

ปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ของนักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวยุโรป

Factors affecting decision-making process of the senior tourists from Europe
when choosing Thailand as a travel destination

ธฤติมา อัญญะพรสุข^{1*}

Tharutima Anyapornsuk^{1*}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยผลักดัน ปัจจัยดึงดูด และกระบวนการตัดสินใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวยุโรป และศึกษาปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหลังการซื้อของนักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวยุโรป เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวยุโรปอายุ 50 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยใช้วิธีการเก็บแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ปัจจัย และการวิเคราะห์เส้นทาง ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ ดังนี้ ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวยุโรปส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 50-54 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี เป็นนักวิชาชีพเฉพาะด้าน เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยพร้อมกับครอบครัว จัดการทุกอย่างด้วยตนเอง มีรายได้ต่อปีระหว่าง 45,000-55,000 ยูโร ใช้เวลาพักผ่อนในประเทศไทย 16-30 วัน ปัจจัยผลักดันในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย คือ ด้านการเดินทางเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกาย ด้านการเดินทางเพื่อศึกษาเรียนรู้และเติมเต็มความต้องการของตน และด้านการเดินทางเพื่อเข้าสังคมตามลำดับ ปัจจัยดึงดูดในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว และด้านวัฒนธรรมและประเพณี ตามลำดับ ส่วนกระบวนการตัดสินใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย พบว่าขั้นตอนพฤติกรรมหลังการซื้อ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ จุดประสงค์หลักในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว และวิธีการค้นหาข้อมูล ตามลำดับ โดยพบว่าปัจจัยผลักดันไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหลังการซื้อ ในขณะที่ปัจจัยดึงดูด มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหลังการซื้อ แสดงว่า ปัจจัยดึงดูดจะเป็นตัวทำให้นักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวยุโรป มีพฤติกรรมหลังการซื้อสูงขึ้น

คำสำคัญ: ปัจจัยผลักดัน ปัจจัยดึงดูด กระบวนการตัดสินใจ ผู้สูงอายุ

Abstract

The objectives of the research were to examine push and pull factors as well as the decision making process in choosing Thailand as a destination among elderly European tourists, and to explore the influence of push

¹ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต กรุงเทพมหานคร 10210

¹ Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University, Bangkok 10210, Thailand

* Corresponding author. E-mail: tharutima.a@gmail.com

and pull factors affecting post purchase behavior of elderly European tourists. This research used the quantitative approach to design the study. The samples were the 50 years old elderly European tourists who travel to Thailand. The data was collected through the convenient sampling with 400 questionnaires. The statistics used to analyze data included frequency, percentage, mean, standard deviation, T-test, F-test analysis, factor analysis, and path analysis. The results of the study found that most elderly European tourists are mostly male who age between 50-54 years with a Bachelor degree study mostly like to travel to Thailand with family by preparing everything by themselves. Most of them have yearly income between 45,000 to 50,000 Euros and stay in Thailand for 16-30 days. The push factors for traveling as the physical need was most important, the need of learning, the need of self-fulfillment and the social need are as followed. The pull factors for choosing Thailand as a travel destination were tourism places, tourism attractions, and cultural and traditional respectively. The decision-making process for choosing Thailand as a travel destination was the step of post-purchase behavior in the most of mean score, the second was the main purpose of choosing in traveling, the third was the information searching. The results of the study found that push factors did not influence with post-purchase behavior but the pull factors influence with post-purchase behavior. It is shown that pull factors attract the elderly European tourists to have more post-purchase behavior.

Keywords: push factor, pull factors, decision making process, senior person

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของโลก โดยเป็นที่ยอมรับกันว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยได้เจริญเติบโตจนเป็นสินค้าหลักในระบบการค้าระหว่างประเทศ ในปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยได้มีการขยายตัวเป็นอย่างมาก โดยมีส่วนกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจซึ่งนำไปสู่การกระจายรายได้ไปสู่ภาคท้องถิ่น อีกทั้งก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ ให้กับคนในท้องถิ่น นอกจากนี้ยังทำให้มีการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องต่างๆ มากมาย เช่น ธุรกิจขายของที่ระลึก ธุรกิจรถเช่า และธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท เป็นต้น

ในปี พ.ศ. 2558 ประชากรโลกมีจำนวนถึง 7.3 พันล้านคน โดย 60 เปอร์เซ็นต์ ของประชากรทั่วโลกทั้งหมด อาศัยอยู่ในทวีปเอเชีย จำนวน 4.4

พันล้านคน 16 เปอร์เซ็นต์ อยู่ในทวีปแอฟริกา จำนวน 1.2 พันล้านคน 10 เปอร์เซ็นต์ อยู่ในทวีปยุโรป จำนวน 738 ล้านคน 9 เปอร์เซ็นต์ อยู่ในทวีปละตินอเมริกา และแคริบเบียน จำนวน 634 ล้านคน และประชากรส่วนที่เหลือ 5 เปอร์เซ็นต์ อยู่ในทวีปอเมริกาเหนือ จำนวน 358 ล้านคน และทวีปโอเชียเนีย จำนวน 39 ล้านคน (United Nations (UN), Department of Economic and Social Affairs Population Division, New York, 2015) โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาที่ประเทศไทยมีจำนวน 29,881,091 คน ขยายตัวร้อยละ 20.44 เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา (กรมการท่องเที่ยว, 2559) จากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของนักท่องเที่ยวเกือบทุกภูมิภาค โดยเฉพาะภูมิภาคเอเชียตะวันออก เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง และอเมริกา โดยภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวหวัดตัวประกอบด้วย ภูมิภาคยุโรป โอเชียเนีย และแอฟริกา

ตามลำดับ โดยเป็นนักท่องเที่ยวในเขตภูมิภาคยุโรป 5,629,122 คน คิดเป็นร้อยละ 18.84 ซึ่งลดลงจากปีที่ผ่านมา 8.65 เปอร์เซ็นต์ การหดตัวของนักท่องเที่ยวภูมิภาคยุโรป เป็นผลจากการลดลงอย่างต่อเนื่องของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียลดลงคิดเป็นร้อยละ 44.97 เปอร์เซ็นต์ เนื่องจากรัสเซียกำลังประสบปัญหาทางเศรษฐกิจในประเทศอย่างรุนแรง และจากการจัดอันดับความสามารถด้านการแข่งขันและการท่องเที่ยวของ world economic forum (WEF) ปี 2558 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 35 จาก 141 ประเทศทั่วโลก (ที่มา: The travel & tourism competitiveness index 2015 ranking report) นอกจากนี้ประเทศไทยยังเป็นประเทศที่มีการจัดประชุมนานาชาติด้านการท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ 3 ในภูมิภาคอาเซียนรองจากประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย ตามลำดับ เนื่องจากสินค้าท่องเที่ยวของไทยมีความโดดเด่น ทั้งในด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมเอกลักษณ์ทางด้านอาหารและการให้บริการ และมาตรฐานในระดับสากลของโรงแรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

ในปัจจุบันประชากรของโลกมีช่วงอายุการทำงานที่ลดลง มีการเกษียณอายุการทำงานเร็วกว่าในอดีต ทำให้สามารถใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้น โดยผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตช่วงหลังเกษียณอายุงานประกอบกิจกรรมต่างๆ และเดินทางเพื่อการพักผ่อน หรือเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรือเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุทำงานแล้วจะมีสวัสดิการหรือเงินบำนาญที่รัฐบาล

ของตนจ่ายให้เป็นรายเดือน อันเป็นรายได้ที่มั่นคง นอกจากนี้ยังมีเงินเก็บสะสมส่วนตัว ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง และสามารถเข้าพำนักระยะยาวได้

นอกจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป ที่เป็นกลุ่มลูกค้าหลักแล้ว ยังมีตลาดใหม่ซึ่งมีแนวโน้มจะเป็นตลาดใหญ่อีกกลุ่มที่มีความสำคัญมากในอนาคต และมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง คือนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากจำนวนประชากรที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ก็ยิ่งทำให้กลุ่มผู้สูงอายุนี้มีความน่าสนใจ โดยหลายๆ ประเทศได้มีการตื่นตัวและให้ความสนใจในนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนั้นจะมีพฤติกรรมท่องเที่ยว ที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป ขณะที่บางคนก็เริ่มมีปัญหาด้านสุขภาพ เนื่องจากสภาพทางด้านร่างกายของผู้สูงอายุที่มีความเสื่อมตามระดับอายุที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นการที่จะสร้างความน่าสนใจหรือเพิ่มแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จึงมีความจำเป็นต้องเตรียมความพร้อม รวมถึงต้องพัฒนาระบบท่องเที่ยวให้ดีพร้อม เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความต้องการของปัจเจกบุคคล ปัจจัยผลักดัน และกระบวนการตัดสินใจ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวยุโรป เพื่อหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวยุโรป โดยสามารถนำผลการวิจัยที่ได้นำไปใช้ในการวางแผนพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวยุโรปให้เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป
2. ศึกษากระบวนการตัดสินใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป
3. ศึกษาปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจในขั้นตอนพฤติกรรมหลังการซื้อของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป

ขอบเขตการวิจัย

1. **ขอบเขตด้านประชากร** การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้มีการกำหนดขอบเขตด้านประชากร คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป ที่มีอายุ 50 ปี ขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2558

2. **ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา** ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษามีดังนี้

ตัวแปรต้น ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ตลอดทั้งปี รูปแบบการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาการเดินทาง จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตัวแปรตาม ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ เพื่อพักผ่อนวันหยุด เพื่อหลีกเลี่ยงความเครียดจากการทำงาน เพื่อใช้เวลาที่มีค่ากับเพื่อน/ครอบครัว เพื่อการเยี่ยมเยียนเพื่อน/ญาติ เพื่อความภาคภูมิใจในตนเอง เพื่อเพิ่มพูนความรู้หรือศึกษาวัฒนธรรมที่แตกต่างเพื่อท่องเที่ยว ในสถานที่แปลกใหม่ และเพื่อพบเจอวัฒนธรรมใหม่ๆ ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ความงดงามของแหล่งท่องเที่ยว ทะเลและชายหาด สภาพอากาศ

สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อาหารไทย เทศกาล และงานประเพณี ค่าครองชีพในประเทศไทย ความพร้อมของข้อมูลการท่องเที่ยว แหล่งจำหน่ายซื้อของ สถานที่ท่องเที่ยวกลางคืน ความหลากหลายของกิจกรรม ความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น สถานที่พักผ่อน ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทาง สุขอนามัยและความสะอาด ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ กระบวนการตัดสินใจ ได้แก่ จุดประสงค์หลักในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว วิธีการค้นหาข้อมูล ทางเลือกในการเดินทางมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว และพฤติกรรมหลังการซื้อ

3. **ขอบเขตด้านพื้นที่** การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้มีการกำหนดขอบเขตด้านพื้นที่ในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป ณ อาคารผู้โดยสารขาออก สนามบินสุวรรณภูมิ

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้ทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด เนื่องจากแรงจูงใจเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยวนั้นจะมีปัจจัย 2 ปัจจัยที่ทำให้คนเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

ปัจจัยผลักดัน (push factors) และปัจจัยดึงดูด (pull factors)

Klenosky (2002) (อ้างถึงใน กวิน, 2554) กล่าวว่า ปัจจัยภายในหรือปัจจัยผลักดัน (push factors) คือ ความต้องการทางด้านจิตใจของคน กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยดึงดูด

(pull factors) คือ ตัวแหล่งท่องเที่ยวเองมีส่วนในการดึงดูดให้คนเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นๆ

ฉันทซ์ (2552) กล่าวว่า แรงจูงใจที่ทำให้คนเดินทางอาจจำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยผลักดัน (push factors) หมายถึง ความรู้สึก ความต้องการที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลและกระตุ้นให้คนมีความต้องการที่จะเดินทางและปัจจัยดึงดูด (pull factors) หมายถึง ปัจจัยที่อยู่ภายนอกตัวบุคคล ซึ่งส่งเสริมหรือดึงดูดให้คนเดินทางไปเที่ยวต่างๆ

บุญเลิศ (2555) กล่าวว่า แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละคนจะเกิดจากปัจจัยผลักดัน (push factors) เป็นเหตุจุดชนวนที่ผลักดันให้เกิดความต้องการเดินทาง ทำให้เกิดแรงจูงใจในความต้องการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในขณะที่การตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางใดนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยดึงดูด (pull factors) เป็นปัจจัยดึงดูดให้ตัดสินใจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่นั้นๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของแรงผลักดันซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไป

อศวิน (2556) กล่าวว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งกระตุ้นที่ทำให้มนุษย์เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ แรงจูงใจผลักดัน (push factors) หมายถึง สิ่งกระตุ้นภายในที่ผลักดันให้มนุษย์เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเกิดขึ้นจากความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์เอง เช่น ความต้องการพักผ่อน ความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ เป็นต้น และแรงจูงใจดึงดูด (pull factors) หมายถึง สิ่งกระตุ้นจากภายนอกที่ดึงดูดให้มนุษย์เกิดความต้องการเดินทางไปเยือนสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง

มักเกิดขึ้นจากสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความสวยงามของธรรมชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่น สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ปัจจัยผลักดัน (push factors) คือ ความรู้สึก ความต้องการที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล เป็นเหตุจุดชนวนที่ผลักดันให้เกิดแรงจูงใจในความต้องการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยดึงดูด (pull factors) คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกสถานที่ที่ต้องการเดินทางไป เพื่อตอบสนองความต้องการของแรงผลักดัน โดยขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว

นอกจากนี้ยังได้ศึกษาถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว โดยการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของนักท่องเที่ยวไม่ได้เกิดขึ้นในทันทีทันใด แต่มีลักษณะเป็นกระบวนการ มีการดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอน ดังนี้

กระบวนการตัดสินใจ (decision-making process)

สาขาวิชาวิทยาการ จัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2554) ระบุว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย 5 ขั้นตอน เช่นเดียวกับการซื้อสินค้าและบริการทั่วไป ดังนี้ 1) การตระหนักหรือการรับรู้ปัญหา 2) การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ 3) การประเมินทางเลือก 4) การตัดสินใจเลือกซื้อ 5) การประเมินสถานการณ์ที่ได้รับหลังการเดินทาง

นิตา (2557) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวมี 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การรับรู้ความต้องการ 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ 5) ความรู้สึกหลังการซื้อ

สุวีร์ณัสน์ (2554) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ตระหนักถึงความต้องการ 2) หาข้อมูล 3) ประเมินทางเลือก 4) ชี้อ 5) พฤติกรรมหลังซื้อ

จากกระบวนการตัดสินใจดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ

ขั้นที่ 1 การรับรู้ความต้องการ เริ่มเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงความต้องการ เช่น การที่บุคคลรู้สึกเครียดและอ่อนล้าจากการทำงาน ทำให้รู้สึกต้องการผ่อนคลายด้วยการท่องเที่ยว

ขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูล เมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงความต้องการที่เกิดขึ้นแล้ว จะพยายามค้นหาข้อมูลวิธีที่จะตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น ซึ่งต้องการข้อมูลข่าวสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจ

ขั้นที่ 3 การประเมินทางเลือก ผู้บริโภคจะนำข้อมูลข่าวสารที่ได้ เช่น ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม หรือบริการที่จะใช้ในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว นำมาเปรียบเทียบเพื่อประกอบการตัดสินใจ

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจซื้อ เป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นหลังจากที่ผู้บริโภคได้ตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวแล้ว และมีความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยว

ขั้นที่ 5 พฤติกรรมหลังการซื้อ หลังจากนักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมหรือสัมผัสกับสถานที่ท่องเที่ยวแล้ว ก็จะประเมินประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวสัมผัสระหว่างการเดินทาง โดยจะส่งผลต่อความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ

จากการศึกษาทฤษฎีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด และกระบวนการตัดสินใจในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว และการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำเสนอเป็นกรอบแนวคิดเพื่ออธิบายถึง ปัจจัยผลักดัน และปัจจัยดึงดูดที่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวยุโรป ดัง (Figure 1)

วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวยุโรป เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวยุโรปที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย จำนวน 400 ชุด

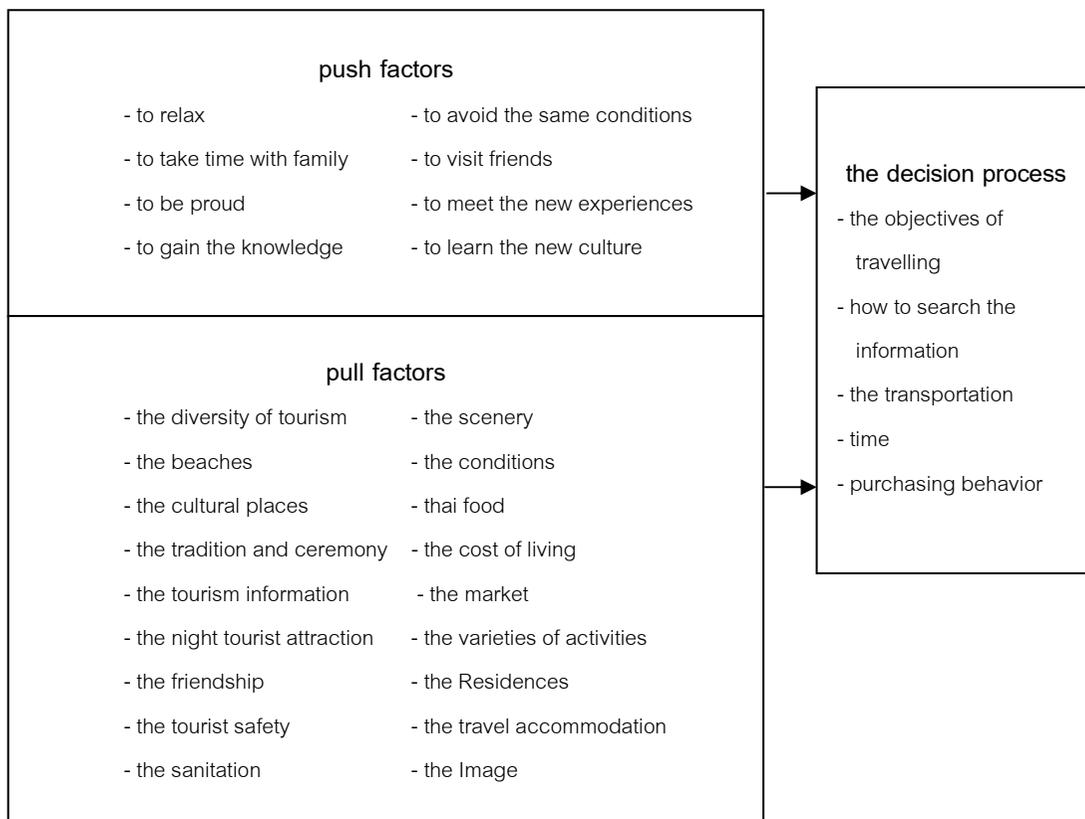


Figure 1 The scope of the study of push and pull factors, and the decision process of travelling in Thailand.

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เกี่ยวกับปัจจัยผลักดัน ปัจจัยดึงดูด และกระบวนการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยววัยสูงอายุ โดยแบบสอบถามสร้างขึ้นจากการศึกษาตำรา เอกสาร และการทบทวนวรรณกรรมจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษา จากนั้นนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามที่ได้รับคำแนะนำ และนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปแปลเป็นภาษาอังกฤษ และนำไปทดสอบกับนักท่องเที่ยว

วัยสูงอายุชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยทำการทดสอบจำนวน 30 ชุด เพื่อนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (reliability) และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.846 แล้วจึงนำแบบสอบถามที่ได้ไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีทั้งหมด 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ตลอดทั้งปี รูปแบบการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาการ

เดินทาง และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยแบบสอบถามเป็นลักษณะแบบให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด ซึ่งมีลักษณะคำถามแบบ Likert scale 5 ระดับ คือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย และสำคัญน้อยที่สุด โดยปัจจัยผลักดัน ได้แก่ การเดินทางเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกาย การเดินทางเพื่อการเข้าสังคม การเดินทางเพื่อการศึกษารียนรู้ และการเติมเต็มความต้องการของตน ส่วนปัจจัยดึงดูด ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและประเพณี กิจกรรมการท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ ได้แก่ ซึ่งมีลักษณะคำถามแบบ Likert scale 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และไม่เห็นด้วย ได้แก่ จุดประสงค์หลักในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว วิธีการค้นหาข้อมูล ทางเลือกในการเดินทางมาท่องเที่ยว และระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้มาด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการคำนวณค่าสถิติต่างๆ เหล่านี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยผลักดัน และปัจจัยดึงดูด โดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อลดจำนวนตัวแปร โดยการจับกลุ่มของตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันไว้ในปัจจัยเดียวกัน และใช้การหาค่าเฉลี่ย

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ โดยใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหลังการซื้อของนักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวยุโรป โดยใช้การวิเคราะห์เส้นทาง

ผลการศึกษาและอภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวยุโรป สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่า นักท่องเที่ยววัยสูงอายุชาวยุโรป ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (59.5 เปอร์เซ็นต์) มีอายุระหว่าง 50-54 ปี (41.3 เปอร์เซ็นต์) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (34.5 เปอร์เซ็นต์) ประกอบอาชีพนักวิชาชีพเฉพาะด้าน (52.3 เปอร์เซ็นต์) ส่วนใหญ่เดินทางมาพร้อมกับครอบครัว (สามี/ภรรยา/ลูก) (63.5 เปอร์เซ็นต์) นิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยจัดการทุกอย่างด้วยตนเอง (70.8 เปอร์เซ็นต์) มีรายได้ต่อปีระหว่าง 45,000-55,000 (30.5 เปอร์เซ็นต์) ใช้เวลาพำนักในประเทศไทย 16-30 วัน (50.0 เปอร์เซ็นต์) สอดคล้องกับ (ราณี และชัชพล, 2552) พบว่าผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นระยะเวลา 15 วันขึ้นไปและสอดคล้องกับ (กวิน, 2554) พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างชาติส่วนใหญ่นิยมใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 1-3 สัปดาห์ หรือ 7-21 วัน และส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย (43.5 เปอร์เซ็นต์) ซึ่งสอดคล้อง

กับ (ราณี และชัชพล, 2552) ที่กล่าวว่า ผู้สูงอายุ จากทวีปยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นครั้งแรกมากที่สุด

2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป พบว่า ปัจจัยผลักดัน 8 ตัว จากการวิเคราะห์องค์ประกอบนั้น

มีค่าเฉลี่ยตามลำดับดังนี้ (ด้านการเดินทางเพื่อตอบสนองของความต้องการทางด้านร่างกาย) มีค่าเท่ากับ 4.19 (ด้านการเดินทางเพื่อการศึกษาเรียนรู้ และเติมเต็มความต้องการของตน) มีค่าเท่ากับ 3.91 และ (ด้านการเดินทางเพื่อการเข้าสังคม) มีค่าเท่ากับ 3.13 ตามลำดับ (Table 1)

Table 1 Factor analysis of push factors in selecting to travel in Thailand of the elderly European people.

push factor	mean	factor loading	Cronbach's alphas	cumulative
1. the objectives of travelling	4.19		0.494	34.10
1.1 To relax		0.832		
1.2 To avoid the same conditions		0.805		
2. travelling for the Sociability	3.13		0.353	51.59
2.1 to take times with family		0.877		
2.2 to visit friends		0.590		
3. travelling for improving the knowledge	3.91		0.835	67.74
3.1 to be proud		0.725		
3.2 to learn the different culture		0.901		
3.3 to meet the new experiences		0.764		
3.4 to meet the new culture		0.852		

Note: Cronbach's alphas total = 0.728.

3. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป พบว่า ปัจจัยดึงดูด 18 ตัว จากการวิเคราะห์องค์ประกอบนั้น มีค่าเฉลี่ยตามลำดับดังนี้ (ด้านสถานที่ท่องเที่ยว) มีค่าเท่ากับ 4.18 (ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว) มีค่าเท่ากับ

4.12 (ด้านวัฒนธรรมและประเพณี) มีค่าเท่ากับ 3.95 (ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ) มีค่าเท่ากับ 3.52 และ (ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว) มีค่าเท่ากับ 3.14 ตามลำดับ (Table 2)

Table 2 Factor analysis of pull factors in selecting to travel in Thailand of the elderly European people.

pull factor	mean	factor loading	Cronbach's alphas	cumulative
1. tourist attraction	4.18		0.816	17.64
1.1 the diversity of places		0.853		
1.2 the scenery		0.874		
2. the natural attractions	3.52		0.642	33.71
2.1 beaches		0.861		
2.2 conditions		0.801		
3. culture and traditions	3.95		0.333	43.76
3.1 the cultural places		0.835		
3.2 Thai food		0.654		
4. travelling activities	3.14		0.753	52.30
4.1 ceremonies		0.602		
4.2 cost of living		0.557		
4.3 information		0.564		
4.4 market		0.344		
4.5 night tourist attraction		0.702		
4.6 various activities		0.807		
5. attractive things	4.12		0.765	60.03
5.1 friendship		0.518		
5.2 residences		0.626		
5.3 tourism safety		0.786		
5.4 convenience		0.789		
5.5 sanitation		0.771		
5.6 image		0.599		

Note: Cronbach's alphas total = 0.853.

4. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปพบว่า จุดประสงค์หลักในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการเดินทางมาเพื่อ

ต้องการพักผ่อนและต้องการหลีกเลี่ยง (\bar{x} = 4.36) รองลงมาคือ เพื่อต้องการเติมเต็มความต้องการของตนเอง (\bar{x} = 3.97) และเพื่อต้องการเพิ่มพูนความรู้หรือศึกษาวัฒนธรรม (\bar{x} = 3.89) ตามลำดับ

สอดคล้องกับ (ราณี และชัชพล, 2552) พบว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยภาพรวมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรป ได้แก่ เพื่อพักผ่อนและคลายเครียด และเพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ และสอดคล้องกับ(อรลักษณ์, 2550) พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่นิยมเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ กรวรรณ และคณะ (2555) พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติมีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวอันดับแรกเพื่อการพักผ่อน มีวิธีการค้นหาข้อมูลจากประสบการณ์ส่วนตัวมากที่สุด ($\bar{X} = 3.95$) สอดคล้องกับกรวรรณ และคณะ (2555) พบว่าส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติเป็นผู้จัดการหาข้อมูลและวางแผนเดินทางเองรองลงมาคือค้นหาข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ ($\bar{X} = 3.91$) สอบถามข้อมูลจากเพื่อนครอบครัว/ญาติ ($\bar{X} = 3.63$) ตามลำดับ ทางเลือกในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยมองประเทศไทยประเทศไทย ($\bar{X} = 3.99$) รองลงมาคือ มีการเปรียบเทียบประเทศไทยกับประเทศในกลุ่มอาเซียน ($\bar{X} = 2.74$) และเปรียบเทียบประเทศไทยกับประเทศในแถบเอเชีย ($\bar{X} = 2.45$) ตามลำดับ โดยใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายใน 4 สัปดาห์มากที่สุด ($\bar{X} = 3.44$) รองลงมาคือ ภายใน 2 เดือน ($\bar{X} = 1.66$) และภายใน 6 เดือน ($\bar{X} = 1.49$) ตามลำดับ โดยพฤติกรรมหลังการซื้อ พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ ($\bar{X} = 4.66$) รองลงมาคือ หากมีโอกาสจะแนะนำประเทศไทยให้กับผู้อื่นหรือคนที่รู้จัก ($\bar{X} = 4.65$) และมีแนวโน้มที่จะกลับมาเที่ยวประเทศไทยซ้ำ ($\bar{X} = 4.27$) ตามลำดับสอดคล้องกับ กรวรรณ และคณะ (2555) พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่ค่อนข้างมีความประทับใจในการมาท่องเที่ยว โดยระบุว่า จะกลับมาท่องเที่ยวประเทศ

ไทยอีกแน่นอนจนรวมถึงจะเล่าประสบการณ์ที่ดีๆ จากการท่องเที่ยวครั้งนี้ให้ผู้อื่นฟัง (Table 3)

5. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน จากการวิเคราะห์เส้นทาง พบว่าปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหลังการซื้อของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวยุโรป พบว่า มีแนวโน้มที่จะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยซ้ำ มีความสำคัญเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ มีโอกาสจะแนะนำประเทศไทยให้กับผู้อื่น หรือคนที่รู้จัก และมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.880, 0.802 และ 0.567 ตามลำดับ โดยพบว่า ปัจจัยผลักดันในด้านต่างๆ เช่นการเดินทางเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกาย การเดินทางเพื่อการเข้าสังคม และการเดินทางเพื่อการศึกษาเรียนรู้และเติมเต็มความต้องการของตน โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.900, 0.118 และ 0.080 ตามลำดับ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหลังการซื้อของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวยุโรป โดยมีค่าขนาดอิทธิพล เท่ากับ 0.274 และมีค่าเป็นบวก ส่วนในด้านปัจจัยดึงดูด พบว่า มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหลังการซื้อของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวยุโรป มีค่าขนาดอิทธิพล เท่ากับ 0.332 และมีค่าเป็นบวก โดยปัจจัยดึงดูดจะเป็นตัวทำให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวยุโรปมีพฤติกรรมหลังการซื้อสูงขึ้น ได้แก่ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวซึ่งมีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรมประเพณี และด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.857, 0.742, 0.616, 0.351 และ 0.344 ตามลำดับ

Table 3 Average and standard deviation of the decision process in selecting to travel in Thailand of the elderly European people.

the decision process	\bar{x}	S.D.	output
1. the objectives of selecting to travel			
1.1 to relax	4.36	0.912	highest
1.2 sociability	3.01	1.494	medium
1.3 to have a new experiences	2.94	1.316	medium
1.4 to learn the new cultures	3.89	1.101	high
1.5 for the need	3.97	1.107	high
total	3.63	0.719	high
2. information Searching			
2.1 own experiences	3.95	1.341	high
2.2 interviewing from friends/ family/ cousin	3.63	1.287	high
2.3 from advertisement such as T.V., media, publishing	3.35	1.263	medium
2.4 from the tourism company	2.13	1.252	less
2.5 internet	3.91	1.241	high
total	3.39	0.656	medium
3. how to choose			
3.1 always in Thailand	3.99	1.343	high
3.2 ASEAN countries	2.74	1.478	medium
3.3 Asia	2.45	1.453	less
total	3.06	0.851	medium
4. time for choosing			
4.1 in 4 weeks	3.44	1.943	high
4.2 in 2 months	1.66	1.479	poor
4.3 in 6 months	1.49	1.313	poor
4.4 in 6 months	1.44	1.249	poor
total	2.01	0.172	less
5. purchasing behavior			
5.1 you feel satisfied.	4.66	0.533	highest
5.2 you will suggest others to visit Thailand	4.65	0.615	highest
5.3 you're intended to visit Thailand again.	4.27	0.878	highest
total	4.53	0.552	highest

สรุป

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยผลักดันในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาววัยสูงอายุยุโรปด้านการเดินทางเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกายมีค่ามากที่สุด คือ เพื่อพักผ่อนวันหยุด และเพื่อหลีกเลี่ยงความเครียดจากการทำงาน รองลงมาได้แก่ด้านการเดินทางเพื่อการศึกษาเรียนรู้และเติมเต็มความต้องการของตน คือ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ หรือศึกษาวัฒนธรรมที่แตกต่าง เพื่อพบเจอวัฒนธรรมใหม่ๆ เพื่อท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่ และเพื่อความภาคภูมิใจในตัวเอง และด้านการเดินทางเพื่อการเข้าสังคม คือ เพื่อใช้เวลากับเพื่อนหรือครอบครัว และเพื่อการเยี่ยมเยียนเพื่อนหรือญาติตามลำดับ ส่วนปัจจัยดึงดูดในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาววัยสูงอายุยุโรป ด้านสถานที่ท่องเที่ยว มีค่ามากที่สุด คือ ความงามของแหล่งท่องเที่ยว และความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว คือ ความสะดวกในการเดินทาง ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว และสุขอนามัยและความสะอาด และด้านวัฒนธรรมและประเพณี คือ สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และอาหารไทยตามลำดับ โดยพบว่าปัจจัยดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาววัยสูงอายุยุโรปเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว คือ แหล่งจ่ายเชื้อของ ค่าครองชีพในประเทศไทย และความพร้อมของข้อมูลการท่องเที่ยว ตามลำดับ ทั้งนี้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาววัยสูงอายุยุโรปมีการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และพบเจอสิ่งต่างๆ มากากกว่า

นักท่องเที่ยวอื่นๆ จึงทำให้มีการเปรียบเทียบประเทศไทยกับประเทศอื่นๆ มาก และจากการศึกษาปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลหลังการซื้อของนักท่องเที่ยวชาววัยสูงอายุยุโรปโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์เส้นทาง พบว่า ปัจจัยผลักดันไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหลังการซื้อของนักท่องเที่ยวชาววัยสูงอายุยุโรป ในขณะที่ปัจจัยดึงดูดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหลังการซื้อของนักท่องเที่ยวชาววัยสูงอายุยุโรปโดยปัจจัยดึงดูดจะเป็นตัวทำให้นักท่องเที่ยวชาววัยสูงอายุยุโรปมีพฤติกรรมหลังการซื้อสูงขึ้น ได้แก่ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว และด้านสถานที่ท่องเที่ยว ตามลำดับ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในการพัฒนาและปรับปรุงสภาพลักษณะในปัจจัยด้านดังกล่าวให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้ และเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาววัยสูงอายุในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยให้ดียิ่งขึ้น และการจะทำให้นักท่องเที่ยวชาววัยสูงอายุเกิดความพึงพอใจ และเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาปัจจัยดึงดูดในด้านต่างๆ ให้มีศักยภาพในการแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวต่างประเทศอื่นๆ ที่มีลักษณะเดียวกันหรือใกล้เคียงกันได้ เช่น ความพร้อมในการให้บริการ ข้อมูลทางการท่องเที่ยว ความสะดวกปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว ให้เหมาะกับนักท่องเที่ยวชาววัยสูงอายุยุโรป นอกจากนี้ควรมีการส่งเสริมสภาพลักษณะแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยให้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งควรมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. 2559. สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2558. (ระบบออนไลน์). แหล่งข้อมูล : <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/24710> (22 มกราคม 2559).
- กรวรรณ สังขกร, จันทร์จิตร เรียรศิริ, ฉันทวัต วันดี และสุรีย์ บุญญาอนุพงศ์. 2555. การประเมินศักยภาพการตลาดท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ ในภาคเหนือตอนบน. รายงานผลการวิจัย. มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น, เชียงใหม่.
- กวิน วงศ์ลิดี. 2554. การศึกษาพฤติกรรมกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติในประเทศไทย. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพฯ.
- ฉันทัช วรรัตนอม. 2552. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. สามลดา, กรุงเทพฯ.
- ราณี อิลิชัยกุล และชัชพล ทรงสุนทรวงศ์. 2552. การส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, กรุงเทพฯ.
- นิตา ชัชกุล. 2557. อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 6. โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2555. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. เพ็ริ้นซ์ฮาวง พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง, กรุงเทพฯ.
- สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2554. เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวและการโรงแรม. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- สุวีร์ณัฐ ใสภณศิริ. 2554. การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว: ก้าวแรกสู่การเป็นผู้บริหารธุรกิจท่องเที่ยวอย่างมืออาชีพ. ที คิว พี, กรุงเทพฯ.
- อรลักษณ์ ชิดเขียว. 2550. การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวผู้สูงอายุ. วิทยานิพนธ์ สาขาการจัดการบริการและการท่องเที่ยว (หลักสูตรนานาชาติ). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- อัศวิน แสงพิกุล. 2556. ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- United Nations (UN), Department of Economic and Social Affairs Population Division, New York. 2015. World population prospects the 2015 revision, key findings and advance tables. (online). Available: http://esa.un.org/unpd/wpp/publications/files/key_findings_wpp_2015.pdf (24 January 2016).