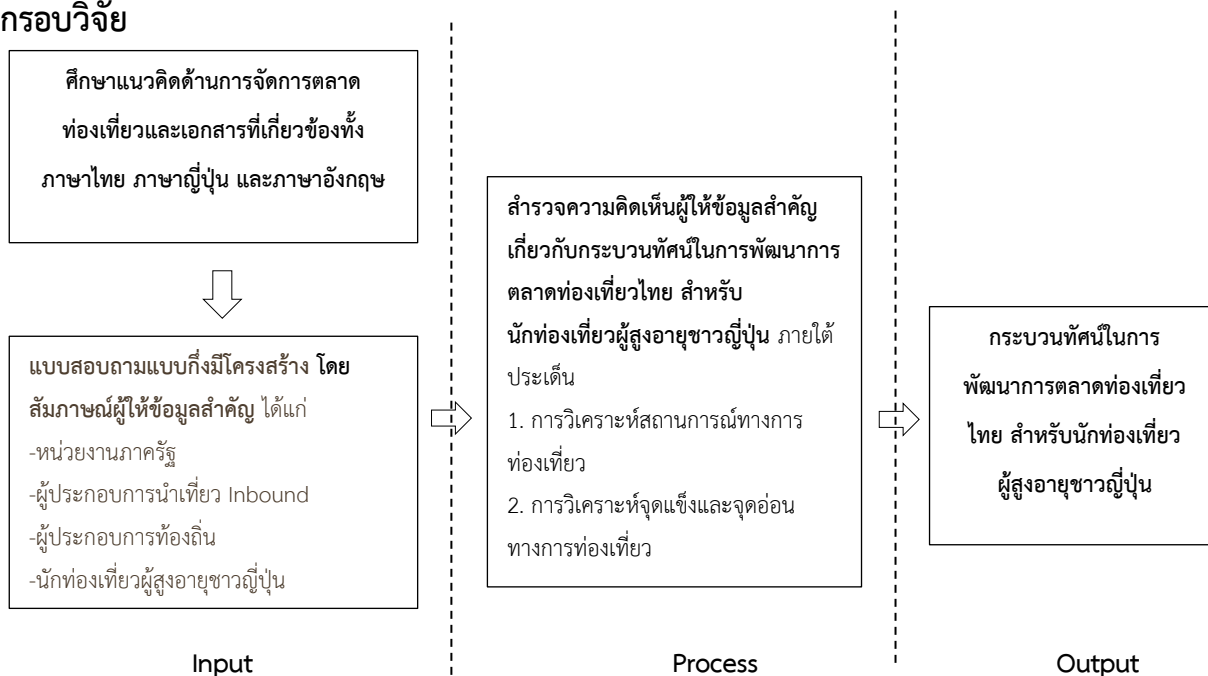
กลุ่มที่ 3 ผู้ประกอบการท้องถิ่น ได้แก่ ผู้ประกอบการท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร จังหวัดอยุธยา และจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 15 ท่าน โดยการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

กลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่เคยมีประสบการณ์มาท่องเที่ยวประเทศไทย จำนวน 5 ท่าน โดยการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนทัศน์ และการจัดการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และแนวคิดการจัดการด้านการตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

กรอบวิจัย



นิยามศัพท์

1. การพัฒนา หมายถึง การวางแผนเพื่อกำหนดทิศทางการตลาดท่องเที่ยวประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น
2. กระบวนทัศน์ หมายถึง แนวทางการปฏิบัติทางการตลาดท่องเที่ยวประเทศไทย เพื่อตอบสนองความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น
3. นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปที่เคยมีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
4. ภาครัฐ หมายถึง การท่องเที่ยวและกีฬาแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานโตเกียว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานโอซาก้า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ หรือตัวแทน
5. ผู้ประกอบการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ประกอบการหรือตัวแทนธุรกิจนำเที่ยว Inbound หรือตัวแทนที่ให้บริการนำเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นในประเทศไทย
6. ผู้ประกอบการท้องถิ่น หมายถึง ผู้ประกอบการท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร จังหวัดอยุธยา และจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทางผลประโยชน์และได้รับผลกระทบทางการท่องเที่ยว

การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง กระบวนทัศน์ในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวไทย สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ชาวญี่ปุ่นได้ศึกษารวบรวมแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลอ้างอิงต่าง ๆ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว นิศศา ศิลปะเสรีรัฐ (2560, 96-103) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมความต้องการหนึ่งของมนุษย์ทำให้การท่องเที่ยวกลายเป็นธุรกิจและอุตสาหกรรมหนึ่งที่สำคัญที่ทุกประเทศให้ความสำคัญ โดยประกอบไปด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ อาทิ 1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม 2) การคมนาคมขนส่ง ได้แก่ การขนส่งทางบก ทางเรือ ทางอากาศ 3) ที่พักแรม ได้แก่ โรงแรม บังกะโล เกสต์เฮาส์ แคมป์ คอนโดมิเนียม ฯลฯ 4) ร้านอาหารและภัตตาคาร ได้แก่ แบบเสิร์ฟที่โต๊ะ แบบบุฟเฟต์ สวนอาหาร ร้านอาหาร ภัตตาคารในเครือ ฯลฯ 5) บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ได้แก่ ผู้ประกอบการจัดการนำเที่ยว (Tour Operator) และตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว (Travel Agency) 6) ร้านขายของที่ระลึก ได้แก่ เสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องหนัง เครื่องเรือนของที่ระลึกประดับพื้นบ้าน ฯลฯ 7) ความปลอดภัย ได้แก่ การแนะนำคนในท้องถิ่นให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวเมื่อได้รับความเดือดร้อน เพื่อสร้างความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว 8) การอำนวยความสะดวกในการเข้าออกเมือง ได้แก่ การให้บริการขนส่งกระเป๋าผู้โดยสาร บริการขนส่งระหว่างสถานีขนส่งกับที่พัก 9) บริการอื่น ๆ ได้แก่ การจัดบริการในด้านนิเทศและข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมบันเทิงและกิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจอื่น ๆ 10) การเผยแพร่โฆษณาเพื่อจูงใจและทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว

2. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนทัศน์และการจัดการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ สุมาลี ไชยสุภกรกุล (2558) กล่าวว่า การวิจัยทางสังคมศาสตร์ที่ใช้วิธีการศึกษาคุณภาพเป็นหลัก ประกอบไปด้วย กระบวนทัศน์หลัก ๆ 3 กระบวนทัศน์ คือ 1) ปฏิกิริยานิยม เน้นการศึกษาใช้หลักคิด และวิธีเดียวกันกับวิทยาศาสตร์ธรรมชาติ 2) ทฤษฎีวิพากษ์ เน้นการวิพากษ์และครอบงำของระบบทุนนิยม สนับสนุนการวิจัยที่มีจุดยืนเพื่อต่อต้านทุนนิยม และ 3) ดีความนิยม ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยกระบวนทัศน์แบบดีความนิยม โดยเน้นการอธิบายความรู้ความจริงจากการให้ความหมายจากผู้กระทำ เพื่อให้คำตอบเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ซึ่งราณี อธิษชัยกุล (2557, 146) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุมีลักษณะที่แตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านรายได้ ปัจจัยด้านสุขภาพ ปัจจัยด้านเพื่อนร่วมเดินทาง ปัจจัยด้านความปลอดภัย เป็นต้น

3. แนวคิดการจัดการด้านการตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2559, 27-42) ได้กล่าวว่า การจัดการด้านการตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ การมุ่งตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย การรักษาลูกค้า การแสวงหาให้มีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น โดยใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การส่งมอบและการสื่อสารที่ดี เพื่อส่งมอบคุณค่าผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ใช้บริการหรือนักท่องเที่ยว

จากแนวคิดในข้างต้น ผู้วิจัยนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ประกอบเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวิเคราะห์ร่วมกับบทสัมภาษณ์ที่ได้รับจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อนำเสนอกระบวนการทัศนในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวไทยที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นภายใต้แนวทางเชิงนโยบาย เชิงปฏิบัติ และเชิงวิชาการ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methodology) แบ่งกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญเชิงคุณภาพออกเป็น 4 กลุ่ม โดยใช้หลักการในการกำหนดขนาดผู้ให้ข้อมูลของงานวิจัยเชิงคุณภาพของนัสทาสี และไซเอ็นซู (Nastasi and Schensul, 2005, 177-195) จำนวนทั้งสิ้น 31 ท่าน ได้แก่ 1) หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 6 ท่าน 2) ผู้ประกอบการนำเที่ยวในประเทศที่ให้บริการนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น จำนวน 5 ท่าน 3) ผู้ประกอบการท้องถิ่น จำนวน 15 ท่าน 4) นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่เคยมีประสบการณ์มาท่องเที่ยวประเทศไทย จำนวน 5 ท่าน และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure) โดยไปเก็บข้อมูลจาก 2 ประเทศ ประกอบไปด้วย ประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ เมืองโตเกียว เมืองโอซาก้า เป็นต้น และประเทศไทย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น และการวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 แบบ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม ดังนี้ แบบที่ 1 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ใช้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากหน่วยงานภาครัฐ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างนี้เป็นผู้กำหนดนโยบายวางแผน และรับนโยบายมาปฏิบัติโดยตรงในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น และกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการนำเที่ยวในประเทศไทยที่ให้บริการนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น สามารถให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวของผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นเข้าใจและรับรู้ถึงปัญหาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้ และสามารถเป็นตัวแทนในการช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเทศไทยให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวได้ แบบที่ 2 คือ การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ใช้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการท้องถิ่น เนื่องจากผู้ประกอบการท้องถิ่นเป็นผู้มีความเกี่ยวข้องที่ได้รับผลประโยชน์และได้รับผลกระทบมากที่สุดในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่เคยมีประสบการณ์มาท่องเที่ยวประเทศไทย เนื่องจากเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอิทธิพลในการกำหนดรูปแบบในการพัฒนาทางการตลาดท่องเที่ยวประเทศไทย

ช่วงเวลาในการดำเนินการวิจัย: กันยายน 2560 – มิถุนายน 2561

2. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การวิจัยในครั้งนี้ ใช้วิธีในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือแบบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยวิธีการเปลี่ยนบุคคลผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Investigator Triangulation) แล้วนำมาตรวจสอบ

ว่าเมื่อมีการเปลี่ยนบุคคลผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากบุคคลหนึ่งเป็นอีกบุคคลหนึ่งภายใต้ข้อคำถามที่เหมือนกันจะมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ แล้วทำการตรวจสอบแบบสามเส้าด้านวิธีการเก็บข้อมูล (Methodological Triangulation) ซึ่งผู้วิจัยใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ควบคู่กับการสัมภาษณ์ พร้อมทั้งศึกษาข้อมูลจากเอกสารประกอบที่ได้มีการค้นคว้า โดยทำการตรวจสอบแบบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) เพื่อตรวจสอบว่าผู้วิจัยใช้แนวคิดและทฤษฎีที่แตกต่างไปจากเดิมจะทำให้การตีความข้อมูลมีความแตกต่างกันเพียงใด (Chantavanich Supang, 2013, 129)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัย โดยการเก็บข้อมูลจากแบ่งกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญเชิงคุณภาพออกเป็น 4 กลุ่ม จำนวน 31 คน ได้แก่ 1) หน่วยงานภาครัฐ 2) ผู้ประกอบการนำเที่ยวในประเทศที่ให้บริการนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น 3) ผู้ประกอบการท้องถิ่น 4) นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่เคยมีประสบการณ์มาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยวิธีการบันทึกเสียงและการจดบันทึก แล้วประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ตามทฤษฎีของ Miles and Huberman 1994 (as cited in Potisitta Chai, 2011, 337) โดยประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การจัดระเบียบข้อมูล (Data Organizing) ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ข้อมูลด้านกายภาพ ได้แก่ การบันทึกเสียงและจดบันทึกโดยมีการถอดข้อความและจัดระเบียบเก็บไว้ และข้อมูลด้านเนื้อหาเป็นการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ จากเอกสารแบบสอบถามสัมภาษณ์มาวิเคราะห์มาจัดเรียงเรียงจัดประเภทหรือเปรียบเทียบ เพื่อนำมาวิเคราะห์ว่าข้อมูลต่าง ๆ มีความหมายอะไรที่น่าจะตรงประเด็นกับเรื่องงานวิจัย 2) การแสดงข้อมูล (Data Display) โดยวิธีการพรรณนา 3) การหาข้อสรุป ผู้วิจัยทำการสรุปตีความ และการตรวจสอบความถูกต้องตรงประเด็นของผลการศึกษาวิจัย (Conclusion, Interpretation, Verification) โดยการบรรยายถึงข้อมูลที่ค้นพบแล้วจึงนำมาตีความและตรวจสอบก่อนที่จะเสนอผลการศึกษา

ผลการศึกษา

ผลการวิจัยเรื่องกระบวนการทัศนในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวไทย สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น มีดังนี้

ส่วนที่ 1 ขั้นตอนการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการท่องเที่ยว

กลุ่มที่ 1 หน่วยงานภาครัฐ ผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญของหน่วยงานภาครัฐโดยส่วนมากมีความคิดเห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2555-2559) มีจำนวนมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยในช่วง พ.ศ. 2560 โดยสาเหตุหลัก ๆ ของการลดจำนวนลงของนักท่องเที่ยวใน พ.ศ. 2560 มาจากปัญหาทางด้านเศรษฐกิจของญี่ปุ่นตกต่ำและปัญหาความไม่สงบภายในประเทศไทย ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐจึงได้มี

การวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นขึ้น ประกอบไปด้วย 1) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-พ.ศ. 2564 ที่กำหนดให้มีการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวผู้สูงอายุเพื่อขยายกลุ่มตลาดบนและกลุ่มตลาดกลาง 2) การจัดสัมมนาตามคลับต่าง ๆ ที่มีผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นเป็นเข้าเป็นสมาชิก เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและข้อมูลต่าง ๆ ของประเทศไทย 3) การเข้าร่วมโครงการ Long Stay Fair ที่ประเทศญี่ปุ่น 4) โครงการท่องเที่ยวเชียงใหม่ร่วมกับบริษัทนำเที่ยวญี่ปุ่น เพื่อขายทัวร์ให้กับผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นไปเที่ยวเดินทางไปจังหวัดเชียงใหม่ 5) โครงการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวประเทศไทยผ่านระบบออนไลน์ 6) การจัดอบรมการเป็นเจ้าบ้านที่ดี โดยเมืองที่มีศักยภาพในการนำเสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น ในช่วง พ.ศ. 2560-2564 ประกอบไปด้วยกรุงเทพมหานคร จังหวัดภูเก็ต พัทธา จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดกระบี่ และจังหวัดพระนครศรีอยุธยาซึ่งแต่ละพื้นที่จะมีจุดเด่นทางการท่องเที่ยวแตกต่างกัน แต่ถึงอย่างไร ในการนำเสนอขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวประเทศไทยสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นยังพบปัญหาหรืออุปสรรคในด้านสินค้าและบริการสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ไม่เพียงพอ เช่น ทางลาด การบริการรถเข็นวีลแชร์ ราวจับ ห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ เครื่องแปลภาษา พนักงานที่ให้บริการที่สื่อสารภาษาญี่ปุ่นได้มีไม่เพียงพอ พนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้และทักษะการให้บริการผู้สูงอายุ และการแข่งขันทางการท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐได้รับทราบถึงปัญหาและอยู่ในระหว่างการดำเนินการปรับปรุง และพัฒนา ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากภาคเอกชนหรือเจ้าของพื้นที่ในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยส่วนมากมีความคิดเห็นต่อจุดแข็งและจุดอ่อนทางการท่องเที่ยวประเทศไทย สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น มีจุดแข็ง คือ เป็นประเทศที่มีความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว มีความเป็นเลิศด้านบริการ สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงระดับโลก ค่าครองชีพไม่แพง ส่วนจุดอ่อน คือ สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุไม่เพียงพอ ความสามารถในการสื่อสารภาษาญี่ปุ่นของพนักงาน แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งเสื่อมโทรม การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเข้าถึงยาก

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการนำเที่ยว Inbound ผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญของผู้ประกอบการนำเที่ยว Inbound โดยส่วนมากมีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น เมื่อ 4-5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2555-2559) ที่เข้ามาซื้อรายการนำเที่ยวเกี่ยวกับทางบริษัทมีจำนวนมากกว่าในช่วงปี 2560 ซึ่งสาเหตุการลดจำนวนลงในการซื้อทัวร์ในช่วง พ.ศ. 2560 มีสาเหตุมาความไม่สงบภายในประเทศ ส่วนสถานการณ์แนวโน้มในอนาคตในอีก 5 ปีข้างหน้า (พ.ศ. 2560-2564) กลุ่มตลาดผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีแนวโน้มเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีแนวโน้มเพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ อย่างต่อเนื่องและประเทศไทยมีการให้บริการที่ยืดหยุ่นแฉ่มใส โดยเส้นทางท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมากที่สุด คือ เส้นทางกรุงเทพมหานครควบคู่กับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และจังหวัดเชียงใหม่ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบทำนกระยะยาว ซึ่งรูปแบบโปรแกรมทัวร์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ รูปแบบโปรแกรมทัวร์ประเภท Optional Tour นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนธันวาคม-เดือนมีนาคม และช่วงวันหยุดยาว

ของประเทศญี่ปุ่น โดยในการจัดวางแผนโปรแกรมนำเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นจะต้องให้ความสำคัญต่อบริการด้านความสะดวก ปลอดภัย และคุณภาพสินค้าและบริการซึ่งนับว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมนำเที่ยวประเทศไทย

นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยส่วนมากมีความคิดเห็นต่อจุดแข็ง และจุดอ่อนทางการท่องเที่ยวประเทศไทย สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีจุดแข็ง คือ ค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวไม่แพง ด้านสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวมีความหลากหลายมีเอกลักษณ์ ส่วนจุดอ่อน คือ ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับผู้สูงอายุในสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งมีการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวยาก ไม่สะดวกสบาย ขาดไกด์นำเที่ยวที่มีทักษะด้านการสื่อสารภาษาญี่ปุ่นได้ บริษัทนำเที่ยวที่เปิดให้บริการโดยคนไทยยังไม่สามารถสร้างความจงรักภักดีในการมาใช้บริการของบริษัทเท่ากับบริษัทนำเที่ยวที่เปิดโดยคนญี่ปุ่น

กลุ่มที่ 3 ผู้ประกอบการนำเที่ยวท้องถิ่น ผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญของผู้ประกอบการนำเที่ยวท้องถิ่นโดยส่วนมากมีความคิดเห็นในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2555-2559) มีจำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวมากกว่าในช่วง พ.ศ. 2560 สาเหตุของการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวลดลงในช่วง พ.ศ. 2560 เนื่องจากปัญหาทางด้านเศรษฐกิจของญี่ปุ่นตกต่ำ ปัญหาด้านการเมืองภายในประเทศไทย และภัยธรรมชาติ แต่สถานการณ์แนวโน้มทางการท่องเที่ยว ในอีก 5 ปีข้างหน้า (พ.ศ. 2560-2564) กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากประเทศไทยยังคงมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ค่าครองชีพถูก และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจุดเด่นของสินค้าและบริการของผู้ประกอบการนำเที่ยวท้องถิ่น คือ ราคาไม่แพง แต่มีประโยชน์ในด้านการใช้สอย นอกจากนี้ผู้ประกอบการท้องถิ่นส่วนใหญ่ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุในฐานะที่เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวหรือใกล้เคียง คือ การท่องเที่ยวไปในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โบราณสถาน วัฒนธรรม และท่องเที่ยวในรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ เป็นต้น โดยมีจุดแข็งทางการท่องเที่ยว คือ ความมีชื่อเสียงและความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวสม่ำเสมอ มีสถานที่ท่องเที่ยวและวัฒนธรรมหลากหลาย ค่าครองชีพไม่แพง จุดอ่อน คือ มีสภาพอากาศที่ร้อน แม่น้ำบางแห่งสกปรก เมืองหลวงการจราจรแออัด ภัยพิบัติทางธรรมชาติ การเอาเปรียบนักท่องเที่ยว เป็นต้น

กลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น ผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นเกี่ยวกับประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยโดยส่วนมากมีความพึงพอใจในด้านสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวมากที่สุด โดยให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศไทยว่าประเทศไทยมีจุดแข็งทางการท่องเที่ยว คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย การบริการ มีวัฒนธรรมที่ใกล้เคียงกับชาวญี่ปุ่น อาหารอร่อย โรงแรมสวยและค่าบริการไม่แพง จุดอ่อนทางการท่องเที่ยวประเทศไทย คือ ประเทศไทยอากาศร้อน ไม่เคารพกฎจราจร เมืองหลวงมีการจราจรที่ติดขัด แออัด

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนทางการท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ผู้ประกอบการนำเที่ยว Inbound ผู้ประกอบการท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น เกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนทางการท่องเที่ยวไทย พบว่า จุดแข็ง คือ 1) มีรูปแบบกิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและมีความเป็นเอกลักษณ์ 2) มีความเป็นเลิศด้านการให้บริการ 3) สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงระดับโลก 4) ค่าครองชีพไม่แพง 5) ประเทศไทยมีวัฒนธรรมที่ใกล้เคียงกับประเทศญี่ปุ่น 6) อาหารอร่อย ส่วนจุดอ่อน คือ 1) สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุไม่เพียงพอ 2) พนักงานที่สามารถสื่อสารภาษาญี่ปุ่นได้มีจำนวนน้อย 3) แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งเสื่อมโทรม 4) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเข้าถึงยาก 5) สภาพอากาศที่ร้อน 6) แม่น้ำบางแห่งสกปรก 7) เมืองหลวงการจราจรแออัด 8) ภัยพิบัติทางธรรมชาติ 9) การเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 นำเสนอแนวทางในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวไทย

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ผู้ประกอบการนำเที่ยว Inbound ผู้ประกอบการท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น พบว่า กระทบทัศนในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวไทย สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น มีดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐ

- 1) หน่วยงานภาครัฐควรมีการทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวโดยเน้นการให้ข้อมูลเป็นภาษาญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้น
- 2) หน่วยงานภาครัฐควรพัฒนาการท่องเที่ยวแบบสมดุลให้ทุกฝ่ายได้รับผลประโยชน์ทางการท่องเที่ยวอย่างยุติธรรม
- 3) หน่วยงานภาครัฐควรพัฒนาสภาพถนนให้คงอยู่ในสภาพดี เพื่อลดการเกิดอุบัติเหตุ
- 4) หน่วยงานภาครัฐควรกำหนดบตลงโทษผู้ให้บริการพาหนะนำเที่ยวที่เอาเปรียบราคา ค่าโดยสารจากนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง
- 5) หน่วยงานภาครัฐควรมีการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกิดจากภัยพิบัติทางธรรมชาติที่มีคุณภาพ เพื่อป้องกันการเสื่อมโทรมของสถานที่ท่องเที่ยวทางโบราณสถาน
- 6) หน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะด้านการบริการ ทักษะด้านภาษาญี่ปุ่น

2. ภาคเอกชนและผู้ประกอบการท้องถิ่น

- 1) ผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยวควรให้ข้อมูลการท่องเที่ยวที่เป็นความจริงไม่บิดเบือนแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น
- 2) ค่าโดยสารพาหนะในการเดินทาง เช่น ค่าโดยสารรถแท็กซี่ รถตุ๊ก ควรมีการกำหนดราคาตามระยะทางที่ชัดเจน และไม่แบ่งแยกค่าโดยสารระหว่างชาวต่างชาติและประชาชนทั่วไป

3) ร้านอาหารที่ให้บริการทางการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับเรื่องความสะอาดของอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น

3. ภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการท้องถิ่น และชุมชน

หน่วยงานทุกภาคส่วนควรมีส่วนร่วมในการการอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวให้คงอยู่ เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น

สรุปผลการวิจัย

ประเด็นแรก สถานการณ์ทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย

สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญของหน่วยงานภาครัฐโดยส่วนมากมีความคิดเห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา มีจำนวนมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยในช่วง พ.ศ. 2560 เนื่องจากปัญหาทางด้านเศรษฐกิจของญี่ปุ่นตกต่ำและปัญหาความไม่สงบภายในประเทศไทย สอดคล้องกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มผู้ประกอบการนำเที่ยว Inbound และผู้ประกอบการท้องถิ่นที่มีความคิดเห็นว่าการเดินทางมาท่องเที่ยวของผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น เมื่อ 4-5 ปีที่ผ่านมาที่เข้ามาซื้อทัวร์ และซื้อสินค้ามีจำนวนมากกว่าในช่วงปี 2560 เนื่องจากปัญหาความไม่สงบภายในประเทศไทย ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจของญี่ปุ่นตกต่ำ และภัยธรรมชาติ โดยแนวโน้มทางการท่องเที่ยวประเทศไทยในอีก 5 ปีข้างหน้า พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มจำนวนมากขึ้น โดยมีปัจจัยที่เอื้อต่อการเติบโต ได้แก่ 1) ผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น 2) ประเทศไทยมีการให้บริการที่ย่อมเยา 3) สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงระดับโลก 4) รูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย 5) ค่าครองชีพไม่แพง 6) ภาวการณ์โฆษณาประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง 7) ภาครัฐมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น โดยจังหวัดที่มีศักยภาพในการนำเสนอขายให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น ประกอบไปด้วยกรุงเทพมหานคร จังหวัดภูเก็ต พัทยา จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดกระบี่ และจังหวัดพระนครศรีอยุธยาซึ่งแต่ละพื้นที่จะมีจุดเด่นทางการท่องเที่ยวแตกต่างกัน และเส้นทางท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมากที่สุด คือ เส้นทางกรุงเทพมหานครควบคู่กับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และจังหวัดเชียงใหม่ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว โดยรูปแบบโปรแกรมทัวร์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ รูปแบบโปรแกรมทัวร์ประเภท Optional Tour นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนธันวาคม-เดือนมีนาคม และช่วงวันหยุดยาวของประเทศญี่ปุ่น โดยในการจัดวางแผนโปรแกรมนำเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นจะต้องให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความสะอาด ความปลอดภัย และคุณภาพสินค้าและบริการซึ่งนับว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมนำเที่ยวประเทศไทย

ประเด็นที่สอง จุดแข็งและจุดอ่อนทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยสำหรับการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น

จุดแข็ง คือ ประเทศไทยมีรูปแบบกิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและมีความเป็นเอกลักษณ์ มีความเป็นเลิศด้านการให้บริการ สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงระดับโลก ค่าครองชีพไม่แพง หากเปรียบเทียบค่าของชีพของประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทยมีวัฒนธรรมที่ใกล้เคียงกับประเทศญี่ปุ่น และผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีความชื่นชอบอาหารไทย เพราะรสชาติอาหารอร่อย

ส่วนจุดอ่อน คือ ประเทศไทยยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุที่เพียงพอ พนักงานที่ให้บริการที่สามารถสื่อสารภาษาญี่ปุ่นได้มีจำนวนน้อย แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งเสื่อมโทรม แหล่งท่องเที่ยวเข้าถึงยาก มีสภาพอากาศที่ร้อน ภูมิทัศน์ของแม่น้ำบางแห่งในกรุงเทพมหานครสกปรกไม่สวยงาม ตลอดจนมีการจราจรแออัด มีภัยพิบัติทางธรรมชาติ และยังมีปัญหาการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

อภิปรายผล

จากผลการศึกษารายเรื่อง กระบวนทัศน์ในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวประเทศไทย สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

สถานการณ์ทางการท่องเที่ยวว่าในช่วงเวลา 4-5 ปีที่ผ่านมา พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์โดยส่วนมากมีความคิดเห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยมีจำนวนมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาในช่วงปี 2560 ซึ่งสอดคล้องกับการรายงานข้อมูลสถิติทางการท่องเที่ยวประเทศไทย พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป เดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศโดยใช้บริการนำเที่ยวตั้งแต่ช่วงปี 2555-2559 มีจำนวนลดลงเรื่อย ๆ อย่างต่อเนื่อง ได้แก่ ปี 2555 จำนวน 3,609,166 คน ปี 2556 จำนวน 3,312,215 คน ปี 2557 จำนวน 3,155,348 คน ปี 2558 จำนวน 2,960,601 คน และปี 2559 จำนวน 1,903,664 คน (Ministry of Justice, 2561: Online) ซึ่งสาเหตุของการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยในช่วงปี 2560 เนื่องมาจากปัญหาทางด้านเศรษฐกิจของญี่ปุ่นที่ตกต่ำ สอดคล้องกับ ผลการรายงานผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศญี่ปุ่น (GDP) ที่พบว่า ปี 2559 ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศญี่ปุ่น มีจำนวน 4,949.27 ล้านล้านเยนสหรัฐ และปี 2560 ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศญี่ปุ่น มีจำนวน 4,872.14 ล้านล้านเยนสหรัฐ ซึ่งอัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศญี่ปุ่นในปี 2560 ลดลง 1.6 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2559 (IMF, 2560: Online) รูปแบบโปรแกรมทัวร์ที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น คือ รูปแบบโปรแกรมทัวร์ประเภท Optional Tour ซึ่งสอดคล้องกับการรายงานสถานการณ์การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ซึ่งจากการสำรวจนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นอายุตั้งแต่ 60-79 ปี เพศหญิง จำนวน 206 คน พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น เพศหญิง นิยมซื้อรูปแบบโปรแกรมทัวร์แบบ Optional Tour ที่มีผู้นำเที่ยวให้บริการรวมในแพ็คเกจด้วย คิดเป็น 25.2 เปอร์เซ็นต์ของจำนวนผู้สูงอายุเพศหญิง แต่ในขณะที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นอายุตั้งแต่ 60-79 ปี เพศชาย นิยมจองตั๋วเครื่องบิน และโรงแรมด้วยตนเองผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (JTB Tourism Research and Consulting Co , 2017, 6) โดยเส้นทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นนิยมซื้อทัวร์ Inbound มากที่สุด กรุงเทพมหานครควบคู่กับ

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสอดคล้องกับการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย ที่กล่าวว่า กรุงเทพมหานครเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุด ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ในปี 2558 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-พ.ศ. 2564, 8) แต่เมืองที่มีศักยภาพในการนำเสนอขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมากที่สุด คือ กรุงเทพมหานครกับเชียงใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับ จันทร์จิตร เจริญศิริ, สุรีย์ บุญญานุกพงศ์ และคณะ (2555) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การประเมินศักยภาพการตลาดท่องเที่ยวแบบไม่รีบเร่งสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ ในภาคเหนือตอนบน ผลการวิจัย พบว่า ภาคเหนือตอนบนมีศักยภาพการตลาดในการจัดการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เนื่องจากมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดึงดูด คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมนำเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมากที่สุดคือ สินค้าและบริการ โดยผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงความสะอาด ความปลอดภัย คุณภาพในสินค้าและบริการ สอดคล้องกับ Bagus and Utama (2012) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุสำหรับการเดินทางไปต่างประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความพึงพอใจจากผลิตภัณฑ์ปลายทางทางการท่องเที่ยว ได้แก่ การช้อปปิ้ง การท่องเที่ยวในเมือง การเยี่ยมชมด้านประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ แหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก การรับประทานอาหารเที่ยงหรืออาหารเย็นที่ร้านอาหาร ดูรายการโทรทัศน์ ฟังวิทยุ กิจกรรมทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับเวลาว่างในการสร้างสรรค์งานฝีมือและศิลปะ ซึ่งแพคเกจทัวร์จำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญกับสิ่งเหล่านี้ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นในการเดินทางท่องเที่ยวผู้สูงอายุ พร้อมกับคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าให้มากที่สุด

ส่วนแนวโน้มการท่องเที่ยวประเทศไทยในอีก 5 ปีข้างหน้า พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีแนวโน้มมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น เนื่องจากโครงสร้างทางประชากรศาสตร์ของญี่ปุ่นมีจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นในทุก ๆ ปี สอดคล้องกับ การสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 707 คน พบว่า ผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่เคยเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศ โดยเฉลี่ย 5.2 ครั้ง และผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่เคยเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศ มากกว่า 10 ครั้ง คิดเป็น 18 เปอร์เซ็นต์ (HIS の情報誌会員, 2016, n.p) รายงานแนวโน้มจำนวนของผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น พบว่า ประเทศญี่ปุ่นมีจำนวนผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป มากเป็นอันดับ 1 ของโลกและเอเชีย คิดเป็นร้อยละ 26.6 ของประชากรทั้งหมดของประเทศ คาดว่าภายในปี 2608 จะมีจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 38.4 ของประชากรทั้งหมดของประเทศ Cabinet Office Government of Japan (2017: Online) ในขณะเดียวกัน ประเทศไทยก็มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ค่าครองชีพไม่แพง และหน่วยงานภาครัฐมีการสนับสนุน และส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ได้แก่ การจัดสัมมนาตามคลับต่าง ๆ ที่มีผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นเป็นเข้าเป็นสมาชิก เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและข้อมูลต่าง ๆ ของประเทศไทย การเข้าร่วมโครงการ Long Stay Fair ที่ประเทศญี่ปุ่น และโครงการท่องเที่ยวเชียงใหม่ร่วมกับบริษัทนำเที่ยวญี่ปุ่น เพื่อขยายตัวให้กับผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นไปเที่ยวเดินทางไปจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับ การวางแผน

พัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564) พบว่า หน่วยงานภาครัฐมีการวางแผนยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ ทางรถไฟ รางจับ เพิ่มจุดบริการ Free -WiFi ในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดเด่นของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ให้บริการในแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวหรือบริเวณโดยรอบ พบว่า จุดเด่นของสินค้าและบริการคือด้านราคาที่ไม่แพง ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่มีความเห็นสอดคล้องกันว่าประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวไม่แพง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

เชิงนโยบาย

1. หน่วยงานภาครัฐควรกำหนดนโยบายในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ครอบคลุมในเมืองท่องเที่ยวหลักของประเทศ โดยให้ความสำคัญต่อคุณภาพ ความปลอดภัย และความสะอาดในการให้บริการ
2. ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวในประเทศควรส่งเสริมและสนับสนุนการจัดอบรมภาษาญี่ปุ่นให้แก่พนักงานที่ให้บริการทางการท่องเที่ยว
3. หน่วยงานภาครัฐควรสร้างเครือข่ายพันธมิตรเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งในระดับประเทศและในระหว่างประเทศ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นทางการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย
4. หน่วยงานภาครัฐควรกำหนดแผนในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นขึ้นโดยเฉพาะไม่รวมแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว เพราะวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวไม่เหมือนกัน

เชิงปฏิบัติการ

1. ผู้ประกอบการนำเที่ยวควรมีส่วนร่วมในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวประเทศไทยแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น โดยใช้ภาษาญี่ปุ่นในการสื่อสาร
2. ชุมชนที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวควรให้ความร่วมมือในการพัฒนา และปรับปรุง แหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น
3. บริษัทนำเที่ยวในประเทศควรมีการวางแผนและกำหนดโปรแกรมนำเที่ยวโดยคำนึงถึงคุณภาพ ความปลอดภัยในด้านสินค้าและบริการก่อนนำเสนอขายทัวร์ให้แก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น
4. ชุมชนที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวควรมีจุดให้บริการนั่งพักที่ให้ความเย็นสบายแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น เพื่อลดความรู้สึกร้อนจากสภาพอากาศของประเทศไทย

5. ผู้ประกอบการท้องถิ่นควรผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงประโยชน์ในการใช้สอยควบคู่กับราคาที่ยุติธรรม ให้แก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น

เชิงวิชาการ

งานวิจัยในครั้งนี้เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างในบางพื้นที่ ได้แก่ เมืองโตเกียว เมืองโอซาก้า กรุงเทพมหานคร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยปัจจัยด้านงบประมาณ ระยะเวลา อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในอนาคตอาจขยายขอบเขตของการวิจัยโดยการเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมทุกภูมิภาคของประเทศไทย และญี่ปุ่น ซึ่งจะทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์มากขึ้น

References

- Chandawanich, Supa. (2013). Qualitative research methods. Bangkok: Chula Press. [In Thai]
- Euachongpravit, Santichai. (2006). Strategic Tourism Management. Bangkok: Sam Charoen Panit (Bangkok) Co., Ltd Press. [In Thai]
- Tourism Authority of Thailand. (2017). Domestic Tourism Statistics (Classify by units). Department of Tourism Information, Bangkok. [In Thai]
- Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sports. (2016). Report of Tourist Situation in August 2016. [In Thai]
- Thiensiri, J., Boonyanupong, S., and others. (2012). Evaluation of the situation and the potential of the Slow Tourism Market for Elderly Tourists in Upper-North Region of Thailand. FEU Academic Review, Vol 6 (1): 49-62. [In Thai]
- Podhisita, C. (2011). The art and science in the qualitative research (5th ed.). Bangkok: Amarin Printing [In Thai]
- Jittangwattana, B. (2016). Marketing Management for Tourism Industry (3th ed.). Bangkok: Thammasat University [In Thai]
- National Tourism Development Plan. (2017). The Second National Tourism Development Plan (B.E. 2016 – 2020). National Policy Committee. [In Thai]
- Silaparasee, N. (2017). Tourism Industry (7th ed.). Bangkok: Chulalongkorn University [In Thai]
- Sellick, M. C. and Thomas E. M. (2004). "Tourism for the Young-old and Old-old". New Horizons in Tourism: Strange Experiences and Stranger Practices. Cambridge: Edited by TV Singh, CABI Publishing.
- Sinrapaserd, Nisa. (2017). Tourism Industry. Bangkok: Chula Press. [In Thai]

- Tourism Promotion Plan of Samut Sakhon Provincial Administration Organization. (2016).
Tourism Promotion Plan of Samut Sakhon Provincial Administration Organization B.E.
2016 – 2018. Samut Sakhon Provincial Administration Organization. [In Thai]
- National Strategy. (2018). National Strategy for 20 years (B.E. 2018 – 2037) (Reform). Office of
Secretary of National Strategy Committee, Office of the National Economics and
Social Development Board. [In Thai]
- Isichaikul, Rane. (2014). Specific Tourism Management. Bangkok: STOU Book (in Thai).
- Chantavanich, S. (2013). Approach of Qualitative Research (21st Edition). Chulalongkorn
University Press, Bangkok. [In Thai]
- Chetmas, Surachet and Datchanee Aimphan. (1996). National Park and Preservation. in
Surachet Chetmas and Datchanee Aimphan (Editor), Reserved Area Management
Lecturer Training: Reserved Area Management and Bio-Diversity Preservation. Bangkok:
Thai Pattanapanich (in Thai).
- Bagus and Utama (2012). Motivation and Satisfaction of Senior Tourists for Traveling
Overseas. Dhyana Pura University, Bali, Indonesia
- Cabinet Office Government of Japan. (2015). Elderly Person Statistics Report.
Retrieved January 31, 2018, from www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2017/html/gaiyou/s1_1.html
- HIS の情報誌会員. (2016). シニア層の海外旅行. *トラベルボイス*. Japan
- Hall, C. M. (2006). ‘Demography’ *Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools Edited by Dimitrios buhalis and Carlos Costa*. Burlington: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- IMF. (2017). 名目 GDP の推移. Retrieved June 22, 2018, from
http://ecodb.net/country/JP/imf_gdp.html
- JTB Tourism Research and Consulting Co. (2017). 海外観光旅行の現状 2017. Japan
- JTB. (2018). “Recommended tours in Bangkok”. Retrieved January 30, 2018, from
https://www.jtb.co.jp/kaigai_guide/asia/kingdom_of_thailand/BKK/. [In Thai]
- Ministry of Justice. (2018). 出入（帰）国者数. Retrieved June 22, 2018, from
www.moj.go.jp/housei/toukei/toukei_ichiran_nyukan.html
- Nastasi, B. K. and Schensul, S. L. (2005). “Contributions of qualitative research to the validity of intervention research”, *Journal of School Psychology*. 43(3), 177-195.

- Chaisuparakul, S. (2015). "Paradigms in Social Science Research", *Journal of Chandraseem Sam*. 21(40), 1-8. [In Thai]
- Potisitta, Chai. (2011). Science and art of quality research. (5th ed.). Bangkok: Amarin Printing and Publishing Press. [In Thai]
- Tokyo Metropolitan Government. (2016). 平成 28 年 「敬老の日」にちなんだ東京都の高齢者人 (推計) . Retrieved January 27, 2018, from <http://www.toukei.metro.tokyo.jp/koureisya/kr16rf0000.pdf>
- Us Bureau of the Census. (2008). International Data Base. Retrieved January 29, 2018, from www.census.gov/programs-surveys/acs/guidance/comparing-acs-data/2008.html
- World Tourism Organization. (2017). Tourism Highlights, 2017 Edition. Retrieved June 21, 2018, from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>



Duangdao Yoshida, Ph.D. candidate of Tourism and Hotel Management, College of Management University of Phayao.



Associate Professor, Chawalee Na Thalung, Lecturer of Tourism and Hotel Management, College of Management University of Phayao.



Associate Professor, Suthinan Pomsuwan, Ph.D., Lecturer and Researcher of the Graduate School, Bangkok University.



Sahanon Tungbenchasirikul, Ph.D., Lecturer of Business Administration (Management), Assumption University.