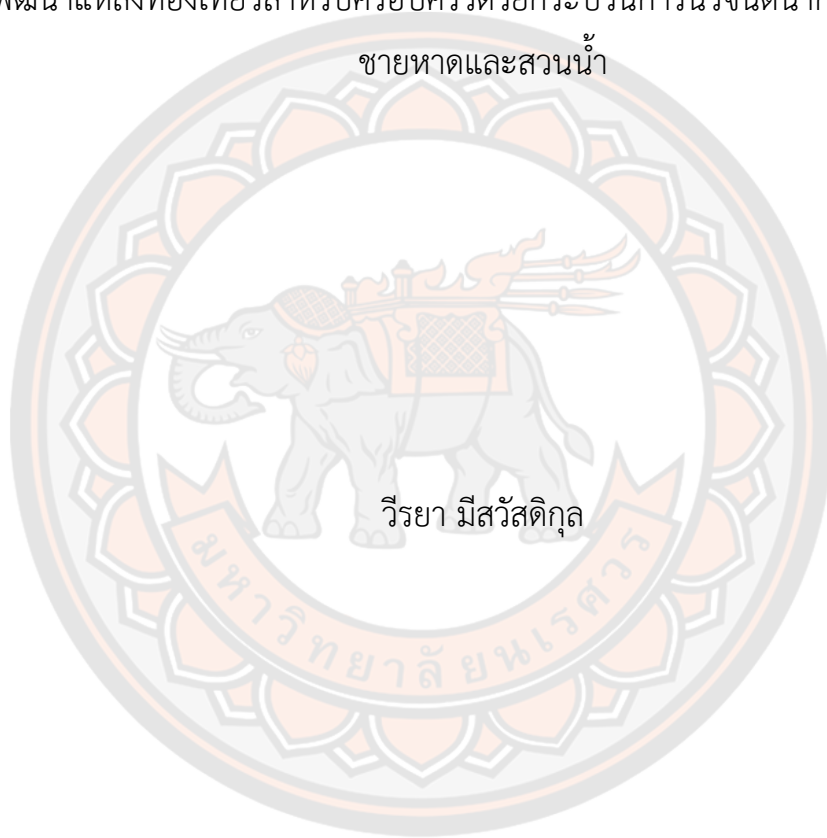




การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวด้วยกระบวนการนวจินตนาการในบริบทของ
ชายหาดและสวนน้ำ



วีรยา มีสวัสดิกุล

วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและจิตบริการ

ปีการศึกษา 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวด้วยกระบวนการนวจินตนาการในบริบทของ
ชายหาดและสวนน้ำ



วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและจิตบริการ
ปีการศึกษา 2566
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

วิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวด้วยกระบวนการนวัตนาการใน
บริบทของชายหาดและสวนน้ำ"

ของ วีรยา มีสวัสดิกุล

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและจิตบริการ

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล)

..... ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเพ็ญ ดาบเพชร)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(ดร.จารุวรรณ แดงบุบผา)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(ดร.ปรเมษฐ์ คำชู)

อนุมัติ

.....
()
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง	การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวด้วยกระบวนการนวจินตนาการในบริบทของชายหาดและสวนน้ำ
ผู้วิจัย	วีรยา มีสวัสดิกุล
ประธานที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเพ็ญ ตาบเพชร
กรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.ฉลองศรี พิมลสมพงศ์
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท การจัดการการท่องเที่ยวและจิตบริการ, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2566
คำสำคัญ	การท่องเที่ยวเชิงครอบครัว, นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว, ประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว, กระบวนการนวจินตนาการ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยวและลักษณะแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวจากมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวด้วยกระบวนการนวจินตนาการ 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวด้วยกระบวนการนวจินตนาการ การศึกษาใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ด้วยกระบวนการวิจัยด้วยวิธีการศึกษาตามลำดับขั้นตอน (Exploratory Sequential Design) กระบวนการวิจัยแบ่งเป็น 3 ระยะ ในระยะที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวหลายช่วงวัย ประกอบด้วย ปู่ย่า-ตายาย พ่อ-แม่ และลูก-หลาน (เด็กเล็ก-เด็กโต) จำนวน 36 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) เพื่อพัฒนาเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ระยะที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามที่ได้พัฒนามาทำการศึกษาโดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวหลายช่วงวัย จำนวน 384 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ Exploratory Factor Analysis (EFA) การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) นำข้อมูลจากผลการศึกษามาสร้างแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในช่วงวัยต่างๆ และระยะที่ 3 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อประเมินประสิทธิภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้น ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1. ประสบการณ์ด้านการสร้างความสัมพันธ์ 2. ประสบการณ์ด้านความสนุก 3. ประสบการณ์ด้านความผ่อนคลาย 4.

ประสบการณ์ด้านการหลบหนี 5. ประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ และ 6. ประสบการณ์ด้านการส่งต่อความทรงจำ สำหรับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1. แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย 2. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย 3. ที่พักที่สะดวกสบาย 4. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม 5. สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย และ 6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง นอกจากนี้การศึกษายังแสดงให้เห็นว่าลักษณะของประสบการณ์ในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวด้านต่างๆ ที่แตกต่างกัน ยิ่งไปกว่านั้นพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในแต่ละช่วงวัยมีลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยวเฉพาะตัว เช่นเดียวกับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่พบว่า นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มมีความสนใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะที่ต่างกัน ผลจากการศึกษาได้เสนอแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการนำไปใช้ออกแบบแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่สอดคล้องกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว สำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่รองรับการท่องเที่ยวของครอบครัวแบบขยาย ในแหล่งท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรือแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีสภาพแวดล้อมที่ร่มรื่นปกคลุมด้วยต้นไม้ พันธุ์ไม้ต่างๆ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่รองรับการท่องเที่ยวของครอบครัวเดี่ยว ควรมุ่งเน้นที่ที่พักที่สะดวกสบาย เช่น มีสระว่ายน้ำ คีดส์คลับ ตลอดจนในที่พักที่มีกิจกรรมสำหรับทุกคนในครอบครัว รวมถึงแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ในครอบครัว

Title	THE DEVELOPMENT OF FAMILY TOURISM DESTINATIOS THROUGH AN IDEATION PROCESS IN THE CONTEXT OF BEACHES AND WATER PARKS
Author	Weeraya Meesawatdikul
Advisor	Assistant Professor Siripen Dabphet, Ph.D.
Co-Advisor	Associate Professor Chalongsri Pimonsompong, Ph.D.
Academic Paper	Ph.D. Dissertation in Tourism and Hospitality Management - (Type 2.1), Naresuan University, 2023
Keywords	Family Tourism, Family Tourist, Family Tourist Experiences, Ideation Process, Family Tourist Attractions

ABSTRACT

The objectives of this study were 1) to explore the characteristics of the family tourism experiences and family tourist destinations from the perspective of family tourists with ideation process; 2) to study the relationship between family tourism experiences and family tourist destinations, and 3) to propose guidelines for developing family tourist destinations with ideation process. This study used a mixed methods and exploratory sequential design. Overall, the research process was divided into three phases including, phase 1, It is the qualitative study that collected data from 36 family tourists, consisting of grandparents, parent, and children (childhood-adolescent) with interview. A thematic method was used for data analysis to develop tools for collecting quantitative data. Phase 2, It is the quantitative study that collected data from 384 family tourists of various ages by using questionnaires developed in the previous phase. The data were analyzed by using exploratory factor analysis (EFA), correlation coefficient and one-way ANOVA. The previous results were used for creating family tourist destinations that are consistent with family tourists of various ages. Phase 3, It is the quantitative study that is used for evaluating the effectiveness of created family tourist destinations. The findings revealed that the characteristics of family tourism experiences included 6 components: 1. Interaction Experience, 2. Fun Experience, 3. Relax Experience, 4. Escape Experience, 5. Knowledge experience, and

6. Conveying Memories Experience. The characteristics of family tourist destinations consists of 6 components: 1. Safety Destination, 2. Activities, 3. Comfort Accommodation, 4. Delight Natural Tourist Attraction, 5. Amenities for Various Ages, and 6. Cultural Tourism Resources Reflecting Way of Life. The study also shows that, the characteristics of each tourism experience are related with the family destinations in different ways. Moreover, it was found that family tourists of different ages have their own unique tourism experiences, along with the characteristics of family destinations. The study also shows that each group of tourists is interested in family destination in different ways. The results of this study provided guidelines for entrepreneurs to use in designing family destinations that are consistent of tourists' experiences. The destination for extended family tourism must include natural attractions or cultural attractions, and environment covered with trees and plants. The destination for nuclear family tourism must include comfortable accommodations, such as a swimming pool, kids' club, accommodations with activities for the whole family, and guidelines for developing tourist attractions according to the characteristics of different groups of tourists in the family.

ประกาศคุณูปการ

การศึกษานี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี จากความกรุณาของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเพ็ญ ตาบเพชร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รองศาสตราจารย์ ดร.ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่คอยให้คำปรึกษา เอาใจใส่ต่อทุกระบวนการวิจัยเสมอมาจนงานวิจัยสำเร็จด้วยดี ขณะเดียวกันอาจารย์ยังคอยส่งเสริมองค์ความรู้การวิจัย และงานวิชาการต่างๆ ทำให้การทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้เป็นโอกาสให้แก่ตัวข้าพเจ้าได้พัฒนาความสามารถทางวิชาการ นอกจากนี้ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. อัคริน แสงพิกุล ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รวมถึงอาจารย์กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ ดร. จารุวรรณ แดงบุบผา และ ดร.ปรเมษฐ์ คำชู ที่เมตตาให้คำแนะนำ ช่วยเติมเต็มประเด็นที่ยังขาด ทำให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ในภาควิชาการท่องเที่ยว รวมทั้งคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยนเรศวรทุกท่าน ที่ได้ถ่ายทอดองค์ความรู้ทางวิชาการและการวิจัย ข้าพเจ้าได้นำความรู้มาใช้ในการทำวิทยานิพนธ์นี้

ขอขอบพระคุณคณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตสุรินทร์ ที่ให้การสนับสนุนทุนการศึกษาต่อระดับปริญญาเอก ทำให้ข้าพเจ้าได้มีโอกาสพัฒนาตนเอง

ขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ที่ได้เรียนร่วมกัน โดยเฉพาะ นางสาวเบญจพร แยมจำเมือง ดร.ศศิธร รัตนประยูร และ ดร.กิตติพงษ์ กิติพรไพบูลย์ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และกำลังใจแก่ข้าพเจ้าตลอดมา

เหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบพระคุณ บิดา-มารดา ผู้จุดประกายให้ข้าพเจ้าได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวกับครอบครัว ข้าพเจ้าสัมผัสได้ถึงความรัก ความอบอุ่น ที่พ่อ-แม่ มอบให้แก่ข้าพเจ้าตั้งแต่เด็กจนโตโดยเฉพาะช่วงเวลาที่ได้ท่องเที่ยวกับพ่อและแม่ในช่วงวัยเด็ก และขอบคุณอ้อมกอดจากลูกทั้งสอง ซ่างงา-น้ำอิง แหล่งกำลังใจยามที่ข้าพเจ้าท้อแท้ และพบเจอกับอุปสรรค

สุดท้ายนี้ข้าพเจ้าหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลจากการศึกษานี้จะช่วย ประโยชน์ให้แก่แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว และเป็นฐานความรู้ในการพัฒนางานวิชาการของชาติต่อไป คุณประโยชน์ใดๆ ก็ตามอันเป็นผลจากการศึกษานี้ ข้าพเจ้าขอมอบแด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

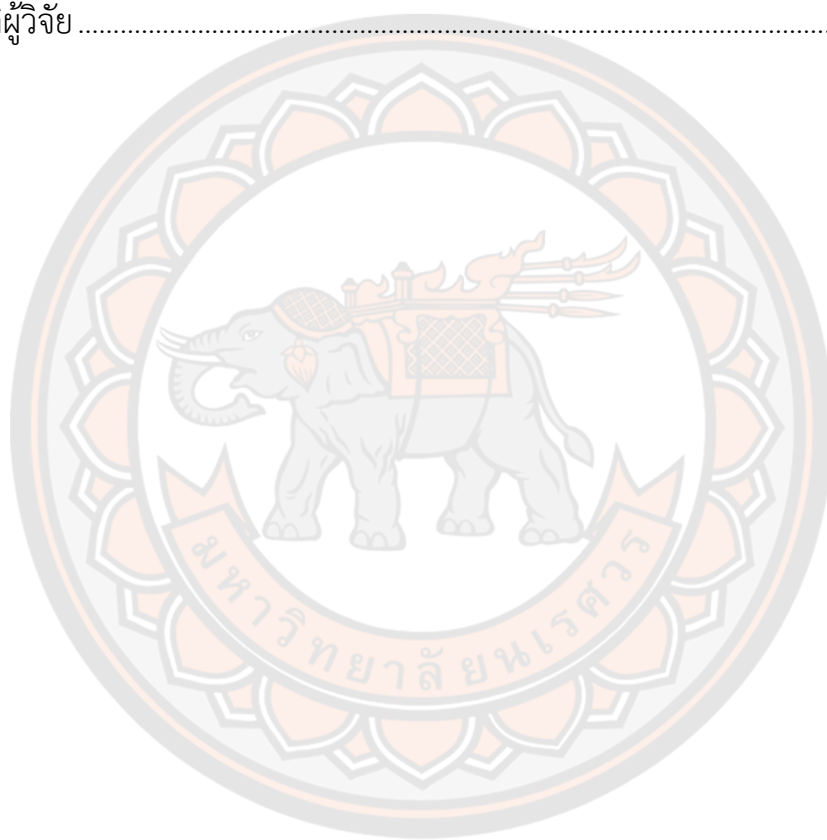
วีรยา มีสวัสดิกุล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
ประกาศคุุณุปการ	ช
สารบัญ	ซ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฐ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
คำถามการวิจัย.....	7
ขอบเขตของการวิจัย.....	7
ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย.....	9
นิยามศัพท์เฉพาะ	13
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	15
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม.....	17
การท่องเที่ยวเชิงครอบครัว.....	17
ประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว	24
แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว.....	37
กระบวนการนวจินตนาการ	46

กรอบแนวคิดการวิจัย	61
สรุป	62
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	64
การออกแบบการวิจัย	65
วิธีการดำเนินการวิจัย	67
เครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือ	74
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย	78
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	80
การวิเคราะห์ข้อมูล	84
จริยธรรมการวิจัย.....	92
สรุป	93
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	95
วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการศึกษาลักษณะประสพการณ์การท่องเที่ยวและลักษณะแหล่ง ท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวจากมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวด้วย กระบวนการนวจินตนาการ	101
วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของประสพการณ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับ แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว.....	115
วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวด้วย กระบวนการนวจินตนาการ	122
สรุป	143
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผล	144
สรุปผลการวิจัย.....	144
อภิปรายผล	151

กรอบแนวคิดสรุปผลการวิจัย.....	160
องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย.....	163
ข้อเสนอแนะ	173
บรรณานุกรม.....	175
ภาคผนวก.....	190
ประวัติผู้วิจัย	195



สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 ลักษณะของประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในกลุ่มครอบครัว.....	25
ตาราง 2 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว.....	39
ตาราง 3 การสังเคราะห์กระบวนการออกแบบ จากแนวคิดเชิงออกแบบ แนวคิดการ ออกแบบโมเดลเพชรคู่ และแนวคิดการออกแบบโดยมีศูนย์กลางคือผู้ใช้งาน.....	49
ตาราง 4 แนวคำถามในการสัมภาษณ์.....	75
ตาราง 5 คุณลักษณะของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในกลุ่มครอบครัว.....	85
ตาราง 6 คุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว.....	88
ตาราง 7 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวในกลุ่มครอบครัว.....	95
ตาราง 8 ความเชื่อมโยงระหว่างผลการศึกษากับกระบวนการนวัตนาการ.....	97
ตาราง 9 การวิเคราะห์องค์ประกอบของประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม ครอบครัว.....	102
ตาราง 10 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจลักษณะแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว	108
ตาราง 11 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่ง ท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวลักษณะต่างๆ ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์.....	117
ตาราง 12 การเปรียบเทียบความแตกต่างนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีต่อประสบการณ์ ท่องเที่ยว.....	123
ตาราง 13 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างภายในของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีต่อ ประสบการณ์การท่องเที่ยวในองค์ประกอบต่างๆ.....	126
ตาราง 14 การเปรียบเทียบความแตกต่างนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีต่อลักษณะของ แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว.....	130

ตาราง 15 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างภายในของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีต่อ
แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในลักษณะต่างๆ 132

ตาราง 16 ต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในลักษณะต่างๆ 137

ตาราง 17 คำร้อยละเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกรายกลุ่มที่มีต่อลักษณะ
แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว 140

ตาราง 18 ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวให้ความสำคัญ 142

ตาราง 19 การสรุปการนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ 164



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย	61
ภาพ 2 การออกแบบการวิจัย	65
ภาพ 3 กรอบแนวคิดสรุปผลการวิจัย	161
ภาพ 4 โมเดลการออกแบบด้วยกระบวนการนวจินตนาการ	172



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วิถีชีวิตของครอบครัวส่วนใหญ่ในสังคมปัจจุบันเป็นผลมาจากความเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการดำเนินชีวิตที่สืบเนื่องมาจากภาระในหน้าที่การงานและการเรียน ความเร่งรีบ และปัญหาต่างๆ ที่เผชิญในชีวิตประจำวันส่งผลให้เกิดความเครียดและความวิตกกังวล (Agarwal, Busby, & Huang, 2018; Gillis, 1997; Schänzel, Yeoman, & Backer, 2012; Schänzel, Smith, & Weaver, 2005) ทำให้ทุกวันนี้คนต่างต้องการที่จะมีพื้นที่ส่วนตัวในการใช้ชีวิตเพื่อสร้างความสุขให้แก่ตนเอง ส่งผลให้เกิดช่องว่างในครอบครัวและทำให้สมาชิกในครอบครัวมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันน้อยลง (กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว, 2562) ที่ผ่านมามีนักวิชาการหลายคน (Daly, 2004; Mestdag & Vandeweyer, 2005; Shaw, 1997) ที่ศึกษาเกี่ยวกับกิจกรรมยามว่างที่จะช่วยเติมเต็มความรักและสายสัมพันธ์ให้แก่คนในครอบครัวได้ เช่น การศึกษาของ Shaw และ Dawson (2001) พบว่า มีกิจกรรมยามว่างหลายประเภทที่สมาชิกทุกคนในครอบครัวสามารถทำร่วมกันได้ ทั้งการเล่นเกมส์ การเดินเล่น การขี่จักรยาน อย่างไรก็ตามนักวิชาการหลายคน (Daly, 2004; Davidson, 1996; Shaw, Havitz, & Delemere, 2008) พบว่า กิจกรรมที่ทำขณะอยู่ที่บ้านไม่เพียงพอที่จะทำให้ทุกคนได้ใช้เวลาที่จะสร้างสายสัมพันธ์ เนื่องจากสมาชิกในครอบครัวยังอยู่ในสภาพแวดล้อมเดิมๆ จึงมักเลือกทำตามสิ่งที่ตนเองมีความคุ้นเคย แตกต่างจากการท่องเที่ยวที่เป็นกิจกรรมได้เดินทางออกจากรับบ้าน การท่องเที่ยวจึงเป็นกิจกรรมที่สามารถสร้างสัมพันธ์ภาพ ตลอดจนช่วยให้คนหลุดพ้นจากภาวะความเครียดจากการใช้ชีวิตประจำวันได้มากกว่ากิจกรรมอื่นๆ (Orthner & Mancini, 1990) ก่อให้เกิดเป็นรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวใหม่ที่เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงครอบครัว เป็นการเดินทางร่วมกันของสมาชิกในครอบครัวประกอบด้วย พ่อ-แม่ กับลูก และในบางครั้งประกอบด้วยเครือญาติร่วมเดินทางท่องเที่ยวด้วยโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุทั้ง ปู่ย่า-ตายาย ถือเป็นเครือญาติกลุ่มสำคัญที่ร่วมท่องเที่ยวกับครอบครัว (Blichfeldt & Mikkelsen, 2017; Shavanddasht, 2018) การท่องเที่ยวเชิงครอบครัวมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อให้สมาชิกครอบครัวได้ใช้เวลาอยู่ด้วยกัน ได้พักผ่อน และคลายเหนื่อยล้าจากภาระหน้าที่และการงานและการเรียน (Ghate & Hazel, 2002; Schänzel

et al., 2012; Schänzel et al., 2005) เนื่องจากมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลายที่จะทำให้สมาชิกในครอบครัวได้ใช้เวลาทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน เช่น การเดินชมวิวทิวทัศน์ การเล่นน้ำ การรับประทานอาหาร การช้อปปิ้ง ฯลฯ (Chen, Lehto, & Cai, 2012) ผลการศึกษาเกี่ยวกับคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงครอบครัว เช่น การศึกษาของ Lehto, Fu, Li, and Zhou (2017) พบว่า คุณค่าจากการท่องเที่ยวเชิงครอบครัวประกอบด้วย 4 คุณลักษณะ คือ 1. ช่วยรักษาสัมพันธ์ภาพระหว่างสมาชิกในครอบครัว (Communication and Togetherness) 2. การร่วมกันค้นพบสิ่งใหม่ๆ (Shared Exploration) 3. การหลบหนีและแสวงหาความผ่อนคลาย (Escape and Relaxation) และ 4. การส่งเสริมประสบการณ์การเรียนรู้ของเด็ก (Experiential Learning for Children) ทั้งนี้คุณค่าในด้านสัมพันธ์ภาพในครอบครัวเป็นประเด็นที่นักวิชาการหลายคนให้การยอมรับอย่างกว้างขวาง (Gram, 2005; Schänzel, 2013) คุณค่านับเป็นการจากท่องเที่ยวเชิงครอบครัวทำให้ปัจจุบันเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เห็นได้จากรายงานผลสำรวจสถานการณ์การท่องเที่ยวของบริษัทเอโกต้าพบว่า มีการขยายตัวของตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มครอบครัวทั้งในประเทศและต่างประเทศ (Agoda, 2018) สอดคล้องกับ Schänzel และคณะ (2012) ที่กล่าวว่า การตลาดของการท่องเที่ยวเชิงครอบครัวมีการเติบโตอย่างรวดเร็วโดยสัดส่วนของการท่องเที่ยวแบบครอบครัวมีมากถึงร้อยละ 30 จากสัดส่วนของตลาดการเดินทางท่องเที่ยว

โดยทั่วไปลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงครอบครัวเป็นการท่องเที่ยวร่วมกันหลายช่วงวัยที่ผ่านมามีงานวิจัยหลายเรื่องศึกษาลักษณะของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในกลุ่มต่างๆ เช่น ศึกษาจากมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่ม พ่อ-แม่ ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงครอบครัวที่ทำให้เห็นว่ามีลักษณะของประสบการณ์ที่ผสมผสานกันระหว่างประสบการณ์ต่อตัวเองและประสบการณ์ต่อบุคคลในครอบครัว ลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยวจากมุมมองของ พ่อ-แม่ ที่มีต่อตนเองเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยที่จะได้รับประสบการณ์พักผ่อนและหลีกเลี่ยงความเบื่อหน่ายจากชีวิตประจำวันที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากความกดดันในภาระหน้าที่การงาน (Gram 2005; Nickerson & Jurowski, 2001; Shaw, 2008) และในขณะเดียวกัน พ่อ-แม่ มักคำนึงถึงประสบการณ์เชิงบวกที่ลูกจะได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว เช่น ความสุขที่ลูกได้รับจากกิจกรรมการท่องเที่ยว การถ่ายทอดความรักและความอบอุ่น ตลอดจนเป็นโอกาสส่งเสริมทักษะและการเรียนรู้แก่ลูก (Freysinger, 1994; Mayo & Jarvis, 1981; Poria, Atzaba-Poria, & Barrett, 2005; Shaw & Dawson, 2001) ส่วนประสบการณ์การท่องเที่ยวจากมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่ม ปู่ย่า-ตายาย มักให้ความสำคัญต่อการได้

ใช้เวลาร่วมกับหลานๆ ที่อยู่ในวัยเด็กเพื่อถ่ายทอดความรัก ทักษะและความรู้ให้กับหลานๆ ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว แม้นักท่องเที่ยว ปู่ย่า-ตายาย จะให้ความสำคัญต่อสายสัมพันธ์ในครอบครัว แต่ผลการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ก็ยังต้องการพื้นที่ส่วนตัวในการกิจกรรมตามความสนใจของตนเอง (Blichfeldt & Mikkelsen, 2016; Shavanddasht & Schänzel, 2019) และสำหรับประสบการณ์การท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่ม ลูก-หลาน นักวิชาการที่ศึกษาเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวของเด็กหลายคน (Carr, 2011; Gram 2005; Schänzel et al., 2012; Swarbrooke & Horner, 2007) ได้แสดงความเห็นว่า อายุที่แตกต่างกันของเด็กมีผลต่อลักษณะเฉพาะของประสบการณ์การท่องเที่ยว โดยเฉพาะในเด็กเล็กอายุระหว่าง 7-12 ปี กับ เด็กโต อายุ 13-17 ปี มีพัฒนาการทางสติปัญญาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีความสนใจเฉพาะของตัวเอง แสดงออกมาผ่านพฤติกรรมและการกระทำ (Piaget, 1983) ดังตัวอย่างผลการวิจัยที่ผ่านมาได้มีการนำเสนอความแตกต่างด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวของเด็กเล็กและเด็กโต (Cullingford, 1995; Thornton, Shaw, & Williams, 1997; Schänzel, & Carr, 2016) พบว่า เด็กเล็กมีความสุขต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้เคลื่อนไหวร่างกาย ในขณะที่เด็กวัยรุ่นมักสนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้พักผ่อนร่างกายคล้ายคลึงกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ใหญ่

จากตัวอย่างงานวิจัยข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า ลักษณะของประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงครอบครัวมีความแตกต่างไปจากประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป เนื่องจากลักษณะของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับขึ้นอยู่กับช่วงวัยของนักท่องเที่ยว โดยในแต่ละช่วงวัยก็มีมุมมองต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวในลักษณะที่แตกต่างกันไป ดังนั้นในการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกันของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวจึงประกอบด้วยลักษณะประสบการณ์ที่หลากหลายยิ่งไปกว่านั้นลักษณะของประสบการณ์ท่องเที่ยวยังเชื่อมโยงไปสู่ความสนใจต่อแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจในลักษณะแตกต่างกัน เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มปู่ย่า-ตายาย ให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถสร้างความสนุกสนานเพลิดเพลินแก่หลานๆ ได้ ท่ามกลางธรรมชาติและบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การพักผ่อน เนื่องจากให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านสัมพันธ์ภาพกับครอบครัวเป็นหลัก (Blichfeldt & Mikkelsen, 2017) ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่ม พ่อ-แม่ มีความปรารถนาที่จะเห็นลูกมีความสุขจากการท่องเที่ยว ดังนั้นมักให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายเพื่อสร้างความสนุก และยังเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยลดความกดดันที่ต้องคอยดูแล ลูก-หลาน

ระหว่างท่องเที่ยว และทำให้ พ่อ-แม่ เข้าถึงประสบการณ์ด้านความผ่อนคลาย (Fountain, Schänzel, Stewart, & Korner, 2015; Backer & Schänzel 2013) ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มลูก-หลาน ในกลุ่มเด็กเล็กให้ความสำคัญต่อการได้รับประสบการณ์ด้านความสนุกผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Gram 2005; Nickerson & Jurowski, 2001) ตลอดจนความสวยงามทางธรรมชาติและอากาศที่บริสุทธิ์ (Cullingford, 1995; Wu, Wall, Zu, & Ying, 2019) ส่วนเด็กโตให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และความสนุกสนาน ดังนั้นจึงมีความสนใจต่อแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ตื่นเต้น ทำทาย รวมถึงที่เปิดโอกาสให้ได้ทดลองสิ่งใหม่ๆ (Schänzel & Carr, 2016)

ลักษณะของความสนใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะที่แตกต่างกันตามประสบการณ์ของช่วงวัยต่างๆ ที่ผ่านมามีงานวิจัยหลายเรื่อง (Backer & Schänzel, 2013; Davidson, 1996; Gram 2005; Nickerson & Jurowski, 2001) พบว่า นักท่องเที่ยวไม่ได้รับความสุขจากการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกันเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวไม่สามารถให้ประสบการณ์ตามที่นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวคาดหวังไว้ได้ ยิ่งไปกว่านั้นยังมีผลการวิจัยที่พบว่าการเปลี่ยนแปลงลักษณะการท่องเที่ยวกับครอบครัว โดยทุกวันนี้นักท่องเที่ยวไม่ได้เดินทางท่องเที่ยวร่วมกันเหมือนในอดีตเนื่องจากมีความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะที่ต่างกัน จึงเริ่มท่องเที่ยวร่วมกับสมาชิกบางกลุ่มในครอบครัวที่มีความสนใจในกิจกรรมเดียวกัน เช่น ท่องเที่ยวร่วมกันเฉพาะในกลุ่มหลานๆ หรือเฉพาะกลุ่ม ปู่ย่า-ตายาย กับ กลุ่มพ่อ-แม่ เนื่องจากมีความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ต่างกัน (Yang, Khoo-Lattimore, & Yang, 2020) ดังนั้นถ้าแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวสามารถออกแบบแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรองรับต่อประสบการณ์ที่หลากหลายของสมาชิกในครอบครัวในช่วงวัยต่างๆ ที่เดินทางท่องเที่ยวร่วมกันได้ จะสามารถช่วยเติมเต็มประสบการณ์การท่องเที่ยวและสร้างความสุขให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวได้ (Blichfeldt & Mikkelsen, 2017; Fountain et al., 2015; John & Gyimóthy, 2003; Schänzel & Yeoman, 2014) แต่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่ผ่านมามีข้อจำกัด เนื่องจากการศึกษาที่ผ่านมามักศึกษาจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น (Chen et al., 2012; Nickerson & Jurowski, 2001; Wu et al., 2019) ยิ่งไปกว่านั้นมักนำเสนอภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวเพื่อรองรับเด็กเป็นหลัก (Khoo-Lattimore, Prayag, & Cheah, 2015; Li, Xu, & Chen, 2020; Song, Park, & Kim, 2020) ทั้งนี้นักวิชาการหลายคน (Fountain et al., 2015; Heimtun, 2019; Wu & Wall, 2017) ให้ความเห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวควรตระหนักถึงการ

รองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวทุกกลุ่ม เนื่องจากสมาชิกครอบครัวที่เดินทางร่วมกันมีความสนใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะที่แตกต่างตามประสบการณ์การท่องเที่ยว ดังนั้นการออกแบบแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนมาจากมุมมองความคิดของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวทุกกลุ่มจะช่วยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวได้ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตนเองสนใจ สอดคล้องกับประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับ ส่งผลให้เกิดความสุขในการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกัน

จากช่องว่างทางวิชาการที่นำเสนอข้างต้นนักวิชาการได้นำทฤษฎีมาใช้เพื่อออกแบบแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวของ พ่อ-แม่ กับลูกสามารถสร้างความสุขร่วมกันได้ เช่น Séraphin และคณะ (2020) ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับเด็กในรีสอร์ทด้วยแนวคิดเมืองจำลองการใช้ชีวิต (Kidzania Model) ผลจากการศึกษาช่วยยกระดับการบริการที่เข้าถึงมุมมองความสุขของ พ่อ-แม่ ที่ได้เห็นคุณค่าที่ลูกได้รับจากกิจกรรมด้วย เช่น จัดให้มีเด็กได้แสดงออก ตลอดจนการเผยแพร่ผลงานของเด็ก ทำให้พ่อแม่มีความสุขกับความสามารถของลูก ในขณะที่ Wu และ Wall (2017) ได้ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวกลุ่ม พ่อ-แม่ ในการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑน์โดยใช้ทฤษฎีปัจจัยผลัก (Push Factor) และปัจจัยดึง (Pull Factor) แม้ผลการวิจัยจะพบว่า ภายใต้อัตราปัจจัยดึงนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะคำนึงถึงความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถรองรับสมาชิกครอบครัวได้ทุกกลุ่ม แต่ทั้งนี้ก็เป็นการศึกษาจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเพียงกลุ่มเดียวซึ่งยังไม่สามารถสะท้อนถึงความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในกลุ่มอื่นๆ ได้ จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าแม้ว่าจะมีการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวอย่างต่อเนื่อง แต่ยังไม่มีการวิจัยที่จะสามารถเสนอแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่สอดคล้องกับมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวทุกกลุ่มได้ ดังนั้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่สอดคล้องกับตัวตนของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวทุกกลุ่มจึงเป็นจุดมุ่งหมายหลักของการศึกษาในครั้งนี้

จากการทบทวนวรรณกรรมได้พบว่า แนวคิดการออกแบบในปัจจุบัน เช่น การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) การออกแบบด้วยโมเดลเพชรคู่ (Double Diamond Design Process) และการออกแบบโดยมีศูนย์กลางคือผู้ใช้งาน (Human Centered Design) มีลักษณะการออกแบบที่นักออกแบบจะให้ความสำคัญต่อการเข้าใจปัญหาและความต้องการของผู้ใช้เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบสะท้อนตัวตนที่แท้จริงของผู้ใช้ได้ (Brown & Wyatt, 2010; Design Council, 2021;

IDEO.org, 2015) มีความสัมพันธ์กับประเด็นที่ต้องการศึกษาในครั้งนี้ที่ต้องการทำความเข้าใจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกิจกรรมครอบครัวเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว แต่ขณะเดียวกันจุดมุ่งหมายของการศึกษานี้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกิจกรรมครอบครัวหลายๆ กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มปู่ย่า-ตายาย กลุ่มพ่อ-แม่ กลุ่มลูก-หลานเด็กเล็ก (อายุระหว่าง 7-12 ปี) และเด็กโต (อายุระหว่าง 13-17 ปี) ที่ผ่านมายังไม่มีการออกแบบด้วยแนวคิดใดที่ให้ความสำคัญต่อการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองผู้ใช้หลากหลายกลุ่มได้ เป็นผลให้การศึกษาครั้งนี้ต้องออกแบบกระบวนการศึกษาใหม่ที่บูรณาการมาจากโมเดลการออกแบบต่างๆ ที่ให้ความสำคัญกับการออกแบบจากมุมมองของผู้ใช้งาน และการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ประโยชน์ได้หลายกลุ่มภายใต้การออกแบบด้วย “กระบวนการนวจินตนาการ” (Ideation) ให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจผู้ใช้ และการรวบรวมความคิดเห็นจากผู้ใช้หลายกลุ่ม ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้หลายกลุ่ม โดยกระบวนการนวจินตนาการประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1. การรับรู้ถึงปัญหา (Perception of Problems) 2. การสังเคราะห์ปัญหา (Analysing Problems) 3. การรวบรวมวิธีการแก้ปัญหา (Collecting Problems) 4. การเสนอวิธีการแก้ปัญหา (Solution) และ 5. การประเมินผล (Evaluation) เป็นกระบวนการที่ใช้ในศึกษาครั้งนี้ ผลจากการศึกษาเป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกิจกรรมต่างๆ เพื่อเติมเต็มความสุข สร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าในการท่องเที่ยวร่วมกับคนในครอบครัว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาเรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวด้วยกระบวนการนวจินตนาการในบริบทของชายหาดและสวนน้ำ มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยวและลักษณะแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวจากมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวด้วยกระบวนการนวจินตนาการ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวด้วยกระบวนการนวจินตนาการ

คำถามการวิจัย

1. ประสบการณ์การท่องเที่ยวส่งผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวอย่างไร
2. แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวต้องมียุทธศาสตร์ประกอบอะไรบ้างจึงจะสามารถตอบสนองต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวแต่ละช่วงวัยได้
3. แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวควรพัฒนาอย่างไรจึงจะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้ได้ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องประกอบด้วยการท่องเที่ยวเชิงครอบครัว ประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว และกระบวนการนวจินตนาการ

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มปู่ย่า-ตายาย 2. กลุ่มพ่อ-แม่ และ 3. กลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็กและเด็กโต) สำหรับการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม มีกลุ่มตัวอย่างและขนาดกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันดังนี้

2.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ

เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว 3 กลุ่ม คือ 1. นักท่องเที่ยวกลุ่มปู่ย่า-ตายาย 2. นักท่องเที่ยวกลุ่มพ่อ-แม่ 3. นักท่องเที่ยวกลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก และเด็กโต) รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 36 คน

2.2 การวิจัยเชิงปริมาณ

การสอบถามความคิดเห็นด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวประกอบด้วย นักท่องเที่ยวกลุ่มปู่ย่า-ตายาย นักท่องเที่ยวกลุ่มพ่อ-แม่ (สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นอกจากจะเป็นผู้ให้ข้อมูลตามความคิดเห็นของตนเองแล้ว ยังกำหนดให้เป็นตัวแทนในการให้ข้อมูลแทนนักท่องเที่ยวกลุ่มลูก-หลาน เด็กเล็กด้วย) และนักท่องเที่ยวกลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 384 คน และเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดและสวนน้ำต่างๆ จะทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลายคล้ายคลึงกับประชากรจริงและกำหนดให้กลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มมีส่วนส่วนเท่าๆ กัน มีรายละเอียดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

- | | |
|---|--------------|
| 1. นักท่องเที่ยวกลุ่มปู่ ย่า ตา ยาย | จำนวน 128 คน |
| 2. นักท่องเที่ยวกลุ่มพ่อ-แม่ | จำนวน 128 คน |
| 3. นักท่องเที่ยวกลุ่มลูก-หลาน | จำนวน 128 คน |
| - นักท่องเที่ยวกลุ่มเด็กเล็ก (พ่อ-แม่ เป็นผู้ให้ข้อมูล) | |
| - นักท่องเที่ยวกลุ่มเด็กโต | |

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวเลือกแหล่งท่องเที่ยวโดยให้ความสำคัญกับความสนุก และมีกิจกรรมที่หลากหลายสำหรับสมาชิกทุกคนในครอบครัว ทั้งนี้ ชายหาดและสวนน้ำ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ สำหรับในประเทศไทยมีจังหวัดชายหาดที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวหลายจังหวัด แต่เมื่อพิจารณาร่วมกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดและสวนน้ำพบว่า จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (หัวหิน) และจังหวัดชลบุรี (พัทยา) เป็นจังหวัดที่ได้รับการยอมรับว่ามีชื่อเสียงทั้งในด้านชายหาดและสวนน้ำ

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาดำเนินการวิจัยตั้งแต่ เดือนกันยายน 2565 ถึง เดือนมีนาคม 2567

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ใช้กระบวนการนวจินตนาการเป็นกระบวนการศึกษา เนื่องจากเป็นกระบวนการออกแบบที่ให้ความสำคัญต่อมุมมองที่หลากหลายของผู้ใช้ กระบวนการนวจินตนาการประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นที่ 1 การรับรู้ถึงปัญหา เป็นการเปิดรับและการรวบรวมความคิดเห็นจากผู้ใช้งานหลายกลุ่ม ในการศึกษาครั้งนี้เก็บข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวประกอบด้วย กลุ่มปู่ย่า-ตายาย กลุ่มพ่อ-แม่ และกลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็กและเด็กโต) เกี่ยวกับลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยวและลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว

ขั้นที่ 2 การสังเคราะห์ปัญหา เป็นการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว เพื่อให้สามารถระบุลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยวและลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว

ขั้นตอนที่ 3 การรวบรวมวิธีการแก้ปัญหา เป็นการหาวิธีการแก้ปัญหาที่สอดคล้องกับประเด็นที่เป็นโจทย์ปัญหา ประกอบด้วย 2 ขั้นตอนย่อย ดังนี้

ขั้นที่ 1 การสร้างวิธีการแก้ปัญหาให้ได้มากที่สุด โดยการผสมผสานความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวกทุกกลุ่ม เพื่อให้เห็นภาพรวมเกี่ยวกับลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยวและลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกกลุ่มครอบครัว

ขั้นที่ 2 การคัดเลือกวิธีการแก้ปัญหาที่มีศักยภาพ ในการตอบโจทยปัญหาของผู้ใช้งานได้ เพื่อนำไปเสนอวิธีการแก้ปัญหาในขั้นต่อไป ลักษณะของความคิดที่คัดเลือกในการศึกษาครั้งนี้คัดเลือกจากความคิดที่มีความสัมพันธ์กันโดยศึกษาความสัมพันธ์ของประสบการณ์การท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวและเป็นความคิดที่สามารถตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวกกลุ่มต่างๆ ได้

ขั้นตอนที่ 4 การนำเสนอวิธีการแก้ปัญหา เป็นการสร้างต้นแบบที่สื่อถึงวิธีการแก้ปัญหา ในการศึกษาครั้งนี้นำวิธีการแก้ปัญหาที่คัดเลือกไว้จากขั้นตอนก่อนหน้ามาสร้างต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับประสบการณ์ท่องเที่ยว ด้วยการสร้างแบบสอบถามเพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกเลือกท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว

ขั้นตอนที่ 5 การประเมินผล ให้ความสำคัญต่อต้นแบบที่สามารถตอบโจทย์ปัญหาและความต้องการของผู้ใช้งานทุกกลุ่ม โดยพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว เพื่อนำเสนอแนวทางพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว

1. การกำหนดระเบียบวิธีวิจัย และกำหนดเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล

จากการพัฒนากรอบแนวคิดที่ต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่สามารถตอบสนองต่อสมาชิกในครอบครัวที่เดินทางท่องเที่ยวให้ได้รับความสุขจากการท่องเที่ยวร่วมกัน ได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Method) เริ่มต้นด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเนื่องจากเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพที่เข้าถึงความคิดถึงของผู้ให้ข้อมูลในทุกช่วงวัยได้ มีประเด็นคำถามเพื่อศึกษาลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยวตลอดจนลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวจากมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวทุกกลุ่ม ประเด็นต่างๆ ที่ได้จากการสัมภาษณ์นำมาสร้างเป็นแบบสอบถาม เพื่อทำการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้กระบวนการนวจินตนาการเป็นกระบวนการในการศึกษา เพื่อจัดกลุ่มองค์ประกอบของประสบการณ์การท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ตลอดจนสามารถระบุได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวควรจัดเตรียมการรองรับอย่างไร เพื่อให้สามารถเข้าถึงประสบการณ์และลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ได้ ผลจากการศึกษาเป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการนำไปใช้ออกแบบแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่สอดคล้องกับประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวคาดหวังช่วยเติมเต็มความสุขและสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับคนในครอบครัว

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีวิธีการที่แตกต่างกัน ดังนี้

2.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวเกี่ยวกับลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยว ตลอดจนลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวจากมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวทุกกลุ่ม ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวกลุ่มปู่ย่า-ตายาย นักท่องเที่ยวกลุ่มพ่อ-แม่ และนักท่องเที่ยวกลุ่มลูก (เด็กเล็ก-เด็กโต) ทั้งนี้ในการเก็บข้อมูลจากเด็ก โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กเล็กอายุระหว่าง 7-12 ปี มีข้อจำกัดทั้งด้านสติปัญญาและการให้ข้อมูล ดังนั้นในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเด็กเล็ก ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาที่ทำการเก็บ

รวบรวมข้อมูลจากเด็กได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์โดยการผสมผสานเทคนิคต่างๆ เช่น การเล่นเกมส์ การวาดรูป มาเป็นกิจกรรมประกอบการสัมภาษณ์เด็ก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน รายละเอียดดังนี้

การเตรียมสัมภาษณ์

ดำเนินการนัดหมายวัน เวลา สถานที่ ที่จะทำการสัมภาษณ์ และสำหรับการสัมภาษณ์เด็ก ผู้วิจัยขออนุญาตจากพ่อ-แม่ ของเด็ก พร้อมเตรียมอุปกรณ์การเก็บข้อมูล เช่น เครื่องบันทึกเสียง สมุดจดบันทึก และอุปกรณ์วาดรูป (สำหรับเก็บข้อมูลเด็ก) ตลอดจนจัดเตรียมสถานที่ที่เหมาะสมเพื่อให้เด็กอยู่ในบรรยากาศที่ผ่อนคลาย ให้พร้อมก่อนดำเนินการสัมภาษณ์

การสัมภาษณ์

การสนทนาสร้างความคุ้นเคยกับผู้สัมภาษณ์พร้อมแจ้งวัตถุประสงค์การสัมภาษณ์ อธิบายเหตุผลและขออนุญาตใช้เครื่องบันทึกเสียงในขณะที่สัมภาษณ์ รวมทั้งแจ้งให้ทราบว่าจะระหว่างการสนทนาจะมีการบันทึกเสียงไว้ ทั้งนี้หากผู้ให้สัมภาษณ์ไม่ประสงค์ที่จะให้บันทึกเสียง ผู้วิจัยก็จะไม่บันทึกเสียง จากนั้นทำการสัมภาษณ์โดยเรียงลำดับตามคำถามในแบบสัมภาษณ์

สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกจากนักท่องเที่ยวก่อนวัยเด็ก ผู้วิจัยเริ่มกิจกรรมที่สร้างความคุ้นเคยกับเด็ก เช่น การเล่นเกมส์ การพูดคุย เมื่อเด็กเริ่มมีความคุ้นเคยจะเริ่มซักถามเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัวที่ผ่านมา โดยเฉพาะกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เด็กชอบทำ โดยสำหรับเด็กเล็กอายุต่ำกว่า 8 ปี จะแจกอุปกรณ์วาดรูปเพื่อให้เด็กวาดรูปเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นประสบการณ์ที่มีความสุขและอยู่ในความทรงจำ เพื่อเป็นการทบทวนความทรงจำและสร้างสมาธิให้กับเด็กเตรียมพร้อมสู่การสัมภาษณ์ เมื่อเด็กวาดรูปเสร็จแล้วให้เด็กเล่าถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวตามมุมมองและความรู้สึกของเด็กที่ปรากฏในภาพ สำหรับเด็กอายุตั้งแต่ 8 ปีขึ้นไป มีทักษะในการสื่อสารและโต้ตอบข้อมูลตามคำถามได้ดี ดังนั้นเมื่อเด็กมีความคุ้นเคยกับนักวิจัยแล้วจะข้ามขั้นตอนการวาดรูปและเข้าสู่การประเด็นการสัมภาษณ์ในระหว่างการสัมภาษณ์จะสังเกตถึงปฏิกิริยาของเด็กกว่ายังมีสมาธิ และมีความสุข ในการให้ข้อมูลหรือไม่ หากเด็กมีปฏิกิริยาดังกล่าวระหว่างสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะใช้กิจกรรมอื่นๆ เข้ามาช่วย หรือให้เด็กพัก ดื่มน้ำ กินขนม เมื่อเด็กมีความพร้อม ผู้วิจัยจึงจะดำเนินการสัมภาษณ์ต่อไป ประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์ นำไปสู่ข้อคำถามในแบบสอบถาม รายละเอียดดังตาราง 5 และตาราง 6

2.2 การวิจัยเชิงปริมาณ

ดำเนินการระหว่างเดือนเมษายน – เดือนตุลาคม 2566 โดยแบ่งเป็น 2 ช่วง ระยะเวลาที่ 1 เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีต่อประสบการณ์ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้ 1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ 2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว 3. ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว และ 4. แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ระยะเวลาที่ 2 เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเลือกท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยวิธีการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) ทั้งนี้ลักษณะของการวิเคราะห์นี้เป็นการหาความสำคัญทั้งข้อความที่เป็นรูปธรรมชัดเจน (Manifest Content) และการวิเคราะห์โดยนัยหรือตีความ (Latent Content) สำหรับการศึกษาครั้งนี้แก่นเรื่องที่จะนำมาพิจารณา ประกอบด้วย การใช้ความถี่ของคำเพื่อกำหนดแก่นเรื่อง (Theme) ในการอธิบายถึงประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวต้องการได้รับและคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางท่องเที่ยว

3.2 การวิจัยเชิงปริมาณ

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย และการใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) เป็นการวิเคราะห์เพื่อสำรวจและระบุองค์ประกอบร่วมเกี่ยวกับองค์ประกอบขององค์ประกอบการท่องเที่ยว และองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว (วัตถุประสงค์ที่ 1) และการใช้เทคนิคการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว (วัตถุประสงค์ที่ 2) ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) (ลักษณะ

ของประสบการณ์การท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ) ตลอดจนค่าความถี่ ร้อยละ เพื่อเสนอแนวทางสำหรับผู้ประกอบการในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่สามารถตอบสนองต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ได้ (วัตถุประสงค์ที่ 3)

นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยวเชิงครอบครัว (Family Tourism) หมายถึง การเดินทางร่วมกันของสมาชิกในครอบครัว ประกอบด้วย พ่อ แม่ ลูก ตลอดจนเครือญาติ โดยเฉพาะ ปู่ย่า-ตายาย มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อให้สมาชิกครอบครัวได้ใช้เวลาร่วมกันเพื่อพักผ่อนและคลายเหนื่อยล้าจากภาระหน้าที่และการทำงานและการเรียน ไปในแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างความสนุกสนาน การพักผ่อน ความสุขที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว ก่อให้เกิด ความอบอุ่น ความทรงจำที่ดีร่วมกัน และสัมพันธ์ภาพระหว่างสมาชิกในครอบครัว

นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว (Family Tourist) หมายถึง บุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวร่วมกับคนในครอบครัว ประกอบด้วย กลุ่มปู่ ย่า ตา ยาย กลุ่มพ่อ-แม่ และกลุ่มลูก (เด็กเล็กและเด็กโต) มีวัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสร้างความสุขให้แก่ตัวเอง ตลอดจนสมาชิกในครอบครัวคนอื่นๆ โดยเฉพาะกับลูก-หลาน และการสร้างความสัมพันธ์ร่วมกันในครอบครัว

ประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว (Family Tourist Experiences) หมายถึง สิ่งที่นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว เมื่อได้รับจะก่อให้เกิดเป็นความทรงจำที่มีคุณค่า ประกอบด้วย 1. ประสบการณ์ด้านการสร้างความสัมพันธ์ (Interaction Experience) 2. ประสบการณ์ด้านความสนุก (Fun Experience) 3. ประสบการณ์ด้านความผ่อนคลาย (Relax Experience) 4. ประสบการณ์ด้านการหลบหนี (Escape Experience) 5. ประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ (Knowledge Experience) และ 6. ประสบการณ์ด้านการส่งต่อความทรงจำ (Conveying Memories Experience)

กระบวนการนวัตกรรม (Ideations Process) หมายถึง กระบวนการออกแบบที่ได้จากการรวบรวมความคิดจากมุมมองความคิดหลากหลาย กลุ่ม และการผสมผสานความคิดในการสร้างต้นแบบความคิดเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อผู้ใช้งานได้หลายกลุ่ม ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่

1. การรับรู้ถึงปัญหา (Perception of Problems) การเปิดรับความคิดเห็นจากผู้ใช้หลากหลายมุมมองช่วยให้นักออกแบบรับรู้ถึงความต้องการ ปัญหา และอุปสรรคของผู้ใช้ทุกกลุ่ม
2. การสังเคราะห์ปัญหา (Analysing Problems) การเก็บรวบรวมความคิดเห็นจากผู้ใช้งานกลุ่มต่างๆ ให้ได้มากที่สุด ทำการจัดการข้อมูลด้วยการคัดแยก จัดกลุ่มข้อมูล โดยเฉพาะประเด็นที่เป็นความต้องการหรือปัญหาจากผู้ใช้ เพื่อกำหนดทิศทางการออกแบบที่สามารถแก้ปัญหาให้แก่ผู้ใช้งานได้
3. การรวบรวมวิธีการแก้ปัญหา (Collecting Problems) เป็นการหาวิธีการแก้ปัญหาที่สอดคล้องกับประเด็นที่เป็นโจทย์ปัญหา โดยให้ความสำคัญต่อการรวบรวมความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม เพื่อให้ได้ความคิดเห็นที่หลากหลาย และจำนวนความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ที่มากพอในการคัดเลือกวิธีการแก้ปัญหาที่มีศักยภาพในการตอบโจทย์ปัญหาของผู้ใช้ให้ได้มากที่สุด
4. การนำเสนอวิธีการแก้ปัญหา (Solution) สร้างต้นแบบที่สามารถสื่อถึงวิธีการแก้ปัญหาให้เป็นรูปธรรม เพื่อนำไปใช้สื่อสารกับผู้ใช้งานเพื่อขอความคิดเห็นจากผู้ใช้งานทุกกลุ่ม
5. การประเมินผล (Evaluation) เป็นการประเมินประสิทธิภาพของต้นแบบโดยให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบโจทย์ปัญหาและความต้องการของผู้ใช้งานทุกกลุ่ม

แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว (Family Tourist Attractions) หมายถึง สถานที่พักผ่อนที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีความหลากหลายของช่วงวัยทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบาย ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ความผ่อนคลาย ฯลฯ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วย 1. แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย (Safety Destination) 2. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย (Activities) 3. ที่พักที่สะดวกสบาย (Comfort Accommodation) 4. แหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม (Delight Natural Tourist Attraction) 5. สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย (Amenities for Various Ages) และ 6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง (Cultural Tourism Resources to Reflect Way of Lives) สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีความหลากหลายของช่วงวัย เป็นแรงจูงใจให้ค้นหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ในช่วงวันหยุดครั้งต่อไป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยครั้งนี้จะเกิดประโยชน์ต่อหน่วยงานและภาคส่วนต่างๆ ดังต่อไปนี้

ภาครัฐ

1. หน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมการท่องเที่ยว ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตลอดจนสถาบันครอบครัว นำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวเป็นแนวทางจัดกิจกรรมในการส่งเสริมสายสัมพันธ์แก่ครอบครัวไทย

2. หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กองพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงครอบครัวที่มีมุมมองทางความคิดและความต้องการแตกต่างไปจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น เพื่อนำข้อมูลไปวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้

3. หน่วยงานภาครัฐ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว การตลาดการท่องเที่ยว สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปวางแผนเพื่อส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวมีความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับชาติ

ภาคเอกชน

1. ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว สามารถนำใช้แนวทางพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว มาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนการบริการเพื่อใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวได้

2. ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มโอกาสทางการตลาด เช่น การส่งเสริมด้านการรองรับในแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ช่วยเสริมสร้างสายสัมพันธ์ในครอบครัวทำให้ทุกคนได้รับจากการท่องเที่ยวร่วมกัน นอกจากนี้ยังสามารถขยายตลาดไปสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีบริบทใกล้เคียงกัน โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวสำหรับเด็ก เช่น สวนสัตว์ พิพิธภัณฑ์ และสวนสนุก เป็นต้น

ภาคประชาชน

1. ช่วยให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงครอบครัวที่สามารถสร้างความสนุกสนาน สร้างสายสัมพันธ์ และประสบการณ์ที่มีคุณค่า เช่น การเสริมสร้างสายสัมพันธ์ในครอบครัว การส่งเสริมประสบการณ์และการเรียนรู้ ตลอดจนการสร้างความทรงจำที่มีคุณค่า

2. ช่วยให้ พ่อ-แม่ ตลอดจนผู้ปกครองเข้าใจถึงมุมมองความคิดของลูก-หลาน เกี่ยวกับ ประสบการณ์การท่องเที่ยว ตลอดจนลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ลูกสนใจ เพื่อให้ลูกได้รับความสุข และประสบการณ์ที่มีคุณค่าจากการเดินทางท่องเที่ยว

3. ช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวสามารถตอบสนองต่อทุกคนในครอบครัว เช่น มีการจัดสรรพื้นที่สำหรับการทำกิจกรรมร่วมกัน สนามเด็กเล่นสำหรับเด็ก พื้นที่ที่เหมาะสมต่อการพักผ่อนหย่อนใจ ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสุขจากการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกัน

ภาควิชาการ

1. อาจารย์ นักวิชาการ นิสิต นักศึกษา ที่สนใจศึกษาในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงครอบครัว และเรื่องที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้เป็นฐานความรู้ในการพัฒนางานวิจัยต่อไปในอนาคต

2. อาจารย์ นักวิชาการ สามารถนำข้อมูลไปใช้พัฒนาการเรียนการสอน ตลอดจนการต่อยอดทางการวิจัย เพื่อให้เท่าทันกับสถานการณ์ทางการท่องเที่ยวที่ปัจจุบันมีการขยายตัวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว และบทบาทของเด็กที่มีต่อการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวด้วยกระบวนการนวจินตนาการในบริบทของชายหาดและสวนน้ำ ได้ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้แนวคิดและทฤษฎีเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงครอบครัว ประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว และกระบวนการนวจินตนาการ มีรายละเอียดดังนี้

การท่องเที่ยวเชิงครอบครัว

ลักษณะของวิถีชีวิตของคนในสังคมปัจจุบันมีความหลากหลายและมีอิสระในการใช้ชีวิตมากขึ้น ส่งผลให้ลักษณะของครอบครัวทุกวันนี้แตกต่างไปจากอดีต ปัจจุบันครอบครัวทั่วโลกมีขนาดเล็กลงเนื่องจากการแยกตัวไปใช้ชีวิตส่วนตัวของแต่ละคนมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการเพิ่มจำนวนของคนโสดและผู้ที่ย่าร้าง รวมถึงการลดลงของจำนวนบุตรในครอบครัวด้วย สำหรับลักษณะครอบครัวไทยก็มีความเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างเห็นได้ชัด จากอดีตที่เคยเป็นครอบครัวขนาดใหญ่อยู่ด้วยกันพร้อมหน้าพร้อมตาทั้งพ่อ-แม่ ลูกพี่-น้อง ปู่ย่า-ตายาย อาศัยอยู่รวมกันเต็มไปด้วยความรัก ความอบอุ่นและสายสัมพันธ์แนบแน่น แต่ทุกวันนี้พบว่าครอบครัวไทยต้องเผชิญกับความห่างเหินกันและขาดการเอาใจใส่ดูแลกัน เนื่องจากภาระหน้าที่การงานความเร่งรีบและปัญหาต่างๆ ที่เผชิญในชีวิตประจำวัน ส่งผลให้เกิดความเครียดและความวิตกกังวลที่เพิ่มสูงขึ้น ดังนั้นทุกคนต่างมุ่งใช้ชีวิตเพื่อสร้างความสุขให้แก่ตนเอง ส่งผลให้สมาชิกในครอบครัวต่างมีพื้นที่ส่วนตัวในการใช้ชีวิตก่อให้เกิดช่องว่างในครอบครัวและทำให้สมาชิกในครอบครัวมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันน้อยลง (กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว, 2562)

รูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปส่งผลให้ครอบครัวมีเวลาให้กันน้อยลงเป็นปัญหาสำคัญที่ได้รับความสนใจจากนักวิชาการและประชาชนทั่วไป โดยประเด็นที่สำคัญคือ ความต้องการที่จะใช้เวลาร่วมกันเพื่อรักษาสัมพันธ์ภาพในครอบครัวดังที่ Gillis (1997) กล่าวว่า ครอบครัวในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการใช้เวลาร่วมกัน เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า "เวลาที่มีคุณภาพ" เนื่องจากทุกวันนี้

ทั้งพ่อและแม่ต่างต้องทำงานนอกบ้านเพื่อหวังให้ครอบครัวมีรายได้เพิ่มขึ้นขณะเดียวกันเด็กทุกวันนี้มีกรอบเวลาในการเรียนที่เข้มงวดมากขึ้น โดยนอกเหนือจากการเรียนในชั้นเรียนปกติแล้ว เด็กส่วนใหญ่ยังต้องเรียนพิเศษหลังจากเลิกเรียน ส่งผลให้เด็กทุกวันนี้มีแนวโน้มที่จะมีภาวะถูกกดดันสูงขึ้น (Klammer, 2006) นอกจากนี้การขยายตัวของครอบครัวเดี่ยวโดยเฉพาะในสังคมไทย ทำให้การปฏิสัมพันธ์ระหว่างเครือญาติลดน้อยลง (กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว, 2562) เป็นเหตุให้ครอบครัวต่างมีเวลาให้กันน้อยลง ดังนั้นความอบอุ่นและสายสัมพันธ์ในครอบครัวจึงเป็นประเด็นสำคัญที่ได้รับความสนใจอย่างกว้างขวาง (Schanzel et al., 2012)

โดยทั่วไปนั้นวิธีที่ได้รับความนิยมในการสร้างสายสัมพันธ์ในครอบครัว คือ การมองหากิจกรรมเพื่อให้ทุกคนในครอบครัวได้ใช้เวลาในชีวิตประจำวันร่วมกันเพื่อความสุขและเติมเต็มความอบอุ่นในทุกๆ วัน (Daly, 2004) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเด็กมักเป็นศูนย์กลางในการเลือกกิจกรรมที่ครอบครัวจะทำร่วมกัน (Sayer, Bianchi, & Robinson, 2004) สอดคล้องกับความคิดเห็นของ Orthner และ Mancini (1990) ที่กล่าวว่า คุณค่าที่ครอบครัวจะได้รับจากการทำกิจกรรมร่วมกันช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารกันภายในครอบครัว ช่วยพัฒนาความสัมพันธ์แก่สมาชิกทุกคนในครอบครัว ตลอดจนช่วยสร้างสายใยรักในครอบครัว โดยกิจกรรมการพักผ่อนของครอบครัวต้องมีความสมดุลกันระหว่าง 1. กิจกรรมที่ทำร่วมกันที่บ้านผ่านกิจวัตรประจำวันต่างๆ ที่สมาชิกครอบครัวสามารถใช้เวลาร่วมกันได้ เช่น การรับประทานอาหาร การดูโทรทัศน์ การทำงานบ้าน การทำอาหารร่วมกัน และ 2. การออกจากบ้านเพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวกับครอบครัว จากการศึกษาของนักวิชาการหลายคนพบว่า การเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉพาะช่วงสุดสัปดาห์เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมจากครอบครัวมากกว่ากิจกรรมอื่นๆ ที่ทำร่วมกันขณะอยู่ที่บ้าน โดยเฉพาะสำหรับผู้หญิง กิจกรรมที่ทำขณะอยู่บ้านทำให้ผู้หญิงไม่สามารถละทิ้งบทบาทเดิมๆ ได้ เพราะยังต้องมีหน้าที่ดูแลลูกหรือทำความสะอาดบ้าน จึงทำให้ผู้หญิงที่อยู่ในบทบาทของแม่ได้รับความสุขจากกิจกรรมยามว่างที่ทำขณะอยู่บ้านน้อยกว่าสมาชิกคนอื่นๆ ในครอบครัว (Shaw, 1992) สอดคล้องกับความคิดเห็นของ Carr (2011) และ Davidson (1996) ที่กล่าวว่า การเดินทางท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมยามว่างของครอบครัวที่ช่วยให้เพศหญิงที่อยู่ในฐานะแม่ได้หลบหนีจากชีวิตประจำวันได้ Shaw และคณะ (2008) สรุปในประเด็นนี้ว่า แรงจูงใจที่สำคัญของการเดินทางท่องเที่ยวของครอบครัวเป็นผลมาจากความต้องการหลุดพ้นจากภาระหน้าที่และความเครียดจากการใช้ชีวิตประจำวันส่วนใหญ่มักต้องใช้เวลาไปกับการหมกมุ่นต่อการทำงานหรือการเรียน การเดินทาง

ท่องเที่ยวจึงเป็นโอกาสที่จะทำให้สมาชิกในครอบครัวได้ใช้เวลาร่วมกันและช่วยรักษาสัมพันธ์ภาพของครอบครัว

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงครอบครัวเป็นเรื่องได้รับความสนใจจากนักวิชาการอย่างกว้างขวาง ดังจะเห็นได้จากมีการให้คำนิยามถึงการท่องเที่ยวเชิงครอบครัวในหลายแง่มุม เช่น Schanzel และคณะ (2005) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงครอบครัว หมายถึง การเดินทางร่วมกันของครอบครัว โดยอย่างน้อยต้องประกอบด้วยผู้ใหญ่ 1 คน และเด็ก 1 คน ร่วมการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจและต้องเป็นการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 1 วัน Schanzel และคณะ (2012) ได้นิยามเพิ่มเติมว่าเป็นการเดินทางของพ่อแม่ในบางครั้งอาจเป็นบุคคลในบุคคลหนึ่ง ตลอดจนผู้ปกครองร่วมกับเด็กและในบางครั้งอาจมีครอบครัวแบบขยาย (เครือญาติ) ร่วมเดินทางท่องเที่ยวและร่วมทำกิจกรรมที่แตกต่างจากกิจวัตรประจำวัน โดยเน้นให้ความสำคัญกับความสนุก โดยส่วนใหญ่ครอบครัวจะใช้ช่วงวันหยุดและช่วงเทศกาลในการท่องเที่ยวร่วมกันเนื่องจากเป็นช่วงเวลาสมาชิกครอบครัวทุกคนว่างเว้นจากหน้าที่การงานและการเรียน (Ghate & Hazel, 2002) นอกจากนี้นักวิชาการหลายคน (Carr, 2011; Mintel, 2009; Shaw, 2010) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงครอบครัวเป็นช่วงเวลาคุณภาพที่ครอบครัวจะได้มีโอกาสสานสัมพันธ์จากกิจกรรมที่ครอบครัวทำร่วมกันระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ก่อให้เกิดความสุข ความอบอุ่น และความทรงจำที่มีคุณค่าของทุกคนในครอบครัว สำหรับการศึกษาครั้งนี้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงครอบครัว คือ การเดินทางร่วมกันของสมาชิกในครอบครัว ประกอบด้วย พ่อ-แม่ กับลูก และในบางครั้งประกอบด้วยเครือญาติร่วมเดินทางท่องเที่ยวด้วยโดยมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อให้สมาชิกครอบครัวได้ใช้เวลาร่วมกันเพื่อพักผ่อนและคลายเหนื่อยล้าจากภาระหน้าที่และการงาน และการเรียน

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงครอบครัวเป็นการท่องเที่ยวร่วมกันหลายช่วงวัย ดังนั้นจำเป็นต้องคำนึงถึงมุมมองความคิดเห็นของสมาชิกครอบครัวที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวด้วย เนื่องจากคนแต่ละช่วงวัยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ต้องการได้รับแตกต่างกัน (Pritchard & Havitz, 2005; Schanzel et al., 2012; Wu & Wall, 2016) ประเด็นเกี่ยวข้องกับประสบการณ์การท่องเที่ยวเป็นประเด็นที่นักวิชาการให้ความสนใจศึกษาอย่างแพร่หลาย การศึกษาของ Shaw (2008) กับ Swarbrooke และ Horner (2007) พบว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงครอบครัว สำหรับพ่อ-แม่ คือ คุณค่าที่ลูกจะได้รับจากการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันประสบการณ์สำหรับเด็กเองนั้นพบว่า เด็กในแต่ละช่วงวัยก็ต้องการได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน (Blichfeldt,

2007) หรือแม้แต่ ปู่ย่า-ตายาย ที่เดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับบุตรหลาน (grand travelling) ต่างมีความคาดหวังที่จะได้ใช้เวลาระหว่างการท่องเที่ยวสร้างสายสัมพันธ์ร่วมในครอบครัว (Schänzel et al., 2012; Schänzel & Yeoman, 2015) ดังนั้นลักษณะของการท่องเที่ยวจึงเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างสุขเป็นหลัก ช่วงเวลาที่มีความสุขที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวก่อให้เกิด ความอบอุ่น ความทรงจำที่ดีร่วมกัน และสัมพันธ์ภาพระหว่างสมาชิกในครอบครัว ทั้งนี้ประสบการณ์จากการท่องเที่ยวที่แต่ละบุคคลได้รับอาจมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับสถานะในครอบครัว เพศ ตลอดจนอายุ ด้วย

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงครอบครัวมีทั้งการเดินทางระหว่าง พ่อ แม่ และลูก ไปจนถึงการเดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับพี่-น้อง ปู่ย่า-ตายาย สอดคล้องกับลักษณะของครอบครัวที่กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว (2562) ให้คำนิยามของครอบครัว หมายถึง บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปที่ใช้ชีวิตร่วมกันฉันสามี ภริยา หรือมีความผูกพันทางสายโลหิต หรือทางกฎหมาย หรือเกี่ยวข้องเป็นเครือญาติ ซึ่งสมาชิกในครอบครัวต่างมีบทบาทหน้าที่ต่อกัน และมีความสัมพันธ์ที่เกื้อกูลกัน ปัจจุบันโครงสร้างครอบครัวแบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบหลักๆ ดังนี้

1. ครอบครัวเดี่ยว (Nuclear Family) หมายถึง ครอบครัวที่ประกอบด้วยบุคคลที่ใช้ชีวิตร่วมกัน สามีสภริยาอาจมีหรือไม่มีบุตร พ่อหรือแม่อยู่กับบุตร หรือพี่น้องหรือญาติไม่เกินสองรุ่นใช้ชีวิตร่วมกัน

2. ครอบครัวขยาย (Extended Family) หมายถึง ครอบครัวที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่คนสามรุ่นขึ้นไป หรือครอบครัวเดี่ยวสองครอบครัวขึ้นไปที่มีความผูกพันทางสายโลหิต หรือเกี่ยวข้องเป็นเครือญาติ ซึ่งมีความสัมพันธ์ที่เกื้อกูลกันและอาศัยอยู่ในบ้านหรือบริเวณเดียวกัน

3. ครอบครัวลักษณะเฉพาะ (Unrelated Individuals Family) หมายถึง ครอบครัวที่มีองค์ประกอบหรือความต้องการเฉพาะด้าน เช่น ครอบครัวเลี้ยงเดี่ยวที่มีเฉพาะพ่อหรือแม่เลี้ยงลูกตามลำพัง (Single Parent Family) ครอบครัวที่มีผู้สูงอายุเลี้ยงดูเด็กตามลำพัง (ครอบครัวข้ามรุ่น/ครอบครัวแห่วงกลาง) (Skipped Generation Family) และครอบครัวที่คู่รักเป็นเพศเดียวกัน (Rainbow Family)

นักวิชาการหลายคน Gram, O'Donohoe, Schänzel, Marchant, & Kastarinen, 2019; Small, 2005) แสดงความเห็นว่ ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวของครอบครัวไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวครอบครัวเดี่ยว ครอบครัวขยาย หรือแม้แต่ครอบครัวลักษณะเฉพาะ ต่างมีแง่มุมในการ

ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ดังนั้นเพื่อให้เข้าใจถึงการท่องเที่ยวเชิงครอบครัวได้อย่างชัดเจน จึงจำเป็นต้องเข้าใจถึงลักษณะการท่องเที่ยวของครอบครัวในมุมมองที่แตกต่างของครอบครัวรูปแบบต่างๆ ด้วย

1. การเดินทางท่องเที่ยวของครอบครัวเดี่ยว

ครอบครัวเดี่ยวเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญมาอย่างยาวนานต่อตลาดการเดินทางท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยวมีจุดเริ่มต้นตั้งแต่หลังสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่มีการเพิ่มจำนวนขึ้นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวมาจากภูมิภาคอเมริกาเหนือและยุโรปตะวันตก ซึ่งรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัวในลักษณะครอบครัวเดี่ยว (Carr, 2011) ดังความเห็นของ Swarbrooke และ Honer (2007) ที่กล่าวว่า การให้ความสำคัญต่อเดินทางท่องเที่ยวของครอบครัวเดี่ยวส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการได้รับอิทธิพลจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่มักสอดแทรกถึงชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคมโดยเฉพาะภาพของการดำเนินชีวิตของครอบครัวเดี่ยวให้แก่ผู้ชม ส่งผลให้การท่องเที่ยวของครอบครัวเดี่ยวได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน (Wang, Hsieh, Yeh, & Tsai, 2004) เช่น จากการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของ TripAdvisor (2014) พบว่า 9 ใน 10 ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัวนั้น เลือกเดินทางแบบครอบครัวเดี่ยวที่ประกอบด้วย พ่อ-แม่ และลูก เนื่องจากมีความคล่องตัวต่อการเดินทางและสามารถตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้ง่ายกว่า เช่นเดียวกับในประเทศไทยที่พบว่าการท่องเที่ยวของครอบครัวเดี่ยวที่ประกอบด้วยพ่อแม่และลูกมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 86 ของการเดินทางท่องเที่ยวทั้งหมด (Agoda, 2018) ทั้งนี้ การศึกษาของ Johns และ Gymothy (2003) กับ Carr (2011) พบว่า ลักษณะการท่องเที่ยวของครอบครัวเดี่ยวมีความแตกต่างจากการท่องเที่ยวในกลุ่มอื่นๆ เนื่องจาก พ่อ-แม่ จะให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกเป็นสำคัญ สอดคล้องกับความเห็นของ Curtale (2018) ที่กล่าวว่า พ่อแม่ตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวตามความชอบของลูก เช่นเดียวกับการศึกษาของ Blichfeldt (2007) พบว่า พ่อ-แม่ เต็มใจที่จะละทิ้งรสนิยมการท่องเที่ยวแบบเดิมๆ ของตัวเองเพื่อมองหากิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่จะทำให้อลูกรับความสนุกจากการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมชายหาด การตั้งแคมป์การพักในโรงแรมหรู สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Gram (2005) กับ Carr (2006) ที่พบว่า ความพึงพอใจของพ่อแม่ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงครอบครัวนั้นเกิดขึ้นจากการรับรู้ว่าคุณมีความสุขและได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการเดินทางท่องเที่ยว แต่ในขณะเดียวกันหากลูกไม่ได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวตามที่คาดหวังก็จะส่งผลเชิงลบต่อความพึงพอใจของพ่อแม่ด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ Mintel (2009) กล่าวว่า การ

ท่องเที่ยวเป็นสัญลักษณ์ของการได้ใช้เวลาร่วมกัน ด้วยเหตุนี้การท่องเที่ยวเชิงครอบครัวจึงมีโอกาที่จะเป็นกาวที่เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่าง พ่อ-แม่ และลูก ในขณะที่เด็กรักนักวิชาการหลายคน (Carr, 2011; Schänzel et al., 2005; Shaw, 2008; Siegenthaler & O'Dell, 2000) พบว่า การท่องเที่ยวเป็นโอกาสที่พ่อแม่จะแสดงความรักให้แก่ลูกผ่านการเล่นและการทำกิจกรรมร่วมกับลูกก่อให้เกิดความผูกพันในครอบครัวที่เกิดจากการได้ใช้เวลาร่วมกัน

จากข้อมูลข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า มุมมองการท่องเที่ยวของครอบครัวเด็วยุคใหม่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวของเด็ก ที่ผ่านมามีประเด็นการท่องเที่ยวของครอบครัวเด็วยุคใหม่ที่ได้รับอิทธิพลจากเด็ก และรูปแบบการท่องเที่ยวของครอบครัวเด็วยุคใหม่ที่มีค่านึงถึงเด็กเป็นศูนย์กลางในการเดินทางท่องเที่ยว

2. การเดินทางท่องเที่ยวของครอบครัวแบบขยาย

การเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับเครือญาติ (Grad travel) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องสะท้อนผ่านรายงานตลอดจนมุมมองของนักวิชาการหลายคน (Schänzel & Yeoman, 2015; TripAdvisor, 2011) พบว่า ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับเครือญาตินิยมเดินทางท่องเที่ยวร่วมกันในโอกาสที่เป็นช่วงเวลาสำคัญของครอบครัว เช่น การฉลองวันเกิด (Birthday) ครบรอบแต่งงาน (Wedding Anniversary) การพบปะกัน (Reunions) โดยมีเป้าหมายของการท่องเที่ยวคือการได้ใช้เวลาอยู่ร่วมกัน เป็นผลมาจากการขยายตัวของครอบครัวเดี่ยว และการเพิ่มขึ้นของคนที่ต้องการแยกออกจากครอบครัวที่ไปใช้ชีวิตเพียงลำพังทำให้กลุ่มคนเหล่านี้โยยหาความรักและสายสัมพันธ์จากเครือญาติ (OECD, 2008)

นักวิชาการหลายคน (Gram et al., 2019; Schänzel et al., 2012; Schänzel & Yeoman, 2015) ได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า นักท่องเที่ยวกลุ่ม ปู่ย่า-ตายาย เป็นกลุ่มสำคัญต่อตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวตัวอย่างผลการวิจัยของ Blichfeldt และ Mikkelsen (2017) กับ Shavanddasht (2018) ที่ศึกษาความคิดเห็นของ ปู่ย่า-ตายาย ที่เดินทางท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัวพบว่า แรงจูงใจของการท่องเที่ยว คือ โอกาสที่จะได้ใช้เวลาร่วมกับหลานๆ เช่นเดียวกับการศึกษาของนักวิชาการหลายคน (Blichfeldt & Mikkelsen, 2016; Shavanddasht, 2018) พบว่า การศึกษาในประเด็นของการท่องเที่ยวเชิงครอบครัวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม ปู่ย่า-ตายาย มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับหลานโดยปราศจาก พ่อ-แม่ ร่วมเดินทางด้วย เนื่องจาก

ทุกวันนี้ พ่อ-แม่ ต้องให้ความสำคัญกับการทำงานจึงมีเวลาให้กับครอบครัวน้อยลง ประกอบกับ ค่านิยมของพ่อแม่ที่ต้องการให้ลูกได้ซึมซับประสบการณ์ที่มีคุณค่าจากปู่ย่าตายาย ดังนั้นการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ทุกฝ่ายต่างได้รับประโยชน์ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่ม ปู่ย่า-ตายาย ได้รับความสุขที่ได้ใช้เวลา ร่วมกับหลาน ในขณะที่หลานเองก็ได้ซึมซับประสบการณ์ที่มีคุณค่าจาก ปู่ย่า-ตายาย ในขณะที่ พ่อ-แม่ เองได้ผ่อนคลายจากภาระหน้าที่ในการดูแลลูก

3. การเดินทางท่องเที่ยวของครอบครัวแบบเฉพาะ

ความหลากหลายทางประชากรศาสตร์ ค่านิยมในการใช้ชีวิต ตลอดจนอัตราการหย่าร้างที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของลักษณะโครงสร้างทางครอบครัว (Parke & Kellam, 2013) ทำให้มีการเพิ่มจำนวนของ พ่อ-แม่ เลี้ยงเดี่ยว และบางครอบครัวที่เด็กต้องอยู่กับ ปู่ย่า-ตายาย ตามลำพัง หรือบางครอบครัวมี พ่อ-แม่ เป็นเพศเดียวกันด้วย (Rainbow family) ดังนั้นลักษณะของ ครอบครัวแบบเฉพาะจึงมีความหลากหลายเพราะเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กับคนหลายกลุ่ม ส่งผลให้มีการเพิ่มจำนวนการเดินทางท่องเที่ยวของครอบครัวแบบเฉพาะ ที่ผ่านมานักวิจัยหลายชิ้นพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความต้องการที่แตกต่างกันตามลักษณะเฉพาะของแต่ละครอบครัว เช่น ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวของพ่อ/แม่ เลี้ยงเดี่ยว ดังที่ Wei (2019) พบว่า มีการเพิ่มจำนวนของครอบครัวที่มีลักษณะเป็นพ่อ/แม่เลี้ยงเดี่ยวที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวกับลูกลำพัง แต่ทั้งนี้การหย่าร้างส่งผลให้ พ่อ-แม่ กลุ่มนี้สูญเสียความมั่นใจในตนเอง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยในการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง นอกจากนี้การวิจัยที่ผ่านมา (Wang, Nakamoto, Chan, & Huang, 2005; Zick, McCullough, & Smith, 1996) พบว่า พ่อ-แม่ กลุ่มนี้ใช้เวลาในการทำงานมากกว่าและมีช่วงเวลาที่จะได้พักผ่อนน้อยกว่ากลุ่ม พ่อ-แม่ ที่ใช้ชีวิตร่วมกัน ดังนั้นการเดินทางท่องเที่ยวกับลูกจึงเปรียบเสมือนการได้หยุดพัก ได้เปลี่ยนบรรยากาศไปยังสถานที่ใหม่ๆ เพื่อผ่อนคลายความเครียดและความกดดันจากชีวิตประจำวันเช่นเดียวกับงานวิจัยของ Camargo, Lberri, Llano, & Lozano (2021) พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวกับครอบครัวของ พ่อ-แม่เลี้ยงเดี่ยวคือ การได้ใช้เวลาเพื่อสร้างสายสัมพันธ์กับลูก ส่งเสริมให้ลูกได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ และได้ผ่อนคลาย และปัจจุบันมีการเพิ่มจำนวนของงานวิจัยที่เกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวของครอบครัวที่ พ่อ-แม่เป็นเพศเดียวกัน การศึกษาที่ผ่านมาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวคล้ายคลึงกับครอบครัวทั่วไป คือ การได้ผ่อนคลาย การสร้างความสัมพันธ์กับครอบครัว ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความกังวลใจว่าลูกจะได้รับความกดดันทางสังคมจากเพศสภาพของ พ่อ-แม่ ดังนั้น

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการเลือกแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่ยอมรับความแตกต่างทางเพศ (Schänzel & Carr, 2016)

การทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงครอบครัวที่ผ่านมาสะท้อนให้เห็นว่า ไม่ว่าจะในรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของครอบครัวเดี่ยว ครอบครัวขยาย หรือครอบครัวลักษณะเฉพาะมีมุมมองต่อการท่องเที่ยวคล้ายคลึงกันคือ มักให้ความสำคัญต่อ ลูก-หลาน เป็นปัจจัยสำคัญต่อการเดินทางท่องเที่ยว แต่เมื่อพิจารณาตามบทบาทในครอบครัวพบว่า นักท่องเที่ยวที่อยู่ในบทบาทครอบครัวต่างๆ เช่น ปู่ย่า-ยาย พ่อ-แม่ ลูก-หลาน มักมีประสบการณ์การท่องเที่ยวเฉพาะตัว ดังนั้นการศึกษารุ่นนี้จึงมุ่งศึกษาเกี่ยวกับลักษณะของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวตามบทบาทต่างๆ ในครอบครัว ซึ่งจะ เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวทุกกลุ่มได้อย่างเหมาะสม

ประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว

ประสบการณ์การท่องเที่ยวเป็นองค์ความรู้สำคัญที่จะช่วยให้เข้าใจนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากประสบการณ์การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจ แรงจูงใจ ตลอดจนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (Prebensen, Chen, & Uysal, 2018) นักวิชาการได้นิยามประสบการณ์การท่องเที่ยวไว้ เช่น Jennings (2006) กล่าวว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับจิตวิทยาที่สัมพันธ์กับองค์ประกอบที่หลากหลาย รวมทั้งมีความแตกต่างจากชีวิตประจำวัน (Cohen, 1979; Graburn, 2004) ประสบการณ์ที่ได้รับส่งผลต่อความทรงจำและความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่เคยได้เยี่ยมชม (Noy, 2008) ยิ่งไปกว่านั้นยังพบว่า แม้แต่สถานที่ท่องเที่ยวเดียวกันแต่ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลจะได้รับมีลักษณะที่แตกต่างกัน เกิดได้จากความแตกต่างของเพศ อายุ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว เป็นต้น (Li, 2000) ดังนั้นการศึกษาที่ผ่านมาจึงมีการแบ่งประสบการณ์ตามความแตกต่างของช่วงวัย (Generation) เนื่องจากคนในแต่ละช่วงวัยมักมีค่านิยมเฉพาะตัว ส่งผลทำให้ช่วงวัยต่างๆ มีประสบการณ์ในลักษณะที่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวประกอบด้วยคนหลากหลายช่วงวัยเดินทางท่องเที่ยวร่วมกันมีลักษณะประสบการณ์ที่ต่างกันตามช่วงวัย แต่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป เนื่องจากลักษณะประสบการณ์สัมพันธ์กับบทบาทในครอบครัวมากกว่าประสบการณ์จากช่วงวัย ดังนั้นการศึกษาที่ผ่านมาจึงแบ่งประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวตามบทบาทในครอบครัว เช่น ประสบการณ์

ของ ปู่ย่า-ตายาย ประสบการณ์ของ พ่อ-แม่ ประสบการณ์ของ ลูก-หลาน เป็นต้น (Schänzel et al., 2012; Shavanddasht, 2018; Carr, 2016, Gram et al., 2019) นักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มก็มีมุมมองความต้องการได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป (Backer & Schänzel, 2013; Gram 2005) ดังนั้นการเข้าใจถึงประสบการณ์นักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มในครอบครัวจากมุมมองของนักท่องเที่ยวโดยตรงจะทำให้เข้าใจลึกซึ้งถึงลักษณะประสบการณ์ที่แตกต่างกันได้

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับลักษณะของประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวตามบทบาทในครอบครัวฯ รายละเอียดดังตาราง 1

ตาราง 1 ลักษณะของประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว

ประสบการณ์ นักท่องเที่ยว	❖ ความผ่อนคลาย	❖ ปฏิสัมพันธ์กับครอบครัว	❖ ได้รับสิ่งใหม่ๆ และการ	❖ ความสนุก	❖ การหลบหนี	❖ ความทรงจำ	ผู้แต่ง
กลุ่ม ปู่ย่า-ตายาย	✓	✓	✓				Blichfeldt และ Mikkelsen (2016)
	✓	✓					Kennedy-Eden and Gretzel (2016)
	✓	✓	✓	✓	✓		Shavanddasht (2018)
กลุ่ม พ่อ-แม่			✓				Mayo และ Jarvis (1981)
			✓				Freysinger (1994)
	✓						Davidson (1996)
	✓						Thornton และคณะ (1997)
	✓						Nickerson และ Jurowski (2001)

ประสบการณ์ นักท่องเที่ยว	❖ ความผ่อนคลาย	❖ ปฏิสัมพันธ์กับครอบครัว	❖ ได้รับความรู้ใหม่ๆ และการ	❖ ความสนุก	❖ การหลบหนี	❖ ความทรงจำ	ผู้แต่ง
กลุ่ม พ่อ-แม่	✓	✓					Gram (2005)
			✓				Lehto, Fu, Li, and Zhou (2017)
		✓	✓				Shaw และคณะ (2008)
	✓						Backer และ Schanzel (2013)
		✓	✓				Mao-Ying และคณะ (2017)
กลุ่ม ลูก-หลาน	✓	✓			✓		Carr (2006)
				✓			Small (2008)
						✓	Cullingford (1995)
			✓				Bynes (2001)
		✓		✓			Gram (2005)
		✓				✓	Shaw และคณะ (2008)
		✓	✓	✓			Hilbrecht (2008)
	✓	✓		✓			Rhoden และคณะ (2016)
		✓	✓				Wu และคณะ (2019)

ที่มา: พัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรม

จากตาราง 1 การวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในแต่ละช่วงวัยตามบทบาทในครอบครัว แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1. นักท่องเที่ยวกลุ่ม ปู่ย่า-ตายาย 2. นักท่องเที่ยวกลุ่ม พ่อ-แม่ และ 3. นักท่องเที่ยวกลุ่ม ลูก-หลาน ในการทบทวนวรรณกรรมแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในแต่ละช่วงวัยมีมุมมองเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ต้องการได้รับแตกต่างกัน ลักษณะของประสบการณ์นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวแต่ละกลุ่ม มีรายละเอียดดังนี้

1. ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม ปู่ย่า-ตายาย (Grandparents)

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวกลุ่ม ปู่ย่า-ตายาย เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มสำคัญในตลาดการท่องเที่ยวเชิงครอบครัว ในมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้สะท้อนว่า การท่องเที่ยวกับครอบครัวเป็นโอกาสที่ตนเองได้ใช้เวลาร่วมกับหลานมากขึ้นเพื่อแสดงออกถึงความรัก ได้ถ่ายทอดความรู้ และประสบการณ์ของตนเองให้แก่หลาน (Hebblethwaite, 2021) ดังที่ Blichfeldt และ Mikkelsen (2017) ได้ยกตัวอย่างลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ทำให้ได้ใช้เวลากับหลาน เช่น การเดินเล่นชมความสวยงามของวิว ทิวทัศน์กับหลาน ได้ใช้โอกาสจากการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกัน สร้างเสริมประสบการณ์ใหม่ๆ ให้แก่หลาน เช่น การทำกับข้าว การตกปลา เป็นต้น ขณะเดียวกันผลการศึกษาที่ผ่านมายังพบว่า ประสบการณ์ที่ได้ผ่อนคลายถือเป็นประสบการณ์หลักของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ด้วย โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้แสวงหาการได้นั่งพักผ่อน การชมวิวทิวทัศน์ ท่ามกลางบรรยากาศที่ผ่อนคลาย ในขณะเดียวกันได้มองเห็นหลานๆ ได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลิน จากกิจกรรมการท่องเที่ยว การเล่นน้ำ การเล่นในสนามเด็กเล่น เป็นต้น ลักษณะของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้สอดคล้องกับที่ Shavanddasht (2018) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม ปู่ย่า-ตายาย พบว่า มีแรงจูงใจที่หลากหลาย หากเป็นการเดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับหลานจะมีแรงจูงใจภายใต้องค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ 1. ครอบครัว (Family) สัมพันธภาพในครอบครัว 2. คุณภาพ (Quality) ให้ความสำคัญต่อความคุ้มค่าเงิน และความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว 3. ความสนุกสนาน (Enjoyment) ช่วงเวลาที่ตื่นเต้นและกิจกรรมที่ให้ความเพลิดเพลิน 4. แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Natural / Historical Attractions) เดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และ 5. ความรู้ (Knowledge) การได้รับประสบการณ์ใหม่ตลอดจนความรู้ แต่ถ้าหากเป็นการท่องเที่ยวร่วมกับคู่สมรส ไม่มีลูกหลานร่วมเดินทางด้วยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญต่อการได้หลบหนี (Escape) จากความเบื่อหน่ายในชีวิตประจำวัน และการได้ผ่อนคลาย (Relaxation) เพื่อฟื้นฟูจิตใจและร่างกาย

2. ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวก่อน พ่อ-แม่ (Parents)

งานวิจัยหลายชิ้นที่ศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงครอบครัวในมุมมองของ พ่อ-แม่ พบว่า มีความแตกต่างจากการเดินทางท่องเที่ยวทั่วไป กล่าวคือ มีลักษณะของประสบการณ์ที่ผสมผสานกันระหว่างประสบการณ์ต่อตัวเอง และประสบการณ์ต่อบุคคลในครอบครัวโดยเฉพาะ ประสบการณ์ของลูก (Gram 2005; Nickerson & Jurowski, 2001; Pomfret, 2019; Shaw, 2008; Small 2005) สอดคล้องกับการศึกษาของ Davidson (1996) ที่พบว่า ลักษณะของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มแม่ต้องการได้รับขณะเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวประกอบด้วย 2 ลักษณะสำคัญ ได้แก่ 1. การได้หยุดพักจากความกดดันในชีวิตประจำวัน (Rest and Less Pressure) และ 2. การรักษาสัมพันธภาพ (Maintain and Develop Relationship) โดยให้ความสำคัญกับลูกเป็นหลัก

สำหรับประสบการณ์ที่มีต่อตนเองลักษณะประสบการณ์ที่มีต่อตนเองเกี่ยวข้องกับความปรารถนาที่ได้รับความผ่อนคลายและหลบหนีจากชีวิตประจำวันสืบเนื่องมาจากความกดดันในภาระหน้าที่การงาน (Schänzel et al., 2012; Schänzel, 2021) ทั้งนี้ Gram (2005) ได้อธิบายถึงลักษณะประสบการณ์ที่ได้หลบหนีจากชีวิตประจำวันเกี่ยวข้องกับการที่สมาชิกทุกคนครอบครัวได้หลุดพ้นจากความเครียดและภาระหน้าที่ในชีวิตประจำวัน สำหรับผู้ที่ทำงานการท่องเที่ยวกับครอบครัวทำให้ได้หลบหนีจากหน้าที่ความรับผิดชอบ ตลอดจนสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน และสำหรับผู้ที่มีบทบาทหน้าที่เป็นแม่บ้านดูแลครอบครัว ช่วยให้ได้หลีกเลี่ยงจากงานบ้านและภาระที่ต้องดูแลคนในครอบครัว ทำให้มีเวลาว่างที่จะทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อสร้างสัมพันธภาพในครอบครัว ขณะเดียวกันการท่องเที่ยวช่วยเปิดโอกาสให้ลูกได้ทำกิจกรรมใหม่ๆที่แตกต่างจากที่บ้าน เป็นกิจกรรมที่มีประโยชน์ หรือสร้างความเพลิดเพลินให้แก่ลูก ขณะเดียวกันการได้หยุดพักช่วยให้ได้รับประสบการณ์ได้ผ่อนคลายด้วย สำหรับมุมมองของนักท่องเที่ยวก่อน พ่อ-แม่ การได้ผ่อนคลายเกี่ยวข้องกับการได้ฟื้นฟูร่างกาย และจิตใจ ตลอดจนได้ผ่อนคลายจากความเครียดในชีวิตประจำวัน ผ่านกิจกรรมต่างๆ ทำร่วมกับลูก เช่น การสร้างปราสาททราย การเล่นว่าว ความเพลิดเพลินจากกิจกรรมต่างๆ สร้างความสดชื่นและทำให้รู้สึกที่ตนเองได้ย้อนกลับไปเป็นเด็กอีกครั้ง แต่ในขณะเดียวกันประสบการณ์ที่ได้ผ่อนคลายยังเกี่ยวข้องกับการได้หยุดพักจากภาระรับผิดชอบต่อลูก เช่น การได้ทำในสิ่งที่ตนเองปรารถนาเกี่ยวข้องกับการได้ฟื้นฟูร่างกาย และจิตใจ เช่น การอ่านหนังสือ การเดินเล่น (Backer & Schänzel, 2013; Davidson, 1996; Gram 2005)

สำหรับประสบการณ์ต่อบุคคลในครอบครัวพบว่า พ่อ-แม่ คำนึงถึงประสบการณ์เชิงบวกที่ลูกจะได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว เช่น ความสนุกที่ลูกได้รับจากกิจกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากเป้าหมายการท่องเที่ยวของ พ่อ-แม่ คือ ความสุขที่ลูกได้รับ สอดคล้องกับตัวอย่างผลการศึกษาของ Thornton และคณะ (1997) ที่ศึกษาเกี่ยวกับลักษณะการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวพบว่า หากเป็นการเดินทางท่องเที่ยวของครอบครัวที่ไม่มีลูกร่วมเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลุ่ม พ่อ-แม่ มักเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการได้รับประสบการณ์ที่ทำให้ได้พักผ่อน แต่หากมีลูกร่วมเดินทางนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักสนใจกิจกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของลูก เช่น การเล่นในสระว่ายน้ำ การท่องเที่ยวในสวนสนุก เป็นต้น สำหรับประเด็นประสบการณ์ที่ได้สานสัมพันธ์ภาพพบว่า การท่องเที่ยวเป็นโอกาสที่ตนเองจะแสดงความรักแก่ลูกผ่านการเล่นและการทำงานกิจกรรมร่วมกัน ก่อให้เกิดเป็นความผูกพันในครอบครัว ดังนั้น พ่อ-แม่ มักหาโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อแสดงความรักความรัก ปลุกฝังความทรงจำที่เกี่ยวข้องกับสายสัมพันธ์ในครอบครัวให้แก่ลูกในขณะที่ลูกยังอยู่ในวัยเด็ก เนื่องจากยิ่งลูกเติบโตขึ้นมักจะไปให้ความสำคัญกับเพื่อนฝูงและกิจกรรมอื่นๆ ทำให้การปฏิสัมพันธ์กับครอบครัวลดลง (Carr, 2011; Schanzel, 2021) ขณะเดียวกัน พ่อ-แม่ มุ่งหวังให้ลูกได้รับประสบการณ์ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมทักษะและการเรียนรู้แก่ลูก ดังที่ Lehto และคณะ (2017) แสดงความเห็นว่ ลักษณะการได้ประสบการณ์เรียนรู้ของเด็กจากการท่องเที่ยวเกิดจากกิจกรรมที่ได้สัมผัส ทดลอง ทำให้เด็กซึมซับสิ่งเหล่านั้นเกิดเป็นความรู้ใหม่ๆ เช่น การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ช่วยเสริมสร้างความรู้ด้านประวัติศาสตร์ การเยี่ยมชมแหล่งศิลปวัฒนธรรม เสริมสร้างความรู้ทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น สอดคล้องกับมุมมองของพ่อ-แม่ชาวไทย ที่มีลูกอายุระหว่าง 6-12 ปี มีความเห็นว่าภายใต้ประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ที่ลูกจะได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงครอบครัว เกี่ยวข้องกับการได้รับ 1) ประสบการณ์ใหม่ (Exploration) การท่องเที่ยวช่วยเปิดมุมมองให้ลูกได้รับรู้ต่อสิ่งใหม่ๆ 2) การส่งเสริมพัฒนาการของเด็ก (Promoting Child Developmental) กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ลูกได้ทำมีส่วนช่วยเสริมสร้างพัฒนาการทั้งในด้านร่างกาย เช่น เสริมสร้างให้ร่างกายแข็งแรง เสริมสร้างพัฒนาการทางกล้ามเนื้อ ขณะเดียวกันความสนุกสนานเพลิดเพลินจากกิจกรรมส่งผลดีต่ออารมณ์ของเด็ก 3) การได้รับทักษะใหม่ๆ (Gain New Skills) การไปในแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการเรียนรู้ เช่น สวนสัตว์ พิพิธภัณฑ์ ช่วยส่งเสริมให้ลูกได้รับทักษะต่างๆ ที่ไม่สามารถหาได้จากชีวิตประจำวัน และ 4) การมีส่วนร่วมต่อสิ่งต่างๆ (Engagement) การท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัวช่วยส่งเสริมให้เด็กได้มีส่วนร่วมในกิจกรรม

ต่างๆ เช่น การได้ร่วมเล่น การได้ทดลอง ตลอดจนการได้ทำกิจกรรมกับผู้อื่น เป็นโอกาสที่เด็กได้รู้จัก การปรับตัวให้เข้ากับสังคม (วีรยา มีสวัสดิกุล และศิริเพ็ญ ตาบเพชร, 2565)

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม พ่อ-แม่ ต้องมีความสมดุลระหว่างสิ่งที่ตนเองต้องการจะได้รับและสิ่งที่ลูกต้องการได้รับ

3. ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม ลูก-หลาน (Children-Grandchildren)

ทุกวันนี้มุมมองจากภาคอุตสาหกรรมไปจนถึงมุมมองของครอบครัวต่างให้ความสำคัญกับเด็ก ดังจะเห็นได้จากปัจจุบันตลาดของผู้บริโภคกลุ่มเด็กมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจนกลายเป็นกลุ่มที่มีบทบาท สำคัญต่อการขับเคลื่อนธุรกิจและอุตสาหกรรมหลายประเภท จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค กลุ่มเด็กทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลให้ตลาดผู้บริโภคกลุ่มเด็กเติบโตเป็นผลมาจากปัจจัยต่อไปนี้

1. อำนาจรบกวน (Pester) การที่เด็กมีอำนาจรบกวนต่อพ่อแม่ โดยเฉพาะในขณะที่พ่อแม่มีเวลา ให้กับลูกน้อยก็มักจะมีรู้สึกกดดันตนเองและต้องการเติมเต็มความสุขให้แก่ลูกเสมอ
2. อิทธิพลการซื้อ (Influencers) เด็กเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของพ่อแม่
3. การตลาดในปัจจุบัน (Current market) เด็กมีความสามารถในการซื้อได้ด้วยตัวเอง เนื่องจากเด็กทุกวันนี้มักจะได้รับค่า ขนมหที่สูงขึ้นและบางคนยังสามารถหาเงินได้ด้วยตัวเองจากการทำงานพิเศษ และ
4. การตลาดใน อนาคต (Future market) เกี่ยวข้องกับการปลูกฝังจากภาคธุรกิจที่มีให้แก่เด็กๆ ส่งผลให้เมื่อเติบโต ขึ้นก็จะกลายเป็นลูกค้าของธุรกิจในอนาคต (Sutherland & Thompson, 2001)

สำหรับการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของเด็กเริ่มได้รับความสนใจตั้งแต่ที่ Graburn (1983, หน้า 3) ได้กล่าวว่า “สิ่งที่การวิจัยด้านการท่องเที่ยวขาดแคลนมากที่สุด ณ ช่วงเวลา นี้ คือ การศึกษาถึงพฤติกรรมของเด็กที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ทางธรรมชาติและทาง ภูมิศาสตร์ เรื่องดังกล่าวเป็นผลมาจากการเติบโตของอิทธิพลของเด็ก” นอกจากนี้รูปแบบการ ท่องเที่ยวของเด็กยังเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอนาคตตอนที่พวกเขาเหล่านี้เติบโตเป็น ผู้ใหญ่ จนถึงปัจจุบันนี้ตลาดการท่องเที่ยวได้ยอมรับว่า “เด็ก” คือ ตลาดของการท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่ ถึงแม้จะไม่มีศักยภาพในการซื้อก็ตาม แต่ก็ได้รับการสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวจากพ่อแม่ (Horner & Swarbrooke, 2012) เนื่องจากลักษณะแนวคิดของครอบครัวปัจจุบันมักยกให้ลูกเป็น ศูนย์กลางของครอบครัว โดยสิ่งที่มีความสำคัญในชีวิตของ พ่อ-แม่ ในทุกวันนี้คือ การเติมเต็มความสุข และความสมบูรณ์ในชีวิตให้แก่ลูก (Gupta, 2011)

จากความเติบโตของอิทธิพลของเด็กเป็นเหตุให้มีงานวิจัยหลายชิ้นที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงครอบครัวศึกษาเกี่ยวกับเด็กในหลากหลายแง่มุม เช่น ประเด็นเกี่ยวกับคุณค่าที่ลูกได้รับจากการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงครอบครัวเปรียบเสมือนเครื่องมือที่ช่วยพัฒนาลูกและสร้างสายสัมพันธ์ในครอบครัว นักวิจัยหลายท่านนำเสนอคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงครอบครัวที่มีต่อเด็กในประเด็นต่างๆ (Freysinger, 1994; Henderson, Whitaker, Bialeschki, Scanlin, & Thurber, 2007; Mayo & Jarvis, 1981) พบว่า ในมุมมองของพ่อแม่ที่คาดหวังที่จะใช้การท่องเที่ยวพัฒนาประสบการณ์และการเรียนรู้ของลูก สอดคล้องกับความคิดเห็นของ Feuer (2009) ที่กล่าวว่า การส่งเสริมพัฒนาการด้านการเรียนรู้ของลูกผ่านการท่องเที่ยวเชิงครอบครัวเกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลทั้งจากสมาชิกในครอบครัวคนในท้องถิ่น ตลอดจนการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวคนอื่นระหว่างการท่องเที่ยวเช่นเดียวกับการศึกษาของ Mannell กับ Kleiber (1997) กับ Shaw และ Dawson (2003) ที่พบว่า ลักษณะของการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการเดินทาง เพราะทำให้ได้พบกับสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างที่ช่วยเสริมสร้างประสบการณ์และการเรียนรู้ของลูก

ประเด็นต่อมาที่ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของเด็กที่มีต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของครอบครัว พบว่า เด็กมีส่วนสำคัญที่ตัดสินใจประสบการณ์การท่องเที่ยวของ พ่อ-แม่ ดังที่ Ryan (1992) พบว่า ความพึงพอใจของเด็กมีผลต่อความสุขที่ครอบครัวได้รับจากการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันหากเด็กไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวก็ส่งผลเชิงลบต่อความพึงพอใจของ พ่อ-แม่ ด้วย นอกจากนี้มีผลการศึกษาอีกหลายชิ้น เช่น Curtale (2015) ที่พบว่า เด็กมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของครอบครัว ทั้งนี้ในแต่ละครอบครัวได้รับอิทธิพลจากเด็กในระดับที่แตกต่าง ตั้งแต่ร้อยละ 20-49 ขึ้นอยู่กับภูมิหลังทางวัฒนธรรมของแต่ละครอบครัว (Thornton et al., 1997) ผลการวิจัยของ Jenkins (1979) ยังแสดงให้เห็นว่า อิทธิพลของเด็กอยู่ในขั้นต้นของกระบวนการตัดสินใจซื้อ เช่น มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก และกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว แต่ทั้งนี้การตัดสินใจขั้นสุดท้ายมักขึ้นอยู่กับ พ่อ-แม่ เสมอ ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ที่เด็กได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงครอบครัวที่ผ่านมามีทั้งการงานวิจัยที่ศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวจากมุมมองของเด็กโดยตรง (Gram 2005; Hilbrecht, Shaw, Delamere, & Havitz, 2008; Rhoden, Hunter-Jones, & Miller, 2016; Wu et al., 2019) และมีการงานวิจัยที่ศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวของเด็กจากมุมมองความคิดเห็นของ พ่อ-แม่ ด้วย (Blichfeldt, 2007; Li et al., 2020)

นักวิชาการที่ศึกษาด้านการท่องเที่ยวของเด็กหลายคน (Carr, 2011; Gram 2005; Schanzel et al., 2012; Swarbrooke & Horner, 2007) ได้แสดงให้เห็นว่า อายุที่แตกต่างกันของเด็กมีผลต่อลักษณะเฉพาะของประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ต้องการได้รับ เนื่องจากเด็กเป็นกลุ่มที่มีช่วงอายุที่กว้างมากตั้งแต่เด็กเล็กจนถึงวัยรุ่น ดังนั้นผลที่ได้จากการศึกษาจึงไม่สามารถอ้างถึงประชากรกลุ่มเด็กทั้งหมดได้โดยเฉพาะในเรื่องของประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงครอบครัว (Schänzel & Yeoman, 2015) ดังตัวอย่างผลการศึกษาที่นำเสนอความแตกต่างด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวของเด็กเล็กและเด็กโต เช่น Cullingford (1995) กับ Thornton และคณะ (1997) พบว่า เด็กเล็กมีความสุขต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้เคลื่อนไหวร่างกาย ในขณะที่เด็กโตมักมีความสนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้พักผ่อนร่างกายคล้ายคลึงกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ใหญ่ และเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มพบว่า เด็กโตไม่ได้รับความสุขในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัวเท่ากับเด็กที่มีอายุน้อยกว่า เนื่องจากลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงครอบครัวไม่สนองตอบความต้องการของเด็กโตที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์ที่ตื่นเต้น ทำทาย

ความแตกต่างของเด็กในแต่ละวัยสอดคล้องกับที่ เพียเจต์ได้เสนอเกี่ยวกับพัฒนาการทางสติปัญญาของบุคคลเป็นไปตามวัยต่างๆ แบ่งออกเป็น 4 ลำดับขั้น ดังนี้ (Piaget, 1983)

ขั้นที่ 1 ขั้นประสาทรับรู้และการเคลื่อนไหว (Sensory-Motor Stage) เริ่มตั้งแต่แรกเกิดจนถึง 2 ปี พฤติกรรมของเด็กในวัยนี้ขึ้นอยู่กับ การเคลื่อนไหวเป็นส่วนใหญ่ เช่น การไขว่คว้า การเคลื่อนไหว การมอง การดู เป็นต้น

ขั้นที่ 2 ขั้นก่อนปฏิบัติการคิด (Preoperational Stage) ขั้นนี้เริ่มตั้งแต่อายุ 2-7 ปี เป็นช่วงที่เด็กเริ่มมีเหตุผลเบื้องต้น แต่เหตุผลของเด็กวัยนี้ยังมีขอบเขตจำกัดอยู่ เพราะเด็กยังคงยึดตนเองเป็นศูนย์กลางคือ ถือความคิดตนเองเป็นใหญ่และมองไม่เห็นเหตุผลของผู้อื่น ดังนั้น ความคิด การหาเหตุผล และการตัดสินใจของเด็กวัยนี้ อาจไม่ใช่สิ่งที่ถูกต้องหรือมีความสัมพันธ์ตามความเป็นจริง

ขั้นที่ 3 ขั้นปฏิบัติการคิดด้านรูปธรรม (Concrete Operation Stage) ขั้นนี้จะเริ่มจากอายุตั้งแต่ 7-12 ปี พัฒนาการทางด้านสติปัญญาและความคิดของเด็กวัยนี้สามารถสร้างกฎเกณฑ์และตั้งเกณฑ์ในการแบ่งสิ่งแวดล้อมออกเป็นหมวดหมู่ได้ เด็กวัยนี้สามารถที่จะเข้าใจเหตุผล รู้จักการแก้ปัญหาสิ่งต่างๆ ที่เป็นรูปธรรมได้ ลักษณะเด่นของเด็กวัยนี้คือ ความสามารถในการคิดย้อนกลับ

นอกจากนั้นความสามารถในการจำของเด็กในช่วงนี้มีประสิทธิภาพขึ้น สามารถจัดกลุ่มหรือจัดการได้อย่างสมบูรณ์ สามารถสนทนากับบุคคลอื่นและเข้าใจความคิดของผู้อื่นได้ดี

ขั้นที่ 4 ขั้นปฏิบัติการคิดด้วยนามธรรม (Formal Operational Stage) นี้จะเริ่มตั้งแต่อายุ 12 ปี จนถึงวัยรุ่น ในขั้นนี้พัฒนาการทางสติปัญญาและความคิดของเด็กวัยนี้เป็นขั้นสุดยอดคือ เด็กในวัยนี้จะเริ่มคิดแบบผู้ใหญ่ ความคิดแบบเด็กจะสิ้นสุดลง เด็กจะสามารถที่จะคิดหาเหตุผลนอกเหนือไปจากข้อมูลที่มีอยู่ และเชื่อถือความเป็นจริงที่เห็นจากการรับรู้

ทฤษฎีเกี่ยวกับพัฒนาการทางสติปัญญาข้างต้น แม้จะพบว่าช่วงวัยต่างๆ ของเด็กมีความสัมพันธ์กับพัฒนาการด้านสติปัญญา 4 ขั้น แต่ทั้งนี้เด็กที่อายุต่ำกว่า 7 ปี มีข้อจำกัดด้านการรับรู้และการให้ข้อมูล ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ได้จำแนกประสบการณ์การท่องเที่ยวของเด็กเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1. ประสบการณ์การท่องเที่ยวของเด็กเล็ก อายุระหว่าง 7-12 ปี และ 2. ประสบการณ์การท่องเที่ยวของเด็กโต อายุระหว่าง 13-17 ปี

ประสบการณ์การท่องเที่ยวของเด็กเล็ก

เด็กในช่วงวัยนี้เป็นเริ่มสามารถคิดวิเคราะห์เพื่อสร้างความรู้ได้ด้วยตัวเองจากการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ จากการทดลองและปฏิบัติ (Carr, 2011) ทั้งนี้พัฒนาการตามช่วงวัยของเด็กในวัยนี้ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวที่อยู่ในความปรารถนาของเด็กด้วย ที่ผ่านมาการศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยวของเด็ก เช่น Rhoden และคณะ (2016) พบว่า มุมมองของเด็กอายุระหว่าง 9-10 ปี มีความเห็นว่าการเที่ยวประจำวัน และสภาพแวดล้อมที่แตกต่างจากบ้านมีส่วนช่วยให้เด็กได้รับความผ่อนคลายส่งผลให้มีจิตใจที่ร่าเริง แจ่มใส มากขึ้น ดังนั้นขณะท่องเที่ยวเด็กจึงมีความสนใจต่อกิจกรรมต่างๆ ซึ่งกิจกรรมที่สร้างความสนุกให้แก่เด็ก เกี่ยวข้องกับการได้เคลื่อนไหวร่างกาย มีอิสรภาพในการเล่น การรับรู้ได้ถึงความมั่นคงปลอดภัย และได้เล่นร่วมกับเด็กคนอื่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hilbrecht และคณะ (2008) ที่ได้ศึกษาเรื่องประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงครอบครัวผ่านมุมมองของเด็กส่วนใหญ่อายุระหว่าง 10-12 ปี พบว่า ลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยวของเด็กสามารถจำแนกได้ 3 ประการสำคัญ ได้แก่ 1. การได้รับความสนุกสนาน (Fun) เปรียบเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวสำหรับเด็ก 2. ความแปลกใหม่และความคุ้นเคย (Newness and Familiarity) เด็กมักมีความกระตือรือร้นที่จะได้ทำสิ่งใหม่ๆ ภายใต้ความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย ความสะดวกสบายท่ามกลางคนที่เด็กนั้นมีความคุ้นเคย จากการได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ ภายใต้สภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย และ 3. การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Connections) คือ การ

คำนี้ถึงความสุขที่จะได้รับจากพ่อแม่จากการได้เวลาร่วมกันและการทำกิจกรรมร่วมกันจากองค์ประกอบประสบการณ์ที่กล่าวมาข้างต้น มีความสอดคล้องกับข้อค้นพบของนักวิชาการหลายคนที่ศึกษาเกี่ยวกับลักษณะประสบการณ์ของเด็กเล็ก ดังต่อไปนี้

ประเด็นการได้รับประสบการณ์ความสนุกพบว่า ลักษณะประสบการณ์ความสนุกของเด็กจากการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับที่ได้เคลื่อนไหวร่างกาย การมีอิสระในการเล่น การได้รู้จักเพื่อนใหม่ (Rhoden et al., 2016) การได้สัมผัสต่อประสบการณ์ที่ตื่นเต้น ท้าทาย (Johns & Gyimóthy, 2003) และเป็นกิจกรรมที่อยู่ในความสนใจของเด็ก (Cullingford, 1995; Gram 2005; Thornton et al., 1997)

ประเด็นการได้รับความแปลกใหม่และความคุ้นเคยเป็นประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ทำให้เด็กสัมผัสกับสภาพแวดล้อมที่มีความแตกต่างจากที่จากมา เด็กมักจะกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้จากสิ่งใหม่ที่ได้พบเห็น ไม่ว่าจะเป็นความแตกต่างทางภาษา อาหาร สถาปัตยกรรม การแต่งกาย ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ล้วนดึงดูดความสนใจของเด็ก (Byrnes, 2001) ขณะเดียวกัน Cullingford (1995) พบว่า ถึงแม้เด็กจะกระตือรือร้นที่จะได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการเดินทางท่องเที่ยว แต่ขณะเดียวกันเด็กก็ยังต้องการความสะดวกสบาย และให้ความรู้สึกคุ้นเคยเหมือนกับที่บ้าน เช่น อาหาร รายการโทรทัศน์

ประเด็นการได้รับการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมโดยเฉพาะสัมพันธ์ภาพกับ พ่อ-แม่ และเครือญาติ เช่น ปู่ย่า-ตายาย เป็นประสบการณ์ที่เด็กปรารถนาจะได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว (Gram 2005; Shaw et al., 2008) เกิดขึ้นเมื่อสมาชิกในครอบครัวได้ใช้เวลาอยู่ร่วมกัน ตลอดจนการทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน (Wu et al., 2019) Shaw et al. (2008) ได้กล่าวถึงคุณค่าของประสบการณ์ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยเฉพาะกับสมาชิกในครอบครัวเป็นประสบการณ์ที่มีความสำคัญสำหรับเด็ก เนื่องจากโดยธรรมชาติของเด็กมักต้องการความรักความอบอุ่น ดังนั้นการได้อยู่ร่วมกันในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีความสุขของทุกคนในครอบครัวจึงสามารถถ่ายทอดความรักและความอบอุ่นให้กันได้มากขึ้น เกิดเป็นความทรงจำที่มีคุณค่าฝังในตัวของเด็กจนโตเป็นผู้ใหญ่ เกิดเป็นสายสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นในครอบครัว

ประสบการณ์การท่องเที่ยวของเด็กโต

เด็กโตอยู่ในวัยเชื่อมต่อการเป็นผู้ใหญ่จึงมีความสามารถคิดในเชิงตรรกะได้ ดังนั้นความต้องการหรือแรงจูงใจที่เกิดขึ้นกับเด็กในวัยนี้สามารถหาเหตุผลนำมาประกอบเพื่ออธิบายแก่ผู้อื่นหรือ

นำไปประกอบการตัดสินใจได้ (Coleman, 2011) นอกจากนี้ธรรมชาติของเด็กโตต้องการสัมพันธ์ภาพกับเพื่อนฝูงและต้องการอิสระจากพ่อแม่แตกต่างจากเด็กวัยอื่นๆ ที่ต้องการใช้เวลาร่วมกับครอบครัว (Shaw & Dawson, 2003) ลักษณะเฉพาะตัวของเด็กกลุ่มนี้ที่ได้กล่าวข้างต้นเป็นผลให้มีพฤติกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น การศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวของเด็กกลุ่มนี้โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงครอบครัวมีปัจจัยดังต่อไปนี้

1. มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของครอบครัวสูงกว่าเด็กในวัยอื่น (Baia, 2018; Khoo-Lattimore et al., 2015; Shavanddasht & Schänzel, 2019) และ
2. เป็นช่วงวัยที่นักวิชาการใช้เป็นตัวแทนที่ศึกษาในบทบาทของลูก เนื่องจากเป็นวัยที่สามารถสื่อสารโต้ตอบได้ (Carr, 2011; Nickerson & Jurowski, 2001; Shavanddasht & Schänzel, 2019)

การศึกษาลักษณะของประสบการณ์การท่องเที่ยวของเด็กโต เช่น Carr (2006) ศึกษาโดยการเปรียบเทียบความแตกต่างในการท่องเที่ยวระหว่าง พ่อ-แม่ และเด็กโต พบว่า ลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยวของเด็กโตมีความคล้ายคลึงกับประสบการณ์ของ พ่อ-แม่ ที่ต้องการพักผ่อนและหลบหนีจากความกดดันในชีวิตประจำวัน แต่ก็มีบางประสบการณ์ที่มีลักษณะที่แตกต่างจาก พ่อ-แม่ โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับเพื่อนๆ สอดคล้องกับการศึกษาของ Larsen และ Jenssen (2004) ที่ศึกษาลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวของเด็กกับเพื่อนร่วมชั้นเรียนพบว่า เด็กในวัยนี้ให้ความสำคัญอย่างมากกับการได้ใช้เวลาเพื่อนๆ โดยลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้สนใจคือ กิจกรรมผจญภัยและกิจกรรมผาดโผน เช่น การล่องแก่ง การไต่เขาตลอดจนการเล่นกีฬา สอดคล้องกับ Small (2008) พบว่า การได้ร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวกลางแจ้ง เช่น การว่ายน้ำ การดำน้ำ การเล่นสกี และสวนสนุก เป็นประสบการณ์ที่จะอยู่ในความทรงจำติดตัวเด็กไปจนกระทั่งโตเป็นผู้ใหญ่

ลักษณะของประสบการณ์การท่องเที่ยวจากการศึกษาที่นำเสนอข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความปรารถนาที่จะได้ใช้เวลาเพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพกับเพื่อนเป็นหลัก จากลักษณะเฉพาะดังกล่าวทำให้การศึกษาหลายชิ้นกล่าวถึงทัศนคติของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ร่วมกับสมาชิกคนอื่นๆ ในครอบครัว เช่น Small (2008) และ Carr (2006) ศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยวของเด็กโตพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการแยกตัวเองออกจากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ต้องทำร่วมกับสมาชิกคนอื่นๆ ในครอบครัว ยิ่งไปกว่านั้นนักท่องเที่ยวบางส่วนได้

สะท้อนถึงอุดมคติของการท่องเที่ยวของตัวเองที่ไม่เกี่ยวข้องกับสายสัมพันธ์ในครอบครัว แต่ปรารถนาสัมพันธ์ภาพที่มีต่อเพื่อนๆ และคนรัก

ผลจากการศึกษาข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึง ลักษณะของประสบการณ์การท่องเที่ยวระหว่างเด็กเล็กและเด็กโตมีประสบการณ์ในลักษณะที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะประสบการณ์ของเด็กเล็กมีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ ที่มักต้องการได้ผ่อนคลาย แต่สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเด็กเล็กมักต้องการประสบการณ์ความสนุกจากการเล่น ได้เคลื่อนไหวร่างกายในระหว่างการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวกลุ่มเด็กเล็กมักไม่ได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวตามที่คาดหวังไว้ เช่น การศึกษาของ Nickerson and Jurowski (2001) พบว่า เด็กรู้สึกเบื่อหน่ายต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวบางประเภทที่พ่อแม่ชอบ อาทิ การเที่ยวชมอาคารบ้านเรือน การเดินเล่น เป็นผลมาจากมุมมองของการท่องเที่ยวระหว่าง พ่อ-แม่ กับลูก มีความแตกต่างกัน เนื่องจากเป้าหมายของการท่องเที่ยวสำหรับ พ่อ-แม่ คือ การได้ผ่อนคลายร่างกาย และหลีกเลี่ยงกิจวัตรประจำวัน แต่สำหรับเด็กคือการได้รับความสนุกจากกิจกรรมการท่องเที่ยว (Gram 2005) ยิ่งไปกว่านั้น มีผลการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงครอบครัวพบว่า พ่อ-แม่ มักบรรลุเป้าหมายการท่องเที่ยวอยู่ฝ่ายเดียว เนื่องจากพ่อแม่มักพยายามโน้มน้าวความสนใจของลูกและควบคุมสภาพแวดล้อมการเดินทางท่องเที่ยวของลูกทำให้ลูกไม่ได้รับประสบการณ์ตามที่คาดหวัง (Shaw et al., 2008) ปัญหาข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึง ความแตกต่างของประสบการณ์การท่องเที่ยว ซึ่งในการเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวจำเป็นต้องคำนึงถึงประสบการณ์ของสมาชิกทุกคนในครอบครัวเพื่อให้ได้รับความสุขในการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกัน ดังนั้น การศึกษาถึงประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในบทบาทต่างๆ ช่วยทำให้เข้าใจถึงลักษณะประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้อย่างชัดเจนมากขึ้น ยิ่งไปกว่านั้นลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยวในมุมมองที่แตกต่างกัน เป็นปัญหาต่อการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกันสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ดังที่ Hebblethwaite (2015) ศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของสมาชิกในครอบครัวทั้ง 3 รุ่น ได้แก่ รุ่น ปู่ย่า-ตายาย รุ่นพ่อ-แม่ และรุ่นลูก-หลาน ที่มีต่อการท่องเที่ยวร่วมกันสะท้อนให้เห็นว่า แม้ว่าสมาชิกในครอบครัวจะตระหนักดีว่าการท่องเที่ยวร่วมกันช่วยสร้างสายสัมพันธ์ในครอบครัว แต่ทุกคนต่างต้องพบกับความสับสน เนื่องจากทัศนคติและค่านิยมของคนในแต่ละรุ่นมีมุมมองที่แตกต่างกัน ยิ่งไปกว่านั้นผลการวิจัยหลายชิ้นที่แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวพยายามหลบหนีจากสมาชิกครอบครัวคนอื่นเพื่อทำให้ตนเองได้รับประสบการณ์ตามที่คาดหวังไว้ โดยเฉพาะการที่นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวพยายามทำให้ตนเองเข้าถึงเวลาส่วนตัวเพื่อจะได้ทำ

กิจกรรมที่ตนเองปรารถนา เช่น งานวิจัยของ Small (2005) พบว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่ม พ่อ-แม่ ตัดสินใจเลือกโรงแรมที่พักที่มีกิจกรรมสำหรับรองรับลูก เช่น คิด้ส์คลับในโรงแรม ตลอดจนเลือกเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัวอื่นที่มีลูกรุ่นราวคราวเดียวกันเพื่อให้มีเวลาทำกิจกรรมตามความปรารถนาของตัวเอง เช่นเดียวกับการศึกษาของ Blichfeldt และ Mikkelsen (2017) ที่ศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม ปู่ย่า-ตายาย ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยรถบ้านร่วมกับหลานพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสำคัญต่อการได้รับความรัก และสัมพันธ์จากกิจกรรมที่ได้ทำร่วมกันในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว เช่น การเล่นว่าว การสอนหลานขี่จักรยาน การร่วมทำอาหาร แต่ก็ยังต้องการช่วงเวลาสำหรับตัวเอง เช่น ได้ผ่อนคลายจากภาระที่ต้องดูแลหลาน ด้วยการพักผ่อนเพื่อชื่นชมทัศนียภาพในขณะที่หลานเพลิดเพลินและมีความสุขกับการทำกิจกรรมด้วยตัวเอง

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวใช้แหล่งท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่ทำให้ตนเองเข้าถึงประสบการณ์การท่องเที่ยว แต่ทั้งนี้ภายใต้ความแตกต่างของประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่ส่วนใหญ่มักประสบกับปัญหาในการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของสมาชิกในครอบครัวที่มีหลากหลายช่วงวัย ตั้งแต่เด็กไปจนถึงผู้สูงอายุที่เดินทางท่องเที่ยวร่วมกัน เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญต่อการรองรับเด็ก เช่น กิจกรรมที่สร้างความสนุกสนานเพลิดเพลินให้แก่เด็กเล็ก หรือมีกิจกรรมที่ตื่นเต้นท้าทายสำหรับเด็กโต แต่ขาดกิจกรรมที่จะรองรับสมาชิกครอบครัวกลุ่มอื่น เช่น ขาดกิจกรรมสำหรับกลุ่ม พ่อ-แม่ ที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (Commuri & Gentry, 2000; Hilbrecht et al., 2008; Johns & Gyimóthy, 2003) และในบางแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวยังขาดปัจจัยที่จำเป็นต่อการรองรับผู้สูงอายุ เป็นอุปสรรคทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่ม ปู่ย่า-ตายาย ไม่สามารถร่วมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวได้ (Hebblethwaite, 2015) ดังนั้นหากแหล่งท่องเที่ยวสามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในทุกกลุ่มได้ จะช่วยให้ทุกคนได้รับความสุขจากการท่องเที่ยวร่วมกัน

แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว

แหล่งท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และมีอิทธิพลโดยตรงต่อประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการท่องเที่ยว

(Kim, 2014) โดยแหล่งท่องเที่ยวเกิดขึ้นจากการผสมผสานองค์ประกอบต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว (Lew, 1987) สอดคล้องกับความคิดเห็นของ Dickman (1997) ที่ได้นำเสนอว่า แหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วย 5 องค์ประกอบสำคัญได้แก่ 1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 2. ความสะดวกในการเดินทางและเข้าถึง (Access) 3. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (Amenities) 4. ที่พัก (Accommodation) และ 5. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ขณะเดียวกันคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อมที่โดดเด่นเป็นตัวกำหนดประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่ Morrison (2013) กล่าวถึง องค์ประกอบในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ 1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) 2. การเข้าถึง (Accessibility) 3. ความปลอดภัยและความมั่นคง (Safety and Security) 4. ความบันเทิง (Entertainment) 5. สภาพอากาศ (Climate) 6. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) 7. ที่พัก (Accommodation) และ 8. ภาพลักษณ์ (Image) ขณะเดียวกันคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวยังสามารถกำหนดจากลักษณะพฤติกรรม ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวด้วย (Bigne, Sanchez, & Sanchez, 2001) โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับลักษณะประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับความสนใจจากนักวิชาการหลายคน (Bigne et al., 2001; Kim, 2014; Lugosi, Golubovskaya, Robinson, Quinton, & Konz, 2020) และสามารถใช้อัตลักษณ์ของประสบการณ์การท่องเที่ยวส่งเสริมการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ดังการศึกษาของ Mahdzar, Shuib, Ramachandran และ Afandi (2015) ที่ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เข้าถึงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว พบว่า ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วยประสบการณ์ที่แปลกใหม่ (Novelty) การได้ปฏิสัมพันธ์ (Interaction) และการได้ทำในสิ่งที่ปรารถนา (Involvement) ลักษณะของประสบการณ์ดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนา 3 ประเด็น ดังนี้ 1. การมีจิตบริการ (Hospitality) 2. ความคุ้มค่า (Value) และ 3. กิจกรรม (Activities) อย่างไรก็ตาม ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวมีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวทั่วไป เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวเดินทางท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องออกแบบแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรองรับต่อประสบการณ์ที่หลากหลายของสมาชิกในครอบครัวในช่วงวัยต่างๆ การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว รายละเอียดดังตาราง 2

ตาราง 2 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว

ผู้แต่ง	❖ ส่งเสริมให้ใช้เวลาร่วมกัน	❖ สิ่งดึงดูดใจสำหรับเด็ก	❖ ความปลอดภัย	❖ สิ่งอำนวยความสะดวก	❖ กิจกรรมที่หลากหลาย	❖ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศนาการ	❖ ธรรมชาติที่สวยงาม	❖ วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์
Fountain และคณะ (2015)		✓		✓				
Sobolchi และ Ivanov (2015)	✓	✓			✓			
Blichfeldt และ Mikkelsen (2017)		✓					✓	
Wu และ Wall (2017)	✓			✓	✓			
Ahmad และ Jusoh (2018)	✓	✓	✓	✓	✓		✓	
Khoo-Lattimore และ Yang (2018)		✓	✓	✓	✓	✓		
Wu และคณะ (2019)	✓				✓	✓	✓	
Song และคณะ (2020)				✓				
สุจิตรา ริมคูสิต พูนทรัพย์ เศษศรี และ ชิดชม กัน จุฬา (2564)						✓	✓	✓

ที่มา: พัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรม

จากตาราง 2 แสดงให้เห็นว่า ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวให้ความสำคัญกับองค์ประกอบที่หลากหลาย เช่น Sobolchi และ Ivanov (2015) ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางร่วมกับครอบครัวอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมได้ใช้เวลาาร่วมกันและมีสิ่งดึงดูดใจให้แก่เด็ก เช่น การจัดสรรพื้นที่นันทนาการกลางแจ้ง เช่น สวนหย่อม สนามเด็กเล่น สามารถสร้างความสนุกสนาน เพลิดเพลินให้แก่เด็ก นอกจากนี้กิจกรรมที่หลากหลาย จะช่วยเปิดโอกาสให้คนในครอบครัวได้ทำกิจกรรมร่วมกัน ในขณะที่ Ahmad และ Jusoh (2018) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาให้เห็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดที่เป็นมิตรต่อครอบครัว ประเทศมาเลเซีย โดยศึกษาจากนักท่องเที่ยวในช่วงวัยต่างๆ โดยเริ่มตั้งแต่อายุ 17 ปีขึ้นไป พบว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับครอบครัว เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อมบริเวณชายหาด (Beach Physical Environment) เนื่องจากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อความสะอาด และบรรยากาศ และความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว และประเด็นการจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Man-made Properties) ประกอบด้วย 1) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) เช่น กิจกรรมที่มีความปลอดภัย กิจกรรมที่หลากหลายสามารถรองรับทุกคนในครอบครัว และกิจกรรมที่ออกแบบสำหรับเด็ก และส่งเสริมการใช้เวลาาร่วมกันในครอบครัว 2) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) เช่น มีห้องอาบน้ำ ห้องน้ำ ที่เพียงพอ มีป้ายสื่อความหมายและระบบการแจ้งเตือนภัยต่างๆ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวออกแบบสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุในขณะเดียวกันมีการศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในประเทศไทย เกี่ยวกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องเนื่องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ แต่ก็มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ด้วย เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการหรือเพื่อความบันเทิง (สุจิตรา และคณะ, 2564)

นอกจากนี้ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวอีกส่วนหนึ่งยังได้มาจากการศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยว ที่มียกตัวอย่างลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อประกอบการอธิบายลักษณะของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ผลจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวใน

ลักษณะที่แตกต่างกันตามลักษณะประสบการณ์เฉพาะตัวนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวในกลุ่ม ปู่ย่า-ตายาย ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ที่ได้ผ่อนคลาย ด้วยการอ่านหนังสือ การชมวิวทิวทัศน์ ฯลฯ ท่ามกลางธรรมชาติ โดยปลอดจากภาระหน้าที่ตนเองต้องร่วมเล่นหรือต้องสร้างความสนุกให้แก่ บุตรหลาน ดังนั้นประสบการณ์ที่ได้ผ่อนคลายจะเกิดขึ้นได้เมื่อ บุตร-หลาน สามารถเล่นหรือสนุกได้ ด้วยตัวของเด็กเอง ดังนั้นลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มปู่ย่า-ตายาย จึง ให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับกิจกรรมสำหรับ สมาชิกครอบครัว โดยเฉพาะหลาน เช่น สนามเด็กเล่น สระว่ายน้ำ เป็นต้น (Blichfeldt and Mikkelsen, 2017)

มีผลการวิจัยหลายชิ้นที่ศึกษาเกี่ยวกับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของ พ่อ-แม่ เช่น Wu และ Wall (2017) ที่ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานประวัติศาสตร์ แสดงให้เห็นถึงลักษณะปัจจัยผลัก (Push Factor) ของนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ 1. ต้องการเรียนรู้ (Education and Learning) 2. ต้องการ ความผ่อนคลาย (Relaxation) 3. ต้องการทำในสิ่งที่ตนเองปรารถนา (Creating Positive Leisure Habits) 4. ต้องการสานสัมพันธ์กับครอบครัว (Relationship Enhancement) และ 5. ต้องการ ชดเชยเวลาให้แก่ พ่อ-แม่ (Extended Family Obligation) ลักษณะของปัจจัยผลักข้างต้นส่งผลให้ นักท่องเที่ยวกลุ่ม พ่อ-แม่ ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวที่มีปัจจัยดึง (Pull factor) ประกอบด้วย 4 ปัจจัย ได้แก่ 1. การคุ้มค่าเงิน (Value for Money) เช่น ค่าเข้าชม ค่าสินค้าและบริการที่ราคา ย่อมเยา 2. ความเหมาะสมของสภาพแวดล้อมและกิจกรรมการท่องเที่ยว Excellent Environment for Family Activities) ความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น คาเฟ่ ร้านอาหาร ตลอดจนร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อให้ได้ใช้เวลา ร่วมกับคนในครอบครัว 3. ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในการออกแบบการจัดแสดงใน พิพิธภัณฑสถาน (The Creative and Innovative Display in the Museums) การนำเสนอเรื่องราวทาง ประวัติศาสตร์ที่สามารถดึงดูดความสนใจ สร้างความสนุกสนาน ตื่นเต้นให้แก่นักท่องเที่ยวได้ และ 4. ความเงียบสงบ (The Tranquility of The Historical Area) เป็นสถานที่ที่สงบเงียบและปลอดภัย เพื่อปล่อยให้เด็กได้อิสระอย่างเต็มที่ ในขณะที่ Fountain et al (2015) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเข้าถึง ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในแหล่งท่องเที่ยว ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร และคาเฟ่ โดยยกตัวอย่างถึงการใช้ประโยชน์ร่วมกัน

ระหว่าง พ่อ-แม่ กับลูก เช่น ร้านคาเฟ่ที่มีสนามเด็กเล่นในบริเวณเดียวกัน สามารถรองรับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม พ่อ-แม่ ที่ให้ความสำคัญต่อการผ่อนคลายหรือได้ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับ พ่อ-แม่ คนอื่น ในขณะที่ลูกได้เพลิดเพลินไปกับการเล่นโดยอยู่ในสายตาของ พ่อ-แม่ ในประเด็นของการใช้ประโยชน์ร่วมกันในแหล่งท่องเที่ยวที่มีการศึกษาหลายชั้นที่เสนอว่าสวนน้ำและชายหาด เปรียบเสมือนจุดหมายปลายทางหลักสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว เนื่องจากสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่มในครอบครัว (Thornton, et al, 1997; Nickerson & Jurowski, 2001; John & Gyimothy, 2003) โดย Curtale (2018) ได้ยกตัวอย่างของสระว่ายน้ำ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทุกคนในครอบครัวสามารถใช้เวลาร่วมกันได้แม้ว่าจะมีความสนใจต่อกิจกรรมที่แตกต่างกัน กล่าวคือ สำหรับ พ่อ-แม่ มีความปรารถนาหลักคือ การพักผ่อน การฟื้นฟูร่างกายและจิตใจ ซึ่งสระว่ายน้ำสามารถรองรับกิจกรรมสำหรับ พ่อ-แม่ ได้ เช่น การอาบแดด อ่านหนังสือ ในขณะที่เล่นน้ำก็เป็นกิจกรรมได้รับการยอมรับว่าสามารถดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเด็กได้มาอย่างยาวนาน

ขณะเดียวกันในมุมมองของ พ่อ-แม่ มีประเด็นการศึกษาเกี่ยวกับที่พัก ที่สามารถรองรับการท่องเที่ยวร่วมกันของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ผลการศึกษาของ Khoo-Lattimore และ Yang (2018) เกี่ยวกับลักษณะของที่พักที่จะสามารถรองรับการเดินทางท่องเที่ยวของครอบครัวในมุมมองของพ่อแม่มักคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ดังนี้ 1. แหล่งที่ตั้งของที่พัก (Location of Accommodation) การเลือกที่พักที่อยู่บริเวณเกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวและมีร้านค้าเพื่ออำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร ร้านขายยา 2. คุณภาพของการปฏิสัมพันธ์ (Quality of Interactions) การให้ความสำคัญต่อพนักงานที่ให้บริการกับเด็ก โดยคาดหวังให้จัดกิจกรรมที่สร้างความสนุกให้แก่เด็ก 3. สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็ก (Child Friendly Amenities) การจัดเตรียมอุปกรณ์เพื่อรองรับการดูแลลูก เช่น เปลเด็ก เครื่องนึ่งขวดนม รวมถึงอุปกรณ์ที่สร้างความเพลิดเพลินให้แก่เด็ก เช่น อุปกรณ์วาดรูปและระบายสี เป็นต้น 4. ความปลอดภัย (Safety) คำนึงถึงความสะดวกและความปลอดภัยของสถานที่ เช่น เปลือกหอย เศษหิน บริเวณชายหาดที่อาจก่อให้เกิดอันตรายกับลูก และ 5. กิจกรรมของครอบครัว (Family-Oriented Program) พบว่า พ่อ-แม่ จำนวนมากมีความคิดเห็นว่าการพักผ่อนเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นในการรองรับการทำกิจกรรมของครอบครัวโดยลูกได้เล่นสนุก ในขณะที่ พ่อ-แม่ ได้มีเวลาเป็นของตนเองทำกิจกรรมเพื่อผ่อนคลาย เช่นเดียวกับ Gaines และคณะ (2004) ศึกษาเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ที่ให้บริการเพื่อรองรับเด็กที่เข้าพักในโรงแรมพบว่า สโมสร

เด็ก (Kids Club) เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับการให้บริการของโรงแรมโดยนอกจากจะสามารถสร้างความสนุกและความเพลิดเพลินให้แก่เด็กแล้ว ยังเป็นตัวช่วยดูแลเด็กแทน พ่อ-แม่ ทำให้มีเวลาที่จะทำกิจกรรมที่ตนเองปรารถนา

ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว จากมุมมองความคิดเห็นของเด็ก เช่น Wu และ Wall (2019) ที่ศึกษาประสบการณ์ของเด็กอายุระหว่าง 8-11 ปี พบว่า การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับการได้ทำกิจกรรมต่างๆ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไปเยือน โดยยกตัวอย่างกิจกรรมต่างๆ ที่ได้ทำขณะท่องเที่ยว เช่น การพายเรือ การตกปลา หรือขณะที่อยู่ในรถ เป็นช่วงเวลาที่ทุกคนในครอบครัวได้ใช้เวลาร่วมกันมากขึ้น ในขณะที่กิจกรรมที่หลากหลายตลอดจนความสวยงามของธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ ช่วยส่งเสริมให้เด็กได้รับประสบการณ์และกระตุ้นให้เด็กสนใจเรียนรู้ในสิ่งใหม่ๆ ขณะเดียวกันมีนักวิชาการหลายคน (Cullingford, 1995; Gram 2005; Thornton et al., 1997) ได้เสนอว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญอย่างแรก que เด็กคาดหวังว่าจะได้รับประสบการณ์ด้านความสนุกสนานลักษณะกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับการได้เคลื่อนไหวร่างกาย (Nickerson & Jurowski, 2001) นอกจากนี้ลักษณะของสิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความงดงามของธรรมชาติ บรรยากาศแห่งความสนุกสนาน ในแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการได้รับประสบการณ์ด้านความสนุกของเด็กด้วย (Cullingford, 1995)

จากผลการวิจัยที่ได้กล่าวข้างต้น สะท้อนให้เห็นถึงมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในมุมมองที่แตกต่างกัน อันเนื่องมาจากความแตกต่างของประสบการณ์การท่องเที่ยว เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกัน และเป็นปัญหาที่มีมาอย่างยาวนาน ลักษณะของปัญหาที่พบจากแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว เช่น การศึกษาของ Johns และ Gyimothy (2003) ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของครอบครัวยุคหลังสมัยใหม่ที่มีต่อสวนสนุกเลโก้แลนด์พบว่า สวนสนุกเลโก้แลนด์เปรียบเสมือนจุดหมายปลายทางสำหรับเด็กเป็นสถานที่ที่ทุกครอบครัวที่มีลูกต้องไปเยือน เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้ลูกได้รับความสนุกสนานและได้ประสบการณ์เรียนรู้ แต่การท่องเที่ยวในสถานที่ดังกล่าวกลับกลายเป็นสิ่งที่น่าเบื่อหน่ายสำหรับพ่อแม่ เนื่องจากการขาดกิจกรรมที่หลากหลายสำหรับสมาชิกคนอื่นๆ ในครอบครัว นอกจากนี้ยังมีความหนาแน่นของจำนวนนักท่องเที่ยว อีกทั้งไม่มีพื้นที่ในการรองรับพ่อ-แม่ เช่นเดียวกับการศึกษาของ Commuri กับ Gentry (2000) และ Hilbrecht และคณะ (2008) พบว่า โดยส่วนใหญ่แล้วแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวมักให้ความสำคัญในการรองรับการท่องเที่ยวของเด็กมักขาดกิจกรรมการ

ท่องเที่ยวที่สามารถรองรับให้แก่ทุกคนในครอบครัวเช่นเดียวกับงานวิจัยที่ผ่านมา (Backer & Schänzel, 2013; Gram 2005; Hebblethwaite & Norris, 2010; Hilbrecht et al., 2008; Nickerson & Jurowski, 2001) ชี้ให้เห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวไม่สามารถตอบสนองต่อการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในทุกๆ กลุ่มได้ เป็นผลมาจากลักษณะของประสบการณ์ที่แตกต่างกันส่งผลให้มีความสนใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองที่แตกต่างกัน ทำให้การท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัวที่ผ่านมาไม่ได้รับความสุขจากการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกัน ยิ่งไปกว่านั้นปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงลักษณะการท่องเที่ยวกับครอบครัว โดยทุกวันนี้นักท่องเที่ยวไม่ได้เดินทางท่องเที่ยวร่วมกันเหมือนในอดีต เนื่องจากมีความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน จึงเริ่มท่องเที่ยวร่วมกับสมาชิกบางกลุ่มในครอบครัวที่มีความสนใจในกิจกรรมเดียวกัน เช่น ท่องเที่ยวร่วมกันเฉพาะกลุ่มหลาน (Yang et al., 2020)

ภายใต้ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวตามที่ได้นำเสนอข้างต้น ทำให้มีการศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับการท่องเที่ยวของครอบครัวโดยหยิบยกทฤษฎีต่างๆ มาใช้ในการอธิบายความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยว เช่น Seraphin และคณะ (2020) ได้ใช้แนวคิดการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับเด็กภายในรีสอร์ทโดยใช้แนวคิด “คิดซาเนีย (Kidzania)” เป็นแนวคิดในการออกแบบแหล่งท่องเที่ยวและบริการสำหรับเด็กและครอบครัวที่ทุกคนได้รับประโยชน์ร่วมกัน เช่น สำหรับเด็กนั้นได้ความสนุกและได้เรียนรู้ไปพร้อมๆ กัน ในขณะที่พ่อแม่มีความสุขจากการเห็นลูกทำกิจกรรมเหล่านั้น ผลจากการนำแนวคิดดังกล่าวมาปรับใช้ช่วยยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับเด็กที่ให้บริการภายในรีสอร์ทที่จากเดิมมุ่งเน้นความสนุกและการเรียนรู้ของเด็กอย่างเดียว แต่แนวคิดดังกล่าวช่วยยกระดับการบริการที่เข้าถึงมุมมองความสุขของพ่อแม่ที่ได้เห็นคุณค่าที่ลูกได้รับจากกิจกรรมด้วย ดังตัวอย่างกิจกรรมที่ออกแบบ เช่น การส่งเสริมการแสดงออกของเด็กโดยที่พ่อแม่ได้ร่วมชมความสามารถของลูก การจัดแสดงผลงานเกี่ยวกับงานฝีมือของเด็กที่ผลิตขึ้นในระหว่างร่วมกิจกรรม และการแข่งขันการทำอาหารในคลาสเรียนทำอาหารของรีสอร์ท ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมสำหรับเด็กในรีสอร์ท ในขณะที่งานวิจัยของ Song กับ Park และ Kim (2020) ที่ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่มรดกทางประวัติศาสตร์เพื่อรองรับการเดินทางท่องเที่ยวของเด็กใช้ทฤษฎีการทดลองพฤติกรรมทางเลือก (Choice Experiment) เพื่อศึกษาระดับความชอบที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็กในแหล่งท่องเที่ยวพบว่า พ่อแม่มีความชอบในระดับสูงต่อสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวของลูกใน

แหล่งเที่ยวที่เป็นพื้นที่ศึกษา เช่น มุมพักผ่อนสำหรับเด็ก ห้องน้ำที่ออกแบบสำหรับเด็ก กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ ผลการศึกษาดังกล่าวช่วยให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถออกแบบและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อไป แต่ข้อค้นพบจากการศึกษาเหล่านี้สะท้อนให้เห็นแต่ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็กในแหล่งท่องเที่ยว แต่แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ควรมีองค์ประกอบอื่นๆ ที่ต้องให้ความสำคัญด้วย การศึกษาดังกล่าวจึงยังไม่ครอบคลุมต่อการวางแผนและพัฒนาการแหล่งท่องเที่ยวสำหรับเด็กและคนในครอบครัวจากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า ผลการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ส่วนหนึ่งมุ่งศึกษาความคิดเห็นจากของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว โดยละเว้นการศึกษาความคิดเห็นของเด็กๆ โดยส่วนใหญ่มุ่งศึกษาโดยเจาะจงจากมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น โดยเฉพาะการศึกษาจากกลุ่ม พ่อ-แม่ มักให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวที่จะสร้างความสนุกสนาน เพลิดเพลินให้กับลูกเป็นหลัก ดังนั้นพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่ผ่านมาจึงให้ความสำคัญต่อการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเด็ก เช่น ห้องน้ำสำหรับเด็ก เครื่องเล่น กิจกรรมสำหรับเด็ก เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องคำนึงถึงการรองรับสมาชิกในครอบครัวคนอื่นๆ ที่ร่วมเดินทางด้วย เพื่อให้ทุกคนในครอบครัวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยว นำมาซึ่งความสุขและประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่ทุกคนในครอบครัว

การทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวและแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว สะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวในลักษณะที่แตกต่างกัน โดยได้รับจากกิจกรรมการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ตลอดจนสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มในครอบครัวที่เดินทางท่องเที่ยวร่วมกันจะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยว ดังนั้นการทราบถึงลักษณะประสบการณ์ ตลอดจนลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ในครอบครัวให้ความสำคัญ จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถจัดเตรียมแหล่งท่องเที่ยวสำหรับรองรับสมาชิกในครอบครัว ที่มีความสนใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะที่แตกต่างกัน เพื่อให้ทุกคนได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวร่วมกัน ดังนั้นกระบวนการศึกษาที่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวจากมุมมองความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ช่วยให้สามารถนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตัวตนของทุกคนในครอบครัว เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ได้รับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มได้

กระบวนการนวัตนาการ

การดำเนินธุรกิจทั้งในภาคอุตสาหกรรม ตลอดจนการบริการในปัจจุบันอยู่ภายใต้ตลาดการค้าเสรีทำให้มีการแข่งขันที่สูงมากขึ้น เพื่อให้ธุรกิจของตนเองมีส่วนแบ่งทางการตลาด ผู้ประกอบการจำเป็นต้องผลิตสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่เหนือกว่าคู่แข่ง ทั้งด้านความแปลกใหม่ ประโยชน์ใช้สอย คุณภาพ และราคา เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อผู้บริโภคได้มากที่สุด โดยลักษณะการออกแบบผลิตภัณฑ์ทุกวันนี้มักให้ความสำคัญต่อการใช้มนุษย์เป็นศูนย์กลาง ความคิดสร้างสรรค์ เน้นการลงมือปฏิบัติและการเรียนรู้จากการทดลอง กระบวนการทำงานวนซ้ำจากการสร้างความเข้าใจมนุษย์ การคิดสร้างสรรค์ และการทดสอบกับผู้ใช้ เพื่อเรียนรู้และลดข้อผิดพลาด เพื่อให้สามารถพัฒนาความคิดและทางออกใหม่ๆ ที่ดีขึ้นเรื่อยๆ และเพิ่มโอกาสสร้างความสำเร็จให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบ สอดคล้องกับ Lewrick กับ Link และ Leifer (2018) กล่าวถึง การออกแบบผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันมีมุมมองกว้างๆ ที่เน้นออกแบบใช้เป็นแนวทางการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1. การฟัง (Hear) คือ การทำความเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการของลูกค้า 2. การสร้าง (Create) คือ การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการทำความเข้าใจผู้ใช้ และ 3. การส่งมอบ (Delivery) คือ การทดสอบผลิตภัณฑ์ต้นแบบกับผู้ใช้งานโดยตรง มีลักษณะสอดคล้องกับโมเดลการออกแบบของหลายองค์กรที่นำเสนอแนวคิดการออกแบบ ดังตัวอย่างแนวคิดการออกแบบต่อไปนี้

- แนวคิดการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ที่นำเสนอโดยมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด (Stanford School) เป็นการออกแบบที่เน้นการสร้างผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ออกแบบจากผู้ใช้งานโดยตรงภายใต้กระบวนการออกแบบ 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1. การทำความเข้าใจ (Empathize) 2. การตั้งกรอบโจทย์ (Define) 3. การสร้างความคิด (Ideate) 4. การสร้างต้นแบบ (Prototype) และ 5. การทดสอบ (Testing) (Brown & Wyatt, 2010)

- แนวคิดการออกแบบโมเดลเพชรคู่ (Double Diamond Design process) นำเสนอโดย UK Design Council ที่เน้นการออกแบบนวัตกรรมและการสร้างสรรค์ใหม่ๆ จากความคิดสร้างสรรค์ ภายใต้การทำความเข้าใจผู้ใช้ มีกระบวนการออกแบบ 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1. ค้นคว้าหาข้อมูล (Discover) 2. การวิเคราะห์เพื่อสรุปโจทย์ (Define) 3. การพัฒนาแนวคิด (Develop) และ 4. การพัฒนาเพื่อส่งมอบสู่ผู้ใช้ (Deliver) (Design Council, 2021)

- แนวคิดการออกแบบโดยมีศูนย์กลางคือผู้ใช้งาน (Human Centered Design) โดยบริษัท ไอดีโอ เป็นแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่นักออกแบบได้รับแรงบันดาลใจจากความขาดแคลน ปัญหา ความกังวลของผู้ใช้เป็นแรงผลักดันในการออกแบบภายใต้กระบวนการออกแบบ 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1. การหาแรงบันดาลใจ (Inspiration phase) 2. การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ (Ideation phase) 3. การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ (Implementation phase) (IDEO.org, 2015)

จากแนวคิดการออกแบบที่ได้กล่าวข้างต้น เป็นการออกแบบที่สะท้อนมาจากตัวตนของผู้ใช้งานลักษณะการออกแบบจากแนวคิดต่างๆ มีกระบวนการออกแบบที่มีความคล้ายคลึงกัน ด้วยการศึกษาค้นคว้า ปัญหา ความต้องการจากผู้ใช้งาน และทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้งานให้ได้มากที่สุด ประกอบด้วย 6 ขั้นตอนดังนี้

การรับรู้ปัญหาถึงปัญหา (Perception of Problems) ขั้นตอนแรกของการออกแบบแนวคิดการออกแบบต่างๆ จะให้ความสำคัญต่อการเปิดรับข้อมูลจากผู้ใช้งานในหลากหลายด้าน เพื่อให้เห็นประเด็นปัญหา ตลอดจนโอกาสในการพัฒนาสิ่งใหม่ที่ตอบสนองต่อผู้ใช้งานให้ได้มากที่สุด ดังที่แนวคิดการคิดเชิงออกแบบได้กล่าวว่า ขั้นตอนแรกของการออกแบบให้ความสำคัญต่อการทำความเข้าใจ (Empathize) การทำความเข้าใจต่อผู้ใช้งานในบริบทต่างๆ โดยเฉพาะปัญหา อุปสรรคของผู้ใช้งาน (Brown & Wyatt, 2010) ในขณะที่แนวคิดการออกแบบโมเดลเพชรคู ใช้คำว่า การค้นคว้าหาข้อมูล (Discover) เป็นขั้นตอนแรกในการค้นหาความรู้ เพื่อให้ นักออกแบบได้มองเห็นปัญหา (Design Council, 2021) สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบโดยมีศูนย์กลางคือผู้ใช้งานเสนอว่ามีความจำเป็นต้องหาแรงบันดาลใจให้แก่ นักออกแบบ (Inspiration phase) เปรียบเสมือนการเปิดรับการเรียนรู้และทำความเข้าใจผู้ใช้งานผ่านการสังเกต การสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้งาน (IDEO.org, 2015)

การสังเคราะห์ปัญหา (Analysing Problems) การคัดแยกและการจัดกลุ่มข้อมูลในประเด็นต่างๆ ที่ได้จากการรับจากผู้ใช้งาน เพื่อกำหนดทิศทางของการออกแบบที่สามารถแก้ปัญหาให้แก่ผู้ใช้งานได้ สอดคล้องกับแนวคิดการคิดเชิงออกแบบและแนวคิดการออกแบบโมเดลเพชรคู ที่มีขั้นตอนการวิเคราะห์เพื่อสรุปโจทย์ (Define) เพื่อคัดกรองและจัดลำดับความสำคัญของสิ่งที่ต้องการจะแก้ไข (Brown & Wyatt, 2010; Design Council, 2021) ในขณะที่แนวคิดการออกแบบโดยมีศูนย์กลางคือผู้ใช้งาน กำหนดให้การสังเคราะห์ปัญหาเป็นส่วนหนึ่งในขั้นตอนการหาแรงบันดาลใจ ให้ความสำคัญต่อการสร้างแนวคิดที่สะท้อนปัญหาจากผู้ใช้งาน (Extremes and Mainstreams) ที่ได้รับมาจากการทำความเข้าใจผู้ใช้งาน (IDEO.org, 2015)

การรวบรวมวิธีการแก้ปัญหา (Collecting Problems) การหาวิธีการแก้ปัญหาที่สอดคล้องกับประเด็นที่เป็นโจทย์ปัญหา สอดคล้องกับแนวคิดการคิดเชิงออกแบบ และโมเดลการออกแบบเพชรคู มีขั้นตอนการสร้างความคิด หรือการพัฒนาแนวคิด (Ideate, Develop) ให้มีความสำคัญต่อการระดมความคิดเพื่อคัดเลือกความคิดที่ดีที่สุดเพื่อนำไปใช้พัฒนาเป็นต้นแบบต่อไป (Brown & Wyatt, 2010; Design Council, 2021) ในขณะที่แนวคิดการออกแบบโดยมีศูนย์กลางคือผู้ใช้งานได้เสนอว่าในขั้นตอนการสร้างสรรคผลิภัณฑ์ (Ideation) มีขั้นตอนย่อยที่ให้ความสำคัญกับการมองหาความคิดที่มีความสามารถเพียงพอที่จะแก้ปัญหาที่ได้รับจากผู้ใช้งาน (IDEO.org, 2015)

การเสนอวิธีการแก้ปัญหา (Solution) การสร้างต้นแบบที่สื่อถึงวิธีการแก้ปัญหา สอดคล้องกับแนวคิดการคิดเชิงออกแบบและโมเดลการออกแบบเพชรคู มีขั้นตอนการสร้างต้นแบบ หรือการพัฒนาเพื่อส่งมอบสู่ผู้ใช้ (Prototype, Deliver) ให้ความสำคัญกับการสร้างต้นแบบจากประเด็นที่ได้รับคัดเลือก เพื่อนำไปทดสอบว่ามีประสิทธิภาพโดยเสนอว่า ควรใช้หลักการที่เรียบง่ายในการสร้างต้นแบบ เนื่องจากอาจต้องนำไปทดสอบหลายครั้งจนกว่าจะได้ต้นแบบที่มีประสิทธิภาพ (Brown & Wyatt, 2010; Design Council, 2021) ในขณะที่แนวคิดการออกแบบโดยมีศูนย์กลางคือผู้ใช้งาน ได้เสนอเกี่ยวกับวิธีการแก้ปัญหาด้วยวิธีการสร้างต้นแบบ เป็นส่วนหนึ่งในขั้นตอนการสร้างสรรคผลิภัณฑ์ (Ideation) โดยหลังจากที่ได้ทำการคัดเลือกความคิดที่จะนำไปพัฒนาเป็นผลิภัณฑ์ต่อลำดับต่อมานักออกแบบจะให้ความสำคัญกับการร่างต้นแบบที่สามารถสะท้อนความคิดออกมาได้เป็นสื่อกลางในการขอความคิดเห็นจากผู้ใช้งาน (IDEO.org, 2015)

การประเมินผล (Evaluation) การทดสอบประสิทธิภาพของวิธีการแก้ปัญหา โดยให้ผู้ใช้งานได้แสดงความคิดเห็น ต้นแบบที่สามารถตอบสนองตัวตนของผู้ใช้งานมากที่สุดจะนำไปใช้พัฒนาผลิภัณฑ์ต่อไป สอดคล้องกับแนวคิดการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) มีขั้นการทดสอบ (Testing) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการออกแบบ เพื่อทำการทดสอบความสมบูรณ์ของต้นแบบก่อนที่จะทำการพัฒนาเป็นผลิภัณฑ์ (Brown & Wyatt, 2010) เช่นเดียวกับโมเดลการออกแบบรูปเพชรคู ในขั้นตอนสุดท้าย คือ การพัฒนาเพื่อส่งมอบสู่ผู้ใช้ (Deliver) เป็นการทำให้ระหว่างการสร้างต้นแบบและทดสอบต้นแบบจากผู้ใช้งานหลายครั้ง เพื่อให้ได้ต้นแบบที่ตอบสนองผู้ใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ (Design Council, 2021) เช่นเดียวกับแนวคิดการออกแบบโดยมีศูนย์กลางคือผู้ใช้งาน โดยเป็นส่วนหนึ่งในขั้นตอนการสร้างสรรคผลิภัณฑ์ (Ideation) ให้ความสำคัญกับการทดสอบประสิทธิภาพของต้นแบบ ก่อนจะไปสู่ขั้นตอนการขับเคลื่อนผลิภัณฑ์สู่ตลาด (Implementation) (IDEO.org, 2015)

การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ (Implementation) เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อสร้างการรับรู้แก่ผู้ใช้ ทั้งนี้แนวคิดการออกแบบโดยมีศูนย์กลางคือผู้ใช้งาน มีขั้นตอนการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ (Implementation) ที่ให้ความสำคัญต่อการสร้างเส้นทางให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบให้ได้เป็นที่รู้จัก ด้วยการส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด (IDEO.org, 2015)

แนวคิดการออกแบบด้วยโมเดลการออกแบบต่างๆ ที่นำเสนอไว้ข้างต้นมีกระบวนการออกแบบในลักษณะคล้ายคลึงกัน ดังนี้ ตาราง 3

ตาราง 3 การสังเคราะห์กระบวนการออกแบบ จากแนวคิดเชิงออกแบบ แนวคิดการออกแบบโมเดลเพชรคู่ และแนวคิดการออกแบบโดยมีศูนย์กลางคือผู้ใช้งาน

แนวคิดการออกแบบ	การรับรู้ถึงปัญหา	การสังเคราะห์ปัญหา	การรวบรวมวิธีการแก้ปัญหา	การเสนอวิธีการแก้ปัญหา	การประเมินผล	การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์
แนวคิดการคิดเชิงออกแบบ	✓	✓	✓	✓	✓	
แนวคิดการออกแบบโมเดลเพชรคู่	✓	✓	✓	✓	✓	
แนวคิดการออกแบบโดยมีศูนย์กลางคือผู้ใช้งาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓

จากตาราง 3 แสดงให้เห็นถึง กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยในขั้นตอนที่ 1-5 ให้ความสำคัญต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ และในขั้นตอนที่ 6 ให้ความสำคัญต่อการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ อาจสรุปได้ว่า กระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์จากแนวคิดการออกแบบต่างๆ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1. การรับรู้ถึงปัญหา 2. การสังเคราะห์ปัญหา 3. การรวบรวมวิธีการแก้ปัญหา 4. การเสนอวิธีการแก้ปัญหา และ 5. การประเมินผล

ภายใต้มุมมองของแนวคิดเชิงออกแบบในโมเดลต่างๆ จะเห็นได้ว่า มีกระบวนการออกแบบที่คล้ายคลึงกัน ยิ่งไปกว่านั้นในการออกแบบทุกวันนี้ได้มีการผสมผสานจากหลากหลายความคิดช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (Kostamo Deschamps, 2020; Ribeiro & Souza, 2021) สอดคล้องกับ Mahon (2017) กล่าวว่า การให้ความสำคัญกับมุมมองความคิดที่หลากหลายจะทำให้ นักออกแบบเกิดความคิดสร้างสรรค์พุ่งพรูออกมาได้มากกว่าที่จะการยึดติดกับความคิดเห็นในประเด็นเดียว โดยเฉพาะการผสมผสานความคิดที่หลากหลายจากผู้ใช้ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบสามารถตอบสนองต่อผู้ใช้ได้หลายกลุ่มช่วยขยายฐานผู้ใช้งานให้กว้างขึ้น (Mahon, 2017) ลักษณะของการผสมผสานทางความคิดสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้ที่ต้องการแก้ปัญหาอันเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวก่อครวญมีหลากหลายช่วงวัยทำให้มีลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แตกต่างกันเป็นอุปสรรคที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวไม่สามารถตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มได้ด้วยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวจากมุมมองความคิดของนักท่องเที่ยวก่อครวญหลายช่วงวัย ดังนั้นจึงประยุกต์ใช้แนวคิดแนวคิดการออกแบบจากโมเดลต่างๆ ข้างต้นและให้ความสำคัญกับการผสมผสานความคิดจากผู้ใช้หลายกลุ่ม ภายใต้การออกแบบด้วย “กระบวนการนวจินตนาการ” (Ideation)

ตามพจนานุกรมภาษาอังกฤษ คำว่า Ideation หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่ทำให้เกิดมุมมองความคิด ภายใต้ความหมายนี้ ที่ผ่านมามีนักวิชาการได้เสนอทฤษฎีที่เกี่ยวกับแนวคิดนี้ เช่น Mahon (2017) กล่าวว่า “Ideation” เป็นการผสมคำระหว่างคำว่า Idea (ความคิดสร้างสรรค์) + Generation (การพิจารณาใต้ตรง) ดังนั้นจึงเป็นกระบวนการที่บุคคลใช้สติในการไตร่ตรองความคิดหรือความพยายามจากหลายบุคคลในการร่วมกันระดมความคิด เพื่อให้ได้ความคิดที่ดีที่สุดสำหรับการนำไปใช้งาน ในขณะที่ Kenton (2021) เสนอว่า เป็นกระบวนการเปิดรับความคิดเห็นเห็นจากทุกช่องทางจากผู้เกี่ยวข้อง ตลอดจนเป็นการเก็บรวบรวมความคิดที่ผ่านมาเพื่อนำไปใช้ในการสร้างสรรค์ความคิดใหม่ๆ ในการแก้ปัญหา ในขณะที่ Dorow, Dávila, Rados, & Vallejos (2015) กล่าวว่า เป็นการสร้างความคิดจากแรงจูงใจ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นตลอดจนการใช้ประโยชน์จากความคิด ตามที่นักวิชาการได้ให้คำนิยามในทฤษฎีต่างๆ สามารถสรุปได้ว่า แนวคิดนวจินตนาการ หมายถึง กระบวนการออกแบบที่ได้จากการรวบรวมความคิดจากมุมมองความคิดหลายๆ กลุ่ม และการผสมผสานความคิดในการสร้างต้นแบบความคิดเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อผู้ใช้งานได้หลายกลุ่ม

การออกแบบด้วยกระบวนการนวจินตนาการ จึงเป็นการออกแบบที่ให้ความสำคัญต่อการเปิดรับข้อมูลจากคนหลายกลุ่มเพื่อให้สามารถสร้างจำนวนความคิดให้ได้มากที่สุดและทำการคัดเลือกต้นแบบความคิดที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยเป็นต้นแบบที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้ทุกกลุ่มได้เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่อไป

1. องค์ประกอบกระบวนการนวจินตนาการ

การออกแบบด้วยกระบวนการนวจินตนาการเป็นการออกแบบที่ให้ความสำคัญต่อการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ใช้หลายกลุ่ม โดยการเปิดรับข้อมูลจากคนหลายกลุ่มและการสร้างต้นแบบที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้ทุกกลุ่มได้ ได้บูรณาการจากโมเดลการออกแบบต่างๆ จากกรณีศึกษาและตัวอย่างการวิจัยที่ผ่านมา ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1. การรับรู้ถึงปัญหา 2. การสังเคราะห์ปัญหา 3. การรวบรวมวิธีการแก้ปัญหา 4. การเสนอวิธีการแก้ปัญหา และ 5. การประเมินผล

1.1 การรับรู้ถึงปัญหา

กระบวนการนวจินตนาการให้ความสำคัญต่อการผสมผสานความคิดที่หลากหลายจากผู้ใช้ การทำความเข้าใจความต้องการของผู้ใช้อย่างลึกซึ้งจากผู้ใช้หลากหลายมุมมองช่วยให้นักออกแบบรับรู้ถึงความต้องการ ปัญหา และอุปสรรคของผู้ใช้ทุกกลุ่ม ยิ่งนักออกแบบรับรู้ได้มากเท่าไรจะทำให้สามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่สามารถตอบสนองตัวตนของผู้ใช้ได้ทุกกลุ่ม มีลักษณะคล้ายคลึงกับโมเดลการออกแบบที่ผ่านมาที่ในขั้นตอนแรกมักให้ความสำคัญต่อการทำความเข้าใจผู้ใช้งานเป็นขั้นตอนแรกในกระบวนการออกแบบ เช่น แนวคิดการออกแบบโดยมีศูนย์กลางคือผู้ใช้งาน (Human Centered Design) ในขั้นแรกคือการหาแรงบันดาลใจ (Inspiration phase) ให้ความสำคัญต่อการทำความเข้าใจผู้ใช้โดยการเปิดรับการเรียนรู้และทำความเข้าใจผู้ใช้ผ่านการสังเกตวิถีชีวิตของผู้ใช้ ค้นหาความหวังและความต้องการของผู้ใช้ ข้อมูลที่นักออกแบบได้รับนำไปเป็นส่วนสำคัญในการสร้างออกแบบเพื่อจัดการปัญหาให้แก่ผู้ใช้งานมีการจัดกิจกรรมเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นจากผู้ใช้ ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การสังเกต การสัมภาษณ์รายบุคคลและการสัมภาษณ์กลุ่มย่อย โดยเป็นลักษณะการสนทนาแบบไม่เป็นทางการเน้นพูดคุยในประเด็นที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตประจำวัน เช่น หน้าที่การงาน ความเป็นอยู่ ประเด็นเหล่านี้จะช่วยให้นักออกแบบเข้าใจถึงตัวตนวิถีชีวิต ความต้องการ ของผู้ใช้งานมากขึ้น (IDEO.org, 2015) ในขณะที่ การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ได้เสนอว่า ขั้นตอนแรกของการออกแบบ คือ การทำความเข้าใจ (Empathize) นักออกแบบต้องทำความเข้าใจผู้ใช้งานอย่างลึกซึ้ง ผ่านวิธีการพูดคุย การสัมภาษณ์ สังเกต

กลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนการที่นักออกแบบเข้าไปทดลองเพื่อเข้าถึงประสบการณ์ของผู้ใช้งาน เพื่อให้ให้นักออกแบบเข้าใจตัวตนของผู้ใช้ และปัญหาความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง ดังนั้นข้อมูลที่ได้รับจากขั้นตอนนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการระบุโอกาสในการสร้างนวัตกรรม การสร้างโจทย์ใหม่ที่ตอบสนองความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองและมีความสำคัญต่อกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ให้นักออกแบบสร้างสิ่งที่มีคุณค่าต่อผู้ใช้อย่างแท้จริง (Brown, 2008) เช่นเดียวกับโมเดลการออกแบบเพชรคู่ (Double Diamond Design process) ในขั้นตอนแรก คือ การค้นคว้าหาข้อมูล (Discover) นักออกแบบต้องให้ความสำคัญต่อค้นหาความต้องการของผู้ใช้งาน การทำความเข้าใจผู้ใช้เพื่อให้สามารถมองเห็นถึงปัญหา เพื่อที่จะนำไปสู่การออกแบบที่สามารถจัดอุปสรรคและตอบโจทย์ผู้ใช้ Design Council (2021)

การรับรู้ปัญหาจึงเน้นเน้นความสำคัญกับมุมมองความคิดเห็นจากคนหลายๆ กลุ่ม โดยเฉพาะการผสมผสานความคิดที่หลากหลายจากผู้ใช้ ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบสามารถตอบสนองต่อผู้ใช้ได้หลายกลุ่ม ทั้งนี้มีตัวอย่างงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวที่ศึกษาภายใต้แนวคิดการออกแบบหลายชั้นมีวิธีการดำเนินงานในขั้นตอนการทำความเข้าใจ เช่น Kostamo Deschamps (2020) ที่ต้องการออกแบบการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงคุณค่าและประสบการณ์จากการท่องเที่ยว กล่าวว่าการออกแบบแรกของการออกแบบต้องเริ่มจากการเข้าถึงผู้ใช้ (Human-centered) โดยทำความเข้าใจมุมมองของประสบการณ์นักท่องเที่ยวด้วยการสังเคราะห์ข้อมูลจากข้อความและรูปภาพที่นักท่องเที่ยวที่เคยมาเยือนได้โพสต์ลงในสื่อโซเชียลมีเดีย เพื่อจัดกลุ่มประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว จากนั้นใช้วิธีการสัมภาษณ์เพื่อเข้าถึงจิตใจของผู้ใช้อย่างลึกซึ้ง (Iterative) ภายใต้ประเด็นเกี่ยวกับแรงจูงใจ (Rational needs) ความปรารถนา (Aspirations) ปัญหาที่เผชิญ (Pain points) สิ่งที่เป็นคุณค่า (Values) และพฤติกรรม (Behaviors) ในขณะที่ Altukhova กับ Vasileva และ Gromova (2018) ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยใช้แนวคิดเชิงออกแบบในการทำความเข้าใจถึงประสบการณ์นักท่องเที่ยวไปที่เดินทางท่องเที่ยวเขตชนบทในประเทศรัสเซีย โดยเริ่มจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมทำให้พบปัญหาของการท่องเที่ยว ดังนั้นการออกแบบแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง จำเป็นต้องทำความเข้าใจมุมมองของนักท่องเที่ยวในประเด็นปัญหาที่ค้นพบด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อนำมาใช้ออกแบบการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับประสบการณ์นักท่องเที่ยว

จากตัวอย่างของงานวิจัยทางการท่องเที่ยวที่นำแนวคิดการออกแบบมาใช้ในการออกแบบการบริการที่สอดคล้องกับประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวคาดหวังสะท้อนให้เห็นว่า ในขั้นตอนการทำความเข้าใจผู้ใช้มีเป้าหมายที่จะทำให้นักออกแบบเข้าถึงตัวตนและความต้องการของผู้ใช้ได้ อย่างลึกซึ้งขึ้น ซึ่งงานวิจัยที่ผ่านมาใช้การสังเกต การศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ และการสัมภาษณ์ เพื่อให้เข้าใจถึงแง่มุมที่หลากหลายในบริบทที่ต้องการออกแบบ เพื่อนำไปออกแบบผลิตภัณฑ์ภายใต้ตัวตน ภายใต้อารมณ์ ความรู้สึก พฤติกรรม ความต้องการ ของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 การสังเคราะห์ปัญหา

ความหลากหลายทางความคิดเห็นที่เปิดรับจากผู้ใช้งานหลายๆ กลุ่ม ทำให้นักออกแบบได้รับรู้ปัญหาต่างๆ ซึ่งมีทั้งปัญหาเฉพาะกลุ่มหรือปัญหาที่เกิดขึ้นร่วมกัน ในขั้นตอนนี้จึงให้ความสำคัญต่อการเก็บรวบรวมประเด็นปัญหาให้ได้มากที่สุด ทำการจัดการข้อมูลด้วยการคัดแยก จัดกลุ่มข้อมูล โดยเฉพาะประเด็นที่เป็นความต้องการหรือปัญหาจากผู้ใช้ เพื่อกำหนดทิศทางการออกแบบที่สามารถแก้ปัญหาให้แก่ผู้ใช้ได้

สอดคล้องกับโมเดลการออกแบบไม่ว่าจะเป็น โมเดลการคิดเชิงออกแบบ (Design thinking) และแนวคิดการออกแบบโมเดลเพชรคู่ (Double Diamond Design Process) มีวิธีการรวบรวมประเด็นปัญหา อยู่ในขั้นตอนการตั้งกรอบโจทย์หรือการวิเคราะห์เพื่อสรุปโจทย์ (Define) เป็นขั้นตอนที่ใช้สำหรับในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมที่ได้รับมาจากขั้นตอนแรก เพื่อวิเคราะห์เพื่อสรุปประเด็นสำคัญและหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป ในขณะที่แนวคิดการออกแบบโดยมีศูนย์กลางคือผู้ใช้งาน (Human Centered Design) ให้ความสำคัญต่อการสร้างแนวคิดที่สะท้อนปัญหาจากผู้ใช้งาน (Extremes and Mainstreams) เป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนการหาแรงบันดาลใจ (Inspirations) เมื่อนักออกแบบได้รับข้อมูลที่หลากหลาย จำเป็นต้องทำคัดเลือกข้อมูลที่ได้รับจากการสะท้อนข้อมูล โดยทำการคัดแยกและจัดข้อมูลที่เป็นประเด็นปัญหา ประเด็นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันในกลุ่มเดียวกัน จากนั้นทำการเรียงลำดับประเด็นที่มีความสำคัญที่สุดจากมากไปหาน้อยตามลำดับ เพื่อให้ผู้ออกแบบสามารถกำหนดประเด็นที่จะนำไปสร้างผลิตภัณฑ์ (IDEO.org, 2015)

ที่ผ่านมางานวิจัยด้านการท่องเที่ยวได้ออกแบบกระบวนการศึกษาในขั้นตอนการสังเคราะห์ปัญหาด้วยวิธีการต่างๆ ดังตัวอย่างการศึกษาของ Chang และ Lin (2019) ศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบประสบการณ์บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีกระบวนการออกแบบที่

เริ่มจากการทำความเข้าใจผู้ใช้ โดยให้ผู้ใช้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ทุกความคิดเห็นที่ถ่ายทอดจากจากผู้ถูกนำไปสังเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่จากการสัมภาษณ์ เพื่อเป็นตัวบ่งชี้ถึงประเด็นสำคัญในการออกแบบต่อไป ในขณะที่ Altukhova และคณะ (2018) กับ Kostamo Deschamps (2020) ใช้แนวความคิดการออกแบบเพื่อการออกแบบแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนกิจกรรมการท่องเที่ยวมีกระบวนการที่เริ่มต้นจากที่นักออกแบบทำความเข้าใจผู้ใช้ จากนั้นทำการรวบรวมความคิดเห็นจากผู้ผู้ใช้โดยใช้วิธีการสร้างแผนที่เข้าใจลูกค้า (Empathy map) คือ การรวบรวมความคิดเห็นจากผู้ใช้งานทั้งหมด เพื่อกำหนดศูนย์กลางของความต้องการที่สะท้อนจากผู้ผู้ใช้ ทำให้นักออกแบบมีเป้าหมายที่ชัดเจนในการสร้างกรอบการออกแบบที่สะท้อนถึงความต้องการของผู้ใช้ข้อค้นพบที่ได้จากขั้นตอนนี้ ทำให้นักออกแบบทราบว่าจะสามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหรือกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างไร เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงประสบการณ์ที่คาดหวัง

จากตัวอย่างของงานวิจัยทางการท่องเที่ยวแสดงให้เห็นว่า สังเคราะห์ประเด็นปัญหาสามารถทำได้ด้วยวิธีการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิและการสัมภาษณ์ เพื่อให้เข้าใจถึงแง่มุมที่หลากหลายในบริบทที่ต้องการออกแบบ นอกจากนี้การสังเคราะห์ข้อมูลผ่านเครื่องมือต่างๆ เช่น แผนที่เข้าใจลูกค้า (Empathy map) แผนที่ความคิด (Mind map) ตลอดจนความถี่ที่ผู้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นเพื่อทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เป็นวิธีการสำคัญในขั้นตอนนี้ที่ให้นักออกแบบสามารถระบุตัวตนของผู้ใช้ (Visualized) เพื่อนำไปออกแบบผลิตภัณฑ์ภายใต้ตัวตน ภายใต้อารมณ์ ความรู้สึก พฤติกรรม ความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยให้ความสำคัญต่อการรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้ทุกกลุ่ม

1.3 การรวบรวมวิธีการแก้ปัญหา

คำตอบหรือทางเลือกใหม่ๆ ที่เกิดจากความคิด ประกอบไปด้วย การคิดการคิดแบบขยาย (Divergent Thinking) ที่มุ่งเน้นการสร้างความคิดอันแตกต่างหลากหลายให้ได้เป็นจำนวนมาก และการคิดแบบบรรจบ (Convergent Thinking) ซึ่งมุ่งเน้นการคิดรวบรวมนความคิดที่ดีเข้าด้วยกัน ทำให้ได้คำตอบหรือทางเลือกใหม่ที่มีคุณภาพและสมบูรณ์ขึ้น พร้อมสำหรับการนำไปขึ้นต้นแบบ (ไปรมา อิศรเสนา และ ชูจิต ตรีรัตน์พันธ์, 2560) สอดคล้องกับที่ เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2556) กล่าวว่า ในการออกแบบที่มาจากความคิดสร้างสรรค์ส่วนใหญ่มักเป็นการผสมผสานทางความคิดที่ดีเข้าด้วยกันทำให้ได้คำตอบหรือทางเลือกใหม่ที่มีคุณภาพและสมบูรณ์ขึ้นเพื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป สอดคล้องกับกระบวนการนวจินตนาการที่ให้ความสำคัญต่อการออกแบบสำหรับผู้ใช้หลายกลุ่มดังนั้น

จึงเน้นความคิดที่สามารถแก้ปัญหาแก่ผู้ใช้ทุกกลุ่ม หรือการผสมผสานจากหลากหลายความคิด เพื่อเก็บรวบรวมไว้เป็นวิธีการแก้ปัญหา

ดังนั้นการรวบรวมวิธีการแก้ปัญหาจึงให้ความสำคัญต่อการเก็บรวบรวมวิธีการแก้ปัญหาให้ได้มากที่สุด และการคัดเลือกวิธีการที่จะนำไปใช้ต่อไป (Brown, 2008; Design Council, 2021; Kelley & Kelley, 2013) กระบวนการ “การระดมสมอง” (Brainstorming) ช่วยให้นักออกแบบได้รับความคิดเห็นที่จะเสนอถึงวิธีการแก้ปัญหาในปริมาณมาก ช่วยเพิ่มโอกาสให้แก่ นักออกแบบได้พบวิธีการที่ดีที่สุดที่สามารถตอบโจทย์ปัญหาของผู้ใช้งานได้ ลักษณะของวิธีการที่ดีต้องสามารถลดความรู้สึกเชิงลบ และ/หรือเพิ่มความรู้สึกเชิงบวกแก่ผู้ใช้งานได้ (โครงการพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมเสริมหลักสูตรด้านความเป็นผู้ประกอบการ, 2560) สอดคล้องกับโมเดลการออกแบบที่ผ่านมาใช้วิธีการ “การระดมสมอง” เพื่อสร้างและคัดเลือกความคิด เช่น โมเดลการออกแบบเพชรคู่ (Double diamond) มีขั้นตอนการพัฒนาแนวคิด (Develop) เพื่อสร้างวิธีการแก้ปัญหาที่หลากหลายและการคัดเลือกวิธีการที่จะนำไปใช้ต่อไป (Design Council, 2021) โมเดลการออกแบบโดยมีศูนย์กลางคือผู้ใช้งาน (Human Center Design) ในขั้นตอนการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ (Ideation Phase) ให้ความสำคัญต่อการระดมความคิดจากคนหลายกลุ่ม เพื่อหาโอกาสสร้างวิธีการใหม่ๆ เพื่อใช้พัฒนาต่อไป (IDEO.org, 2015) เช่นเดียวกับโมเดลการคิดเชิงออกแบบ (Design thinking) มีขั้นตอนการสร้างความคิด (Ideate) ใช้กระบวนการระดมความคิด เพื่อเป็นการต่อยอดทางความคิดส่งผลให้เกิดความคิดนอกกรอบ ที่ตอบโจทย์ปัญหาของผู้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ไปรมา อิศรเสนา และ ชูจิต ตรีรัตนพันธ์, 2560)

ทั้งนี้ Ling (2015) ได้นำเสนอว่า ในการระดมความคิดที่มุ่งเน้นจำนวนความคิดในปริมาณมากๆ สิ่งที่นักออกแบบต้องการคือการคัดเลือกความคิดที่ดีที่สุดจากความคิดที่มีอยู่ทั้งหมดที่ได้ออกมา จึงได้แนะนำหลักการในการคัดเลือกความคิดด้วย 3 หลักการ ดังนี้

1. การคัดเลือกโดยการเรียงลำดับความสำคัญ (Prioritization) เป็นการเรียงลำดับความสำคัญของความคิดจากการประเมินคุณค่าและประโยชน์ที่ผู้ใช้งานจะได้รับ โดยเปรียบเทียบกับความยากง่ายในการดำเนินงาน ในวิธีการนี้ที่ให้นักออกแบบสามารถจัดลำดับความสำคัญของความคิดได้ว่า ความคิดไหนควรเริ่มดำเนินการก่อน ความคิดไหนควรเก็บเอาไว้พัฒนาต่อในอนาคต โดยความคิดที่ไม่ซับซ้อนและเป็นประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ใช้งานจะได้รับการจัดอันดับเป็นอันดับต้นๆ

2. การคัดเลือกความคิดที่มีความสัมพันธ์กัน (Affinity) เป็นการวิเคราะห์และจัดระเบียบความคิดที่สร้างขึ้นมาด้วยการค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดต่างๆ โดยจะทำการจัดกลุ่มความคิดที่มีความสัมพันธ์กันเข้าไว้ด้วยกัน และทำการเลือกกลุ่มที่มีความสัมพันธ์สูงเอาไว้และตัดความคิดอื่นๆ ที่ไม่มีความสัมพันธ์กันออก เพื่อให้เห็นทิศทางของความคิดที่จะพัฒนาต่อไป

3. การประเมินความคิด (Evaluation) การใช้เกณฑ์การประเมินที่ให้ความสำคัญความสร้างสรรค์ ความเป็นไปได้ที่จะพัฒนาต่อไป และการตอบสนองต่อผู้ใช้งาน

ที่ผ่านมา มีวิจัยทางการท่องเที่ยวที่ศึกษาภายใต้แนวคิดการออกแบบ โดยการศึกษาในขั้นตอนการสร้างความคิด ส่วนใหญ่ใช้วิธีการระดมความคิดเห็นเป็นส่วนหนึ่งในการบวนการออกแบบ เช่น การศึกษาของ Kostamo Deschamps (2020) เกี่ยวกับการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยว โดยทำการศึกษาลักษณะประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับในแหล่งท่องเที่ยวใช้วิธีการระดมสมองเพื่อแบ่งปันความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวในมุมมองที่แตกต่างกัน จากนั้นร่วมกำหนดองค์ประกอบคุณค่าประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยวโดยให้ผู้เข้าร่วมทุกคนร่วมการออกเสียงลงคะแนน (Vote) เช่นเดียวกับ Ribeiro และ Souza (2021) ใช้แนวคิดเชิงออกแบบศึกษาแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวพบว่า หลังจากทีระบุประเด็นปัญหาจากการเข้าถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวในขั้นตอนแรก ขั้นตอนมาใช้วิธีการระดมสมอง เนื่องจากต้องการได้รับความคิดสร้างสรรค์เพื่อขจัดปัญหาในหลากหลายแง่มุม ใช้การผสมผสานความคิดเพื่อสร้างเป็นต้นแบบความคิดที่จะนำไปใช้ในการออกแบบแหล่งท่องเที่ยว

จากข้อเสนอแนะของนักวิชาการ ตลอดจนงานวิจัยทางการท่องเที่ยวที่ผ่านมา สรุปได้ว่า ในขั้นตอนการรวบรวมวิธีการแก้ปัญหา ให้ความสำคัญต่อจำนวนปริมาณวิธีการแก้ปัญหาให้ได้จำนวนมากที่สุดจากคนผู้ใช้ทุกกลุ่ม เพื่อเก็บรวบรวมวิธีการแก้ปัญหาที่มากพอจะนำไปคัดเลือกด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การเรียงลำดับความสำคัญ การคัดเลือกความคิดที่มีความสัมพันธ์กัน การตั้งเกณฑ์สำหรับการคัดเลือกความคิดเป็นต้น

1.4 การเสนอวิธีการแก้ปัญหา

ในขั้นตอนการเสนอวิธีการแก้ปัญหา ให้ความสำคัญกับการเสนอวิธีการแก้ปัญหาให้ตรงกับสาเหตุของปัญหา โดยการให้การสร้างต้นแบบเพื่อให้ทีมนักออกแบบตลอดจนผู้ใช้ได้มองเห็นวิธีการในการแก้ปัญหาในทิศทางเดียวกับสิ่งที่นักออกแบบต้องการจะสื่อสาร โดยต้นแบบที่สร้างขึ้นจะถูกนำไปทำการทดสอบโดยผู้ใช้ เพื่อพิสูจน์ได้ว่าต้นแบบที่คิดขึ้นนั้นสามารถตอบโจทย์ความต้องการหรือปัญหาของผู้ใช้งานได้จริงหรือไม่ ภายใต้โมเดลการคิดเชิงออกแบบ (Design thinking) มีขั้นตอนการสร้างต้นแบบ (Prototype) เป็นขั้นตอนที่ต่อเนื่องมาจากการถ่ายทอดความคิดที่ได้มาจากขั้นตอนการสร้างความคิด เพื่อทำให้ความคิดนั้นสามารถจับต้องได้และทำให้ผู้ใช้งานเห็นภาพได้ชัดเจนขึ้น ความคิดเห็นจากผู้ใช้ที่มีต่อต้นแบบ เพื่อนำไปทดสอบจนกว่าจะได้ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้อย่างแท้จริง โดยเสนอว่าลักษณะของต้นแบบที่สร้างต้องมีรูปร่างที่สามารถสะท้อนความคิด ใช้เวลาสร้างที่รวดเร็ว และใช้งบประมาณน้อยที่สุด (Lewrick et al., 2018) สอดคล้องกับโมเดลการออกแบบเพชรคู่ (Double Diamond Design) ในขั้นตอนการพัฒนาเพื่อส่งมอบสู่ผู้ใช้ (Deliver) ให้ความสำคัญกับการสร้างต้นแบบจากความคิดที่ได้รับคัดเลือก เพื่อนำไปทดสอบว่ามีประสิทธิภาพ โดยเสนอว่าควรใช้หลักการที่เรียบง่ายในการสร้างต้นแบบ เนื่องจากอาจต้องนำไปทดสอบหลายครั้งจนกว่าจะได้ต้นแบบที่มีประสิทธิภาพ (Design Council, 2021) เช่นเดียวกับแนวคิดการออกแบบโดยมีศูนย์กลางคือผู้ใช้งาน (Human Centered Design) ในขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ (Ideation phase) ให้ความสำคัญกับ 2 ขั้นตอนย่อย ขั้นที่ 1. การร่างต้นแบบวิธีการแก้ปัญหาจากสิ่งที่ยังเป็นปัญหาสำคัญจากมุมมองผู้ใช้ เพื่อเป็นสื่อกลางในการขอความคิดเห็นจากผู้ใช้งาน และในขั้นที่ 2. การทดสอบกับผู้ใช้ (IDEO.org, 2015)

ลักษณะของต้นแบบที่เสนอจากโมเดลการคิดเชิงออกแบบ (ไปรมา อิศรเสนา และ ชูจิต ตรีรัตนพันธ์, 2560)

1. ต้นแบบทดสอบแนวคิด (Conceptual Prototype) เป็นการสร้างต้นแบบที่สื่อถึงแนวคิดด้วยการวาดรูปแล้วอธิบาย การสร้างชิ้นงานจากกระดาษหรือตัวต่อ การแสดงบทบาทสมมุติ การเล่าเรื่อง เพื่อถ่ายทอดและเรียนรู้ความคิดเห็นจากกลุ่มเป้าหมาย

2. ต้นแบบทดสอบพฤติกรรม (Behavioral Prototype) การใช้วัสดุที่หาได้ง่าย เช่น กระดาษ โฟม หรือนำสิ่งของที่มีอยู่มาจัดวาง เพื่อสร้างเหตุการณ์จำลองให้ผู้ใช้เข้าใจขั้นตอน กระบวนการ และจุดสัมผัสต่างๆ เพื่อให้ตัวแทนกลุ่มผู้ใช้สามารถสัมผัส ทดลองใช้

3. ต้นแบบทดสอบด้านรูปลักษณ์ (Appearance Prototype) เป็นการสร้างต้นแบบ จากภาพจำลองในคอมพิวเตอร์ ทำให้ผู้ใช้เห็นถึงรูปลักษณ์ ความสวยงาม สี สัน เพื่อจะหาว่า คุณลักษณะใดมีผลต่อความชอบของผู้ใช้

งานวิจัยทางการท่องเที่ยวที่ผ่านมาที่ใช้แนวคิดการออกแบบเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษา ใช้วิธีการแตกต่างกัน เพื่อทำการศึกษาในขั้นตอนการสร้างต้นแบบ (Prototype) ดังตัวอย่างงานวิจัย ของ Kostamo Deschamps (2020) กล่าวว่า กระบวนการสร้างต้นแบบเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่อง จากสิ่งที่น่าสนใจที่ค้นพบประเด็นบางอย่างจากผู้ใช้งาน และมองเห็นโอกาสที่จะออกแบบให้บรรลุ ตามเป้าหมายจากสิ่งที่ได้ค้นพบ ดังนั้นภายใต้กระบวนการนี้จึงเกี่ยวข้องกับการออกแบบความคิดเพื่อ สร้างต้นแบบและการทดสอบ ที่สามารถรองรับผู้ใช้งาน ดังเช่น งานวิจัยเรื่องดังกล่าวได้สร้างต้นแบบ ในขั้นตอนนี้คือโปรแกรมการท่องเที่ยว ระยะเวลา 3 วัน 2 คืน ที่ออกแบบจากมุมมองของผู้ใช้ ในขั้นนี้ ประกอบด้วย นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการท่องเที่ยว โดยโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ออกแบบ สัมพันธ์กับข้อค้นพบจากขั้นต้นก่อนหน้าคือ การหาแรงบันดาลใจที่ให้นักออกแบบทราบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวใดบ้างที่สามารถสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ และนำ กิจกรรมการท่องเที่ยวเหล่านั้นบรรจุไว้ในโปรแกรมการท่องเที่ยวที่สร้างขึ้น จากนั้นจัดให้มีการ ทดสอบเส้นทางท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยวกุ่มทดลอง เพื่อวิเคราะห์ประสบการณ์ ความพึงพอใจ ต่อประสบการณ์ที่ได้รับ ตลอดจนข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว นำไปพัฒนาปรับปรุงกิจกรรม การท่องเที่ยวในพื้นที่ ขณะเดียวกันงานวิจัยของ Xu (2020) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบ แอปพลิเคชันเกี่ยวกับคู่มือการท่องเที่ยว โดยอธิบายว่าในขั้นตอนนี้มีการสร้างต้นแบบที่ให้ความสำคัญ กับพฤติกรรม ความรู้สึก และสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการ โดยต้นแบบสร้างจากรูปภาพ โดยจำลองให้ผู้ใช้เห็นถึง ระบบการทำงาน รูปภาพและการตกแต่งภายในแอปพลิเคชัน ต้นแบบที่สร้างขึ้นถูกนำไปทดสอบและ พัฒนาปรับปรุงตามความคิดเห็นของผู้ใช้ทั้งสิ้น 3 ครั้ง จึงจะสมบูรณ์ เพื่อนำไปสร้างแอปพลิเคชันเพื่อ ใช้งาน

จากตัวอย่างงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การเสนอ วิธีการแก้ปัญหาให้ความสำคัญกับการออกแบบจากความคิดเห็นของผู้ใช้งานโดยตรง ทั้งนี้ในการสร้าง

ต้นแบบวิธีการแก้ปัญหา มักสร้างแบบง่าย เนื่องจากต้นแบบที่สร้างขึ้นอาจต้องพัฒนาปรับปรุงซ้ำๆ กว่าที่ต้นแบบจะสมบูรณ์

1.5 การประเมินผล

การประเมินประสิทธิภาพของวิธีการแก้ปัญหาเป็นขั้นตอนสำคัญในการออกแบบภายใต้กระบวนการนวัตนาการให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบโจทย์ปัญหาและความต้องการของผู้ใช้งานทุกกลุ่มได้อย่างตรงจุด เช่นเดียวกับโมเดลการออกแบบต่างๆ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ก่อนที่จะนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดแล้วแต่มีการทดสอบต้นแบบก่อนแทบทั้งสิ้น ดังที่โมเดลการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) มีขั้นการทดสอบ (Testing) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการออกแบบ โดยขั้นตอนนี้มีความเกี่ยวข้องกับขั้นตอนก่อนหน้า คือ การสร้างต้นแบบ (Prototype) เนื่องจากหลังจากที่ทำการทดสอบต้นแบบอาจต้องมีการพัฒนา ปรับปรุง จำเป็นต้องทำซ้ำหลายครั้งจนกว่าจะได้ต้นแบบที่สมบูรณ์ที่สุดก่อนจะออกสู่ตลาด (โครงการพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมเสริมหลักสูตรด้านความเป็นผู้ประกอบการ, 2560) เช่นเดียวกับแนวคิดการออกแบบโดยมีศูนย์กลางคือผู้ใช้งาน (Human Centered Design) มีการทดสอบต้นแบบ เป็นส่วนหนึ่งในขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ (Ideation phase) ก่อนจะไปสู่ขั้นตอนการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์สู่ตลาด (Implementation phase) โดยต้นแบบที่นักออกแบบสร้างขึ้นจำเป็นต้องนำไปทดสอบจากผู้ใช้เกี่ยวกับความสามารถของผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบที่มีต่อการแก้ปัญหา ประโยชน์ และคุณค่าที่ผู้ใช้ได้รับจากผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบ และในบางคั้งนักออกแบบอาจต้องตอบคำถามที่ผู้ใช้อาจมีข้อกังวล ซึ่งประเด็นต่างๆ ที่ได้รับจากผู้ใช้นักออกแบบต้องนำมาพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่สามารถรองรับปัญหาจากผู้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (IDEO.org, 2015) เช่นเดียวกับโมเดลการออกแบบรูปเพชรคู่ (Double diamond design) ในขั้นตอนสุดท้ายคือ การพัฒนาเพื่อส่งมอบสู่ผู้ใช้ (Deliver) เป็นการทำความเข้าใจระหว่างการสร้างต้นแบบและทดสอบต้นแบบจากผู้ใช้งานหลายครั้ง เพื่อให้ได้ต้นแบบที่ตอบสนองผู้ใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ (Design Council, 2021)

ทั้งนี้ Ling (2015) ได้สรุปวัตถุประสงค์ของการทดสอบไว้ ดังนี้

1. เพื่อทำการทดสอบความถูกต้องและปรับแก้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากในกระบวนการออกแบบจะต้องทำการปรับแก้ต้นแบบความคิดหลายครั้ง เพื่อพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้งานได้มากที่สุด

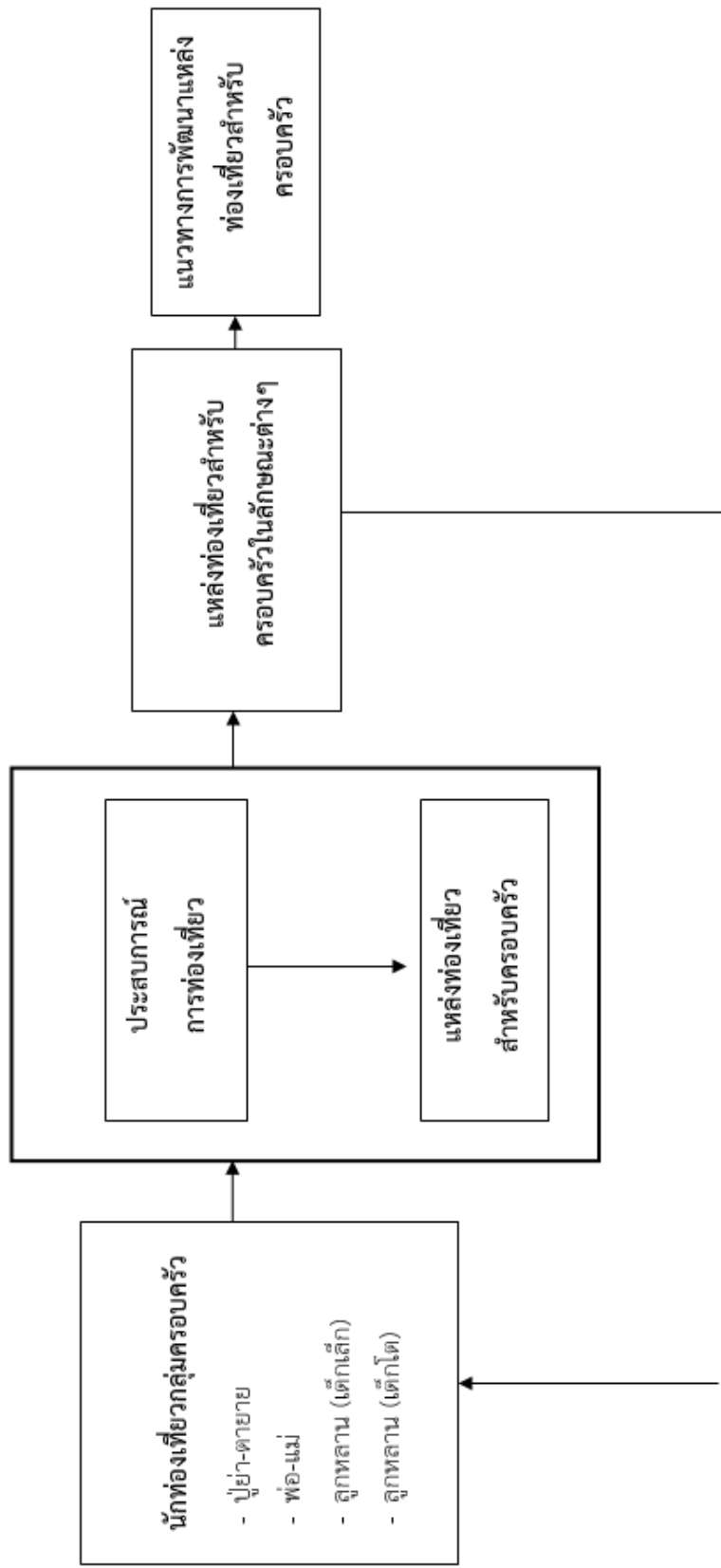
2. เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบเป็นไปตามคาดหวังของผู้ใช้งาน ในการทดสอบต้นแบบ ทำให้นักออกแบบได้สื่อสารกับผู้ใช้งานอย่างใกล้ชิด และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้งานได้อย่างดีที่สุด

3. เพื่อทำการประเมินข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของผู้ใช้งาน การทดสอบต้นแบบช่วยให้ให้นักออกแบบสามารถรวบรวมความคิดเห็นของผู้ใช้งาน และนำมาประเมินเพื่อทำการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งานได้ดีที่สุด

4. เพื่อสื่อสารผลลัพธ์ที่ได้ไปสู่ผู้ใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ การทดสอบต้นแบบความคิดช่วยให้นักออกแบบสามารถสื่อสารที่มาที่ไปของต้นแบบความคิดต่อผู้ใช้งาน ทำให้เกิดการสะท้อนข้อมูลระหว่างนักออกแบบและผู้ใช้งาน

จากโมเดลการออกแบบต่างๆ ตลอดจนข้อเสนอแนะจากนักวิชาการสรุปได้ว่า ในขั้นตอนการประเมินผล เป็นการทดสอบจากความเห็นจากผู้ใช้งานเป็นหลัก โดยสามารถทำการทดสอบซ้ำๆ ได้ จนกว่าจะได้ต้นแบบที่มีประสิทธิภาพเพียงพอในการสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ลักษณะของต้นแบบที่ผ่านการทดสอบเพื่อนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด ต้องเป็นต้นแบบที่สามารถนำเสนอถึงวิธีการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการและขจัดปัญหาของผู้ใช้งานทุกกลุ่มได้

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากภาพ 1 นักท่องเที่ยวในกลุ่มครอบครัวในกลุ่มต่างๆ มีประสบการณ์การท่องเที่ยวและมีความสนใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะที่แตกต่างกัน ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวจำเป็นต้องออกแบบแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายเพื่อให้สามารถรองรับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในกลุ่มต่างๆ ได้

สรุป

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงครอบครัวได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวอย่างแพร่หลาย เนื่องจากช่วยสร้างสัมพันธภาพในครอบครัว ขณะเดียวกันยังช่วยให้สมาชิกในครอบครัวได้รับความเพลิดเพลิน หลุดพ้นจากภาวะความเครียดจากการใช้ชีวิตประจำวันได้ แต่ทั้งนี้ภายใต้การท่องเที่ยวเชิงครอบครัวมีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกันหลายช่วงวัย ส่วนใหญ่ประกอบด้วย กลุ่มปู่ย่า-ตายาย กลุ่มพ่อ-แม่ และกลุ่มลูก (เด็กเล็ก-เด็กโต) ในแต่ละกลุ่มต่างมีลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยวในมุมที่แตกต่างกัน จึงให้ความสำคัญต่อลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยว ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะที่แตกต่างกันจึงเป็นปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกัน อีกทั้งการศึกษาที่ผ่านมาักศึกษาจากมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง จึงทำให้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่ผ่านมา ไม่สามารถตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มในครอบครัวที่เดินทางท่องเที่ยวร่วมกันได้ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวบางกลุ่มในครอบครัวเกิดความเบื่อหน่ายและไม่ได้รับความสุขจากการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว

การวิจัยครั้งนี้จึงต้องการเสนอแนวทางพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่สามารถตอบสนองต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มในครอบครัวได้ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับความสุขจากการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว โดยการศึกษาครั้งนี้ได้นำเสนอกระบวนการใหม่สำหรับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ภายใต้ “กระบวนการนวจินตนาการ” โดยพัฒนาขึ้นมาจากการบูรณาการจากโมเดลการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ให้ความสำคัญต่อการออกแบบที่ให้ความสำคัญต่อผู้ใช้งานในทุกกระบวนการออกแบบ และมีความแตกต่างจากโมเดลการออกแบบทั่วไปเนื่องจากกระบวนการนวจินตนาการให้ความสำคัญต่อการออกแบบจากมุมมองความคิดเห็นของผู้ใช้ที่หลากหลายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองได้หลายกลุ่ม เนื่องจากศึกษาจากมุมมองจากผู้ใช้หลายกลุ่ม ทำให้ได้ความคิดเห็นที่หลากหลายเกี่ยวกับวิธีการแก้ปัญหา และสร้างต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะต่างๆ ที่สื่อถึงวิธีการแก้ปัญหา และนำไปทดสอบกับนักท่องเที่ยว

กลุ่มครอบครัวเพื่อให้ได้ต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้ เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรองรับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มในครอบครัว เพื่อให้ได้รับความสุขจากการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกัน



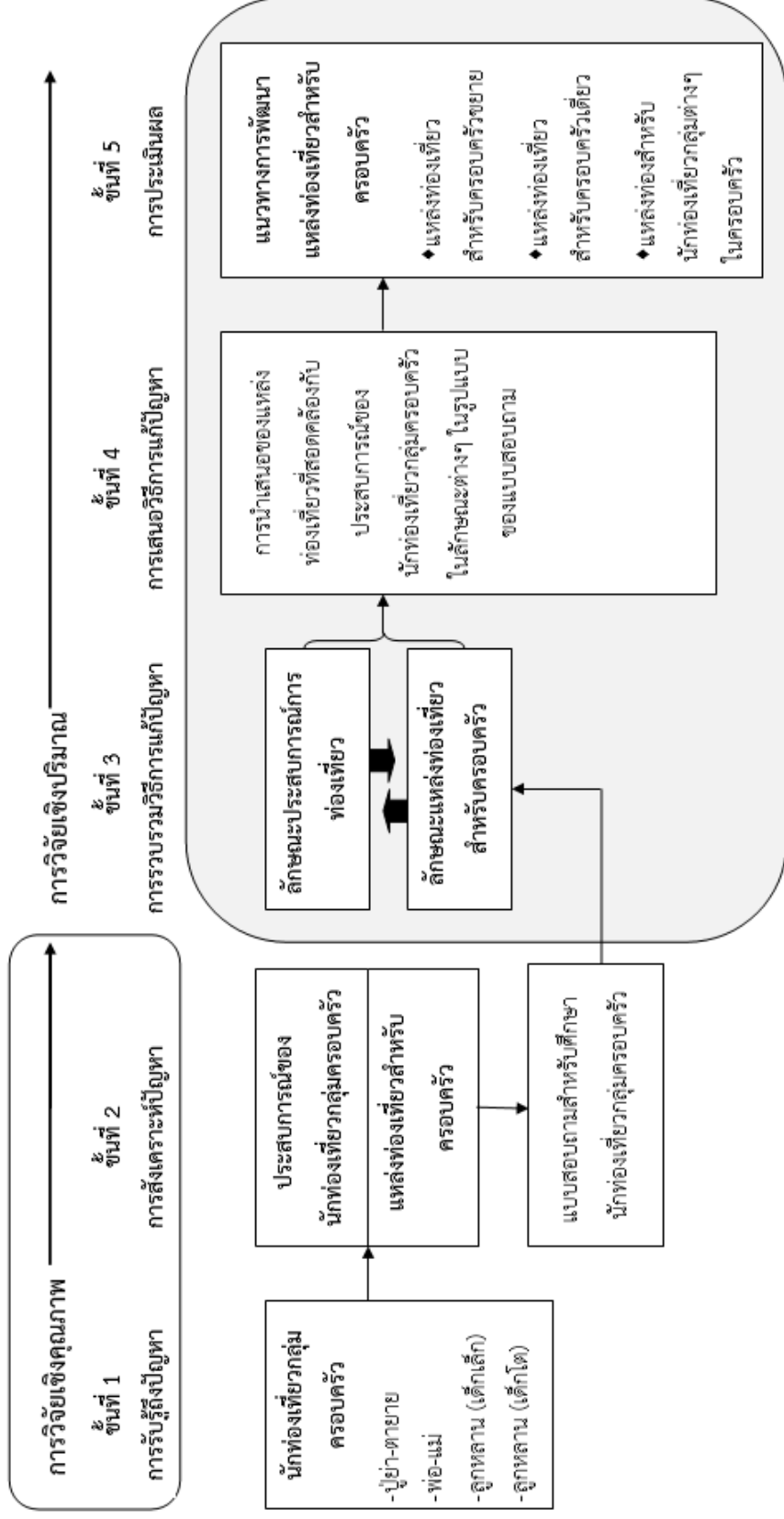
บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวด้วยกระบวนการนวจินตนาการในบริบทของชายหาดและสวนน้ำ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1. การรับรู้ถึงปัญหา 2. การสังเคราะห์ปัญหา 3. การรวบรวมวิธีการแก้ปัญหา 4. การนำเสนอวิธีการแก้ปัญหา และ 5. การประเมินผล เป็นแนวทางในการศึกษา กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยไว้ใน 3 มิติ คือ 1. เพื่อศึกษาลักษณะของประสบการณ์การท่องเที่ยวและลักษณะแหล่งท่องเที่ยวเชิงครอบครัวจากมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว 2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของประสบการณ์การท่องเที่ยว และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ตลอดจนกำหนดลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่สอดคล้องกับประสบการณ์การท่องเที่ยวได้ และ 3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงครอบครัวด้วยกระบวนการนวจินตนาการ เป็นการศึกษาแบบผสม (Mixed Method Research) ศึกษาจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวทุกกลุ่ม ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวกลุ่มปู่ย่า-ตายาย นักท่องเที่ยวกลุ่ม พ่อ-แม่ และนักท่องเที่ยวกลุ่มลูก (เด็กเล็ก-เด็กโต) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก การสำรวจโดยใช้แบบสอบถามศึกษา พฤติกรรมการท่องเที่ยว และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีต่อประสบการณ์การท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว และการทดสอบคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับมุมมองและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวกลุ่มต่างๆ

การศึกษาในประเด็นดังกล่าวเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่า และความสุขจากการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว มีการออกแบบการวิจัยดังภาพ 2

การออกแบบการวิจัย



ภาพ 2 การออกแบบการวิจัย

การวิจัยนี้ออกแบบการวิจัยด้วยกระบวนการนวจินตนาการให้ความสำคัญต่อการผสานจากหลากหลายความคิดเพื่อออกแบบแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่สอดคล้องกับมุมมองของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มในครอบครัว กระบวนการนวจินตนาการประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1-2 การรับรู้ถึงปัญหาและการสังเคราะห์ปัญหา เป็นการรวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยวจากมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวทุกกลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่ม ปู่ย่า-ตายาย กลุ่ม พ่อ-แม่ กลุ่ม ลูก-หลาน (เด็กเล็ก) และกลุ่ม ลูก-หลาน (เด็กโต) การได้รับข้อมูลต่างๆ จากประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว จะทำให้สามารถระบุถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัวได้ ความคิดเห็นที่ได้รับมาจากนักท่องเที่ยวนำมาสังเคราะห์โดยการจัดกลุ่ม เพื่อให้สามารถระบุลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยว และลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว

วิธีการศึกษาในขั้นตอนนี้ ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกศึกษาเกี่ยวกับลักษณะของประสบการณ์การท่องเที่ยวและลักษณะแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวกลุ่ม ปู่ย่า-ตายาย นักท่องเที่ยวกลุ่ม พ่อ-แม่ และนักท่องเที่ยวกลุ่มลูก ได้แก่ เด็กเล็ก อายุ 7-12 ปี และเด็กโต อายุ 13-17 ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ด้วยวิธีการวิเคราะห์แก่นสาระ Thematic Analysis เพื่อพัฒนาเป็นแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ

ขั้นที่ 3 การรวบรวมวิธีการแก้ปัญหา เป็นการหาวิธีการแก้ปัญหา ประกอบด้วย 2 กระบวนการย่อย 1) การสร้างวิธีการแก้ปัญหาให้ได้มากที่สุด ด้วยวิธีการระบุถึงองค์ประกอบของประสบการณ์การท่องเที่ยวและองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว เพื่อจัดองค์ประกอบของประสบการณ์การท่องเที่ยว และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว องค์ประกอบที่จัดกลุ่มใหม่นี้ เป็นภาพรวมที่สามารถสะท้อนมุมมองนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวทุกกลุ่มได้ วิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ องค์ประกอบ Exploratory Factor Analysis (EFA) การตัดแยกและการจัดกลุ่มประเด็นความคิดเห็นต่างๆ ตลอดจนการตัดประเด็นที่ไม่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เหลือเฉพาะชุดความคิดสัมพันธ์กัน และ 2) การคัดเลือกวิธีการแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพที่สุด เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาด้วยการคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กัน ตลอดจนลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยว และลักษณะแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่มีความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มเพื่อนำไปพัฒนาต่อไป การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์เพื่อ

หาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของประสบการณ์การท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวของกลุ่มกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) และการระบุความสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มที่มีต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อคัดเลือกความคิดที่จะนำมาสร้างต้นแบบที่สื่อถึงวิธีการแก้ปัญหาในขั้นตอนต่อไป

ขั้นที่ 4 การเสนอวิธีการแก้ปัญหา เป็นการนำวิธีการแก้ปัญหาที่ได้คัดเลือกไว้ในขั้นตอนก่อนหน้าสร้างเป็นต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 6 ลักษณะ ในรูปแบบของแบบสอบถามเพื่อทำการทดสอบความสามารถในการตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ อีกครั้ง

ขั้นที่ 5 การประเมินผล เป็นการทดสอบจากผู้ใช้เกี่ยวกับความสามารถของผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบที่มีต่อการแก้ปัญหา ประโยชน์และคุณค่าที่ผู้ใช้ได้รับจากผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบ ในการศึกษาครั้งนี้จะนำต้นแบบที่สร้างขึ้นคือ แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวลักษณะต่างๆ เพื่อนำไปทำการทดสอบกับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว เพื่อให้ทราบว่ามีนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในลักษณะใดบ้าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติบรรยาย ด้วยค่าร้อยละ ความถี่ โดยต้นแบบที่ผ่านการทดสอบจะนำไปเสนอแนวทางพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว

จากรายละเอียดเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวโดยใช้กระบวนการนวจินตนาการเป็นกระบวนการศึกษาที่นำเสนอข้างต้น แสดงให้เห็นว่าทั้ง 5 ขั้น ให้ความสำคัญต่อการออกแบบจากตัวตนของนักท่องเที่ยว และให้ความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวทุกๆ กลุ่มในครอบครัว เพื่อให้ได้แหล่งท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มในครอบครัว

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed methods) ใช้แบบแผนการวิจัย คือ กระบวนการที่เกิดเป็นลำดับ (Sequential Procedures) โดยใช้ลักษณะการออกแบบรูปแบบการพัฒนาเครื่องมือ (The Exploratory Sequential Instrument Mixed Method Design) ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพกับระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยให้ความสำคัญต่อทั้งสองวิธีการ (QUAL → QUAN) (Creswell & Clark, 2017) เนื่องจากประเด็นหลักที่ศึกษา ได้แก่ ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวและแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวยังขาดทฤษฎีในการรองรับ

อีกทั้งผลจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไม่สามารถนำเสนอรายละเอียดที่เพียงพอในการพัฒนารอบแนวคิดในการวิจัย และพัฒนาเครื่องมือเชิงปริมาณได้ ประเด็นที่พบจากการวิจัยใช้กระบวนการตีความตามที่ Creswell และ Clark (2017) ได้เสนอไว้ เริ่มจากการตีความผลการศึกษาเชิงคุณภาพ การสรุปและตีความเชิงปริมาณ การอภิปรายผล เพื่อหาความเชื่อมโยง ภายใต้ออบเขตผลการศึกษาทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยได้นำกระบวนการวิจัยแบบผสมตามที่นำเสนอไว้ข้างต้นเป็นแนวทางในการออกแบบการวิจัยครั้งนี้ โดยเริ่มต้นด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เพื่อศึกษาลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยวและลักษณะแหล่งท่องเที่ยวเชิงครอบครัวจากมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว และนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการพัฒนารอบแนวคิดในการวิจัยและพัฒนาข้อคำถามในการวิจัยเชิงปริมาณ หลังจากนั้นเป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว และทำการทดสอบความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวอีกครั้งถึงผลที่ได้จากการวิเคราะห์ คือ แหล่งท่องเที่ยวสามารถตอบสนองต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวได้มากน้อยเพียงใด เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว สอดคล้องกับกระบวนการนวจินตนาการที่ให้ความสำคัญต่อการผสมผสานความคิดเห็นจากแหล่งความคิดที่มีคุณภาพ เริ่มต้นจากการรับรู้ถึงปัญหา การรวบรวมประเด็นปัญหา เพื่อให้สามารถระบุถึงประเด็นปัญหาต่างๆที่เปิดรับมาจากความคิดเห็นของผู้ใช้ทุกกลุ่ม การรวบรวมจำนวนความคิดที่หลากหลายเพื่อแก้ปัญหา และการคัดเลือกประเด็นที่จะนำเสนอวิธีการแก้ปัญหา และการทดสอบประสิทธิภาพ โดยผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการทุกกลุ่ม หรือช่วยแก้ปัญหาแก่ผู้ใช้ทุกกลุ่มให้ได้มากที่สุด ผลจากการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวนำไปเป็นแนวปฏิบัติในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่สอดคล้องกับประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ ภายใต้ออบเขตการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้ได้ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องประกอบด้วยการท่องเที่ยวเชิงครอบครัว ประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว และกระบวนการนวจินตนาการ

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่ผ่านมา งานวิจัยหลายชิ้น (Thornton, et al, 1997; Nickerson & Jurowski, 2001; John & Gyimothy, 2003) ได้เสนอว่า จุดหมายปลายทางที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว คือ ชายหาดและสวนน้ำ เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวเลือกแหล่งท่องเที่ยวโดยให้ความสำคัญกับความสนใจของลูกหลานและมีกิจกรรมที่หลากหลายสำหรับสมาชิกทุกคนในครอบครัว สำหรับในประเทศไทย มีจังหวัดที่มีทั้งชายหาดและสวนน้ำที่มีชื่อเสียง สำหรับจุดหมายปลายทางสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (หัวหิน) และจังหวัดชลบุรี (พัทยา) และสำหรับจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวต่างชาติ คือ จังหวัดภูเก็ต

การศึกษาครั้งนี้ต้องการศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวไทย ดังนั้นจึงเลือกชายหาดและสวนน้ำ ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (หัวหิน) และจังหวัดชลบุรี (พัทยา) เป็นพื้นที่ในการศึกษา

3. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กระบวนการนวจินตนาการให้ความสำคัญต่อการเปิดรับความคิดที่หลากหลายโดยเฉพาะความคิดเห็นของผู้ใช้งาน (Mahon, 2017) ในการวิจัยครั้งนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มาจากครอบครัวไม่ซ้ำกัน มีบทบาทในครอบครัว ได้แก่ เป็น ปู่ย่า-ตายาย เป็น พ่อ-แม่ หรือเป็น ลูก-หลาน ประกอบด้วย (เด็กเล็ก อายุระหว่าง 7-12 ปี และเด็กโต อายุระหว่าง 13-17 ปี) ในการศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณมีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน ดังนี้

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางร่วมกับครอบครัว ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ได้แก่ กลุ่ม ปู่ย่า-ตายาย กลุ่ม พ่อ-แม่ และกลุ่มลูกหลาน เด็กเล็ก (อายุระหว่าง 7-12 ปี) และเด็กโต (อายุระหว่าง 13-17 ปี)

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตลอดจนกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามที่นักวิชาการหลายคนได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังที่ ชาย โปธิสิตา (2562) กล่าวว่า เลือกตัวอย่างในการศึกษาด้วยวิธีการเจาะจง (Purposive Sampling) ในการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ตัวอย่างที่สามารถให้ข้อมูลที่ดีและเหมาะสมกับประเด็นที่ทำการวิจัย และเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ให้ความเข้าใจปรากฏการณ์ที่ศึกษาแบบเป็นองค์รวม ขณะเดียวกัน อารง สุทธศาสตร์

และวิภาส ทองสุทธิ (2563) กล่าวว่า การสุ่มตัวอย่างประเภทนี้ให้อิสระนักวิจัยในการใช้วิจารณ์ญาณเลือกกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากนักวิจัยเป็นผู้สกัดกรณีในเรื่องนั้นๆ เป็นผู้ที่มีจุดมุ่งหมายของการวิจัยอยู่ที่ไหนและควรเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบใด ทั้งนี้ควรพิจารณาถึงผู้ให้ข้อมูลที่สามารถเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมดได้ เพื่อให้การศึกษาเสมือนกับว่าวิเคราะห์ประชากรทั้งหมดและถ้าเป็นตัวอย่างที่เลือกเฟ้นมาอย่างดี ผลของการวิเคราะห์สรุปว่าเป็นผลของประชากรทั้งหมดได้ สอดคล้องกับสุพรรณฟูเจริญ (2557) ที่กล่าวถึง อดีในการเก็บข้อมูลว่าการสุ่มเลือกตัวแทนด้วยวิธีการใดก็ตามอาจทำให้มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะเดียวกันเข้าร่วมให้ข้อมูลมากเกินไปทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่สมดุลกันส่งผลให้ข้อมูลการศึกษามีความโน้มเอียงในด้านใดด้านหนึ่ง เช่นเดียวกับ Patton (2002) กล่าวว่า ในการเลือกหน่วยตัวอย่างเพื่อให้ข้อมูลควรคัดเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติหรือลักษณะประจำตัวหลากหลาย เช่น ความแตกต่างของบุคคลและสถานที่ ดังนั้นจึงต้องเลือกศึกษาจากตัวแทนจำนวนหนึ่งและคาดหวังว่าผลการศึกษาจากตัวแทนที่เลือกสามารถใช้กับประชากรทั้งหมดได้นอกจากนี้ จากงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงครอบครัวที่มีกลุ่มตัวอย่างที่มีขอบเขตที่กว้าง เช่น Shaw และคณะ (2008) ที่ศึกษาความคิดเห็นของพ่อแม่ที่มีลูกอายุระหว่าง 10-12 ปี เกี่ยวกับการใช้การท่องเที่ยวเชิงครอบครัวเพื่อสร้างสายสัมพันธ์กับลูกพบว่า ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงลักษณะความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ และความแตกต่างในครอบครัว เช่น จำนวนบุตร ครอบครัวสมบูรณ์ ครอบครัวหย่าร้าง เป็นต้น เช่นเดียวกับ Gram (2005) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของ พ่อ-แม่ ที่มีต่อลักษณะของประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงครอบครัว คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายทางการศึกษาและอาชีพ การกำหนดขนาดตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ Patton (2002) ได้เสนอแนะให้กำหนดขนาดตัวอย่างโดยคำนึงถึงความครอบคลุมของประเด็นปัญหาหรือปรากฏการณ์ที่กำหนดไว้ในจุดมุ่งหมายการวิจัย โดยเกณฑ์สำคัญที่นิยมนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการกำหนดขนาดตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ การเก็บข้อมูลจนกว่าจะถึงสภาวะอิ่มตัว (Saturated Data) เกิดจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจนกระทั่งข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่างเหล่านั้นมีเนื้อหาซ้ำซ้อนกันหรือไม่มีข้อมูลที่มีลักษณะแปลกใหม่ไปกว่าข้อมูลที่เคยได้รับจากกลุ่มตัวอย่างเดิมถึงจะยุติการเลือกกลุ่มตัวอย่าง (Lincoln & Guba 1985)

จากข้อเสนอแนะของนักวิชาการที่มีต่อการเลือกกลุ่มตัวอย่างและการกำหนดขนาดตัวอย่างในงานวิจัยเชิงคุณภาพ ตลอดจนตัวอย่างจากงานวิจัยที่ผ่านมาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงครอบครัวที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ใช้แบบสัมภาษณ์ในการศึกษามีทั้งงานวิจัยที่ทำการสัมภาษณ์กลุ่ม

ตัวอย่างขนาดใหญ่ เช่น Cullingford (1995) ศึกษาเด็กอายุระหว่าง 7-11 ปี จำนวน 160 คน และกำหนดให้กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม แตกต่างกัน เช่น ตัวแทนของเด็กที่มาจากสังคมเมืองและสังคมชนบท ตลอดจนตัวแทนของเด็กที่มาจากประเภทของโรงเรียนที่แตกต่างกัน เช่น โรงเรียนเอกชน และโรงเรียนรัฐบาลในสัดส่วนเท่ากัน เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ของเด็กที่มีต่อจุดหมายปลายทางต่างประเทศ เช่นเดียวกับ Wu และ Wall (2016) ศึกษาเด็กอายุระหว่าง 8-11 ปี จำนวน 139 คน ดำเนินการวิจัยในโรงเรียน โดยคัดเลือกโรงเรียนที่มีคุณลักษณะแตกต่างกัน มีผลต่อความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่างในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เพื่อศึกษาเกี่ยวกับมุมมองเกี่ยวกับประสบการณ์ที่เด็กได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว และมีงานวิจัยอีกหลายชิ้นที่เลือกใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก เช่น Hilbrecht และคณะ (2008) ศึกษาครอบครัวที่สนใจท่องเที่ยวในรูปแบบแตกต่างกันจำนวนทั้งสิ้น 15 ครอบครัว โดยสัมภาษณ์เฉพาะเด็กซึ่งในแต่ละครอบครัวมีจำนวนบุตร และอายุที่แตกต่างกันทำให้มีกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 22 คน อายุตั้งแต่ 5-15 ปี เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความประสบการณ์การท่องเที่ยวของเด็ก ในขณะที่ Seraphin และ Green (2019) สัมภาษณ์เด็กอายุระหว่าง 6-10 ปี จำนวน 30 คน กำหนดให้กลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลายตามการจำแนกประเภทเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (NS-SEC) เพื่อศึกษาเกี่ยวกับมุมมองความคิดเห็นของเด็กที่มีต่อจุดหมายปลายทางในอนาคต Rhoden และคณะ (2016) เลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเด็กอายุระหว่าง 6-14 ปี จำนวน 12 คน โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงความหลากหลายของอายุ และจำนวนความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวโดยเรือสำราญ เพื่อศึกษามุมมองของเด็กเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยวด้วยเรือสำราญ Khoo-Lattimore และคณะ (2015) เลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพ่อแม่ที่มีลูกอายุต่ำกว่า 12 ปี เพื่อสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของครอบครัวที่มีลูกในวัยเด็กพบว่าเมื่อสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 15 คนขึ้นไป ข้อมูลที่ได้รับเกิดความซ้ำซ้อนจากข้อมูลเดิม ดังนั้นการสัมภาษณ์จึงยุติลงจึงมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 14 คน สำหรับการศึกษาคั้งนี้

ดังนั้นการศึกษาคั้งนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเจาะจงเพื่อให้ได้ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่อยู่ในบทบาทต่างๆ ที่มีการกระจายตัวของอายุที่หลากหลาย และมาจากครอบครัวที่ไม่ซ้ำกัน เพื่อป้องกันการโน้มเอียงในการให้ข้อมูลตามอิทธิพลของสมาชิกคนอื่นในครอบครัว โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มขึ้นอยู่กับการอิมตัวของข้อมูล สำหรับการศึกษาคั้งนี้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

- ◆ นักท่องเที่ยวกลุ่ม ปู่ย่า-ตายาย จำนวน 12 คน
- ◆ นักท่องเที่ยวกลุ่ม พ่อ-แม่ จำนวน 12 คน
- ◆ นักท่องเที่ยวกลุ่ม ลูก-หลาน จำนวน 12 คน
 - กลุ่มเด็กเล็ก อายุระหว่าง 7-12 ปี จำนวน 6 คน
 - กลุ่มเด็กโต อายุระหว่าง 13-17 ปี จำนวน 6 คน

การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประสบการณ์ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่ต้องการได้รับ ที่สะท้อนจากมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวทุกกลุ่ม ดังนั้นประชากรในการวิจัยครั้งนี้จึงประกอบด้วย 1. นักท่องเที่ยวกลุ่ม ปู่ย่า-ตายาย 2. นักท่องเที่ยวกลุ่ม พ่อ-แม่ และ 3. นักท่องเที่ยวกลุ่ม ลูก-หลาน แต่ทั้งนี้การศึกษาจากนักท่องเที่ยวกลุ่มลูก อายุระหว่าง 7-17 ปี มีระดับการรับรู้ที่แตกต่างกัน สำหรับกลุ่มเด็กโตสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามได้เช่นเดียวกับผู้ใหญ่ เนื่องจากมีความรู้ความเข้าใจในการอ่านมีทักษะในการวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามได้ (Borger, leeuw, & Hox, 2000) แต่สำหรับเด็กเล็กมีข้อจำกัดอ่านและการตอบแบบสอบถาม (Punch 2002) ดังนั้นสำหรับเด็กเล็กที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจะให้ พ่อ-แม่ เป็นผู้ให้ข้อมูลแทน

ทั้งนี้ลักษณะของประชากรนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวมีความเฉพาะตัว ไม่สามารถทราบจำนวนที่แท้จริงเพื่อนำไปกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง ใช้สูตรการคำนวณขนาดของตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของคอคแรน (Cochran) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่าง 384 คน โดยกำหนดให้กลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มมีสัดส่วนเท่าๆ กัน รายละเอียดดังนี้

- ◆ นักท่องเที่ยวกลุ่ม ปู่ย่า-ตายาย จำนวน 128 คน
- ◆ นักท่องเที่ยวกลุ่ม พ่อ-แม่ จำนวน 128 คน
- ◆ นักท่องเที่ยวกลุ่ม ลูก-หลาน จำนวน 128 คน
 - กลุ่มเด็กเล็ก อายุระหว่าง 7-12 ปี (พ่อ-แม่ ให้ข้อมูลแทน) จำนวน 64 คน
 - กลุ่มเด็กโต อายุระหว่าง 13-17 ปี จำนวน 64 คน

ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากการวิจัยต้องการศึกษาความคิดเห็นที่สะท้อนจากมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวทุกกลุ่ม ดังนั้นได้ตั้งเงื่อนไขของกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางพร้อมกับครอบครัว ทั้งนี้การตั้งเงื่อนไขของกลุ่มตัวอย่างสอดคล้องกับการเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ดังนั้นนักวิชาการหลายท่านได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เช่น อารง สุทธศาสตร์ และวิภาส ทองสุทธิ (2563) กล่าวว่า ลักษณะการสุ่มตัวอย่างประเภทนี้ส่วนใหญ่ นักวิจัยมักกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหรือพื้นที่ไว้แล้ว เช่นเดียวกับ Lehto และคณะ (2017) ที่ศึกษาเกี่ยวกับคุณค่าของการท่องเที่ยวและลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวของครอบครัวชาวเงินจำนวน 306 ครอบครัว ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเพราะมีการตั้งเงื่อนไขผู้ให้ข้อมูล คือ 1. ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา มีการท่องเที่ยวกับครอบครัวอย่างน้อย 1 ครั้ง และ 2. เป็นครอบครัวเดียวที่มีลูกอย่างน้อย 1 คน ขณะเดียวกันการศึกษาของ Chen และคณะ (2012) ศึกษาเกี่ยวกับลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวของครอบครัวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติกำหนดเงื่อนไขผู้ให้ข้อมูล คือ ต้องเป็นคนต่างพื้นที่ที่อาศัยอยู่นอกรัศมี 50 ไมล์ จากพื้นที่จึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และเก็บข้อมูลจากหลากหลายพื้นที่ เช่น โรงแรม บังกะโล สถานที่กางเต็นท์ และในแหล่งท่องเที่ยวทำให้ได้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความหลากหลายมากขึ้น

จากตัวอย่างของงานวิจัยที่นำเสนอข้างต้น เป็นแนวทางสำหรับการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเพื่อให้ได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลาย มีลักษณะคล้ายคลึงกับการเก็บข้อมูลกับจากประชากรจริง และมีเกิดการกระจายตัว ในการศึกษาครั้งนี้มีเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ 1. กลุ่มตัวอย่างต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว และไม่ได้อาศัยอยู่ในพื้นที่การวิจัย 2. กลุ่มตัวอย่างมาจากครอบครัวไม่ซ้ำกัน และ 3. คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในแหล่งท่องเที่ยวคือ ชายหาดและสวนน้ำหลายๆ แห่งในจังหวัดชลบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

4. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาดำเนินการวิจัยตั้งแต่ เดือนกันยายน 2567 ถึง เดือนมีนาคม 2568 เป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 1 ปี 6 เดือน

เครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือ

กระบวนการนวจินตนาการให้ความสำคัญต่อการรวบรวมความคิดที่หลากหลายและการคัดเลือกความคิดที่มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ดังนั้นในการวิจัยจึงให้ความสำคัญต่อเครื่องมือการวิจัยที่จะเก็บรวบรวมความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวยิ่งเครื่องมือที่จะทำการศึกษามีคุณภาพมากเท่าไรก็ยิ่งทำให้สามารถรวบรวมความคิดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ในการวิจัยครั้งนี้ทำการออกแบบเครื่องมือสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ มีรายละเอียดดังนี้

1. เครื่องมือสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ

กระบวนการนวจินตนาการในขั้นตอนการการรับรู้ถึงปัญหา เป็นการเปิดรับและการรวบรวมความคิด เพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรม ความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกจากนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เนื่องจากเป็นเครื่องมือที่มีความยืดหยุ่นและเข้าถึงการรับรู้ของผู้ให้ข้อมูลทุกกลุ่มได้ เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการศึกษาจากนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวหลากหลายช่วงวัย โดยเริ่มตั้งแต่ักท่องเที่ยวกลุ่มเด็ก อายุตั้งแต่ 7 ปี ทั้งนี้ลักษณะของเด็กมีความแตกต่างจากผู้ใหญ่ ทั้งในด้านความรู้และสติปัญญา ตลอดจนการควบคุมอารมณ์ ดังนั้นจึงใช้ข้อเสนอแนะจากนักวิชาการหลายคนมาพิจารณาเลือกใช้เครื่องมือ ตลอดจนเพื่อออกแบบเครื่องมือให้สอดคล้องกับ ความรู้ ประสบการณ์ และลักษณะทางความคิดของเด็ก

งานวิจัยทางการท่องเที่ยวที่ศึกษาความคิดเห็นของเด็กที่ผ่านมาใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือเพื่อเข้าถึงความคิดเห็นของเด็ก (Blichfeldt, Pedersen, Johansen, & Hansen, 2010; Davidson, 1996; Gram 2005; Hilbrecht et al., 2008; Wu et al., 2019) เนื่องจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นวิธีการที่นักวิจัยสามารถตรวจสอบความเข้าใจคำถามของเด็กได้จากการให้ข้อมูล และวิธีการนี้สามารถปรับให้มีความยืดหยุ่นได้รวมถึงการนำเทคนิคต่างๆ ภายใต้อุปประสงค์สำคัญเพื่อให้ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วนจากเด็ก (O'Reilly & Dogra, 2016)

จากข้อเสนอแนะของนักวิชาการข้างต้นแสดงให้เห็นว่า แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพที่จะเข้าถึงความคิดเห็นของเด็ก ขณะเดียวกันเด็กมีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกับผู้ใหญ่ แต่ความสามารถในการโต้ตอบอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าผู้ใหญ่ การประยุกต์ใช้เทคนิคต่างๆ เพื่อสร้างความผ่อนคลาย หรือออกแบบกิจกรรมที่ย้อนความทรงจำของเด็ก ในขณะที่ทำการสัมภาษณ์

จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพด้านการสื่อสารของเด็กได้ (Punch, 2002) ดังนั้นในการออกแบบสัมภาษณ์ จะใช้แนวคำถามเดียวกับการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวกุุ่มอื่นๆ ทั้งนี้จะออกแบบเครื่องมือที่เหมาะสมกับเด็ก เช่น การใช้คำถามที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน ตลอดจนข้อคำถามที่กระชับ แต่ได้ข้อมูลครบถ้วน

ประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ คือ ลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยวและลักษณะแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวประกอบด้วยประเด็นคำถาม ดังตาราง 4

ตาราง 4 แนวคำถามในการสัมภาษณ์

ลักษณะคำถาม	ประเด็นที่ศึกษา
1. ท่านอยู่ในบทบาทใดในครอบครัว	นักท่องเที่ยวกุุ่มครอบครัว
2. การท่องเที่ยวกับครอบครัวที่ผ่านมา	ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว พฤติกรรมการท่องเที่ยว
3. กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวกับครอบครัว	องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว พฤติกรรมการท่องเที่ยว
4. สมาชิกครอบครัวที่ท่องเที่ยวร่วมกันมีใครบ้าง	รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงครอบครัว ครอบครัวเดี่ยว/ขยาย
5. สิ่งที่คาดหวังจากการท่องเที่ยวกับครอบครัว	ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกุุ่มครอบครัว
6. ความประทับใจจากการท่องเที่ยวกับครอบครัว	
7. ปัญหาที่พบจากการท่องเที่ยวกับครอบครัว	
8. แหล่งท่องเที่ยวที่ประทับใจในการท่องเที่ยวกับครอบครัว	- แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว - ประสบการณ์การท่องเที่ยว
9. ลักษณะการเลือกแหล่งท่องเที่ยวกับครอบครัว	- การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว - องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

2. เครื่องมือสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณคือแบบสอบถามความคิดเห็นเพื่อให้ทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยว คุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่นักท่องเที่ยวคาดหวังจากการเดินทางท่องเที่ยว แบบสอบถามมีลักษณะเป็นการสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) การตรวจสอบรายการ (Checklist) และการเรียงลำดับ (Rank Order) สำหรับแบบสอบถามพัฒนามาจากข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ด้วยวิธีการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการรวบรวมและจัดกลุ่มข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อให้สามารถระบุประเด็นที่ต้องการศึกษา การกำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการเพื่อระบุโครงสร้างของตัวแปรที่ต้องการวัดด้วยวิธีการเชิงปริมาณได้

แบบสอบถามใช้ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวหลากหลายช่วงวัยตั้งแต่เด็กโตไปจนถึงกลุ่มผู้สูงอายุ ที่ผ่านมามีนักวิชาการหลายคน (Greene & Hogan, 2004; Punch, 2002) ที่กล่าวถึงข้อจำกัดการรับรู้ของเด็กกับผู้ใหญ่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยได้นำข้อจำกัดต่างๆ ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากเด็กมาพิจารณาเพื่อพัฒนาแบบสอบถามให้สอดคล้องกับสติปัญญาและพฤติกรรมของคนกลุ่มนี้ด้วย เช่น Borgers และคณะ (2000) กล่าวว่า เด็กที่ย่างเข้าสู่วัยรุ่นมีการพัฒนาด้านสติปัญญาและการรับรู้ในระดับคงที่สามารถคิด วิเคราะห์ และเปรียบเทียบได้ใกล้เคียงกับผู้ใหญ่ ดังนั้นจึงใช้แบบสอบถามมาตรฐานเดียวกับผู้ใหญ่ได้ เช่นเดียวกับ Scott (1997) กล่าวว่า การศึกษาจำนวนมากได้แสดงให้เห็นว่าเด็กเป็นผู้ให้ข้อมูลที่เชื่อถือได้หากประเด็นที่ถูกถามมาจากการรับรู้ และประสบการณ์ของเด็กโดยตรง ขณะเดียวกันในเด็กวัยรุ่นมักมีความอ่อนไหวทางอารมณ์ นักวิจัยควรหลีกเลี่ยงข้อคำถามที่อาจกระทบความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะจากนักวิชาการข้างต้นเป็นแนวทางในการพัฒนาแบบสอบถามเพื่อให้สามารถเข้าถึงการรับรู้ของนักท่องเที่ยวทุกช่วงวัยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยให้ความสำคัญต่อข้อคำถามที่เข้าถึงพฤติกรรม ประสบการณ์ และความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม และหลีกเลี่ยงข้อคำถามที่อาจส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาครั้งนี้ใช้กระบวนการนวจินตนาการเป็นกระบวนการศึกษา ดังนั้นในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามได้ดำเนินการศึกษาตามกระบวนการนวจินตนาการ ในขั้นตอนการสร้างความคิดเพื่อแก้ปัญหา และการประเมินผลความคิด ดังนั้นการศึกษานี้จึงแบ่งระยะในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณออกเป็น 2 ช่วงเวลา ด้วยวัตถุประสงค์การศึกษาที่แตกต่างกัน รายละเอียดดังนี้

แบบสอบถามสำหรับศึกษาในขั้นตอนการสร้างความคิดเพื่อแก้ปัญหา

ใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีต่อประสบการณ์การท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ประกอบด้วย 4 ส่วน รายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

เป็นการสอบถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ บทบาทในครอบครัว ลักษณะของครอบครัว ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด ลักษณะคำถามมีหลายคำตอบให้เลือก เป็นข้อมูลที่ใช้จำแนกคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่ เพศ บทบาทในครอบครัว และลักษณะของครอบครัว รวมทั้งให้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ได้แก่ อายุ ช่วยให้เข้าใจถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว

เป็นการสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว เช่น บุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนใจ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด ลักษณะคำถามมีหลายคำตอบให้เลือก เป็นข้อมูลที่ใช้จำแนกคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ การสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน ร่วมกับคำถามที่สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ (Checklist) ได้แก่ ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนใจ

ส่วนที่ 3 ประสบการณ์การท่องเที่ยว

เป็นการสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของประสบการณ์การท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale) เป็นคำถามแบบปลายปิดมีมาตราส่วนตามมาตรวัด Likert (Likert Scale) ซึ่งแบ่งมาตรวัดออกเป็น 5 ระดับ คือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก ปานกลาง สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว

เป็นการสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวเดินทางท่องเที่ยว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale) เป็นคำถามแบบปลายปิดมีมาตราส่วนตามมาตรวัด Likert (Likert Scale) ซึ่งแบ่ง

มาตรวัดออกเป็น 5 ระดับ คือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก ปานกลาง สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด ร่วมกับการคำถามที่ให้ตอบเรียงลำดับ (Ranking) ได้แก่ ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ที่ท่านสนใจ

แบบสอบถามสำหรับศึกษาในขั้นตอนการเสนอวิธีการแก้ปัญหา

ใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีต่อลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่จะเลือกเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

เป็นการสอบถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ บทบาทในครอบครัว ลักษณะของครอบครัว ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด ลักษณะคำถามมีหลายคำตอบให้เลือก เป็นข้อมูลที่ใช้จำแนกคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่ เพศ บทบาทในครอบครัว รวมทั้งให้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ได้แก่ อายุ ช่วยให้เข้าใจถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว

ส่วนที่ 2 การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว

เป็นการสอบถามเกี่ยวกับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว ลักษณะข้อคำถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ (Checklist)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

การศึกษารั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ดังนี้

การวิจัยเชิงคุณภาพ

♦ ความเที่ยงตรง (Validity)

ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของแบบสัมภาษณ์ โดยนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน พิจารณาข้อคำถามรายชื่อ สามารถวัดได้ตรงตามจุดประสงค์ที่ต้องการจะวัดหรือไม่ ด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence หรือ IOC) ข้อคำถามที่ได้ค่า IOC ตั้งแต่ 0.5-1.0 สามารถนำมาใช้สัมภาษณ์ได้ ผลการตรวจสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์ในการวิจัยนี้ ทุกข้อคำถามได้ค่า IOC เท่ากับ 1.0

♦ ความเชื่อมั่น (Reliability)

นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้รับความเห็นชอบจากผู้เชี่ยวชาญ ทดลองสัมภาษณ์ประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 คน จากนั้นตรวจสอบความสอดคล้องกันระหว่างข้อมูลของแบบสัมภาษณ์

การวิจัยเชิงปริมาณ

♦ ความเที่ยงตรง (Content Validity)

ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของแบบสัมภาษณ์ โดยนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน พิจารณาข้อคำถามรายข้อ สามารถวัดได้ตรงตามจุดประสงค์ที่ต้องการจะวัดหรือไม่ ด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence หรือ IOC)

มีเกณฑ์ในการพิจารณาค่าดัชนี IOC แบ่งคะแนนออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

- ให้ 1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องหรือวัดได้
- 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องหรือวัดได้
- 1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามไม่สอดคล้องหรือไม่สามารถวัดได้

หลังจากนั้นนำคะแนนที่ได้จากประเมินของผู้เชี่ยวชาญทุกคน มาหาค่าความสอดคล้องโดยใช้สูตรของ Rovinelli and Hambleton (1997) มีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$\text{สูตร IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

$\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาทั้งหมด

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เมื่อได้ค่าความสอดคล้อง จากการคำนวณค่าตามสูตรจะนำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานความเที่ยงตรง ที่กำหนดไว้ดังนี้

ค่า IOC ตั้งแต่ 0.00-0.49 ควรพิจารณาแก้ไขปรับปรุงหรือตัดคำถามข้อนั้นทิ้ง

ค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 คำถามข้อนั้นมีค่าความเที่ยงตรงนำไปใช้ได้

ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามทั้งฉบับ มีรายละเอียดดังนี้

1. แบบสอบถามในขั้นตอนการรวบรวมวิธีการแก้ปัญหา ค่าความเที่ยงตรงเท่ากับ 0.96 และในทุกข้อคำถามมีค่าความเที่ยงตรงตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป

2. แบบสอบถามในขั้นตอนการประเมินผล ค่าความเที่ยงตรงเท่ากับ 1

♦ ความเชื่อมั่น (Reliability)

การหาความเชื่อมั่น เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องจากการหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามกล่าวคือ หลังจากทดสอบความเที่ยงตรงจนได้รับความเห็นชอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว กระบวนการต่อมาคือ การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ซึ่งนงลักษณ์ วิรัชชัย และคณะ (2543) ได้ให้ความหมายของความเชื่อมั่น หมายถึง ความคงที่ของเครื่องมือวัดสิ่งที่ต้องการวัดสิ่งที่ต้องการวัด ไม่ว่าจะวัดกี่ครั้งหรือวัดในสภาพการณ์ที่แตกต่างกันจะได้รับผลการวัดคงเดิม งานวิจัยส่วนใหญ่มักหาความเชื่อมั่นโดยการนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง และนำแบบสอบถามมาทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

ในการศึกษาครั้งนี้ได้นำแบบสอบถามไปทดลองเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวกุ่มครอบครัวในแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่ไม่ใช่พื้นที่การวิจัย จำนวน 30 คน ทดสอบความเชื่อมั่นแบบสอบถามทั้งฉบับด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ มีรายละเอียดดังนี้

1. แบบสอบถามในขั้นตอนการรวบรวมวิธีการแก้ปัญหา ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.94
2. แบบสอบถามในขั้นตอนการเสนอวิธีการแก้ปัญหา ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.89

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยว ตลอดจนคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวคาดหวังจะได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วยขั้นตอนเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ประเภท คือ การสัมภาษณ์ และการตอบแบบสอบถามมีรายละเอียด ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวหลากหลายหลายช่วงวัย โดยวัยเด็กเป็นช่วงวัยที่มีข้อจำกัดด้านสติปัญญาและการสื่อสาร การจะเข้าถึงความคิดเห็นของเด็กจำเป็นต้องใช้เทคนิคต่างๆ ประยุกต์ใช้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน ที่ผ่านมามีนักวิจัยหลาย

ท่านแสดงทัศนคติไว้เกี่ยวกับลักษณะการสัมภาษณ์เด็ก ผู้วิจัยนำไปใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์เด็ก ดังที่ Barker และ Weller (2003) กล่าวว่า สถานที่ที่เป็นและสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยที่นักวิจัยควรให้ความสำคัญ เพราะบรรยากาศที่ผ่อนคลายทำให้เด็กสามารถเป็นตัวของตัวเอง และกล้าแสดงความคิดเห็นได้มากขึ้น นอกจากนี้ Alderson (2012) และ Cameron (2005) กล่าวถึง ลักษณะการเลือกใช้ถ้อยคำที่เรียบง่ายในการสนทนากับเด็ก หลีกเลี่ยงการพยักหน้า กิจกรรมระหว่างการสัมภาษณ์ควรทำให้เด็กรู้สึกสนุกและมีอารมณ์ที่จดจ่อต่อการให้ข้อมูล ขณะเดียวกันควรให้เด็กมีเวลาคิดเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการจะสื่อสารและไม่รู้สึกกดดันที่จะต้องรีบตอบคำถาม (Punch, 2002) และควรเป็นการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้าระหว่างเด็กและนักวิจัยเพื่อหลีกเลี่ยงการตอบคำถามตามอิทธิพลของคนรอบข้าง เช่น พ่อ-แม่ และพี่น้อง (Borgers et al., 2000; Mao-Ying Wu et al., 2019)

ภายใต้ประเด็นเกี่ยวกับการออกกระบวนการสัมภาษณ์สำหรับเด็ก สืบเนื่องมาจากที่ผ่านมา มีนักวิชาการหลายท่าน (Greene & Hogan, 2004; O'Reilly & Dogra, 2016) พบว่า เด็กมีข้อจำกัด เช่น ด้านการสื่อสาร ความรู้ ทัศนคติ ดังนั้นจึงต้องให้ความสำคัญต่อกระบวนการสัมภาษณ์ Punch (2002) กล่าวถึง ลักษณะความแตกต่างสำหรับการวิจัยกับเด็ก สามารถสรุปได้ 3 ประการ ดังนี้

- 1) นักวิจัยควรพิจารณาเกี่ยวกับความเหมาะสมในการเลือกใช้เครื่องมือตลอดจนวิธีการวิจัยที่เหมาะสมกับลักษณะของเด็ก
- 2) เด็กมีมุมมองในการแสดงความคิดเห็นแตกต่างจากผู้ใหญ่โดยสิ้นเชิง
- 3) เด็กมีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกับผู้ใหญ่แต่ความสามารถในการโต้ตอบอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าผู้ใหญ่ ดังนั้นนักวิจัยควรดัดแปลงเทคนิคเพื่อเข้าถึงการความคิดเห็นที่เด็กสื่อออกมา

นอกจากนี้ที่ผ่านมา มีการใช้เทคนิคต่างๆ เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้เด็กเข้าถึงความคิดเห็นของเด็กโดยเฉพาะการวาดรูปเป็นเทคนิคที่นักวิจัยหลายท่านใช้เป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึก เนื่องจากเป็นวิธีการที่ช่วยให้เด็กสามารถถ่ายทอดเรื่องราวได้ดีมากขึ้นในระยะเวลานั้น เพราะการวาดภาพทำให้เด็กมีเวลาคิด ดังนั้นการวาดภาพของเด็กจึงเปรียบเสมือนเป็นการเตรียม ข้อมูลที่เด็กใช้ในการแสดงความคิดเห็นและการให้ข้อมูล ทำให้การศึกษาได้รับข้อมูลที่ละเอียดลึกซึ้ง (Shaver, Francis, & Barnett, 1993) นอกจากนี้กิจกรรมการวาดภาพเป็นช่วงเวลาที่เด็กผ่อนคลายและเป็นตัวของตัวเองมากกว่ากิจกรรมอื่นจึงเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีที่นักวิจัยใช้เป็นโอกาสสร้างความคุ้นเคยกับเด็ก (Boyden & Ennew, 1997) ขณะเดียวกันลักษณะของภาพที่เด็กวาดเกี่ยวข้องกับกระบวนการเรียนรู้ และประสบการณ์ที่ผ่านมาที่สะท้อนจากมุมมองทางความคิดตลอดจนค่านิยมของเด็ก (Hart 2013)

อย่างไรก็ตาม เทคนิคการวาดภาพอาจไม่ใช่กิจกรรมสามารถใช้ในกระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึกแก่เด็กทุกคน โดยเฉพาะเด็กกลุ่มเด็กโตที่มองว่าการวาดภาพเป็นกิจกรรมของเด็กเล็ก ซึ่งนักวิจัยควรหาวิธีการที่เหมาะสมกับเด็กกลุ่มนี้ (Leonard, 2006) ตัวอย่างการศึกษาเกี่ยวกับอภิสภาพของเด็กในเขตชนบทของประเทศโบลิเวีย ใช้เทคนิคในกระบวนการสัมภาษณ์ที่แตกต่างกันระหว่างเด็กเล็กและเด็กโตซึ่งวิธีการวาดรูปถูกนำมาใช้ในการสัมภาษณ์เด็กเล็กเท่านั้นพร้อมกับให้เด็กอธิบายความหมายจากภาพที่วาด เพื่อป้องกันการตีความผิดจากสิ่งที่เด็กต้องการสื่อถึงแต่สำหรับเด็กอายุตั้งแต่ 8 ปีขึ้นไปมีการพัฒนาทางความคิดและการสื่อสารมากขึ้น ดังนั้นนักวิจัยสามารถใช้แบบสัมภาษณ์ในการศึกษาได้โดยตรง (Punch, 1998)

ตามที่นักวิชาการได้แสดงทัศนะเกี่ยวกับการดำเนินการสัมภาษณ์เด็กข้างต้น ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้

♦ ขั้นเตรียมการสัมภาษณ์

นัดหมายวัน เวลา สถานที่ ที่จะทำการสัมภาษณ์ และสำหรับการสัมภาษณ์เด็กผู้วิจัยขออนุญาตจาก พ่อ-แม่ ของเด็ก พร้อมเตรียมอุปกรณ์การเก็บข้อมูลเช่น เครื่องบันทึกเสียง สมุดจดบันทึก และอุปกรณ์วาดรูป (สำหรับเก็บข้อมูลเด็ก) ตลอดจนจัดเตรียมสถานที่ที่เหมาะสมเพื่อให้เด็กอยู่ในบรรยากาศที่ผ่อนคลาย ให้พร้อมก่อนดำเนินการสัมภาษณ์

♦ ขั้นการสัมภาษณ์

การสัมภาษณ์เชิงลึกจากนักท่องเที่ยวกิจกรรมครอบครัว

การสนทนาสร้างความคุ้นเคยกับผู้สัมภาษณ์พร้อมแจ้งวัตถุประสงค์การสัมภาษณ์ อธิบายเหตุผลและขออนุญาตใช้เครื่องบันทึกเสียงในขณะสัมภาษณ์ รวมทั้งแจ้งให้ทราบว่าข้อมูลต่างๆ ที่บันทึกเสียงไว้ ทั้งนี้หากผู้ให้สัมภาษณ์ไม่ประสงค์ที่จะให้บันทึกเสียง ผู้วิจัยก็จะไม่บันทึกเสียง จากนั้นทำการสัมภาษณ์โดยเรียงลำดับตามคำถามในแบบสัมภาษณ์

การสัมภาษณ์เชิงลึกจากนักท่องเที่ยวกิจกรรมเด็ก

แจ้งวัตถุประสงค์การสัมภาษณ์ อธิบายเหตุผลแก่เด็ก และขออนุญาตจากผู้ปกครองเด็ก เพื่อขอสัมภาษณ์ส่วนตัว และขอใช้เครื่องบันทึกเสียงในขณะสัมภาษณ์ เมื่อได้รับอนุญาตแล้ว พ่อ-แม่ เริ่มกิจกรรมที่สร้างความคุ้นเคยกับเด็ก โดยเริ่มจากนักวิจัยร่วมทำในสิ่งที่เด็กสนใจ เช่น การเล่นเกม การพูดคุย เมื่อเด็กเริ่มมีความคุ้นเคยจะเริ่มซักถามเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัวที่ผ่านมา โดยเฉพาะกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เด็กชอบทำ โดยสำหรับเด็กเล็กอายุต่ำกว่า 8 ปี จะแจก

อุปกรณ์วาดรูปเพื่อให้เด็กวาดรูปเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นประสบการณ์ที่มีความสุขและอยู่ในความทรงจำ เพื่อเป็นการทบทวนความทรงจำและสร้างสมาธิให้กับเด็กเตรียมพร้อมสู่การสัมภาษณ์ เมื่อเด็กวาดรูปเสร็จแล้วให้เด็กเล่าถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวตามมุมมองและความรู้สึกของเด็กที่ปรากฏในภาพ สำหรับเด็กอายุตั้งแต่ 8 ปีขึ้นไป มีทักษะในการสื่อสารและได้ตอบข้อมูลตามคำถามได้ดี ดังนั้นเมื่อเด็กมีความคุ้นเคยกับนักวิจัยแล้วจะข้ามขั้นตอนการวาดรูปและเข้าสู่การประเด็นการสัมภาษณ์ในระหว่างการสัมภาษณ์จะสังเกตถึงปฏิกิริยาของเด็กกว่ายังมีสมาธิ และมีความสุข ในการให้ข้อมูลหรือไม่ หากเด็กมีปฏิกิริยาดังกล่าวระหว่างสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะใช้กิจกรรมอื่นๆ เข้ามาช่วย หรือให้เด็กพัก ดื่มน้ำ ดื่มนม เมื่อเด็กมีความพร้อม ผู้วิจัยจึงจะดำเนินการสัมภาษณ์ต่อไป

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

ในการวิจัยครั้งนี้จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามด้วยวิธีการเก็บข้อมูลแบบเผชิญหน้า (Face to Face interview) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีต่อประสบการณ์ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่ต้องการได้รับในการเดินทางท่องเที่ยว เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวหลากหลายช่วงวัย ทั้งนี้การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้ให้ข้อมูลที่เป็นเด็กมีความแตกต่างจากผู้ใหญ่ ดังที่ Borgers et al. (2000) กล่าวว่า สิ่งที่นักวิจัยควรตระหนักในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเด็กโต เนื่องจากลักษณะนิสัยเฉพาะตัวของเด็กกลุ่มนี้มีความอ่อนไหวทางอารมณ์ขาดความมั่นใจในตัวเองมักปิดบังความรู้สึกกับคนใกล้ชิด ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเด็กโตกลุ่มนี้ต้องคำนึงถึงความเป็นส่วนตัว การรักษาข้อมูล ดังนั้นในระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูลนักวิจัยควรหลีกเลี่ยงช่วงเวลาให้ผู้ให้ข้อมูลอยู่ร่วมกับครอบครัวหรืออยู่กับเพื่อนฝูง เพื่อลดความกดดันของผู้ที่ให้ข้อมูล ลดคำตอบไม่อาจไม่ได้มาจากความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลแต่มาจากอิทธิพลของคนรอบข้างนำมาใช้เป็นแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามสำหรับเด็กโต

การวิเคราะห์ข้อมูล

กระบวนการนวจินตนาการให้ความสำคัญต่อการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่ได้รับมาจากผู้ใช้งาน ในการศึกษาครั้งนี้คือความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวทุกกลุ่มเกี่ยวกับลักษณะของประสบการณ์การท่องเที่ยว และลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว จากนั้นทำการคัดเลือกเพื่อนำไปสร้างแหล่งท่องเที่ยวต้นแบบและทำการทดสอบอีกครั้งเพื่อให้ได้แหล่งท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มในครอบครัวได้ ในการวิเคราะห์ข้อมูลให้ความสำคัญต่อการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

กระบวนการนวจินตนาการในขั้นตอนที่ 2 การสังเคราะห์ปัญหา ให้ความสำคัญต่อการสังเคราะห์ความคิดเห็นที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวด้วยวิธีการคัดแยกข้อมูล การจัดกลุ่มข้อมูล เพื่อให้สามารถระบุลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยวและลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว มีวิธีการศึกษาโดยทำการประมวลผลข้อมูลหลังจากสัมภาษณ์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงแก่นสาระ (Thematic Analysis) เป็นวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลที่สำคัญต่อการระบุแก่นสาระ (Theme) ที่ไม่ได้ขึ้นอยู่กับจำนวนข้อมูล แต่ขึ้นอยู่กับว่าแก่นสาระที่วิเคราะห์ได้สามารถตอบคำถามการวิจัยได้หรือไม่ (Braun and Clarke, 2012) ขั้นตอนประกอบด้วย

1. การจัดระเบียบข้อมูล (Preparing and Exploring the Data for Analysis) การถอดข้อความที่ได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวทุกกลุ่มจากเครื่องบันทึกเสียง และจัดพิมพ์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เป็นหมวดหมู่ข้อมูลของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม

2. การกำหนดรหัสข้อมูล (Coding) การจำแนกข้อมูล (คำสัมภาษณ์) ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน เป็นหน่วยย่อยๆ และกำหนดรหัสของข้อมูลในหน่วยต่างๆ ลักษณะของข้อมูลจากการวิจัยที่จำแนกในขั้นตอนนี้ เช่น การท่องเที่ยวทำให้ได้พบเห็นสิ่งใหม่ๆ ได้ใช้เวลาร่วมกับครอบครัวมีกิจกรรมให้ทำเยอะไม่น่าเบื่อ เป็นต้น

3. การให้ความหมาย ตีความข้อมูล (Theme and Categories) เป็นการให้ความหมายของแก่นสาระในกลุ่มต่างๆ ทั้งนี้การให้ความหมายของแก่นสาระใช้แนวทางการตรวจสอบความถูกต้องของการให้ความหมายโดยการเปรียบเทียบจากทฤษฎีและผลการวิจัยที่ผ่านมา เช่น มีคำสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในแนวทางเดียวกันว่า การท่องเที่ยวทำให้ไม่ต้องจำเจกับกิจวัตรประจำวัน เช่น ไม่ต้องทำกับข้าว ไม่ต้องเรียนพิเศษ ไม่ต้องไปทำงาน ภายใต้อายุเหล่านี้สอดคล้อง

กับงานวิจัยที่ผ่านมา ที่ได้นิยามประสบการณ์ด้านการหลบหนี เกี่ยวข้องกับการที่สมาชิกทุกคน ครอบครัวยุติหลุดพ้นจากความเครียดและภาระหน้าที่ในชีวิตประจำวัน เป็นต้น

4. การนำเสนอข้อมูล (Representing the Data Analysis) การนำเสนอข้อค้นพบโดยแยก ตามหมวดหมู่ของแก่นสาระ (Theme) และมีการแสดงข้อความสนับสนุนด้วยคำพูดของกลุ่มตัวอย่าง จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวเกี่ยวกับลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยว และลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวคาดหวังจะได้รับจากการท่องเที่ยว สามารถสรุปประเด็นของลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยว และลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับ ครอบครัว รายละเอียดดังตาราง 5-6

ตาราง 5 คุณลักษณะของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว

ธีมคุณลักษณะของ ประสบการณ์	ประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์	ความหมาย
สร้างสัมพันธ์ภาพ ในครอบครัว	<ul style="list-style-type: none"> - ได้กลับมารวมตัวกัน - ได้อยู่พร้อมหน้าพร้อมตากัน - ได้รับประทานอาหารเย็น - ได้ปรับความเข้าใจกัน - ได้รับความสุขร่วมกัน - ได้มีโอกาสดูแลซึ่งกันและกัน 	<p>การท่องเที่ยวกับ ครอบครัวเป็นโอกาสที่ทำให้ ได้ใช้เวลาร่วมกัน ผ่านการ พบปะ พูดคุย ทำกิจกรรม ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว</p>
ได้รับประสบการณ์ใหม่	<ul style="list-style-type: none"> - ได้เปิดโลกทัศน์ - ได้สัมผัสวัฒนธรรม และวิถี ชีวิตที่แตกต่าง - นำสิ่งที่ได้พบเห็นไปปรับใช้ ในการดำเนินชีวิตของตนเอง - ได้ทดลองทำในสิ่งใหม่ๆ - ได้ความรู้ - ส่งเสริมการเรียนรู้แก่ ลูกหลาน 	<p>การได้พบเห็นสิ่งใหม่ๆ จากการเดินทางท่องเที่ยว เป็นการเปิดโลกทัศน์ และ ทำให้ได้รับประสบการณ์ เรียนรู้ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ ต่อตนเองและสมาชิกใน ครอบครัว</p>

ธีมคุณลักษณะของ ประสบการณ์	ประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์	ความหมาย
ความทรงจำ	<ul style="list-style-type: none"> - ได้ย้อนเวลาไปสู่อดีต - ได้ปลุกฝังความทรงจำ 	<p>การท่องเที่ยวกับครอบครัวทำให้สมาชิกในครอบครัวมีความทรงจำร่วมกัน นอกจากนี้แสดงถึงความรัก ความอบอุ่น ในระหว่างการท่องเที่ยวจะเป็นความทรงจำฝังแน่นติดตัว และยังรวมถึงการได้รู้เรื่องราวเหตุการณ์ในอดีตที่สัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือน</p>
ได้ผ่อนคลาย	<ul style="list-style-type: none"> - ช่วยฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย - สร้างกำลังใจ - คลายความเครียด - สบายใจ 	<p>การท่องเที่ยวสามารถช่วยฟื้นฟูสุขภาพให้กลับมาแข็งแรง และช่วยเยียวยาจิตใจ ให้มีพลังที่เข้มแข็งกลับมาเผชิญต่อปัญหาและอุปสรรคได้อีกครั้ง</p>
ความสนุก	<ul style="list-style-type: none"> - ได้พูดคุยกับคนในครอบครัว - ได้ตื่นเต้น ทำทายจากกิจกรรม - ได้เล่นกับคนในวัยเดียวกัน - ได้จินตนาการ - ได้พูดคุยกับคนในท้องถิ่น 	<p>การที่สมาชิกในครอบครัวได้ทำกิจกรรมร่วมกัน ได้มิตรภาพใหม่จากคนในวัยเดียวกัน ทำกิจกรรมตามความชอบของตนเอง รวมถึงกิจกรรมที่สร้างความตื่นเต้น ทำทายและใช้จินตนาการ</p>

ชื่อคุณลักษณะของ ประสบการณ์	ประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์	ความหมาย
ได้หลีกเลี่ยงจาก ชีวิตประจำวัน	<ul style="list-style-type: none"> - ได้เปลี่ยนบรรยากาศ - ได้ตัดขาดจาก Social Media - ให้เด็กได้ทำกิจกรรมอื่นๆ แทนการเล่นเกมส์ออนไลน์ - ไม่ต้องตื่นเช้า, ทำกับข้าว - ไม่ต้องกังวลเรื่องงาน, การบ้าน 	การได้ออกจากบ้านเพื่อ หลีกเลี่ยงจากกิจวัตร ประจำวัน และชีวิตที่ เคร่งเครียดจากการทำงานและ การเรียน และมีอิสระใน การใช้ชีวิตที่แตกต่างจากที่ บ้าน



ตาราง 6 คุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว

ธีมคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว	ประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์	ความหมาย
สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> - มีกิจกรรมสำหรับเด็ก - มีของอร่อย - ได้ไหว้พระ ทำบุญ ขอพร - ได้ซื้อป๊อปปี้ - ได้อยู่กับธรรมชาติ - แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ - ส่งเสริมประสบการณ์ความรู้ 	แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวให้เดินทางท่องเที่ยว
สิ่งอำนวยความสะดวก	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถรองรับเด็ก - สามารถรองรับผู้สูงอายุ - ลดการเดินทาง การขึ้นบันได - พื้นที่สำหรับนั่งพักผ่อน/นั่งรอ - รองรับรถวีลแชร์ 	แหล่งท่องเที่ยวออกแบบสำหรับการรองรับสมาชิกในครอบครัว โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่ข้อจำกัด ด้านสุขภาพร่างกาย ทำให้ไม่ร่วมกิจกรรมต่างๆ ได้ ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวจึงต้องออกแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยว และจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้รับความสะดวกสบายสูงสุด

ธีมคุณลักษณะของ แหล่งท่องเที่ยว	ประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์	ความหมาย
กิจกรรมการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> - กิจกรรมมีความแปลกใหม่ - ได้เคลื่อนไหวร่างกาย เช่น วิ่งเล่น ปั่นจักรยาน เล่นน้ำ - ได้ออกกำลังกาย - เปิดโอกาสให้ได้ปฏิบัติ - ได้ทำกิจกรรมร่วมกัน - ใช้กิจกรรมเพื่อพัฒนาลูกหลาน 	<p>มีกิจกรรมที่สามารถรองรับสมาชิกครอบครัวที่มีช่วงวัยที่แตกต่างกัน ได้ทำกิจกรรมตามที่ปรารถนา และมีกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้สมาชิกในครอบครัวได้ใช้เวลาาร่วมกัน</p>
ความปลอดภัย	<ul style="list-style-type: none"> - ความปลอดภัยของเครื่องเล่น - เครื่องเล่น/อุปกรณ์ต่างๆ อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานอยู่เสมอ - มีเจ้าหน้าที่คอยดูแล - กลัวอุบัติเหตุ จึงต้องเฝ้ามอง/ตามติดลูก หลาน ทำกิจกรรม - กลัวโดนจี้ ปล้น 	<p>แหล่งท่องเที่ยว คำนึงถึงการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยว โดยเฉพาะการดูแลเด็ก ๆ ในระหว่างทำกิจกรรมการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกัน จำเป็นต้องดูแลความสงบเรียบร้อยของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อขจัดปัญหาอาชญากรรมที่อาจเกิดขึ้น</p>
อัธยาศัยไมตรี	<ul style="list-style-type: none"> - ความเข้าอกเข้าใจต่อเด็กและผู้สูงอายุ - การช่วยเหลือ ดูแล - การทักทาย ยิ้มแย้มแจ่มใส - เอื้อเฟื้อ และยกย่อง 	<p>ไมตรีจิตของคนในท้องถิ่น รวมถึง การมีมนุษยสัมพันธ์ และเอื้ออาทรของบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว</p>

ชื่อคุณลักษณะของ แหล่งท่องเที่ยว	ประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์	ความหมาย
ที่พัก	<ul style="list-style-type: none"> - ความสะอาดสบายใน ห้องพัก - สระว่ายน้ำ - ที่พักอยู่ติดกับทะเล - อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ - มีการให้บริการที่ หลากหลายเพื่อรองรับ สมาชิกในครอบครัวทุก กลุ่ม - มีความสวยงาม/แปลกใหม่ - เป็นส่วนตัว เพื่อให้ ครอบครัวได้ใช้เวลาร่วมกัน 	<p>ที่พักมีกิจกรรมที่สร้าง ความสนุกสนานและ เพลิดเพลินแก่เด็ก มอบ ความสะอาดบายต่อสมาชิก คนอื่นๆ ในครอบครัวให้ ได้รับความผ่อนคลาย หรือ ได้ทำกิจกรรมร่วมกัน</p>

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลจะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลและนำไปบันทึกลงในโปรแกรมวิเคราะห์และประมวลผลสำเร็จรูป SPSS โดยในแต่ละจุดประสงค์ของการศึกษา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

♦ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปร และเพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามการวิเคราะห์ด้วยค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Division) โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

มีความสำคัญมากที่สุด	5	คะแนน
มีความสำคัญมาก	4	คะแนน
มีความสำคัญปานกลาง	3	คะแนน
มีความสำคัญน้อย	2	คะแนน
มีความสำคัญน้อยที่สุด	1	คะแนน

ใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยเพื่อจำแนกแต่ละช่วงย่อย โดยวิธีของ Likert Scale แบ่งระดับคะแนน เป็น 5 ระดับมีความกว้างของแต่ละช่วงที่ 0.80 ทำให้ในแต่ละช่วงมีคะแนนเฉลี่ยดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.21-5.00	มีความสำคัญมากที่สุด
3.41-4.20	มีความสำคัญมาก
2.61-3.40	มีความสำคัญปานกลาง
1.81-2.60	มีความสำคัญน้อย
1.00-1.80	มีความสำคัญน้อยที่สุด

♦ สถิติอนุมาน (Inference Statistics) ใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับประสบการณ์การท่องเที่ยว ในการทดสอบสมมุติฐานการวิจัยเพื่อยืนยันว่าประสบการณ์การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การท่องเที่ยวด้านต่างๆ กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว หลักเกณฑ์การพิจารณาระดับความสัมพันธ์ (อโณทัย งามวิชัยกิจ, 2564)

ค่าสัมประสิทธิ์	ความหมาย
$R = 0.50-1.00$	สัมพันธ์ในระดับสูง
$R = 0.30-0.49$	สัมพันธ์ในระดับปานกลาง
$R = 0.10-0.29$	สัมพันธ์ในระดับต่ำ
$R = 0.00$	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) เป็นสถิติเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม (ตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป) ในการทดสอบสมมุติฐาน

การวิจัยเพื่อยืนยันว่านักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ต้องการได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยว และให้ความสำคัญต่อประเภทแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน ตลอดจนใช้ศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวและประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม

♦ การใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) เป็นการวิเคราะห์เพื่อสำรวจและระบุองค์ประกอบร่วม (Common Factor) ที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ ผลที่ได้สามารถลดจำนวนตัวแปรสังเกตได้โดยการสร้างตัวแปรใหม่ในรูปขององค์ประกอบร่วม ในการศึกษาองค์ประกอบของประสบการณ์การท่องเที่ยวและองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว

จริยธรรมการวิจัย

การออกแบบการวิจัยนี้ให้ความเคารพต่อหลักจริยธรรมการวิจัยเพื่อปกป้องรายละเอียดของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลโดยยึดตามจริยธรรมในมนุษย์ในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ของ Neuman (2014) ประกอบด้วยประเด็นหลัก 3 ประการดังนี้

1. อันตรายต่อร่างกาย (Physical Harm) ผู้วิจัยจะต้องไม่เป็นสาเหตุให้เกิดอันตรายต่อร่างกายผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัย หากมีเหตุให้ผู้เกี่ยวข้องได้รับอันตราย ผู้วิจัยจะต้องรับผิดชอบต่ออุบัติเหตุและต้องหยุดดำเนินการทันที

2. การทำร้ายต่อจิตใจ (Psycho Logical Abuse) ผู้วิจัยจะต้องหลีกเลี่ยงและลดการสร้างสถานการณ์ที่ทำให้ผู้ให้ข้อมูล เกิดความเครียด ความสูญเสียความมั่นใจ ความวิตกกังวล และความอึดอัดใจ

3. ผลร้ายด้านกฎหมาย (Legal Harm) ผู้วิจัยจะต้องรับผิดชอบต่อและไม่ให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวิจัยได้รับความเสี่ยงหรือการจับกุมของกฎหมายเช่นระหว่างการวิจัยการพบเห็นสิ่งไม่ถูกต้องชอบธรรมหรือสิ่งผิดกฎหมาย แต่นักวิจัยทำการปกปิดข้อมูล

นอกจากนี้การวิจัยครั้งนี้มีเด็กหลายช่วงวัย อายุตั้งแต่ 7-17 ปี เป็นกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เชิงลึก นักวิจัยได้ตระหนักถึงปัจจัยต่างๆ ที่อาจเข้ามามีผลกระทบต่อจิตใจและอารมณ์ของเด็ก โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กเล็กที่มีอายุต่ำกว่า 8 ปี นักวิชาการหลายท่านและงานวิจัยที่ผ่านมา (Borgers et al., 2000; Freeman & Mathison, 2009; Greene & Hogan, 2004; Punch, 2002) กล่าวถึง สิ่งที่นักวิจัยต้องตระหนักถึงในการวิจัยในเด็กสามารถรวบรวมได้ 4 ประเด็น ดังนี้

1. ผู้วิจัยจะต้องชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัยให้แก่ผู้ปกครองของเด็กทราบทุกครั้งที่มีการเก็บข้อมูลและในการเก็บข้อมูลจะต้องได้รับอนุญาตจากผู้ปกครองก่อนจึงจะสามารถดำเนินการศึกษา
2. เด็กในแต่ละวัยและความแตกต่างระหว่างเพศชายและเพศหญิงส่งผลให้มีความสนใจในสิ่งที่แตกต่างกัน ดังนั้นความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติของเด็กในแต่ละวัย เป็นสิ่งจำเป็นที่นักวิจัยต้องเรียนรู้ เพื่อใช้ในการสร้างความคุ้นเคยกับเด็กก่อนเข้ารับการสัมภาษณ์ เช่น การเลือกหัวข้อสนทนา การเลือกกิจกรรมที่เหมาะสม
3. เด็กมีข้อจำกัดด้านพัฒนาการทางภาษา การสื่อสาร และการแสดงออกทางความคิด ดังนั้นผู้วิจัยต้องคำนึงถึงการใช้ภาษาที่เรียบง่าย ไม่ใช้คำถามที่ยากซับซ้อน นอกจากนี้ผู้วิจัยควรใช้กิจกรรมต่างๆ เข้ามามีส่วนช่วยในการเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกจากเด็ก ขณะเดียวกันทำให้เด็กไม่รู้สึกรู้สีกเบื่อหน่ายหรือเกิดความเครียดจากการสัมภาษณ์
4. เด็กมักเกิดความกังวลเมื่อต้องอยู่กับคนแปลกหน้า ดังนั้นนอกจากนักวิจัยจะต้องสร้างความคุ้นเคยกับเด็กก่อนที่จะทำการศึกษาแล้ว การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และบรรยากาศของการสัมภาษณ์เป็นเรื่องสำคัญที่ช่วยให้เด็กผ่อนคลายจากความกังวล

สรุป

การดำเนินการวิจัยเรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวด้วยกระบวนการนวจินตนาการ ที่ให้ความสำคัญต่อการเปิดรับความคิดจากแหล่งความคิดที่มีคุณภาพเพื่อค้นหาความคิดต้นแบบที่มีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เช่นเดียวกับในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการหาแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวได้รับความสุขในการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกัน ดังนั้นในการศึกษาจำเป็นต้องเข้าใจถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวเกี่ยวกับลักษณะของประชากรนักท่องเที่ยวและลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว

การศึกษาครั้งนี้ จึงเลือกใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ด้วยกระบวนการวิจัยด้วยวิธีการศึกษาตามลำดับขั้นตอน (Exploratory Sequential Design) Qual → Quant ซึ่งเน้นทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ขั้นตอนประกอบด้วย การกำหนดกลุ่มประชากรคือนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวและการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจาก

หลากหลายช่วงวัย ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวกลุ่ม ปู่ ย่า ตา ยาย นักท่องเที่ยวกลุ่ม พ่อ-แม่ และ นักท่องเที่ยวกลุ่มลูก (เด็กเล็ก-เด็กโต นอกจากนี้ยังนำเสนอถึงเครื่องมือที่มีการตรวจสอบคุณภาพของ เครื่องมือก่อนนำมาใช้ศึกษา สำหรับเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเข้าถึงมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีต่อประสบการณ์การท่องเที่ยว ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่ต้องการได้รับเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม เพื่อให้ทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประสบการณ์การท่องเที่ยว ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว โดยใช้แนวทางการศึกษาด้วยกระบวนการ นวจินตนาการให้ความสำคัญต่อการรวบรวมความคิดจากมุมมองความคิดหลากหลายกลุ่ม เพื่อให้สามารถระบุประเด็นที่เป็นโจทย์ปัญหาาร่วมกันของผู้ใช้ เพื่อสร้างความคิดใหม่ที่จะเป็นประโยชน์ต่อ ผู้ใช้หลายกลุ่ม เป็นแนวทางในการศึกษาเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับ ครอบครัวที่สามารถตอบสนองต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวทุกกลุ่มได้ ผลจากการ วิจัยเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวนำไปเป็นแนวปฏิบัติในการพัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่สามารถรองรับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มได้ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับความสุขจากการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวด้วยกระบวนการนวจินตนาการ ใช้แนวทางการศึกษาด้วยกระบวนการนวจินตนาการ โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมโดยเริ่มต้นจากการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์ และนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อตอบวัตถุประสงค์ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยวและลักษณะแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวจากมุมมองนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวด้วยกระบวนการนวจินตนาการ 2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว และ 3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวด้วยกระบวนการนวจินตนาการ การศึกษาครั้งนี้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว จำนวน 384 คน มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ดังตาราง 7 และพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ในภาคผนวก 1-2

ตาราง 7 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว

ข้อมูลนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. บทบาทในครอบครัว		
ปู่ย่า-ตายาย	128	33.3
พ่อ-แม่	128	33.3
ลูก-หลาน (เด็กโต)	64	16.7
ลูก-หลาน (เด็กเล็ก)	64	16.7
2. เพศ		
ชาย	145	37.8
หญิง	234	60.9
เพศทางเลือก	5	1.3

ข้อมูลนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
3. อายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว		
3.1 ปู่ย่า-ตายาย		
41-50 ปี	4	3.1
51-60 ปี	18	14.1
61 ปีขึ้นไป	106	82.8
3.2 พ่อ-แม่		
20-30 ปี	4	5.5
31-40 ปี	47	36.7
41-50 ปี	60	46.9
51-60 ปี	14	10.9
4. ลักษณะครอบครัว		
ครอบครัวเดี่ยว	148	38.5
ครอบครัวขยาย	148	38.5
ครอบครัวเฉพาะ	88	22.9
5. ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว		
ครอบครัวเดี่ยว	123	32.0
ครอบครัวขยาย	217	56.5
ครอบครัวเฉพาะ	44	11.5

การศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ประกอบด้วย ปู่ย่า-ตายาย ร้อยละ 33.3 คน พ่อ-แม่ ร้อยละ 33.3 ลูก-หลาน (เด็กโต) ร้อยละ 16.7 และ ลูก-หลาน (เด็กเล็ก) ร้อยละ 16.7 โดยส่วนใหญ่ ปู่ย่า-ตายาย มีอายุตั้งแต่ 61 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 82.8 พ่อ-แม่ ส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 46.9 ลูก-หลาน (เด็กโต) อายุ 13-17 ปี และ ลูก-หลาน (เด็กเล็ก) อายุ 7-12 ปี ส่วนใหญ่มีลักษณะครอบครัวที่อาศัยร่วมกันแบบครอบครัวเดี่ยว (อยู่ร่วมกัน เฉพาะ พ่อ แม่ และลูก) และครอบครัวขยาย (อยู่ร่วมกับเครือญาติ) ในสัดส่วนเท่ากัน ร้อยละ 38.5 สำหรับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่ผ่านมาส่วนใหญ่เป็นการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกันของครอบครัวแบบขยาย (เครือญาติร่วมเดินทางท่องเที่ยว) ร้อยละ 56.5

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัยใช้กระบวนการนวจินตนาการเป็นกระบวนการศึกษาดังนั้นผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ต่างๆ จึงมีความเชื่อมโยงกับกระบวนการนวจินตนาการในขั้นตอนต่างๆ รายละเอียดดังตาราง 8

ตาราง 8 ความเชื่อมโยงระหว่างผลการศึกษากับกระบวนการนวจินตนาการ

วัตถุประสงค์	กระบวนการนวจินตนาการ	กระบวนการศึกษา	ผลการศึกษา
วัตถุประสงค์ที่ 1 ลักษณะ ประสบการณ์การ ท่องเที่ยวและ ลักษณะแหล่ง ท่องเที่ยวสำหรับ ครอบครัวจาก มุมมองของ นักท่องเที่ยวกลุ่ม ครอบครัวด้วย กระบวนการน จินตนาการ	ขั้นตอนที่ 1 การรับรู้ถึงปัญหา เป็นการเปิดรับและ การรวบรวมความ คิดเห็นจากผู้ใช้งาน กลุ่มต่างๆ	เป็นการวิจัยเชิง คุณภาพ ดำเนิน การศึกษาด้วย วิธีการสัมภาษณ์เชิง ลึกจากนักท่องเที่ยว กลุ่มครอบครัวใน กลุ่มต่างๆ เกี่ยวกับ ประสบการณ์การ ท่องเที่ยวและ ลักษณะของแหล่ง ท่องเที่ยวสำหรับ ครอบครัว	ได้ทราบถึง ลักษณะของ ประสบการณ์การ ท่องเที่ยวและ ลักษณะของแหล่ง ท่องเที่ยวที่ นักท่องเที่ยวจาก มุมมองของ นักท่องเที่ยวกลุ่ม ต่างๆ ในครอบครัว
	ขั้นตอนที่ 2 การสังเคราะห์ปัญหา เป็นการสังเคราะห์ ความคิดเห็นที่ได้รับ มาจากผู้ใช้งานด้วย วิธีการคัดแยกข้อมูล การจัดกลุ่มข้อมูล	การวิเคราะห์ ข้อมูลที่ได้รับจาก การสัมภาษณ์ด้วย วิธีการวิเคราะห์แก่น สาร Thematic Analysis เพื่อ พัฒนาเป็นแบบสอบถามในการเก็บ รวบรวมข้อมูลเชิง ปริมาณ	ได้แบบสอบถาม ที่รวบรวม และจัด กลุ่ม ประเด็นความ คิดเห็นของ นักท่องเที่ยวกลุ่ม ต่างๆ เกี่ยวกับ ลักษณะของ ประสบการณ์การ ท่องเที่ยว และ แหล่งท่องเที่ยว สำหรับครอบครัว

วัตถุประสงค์	กระบวนการนวจินตนาการ	กระบวนการศึกษา	ผลการศึกษา
	<p>ขั้นตอนที่ 3</p> <p>การรวบรวมวิธีการแก้ปัญหา</p> <p>ขั้นตอนย่อยที่ 1. การสร้างความวิธีการแก้ปัญหา เป็นการรวบรวมความคิดเห็นที่สื่อถึงวิธีการแก้ปัญหาจากผู้ใช้งานหลายๆ กลุ่ม ทำให้เกิดวิธีการแก้ปัญหาในหลายประเด็น</p>	<p>เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการศึกษาด้วยวิธีการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวกลุ่มต่างๆ ด้วยแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ</p> <p>Exploratory Factor Analysis: EFA</p>	<p>ได้ทราบถึงองค์ประกอบของประสบการณ์การท่องเที่ยว และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่เป็นภาพรวมที่สะท้อนถึงมุมมองของนักท่องเที่ยวจากทุกกลุ่ม</p>
<p>วัตถุประสงค์ที่ 2</p> <p>ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว</p>	<p>ขั้นตอนที่ 3</p> <p>การรวบรวมวิธีการแก้ปัญหา</p> <p>ขั้นตอนย่อยที่ 2 คือ การคัดเลือกความคิดเห็นที่สามารถสื่อถึงวิธีการแก้ปัญหา</p>	<p>ใช้ข้อมูลที่ได้จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ มาทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวในแต่ละองค์ประกอบกับแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว</p>	<p>ได้ทราบถึงความสัมพันธ์กันระหว่างประสบการณ์การท่องเที่ยวในองค์ประกอบต่างๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวด้านต่างๆ ทั้งนี้ประเด็นที่มีความสัมพันธ์กันจะคัดเลือกไปใช้ในการสร้าง</p>

วัตถุประสงค์	กระบวนการนวจินตนาการ	กระบวนการศึกษา	ผลการศึกษา
		ตามองค์ประกอบต่างๆ โดยใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Correlation Coefficient	ต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในชั้นต่อไป
วัตถุประสงค์ที่ 3 การศึกษา แนวทางพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว สำหรับครอบครัว	ขั้นตอนที่ 3 รวบรวมวิธีการ แก้ปัญหา ขั้นตอนย่อยที่ 2 คือ การคัดเลือกความคิดเห็นที่สามารถสื่อถึงวิธีการแก้ปัญหา	ใช้ข้อมูลที่ได้จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ มาทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ที่มีต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวในองค์ประกอบต่างๆ และแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในองค์ประกอบต่างๆ ทำการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)	ทำให้ทราบถึงลักษณะเฉพาะตัวของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ที่มีต่อประสบการณ์การท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ทั้งนี้จะคัดเลือกประสบการณ์การท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะเฉพาะตัวของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เพื่อนำไปออกแบบแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในชั้นต่อไป

วัตถุประสงค์	กระบวนการนวจินตนาการ	กระบวนการศึกษา	ผลการศึกษา
	<p>ขั้นตอนที่ 4</p> <p>การเสนอวิธีการแก้ปัญหา</p> <p>การสร้างต้นแบบที่สามารถสื่อถึงวิธีการแก้ปัญหาที่เป็นรูปธรรม และทำการทดสอบประสิทธิภาพของต้นแบบโดยผู้ใช้งาน</p>	<p>การนำประเด็นที่ทำการศึกษาเลือกไว้มาเรียบเรียง เพื่อสร้างต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในลักษณะต่างๆ ในรูปแบบแบบสอบถามและทำการสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อต้นแบบในลักษณะต่างๆ</p>	<p>ได้ต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวเสนอลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ได้</p>
	<p>ขั้นตอนที่ 5</p> <p>การประเมินผล</p> <p>การประเมินประสิทธิภาพของต้นแบบ</p>	<p>ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีต่อต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะต่างๆ นำไปวิเคราะห์ด้วยค่าร้อยละและความถี่</p>	<p>ทราบถึงลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เพื่อเสนอแนวทางพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว</p>

**วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการศึกษาลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยวและลักษณะแหล่งท่องเที่ยว
สำหรับครอบครัวจากมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวด้วยกระบวนการนวจินตนาการ**

การศึกษาในวัตถุประสงค์นี้ศึกษาด้วยกระบวนการนวจินตนาการตั้งแต่ **ขั้นที่ 1 การรับรู้ถึงปัญหา** ในการรวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยวจากมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ประกอบด้วย กลุ่มปู่ย่า-ตายาย กลุ่มพ่อ-แม่ กลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) และกลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ใน **ขั้นที่ 2 การสังเคราะห์ปัญหา** การนำความคิดเห็นที่ได้รับมาจากนักท่องเที่ยวมาสังเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์แก่นสาระ Thematic Analysis เพื่อพัฒนาเป็นแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ และเป็นส่วนหนึ่งใน **ขั้นที่ 3 การรวบรวมวิธีการแก้ปัญหา** ในขั้นตอนย่อยที่ 1) การสร้างวิธีการแก้ปัญหา ให้ความสำคัญกับผสมผสานจากหลากหลายความคิดเห็นจากผู้ใช้หลายๆ เพื่อสร้างให้เกิดวิธีการแก้ปัญหาให้ได้จำนวนมากที่สุด โดยการจัดองค์ประกอบของประสบการณ์การท่องเที่ยว และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่เป็นภาพรวมที่สะท้อนถึงมุมมองของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มในครอบครัวได้ ในการศึกษาใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ซึ่งเป็นวิธีวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันเพียงพอยังอยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน ตลอดจนการตัดตัวแปรที่ไม่เกี่ยวข้อง ผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบครั้งนี้ทำให้เห็นถึงภาพรวมในหลากหลายลักษณะที่สะท้อนมาจากมุมมองความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวทุกกลุ่ม เกี่ยวกับลักษณะของประสบการณ์การท่องเที่ยว และลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว สามารถนำมาใช้เพื่อนำเสนอถึงองค์ประกอบของประสบการณ์ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ คือ 1. ประสบการณ์ด้านการสร้างความสัมพันธ์ (Interaction Experience) 2. ประสบการณ์ด้านความสุข (Fun Experience) 3. ประสบการณ์ด้านความผ่อนคลาย (Relax Experience) 4. ประสบการณ์ด้านการหลบหนี (Escape Experience) 5. ประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ (Knowledges Experience) และ 6. ประสบการณ์ด้านการส่งต่อความทรงจำ (Conveying Memories Experience) และสำหรับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ คือ 1. แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย (Safety Destination) 2. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย (Activities) 3. ที่พักที่สะดวกสบาย (Comfort Accommodation) 4. แหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม (Delight Natural Tourist Attraction) 5. สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย (Amenities for Various Ages) และ

6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง (Cultural Tourism Resources to Reflect Way of Lives) ดังตาราง 9-10

ตาราง 9 การวิเคราะห์องค์ประกอบของประสพการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว

Factor	Factor Loading	Eigen Value	% of Variance	Reliability Coefficient
1. ประสพการณ์ด้านการสร้าง ความสัมพันธ์		10.294	32.170	.905
1. การไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่เคยไปเยือน กับครอบครัวทำให้ได้ย้อนกลับไปสู่ความ ทรงจำในอดีตที่เคยมีความสุข ความ ประทับใจ	.529			
2. เป็นช่วงเวลา que ทุกคนในครอบครัวมี ความสุข ก่อให้เกิดเป็นความทรงจำของ ครอบครัว	.732			
3. ทำให้สามารถถ่ายทอดความรัก ความ อบอุ่น ให้กับสมาชิกในครอบครัวได้รับรู้ และติดอยู่ในความทรงจำ เช่น ความรัก ของปู่ ย่า ตา ยายที่มีต่อหลาน/ความรัก ของพ่อ-แม่ที่มีต่อลูก เป็นต้น	.631			
4. สมาชิกในครอบครัวได้กลับมารวมตัว กัน ได้อยู่พร้อมหน้าพร้อมตากัน	.809			
5. ได้ใช้เวลาร่วมกันทำให้ได้รู้จักอุปนิสัย ของคนครอบครัวมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกับ เครือญาติที่ไม่ได้อยู่ด้วยกัน ช่วยสร้างสาย สัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น	.645			
6. ได้ใช้เวลาร่วมกันผ่านกิจกรรมต่างๆ ที่ ทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การรับประทานอาหาร การทำอาหาร ตลอดจนการนั่งรถ ช่วยสร้างสายสัมพันธ์ ในครอบครัว	.736			

Factor	Factor Loading	Eigen Value	% of Variance	Reliability Coefficient
7. ได้สื่อสาร ได้รับความเข้าใจกัน ตลอดจนเติมเต็มความรักในครอบครัว	.726			
8. ได้ถ่ายทอด หรือรับฟังเรื่องราวต่างๆ จากสมาชิกในครอบครัว เช่น รับฟัง เรื่องราวในอดีต หรือถ่ายทอดความรู้จาก สิ่งที่ได้พบเห็นระหว่างเดินทางท่องเที่ยว	.751			
9. ได้พบปะพูดคุย หรือทำกิจกรรมต่างๆ กับคนในครอบครัวหรือเครือข่ายได้ พบปะพูดคุย หรือทำกิจกรรมต่างๆ กับคน ในครอบครัวหรือเครือข่าย	.730			
2. ประสบการณ์ด้านความสนุก		3.965	12.390	.881
1. ได้ทดลองทำกิจกรรมหลายอย่าง เพื่อ เพิ่มทักษะการใช้ชีวิต เช่น การตั้งแคมป์ การดำน้ำ	.550			
2. ได้รับความตื่นเต้น ท้าทาย ความสามารถของตนเองจากกิจกรรม นันทนาการ หรือ เครื่องเล่นในสวนสนุก	.834			
3. ได้ทำกิจกรรมร่วมกับสมาชิกใน ครอบครัวที่อยู่ในวัยเดียวกันมักมีความ สนใจในเรื่องเดียวกัน	.805			
4. ได้จินตนาการถึงวิถีชีวิตที่ตนเองอยาก เป็น หรือเรื่องที่ยากให้เกิดขึ้น โดยเรื่อง ที่จินตนาการมีความสัมพันธ์กับแหล่ง ท่องเที่ยว หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ กำลังทำอยู่	.708			
5. เพิ่มโอกาสได้รู้จักเพื่อนใหม่ หรือได้รับ มิตรภาพจากการเดินทางท่องเที่ยว	.773			
6. เพิ่มโอกาสได้เคลื่อนไหวร่างกายผ่าน การทำกิจกรรมต่างๆ เช่น ปั่นจักรยาน วิ่ง เล่น เดินเล่น ว่ายน้ำ เป็นต้น	.743			

Factor	Factor Loading	Eigen Value	% of Variance	Reliability Coefficient
3. ประสบการณ์ด้านความผ่อนคลาย		2.095	6.546	.830
1. ช่วยฟื้นฟูร่างกายและจิตใจ	.665			
2. ทำให้สบายใจ	.737			
3. ลดความวิตกกังวล	.770			
4. ทำให้มีกำลังใจที่เข้มแข็ง	.712			
5. คลายความเครียดจากปัญหาที่กำลังเผชิญ	.630			
4. ประสบการณ์ด้านการหลบหนี		1.756	5.487	.789
1. ได้เปลี่ยนบรรยากาศออกจากสภาพแวดล้อมเดิมๆ	.700			
2. ได้ตัดขาด หรือลดกิจกรรมที่ไม่พึงประสงค์ เช่น การใช้ social media การเล่นเกมออนไลน์ การช้อปปิ้งออนไลน์ เป็นต้น	.569			
3. ได้หลุดพ้นจากกฎเกณฑ์ที่เคร่งครัดในชีวิตประจำวัน เช่น การทบทวนบทเรียน การทำงาน และงานบ้านทำ	.704			
4. ได้ใช้ชีวิตตามความปรารถนาของตนเอง และมีเวลาให้กับตัวเองมากขึ้น เช่น มีคนคอยแบ่งเบาภาระการดูแลเด็กๆ หรือได้หยุดพักจากการเรียน เป็นต้น	.433			
5. ได้ทำกิจกรรมต่างๆ ที่แตกต่างจากชีวิตประจำวัน เช่น ได้เล่นน้ำ ได้ทำอาหารร่วมกัน เป็นต้น ช่วยลดความจำเจ น่าเบื่อในชีวิต	.566			
5. ประสบการณ์ด้านการเรียนรู้		1.254	3.918	.806
1. ได้ประสบการณ์แปลกใหม่จากการสัมผัสวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง	.684			

Factor	Factor Loading	Eigen Value	% of Variance	Reliability Coefficient
2. ช่วยให้สามารถปรับตัวให้เข้ากับสังคมใหม่ๆ ได้ง่ายขึ้น	.622			
3. ได้สัมผัสกับสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างที่บ้านของตนเอง ช่วยฝึกให้เด็กได้รู้จักการช่วยเหลือตนเอง	.649			
4. เกิดการเรียนรู้ในสิ่งใหม่ๆ	.699			
5. ได้นำสิ่งที่พบจากการท่องเที่ยวไปปรับเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของตนเองและคนในครอบครัว	.516			
6. ประสบการณ์ด้านการส่งต่อความทรงจำ		1.030	3.219	.645
1. เป็นการถ่ายทอดประสบการณ์ที่ประทับใจในอดีต เพื่อให้สมาชิกในครอบครัวได้รู้สึกเหมือนที่ตนเคยได้รับ	.531			
2. ได้ถ่ายทอดประสบการณ์ เรื่องราวจากชีวิตของตนเอง ตลอดจนความเป็นมาของบรรพบุรุษ เพื่อให้ลูก-หลานได้จดจำและระลึกถึง	.671			

ตาราง 9 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวได้ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) พบว่า ค่า Kaiser–Myer–Olkin Measure (KMO) เท่ากับ 0.916 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรต่างๆ มีความสัมพันธ์กันเพียงพอที่จะนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบตามจุดมุ่งหมายของการวิจัย ได้ค่า P-value เท่ากับ 0.05 แสดงว่า ตัวแปรเหล่านี้สามารถนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบของประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวได้ ในการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis: PCA) ได้หมุนแกนด้วยเทคนิค Varimax ซึ่งเป็นเทคนิคที่ทำให้มีจำนวนตัวแปรที่น้อยที่สุด และมีค่า Factor Loading มากในแต่ละองค์ประกอบ (Hair, Anderson,

Babin, and Black, 2010) หลังจากที่ได้สกัดองค์ประกอบแล้วผู้วิจัยจึงกำหนดชื่อกลุ่มปัจจัย ในการตั้งชื่อแต่ละปัจจัยได้พิจารณาชื่อที่มีความหมายครอบคลุมทุกตัวแปรที่อยู่ในกลุ่ม

การหาความแปรปรวน (Total Variance Explained) จากการวิเคราะห์สามารถจำแนกองค์ประกอบได้ จำนวน 6 องค์ประกอบ มีพิสัยของค่าไอเกนอยู่ระหว่าง 1.030-10.294 และมีความแปรปรวนสะสมร้อยละ 63.73 ในแต่ละองค์ประกอบมีรายละเอียดดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ประสบการณ์ด้านการสร้างความสัมพันธ์

ค่าความแปรปรวน ร้อยละ 32.170

การท่องเที่ยวเป็นช่วงเวลาที่ทุกคนในครอบครัวหลุดพ้นจากภาระหน้าที่การทำงานและเรียนเวลาว่างในขณะท่องเที่ยว และกิจกรรมต่างๆ ที่ทำขณะท่องเที่ยวเป็นโอกาสให้สมาชิกในครอบครัวได้พูดคุย ปรับความเข้าใจ และใช้เวลาร่วมกัน และขณะเดียวกันในบางครอบครัวใช้ช่วงเวลานี้เป็นโอกาสที่เครือญาติได้กลับมารวมตัวกันเกิดเป็นสายสัมพันธ์ครอบครัวที่แน่นแฟ้น การท่องเที่ยวจึงเปรียบเสมือนช่วงเวลาที่จะเติมเต็มความรัก ถวายทอดความอบอุ่นให้แก่คนในครอบครัวเกิดความทรงจำของทุกคนในครอบครัว

องค์ประกอบที่ 2 ประสบการณ์ด้านความสนุก

ค่าความแปรปรวน ร้อยละ 12.390

กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมกึ่งผจญภัย เช่น การตั้งแคมป์ การดำน้ำ หรือการเล่นเครื่องเล่นในสวนน้ำ หรือสวนสนุก เป็นกิจกรรมที่สร้างความตื่นเต้นในแก่นักท่องเที่ยวท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่มีโอกาสได้ทำในชีวิตประจำวัน การได้ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวจึงช่วยสร้างความสนุกสนานแก่นักท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากได้ทำกิจกรรมกับคนในครอบครัวที่อยู่ในช่วงวัยเดียวกัน หรือได้เพื่อนใหม่ร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ 3 ประสบการณ์ด้านความผ่อนคลาย

ค่าความแปรปรวน ร้อยละ 6.546

การเดินทางท่องเที่ยวเป็นช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวจะละทิ้งปัญหา ความเครียด และความวิตกกังวลที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันไว้ที่บ้าน เนื่องจากต้องการฟื้นฟูร่างกายและจิตใจให้กลับมามีกำลังใจที่เข้มแข็ง พร้อมเผชิญปัญหา และอุปสรรคในชีวิตได้อีกครั้ง

องค์ประกอบที่ 4 ประสบการณ์ด้านการหลบหนี

ค่าความแปรปรวน ร้อยละ 5.487

การท่องเที่ยวทำให้สมาชิกในครอบครัวได้หลุดพ้นจากกฎเกณฑ์ที่เคร่งครัด ภาระหน้าที่ในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็น การทำงาน การเรียน งานบ้าน และสภาพแวดล้อมเดิมๆ เพื่อมาสัมผัสกับความสวยงาม ความแปลกใหม่ของวิว ทิวทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เขตชนบทที่แตกต่างจากบ้าน เช่น ได้อยู่ท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ อากาศที่บริสุทธิ์ ช่วยส่งเสริมให้สมาชิกในครอบครัวได้ทำกิจกรรมใหม่ๆ ที่แตกต่างจากที่บ้าน และได้ทำตามความปรารถนาของตนเองมากขึ้น ทดแทนกิจกรรมที่ไม่พึงประสงค์ขณะอยู่ที่บ้าน ได้แก่ การใช้สื่อโซเชียลออนไลน์ การเล่นเกมออนไลน์ การช้อปปิ้งออนไลน์ เป็นต้น

องค์ประกอบที่ 5 ประสบการณ์ด้านการเรียนรู้

ค่าความแปรปรวน ร้อยละ 3.918

การเดินทางท่องเที่ยวทำให้ได้สัมผัสวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง ช่วยสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ในสิ่งใหม่ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว เป็นประโยชน์ต่อตัวนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการนำประสบการณ์ที่ได้รับมาใช้เพื่อพัฒนาตนเอง หรือสมาชิกในครอบครัวให้มีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น

องค์ประกอบที่ 6 ประสบการณ์ด้านการส่งต่อความทรงจำ

ค่าความแปรปรวน ร้อยละ 3.219

การเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวทำให้ได้พบเห็นสิ่งต่างๆ ในบางครั้งสิ่งที่ได้พบเห็นเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์หรือความทรงจำของสมาชิกในครอบครัว การท่องเที่ยวจึงเป็นเวลาที่สมาชิกในครอบครัวได้ถ่ายทอดเรื่องราวที่เป็นประสบการณ์ที่ได้สัมผัส ความประทับใจ ตลอดจนเรื่องราวของบรรพบุรุษให้แก่สมาชิกคนอื่นๆ ในครอบครัวได้รับรู้

ตาราง 10 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจลักษณะแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว

Factor	Factor Loading	Eigen Value	% of Variance	Reliability Coefficient
1. แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย		10.479	24.370	.905
1. เครื่องเล่น หรืออุปกรณ์ที่นำมาให้บริการผ่านการตรวจสอบมีมาตรฐานรับรองด้านความปลอดภัย	.673			
2. อุปกรณ์ต่างๆ มีการตรวจสอบดูแลตลอดจนการบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง	.653			
3. มีบุคลากรคอยดูแลความปลอดภัยทุกจุดที่จัดให้มีกิจกรรมให้บริการ เช่น เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย หรือเจ้าหน้าที่ควบคุมเครื่องเล่น	.710			
4. มีที่นั่งสำหรับผู้ปกครองบริเวณเดียวกับที่ลูกหลานทำกิจกรรม เพื่อให้เด็กอยู่ในสายตาของผู้ปกครองเสมอลดโอกาสการเกิดอุบัติเหตุ	.557			
5. มีระบบรักษาความปลอดภัยที่เคร่งครัดป้องกันการเกิดอาชญากรรม เช่น กล้องวงจรปิด เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย การตรวจสอบการเข้า/ออกในพื้นที่	.626			
6. ผู้ให้บริการ และดูแลนักท่องเที่ยวเป็นกันเอง เช่น ยิ้มแย้มแจ่มใส มีการทักทาย และมีความยืดหยุ่นในการให้บริการตามการร้องขอของนักท่องเที่ยว	.800			
7. ผู้ให้บริการมีกิริยาท่าทางที่สุภาพเรียบร้อย	.813			
8. ผู้ให้บริการมีความเห็นอกเห็นใจเด็กและผู้สูงอายุ คอยช่วยเหลือ ดูแลเปรียบเสมือนญาติมิตร	.781			

Factor	Factor Loading	Eigen Value	% of Variance	Reliability Coefficient
9. ผู้ให้บริการยกย่อง ให้ความสำคัญต่อผู้สูงอายุที่เดินทางท่องเที่ยว ทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกว่าคุณเองยังมีความสำคัญ	.662			
2. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย		4.096	9.525	.850
1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนุกสนาน มีกิจกรรมที่ให้ความสำคัญต่อการรองรับเด็กเป็นหลัก	.563			
2. เป็นแหล่งที่ทำให้ได้รับความเพลิดเพลิน มีกิจกรรมที่ให้ประสบการณ์และส่งเสริมความรู้	.590			
3. มีกิจกรรมที่สนุก แปลกใหม่ สร้างประสบการณ์ใหม่ให้แก่ตนเอง ตลอดจนสมาชิกในครอบครัว	.531			
4. มีกิจกรรมที่ได้เคลื่อนไหวร่างกาย ช่วยเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรง	.663			
5. มีกิจกรรมที่หลากหลายสามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในช่วงวัยต่างๆ ได้	.472			
6. มีกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ทั้งความรู้รอบตัวและความรู้ทางวิชาการ	.779			
7. มีกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการทดลองหรือได้ลงมือปฏิบัติ	.720			
8. มีกิจกรรมที่ส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้ของเด็ก	.621			
9. มีกิจกรรมที่ให้สมาชิกครอบครัวได้ทำกิจกรรมร่วมกัน	.553			
10. สถานที่ออกแบบ ตกแต่งเป็นเอกลักษณ์/แปลกตา	.419			

Factor	Factor Loading	Eigen Value	% of Variance	Reliability Coefficient
3. ที่พักที่สะดวกสบาย		2.958	6.879	.780
1. พิตเนส	.545			
2. อาหารเช้า	.437			
3. ที่พักที่ได้จัดสรรพื้นที่เป็นลานกว้าง เพื่อให้ครอบครัวได้ทำกิจกรรมร่วมกัน เช่น พื้นที่สำหรับกิจกรรมนันทนาการ กลางแจ้ง สำหรับการเล่นกีฬา ที่นักท่องเที่ยวทุกช่วงวัยเล่นร่วมกันได้	.552			
4. มีอุปกรณ์ในการประกอบอาหารบริการ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่ประสงค์ ทำอาหารรับประทานกันเอง	.673			
5. มีพื้นที่สำหรับรองรับเด็ก เช่น สนามเด็กเล่น คีตสคลับ	.524			
6. มีสระว่ายน้ำ	.361			
7. มีรถรับส่งจากลานจอดรถไปยังจุดต่างๆ ในที่พัก ในกรณีที่ที่พักมีพื้นที่ขนาดใหญ่ หรือมีลานจอดรถที่อยู่ห่างไกลจากห้องพัก เป็นต้น	.678			
8. ทำเลที่ตั้งของที่พักอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว หรือสถานที่ประกอบกิจกรรม	.626			
9. อยู่ใกล้กับห้างสรรพสินค้า ตลาด เพื่อความสะดวกในการจับจ่ายใช้สอย	.385			
4. แหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม		2.518	5.856	.728
1. แหล่งท่องเที่ยวอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ	.426			
2. มีความร่มรื่นแวดล้อมไปด้วยต้นไม้ และพันธุ์ไม้ต่างๆ	.740			
3. อยู่ท่ามกลางอากาศที่บริสุทธิ์ เช่น ทะเล ภูเขา ป่าไม้	.739			

Factor	Factor Loading	Eigen Value	% of Variance	Reliability Coefficient
5. สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย		1.755	4.082	.811
1. แหล่งท่องเที่ยวที่มีการออกแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ เช่น บันไดเลื่อน ลิฟต์ ราวจับ ทางลาด รวมถึงอุปกรณ์ต่างๆ ถูกติดตั้งโดยลดตำแหน่งเพื่อรองรับการใช้รถวีลแชร์	.710			
2. มีห้องน้ำที่ออกแบบสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ และนักท่องเที่ยวกลุ่มเด็ก	.732			
3. มีที่จอดรถเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว และในกรณีที่ที่จอดรถอยู่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมีการให้บริการรถรับ-ส่ง นักท่องเที่ยว	.502			
4. มีการจัดสรรพื้นที่ที่เหมาะสมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการนั่งพักผ่อน นั่งรอลูก-หลานทำกิจกรรม เช่น จำนวนที่นั่งที่เพียงพอ มีบรรยากาศที่ร่มรื่น ปลั๊กไฟ และ wifi เป็นต้น	.616			
5. มีร้านอาหาร ร้านค้า ร้านกาแฟ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว	.494			
6. มียานพาหนะที่จะเดินทางร่วมกันได้ทั้งครอบครัว เช่น รถกอล์ฟ จักรยาน รถราง เพื่อสะดวกในการเที่ยวชม	.606			
7. มีป้ายสื่อความหมายหรือวิทยากรนำชม เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ในแหล่งท่องเที่ยว	.450			

Factor	Factor Loading	Eigen Value	% of Variance	Reliability Coefficient
6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง		1.433	3.333	.755
1. แหล่งท่องเที่ยวที่กำลังอยู่ในกระแสหรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว	.514			
2. มีภาพลักษณ์ทางด้านอาหาร และของฝาก เช่น ตลาดโบราณ ตลาดน้ำ ถนนคนเดิน เป็นต้น	.705			
3. เป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจทางศาสนา หรือเป็นสถานที่ที่มีสิ่งดึงดูดใจทางความเชื่อ เป็นต้น	.773			
4. เป็นแหล่งช้อปปิ้งในย่านการค้า ห้างสรรพสินค้า	.616			
5. เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ หรือเป็นแหล่งที่มีเหตุการณ์ที่เคยเกิดขึ้นในอดีต เช่น ถ้ำขุนน้ำนางนอน สะพานข้ามแม่น้ำแคว	.642			

ตาราง 10 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจลักษณะแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ได้ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) พบว่าค่า Kaiser–Myer–Olkin Measure (KMO) เท่ากับ 0.886 แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรต่างๆ มีความสัมพันธ์กันเพียงพอที่จะนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยได้ และผลการทดสอบ Bartlett’s Test มีค่า P-value เท่ากับ 0.05 แสดงว่า ตัวแปรเหล่านี้สามารถนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบลักษณะแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวได้ ในการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis: PCA) ได้หมุนแกนด้วยเทคนิค Varimax ซึ่งเป็นเทคนิคที่ทำให้มีจำนวนตัวแปรที่น้อยที่สุด และมีค่า Factor Loading มากในแต่ละองค์ประกอบ (Hair, Anderson, Babin, and Black, 2010) หลังจากที่ได้สกัดองค์ประกอบแล้ว ผู้วิจัยจึงกำหนดชื่อกลุ่มปัจจัยในการตั้งชื่อแต่ละปัจจัยได้พิจารณาชื่อที่มีความหมายครอบคลุมทุกตัวแปรที่อยู่ในกลุ่ม

การหาค่าความแปรปรวน (Total Variance Explained) จากการวิเคราะห์สามารถจำแนกองค์ประกอบได้จำนวน 6 องค์ประกอบ มีพิสัยของค่าไอเกนอยู่ระหว่าง 1.433-10.479 และมีค่าความแปรปรวนสะสมร้อยละ 54.045 ในแต่ละองค์ประกอบมีรายละเอียด ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย

ค่าความแปรปรวน ร้อยละ 24.370

แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวประกอบไปด้วยนักท่องเที่ยวหลากหลายช่วงวัย โดยเฉพาะในวัยเด็กและผู้สูงอายุ มีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงในลักษณะที่แตกต่างกันไป สำหรับนักท่องเที่ยวที่อยู่ในวัยเด็กมักมีความสนใจต่อกิจกรรมต่างๆ แต่ก็มีข้อจำกัดเนื่องจากยังไม่สามารถดูแลตัวเองได้ แหล่งท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงการดูแลรักษาความปลอดภัยต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว เครื่องเล่นต่างๆ ที่จะรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ และสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ ที่แม้ตนเองจะไม่ได้ให้ความสำคัญต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเท่ากับกลุ่มวัยเด็ก อันเนื่องจากมีข้อจำกัดทางร่างกาย ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เช่น เครื่องเล่นต่างๆ ได้รับการรับรองด้านความปลอดภัย และมีการตรวจสอบดูแลรักษาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวมีมาตรการป้องกันการเกิดอาชญากรรมในรูปแบบต่างๆ เช่น มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่เคร่งครัด ช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมั่นคงปลอดภัยในการท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ 2 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย

ค่าความแปรปรวน ร้อยละ 9.525

ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้รับมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทำ ดังนั้นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายเพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวช่วงวัยต่างๆ เช่นเดียวกับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้มีกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น สวนน้ำ สวนสนุก พิพิธภัณฑ์ มักให้ความสำคัญต่อการสร้างสิ่งดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว เช่น การออกแบบตกแต่ง มีเอกลักษณ์ หรือมีความแปลกตา ภายในแหล่งท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวเป็นกิจกรรมที่สนุก แปลกใหม่ โดยให้ความสำคัญต่อการเสริมสร้างความรู้แก่สมาชิกทุกคนในครอบครัว เช่น กิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ ทั้งความรู้รอบตัว และความรู้ทางวิชาการ กิจกรรมที่ได้ทดลอง ปฏิบัติ หรือกิจกรรมที่ส่งเสริมพัฒนาการทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ เช่น กิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เคลื่อนไหวร่างกาย กิจกรรมที่ส่งเสริมพัฒนาการของเด็ก กิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ทุกคนในครอบครัวได้ทำร่วมกัน ความหลากหลายใน

กิจกรรมการท่องเที่ยวช่วยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวทุกช่วงวัยได้มีส่วนร่วมต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้พัฒนาตนเองและได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ 3 ที่พักที่สะดวกสบาย

ค่าความแปรปรวน ร้อยละ 6.879

การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวมีลักษณะเดินทางท่องเที่ยวร่วมกันแบบกลุ่มหลายช่วงวัย ดังนั้นนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักคำนึงถึงความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว เช่น การเลือกที่พักมักเลือกไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวที่จะไปเยือน ในแหล่งท่องเที่ยวมีรถรับ-ส่ง บริการ หรือมีที่จอดรถเพียงพอสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ลักษณะที่เดินทางท่องเที่ยวร่วมกันเป็นกลุ่มมีรูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน ดังนั้นนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก หรือการบริการที่จะตอบสนองต่อการใช้ชีวิตของตนเอง และการใช้ชีวิตร่วมกันในครอบครัว เช่น สถานที่ออกกำลังกาย บริการอาหารเช้า มีพื้นที่สำหรับกิจกรรมครอบครัว รวมถึงกิจกรรมที่สร้างความเพลิดเพลินให้แก่เด็ก

องค์ประกอบที่ 4 แหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม

ค่าความแปรปรวน ร้อยละ 5.856

วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว ให้ความสำคัญต่อการพักผ่อน การเปลี่ยนบรรยากาศจากสภาพแวดล้อมเดิม ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ มีอากาศที่บริสุทธิ์ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติสามารถทำกิจกรรมได้หลากหลายตามความสนใจเฉพาะบุคคล เช่น มุมมองของผู้ใหญ่การชมวิวิวทัศน์สวยงาม ความร่มรื่นแวดล้อมไปด้วยต้นไม้ และพันธุ์ไม้ทำให้รู้สึกผ่อนคลายและสบายใจ สำหรับเด็กช่วยกระตุ้นความสนใจทำกิจกรรมกลางแจ้ง เช่น วิ่งเล่น วาดน้ำ

องค์ประกอบที่ 5 สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย

ค่าความแปรปรวน ร้อยละ 4.082

นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวโดยเฉพาะในวัยเด็กและผู้สูงอายุ มีข้อจำกัดในการเดินทางท่องเที่ยวที่ต่างกัน การรองรับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทุกช่วงวัยมีความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ทั้งนี้สิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลายส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางร่วมกันได้อย่างมีความสุข ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งเสริมให้ได้ทำกิจกรรมร่วมกัน เช่น ยานพาหนะที่จะเดินทางร่วมกันได้ทั้งครอบครัว ตลอดจนร้านอาหาร ร้านกาแฟ และพื้นที่นั่งพัก

นอกจากนี้ในแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น แหล่งท่องเที่ยวที่มีการออกแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับเด็ก

องค์ประกอบที่ 6 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง

ค่าความแปรปรวน ร้อยละ 3.333

นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวมีความอยากรู้อยากเห็นในปรากฏการณ์ใหม่ๆ และต้องการสัมผัสกับวิถีชีวิตวัฒนธรรมที่แตกต่างจากบ้าน ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นแหล่งที่มีภาพลักษณ์ทางด้านอาหารและของฝาก เช่น ตลาดโบราณ ตลาดน้ำ ถนนคนเดิน ศาสนสถาน รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ หรือเป็นแหล่งที่มีเหตุการณ์ที่เคยเกิดขึ้นในอดีต เช่น ถ้ำขุนน้ำนางนอน สะพานข้ามแม่น้ำแคว เป็นต้น

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว

การศึกษาในวัตถุประสงค์นี้ เป็นส่วนหนึ่งของผลการศึกษาจากกระบวนการนวจินตนาการ ในขั้นตอนที่ 3 การรวบรวมวิธีการแก้ปัญหา มีเป้าหมายเพื่อทำการคัดเลือกประเด็นที่สามารถสื่อถึงวิธีการแก้ปัญหา โดยการพิจารณาจากประเด็นที่มีความสัมพันธ์กันเพียงพอ และตัดประเด็นอื่นๆ ที่ไม่มีความสัมพันธ์กันออกไป ในการศึกษาครั้งนี้ดำเนินการศึกษาด้วยวิธีการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของประสบการณ์การท่องเที่ยวและองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ผลจากการศึกษาแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบของประสบการณ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในลักษณะต่างๆ โดยค่าความสัมพันธ์กันตั้งแต่ระดับปานกลางขึ้นไปจะนำไปใช้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวต่อไป

ผลการศึกษาในวัตถุประสงค์นี้ ใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นตัวบ่งชี้ถึงความสัมพันธ์นี้ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าอยู่ระหว่าง -1.0 ถึง +1.0 ซึ่งหากมีค่าเข้าใกล้ -1.0 นั้น หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองตัวมีความสัมพันธ์กันอย่างมากในเชิงตรงข้าม หากมีค่าใกล้ +1.0 นั้น หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองตัวมีความสัมพันธ์กันอย่างมากในเชิงตรง และหากมีค่าเป็น 0 นั้น หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองตัวไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน ศึกษาความสัมพันธ์

ระหว่างประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในกลุ่มครอบครัว ประกอบด้วย 1. ประสบการณ์ด้านการสร้างความสัมพันธ์ 2. ประสบการณ์ด้านความสนุก 3. ประสบการณ์ด้านความผ่อนคลาย 4. ประสบการณ์ด้านการหลบหนี 5. ประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ และ 6. ประสบการณ์ด้านการส่งต่อความทรงจำที่มีต่อลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวด้านต่างๆ ประกอบด้วย 1. แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย 2. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย 3. ที่พักที่สะดวกสบาย 4. แหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม 5. สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย และ 6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง รายละเอียดดังตาราง 11



ตาราง 11 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวลักษณะต่างๆ ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

		ประเภทของแหล่งเที่ยวสำหรับครอบครัว					
		แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย	กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย	ที่พักที่สะดวกสบาย	แหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม	สิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบถ้วน	แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง
ประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว	ค่าสหสัมพันธ์	.463**	.351**	.275**	.542**	.476**	.254**
	P-value	.000	.000	.000	.000	.000	.000
ประสบการณ์ด้านสร้างความสัมพันธ์	ค่าสหสัมพันธ์	.299**	.619**	.391**	.004	.259**	.206**
	P-value	.000	.000	.000	.914	.000	.000
ประสบการณ์ด้านความสนุก	ค่าสหสัมพันธ์	.299**	.619**	.391**	.004	.259**	.206**
	P-value	.000	.000	.000	.914	.000	.000

		ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว					
		แหล่ง ท่องเที่ยว ที่ปลอดภัย	กิจกรรมการ ท่องเที่ยวที่ หลากหลาย	ที่พักที่ สะดวกสบาย	แหล่ง ท่องเที่ยวที่มี ธรรมชาติที่ สวยงาม	สิ่งอำนวยความสะดวก ที่รองรับ ทุกช่วงวัย	แหล่ง ท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม ที่ สะท้อนวิถีชีวิต ที่แตกต่าง
ประสบการณ์การท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว	ค่าสหสัมพันธ์	.305**	.277**	.206**	.434**	.310**	.282**
	P-value	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	ระดับความสัมพันธ์	สัมพันธ์ปานกลาง	สัมพันธ์ต่ำ	สัมพันธ์ต่ำ	สัมพันธ์ปานกลาง	สัมพันธ์ปานกลาง	สัมพันธ์ต่ำ
ประสบการณ์ด้าน ความผ่อนคลาย	ค่าสหสัมพันธ์	.447**	.516**	.380**	.337**	.367**	.240**
	P-value	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	ระดับความสัมพันธ์	สัมพันธ์ปานกลาง	สัมพันธ์สูง	สัมพันธ์ปานกลาง	สัมพันธ์ปานกลาง	สัมพันธ์ปานกลาง	สัมพันธ์ต่ำ
ประสบการณ์ด้าน การหลบหนี	ค่าสหสัมพันธ์	.447**	.516**	.380**	.337**	.367**	.240**
	P-value	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	ระดับความสัมพันธ์	สัมพันธ์ปานกลาง	สัมพันธ์สูง	สัมพันธ์ปานกลาง	สัมพันธ์ปานกลาง	สัมพันธ์ปานกลาง	สัมพันธ์ต่ำ

		ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว					
		แหล่ง	กิจกรรมการ	ที่พักที่	แหล่ง	สิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่ง
		ท่องเที่ยวที่ปลอดภัย	ท่องเที่ยวที่หลากหลาย	สะดวกสบาย	ท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม	สะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย	ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง
ประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว	ค่าสหสัมพันธ์	.182**	.505**	.308**	.006	.256**	.335**
	P-value	.000	.000	.000	.906	.000	.000
	ระดับความสัมพันธ์	สัมพันธ์ต่ำ	สัมพันธ์สูง	สัมพันธ์ปานกลาง	ไม่มีความสัมพันธ์	สัมพันธ์ต่ำ	สัมพันธ์ปานกลาง
ประสบการณ์ด้าน การเรียนรู้	ค่าสหสัมพันธ์	.220**	.327**	.243**	.198**	.311**	.309**
	P-value	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	ระดับความสัมพันธ์	สัมพันธ์ต่ำ	สัมพันธ์ปานกลาง	สัมพันธ์ต่ำ	สัมพันธ์ต่ำ	สัมพันธ์ปานกลาง	สัมพันธ์ปานกลาง

** แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การท่องเที่ยว กับแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวลักษณะต่างๆ แสดงให้เห็นว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในลักษณะต่างๆ ในระดับแตกต่างกัน อย่างมีนัย สำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.00 มีความสัมพันธ์สูง-ต่ำ แตกต่างกันตามลำดับ ดังนี้

ประสบการณ์ด้านसानสัมพันธ์กับครอบครัว มีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงามมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson correlation (r) มีค่า .542 แปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันระดับสูง รองลงมา มีความสัมพันธ์กับสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson correlation (r) มีค่า .476 แปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง มีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson correlation (r) มีค่า .463 แปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson correlation (r) มีค่า .351 แปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง มีความสัมพันธ์กับที่พักที่สะดวกสบาย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson correlation (r) มีค่า .275 แปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันระดับต่ำ และมีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่างน้อยที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson correlation (r) มีค่า .254 แปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันระดับต่ำ

ประสบการณ์ด้านความสนุก มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson correlation (r) มีค่า .619 แปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันระดับสูง รองลงมา มีความสัมพันธ์กับที่พักที่สะดวกสบาย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson correlation (r) มีค่า .391 แปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง มีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson correlation (r) มีค่า .299 แปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันระดับต่ำ มีความสัมพันธ์กับสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson correlation (r) มีค่า .259 แปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันระดับต่ำ มีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson correlation (r) มีค่า .206 แปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันระดับต่ำ และไม่มี ความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson correlation (r) มีค่า .335 แปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง มีความสัมพันธ์กับที่พักที่สะดวกสบาย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson correlation (r) มีค่า .308 แปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง มีความสัมพันธ์กับสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson correlation (r) มีค่า .256 แปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันระดับต่ำ มีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson correlation (r) มีค่า .182 แปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันระดับต่ำ และไม่มีมีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม

ประสบการณ์ด้านการส่งต่อความทรงจำ มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson correlation (r) มีค่า .327 แปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง รองลงมา มีความสัมพันธ์กับสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson correlation (r) มีค่า .311 แปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง มีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson correlation (r) มีค่า .309 แปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง มีความสัมพันธ์กับที่พักที่สะดวกสบาย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson correlation (r) มีค่า .243 แปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันระดับต่ำ มีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson correlation (r) มีค่า .220 แปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันระดับต่ำ และมีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงามน้อยที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson correlation (r) มีค่า .198 แปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์กันระดับต่ำ

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวด้วยกระบวนการนวจินตนาการ

การศึกษาในวัตถุประสงค์นำเสนอผลการศึกษาด้วยกระบวนการนวจินตนาการ ตั้งแต่ขั้นตอนที่ 3-5 ในขั้นตอนที่ 3 การรวบรวมวิธีการแก้ปัญหา มีเป้าหมายเพื่อคัดเลือกประเด็นที่สามารถสื่อถึงวิธีการแก้ปัญหา โดยการพิจารณาจากประเด็นที่มีความสัมพันธ์กันเพียงพอ และตัดประเด็นที่ไม่มีความสัมพันธ์กันออกไป ในการศึกษาครั้งนี้ ดำเนินการศึกษาด้วยวิธีการวิเคราะห์ลักษณะของ

ประสบการณ์การท่องเที่ยวและลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวในกลุ่มต่างๆ

การศึกษาใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว และการทดสอบเพื่อหาค่าความแตกต่างในรายคู่ระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวในคู่ต่างๆ โดยใช้ค่าสถิติ Fisher's Least-Significant Different (LSD) ที่มีต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้าน ประกอบด้วย 1. ประสบการณ์ด้านการสร้างความสัมพันธ์ 2. ประสบการณ์ด้านความสนุก 3. ประสบการณ์ด้านการพักผ่อน 4. ประสบการณ์ด้านการหลบหนี 5. ประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ และ 6. ประสบการณ์ด้านการส่งต่อความทรงจำ ดังตาราง 12-13 และการศึกษาความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ทั้ง 6 ด้าน ประกอบด้วย 1. แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย 2. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย 3. ที่พักที่สะดวกสบาย 4. แหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม 5. สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย และ 6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง รายละเอียดดังตาราง 14-15

ตาราง 12 การเปรียบเทียบความแตกต่างนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีต่อประสบการณ์ท่องเที่ยว

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
ประสบการณ์ด้าน	ระหว่างกลุ่ม	5.417	3	1.806	7.249**	.000
การสร้าง	ภายในกลุ่ม	99.194	381	.260		
ความสัมพันธ์	รวม					
ประสบการณ์ด้าน	ระหว่างกลุ่ม	23.319	3	7.773	19.698**	.000
ความสนุก	ภายในกลุ่ม	149.951	380	.395		
	รวม	173.270	383			

		Sum of	Df	Mean	F	Sig
		Squares		Square		
ประสบการณ์ด้าน	ระหว่างกลุ่ม	3.989	3	1.330	4.949**	.002
การความอ่อน	ภายในกลุ่ม	102.091	380	.269		
คลาย	รวม	106.080	383			
ประสบการณ์ด้าน	ระหว่างกลุ่ม	11.764	3	3.921	14.141**	.000
การหลบหนี	ภายในกลุ่ม	105.381	380	.277		
	รวม	117.145	383			
ประสบการณ์ด้าน	ระหว่างกลุ่ม	6.907	3	2.302	8.592**	.000
การเรียนรู้	ภายในกลุ่ม	101.834	380	.268		
	รวม	108.742	383			
ประสบการณ์ด้าน	ระหว่างกลุ่ม	1.620	3	.540	1.444	.230
การส่งต่อความ	ภายในกลุ่ม	142.119	380	.374		
ทรงจำ	รวม	143.740	383			

** แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 12 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ทั้ง 4 กลุ่ม ประกอบด้วย 1. กลุ่มปู่ ย่า ตา ยาย 2. กลุ่มพ่อ-แม่ 3. กลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) และ 4. กลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) ที่มีต่อองค์ประกอบของประสบการณ์การท่องเที่ยว ทั้ง 6 ด้าน ประกอบด้วย 1. ประสบการณ์ด้านการสร้างความสัมพันธ์ 2. ประสบการณ์ด้านความสนุกสนาน 3. ประสบการณ์ด้านความผ่อนคลาย 4. ประสบการณ์ด้านการหลบหนี 5. ประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ และ 6. ประสบการณ์ด้านการส่งต่อความทรงจำ แสดงให้เห็นว่า มีประสบการณ์การท่องเที่ยว ได้แก่ ประสบการณ์ด้านการสร้างความสัมพันธ์ ประสบการณ์ด้านความสนุกสนาน ประสบการณ์ด้านความผ่อนคลาย ประสบการณ์ด้านการหลบหนี ประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

ดังนั้นจึงทำการทดสอบเพื่อหาค่าความแตกต่างในรายคู่ระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวในคู่ต่างๆ เพื่อวิเคราะห์หาว่าบทบาทในครอบครัวใดบ้างที่มีความแตกต่างกัน ด้วยการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี Fisher's Least-Significant Different (LSD) ผลการวิเคราะห์ดังตาราง 13



ตาราง 13 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างภายในของนักท่องเที่ยวกกลุ่มครอบครัวที่มีต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวในองค์ประกอบต่างๆ

รายการ	นักท่องเที่ยว กลุ่มครอบครัว	\bar{x}	ปู่ย่า-ตายาย	พ่อ-แม่	ลูก-หลาน (เด็กเล็ก)	ลูก-หลาน (เด็กโต)
ประสบการณ์ด้านการสร้าง ความสัมพันธ์	ปู่ย่า - ตายาย	4.45	-	.01649	-.07986	.29688*
	พ่อ-แม่	4.44	-	-	-.09635	.28038*
	ลูก-หลาน (เด็กเล็ก)	4.53	-	-	-	.37674*
	ลูก-หลาน (เด็กโต)	4.16	-	-	-	-
ประสบการณ์ด้านความสนุก	ปู่ย่า - ตายาย	3.69	-	-.20000*	-.69844*	-.43281*
	พ่อ-แม่	3.89	-	-	-.49844*	-.23281*
	ลูก-หลาน (เด็กเล็ก)	4.38	-	-	-	.26563*
	ลูก-หลาน (เด็กโต)	4.12	-	-	-	-
ประสบการณ์ด้านความผ่อนคลาย	ปู่ย่า - ตายาย	4.26	-	-.17969*	-.02813	-.08438
	พ่อ-แม่	4.44	-	-	.20781*	.26406*
	ลูก-หลาน (เด็กเล็ก)	4.23	-	-	-	.05625
	ลูก-หลาน (เด็กโต)	4.18	-	-	-	-

รายการ	นักท่องเที่ยว กลุ่มครอบครัว	\bar{x}	ปู่ย่า-ตายาย	พ่อ-แม่	ลูก-หลาน (เด็กเล็ก)	ลูก-หลาน (เด็กโต)
ประสบการณ์ด้านการหลบหนี	ปู่ย่า - ตายาย	3.96	-	-	-39063*	-37188*
	พ่อ-แม่	4.35	-	-	-	.01875
	ลูก-หลาน (เด็กเล็ก)	4.33	-	-	-	-
	ลูก-หลาน (เด็กโต)	4.11	-	-	-	-
ประสบการณ์ด้านการเรียนรู้	ปู่ย่า - ตายาย	3.80	-	-19375*	-33125*	-32188*
	พ่อ-แม่	4.00	-	-	-13750	-12813
	ลูก-หลาน (เด็กเล็ก)	4.13	-	-	-	.00938
	ลูก-หลาน (เด็กโต)	4.12	-	-	-	-

จากตาราง 13 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในคู่ต่างๆ ประกอบด้วย 1. กลุ่มปู่ย่า-ตายาย 2. กลุ่มพ่อ-แม่ 3. กลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) และ 4. กลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) ที่มีต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวในด้านต่างๆ โดยใช้ค่าสถิติ Fisher's Least-Significant Different (LSD) พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในลักษณะที่แตกต่างกันดังนี้

ประสบการณ์ด้านการสร้างความสัมพันธ์ พบว่า มี 3 คู่ ที่มีประสบการณ์ด้านการสร้างความสัมพันธ์ ที่แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 โดยในคู่ที่ 1 กลุ่มปู่ย่า-ตายาย ให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านการสร้างความสัมพันธ์มากกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) ในคู่ที่ 2 พบว่า กลุ่มพ่อ-แม่ ให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านการสร้างความสัมพันธ์มากกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) และในคู่ที่ 3 พบว่า กลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) ให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านการสร้างความสัมพันธ์มากกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) ลักษณะของความแตกต่างข้างต้นสามารถแปลความหมายได้ว่า ประสบการณ์ด้านการสร้างความสัมพันธ์เป็นประสบการณ์ที่มีความสำคัญกับกลุ่มปู่ย่า-ตายาย กลุ่มพ่อ-แม่ และกลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก)

ประสบการณ์ด้านความสนุก พบว่า มี 6 คู่ ที่มีประสบการณ์ด้านความสนุกที่แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 โดยในคู่ที่ 1 พบว่า กลุ่มปู่ย่า-ตายาย ให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านความสนุกน้อยกว่ากลุ่มพ่อ-แม่ ในคู่ที่ 2 พบว่า กลุ่มปู่ย่า-ตายาย ให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านความสนุกน้อยกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) ในคู่ที่ 3 พบว่า กลุ่มปู่ย่า-ตายาย ให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านความสนุกน้อยกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) ในคู่ที่ 4 พบว่า กลุ่มพ่อ-แม่ ให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านความสนุกน้อยกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) ในคู่ที่ 5 พบว่า กลุ่มพ่อ-แม่ ให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านความสนุกน้อยกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) และในคู่ที่ 6 พบว่า กลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) ให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านความสนุกมากกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) ลักษณะของความแตกต่างข้างต้นสามารถแปลความหมายได้ว่า ประสบการณ์ด้านความสนุกเป็นประสบการณ์ที่มีความสำคัญกับกลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) กลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) และกลุ่มพ่อ-แม่

ประสบการณ์ด้านความผ่อนคลาย พบว่ามี 3 คู่ ที่มีประสบการณ์ด้านความผ่อนคลายที่แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 โดยในคู่ที่ 1 พบว่า กลุ่มปู่ย่า-ตายาย ให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านความผ่อนคลายน้อยกว่ากลุ่มพ่อ-แม่ ในคู่ที่ 2 พบว่า กลุ่มพ่อ-แม่

ให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านความผ่อนคลายมากกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) และในคู่ที่ 3 พบว่า กลุ่มพ่อ-แม่ ให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านความผ่อนคลายมากกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) ลักษณะของความแตกต่างข้างต้นสามารถแปลความหมายได้ว่า ประสบการณ์ด้านความผ่อนคลายเป็นประสบการณ์ที่มีความสำคัญกับกลุ่มพ่อ-แม่

ประสบการณ์ด้านการหลบหนี พบว่ามี 4 คู่ ที่มีประสบการณ์ด้านการหลบหนีที่แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 โดยในคู่ที่ 1 พบว่า กลุ่มปู่ย่า-ตายาย ให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านการหลบหนีน้อยกว่ากลุ่มพ่อ-แม่ ในคู่ที่ 2 พบว่า กลุ่มปู่ย่า-ตายาย ให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านการหลบหนีน้อยกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) ในคู่ที่ 3 พบว่า กลุ่มพ่อ-แม่ ให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านการหลบหนีมากกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) และในคู่ที่ 4 พบว่า กลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) ให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านการหลบหนีมากกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) ลักษณะของความแตกต่างข้างต้นสามารถแปลความหมายได้ว่า ประสบการณ์ด้านการหลบหนีเป็นประสบการณ์ที่มีความสำคัญกับกลุ่มพ่อ-แม่ และกลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก)

ประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ พบว่ามี 3 คู่ ที่มีประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ที่แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 โดยในคู่ที่ 1 พบว่า กลุ่มปู่ย่า- ตายาย ให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านการเรียนรู้น้อยกว่ากลุ่มพ่อ-แม่ ในคู่ที่ 2 พบว่า กลุ่มปู่ย่า- ตายาย ให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านการเรียนรู้น้อยกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) และในคู่ที่ 3 พบว่า กลุ่มปู่ย่า- ตายาย ให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านการเรียนรู้น้อยกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) ลักษณะของความแตกต่างข้างต้นสามารถแปลความหมายได้ว่า ประสบการณ์ด้านการเรียนรู้เป็นประสบการณ์ที่มีความสำคัญกับกลุ่มพ่อ-แม่ กลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) และกลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต)

ตาราง 14 การเปรียบเทียบความแตกต่างนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีต่อลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	8.882	3	2.961	15.853**	.000
	ภายในกลุ่ม	70.967	380	.187		
	รวม	79.849	383			
กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย	ระหว่างกลุ่ม	7.084	3	2.361	13.156**	.000
	ภายในกลุ่ม	68.206	380	.179		
	รวม	75.290	383			
ที่พักที่สะดวกสบาย	ระหว่างกลุ่ม	3.915	3	1.305	6.989**	.000
	ภายในกลุ่ม	70.952	380	.187		
	รวม	74.867	383			
แหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม	ระหว่างกลุ่ม	6.894	3	2.298	9.336**	.000
	ภายในกลุ่ม	93.536	380	.246		
	รวม	100.430	383			
สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย	ระหว่างกลุ่ม	4.520	3	1.507	6.960**	.000
	ภายในกลุ่ม	82.257	380	.216		
	รวม	86.777	383			
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง	ระหว่างกลุ่ม	9.476	3	3.159	11.596**	.000
	ภายในกลุ่ม	103.511	380	.272		
	รวม	112.987	383			

** แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 14 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ทั้ง 4 กลุ่ม ประกอบด้วย 1. กลุ่มปู่ย่า-ตายาย 2. กลุ่มพ่อแม่ 3. กลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) และ 4. กลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) ที่มีต่อลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ทั้ง 6 ลักษณะ ประกอบด้วย 1. แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย 2. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย 3. ที่พักที่สะดวกสบาย 4. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม 5. สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย และ 6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง แสดงให้เห็นว่า ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

ดังนั้นจึงทำการทดสอบเพื่อหาค่าความแตกต่างในรายคู่ระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวในคู่ต่างๆ เพื่อวิเคราะห์หาว่าบทบาทในครอบครัวใดบ้างที่มีความแตกต่างกัน โดยทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี Fisher's Least-Significant Different (LSD) ผลการวิเคราะห์ดังตาราง 15



ตาราง 15 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างภายในของนักท่องเที่ยวกกลุ่มครอบครัวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในลักษณะต่างๆ

รายการ	นักท่องเที่ยว กลุ่มครอบครัว	\bar{x}	ปู่ย่า-ตายาย	พ่อแม่	ลูก-หลาน (เด็กเล็ก)	ลูก-หลาน (เด็กโต)
แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย	ปู่ย่า - ตายาย	4.46	-	-0.7031	-0.29253*	.22483*
	พ่อแม่	4.53	-	-	-0.22222*	.29514*
	ลูก-หลาน (เด็กเล็ก)	4.76	-	-	-	.51736*
	ลูก-หลาน (เด็กโต)	4.24	-	-	-	-
กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ หลากหลาย	ปู่ย่า - ตายาย	4.00	-	-1.2266*	-0.40703*	-0.12422
	พ่อแม่	4.12	-	-	-0.28438*	-0.00156
	ลูก-หลาน (เด็กเล็ก)	4.40	-	-	-	.28281*
	ลูก-หลาน (เด็กโต)	4.12	-	-	-	-
ที่พักที่สะดวกสบาย	ปู่ย่า - ตายาย	4.26	-	-	-0.09809	-0.24392*
	พ่อแม่	4.44	-	-	-	-0.14583*
	ลูก-หลาน (เด็กเล็ก)	4.23	-	-	-	-
	ลูก-หลาน (เด็กโต)	4.18	-	-	-	-

รายการ	นักท่องเที่ยวก กลุ่มครอบครัว	\bar{x}	ปู่ย่า-ตายาย	พ่อ-แม่	ลูก-หลาน (เด็กเล็ก)	ลูก-หลาน (เด็กโต)
แหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่ สวยงาม	ปู่ย่า - ตายาย	3.96	-	.13021*	.15625*	
	พ่อ-แม่	4.35		-	.02604	
	ลูก-หลาน (เด็กเล็ก)	4.33			-	
	ลูก-หลาน (เด็กโต)	4.11				
สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับ ทุกช่วงวัย	ปู่ย่า - ตายาย	4.38	.14955*	.00223	.29018*	
	พ่อ-แม่	4.23	-	-.14732*	.14063*	
	ลูก-หลาน (เด็กเล็ก)	4.38		-	.28795*	
	ลูก-หลาน (เด็กโต)	4.09			-	
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง	ปู่ย่า - ตายาย	3.80	-	.14531*	.36094*	
	พ่อ-แม่	4.00		-	.21563*	
	ลูก-หลาน (เด็กเล็ก)	4.13			-	
	ลูก-หลาน (เด็กโต)	4.12				

จากตาราง 15 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างนักท่องเที่ยว กลุ่มครอบครัวในคู่ต่างๆ ประกอบด้วย 1. กลุ่มปู่ย่า-ตายาย 2. กลุ่มพ่อ-แม่ 3. กลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) และ 4. กลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในลักษณะต่างๆ โดยใช้ค่าสถิติ Fisher's Least-Significant Different (LSD) พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในลักษณะที่แตกต่างกัน ดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย พบว่า มี 5 คู่ ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่แตกต่างกันที่ระดับ 0.00 โดยในคู่ที่ 1 พบว่า กลุ่มปู่ย่า-ตายาย ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัยน้อยกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) ในคู่ที่ 2 พบว่า กลุ่มปู่ย่า-ตายาย ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัยมากกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) ในคู่ที่ 3 พบว่า กลุ่มพ่อ-แม่ ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัยน้อยกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) ในคู่ที่ 4 พบว่า กลุ่มพ่อ-แม่ ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัยมากกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) และในคู่ที่ 5 พบว่า กลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัยมากกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) ลักษณะของความแตกต่างข้างต้นสามารถแปลความหมายได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัยมีความสำคัญกับกลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) กลุ่มพ่อ-แม่ และกลุ่มปู่ย่า-ตายาย

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย พบว่า มี 4 คู่ ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่แตกต่างกันที่ระดับ 0.00 โดยในคู่ที่ 1 พบว่า กลุ่มปู่ย่า-ตายาย ให้ความสำคัญต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายน้อยกว่ากลุ่มพ่อ-แม่ ในคู่ที่ 2 พบว่า กลุ่มปู่ย่า-ตายาย ให้ความสำคัญต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายน้อยกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) ในคู่ที่ 3 พบว่า กลุ่มพ่อ-แม่ ให้ความสำคัญต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายน้อยกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) และคู่ที่ 4 พบว่า กลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) ให้ความสำคัญต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) ลักษณะของความแตกต่างข้างต้นสามารถแปลความหมายได้ว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายมีความสำคัญกับกลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) และกลุ่มพ่อ-แม่

ที่พักที่สะดวกสบาย พบว่า มี 4 คู่ ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่แตกต่างกันที่ระดับ 0.00 โดยในคู่ที่ 1 พบว่า กลุ่มปู่ย่า-ตายาย ให้ความสำคัญต่อที่พักที่สะดวกสบายน้อยกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) ในคู่ที่ 2 พบว่า กลุ่มปู่ย่า-ตายาย ให้ความสำคัญต่อที่พักที่สะดวกสบายน้อยกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) ในคู่ที่ 3 พบว่า กลุ่มพ่อ-แม่ ให้ความสำคัญต่อที่พักที่สะดวกสบายน้อยกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) และในคู่ที่ 4 พบว่า กลุ่มพ่อ-แม่ ให้ความสำคัญต่อที่พักที่สะดวกสบาย

ให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่างน้อยกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) และในคู่ที่ 5 พบว่า กลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) ให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่างน้อยกว่ากลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) ลักษณะของความแตกต่างข้างต้นสามารถแปลความหมายได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่างมีความสำคัญกับกลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) กลุ่มปู่ย่า-ตายาย และกลุ่มพ่อ-แม่

การศึกษาด้วยกระบวนการนวจินตนาการ ในขั้นตอนที่ 4 การเสนอวิธีการแก้ปัญหา มีเป้าหมายเพื่อนำเสนอต้นแบบที่นำไปสู่การแก้ปัญหาให้แก่ผู้ใช้ ด้วยต้นแบบที่สร้างขึ้นมาจากตัวตนของผู้ใช้งาน การศึกษาครั้งนี้คัดเลือกประเด็นที่นำมาใช้สร้างต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่สอดคล้องกับประสบการณ์การท่องเที่ยว และมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวกลุ่มต่างๆ ที่ได้จากขั้นตอนการรวบรวมวิธีการแก้ปัญหาที่นำเสนอในตาราง 11 และ 15

สามารถเสนอต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ทั้ง 6 ลักษณะ ในรูปของแบบสอบถามเพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในลักษณะต่างๆ เพื่อเสนอลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญ รายละเอียดดังตาราง 16

ตาราง 16 ต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในลักษณะต่างๆ

ต้นแบบ แหล่งท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว				รายละเอียด
	ปู่- ตา ยาย	พ่อ-แม่	เด็กเล็ก	เด็กโต	
แหล่งท่องเที่ยวที่ ปลอดภัย	✓	✓	✓		แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในชีวิตลดการเกิดอุบัติเหตุจากกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในสวนน้ำ หรือสวนสนุก เช่น เครื่องเล่นได้รับการรับรองด้านความปลอดภัยและมีการตรวจสอบดูแลรักษาอย่างต่อเนื่อง มีมาตรการป้องกันการเกิดอาชญากรรมในรูปแบบต่างๆ เช่น มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่เคร่งครัด ความปลอดภัย เกิดรู้สึกปลอดภัยสบายใจในการท่องเที่ยวร่วมกัน
กิจกรรมการ ท่องเที่ยวที่ หลากหลาย		✓	✓		แหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองกับความสนใจนักท่องเที่ยวทุกช่วงวัย หรือเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ทุกคนในครอบครัวได้ทำร่วมกัน โดยลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความสนุก แปลกใหม่ มีความแตกต่างจากชีวิตประจำวัน หรือสร้างความรู้/ประสบการณ์ให้แก่ทุกคนในครอบครัว

ต้นแบบ แหล่งท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว				รายละเอียด
	ปู่- ตา ยาย	พ่อ-แม่	เด็กเล็ก	เด็กโต	
ที่พักที่สะดวกสบาย			✓	✓	ที่พักที่ให้ความสำคัญการพักผ่อนหย่อนใจ โดยมีกิจกรรมหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สำหรับทุกคนในครอบครัว เช่น มีกิจกรรมที่สร้างความสนุก และประสบการณ์ใหม่ๆ ให้แก่เด็ก และมีสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย ที่จะสร้างเพลิดเพลินระหว่างการเข้าพัก เช่น สระว่ายน้ำ สนามเด็กเล่น คีตส์คลับ ฟิตเนส เป็นต้น
แหล่งท่องเที่ยวที่มี ธรรมชาติที่สวยงาม	✓	✓	✓		เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้ใช้เวลาร่วมกับคนในครอบครัวท่ามกลางอากาศที่บริสุทธิ์ สดชื่น มีธรรมชาติที่สวยงาม เช่น ภูเขา ทะเล น้ำตก ตลอดจนความร่มรื่นโอบล้อมด้วยต้นไม้ และพันธุ์ไม้ต่างๆ ช่วยทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้สึกผ่อนคลาย สบายใจ
สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกที่รองรับทุก ช่วงวัย	✓	✓	✓		แหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้คอยรองรับการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกันของนักท่องเที่ยวทุกช่วงวัย ตั้งแต่วัยเด็กจนถึงผู้สูงอายุ เพื่อให้สามารถสมาชิกในครอบครัวทุกช่วงวัยสามารถท่องเที่ยวร่วมกันได้ เช่น

ต้นแบบ แหล่งท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว				รายละเอียด
	ปู่- ตา ยาย	พ่อ-แม่	เด็กเล็ก	เด็กโต	
					แหล่งท่องเที่ยวมีการออกแบบ ห้องน้ำ ทางเดิน เพื่อรองรับการ ท่องเที่ยวของเด็ก และผู้สูงอายุ มี ยานพาหนะที่จะเดินทางร่วมกัน ได้ทั้งครอบครัว ตลอดจนสถานที่ สำหรับพักผ่อนหย่อนใจ เช่น ร้านอาหาร คาเฟ่ และพื้นที่นั่งพัก เป็นต้น
แหล่งท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมที่สะท้อนวิถี ชีวิตที่แตกต่าง	✓	✓		✓	แหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง กับวิถีชีวิต วัฒนธรรมของคนใน ท้องถิ่น รวมถึงแหล่งท่องเที่ยว ทางประวัติศาสตร์ และแหล่งที่ เป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจทางศาสนา และความเชื่อ เช่น ตลาดน้ำ ตลาดโบราณ/แหล่งท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม/อุทยานประวัติศาสตร์ สิ่งที่ได้พบเห็นในแหล่งท่องเที่ยว ช่วยเพิ่มประสบการณ์และการ เรียนรู้ต่อสิ่งใหม่ๆ ที่ได้พบเห็น

การศึกษาด้วยกระบวนการนวจินตนาการ ในขั้นตอนที่ 5 การประเมินผล มีเป้าหมายเพื่อ
ประเมินประสิทธิภาพของต้นแบบที่สามารถตอบโจทย์ปัญหาและความต้องการของผู้ใช้งาน
ในการศึกษาสามารถระบุลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่ม
ครอบครัวด้วยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคำร้อยละ รายละเอียดดังตาราง 17

ตาราง 17 คำร้อยละเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำแนกรายกลุ่มที่มีต่อลักษณะแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว	ปู่ย่า-ตายาย	พ่อ-แม่	ลูก-หลาน (เด็กเล็ก)	ลูก-หลาน (เด็กโต)	รวม
แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย	17.3% (70)	20.7% (88)	20.6% (44)	20.9% (43)	19.6% (245)
กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย	9.7% (39)	12.5% (53)	17.3% (37)	7.3% (15)	11.5% (144)
ที่พักที่สะดวกสบาย	11.6% (47)	18.4% (78)	25.2% (54)	17.5% (36)	17.2% (215)
แหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม	25.2% (102)	20.7% (88)	17.8% (38)	25.2% (52)	22.4% (280)
สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย	20.3% (82)	16.5% (70)	15.4% (33)	9.7% (20)	16.4% (205)
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง	15.8% (64)	11.3% (48)	3.7% (8)	19.4% (40)	12.8% (160)

จากตาราง 17 การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ประกอบด้วย กลุ่มปู่ย่า-ตายาย กลุ่มพ่อ-แม่ กลุ่มลูกหลาน (เด็กเล็ก) และกลุ่มลูกหลาน (เด็กโต) ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในลักษณะต่างๆ พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามมากที่สุด ร้อยละ 22.4 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยว

ที่ปลอดภัย ร้อยละ 19.6 ลำดับถัดมา คือ ที่พักที่สะดวกสบาย ร้อยละ 17.2 สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย ร้อยละ 16.4 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง ร้อยละ 12.8 และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ร้อยละ 11.5

เมื่อพิจารณารายกลุ่มพบว่า นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวลักษณะที่ต่างกัน สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มปู่ย่า-ตายาย ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงามมากที่สุด ร้อยละ 25.2 รองลงมา คือ สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย ร้อยละ 20.3 ลำดับถัดมา คือ แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย ร้อยละ 17.3 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง ร้อยละ 15.8 ที่พักที่สะดวกสบาย ร้อยละ 11.6 และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ร้อยละ 9.7 สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มพ่อ-แม่ ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัยและแหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงามมากที่สุด ร้อยละ 20.7 รองลงมา คือ ที่พักที่สะดวกสบาย ร้อยละ 18.4 ลำดับถัดมา คือ สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย ร้อยละ 16.5 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ร้อยละ 12.5 และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง ร้อยละ 11.3 สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) ให้ความสำคัญต่อที่พักที่สะดวกสบายมากที่สุด ร้อยละ 25.2 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัย ร้อยละ 20.6 ลำดับถัดมา คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม ร้อยละ 17.8 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ร้อยละ 17.3 สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย ร้อยละ 15.4 และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง ร้อยละ 3.7 และสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม ร้อยละ 25.2 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย ร้อยละ 20.9 ลำดับถัดมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง ร้อยละ 19.4 ที่พักที่สะดวกสบาย ร้อยละ 17.5 สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย ร้อยละ 9.7 และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ร้อยละ 7.3

ผลจากการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในลักษณะต่างๆ ดังตารางข้างต้น แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวตั้งแต่ลำดับที่ 1-4 ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ดังนั้นผลการวิจัยจึงนำเสนอลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวใน 4 อันดับแรก ที่นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญ ดังตาราง 18

ตาราง 18 ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวให้ความสำคัญ

แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว	ปู่ย่า- ตายาย	พ่อ-แม่	ลูก-หลาน (เด็กเล็ก)	ลูก-หลาน (เด็กโต)
แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย	✓	✓	✓	✓
กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย			✓	
ที่พักที่สะอาดสบาย		✓	✓	✓
แหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม	✓	✓	✓	✓
สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย	✓	✓		
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง	✓			✓

จากตาราง 18 แสดงให้เห็นลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญ ประกอบด้วย กลุ่มปู่ย่า-ตายาย กลุ่มพ่อ-แม่ กลุ่มลูกหลาน (เด็กเล็ก) และกลุ่มลูกหลาน (เด็กโต) แสดงให้เห็นว่า มีแหล่งท่องเที่ยวในบางลักษณะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มให้ความสำคัญร่วมกัน คือ แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัยและแหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม สำหรับแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะอื่นๆ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะที่มีความสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ดังนี้ ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มปู่ย่า-ตายาย ให้ความสำคัญ ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัยและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง สำหรับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มพ่อ-แม่ ให้ความสำคัญกับที่พักที่สะอาดสบาย และสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย สำหรับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) ให้ความสำคัญต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายและที่พักที่สะอาดสบาย และลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) ให้ความสำคัญต่อที่พักที่สะอาดสบายและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง

สรุป

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1. ประสบการณ์ด้านการสร้างความสัมพันธ์ 2. ประสบการณ์ด้านความสนุก 3. ประสบการณ์ด้านความผ่อนคลาย 4. ประสบการณ์ด้านการหลบหนี 5. ประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ และ 6. ประสบการณ์ด้านการส่งต่อความทรงจำ สำหรับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1. แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย 2. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย 3. ที่พักที่สะดวกสบาย 4. แหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม 5. สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย และ 6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง นอกจากนี้การศึกษายังแสดงให้เห็นว่า ลักษณะของประสบการณ์ในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวด้านต่างๆ ที่แตกต่างกัน ยิ่งไปกว่านั้นพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในแต่ละช่วงวัยมีลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยวเฉพาะตัว เช่นเดียวกับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มพบว่า นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มมีความสนใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะที่ต่างกัน แต่ทุกกลุ่มให้ความเห็นตรงกันว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัยและแหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อการเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวด้วยกระบวนการนวจินตนาการ ในบริบทของชายหาดและสวนน้ำ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะของประสบการณ์การท่องเที่ยว และลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ในการจำแนกองค์ประกอบของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ตลอดจน การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การท่องเที่ยวกับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับ ครอบครัว และการเสนอแนวทางพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยว กลุ่มต่างๆ ในครอบครัว

ภายใต้การศึกษาด้วยกระบวนการนวจินตนาการประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1. การรับรู้ถึง ปัญหา 2. การสังเคราะห์ปัญหา 3. การรวบรวมวิธีการแก้ปัญหา 4. การเสนอวิธีการแก้ปัญหา และ 5. การประเมินผล เป็นกระบวนการศึกษาในงานวิจัยนี้ที่ให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของ นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวหลายกลุ่มในการออกแบบแหล่งท่องเที่ยวสำหรับทุกคนในครอบครัว

สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยวและลักษณะแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวจากมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวด้วยกระบวนการนวจินตนาการ

การศึกษาในวัตถุประสงค์นี้ ศึกษาด้วยกระบวนการนวจินตนาการตั้งแต่ **ขั้นที่ 1 การรับรู้ถึง ปัญหา** ในการรวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยวจากมุมมองของนักท่องเที่ยว กลุ่มครอบครัว ประกอบด้วย กลุ่ม ปู่ย่า-ตายาย กลุ่มพ่อแม่ กลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) และกลุ่ม ลูก-หลาน (เด็กโต) ทุกกลุ่มโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ใน **ขั้นที่ 2 การสังเคราะห์ปัญหา** การนำ ความคิดเห็นที่ได้รับมาจากนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ มาสังเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์แก่นสาระ Thematic Analysis เพื่อพัฒนาเป็นแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ และเป็นส่วน หนึ่งใน **ขั้นที่ 3 การรวบรวมวิธีการแก้ปัญหา** ในขั้นตอนย่อยที่ 1) การสร้างวิธีการแก้ปัญหา ให้

ได้มากที่สุดด้วยการจัดกลุ่มองค์ประกอบของประสบการณ์การท่องเที่ยว และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่เป็นภาพรวมที่สามารถสะท้อนมุมมองนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวทุกกลุ่มได้ วิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ องค์ประกอบ Exploratory Factor Analysis (EFA) การตัดแยกและการจัดกลุ่มประเด็นความคิดเห็นต่างๆ ตลอดจนการตัดประเด็นที่ไม่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เหลือเฉพาะชุดความคิดสัมพันธ์กัน ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ลักษณะของประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ

1. ประสบการณ์ด้านการสร้างความสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเปรียบเสมือนช่วงเวลาที่จะเติมเต็มความรัก ถ่ายทอดความอบอุ่นให้แก่คนในครอบครัว เกิดความทรงจำของครอบครัว
2. ประสบการณ์ด้านความสนุก กิจกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นสิ่งแปลกใหม่สำหรับนักท่องเที่ยว จึงสามารถสร้างความตื่นเต้น สนุกสนาน ให้แก่นักท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากเป็นกิจกรรมที่ได้ทำร่วมกับคนในครอบครัวที่อยู่ในช่วงวัยเดียวกัน
3. ประสบการณ์ด้านความผ่อนคลาย การเดินทางท่องเที่ยวเป็นช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวละทิ้งที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันไว้ที่บ้าน เนื่องจากต้องการฟื้นฟูร่างกายและจิตใจให้กลับมามีกำลังใจที่เข้มแข็งพร้อมเผชิญปัญหา และอุปสรรคในชีวิตได้อีกครั้ง
4. ประสบการณ์ด้านการหลบหนี การท่องเที่ยวทำให้สมาชิกในครอบครัวได้หลุดพ้นจากกฎเกณฑ์ที่เคร่งครัด ภาระหน้าที่ในชีวิตประจำวัน เพื่อมาสัมผัสสภาพแวดล้อมที่นักท่องเที่ยวปรารถนา ขณะเดียวกันการท่องเที่ยวทำให้ได้ทำตามความปรารถนาของตนเองมากขึ้น ทดแทนกิจกรรมที่ไม่พึงประสงค์ขณะอยู่ที่บ้าน
5. ประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ การเดินทางท่องเที่ยวทำให้ได้สัมผัสถึงวิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่แตกต่าง ช่วยสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ในสิ่งใหม่ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว เป็นประโยชน์ต่อตัวนักท่องเที่ยว
6. ประสบการณ์ด้านการส่งต่อความทรงจำ การเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวทำให้ได้พบเห็นสิ่งต่างๆ ในบางครั้งสิ่งที่ได้พบเห็นเป็นส่วนหนึ่งของความทรงจำ ดังนั้นจึงเป็นช่วงเวลาที่มาชิกในครอบครัวได้ถ่ายทอดเรื่องราวที่เป็นประสบการณ์ที่ได้สัมผัส ความประทับใจ ตลอดจนเรื่องราวของบรรพบุรุษให้แก่สมาชิกคนอื่นๆ ในครอบครัวได้รับรู้

ผลการวิเคราะห์ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ

1. แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในชีวิต ลดการเกิดอุบัติเหตุ จากกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในสวนน้ำหรือสวนสนุก เช่น เครื่องเล่นต่างๆ ได้รับการรับรอง ด้านความปลอดภัย และมีการตรวจสอบดูแลรักษาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวมี มาตรการป้องกันการเกิดอาชญากรรมในรูปแบบต่างๆ

2. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองกับความสนใจ นักท่องเที่ยวทุกช่วงวัย หรือเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ทุกคนในครอบครัวได้ทำร่วมกัน โดยลักษณะ กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความสนุก แปลกใหม่ หรือสร้างความรู้/ประสบการณ์ให้แก่ทุกคนใน ครอบครัว

3. ที่พักที่สะดวกสบาย ให้ความสำคัญการพักผ่อนหย่อนใจ โดยมีกิจกรรมหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายและเพลิดเพลิน

4. แหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม การอยู่ท่ามกลางธรรมชาติมีวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม อากาศที่บริสุทธิ์ สดชื่น เช่น ภูเขา ทะเล น้ำตก ตลอดจนสถานที่ที่มีความร่มรื่นโอบล้อมด้วยต้นไม้ และพันธุ์ไม้ต่างๆ

5. สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย แหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้ คอยรองรับการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกันของนักท่องเที่ยวทุกช่วงวัย ตั้งแต่วัยเด็กจนถึงผู้สูงอายุ ให้ สามารถท่องเที่ยวร่วมกันได้

6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่างเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม ของคนในท้องถิ่นที่แตกต่างจากสภาพแวดล้อมเดิมของนักท่องเที่ยว รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์ และแหล่งที่เป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจทางศาสนาและความเชื่อ

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับ แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว

การศึกษาในวัตถุประสงค์นี้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการนวจินตนาการ **ขั้นที่ 3 การ รวบรวมวิธีการแก้ปัญหา** ในขั้นตอนย่อยที่ 2) การคัดเลือกวิธีการแก้ปัญหา มีเป้าหมายเพื่อคัดเลือก วิธีการแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาเกี่ยวกับการแหล่งท่องเที่ยวไม่สามารถ ตอบสนองต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ด้วยการคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวกับประสบการณ์ การท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กัน ด้วยวิธีการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation

Coefficient) ตั้งแต่ระดับปานกลางขึ้นไป ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในภาพรวมพบว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูง มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .00 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การท่องเที่ยวรายด้านกับแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในลักษณะต่างๆ พบว่า มีลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในลักษณะต่างๆ ในระดับที่แตกต่างกัน สำหรับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในด้านต่างๆ ตั้งแต่ระดับปานกลางขึ้นไป มีดังนี้

ประสบการณ์ด้านการสานสัมพันธ์กับครอบครัว มีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวลักษณะต่างๆ ในระดับที่แตกต่างกัน ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับประสบการณ์ด้านการสานสัมพันธ์กับครอบครัวในระดับสูง คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย

ประสบการณ์ด้านความสนุก มีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวลักษณะต่างๆ ในระดับที่แตกต่างกัน ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับประสบการณ์ด้านความสนุกในระดับสูง คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง คือ ที่พักที่สะดวกสบาย

ประสบการณ์ด้านการพักผ่อน มีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวลักษณะต่างๆ ในระดับที่แตกต่างกัน ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับประสบการณ์ด้านการพักผ่อนในระดับปานกลาง ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย และแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย

ประสบการณ์ด้านการหลบหนี มีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวลักษณะต่างๆ ในระดับที่แตกต่างกัน ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับประสบการณ์ด้านการหลบหนีในระดับสูง คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย ที่พักที่สะดวกสบาย สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย และแหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม

ประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ มีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวลักษณะต่างๆ ในระดับที่แตกต่างกัน ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับประสบการณ์ด้าน

การเรียนรู้ในระดับสูง คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง ที่พักที่สะดวกสบาย

ประสบการณ์ด้านการส่งต่อความทรงจำ มีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ลักษณะต่างๆ ในระดับที่แตกต่างกัน ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับประสบการณ์ด้านการส่งต่อความทรงจำในระดับปานกลาง ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวด้วยกระบวนการนวจินตนาการ

การศึกษาในวัตถุประสงค์นี้ศึกษาด้วยกระบวนการนวจินตนาการตั้งแต่ขั้นที่ 3-5 ใน **ขั้นที่ 3 การรวบรวมวิธีการแก้ปัญหา** ในขั้นตอนย่อยที่ 2) การคัดเลือกวิธีการแก้ปัญหาที่ด้วยวิธีการระบุแหล่งท่องเที่ยวสอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ในครอบครัว โดยการระบุประสบการณ์การท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในแต่ละกลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อคัดเลือกความคิดที่จะนำมาสร้างต้นแบบที่สื่อถึงวิธีการแก้ปัญหาในขั้นตอนต่อไป ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของนักท่องเที่ยวในกลุ่มต่างๆ ที่มีต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวมีรายละเอียด ดังนี้

ความแตกต่างของนักท่องเที่ยวในกลุ่มต่างๆ ที่มีต่อลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ความแตกต่างของนักท่องเที่ยวโดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวกลุ่มปู่ย่า-ตายาย นักท่องเที่ยวกลุ่มพ่อ-แม่ นักท่องเที่ยวกลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) และนักท่องเที่ยวกลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) ที่มีต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวต้องการได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .00 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ความแตกต่างระหว่างประสบการณ์การท่องเที่ยวรายด้านกับนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ สรุปได้ว่า ลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มปู่ย่า-ตายาย มีลักษณะประสบการณ์เฉพาะที่ให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านการสร้างความสัมพันธ์ สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มพ่อ-แม่ ให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านการสร้างความสัมพันธ์ ประสบการณ์ด้านความสนุก ประสบการณ์ด้านการพักผ่อน ประสบการณ์ด้าน

การหลบหนี และประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ นักท่องเที่ยวในกลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) ให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านการสร้างความสัมพันธ์ ประสบการณ์ด้านความสนุก ประสบการณ์ด้านการหลบหนี และประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ และนักท่องเที่ยวในกลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) ให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ด้านความสนุก และประสบการณ์ด้านการเรียนรู้

ความแตกต่างของนักท่องเที่ยวในกลุ่มต่างๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว

การวิเคราะห์ความแตกต่างของนักท่องเที่ยวโดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวในกลุ่มปู่ย่า-ตายาย นักท่องเที่ยวในกลุ่มพ่อแม่ นักท่องเที่ยวในกลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) และนักท่องเที่ยวในกลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ มีความสนใจต่อลักษณะแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในลักษณะต่างๆ แตกต่างกันไป สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม ปู่ย่า-ตายาย ให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย แหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม และสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มพ่อแม่ ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง นักท่องเที่ยวในกลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ที่พักที่สะดวกสบาย แหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม และสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย และสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) ให้ความสำคัญต่อที่พักที่สะดวกสบาย และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง

ขั้นที่ 4 การเสนอวิธีการแก้ปัญหา ให้ความสำคัญกับการนำวิธีการแก้ปัญหาที่ได้คัดเลือกมาเสนอเป็นวิธีการแก้ปัญหาด้วยการสร้างเป็นต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 6 ลักษณะ ในรูปแบบของแบบสอบถามเพื่อทำการทดสอบความสามารถในการตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ อีกครั้ง โดยต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวทั้ง 6 ลักษณะ ดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัย ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในชีวิต ลดการเกิดอุบัติเหตุจากกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในสวนน้ำหรือสวนสนุก เช่น เครื่องเล่นต่างๆ ได้รับการรับรองด้านความปลอดภัย และมีการตรวจสอบดูแลรักษาอย่างต่อเนื่อง มีมาตรการป้องกัน

การเกิดอาชญากรรมในรูปแบบต่างๆ เช่น มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่เคร่งครัด ความปลอดภัย เกิดรู้สึกปลอดภัย สบายใจในการท่องเที่ยวร่วมกัน

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองกับความสนใจ นักท่องเที่ยวทุกช่วงวัย หรือเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ทุกคนในครอบครัวได้ทำร่วมกัน โดยลักษณะ กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความสนุก แปลกใหม่ หรือสร้างความรู้/ประสบการณ์ให้แก่ทุกคนใน ครอบครัว

ที่พักที่สะดวกสบาย ให้ความสำคัญการพักผ่อนหย่อนใจ โดยมีกิจกรรมหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สำหรับทุกคนในครอบครัว เช่น มีกิจกรรมที่สร้างความสนุก และประสบการณ์ใหม่ๆ ให้แก่เด็ก และมีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายที่จะสร้างเพลิดเพลินระหว่างการเข้าพัก เช่น สระว่ายน้ำ สนามเด็กเล่น คีตส์คลับ ฟิตเนส เป็นต้น

แหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติอยู่ท่ามกลางอากาศที่บริสุทธิ์ สดชื่น มีธรรมชาติที่สวยงาม เช่น ภูเขา ทะเล น้ำตก ตลอดจนสถานที่ที่มีความร่มรื่นโอบล้อมด้วยต้นไม้ และพันธุ์ไม้ต่างๆ นักท่องเที่ยว ได้รับความรู้สึกผ่อนคลาย สบายใจ

สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้คอยรองรับการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกันของนักท่องเที่ยวทุกช่วงวัย ตั้งแต่วัยเด็กจนถึงผู้สูงอายุ เพื่อให้สามารถสมาชิกใน ครอบครัวทุกช่วงวัยสามารถท่องเที่ยวร่วมกันได้

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งที่เป็นที่ยึด เหนี่ยวจิตใจทางศาสนาและความเชื่อ เช่น ตลาดน้ำ ตลาดโบราณ/แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/ อุทยานประวัติศาสตร์ สิ่งที่ได้พบเห็นในแหล่งท่องเที่ยวช่วยเพิ่มประสบการณ์และการเรียนรู้ต่อสิ่ง ใหม่ๆ ที่ได้พบเห็น

ขั้นที่ 5 การประเมินผล ให้ความสำคัญกับการประเมินวิธีการแก้ปัญหาที่สามารถตอบโจทย์ ปัญหาและความต้องการของผู้ใช้งานทุกกลุ่ม ในการศึกษาครั้งนี้ได้เสนอต้นแบบแหล่งท่องเที่ยว สำหรับครอบครัวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ทั้ง 6 ลักษณะ เพื่อนำไป ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวใน ลักษณะต่างๆ เพื่อเสนอลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญ

ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า มีแหล่งท่องเที่ยวในบางลักษณะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มให้ความสำคัญร่วมกันคือแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัยและแหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม สำหรับแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะอื่นๆ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะที่มีความสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ดังนี้ ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มปู่ย่า-ตายายให้ความสำคัญ ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัยและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง สำหรับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มพ่อ-แม่ให้ความสำคัญกับที่พักที่สะดวกสบาย และสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย สำหรับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มลูก-หลาน (เด็กเล็ก) ให้ความสำคัญต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายและที่พักที่สะดวกสบาย และลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) ให้ความสำคัญต่อที่พักที่สะดวกสบายและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยวและลักษณะแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวจากมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวด้วยกระบวนการวจินตนาการ

จากผลการวิจัยทำให้ทราบถึง ลักษณะของประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวและลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ดังนี้

ลักษณะของประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ดังนี้ 1. ประสบการณ์ด้านการสร้างความสัมพันธ์ 2. ประสบการณ์ด้านความสนุก 3. ประสบการณ์ด้านการพักผ่อน 4. ประสบการณ์ด้านการหลบหนี 5. ประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ และ 6. ประสบการณ์ด้านการส่งต่อความทรงจำ

สำหรับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ดังนี้ 1. แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย 2. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย 3. ที่พักที่สะดวกสบาย 4. แหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม 5. สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย และ 6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ประกอบด้วย คนหลากหลายช่วงวัยเดินทางท่องเที่ยวร่วมกัน ในแต่ละช่วงวัยให้ความสำคัญต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวในลักษณะที่แตกต่างกัน ดังนั้น

ประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในกลุ่มครอบครัวจึงประกอบไปด้วยลักษณะที่หลากหลาย (Backer & Schänzel, 2013; Gram 2005) ลักษณะของประสบการณ์ที่แตกต่างกันส่งผลให้นักท่องเที่ยวในกลุ่มครอบครัวมีความสนใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะที่แตกต่างกันตามประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับ ที่ผ่านมามีการศึกษามากมายที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในกลุ่มต่างๆ ส่วนใหญ่แสดงให้เห็นว่า ลักษณะของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวมีความแตกต่างตามช่วงวัย ดังที่นักวิชาการ (Carr, 2011; Pomfret, 2019) พบว่า ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มพ่อ-แม่ ให้ความสำคัญต่อการได้สัมผัสทัศนภาพและได้ใช้เวลาเพื่อผ่อนคลาย แต่สำหรับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเด็กให้ความสำคัญต่อความสนุก ความตื่นเต้น ความแปลกใหม่ และความปลอดภัย ดังนั้นนักท่องเที่ยวกลุ่มพ่อ-แม่ กับลูกจึงมีความสนใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น ผลการศึกษาของ Gram (2005) แสดงให้เห็นถึง ความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะที่แตกต่างกันระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มพ่อ-แม่ กับลูก พบว่า ประสบการณ์ของเด็กเกี่ยวข้องกับความสุขและสัมพันธภาพกับครอบครัว ดังนั้นเด็กจึงมีความสนใจต่อการได้ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างความสนุกสนานเพลิดเพลินตลอดจนได้ทำกิจกรรมร่วมกับพ่อ-แม่ เช่น ได้เล่นน้ำ กิจกรรมชายหาดโดยมีพ่อ-แม่ ร่วมกิจกรรมด้วย แต่สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มพ่อ-แม่ ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ด้านการหลบหนีจากกฎเกณฑ์ที่เคร่งครัดในชีวิตประจำวัน ดังนั้นนักท่องเที่ยวกลุ่มพ่อ-แม่ จึงมีความสนใจต่อการได้ทำกิจกรรมที่ช่วยลดความตึงเครียด และคลายความเหนื่อยล้าของร่างกาย เช่น การนอนเล่น การอ่านหนังสือ การชมวิวทิวทัศน์ เช่นเดียวกับประสบการณ์การท่องเที่ยวจากมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มปู่ย่า-ตายาย พบว่า การท่องเที่ยวกับครอบครัวเป็นโอกาสที่ตนเองได้ใช้เวลาพร้อมกับหลานมากขึ้น เพื่อแสดงออกถึงความรักและได้ถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ของตนเองให้แก่หลาน แต่ขณะเดียวกันก็มีความปรารถนาสำหรับตนเองที่จะได้รับประสบการณ์ที่ได้พักผ่อน จึงให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมสำหรับเด็กท่ามกลางความสวยงามธรรมชาติและอากาศที่บริสุทธิ์ (Blichfeldt & Mikkelsen, 2017; Hebblethwaite, 2017)

ลักษณะของประสบการณ์การท่องเที่ยวของเด็กและผู้ใหญ่ที่มีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงส่งผลในการท่องเที่ยวร่วมกันทุกวันนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มพ่อ-แม่ ยอมละทิ้งความสุขและความปรารถนาส่วนตัวเพื่อให้ลูกได้รับประสบการณ์ที่เป็นความสุข ความต้องการของลูก (Shaw et al., 2008) ส่งผลให้ลักษณะของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวผู้ใหญ่ทุกวันนี้มีการผสมผสานกันระหว่างประสบการณ์

ส่วนตัวและประสบการณ์ที่มีต่อลูก-หลาน ดังที่ Johns and Gyimóthy (2003) ได้ตั้งข้อสังเกตว่าการท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว นักท่องเที่ยวกลุ่มพ่อ-แม่ มักมีความขัดแย้งกันระหว่างความปรารถนาของตนเองกับความปรารถนาที่จะให้ลูก-หลาน ได้รับประสบการณ์ ดังนั้นทุกวันนี้พ่อ-แม่ หรือแม้กระทั่งปู่ย่า-ตายาย จึงมักยอมเสียสละความสุขของตนเอง เพื่อให้ลูก-หลาน ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินจากการเดินทางท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ภายใต้ประสบการณ์การท่องเที่ยวในลักษณะเดียวกันนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มสามารถตีความไปตามสิ่งที่ตนเองให้ความสำคัญ อาจกล่าวได้ว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวในแต่ละลักษณะสามารถที่จะหลอมรวมให้เป็นประสบการณ์เพื่อทุกคนในครอบครัวได้ สอดคล้องกับที่ วีรยา มีสวัสดิกุล กับศิริเพ็ญ ดาบเพชร และฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2566) พบว่า ประสบการณ์ที่ได้ผ่อนคลาย เป็นความปรารถนาของนักท่องเที่ยวที่ต้องการลดความตึงเครียดในปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่ ทั้งยังสามารถฟื้นฟูจิตใจให้พร้อมเผชิญต่อปัญหาและอุปสรรคได้อีกครั้ง เกี่ยวข้องกับการได้ใช้เวลาร่วมกับคนในครอบครัว ได้เห็นคนที่ตนเองรักมีความสุขและมีเวลาได้ทำในสิ่งที่ตนเองปรารถนา ในมุมมองของผู้ใหญ่ เช่น การอ่านหนังสือ การถ่ายรูป และการใช้โซเชียลมีเดีย และในมุมมองของเด็กการได้ทำกิจกรรมที่ให้ความเพลิดเพลินสามารถพัฒนาอารมณ์ของเด็กได้

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวใช้โอกาสในการท่องเที่ยวเพื่อให้สมาชิกในครอบครัวได้ใช้เวลาด้วยกัน โดยลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจมีความเกี่ยวข้องกับมุมมองของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ดังที่ Jamal, Aminudin, and Kausar (2019) ที่ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยพบว่า ลักษณะของกิจกรรมสำหรับทุกคนในครอบครัวควรเป็นกิจกรรมที่ออกแบบให้ทุกคนในครอบครัวทำกิจกรรมร่วมกันได้ ดังนั้นกิจกรรมสำหรับครอบครัวควรคำนึงถึงประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน สำหรับประสบการณ์ของพ่อ-แม่ ให้ความสำคัญต่อการได้ใช้เวลาคุณภาพกับครอบครัว สำหรับประสบการณ์ของลูก สนใจต่อการทำกิจกรรมต่างๆ ที่สร้างความสนุกเพลิดเพลิน ลักษณะของกิจกรรมสำหรับครอบครัว ควรมุ่งเน้นให้สมาชิกในครอบครัวได้ใช้เวลาด้วยกันและสามารถสร้างความตื่นตัว สนุกสนานให้แก่ทุกคนในครอบครัว สอดคล้องกับการวิจัยหลายเรื่องที่สะท้อนให้เห็นถึงมุมมองของประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวร่วมกับ

ครอบครัว เช่น Lehto et al. (2017) ได้ศึกษาลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถเข้าถึงประสบการณ์ท่องเที่ยวจากมุมมองของนักท่องเที่ยวในกลุ่มครอบครัวพบว่า ภายใต้ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในลักษณะต่างๆ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กันดังนี้ ในด้านการสื่อสารและสัมพันธภาพในครอบครัว (Communication and Togetherness) มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการถ่ายรูป ถ่ายวิดีโอ ด้านการค้นพบสิ่งต่างๆ ร่วมกัน (Shared Exploration) มีความสัมพันธ์กับการได้ไปเยือนในแหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งแวดล้อมความแตกต่างจากชีวิตประจำวัน เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ตลอดจนอาหารท้องถิ่น ด้านการหลบหนีจากชีวิตประจำวันและการพักผ่อน (Escape and Relaxation) มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และด้านการส่งเสริมประสบการณ์เรียนรู้สำหรับเด็ก (Experiential Learning for Children) มีความสัมพันธ์กับทุกกิจกรรมการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ วีรยา มีสวัสดิกุล และ ศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2565) ที่ศึกษาประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ของเด็กอายุระหว่าง 6-12 ปี ที่ได้รับจากกิจกรรมการท่องเที่ยวในพบว่า ในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัวหากเด็กได้ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ทำให้ได้รับความผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจ เช่น การเล่นน้ำ กิจกรรมชายหาด การช้อปปิ้ง ช่วยส่งเสริมประสบการณ์เรียนรู้ให้แก่เด็กได้อย่างมีประสิทธิภาพเนื่องจากเด็กสามารถเรียนรู้ได้มีขึ้นหากการเรียนรู้มาพร้อมกับความสนุกและเด็กอยู่ในสถานะที่ตนกำลังมีความสุข

ผลการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจข้างต้น สอดคล้องกับผลการศึกษาค้นคว้าที่พบว่า ลักษณะของประสบการณ์การท่องเที่ยวในลักษณะต่างๆ มีความสัมพันธ์กับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในแต่ละด้านในระดับแตกต่างกัน สำหรับประสบการณ์ด้านการสร้างสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัยมากที่สุด สอดคล้องกับเซ่งงานวิจัยของ Backer และ Schänze (2013) กับ Fountain และคณะ (2015) และ Blichfeldt กับ Mikkelsen (2017) พบว่า ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวจะเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยลดความกดดันของพ่อ-แม่ ตลอดจนปู่ย่า-ตายาย ในการดูแลลูก-หลาน ระหว่างเดินทางท่องเที่ยว และทำให้เข้าถึงการได้พักผ่อนซึ่งเป็นประสบการณ์สำคัญที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คาดหวัง เช่นเดียวกับ Sobolchi และ Ivanov (2015) ที่เสนอว่า แหล่งนันทนาการกลางแจ้ง เช่น สวนหย่อม สนามเด็กเล่นช่วยส่งเสริมประสบการณ์ด้านการปฏิสัมพันธ์ในครอบครัวผ่านกิจกรรมต่างๆ ที่ทำร่วมกัน

ผลการศึกษาพบว่า ประสบการณ์ด้านความสนุก มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากที่สุด ทั้งนี้ Carr (2011) กับ Wu และคณะ (2019) กล่าวว่า ประสบการณ์ด้านความสนุกเป็นประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีความสำคัญสำหรับกลุ่มเด็กเล็ก สอดคล้องกับนักวิชาการหลายคนที่ได้กล่าวถึง ลักษณะของประสบการณ์ด้านความสนุกจากมุมมองของเด็ก เช่น Rhoden et al. (2016) พบว่า เป็นการทำกิจกรรมต่างๆ ที่สามารถสร้างความสนุกสนานเพลิดเพลิน การส่งเสริมเด็กให้ได้เคลื่อนไหวร่างกาย การมีอิสระในการเล่น ตลอดจนการได้รู้จักเพื่อนใหม่ ในขณะที่ Cullingford (1995) และ Gram (2005) พบว่า เป็นกิจกรรมที่อยู่ในความสนใจของเด็ก อย่างไรก็ตามการศึกษานี้ยังพบว่า การได้ทดลองทำกิจกรรมใหม่ๆ และการได้จินตนาการถึงวิถีชีวิตที่ตนอยากเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ด้านความสนุกด้วย

ประสบการณ์ด้านการพักผ่อน มีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด สอดคล้องผลการศึกษาของ วีรยา มีสวัสดิกุล และคณะ (2566) พบว่า ประสบการณ์ที่ได้ผ่อนคลายในมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว คือ การได้อยู่ท่ามกลางธรรมชาติและอากาศที่บริสุทธิ์ ดังนั้นในการปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวโดยการเพิ่มพื้นที่สีเขียว ได้แก่ การเพิ่มจำนวนไม้ยืนต้นขนาดใหญ่เพื่อเพิ่มความร่มรื่น ส่งเสริมให้มีพืชพรรณที่หลากหลายในการดึงดูดความสนใจ ตลอดจนการจัดให้มีพื้นที่โล่งที่ปกคลุมด้วยสนามหญ้าเพื่อรองรับการทำกิจกรรมร่วมกันของครอบครัว การรองรับเหล่านี้ช่วยให้นักท่องเที่ยวได้เข้าถึงการผ่อนคลาย โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นฐานในเขตเมืองได้หลบหนีจากสภาพแวดล้อมเดิมๆ เช่น ความร้อนและมลภาวะ ช่วยฟื้นฟูร่างกายและจิตใจ ลดความตึงเครียดจากปัญหาในชีวิตประจำวัน

ประสบการณ์ด้านการหลบหนี มีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวที่กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากที่สุด ลักษณะของประสบการณ์ที่ได้หลบหนีจากมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวทุกกลุ่ม มีความคิดเห็นว่า การท่องเที่ยวกับครอบครัวทำให้คนในครอบครัวได้เปลี่ยนบรรยากาศไปสู่สิ่งแวดล้อมใหม่ๆ เปลี่ยนแปลงความเคร่งครัดในรูปแบบการใช้ชีวิตเดิมๆ เพื่อให้ได้ใช้ชีวิตหรือได้ทำในสิ่งต่างๆ ตามความปรารถนาของตนเอง (Schanzel, 2021; Schanzel and Carr, 2016) แต่ทั้งนี้นักท่องเที่ยวช่วงวัยต่างๆ มีความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะความแตกต่างระหว่างเด็กกับผู้ใหญ่พบว่า ลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เด็กสนใจมักเกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ได้เคลื่อนไหว เช่น วายน้ำ พายเรือ แต่สำหรับผู้ใหญ่ มักสนใจกิจกรรมที่ช่วยให้ผ่อนคลายจากความเหนื่อยล้าของร่างกายและจิตใจ เช่น การชมวิวทิวทัศน์ การเดินเล่น

(Gram 2005; Nickerson & Jurowski, 2001) การมีกิจกรรมที่หลากหลายรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกช่วงวัย ช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์เฉพาะตัว สอดคล้องกับผลการวิจัยที่ศึกษาการพัฒนาบาร์ให้เป็นสถานที่สำหรับครอบครัวจากประสบการณ์ผู้ใช้บริการพบว่า ปัจจุบันเด็กมักมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของพ่อ-แม่ ดังนั้น สถานบริการโดยเฉพาะบาร์ ในอดีตเป็นสถานบริการที่มุ่งเน้นสร้างความสุขเฉพาะผู้ใหญ่ ควรขยายการให้บริการไปยังกลุ่มผู้ใช้บริการอื่นๆ โดยเฉพาะการรองรับเด็กที่เข้ามาใช้บริการพร้อมกับพ่อ-แม่ มุ่งเน้นการให้บริการที่สร้างความเพลิดเพลินให้แก่เด็ก เช่น สมุดระบายสี หรือจัดสรรพื้นที่โล่งเพื่อเปิดโอกาสให้เด็กได้เคลื่อนไหว โดยที่ลูกอยู่ในสายตาของพ่อ-แม่ ตลอดเวลา กิจกรรมสำหรับเด็กเหล่านี้ จะเป็นตัวช่วยให้แก่พ่อ-แม่ ได้ใช้เวลาได้อย่างเต็มที่ไปกับการรับประทานอาหาร และการพบปะสังสรรค์ (Lugosi et al., 2020)

ประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ มีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวที่กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า ประสบการณ์ด้านการเรียนรู้เป็นประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเด็ก (Lehto et al., 2017; Poria et al., 2005) เนื่องจากเป้าหมายหลักประการหนึ่งของการเดินทางท่องเที่ยวของพ่อ-แม่ คือ การใช้โอกาสจากการเดินทางท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนในการพัฒนาการเรียนรู้ของลูก (Carr, 2011)ภายใต้ประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ สามารถจำแนกได้เป็น 4 ลักษณะ ดังนี้ 1. การได้รับประสบการณ์ใหม่ 2. การส่งเสริมพัฒนาการของเด็ก 3. การได้รับทักษะใหม่ๆ และ 4. การมีส่วนร่วมต่อสิ่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการพบเห็น การเล่น การทดลอง ในระหว่างการท่องเที่ยว เกิดขึ้นได้จากการที่เด็กได้ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ (วีรยา มีสวัสดิกุล และศิริเพ็ญ ดาบเพชร, 2565) ทั้งนี้ Shaw และ Dawson (2001) ได้ยกตัวอย่างลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสอดแทรกความรู้ให้แก่เด็กผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การเปิดโอกาสให้เด็กมีส่วนร่วมปฏิบัติ กิจกรรมที่จัดให้มีการแสดงหรือการสาธิตและทดลอง ตลอดจนการมีวิทยากรนำชม สิ่งเหล่านี้ล้วนกระตุ้นให้เด็กมีความสนใจที่จะเรียนรู้และได้รับทักษะในสิ่งต่างๆ เป็นต้น

ประสบการณ์ด้านการส่งต่อความทรงจำ มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากที่สุด สอดคล้องกับที่นักวิชาการหลายคน (Schanzel et al., 2012; Schänzel & Yeoman, 2015) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเปิดโอกาสคนในครอบครัวได้ใช้เวลาาร่วมกัน ผ่านการเดินทาง รับประทานอาหาร และกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ความรักความอบอุ่นจากการท่องเที่ยวเกิดเป็นความทรงจำที่มีคุณค่า ลักษณะของการส่งต่อความทรงจำให้มีความสำคัญต่อ

การส่งต่อความทรงจำที่มีคุณค่าไปสู่ลูก-หลาน เช่น Hebblethwaite (2017) กล่าวว่า กลุ่มปู่ย่า-ตา ยาย มักใช้โอกาสจากการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อแสดงออกถึงความรัก และได้ถ่ายทอดความรู้ และ ประสบการณ์ของตนเองให้แก่หลาน สำหรับมุมมองของพ่อ-แม่ พบว่า การท่องเที่ยวเป็นโอกาสที่ ตนเองจะแสดงความรักแก่ลูกผ่านการเล่นและการทำกิจกรรมร่วมกัน ก่อให้เกิดเป็นความผูกพันใน ครอบครัว ดังนั้นพ่อ-แม่ มักหาโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อถ่ายทอดความรักและปลูกฝังความ ทรงจำที่เกี่ยวข้องกับสายสัมพันธ์ในครอบครัวให้แก่ลูกในขณะที่ลูกยังอยู่ในวัยเด็ก เนื่องจากยิ่งลูก เติบโตขึ้นมักจะไปให้ความสำคัญกับเพื่อนฝูงและกิจกรรมอื่นๆ ทำให้การปฏิสัมพันธ์ระหว่างพ่อ-แม่ กับลูกลดลง (Carr, 2011, Schänzel, 2021)

การศึกษาครั้งนี้นอกจากจะแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มี ต่อแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะต่างๆ ยังแสดงให้เห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในแต่ละ ประเภทอาจรองรับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่หลากหลายได้ ดังที่ผลจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายมีความสัมพันธ์ต่อประสบการณ์การท่องเที่ยว ได้แก่ ประสบการณ์ด้านความสุข ประสบการณ์ด้านการหลบหนี ประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ และ ประสบการณ์ด้านการส่งต่อความทรงจำ ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงามมีความสัมพันธ์ ต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวในด้านการสร้างความสัมพันธ์และด้านการพักผ่อน สอดคล้องกับ การศึกษาของ วีรยา มีสวัสดิกุล และคณะ (2566) พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวต้องเผชิญกับ ปัญหาความไม่ลงรอยในการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกัน เนื่องมาจากมีความสนใจต่อแหล่งท่องเที่ยว ในลักษณะที่แตกต่างกัน ดังนั้นหากแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวสามารถรองรับประสบการณ์ของ นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มได้จะช่วยขจัดปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกัน ภายใต้แนวทางพัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ดังนี้ 1. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย (Offering a Variety of Tourism Activities) 2. การส่งเสริมพื้นที่สำหรับการพักผ่อน (Providing Designated Rest Areas) และ 3. การเพิ่มพื้นที่สีเขียว (Creating Green Spaces)

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวด้วย กระบวนการนวัตนาการ

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่ผ่านมา มีนักวิชาการหลายท่านให้ ความสำคัญต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อเด็ก เนื่องจากมีหลักคิดที่ “เด็กเป็นจุด ศูนย์กลางของครอบครัว” (Song et al., 2020; Jamal et al., 2019) ดังนั้นความสนุกสนาน

เพลิดเพลิน ตลอดจนประสบการณ์เรียนรู้ที่ลูก-หลาน ได้รับจากการทำกิจกรรมต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว ย่อมเป็นความสุขของพ่อ-แม่ ตลอดจนปู่ย่า-ตายาย แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวส่วนหนึ่งจึงให้ความสำคัญกับเด็กๆ เป็นหลัก เช่นเดียวกับผลการวิจัยที่ศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวจากมุมมองของพ่อ-แม่ และปู่ย่า-ตายาย พบว่า ให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ที่มีคุณค่าที่ลูก-หลาน จะได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้นในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวมักคำนึงถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับลูก-หลาน เป็นอันดับแรก (วีรยา มีสวัสดิกุล และคณะ 2566; Khoo-Lattimore & Yang, 2018; Gaines, Hubbard, Witte, O' Neill, 2004) ในขณะที่เดียวกันมีผลการศึกษาบางส่วนได้เสนอลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวในลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น ความแตกต่างทางประสบการณ์การท่องเที่ยวระหว่างเด็กกับผู้ใหญ่ สำหรับเด็กให้ความสำคัญต่อความสนุกสนานดังนั้นมี ความสนใจต่อกิจกรรมที่ได้เคลื่อนไหว เช่น ว่ายน้ำ พายเรือ แต่สำหรับผู้ใหญ่ ให้ความสำคัญต่อการได้ผ่อนคลาย ดังนั้นจึงมีความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ทำให้ได้ผ่อนคลายจากความเหนื่อยล้าของร่างกาย และจิตใจ เช่น การชมวิทิวทัศน์ การเดินเล่น (Gram 2005; Nickerson & Jurowski, 2001)

สอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้ที่พบว่า สามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวให้สอดคล้องกับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ โดยพบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเด็กเล็กจำเป็นต้องมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ความสนุก แปลกใหม่ ตลอดจนเป็นกิจกรรมที่เสริมสร้างความรู้ สอดคล้องกับ Cullingford (1995) พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญต่อการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ของเด็ก เนื่องจากการเล่นเปรียบเสมือนธรรมชาติของชีวิต ในวัยเด็ก ยังได้มีโอกาสเล่นมากเท่าไรก็ยิ่งเพิ่มโอกาสในการเรียนรู้ของเด็กมากขึ้น (Cullingford, 1995) โดยเฉพาะกิจกรรมที่สามารถสร้างความสนุกสนานเพลิดเพลินสามารถพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ให้แก่เด็กได้อย่างมีประสิทธิภาพ (วีรยา มีสวัสดิกุล และศิริเพ็ญ ดาบเพชร, 2565) ขณะเดียวกันพบว่า ที่พักที่สะดวกสบายมีลักษณะเป็นที่พักที่มีกิจกรรมที่หลากหลายหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการรองรับทุกคนในครอบครัวให้ได้รับความผ่อนคลายและความสนุกสนาน มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มพ่อ-แม่ และลูก (เด็กเล็ก-เด็กโต) สอดคล้องกับที่นักวิชาการหลายคนพบว่า การตัดสินใจเลือกที่พักที่จะท่องเที่ยวกับครอบครัวในมุมมองของพ่อ-แม่ มักให้ความสำคัญต่อกิจกรรมของลูกเป็นหลัก เช่น สระว่ายน้ำ สนามเด็กเล่น คิด้ส์คลับ เพราะในขณะ

ที่ลูกได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน ลูกสามารถเล่นได้ด้วยตัวเองก็เป็นช่วงเวลาที่มีพ่อแม่ ได้มีเวลาได้ผ่อนคลาย (Gaines et al., 2004; Khoo-Lattimore & Yang, 2018) แหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่อาจมีข้อจำกัดในช่วยวัยต่างๆ โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กเล็กและผู้สูงอายุ ตลอดจนสถานที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้รับความผ่อนคลาย มีความสำคัญต่อกลุ่มปู่ย่า-ตายาย และกลุ่มพ่อแม่ สอดคล้องกับวีรยา มีสวัสดิกุล และคณะ (2566) พบว่า การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวส่วนใหญ่มีหลากหลายช่วงวัยควรให้ความสำคัญต่อมุมมองพักผ่อน เช่น มีจำนวนจุดนั่งพักเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจุดนั่งพักอยู่ในพื้นที่ที่มีความร่มรื่นและอยู่ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมถึงจัดสรรที่นั่งพักในพื้นที่ต่างๆ จะเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มปู่ย่า-ตายาย ที่แม้ในบางครั้งอาจไม่เข้าร่วมกิจกรรมกับครอบครัวเนื่องจากข้อจำกัดด้านสุขภาพแต่มุมมองพักผ่อนช่วยสร้างความผ่อนคลายและทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ใช้เวลาร่วมกับคนครอบครัวลดอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกัน เช่นเดียวกับ Wu and Wall (2017) พบว่า คาเฟ่ ร้านอาหารถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมที่ตนเองสนใจได้ทั้งที่ยังอยู่ในพื้นที่เดียวกัน ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว โดยเฉพาะกลุ่มลูก-หลาน (เด็กโต) มีความอยากรู้อยากเห็นในปรากฏการณ์ใหม่ๆ และต้องการสัมผัสกับวิถีชีวิตวัฒนธรรมที่แตกต่างจากบ้าน ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นแหล่งที่มีภาพลักษณ์ทางด้านอาหารและของฝาก รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างความเพลิดเพลิน และทำให้ได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ แก่นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Byrnes (2001) กล่าวว่า เยี่ยมชมเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมตลอดจนการสัมผัสวิถีชีวิต วัฒนธรรมและประเพณีของคนในท้องถิ่น สามารถดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเด็กมักมีความสนใจสิ่งใหม่ที่ได้พบเห็นไม่ว่าจะเป็นความแตกต่างทางภาษา อาหาร สถาปัตยกรรม การแต่งกาย

ยิ่งไปกว่านั้นผลการศึกษาคั้งนี้ยังแสดงให้เห็นว่า มีแหล่งท่องเที่ยวในบางลักษณะที่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มให้ความสำคัญร่วมกันพบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัยให้ความสำคัญต่อการดูแลความปลอดภัยต่อชีวิตทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ความรู้สึกปลอดภัยช่วยทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสบายใจ ไร้กังวลในการท่องเที่ยวร่วมกัน สอดคล้องกับ (Ahmad & Jusoh, 2018) ที่พบว่าความปลอดภัยเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว เกี่ยวข้องกับการ

รับผิดชอบต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เช่น ป้ายเตือนภัยที่ชัดเจน กล้องวงจรปิด ตลอดจนเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัยที่ให้ความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มกลุ่มเด็กและผู้สูงอายุ เนื่องจากมีข้อจำกัดในการช่วยเหลือตัวเองได้ เช่นเดียวกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงามเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มให้ความสำคัญร่วมกัน เกี่ยวข้องกับการได้ใช้เวลาร่วมกับครอบครัวท่ามกลางธรรมชาติ อากาศที่บริสุทธิ์ เพื่อให้ได้รับความผ่อนคลายสบายใจ ส่งเสริมให้เกิดความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นในครอบครัว สอดคล้องกับ Lehto et al. (2017) พบว่า แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีอากาศที่บริสุทธิ์ ช่วยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มครอบครัวได้รับประสบการณ์ที่ได้ผ่อนคลายและการหลบหนีจากชีวิตประจำวัน อีกทั้งสามารถทำกิจกรรมได้หลากหลายตามความสนใจเฉพาะบุคคล เช่น ในมุมมองของผู้ใหญ่ได้เพลิดเพลินไปกับวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม ความร่มรื่นแวดล้อมไปด้วยต้นไม้และพันธุ์ไม้ สำหรับเด็กช่วยกระตุ้นความสนใจทำกิจกรรมกลางแจ้ง เช่น การปั่นจักรยาน การวิ่งเล่น และกระตุ้นความสนใจให้สมาชิกในครอบครัวทำกิจกรรมร่วมกัน เช่น การชมวิวทิวทัศน์ การรับประทานอาหาร การเล่นว่าว (Blichfeldt and Mikkelsen, 2017) เช่นเดียวกับผลการศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวของเด็กเล็กอายุระหว่าง 8-11 ปี พบว่า สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติมีความสำคัญต่อประสบการณ์ของเด็ก โดยเฉพาะเด็กที่มีถิ่นพำนักในเขตเมือง ลักษณะสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันสามารถดึงดูดความสนใจจากเด็กได้อย่างมาก ภายใต้สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติลักษณะดังนี้ ป่าเขา แหล่งน้ำ และทุ่งหญ้าช่วยกระตุ้นให้เด็กอยากเคลื่อนไหวร่างกายมากขึ้น เช่น การวิ่งเล่น อีกทั้งยังเป็นการเสริมสร้างการเรียนรู้นอกห้องเรียนให้แก่เด็ก (Wu et al., 2019)

กรอบแนวคิดสรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวด้วยกระบวนการนวัตนาการในบริบทของชายหาดและสวนน้ำ สามารถสรุปองค์ความรู้ตามกรอบแนวคิดดังแสดงในภาพ 3



ภาพ 3 กรอบแนวคิดสรุปผลการวิจัย

จากภาพ 3 แสดงกรอบแนวคิดสรุปผลการวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวประเภทชายหาดและสวนน้ำ โดยพบว่า องค์กรประกอบสำคัญต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ประกอบด้วย 4 องค์กรประกอบ คือ

1. ความปลอดภัย เช่น ระบบรักษาความปลอดภัยที่เคร่งครัด ตลอดจนเครื่องเล่นและอุปกรณ์ต่างๆ ที่มีมาตรฐาน และป้ายเตือนภัยต่างๆ ถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากนักท่องเที่ยวในกลุ่มลูก-หลาน ที่อยู่ในวัยเด็กยังขาดความตระหนักในเรื่องความปลอดภัย ดังนั้นหากแหล่งท่องเที่ยวมีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ จะช่วยสร้างความสบายใจในการเดินทางท่องเที่ยว
2. สภาพแวดล้อมโดยพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม มีลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวมีความร่มรื่นเต็มไปด้วยต้นไม้ใหญ่เพื่อสร้างอากาศที่บริสุทธิ์และไม่ร้อน ในแหล่งท่องเที่ยวมีพื้นที่โล่งกว้างปกคลุมด้วยสนามหญ้า เพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้ทำในสิ่งที่ปรารถนา สำหรับเด็กการวิ่งเล่นสำหรับสมาชิกครอบครัวกลุ่มอื่น เช่น การชมวิวทิวทัศน์ การปิกนิก การอ่านหนังสือ เป็นต้น
3. กิจกรรมการท่องเที่ยว ลักษณะของกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวควรมุ่งเน้นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้มีกิจกรรมที่ทุกคนในครอบครัวสามารถทำกิจกรรมร่วมกันได้ และกิจกรรมภาคปฏิบัติที่ได้รับทั้งความสนุกสนานเพลิดเพลิน อีกทั้งยังช่วยประสบการณ์และความรู้ ตลอดจนพัฒนาการเด็ก และ
4. สิ่งอำนวยความสะดวก โดยเฉพาะสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุและเด็ก สืบเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในกลุ่มขยาย เป็นกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวร่วมกันหลายช่วงวัย โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กเล็กและกลุ่มผู้สูงอายุมีข้อจำกัดในการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้นสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุและเด็ก ตลอดจนทางลาด ลาวจับ ลิฟต์ เพื่อรองรับรถวีลแชร์ และรถเข็นเด็กจะช่วยให้ทุกคนในครอบครัวสามารถเดินทางท่องเที่ยวร่วมกันได้ ในขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวให้ความสำคัญต่อการพักผ่อนผ่านกิจกรรมที่ตนเองสนใจ เช่น การอ่านหนังสือ การชมวิว ทิวทัศน์ หรือแม้แต่การนั่งมองลูก-หลานเล่น ดังนั้นการส่งเสริมให้มีมุมสำหรับนั่งพักผ่อนกระจายอยู่ทุกพื้นที่ เป็นพื้นที่ๆ นักท่องเที่ยวจะได้ทำตามสนใจของตนเอง ในขณะที่ในแหล่งท่องเที่ยวที่มี ร้านอาหาร ร้านกาแฟและศูนย์อาหาร ที่ให้บริการมีส่วนช่วยคลายความร้อนและความเหนื่อยล้าจากการท่องเที่ยว สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็กเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวเนื่องจากลูก-หลาน เปรียบเสมือนจุดศูนย์กลางของครอบครัวในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่จะเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัวมักให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวที่

สร้างความสนุกสนานเพลิดเพลินแก่เด็ก นอกจากเด็ก ๆ จะได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินแล้ว กิจกรรมต่างๆ อีกทั้งยังมีส่วนช่วยส่งเสริมพัฒนาการให้แก่เด็ก

นอกจากนี้ผลการศึกษายังแสดงให้เห็นถึง แนวการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่รองรับการเดินทางท่องเที่ยวของครอบครัวในรูปแบบต่างๆ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่รองรับการท่องเที่ยวของครอบครัวแบบขยาย ในแหล่งท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่สวยงาม มีกิจกรรมที่สร้างความผ่อนคลายและได้ใช้เวลาร่วมกัน สำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่รองรับการท่องเที่ยวของครอบครัวเดี่ยว ควรมุ่งเน้นที่พักที่สะดวกสบาย เช่น มีสระว่ายน้ำ คีตส์คลับ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมสำหรับทุกคนในครอบครัว รวมถึงแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ในครอบครัว ผลจากการศึกษาครั้งนี้ผู้ประกอบการสามารถไปใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับในบริบทต่างๆ นำไปสู่การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและสายสัมพันธ์ในครอบครัว

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวด้วยกระบวนการนวจินตนาการในบริบทของชายหาดและสวนน้ำ สามารถสรุปการนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้ดังรายละเอียดในตาราง 19

ตาราง 19 การสรุปการนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้

<p>1. ประสบการณ์ ของนักท่องเที่ยว กลุ่มครอบครัว</p>	<p>1.1 ลักษณะประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1. ประสบการณ์ด้านการสร้างความสัมพันธ์ 2. ประสบการณ์ด้านความสนุก 3. ประสบการณ์ด้านการพักผ่อน 4. ประสบการณ์ด้านการหลบหนี 5. ประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ และ 6. ประสบการณ์ด้านการส่งต่อความทรงจำ สอดคล้องกับนักวิชาการ (Backer & Schänzel, 2013; Gram 2005) กล่าวว่า ลักษณะของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวมีความแตกต่างไปจากประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยทั่วไป เนื่องจากเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวหลายช่วงวัย ดังนั้น ประสบการณ์จึงประกอบไปด้วยหลากหลายลักษณะ</p>
	<p>1.2 ประสบการณ์ด้านการสร้างความสัมพันธ์ เป็นประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวมีความเห็นว่ามีค่ามากที่สุด นอกจากนี้ นักวิชาการหลายคน (Carr, 2011; Mintel, 2009; Shaw, 2010) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงครอบครัวเป็นช่วงเวลาคุณภาพที่ครอบครัวจะได้มีโอกาสสานสัมพันธ์จากกิจกรรมที่ครอบครัวทำร่วมกันระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ก่อให้เกิดความสุข ความอบอุ่น และความทรงจำที่มีคุณค่าของทุกคนในครอบครัว</p>

	<p>1.3 นักท่องเที่ยวกลุ่มพ่อ-แม่ มีประสบการณ์ด้านการพักผ่อน เป็นประสบการณ์เฉพาะตัว เช่นเดียวกับที่นักวิชาการหลายคน (Gram 2005; Nickerson & Jurowski, 2001; Shaw, 2008; Small 2005) เสนอว่า ลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยวจากมุมมองของพ่อ-แม่ ที่มีต่อตนเองนั้นปรารถนาที่จะได้รับประสบการณ์ที่สร้างความผ่อนคลาย เป็นผลสืบเนื่องมาจากความกดดันจากภาระหน้าที่การทำงานสอดคล้องกับตัวอย่างผลการศึกษาของ Thornton และคณะ (1997) ที่ศึกษาเกี่ยวกับลักษณะการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มพ่อ-แม่ พบว่า หากเป็นการเดินทางท่องเที่ยวโดยที่ไม่มีลูกร่วมเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลุ่มพ่อ-แม่ มักเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการได้รับประสบการณ์ที่ทำให้ได้พักผ่อน เช่น การเดินชมอาคารบ้านเรือน การอ่านหนังสือ (Gram 2005)</p>
<p>2. แหล่งท่องเที่ยว สำหรับครอบครัว</p>	<p>2.1 ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1. แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย 2. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย 3. ที่พักที่สะดวกสบาย 4. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม 5. สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทุกช่วงวัย และ 6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตที่แตกต่าง สอดคล้องกับที่นักวิจัยหลายคนพบว่า แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวประกอบด้วยหลายองค์ประกอบ เพื่อใช้สำหรับรองรับการท่องเที่ยวร่วมกันของสมาชิกในครอบครัว ในแต่ละช่วงวัยมักให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะที่แตกต่างกัน (Fountain et al., 2015; Tangeland & Aas, 2011) เช่น ปู่ย่า-ตายาย มักให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวที่มีอากาศบริสุทธิ์ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Blichfeldt & Mikkelsen, 2017) นักท่องเที่ยวกลุ่มพ่อ-แม่ ให้ความสำคัญต่อความปลอดภัย กิจกรรมสำหรับเด็กเพื่อให้ตนเองได้มีเวลาทำกิจกรรมที่ตนเองสนใจ และกลุ่มลูก-หลาน ให้ความสำคัญต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว (Carr, 2011; Khoo-Lattimore & Yang, 2018)</p>

	<p>2.2 แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในลักษณะต่างๆ มีความสัมพันธ์กับประสบการณ์การท่องเที่ยวในลักษณะที่แตกต่างกัน อีกทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวในแต่ละช่วงวัยให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับที่ Gram (2005) และ Shavanddasht, (2018) ได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวช่วงวัยต่างๆ ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะที่แตกต่างกันตามประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว</p>
	<p>2.3 ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวจะให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะที่แตกต่างกัน แต่ก็มีแหล่งท่องเที่ยวในบางลักษณะที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญร่วมกัน ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม สอดคล้องกับที่ วีรยา มีสวัสดิกุล และคณะ (2566) พบว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรองรับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวทุกกลุ่มได้ แหล่งท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญต่อกิจกรรมที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้ผ่อนคลาย เกี่ยวข้องกับการได้ใช้เวลาร่วมกับคนในครอบครัว ได้เห็นคนที่ตนเองรักมีความสุข และมีเวลาทำกิจกรรมที่ตนเองปรารถนา ท่ามกลางความงดงามทางธรรมชาติและอากาศที่บริสุทธิ์</p>
	<p>2.4 ผลการศึกษาได้แสดงให้เห็นว่า นอกจากแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวจะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มในครอบครัวได้ ยังพบว่า แหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างจุดแข็งให้แก่แหล่งท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการเดินทางในลักษณะที่แตกต่างกัน สำหรับครอบครัวขยายควรเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้ใช้เวลาร่วมกัน ท่ามกลางธรรมชาติที่สวยงาม อากาศที่บริสุทธิ์ และแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวเดี่ยว ควรเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมหลากหลายที่ให้ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ส่งเสริมประสบการณ์การเรียนรู้ กิจกรรมที่ทุกคนสามารถทำร่วมกันได้</p>

<p>3. กระบวนการ นวจินตนาการ</p>	<p>โมเดลการออกแบบในปัจจุบันให้ความสำคัญต่อการออกแบบที่มาจากปัญหาและความต้องการของผู้ใช้เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบสะท้อนตัวตนที่แท้จริงของผู้ใช้งาน (Brown & Wyatt, 2010; Design Council, 2021; IDEO.org, 2015) ทั้งนี้ผู้ใช้งานปัจจุบันในแต่ละบุคคลต่างมีข้อจำกัด ความสนใจ และเป้าหมายในการใช้ผลิตภัณฑ์ในลักษณะที่แตกต่างกัน เป็นข้อจำกัดในการออกแบบที่จะสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานทุกกลุ่มได้ สอดคล้องกับที่มาของการศึกษาครั้งนี้ที่พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ประกอบด้วยบุคคลหลากหลายในครอบครัวหลายกลุ่มเดินทางท่องเที่ยวร่วมกัน ประกอบด้วย ปู่ย่า-ตายาย พ่อ-แม่ และลูก-หลาน เดินทางท่องเที่ยวร่วมกัน ในแต่ละกลุ่มต่างมีลักษณะประสบการณ์การท่องเที่ยวแตกต่างกัน ซึ่งเชื่อมโยงมาสู่ความสนใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะที่แตกต่างกัน เกิดปัญหาต่อการท่องเที่ยวเนื่องจากมีสมาชิกในครอบครัวบางกลุ่มไม่ได้รับความสุขจากการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว (Backer & Schänzel, 2013; Davidson, 1996; Gram 2005; Nickerson & Jurowski, 2001) เป็นผลจากในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่ผ่านมาให้ความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในครอบครัว เช่น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากมุมมองของเด็ก โดยแหล่งท่องเที่ยวมักถูกพัฒนามาจากมุมมองของพ่อ-แม่ หรือตัวเด็กเอง (Khoo-Lattimore, Prayag, & Cheah, 2015; Li, Xu, & Chen, 2020; Nyman, Westin, & Carson, 2018; Song, Park, & Kim, 2020) ทำให้แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวไม่สามารถตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มได้ ในการศึกษาครั้งนี้จึงต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากมุมมองของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มในครอบครัว เพื่อให้ได้แหล่งท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มได้ช่วยสร้างความสุขให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่เดินทางท่องเที่ยวร่วมกัน การศึกษาครั้งนี้จึงพัฒนากระบวนการศึกษาใหม่ขึ้นมาภายใต้ “กระบวนการนวจินตนาการ” (Ideations Process) ที่ประยุกต์มาจากการโมเดลการออกแบบ ได้แก่</p>
--	--

การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) การออกแบบด้วยโมเดล เพชรคู่ (Double Diamond Design Process) และการออกแบบ โดยมีศูนย์กลางคือผู้ใช้งาน (Human Centered Design) โดย กระบวนการนวจินตนาการมีหลักการออกแบบที่สำคัญ คือ การผสานจากหลากหลายความคิดเห็นในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้หลายกลุ่ม กระบวนการนวจินตนาการประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1. การรับรู้ถึงปัญหา 2. การสังเคราะห์ปัญหา 3. การรวบรวมวิธีการแก้ปัญหา 4. การเสนอวิธีการแก้ปัญหา และ 5. การประเมินผล สามารถอภิปรายขั้นตอนต่างๆ ในกระบวนการนวจินตนาการ ได้ดังนี้

ขั้นที่ 1 การรับรู้ถึงปัญหา ให้ความสำคัญต่อการผสมผสานความคิดที่หลากหลายจากผู้ใช้งาน การทำความเข้าใจความต้องการของผู้ใช้อย่างลึกซึ้งจากผู้ใช้งานหลากหลายมุมมองช่วยให้นักออกแบบรับรู้ถึงความต้องการ ปัญหา และอุปสรรคของผู้ใช้ทุกกลุ่ม การศึกษาในขั้นตอนนี้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกจากนักท่องเที่ยวกิจกรรมครอบครัวในกลุ่มต่างๆ เกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยวและลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว เพื่อให้ทราบถึงลักษณะของประสบการณ์การท่องเที่ยวและลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญสอดคล้องกับโมเดลการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ได้เสนอว่า ในขั้นตอนนี้หากนักออกแบบสามารถระบุถึงตัวตนของผู้ใช้ ปัญหาและความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจะเป็นโอกาสสำคัญให้นักออกแบบการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าต่อผู้ใช้งาน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ช่วยแก้ปัญหาที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง และเป็นปัญหาที่มีความสำคัญต่อกลุ่มผู้ใช้งาน (Brown, 2008)

ขั้นที่ 2 การสังเคราะห์ปัญหา ให้ความสำคัญต่อการเก็บรวบรวมความคิดเห็นจากผู้ใช้งานกลุ่มต่างๆ ให้ได้มากที่สุด ทำการจัดการข้อมูลด้วยการตัดแยก จัดกลุ่มข้อมูล โดยเฉพาะประเด็นที่เป็นความต้องการหรือปัญหาจากผู้ใช้งาน เพื่อกำหนดทิศทางการออกแบบที่สามารถแก้ปัญหาให้แก่ผู้ใช้ได้ ในการศึกษาครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์แก่นสาระ Thematic Analysis เพื่อพัฒนาเป็น

แบบสอบถามที่รวบรวมและจัดกลุ่ม ประเด็นความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกุุ่มต่างๆ เกี่ยวกับลักษณะของประสบการณ์การท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับนำไปศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกุุ่มต่างๆ ในการออกแบบแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว สอดคล้องกับโมเดลการออกแบบต่างๆ ที่เสนอว่า หลังจากทีรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้ ขึ้นต่อมาเป็นต้องมีการคัดแยกและจัดข้อมูลที่เป็นประเด็นปัญหา เพื่อให้ผู้ออกแบบสามารถกำหนดประเด็นที่จะนำไปสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อสรุปประเด็นสำคัญและหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป (Brown & Wyatt, 2010; Design Council, 2021; IDEO.org, 2015)

ขั้นที่ 3 การรวบรวมวิธีการแก้ปัญหา เนื่องจากกระบวนการนวจินตนาการให้ความสำคัญต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ใช้นหลายกลุ่ม ดังนั้นในขั้นนี้จึงให้ความสำคัญต่อหาวิธีการแก้ปัญหาที่ตอบสนองต่อผู้ใช้นทุกกลุ่ม ทั้งนี้การผสมผสานจากหลากหลายความคิด เพื่อเก็บรวบรวมไว้เป็นวิธีการแก้ปัญหา ดังนั้นกระบวนการนวจินตนาการในขั้นนี้ จึงประกอบด้วย 2 ขั้นตอนย่อยคือ 1) การสร้างวิธีการแก้ปัญหา ด้วยวิธีการผสมผสานจากหลากหลายความคิดเห็นจากผู้ใช้นหลายๆ ช่วยสร้างให้เกิดวิธีการแก้ปัญหาให้ได้จำนวนมาก ในการศึกษาครั้งนี้ทำการจัดกลุ่มองค์ประกอบของประสบการณ์การท่องเที่ยว และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่เป็นภาพรวมที่สะท้อนถึงมุมมองของนักท่องเที่ยวกุุ่มจากทุกกลุ่ม และ 2) การคัดเลือกวิธีการแก้ปัญหา เพื่อคัดเลือกวิธีการแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้นกลุ่มต่างๆ ได้ การศึกษาครั้งนี้คัดเลือกวิธีการแก้ปัญหาโดยพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับประสบการณ์การของนักท่องเที่ยวกุุ่ม และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวกุุ่มต่างๆ ในครอบครัวได้ สอดคล้องกับโมเดลการคิดเชิงออกแบบ (Design thinking) มีขั้นตอนการสร้างความคิด (Ideate) ใช้กระบวนการระดมความคิด เพื่อเป็นการต่อยอดทางความคิดส่งผลให้เกิดความคิดนอกกรอบ ที่ตอบโจทยปัญหา

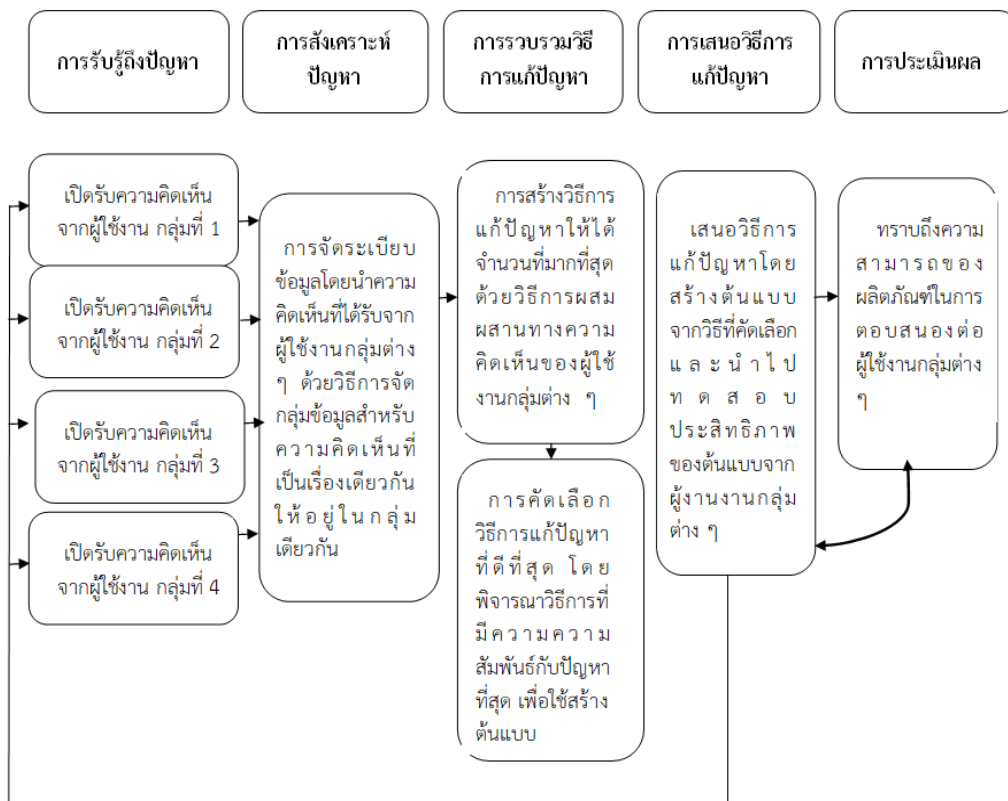
ของผู้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ไปรมา อิศรเสนา และ ชูจิต ตรีรัตนพันธ์, 2560)

ขั้นที่ 4 การเสนอวิธีการแก้ปัญหา มีเป้าหมายเพื่อสร้างต้นแบบที่สามารถสื่อถึงวิธีการแก้ปัญหาให้เป็นรูปธรรม เพื่อนำไปใช้สื่อสารกับผู้ใช้งานเพื่อขอความคิดเห็นจากผู้ใช้งานทุกกลุ่ม เนื่องจากขั้นตอนนี้อาจต้องสร้างต้นแบบซ้ำๆ จนกว่าจะได้ต้นแบบที่นักออกแบบเห็นว่ามีความมีประสิทธิภาพในการตอบสนองต่อผู้ใช้งานทุกกลุ่ม ดังนั้นต้นแบบที่สร้างขึ้นควรคำนึงถึงความเรียบง่าย ประหยัด แต่ยังสามารถสื่อสารให้ผู้ใช้งานเข้าใจถึงวิธีการในการแก้ปัญหาได้ การศึกษาครั้งนี้เสนอวิธีการแก้ปัญหาโดยนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในลักษณะต่างๆ ในรูปแบบของแบบสอบถามเพื่อนำไปศึกษาแก่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มว่ามีแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะใดที่สามารถตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวได้บ้าง สอดคล้องกับการสร้างต้นแบบที่สื่อถึงวิธีการแก้ปัญหาจากแนวความคิดเชิงออกแบบ และโมเดลการออกแบบเพชรคู มีขั้นตอนการสร้างต้นแบบ หรือการพัฒนาเพื่อส่งมอบสู่ผู้ใช้ (Prototype, Deliver) ให้มีความสำคัญกับการสร้างต้นแบบจากประเด็นที่ได้รับคัดเลือก เพื่อนำไปทดสอบว่ามีประสิทธิภาพ โดยเสนอว่า ควรใช้หลักการที่เรียบง่ายในการสร้างต้นแบบ เนื่องจากอาจต้องนำไปทดสอบหลายครั้ง จนกว่าจะได้ต้นแบบที่มีประสิทธิภาพ (Brown & Wyatt, 2010; Design Council, 2021)

ขั้นที่ 5 การประเมินผล ให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบโจทย์ปัญหาและความต้องการของผู้ใช้งานทุกกลุ่ม ทำการประเมินผลจากนักท่องเที่ยวว่า แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในแต่ละลักษณะสามารถตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มใดได้บ้าง เพื่อนำเสนอแนวทางพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ที่สามารถตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มในครอบครัวได้ สอดคล้องกับโมเดลการออกแบบต่างๆ ได้เสนอถึงขั้นตอนการประเมินผล โดยกล่าวว่าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ก่อนที่จะนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดแล้วแต่มีการทดสอบต้นแบบก่อนแทบทั้งสิ้น ดังที่โมเดลการคิดเชิงออกแบบ (DesignThinking)

มีขั้นตอนการทดสอบ (Testing) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการออกแบบ โดยขั้นตอนนี้มีความเกี่ยวข้องกับขั้นตอนก่อนหน้า คือ การสร้างต้นแบบ (Prototype) เนื่องจากหลังจากที่ทำการทดสอบต้นแบบ อาจต้องมีการพัฒนา ปรับปรุง จำเป็นต้องทำซ้ำหลายครั้งจนกว่าจะได้ต้นแบบที่สมบูรณ์ที่สุดก่อนจะออกสู่ตลาด (โครงการพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมเสริมหลักสูตรด้านความเป็นผู้ประกอบการ, 2560)

กระบวนการนวจินตนาการที่ได้นำเสนอข้างต้นแสดงให้เห็นว่าทุกขั้นตอนให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของผู้ใช้งานทุกกลุ่มเพื่อออกแบบแหล่งท่องเที่ยวสำหรับทุกคนในครอบครัว ในแต่ละขั้นตอนให้ความสำคัญต่อความคิดเห็นของผู้ใช้หลายกลุ่มซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อนักออกแบบผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการ ตลอดจนนักวิชาการ ในการนำกระบวนการนวจินตนาการไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้งาน โดยเฉพาะการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นการใช้ประโยชน์ร่วมกันของคนหลายกลุ่ม เช่น แหล่งท่องเที่ยว สวนสาธารณะ พื้นที่กิจกรรมในชุมชน เป็นต้น สำหรับการศึกษาครั้งนี้ได้เสนอโมเดลการออกแบบด้วยกระบวนการนวจินตนาการ ดังภาพ 4



ภาพ 4 โมเดลการออกแบบด้วยกระบวนการนวจินตนาการ



ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

การศึกษาครั้งนี้สะท้อนให้เห็นถึงมุมมองความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวตามบทบาทในครอบครัวเป็นประโยชน์ต่อภาควิชาการ ตลอดจนผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ดังนี้

1.1 การศึกษาครั้งนี้ใช้กระบวนการนวจินตนาการเป็นกระบวนการศึกษา กระบวนการนี้ให้ความสำคัญต่อการผสมผสานจากหลากหลายความคิดเพื่อสร้างความคิดใหม่ที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้หลายกลุ่ม ดังนั้นนักวิชาการตลอดจนนักออกแบบที่ต้องการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับคนหลายกลุ่มสามารถใช้กระบวนการนวจินตนาการเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นการใช้ประโยชน์ร่วมกันของคนหลายกลุ่ม เช่น แหล่งท่องเที่ยว สวนสาธารณะ พื้นที่กิจกรรมในชุมชน

1.2 การศึกษาครั้งนี้ได้นำเสนอองค์ประกอบของประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มในครอบครัว และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ช่วยเติมเต็มองค์ความรู้เกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่สะท้อนมาจากนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มในครอบครัวเป็นประโยชน์ให้นักวิชาการนำองค์ความรู้ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวทำการศึกษาค้นคว้าต่อไป

1.3 การศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในลักษณะต่างๆ สามารถให้ประสบการณ์การท่องเที่ยวในลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น แหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงามทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ด้านการสร้างความสัมพันธ์และการพักผ่อน เป็นโอกาสให้แก่ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวในการเตรียมความพร้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถรองรับประสบการณ์การท่องเที่ยวได้ เช่น การจัดพื้นที่ให้สามารถรองรับกิจกรรมในครอบครัว เช่น การปิกนิก การพักผ่อนหย่อนใจ

1.4 การศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า แม้นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวจะให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะที่แตกต่างกัน แต่ก็มีแหล่งท่องเที่ยวในบางลักษณะที่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มให้ความสำคัญร่วมกัน คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม และความปลอดภัย ดังนั้นผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว เช่น ชายหาด สวนน้ำ สวนสนุก ตลอดจนโรงแรมและรีสอร์ทสำหรับครอบครัว ฯลฯ สามารถนำข้อมูลจากผลการวิจัยนี้ไปพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว

เช่น การเพิ่มจำนวนต้นไม้เพื่อความร่วมมือช่วยสร้างบรรยากาศที่เหมาะสมต่อการพักผ่อน มีมาตรการควบคุมดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และมาตรฐานของอุปกรณ์ที่นำมาใช้ในกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น สไลเดอร์ เครื่องเล่นต่างๆ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาครั้งนี้เก็บข้อมูลเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดและสวนน้ำ ดังนั้นหากมีการเก็บข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นร่วมด้วยจะสามารถเปรียบเทียบได้ว่า ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวในประเภทต่างๆ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อประสบการณ์และแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันในลักษณะใดบ้าง

2.2 แนวโน้มของครอบครัวในอนาคตจะมีการขยายตัวของครอบครัวที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น ครอบครัวข้ามรุ่น (Skipped Generation Family) ครอบครัวที่พ่อ/แม่เลี้ยงลูกตามลำพัง (Single Parents Family) ครอบครัวที่มีพ่อและแม่เป็นเพศเดียวกัน (Rainbow Family) นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวเหล่านี้อาจต้องการได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยว ตลอดจนต้องการการรองรับจากแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองที่แตกต่างกัน ดังนั้นหากมีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบ นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวที่มีลักษณะเฉพาะกลุ่มต่างๆ ช่วยสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ ในการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม



- กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว. (2562). *นิยามและประเภทครอบครัว*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2556). *การคิดเชิงสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ: ชัคเชสมิเดีย.
- โครงการพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมเสริมหลักสูตรด้านความเป็นผู้ประกอบการ. (2560). *คู่มือการจัดการเรียนการสอนรายวิชากระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ชูลีกร ธนนิติกร, และ ญัฐรัฐ ธนนิติกร. (2556). จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์กับการวิจัยทางสังคมศาสตร์. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*, 2(1), 29-36.
- ไพบรมา อิศรเสนา, และ ชูจิต ตรีรัตนพันธ์. (2560). *การคิดเชิงออกแบบ: เรียนรู้ด้วยการลงมือทำ*. กรุงเทพฯ: ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC.
- วีรยา มีสวัสดิกุล, และ ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2565). ประสบการณ์การเรียนรู้ของเด็กผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงครอบครัว : การวิเคราะห์องค์ประกอบและความสัมพันธ์. *วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 22(2), 75-89.
- วีรยา มีสวัสดิกุล, ศิริเพ็ญ ดาบเพชร, และ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2566). เราเที่ยวด้วยกัน: ประสบการณ์ร่วมกันของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวหลายช่วงวัย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, 13(3), 132-148.
- สุจิตรา ริมดุสิต, พูนทรัพย์ เศษศรี และ ชิดชม กันจุฬา. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว กรณีศึกษาจังหวัดนนทบุรี. *วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี*, 18(2), 127-140.
- สุพรรณ พุ้เจริญ. (2557). ทัศนคติที่บ่งบอกในงานวิจัย. *วารสารเทคนิคการแพทย์และกายภาพบำบัด*, 26(1), 1-4.
- อโณทัย งามวิชัยกิจ. (2564). *วิจัยการตลาด*. กรุงเทพฯ: บริษัทแอกทีฟ พรินท์ จำกัด.
- อารง สุทธาศาสน์, และ วิภาส ทองสุทธิ. (2563). *ปฏิบัติการวิจัยสังคมศาสตร์ มาตรฐานวิทยานิพนธ์และดุขณินิพนธ์*. กรุงเทพฯ: อินทภาษ.
- Agarwal, S., Busby, G., & Huang, R. (Eds.). (2018). *Special interest tourism: Concepts, contexts and cases*. CABI.

- Agoda. (2018). Asian travelers leading the family travel surge; Agoda releases findings from its global 'Family Travel Trends 2018' research. Retrieved from <https://www.agoda.com/press/family-travel-trends-2018?cid=1844104>
- Ahmad, H., & Jusoh, H. (2018). Family-friendly beach tourism in Malaysia: whither physical or man-made determinants. *Review of socio-economic perspectives RSEP*, 141.
- Alderson, P. (2012). *Children as researchers: The effects of participation rights on research methodology*: Routledge.
- Altukhova, N., Vasileva, E., & Gromova, A. (2018). Design thinking in the marketing research on tourism experience *Financial and Economic Tools Used in the World Hospitality Industry* (pp. 73-77): CRC Press.
- Backer, E., & Schänzel, H. (2013). Family Holidays—Vacation or Obligation? *Tourism Recreation Research*, 38(2), 159-173.
- Baía, J. (2018). Mothers' perceptions of adolescents' influence on the purchase decisions of family vacations. *Athens Journal of Tourism*, 5(2), 111-132.
- Barker, J., & Weller, S. (2003). "Is it fun?" Developing children centred research methods. *International journal of sociology and social policy*.
- Bigne, J. E., Sanchez, M. I., & Sanchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: inter-relationship. *Tourism management*, 22(6), 607-616.
- Blichfeldt, B. S. (2007). A nice vacation: Variations in experience aspirations and travel careers. *Journal of vacation marketing*, 13(2), 149-164.
- Blichfeldt, B. S., & Mikkelsen, M. (2016, 24-29 May 2016). *Grand Parenting and Holidaying*. Paper presented at the 4th Interdisciplinary Tourism Research Conference, Bodrum, Turkey.

- Blichfeldt, B. S., & Mikkelsen, M. V. (2017). Grand parenting by the pool: extending family tourism research to grandparent-grandchildren holidays. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 1(27/28), 2315-2324.
- Blichfeldt, B. S., Pedersen, B., Johansen, A., & Hansen, L. (2010). Tween Tourists: Children and Decision-Making.
- Borgers, N., De Leeuw, E., & Hox, J. (2000). Children as respondents in survey research: Cognitive development and response quality 1. *Bulletin of Sociological Methodology/Bulletin de méthodologie sociologique*, 66(1), 60-75.
- Boyden, J., & Ennew, J. (1997). *Children in focus: a manual for participatory research with children*: Rädda Barnen.
- Braun, V., & Clarke, V. (2012). *Thematic analysis*. American Psychological Association.
- Brown, T. (2008). Design thinking. *Harvard business review*, 86(6), 84.
- Brown, T., & Wyatt, J. (2010). Design thinking for social innovation. *Development Outreach*, 12(1), 29-43.
- Byrnes, D. A. (2001). Travel schooling: Helping children learn through travel. *Childhood Education*, 77(6), 345-350.
- Camargo, B., Iberri, L., Llano, R., & Lozano, M. (2021). New perspectives on family tourism: Motivations, travel behavior and experiences of single-parent families.
- Carr, N. (2006). A comparison of adolescents' and parents' holiday motivations and desires. *Tourism and Hospitality Research*, 6(2), 129-142.
- Carr, N. (2011). *Children's and families' holiday experience* (Vol. 22): Routledge.
- Chang, S.-H., & Lin, R. (2019). *A Framework of Experiential Service Design in Creative Tourism*. Paper presented at the International Conference on Human-Computer Interaction.

- Chen, Y., Lehto, X. Y., & Cai, L. A. (2012). Activity pattern of family travelers in a rural area—A case in Southern Indiana. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 13(2), 103-122.
- Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*, 13(2), 179-201.
- Coleman, J. C. (2011). *The nature of adolescence*: Routledge.
- Commuri, S., & Gentry, J. W. (2000). Opportunities for family research in marketing.
- Creswell, J. W., & Clark, V. L. P. (2017). *Designing and conducting mixed methods research*: Sage publications.
- Cullingford, C. (1995). Children's attitudes to holidays overseas. *Tourism Management*, 16(2), 121-127.
- Curtale, R. (2015). Family decisions in tourism activities: the influence of the children.
- Curtale, R. (2018). Analyzing children's impact on parents' tourist choices. *Young Consumers*.
- Daly. (2004). *The Changing Culture of Parenting*. Ottawa: Vanier Institute of the Family.
- Davidson, P. (1996). The holiday and work experiences of women with young children. *Leisure Studies*, 15(2), 89-103.
- Design Council. (2021). *What is the framework for innovation? Design Council's evolved Double Diamond*: Design Council.
- Dickman, S. (1997). *Tourism: An Introductory Text*. Holder Education, Rydalmere. *New South Wales*.
- Dorow, P., Dávila, G., Rados, G. J. V., & Vallejos, R. (2015). Generation of ideas, ideation and idea management. *Navus: Revista de Gestão e Tecnologia*, 5(2), 51-59.
- Fountain, J., Schänzel, H., Stewart, E., & Körner, N. (2015). Family experiences of visitor attractions in New Zealand: Differing opportunities for 'family time' and 'own time'. *Annals of Leisure Research*, 18(3), 342-358.

- Freeman, M., & Mathison, S. (2009). *Researching children's experiences*: Guilford Press
New York.
- Freysinger, V. J. (1994). Leisure with children and parental satisfaction: Further evidence of a sex difference in the experience of adult roles and leisure. *Journal of leisure research*, 26(3), 212-226.
- Gaines, B. L., Hubbard, S. S., Witte, J. E., & O'Neill, M. A. (2004). An analysis of children's programs in the hotel and resort industry market segment. *International journal of hospitality & tourism administration*, 5(4), 85-99.
- Ghate, D., & Hazel, N. (2002). *Parenting in poor environments: Stress, support and coping*: Jessica Kingsley Publishers.
- Gillis, J. R. (1997). *A world of their own making: Myth, ritual, and the quest for family values*: Harvard University Press.
- Graburn, N. (1983). Editor's page. *Annual of Tourism Research*, 10 (no.1), 1-5.
- Graburn, N. H. (2004). Secular ritual: A general theory of tourism. *Tourists and tourism: A reader*, 23-34.
- Gram, M. (2005). Family holidays. A qualitative analysis of family holiday experiences. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 5(1), 2-22.
- Gram, M., O'Donohoe, S., Schänzel, H., Marchant, C., & Kastarinen, A. (2019). Fun time, finite time: Temporal and emotional dimensions of grandtravel experiences. *Annals of Tourism Research*, 79, 102769.
- Greene, S., & Hogan, D. (2004). *Researching Children's Experience: Approaches and Methods*: Sage.
- Gupta, K. (2011). Children as consumers-a target market. *DAV College*, < dostupno na: <http://cbsmohali.org/img/2.pdf>>, [pristupljeno: 1.07. 2019.].
- Hart, R. A. (2013). *Children's participation: The theory and practice of involving young citizens in community development and environmental care*. London: Earthscan.

- Hebblethwaite, S., & Norris, J. E. (2010). "You don't want to hurt his feelings...": Family Leisure as a Context for Intergenerational Ambivalence. *Journal of Leisure Research*, 42(3), 489-508.
- Hebblethwaite, S. (2015). Understanding ambivalence in family leisure among three-generation families: 'It's all part of the package'. *Annals of Leisure Research*, 18(3), 359-376.
- Hebblethwaite, S. (2017). The (in) visibility of grandparents in family leisure research: A call for expanded conceptualizations of "family". *Leisure sciences*, 39(5), 415-425.
- Hebblethwaite, S. (2021). Negotiating the ideology of intensive grandparenthood in family leisure. In *Families, Sport, Leisure and Social Justice* (pp. 99-114). Routledge.
- Hebblethwaite, S., & Norris, J. E. (2010). "You don't want to hurt his feelings...": Family Leisure as a Context for Intergenerational Ambivalence. *Journal of leisure research*, 42(3), 489-508.
- Heimtun, B. (2019). Holidays with aging parents: pleasures, duties and constraints. *Annals of Tourism Research*, 76, 129-139.
- Henderson, K. A., Whitaker, L. S., Bialeschki, M. D., Scanlin, M. M., & Thurber, C. (2007). Summer camp experiences: Parental perceptions of youth development outcomes. *Journal of family issues*, 28(8), 987-1007.
- Hilbrecht, M., Shaw, S. M., Delamere, F. M., & Havitz, M. E. (2008). Experiences, perspectives, and meanings of family vacations for children. *Leisure/Loisir*, 32(2), 541-571.
- Horner, S., & Swarbrooke, J. (2012). *Leisure marketing*: Routledge.
- IDEO.org. (2015). *The Field Guide to Human-Centered Design*. Canada: IDEO.org.

- Jamal, S. A., Aminudin, N., & Kausar, D. R. (2019). Family adventure tourism motives and decision-making: A case of whitewater rafting. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 25, 10-15.
- Jenkins, R. L. (1979). The Influence of Children in Family Decision-Making: Parents' Perceptions. *Advances in Consumer Research*, 6(1).
- Jennings, G. (2006). Perspectives on quality tourism experiences: an introduction *Quality tourism experiences* (pp. 20-40): Routledge.
- Johns, N., & Gyimóthy, S. (2003). Postmodern family tourism at Legoland. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 3(1), 3-23.
- Kelley, T., & Kelley, D. (2013). *Creative confidence: Unleashing the creative potential within us all*: Currency.
- Kenton, W. (2021). Ideation. *Business*. Retrieved from <https://www.investopedia.com/terms/i/ideation>.
- Khoo-Lattimore, C., Prayag, G., & Cheah, B. L. (2015). Kids on board: Exploring the choice process and vacation needs of Asian parents with young children in resort hotels. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 24(5), 511-531.
- Khoo-Lattimore, C., & Yang, M. J. (2018). A family for the holidays: Delineating the hospitality needs of European parents with young children. *Young Consumers*.
- Kim, J.-H. (2014). The antecedents of memorable tourism experiences: The development of a scale to measure the destination attributes associated with memorable experiences. *Tourism management*, 44, 34-45.
- Klammer, U. (2006). *Work life balance from the children's perspective*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Kostamo Deschamps, N. (2020). *Facilitating the design of human-centered and memorable travel experiences*. (Master of Business Administration Master's Thesis), Laurea University of Applied Sciences, Uusimaa, Finland.

- Larsen, S., & Jenssen, D. (2004). The school trip: Travelling with, not to or from. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 4(1), 43-57.
- Lehto, X. Y., Fu, X., Li, H., & Zhou, L. (2017). Vacation benefits and activities: Understanding Chinese family travelers. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 41(3), 301-328.
- Leonard, M. (2006). Children's drawings as a methodological tool: reflections on the eleven plus system in Northern Ireland. *Irish Journal of Sociology*, 15(2), 52-66.
- Lewrick, M., Link, P., & Leifer, L. (2018). *The design thinking playbook: Mindful digital transformation of teams, products, services, businesses and ecosystems*: John Wiley & Sons.
- Li. (2000). Geographical consciousness and tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 27(4), 863-883.
- Li, M., Xu, W., & Chen, Y. (2020). Young children's vacation experience: Through the eyes of parents. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100586.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*: sage.
- Ling, D. (2015). *Complete design thinking guide for successful professionals*. Singapore: Emerge Creatives Group LLP.
- Lugosi, P., Golubovskaya, M., Robinson, R. N., Quinton, S., & Konz, J. (2020). Creating family-friendly pub experiences: a composite data study. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 102690.
- Mahdzar, M., Shuib, A., Ramachandran, S., & Afandi, S. H. M. (2015). The role of destination attributes and memorable tourism experience in understanding tourist revisit intentions. *American-Eurasian Journal of Agricultural & Environmental Sciences (Tourism & Environment, Social and Management Sciences)*, 15, 32-39.
- Mahon, N. (2017). *Basics Advertising 03: Ideation*: Bloomsbury Publishing.

- Mannell, R. C., & Kleiber, D. A. (1997). *A social psychology of leisure*: Venture Publishing Inc.
- Mayo, E. J., & Jarvis, L. P. (1981). *The psychology of leisure travel. Effective marketing and selling of travel services*: CBI Publishing Company, Inc.
- Mestdag, I., & Vandeweyer, J. (2005). Where has family time gone? In search of joint family activities and the role of the family meal in 1966 and 1999. *Journal of Family History*, 30(3), 304-323.
- Mintel. (2009). *Reports Family Leisure – UK*. Retrieved from London: http://academic.mintel.com/sinatra/oxygen_academic/my_reports/display.
- Neuman, W. L. (2014). *Research Method : Qualitative-quantitative approaches*. Essex, U.K.: Pearson Education Limited.
- Nickerson, N. P., & Jurowski, C. (2001). The influence of children on vacation travel patterns. *Journal of vacation marketing*, 7(1), 19-30.
- Noy, C. (2008). The poetics of tourist experience: An autoethnography of a family trip to Eilat1. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 5(3), 141-157.
- Nyman, E., Westin, K., & Carson, D. (2018). Tourism destination choice sets for families with wheelchair-bound children. *Tourism Recreation Research*, 43(1), 26-38.
- O'Reilly, M., & Dogra, N. (2016). *Interviewing children and young people for research*: Sage.
- OECD. (2008, Retrieved 28 June). The Future of the family to 2030. Retrieved from [http:// www.oecd.org/dataoecd/11/34/42551944.pdf](http://www.oecd.org/dataoecd/11/34/42551944.pdf).
- Orthner, D. K., & Mancini, J. A. (1990). Leisure impacts on family interaction and cohesion. *Journal of leisure research*, 22(2), 125-137.
- Parke, R. D., & Kellam, S. G. (2013). *Exploring family relationships with other social contexts*: Routledge.
- Patton, M. Q. (2002). Two decades of developments in qualitative inquiry: A personal, experiential perspective. *Qualitative social work*, 1(3), 261-283.

- Piaget, J. (1983). *Handbook of Child Psychology*. New York: Wiley.
- Pomfret, G. (2019). Conceptualising family adventure tourist motives, experiences and benefits. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 28.
- Poria, Y., Atzaba-Poria, N., & Barrett, M. (2005). Research note: The relationship between children's geographical knowledge and travel experience: An exploratory study. *Tourism Geographies*, 7(4), 389-397.
- Prebensen, N. K., Chen, J. S., & Uysal, M. (2018). *Creating experience value in tourism*: Cabi.
- Punch, S. (1998). *Negotiating independence: Children and young people growing up in rural Bolivia*. University of Leeds.
- Punch, S. (2002). Research with children: The same or different from research with adults? *Childhood*, 9(3), 321-341.
- Rhoden, S., Hunter-Jones, P., & Miller, A. (2016). Tourism experiences through the eyes of a child. *Annals of Leisure Research*, 19(4), 424-443.
- Ribeiro, A. E. L., & Souza, R. S. (2021). *Design thinking as an approach to foster Recife's creative tourism*. Paper presented at the International Conferences ICT, Society, and Human Beings 2021.
- Ryan, C. (1992). The child as a visitor. *World Travel and Tourism Review: Indicators trends and Issues*, 2(2), 135-139.
- Sayer, L. C., Bianchi, S. M., & Robinson, J. P. (2004). Are parents investing less in children? Trends in mothers' and fathers' time with children. *American journal of sociology*, 110(1), 1-43.
- Schänzel, H. A. (2013). The importance of 'social' in family tourism. *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism*, 2(1), 1-15.
- Schänzel, H. (2021). Connecting through family tourism and social inclusion: At the heart of society. In *Families, Sport, Leisure and Social Justice*. Routledge. 127-138.

- Schänzel, H.A., & Carr, N. (Eds.). (2016). *Children, families and leisure*. New York: Routledge.
- Schanzel, H.A., Yeoman, I., & Backer, E. (2012). *Family tourism: Multidisciplinary perspectives* (Vol. 56): Channel View Publications.
- Schänzel, H. A., Smith, K. A., & Weaver, A. (2005). Family holidays: A research review and application to New Zealand. *Annals of Leisure Research*, 8(2-3), 105-123.
- Schänzel, H. A., & Yeoman, I. (2014). The future of family tourism. *Tourism Recreation Research*, 39(3), 343-360.
- Schänzel, H. A., & Yeoman, I. (2015). Trends in family tourism. *Journal of Tourism Futures*.
- Scott, J. (1997). Children as respondents: Methods for improving data quality. *Survey measurement and process quality*, 331-350.
- Séraphin, H., Ambaye, M., Yallop, A., Gowreesunkar, V., & Zaman, M. (2020). 2. Beyond KidZania: A new framework for identifying the potential impacts of resort mini-clubs *Children in Hospitality and Tourism* (pp. 11-30): De Gruyter Oldenbourg.
- Séraphin, H., Gowreesunkar, V., & Cappucci, M. (2020). 3. "Adult only" hotels: Why are children excluded? *Children in Hospitality and Tourism* (pp. 31-48): De Gruyter Oldenbourg.
- Seraphin, H., & Green, S. (2019). The significance of the contribution of children to conceptualising the destination of the future. *International Journal of Tourism Cities*.
- Shavanddasht, M. (2018). Grandparent's segmentation by the tourism motivation: Travelling with or without grandchildren. *Young Consumers*.
- Shavanddasht, M., & Schänzel, H. (2019). Measuring adolescents' tourism satisfaction: The role of mood and perceived parental style. *Tourism and Hospitality Research*, 19(3), 308-320.

- Shaver, T., Francis, V., & Barnett, L. (1993). *Drawing as dialogue: a qualitative approach to needs assessment for health education planning*: Liverpool School of Tropical Medicine, Education Resource Group Liverpool.
- Shaw, S. M. (1992). Dereifying family leisure: An examination of women's and men's everyday experiences and perceptions of family time. *Leisure sciences*, 14(4), 271-286.
- Shaw, S. M. (1997). Controversies and contradictions in family leisure: An analysis of conflicting paradigms. *Journal of leisure research*, 29(1), 98-112.
- Shaw, S. M. (2008). Family leisure and changing ideologies of parenthood. *Sociology compass*, 2(2), 688-703.
- Shaw, S. M. (2010). Diversity and ideology: Changes in Canadian family life and implications for leisure. *World Leisure Journal*, 52(1), 4-13.
- Shaw, S. M., & Dawson, D. (2001). Purposive leisure: Examining parental discourses on family activities. *Leisure sciences*, 23(4), 217-231.
- Shaw, S. M., & Dawson, D. (2003). Contradictory aspects of family leisure: Idealization versus experience. *Leisure/Loisir*, 28(3-4), 179-201.
- Shaw, S. M., Havitz, M. E., & Delemere, F. M. (2008). "I decided to invest in my kids' memories": Family vacations, memories, and the social construction of the family. *Tourism Culture & Communication*, 8(1), 13-26.
- Siegenthaler, K., & O'Dell, I. (2000). Leisure attitude, leisure satisfaction, and perceived freedom in leisure within family dyads. *Leisure sciences*, 22(4), 281-296.
- Small, J. (2005). *Holiday experiences of women and girls over the life-course*.
- Small, J. (2005). Women's holidays: Disruption of the motherhood myth. *Tourism Review International*, 9(2), 139-154.
- Small, J. (2008). The absence of childhood in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 35(3), 772-789.

- Sobolchi, A., & Ivanov, S. H. (2015). Developing a family friendly tourist destination: the case of Byala, Bulgaria. *Tourism Today*, 15, 139-145.
- Song, H., Park, C., & Kim, M. (2020). Tourism Destination Management Strategy for Young Children: Willingness to Pay for Child-Friendly Tourism Facilities and Services at a Heritage Site. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(19), 7100.
- Sutherland, A., & Thompson, B. (2001). *Kidfluence: Why kids today mean business*: McGraw-Hill Ryerson.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (2007). *Consumer behaviour in tourism*: Routledge.
- Tangeland, T., & Aas, Ø. (2011). Household composition and the importance of experience attributes of nature based tourism activity products–A Norwegian case study of outdoor recreationists. *Tourism Management*, 32(4), 822-832.
- Thornton, P. R., Shaw, G., & Williams, A. M. (1997). Tourist group holiday decision-making and behaviour: The influence of children. *Tourism Management*, 18(5), 287-297.
- TripAdvisor. (2011). *Tripadvisor survey reveals rise in US family travel in 2011*. Retrieved from <http://multivu.prnewswire.com/mnr/tripadvisor/42945/>
- TripAdvisor. (2014). Family Travel Survey. . Retrieved from Retrieved from <http://www.multivu.com/mnr/70425519-tripadvisor-survey-family-travel-on-the-rise-in-2014>
- Wang, K.-C., Hsieh, A.-T., Yeh, Y.-C., & Tsai, C.-W. (2004). Who is the decision-maker: the parents or the child in group package tours? *Tourism Management*, 25(2), 183-194.
- Wang, K. C., Nakamoto, T., Chan, H. C., & Huang, M. S. (2005). The challenge of female Chinese group package tour leaders: Career motivation, career barrier, and coping strategy. In *The Fourth Symposium Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure Research* (pp. 5-6). Montreal, Canada: HEC Montreal,.

- Wei, Y. (2019). *Single mothers with children traveling: How hard can it be?* , Auckland University of Technology.
- Wu, M.-Y., & Wall, G. (2016). Chinese research on family tourism: Review and research implications. *Journal of China Tourism Research*, 12(3-4), 274-290.
- Wu, M.-Y., & Wall, G. (2017). Visiting heritage museums with children: Chinese parents' motivations. *Journal of Heritage Tourism*, 12(1), 36-51.
- Wu, M.-Y., Wall, G., Zu, Y., & Ying, T. (2019). Chinese children's family tourism experiences. *Tourism Management Perspectives*, 29, 166-175.
- Yang, M. J. H., Khoo-Lattimore, C., & Yang, E. C. L. (2020). Three generations on a holiday: Exploring the influence of Neo-Confucian values on Korean Multigenerational Family vacation decision making. *Tourism Management*, 78, 104076.
- Zick, C. D., McCullough, J., & Smith, K. R. (1996). Trade-offs between purchased services and time in single-parent and two-parent families. *Journal of Consumer Affairs*, 30(1), 1-23.



ภาคผนวก 1 ตารางแสดงค่าร้อยละและจำนวนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว
ที่มีต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว	ปู่ย่า-ตายาย	พ่อ-แม่	ลูก-หลาน (เด็กเล็ก)	ลูก-หลาน (เด็กโต)	รวม
สวนสนุก	1.9%	4.4%	16.2%	7.1%	6.0%
	14	27	55	23	119
สวนน้ำ	5.1%	8.8%	15.0%	8.7%	8.5%
	37	54	51	28	170
สถานที่ทางศาสนา/ สถานที่ศักดิ์สิทธิ์	13.4%	9.3%	2.9%	7.5%	9.4%
	96	57	10	24	187
จุดชมวิว	11.4%	8.3%	4.1%	7.5%	8.6%
	82	51	14	24	171
ทะเล	14.7%	17.8%	17.4%	13.7%	15.9%
	1.6	109	59	44	318
ภูเขา	5.7%	10.1%	7.4%	7.5%	7.6%
	41	62	25	24	152
น้ำตก	3.5%	6.0%	3.5%	9.9%	5.3%
	25	37	12	32	106
สวนสัตว์	6.4%	9.8%	13.3%	8.7%	9.0%
	46	60	45	28	179
สวนพฤกษศาสตร์/สวน ดอกไม้	5.6%	3.6%	2.1%	5.0%	4.3%
	40	22	7	16	85
พิพิธภัณฑ์	3.6%	2.8%	4.1%	4.0%	3.5%
	26	17	14	13	70
ฟาร์ม/สวนผลไม้	4.0%	2.4%	4.4%	4.7%	3.7%
	29	15	15	15	74
แหล่งท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม	8.9%	5.2%	2.4%	4.0%	5.9%
	64	32	8	13	117

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว	ปู่ย่า-ตายาย	พ่อ-แม่	ลูก-หลาน (เด็กเล็ก)	ลูก-หลาน (เด็กโต)	รวม
ถนนคนเดิน	5.0%	5.7%	4.1%	4.7%	5.0%
	36	35	14	15	100
ตลาดน้ำ/ตลาดโบราณ	10.6%	5.9%	2.9%	7.1%	7.3%
	76	36	10	23	145

ภาคผนวก 2 ตารางแสดงค่าร้อยละและจำนวนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว
ที่มีต่อการเลือกทำกิจกรรมระหว่างเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว

ลักษณะของกิจกรรมการ ท่องเที่ยว	ปู่ย่า-ตายาย	พ่อ-แม่	ลูก-หลาน (เด็กเล็ก)	ลูก-หลาน (เด็กโต)	รวม
1. กิจกรรมที่สร้างความเพลิดเพลิน					
การช้อปปิ้ง	6.4%	14.5%	19.6%	16.8%	12.9%
	25	54	38	31	148
การเล่นเกมส์ออนไลน์	0.3%	1.6%	11.3%	13.0%	4.6%
	1	6	22	24	53
การดูสื่อโซเชียลมีเดีย	4.1%	11.8%	12.9%	13.5%	9.4%
	16	44	25	25	108
การถ่ายรูป/Selfie	17.3%	15.1%	10.3%	19.5%	15.7%
	68	56	20	36	180
การพูดคุยกับครอบครัว	24.4%	16.4%	23.2%	13.5%	19.8%
	96	61	45	25	227
การอ่านหนังสือ	6.4%	3.8%	2.1%	3.2%	4.3%
	25	14	4	6	49
การนั่งมองลูก-หลานเล่น	25.2%	14.8%	5.2%	5.4%	15.2%
	99	55	10	10	174
การชมวิวทิวทัศน์	16.0%	21.2%	15.5%	15.1%	17.5%
	63	79	30	28	200

ลักษณะของกิจกรรมการ ท่องเที่ยว	ปู่ย่า-ตายาย	พ่อ-แม่	ลูก-หลาน (เด็กเล็ก)	ลูก-หลาน (เด็กโต)	รวม
2. กิจกรรมที่สร้างความสนุกสนาน					
การเล่นน้ำ	35.4%	30.6%	24.5%	28.8%	30.1
	84	89	54	44	271
การเล่นทราย	7.2%	11.3%	18.2%	8.5%	11.4
	17	33	40	13	103
การว่ายน้ำในสระว่ายน้ำ	34.6%	24.7%	24.5%	13.7%	25.4
	82	72	54	27	229
การปั่นจักรยาน	9.3%	14.8%	21.8%	19.6%	15.9
	22	43	48	30	143
การพายเรือ	3.0%	5.5%	3.2%	8.5%	4.8
	7	16	7	13	43
กิจกรรมกึ่งผจญภัย	8.0%	11.0%	5.9%	19.6%	10.4
	19	32	13	30	94
กิจกรรมอื่นๆ เช่น ฟิตเนส โยคะ วิ่งเล่น กิจกรรมทางน้ำ	2.5%	2.1%	1.8%	1.3%	2.0
	6	6	4	2	18
3. กิจกรรมที่ได้ใช้เวลาด้วยกัน					
การไหว้พระ ทำบุญ	32.9%	21.2%	14.0%	24.5%	24.2%
	102	64	25	39	230
การรับประทานอาหาร	36.1%	37.1%	34.6%	28.3%	34.8%
	112	112	62	45	331
การทำอาหาร/จัดเตรียม อาหาร	6.5%	8.9%	9.5%	23.3%	10.6%
	20	27	17	37	101
การตั้งแคมป์	1.6%	9.3%	4.5%	7.5%	5.6%
	5	28	8	12	53
ระหว่างนั่งยานพาหนะเพื่อไป ยังจุดหมายปลายทาง	18.1%	13.2%	20.7%	11.3%	15.9%
	56	40	37	18	151

ลักษณะของกิจกรรม การท่องเที่ยว	ปู่ย่า-ตา ยาย	พ่อ- แม่	ลูก-หลาน (เด็กเล็ก)	ลูก-หลาน (เด็กโต)	รวม
กิจกรรมนันทนาการ กลางแจ้ง และกีฬา	3.9%	10.3%	16.2%	3.1%	8.1%
	12	31	29	5	77
กิจกรรมอื่นๆ เช่น การเดินเล่น การปิกนิก	1.0%	-	0.6%	1.9%	0.7%
	3	-	1	3	7

