

HMO-22

รูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร Baby Boomer Generation's Tourism Style in Bangkok

พงศ์เสวก เอนกจันงค์พร* ดร.สมยศ วัฒนากมลชัย** กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์***

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษารูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร และ(2) เปรียบเทียบคุณลักษณะส่วนบุคคล (เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร การวิจัยใช้แบบผสมวิธี โดยมีประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานครเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 312 คน เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม พร้อมทั้งการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างกับกลุ่มตัวอย่างบางส่วนที่ศึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้องจากภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน 30 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนาและสถิติอ้างอิง ผลการศึกษาที่สำคัญ พบว่า (1) ประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพฯ มหันครมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพื่อการพักผ่อน เดินทางท่องเที่ยวแบบกลุ่มหรือหมู่คณะ จัดการเดินทางด้วยตนเอง โดยมีครอบครัวหรือญาติเป็นผู้ร่วมเดินทาง และตัดสินใจในการเดินทาง นอกจากนี้ พบว่า ชอบท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ และเดินทางท่องเที่ยว 2-3 ครั้งต่อปี ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวภายในประเทศ ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ (2) คุณลักษณะส่วนบุคคลของประชากรรุ่นเบบี้บูมด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ABSTRACT

This research aims to (1) study the tourism behavior of baby boomer generation in Bangkok and (2) to compare between personal characteristics (gender, age, level of education, occupation and rate of income) and baby boomer generation's tourism behaviors in Bangkok. This research used the mixed methods. The tools of the study are questionnaires and unstructured interview questions. The samples of the study are 312 baby boomers generation in Bangkok and 30 representatives of related public and private tourism organizations in Thailand. The data were analyzed using descriptive statistics and inferential statistics. The results of the study are as follows: (1) most of the baby boomers prefer travelling as a group for having a rest. They manage their travel by themselves. The places they like to travel are natural places in Thailand with their families. They travel 2-3 times a year especially on Saturday and Sunday. (2) Baby boomer generation's personal characteristics; gender, age, level of education and occupation in Bangkok make their tourism behaviors different significance.

คำสำคัญ : พฤติกรรมการท่องเที่ยว ประชากรรุ่นเบบี้บูม กรุงเทพมหานคร

Key Words : Tourism Behavior, Baby Boomer Generation, Bangkok

* นักศึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ และผู้อำนวยการบดีฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

*** รองศาสตราจารย์ ภาควิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทนำ

ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 (ระหว่าง พ.ศ. 2482 – พ.ศ. 2488) ประเทศไทยได้สูญเสียประชากรเป็นจำนวนมาก จึงมีการรณรงค์ให้ประชากรมีบุตรเพิ่มขึ้น เพื่อเป็นกำลังในการฟื้นฟูชาติหลังสงคราม ส่งผลให้อัตราการขยายตัวของประชากรสูงมากกว่าร้อยละ 6.35 หรือมากกว่า 1,200,000 คนต่อปี ระหว่าง พ.ศ. 2489 – พ.ศ. 2507 และเรียกประชากรกลุ่มนี้ว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูม (Baby Boomer Generation) (บุญเลิศ เลียวประไพ, 2557) ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2556) คาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2558 ประชากรรุ่น เบบี้บูม คือ บุคคลอายุ 50 ปีขึ้นไป จะมีประมาณ 15,530,200 คน คิดเป็นร้อยละ 23.10 ของจำนวนประชากรทั้งหมด (67,236,000 คน)

ปัจจุบันประชากรรุ่นเบบี้บูมนี้มีอายุระหว่าง 51 ปี ถึง 69 ปี เมื่อพิจารณาจำแนกตามเกณฑ์อายุ พบว่าประชากรในรุ่นบางส่วนได้เข้าสู่วัยผู้สูงอายุแล้ว และบางส่วนกำลังเข้าสู่วัยผู้สูงอายุ สะท้อนให้เห็นว่าจำนวนประชากรมีภาวะสูงวัยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สิ่งที่ต้องตระหนักคือประชากรรุ่นเบบี้บูมเป็นกลุ่มใหญ่ของประเทศที่มีความท้าทายต่ออุตสาหกรรมบริการต่างๆ มาก เพราะเป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์ในชีวิตสูง มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความอนุรักษ์นิยมกึ่งสมัยใหม่ รักครอบครัว มีภาพลักษณ์ที่ดี ใช้ชีวิตเรียบง่าย เป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด และส่วนใหญ่เก็บเงินสะสมเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังพบว่าประชากรรุ่นเบบี้บูมมีพฤติกรรมการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวและมีความต้องการใช้เงินในเรื่องนี้เป็นจำนวนมาก (พงษ์ ชัยชนะวิจิตร, พรชนก วรศักดิ์โยธิน, สุพัตรา สมศักดิ์, ศุภมา อำนวยมงคลพร, วรินทร์ กิจวานิชเสถียร, ศุภกาญจน์ แพรปราณีต และขวัญใจ กุศลนันท์, 2552) ซึ่งการศึกษาของจिरา บัวทอง (2550) วลัยพร รวีตระกูลไพบูลย์ (2557) และแบรนดบรรัชท์ (2554) ก็แสดงผลว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูมมากกว่าร้อยละ 72 ใช้เวลาให้มีความสุขกับตนเองโดยการท่องเที่ยว

ในกรุงเทพมหานคร มีประชากรรุ่นเบบี้บูมประมาณ 1,768,600 คน คิดเป็นร้อยละ 20.46 ของจำนวนประชากรในกรุงเทพมหานครทั้งหมด (8,643,200 คน) หากพิจารณาตามเกณฑ์อายุ พบว่า อายุ 50-54 ปี มีจำนวน 620,675 คน คิดเป็นร้อยละ 7.18 ส่วนอายุ 55-59 ปี มีจำนวน 505,575 คน คิดเป็นร้อยละ 5.85 ส่วนอายุ 60-64 ปี มีจำนวน 381,075 คน คิดเป็นร้อยละ 4.41 และอายุ 65-69 ปี มีจำนวน 261,275 คน คิดเป็น

ร้อยละ 3.02 ตามลำดับ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2556) จากข้อมูลนี้แสดงให้เห็นว่าประชากรรุ่นเบบี้บูมบางส่วนยังอยู่ในวัยแรงงาน ซึ่งประชากรรุ่นนี้บางส่วนอยู่ในตำแหน่งบริหาร มีรายได้เฉลี่ยในระดับสูง บางส่วนเข้าสู่วัยสูงอายุที่มีสุขภาพดีและมีอายุยืนยาว ทำให้มีความสามารถในการทำงานหลังอายุ 60 ปีมากขึ้น สอดคล้องกับการสำรวจภาวะการทำงานระหว่าง พ.ศ. 2543 - พ.ศ. 2553 ได้แสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุวัยต้น (อายุ 60-69 ปี) มีแนวโน้มจะทำงานมากขึ้น กล่าวคือ สัดส่วนของผู้สูงอายุ 60-64 ปี ที่ยังทำงานอยู่เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 51 ในปี พ.ศ. 2543 เป็นร้อยละ 61 ในปี พ.ศ. 2553 และผู้สูงอายุ 65-69 ปี ที่ยังทำงานอยู่เพิ่มจากร้อยละ 35 เป็นร้อยละ 45 ในช่วงเวลาเดียวกัน (ปราโมทย์ ประสาทกุล, 2557; วิพรรณ ประจวบเหมาะ, 2556) ซึ่งคาดหมายได้ว่าประชากรกลุ่มเบบี้บูมนี้จะเป็ประชากรที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายและมีสุขภาพเอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางที่ออกจากที่อยู่อาศัยถาวรไปยังสถานที่อื่น เพื่อพำนักเป็นการชั่วคราวอย่างสมัครใจ มีเป้าหมายเพื่อการท่องเที่ยวเป็นหลัก ทำกิจกรรมต่างๆระหว่างที่อยู่แหล่งท่องเที่ยว มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ หรือแสวงหากำไร (United Nations World Tourism Organization, 2014) อย่างไรก็ตามรูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวย่อมมีความแตกต่างกันตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ทั้งเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ (วลัยพร รวีตระกูลไพบูลย์, 2557; Page, 2015) ซึ่งผลการศึกษาในต่างประเทศ พบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อรูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมที่แตกต่างกันด้วย (Lee, Christopher, Ben-Joseph and Park, 2014; Patterson and Pegg, 2009; Ross, 2004; Siren and Haustein, 2013) แต่การศึกษาเรื่องนี้กับประชากรรุ่นเบบี้บูมโดยเฉพาะในประเทศไทยยังมีจำนวนไม่มาก มีแต่การศึกษาเฉพาะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในภาพรวม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมเฉพาะในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาน่าจะเป็นข้อมูลที่นำไปใช้ประโยชน์สำหรับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อกำหนดนโยบายและวางแผนทางการบริหารจัดการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวสำหรับประชากรรุ่นเบบี้บูมได้ อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร

วิธีการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods) คือ การใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกัน

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนรุ่น เบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,768,600 คน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2556) การกำหนดขนาดตัวอย่าง ใช้โปรแกรม G*Power 3.1.5 Computer Software โดยมีค่าขนาดอิทธิพล (Effect size) = 0.25, Power $(1 - \beta) = 0.95$ (Faul, Erdfelder, Buchner and Lang, 2009) ได้ขนาดตัวอย่างสูงสุด 305 คน ผู้วิจัยทดขนาดตัวอย่างกรณีข้อมูลขาดหายเพิ่มเป็น 312 คน การเลือกตัวอย่างวิจัยใช้วิธีแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) ขั้นตอนแรก เลือกเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ใช้การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จากการจับสลากเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 6 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มรัตนโกสินทร์ กลุ่มบูรพา กลุ่มศรีนครินทร์ กลุ่มเจ้าพระยา กลุ่มกรุงธนใต้ กลุ่มกรุงธนเหนือ (ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร, 2558) สุ่มเลือกจำนวนกลุ่มละ 1 เขต ขั้นตอนที่สอง เลือกตามโควตา (Quota Sampling) คือ กำหนดเขตละ 52 คน และขั้นตอนที่สาม ใช้วิธีการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) พร้อมกันนี้ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ที่เกี่ยวข้องจากภาครัฐ ภาคเอกชน และกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 30 คน ประกอบการศึกษาครั้งนี้ด้วย

ตัวแปรที่ศึกษา แบ่งเป็น ตัวแปรต้น ได้แก่ คุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ ส่วนตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาจากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคล มีลักษณะแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยวัดความเห็นเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ลักษณะการท่องเที่ยวบุคคลที่เดินทางท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง จำนวนครั้งที่เดินทาง รูปแบบการท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทาง ช่วงเวลา ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง มีลักษณะแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 47 ข้อ

การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ใช้สถิติ IOC (Index of Item – Objective Congruence) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน แก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำแล้วทดลองใช้ (Try out) กับประชากรรุ่นเบบี้บูมที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน ที่มีคุณสมบัติเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง แต่เป็นคนละกลุ่มกับกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล จากข้อมูล 2 ประเภท คือ (1) ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามจากประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพ มหานคร ได้ข้อมูลครบจำนวน 312 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 และ (2) ข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง โดยขอความอนุเคราะห์จากผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วน ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน รวม 30 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ขออนุญาตและชี้แจงข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดของแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เพื่อให้ความยินยอมก่อน ซึ่งเป็นไปตามหลักจริยธรรมในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล ประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows 16.0 โดยใช้สถิติ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย (1) การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (2) การวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ โดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนหนึ่งทาง (One-way ANOVA) พร้อมทั้งวิเคราะห์รายคู่ด้วย Benferroni

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์เบื้องต้น แสดงผลว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 312 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.80 มีอายุระหว่าง 51-55 ปี ร้อยละ 36.20 ผลการวิเคราะห์ยังพบว่าประชากรรุ่นนี้มี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 40.40 ส่วนมากมีอาชีพรับจ้าง ร้อยละ 26.00 และรายได้ส่วนใหญ่สูงกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 33.30 รายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคุณลักษณะ

ส่วนบุคคล			
ตัวแปร	คุณลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	1. ชาย	108	34.60
	2. หญิง	174	55.80
	3. ทางเลือก	30	9.60
อายุ	1. 51 – 55 ปี	113	36.20
	2. 56 – 60 ปี	77	24.70
	3. 61 - 65 ปี	70	22.40
	4. 66 – 70 ปี	52	16.70
ระดับการศึกษา	1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	118	37.80
	2. ปริญญาตรี	126	40.40
	3. สูงกว่าปริญญาตรี	68	21.80
อาชีพ	1. ไม่ได้ประกอบอาชีพ	52	16.70
	2. ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว	77	24.70
	3. รับจ้าง	81	26.00
	4. รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	56	17.90
	5. อื่นๆ	46	14.70
ระดับรายได้	1. ต่ำกว่า 10,000 บาท	60	19.20
	2. 10,001 - 20,000 บาท	73	23.40
	3. 20,001 - 30,000 บาท	75	24.00
	4. สูงกว่า 30,000 บาท	104	33.30
รวม		312	100.00

ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์การวิจัย เสนอได้ตามลำดับ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์รูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ พบว่า นิยมท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เดินทางท่องเที่ยวแบบกลุ่มหรือหมู่คณะ มีการจัดการเดินทางด้วยตนเอง มีครอบครัวหรือญาติเป็นผู้ร่วมเดินทางและตัดสินใจในการเดินทางเดินทางท่องเที่ยว 2-3 ครั้งต่อปี และเป็นการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยท่องเที่ยวในวันเสาร์-วันอาทิตย์ และใช้เวลาท่องเที่ยว 1-2 วัน รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 รูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว		
เพื่อการพักผ่อน	144	46.20
เพื่อความสนุกสนาน	96	30.80
เพื่อความบันเทิง	18	5.80
เพื่อศึกษาวัฒนธรรม	16	5.10
เพื่อสนองความสนใจของตนเอง	14	4.50
เพื่อการศึกษาและวิจัย	11	3.50
เพื่อเป้าหมายทางธุรกิจ	13	4.20
ลักษณะการท่องเที่ยว		
แบบกลุ่มหรือหมู่คณะ	117	37.50
แบบเดี่ยวหรืออิสระ	102	32.70
แบบซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยว	93	29.80
ลักษณะการจัดการเดินทาง		
ตนเอง	113	36.20
หน่วยงานหรือที่ทำงาน	62	19.90
บริษัทนำเที่ยวจัดการให้ทั้งหมด	90	28.80
บริษัทนำเที่ยวจัดการให้บางส่วน	47	15.10
ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว		
คนเดียว	48	15.40
ครอบครัว/ ญาติ	126	40.40
เพื่อน	119	38.10
คู่รัก	10	3.20
บริษัทหรือที่ทำงาน	9	2.90
บุคคลที่ตัดสินใจการเดินทาง		
ตนเอง	91	29.20
ครอบครัว/ ญาติ	104	33.30
เพื่อน	30	9.60
คู่รัก	65	20.80
บริษัทหรือที่ทำงาน	22	7.10
สถานที่ท่องเที่ยว		
แหล่งธรรมชาติ	146	46.80
แหล่งวัฒนธรรม	109	34.90
ตามความสนใจพิเศษ	57	18.30
ค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว		
ค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว	84	26.90
ค่าเดินทาง	122	39.10
ค่าที่พัก	87	27.90
ค่าอาหาร	8	2.60
ค่าบริการจัดทัวร์	6	1.90
ค่าของที่ระลึก	5	1.60
จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวต่อปี		
1 ครั้ง	114	36.50
2 – 3 ครั้ง	80	25.60
4 – 5 ครั้ง	24	7.70
มากกว่า 5 ครั้ง	94	30.10
รูปแบบการท่องเที่ยว		
ภายในประเทศ	217	69.60
ต่างประเทศ	95	30.40
ช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยว		
วันจันทร์ – วันศุกร์	66	21.20
วันเสาร์ - วันอาทิตย์	110	35.30
วันหยุดนักขัตฤกษ์	108	34.60
วันลาพักผ่อน	28	9.00
ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง		
1 วัน – 2 วัน	103	33.00
3 วัน – 4 วัน	80	25.60
5 วัน – 1 สัปดาห์	67	21.50

มากกว่า 1 สัปดาห์	62	19.90
รวม	312	100

2. ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบรูปแบบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานครที่จำแนกคุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่าประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะต่างกัน

ประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะต่างกัน ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ จะมีรูปแบบการท่องเที่ยวต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รายละเอียด ดังนี้

1. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศ

ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว คือ เพื่อการพักผ่อน เพื่อการศึกษาและวิจัย และเพื่อเป้าหมายทางธุรกิจ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า เพศหญิง จะมีการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนมากกว่าเพศทางเลือก และเพศทางเลือกจะเดินทางเพื่อการศึกษาและวิจัย และเพื่อเป้าหมายทางธุรกิจมากกว่าเพศชายและเพศหญิง ตามลำดับ ในขณะที่การเดินทางท่องเที่ยวแบบเดี่ยวหรืออิสระแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า เพศทางเลือก จะมีการเดินทางท่องเที่ยวแบบเดี่ยวหรืออิสระมากกว่าเพศหญิง ส่วนการเดินทางท่องเที่ยวที่มีหน่วยงานหรือที่ทำงานจัดการให้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า เพศทางเลือก จะมีการเดินทางท่องเที่ยวที่มีหน่วยงานหรือที่ทำงานจัดการให้มากกว่าเพศหญิง

พฤติกรรมกรรมการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง และบริษัทหรือที่ทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า เพศทางเลือก จะมีการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง และบริษัทหรือที่ทำงานมากกว่าเพศหญิงและเพศชาย ตามลำดับ ส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวที่คู่รัก และบริษัทหรือที่ทำงานตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า เพศทางเลือก จะมีคู่รัก และบริษัทหรือที่ทำงานตัดสินใจมากกว่าเพศหญิง ตามลำดับ และพฤติกรรมการใช้จ่ายเรื่องค่าของที่ระลึกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบรายคู่ เพศทางเลือก จะมีการซื้อของที่ระลึกมากกว่าเพศชาย

การเดินทางท่องเที่ยว 1 ครั้ง หรือ 4-5 ครั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึง

เปรียบเทียบรายคู่ พบว่า เพศทางเลือก จะเดินทางท่องเที่ยว 1 ครั้ง หรือ 4-5 ครั้ง มากกว่าเพศหญิง ส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวในต่างประเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า เพศทางเลือก จะเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมากกว่าเพศชาย

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในวันจันทร์ – วันศุกร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า เพศทางเลือก จะเดินทางท่องเที่ยวในวันจันทร์ – วันศุกร์มากกว่าเพศชายและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีระยะเวลา 5 วัน – 1 สัปดาห์ หรือมากกว่า ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า เพศทางเลือก จะเดินทางท่องเที่ยวระยะเวลา 5 วัน – 1 สัปดาห์ หรือมากกว่า มากกว่าเพศหญิง

2. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่จัดการด้วยตนเองหรือมีหน่วยงานหรือที่ทำงานการจัดการเดินทางบางส่วนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูมที่มีอายุ 56 – 60 ปี จะมีการจัดการเดินทางด้วยตนเองมากกว่าประชากรที่มีอายุ 66 – 70 ปี และประชากรที่มีอายุ 66 – 70 ปี จะให้บริษัทนำเที่ยวจัดการให้บางส่วนมากกว่า ประชากรที่มีอายุ 51 - 55 ปี ส่วนประชากรรุ่นเบบี้บูมมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว 1 ครั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูมที่มีอายุ 56 – 60 ปี จะมีการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าประชากรที่มีอายุ 51 - 55 ปี

พฤติกรรมการท่องเที่ยวในต่างประเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูมที่มีอายุ 66 – 70 ปี จะมีการเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศมากกว่าประชากรที่มีอายุ 51 - 55 ปี

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในวันจันทร์ – วันศุกร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 56 – 60 ปี จะมีการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันจันทร์ – วันศุกร์มากกว่าประชากรที่มีอายุ 51 - 55 ปี ส่วนระยะเวลาในการเดินทางในช่วง 5 วัน – 1 สัปดาห์ หรือมากกว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 66 – 70 ปี จะมีระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในช่วง 5 วัน –

1 สัปดาห์ หรือมากกว่า มากกว่าประชากรที่มีอายุ 51 - 55 ปี

3. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษา

ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนาน เพื่อความบันเทิง เพื่อศึกษาวัฒนธรรม เพื่อสนองความสนใจของตนเอง และเพื่อการศึกษาและวิจัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูมที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะมีการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนาน บันเทิง ศึกษาวัฒนธรรม และเพื่อสนองความสนใจพิเศษของตนเองมากกว่าคนที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และคนที่ระดับการศึกษาปริญญาตรีจะเดินทางเพื่อการศึกษาและวิจัย มากกว่าคนที่ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนการเดินทางท่องเที่ยวที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง หน่วยงานหรือที่ทำงานจัดการให้ บริษัทฯ เกี่ยวข้องจัดการให้บางส่วนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูมที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะจัดการเดินทางด้วยตนเอง หรือหน่วยงานหรือที่ทำงานจัดการให้บางส่วนมากกว่าคนที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และคนที่ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจะให้บริษัทฯ เกี่ยวข้องจัดการให้บางส่วนมากกว่าคนที่ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง เพื่อน คู่รักและบริษัทหรือที่ทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูมที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะมีการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองเพื่อน คู่รัก และบริษัทหรือที่ทำงานมากกว่าคนที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ในขณะที่พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวที่เพื่อน และบริษัทหรือที่ทำงานตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูมที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะมีเพื่อน และบริษัทหรือที่ทำงานตัดสินใจมากกว่าคนที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม และท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูมที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะมีการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม และท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษมากกว่าคนที่ระดับการศึกษาต่ำกว่า

ปริญญาตรี ในขณะที่พฤติกรรมการใช้จ่ายเรื่องค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว ค่าเดินทาง ค่าอาหาร และค่าของที่ระลึกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูมที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะมีใช้จ่ายค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว ค่าเดินทาง ค่าอาหาร และค่าของที่ระลึก มากกว่าคนที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

การเดินทางท่องเที่ยว 4-5 ครั้ง หรือมากกว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูมที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะเดินทางท่องเที่ยว 4-5 ครั้งหรือมากกว่า มากกว่าคนที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวในต่างประเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูมที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมากกว่าคนที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในวันจันทร์ – วันศุกร์ และวันลาพักผ่อนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูมที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะเดินทางท่องเที่ยวในวันจันทร์ – วันศุกร์ และวันลาพักผ่อนมากกว่าคนที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระยะเวลาในการท่องเที่ยว 3 วัน – 1 สัปดาห์ หรือมากกว่า ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูมที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะเดินทางท่องเที่ยวระยะเวลา 3 วัน – 1 สัปดาห์ หรือมากกว่ามากกว่าคนที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

4. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพพฤติกรรมการท่องเที่ยวในและต่างประเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูมที่ประกอบอาชีพอื่นๆ จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศสูงกว่าผู้ที่มีอาชีพรับจ้าง ส่วนประชากรรุ่นเบบี้บูมที่มีอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว รับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และไม่ได้ประกอบอาชีพมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่ต่างกัน

5. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับรายได้มีรูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากข้อมูลข้างต้นสามารถแสดงดังตารางที่ 3
 ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบรูปแบบพฤติกรรมกรท่องเที่ยวจำแนก
 คุณลักษณะส่วนบุคคล

พฤติกรรมกร ท่องเที่ยว	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	ระดับรายได้
วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว					
เพื่อการพักผ่อน	4.103* (0.017)	0.753 (0.521)	1.808 (0.166)	1.017 (0.399)	1.347 (0.259)
เพื่อความสนุกสนาน	1.710 (0.182)	0.460 (0.711)	5.449* (0.005)	0.555 (0.696)	0.981 (0.402)
เพื่อความบันเทิง	0.391 (0.677)	1.828 (0.142)	6.549* (0.002)	0.643 (0.632)	2.110 (0.099)
เพื่อศึกษาวัฒนธรรม	0.903 (0.406)	0.796 (0.497)	5.863* (0.003)	0.966 (0.462)	0.866 (0.459)
เพื่อสนองความสนใจของตนเอง	0.285 (0.752)	2.524 (0.058)	8.321* (0.000)	0.679 (0.607)	1.596 (0.190)
เพื่อการศึกษาและวิจัย	3.392* (0.035)	1.524 (0.208)	4.545* (0.011)	0.182 (0.948)	0.262 (0.852)
เพื่อเป้าหมายทางธุรกิจ	4.353* (0.014)	1.016 (0.386)	1.709 (0.183)	0.750 (0.559)	0.849 (0.468)
ลักษณะการท่องเที่ยว					
แบบกลุ่มหรือหมู่คณะ	0.400 (0.671)	1.402 (0.242)	0.711 (0.492)	0.228 (0.922)	0.757 (0.519)
แบบเดี่ยวหรืออิสระ	3.761* (0.024)	1.668 (0.174)	2.785 (0.063)	0.235 (0.918)	0.484 (0.694)
แบบซื้อโปรแกรมกรท่องเที่ยว	2.539 (0.081)	1.645 (0.179)	2.012 (0.136)	0.131 (0.971)	1.119 (0.342)
ลักษณะการจัดการเดินทาง					
ตนเอง	1.854 (0.158)	2.904* (0.035)	5.181* (0.006)	0.106 (0.980)	0.397 (0.755)
หน่วยงานหรือที่ทำงาน	3.440* (0.033)	0.202 (0.895)	6.271* (0.002)	1.835 (0.122)	1.080 (0.358)
บริษัททัวร์จัดให้ทั้งหมด	2.038 (0.132)	2.124 (0.097)	2.827 (0.061)	0.321 (0.864)	1.207 (0.307)
บริษัททัวร์จัดให้บางส่วน	2.450 (0.088)	3.220* (0.023)	4.118* (0.017)	2.012 (0.093)	1.087 (0.355)

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบรูปแบบพฤติกรรมกร
 ท่องเที่ยวจำแนกคุณลักษณะส่วนบุคคล (ต่อ)

พฤติกรรมกร ท่องเที่ยว	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	ระดับรายได้
ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว					
คนเดียว	14.514* (0.000)	0.813 (0.488)	6.943* (0.001)	0.341 (0.850)	0.479 (0.697)
ครอบครัว/ญาติ	0.795 (0.452)	1.066 (0.364)	0.593 (0.553)	2.087 (0.082)	0.447 (0.719)
เพื่อน	0.116 (0.891)	0.133 (0.940)	3.494* (0.032)	0.306 (0.874)	2.108 (0.099)
คู่รัก	2.911 (0.056)	0.075 (0.974)	3.474* (0.032)	0.534 (0.711)	1.418 (0.238)
บริษัทหรือที่ทำงาน	4.515* (0.012)	0.530 (0.662)	7.500* (0.001)	1.144 (0.336)	1.700 (0.167)
บุคคลที่ตัดสินใจการเดินทาง					
คนเดียว	0.855 (0.426)	1.741 (0.158)	6.042* (0.003)	0.749 (0.559)	1.881 (0.133)
ครอบครัว/ญาติ	0.360 (0.698)	1.258 (0.289)	2.123 (0.121)	0.956 (0.432)	1.423 (0.236)
เพื่อน	2.674 (0.071)	1.808 (0.146)	4.387* (0.013)	1.369 (0.244)	0.020 (0.996)
คู่รัก	3.366* (0.036)	0.230 (0.876)	0.911 (0.403)	1.237 (0.295)	1.030 (0.379)
บริษัทหรือที่ทำงาน	4.111* (0.017)	1.605 (0.188)	3.210* (0.042)	0.534 (0.711)	1.130 (0.337)
สถานที่ท่องเที่ยว					
แหล่งธรรมชาติ	1.721 (0.181)	0.270 (0.847)	1.445 (0.237)	1.661 (0.159)	0.843 (0.471)
แหล่งวัฒนธรรม	0.522 (0.594)	1.071 (0.361)	5.818* (0.003)	0.688 (0.601)	1.231 (0.298)
ตามความสนใจพิเศษ	0.923 (0.398)	0.557 (0.644)	5.687* (0.004)	2.110 (0.080)	1.195 (0.312)

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบรูปแบบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจำแนก
 คุณลักษณะส่วนบุคคล (ต่อ)

พฤติกรรม ท่องเที่ยว	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	ระดับรายได้
ค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว					
ค่าเข้าชมแหล่ง ท่องเที่ยว	0.408 (0.665)	1.126 (0.339)	6.944* (0.001)	1.995 (0.095)	1.008 (0.389)
ค่าเดินทาง	0.061 (0.941)	1.660 (0.176)	9.081* (0.000)	1.938 (0.104)	2.249 (0.083)
ค่าที่พัก	0.143 (0.867)	0.933 (0.425)	7.984* (0.000)	1.326 (0.260)	1.182 (0.317)
ค่าอาหาร	0.078 (0.925)	1.131 (0.337)	6.492* (0.002)	1.202 (0.310)	1.707 (0.166)
ค่าบริการจัดทัวร์	1.829 (0.162)	1.029 (0.380)	2.265 (0.106)	0.350 (0.844)	0.471 (0.703)
ค่าของที่ระลึก	3.784* (0.024)	0.475 (0.700)	4.467* (0.012)	0.581 (0.677)	0.236 (0.871)
จำนวนครั้งที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวต่อปี					
1 ครั้ง	0.447* (0.008)	3.590* (0.014)	1.296 (0.275)	1.013 (0.401)	1.484 (0.219)
2 - 3 ครั้ง	4.948 (0.093)	0.855 (0.465)	2.243 (0.108)	0.430 (0.787)	0.252 (0.860)
4 - 5 ครั้ง	4.039* (0.019)	1.407 (0.241)	4.119* (0.017)	0.934 (0.444)	0.662 (0.576)
มากกว่า 5 ครั้ง	1.854 (0.158)	1.423 (0.236)	4.638* (0.010)	0.860 (0.488)	0.488 (0.691)
รูปแบบการท่องเที่ยว					
ในประเทศ	1.831 (0.162)	0.145 (0.933)	1.883 (0.154)	2.097 (0.081)	2.012 (0.112)
ต่างประเทศ	5.062* (0.007)	3.439* (0.017)	10.674* (0.000)	2.433* (0.047)	1.029 (0.380)

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบรูปแบบพฤติกรรมกรรมการ
 ท่องเที่ยวจำแนกคุณลักษณะส่วนบุคคล (ต่อ)

พฤติกรรม ท่องเที่ยว	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	ระดับรายได้
ช่วงระยะเวลาการเดินทางท่องเที่ยว					
วันจันทร์ - วันศุกร์	5.382* (0.005)	3.895* (0.009)	8.518** (0.000)	4.138* (0.003)	0.423 (0.737)
วันเสาร์ - วันอาทิตย์	0.003 (0.997)	0.443 (0.722)	1.740 (0.177)	1.528 (0.194)	0.211 (0.889)
วันหยุด นักชดถุกซ์	0.079 (0.924)	2.142 (0.095)	1.448 (0.237)	0.175 (0.951)	0.889 (0.447)
วันลา พักผ่อน	1.937 (0.146)	1.019 (0.385)	4.933** (0.008)	0.904 (0.462)	0.820 (0.483)
ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง					
1 วัน - 2 วัน	0.644 (0.526)	0.932 (0.426)	2.263 (0.106)	0.921 (0.452)	0.102 (0.959)
3 วัน - 4 วัน	1.960 (0.143)	0.044 (0.988)	8.625* (0.000)	0.813 (0.517)	2.273 (0.070)
5 วัน - 1 สัปดาห์	4.008* (0.019)	4.106* (0.007)	5.089* (0.007)	2.063 (0.086)	1.289 (0.278)
มากกว่า 1 สัปดาห์	7.939* (0.000)	2.636* (0.050)	6.640* (0.002)	2.200 (0.069)	0.844 (0.471)

*p<0.05

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่น เบ
 บีบูมในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่
 ท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เดินทางแบบกลุ่มหรือหมู่คณะ
 จัดการเดินทางด้วยตนเอง โดยมีครอบครัวหรือญาติร่วม
 เดินทาง และร่วมตัดสินใจ ส่วนมากชอบท่องเที่ยวใน
 สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ประมาณ 2-3 ครั้งต่อปี
 และเป็นการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยท่องเที่ยวในวัน
 เสาร์-วันอาทิตย์ เป็นเวลา 1-2 วัน ผลการศึกษานี้
 สอดคล้องกับการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และ
 การศึกษาของกุลวดี แก้วกล้า (2550) เกษรา เกิดมงคล
 (2546) ช้าวทิพย์ อ่อนอรุณ (2553) ทิพย์สุดา ดำรงหัด
 (2546) และสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2556, 2557, 2558)

ประชากรรุ่นเบบีบูมในกรุงเทพมหานครที่มี
 คุณลักษณะต่างกัน เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ ระดับ
 การศึกษา และอาชีพ พบว่า มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวอลเทอร์ รัวตระกูลไฟบูลย์ (2557) Cooper, Fletcher, Gilbert and Wanhill (2008) Page (2015) และ Swarbrooke and Horner (1999) อาจเป็นเพราะระดับการศึกษาทำให้คนต้องการท่องเที่ยวเพื่อเปิดโลกทัศน์ และเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ มากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย เพราะคนที่มีการศึกษาสูงและอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครเป็นเวลานานมีแนวโน้มในการติดตามข่าวสาร มีระดับความรู้ และประสบการณ์เกี่ยวกับการหาโอกาสในการท่องเที่ยวมากกว่าที่ได้ ส่วนคุณลักษณะส่วนบุคคลด้าน ระดับรายได้ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยครั้งนี้ขัดแย้งกับการศึกษาของ Cooper, Fletcher, Gilbert and Wanhill (2008) และ Page (2015) ที่พบว่า คนมีรายได้สูงมักจะมีโอกาสการท่องเที่ยวมากกว่าคนที่รายได้ต่ำ ส่วนอายุจะมีความถี่ในการท่องเที่ยวเมื่อหลังเกษียณเป็นที่น่าสังเกตจากการสัมภาษณ์เชิงลึกในภาพรวมคือ เพศ อายุ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร ภาวะครอบครัว อาชีพ ระดับรายได้และสุขภาพ ต่างมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน เช่น ชอบไปในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีความปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น ผลการวิเคราะห์จึงไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 1 เพียงบางส่วนเท่านั้น

ผลการวิจัยทั้งหมดที่กล่าวมา อภิปรายได้ว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนด้านการท่องเที่ยว ควรคำนึงถึงคุณลักษณะของประชากรรุ่นเบบี้บูมโดยเฉพาะด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ สำหรับเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องและตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่อยู่ในรุ่นเบบี้บูม อาทิ การพัฒนารูปแบบการให้ข้อมูลที่หลากหลายรูปแบบและทันสมัย เช่น อินเทอร์เน็ต เฟสบุ๊ก และการจัดทำคู่มือการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับวัย เป็นต้น นอกจากนี้ ควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้โดยคำนึงถึงความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น ด้วยการจัดให้มีเจ้าหน้าที่พร้อมแก้ไขสถานการณ์ต่างๆ ในยามฉุกเฉิน เพราะผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมมักจะท่องเที่ยวเป็นครอบครัวซึ่งมีหลากหลายวัย ดังนั้นจึงต้องคำนึงถึงความสะดวกและความปลอดภัยมากที่สุด บริการต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวจึงต้องได้รับการดูแล

รักษาความสะอาด และความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะช่วงวันเสาร์ วันอาทิตย์ รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เอื้ออำนวยต่อการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสมาชิกในครอบครัว ตลอดจนการจัดสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นไปตามหลักของอารยสถาปัตย์ (Universal Design) เพื่ออำนวยความสะดวกต่อประชากรรุ่นนี้ให้มากขึ้น เช่น มีราวจับทางขึ้นลง มีทางลาดสำหรับรถเข็น มีสถานที่ให้นั่งพักผ่อนอย่างเพียงพอ มีห้องน้ำที่สะอาด ปลอดภัย และมีบริการรับส่งเพื่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวด้วย ทั้งนี้เพราะประชากรรุ่นเบบี้บูมเป็นประชากรส่วนใหญ่ที่มีอำนาจการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก จึงเป็นส่วนหนึ่งที่จะเป็นกลไกสำคัญในการสนับสนุนธุรกิจด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศอันส่งผลต่อการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศให้เจริญก้าวหน้าได้เป็นอย่างมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชนสามารถใช้ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการจัดทำนโยบายและวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวให้แก่ประชากรรุ่นเบบี้บูมได้อย่างเหมาะสม

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาต่อยอด ขยายผลในเชิงลึก เพื่อคู่อิทธิพลของตัวแปรต่างๆ ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมให้มากขึ้น เช่น ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานครกับจังหวัดอื่นๆ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลประเภทอื่น เพื่อเป็นแนวทางจัดบริการการท่องเที่ยวให้แก่ประชากรรุ่นนี้ได้ อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้นต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

การสร้างสรรคองค์ความรู้เพื่อการจัดทำบทความ เรื่อง “รูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ เรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร” ฉบับนี้สำเร็จ ลุล่วงได้ เพราะการสนับสนุนจากบุคคลและองค์กรต่างๆ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอขอบคุณ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมยศ วัฒนาภรณ์ และรอง

ศาสตราจารย์กึ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษา
 ขอขอบคุณคุณพ่อนพดล เอนกจางค์พร คุณแม่ลำไย
 เอนกจางค์พร คุณปิยวรรณ เอนกจางค์พร และ ดร.
 ัญญลักษณ์ เอนกจางค์พร

เอกสารอ้างอิง

เกษรา เกิดมงคล. 2546. รูปแบบการดำเนินชีวิต การ
 แสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และ
 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงาน.
 วิทยานิพนธ์นิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กมลพร มูลอามาตย์. 2556. การศึกษาพฤติกรรมการ
 ท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาของ
 ผู้สูงอายุในจังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์
 ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

กุลวดี แก้วกล้า. 2550. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของ
 ข้าราชการเกษียณอายุ. วิทยานิพนธ์
 ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยมหิดล.

ข้าวทิพย์ อ่อนอรุณ. 2553. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการ
 ท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยว
 ผู้สูงอายุชาวไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ
 มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จิรา บัวทอง. 2550. อนาคตของการท่องเที่ยว. ค้นเมื่อ
 14 กรกฎาคม 2558, จาก
<http://www.etatjournal.com/>

จำเนียร ช่างโซติ. 2557. จิตวิทยาการเรียนรู้.
 กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ทิพย์สุดา ดำรงหัด. 2546. พฤติกรรมการท่องเที่ยว
 ภายในประเทศของผู้ที่อาศัยอยู่ใน
 กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ
 มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บุญเลิศ เลี้ยวประไพ. 2557. ประชากรไทย อดีต-
 ปัจจุบัน-อนาคต. นครปฐม: สถาบันวิจัย
 ประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.

แบรนดี้บรรษัท. 2554, 6-7 มิถุนายน. เคล็ดลับพิชิตใจ
 คนสูงวัย. สยามรัฐ, น. 38.

แบรนดี้บรรษัท. 2554, 6-7 มิถุนายน. นานาเกี่ยวกับ
 50+. สยามรัฐ, น. 39.

ปราโมทย์ ประสาทกุล, บรรณาธิการ. 2557.
 สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2556 (พิมพ์ครั้งที่
 1). กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิสถาบันวิจัยและ

พัฒนาผู้สูงอายุไทย และสถาบันวิจัยประชากร
 และสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.

พงษ์ ชัยชนะวิจิตร, พรชนก วรศักดิ์โยธิน, สุพัตรา
 สมศักดิ์, ศุภมา อำนวยมงคลพร, วรินทร์ กิจวา
 นิชเสถียร, ศุภกาญจน์ แพรปราณีต และขวัญใจ
 กุศลนันท์. 2552, 11 มิถุนายน. กรณีศึกษา
 Baby Boom ต้องรู้จัก Lifestyle. ประชาชาติ
 ธุรกิจ, น. 47.

วัลย์พร ธีวระกุลไพบูลย์. 2557. พฤติกรรม
 นักท่องเที่ยว. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วิพรรณ ประจวบเหมาะ, บรรณาธิการ. 2555.
 สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2554.
 กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนา
 ผู้สูงอายุไทย และวิทยาลัยประชากรศาสตร์
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร. 2558. รูปแบบการบริหาร
 กรุงเทพมหานคร. สืบค้น 12 กรกฎาคม 2558
 จาก
http://203.155.220.230/m.info/bma_k/knw5.html

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม
 แห่งชาติ. 2556. การคาดประมาณประชากร
 ของประเทศไทย พ.ศ. 2553-2583.
 กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการ
 พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2556. การสำรวจพฤติกรรม
 การเดินทางท่องเที่ยวชาวไทย พ.ศ. 2556.
 กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2557. การสำรวจพฤติกรรม
 การเดินทางท่องเที่ยวชาวไทย พ.ศ. 2557.
 กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2558. การสำรวจพฤติกรรม
 การเดินทางท่องเที่ยวชาวไทย พ.ศ. 2558.
 กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

ภาษาต่างประเทศ

Adler, J., Dy, C., Gillham, C., and Edelman, M.
 2007. Meaningful Pursuits. Newsweek,
 150(6), 44-54.

Chiang, L., Manthiou, A., Tang, L., Shin, J. and
 Morrison, A. 2014. A Comparative Study
 of Generational Preferences for Trip-

- Planning Resources: A Case Study of International Tourists to Shanghai. *Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 15(1), 78-99.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. and Wanhill, S. 2008. *Tourism: Principle and Practice*. Essex: Prentice Hall.
- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A. and Lang, A. G. 2009. Statistical Power Analyses Using G*Power 3.1: Test for Correlation and Regression Analyses. *Behavior Research Methods*, 41(4), 1149-1160.
- Gardiner, S., King, C. and Grace, D. 2013. Travel Decision Making: An Empirical Examination of Generation Values, Attitudes and Intentions. *Travel Research*, 52(3), 310-324.
- Kleiner, C. 1999. Magic History Tours. U.S. News and World Report, 126(25), 84-85.
- Lawson, C.T. 2001. Leisure Travel or Activity Decisions: Time and Location Differences. *Transportation Quarterly*, 55(3), 51-61.
- Lee, J.S., Christopher Zegras, P. Ben-Joseph, E. and Park, S. 2014. Does Urban Living Influence Baby Boomers' Travel Behavior?. *Transport Geography*, 35(1), 21-29.
- MaloneBeach, E., and Langeland, K.S. 2011. Boomers' Perspective Needs for Senior Centers and Related Services: A Survey of Persons 50-59. *Gerontological Social Work*, 54(1), 116-130.
- Page, S. J. 2015. *Tourism Management*. New York: Routledge.
- Patterson, I and Pegg, S. 2009. Marketing the Leisure Experience to Baby Boomers and Older Tourists. *Hospitality Marketing and Management*, 18(3), 254-272.
- Rosenbloom, S. 2013. We're All Boomers now. *New York Times*, p. 1-8.
- Ross, E. 2004. Escapism at the Top. *Business Review Weekly*, 26(19), 18-19.
- Siren, A., and Haustein, S. 2013. Baby Boomers' Mobility Patterns and Preferences: What Are The Implications for Future Transport?. *Transport Policy*, 29(1), 136-144.
- Swarbrooke, J. and Horner, S. 1999. *Consumer Behavior in Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- United Nations World Tourism Organization. 2014. *Glossary of Tourism Terms*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.