

## การวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยววัยเจริญวัย Silver Age ในจังหวัดอุทัยธานี

อารยา ยอดฉิม\*, กนกกานต์ แก้วหนู\*\*

### บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับกลุ่มผู้สูงวัยฐานะค่อนข้างดีในจังหวัดอุทัยธานี ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น ปรังใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ โดยกระจายกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 8 อำเภอ อำเภอละ 50 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 400 คน

ผลการศึกษาพบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงวัยฐานะค่อนข้างดีโดยรวม ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.08) โดยด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (4.43) รองลงมา คือด้านความปลอดภัย (4.25) และด้านสินค้าและของที่ระลึกมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (3.84) และศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานีโดยรวมอยู่ในระดับมาก (4.12) โดยด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (4.54) รองลงมาคือ ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว (4.15) และด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (3.88) จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver age จำนวน 7 ตัวแปร ส่งผลเชิงบวกต่อศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ได้แก่ ความปลอดภัย วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต ความสะดวกในการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยว การนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยความปลอดภัยมีอิทธิพลสูงสุด ผลการศึกษานำไปใช้ประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ นักวิชาการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นฐานข้อมูลแก่นักวิจัย กำหนดนโยบาย แผนงาน และโครงการเพื่อพัฒนาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่อุทัยธานีให้ประสบความสำเร็จได้

**คำสำคัญ :** การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, นักท่องเที่ยววัยกลุ่ม Silver age, จังหวัดอุทัยธานี

\* นักศึกษาลัทธิสุทธการศึกษาระดับบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

\*\* รองศาสตราจารย์ สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

## Analysis of the Needs of Cultural Tourists of the Silver Age in Uthai Thani Province

Araya Yordchim\*, Kanokkarn Kaewnuch\*\*

### Abstract

The purpose of this research was to analyze the needs of tourists that affect cultural tourism management potential for the Silver Age group in Uthai Thani Province. A quantitative research method was used. Data were collected by using questionnaires. The sample group is Thai tourists aged over 55 years who have traveled to Uthai Thani Province. The sampling was based on probability, stratified, and they were divided into 8 districts, 50 people in each district, totaling 400 people.

The study found that the demand of Silver age tourists as a whole was at a high level (4.08 average), with tourist attractions having the highest average (4.43 average), followed by safety (4.25 average) and local products and souvenirs (3.84 average). The overall potential of cultural tourism management in Uthai Thani Province was at a high level (mean 4.12), with the cultural tourist attractions having the highest average (mean 4.54), followed by tourism activities (mean 4.15), and community participation had the lowest average (mean 3.88). From hypothesis testing, it was found that the 7 Silver Age tourist demand factors had a positive effect on the cultural tourism management potential in Uthai Thani Province with statistical significance at the level of 0.01 and 0.05, namely safety, culture, tradition and way of life, convenience in traveling. travel tourist attraction Guided tours and guides and facilities by safety most influential. The study's findings can be applied by government organizations, academic institutions and neighborhood stakeholders can be successfully used as databases to construct plans, programs, and policies to develop the potential for managing cultural tourism in the Uthai Thani area.

**Keywords :** Cultural tourists, Silver age, Uthai Thani province

---

\* Student in Master of Management Integrated Tourism and Hospitality Management, National Institute of Development Administration

\*\* Associate Professor in Management Integrated Tourism and Hospitality Management, National Institute of Development Administration

Corresponding author, email: araya.yor@stu.nida.ac.th, Tel. 096-6351666

**Received :** June 14, 2023; **Revised :** July 25, 2023; **Accepted :** July 26, 2023

## ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของหลายประเทศ (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) ข้อมูลจากองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ได้เปิดเผยว่าในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 43 ล้านคน คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 4 และคาดการณ์ว่าในปี 2030 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางระหว่างประเทศ 1.8 พันล้านคน (World Tourism Organization, 2011) จากข้อมูลดังกล่าว ทำให้ประเทศต่าง ๆ ที่มีศักยภาพด้านพื้นที่ทั้งในแง่ทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม และสิ่งดึงดูดอื่น ๆ พยายามพัฒนาและผลักดันให้ตนเป็นจุดหมายปลายทางหลักที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือก (ชลัมภ์ ศุภวาทิ, 2560) แม้ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ประเทศต่าง ๆ ได้รับผลกระทบจากความผันผวนของสถานการณ์โลก เช่น เศรษฐกิจชะลอตัว ความวุ่นวายทางการเมือง การก่อการร้าย วิกฤตการณ์โควิด-19 เป็นต้น ซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่อบรรยากาศในการเดินทางของนักท่องเที่ยว (ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว, 2563) อย่างไรก็ตาม หลายประเทศยังคงพยายามผลักดันภาคการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, 2562) ทั้งนี้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมาก เนื่องจากเป็นเครื่องมือในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคม ทั้งช่วยลดปัญหาความยากจน เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสามารถสร้างรายได้อย่างกว้างขวาง เพราะนอกจากจะก่อให้เกิดรายได้โดยตรงแล้ว ยังก่อให้เกิดรายได้ทางอ้อมต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องอีกมากมาย เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น ซึ่งทำให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560 - 2564 ที่เน้นการเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560) ทำให้ต้องหันมาให้ความสนใจและให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวคุณภาพ รวมถึงการจัดการท่องเที่ยวคุณภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพ ดังนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในฐานะหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวจึงได้ทำการปรับกลยุทธ์และวางนโยบายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ในปี พ.ศ. 2563 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ริเริ่มนโยบาย “เราเที่ยวด้วยกัน” ขึ้นเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายภาคประชาชนผ่านการท่องเที่ยวภายในประเทศ ช่วยเพิ่มสภาพคล่องให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง สนับสนุนการสร้างงานและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศในองค์รวม (เราเที่ยวด้วยกัน, 2564) และยังจัดแคมเปญ “เที่ยวไทยวัยเก๋า” โดยสนับสนุนให้ผู้สูงอายุที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป เดินทางท่องเที่ยวข้ามจังหวัดในวันธรรมดามานับบริษัทนำเที่ยว เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจภาคการท่องเที่ยวในประเทศ (กรุงเทพธุรกิจ, 2564) ในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพให้เดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น

โดยนักท่องเที่ยวอายุ 55 ปีขึ้นไป หรือกลุ่ม Silver age เป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย เนื่องจากกลุ่ม Silver age เป็นกลุ่มประชากรที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นในทุกปี เมื่อเปรียบเทียบกับประชากรในกลุ่มอื่น ๆ โดยพบว่า สัดส่วนโครงสร้างประชากรไทยระหว่างปี พ.ศ. 2553 - 2583 สัดส่วนของประชากรวัยเด็กและวัยแรงงานมีแนวโน้มลดลง ในขณะที่สัดส่วนของประชากรกลุ่ม Silver age มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

ต่อเนื่องจากร้อยละ 13.20 ของจำนวนประชากรทั้งหมดในปี พ.ศ. 2553 เป็นร้อยละ 32.10 ในปี พ.ศ. 2583 (มูลนิธิพัฒนางานผู้สูงอายุ, 2564) จากแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นของกลุ่ม Silver age จึงทำให้การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่ม Silver age เป็นตลาดที่มีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีวี ตีระจินดา และสมบัติ กาญจนกิจ (2557) ได้กล่าวถึงรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อการบำเพ็ญประโยชน์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเพื่อกีฬา กอล์ฟ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและยังพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver age จะไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นผู้ที่มีเวลาว่าง มีกำลังซื้อ เป็นวัยรักความสงบ ดังนั้นจะมีความนิยมในการเดินทางไปท่องเที่ยวตามแหล่งโบราณสถาน สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น วัด พิพิธภัณฑ์ หรือสถานที่พักผ่อนเพื่อสุขภาพ เป็นต้น (นรินทร์ สังข์รักษา สุภาภรณ์ พรหมฤาษี และธีรังกูร วรบำรุงกุล, 2559) สอดคล้องกับกาญจนาวดี พวงชื่น และแสงสรรค์ ภูมิสถาน (2563) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความพร้อมทางด้านการเงินและมีเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวที่มากกว่านักท่องเที่ยวในวัยอื่น ๆ โดยส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นคู่ไปในแหล่งท่องเที่ยวที่มีการเดินทางสะดวก เข้าถึงง่าย มีความปลอดภัย และมีการบริการดูแลเป็นพิเศษ สนใจประกอบกิจกรรมนันทนาการประเภทชมธรรมชาติ และการได้อยู่ท่ามกลางอากาศที่บริสุทธิ์โดยมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีความยืดหยุ่น กิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลาย ต้องการให้พื้นที่สาธารณะและบ้านพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่ออกแบบมาสำหรับผู้สูงอายุ

จังหวัดอุทัยธานีเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ทางภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่าและภูเขาสูง สภาพป่าไม้อุดมสมบูรณ์ มีพื้นที่ประมาณ 6,730 ตารางกิโลเมตร สภาพป่าไม้ของจังหวัดอุทัยธานีอุดมสมบูรณ์มีความหลากหลายทางธรรมชาติจนทำให้เขตรักษาพันธุ์ห้วยขาแข้งได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก (สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี, 2561) โดยจังหวัดอุทัยธานี เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย เช่น ล่องเรือแม่น้ำสะแกกรัง วัดท่าซุงหรือวัดจันทาราม วัดอุโปสถาราม วัดถ้ำเขาวงตروقโรงยา เขาสะแกกรัง วัดผาทั้ง ศูนย์ผ้าทอลายโบราณบ้านผาทั้ง ถ้ำพุกหาย ถ้ำเขาพระยาพายเรือ บ้านกระเหรียงแก่นมะกรูด หุบป่าตาด ต้นไม้ยักษ์บ้านสะนา สะพานแขวนเกาะเทโพ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง และน้ำตกผารมเย็น มีแม่น้ำที่สำคัญคือ แม่น้ำสะแกกรัง (สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี, 2561) จังหวัดอุทัยธานีมีเป้าหมายการพัฒนา โดยส่งเสริมให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว บริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความปลอดภัย ได้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย และยกระดับสู่มาตรฐานการท่องเที่ยวของอาเซียนในอนาคต ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยเร่งการประชาสัมพันธ์ การเชื่อมโยงผู้ประกอบการและจัดหาตลาดด้านการท่องเที่ยวใหม่ ๆ รองรับการเดินทางเติบโตด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด เพื่อมุ่งสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี, 2561) แต่ถึงอย่างไรก็ตามจังหวัดอุทัยธานีก็ยังไม่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวจากการสำรวจสถิติการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติพบว่า ในปี พ.ศ. 2563 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 479,957 คน และชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 689 คน รายได้รวม 786 ล้านบาท โดยมีรายได้ลดลงจากปี พ.ศ. 2562 ถึงร้อยละ 41.41 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) ซึ่งสอดคล้องกับการท่องเที่ยวในปัจจุบัน มีรูปแบบที่ถูกสร้างขึ้นมาอย่างหลากหลาย และหนึ่งในรูปแบบที่มีความน่าสนใจ คือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มองว่าการ

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น นับเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจุดขายเฉพาะในการสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ และนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาค ในขณะที่เดียวกันยังเป็นกลไกและเครื่องมือสำคัญในการรักษาสืบทอดวัฒนธรรมของท้องถิ่นและประเทศให้คงอยู่อย่างทรงคุณค่ารวมทั้งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มภายใต้ความสมดุลแห่งการพัฒนาที่ควบคู่ในอนาคตได้ (ชิตาวีร์ สุขคร, 2562)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า จังหวัดอุทัยธานีเป็นเมืองที่มีความโดดเด่นทางด้านวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชัดเจน แต่ไม่ได้ถูกกล่าวถึงจากนักท่องเที่ยวมากนัก และยังไม่มีการส่งเสริมหรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ให้เป็นที่รู้จักเท่าที่ควร ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ทั้งในส่วนของภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อร่วมกันขับเคลื่อนให้จังหวัดอุทัยธานีเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวในกลุ่ม Silver age ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวสูง สนใจเดินทางไปท่องเที่ยวตามแหล่งโบราณสถาน สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่าง ๆ สามารถกระจายรายได้สู่ชุมชนลดการว่างงานได้ในอนาคต

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับกลุ่ม Silver age ในจังหวัดอุทัยธานี

### การทบทวนวรรณกรรม

#### 1. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

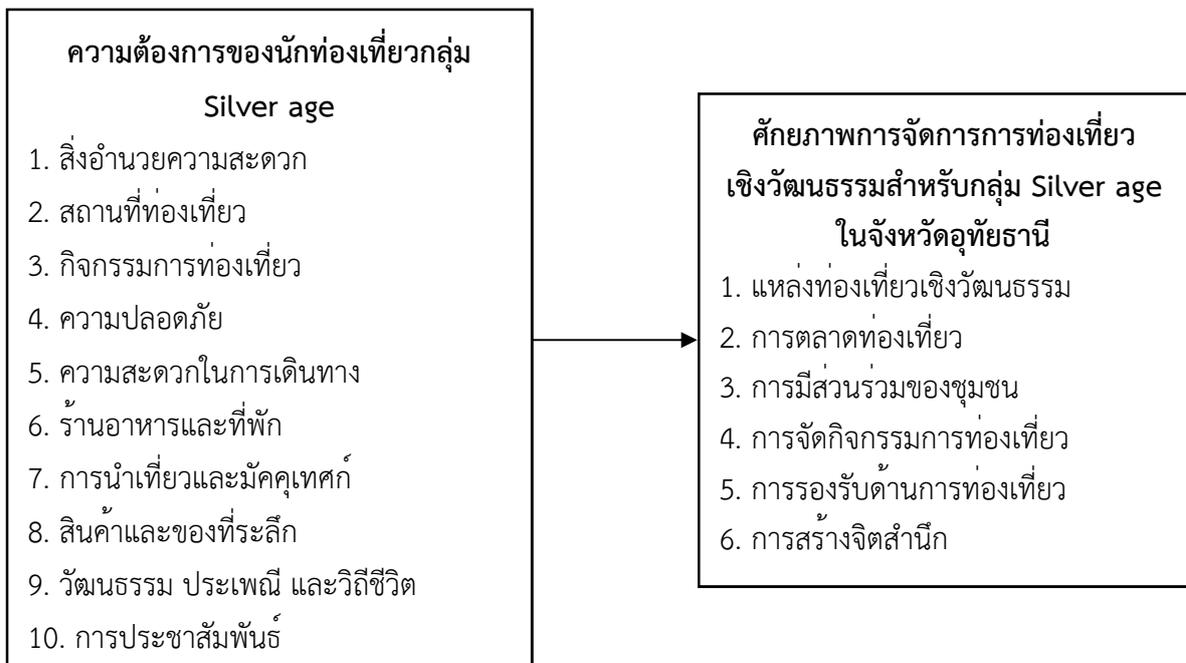
พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง การศึกษาถึงกระบวนการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า หรือเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนในการตัดสินใจ ทั้งก่อนการตัดสินใจ และภายหลังการตัดสินใจแล้ว หรือเป็นพฤติกรรมของผู้บริโภคในการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมิน (Evaluating) และการจับจ่ายใช้สอย (Disposing) สินค้า บริการ และความคืด (Schiffman & Kanuk, 2000)

พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการปฏิบัติหรือการแสดงออก อีกทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้ากล่าวอีกนัยหนึ่ง พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึนึกคิด การแสดงออก การดำรงชีวิตของมนุษย์ในแต่ละวัน พฤติกรรมที่แสดงออกนั้นอาจมีความแตกต่างกันไปเนื่องจากแต่ละคนย่อมมีทัศนคติหรือแนวทางของตนเอง ทำให้พฤติกรรมของแต่ละคนมีแนวทางและทิศทางต่างกันไป อย่างไรก็ตามทัศนคติหรือสิ่งจูงใจสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เป็นผลมาจากการยึดถือสิ่งต่าง ๆ ความคิดของตนและรับเอาสิ่งต่าง ๆ จากภายนอกเข้ามาซึ่งแต่ละคนก็มีการตัดสินใจภายใต้สิ่งควบคุมเหล่านี้เพื่อการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของตนตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับหลักการประชากรศาสตร์ อำนาจซื้อ ทัศนคติ และบุคลิกภาพ แรงกดดันทางสังคมหลายประการต่างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (มนชยา โพธิยพ, 2553)

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวถือว่าเป็นผู้บริโภคสินค้าทางการท่องเที่ยวประเภทหนึ่ง และการที่จะทราบว่านักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลนั้นมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างไร จึงมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้ แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดย ฌ็องชุก เพชรพรหม (2554) ให้ความหมายว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว และใช้บริการที่สถานทีนั้น ๆ โดยจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม มีองค์ประกอบอยู่ 7 ประการ ได้แก่ 1) เป้าหมาย คือ เดินทางเพื่อศึกษาวัฒนธรรมหรือพักผ่อน 2) ความพร้อม ต้องมีความพร้อมของร่างกาย เช่น จะดำน้ำลึกต้องมีร่างกายที่แข็งแรง 3) สถานการณ์ เวลาที่เหมาะสมในการเดินทาง เช่น จะไปเที่ยวเกาะควรไปตอนฝนฟ้าไม่คึกคะนอง 4) การแปลความหมาย วิธีการคิดในรูปแบบต่าง ๆ 5) การตอบสนอง คือ การทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อให้บรรลุ เช่น จะเดินทางไปเที่ยวพักผ่อนก็ควรเตรียมแผนการเดินทางล่วงหน้าไว้ เป็นต้น 6) ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ เกิดความพึงพอใจหรือไม่ 7) ปฏิภานต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เดินทางท่องเที่ยวแล้ว ไม่พึงพอใจ

### กรอบแนวคิดการวิจัย



### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

#### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver age ชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 55-70 ปี มีรายได้เฉลี่ย 45,000 – 74,999 บาทต่อเดือน มีความพร้อมด้านสุขภาพร่างกายในการเดินทาง (บริษัทแบรนดเมททริกซ์ รีเสิร์ช จำกัด, 2561) และที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี

#### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี มีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster sampling) จากนักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver age จังหวัดอุทัยธานี พื้นที่การทำวิจัย โดยการกระจายแบบสอบถามไปยังอำเภอต่าง ๆ จำนวน 8 อำเภอ อำเภอละ 50 คน ได้แก่ 1) อำเภอเมือง พื้นที่ศึกษาได้แก่ ตลาดริมแม่น้ำสะแกกรัง วัดท่าซุง และวัดสังกัสรัตนคีรี เป็นต้น 2) อำเภอหนองขาหย่าง พื้นที่ศึกษาได้แก่ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาหารควา-หวานไทยบ้านท่าโพ และวัดท่าโพ เป็นต้น 3) อำเภอทัพทัน พื้นที่ศึกษาได้แก่ วัดทัพทัน วัดนาราม และวัดตลุกคู่ ทัพทัน เป็นต้น 4) อำเภอหนองฉาง พื้นที่ศึกษาได้แก่ วัดสามัคคีรังสรรค์และวัดแจ้ง เป็นต้น 5) อำเภอสว่างอารมณ์ พื้นที่ศึกษาได้แก่ วัดสว่างอารมณ์ และวัดเขาหินเทียน เป็นต้น 6) อำเภอห้วยคต พื้นที่ศึกษาได้แก่ วัดคลองหวาย และวัดสุวรรณบรรพต เป็นต้น 7) อำเภอลานสัก พื้นที่ศึกษาได้แก่ วัดถ้ำทอง วัดถ้ำเขาพระยาพายุเรือ และวัดเขาฆ้องชัย เป็นต้น 8) อำเภอบ้านไร่ พื้นที่ศึกษาได้แก่ ตลาดชาวไฮ วัดถ้ำเขาวง และวัดผาทัง เป็นต้น

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic random sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างจากหน่วยย่อยของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน แบบสุ่มเป็นช่วง ๆ โดยดำเนินการในวันจันทร์-วันอาทิตย์ ช่วงเวลา 09.00-18.00 น. ในแต่ละวัน รวมทั้งสิ้น 10 วัน ได้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ครบตามจำนวนขนาดตัวอย่างที่กำหนดไว้ 400 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นจากข้อมูลการทบทวนวรรณกรรม โดยแบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver age โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 10 ด้าน ดังนี้ 1) สิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 7 ข้อ 2) สถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 5 ข้อ 3) กิจกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 3 ข้อ 4) ความปลอดภัย จำนวน 5 ข้อ 5) ความสะดวกในการเดินทาง จำนวน 5 ข้อ 6) ร้านอาหารและที่พัก จำนวน 5 ข้อ 7) การนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ จำนวน 4 ข้อ 8) สินค้าและของที่ระลึก จำนวน 3 ข้อ 9) วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต จำนวน 4 ข้อ และ 10) การประชาสัมพันธ์ จำนวน 3 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้ 1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 4 ข้อ 2) การตลาดท่องเที่ยว จำนวน 4 ข้อ 3) การมีส่วนร่วมของชุมชน จำนวน 5 ข้อ 4) การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 5 ข้อ 5) การรองรับด้านการท่องเที่ยว จำนวน 5 ข้อ และ 6) การสร้างจิตสำนึก จำนวน 3 ข้อ

ตอนที่ 2 และ ตอนที่ 3 ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555) คือ มากที่สุด (5 คะแนน) จนถึงน้อยที่สุด (1 คะแนน)

### การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ในเรื่องที่ทำการศึกษา ได้ทำการตรวจสอบพิจารณา จำนวน 3 ท่าน เพื่อทดสอบถึงความเที่ยงตรง ความครอบคลุมของเนื้อหา รวมไปถึงความถูกต้องในสำนวนภาษา หลังจากที่ผู้เชี่ยวชาญได้พิจารณาตรวจสอบแล้ว จึงนำผลที่ได้มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม นำแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ทำการทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันกับประชากรที่จะทำการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver age ในจังหวัดอุทัยธานี จำนวน 30 ชุด หลังจากที่นำแบบสอบถามฉบับร่างไปทดลองใช้ (Try out) มาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามที่เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) และนำคะแนนของผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนมาหาค่า IOC โดยผลที่ออกมาเท่ากับ 1.00 หมายความว่าแบบสอบถามสอดคล้องกับจุดประสงค์

### การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับกลุ่ม Silver age ในจังหวัดอุทัยธานี” ซึ่งได้คำขอรับการอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ โครงการวิจัยที่ COA No. 2022/0153 ลงวันที่ 8 ธันวาคม 2565

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูล โดยทำการสอบถามคัดกรองนักท่องเที่ยวในเบื้องต้น เพื่อให้ได้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป และเคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี แล้วเท่านั้น
2. รวบรวมแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปต่อไป

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่ออธิบายคุณลักษณะกลุ่มตัวอย่างในด้านคุณลักษณะประชากรศาสตร์ ความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver age และศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) สำหรับในส่วนของแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็น ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555) ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ค่าน้ำหนักของคะแนนของตัวเลือกตอบ
น้อยที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน
น้อย	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน
ปานกลาง	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน
มาก	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน
มากที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานความต้องการของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทาง ร้านอาหารและที่พัก การนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สินค้าและของที่ระลึก วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต และการประชาสัมพันธ์ ส่งผลต่อศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับกลุ่ม Silver age ในจังหวัดอุทัยธานี ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การตลาดท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชน การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว การรองรับด้านการท่องเที่ยว และการสร้างจิตสำนึก คือ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple regression analysis)

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่ม Silver age ในจังหวัดอุทัยธานี” มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีผลการวิจัยดังนี้

1. คุณลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถาม (n=400)

คุณลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	152	38.0
หญิง	248	62.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>อายุ</b>		
55 – 59 ปี	142	35.4
60 – 64 ปี	144	36.0
65 – 69 ปี	73	18.3
70 ปีขึ้นไป	41	10.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	168	42.0
ปริญญาตรี	215	53.8
สูงกว่าปริญญาตรี	17	4.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถาม (n=400) (ต่อ)

คุณลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	86	21.5
10,001 – 20,000 บาท	134	33.5
20,001 – 30,000 บาท	116	29.0
30,001 – 40,000 บาท	58	14.5
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	6	1.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>ภูมิลำเนา</b>		
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	107	26.8
ภาคกลาง	162	40.5
ภาคเหนือ	21	5.3
ภาคตะวันออก	28	7.0
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	57	14.2
ภาคตะวันตก	13	3.2
ภาคใต้	12	3.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาคุณลักษณะประชากรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี พบว่า

1) เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 และเพศชาย จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00

2) อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 60 – 64 ปี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาคืออายุ 55 – 59 ปี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.40 ถัดมาคืออายุ 65 – 69 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.30 และมีอายุ 70 ปีขึ้นไป จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.30

3) ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.80 รองลงมาคือระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.20

4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 ถัดมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 ถัดมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

5) ภูมิลำเนา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาภาคกลาง จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาคือภูมิลำเนา กรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 ถัดมาคือภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.20 ถัดมาคือภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออก จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ถัดมาคือภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ถัดมาคือภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันตก จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.20 และมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

2. การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในกลุ่ม Silver age ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทาง ร้านอาหารและที่พัก การนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สินค้าและของที่ระลึก วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต และการประชาสัมพันธ์ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการของนักท่องเที่ยวในกลุ่ม Silver age โดยรวม (n=400)

ความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver age	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
1. สิ่งอำนวยความสะดวก	4.24	0.819	มากที่สุด
2. สถานที่ท่องเที่ยว	4.43	0.579	มากที่สุด
3. กิจกรรมการท่องเที่ยว	4.01	0.762	มาก
4. ความปลอดภัย	4.25	0.871	มากที่สุด
5. ความสะดวกในการเดินทาง	4.19	0.921	มาก
6. ร้านอาหารและที่พัก	4.12	0.691	มาก
7. การนำเที่ยวและมัคคุเทศก์	3.97	0.745	มาก
8. สินค้าและของที่ระลึก	3.84	0.765	มาก
9. วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต	3.90	0.716	มาก
10. การประชาสัมพันธ์	3.90	0.754	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.08</b>	<b>0.668</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวในกลุ่ม Silver age โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.08$ , S.D. = 0.668) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานที่ท่องเที่ยว มีความต้องการสูงสุดเป็นอันดับแรก โดยมีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความสะดวกในการเดินทาง ด้านร้านอาหารและที่พัก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต และด้านสินค้าและของที่ระลึก

3. ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานีตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว จากการศึกษาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานีตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การตลาดท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชน การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว การรองรับด้านการท่องเที่ยว และการสร้างจิตสำนึก ดังตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานีตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว โดยรวม (n=400)

ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	4.54	0.497	มากที่สุด
2. การตลาดท่องเที่ยว	3.92	0.717	มาก
3. การมีส่วนร่วมของชุมชน	3.88	0.716	มาก
4. การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.15	0.820	มาก
5. การรองรับด้านการท่องเที่ยว	4.14	0.820	มาก
6. การสร้างจิตสำนึก	4.10	0.805	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.12</b>	<b>0.645</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.12, S.D. = 0.645) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีระดับความคิดเห็นสูงสุดเป็นอันดับแรกโดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.54, S.D. = 0.497) รองลงมา คือด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ( $\bar{X}$  = 4.15, S.D. = 0.820) ด้านการรองรับด้านการท่องเที่ยว ( $\bar{X}$  = 4.14, S.D. = 0.820) ด้านการสร้างจิตสำนึก ( $\bar{X}$  = 4.10, S.D. = 0.805) ด้านการตลาดท่องเที่ยว ( $\bar{X}$  = 3.92, S.D. = 0.717) และด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ( $\bar{X}$  = 3.88, S.D. = 0.716)

จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.0 อายุระหว่าง 60-64 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.00 การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 53.8 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.50 และภูมิลำเนาภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 40.50 และศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานีตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) โดยด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.54) รองลงมาคือ ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.15) และด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver age โดยรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) โดยด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมา คือด้านความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.25) และด้านสินค้าและของที่ระลึกมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.84)

### ผลการวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับกลุ่ม Silver age ในจังหวัดอุทัยธานี

ผลการวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับกลุ่ม Silver age ในจังหวัดอุทัยธานีโดยรวมทั้ง 10 ด้าน เป็นตัวกำหนดศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับกลุ่ม Silver age ในจังหวัดอุทัยธานี ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าความแปรปรวนปัจจัยด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver age ที่ส่งผลต่อศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
Regression	154.404	6	25.734	884.470	.000
Residual	11.434	393	.029		
Total	165.838	399			

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ พบว่า มีตัวแปรอิสระปัจจัยด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver age อย่างน้อย 1 ตัวแปร ที่ส่งผลต่อศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver age มีความสัมพันธ์เส้นตรงกับศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis) ของปัจจัยด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver age ในแต่ละด้านที่ส่งผลต่อศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

ปัจจัยด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver age	B	SE <sub>b</sub>	$\beta$	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	.534	.077		6.947	.000
ความปลอดภัย (X <sub>4</sub> )	.206	.042	.278**	4.947	.000
วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต (X <sub>9</sub> )	.193	.020	.214**	9.603	.000
ความสะดวกในการเดินทาง (X <sub>5</sub> )	.145	.040	.208**	3.666	.000
สถานที่ท่องเที่ยว (X <sub>2</sub> )	.116	.023	.104**	5.072	.000
การนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (X <sub>7</sub> )	.108	.024	.124**	4.538	.000
สิ่งอำนวยความสะดวก (X <sub>1</sub> )	.097	.040	.123*	2.423	.016

\* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

\*\* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 5 เมื่อพิจารณาตัวแปรปัจจัยด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver age พบว่า 7 ตัวแปรย่อย ส่งผลเชิงบวกต่อศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ได้แก่ ความปลอดภัย (Beta = 0.206) วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต (Beta = 0.193) ความสะดวกในการเดินทาง (Beta = 0.145) สถานที่ท่องเที่ยว (Beta = 0.116) การนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (Beta = 0.108) และสิ่งอำนวยความสะดวก (Beta = 0.097) โดยความปลอดภัย มีอิทธิพลสูงสุด กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านความปลอดภัยเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานีเพิ่มขึ้น 0.206 หน่วย สามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปแบบแนบและคะแนนมาตรฐานดังนี้

$$Y = 0.206 (X_4) + 0.193 (X_9) + 0.145 (X_5) + 0.116 (X_2) + 0.108 (X_7) + 0.097 (X_1)$$

$$Z = 0.278 (X_4) + 0.214 (X_9) + 0.208 (X_5) + 0.104 (X_2) + 0.124 (X_7) + 0.123 (X_1)$$

### การอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี โดยจะแบ่งตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและประชาชนในจังหวัดอุทัยธานี

1. ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานีในมุมมองของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานีในระดับมาก โดยเห็นว่าจังหวัดอุทัยธานีนั้นมีสิ่งปลูกสร้างที่สร้างความโดดเด่น บ่งบอกถึงเอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่น สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มีความสะอาด โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวยังสะท้อนถึงความเป็นจริงของวัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตท้องถิ่น มีการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังพบว่า ระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานมีเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับผลการศึกษาของทัศนาวลัย ตันติเอกรัตน์ และชฎาวรรณ ศิริจารุกุล (2564) ได้วิเคราะห์องค์ประกอบศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร มรดกห้วย่างเมืองตรังเพื่อการเรียนรู้บนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า ศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร มรดกห้วย่างเมืองตรัง เพื่อการเรียนรู้บนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของอุทัยวรรณ ภูเทศ (2562) ได้ทำการศึกษาแนวทางการยกระดับการพัฒนาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัดหนองโพ จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งพบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. จากการศึกษาพบว่า ระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver age โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver age เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ โดยบุคคลผู้เข้าสู่วัยนี้จะเริ่มจัดหากิจกรรมเพื่อพักผ่อนหรือผ่อนคลายจากการทำงานมาตลอดหลายปี ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวนั้นเป็นอีกกิจกรรมที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มนี้ ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการจะเป็นสถานที่ที่มีความสวยงามของสภาพภูมิทัศน์ มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ มีความเป็นเอกลักษณ์และมีความงามทางศิลปวัฒนธรรม สอดคล้องกับแนวคิดของ Mok & Lam (2000) ที่กล่าวว่า จุดมุ่งหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver age ชื่นชอบเป็นการเดินทางไปยังสถานที่ เมือง ประเทศ หรือแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ โดยที่กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ เช่น ชมเมือง ทัศนียภาพ เขียวชมสถานที่สำคัญ เคารพสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ชมพิพิธภัณฑ์ ชมธรรมชาติ และการซื้อสินค้า หรือกิจกรรม

อื่น ๆ ซึ่งมีหลากหลาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นพรัตน์ ทรงสายชลชัย (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ด้านประวัติศาสตร์และโบราณสถาน สนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านนันทนาการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ รับทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานีจากอินเทอร์เน็ต ตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีจากสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว เช่น โฆษณา ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีเพื่อพักผ่อนเติมเต็มให้กับชีวิต มีสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีเพื่อชมวิถีชีวิต โดยนักท่องเที่ยวมีระดับความต้องการมากที่สุด ในด้านความเป็นเอกลักษณ์และความงามของศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม การได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงามของสภาพภูมิทัศน์โดยรวมของแหล่งท่องเที่ยวและความหลากหลายของสินค้าและของที่ระลึกท้องถิ่นตามลำดับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ โชติมา ดีพลพันธ์ และแสงแข บุญศิริ (2565) ที่กล่าวว่าระดับความคาดหวังโดยรวมทุกด้านขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเป็นรายด้านโดยเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่าด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านการบริการเสริมทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พักแรม และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นด้านที่มีค่าระดับการรับรู้ต่ำสุด และอยู่ใน Quadrants A (Concentrate here) ซึ่งถือเป็นจุดอ่อนของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านไผ่หูช้าง ที่ต้องให้ความสำคัญและหาวิธีการในการแก้ไขปรับปรุงในด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยเร่งด่วนและผลการศึกษาเชิงคุณภาพด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนมีความเห็นตรงกันว่ากิจกรรมที่จัดไว้สำหรับนักท่องเที่ยวไม่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเท่าที่ควรจึงจำเป็นต้องหาแนวทางแก้ไข

### ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. จากผลการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver age พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความเป็นเอกลักษณ์ มีสภาพภูมิทัศน์ที่สวยงาม และมีความงามทางศิลปวัฒนธรรมดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจึงควรส่งเสริมและสนับสนุนสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวและบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีเอกลักษณ์เฉพาะเพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver age ซึ่งเป็นกลุ่มโหยหาความเป็นวัฒนธรรมของแท้ดั้งเดิมในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ
2. จากผลการศึกษาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่อุทัยธานี พบว่า ทั้งนักท่องเที่ยวและประชาชนได้ให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถนำผลข้อมูลสารสนเทศที่ได้ไปพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver age ให้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานีมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวในมิติอื่น ๆ มากขึ้น ควบคู่กับการกำหนดลักษณะการท่องเที่ยวเฉพาะในพื้นที่ เนื่องจากนักท่องเที่ยวแต่ละสัญชาติมีพฤติกรรมและความต้องการในการท่องเที่ยวที่ต่างกันไป ภาครัฐสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนนโยบายเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการในพื้นที่มากที่สุด

2. ควรทำการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับกลุ่ม Silver age ในจังหวัดอุทัยธานี เพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และเกิดการกระจายรายได้ให้กับผู้ประกอบการในจังหวัดอุทัยธานีมากยิ่งขึ้น

3. ควรมีการจัดสนทนากลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อจะได้มีการวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับกลุ่ม Silver age ในจังหวัดอุทัยธานีได้อย่างชัดเจน และเป็น การแบ่งปันข้อมูลของทุกภาคส่วน รวมถึงแสดงความคิดเห็นเป็นที่ยอมรับร่วมกัน

### เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. (2562). *ทิศทางท่องเที่ยวไทยในปี 2562*. สืบค้นจาก [https://www.ditp.go.th/ditp\\_web61/](https://www.ditp.go.th/ditp_web61/)
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). *สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย รายจังหวัด ปี 2563*. สืบค้นจาก [https://mots.go.th/more\\_news\\_new.php?cid=594](https://mots.go.th/more_news_new.php?cid=594)
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). *แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2560 – 2564 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2563 - 2564)*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กาญจนาวดี พวงชื่น และแสงสรรค์ ภูมิสถาน. (2563). พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 15(2), 29 – 42.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2564). *อัปเดต! 'เที่ยวไทยวัยเก๋า' ททท. หนุน 'แจกเงินเที่ยว' 5,000 บาท*. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/924611>
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- ชลัมภ์ ศุภวาที. (2560). *โครงการบูรณาการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก [www.theleader.com](http://www.theleader.com)
- ชิตาวีร์ สุขคร. (2562). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย. *วารสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน*, 1(1), 1-7.
- โชติมา ดีพลพันธ์ และแสงแข บุญศิริ. (2565). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านไม้หูช้างอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. *วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน*, 28(3), 130-145.

- ณัฐชนก เพชรพรหม. (2554). *วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี* (รายงานผลการวิจัย). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ทัศนาวลัย ตันติเอกรัตน์ และชฎาวรรณ ศิริจารุกุล. (2564). การวิเคราะห์องค์ประกอบศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร มรดกมนุษย์เมืองตรังเพื่อการเรียนรู้บนเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 14(1), 172-187.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. กรุงเทพฯ: บิซิเนสฮาร์แอนด์ดี.
- ธีร์ ธีระจินดา และสมบัติ กาญจนกิจ. (2557). การส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุชาวจีนในในตลาดท่องเที่ยวไทย. *วารสารวิชาการ สถาบันการพลศึกษา*, 6(1), 111-126.
- นพรัตน์ ทรงสายชลชัย. (2563). *ความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาตรีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยพะเยา, พะเยา.
- นรินทร์ สังข์รักษา, สุภาภรณ์ พรหมฤกษ์ และธีระกฤษ วรรณรุ่งกุล. (2559). รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*, 36(2), 1-19.
- บริษัท แบรินด์ เมทริกซ์ รีเสิร์ช จำกัด. (2561). *โครงการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย*. สืบค้นจาก <http://tourismlibrary.tat.or.th/medias/t26323.pdf>
- มนชยา โปธิยพ. (2553). *ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100%*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- มูลนิธิพัฒนางานผู้สูงอายุ. (2564). *สถานการณ์ผู้สูงอายุในประเทศไทย*. สืบค้นจาก <https://fopdev.or.th>
- เราเที่ยวด้วยกัน. (2564). *โครงการเราเที่ยวด้วยกัน*. สืบค้นจาก <https://www.xn--12c1bik6bbd8ab6hd1b5jc6jta.com/information>
- ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว. (2563). *การเติบโตทางการท่องเที่ยวของไทย*. สืบค้นจาก <https://intelligencecenter.tat.or.th/>
- สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี. (2561). *แผนพัฒนาจังหวัดอุทัยธานี*. อุทัยธานี: แผนพัฒนาจังหวัดอุทัยธานี.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *คู่มือการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- อุทัยวรรณ ภูเทศ. (2562). *แนวทางการยกระดับการพัฒนาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัดหนองโพ จังหวัดนครสวรรค์*. *วารสารวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์*, 6(2), 96-104.
- Mok, C., & Lam, T. (2000). *Travel-related behavior of Japanese leisure tourists*. Oxford: The Haworth Hospitality Press.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer behavior*. (7<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River, N.J: Prentice Hall.
- World Tourism Organization. (2011). *Annual report 2011*. Retrieved from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284415366>.

