

ความคาดหวังและความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น

EXPECTATION AND SATISFACTION TOWARDS THE TRAVEL IN THAILAND OF JAPANESE ELDERLY TOURISTS

ดวงดาว โยชิตะ¹, ชวลีย์ ณ ถลาง², สุทินันท์ พรหมสุวรรณ³, สหพันธ์ ตั้งเบญจสิริกุล⁴
Yoshida Duangdao¹, Chawalee Na Thalang², Suthinan Pomsuwan³, Sahanon Tungbenchasirikul⁴
วิทยาลัยการจัดการ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา¹⁻²,
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ³, มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ⁴
Yoshida.duangdao24@gmail.com¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตลาดท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่มีต่อความคาดหวังและความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ได้แก่ ข้อคำถามจำนวน 2 ส่วน สอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน ได้มาโดยการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน คือ การทดสอบสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 60-64 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับมหาวิทยาลัย อาชีพแม่บ้าน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 200,000 เยน สถานภาพสมรส รู้จักประเทศไทยจากสื่อโทรทัศน์ ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย 1 ครั้ง ช่วงเดือนกรกฎาคม-กันยายน เวลาในการท่องเที่ยว 5-7 วัน เดินทางพร้อมครอบครัว ช้อปแฟคเกจทัวร์ ค่าใช้จ่ายเดินทาง/ครั้งมากกว่า 150,000 เยน ต้องการกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีก ปัจจัยด้านความปลอดภัยก่อให้เกิดอุปสรรคในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย

นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีความคาดหวังในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีความคาดหวังในด้านราคามากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านสินค้าและบริการ ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และน้อยที่สุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ส่วนด้านความพึงพอใจพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีความพึงพอใจในด้านราคามากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสินค้าและบริการ ด้านพนักงาน ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ และน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ การตลาดท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีความคาดหวังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.000

คำสำคัญ: ความคาดหวัง, ความพึงพอใจ, ผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น, ประเทศไทย

Abstract

This quantitative research purposed to study the travel market of Japanese elderly tourists towards expectation and satisfaction in traveling around Thailand. The questionnaire is the researching tool which is composed of 2 parts and the author used it to ask the 385 samples selected from the convenience sampling method. Statistics in this research consisted of percentage, mean, and standard deviation. Statistics for hypothesis testing was Pearson Correlation Coefficient.

According to the study, most respondents are female aged 60-64 years old. They graduated with the college degree and worked as a housewife with the average monthly salary at 200,000 Yen. They recognize Thailand through television media and have traveled to Thailand once, during July-September. The duration of traveling is 5-7 days and they traveled with their family. Most buy tour package and pay per once more than 150,000 yen. They want to return to travel in Thailand again. For the safety factor, this causes the problem in deciding to travel in Thailand of Japanese elderly tourists at the high level. Regarding each aspect, it was found that the tourists expect the price the most. Next are the physical environment, products and services, process, marketing promotion, staffs, and distribution, respectively. In terms of satisfaction, it was discovered that the overall is the high level. Considering every aspect, Japanese elderly tourists feel satisfied with the price the most. Next are products and services, staffs, physical environment, distribution, process, and marketing promotion, respectively. The tourist market that Japanese elderly tourists anticipate positively relates to the satisfaction of traveling in Thailand with statistical significance at 0.000.

Keyword: Expectation, satisfaction, Japanese elderly tourists, Thailand

บทนำ

สังคมโลกในยุคปัจจุบันกำลังก้าวเข้าสู่แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างทางประชากรที่มีจำนวนประชากรผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ อย่างต่อเนื่อง จากการพยากรณ์แนวโน้มขององค์การสหประชาชาติ พบว่าประชากรผู้สูงอายุในโลกที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปี มีอัตราแนวโน้มเพิ่มจำนวนสูงขึ้นประมาณร้อยละ 17 ของประชากรโลก ภายในปี พ.ศ. 2568 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 32 ของประชากรโลก ในปี พ.ศ.2618 (Hall, 2006: 12-17) ทั้งนี้สาเหตุการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุมีหลายประการ ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านการแพทย์ ความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ การให้ความสำคัญต่อสุขภาพ และอัตราการเกิดลดลง เป็นต้น ส่งผลทำให้ผู้สูงอายุมีอายุยืนมากขึ้น และทำให้หลายธุรกิจ หน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนในหลาย ประเทศต่างให้ความสนใจและมีการเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ เพื่อรองรับกับสถานการณ์การเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุในอนาคต เนื่องจากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงสามารถส่งผลกระทบต่อในวงกว้าง ได้แก่ รายได้ต่อหัวของประชากร ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ การจ้างงาน การเงินและการลงทุน และส่งผลในระดับจุลภาค ได้แก่ การผลิตสินค้าและบริการในธุรกิจด้านต่างๆ เป็นต้น (ชมพูนุท พรหมภักดี, 2556 13)

ตลาดการท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งภาคส่วนที่ได้รับผลกระทบจากแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุซึ่งเป็นกลุ่มตลาดที่มีแนวโน้มเติบโตสูงอย่างต่อเนื่องทั้งในปัจจุบันและอนาคต นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นกลุ่มตลาดที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวสูง มีเวลาเดินทางท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตลาดในวัยอื่นๆ เนื่องจากเป็นวัยที่ไม่มีภาระในการรับผิดชอบด้านการทำงานและครอบครัว แต่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจะมีรูปแบบและพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ เช่น ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ ความปลอดภัยในด้านต่างๆ มีการตัดสินใจซื้อที่ค่อนข้างยาก เนื่องจากเป็นวัยที่มีประสบการณ์ชีวิตจึงทำให้เป็นบุคคลที่มีความคิดรอบคอบก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆ (จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย, 2557 หน้า 1 คอลัมน์ “รู้เขา รู้เรา รู้อาเซียน”) ทำให้ธุรกิจต่างๆ ในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจการขนส่งทางการท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ของฝากของที่ระลึก ธุรกิจบันเทิง สถานที่ท่องเที่ยว และบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ มีความจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมในการรองรับกลุ่มตลาดผู้สูงอายุซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มตลาดที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาและการสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นให้กับการท่องเที่ยว

ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีประชากรผู้สูงอายุเติบโตเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนประชากรในประเทศมากถึง 127 ล้านคน เป็นผู้สูงอายุ 65 ปีขึ้นไป 32 ล้านคน หรือ 1 ใน 4 ของประชากรทั้งหมดของประเทศ สอดคล้องกับการพยากรณ์แนวโน้มอัตราผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นขององค์การสหประชาชาติที่กล่าวว่า ประเทศญี่ปุ่นจะมีอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุเป็น 1:4

ของประชากรในประเทศ ในปี 2040 (ราณี อธิชัยกุล, 136-137) จากสถิติแนวโน้มอัตราการเติบโตของจำนวนผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทำให้ผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นกลายเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายที่ทุกๆประเทศต้องการเช่นเดียวกับประเทศไทย เนื่องจากเป็นกลุ่มตลาดที่มีขนาดใหญ่ การเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีทั้งเวลา อำนาจทางการซื้อสูง และที่สำคัญชาวญี่ปุ่นยังถือว่าเป็นประเทศที่มีความสุขภาพสูง เคารพในกฎระเบียบวินัย (สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์, 2549: 35) ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่มีพื้นฐานมาจากวัฒนธรรม วิถีชีวิตของชาวญี่ปุ่นที่ถูกถ่ายทอด และยึดถือปฏิบัติมาตั้งแต่สมัยอดีตจนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ในด้านการพัฒนาการตลาดจำเป็นจะต้องเข้าใจถึงวัฒนธรรม วิธีการดำเนินชีวิตของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น เนื่องจากมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (สุณัฐวิทย์ น้อยโสภณ, 194)

ดังนั้น จากความสำคัญในช่วงต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย แล้วนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนากระบวนการทัศนทางการตลาดท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นให้เกิดความพึงพอใจและกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ซึ่งอาจส่งผลต่อเนื่องในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวที่หน่วยงานภาครัฐที่พยายามสนับสนุนและผลักดันอยู่ในขณะนี้ในอนาคตได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการตลาดท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่มีต่อความคาดหวังและความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย

ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น ได้ศึกษารวบรวมแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลอ้างอิงต่างๆ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว สุระเชษฐ์ เชมฐุมาส และตรรชนี เอมพันธ์ (2539, 1-29) กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยว มีองค์ที่สำคัญ 5 องค์ประกอบ ได้แก่ นักท่องเที่ยว (Tourist) การตลาดท่องเที่ยว (Tourism marketing) การขนส่ง (Transportation) ทรัพยากรท่องเที่ยว (Tourism resources) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Tourism facilities) เป็นต้น โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมาปรับประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องมือวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น พร้อมกับเป็นแนวทางในการอภิปรายในงานวิจัยชิ้นนี้

2. แนวคิดและทฤษฎีความคาดหวัง ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546) ได้กล่าวว่า ความคาดหวังของลูกค้าย่อมมีความต้องการในการบริโภค หรือความคาดหวังในการได้รับผลิตภัณฑ์ ซึ่งเกิดขึ้นจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ โดยหากนักการตลาดนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เกิดความเป็นจริง จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความคาดหวังในผลิตภัณฑ์นั้นสูงเกินจริง และเมื่อผู้บริโภคพบว่าการนำเสนอของผลิตภัณฑ์นั้นต่ำเกินจริงก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ สอดคล้องกับซิซิงูกร พรภาณวิชัย (2540, 6) ได้กล่าวว่าความคาดหวังคือความรู้สึก ความคิดเห็น การรับรู้ การตีความ หรือการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้นของบุคคลอื่นที่คาดหวังในบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตน โดยคาดหวังว่าบุคคลอื่นจะปฏิบัติต่อตนตามความต้องการหรือความคาดหวังที่ตนตั้งไว้ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นทั้งที่เคยมีประสบการณ์มาท่องเที่ยวประเทศไทยเท่านั้น เพื่อให้ทราบถึงอุปสงค์ที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ในการออกแบบเครื่องมือวิจัย และเป็นข้อมูลสนับสนุนในการอภิปรายผลของงานวิจัย นอกจากนี้ยังสามารถนำแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวไปเป็นแนวทางในการผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ป้องกันความไม่พึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย

3. แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551: 65-71) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจ เป็นสภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกทางบวกของบุคคลซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบการรับรู้สิ่งที่ได้รับจากการบริการไม่ว่าจะเป็น

การรับบริการหรือการให้บริการในระดับที่ตรงกับความรู้สิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการบริการนั้นซึ่งจะเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้า และความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ ความพึงพอใจประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 2 ประการ ได้แก่ องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ และองค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมและแนะนำบริการ ด้านผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการบริการ ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ในการออกแบบเครื่องมือวิจัย และเป็นข้อมูลสนับสนุนในการอภิปรายผลของงานวิจัย นอกจากนี้ยังสามารถนำแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้ตรงกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ สร้างความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย อันจะส่งผลให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวซ้ำ

4. ส่วนประสมทางการตลาด 7 P's ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้กล่าวถึง แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Service Mix) ของ Philip Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่มีความสัมพันธ์กับธุรกิจบริการ โดยการใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์ในด้านการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นต้น ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้เพื่อนำเสนอแนวทางในการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวประเทศไทยให้ตรงตามความคาดหวังและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น

5. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบและการจัดการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (Sellick and Muller, 2004: 167) กล่าวถึงคุณลักษณะที่สำคัญของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุว่าเป็นกลุ่มที่มีอำนาจในการซื้อสูงเนื่องจากเป็นกลุ่มที่เกษียณอายุจากการทำงาน ซึ่งโดยส่วนมากนักท่องเที่ยวก็ยังมีความแข็งแรงดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และต่างประเทศได้ มีระดับการศึกษา การทำงานที่ดี ซึ่งอาจส่งผลทำให้เกิดค่านิยมในการเดินทาง ในขณะที่เดียวกันเป็นกลุ่มบุคคลที่มีเวลาในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น แต่ในขณะที่เดียวกันนี้อิสึซึกุ (2557, 146) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุมีลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านรายได้ ปัจจัยด้านสุขภาพ ปัจจัยด้านเพื่อนร่วมทาง ปัจจัยด้านความปลอดภัย ซึ่งผู้วิจัยนำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการออกแบบสอบถามเพื่อให้ทราบข้อจำกัดในการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นอันจะส่งผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในอนาคต และนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้เกิดความเหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวดังกล่าว

6. แนวคิดเกี่ยวกับภูมิหลังของชาวญี่ปุ่น โรงเรียนสมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น, 2541) ชาวญี่ปุ่นมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับธรรมชาติซึ่งจะเห็นได้จากรากฐานทางด้านจิตใจซึ่งแสดงออกมาในรูปปรัชญา ความคิด และศาสนา เป็นต้น ในขณะที่ทัศนคติในการพักผ่อนหย่อนใจก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 สถานที่ที่ชาวญี่ปุ่นนิยมพักผ่อนหย่อนใจ ได้แก่ การไปเที่ยววัด การอาบน้ำแร่ การไปดูมหรสพ หรือฟิสิกานตลก แต่หลังจากแพ้สงครามสู้รบ การเข้ามาของวัฒนธรรมอเมริกันเริ่มเข้ามาในสังคมญี่ปุ่น ความแพร่หลายของโทรทัศน์ได้ทำให้ความบันเทิงแบบพื้นเมืองสูญหายไป แต่ถึงอย่างไรการท่องเที่ยวได้รับความนิยมนิยมที่สุดในญี่ปุ่นก็คือ การไปเที่ยวน้ำพุร้อนซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมาตั้งแต่สมัยอดีต โดยเฉพาะคู่สามีภรรยาผู้สูงอายุที่เดินทางไปเที่ยวชมโบราณสถานก็มักนิยมพักที่ เรียวคัง (Ryokan : โรงแรมแบบญี่ปุ่น) ที่มีน้ำพุร้อนอยู่ด้วย นอกจากนี้ผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นยังนิยมท่องเที่ยวชมซากุระและใบเมเปิ้ลเปลี่ยนสี กีฬาโอลิมปิก เป็นต้น ซึ่งผู้วิจัยนำแนวคิดดังกล่าวเป็นแนวทางในการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพฤติกรรมภูมิหลังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น เพื่อให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นเกิดความพึงพอใจสูงสุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

การตลาดท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีความคาดหวังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ที่เคยมีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยที่อาศัยอยู่ในโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน การคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจากประชากรทั้งหมดจึงใช้สูตรในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อการหาค่าเฉลี่ยของประชากร (Population Mean, μ) ของ Khazanie Ramakant โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และยอมรับให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ 1 ใน 10 ส่วนของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร ได้กลุ่มตัวอย่าง 385 คน โดยการใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) ในพื้นที่เมืองโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุดในประเทศญี่ปุ่น Cabinet Office Government of Japan (2015)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น ซึ่งมีลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ (Checklist questionnaire)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น ซึ่งมีลักษณะคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ภายใต้กรอบแนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 Ps ได้แก่ ด้านสินค้าและบริการ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านพนักงาน (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมาไปทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Test of Validity) ด้วย IOC (Index of item objective congruence) สวิมล ตีรภานนท์ (2551, 47-148) โดยได้รับการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) จากอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิทำการตรวจสอบข้อคำถามและแสดงความคิดเห็นเป็นรายข้อ โดยการเลือกแบบเจาะจง แล้วนำแบบสอบถามไปทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มตัวอย่างประชากร 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษาแต่มีลักษณะใกล้เคียงกันเพื่อทดสอบความเข้าใจในข้อคำถามของกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงการเก็บข้อมูลและการนำข้อมูลมาหาค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability of the best) โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha) ที่ได้เท่ากับ 0.95 จึงถือว่าแบบสอบถามมีระดับความน่าเชื่อถือที่ดีสามารถนำไปใช้ในขั้นตอนต่อไปได้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปที่เคยมีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย ทั้งที่อาศัยอยู่ในโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น โดยการใช้วิธีแบบสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) พร้อมกับอธิบายแบบสอบถามและเก็บแบบสอบถามให้ได้ตามจำนวนที่กำหนด คือ 385 ชุด

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในส่วนสถิติเชิงอ้างอิง (Inference Statistics) จะใช้การทดสอบสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) เพื่อใช้ทดสอบค่า

ความสัมพันธ์กันสำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองกลุ่ม โดยใช้ค่าสหสัมพันธ์อย่างง่าย เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น มีดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	ร้อยละ
หญิง	67.00
อายุ60-64 ปี	61.00
ระดับการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย	70.10
อาชีพแม่บ้าน	34.30
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 200,000 เยน	49.60
สถานภาพสมรส	89.60
รู้จักประเทศไทยจากสื่อโทรทัศน์	52.70
ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย 1 ครั้ง	74.50
ช่วงเดือนกรกฎาคม-กันยายน เป็นช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย	37.10
ช่วงจำนวนวันในการท่องเที่ยวประเทศไทย 5-7 วัน	61.30
นิยมเดินทางด้วยกันกับครอบครัว	68.30
ใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวประเภทแพ็คเกจทัวร์	64.90
ประมาณการค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในแต่ละครั้งมากกว่า 150,000เยน	57.90
กลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีก	94.8
ปัจจัยที่อาจก่อให้เกิดอุปสรรคในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยคือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย	20.8

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.00 อายุ60-64 ปี คิดเป็นร้อยละ 61.00 ระดับการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 70.10 อาชีพแม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 34.30 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 200,000 เยน คิดเป็นร้อยละ 49.60 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 89.60 รู้จักประเทศไทยจากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 52.70 ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 74.50 ช่วงเดือนกรกฎาคม-กันยายน เป็นช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 37.10 ช่วงจำนวนวันในการท่องเที่ยวประเทศไทย 5-7 วัน คิดเป็นร้อยละ 61.30 นิยมเดินทางด้วยกันกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 68.30 โดยใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวประเภทแพ็คเกจทัวร์ คิดเป็นร้อยละ 64.90 ประมาณการค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในแต่ละครั้งมากกว่า150,000เยน คิดเป็นร้อยละ 57.90 ถ้ามีโอกาสท่านจะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีก คิดเป็นร้อยละ 94.80 และปัจจัยที่อาจก่อให้เกิดอุปสรรคในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยคือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 20.80

ส่วนที่ 2 การตลาดท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีความคาดหวังและความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านการตลาดท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีความคาดหวังและความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ความคาดหวัง (ร้อยละ)	ความพึงพอใจ (ร้อยละ)
ด้านสินค้าและบริการ (Product and Service)	3.76	3.41
ด้านราคา (Price)	3.88	4.36
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3.53	3.29
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.63	3.09
ด้านพนักงาน (People)	3.60	3.41
ด้านกระบวนการ (Process)	3.69	3.13
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)	3.83	3.35
ค่าเฉลี่ยรวม	3.70	3.43

จากตารางที่ 2 พบว่า

ด้านความคาดหวัง ภาพรวมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความคาดหวังในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในระดับมาก ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.70 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีความคาดหวังในด้านราคามากที่สุด ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.88 รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.83 ด้านสินค้าและบริการ ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.76 ด้านกระบวนการ ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.69 ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.63 ด้านพนักงาน ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.60 และน้อยที่สุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.53 ตามลำดับ

ด้านความพึงพอใจ ภาพรวมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในระดับมาก ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.43 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีความพึงพอใจในด้านราคามากที่สุด ค่าเฉลี่ยโดยรวม 4.36 รองลงมาคือ ด้านสินค้าและบริการ ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.41 ด้านพนักงาน ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.41 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.35 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.29 ด้านกระบวนการ ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.13 และน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.09 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น

	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ
ความคาดหวัง		
Pearson Correlation	1	0.331
Sig. (2-tailed)		0.000*
N	385	385
ความพึงพอใจ		
Pearson Correlation	0.331	1
Sig. (2-tailed)	0.000*	
N	385	385

จากตาราง พบว่า การตลาดท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีความคาดหวังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย เนื่องจากค่านัยสำคัญทางสถิติ (Significant Level) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 โดยเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) แล้วพบว่า มีค่า 0.331 ซึ่งแสดงว่า การตลาดท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีความคาดหวังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย

สรุปและอภิปรายผล

งานวิจัยเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยไว้ ดังนี้

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 60–64 ปี มีระดับการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย ประกอบอาชีพแม่บ้าน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 200,000 เยน สถานภาพสมรส รู้จักประเทศไทยจากสื่อโทรทัศน์ ส่วนมากเคยมีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย 1 ครั้ง ในช่วงเดือนกรกฎาคม-กันยายน โดยใช้เวลาในการท่องเที่ยว 5-7 วัน โดยนิยมเดินทางพร้อมครอบครัว โดยใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวประเภทแพ็คเกจทัวร์ ซึ่งค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวแต่ละครั้งมากกว่า 150,000 เยนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความคาดหวังในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยมากที่สุดในด้านราคา ซึ่งข้อค้นพบบางส่วนสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชีร์ ตีระจินดาและสมบัติ กาญจนกิจ (2557) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 55-65 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความประสงค์จะเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทยและ/หรือแนะนำเพื่อนให้มาอีกแน่นอน ราณี อิลิซัยกุล (2557, 146) ดังนั้น การที่ผลของวิจัยในครั้งนี้บางส่วนไม่สอดคล้องกันกับผลการวิจัยของชีร์ ตีระจินดาและสมบัติ กาญจนกิจ เนื่องจากการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุมีลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านรายได้ ปัจจัยด้านสุขภาพ ปัจจัยด้านเพื่อนร่วมทาง ปัจจัยด้านความปลอดภัย นอกจากนี้ ช่วงระยะเวลา และพื้นที่ในการเก็บข้อมูลก็แตกต่างกัน ในอีกกรณีนี้ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ด้านความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่อาจก่อให้เกิดอุปสรรคในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยนั้นได้สอดคล้องกับงานวิจัยของราณี อิลิซัยกุล และซัชพล ทรงสุนทรวงค์ (2552) ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวปัจจัยที่มีความสำคัญอันดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว

ส่วนประเด็นการตลาดท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีความคาดหวังในด้านราคามากที่สุด ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชีร์ ตีระจินดาและสมบัติ กาญจนกิจ (2557) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่า ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับบทความวิชาการของ Naohiro Yashiro (1996) ที่กล่าวถึงสถานะทางเศรษฐกิจของผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่มีการวางแผนเก็บเงินเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุในช่วงปี ค.ศ. 2020 และอัตราการเกิดลดน้อยลง ส่งผลทำให้โอกาสในการอาศัยอยู่คนเดียวของผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้น และมีอัตราค่าครองชีพภายในครัวเรือนที่สูงขึ้น จึงทำให้อัตราการออมเงินของผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นสูงกว่าชาวอเมริกา ซึ่งจากบทความดังกล่าวจึงอาจเป็นข้อมูลสนับสนุนผลการวิจัยในครั้งนี้ที่พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีความคาดหวังเกี่ยวกับด้านราคามากที่สุด

ส่วนประเด็นการตลาดท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย พบว่า ภาพรวมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยในระดับมาก สอดคล้องกับ ข้อมูลโครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2560) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีความพึงพอใจในด้านราคามากที่สุด ซึ่ง

สอดคล้องกับความคาดหวังซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยในส่วนของความคาดหวังซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังด้านราคาอยู่ในระดับมากที่สุด โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของจิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551: 65-71) ที่อธิบายว่าความพึงพอใจ เป็นสภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกทางบวกของบุคคลซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบการรับรู้สิ่งที่ได้รับการบริการไม่ว่าจะเป็นการรับบริการหรือการให้บริการในระดับที่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการบริการนั้นซึ่งจะเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้า พร้อมกับแนวคิดดังกล่าวยังสอดคล้องกับ ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า การตลาดท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีความคาดหวังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย

สรุปผล

งานวิจัยเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยไว้ ดังนี้

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาการตลาดท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีความคาดหวังและความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 60-64 ปี มีระดับการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย ประกอบอาชีพแม่บ้าน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 200,000 บาท สถานภาพสมรสรู้จักประเทศไทยจากสื่อโทรทัศน์ ส่วนมากเคยมีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย 1 ครั้ง ในช่วงเดือนกรกฎาคม-กันยายน โดยใช้เวลาในการท่องเที่ยว 5-7 วัน โดยนิยมเดินทางพร้อมครอบครัว โดยใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวประเภทแพ็คเกจทัวร์ ซึ่งค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวแต่ละครั้งมากกว่า 150,000 บาท และโดยส่วนมากมีความต้องการกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีก ในขณะที่เดียวกันก็มีปัจจัยที่อาจก่อให้เกิดอุปสรรคในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยคือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย

การตลาดท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีความคาดหวังและความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย พบว่า ภาพรวมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความคาดหวังในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีความคาดหวังในด้านราคามากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านสินค้าและบริการ ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และน้อยที่สุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ ส่วนด้านความพึงพอใจ พบว่า ภาพรวมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีความพึงพอใจในด้านราคามากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสินค้าและบริการ ด้านพนักงาน ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ และน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

การตลาดท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีความคาดหวังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

เชิงนโยบาย

1. หน่วยงานภาครัฐ และฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ควรกำหนดนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดอุปสรรคในการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น

2. หน่วยงานภาครัฐ และฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ควรวางแผนพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวโดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาให้มีความเหมาะสมกับคุณภาพ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมีความคาดหวังและมีความพึงพอใจมากที่สุด ควรมุ่งเน้นการพัฒนาด้านการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การครองความนิยมอย่างยั่งยืนต่อไป

เชิงปฏิบัติการ

1. ภาครัฐควรจัดประชุมชี้แจงให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้เข้าใจถึงนโยบายและแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน
2. สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ และฝ่ายที่เกี่ยวข้องทุกระดับ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวนำไปสู่การพัฒนา แก่ไข และปรับปรุง การท่องเที่ยวให้เกิดความเหมาะสม และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น

เชิงวิชาการ

1. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวประเทศไทย ในเขตพื้นที่โตเกียว การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษานักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งอาจจะทำให้นักวิจัยได้ผลความพึงพอใจที่เป็นปัจจุบันมากกว่า
2. ควรทำการศึกษาต่อเนื่องทุกปี เพื่อทราบความเปลี่ยนแปลงของความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย
3. ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจในชาติอื่นๆ นอกเหนือจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น
4. ควรทำการศึกษาศักยภาพของอุปทานทางการท่องเที่ยวว่ามีความพร้อมในการรองรับผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นและชาติอื่นๆ

เอกสารอ้างอิง

- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปี 2560*. สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- จิตตินันท์ นันทโพธิ์. (2551). *จิตวิทยาการบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดเคชั่น.
- จิราวดี รัตนโพธิ์ชัย. (2557). *รู้เขา รู้เรา รู้อาเซียน*. สืบค้นเมื่อ 3 มกราคม 2561, www.itd.or.th
- ชมพูนุท พรหมภักดี. (2556). *การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุประเทศไทย*. กลุ่มงานวิจัยและข้อมูล สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. 3(16): ก-ข.
- ชิษณุกร พรภาณวิชัย. (2540). *ความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อบทบาทการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นของสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล : กรณีศึกษาจังหวัดแพร่*. วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสิ่งแวดล้อม, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ธีร์ ติระจินดาและสมบัติ กาญจนกิจ. (2557). *การส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุตลาดญี่ปุ่นสู่ประเทศไทย*. วิทยาลัยการศึกษามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ราณี อิศัยกุล. (2557). *การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- โรงเรียนสมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น). (2541). *กระจกส่องญี่ปุ่น*. กรุงเทพฯ: ดวงกลมสมัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การวิจัยธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- _____. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์. (2549). *การบริหารท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: สามเจริญพาณิชย์ (กรุงเทพ).
- สุนัฐวิทย์ น้อยโสภณ. (2561). *ความแตกต่างทางวัฒนธรรมปัจจัยสำคัญในการขยายธุรกิจสู่ตลาดโลก*. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*. 11(27): 187-194.
- สุรเชษฐ์ เชษฐมาส และดรชนันท์ เอมพันธ์. (2539). *อุทยานแห่งชาติกับการอนุรักษ์*. ใน สุรเชษฐ์ เชษฐมาส และดรชนันท์ เอมพันธ์ (บรรณาธิการ), *การฝึกอบรมหลักสูตรการเป็นวิทยากรด้านการจัดการพื้นที่อนุรักษ์: การบริหารการจัดการพื้นที่อนุรักษ์ และการอนุรักษ์ความหลากหลายทางด้านชีวภาพ*. กรุงเทพฯ: ไทยพัฒนาพานิช.
- สุวิมล ติरणันท์. (2551). *การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- 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
- Hall, C. Mitchael. (2006). *'Demography' Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools*. Edited by Dimitrios buhalis and Carlos Costa, Elsevier Butterworth-Heinemann, Burlington, 9-18.
- Naohiro, Yashiro. (1996). *The Economic Effects of Aging in the United States and Japan: The Economic Position of the Elderly in Japan*. Edited by University of Chicago Press, 89-107.
- Sellick, Megan Cleaver;& Thomas E. Muller. (2004). " *Tourism for the Young-old and Old-old*". New Horizons in Tourism: Strange Experiences and Stranger Practices. Edited by TV Singh, CABI Publishing, Cambridge, 163-180.

Translated Thai References

- Chetmas, Surachet;& 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).
- Economic, Tourism and Sport. (2017). *Attitude and Satisfaction in Traveling around Thailand In 2017*. Office of the Permanent Secretary. (in Thai)
- Euachongpravit, Santichai. (2006). *Strategic Tourism Management*. Bangkok: Sam Charoen Panit (Bangkok). (in Thai).
- Isichaikul, Ranee. (2014). *Specific Tourism Management*. Bangkok: STOU Book. (in Thai)
- Nanthapaiboon, Jittinan. (2008). *Service Psychology*. Bangkok: SE-ED. (in Thai)
- Noisopha, Sunatawee. (2018). *Differences of Culture: Important Factors of Business Expanding to World Market*. Journal of Thonburi University Sunatthavee Noisopa. 11(27): 187-194. (in Thai)
- Pornphanuwit, Chitsanukorn. (1997). *Expectation of People on Local Resources Management of Sub-district Administration Organization Members: A Case Study of Phrae Province*. Thesis of Master of Social Sciences, Environment Program, Faculty of Graduate Studies, Mahidol University (in Thai).
- Promphak, Chompunuch. (2013). *Approaching Thailand Aging Society*. Research and Information Division, Bureau of Academic Affairs, The Secretariat of the Senate 3(16): a-b (in Thai)
- Rattanapaitoonchai, Jirawadee. (2014). *Know Each Other, Know ASEAN*. Retrieved on 3 January 2018, from www.itd.or.th (in Thai)
- Santichai, Euachongpravit (2006). *Strategic Tourism Management*. Sam Charoen Panit (Bangkok): Bangkok (in Thai).
- Serarat, Siriwan et al. (1998). *Business Research*. Bangkok: Petchjarassaeng (in Thai).
- _____. (2003). *Modern Marketing Management*. Bangkok: Thammasan. (in Thai).
- Technology Promotion Association (Thailand-Japan) (1998). *Reflecting Japan*. Bangkok: Duangkamol Samai (in Thai)
- Tirajinda, Tee;& Kanchanakit, Sombat. (2014). *The promotion of tourism for Japanese elderly marketers to Thailand*. Master of Science, Chulalongkorn University (in Thai)
- Tirakanan, Suwimol. (2008). *The creation of variations measuring tools for social science research: a guideline for practice*. 2nd ed. Bangkok: Chulalongkorn University Book Center (in Thai)