



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย
Tourism Promotion for Senior Tourists from Europe to Thailand

โดย รศ. ดร. ราณี อิศัยกุล และคณะ

สิงหาคม 2552

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย
Tourism Promotion for Senior Tourists from Europe to Thailand

คณะผู้วิจัย

สังกัด

รศ. ดร. ราณี อธิชัยกุล

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

ผศ. ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

ชุดโครงการ วาระแห่งชาติเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยว
สู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ปี 2551

สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยเรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย เป็นงานวิจัยหนึ่งในชุดโครงการวาระแห่งชาติเพื่อการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ปี 2551 ของสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย โดยได้รับเงินทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย และได้รับการส่งเสริมด้านเวลาและสิ่งอำนวยความสะดวกจากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

ในโอกาสนี้ดิฉันขอพระขอบคุณอย่างสูงต่อหน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านทั้งภาครัฐและเอกชนที่ได้สละเวลาให้ความอนุเคราะห์ข้อมูล การสัมภาษณ์ และข้อคิดเห็นซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย และขอขอบคุณคุณคุณพิรินทร์ พยุงเวช ที่ปรึกษาโครงการที่ให้คำปรึกษาและความอนุเคราะห์ตั้งแต่เริ่มต้นโครงการจนกระทั่งงานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี ดร. เทิดชาย ช่วยบำรุง ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทยที่ให้คำแนะนำจนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงและมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และคุณกฤษณ์ มนต์วีรุต รวมทั้งทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือสนับสนุนให้ข้อคิดเห็นในการค้นคว้าวิจัยอันเป็นประโยชน์แก่คณะผู้วิจัย

รศ.ดร. ราณี อธิชัยกุล และคณะ

วิชาเอกการจัดการการท่องเที่ยว

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

ถนนแจ้งวัฒนะ ปากเกร็ด นนทบุรี 11120

ตุลาคม 2552

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

การวิจัยเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพการท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทย (2) ศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป (3) ศึกษาวิเคราะห์แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ได้แก่ ที่พัก การคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภค และ (4) ศึกษาวิเคราะห์ความสามารถของประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการ ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 430 ชุดระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนกรกฎาคม 2552 และรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงกับลึกภาคีทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว (ATTA) และสมาคมโรงแรมไทย (THA) และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว โรงแรม โรงพยาบาล และธุรกิจสปา จำนวนทั้งสิ้น 37 คน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานใช้ การทดสอบค่าที และวิธีการทดสอบค่าเอฟ และ ค่า LSD ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลของการวิจัยประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สภาพการท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทย

ในปีพ.ศ. 2549 และปี พ.ศ. 2550 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุ 2,119,675 คน และ 2,259,161 คน จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 13,821,802 คน และ 14,464,228 คน คิดเป็นสัดส่วนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเดินทางเข้ามายังประเทศไทยร้อยละ 15.3 และ 15.6 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดตามลำดับ และมีอัตราการเติบโตจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 17.87 และร้อยละ 10.78 หากพิจารณานักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นรายประเทศพบว่าในปี พ.ศ. 2550 จำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศสหราชอาณาจักรมีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศเยอรมนี สวีเดน และฝรั่งเศส ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่าสัดส่วนของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาไม่มีการ

เปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มขึ้นเท่าใดนัก แม้ว่าตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุในประเทศไทยจะเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายใหม่ที่มีศักยภาพเนื่องจากมีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นเฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2549-2550 ประมาณร้อยละ 20 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เล็งเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านโครงสร้างของประชากรและพฤติกรรมของตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุและคนที่เกษียณอายุว่าเป็นตลาดที่กำลังเติบโตและเป็นตลาดเป้าหมายของไทย ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากในการเกิดตลาดท่องเที่ยวพำนักระยะยาวและตลาดท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงปริมาณ สามารถตอบผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์และคำถามวิจัยได้ดังนี้

คำถามการวิจัยข้อที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปเป็นอย่างไร

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวสูงอายุโดยรวมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรกมากที่สุด (ร้อยละ 41.40) รองลงมาคือ มากกว่า 4 ครั้ง (ร้อยละ 31.86) ท่องเที่ยวเป็นระยะเวลา 15 วันขึ้นไป (ร้อยละ 58.37) จัดเตรียมการเดินทางมาประเทศไทยด้วยตนเอง (ร้อยละ 45.34) เดินทางร่วมกับสามีหรือภรรยา (ร้อยละ 54.42) ท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ มากที่สุด (ร้อยละ 59.77) รองลงมาคือ เชียงใหม่ (ร้อยละ 40.93) และภูเก็ต (ร้อยละ 34.88) เหตุผลในการมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยเนื่องมาจากความเป็นมิตรหรือมิตรไมตรีของคนไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.79 รองลงมาคือ ธรรมชาติที่สวยงาม ความคุ้มค่าของราคา อาหารและเครื่องดื่ม แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมการพักผ่อนหรือเที่ยวชมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.56 พักในโรงแรมระดับ 4 ดาว (ร้อยละ 47.67) ใหัรถยนต์ในการเดินทางท่องเที่ยว (ร้อยละ 41.86) ได้ทราบข้อมูลที่ดีดึงดูดความสนใจให้เข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยจากเพื่อนสนิทหรือญาติมิตรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.74 ใช้จ่ายเงินในการท่องเที่ยวต่อวันต่ำกว่า US\$ 100 (ร้อยละ 41.86) นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในเดือนมกราคม (ร้อยละ 33.49) กลุ่มตัวอย่างสนใจหรือนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเวียดนามมากที่สุด (ร้อยละ 39.53) รองลงมาคือ มาเลเซีย และ สิงคโปร์ และร้อยละ 88.60 ของกลุ่มตัวอย่างอยากจะทำกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีก โดยวางแผนที่จะกลับมาเที่ยวที่ประเทศไทยอีกในปีนี้อย่างมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.32

คำถามการวิจัยข้อที่ 3 นักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปมีแรงจูงใจ และความต้องการในแต่ละองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้านอย่างไร

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยภาพรวมทั่วประเทศ 3 อันดับแรก ได้แก่ เพื่อพักผ่อนและคลายเครียด ($\bar{X} = 4.12$) เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ($\bar{X} = 3.97$) และเพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ ($\bar{X} = 3.96$) ตามลำดับ

ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวมทั่วประเทศ ปัจจัยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.19$) ที่ตั้งของที่พัก ($\bar{X} = 4.02$) และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ($\bar{X} = 4.01$) ตามลำดับ รองลงมา ได้แก่ ราคาของที่พัก ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม ความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่ประเทศ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การเดินทางภายในประเทศ สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ การอำนวยความสะดวกในการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร โครงสร้างพื้นฐาน คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุในโรงแรม เทศกาลและงานประเพณี และกิจกรรมเรียนรู้เพื่อการพักผ่อน เช่น การฝึกทำอาหารไทย เป็นต้น ตามลำดับ

คำถามการวิจัยข้อที่ 4 ประเทศไทยสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปในแต่ละองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้านอย่างไร

ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวมทั่วประเทศ ปัจจัยที่มีความพึงพอใจมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.10$) ที่ตั้งของที่พัก ($\bar{X} = 4.09$) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ($\bar{X} = 4.05$) ตามลำดับ รองลงมา ได้แก่ ราคาของที่พัก ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่ประเทศ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การเดินทางภายในประเทศ การอำนวยความสะดวกในการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุในโรงแรม เทศกาลและงานประเพณี และกิจกรรมเรียนรู้เพื่อการพักผ่อน เช่น การฝึกทำอาหารไทย เป็นต้น ตามลำดับ

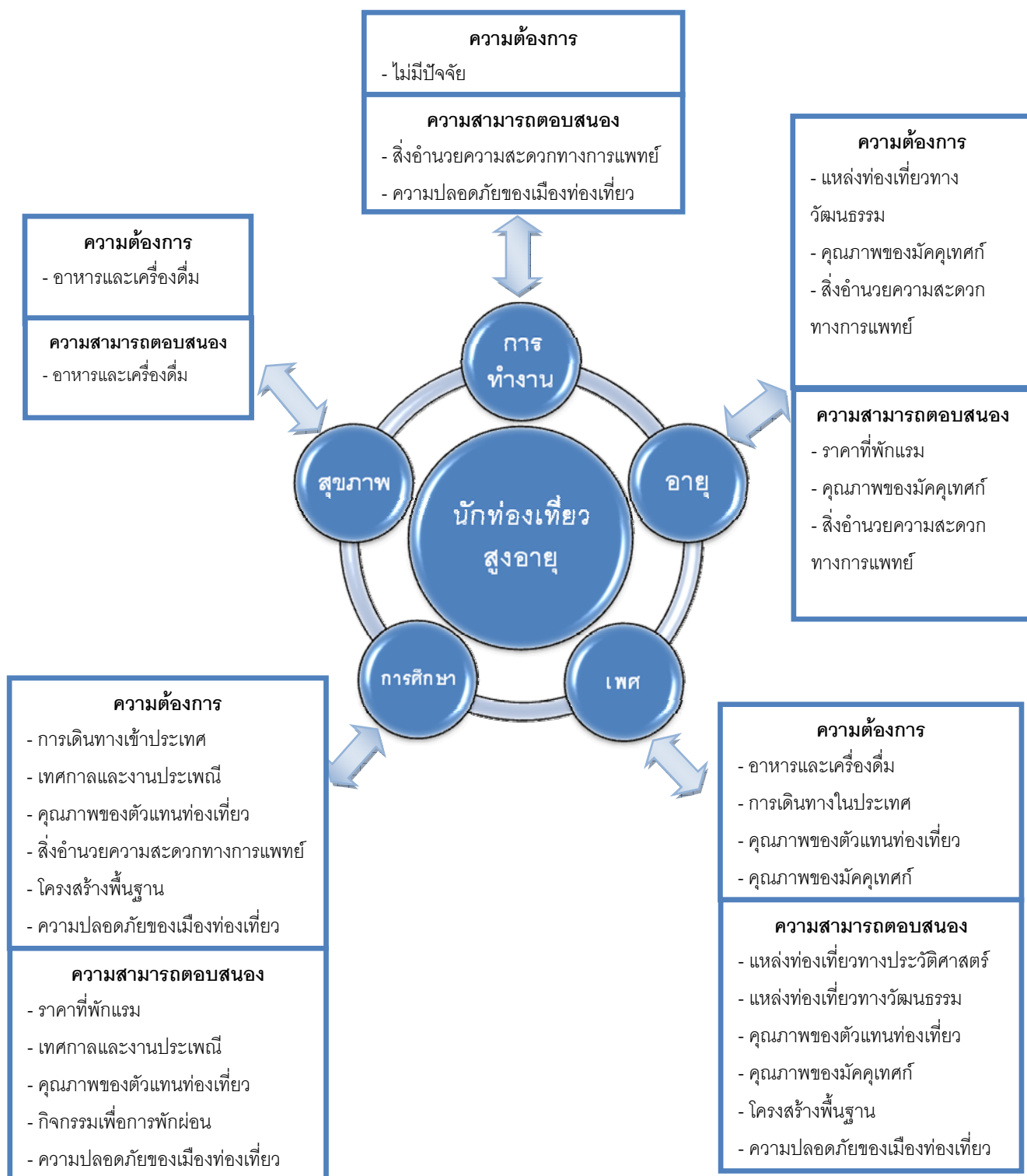
ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรป นำมาสรุปสาระสำคัญและนำเสนอเป็นรูปแบบ (model) แรงจูงใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปสู่ประเทศไทย ที่ประกอบด้วย แรงจูงใจหลัก 3 ประการและความต้องการหลัก 3 ประการ ดังนี้



ภาพที่ 1 รูปแบบแรงจูงใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปสู่ประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับความต้องการและการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

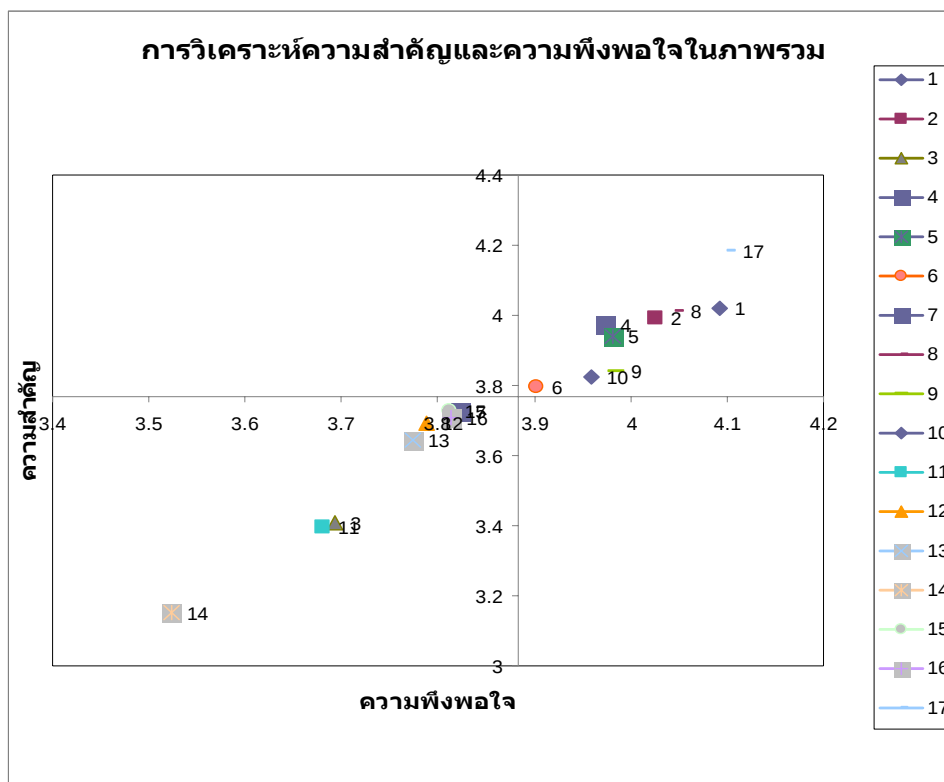
ผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สุขภาพ และสถานภาพการทำงาน กับความต้องการและความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน (17 ปัจจัย) ได้แก่ ที่พัก การคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภค สามารถนำมาสรุปเป็นรูปแบบ ได้ดังนี้



ภาพที่ 2 รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับความต้องการทางการท่องเที่ยวและ
ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป

ผลการวิเคราะห์ Importance Performance Analysis (IPA Model)

การวิเคราะห์ IPA ขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน (17 ปัจจัย) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยความต้องการที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ (Importance) กับระดับผลการดำเนินงานของประเทศไทยจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Performance by Satisfaction) สรุปผลการวิเคราะห์ภาพรวมของประเทศไทยได้ดังนี้



ภาพที่ 3 การวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจในภาพรวมของประเทศไทย

Quadrant 1 (Concentration Here) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ พบว่า ไม่มีปัจจัยใดที่ต้องปรับปรุงแก้ไขด่วน

Quadrant 2 (Keep up Good Work) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ พบว่ามี 9 ปัจจัย ได้แก่ (1) ที่ตั้งของที่พักรแรม (2) ราคาของที่พักรแรม (4) ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม (5) ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ (6) การเดินทางภายในประเทศ (8) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (9) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (10) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (17) ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ซึ่งประเทศไทยต้องรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสูงต่อไป

Quadrant 3 (Low Priority) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ พบว่ามี 8 ปัจจัย ได้แก่ (3) อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือผู้พิการในโรงแรม (7) การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร (11) เทศกาลและงานประเพณี (12) คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว (13) คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (4) กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน (15) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ (16) โครงสร้างพื้นฐาน แม้ปัจจัยในส่วนนี้ประเทศไทยไม่จำเป็นต้องสนใจแก้ไขเนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำ แต่บางปัจจัยมีระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจที่อยู่ใกล้ค่าเฉลี่ยมาก ประเทศไทยจึงควรให้ความสนใจลงมา

Quadrant 4 (Possible Overkill) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ พบว่าไม่มีปัจจัยใดในส่วนนี้ที่ต้องคำนึงถึง

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด นำมาวิเคราะห์และสรุปผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

คำถามการวิจัยข้อที่ 1. การท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทยมีสภาพเป็นอย่างไร

1.1 ภาพรวมของตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรป

ตารางที่ 1 ภาพรวมของตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรป

กลุ่มสัมภาษณ์	ภาพรวมของตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปในประเทศไทย
ธุรกิจนำเที่ยว	ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปในประเทศไทยมีทั้งเพศชายและหญิง ส่วนใหญ่มีรายได้ปานกลาง มีกำลังซื้อ ชอบเดินทางต่างประเทศปีละ 1-2 ครั้ง เพื่อการพักผ่อนและหนีหนาว ชอบทะเล และมาเที่ยวซ้ำ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มอายุ 55-65 ปี ยังทำงาน ยังไม่เกษียณ มาเที่ยวเป็นเวลา 2 สัปดาห์ ในฤดูหนาว (2) กลุ่มอายุ 65+ ปี ที่เกษียณแล้ว จะอยู่ท่องเที่ยวประมาณ 1-2 เดือน (3) กลุ่ม Long Stay หรืออสังหาริมทรัพย์ จะซื้อหรือเช่าบ้าน/คอนโดที่สามารถปรุงอาหารได้ ที่เชียงใหม่ หัวหิน อยู่ประมาณ 2-3 เดือน
โรงแรม	นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปส่วนใหญ่จะมาเป็นคู่เพื่อพักผ่อน ชอบความสงบ ความเอาใจใส่ของพนักงาน อากาศอบอุ่น ชอบชายหาดและสัมผัสวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น
ททท.	ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศกลุ่มนอร์ดิกและกลุ่มบอลติกมีลักษณะเด่นโดยรวมคือ เพศชายร้อยละ 55 อายุระหว่าง 55-70 ปี สถานภาพสมรส สุขภาพส่วนใหญ่ดี การทำงานเป็นนักธุรกิจและพนักงานระดับกลางถึงสูง แหล่งรายได้เงินจากธุรกิจและสวัสดิการจากรัฐ

กลุ่มสัมภาษณ์	ภาพรวมของตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปในประเทศไทย
สมาคมวิชาชีพ	นักท่องเที่ยวสูงอายุมีรายได้ปานกลาง มาพักผ่อน ชอบท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีทั้งยังทำงานอยู่ และเกษียณอายุแล้ว
โรงพยาบาล	นักท่องเที่ยวจากยุโรปส่วนใหญ่เกษียณอายุแล้วชอบมาท่องเที่ยวในเมืองไทย มีฐานะดี มีความสามารถในการจ่ายค่ารักษาเองได้ มีความคาดหวังต่อการบริการของโรงพยาบาลว่าจะได้รับการบริการด้านการแพทย์และบริการที่ดีเยี่ยม เช่น การวินิจฉัยโรคที่ถูกต้องและแม่นยำ รวดเร็ว และได้ผลจริง
ธุรกิจสปา	นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวยุโรปจะชอบธรรมชาติ อากาศกลางแจ้ง มีความสามารถในการจ่ายสูง ชอบใช้บริการสปา และส่วนใหญ่ไม่จู้จี้ แต่ไม่สามารถนอนคว่ำหรือหงายได้นานเกิน 2 ชั่วโมง เพราะจะเมื่อยและอาจะระบม

1.2 จุดเด่นของการท่องเที่ยวและการบริการที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปพึงพอใจ

ตารางที่ 2 จุดเด่นของการท่องเที่ยวและการบริการของประเทศไทย

กลุ่มสัมภาษณ์	จุดเด่นของการท่องเที่ยวและการบริการที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปพึงพอใจ
ธุรกิจนำเที่ยว	(1) การรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดี (2) มีความเชี่ยวชาญในแต่ละตลาดเป็นอย่างดี เนื่องจากแต่ละประเทศจะมีความต้องการไม่เหมือนกัน (3) การออกแบบสินค้าให้สอดคล้องต่อความต้องการ (4) บริการที่รวดเร็วและแม่นยำ เช่น การจอง (5) มีรถบัสของตนเองและรถเช่าที่ได้มาตรฐาน (6) มีคูปองและพนักงานที่เก่ง ภาษาดี อธิบายดี มีจิตวิทยา เข้าใจลูกค้า (7) การให้บริการที่มีมาตรฐาน
โรงแรม	การให้บริการที่ดูแลเอาใจใส่เหมือนญาติผู้ใหญ่ ความเป็นมิตร ทักทายแขก ความสงบ ความเป็นส่วนตัว ความปลอดภัย ทำเลที่ตั้งติดชายหาดหรือภูเขา ราคาถูก
ททท.	ค่าใช้จ่ายถูกและคุ้มค่าในการเดินทาง ความเป็นมิตรไมตรีของคนไทย อากาศที่อบอุ่นในช่วงฤดูหนาว ธรรมชาติ หาดทราย ชายทะเล ที่สวยงาม
สำนักงานท่องเที่ยว	ความเป็นมิตรไมตรีและสุขภาพของคนไทย ประเทศไทยอากาศดี สามารถเล่นน้ำทะเลได้ตลอดทั้งปี มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม และมีวัฒนธรรมที่ดี
สมาคมวิชาชีพ	ความเป็นไทย ราคาคุ้มค่า อากาศอบอุ่น อธิบายไมตรีของคนไทยและคนที่คุ้นเคย คนไทยมีจิตใจอบอุ่นอารีกับผู้สูงอายุ
โรงพยาบาล	(1) ความสามารถในการแพทย์ ได้รับการรับรองจากJCI (2) มีเครื่องมือแพทย์ อุปกรณ์ทางการแพทย์ที่รองรับแบบตติยภูมิ (3) การบริการที่อบอุ่น มีความเป็นไทย มีพนักงานที่ได้รับการฝึกฝนเป็นอย่างดี (4) มีค่ารักษาที่เป็นธรรม
ธุรกิจสปา	สปาไทยมีมีคุณภาพที่เป็นเอกลักษณ์ และส่วนประกอบของความเป็นไทย ด้วยทัศนคติและอุปนิสัยของคนไทย และศิลปการนวดแผนโบราณของไทย

1.3 ปัญหาการจัดการท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปและแนวทางแก้ไข

ตารางที่ 3 ปัญหาการจัดการท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปและแนวทางแก้ไข

จัดอันดับ โดยความถี่	ปัญหาการจัดการท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปและแนวทางแก้ไข
1	ปัญหาการสื่อสารภาษาต่างประเทศ (1) ผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องยังไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี โดยเฉพาะบริการต่างๆ ในเมืองท่องเที่ยวในภูมิภาค เช่น ศูนย์การแพทย์ ควรมีการอบรมภาษาต่างประเทศเพิ่มขึ้น (2) มักคุเทศก์ที่สามารถสื่อสารภาษาที่ 3 ได้ดีมีจำนวนน้อย เช่น ภาษาฝรั่งเศส เยอรมัน ฟินแลนด์ ต้องมี Representative ของบริษัทนำเที่ยวจากต่างประเทศมาช่วยสื่อสารกับนักท่องเที่ยว (3) ความต้องการล่ามในภาษาอื่น ๆ เช่น อิตาลี ขอให้มีส่วนกลางปรึกษาเรื่องภาษาอื่น โดยเฉพาะภาษาทางการแพทย์ (4) ปัญหาการสื่อสารภาษาต่างประเทศของคนท้องถิ่น นอกจากภาษาอังกฤษ เช่น ภาษาเยอรมัน ควรมีการอบรมภาษาต่างประเทศระดับพื้นฐานแก่ผู้สนใจ
2	ปัญหาการเบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาลที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศในประเทศไทย (1) การเบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาลที่นักท่องเที่ยวได้รับสวัสดิการจากรัฐไม่สามารถเบิกจ่ายได้ในประเทศไทย ควรส่งเสริมบริษัทประกันชีวิตประกันสุขภาพช่วยเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวสูงอายุทำประกันเพิ่มเป็นกรณีพิเศษเพิ่มขึ้น และร่วมกับสถานเอกอัครราชทูตประสานงานส่งเสริมหน่วยงานภาครัฐของประเทศนักท่องเที่ยวพิจารณาให้การเบิกค่ารักษาพยาบาลในประเทศไทยได้เพิ่มขึ้น (2) การประกันสุขภาพหรือสวัสดิการของรัฐในประเทศยุโรปไม่คุ้มครองการรักษาพยาบาลในประเทศไทย กระทรวงสาธารณสุขพยายามจัดทำร่างความร่วมมือหรือข้อตกลงกับรัฐบาลของประเทศนั้นๆ ในกรณีที่คนไข้ต้องรอคิวในการรักษา และให้สามารถมารักษาในประเทศไทยโดยเบิกค่ารักษาได้ แต่ยังไม่สำเร็จ
2	ปัญหาความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ (1) สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุยังขาดความพร้อมและยังไม่มีความสะดวกเท่าที่ควร เช่น ทางลาดสำหรับรถเข็นคนชรา บันไดลดระดับรถสำหรับคนชราและคนพิการ ซึ่งทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในประเทศไทยจะต้องให้ความสำคัญและดำเนินการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้มีความพร้อม (2) สนามบินสุวรรณภูมิ นักท่องเที่ยวลงจากเครื่องบินต้องเดินไกลกว่าจะออกจากสนามบินได้ สนามบินจัดรถบริการผู้โดยสารสูงอายุ
2	ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวสูงอายุ (1) การรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและมาตรฐานความปลอดภัยของการบริการ เช่น รถโดยสาร เรือโดยสาร/นำเที่ยว ตำรวจท่องเที่ยวมีจำนวนน้อย ควรเร่งดำเนินการควบคุมผู้ประกอบการและจัดหาตำรวจมาเพิ่มเติม (2) ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เช่น บริเวณริมหาด ไม่มี life guard เพียงพอ ชายหาดควรมีสัญลักษณ์ความปลอดภัย เช่น ธงขนาดใหญ่ และมีเป็นระยะ ตลอดหาด

จัดอันดับ โดยความถี่	ปัญหาการจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปและแนวทางแก้ไข
2	ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวสูงอายุ (1) การรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและมาตรฐานความปลอดภัยของการบริการ เช่น รถโดยสาร เรือโดยสาร/น้ำเที่ยว ดำรวจท่องเที่ยวมีจำนวนน้อย ควรเร่งดำเนินการควบคุมผู้ประกอบการและจัดทำตรวจมาเพิ่มเติม (2) ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เช่น บริเวณริมหาด ไม่มี life guard เพียงพอ ชายหาดควรมีสัญลักษณ์ความปลอดภัย เช่น ธงขนาดใหญ่ และมีเป็นระยะ ตลอดหาด
2	ปัญหาการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวของรถรับจ้างในเมืองท่องเที่ยว (1) การเอาเปรียบนักท่องเที่ยวในการคิดค่ารถโดยสารในเมือง ผู้ให้บริการมีความจริงใจและซื่อสัตย์น้อยลง แท็กซี่ราคาแพง ควรจัดระเบียบ อบรม และควบคุมการบริการจริงจัง (2) การหลอกลวงนักท่องเที่ยวในเรื่องของราคาของสินค้าและบริการ เช่น รถรับจ้าง
2	ปัญหาป้ายบอกทางภาษาต่างประเทศมีจำนวนน้อย (1) ป้ายบอกทางหลักและทางรอง ป้ายภาษาต่างประเทศมีจำนวนน้อย ท่องถิ่นมีหน้าที่จัดทำแต่ศักยภาพยังไม่ดีพอ (2) ป้ายบอกทาง ภาษาต่างประเทศน้อย ควรจัดทำเพิ่มเติม
2	ปัญหาค่าเช่าแหล่งท่องเที่ยวของคนต่างชาติสูงกว่าคนไทย (1) การเก็บค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวสำหรับคนต่างชาติสูงกว่าคนไทย ควรพิจารณาลดราคาค่าเข้าชมสำหรับผู้สูงอายุทั้งคนไทยและชาวต่างประเทศ

คำถามการวิจัยข้อที่ 2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปเป็นอย่างไร

ตารางที่ 4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป

กลุ่มสัมภาษณ์	พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป
ธุรกิจนำเที่ยว	นักท่องเที่ยวมาเที่ยวประเทศไทยปีละ 1-2 ครั้ง อายุ 55-65 ปี ยังไม่เกษียณ จะมาปีละครั้งละ 14 วัน นักท่องเที่ยว อายุ 65+ ปี เกษียณแล้วจะมาปีละ 1-2 ครั้งอยู่ตั้งแต่ 2 อาทิตย์ – 2 เดือน ชอบมาช่วงเดือนพฤศจิกายน-มีนาคม ส่วนใหญ่มาเป็นคู่และเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว เพื่อพักผ่อน พักโรงแรม 3 ดาวขึ้นไป ค่าใช้จ่ายสัปดาห์ละ 15,000-30,000 บาท
โรงแรม	นักท่องเที่ยวมาเที่ยวประเทศไทยเฉลี่ยปีละ 1-2 ครั้ง นักท่องเที่ยวที่มาแบบแพคเกจจะอยู่ 14-21 วัน นักท่องเที่ยวที่มาเองจะอยู่ 2-3 เดือน มาช่วงตุลาคม – มีนาคม ส่วนใหญ่ผ่านบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ ส่วนน้อยเป็นพวก FIT จะติดต่อโรงแรมโดยตรง ชอบนั่งริมสระน้ำ อ่านหนังสือ วาดน้ำ เดินเล่นชายหาด เที่ยววัดเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมไทย พักโรงแรม 3 ดาว ค่าใช้จ่าย Full board ห้างละประมาณวันละ 4000-5200 บาท (2 คน) โรงแรม 4 ดาว ค่าใช้จ่ายค่าห้องวันละ 2400-5000 บาทรวมอาหารเช้า

กลุ่มสัมภาษณ์	พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป
ททท.	นักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวียมาเที่ยวประเทศไทยปีละ 2-4 ครั้ง ๆ ละ 20 วัน ช่วงเดือนตุลาคม – เมษายน ชอบมาประเทศไทยเพราะราคาถูก คนไทยเป็นมิตร อากาศอบอุ่นในช่วงฤดูหนาว อาหารอร่อย ชอบการพักผ่อนอาบแดด การเล่นกีฬาที่ชอบ เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ เล่นเรือยอร์ช ซิม่า การเรียนรู้และสัมผัสวิถีชีวิต ที่พักโรงแรม รีสอร์ท บ้านพักและคอนโดมิเนียม ค่าใช้จ่ายโดยรวมตลอดการเดินทางประมาณ 64,000 บาทต่อคน
สำนักงานท่องเที่ยวฯ	นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปชอบกิจกรรมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เช่น การเรียนทำอาหารไทย การทำขนมไทย การทอผ้า บันดินเผา การเรียนรำไทย การศึกษาวิถีชีวิตแต่ละภาค กิจกรรมการออกกำลังกาย เช่น กอล์ฟ วัยน้ำ ดำน้ำ ซ้ำจักรยาน พายเรือ กิจกรรมเสริมสุขภาพ เช่น การฝึกสมาธิ โยคะ การนวดแผนโบราณ เป็นต้น

คำถามการวิจัยข้อที่ 3. นักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปมีความต้องการในแต่ละองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้านอย่างไร

3.1 ความคิดเห็นของธุรกิจนำเที่ยว

ตารางที่ 5 ความคิดเห็นของธุรกิจนำเที่ยวต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป
ที่พัก	โรงแรม 3-4 ดาว ตั้งอยู่ใกล้ทะเล มีสระว่ายน้ำ มีที่อาบแดด ห้องพักระดับสูงสบาย ตั้งอยู่ใกล้ซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านอาหารสะอาดและอร่อย มีมาตรฐาน เช่น ความสะอาด ความปลอดภัย แสงไฟ/แสงสว่างเพียงพอ ทางลาดชันสำหรับรถเข็น หากพื้นที่ต่างระดับต้องมีไฟบอกให้เห็น เป็นต้น
การคมนาคม	สายการบินตรงจากเมืองสู่เมืองจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว การเดินทางภายในประเทศจะใช้รถบัสที่มีมาตรฐานและเน้นความปลอดภัย
แหล่งท่องเที่ยว	แหล่งวัฒนธรรมและชายทะเล
สิ่งอำนวยความสะดวก	มีคูปองส่วนลดทั่วไปที่ภาษาอังกฤษดี ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว แหล่งซื้อของที่ระลึก และร้านอาหารไทยและนานาชาติคละกัน ประกันสุขภาพและโรงพยาบาลอยู่ในบริเวณใกล้เคียง และสนามกอล์ฟ
สาธารณูปโภค	ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินและโครงสร้างพื้นฐานที่มีทางลาดชันสำหรับรถเข็นในบริเวณสนามบิน และบริเวณที่สาธารณะ

3.2 ความคิดเห็นของโรงแรม

ตารางที่ 6 ความคิดเห็นของโรงแรมต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป
ที่พัก	โรงแรม 3-4 ดาว มีลักษณะเป็นบังกะโล หรือห้องพัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย ติดทะเล มีสวน เน้นความสะอาด สุขอนามัย มีโรงพยาบาลอยู่ในบริเวณใกล้เคียง มีความปลอดภัย และทางลาดชันใช้รถเข็นเข้าออกได้
การคมนาคม	ความสะดวกของสนามบิน ความปลอดภัยของยานพาหนะ
แหล่งท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชายทะเล การแสดงศิลปวัฒนธรรม
สิ่งอำนวยความสะดวก	มัคคุเทศก์บริการดี ภาษาดี เข้าใจผู้สูงอายุ แหล่งช้อปปิ้ง ร้านอาหารนานาชาติ และร้านอาหารไทย เน้นความสะอาด
สาธารณูปโภค	ความปลอดภัยสูง มีบาทวิถีริมทะเล ทางเดินเท้า ความสะอาดของชายหาด ห้องน้ำสาธารณะ และ แสงสว่าง

3.3 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 7 ความคิดเห็นของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป
ที่พัก	ปลอดภัย สะอาด ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมดี มีความสงบและ ความเป็นส่วนตัว ราคาห้องพักประมาณ 1,500 – 5,000 บาท
การคมนาคม	เครื่องบินสู่กรุงเทพฯ ภูเก็ต กระบี่ การเดินทางภายในประเทศ โดยทางรถยนต์ร่วมกับคณะของบริษัทนำเที่ยวเป็นส่วนใหญ่
แหล่งท่องเที่ยว	หาดทราย ชายทะเล
สิ่งอำนวยความสะดวก	การบริการของบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ เป็นบริษัทที่มีเจ้าหน้าที่พูดภาษาของตนได้ แหล่งซื้อของ และสถานที่รับประทานอาหาร ห้างสรรพสินค้า และร้านอาหารที่มีความสะอาด โรงพยาบาลในพื้นที่ท่องเที่ยวในกรณีเจ็บป่วย สนามกอล์ฟ สวนสาธารณะ
สาธารณูปโภค	ความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สินและสุขภาพ ระบบน้ำ อากาศที่สะอาด ระบบไฟฟ้าที่ปลอดภัย

คำถามการวิจัยข้อที่ 4. ประเทศไทยสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปในแต่ละองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้านอย่างไร

4.1 ความคิดเห็นของธุรกิจนำเที่ยว

ตารางที่ 8 ความคิดเห็นของธุรกิจนำเที่ยวต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	การตอบสนองความต้องการ	เหตุผล
ที่พัก	ปานกลางถึงมาก	มีโรงแรมหลายประเภท ราคาถูก แต่พนักงานโรงแรมยังไม่สามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้หลายภาษา
การคมนาคม	ปานกลางถึงมาก	มีเที่ยวบินมาก ราคาไม่แพง การขอวีซ่าควรสะดวกกว่าที่เป็นอยู่ การใช้ระบบขนส่งสาธารณะยังไม่สะดวก
แหล่งท่องเที่ยว	มาก	แหล่งท่องเที่ยวมีหลากหลาย แต่ควรปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณแหล่งท่องเที่ยว
สิ่งอำนวยความสะดวก	ปานกลางถึงมาก	มีจุดเติมน้ำมันดี แต่ยังมีขาดแคลนภาษาต่างประเทศอื่นๆ แหล่งจำหน่ายเชื้อเพลิงและร้านอาหารมีมาก โรงพยาบาลในเมืองใหญ่มีคุณภาพ แต่ในเมืองเล็กมีปัญหาด้านการสื่อสาร
สาธารณูปโภค	ปานกลาง	ปัญหาหลายประการ เช่น ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง ทางเดินเท้าต่างระดับ ความสะอาดของบ้านเมือง ข้อมูลข่าวสารล่าช้า

4.2 ความคิดเห็นของโรงแรม

ตารางที่ 9 ความคิดเห็นของโรงแรมต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	การตอบสนองความต้องการ	เหตุผล
ที่พัก	มาก	โรงแรมไทยมีมาตรฐานและเป็นมืออาชีพ
การคมนาคม	ปานกลาง	นักท่องเที่ยวยังประสบปัญหาที่สนามบิน และพิธีการตรวจคนเข้าเมืองไม่สะดวก การเดินทางภายในประเทศ มีการเอารถเช่าเปรียบนักท่องเที่ยวในเรื่องราคาค่าโดยสาร
แหล่งท่องเที่ยว	มาก	ภาคเหนือมีแหล่งศิลปวัฒนธรรม ภาคใต้มีทะเล
สิ่งอำนวยความสะดวก	ปานกลางถึงมาก	มีจุดเติมน้ำมันดีแต่มีปัญหาเรื่องภาษาต่างประเทศ แหล่งจำหน่ายเชื้อเพลิงและร้านอาหารมีมาก โรงพยาบาลมีมาตรฐานสากล
สาธารณูปโภค	ปานกลาง	ปัญหาประปา ถนนแคบ ไม่มีบาทวิถี รัฐบาลไม่ลงทุนสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกให้คนสูงอายุ

4.3 ความคิดเห็นของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 10 ความคิดเห็นของธุรกิจนำเที่ยวต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป

องค์ประกอบ ทางการท่องเที่ยว	การตอบสนอง ความต้องการ	เหตุผล
ที่พัก	ปานกลางถึงมาก	ควรมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับผู้สูงอายุ ราคาถูกแล้วจึงตอบสนองได้มาก
การคมนาคม	มาก และต่ำ	การเดินทางภายในประเทศ บางจังหวัดไม่มีเที่ยวบินตรง แท็กซี่ราคาสูงและระบบขนส่งมวลชนไม่สะดวก
แหล่งท่องเที่ยว	ปานกลางถึงมาก	แหล่งธรรมชาติ ประเพณี และวัฒนธรรม
สิ่งอำนวยความสะดวก	ปานกลาง	บริษัทนำเที่ยวชั้นนำ มีคุณภาพบริการดี แหล่งจำหน่ายซื้อของและร้านอาหารมีมาก โรงพยาบาลมีคุณภาพ
สาธารณูปโภค	ปานกลางถึงต่ำ	ปัญหาน้ำประปา กำจัดขยะ ห้องน้ำสาธารณะ ทางข้ามถนนไม่มีไฟกวดให้รถหยุด

ส่วนที่ 4 นโยบายและมาตรการส่งเสริมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ข้อมูลเชิงคุณภาพ และข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่างนำมาสรุปเสนอเป็นแนวคิดการการแบ่งกลุ่มเป้าหมายเพื่อดำเนินการตลาด และข้อเสนอแนะที่ภาครัฐและภาคเอกชนควรส่งเสริมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทยโดยพิจารณา กำหนดนโยบายและมาตรการ ดังนี้

การแบ่งกลุ่มเป้าหมายเพื่อดำเนินการตลาด

จากการศึกษาและวิเคราะห์พบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักจากพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็น 3 กลุ่มตามตารางที่ 11 ดังนี้

ตารางที่ 11 การแบ่งกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป

กลุ่มเป้าหมาย	พฤติกรรมและความต้องการ
นักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน	จุดประสงค์เพื่อการพักผ่อน ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 55-65 ปี ยังทำงาน มา 1-2 ครั้ง มาเที่ยวเป็นเวลา 2 สัปดาห์ ในฤดูหนาว เดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว พักโรงแรม 3-4 ดาว
นักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนแบบพำนักระยะยาว	จุดประสงค์เพื่อการพักผ่อน ส่วนใหญ่อายุมากกว่า 65 ปีขึ้นไป เกษียณอายุแล้ว มาช้า มีฐานะดี จะอยู่ท่องเที่ยวประมาณ 1-2 เดือน เดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยวและติดต่อเองโดยตรง พักโรงแรม 3-4 ดาว ห้องพักรวมมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ หรือห้องชุดบริการ/สถานพักตากอากาศ เน้นความปลอดภัย ใกล้ร้านอาหาร โรงพยาบาล ศูนย์การค้า
นักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ	จุดประสงค์เพื่อรักษาสุขภาพ มีทั้งระดับเริ่มต้นที่มาใช้บริการสปาเพื่อรักษาสุขภาพเสริมความงาม การรักษาสุขภาพระดับกลาง เช่น ทำเลซิก การทำฟัน และการรักษาระดับสูง เช่น การผ่าตัด สะโพก กระดูกข้อเข่า และการฟอกฟันที่โรงพยาบาล

ที่มา: ผลจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัยในครั้งนี้

ข้อเสนอแนะที่ภาครัฐและภาคเอกชนควรส่งเสริมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทยโดยพิจารณากำหนดนโยบายและมาตรการ ดังนี้

1. นโยบายด้านการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป

ภาครัฐควรกำหนดนโยบายที่ชัดเจนและต่อเนื่องในการส่งเสริมให้ประเทศไทยต้อนรับนักท่องเที่ยวสูงอายุอย่างจริงจัง และขณะเดียวกันพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้มีความพร้อมและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุได้จริง โดยเริ่มต้นจากการปรับปรุงเมืองท่องเที่ยวหลักสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุก่อน

มาตรการ

1. การจัดทำโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุโดยการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุชาวยุโรปนำร่องเพื่อเป็นจุดเริ่มต้น โดยภาครัฐขอความร่วมมือผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการลดราคาค่าบริการเป็นพิเศษ จัดเป็นรายการนำเที่ยว Special Senior

Package ประกอบด้วย ค่าโดยสารเครื่องบิน การบริการที่พักแรม การบริการรับส่งสนามบิน การดูแลยกกระเป๋า การนำเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญ กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน รวมทั้งการบริการตรวจร่างกายในโรงพยาบาล

2. การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป ทำให้นักท่องเที่ยวท่องเที่ยวในประเทศไทยนานขึ้น เกิดการใช้จ่ายที่สูงขึ้น ได้แก่

2.1 การจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนและผ่อนคลายอย่างเต็มที่ เช่น กิจกรรมเพื่อการผ่อนคลาย ควรเพิ่มกิจกรรมนวดและสปา การจัดห้องสมุดหรือมุมอ่านหนังสือ ฟังเพลงและชมภาพยนตร์ (ดีวีดี) สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุในที่พักระแหรือในเมืองท่องเที่ยว เป็นต้น

2.2 การจัดให้มีกิจกรรมการเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้แก่

2.2.1 การเรียนนวด การนั่งสมาธิ วิปัสสนา การเรียนโภชนาการเพื่อการรับประทานอาหารที่เหมาะสมกับสุขภาพ การเรียนรู้การรักษาสุขภาพ การเล่นโยคะ ไท้เก๊ก การจัดฝึกหัดกีฬา กอล์ฟโดยมีครูผู้สอน เป็นต้น

2.2.2 การนำชมศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การนำชมชีวิตความเป็นอยู่ที่เป็นเอกลักษณ์ของคนท้องถิ่นหรือชุมชนพื้นเมืองดั้งเดิม หรือนำชมภูมิปัญญาท้องถิ่น

2.3 การจัดโปรแกรมนำเที่ยวแบบ Cluster รวม 2-3 จังหวัดในการเที่ยวครั้งเดียวกัน เช่น นำเที่ยวพญา จันทบุรีและตราด หรือนำเที่ยวภูเก็ต พังงาและกระบี่

2.4 การจัดอาหารและเครื่องดื่มให้มีความหลากหลายและเพื่อสุขภาพที่ดีของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

2.5 การจัดโปรแกรมแบบ Slow Tourism คือไม่เร่งรีบ ท่องเที่ยวในชุมชนที่เรียบง่ายสบายๆ ใกล้ชิดธรรมชาติ ปลอดภัยจากมลพิษและไม่สร้างมลพิษ ดำเนินกิจกรรม เช่น เก็บผักปลอดสารพิษ ทำอาหารกินเอง

3. การเจาะตลาดกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวสูงอายุเพื่อการพักผ่อน โดยติดต่อบริษัทนำเที่ยว (Tour Operator) ในทวีปยุโรปที่สนใจตลาดผู้สูงอายุ และจัดทำ Familiarization trip เพื่อนำเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนสำหรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เน้นที่พักแรมที่สะดวกสบายดี ชายทะเล มีห้องอาหารหลายประเภท และมีความปลอดภัย

4. การจัดทำ Web Site การท่องเที่ยวไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศสูงอายุ

5. การโฆษณาประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ผ่านสื่อในต่างประเทศ เช่น โทรทัศน์ นิตยสารการท่องเที่ยว บ้ายบนทางหลวง เป็นต้น

6. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยสำหรับผู้สูงอายุ ผ่านสื่อสาธารณะ โดยการนำเสนอว่าประเทศไทยเหมาะสมกับผู้สูงอายุอย่างไร โดยการจัด Media Trip โดยเชิญนักเขียนและสื่อมวลชนจากทวีปยุโรปเยือนประเทศไทย รวมทั้งการเชิญผู้แทนบริษัทประกันชีวิต ประกันสุขภาพมาเยือนประเทศไทย เพื่อรับทราบข้อมูลและสำรวจสิ่งอำนวยความสะดวกในประเทศไทย

7. การจัดทำ Road show ไปยังประเทศเป้าหมาย โดยนำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพไปด้วย เช่น โรงพยาบาล โรงแรม เป็นต้นการร่วมงาน Trade show และ Cultural Fair

8. การส่งเสริมการขายแบบ Word of Mouth หรือเพื่อนแนะนำเพื่อน เช่น การลดราคาค่าบริการนำเที่ยว หรือให้ห้องพักฟรี 1 คืน หากนักท่องเที่ยวสูงอายุแนะนำเพื่อนหรือญาติมาใช้บริการ

9. การเสริมสร้างความน่าสนใจ (Appeal) และภาพลักษณ์ (Image) ของแหล่งท่องเที่ยวไทยที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น การสนับสนุนนักเขียนสารคดีท่องเที่ยวให้มีประสบการณ์ท่องเที่ยวในประเทศไทย การเชิญผู้สร้างภาพยนตร์ต่างประเทศมาถ่ายทำในประเทศไทย โดยเน้นย้ำความเป็นมิตรของคนไทยต่อผู้สูงอายุ ความคุ้มค่าของการท่องเที่ยวในประเทศไทย และความปลอดภัย

2. นโยบายด้านการส่งเสริมนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว

รัฐบาลได้ส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวมาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2545 แต่ผลงานของหน่วยงานที่รับผิดชอบยังไม่เด่นชัด จึงจำเป็นที่รัฐบาลควรแสดงเจตจำนงและนโยบายที่ชัดเจนและต่อเนื่องในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว ซึ่งจะทำควบคู่ไปกับการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุได้

มาตรการ

1. การเจาะตลาดกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนแบบพำนักระยะยาว โดยผ่านบริษัทนำเที่ยวหรือเจาะกลุ่มผู้เกษียณอายุผ่านสมาคมผู้สูงอายุ หรือสมาคมวิชาชีพที่เป็นอาชีพของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

2. การจัดทำที่พักแรมเพื่อนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว โดยเลือกจากโรงแรมที่มีอยู่แล้วในทำเลที่ดี อยู่ใกล้ธรรมชาติ ชุมชนและโรงพยาบาล และปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกให้ครบครันแก่ผู้สูงอายุ โดยรัฐบาลอาจให้ความช่วยเหลือในการลงทุนด้วยการให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ

3. การเสนอบริการพิเศษให้แก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น การตรวจสุขภาพฟรีแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นประจำทุกปี หรือ 2 ปีขึ้นไป และที่อยู่ปีละไม่น้อยกว่า 21 วัน

3. นโยบายด้านการส่งเสริมนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ

รัฐบาลเล็งเห็นความสำคัญและโอกาสของการเจริญเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ แต่ยังไม่ได้มีการสนับสนุนอย่างชัดเจน รัฐบาลจึงควรกำหนดนโยบายที่ชัดเจนในการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ซึ่งจะทำความเข้าใจไปกับการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุได้

มาตรการ

1. การทำข้อตกลงระหว่างรัฐบาลไทยกับรัฐบาลของประเทศในยุโรปในการเบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาลที่นักท่องเที่ยวได้รับสวัสดิการจากรัฐได้ในประเทศไทย
2. การส่งเสริม Medical Tourism ให้ประเทศไทยเป็น Medical Hub เช่น การโฆษณาการประชาสัมพันธ์ร่วมกับการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ
3. การเจาะตลาดผ่าน Medical Agent ที่มีความสามารถเป็นตัวกลางระหว่างนักท่องเที่ยวกับโรงพยาบาล
4. การเจาะตลาดนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ผ่านโรงพยาบาล บริษัทประกันสุขภาพ บริษัทประกันชีวิตในต่างประเทศ หรือสินค้าสุขภาพที่ผู้สูงอายุบริโภค
5. การร่วมงานแสดงสินค้าประเภท Health and Wellness ที่จัดให้มีขึ้นในประเทศต่างๆ ทั่วโลก
6. การส่งเสริมการบริการด้าน Health and Wellness เช่น การตรวจร่างกาย การตรวจหัวใจ การทำฟัน โดยการให้โรงพยาบาลไปร่วม Road Show หรือไปร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ

4. นโยบายการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

มาตรการ

1. การเพิ่มการรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและปรับปรุงมาตรฐานความปลอดภัยของการบริการในเมืองท่องเที่ยว เช่น การเพิ่มจำนวนตำรวจท่องเที่ยว การปรับปรุงมาตรฐานของยานพาหนะและผู้ขับที่รถโดยสาร เรือโดยสาร/นำเที่ยว เป็นต้น
2. การกำหนดมาตรการลงโทษด้านความปลอดภัยและดำเนินการลงโทษอย่างจริงจังแก่ผู้กระทำความผิด เช่น ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวที่ละเลยการรักษาความปลอดภัย เช่น บริการคมนาคมขนส่ง เป็นต้น
3. การรณรงค์ให้เมืองท่องเที่ยวเป็นพื้นที่ที่มีความปลอดภัยโดยเน้นให้ผู้ประกอบการมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวและสังคม และประชาชนในพื้นที่ให้เป็นเจ้าบ้านที่ดีช่วยเหลือและเฝ้าระวัง เพื่อให้เกิดความปลอดภัยแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว

4. การจัดทำคู่มือป้องกันอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น การแนะนำและการระวังมิฉะนั้นที่อาจทำให้นักท่องเที่ยวได้รับอันตรายทั้งชีวิตและทรัพย์สินได้

5. นโยบายการพัฒนาและปรับปรุงสภาพแวดล้อมเมืองท่องเที่ยวหลัก

การพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกผู้สูงอายุมีความจำเป็นและรัฐบาลพึงกระทำ เพราะจะเป็นประโยชน์สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุไทยด้วย ซึ่งรัฐบาลไทยเริ่มมองเห็นความสำคัญเช่นกัน

มาตรการ

1. พัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกบนถนนหนทางในบริเวณเมือง เช่น การปรับปรุงบาทวิถีให้มีระดับเดียวกัน การสร้างทางลาดชันสำหรับรถเข็น การปรับปรุงความสะอาดของห้องน้ำสาธารณะ การสร้างห้องน้ำสาธารณะสำหรับผู้พิการหรือมีโรคสำหรับผู้สูงอายุ

3. การปรับปรุงความสะอาด บนถนนหนทาง ชายหาด ห้องน้ำสาธารณะ และการลดมลพิษในพื้นที่ท่องเที่ยว

4. การควบคุมดูแลผู้ขายสินค้าบริเวณท้องถนนที่ก่อความรำคาญแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ และกำหนดบทลงโทษให้เหมาะสม

6. นโยบายด้านการปรับปรุงด้านการเดินทางเข้า-ออกและภายในประเทศ

การเดินทางเข้ามาประเทศไทยและเดินทางภายในประเทศยังมีปัญหาอีกหลายประการที่ควรดำเนินการแก้ไข รวมทั้งการส่งเสริมวีซ่าระยะยาวแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ มาตรการสำคัญที่ควรพิจารณาดำเนินการมี ดังนี้

มาตรการ

1. การอำนวยความสะดวกด้านพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและการจัดช่องทางพิเศษเข้า-ออกให้แก่ผู้สูงอายุในบริเวณสนามบิน

2. การอำนวยความสะดวกด้านวีซ่าแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยการยกเว้นวีซ่ากลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุนานกว่า 30 วัน เช่น 90 วัน และการขยายเวลาวีซ่านักท่องเที่ยวสูงอายุให้นานกว่า 90 วัน เช่น 180 วัน

3. การพัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุในสนามบิน สถานีรถไฟ สถานีขนส่ง และท่าเทียบเรือในเมืองท่องเที่ยวหลัก เช่น จัดให้มีรถบริการผู้สูงอายุ บริการยกกระเป๋า ทางลาดชันสำหรับรถเข็นคนชรา บันไดลดระดับสำหรับคนชราและคนพิการ เป็นต้น

4. การจัดทำข้อมูลรายการราคาค่าโดยสารในเมืองท่องเที่ยวสำหรับรถแท็กซี่ หรือรถโดยสาร เช่น ราคาจากสนามบินไปโรงแรม ราคาจากโรงแรมไปแหล่งท่องเที่ยว

5. การจัดบริการและรายการค่ารถแท็กซี่หรือรถโดยสารท่องเที่ยวแบบเหมารายวัน เพื่อไปแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในพื้นที่

6. การจัดทำแผนที่และข้อมูลเส้นทางรถประจำทางเป็นภาษาอังกฤษสำหรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มาเองและมาซ้ำ

7. การควบคุมการบริการของรถรับจ้างในเมืองท่องเที่ยวไม่ให้หลอกลวงและเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว เช่น การควบคุมราคาค่าโดยสาร เป็นต้น

8. การเพิ่มป้ายบอกทางหลักและป้ายบอกทางรองเป็นภาษาต่างประเทศ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวเองได้สะดวกขึ้น

7. นโยบายด้านการส่งเสริมและสนับสนุนด้านที่พักและแหล่งท่องเที่ยว

รัฐบาลควรพิจารณาใส่ใจและส่งเสริมนักท่องเที่ยวสูงอายุในการท่องเที่ยวด้วยการให้ส่วนลดในการใช้บริการต่างๆ ที่จะมีผลดีแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุไทยด้วยเช่นกัน รวมทั้งสนับสนุนธุรกิจที่พักแรม ดังนี้

มาตรการ

1. การให้ส่วนลดหรือราคาพิเศษในการใช้บริการสาธารณะ การเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุทั้งคนไทยและชาวต่างประเทศ เช่น อุทยานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์ เป็นต้น

2. การปรับปรุงที่พักแรมให้รองรับผู้สูงอายุและผู้พิการได้มากขึ้น โดยรัฐบาลช่วยเหลือการลงทุนด้วยการให้เงินอุดหนุนเบี้ยต่ำ

8. นโยบายการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ

การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวสูงอายุจะทำให้ นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและมาซ้ำ และบอกต่อ อันจะส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวไทยในระยะยาว มาตรการที่สำคัญ ได้แก่

มาตรการ

1. การพัฒนาและปรับปรุงภาษาต่างประเทศของมัคคุเทศก์และผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาอังกฤษ และภาษาอื่นๆ เช่น ภาษาเยอรมัน สเปน ดินเนเวีย ฝรั่งเศส เป็นต้น

2. การปรับปรุงมาตรฐานการรักษาความปลอดภัยบริเวณชายหาด เช่น การจัดเจ้าหน้าที่ประจำชายหาดเพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยวกรณีจมน้ำ การติดตั้งสัญลักษณ์ความปลอดภัยในการเล่นน้ำทะเล

3. การจัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีลักษณะเป็น One Stop Service Center ตั้งอยู่ตามเมืองท่องเที่ยวหลักในภูมิภาค เพื่อให้ข้อมูล คำแนะนำ การช่วยเหลือนักท่องเที่ยวสูงอายุ การรักษาความปลอดภัย รวมทั้งการบริการนำเที่ยวโดยมัคคุเทศก์หรือเพื่อนเดินทาง (escort) ที่ถูกต้องตามกฎหมาย

กล่าวโดยสรุป ภาคิทางการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนควรร่วมมือเร่งดำเนินมาตรการตามนโยบายที่กล่าวข้างต้น เพื่อส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปสู่ประเทศไทยให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น อันจะนำไปสู่รายได้ของประเทศที่เพิ่มมากขึ้น

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : ABTC/NAT/0001

ชื่อโครงการ : การส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย

ชื่อนักวิจัย : 1. รองศาสตราจารย์ ดร.รานี อธิชัยกุล
หน่วยงาน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัชพล ทวงสุนทรวงศ์
หน่วยงาน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

E-mail Address : ranee.esi@stou.ac.th

ระยะเวลาโครงการ : 1 กันยายน 2551 – 31 สิงหาคม 2552

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพการท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทย (2) ศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป (3) ศึกษาวิเคราะห์แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ได้แก่ ที่พัก การคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภค (4) ศึกษาวิเคราะห์ความสามารถของประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการ ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 430 คน โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนได้เสียกับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากภาครัฐและเอกชน จำนวน 37 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานใช้ การทดสอบค่าที และวิธีการทดสอบค่าเอฟ และ LSD ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยในปีพ.ศ. 2549 และปี พ.ศ. 2550 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุ 2,119,675 คน และ 2,259,161 คน จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 13,821,802 คน และ 14,464,228 คน คิดเป็นสัดส่วนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเดินทางเข้ามายังประเทศไทยร้อยละ 15.3 และ 15.6 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดตามลำดับ และมีอัตราการเติบโตจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 17.87 และร้อยละ 10.78 และพบว่าพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป ได้แก่ เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรกมากที่สุด เป็นระยะเวลา 15 วันขึ้นไป จัดเตรียมการ

เดินทางมาประเทศไทยด้วยตนเอง เดินทางร่วมกับสามีหรือภรรยา ท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ มากที่สุด การมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยเนื่องมาจากความเป็นมิตรหรือมิตรไมตรีของคนไทย กิจกรรมการพักผ่อนหรือเที่ยวชม พักในโรงแรมระดับ 4 ดาว ใช้รถยนต์ในการเดินทางท่องเที่ยว ได้ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศไทยจากเพื่อนสนิทหรือญาติมิตรมากที่สุด ใช้จ่ายเงินในการท่องเที่ยวต่อวันต่ำกว่า 100 เหรียญดอลลาร์สหรัฐอเมริกา นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในเดือนมกราคม อยากจะกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีก โดยวางแผนที่จะกลับมาเที่ยวที่ประเทศไทยอีกในปี นี้ และนอกจากประเทศไทยแล้ว กลุ่มตัวอย่างสนใจท่องเที่ยวประเทศเวียดนามมากที่สุด

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยภาพรวมได้แก่ เพื่อพักผ่อนและคลายเครียด เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และเพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ ตามลำดับ ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวม ปัจจัยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ที่ตั้งของที่พัก และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวม ปัจจัยที่มีความพึงพอใจมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ที่ตั้งของที่พัก และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ตามลำดับ

ผลการวิจัยนำไปสู่นโยบายและมาตรการที่ภาครัฐและภาคเอกชนควรเร่งดำเนินการ ได้แก่ นโยบายส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง การส่งเสริมนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว การส่งเสริมนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ การรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว การพัฒนาและปรับปรุงสภาพแวดล้อมเมืองท่องเที่ยวหลัก การปรับปรุงด้านการเดินทางเข้า-ออกและภายในประเทศ การส่งเสริมและสนับสนุนด้านที่พักและแหล่งท่องเที่ยว และการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ

คำหลัก : การท่องเที่ยวผู้สูงอายุ นักท่องเที่ยวชาวยุโรป ความต้องการของนักท่องเที่ยว

ABSTRACT

Project Code : ABTC/NAT/0001

Project Title : Tourism Promotion for Senior Tourists from Europe to Thailand

Investigators : Esichaikul R., Songsoonthornwong C.

Sukhothai Thammathirat Open University

E-mail Address : ranee.esi@stou.ac.th

Project Duration : 1 September 2008 – 31 August 2009

The purposes of this research were (1) to study state of international senior tourism in Thailand; (2) to analyze travel behavior and trip characteristics of European senior tourists in Thailand; (3) to analyze travel motivation needs and travel requirements of European senior tourists on tourism components of Thailand, including accommodation, accessibility, attractions, amenities and public services; and (4) to analyze capability to satisfy travel requirements of European senior tourists on those five tourism components of Thailand.

Population and samples were 430 European senior tourists aged over 55 years traveling into Thailand. Questionnaire was used to collect data. Thirty-seven in-depth interviews were conducted from the perspectives of many stakeholders from both public and private sector. For quantitative data analysis, statistical tools employed for descriptive statistical analysis were frequency, percentage, mean, S.D., and those for inferential statistical analysis were t-test, F-test, and LSD. Content analysis was used to analyze qualitative data.

Research findings showed that there were 2,119,675 and 2,259,161 international senior tourist arrivals to Thailand in 2006 and 2007 respectively. They represented 15.3% and 15.6% of the total international tourist arrivals with 17.87% and 10.78% growth. As for travel behavior, the results showed that the majority of European senior tourists traveled to Thailand for the first time and planned to stay in Thailand for 15 days or more. Most of them traveled with their spouse, arranged their trip by themselves, and visited Bangkok

the most. The major reason to visit Thailand was friendly people. The major activity intended to do was leisure and sightseeing. They preferred to stay in a 4-star hotel, and use a car to travel around Thailand. The major source of information was family and friends. Their estimate daily expenditure was below US\$ 100. The majority of European senior tourists preferred to visit Thailand in January and will revisit this year. Besides Thailand, the respondents would like to visit Vietnam the most.

Travel motivation needs of senior tourists were to rest and relaxation, to visit new places and to learn and experience new things respectively. Three major factors of travel requirements of European senior tourists were safety of destination, location of accommodation, and natural attractions. Three major factors of capability to satisfy travel requirements of European senior tourists were safety of destination, location of accommodation, and natural attractions respectively.

The result of this research indicates necessary policies and measures for public and private sector. Important policies include tourism promotion for European senior tourists, tourism promotion for long stays, tourism promotion for medical tourists, safety protection for senior tourists, environmental improvement of tourist destinations, improvement of accessibility and local transportation, support for accommodation and attractions, and facility improvement for senior tourists.

Keywords: senior tourism, European tourist, tourist motivation and requirements

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ข
บทคัดย่อภาษาไทย	บ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ผ
สารบัญ	พ
สารบัญตาราง	ม
สารบัญภาพ	ส
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	4
คำถามการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
ขอบเขตของการวิจัย	5
ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ	7
แนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์	7
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์และความต้องการ	8
ทางการท่องเที่ยว	
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและพฤติกรรมการท่องเที่ยว	13
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	33
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	33
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	38
การเก็บรวบรวมข้อมูล	42
การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล	44

บทที่ 4 สภาพการท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทย	45
สภาพการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ	45
สภาพการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป	47
สภาพการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในประเทศไทย	53
สภาพการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุในประเทศไทย	58
บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	73
การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	73
พฤติกรรมการเดินทางและลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยว	80
แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	92
ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	98
ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	108
ข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่าง	120
การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	126
การวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	162
บทที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	172
ผลการสัมภาษณ์	173
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	215
บทที่ 7 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	222
สรุปผลการวิจัย	222
อภิปรายผล	235
ข้อเสนอแนะ	239
บรรณานุกรม	248
ภาคผนวก	255
ภาคผนวก ก. บทความการวิจัย	256
ภาคผนวก ข. รายนามผู้ให้สัมภาษณ์	281
ภาคผนวก ค. แบบสอบถามภาษาอังกฤษ	284
ภาคผนวก สม. แบบสอบถามภาษาฝรั่งเศส	290

หน้า

ภาคผนวก ง. ตารางสรุปเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ กิจกรรมที่ดำเนินมา และผลที่ได้รับตลอดโครงการ	297
ภาคผนวก จ. กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้ประโยชน์	299
ภาคผนวก ฉ. บริษัท ไทยจัดการของสแตย์ จำกัด (Thai Longstay Management Company Limited)	301
ภาคผนวก ช. การตรวจลงตรา	308
ภาคผนวก ซ. รายชื่อโรงแรมที่สามารถรองรับ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มครอบครัว และกลุ่มผู้ด้อยโอกาส	323
ภาคผนวก ฅ. รูปภาพกิจกรรมการดำเนินการวิจัย	327
ภาคผนวก ญ. ประวัติคณะผู้วิจัย	329

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1	ตัวอย่างการตอบสนองความต้องการทางการท่องเที่ยว
ตารางที่ 2.2	ประเภทของการจูงใจด้านการท่องเที่ยว
ตารางที่ 3.1	จำนวนประชากรแยกตามจังหวัดที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรป เข้ามาเยือนในปี พ.ศ. 2550
ตารางที่ 3.2	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามจังหวัด
ตารางที่ 3.3	จำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปและได้รับกลับคืน จำแนกตามจังหวัด
ตารางที่ 3.4	จำนวนตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์
ตารางที่ 4.1	จำนวนประชากรสูงอายุที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป
ตารางที่ 4.2	จำนวนนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาในประเทศไทยปี พ.ศ. 2550 จำแนกตามเพศและประเทศ
ตารางที่ 4.3	จำนวนนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาในประเทศไทยปี พ.ศ. 2550 จำแนกตามจุดมุ่งหมายในการมาเยือน และประเทศ
ตารางที่ 4.4	จำนวนนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาในประเทศไทยปี พ.ศ. 2550 จำแนกตามอาชีพและประเทศ
ตารางที่ 4.5	แนวโน้มสัดส่วนโครงสร้างประชากรของทวีปยุโรป
ตารางที่ 4.6	จำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเดินทางมายังประเทศไทยแยกตามภูมิภาค
ตารางที่ 4.7	จำนวนนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาในประเทศไทยปี พ.ศ. 2550 ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 55 ปี ขึ้นไป จำแนกตามประเทศ
ตารางที่ 5.1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ
ตารางที่ 5.2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ
ตารางที่ 5.3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา
ตารางที่ 5.4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส
ตารางที่ 5.5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสุขภาพ
ตารางที่ 5.6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการทำงาน
ตารางที่ 5.7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามฐานะทางเศรษฐกิจ

หน้า

ตารางที่ 5.8	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งที่มาของรายได้	77
ตารางที่ 5.9	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามงานอดิเรกและความสนใจ	78
ตารางที่ 5.10	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสัญชาติ	79
ตารางที่ 5.11	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย	80
ตารางที่ 5.12	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนวันที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย	80
ตารางที่ 5.13	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการจัดเตรียมการเดินทางมาประเทศไทย	81
ตารางที่ 5.14	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางมาประเทศไทย	82
ตารางที่ 5.15	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการวางแผนการท่องเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ	82
ตารางที่ 5.16	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาเหตุที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย	83
ตารางที่ 5.17	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกิจกรรมที่ทำในประเทศไทย	84
ตารางที่ 5.18	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความนิยมในการเลือกใช้ที่พัก	85
ตารางที่ 5.19	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว	86
ตารางที่ 5.20	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ดึงดูดให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย	87
ตารางที่ 5.21	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงินค่าใช้จ่ายต่อวันในการท่องเที่ยวในประเทศไทย	88
ตารางที่ 5.22	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเดือนที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย	89

หน้า

ตารางที่ 5.23	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศอื่น ๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่อยากไปท่องเที่ยว	90
ตารางที่ 5.24	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการ กลับมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยในอนาคต	90
ตารางที่ 5.25	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลา ที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยอีก	91
ตารางที่ 5.26	จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามแรงจูงใจ ในการท่องเที่ยวกรุงเทพฯ	92
ตารางที่ 5.27	จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามแรงจูงใจ ในการท่องเที่ยวภาคเหนือ	93
ตารางที่ 5.28	จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามแรงจูงใจ ในการท่องเที่ยวภาคกลาง	94
ตารางที่ 5.29	จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามแรงจูงใจ ในการท่องเที่ยวภาคตะวันออก	95
ตารางที่ 5.30	จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามแรงจูงใจ ในการท่องเที่ยวภาคใต้	96
ตารางที่ 5.31	จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามแรงจูงใจ ในการท่องเที่ยวโดยภาพรวมทั่วประเทศ	97
ตารางที่ 5.32	จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามความต้องการ ของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ	98
ตารางที่ 5.33	จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามความต้องการ ของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในภาคเหนือ	100
ตารางที่ 5.34	จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามความต้องการ ของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในภาคกลาง	102
ตารางที่ 5.35	จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามความต้องการ ของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในภาคตะวันออก	103
ตารางที่ 5.36	จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามความต้องการ ของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในภาคใต้	105

หน้า

ตารางที่ 5.37	จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามความต้องการ ของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวมทั่วประเทศ	107
ตารางที่ 5.38	จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามความสามารถ ในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการ ท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ	109
ตารางที่ 5.39	จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามความสามารถ ในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการ ท่องเที่ยวในภาคเหนือ	111
ตารางที่ 5.40	จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามความสามารถ ในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการ ท่องเที่ยวในภาคกลาง	113
ตารางที่ 5.41	จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามความสามารถ ในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการ ท่องเที่ยวในภาคตะวันออก	115
ตารางที่ 5.42	จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามความสามารถ ในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการ ท่องเที่ยวในภาคใต้	117
ตารางที่ 5.43	จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามความสามารถ ในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการ ท่องเที่ยวโดยภาพรวมทั่วประเทศ	119
ตารางที่ 5.44	ค่าความถี่ของปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเพื่อการส่งเสริม การท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทยจากกลุ่มตัวอย่าง ในกรุงเทพฯ	121
ตารางที่ 5.45	ค่าความถี่ของปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเพื่อการส่งเสริม การท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทยจากกลุ่มตัวอย่าง ในภาคเหนือ	122

หน้า

ตารางที่ 5.46	ค่าความถี่ของปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเพื่อการส่งเสริม การท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทยจากกลุ่มตัวอย่าง ในภาคกลาง	123
ตารางที่ 5.47	ค่าความถี่ของปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเพื่อการส่งเสริม การท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทยจากกลุ่มตัวอย่าง ในภาคตะวันออก	124
ตารางที่ 5.48	ค่าความถี่ของปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเพื่อการส่งเสริม การท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทยจากกลุ่มตัวอย่าง ในภาคใต้	125
ตารางที่ 5.49	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจ ในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปจำแนกตามเพศ	126
ตารางที่ 5.50	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการ ของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ จากทวีปยุโรปจำแนกตามเพศ	127
ตารางที่ 5.51	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความสามารถ ในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ จากทวีปยุโรปจำแนกตามเพศ	129
ตารางที่ 5.52	การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว สูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีอายุต่างกัน	130
ตารางที่ 5.53	การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มอายุด้าน แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	131
ตารางที่ 5.54	การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อ องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีอายุต่างกัน	132
ตารางที่ 5.55	การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างอายุด้านความต้องการของนักท่องเที่ยว ต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	134
ตารางที่ 5.56	การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ ความสามารถในการตอบสนอง ความต้องการของนักท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีอายุต่างกัน	135

หน้า

ตารางที่ 5.57	การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มอายุด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	138
ตารางที่ 5.58	การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีระดับการศึกษาต่างกัน	139
ตารางที่ 5.59	การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มระดับการศึกษาด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้วยวิธี LSD	140
ตารางที่ 5.60	การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีระดับการศึกษาต่างกัน	142
ตารางที่ 5.61	การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มระดับการศึกษาด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	144
ตารางที่ 5.62	การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีระดับการศึกษาต่างกัน	145
ตารางที่ 5.63	การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มระดับการศึกษาด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	147
ตารางที่ 5.64	การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีสุขภาพต่างกัน	148
ตารางที่ 5.65	การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มสุขภาพด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยว	150
ตารางที่ 5.66	การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีสุขภาพต่างกัน	150
ตารางที่ 5.67	การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มสุขภาพด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้วยวิธี LSD	152

หน้า

ตารางที่ 5.68	การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีสุขภาพต่างกัน	153
ตารางที่ 5.69	การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มสุขภาพด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	155
ตารางที่ 5.70	การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีการทำงานต่างกัน	156
ตารางที่ 5.71	การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มการทำงานด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้วยวิธี LSD	157
ตารางที่ 5.72	การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีการทำงานต่างกัน	158
ตารางที่ 5.73	การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีการทำงานต่างกัน	160
ตารางที่ 5.74	การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มการทำงานด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วยวิธี LSD	162
ตารางที่ 7.1	จุดเด่นของการท่องเที่ยวและการบริการของประเทศไทยที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปพึงพอใจ	233
ตารางที่ 7.2	ปัญหาการจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปและแนวทางแก้ไข	234
ตารางที่ 7.3	การแบ่งกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป	239

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 1.1	กรอบแนวคิดการวิจัย	6
ภาพที่ 2.1	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค	14
ภาพที่ 2.2	รูปแบบกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวของ Schmoll	20
ภาพที่ 2.3	กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวของ Mathieson and Wall	22
ภาพที่ 2.4	กรอบการวิเคราะห์ของงานวิจัย	23
ภาพที่ 2.5	โมเดลวิเคราะห์ความสำคัญและการดำเนินงาน	24
ภาพที่ 3.1	การได้มาของกลุ่มตัวอย่างจากแนวคิดของ Boston Consulting Group	36
ภาพที่ 4.1	วิวัฒนาการของประชากรโลกของคนในช่วงอายุต่ำกว่า 15 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป	46
ภาพที่ 4.2	จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าเอเชีย 3 ช่วงปี	66
ภาพที่ 5.1	การวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจในภาพรวมของประเทศไทย	163
ภาพที่ 5.2	การวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจในกรุงเทพมหานคร	164
ภาพที่ 5.3	การวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจในภาคเหนือ	165
ภาพที่ 5.4	การวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจในภาคกลาง	166
ภาพที่ 5.5	การวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจในภาคตะวันออก	168
ภาพที่ 5.6	การวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจในภาคใต้	169
ภาพที่ 7.1	รูปแบบแรงจูงใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปสู่ประเทศไทย	226
ภาพที่ 7.2	รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับความต้องการทางการท่องเที่ยวและความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป	231

บทที่ 1 บทนำ

บทนำจะประกอบด้วยหลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์ของโครงการ คำถามการวิจัย นิยามศัพท์เฉพาะ ขอบเขตการวิจัย ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ จากโครงการ แนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ และสรุป

1.1 หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO 2008: 3-5) รายงานว่าในปี พ.ศ. 2550 การท่องเที่ยวโลกมีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งสิ้นประมาณ 898 ล้านคนและมีอัตราการเจริญเติบโตจากปีที่ผ่านมา ร้อยละ 6.1 และองค์การการท่องเที่ยวโลกได้พยากรณ์ว่าในปี พ.ศ.2563 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกเป็นจำนวนถึง 1,600 ล้านคน และจากการประมาณการอัตราการเติบโตของการท่องเที่ยวในประเทศกำลังพัฒนา คาดว่ามีอัตราเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 4 ต่อปี

ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงและแปซิฟิกเป็นภูมิภาคที่มีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ในปีพ.ศ. 2551 องค์การการท่องเที่ยวโลกคาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวโลกจะมีอัตราการเจริญเติบโต ร้อยละ 3-4 ในขณะที่การท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงและแปซิฟิกมีอัตราการเจริญเติบโตมากที่สุดคือร้อยละ 8-10 และภูมิภาคนี้ยังคงเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องประมาณร้อยละ 6.7 ต่อปี โดยประเทศที่นักท่องเที่ยวให้ความนิยมในการเดินทางไปท่องเที่ยว ได้แก่ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ฮองกง ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ สำหรับกลุ่มภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยังถือเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยมีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนประมาณ 1 ใน 3 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก ทั้งนี้ประเทศไทยยังคงเป็นประเทศเป้าหมายที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวยังคงให้ความสนใจที่จะเดินทางมาเยี่ยมเยือนเพื่อการพักผ่อน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยรายงานในปีพ.ศ. 2549 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวนประมาณ 13.8 ล้านคน สร้างรายได้ให้แก่ประเทศในรูปเงินตราต่างประเทศมูลค่าถึง 12.4 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นเงินไทย 470.3 พันล้านบาท และจากการประมาณการของ World Travel and Tourism Council (WTTC) ในปี พ.ศ. 2550 ประเทศไทยมีมูลค่าเพิ่มจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 6.73 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ และเมื่อรวมผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอื่นๆ แล้ว กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 14.92 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ ก่อให้เกิดการจ้างงานกว่า 4 ล้านคน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 11.29 ของการจ้างงานทั้งหมด (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2550)

จากการที่รัฐบาลไทยได้มีนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยกำหนดเป็นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตของประชาชนของประเทศ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยก่อให้เกิดรายได้และเงินตราต่างประเทศจำนวนมาก และยังก่อให้เกิดการสร้างงานและสร้างรายได้ให้แก่ประชาชน ผลของการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยใช้กระบวนการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น ผสมกับกระบวนการเพิ่มตลาดใหม่และตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง ผู้สูงอายุ นักท่องเที่ยวกลุ่ม Honeymoon ครอบครัว และผู้ร่วมประชุม นำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยและการก้าวไปเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ยั่งยืน

อย่างไรก็ดีการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องมีการติดตามการเปลี่ยนแปลงที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวโลกในอนาคต การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างของประชากรในโลกที่ทำให้มีผู้สูงอายุจำนวนเพิ่มมากขึ้น จัดเป็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญอันหนึ่งที่จะส่งผลกระทบต่อแนวโน้มของการท่องเที่ยวในอนาคต (UNWTO 2005: 11-13; Hall 2006: 12-17) ผู้สูงอายุหมายถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เกิดในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 หรือที่เรียกว่า Baby Boomer ในอดีตประชากรสูงอายุในโลกมีจำนวนเพียงประมาณร้อยละ 2-3 ของประชากรทั่วโลก สัดส่วนของจำนวนผู้สูงอายุได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 13 ในประเทศที่พัฒนาแล้ว ในปี พ.ศ. 2528 และคาดว่าจะเพิ่มเป็น 1 ใน 3 ของประชากรทั่วโลกในศตวรรษที่ 21 จำนวนผู้สูงอายุในโลกยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากประชากรในปัจจุบันและในอนาคตสามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (productivity) มีสุขภาพที่แข็งแรงและมีอายุยืนยาวกว่าประชากรโลกในอดีต องค์การการท่องเที่ยวโลกคาดการณ์ว่าภายใน 20 ปีข้างหน้า ประมาณ 1 ใน 3 ของประชากรในประเทศญี่ปุ่นและประเทศเยอรมันจะมีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปและประมาณ 1 ใน 4 ของประชากรในประเทศฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร และเกาหลีจะมีอายุมากกว่า 60 ปีเช่นกัน หรือแม้แต่ประชากรในประเทศสหรัฐอเมริกาที่แม้จะไม่สูงวัยมากเท่าประชาชนในทวีปยุโรป แต่ร้อยละ 11 ของประชากรทั้งหมดของสหรัฐอเมริกาจะมีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเป็น 1 ใน 3 ของประชากรทั้งหมดภายในปีพ.ศ. 2593 นอกจากนี้จากสถิติการเดินทางท่องเที่ยวจากคนทั่วโลกทั้งหมดประมาณ 840 ล้านคนต่อปี ประมาณร้อยละ 25 หรือ 200 กว่าล้านคน เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มอาวุโสที่ยังแข็งแรง มีลีลาชีวิต (lifestyle) ที่รักการเดินทางท่องเที่ยว และเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการเดินทางและมีความพร้อมที่จะใช้จ่ายเพื่อให้รางวัลกับชีวิต และคาดการณ์ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยววัยนี้จะมีอัตราการเดินทางท่องเที่ยวสูงกว่าร้อยละ 10 ต่อปี (ฐานเศรษฐกิจ ฉบับที่ 2302 06 มี.ค. - 08 มี.ค. 2551)

คุณลักษณะสำคัญของผู้สูงอายุเหล่านี้ส่วนใหญ่ ได้แก่ การมีสุขภาพดี มีการศึกษาและทำงานในระดับบริหาร มีฐานะดี หรือเป็นผู้เกษียณอายุที่มีบำนาญและมีเวลาว่าง รวมทั้งการมีทัศนคติใหม่ที่ต้องการเป็นผู้สูงอายุแค่ด้านร่างกายแต่ไม่ใช่ทางความคิด (Sellick and Muller 2004: 167) นอกจากนี้ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ชอบการท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศ มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวไปในแหล่งท่องเที่ยวที่ห่างไกลจากถิ่นที่อยู่ ใช้เวลาท่องเที่ยววันหลายวัน และมักชอบท่องเที่ยวไป 2 หรือ 3 เมืองที่เป็นจุดหมายปลายทางในการเดินทางแต่ละครั้ง ชอบการมีส่วนร่วมในการประกอบกิจกรรมกับชุมชนในท้องถิ่น ชอบเดินทางเป็นคู่เพียงสองคน และใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งมากกว่านักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนทั่วไปโดยเฉลี่ย (UNWTO 2005: 13)

การที่กลุ่มผู้สูงอายุในประเทศพัฒนาแล้วทั่วโลกมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจะเป็นการสร้างโอกาสให้แก่การท่องเที่ยวในประเทศไทย ก่อให้เกิดผลตอบแทนทางเศรษฐกิจสูง และจะส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม หากประเทศไทยสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงอายุมาเยี่ยมเยือนและพักผ่อนในประเทศไทยมากขึ้น โดยการจัดการสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุ และการให้บริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องและตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน สุขภาพ สปา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น นอกจากนี้การส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุยังสอดคล้องกับนโยบายของรัฐในการเพิ่มตลาดเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพที่มีผู้สูงอายุรวมอยู่ด้วยเนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีรายได้สูงและมีเวลาว่างมาก ดังนั้น รัฐบาลไทยควรให้ความสำคัญและพิจารณาดำเนินนโยบายและมาตรการการส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น

งานวิจัยนี้จึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป โดยศึกษาสภาพการท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทย พฤติกรรมการท่องเที่ยว แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ได้แก่ ที่พัก การคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภค ตลอดจนความสามารถของประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน งานวิจัยนี้จะเน้นเฉพาะนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปเนื่องจากเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากในประเทศไทยประกอบกับในทวีปยุโรปมีจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ผลการวิจัยนี้จะนำไปสู่การกำหนดแนวทางเชิงนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย อันจะนำไปสู่การสร้างรายได้และสร้างงานให้กับประเทศไทยบนพื้นฐานการพัฒนาอย่างยั่งยืนในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1.2.1 วัตถุประสงค์ทั่วไป (General Objective) ศึกษาเพื่อให้ได้แนวทางเชิงนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย

1.2.2 วัตถุประสงค์เฉพาะ (Specific Objective) มีขอบเขตการศึกษา ดังนี้

- (1) ศึกษาสภาพการท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทย
- (2) ศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป
- (3) ศึกษาวิเคราะห์แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ได้แก่ ที่พัก การคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภค

(4) ศึกษาวิเคราะห์ความสามารถของประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ได้แก่ ที่พัก การคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภค

1.3 คำถามการวิจัย

1.3.1 การท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทยมีสภาพเป็นอย่างไร

1.3.2 นักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปในประเทศไทยมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร

1.3.3 นักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปมีแรงจูงใจ และความต้องการในแต่ละองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้านอย่างไร

1.3.4 ประเทศไทยสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปในแต่ละองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้านได้อย่างไร

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.4.1 **นักท่องเที่ยวสูงอายุ** หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นผู้ที่เกิดในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2

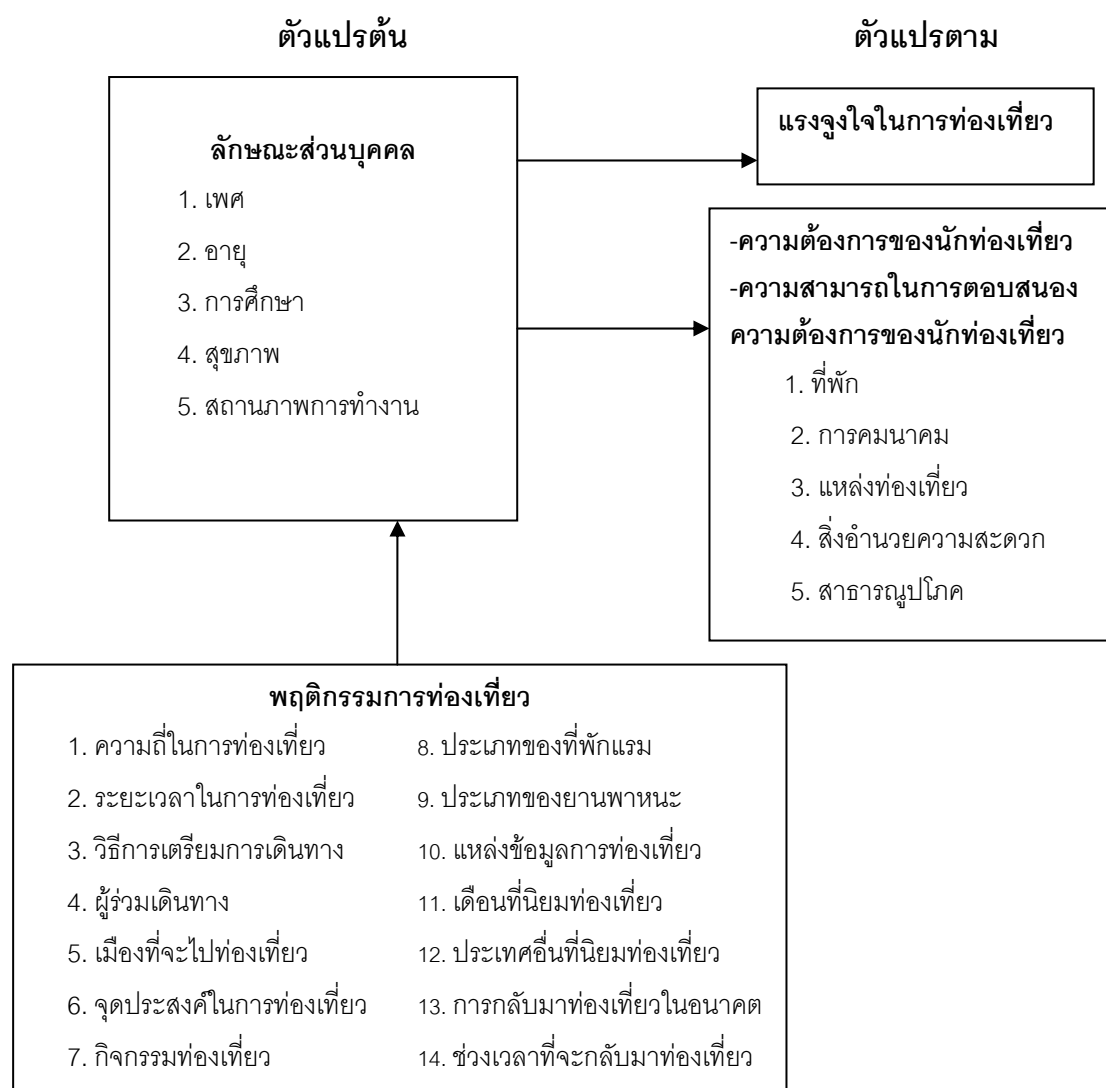
1.4.2 **พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว** หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำที่แสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิด ความต้องการของจิตใจที่ตอบสนองต่อการท่องเที่ยว เช่น จุดประสงค์ในการท่องเที่ยว ความถี่ในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว วิธีการเตรียมการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง สถานที่ที่จะไปท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว ประเภทของ ที่พักแรม เป็นต้น

1.4.3 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการภายในที่เป็นแรงผลักดันให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว

1.4.4 องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบที่มีผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว หรือตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก การคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภค

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยนี้จะศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปในประเทศไทย ศึกษาแรงจูงใจ และความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ได้แก่ ที่พัก การคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภค และความสามารถของประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปในแต่ละองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน โดยจะดำเนินการสร้างเครื่องมือในการวิจัยตามกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้ ดังแสดงในภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

1.5.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรประกอบด้วย นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยในกรุงเทพฯ ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ (Representative of Tour Operator) ในประเทศไทยที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ ฝ่ายการตลาดของสายการบินที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสาขาต่างประเทศ ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในกรุงเทพฯ ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัด และกรรมการบริหารของสมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยวและสมาคมโรงแรมไทย และผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม สถานบริการสปา และโรงพยาบาลในภูมิภาค

1.5.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ งานวิจัยนี้ศึกษาวิจัยเฉพาะ 4 ภาคในประเทศไทย และกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง และภาคตะวันออก การกำหนดจังหวัดที่จะศึกษาในแต่ละภาค เลืออกจากจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปจำนวนมาก จังหวัดที่จะศึกษาเก็บข้อมูล คือ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต พระนครศรีอยุธยา และชลบุรี

1.5.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา งานวิจัยนี้เริ่มศึกษาตั้งแต่ 1 กันยายน 2551 ถึง 30 สิงหาคม 2552

1.6 ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 สภาพการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทย

1.6.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว แรงจูงใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ในกรุงเทพมหานคร ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออก

1.6.3 ความสามารถของประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ในกรุงเทพมหานคร ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออก

1.6.4 แนวทางเชิงนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ

1.7.1 ได้นโยบายและมาตรการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย

1.7.2 ได้ข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุต่อประเทศไทย

1.8 แนวทางในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.8.1 สัมมนาวิพากษ์ณ์ผลการวิจัย

1.8.2 ประชาสัมพันธ์ผลการวิจัยเพื่อให้แก่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และผู้ประกอบการบริการที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปมาสู่ประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น และก่อให้เกิดรายได้ การจ้างงาน ในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นผลกระทบทางตรงต่อเศรษฐกิจ เช่น การเพิ่มขึ้นของรายรับเงินตราต่างประเทศ ดุลการชำระเงิน การจ้างงาน รายับของรัฐบาล และการพัฒนาในภูมิภาคของประเทศ ไทย ตลอดจนผลกระทบทางอ้อมต่อเศรษฐกิจจากการที่บุคคล ธุรกิจ หรือหน่วยงานที่ได้รับผลกระทบทางตรงนำเงินที่รับไปใช้จ่ายต่อไป

บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สาระสำคัญในบทนี้ เป็นการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อเรื่องที่จะทำการวิจัย โดยนำเสนอเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์และความต้องการทางการท่องเที่ยว
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและพฤติกรรมการท่องเที่ยว
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์และความต้องการทางการท่องเที่ยว

1.1 ความต้องการของมนุษย์

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์จะเกี่ยวข้องกับความต้องการ ความจำเป็น และการจูงใจของมนุษย์ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ (Hierarchy of Needs Theory) ของนักจิตวิทยา Abraham Maslow ที่คิดค้นขึ้นในปี ค.ศ. 1943 เป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางและนำไปประยุกต์ใช้ ทฤษฎีของมาสโลว์มีสมมติฐาน ดังนี้

1. มนุษย์มีความต้องการและความต้องการนี้จะมียุ่ตลอดเวลา และไม่สิ้นสุด
2. ความต้องการของมนุษย์สามารถเรียงลำดับตามความสำคัญตั้งแต่ระดับต่ำสุด คือ ความต้องการพื้นฐาน สูงขึ้นไปจนระดับสูงสุด
3. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจพฤติกรรมของมนุษย์ต่อไป มนุษย์จะมีความต้องการในระดับสูงขึ้นซึ่งจะกลายเป็นสิ่งจูงใจแทน
4. ความต้องการของมนุษย์จะสลับซับซ้อน มนุษย์มีความต้องการหลายอย่างพร้อมกันได้ ความต้องการอย่างหนึ่งอาจยังไม่ทันหมดไป ความต้องการอย่างอื่นจะเกิดขึ้นได้

ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ ประกอบด้วยความต้องการ 5 ประเภท ดังนี้

1. ความต้องการทางกาย (Physiological Needs) ได้แก่ ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์เพื่อดำรงชีวิต เช่น อาหาร น้ำ ที่อยู่อาศัย อากาศ การพักผ่อน เป็นต้น ซึ่งเป็นความต้องการระดับต่ำที่สุด
2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety and Security Needs) ได้แก่ ความต้องการความปลอดภัยจากอันตราย เช่น ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความมั่นคงในงาน ตลอดจนความปลอดภัยจากความวิตกกังวลที่อาจขึ้นได้จากการทำงาน

3. ความต้องการทางสังคม (Social or belongingness Needs) ได้แก่ ความต้องการอยู่ในสังคม หรือความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน รวมทั้งความต้องการมิตรภาพและความรัก และการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมหรือที่ทำงาน

4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs) ประกอบด้วยความต้องการที่ตอบสนองความรู้สึกในคุณค่าของตนเอง ความต้องการให้ผู้อื่นยอมรับนับถือ และความต้องการได้รับการยกย่องสรรเสริญ มีชื่อเสียงเกียรติยศ โดยการสร้างผลสำเร็จของงานให้เกิดคุณค่าและชื่อเสียง บุคลากรที่มีความต้องการเกียรติยศชื่อเสียงต้องการให้ผู้อื่นยอมรับในผลงานและรับรู้ว่าเป็นผู้ที่มีความสามารถในการทำงาน

5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self-Actualization Needs) ได้แก่ ความต้องการใช้ความพยายาม ทักษะ และศักยภาพสูงสุดที่มีอยู่ในตนเองให้เกิดผลสำเร็จตามที่นึกคิดหรือเป็นดังที่คาดหวัง ความต้องการความสำเร็จในชีวิตเป็นความต้องการสูงสุดที่มนุษย์คาดหวัง และอาจเป็นไปได้ยาก และหากบุคคลใดบรรลุความต้องการขั้นนี้ จะได้รับการยกย่องว่าเป็นบุคคลพิเศษ

1.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของมนุษย์

มนุษย์มีความต้องการหลายด้านที่แตกต่างกันดังกล่าวมาแล้ว มนุษย์ในประเทศหรือพื้นที่ต่างๆ จะมีความต้องการที่แตกต่างกันไปเริ่มตั้งแต่ความต้องการพื้นฐานจนถึงความต้องการในระดับสูงขึ้นไป ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของมนุษย์ที่เป็นสาเหตุให้เกิดความต้องการที่แตกต่างกันแบ่งออกได้เป็น 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยด้านจิตวิทยา (Holloway and Robinson 1995: 56-58)

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (Demographic variable) ประกอบด้วยข้อมูลสถิติเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ เช่น จำนวนประชากรแยกตามลักษณะของประชากรเป็น เพศ อายุ สถานภาพ สมรส เป็นต้น นักการตลาดไม่เพียงแต่สนใจในข้อมูลด้านประชากรในปัจจุบัน แต่ควรสนใจการเปลี่ยนแปลงหรือแนวโน้มของประชากรในโลกด้วย เช่น หากประชากรที่มีอายุน้อยของโลกมีจำนวนน้อยลง และในขณะเดียวกันประชากรสูงอายุมีจำนวนมากขึ้น ก็จะส่งผลกระทบต่อการจัดนำเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุและกลุ่มนักท่องเที่ยวอายุน้อยด้วย

2. ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological variable) การศึกษาข้อมูลของการเปลี่ยนแปลงของประชากรไม่สามารถอธิบายถึงความต้องการ ความชอบและความพึงพอใจในสินค้าและบริการของมนุษย์ได้ ปัจจัยด้านจิตวิทยาหรือการศึกษาความต้องการภายในที่เป็นแรงจูงใจในการซื้อสินค้าและบริการจึงมีความสำคัญเช่นกัน ประชากรในแต่ละภูมิภาคหรือแต่ละประเทศจะมี

วัฒนธรรมและค่านิยมที่แตกต่างกันส่งผลให้มีความชอบในการประกอบกิจกรรมในชีวิตประจำวันที่แตกต่างกัน เช่น การรับประทานอาหาร การแต่งกาย งานอดิเรก เป็นต้น นอกจากนี้ความต้องการภายในยังส่งผลต่อการประกอบกิจกรรมขณะเดินทางท่องเที่ยว เช่น ชาวเยอรมันชอบความสวยงาม ศิลปะ และธรรมชาติ ชอบที่พักแรมแบบครอบครัวที่สะอาดและเรียบง่าย และมีอาหารและเครื่องดื่มไว้คอยบริการ เป็นต้น

1.3 ความต้องการทางการท่องเที่ยว

การศึกษาความต้องการทางการท่องเที่ยวจะใช้เป็นกรอบพื้นฐานในวิเคราะห์ตลาดการท่องเที่ยว Pearce (1992 อ้างใน Goeldner 2003: 253-254) ได้นำทฤษฎีของมาสโลว์มาใช้เป็นพื้นฐานในการศึกษาความต้องการทางการท่องเที่ยวและสรุปว่าความต้องการท่องเที่ยวของมนุษย์เป็นลำดับขั้น โดยเริ่มตั้งแต่ความต้องการขั้นต่ำไปจนถึงความต้องการขั้นสูง ดังนี้

1. ความต้องการทางกายที่ต้องการผ่อนคลายด้วยการพักผ่อน หรือหลีกเลี่ยงความจำเจ และแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในชีวิต
2. ความต้องการความปลอดภัยในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว
3. ความต้องการทางสังคม โดยการปฏิสัมพันธ์หรือพบปะเพื่อนใหม่ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว
4. ความต้องการการพัฒนาคุณค่าของตนเองด้วยการเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณีของประเทศหรือท้องถิ่นต่างๆ
5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต ด้วยการเสริมสร้างประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยว

นักการตลาดที่ศึกษาความต้องการทางการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการจะสามารถพัฒนาและออกแบบสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจะมีความต้องการหลายด้านในขณะเดียวกัน นักการตลาดที่สามารถออกแบบสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการหลายด้านพร้อมๆ กันในส่วนแบ่งตลาดเดียวกัน ย่อมจะประสบความสำเร็จในการขายสินค้าและบริการ ดังที่ Pearce (1992 cited in Holloway and Robinson 1995: 64) กล่าวว่า “ไม่ใช่เพียงคุณลักษณะสำคัญและแหล่งท่องเที่ยวของเมืองจุดหมายปลายทางที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่เป็นความสามารถของเมืองปลายทางในการตอบสนองความต้องการทางกายภาพของนักท่องเที่ยวได้” ตัวอย่างการตอบสนองความต้องการทางร่างกายและความต้องการด้านวัฒนธรรมแสดงในตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ตัวอย่างการตอบสนองความต้องการทางการท่องเที่ยว

ความต้องการ	การตอบสนองความต้องการ
ทางร่างกาย -พักผ่อนและผ่อนคลาย -ผจญภัย -สุขภาพ	-พักผ่อนชายหาด ทะเลสาบ และภูเขา -เดินป่า ขี่ม้า พายเรือแคนู ล่องแก่ง เล่นเรือใบ เล่นสกี -เดินเล่น สปา สวมสุขภาพ
ทางวัฒนธรรม -การศึกษา -ประวัติศาสตร์ -การเมือง -วิทยาศาสตร์/เทคนิค -ศิลปะ -ศาสนา -การพาณิชย์	-ทัศนศึกษา -เที่ยวชมแหล่งประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดี -เที่ยวชมเมืองที่มีเหตุการณ์สำคัญทางการเมือง เช่น เบอร์ลิน หรือ องค์การสำคัญ เช่น อาคาร United Nations อาคารรัฐสภาอังกฤษ -เที่ยวชมองค์การ NASA โรงถ่ายภาพยนตร์ Hollywood -เที่ยวชมเทศกาลดนตรี การแสดงบนเวที งานแสดงศิลปะ -แสวงบุญที่เมกกะ อินเดีย วาติกัน -เที่ยวห้างสรรพสินค้า ศูนย์ห้างสรรพสินค้า ศูนย์ประชุม

1.4 แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

Fridgen (1996 : 55-56) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเกิดจากแรงจูงใจภายในและภายนอก (Intrinsic and extrinsic motivation) นักท่องเที่ยวบางคนเดินทางท่องเที่ยวเพื่อความพึงพอใจ และความตื่นเต้นสนุกสนานส่วนตัว บางคนเดินทางเพื่อเจรจาธุรกิจ หรือร่วมประชุมเพื่อพัฒนาอาชีพ และสรุปแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวและตัวอย่างกิจกรรมท่องเที่ยวได้เป็น 4 ประเภท ตามตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 ประเภทของการจูงใจด้านการท่องเที่ยว

แรงจูงใจด้านการท่องเที่ยว	กิจกรรมท่องเที่ยว
กายภาพ เพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจ ลดความเครียด	พักผ่อนวันหยุด ท่องเที่ยวคนเดียว ท่องเที่ยวเกาะ
สังคม	เยี่ยมเยียนญาติมิตรและเพื่อน พบเพื่อนใหม่
ความท้าทาย ความพึงพอใจ	ท่องเที่ยวผจญภัย ท่องเที่ยวเรือสำราญ
ชื่อเสียง เกียรติยศ	ร่วมประชุมสัมมนา ศึกษา/อบรมเพิ่มพูนความรู้
ความแปลกใหม่	ท่องเที่ยวในดินแดนห่างไกล ท่องเที่ยวเพื่อศึกษา วัฒนธรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ที่มา: ดัดแปลงจาก Fridgen (1996 : 56)

Swarbrooke and Horner (2007: 54) ได้พัฒนารูปแบบของแรงจูงใจหรือแรงกระตุ้นในการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการเสนอแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในหลายมิติ และอธิบายว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีดังนี้

1. แรงจูงใจทางกายภาพ (Physical) เช่น การพักผ่อน การออกกำลังกายและรักษาสุขภาพ การอาบแดด การมีเพศสัมพันธ์ เป็นต้น
2. แรงจูงใจด้านอารมณ์ (Emotional) เช่น ความคิดถึงบ้านเดิมหรืออดีต (nostalgia) ความโรแมนติก การผจญภัย การหลีกเลี่ยงความจำเจ ความเพ้อฝันหรือจินตนาการ ความสมหวังในเรื่องจิตวิญญาณ เป็นต้น
3. แรงจูงใจส่วนบุคคล (Personal) เช่น การเยี่ยมเยียนเพื่อนและญาติพี่น้อง การได้พบเพื่อนใหม่ การทำให้ผู้อื่นพึงพอใจ เป็นต้น
4. แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง (Personal Development) เช่น การได้รับความรู้เพิ่มเติม การเรียนรู้ทักษะใหม่ เป็นต้น
5. แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม (Cultural) เช่น การเที่ยวชมทิวทัศน์ของบ้านเมืองอื่น การได้รับประสบการณ์จากวัฒนธรรมอื่น เป็นต้น
6. แรงจูงใจด้านสถานภาพ (Status) เช่น ความทันสมัยตามแฟชั่น การได้รับผลประโยชน์ที่ดีความสามารถในการใช้จ่ายเงิน เป็นต้น

Dann (1977) ศึกษาปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยว (Motivators) ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยผลักและปัจจัยดึง (Push and Pull Factors) ทฤษฎีปัจจัยจูงใจนักท่องเที่ยวมีความเชื่อว่า นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเพราะได้รับแรงผลักดันจากแรงจูงใจภายในที่เรียกว่าปัจจัยผลักและได้รับแรงดึงดูดจากลักษณะของเมืองจุดหมายปลายทางที่เรียกว่าปัจจัยดึง ทฤษฎีนี้ได้รับการยอมรับ และได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ทดสอบทฤษฎี และได้ขยายผลสนับสนุน (Crompton 1979, Yuan and McDonald 1990, Klenosky 2002, Uysal & Jurowski 1994, Zhang and Lam 1999) สรุปได้ว่าปัจจัยหลักเป็นปัจจัยจูงใจภายในที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น ความต้องการพักผ่อนและหลีกเลี่ยงความจำเจ การผจญภัย ท่องเที่ยวกับครอบครัว พบเพื่อนใหม่ พัฒนาสุขภาพ เรียนรู้สิ่งใหม่ เป็นต้น สำหรับปัจจัยดึงเป็นลักษณะของเมืองท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ ราคา สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทางเข้าออก ความสะอาด เป็นต้น

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

2.1 พฤติกรรมผู้บริโภค

Engel, Blackwell และ Miniard (1995) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ การบริโภค และการจัดการกับสินค้าหรือบริการ และหมายรวมถึงการศึกษาระบวนการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องทั้งก่อนและหลังจากการทำกิจกรรมเหล่านี้

Solomon (1996) ได้นิยามพฤติกรรมผู้บริโภคว่าหมายถึง กระบวนการใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเลือก ซื้อ ใช้ และการจัดการหลังการใช้สินค้าและบริการ และความคิดหรือประสบการณ์เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

Schiffman และ Kanuk (2000) ให้คำนิยามพฤติกรรมผู้บริโภคว่าหมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออก ค้นหา ซื้อ ใช้ ประเมิน เก็บรักษาหรือทิ้งสินค้าและบริการ ซึ่งคาดหวังว่าจะตอบสนองความต้องการได้อย่างน่าพอใจ

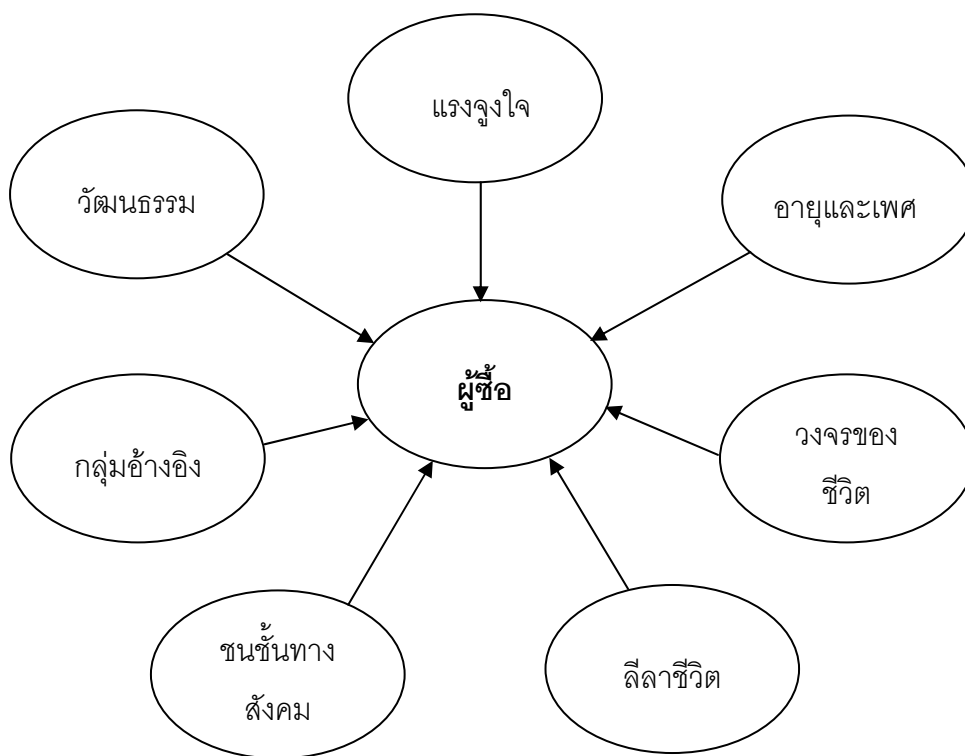
กล่าวโดยสรุป พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึงกระบวนการหรือพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลแสดงออก เลือก ซื้อ ใช้ และการจัดการหลังการใช้สินค้าและบริการ และความคิดหรือประสบการณ์เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

2.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำที่แสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิด ความต้องการของจิตใจที่ตอบสนองต่อการท่องเที่ยว เช่น จุดประสงค์ในการท่องเที่ยว ความถี่ในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว วิธีการเตรียมการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง สถานที่ที่จะไปท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว ประเภทของที่พักรวม เป็นต้น

2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคควรเริ่มต้นโดยศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 7 ประการ ได้แก่ แรงจูงใจซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนวัฒนธรรม ลักษณะส่วนบุคคล และอิทธิพลทางสังคมก็เป็นปัจจัยที่สำคัญ ในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค 7 ประการ (Hudson 2008: 41-52) แสดงในภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ที่มา: ดัดแปลงจาก Hudson 2008: 41

1. แรงจูงใจ (Motivation) เป็นแรงขับจากภายในของบุคคลที่ทำให้กระทำหรือแสดงพฤติกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของตน การเข้าใจในแรงจูงใจของผู้บริโภคจะทำให้ผู้ประกอบการเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันเนื่องจากเกิดความเข้าใจว่านักท่องเที่ยวต้องการอะไรซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ทฤษฎีการจูงใจกลุ่มความต้องการของมนุษย์มีจุดหลักอยู่ที่ความต้องการ (Needs) ภายในที่ทำให้เกิดแรงผลักดันในการแสดงพฤติกรรม ซึ่งได้กล่าวรายละเอียดมาแล้วข้างต้น

2. อายุและเพศ (Age and Gender) การแบ่งส่วนตลาดแบบดั้งเดิมจะใช้อายุเป็นหลัก ในปัจจุบันบริษัทนำเที่ยวหลายแห่งเน้นกลุ่มเป้าหมายไปที่ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุเนื่องจากกำลังเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นกลุ่มตลาดที่มีฐานะและมีเอกลักษณ์ เนื่องจากเป็นตลาดที่ไม่ต้องเดินทางท่องเที่ยวในช่วงฤดูท่องเที่ยว สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้เป็นเวลานานเพราะมีเวลาว่างมาก ไม่จำเป็นต้องเดินทางในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งจะช่วยให้โรงแรมเพิ่มจำนวนผู้เข้าพักในวันธรรมดาได้มากขึ้น นอกจากนี้ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุยังให้ความสำคัญแก่คุณค่าที่รับรู้มากกว่าราคา ผู้สูงอายุมักมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าหรือบริการที่เคยใช้และคุ้นเคยมานาน แต่การกำหนดราคาต้องเหมาะสมกับรายได้ของคนหลังเกษียณอายุ แม้แต่สวนสนุกดีสนีย์ยังเริ่มสนใจเน้นส่วนตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุเพิ่มมากขึ้น

โดยทั่วไปเพศมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคตามบทบาทของผู้ชายและผู้หญิงในสังคม การแบ่งส่วนตลาดตามเพศเท่าที่ผ่านมานิยมใช้กับสินค้า เช่น เสื้อผ้า เครื่องสำอาง นิตยสาร เป็นต้น แต่เมื่อไม่นานมานี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเริ่มให้ความสนใจต่อการแบ่งส่วนตลาดตามเพศ เช่น กลุ่มนักธุรกิจสตรีกับการเดินทางและโรงแรมที่จัดพื้นที่พักรับสำหรับนักธุรกิจหญิง การปรับปรุงแสงสว่างในบริเวณที่จอดรถ การปรับปรุงคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น สบู่ ครีมหาผิว ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกล่าวว่าผู้หญิงที่เดินทางมักให้ความสำคัญแก่ความปลอดภัยและความสะดวกสบายเป็นหลัก

3. ลีลาชีวิต (Lifestyle) การวิเคราะห์ลีลาชีวิตจะพิจารณาได้จากการที่บุคคลจัดสรรเวลา เงิน และพลังงาน แต่การวิเคราะห์ลีลาชีวิตอย่างเดียวยังไม่เพียงพอในการทำความเข้าใจ นักการตลาดจึงมักวิเคราะห์ลีลาชีวิตควบคู่ไปกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และจิตวิทยาเพื่อวัดกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของบุคคลร่วมไปด้วย ในสหรัฐอเมริกา VAL System ได้กำหนดกรอบในการแบ่งรูปแบบประชากรออกเป็น 8 กลุ่มจิตวิทยา โดยจำแนกตามภาพลักษณ์ของตน แรงบันดาลใจ คุณค่า และสินค้าที่บริโภค ได้แก่ กลุ่มผู้สร้างนวัตกรรม (Innovator) ผู้ชอบคิด (Thinker) ผู้ปฏิบัติ (Achiever) ผู้เน้นประสบการณ์ (Experienter) ผู้มีความเชื่อ (Believer) ผู้ต่อสู้ (Striver) ผู้เน้นการกระทำ (Maker) และผู้อยู่รอด (Survivor)

4. วงจรของชีวิต (Life Cycle) หมายถึง ช่วงระยะเวลาของชีวิตที่หมุนเวียนไปตามอายุ และสมาชิกของครอบครัว เช่น คนโสดจะมีพฤติกรรมความเป็นอยู่แตกต่างจากคนสมรสแล้ว ครอบครัวที่ไม่มีลูกจะมีความเป็นอยู่ที่แตกต่างจากครอบครัวที่มีลูก เป็นต้น บุคคลจะแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปตามแต่ละช่วงเวลาของวงจรชีวิต

5. วัฒนธรรม (Culture) หมายถึง บรรทัดฐาน ความเชื่อ และพิธีกรรมที่มีเอกลักษณ์ของแต่ละบุคคล ที่เป็นตัวกำหนดความต้องการและพฤติกรรม วัฒนธรรมที่แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคม บุคคลจะสนองความต้องการของตนเองให้เกิดความพึงพอใจในทิศทางที่สอดคล้องกับบรรทัดฐานของสังคม เช่น รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้รับการยอมรับและความนิยม ในขณะที่รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเพศพาณิชย์ไม่ได้รับการยอมรับอีกต่อไป การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมในสังคมก็มีความสำคัญ เช่น การสูบบุหรี่ในที่สาธารณะก็จะมีผลต่อการรับบริการในเครื่องบิน โรงแรม หรือภัตตาคาร เป็นต้น

6. ชนชั้นทางสังคม (Social class) หมายถึง ตำแหน่งที่บุคคลอยู่ในสังคม โดยพิจารณาจากรายได้ ความร่ำรวย การศึกษา อาชีพ สถานภาพของครอบครัว มูลค่าของที่อยู่อาศัยและบริเวณที่ตั้ง ชนชั้นทางสังคมจะเชื่อมโยงกับสถาบันในสังคมที่บุคคลนั้นเกี่ยวข้อง เช่น ชนชั้นของคนตามศาสนาฮินดูในประเทศอินเดีย ประเทศพัฒนาแล้วอาจแบ่งชนชั้นทางสังคมออกเป็นชนชั้นสูง กลาง และต่ำ นักการตลาดจะเห็นว่าบุคคลในแต่ละชนชั้นจะต้องการซื้อสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน ด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว บุคคลที่มีรายได้สูงมักนิยมท่องเที่ยวมากกว่าบุคคลที่มีรายได้ต่ำ และมักจะมีระดับการศึกษาที่สูงกว่า

7. กลุ่มอ้างอิง (Reference group) หมายถึง กลุ่มที่มีอิทธิพลทางตรงหรือทางอ้อมกับการกำหนดทัศนคติหรือพฤติกรรมของบุคคล เช่น ครอบครัว สถาบันการศึกษา ที่ทำงาน วัด เป็นต้น

2.4 การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวและส่วนแบ่งตลาดการท่องเที่ยว

นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้กำหนดรูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยว (Typologies of Tourist Behavior) เพื่ออธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยว การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้มาจากข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามหรือการสัมภาษณ์ การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวอาจทำได้หลายวิธี ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และวิธีการที่ใช้

Cohen (1972) นักสังคมวิทยาได้จำแนกนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวมวลชนแบบกลุ่ม (Organized mass tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่ซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวที่บริษัทนำเที่ยวจัดทำไว้ขายในยังเมืองจุดหมายปลายทางที่เป็นที่นิยม นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบเดินทางเป็นกลุ่มและท่องเที่ยวตามรายการที่กำหนดไว้ล่วงหน้า ซึ่งส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวตามชายทะเลหรือพักผ่อนอยู่ในโรงแรม

2. นักท่องเที่ยวมวลชนรายกลุ่ม (Individual mass tourist) เป็นนักท่องเที่ยวซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ยืดหยุ่นกว่ากลุ่มแรก เช่น โปรแกรมที่รวมบัตรโดยสารเครื่องบินและที่พัก ไม่มีการนำเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว แต่จะไปท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญในเมืองท่องเที่ยว โดยต้องการหาประสบการณ์ใหม่แก่ชีวิต

3. นักสำรวจ (Explorer) เป็นนักท่องเที่ยวที่นิยมจัดรายการนำเที่ยวของตนเอง และหลีกเลี่ยงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม นักสำรวจชอบพบปะผู้คนในท้องถิ่น แต่ต้องการความสะดวกสบายในระดับหนึ่งและความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

4. นักพเนจร (Drifter) เป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนในท้องถิ่น ไม่มีการกำหนดรายการท่องเที่ยวล่วงหน้า และเลือกเมืองท่องเที่ยวและที่พักตามใจปรารถนา

Stanley C. Plog (1977) ได้เสนอแนวคิดทางจิตวิทยาเป็นพื้นฐานในการจำแนกรูปแบบพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองเป็นศูนย์กลาง (Psychocentrics) คือ นักท่องเที่ยวที่คิดหรือสนใจตนเอง ชอบสถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นที่รู้จักกันดี ไม่ต้องการทดลองสิ่งแปลกใหม่ ทั้งที่พัก อาหาร และสิ่งบันเทิง และบุคคลใหม่ ๆ ไม่ต้องการพบสิ่งที่ยุ่งยากและเหตุการณ์ที่ผิดปกติ เช่น คนอเมริกันที่ไปเที่ยวที่ Coney Island

2. นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองปานกลาง (Near Psychocentrics) คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่อยู่กึ่งกลางระหว่างการเน้นตัวเองและการเดินทางสายกลาง สามารถทดลองสิ่งใหม่ได้ถ้าไม่มีสิ่งที่คุ้นเคย

3. นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางสายกลาง (Mid-Centrics) คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ชอบผจญภัย แต่ก็ไม่รังเกียจการทดลองสิ่งใหม่ ๆ トラバเท่าที่ไม่ได้เสี่ยงอันตรายเกินไปหรือไม่ผิดปกติเกินไป

4. นักท่องเที่ยวประเภทชอบความหลากหลายพอสมควร (Near Allocentrics) คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่เป็นกลุ่มอยู่ระหว่างกลุ่มเดินทางสายกลาง และกลุ่มที่มีความสนใจหลากหลาย เป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ถึงกับชอบผจญภัยแต่สามารถเที่ยวแบบผจญภัยได้

5. นักท่องเที่ยวประเภทมีความสนใจหลากหลาย (Allocentrics) คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่สนใจในกิจกรรมหลากหลาย เป็นพวกที่เปิดเผยและมีความมั่นใจในตัวเอง ชอบผจญภัยอย่างมาก และเต็มใจออกไปเผชิญโลก เผชิญชีวิต การเดินทางกลายเป็นช่องทางให้พวกเขาได้แสดงออกมา ซึ่งความอยากรู้อยากเห็นและได้สนองความอยากรู้อยากเห็นของพวกเขา เช่น คนอเมริกันที่ไปท่องเที่ยวในทวีปแอฟริกา

Perreault Dorden และ Dorden (1979) ได้ทำการวิจัยสำรวจครัวเรือน 2000 คนและสรุปได้ประเภทของนักท่องเที่ยว 5 ประเภท ดังนี้

1. นักเดินทางแบบประหยัด (Budget traveller) นักเดินทางประเภทนี้มีรายได้ปานกลาง แต่แสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายต่ำ

2. นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดีและมีรายได้ปานกลางถึงสูง มีความชื่นชอบกิจกรรมการพักผ่อนหรือท่องเที่ยวแบบผจญภัย

3. นักท่องเที่ยวแบบไม่ชอบวางแผน (Homebody tourist) เป็นคนที่มีรอบคอบที่ชอบท่องเที่ยว แต่ไม่ชอบพูดคุยเรื่องการพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวกับผู้อื่น และใช้เวลาในการวางแผนในการท่องเที่ยวค่อนข้างน้อย

4. นักเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationer) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก ที่มักใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการวางแผนการท่องเที่ยวในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหน อย่างไร และมีความกระตือรือร้นในการท่องเที่ยวแต่มีรายได้ค่อนข้างน้อย

5. นักเดินทางที่ใช้ระยะเวลานาน (Moderates) เป็นนักเดินทางที่มักจะชอบการเดินทางที่ใช้เวลานาน ไม่ชอบการท่องเที่ยวระหว่างวันหยุดสุดสัปดาห์หรือการเล่นกีฬา

Cohen (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวบนพื้นฐานของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวแสวงหา ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourist) หมายถึงนักท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย

2. นักท่องเที่ยวแบบปลุกตัวหาความเพลิดเพลิน (Diversiory Tourist) หมายถึงนักท่องเที่ยวแสวงหาแนวทางใหม่เพื่อลิ้มความจำเริญในชีวิตประจำวัน

3. นักท่องเที่ยวแบบแสวงหาประสบการณ์ (Experiential tourist) หมายถึงนักท่องเที่ยวที่สนใจและแสวงหาประสบการณ์ใหม่ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส เช่น วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น

4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (Experimental Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ชอบพูดคุยกับคนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้และศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น

5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (Existential tourist) หมายถึงนักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้ชีวิตภายใต้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมเดียวกับคนท้องถิ่น และมักจะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นเวลานาน

2.5 รูปแบบพฤติกรรมการศึกษาของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะนำทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคมาประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เช่น Wahab Crampon and Rothfield (1976 อ้างใน Cooper et al 2008: 57) เป็นนักวิชาการกลุ่มแรกที่ศึกษาพฤติกรรมตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวและสรุปกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวออกเป็น 9 ขั้นตอน ได้แก่

1. การกำหนดกรอบเบื้องต้น (Initial framework)
2. การกำหนดทางเลือก (Conceptual alternatives)
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล (Fact gathering)
4. การกำหนดสมมติฐาน (Definition of assumptions)
5. การออกแบบตัวเร่ง (Design of stimulus)
6. การพยากรณ์ผลลัพธ์ (Forecast of consequences)
7. การพิจารณาด้านทุนและค่าใช้จ่าย (Cost-benefit alternatives)
8. การตัดสินใจ (Decision)
9. ผลลัพธ์ (Outcome)

Schmoll (1977: อ้างใน Cooper et al 2008: 57) ศึกษาและพัฒนารูปแบบกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวที่มีรากฐานมาจากแนวคิดของการจูงใจ ความต้องการ ความปรารถนา และความคาดหวัง ที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมทางการท่องเที่ยว การตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวยังเชื่อมโยงและได้รับอิทธิพลจากสิ่งสำคัญ 4 ประการ คือ

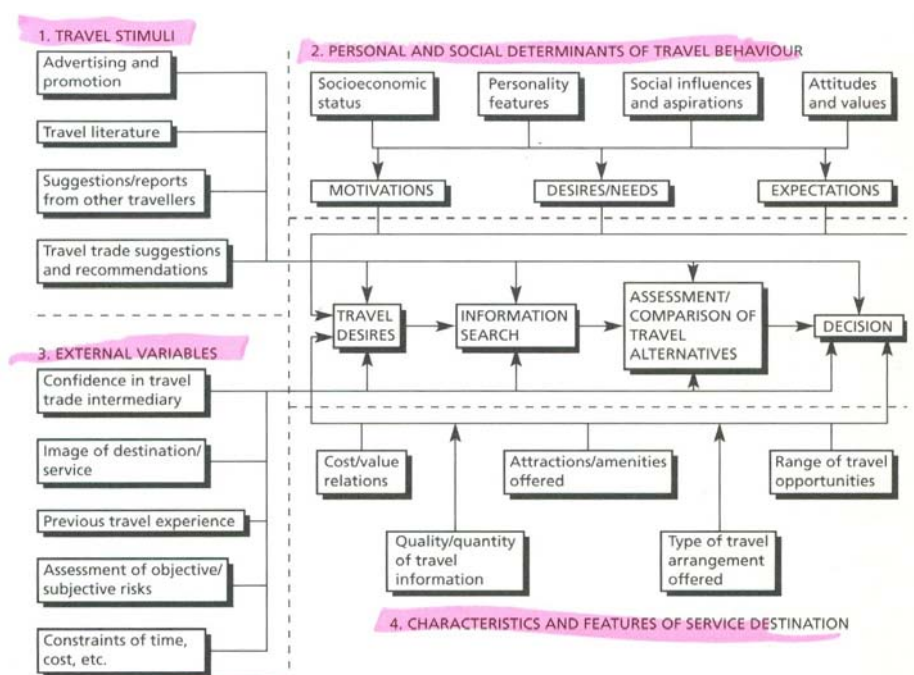
1. สิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว (Travel stimuli) เป็นสิ่งกระตุ้นภายนอกในรูปแบบของกลิ่นสีเสียง การส่งเสริมการตลาด การแนะนำจากเพื่อนหรือสมาคมการค้า เช่น การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สิ่งพิมพ์ทางการท่องเที่ยว

2. ตัวกำหนดส่วนบุคคลและสังคม (Personal and social determinants) เป็นตัวกำหนดเป้าหมายของนักท่องเที่ยว ในรูปของความต้องการ ความปรารถนา ความคาดหวัง และความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง

3. ตัวแปรภายนอก (External variables) เป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อมั่นของผู้ให้บริการ ภาพลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยวในอดีต ข้อจำกัดเรื่องเวลา และค่าใช้จ่าย

4. คุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว (Destination characteristics) เป็นคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีในแหล่งท่องเที่ยวที่ช่วยให้เกิดการตัดสินใจ เช่น แหล่งท่องเที่ยว ความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่ากับราคา ปริมาณและคุณภาพของข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการจัดการนำเที่ยว โอกาสของการท่องเที่ยว เป็นต้น

รูปแบบกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวของ Schmoll แสดงในภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 รูปแบบกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวของ Schmoll
ที่มา: Schmoll (1977: อ้างใน Cooper et al 2008: 57)

Mathieson and Wall (1982: 25-32) ศึกษาและเสนอแนะรูปแบบกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวที่ประกอบด้วย 5 ระยะ ที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กัน 4 ประการ คือ

ระยะที่ 1 ความต้องการเดินทาง (Felt need or travel desire)

ระยะที่ 2 การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล (Information collection and evaluation)

ระยะที่ 3 การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (Travel decisions)

ระยะที่ 4 การเตรียมการท่องเที่ยวและการได้รับประสบการณ์ (Travel preparations and travel experiences)

ระยะที่ 5 การประเมินผลความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว (Travel satisfaction evaluation)

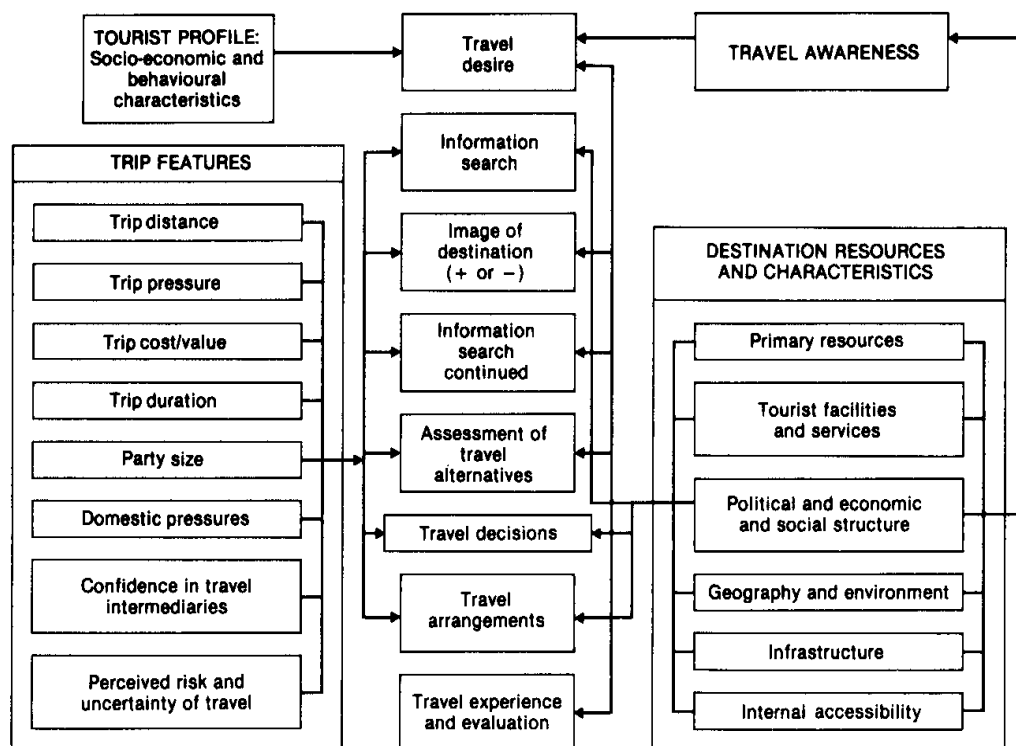
กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวมีรากฐานมาจากปัจจัยที่สัมพันธ์กัน 4 ด้าน ดังแสดงในภาพที่ 2.3 คือ

1. ลักษณะของนักท่องเที่ยว (Tourist profile) ประกอบด้วยลักษณะส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ทักษะคิด แรงจูงใจ และประสบการณ์ในอดีต และลักษณะทางพฤติกรรม เช่น ความต้องการ ค่านิยม แรงจูงใจ เป็นต้น

2. ความตระหนักเรื่องการท่องเที่ยว (Travel awareness) หมายถึง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ นักท่องเที่ยวจะได้รับข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการ เช่น แผ่นพับ นิตยสารท่องเที่ยว สื่อโฆษณา และไม่เป็นการทางการจากญาติมิตรและเพื่อน ความตระหนักเรื่องการท่องเที่ยวยังครอบคลุมด้านการตระหนักภาพลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการในแหล่งท่องเที่ยว

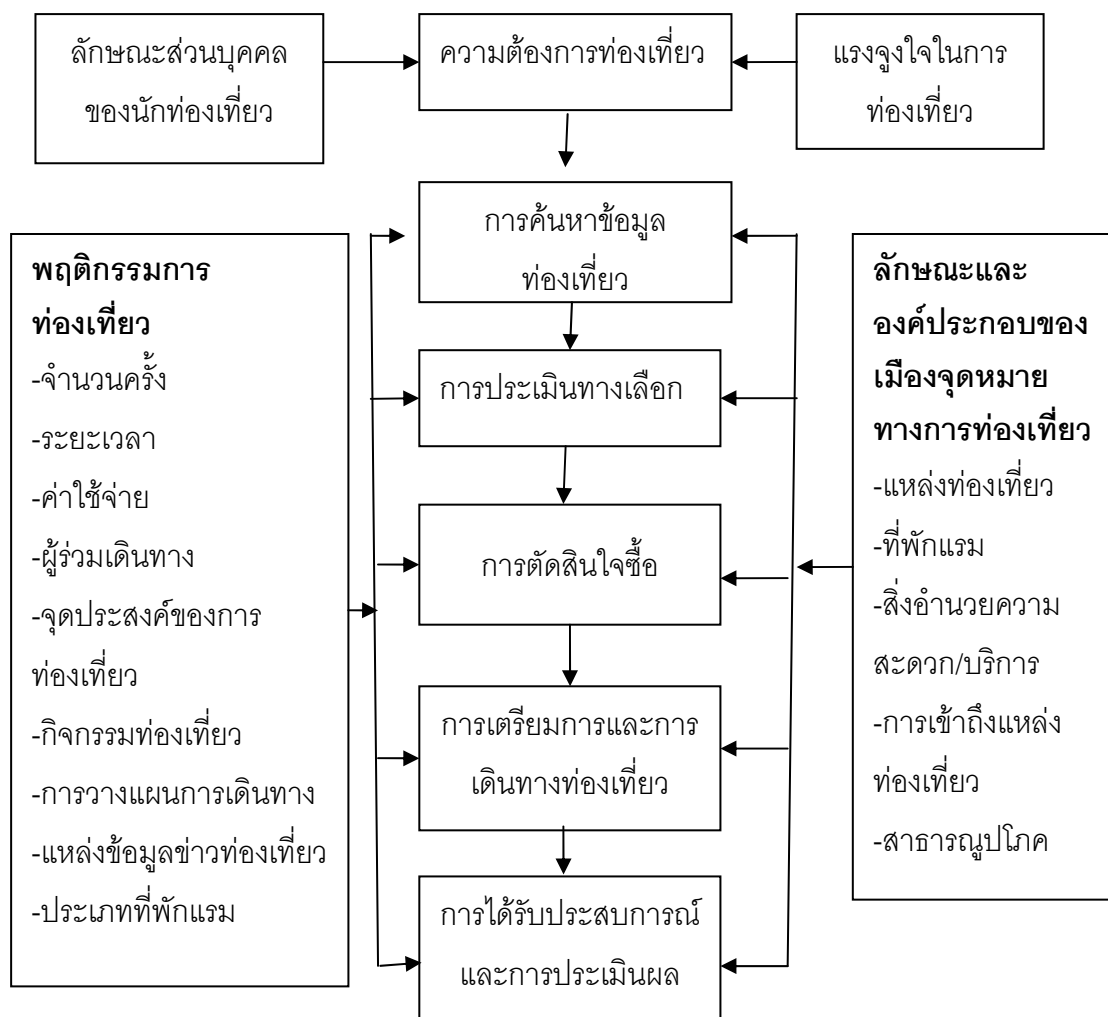
3. ลักษณะเด่นและทรัพยากรการท่องเที่ยวในเมืองจุดหมายปลายทาง (Destination resources and characteristics) ได้แก่ ลักษณะเด่นของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการตรวจเข้าเมือง สาธารณูปโภค เป็นต้น

4. ลักษณะของการเดินทาง (Trip features) เช่น ระยะเวลาท่องเที่ยว ระยะทาง ค่าใช้จ่าย เป็นต้น



ภาพที่ 2.3 กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวของ Mathieson and Wall
ที่มา: Mathieson and Wall (1982: 25-32)

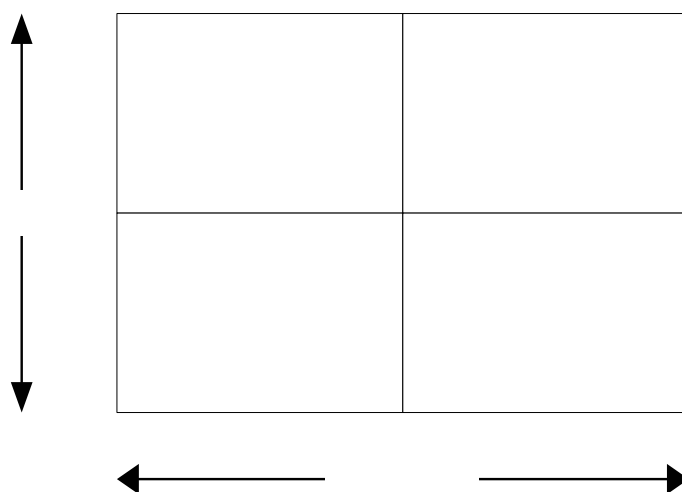
งานวิจัยนี้ได้นำแนวคิดและทฤษฎีข้างต้นมาบูรณาการกับทฤษฎีของ Mathieson and Wall สรุปได้เป็นกรอบการวิเคราะห์ของงานวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 2.4 กรอบการวิเคราะห์ของงานวิจัย

โมเดลการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการดำเนินงาน (Importance Performance Analysis)

โมเดลวิเคราะห์ความสำคัญและผลการดำเนินงาน คือ การนำระดับความสำคัญของปัจจัยที่รับรู้โดยผู้บริโภค (Customer Importance) และระดับการดำเนินงานขององค์กร (Company Performance) มาสร้างเป็นแผนภาพ และนำผลการตีความมาวิเคราะห์ และอธิบายผล จากโมเดลสามารถแบ่งพื้นที่แผนภาพออกเป็น 4 ส่วน คือ Quadrant ที่ 1 Quadrant ที่ 2 Quadrant ที่ 3 และ Quadrant ที่ 4 ซึ่งแต่ละส่วนสามารถอธิบายความหมายได้ดังนี้



ภาพที่ 2.5 โมเดลวิเคราะห์ความสำคัญและการดำเนินงาน

ที่มา: Kotler (2547: 598)

Quadrant 1. Concentrate Here แสดงถึง องค์ประกอบที่มีความสำคัญสูง แต่ผู้บริโภคไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ กล่าวคือ ระดับการบริการที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้สูงกว่าระดับการบริการที่ลูกค้าได้รับ ดังนั้นองค์กรต้องให้ความสำคัญในการแก้ไข ปรับปรุง องค์ประกอบในกลุ่มนี้โดยเร่งด่วน

Quadrant 2. Keep up Good Work แสดงถึง องค์ประกอบที่มีความสำคัญสูง และผู้บริโภคได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ ดังนั้นองค์กรต้องรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสูงต่อไป

Quadrant 3. Low Priority แสดงถึง องค์ประกอบที่มีความสำคัญต่ำและผู้บริโภคไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ อย่างไรก็ตามองค์กรไม่มีความจำเป็นต้องให้ความสนใจแก้ไข เนื่องจากเป็นองค์ประกอบมีความสำคัญต่อผู้บริโภคในระดับต่ำ

Quadrant 4. Possible Overkill แสดงถึง องค์ประกอบที่มีความสำคัญต่ำ แต่ผู้บริโภคได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ

High

Importance

Low

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ

3.1.1 ลักษณะโดยรวมและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวสูงอายุในอดีตให้ความสนใจในการศึกษาถึงลักษณะโดยรวม ความชอบ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ เพื่อให้เกิดความเข้าใจว่านักท่องเที่ยวเป็นใคร มาจากไหน ชอบอะไรและประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวใดบ้าง เช่น Anderson and Langmeyer (1982) ศึกษาและแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุออกเป็น 2 กลุ่มคือ นักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีอายุต่ำกว่า 50 ปีและนักท่องเที่ยวอายุ 50 ปี ขึ้นไป ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน/ผ่อนคลายความตึงเครียด และเพื่อเยี่ยมเยียนญาติและเพื่อน แต่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปชอบท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์มากกว่า และกลุ่มนี้นิยมเดินทางในเดือนสิงหาคม กันยายน ตุลาคม และพฤศจิกายน ซึ่งไม่ใช่ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวเป็นผู้เกษียณอายุแล้ว จึงสามารถเดินทางได้ตามสะดวก

Javalgi และคณะ (1992) ศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน 2 กลุ่มคือนักท่องเที่ยวสูงอายุและไม่สูงอายุ พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวไม่สูงอายุมีระดับการศึกษาสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ และมักจะแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอย่างละเอียดก่อนการตัดสินใจท่องเที่ยว ในขณะที่นักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมซื้อรายการนำเที่ยวแบบเหมารวมที่ครอบคลุมการเดินทางและที่พักจากบริษัทนำเที่ยว

Zimmer และคณะ (1995) ศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศแคนาดา พบว่าลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ การศึกษา และความสามารถในการเคลื่อนไหวร่างกายเป็นปัจจัยสำคัญที่แตกต่างระหว่างผู้สูงอายุที่เดินทางท่องเที่ยวและผู้สูงอายุที่ไม่เดินทางท่องเที่ยว ผู้สูงอายุที่มีปัญหาในการเคลื่อนไหวร่างกายมักจะหลีกเลี่ยงการเดินทางท่องเที่ยว ในขณะที่ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงจะชอบเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยด้านรายได้ การศึกษา ถิ่นพำนักในชนบท ความเต็มใจที่จะใช้จ่ายเงินเพื่อนันทนาการ และสุขภาพมีอิทธิพลต่อการเลือกเมืองจุดหมายปลายทาง

Bai และคณะ (1999) ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวสูงอายุในรัฐเท็กซัส อริโซนา นิวเม็กซิโก และโคโลราโด ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่มคือกลุ่มแรกมีอายุระหว่าง 55-64 ปี และกลุ่มที่สองมีอายุ 65 ปี ขึ้นไป และพบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านสถานภาพการสมรส การเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย เพศ ขนาดของครอบครัว รายได้ของครอบครัว ระดับการศึกษา และสถานภาพการจ้างงาน กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของทั้งสองกลุ่มว่ามีความแตกต่างกัน

Patterson (2002) ศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวสูงอายุและวิเคราะห์ระดับความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในขณะที่อายุสูงขึ้น พบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุโดยทั่วไปมีสุขภาพที่ดีขึ้นโดยรวม มีฐานะการเงินดีขึ้น และมีระดับการศึกษาสูงขึ้น นักท่องเที่ยวสูงอายุมีความสนใจในการท่องเที่ยวเพื่อค้นหาความแปลกใหม่ หลีกหนีความจำเจ และต้องการได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงจากการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวสูงอายุนักก่อน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวสูงอายุยังมีความต้องการท่องเที่ยวที่ทำท่ายสุขภาพ ความแข็งแรงของร่างกายและประกอบกิจกรรมที่ผจญภัยมากกว่านักท่องเที่ยวสูงอายุในอดีต

ในการศึกษาความชอบของบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ Bai และคณะ (2001) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายระหว่างนักท่องเที่ยวสูงอายุ 3 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอังกฤษ เยอรมนีและญี่ปุ่น พบว่าตัวแปรด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางและระยะเวลาท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการเลือกการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายของทั้งสามกลุ่ม

นอกจากนี้ Hsu (2001) ศึกษา นักท่องเที่ยวสูงอายุกับการใช้บริการบริษัทนำเที่ยวและสรุปปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บริการนำเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมทางสังคม (social activities) การให้บริการและการบอกต่อ (operator services and referrals) ความยืดหยุ่นของตารางการเดินทาง (flexible schedule) สุขภาพและความปลอดภัย (health and safety) เอกสารประชาสัมพันธ์ (promotional materials) ชื่อเสียงของบริษัท (reputation) พบว่าชื่อเสียงของบริษัทนำเที่ยวและสุขภาพและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด

Koss (1994) ศึกษาความต้องการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุ พบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุต้องการให้โรงแรมเสนอขายบริการในรูปแบบเหมารวม (all-inclusive package) คือบริการทั้งที่พักแรมและนำเที่ยวที่สร้างสรรค์ ตื่นเต้น และคุ้มค่า โรงแรมตอบสนองด้วยการเสนอขายบริการเหมารวมที่ครอบคลุมบริการที่พักแรม นำเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น หรือกิจกรรมมีส่วนร่วมในเทศกาลการแข่งขันกีฬา และกิจกรรมผจญภัยสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่ยังแข็งแรง โรงแรมที่เน้นส่วนตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น โรงแรม Radisson Hotels International, Hospitality Franchise System และ Choice Hotels International

Baloglu and Shoemaker (2001) ศึกษาความต้องการใช้บริการรถโค้ชในการเดินทางท่องเที่ยวและการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดนำเที่ยวโดยรถโค้ชของนักท่องเที่ยวสูงอายุในมลรัฐเพนซิลวาเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นกลุ่มหลักในตลาดการท่องเที่ยวด้วยรถโค้ช ผลการศึกษาพบว่าคุณลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ด้านจิตวิทยา และด้านจิตวิทยาแบ่งตามลักษณะ

ทางภูมิศาสตร์สามารถใช้พยากรณ์ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เลือกซื้อบริการนำเที่ยวด้วยรถโค้ชได้ ผลการศึกษาช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจรถโค้ชกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวสูงอายุได้และวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม

นักวิชาการหลายท่านสนใจศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เริ่มจากการศึกษาของ Romsa and Blenman (1989) ศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวเยอรมัน โดยวิเคราะห์รูปแบบ/ยานพาหนะของการเดินทาง ระยะเวลา ที่พักรวม แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมท่องเที่ยวที่นิยม พบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชอบรูปแบบการเดินทางที่ไม่เครียดจนเกินไป และชอบประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย

Shoemaker (1989) ศึกษาพฤติกรรมและจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุในรัฐเพนซิลวาเนีย สหรัฐอเมริกา และสรุปผลการแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุออกเป็น 3 ส่วน ตลาดคือ นักเดินทางแบบครอบครัว (family traveler) ที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวเพื่อใช้เวลาอยู่กับครอบครัว นักท่องเที่ยวเน้นกิจกรรม (active restler) ที่ชอบท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาตนเองทั้งทางสติปัญญา และจิตใจ และเพื่อพบเพื่อนใหม่ และนักท่องเที่ยวสูงอายุ (older set) ที่ชอบกิจกรรมเหมาะสมกับวัย และสรุปว่าตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุไม่ใช่ตลาดแบบไม่แบ่งส่วน (one homogeneous group) แต่สามารถแบ่งออกได้เป็นหลายส่วนตามความต้องการและความจำเป็น ซึ่ง 10 ปีต่อมา Shoemaker (2000) ได้ทดสอบตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุอีกครั้ง เพื่อวิเคราะห์ว่ามีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ และพบว่าตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุในรัฐเพนซิลวาเนียไม่เปลี่ยนแปลงในการแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยว

Hong et al (1999) วิเคราะห์ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในสหรัฐอเมริกา พบว่าผู้สูงอายุจ่ายค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ในการเดินทาง อาหาร ที่พัก นำเที่ยว และบันเทิง ส่วนปัจจัยด้านอายุ ค่าใช้จ่ายในการรักษาสุขภาพ และรายได้ของครอบครัวมีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

Huang and Tsai (2003) ศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไต้หวันและวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่าร้อยละ 35.6 ของกลุ่มตัวอย่างเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและผ่อนคลาย นักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยการซื้อรายการนำเที่ยวแบบเหมารวม (all-inclusive package tour) เนื่องจากร้อยละ 60.9 ให้เหตุผลว่าเนื่องจากมีความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทั้งดงามและแหล่งประวัติศาสตร์ สำหรับอุปสรรคในการเดินทางของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไต้หวันเกิดจากนักท่องเที่ยวเอง เช่น ปัญหาสุขภาพ และปัญหาทางร่างกายที่ทำให้เดินทางไม่สะดวก และนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไต้หวันส่วนมากพึงพอใจในบริการต่างๆ ที่บริษัทนำเที่ยวจัดให้

Littrell และคณะ (2004) ศึกษาลักษณะโดยรวมของนักท่องเที่ยวสูงอายุโดยวิเคราะห์กิจกรรมการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการใช้จ่ายซื้อของ พบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุสามารถแบ่งส่วนตลาดตามกิจกรรมท่องเที่ยวออกเป็น 3 ส่วนตลาดคือ นักท่องเที่ยวเน้นกิจกรรมกลางแจ้ง นักท่องเที่ยวเน้นวัฒนธรรม และนักท่องเที่ยวเน้นกีฬาและบันเทิง นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มแสดงพฤติกรรมการใช้จ่ายซื้อของขณะท่องเที่ยวแตกต่างกัน และการเลือกสถานที่ใช้จ่ายซื้อของ เช่น ร้านค้า ศูนย์หัตถกรรม และห้างสรรพสินค้า นั้นแตกต่างกัน

Lohmann (2001) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุในวันนี้กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุในอนาคต โดยการวิเคราะห์ผลสำรวจของการท่องเที่ยวประจำปีของชาวเยอรมัน และสรุปว่าอุปสงค์ของการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่ได้ถูกกำหนดโดยอายุแต่ถูกกำหนดโดยชั้นอายุ (Generation) ในวงจรชีวิตที่ 3 ของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวของชั้นอายุหนึ่งค่อนข้างจะตายตัวและไม่เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญจากปัจจัย เช่น การเกษียณอายุ ผลการวิเคราะห์พบว่ารูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในชั้นอายุหนึ่งจะไม่เปลี่ยนแปลงในระหว่างช่วงเวลา 20 ปี ดังนั้นการทำความเข้าใจพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุในอนาคตน่าจะไม่สามารถเป็นไปได้ งานวิจัยสรุปว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งความคาดหวัง แรงจูงใจ และแรงบันดาลใจของนักท่องเที่ยวอายุระหว่าง 55-65 ปีจะสามารถนำมาใช้พยากรณ์นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 65-75 ปีในปี ค.ศ. 2010 ได้ ซึ่งจะส่งผลดีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและการกำหนดกลยุทธ์การตลาดต่อไป

3.1.2 ความต้องการและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

นักวิชาการหลายท่านได้ศึกษาความต้องการ และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุตามแนวทฤษฎีความต้องการและแรงจูงใจนักท่องเที่ยว ดังนี้

Cleaver และคณะ (1999) ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุโดยกล่าวว่าตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุไม่มีลักษณะคล้ายคลึงกันหรือเป็นตลาดแบบไม่แบ่งส่วน (Homogeneous) ตามที่เข้าใจกัน และพบว่าสามารถแบ่งส่วนตลาดการท่องเที่ยว (segment) ตามแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวออสเตรเลียตามขนาดของส่วนตลาดได้เป็น 4 ส่วนตลาดคือ ส่วนตลาดท่องเที่ยวชอบความคุ้นเคย (Nostalgics) ส่วนตลาดท่องเที่ยวชอบความเป็นมิตร (Friendlies) ส่วนตลาดท่องเที่ยวชอบการเรียนรู้ (Learners) และส่วนตลาดท่องเที่ยวชอบหลีกเลี่ยงความจำเจ (Escapists)

Backman และคณะ (1999) ศึกษาเปรียบเทียบนักท่องเที่ยวธรรมชาติสูงอายุในสหรัฐอเมริกาที่มีอายุระหว่าง 55-64 ปี กับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีอายุมากกว่า 65 ปีขึ้นไป บนพื้นฐานแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ได้แก่ การศึกษา/ธรรมชาติ (Education/Nature) การตั้งแคมป์ (Camping) การพบปะผู้คนในสังคม (Social) การผ่อนคลาย (Relaxation) และการแสวงหาข้อมูล (Information) ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวธรรมชาติสูงอายุที่มีอายุระหว่าง 55-64 ปี มีความสนใจในการท่องเที่ยวเพื่อการผ่อนคลายและการตั้งแคมป์ ในขณะที่นักท่องเที่ยวธรรมชาติสูงอายุที่มีอายุมากกว่า 65 ปีขึ้นไปสนใจการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาหาความรู้/ธรรมชาติ

นักวิชาการหลายท่านสนใจศึกษาปัจจัยจูงใจนักท่องเที่ยวสูงอายุด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยหลักและปัจจัยดิ่ง เช่น You and O'Leary (1999) ศึกษาปัจจัยจูงใจนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอังกฤษ ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยหลักและปัจจัยดิ่ง และสรุปผลว่าส่วนตลาด (segment) นักท่องเที่ยวสูงอายุสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วนคือ ผู้เยี่ยมเยือน (passive visitors) นักท่องเที่ยวที่มีความกระตือรือร้น (enthusiastic go-getters) และนักท่องเที่ยวที่สนใจวัฒนธรรม (cultural hounds) และยังพบความแตกต่างกันระหว่างส่วนตลาดตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ การมีส่วนร่วมในกิจกรรม และปรัชญาการเดินทาง

Norman และคณะ (2001) ศึกษาปัจจัยหลักและปัจจัยดิ่งของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอเมริกัน พบว่า ปัจจัยหลัก 6 ประการได้แก่ การหลีกหนีความจำเจ (escape) การศึกษา (education) ครอบครัว (family) การผจญภัย (action) การผ่อนคลาย (relaxation) และการนับถือตนเอง (ego) สำหรับปัจจัยดิ่ง 9 ประการ ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ (natural surrounding) สภาพอากาศที่ดี (good weather) สาธารณูปโภค (infrastructure) ที่พักแรมแบบประหยัด (budget accommodation) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (cultural and historical attractions) แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (manmade attractions) ประชาชน (people) สิ่งอำนวยความสะดวก (facilities) และโอกาสท่องเที่ยวกลางแจ้ง (outdoor opportunities) งานวิจัยยังพบความแตกต่างระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เป็น neo-mature ที่มีอายุระหว่าง 50-64 ปี กับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เป็น veteran-mature ที่มีอายุมากกว่า 65 ปี ในปัจจัยหลัก 4 ประการ คือ การหลีกหนีความจำเจ การศึกษา การผจญภัย และการผ่อนคลาย และแตกต่างกันในปัจจัยดิ่ง 3 ประการ คือ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ สิ่งอำนวยความสะดวก และโอกาสท่องเที่ยวกลางแจ้ง

Fleischer and Pizam (2002) พบว่าปัจจัยจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้แก่ การพักผ่อน และผ่อนคลายความตึงเครียด (rest and relaxation) การปฏิสัมพันธ์ในสังคม (social interaction)

การออกกำลังกาย (physical exercises) การเรียนรู้ (learning) ความคุ้นเคย (nostalgia) และความตื่นเต้น (excitement)

Horneman และคณะ (2002) พบว่าปัจจัยจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวออสเตรเลีย ได้แก่ การศึกษา/การเรียนรู้ (education/learning) การพักผ่อน/การผ่อนคลาย (rest/relaxation) การออกกำลังกาย (physical exercise/fitness) การเยี่ยมเยียนญาติและเพื่อน (visiting friends and relatives) และยังพบว่านักท่องเที่ยวเปลี่ยนความต้องการจากการออกกำลังกายไปสู่การปรับปรุงสุขภาพมากขึ้น

Sellick (2004) ศึกษาตลาดท่องเที่ยวออสเตรเลียและแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุตามแรงจูงใจในการเดินทางออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนตลาดท่องเที่ยวแบบค้นพบและพัฒนาตนเอง (discovery & self-enhancement) ส่วนตลาดท่องเที่ยวแบบกระตือรือร้น (enthusiastic connector) ส่วนตลาดท่องเที่ยวแบบลังเล (reluctant traveler) และส่วนตลาดท่องเที่ยวแบบคุ้นเคย (nostalgic traveler) ซึ่งนักการตลาดสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับส่วนตลาดที่แตกต่างกันทั้ง 4 ส่วนตลาดได้

Jang and Wu (2006) ศึกษาปัจจัยจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไต้หวัน และค้นพบปัจจัยผลึกสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ ความภาคภูมิใจในตนเอง (ego-enhancement) ความนับถือตนเอง (self-esteem) การหาความรู้เพิ่ม (knowledge-seeking) การผ่อนคลาย (relaxation) และการเข้าสังคม (socialization) และปัจจัยดิ่ง 3 ประการ ได้แก่ ความสะอาดและความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก เทศกาล และราคา แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางประวัติศาสตร์

นักวิชาการบางท่านสนใจศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริการท่องเที่ยว เช่น Lindqvist and Bjork (2000) ศึกษาความปลอดภัยว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริการนำเที่ยวที่มีคุณภาพ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันมักขึ้นอยู่กับคุณภาพของการบริการและความจงรักภักดีของลูกค้า การศึกษามีแนวคิดพื้นฐานที่ว่านักท่องเที่ยวสูงอายุจะมีความจงรักภักดีต่อบริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการอย่างมีคุณภาพ และความปลอดภัยเป็นมิติทางคุณภาพที่นักท่องเที่ยวสูงอายุให้ความสำคัญ ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวสูงอายุในประเทศฟินแลนด์พบว่าความปลอดภัยที่รับรู้เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกบริษัทนำเที่ยว และการรับรู้ถึงความสำคัญของความปลอดภัยนี้จะเพิ่มมากขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวมีอายุเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ความปลอดภัยส่วนบุคคลที่สัมพันธ์กับอายุ (age-related personal safety: ARPS) จะแตกต่างจากความปลอดภัยส่วนบุคคลโดยทั่วไป (General personal safety: GPS)

3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศไทย

Sangpikul (2008) ศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุญี่ปุ่นในประเทศไทย ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยผลักและปัจจัยดึง (Push and Pull Factors) โดยการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไปที่เกี่ยวข้องกับบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 415 คน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยผลักที่สำคัญ 3 ประการ ตามลำดับ ได้แก่ การหาความแปลกใหม่และความรู้ (Novelty & Knowledge-seeking) การพักผ่อนและการผ่อนคลาย (Rest & Relaxation) การพัฒนาตนเอง (Ego-enhancement) สำหรับปัจจัยดึงสำคัญ 4 ประการ ตามลำดับ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (Cultural & Historical Attractions) การเตรียมการเดินทางและสิ่งอำนวยความสะดวก (Travel arrangements & Facilities) กิจกรรมการช้อปปิ้งและการพักผ่อน (Shopping & Leisure Activities) ความปลอดภัยและความสะอาด (Safety & Cleanliness) นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่าปัจจัยด้านความเป็นอยู่ที่ดี และด้านการศึกษามีอิทธิพลต่อการจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุญี่ปุ่นที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

บัณฑิตา พิลิกิตีเดช (2549) ศึกษาพฤติกรรมการอยู่อาศัยในสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว : กรณีศึกษาโครงการสแกนดิเนเวียน วิลเลจ จังหวัดชลบุรี โดยการสอบถามชาวสแกนดิเนเวียนสูงอายุที่เข้ามาพักอาศัยแบบไม่ถาวรและอยู่อาศัยเกิน 1 เดือนขึ้นไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการพักอาศัยในโครงการที่จัดขึ้นเป็นสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว โดยเฉพาะ รองลงมาคือ ต้องการพักอาศัยในกลุ่มเฉพาะผู้สูงอายุ จากการศึกษาพฤติกรรมการพักอาศัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้มีการศึกษาดี ร่างกายแข็งแรง มีเพื่อนจำนวนมาก มีประสบการณ์การท่องเที่ยวสูง สนใจวิถีชีวิต ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมไทย มีนิสัยเรียบง่าย สันโดษ เป็นพวกอนุรักษ์นิยม ใช้เงินไม่ฟุ่มเฟือย รักการอ่าน การออกกำลังกาย และชอบเดิน กลุ่มตัวอย่างจะงเลื่อพักที่ประเทศไทย เพราะคนไทยมีน้ำใจ ค่าครองชีพต่ำ อากาศอบอุ่น ท้องถิ่นมีความเป็นเมืองและชนบทผสมกัน การศึกษาความคาดหวังเรื่องที่พัก พบว่า ต้องการที่พักใกล้ทะเล ใกล้ชุมชน ใกล้โรงพยาบาล นอกจากสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานแล้วยังต้องการอินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือ สิ่งที่ต้องการให้รัฐบาลของประเทศไทยสนับสนุนคือ การปรับปรุงเรื่องกฎระเบียบวีซ่า ให้ขออนุญาตได้ง่ายขึ้น ขยายเวลา และลดขั้นตอนต่าง ๆ ลง

ศรินยา ละอองอินทร์ (2546) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวสหราชอาณาจักรต่อโรงแรมอมารีวินด์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิงแต่งงานแล้ว มีรายได้ระหว่าง 35,000 - 45,000 ต่อเดือน ระยะเวลาการพักมากกว่า 6 คืน และส่วนใหญ่สำรองห้องพักจากบริษัทนำเที่ยว กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากต่อสถานที่ตั้ง

ห้องพัก ห้องอาหาร การบริการและบุคลากรของโรงแรม ตามลำดับ การวิจัยยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อทำเลที่ตั้งแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่แต่งงานแล้วมีระดับความพึงพอใจสูงสุด กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการเข้าพักแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อบรรยากาศของโรงแรมแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีระยะเวลาการเข้าพักมากกว่า 6 วันจะมีระดับความพึงพอใจสูงสุด และกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อด้านที่จอดรถแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาทต่อเดือน มีระดับความพึงพอใจสูงสุด นอกจากนี้นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวสหราชอาณาจักรได้ให้ข้อคิดเห็นว่า โรงแรมควรมี Health & Spa และห้องออกกำลังกาย ควรเพิ่มจำนวนสนามเทนนิส ห้องน้ำภายในห้องพักแคบเกินไป พนักงานให้ข้อมูลคำแนะนำต่าง ๆ ไม่ชัดเจน ไม่ถูกต้องแม่นยำ และห้องพักมีเสียงดังรบกวน

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวของประเทศไทย ตลอดจนความสามารถของประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุ ซึ่งมีสาระสำคัญเกี่ยวกับวิธีดำเนินการวิจัยตามคำถามการวิจัย 4 ข้อ ได้แก่

- ข้อที่ 1. การท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทยมีสภาพเป็นอย่างไร
- ข้อที่ 2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปเป็นอย่างไร
- ข้อที่ 3. นักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปมีความต้องการในแต่ละองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้านอย่างไร
- ข้อที่ 4. ประเทศไทยสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปในแต่ละองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้านอย่างไร

แต่ละข้อจะเกี่ยวข้องกับประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ประชากรที่ศึกษา คือ

- นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยคาดการณ์จากจำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2550 ที่เข้ามาเยือนจังหวัดท่องเที่ยวซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางสำคัญของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ได้แก่ กรุงเทพมหานคร จังหวัดเชียงใหม่ (ภาคเหนือ) หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (ภาคกลาง) พัทยา จังหวัดชลบุรี (ภาคตะวันออก) และจังหวัดภูเก็ต (ภาคใต้) คิดเป็นจำนวนทั้งสิ้น 7,393,841 คน รายละเอียดแสดงในตารางที่ 3.1
- ผู้บริหารในหน่วยงานวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวภาครัฐในประเทศและต่างประเทศ
- คณะกรรมการบริหารของสมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว (ATTA) และคณะกรรมการบริหารของสมาคมโรงแรมไทย (THA)
- ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

- ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม
- ผู้ประกอบการธุรกิจโรงพยาบาล
- ผู้ประกอบการธุรกิจสปา

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรแยกตามจังหวัดที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเข้ามาเยือนในปี พ.ศ. 2550

จังหวัด	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)
กรุงเทพมหานคร	3,098,506
เชียงใหม่	647,858
หัวหิน ประจวบคีรีขันธ์	338,412
พัทยา ชลบุรี	1,790,102
ภูเก็ต	1,518,963
รวม	7,393,841

1.2 **กลุ่มตัวอย่าง** กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา แยกกล่าวตามลักษณะการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพได้ดังนี้

1.2.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้ทำการคัดเลือกโดยวิธีการคำนวณหาขนาดตัวอย่างตามวิธีของทาโรยามาเน่ (Taro Yamane) และผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) จากจำนวนประชากรทั้งหมด ได้ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยทั้งสิ้น 400 คน โดยมีขั้นตอนดังนี้

1) คำนวณจำนวนตัวอย่างที่ต้องการศึกษา จากสูตรของทาโรยามาเน่ (Taro Yamane)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดตัวอย่าง
 N = จำนวนประชากรทั้งหมด
 e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ โดยกำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

2) คำนวณจำนวนตัวอย่าง (n_i) จำแนกตามจังหวัดที่ศึกษาแบบเป็นสัดส่วน (Proportional) กับขนาดประชากรโดยใช้สูตร

$$n_i = \frac{N_i n}{N}$$

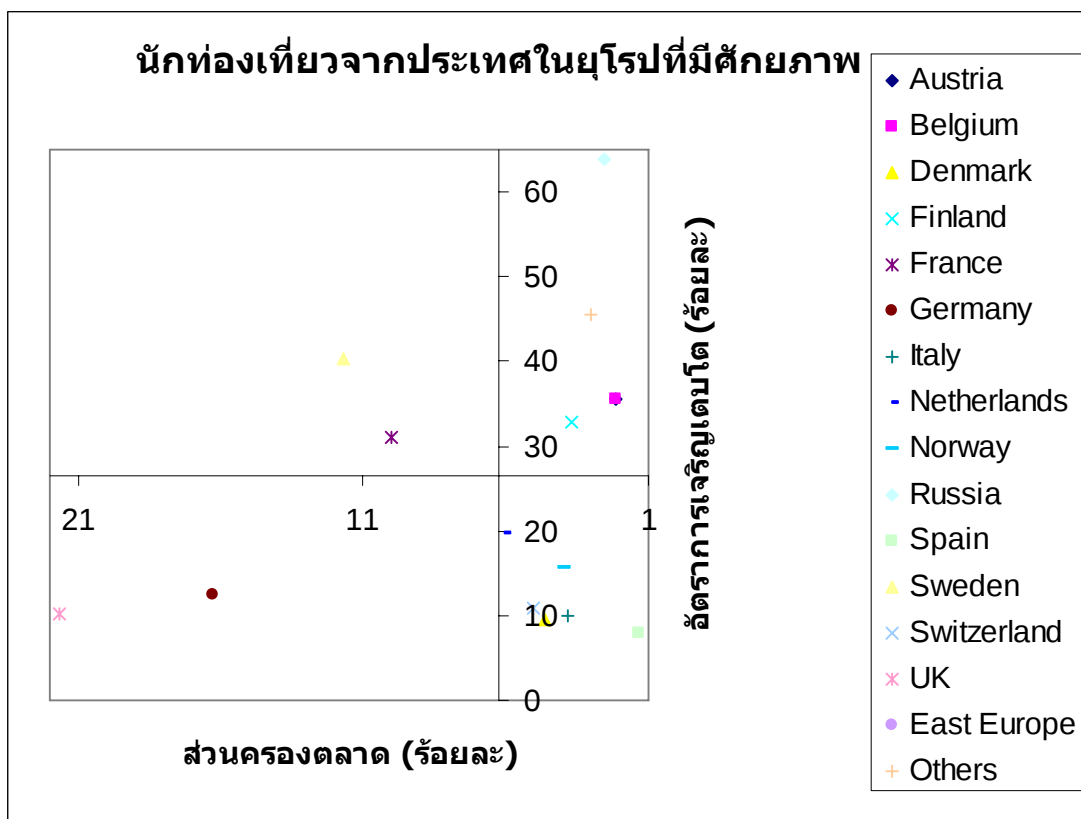
เมื่อ n = จำนวนตัวอย่าง
 N = จำนวนประชากรทั้งหมด
 N_i = จำนวนประชากรกลุ่มย่อยที่ i

จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามจังหวัดได้ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามจังหวัด

จังหวัด	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
กรุงเทพมหานคร	168	42
เชียงใหม่	35	9
หัวหิน ประจวบคีรีขันธ์	18	4.5
พทยา ชลบุรี	97	24
ภูเก็ต	82	20.5
รวม	400	100.0

เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในแต่ละภาคจะมีพฤติกรรมและความต้องการที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงใช้แนวคิดของ Boston Consulting Group เพื่อคำนวณหากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ เพื่อนำมากำหนดกลุ่มประชากรที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการสุ่มตัวอย่าง ประกอบกับการสอบถามยืนยันจากบริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุในประเทศไทย



ภาพที่ 3.1 การได้มาของกลุ่มตัวอย่างจากแนวคิดของ Boston Consulting Group

แนวคิดของ Boston Consulting Group เป็นแนวคิดของการวิเคราะห์ส่วนครองตลาดของสินค้าหรือบริการกับอัตราการเจริญเติบโตของสินค้าหรือบริการ ในการนำแนวคิดมาคำนวณหาแก่นักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ เพื่อนำมากำหนดกลุ่มประชากรที่มีความสำคัญและมีอิทธิพล ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ส่วนครองตลาด ซึ่งในที่นี้ใช้ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวยุโรปแต่ละประเทศปี พ.ศ. 2550 กับอัตราการเจริญเติบโตของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปแต่ละประเทศจากปี พ.ศ. 2549 ถึงปี พ.ศ. 2550

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษและเยอรมันอยู่ในส่วนที่เป็นกลุ่มวัวเงิน (Cash Cows) คือ มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงแต่มีอัตราการเติบโตที่ต่ำลง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวสวีเดนและฝรั่งเศสอยู่ในส่วนที่เป็นกลุ่มดาว (Stars) คือ มีส่วนแบ่งตลาดในระดับสูงและมีอัตราการเติบโตสูง จึงสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ เยอรมัน สวีเดน และฝรั่งเศสเป็นกลุ่มประชากรที่มีความสำคัญและมีอิทธิพล จึงเลือกเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจาก 4 ประเทศนี้เป็นหลัก

1.2.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อสัมภาษณ์หัวหน้าหรือผู้บริหารของหน่วยงานราชการ องค์กร หรือผู้บริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวยุโรป ได้แก่

- ผู้บริหารในหน่วยงานวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวภาครัฐในประเทศไทย ได้แก่ ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานในยุโรป 2 คน ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานในประเทศ และผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต ประจวบคีรีขันธ์ และชลบุรี จังหวัดละ 2 คน รวมทั้งสิ้น 10 คน

- คณะกรรมการบริหารของสมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว (ATTA) และคณะกรรมการบริหารของสมาคมโรงแรมไทย (THA) รวมทั้งสิ้น 2 คน

- ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว โดยขอรายชื่อผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การให้บริการนักท่องเที่ยวสูงอายุจากสมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว (ATTA) รวมทั้งสิ้น 5 คน

- ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม รวมทั้งสิ้น 5 คน

- ผู้ประกอบการธุรกิจโรงพยาบาล รวมทั้งสิ้น 5 คน

- ผู้ประกอบการธุรกิจสปา รวมทั้งสิ้น 4 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วย ตัวแปรที่เกี่ยวกับปัจจัยทางประชากรดังนี้

- เพศ
- อายุ
- การศึกษา
- สุขภาพ
- สถานภาพการทำงาน

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยว ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยด้านต่าง ๆ 5 ด้าน คือ ด้านที่พัก ด้านการคมนาคม ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านสาธารณูปโภค

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เครื่องมือ แบ่งตามลักษณะของการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพได้ดังนี้

2.1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อตอบคำถามการวิจัยข้อ 2 3 4 ลักษณะของคำถามมีทั้งคำถามปลายปิดและคำถามปลายเปิด แบบสอบถามประกอบด้วย 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส สุขภาพ สถานภาพการทำงาน ฐานะทางเศรษฐกิจ แหล่งรายได้ งานอดิเรกและความสนใจ จำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวและลักษณะการเดินทาง เป็นคำถามเกี่ยวกับความถี่ในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว วิธีการเตรียมการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง เมืองที่จะไปท่องเที่ยว จุดประสงค์ในการท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว ประเภทของที่พักรวม ประเภทของยานพาหนะ แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว เดือนที่นิยมท่องเที่ยว ประเทศอื่นที่นิยมท่องเที่ยว การกลับมาท่องเที่ยวในอนาคต ช่วงเวลาที่จะกลับมาท่องเที่ยว มีคำถามทั้งหมด 14 ข้อ

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) 5 ระดับ ได้แก่ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไม่เห็นด้วย ไม่แน่ใจ เห็นด้วย และเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีคำถามทั้งหมด 11 ข้อ

ส่วนที่ 4 ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่าตามวิธีของลิเคิร์ต 5 ระดับ ได้แก่ ไม่สำคัญมาก ไม่สำคัญ ไม่แน่ใจ สำคัญ และสำคัญมาก มีคำถามทั้งหมด 17 ข้อ โดยข้อที่ 1-4 เป็นเรื่องเกี่ยวกับที่พัก ข้อ 5-7 เป็นเรื่องเกี่ยวกับการคมนาคม ข้อ 8-11 เป็นเรื่องเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ข้อ 12-15 เป็นเรื่องเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวก ข้อ 16-17 เป็นเรื่องเกี่ยวกับสาธารณูปโภค

ส่วนที่ 5 ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่าตามวิธีของลิเคิร์ต 5 ระดับ ได้แก่ ไม่พอใจมาก พอใจ ไม่แน่ใจ พอใจ พอใจมาก มีคำถามทั้งหมด 17 ข้อ โดยข้อที่ 1-4 เป็นเรื่องเกี่ยวกับที่พัก ข้อ 5-7 เป็นเรื่องเกี่ยวกับการคมนาคม ข้อ 8-11 เป็นเรื่องเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ข้อ 12-15 เป็นเรื่องเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวก ข้อ 16-17 เป็นเรื่องเกี่ยวกับสาธารณูปโภค

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เป็นการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นคำถามแบบปลายเปิด

การทดสอบเครื่องมือ

นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้ว ไปแปลเป็นภาษาอังกฤษและภาษาฝรั่งเศสและนำไปทดสอบกับนักท่องเที่ยวยุโรป โดยเน้นนักท่องเที่ยวที่มาจากยุโรปที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 27 คน เพื่อทดสอบว่าคำถามในแต่ละข้อ สื่อความหมายตรงตามที่ต้องการหรือไม่ และรูปแบบคำถามมีความเหมาะสมเพียงใด

การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่เรียบเรียงแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวและด้านการวิจัยเป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรง และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อขอคำแนะนำสำหรับปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสมในการนำไปเก็บข้อมูลจริง

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบหาความเชื่อมั่น โดยนำไปทดลองใช้กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง เพื่อนำมาหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ดังนี้

แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ใช้วิธีการหาค่าความเชื่อมั่นแบบความสอดคล้องภายใน ด้วยสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient of Alpha) ของ ครอนบาค (Cronbach) โดยใช้สูตร KR - 20 ดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right\}$$

เมื่อ α = ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

k = จำนวนข้อของเครื่องมือ

S_i^2 = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

S^2 = ความแปรปรวนของคะแนนทั้งฉบับ

ปรากฏว่าได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว เท่ากับ 0.7768

ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัดความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว เท่ากับ 0.8975

ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัดความสามารถในการตอบสนองความต้องการของ
นักท่องเที่ยว เท่ากับ 0.9160

ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือรวมทั้งฉบับ เท่ากับ 0.9354

สรุปว่า เครื่องมือมีความเชื่อมั่น เหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริงได้

การแปลความหมายข้อมูล

แบบสอบถามแรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้	5 คะแนน
เห็นด้วย	ให้	4 คะแนน
ไม่แน่ใจ	ให้	3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ให้	2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้	1 คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว เป็นดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

แบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว มีเกณฑ์
การให้คะแนน ดังนี้

สำคัญมาก	ให้	5 คะแนน
สำคัญ	ให้	4 คะแนน
ไม่แน่ใจ	ให้	3 คะแนน
ไม่สำคัญ	ให้	2 คะแนน
ไม่สำคัญมาก	ให้	1 คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อ
องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว เป็นดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00	หมายถึง	สำคัญในระดับมากที่สุด
-----------------------	---------	-----------------------

ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49	หมายถึง	สำคัญในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49	หมายถึง	สำคัญในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	หมายถึง	สำคัญในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49	หมายถึง	สำคัญในระดับน้อยที่สุด

แบบสอบถามความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

พอใจมาก	ให้	5 คะแนน
พอใจ	ให้	4 คะแนน
ไม่แน่ใจ	ให้	3 คะแนน
ไม่พอใจ	ให้	2 คะแนน
ไม่พอใจมาก	ให้	1 คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เป็นดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00	หมายถึง	พอใจในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49	หมายถึง	พอใจในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49	หมายถึง	พอใจในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	หมายถึง	พอใจในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49	หมายถึง	พอใจในระดับน้อยที่สุด

2.1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด ได้แก่

- แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารในหน่วยงานวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวภาครัฐ เพื่อใช้ในการตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 1 2 3 4

- แบบสัมภาษณ์คณะกรรมการบริหารของสมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยวและสมาคมโรงแรมไทย เพื่อใช้ในการตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 1 2 3 4

- แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว โรงแรม โรงพยาบาล และสถานบริการสปา เพื่อใช้ในการตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 1 2 3 4

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีการเก็บข้อมูล ดังนี้

1. **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสาร รายงาน และข้อมูลที่รวบรวมได้จากหน่วยงานราชการและเอกชน และข้อมูลจากการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต

2. **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวยุโรป การสัมภาษณ์ผู้บริหารหน่วยงานวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวภาครัฐ การสัมภาษณ์เครือข่ายผู้ประกอบการ เช่น สมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว สมาคมโรงแรมไทย และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม โรงพยาบาล และสถานบริการสปา

2.1 **แบบสอบถาม (Questionnaires)** เป็นเครื่องมือสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ แบบสอบถามประกอบด้วยชุดคำถามที่ต้องการให้กลุ่มตัวอย่างตอบ โดยให้ทำเครื่องหมาย และเขียนตอบในแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการส่งแบบสอบถามให้บริษัทนำเที่ยวและโรงแรม ช่วยดำเนินการเก็บแบบสอบถามจากลูกค้า ประกอบกับการลงพื้นที่เก็บตัวอย่างเองในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในกรุงเทพฯ จังหวัดเชียงใหม่ หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พัทยา จังหวัดชลบุรี และจังหวัดภูเก็ต สามารถรวบรวมแบบสอบถามคืนระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2552 – กรกฎาคม 2552

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 467 ฉบับ จากแบบสอบถามที่ส่งไป 600 ฉบับ ดังแสดงในตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 จำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปและได้รับกลับคืน จำแนกตามจังหวัด

จังหวัด	แบบสอบถามที่ส่งไป (ฉบับ)	แบบสอบถามที่ได้รับคืน (ฉบับ)	แบบสอบถามที่สมบูรณ์ (ฉบับ)
กรุงเทพมหานคร	220	212	203
เชียงใหม่	80	66	59
หัวหิน ประจวบคีรีขันธ์	60	55	43
พัทยา ชลบุรี	140	70	65
ภูเก็ต	100	64	60
รวม	600	467	430

การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

เมื่อนำแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างทำการตอบครบแล้ว จึงนำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบว่ามีความสมบูรณ์หรือไม่ จากนั้นจึงทำการลงรหัสข้อมูลเพื่อเตรียมนำไปวิเคราะห์ข้อมูล หากพบว่า แบบสอบถามฉบับใดไม่ตอบคำถามในตอนที 3, 4 และ 5 ซึ่งเป็นส่วนที่เกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยว และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ก็จะคัดออก ทำให้เหลือแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 430 ฉบับ คิดเป็น 108 % ของแบบสอบถามที่ต้องการ จากนั้นจึงนำข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

2.2 การสัมภาษณ์ ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. โทรศัพท์ติดต่อบุคคลในหน่วยงานที่ประสงค์จะขอสัมภาษณ์ แนะนำคณะผู้วิจัยและวัตถุประสงค์ของการวิจัย นัดวันและเวลาการสัมภาษณ์
2. ส่งหัวข้อหรือประเด็นที่จะสัมภาษณ์ให้ผู้ที่จะให้สัมภาษณ์ทางไปรษณีย์หรือ E-mail
3. เดินทางไปสัมภาษณ์ และบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์ที่อยู่ในต่างประเทศ จะใช้วิธีการสัมภาษณ์ผ่าน E-mail
4. การสัมภาษณ์ทั้งหมดมีความสั้นยาวแตกต่างกัน การสัมภาษณ์ใช้เวลาสั้นที่สุด 36.24 นาที สัมภาษณ์ยาวที่สุดใช้เวลา 1.35 ชั่วโมง ความยาวในการสัมภาษณ์โดยเฉลี่ยเท่ากับ 51.48 นาทีต่อคน
5. สรุปจำนวนตัวอย่างที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด 37 คน รายละเอียดแสดงในตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 จำนวนตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์

หน่วยงาน / ธุรกิจ	จำนวน (คน)
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	4
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	4
สมาคมวิชาชีพ	5
ธุรกิจนำเที่ยว	8
ธุรกิจโรงแรม	8
ธุรกิจโรงพยาบาล	5
ธุรกิจสปา	3
รวม	37

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ

เมื่อรวบรวมข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้อง และลงรหัสเรียบร้อยแล้ว จึงนำไปประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Science) เพื่อคำนวณค่าทางสถิติที่ต้องการ

- **ข้อมูลส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม** นำมาวิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

- **ข้อมูลส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวและลักษณะการเดินทาง** นำมาวิเคราะห์หาค่าความถี่ ร้อยละ แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

- **ข้อมูลส่วนที่ 3 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว** นำมาวิเคราะห์หาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

- **ข้อมูลส่วนที่ 4 ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว** นำมาวิเคราะห์หาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

- **ข้อมูลส่วนที่ 5 ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว** นำมาวิเคราะห์หาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

- **ข้อมูลส่วนที่ 6 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ** รวบรวมเนื้อหา แจกแจงความถี่ แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยว และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่าที (t-test) และวิธีการทดสอบค่าสถิติ F-test (ANOVA) และ ค่า LSD (Least Significant Difference) เพื่อตรวจสอบความแตกต่างระหว่างรายคู่

4.2 การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

รวบรวมและวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วนำเสนอในรูปความเรียงประกอบตาราง

บทที่ 4 สภาพการทองเที่ยวผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทย

บทนี้เป็นการนำเสนอผลการศึกษาที่ได้จากการวิจัยเพื่อตอบคำถามของการวิจัยข้อที่ 1 การทองเที่ยวผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทยมีสภาพเป็นอย่างไร

ผลการศึกษาสำหรับตอบคำถามข้อที่ 1 การทองเที่ยวผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทยมีสภาพเป็นอย่างไร ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการศึกษาโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้ผลการศึกษาตามประเด็นสำคัญ ได้แก่ สภาพการทองเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ สภาพการทองเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป สภาพการทองเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในประเทศไทย และสภาพการทองเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุในประเทศไทย

(1) สภาพการทองเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

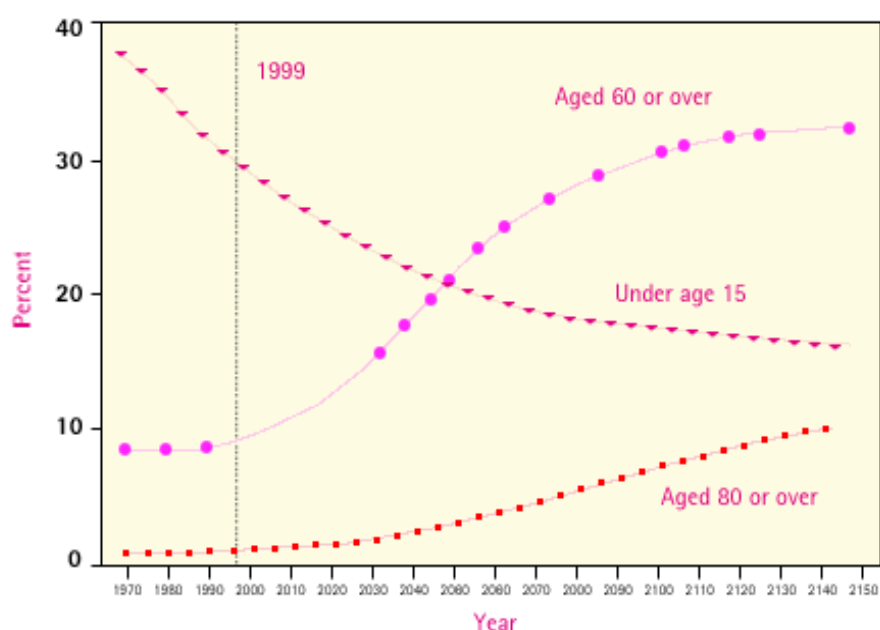
การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับโครงสร้างอายุของประชากรโลก ส่งผลให้ประชากรวัยสูงอายุมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นโดยลำดับ ในปี พ.ศ. 2552 ทั่วโลกมีจำนวนประชากรสูงอายุที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไปประมาณ 1,005 ล้านคน จากจำนวนประชากรทั้งสิ้น 6,710 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 15 ของประชากรโลก และมีแนวโน้มสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นต่อไป เช่น ในปี พ.ศ. 2553, 2558, และ 2563 คิดเป็นร้อยละ 15.6, 16.9 และ 18.6 ของประชากรทั้งหมดตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนประชากรสูงอายุที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป

ปี พ.ศ.	จำนวนประชากรทั่วโลก (หน่วย: 1000 คน)	จำนวนประชากรสูงอายุ (หน่วย: 1000 คน)	ร้อยละ
2551	6,710,926	1,005,313	15.0
2552	6,790,062	1,036,094	15.2
2553	6,869,643	1,069,034	15.6
2558	7,271,123	1,231,147	16.9
2563	7,662,284	1,425,055	18.6

ที่มา: US Bureau of the Census, International Data Base (2551)

จากแนวโน้มของประชากรโลกในศตวรรษที่ 21 พบว่า ประชากรที่เป็นผู้สูงอายุจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างมาก สืบเนื่องจากกลุ่มประชากรที่เกิดในช่วง baby boom ซึ่งเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ของโลกได้เข้าสู่ช่วงสูงอายุ ทำให้ประชากรโลกที่อายุ 60 ปีขึ้นไปมีจำนวนสูงเกือบร้อยละ 40 ของประชากรโลกทั้งหมดดังแสดงในภาพที่ 4.1 ประกอบกับวิทยาการทางการแพทย์ที่ก้าวหน้าขึ้น ทำให้ประชากรโลกมีอายุขัยเฉลี่ยที่สูงขึ้นและยังมีสุขภาพที่สมบูรณ์แข็งแรงอีกด้วย ในขณะที่ค่าครองชีพในประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนใหญ่จะมีอัตราที่ค่อนข้างสูง บางประเทศจึงมีแนวคิดที่จะส่งเสริมให้ผู้สูงอายุของตนออกไปใช้ชีวิตในต่างประเทศที่มีค่าครองชีพที่เหมาะสมและยังคงไว้ซึ่งคุณภาพชีวิตที่ดี



ภาพที่ 4.1 วิวัฒนาการของประชากรโลกของคนในช่วงอายุต่ำกว่า 15 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป

ที่มา: UN Population Division Department of Economic and Social Affairs

การที่ประชากรมีอายุยืนขึ้น เนื่องจากประชากรมีภาวะสุขภาพที่ดีขึ้น ทำให้ผู้สูงอายุส่วนหนึ่งขยายอายุการทำงานออกไปอีกระยะหนึ่ง โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่มีภาวะสุขภาพในเกณฑ์ดี สำหรับผู้สูงอายุที่เกษียณอายุจะมีระยะเวลาหลังเกษียณอายุงานมากขึ้น ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตช่วงหลังเกษียณอายุงานประกอบกิจกรรมต่างๆ โดยเฉพาะกิจกรรมสันทนาการ และการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อน หรือเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมและธรรมชาติ เนื่องจากมีเวลามากกว่านักท่องเที่ยววัยอื่นๆ และมีความพร้อมทางการเงิน ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจึงเป็นส่วนตลาดที่มีความสำคัญเนื่องจากเป็นตลาดขนาดใหญ่และเป็นตลาดที่กำลังเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งยังมีอำนาจในการซื้อสูง (Greenberg 1999, Shoemaker 2000, Wuest et al 2001)

Rui and Wei (2001) กล่าวว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ได้แก่ ระดับรายได้ สุขภาพร่างกาย และเพื่อนร่วมเดินทาง สำหรับปัจจัยสูงใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ได้แก่ การเรียนรู้สิ่งใหม่ การได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ การได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน การท่องเที่ยวร่วมกับผู้อื่น การผ่อนคลายความตึงเครียด การเข้าถึงธรรมชาติ การเรียนรู้วัฒนธรรม เป็นต้น รูปแบบพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้แก่ การเดินทางในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เนื่องจากมีเวลามาก นิยมท่องเที่ยวครั้งละ 1 หรือ 2 เมืองมากกว่าหลายเมืองในครั้งเดียวกัน การแบ่งส่วนตลาดของนักท่องเที่ยวสูงอายุอาจแบ่งได้ตามลักษณะของประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา และพฤติกรรมศาสตร์ แต่เนื่องจากการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับการประกอบกิจกรรม ความชอบ และความสนใจ การแบ่งส่วนตลาดตามหลักจิตวิทยาจึงได้รับความนิยม การทำความเข้าใจในความต้องการและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวจะทำให้นักการตลาดสามารถวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุได้

อย่างไรก็ดี ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุค่อนข้างเข้าถึงได้ยาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุมีความต้องการที่แน่นอนและจะพิจารณาสินค้าและบริการต่างๆ อย่างถี่ถ้วน ทำให้เป็นตลาดที่มีความซับซ้อน จึงควรมีการศึกษาความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ซึ่งจะทำให้สามารถแบ่งส่วนตลาดได้ถูกต้อง

(2) สภาพการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป

(2.1) ประวัติพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในทวีปยุโรป

การท่องเที่ยวในยุโรปเกิดขึ้นตั้งแต่เมื่อใดนั้น ไม่มีใครจดบันทึกไว้อย่างแน่นอน ยุโรปเป็นภูมิภาคที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในฐานะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวของโลก ในระยะเริ่มแรกของการท่องเที่ยวในยุโรป คือในยุคกรีกโบราณ (Ancient Greek) คนในสมัยนั้นมักเดินทางไปเยี่ยมชมกิจกรรมหรือเทศกาลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับศาสนา นอกจากนี้ชาวกรีกโบราณยังเดินทางไปชมมหกรรมกีฬาโอลิมปิก ซึ่งเริ่มมีครั้งแรกในปี 776 ก่อนคริสตกาล ส่วนในยุคโรมันชาวโรมันถือว่าเป็นพวกแรกที่ให้กำเนิดการเดินทางเพื่อความสำราญ (pleasure tourism) เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ดังกล่าว ชาวโรมันได้สร้าง รีสอร์ทหรือสถานที่พักตากอากาศไว้ทั้งริมชายฝั่งทะเลและบนแผ่นดิน และมีการรวมกิจกรรมเพื่อความสำราญ เช่น สถานที่อาบน้ำ ในยุคนี้นักท่องเที่ยวแบบเพลิดเพลินใจถือว่าเป็นกิจกรรมเฉพาะสำหรับชนชั้นสูง เนื่องจากการเดินทางต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงและยังไม่ค่อยสะดวกสบายนัก ผู้มีฐานะดีจึงมีโอกาสดูแลท่องเที่ยวมากกว่าคนกลุ่มอื่น โดยผู้เดินทางในสมัยก่อนจะเรียกว่า “นักเดินทาง (Traveller)”

พัฒนาการของการท่องเที่ยวในยุโรปได้พัฒนามาตามลำดับ แต่ได้หยุดชะงักในยุคมืด (Dark Ages) ซึ่งเป็นยุคที่บ้านเมืองมีการปกครองโดยพระนิกายโรมันคาทอลิก การเดินทางท่องเที่ยวได้กลับมาสู่ความสนใจมากขึ้นอีกครั้งในยุค Renaissance (ศตวรรษที่ 14-16) ซึ่งเป็นยุคที่นักวิชาการและนักศึกษานิยมเดินทางไปศึกษาหาความรู้ในศิลปะวิทยาการแขนงต่าง ๆ ในทวีปยุโรป ต่อมาในศตวรรษที่ 17-18 ได้เกิดการเพื่อแสวงหาความรู้ที่เรียกว่า The Grand Tour ซึ่งเป็นการเดินทางโดยนักศึกษาที่เป็นบุตรธิดาของชนชั้นสูงของอังกฤษซึ่งเดินทางพร้อมอาจารย์และเพื่อแสวงหาความรู้ในประเทศต่าง ๆ ในยุโรป เช่น ฝรั่งเศส อิตาลี ฮอลแลนด์ ในลักษณะการเดินทางเป็นวงรอบ ในช่วงเวลาต่อมาได้มีการค้นพบบ่อน้ำแร่ขึ้นในยุโรป ซึ่งเชื่อกันว่าน้ำแร่สามารถใช้รักษาโรคหรืออาการเจ็บป่วยบางประการได้ จึงทำให้มีผู้เดินทางไปยังบ่อน้ำแร่ต่างๆ และถือว่าการเดินทางเพื่อสุขภาพเป็นครั้งแรก ซึ่งในระยะต่อมาได้พัฒนากลายเป็นที่นิยมและถือเป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อนอย่างหนึ่ง ต่อมาในศตวรรษที่ 19 ได้มีการผู้ค้นพบและเชื่อว่าน้ำทะเลเป็นยารักษาโรคที่ดีที่สุดขนานหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการรักษาโรคผิวหนัง ด้วยเหตุนี้ชายหาดจึงเป็นสถานที่ที่มีคนนิยมไปท่องเที่ยวกันอย่างมาก พัฒนาการด้านการท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 19 นี้ ได้มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญไปจากเดิม คือ จากที่การท่องเที่ยวเคยนิยมอยู่เฉพาะกลุ่มชนชั้นสูง แต่ได้ขยายไปสู่กลุ่มชนชั้นกลางมากขึ้น อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และในศตวรรษที่ 19 ได้มีการเรียก “นักเดินทาง” ใหม่ว่า “นักท่องเที่ยว (Tourist)”

ในศตวรรษที่ 20 การท่องเที่ยวได้พัฒนาไปอย่างมาก เนื่องมาจากสาเหตุหลักสองประการคือ ความต้องการในการเดินทาง และการลดอุปสรรคในการเดินทาง ส่วนเงื่อนไขสำคัญที่ก่อให้เกิดการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว ได้แก่ การที่ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น คนมีเวลาว่างมากขึ้น และการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวจนกลายเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (นิรันดร์ ทัพไชย 2545: 72-74)

(2.2) แนวโน้มและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวยุโรป

องค์การการท่องเที่ยวยุโรป (European Travel Commission) ได้เสนอรายงานการศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมและแนวโน้มการท่องเที่ยวยุโรปตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 (Megatrends of Tourism in Europe to the Year 2005 and Beyond) เพื่อวิเคราะห์ผลของการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว โดยรายงานฉบับดังกล่าว ประมวลจากข้อคิดเห็นของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งชาติของประเทศต่าง ๆ ในยุโรปและข้อเสนอแนะจากองค์กรเอกชนที่ดำเนินกิจการการท่องเที่ยว เพื่อเป็นข้อมูลเชิงลึกประกอบการพิจารณาทิศทางและการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวในระยะยาว โดยแนวโน้มและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่สามารถวิเคราะห์ได้สามารถจำแนกได้เป็น 10 ประการ ดังนี้ (สำนักงานผู้แทนการท่องเที่ยวประจำเบลเยียมและลักเซมเบิร์ก, 2548)

1. ลักษณะประชากร ในอนาคตคาดว่าจำนวนประชากรผู้สูงอายุในยุโรปจะมีมากขึ้น โดยกลุ่มผู้สูงอายุจะมีสุขภาพที่แข็งแรงและมีเงินรายได้ประจำอย่างต่อเนื่อง เพราะส่วนหนึ่งเป็นผู้มีรายได้จากการเกษียณอายุที่กำหนด ซึ่งจะส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวสูงวัยมีจำนวนมากขึ้น

ผลต่อการท่องเที่ยว

- 1) ความต้องการด้านคุณภาพ ความสะดวก และความปลอดภัยในการท่องเที่ยว
- 2) ความต้องการด้านการเดินทางที่สะดวก
- 3) ความต้องการที่จะท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีกิจกรรมร่วมกับการพักผ่อน เช่น การเล่นกอล์ฟ เป็นต้น
- 4) ในเชิงการตลาด ควรเน้นการอำนวยความสะดวกสบายสำหรับผู้สูงอายุ

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นกับประชากรของประเทศต่าง ๆ ในทวีปยุโรป เช่น จำนวนบุคคลในครอบครัวจะลดน้อยลง ส่งผลให้รายได้และกำลังการซื้อต่อครอบครัวมีมากขึ้น ปัจจัยดังกล่าวจะทำให้ความต้องการของลูกค้าในภาคการท่องเที่ยวมีมากขึ้น และมีการวางแผนท่องเที่ยวระยะยาว รวมทั้งมีการหยุดพักผ่อนช่วงสั้นมากยิ่งขึ้น

ผลต่อการท่องเที่ยว

- 1) ความต้องการด้านการท่องเที่ยวแบบหรูหรา (luxury) ในช่วงสั้น ๆ จะมีมากขึ้น
- 2) ความต้องการการท่องเที่ยวสำหรับความสนใจเฉพาะซึ่งสามารถซื้อหาได้ง่ายและทันที
- 3) ความต้องการท่องเที่ยวตามเมืองต่าง ๆ และการพักผ่อนช่วงระยะสั้น
- 4) ความสนใจที่จะท่องเที่ยวเมืองร้อนในระหว่างฤดูหนาว

2. สุขภาพ การระมัดระวังเรื่องสุขภาพจะเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกจุดหมายการท่องเที่ยวและการพักผ่อน

ผลต่อการท่องเที่ยว

- 1) สถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่มุ่งส่งเสริมสุขภาพจะไม่นิยมนัก
- 2) การท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาแสงแดดอย่างเดียว (Sun-Sea-Sand) จะลดน้อยลง
- 3) การท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมกลางแจ้งจะได้รับความนิยมมากขึ้น
- 4) ความต้องการการพักผ่อนเพื่อรักษาสุขภาพ (wellness) จะมีมากขึ้น โดยเฉพาะบริการด้านสปา และศูนย์บริหารร่างกาย

3. การตื่นตัวและการศึกษา ระดับการศึกษาที่สูงขึ้นของนักท่องเที่ยวจะทำให้ความต้องการการท่องเที่ยวเปลี่ยนไป โดยนักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจในศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เพิ่มมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการพักผ่อนที่ส่งเสริมการเรียนรู้และด้านศาสนา

ผลต่อการท่องเที่ยว

- 1) ความต้องการด้านการท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะจะมีมากขึ้น
- 2) จะต้องเพิ่มการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นศิลปวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ในการท่องเที่ยว
- 3) การติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย
- 4) ความต้องการที่จะเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ ในยุโรปตะวันออกและกลางจะมีมากยิ่งขึ้น

4. เวลาว่าง สภาพสังคมในปัจจุบัน ประชากรมีความเครียดในการดำรงชีวิตประจำวัน ทำให้เกิดความต้องการที่จะพักผ่อนมากยิ่งขึ้น แต่ระยะเวลาในการหยุดพักผ่อนไม่ได้เพิ่มมากขึ้น

ผลต่อการท่องเที่ยว

- 1) ควรมีการเพิ่มทางเลือกหรือรายการแนะนำการท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายน้อยลง (low cost product)
- 2) ควรจัดการท่องเที่ยวที่เน้นการพักผ่อนหย่อนใจ
- 3) ควรคำนึงถึงวันพักผ่อนที่มีจำกัดในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว

5. ประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว ผู้บริโภคมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น จึงต้องการเห็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูงโดยมีการคำนึงถึงคุณภาพและราคาเป็นหลัก

ผลต่อการท่องเที่ยว

- 1) ทางเลือกของการใช้เงินและใช้เวลาจะมีมากกว่าการที่จะใช้เงินเพียงเพื่อการท่องเที่ยว ดังนั้น ปัจจัยเรื่องที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวจะเป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาใช้เวลาในช่วงวันหยุด
- 2) สถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาตรฐานจะไม่ใช่ที่ยอมรับต่อไป
- 3) พฤติกรรมการท่องเที่ยวตามหลักผสมผสาน เช่น นักท่องเที่ยวอาจเลือกพักผ่อนคราวน้อยอย่างเรียบง่าย คราวน้ำอาจต้องการความหรูหรา หรือปีนี้อาจพักระยะยาว ปีหน้าอาจพักระยะสั้น
- 4) การเลือกการพักผ่อนในวันหยุดจะกระจุกกระจายมากยิ่งขึ้นในอนาคต
- 5) ความต้องการที่จะท่องเที่ยวในสถานที่ที่เป็นเอกลักษณ์และได้รับความประทับใจจะมีมากขึ้น
- 6) ทางเลือกที่สามารถมีการเคลื่อนย้ายไปมาได้ระหว่างการท่องเที่ยวจะส่งผลให้มีการเช่ารถยนต์เพิ่มมากขึ้น
- 7) ภูมิภาคที่เสนอแนวทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายแต่สมบูรณ์จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการมากยิ่งขึ้นและเรียกร้องให้มีการจัดการสถานที่ท่องเที่ยวที่ดียิ่งขึ้น

6. การดำเนินชีวิต วิถีชีวิตชาวตะวันตกได้เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งมีผลต่อทัศนคติและการเลือกการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคล

ผลต่อการท่องเที่ยว

- 1) การพักผ่อนที่สะดวกสบายแต่มีเอกลักษณ์จะมีมากขึ้น เช่น โรงแรมขนาดเล็กที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ รวมทั้งจะมีการพักผ่อนและศึกษาวิถีชีวิตครอบครัวท้องถิ่นไปด้วย

- 2) ความต้องการที่จะท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์นำตลอดเวลาจะน้อยลง
- 3) ผู้ประกอบการจะได้เปรียบกว่า หากสามารถสร้างรายการการท่องเที่ยวและบริการที่แตกต่าง แต่เพิ่มคุณค่า
- 4) ผู้ประกอบการสามารถเสนอกิจกรรมที่มีความสนใจเป็นพิเศษ โดยคำนึงถึงการใช้เวลาว่างของนักท่องเที่ยวในการพักผ่อน
- 5) ความต้องการความมั่นคง ทำให้บุคคลเกิดความต้องการที่จะพักผ่อนและมีการซื้อบ้านหลังที่สองไว้พักผ่อนอันเกิดจากความประทับใจในการท่องเที่ยวจะมีมากขึ้น
- 6) ยังมีความต้องการที่จะพักผ่อนในลักษณะที่กลับไปสู่ความสละสลวยแบบพื้นฐาน เช่น พักผ่อนในบังกะโลแทนโรงแรม เป็นต้น

7. เทคโนโลยีการสื่อสาร ระบบอินเทอร์เน็ต และการขยายการบริการด้านการสื่อสารและเทคโนโลยี จะเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือก การซื้อ และการนำเสนอการท่องเที่ยว

ผลต่อการท่องเที่ยว

- 1) ความพร้อมในการหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่การท่องเที่ยวอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ ด้วยการใช้อินเทอร์เน็ตจะส่งผลให้มีการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวสูง
- 2) นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์จะวางแผนการท่องเที่ยวของตัวเองด้วยการเลือกจองการบริการด้วยตนเอง
- 3) บทบาทของบริษัทตัวแทนท่องเที่ยวจะลดน้อยลง เพราะผู้บริโภคสามารถซื้อหาแพ็คเกจท่องเที่ยวได้จากอินเทอร์เน็ต
- 4) อินเทอร์เน็ตจะปรับเปลี่ยนบทบาทเดิมขององค์การท่องเที่ยวระดับชาติและคณะกรรมการการท่องเที่ยวอย่างเห็นได้ชัด และจะสร้างบทบาทใหม่ด้านการตลาด โดยเฉพาะการจัดการด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อพัฒนาจุดหมายและสถานที่ท่องเที่ยว
- 5) การวางแผนการตลาดเพื่อส่งเสริมสถานที่ท่องเที่ยวจะเป็นจุดกระตุ้นการเยี่ยมชมเว็บไซต์การท่องเที่ยว
- 6) ความพร้อมของข้อมูลเชิงลึกในสถานที่ท่องเที่ยวที่นำเสนอและที่เข้าถึงง่ายจะทำให้เว็บไซต์นั้น ๆ ประสบความสำเร็จ
- 7) การสั่งซื้อการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ตจะกระตุ้นปริมาณการจองการท่องเที่ยว
- 8) ควรเน้นความปลอดภัยของระบบการจองสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีประสบการณ์และเพื่อสร้างความมั่นใจ

8. การคมนาคม การเดินทางโดยรถไฟด่วนและเครื่องบินราคาต่ำ (low cost airlines) จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวและเป็นปัจจัยเลือกที่สำคัญสำหรับผู้บริโภค

ผลต่อการท่องเที่ยว

- 1) สถานที่ท่องเที่ยวจะได้รับประโยชน์มากขึ้นในการพักผ่อนช่วงสั้น โดยเฉพาะการจัดกิจกรรมหรือเทศกาลที่ไม่อยู่ในช่วงการพักผ่อนหลัก
- 2) การเดินทางที่สะดวกและเชื่อมโยงระหว่างสนามบินและรถไฟจะกระตุ้นการพักผ่อนระยะสั้นมากขึ้นตามเมืองใหญ่ ๆ แต่ก็จะเป็นผลเสียต่อชนบท
- 3) การเดินทางโดยรถไฟด่วนสำหรับจุดหมายที่มีระยะทางปานกลางจะแทนที่การเดินทางโดยเครื่องบินมากขึ้น
- 4) การเดินทางโดยรถยนต์จะได้รับความนิยมน้อยลงเนื่องจากการจราจรจะติดขัดมากในช่วงฤดูการท่องเที่ยว
- 5) การเดินทางโดยรถบัสจะลดน้อยลง
- 6) การเดินทางที่ไม่สามารถเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมหรือต่อได้อย่างสะดวกจะส่งผลกระทบต่อสถานที่ท่องเที่ยว
- 7) การเดินทางโดยทางเรือซึ่งไม่จำเป็นต้องแพงจะได้รับความนิยมมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มผู้มีอายุ 50 ปี ขึ้นไป

9. ความยั่งยืน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจะยังคงเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ

ผลต่อการท่องเที่ยว

- 1) ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวลักษณะเชิงภูมิภาคว่ามีความสำคัญมากยิ่งขึ้น
- 2) นโยบายการจัดการสถานที่ท่องเที่ยวจะต้องมีการปรับปรุงโดยการวางแผนอย่างต่อเนื่อง
- 3) สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับการยอมรับและเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นจะเป็นที่นิยมมากขึ้น
- 4) ภูมิภาคที่มีการสร้างอาคารหรือตึก โดยเฉพาะในบริเวณที่เป็นธรรมชาติจะไม่ได้รับการยอมรับ

10. ความปลอดภัยและความมั่นคง การก่อการร้าย สงครามในภูมิภาค มลพิษ และวิกฤตการณ์ต่าง ๆ กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน แต่ส่งผลกระทบต่อความต้องการการท่องเที่ยวจะต้องมีความปลอดภัยและมั่นคง รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยว

ผลต่อการท่องเที่ยว

- 1) คุณภาพของน้ำ ไม่ว่าจะเป็นในลำธาร สระน้ำ หรือท่อประปา เป็นเรื่องสำคัญที่สถานที่ท่องเที่ยวต้องให้การคุ้มครองที่ดีขึ้น
- 2) นักท่องเที่ยวที่พิถีพิถันจะไม่พอใจหากไม่ได้รับความพอใจตามมาตรฐานที่สูง
- 3) ค่าใช้จ่ายเพื่อสร้างความมั่นคงและความปลอดภัยจะสูงขึ้น
- 4) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะต้องเตรียมความพร้อมมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองการท่องเที่ยวได้ในยามเกิดวิกฤต

(3) สภาพการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในประเทศไทย

(3.1) ตลาดนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากเป็นอันดับที่สองรองจากนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก และมีการขยายตัวมากเป็นอันดับ 3 รองจาก เอเชียตะวันออก และเอเชียใต้ คือในปี พ.ศ. 2550 มีนักท่องเที่ยวจากยุโรปประมาณ 3.68 ล้านคนหรือประมาณร้อยละ 25.51 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศทั้งหมด ซึ่งในจำนวนนี้เป็นนักท่องเที่ยวชายประมาณ 2.42 ล้านคนหรือร้อยละ 65.67 และเป็นนักท่องเที่ยวหญิงประมาณ 1.26 ล้านคนหรือร้อยละ 34.33 รายละเอียดของนักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงรายประเทศแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาในประเทศไทยปี พ.ศ. 2550 จำแนกตามเพศและประเทศ

ประเทศ	ชาย	หญิง	รวม
ออสเตรเลีย	48,700	24,450	74,150
เบลเยียม	47,859	21,183	69,042
เดนมาร์ก	85,645	49,361	135,006
ฟินแลนด์	83,556	54,776	138,332
ฝรั่งเศส	243,267	108,384	351,651
เยอรมนี	364,070	173,130	537,200
อิตาลี	111,227	47,696	158,923
เนเธอร์แลนด์	118,927	64,420	183,347
นอร์เวย์	72,471	37,605	110,076
รัสเซีย	159,448	120,323	279,771
สเปน	54,222	30,492	84,714
สวีเดน	228,264	146,056	374,320
สวิตเซอร์แลนด์	103,928	48,094	152,002
สหราชอาณาจักร	513,917	232,505	746,422
กลุ่มยุโรปตะวันออก	77,936	53,402	131,338
อื่น ๆ	109,566	53,890	163,456
รวม	2,423,003	1,266,767	3,689,770

หมายเหตุ : จำนวนนักท่องเที่ยวไม่รวมคนไทยที่มีถิ่นที่อยู่ต่างประเทศ

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2551) อ้างถึงในเว็บไซต์

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2551)

หากศึกษาถึงจุดมุ่งหมายในการมาเยือนประเทศไทยจะพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 87.9 เดินทางเข้ามาเพื่อการพักผ่อน หรืออาจกล่าวได้ว่าตลาดนักท่องเที่ยวยุโรปเพื่อการพักผ่อนยังคงเป็นตลาดหลักที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับประเทศไทย จำนวนนักท่องเที่ยวยุโรปรายประเทศจำแนกตามจุดมุ่งหมายในการมาเยือนในปี พ.ศ. 2550 แสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 จำนวนนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาในประเทศไทยปี พ.ศ. 2550 จำแนกตามจุดมุ่งหมายในการมาเยือน และประเทศ

ประเทศ	ท่องเที่ยว	ธุรกิจ	ประชุม	สำนักงาน	อื่น ๆ	รวม
ออสเตรเลีย	64,829	5,266	1,896	143	2,016	74,150
เบลเยียม	59,202	6,219	1,461	112	2,048	69,042
เดนมาร์ก	118,072	11,419	2,382	124	3,009	135,006
ฟินแลนด์	126,928	7,765	1,714	61	1,864	138,332
ฝรั่งเศส	294,391	35,688	9,229	814	11,529	351,651
เยอรมนี	471,720	40,795	12,294	761	11,630	537,200
อิตาลี	133,016	15,689	4,086	475	5,657	158,923
เนเธอร์แลนด์	159,449	15,045	3,701	183	4,969	183,347
นอร์เวย์	98,636	6,885	2,035	236	2,284	110,076
รัสเซีย	258,943	10,977	3,264	286	6,301	279,771
สเปน	73,207	6,722	1,990	93	2,702	84,714
สวีเดน	340,917	22,803	4,926	508	5,166	374,320
สวิสเซอร์แลนด์	130,001	14,987	3,424	321	3,289	152,022
สหราชอาณาจักร	659,096	50,240	14,099	1,797	21,190	746,422
กลุ่มยุโรปตะวันออก	114,720	7,413	3,124	317	5,764	131,338
อื่น ๆ	142,888	12,110	3,900	296	4,262	163,456
รวม	3,246,015	270,023	73,525	6,527	93,680	3,689,770

หมายเหตุ : จำนวนนักท่องเที่ยวไม่รวมคนไทยที่มีถิ่นที่อยู่ต่างประเทศ

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2551) อ้างถึงในเว็บไซต์

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2551)

นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เข้ามาในประเทศไทยประกอบอาชีพหลายอาชีพ เช่น ร้อยละ 28.21 ประกอบอาชีพนักวิชาชีพ ร้อยละ 13.88 เป็นนักบริหารและผู้จัดการ ร้อยละ 16.88 เป็นนักธุรกิจการค้าและผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจ เป็นต้น รายละเอียดของจำนวนนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาในประเทศไทยจำแนกตามอาชีพและประเทศ ในปี พ.ศ. 2550 แสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 จำนวนนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาในประเทศไทยปี พ.ศ. 2550 จำแนกตามอาชีพและประเทศ

ประเทศ	นักวิชาชีพ	นักบริหารและผู้จัดการ	ผู้ปฏิบัติงานและนักธุรกิจการค้า	ผู้ใช้แรงงานและปฏิบัติงานบริการ	ผู้ปฏิบัติงานด้านการเกษตร	อื่น ๆ	รวม
ออสเตรเลีย	20,396	8,918	11,281	16,888	415	16,252	74,150
เบลเยียม	17,550	7,533	9,966	19,205	177	14,611	69,042
เดนมาร์ก	35,116	17,313	21,703	22,692	1,278	36,904	135,006
ฟินแลนด์	35,578	16,290	23,851	27,279	1,541	33,793	138,332
ฝรั่งเศส	104,406	41,152	61,269	61,262	1,291	82,271	351,651
เยอรมนี	156,012	69,085	91,113	109,783	1,390	109,817	537,200
อิตาลี	36,405	19,067	26,864	46,731	509	29,347	158,923
เนเธอร์แลนด์	51,442	28,567	29,031	27,183	495	46,629	183,347
นอร์เวย์	29,852	12,831	18,014	20,780	860	27,739	110,076
รัสเซีย	67,353	78,060	48,637	41,458	386	43,877	279,771
สเปน	32,318	9,038	16,785	14,102	119	12,352	84,714
สวีเดน	94,013	36,145	64,754	71,321	2,377	105,710	374,320
สวิสเซอร์แลนด์	44,755	20,189	27,083	27,259	724	32,012	152,022
สหราชอาณาจักร	222,498	98,626	117,155	125,931	2,640	179,572	746,422
กลุ่มยุโรปตะวันออก	40,183	29,799	24,089	13,621	184	23,462	131,338
อื่น ๆ	53,145	19,614	31,321	26,069	998	32,309	163,456
รวม	1,041,022	512,227	622,916	671,564	15,384	826,657	3,689,770

หมายเหตุ : จำนวนนักท่องเที่ยวไม่รวมคนไทยที่มีถิ่นที่อยู่ต่างประเทศ

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2551) อ้างถึงในเว็บไซต์

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2551)

(3.2) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในทวีปเอเชียและประเทศไทย

คณะผู้แทนไทยประจำประชาคมยุโรปได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวยุโรปกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ. 2550 ว่ายุโรปเป็นตลาดท่องเที่ยวที่สำคัญของไทย และได้มีการรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวยุโรปจากรายงานหลายฉบับของ Eurostat ซึ่งครอบคลุม ระยะเวลาระหว่างปี พ.ศ. 2547 - 2549 ซึ่งมีประเด็นที่น่าสนใจที่เกี่ยวข้องกับโอกาสในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยและเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550)

1. การเดินทางไปต่างประเทศของชาวยุโรป

ชาวยุโรปนิยมเดินทางภายในประเทศของตนมากกว่าจะเดินทางไปต่างประเทศ คือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 56.9 ต่อ ร้อยละ 43.1 และมีสัดส่วนการเดินทางออกไปนอกสหภาพยุโรปคิดเป็นแค่ร้อยละ 14.9 ซึ่งตัวเลขดังกล่าวรวมถึงการเดินทางไปยังประเทศยุโรปที่ไม่เป็นสมาชิกสหภาพยุโรปด้วย

2. นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่นิยมมาท่องเที่ยวในเอเชีย

นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่นิยมมาท่องเที่ยวในเอเชียมากที่สุด คือ

- 2.1 ฝรั่งเศส (7,181,325 คน)
- 2.2 อิตาลี (6,655,962 คน)
- 2.3 สหราชอาณาจักร (5,523,206 คน)
- 2.4 เยอรมนี (4,315,563 คน)
- 2.5 สเปน (1,682,741 คน)
- 2.6 ออสเตรเลีย (1,531,718 คน)
- 2.7 เนเธอร์แลนด์ (1,107,900 คน)
- 2.8 สาธารณรัฐเช็ก (946,827 คน)
- 2.9 กรีซ (675,215 คน)
- 2.10 อังกฤษ (641,750 คน)

3. ความถี่ในการเดินทางไปต่างประเทศ

โดยเฉลี่ยแล้ว ชาวยุโรปนิยมเดินทางท่องเที่ยวทางไกลและค้างคืนนานกว่า 4 วัน ประมาณปีละ 2 ครั้ง โดยประชาชนในประเทศใหญ่ เช่น ฝรั่งเศส เยอรมนี และสหราชอาณาจักร จะเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมากกว่าประชาชนในประเทศเล็ก เช่น เอสโตเนีย กรีซ และไอร์แลนด์

4. ระยะเวลาในการท่องเที่ยว

ชาวยุโรปนิยมเดินทางท่องเที่ยวทางไกลในฤดูร้อน (กรกฎาคม – กันยายน) ซึ่งเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (high season) ของยุโรปด้วย และคิดเป็นร้อยละ 45 ของการเดินทางทั้งหมดในรอบปี

5. แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว

สำหรับวิธีการวางแผนการเดินทางของชาวยุโรป อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสำคัญในการหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เช่น ข้อมูลวิธีการเดินทาง หรือการหาที่พัก โดยร้อยละ 47 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตกล่าวว่าเคยใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลดังกล่าวในช่วงระหว่าง มกราคม – มีนาคม 2548 ซึ่งเป็นช่วงที่ทำการสำรวจ

6. การวางแผนการเดินทาง

ในกรณีของการเดินทางไปต่างประเทศ ชาวยุโรปนิยมจองตั๋วเครื่องบินและที่พักผ่านบริษัทนำเที่ยว โดยประเทศที่นิยมใช้บริษัทนำเที่ยวมากที่สุดคือสวีเดน (50.3%) รองลงมาคือ เนเธอร์แลนด์ (35.3%) เอสโตเนีย (34%) และ ไอร์แลนด์ (33%)

7. นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่ใช้จ่ายใช้สอยมากที่สุด

ชาวยุโรปประเทศที่ใช้จ่ายใช้สอยระหว่างการเดินทางไปต่างประเทศมากที่สุดคือ ชาวลักเซมเบิร์ก โดยการสำรวจในปี 2549 พบว่า ชาวลักเซมเบิร์ก ใช้จ่ายเดินทางไปต่างประเทศในแต่ละครั้งมากที่สุด (โดยไม่รวมค่าเดินทาง) คือประมาณ 2,326 ยูโร ตามด้วยชาวออสเตรีย (1,493 ยูโร) และ ชาวฟินแลนด์ (990 ยูโร) และโดยเฉลี่ยแล้ว ชาวยุโรปใช้จ่ายประมาณ 1,058 ยูโรต่อการเดินทางไปต่างประเทศในแต่ละครั้ง ส่วนชาวยุโรปที่ใช้จ่ายน้อยที่สุดเวลาเดินทางไปต่างประเทศ คือ ชาวเบลเยียม (โดยใช้จ่ายแค่ 615 ยูโร ในการเดินทางแต่ละครั้ง) ตามด้วยชาวฮอลแลนด์ (734 ยูโร) และชาวสเปน (791 ยูโร)

สำหรับประเทศที่ใช้จ่ายในเรื่องท่องเที่ยวต่างประเทศรวมทั้งประเทศมากที่สุด คือ เยอรมนี (ไม่รวมค่าเดินทาง) โดยทั้งประเทศใช้จ่ายรวมกันถึงปีละ 63,222 ล้านยูโร (และใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละครั้งประมาณ 951 ยูโร) รองลงมาคือ สหราชอาณาจักร (55,728 ยูโร หรือ 1440.5 ยูโรในแต่ละครั้ง) และเป็นสองประเทศที่มีค่าใช้จ่ายรวมทั้งประเทศในเรื่องการเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศมากกว่าประเทศอื่นๆอย่างเห็นได้ชัด

8. การเดินทางเพื่อธุรกิจ

นอกจากเดินทางไปต่างประเทศเพื่อพักผ่อนหย่อนใจแล้ว ชาวยุโรปยังเดินทางเพื่อเรื่องธุรกิจด้วย (Business trip) โดย สวีเดนเป็นประเทศที่มีสัดส่วนในการเดินทางเพื่อธุรกิจเมื่อเทียบกับการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน (Leisure trip) มากที่สุด คือ ร้อยละ 35.9 หรือมากกว่า 1 ใน 3 ของการเดินทางไปต่างประเทศทั้งหมด ตามด้วย ลักเซมเบิร์ก (ร้อยละ 33.7) เดนมาร์ก (ร้อยละ 30.7) อิตาลี (ร้อยละ 26.6) และสหราชอาณาจักร (ร้อยละ 25.8)

9. ยุโรปจะเป็นทวีปของผู้สูงอายุ โดยดูจากสถิติสัดส่วนโครงสร้างประชากรในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แนวโน้มสัดส่วนโครงสร้างประชากรของทวีปยุโรป

สัดส่วนโครงสร้างประชากร	ปี พ.ศ.2548-2550	ปี 2593
เยาวชน (อายุไม่เกิน 14 ปี)	16.4%	13.4%
วัยทำงาน (15-64 ปี)	67.2%	56.7%
ผู้สูงอายุ (65 ปีขึ้นไป)	16.4%	29.9%

จากตารางที่ 4.5 จะเห็นได้ว่าในอนาคต ยุโรปจะมีจำนวนประชากรผู้สูงอายุมากขึ้นเรื่อยๆ และมากกว่าเดิมเกือบ 100 % ในปี พ.ศ.2593 หรืออีกประมาณ 43 ปีข้างหน้า และคิดเป็นเกือบ 1 ใน 3 ของจำนวนประชากรยุโรปทั้งหมด ในขณะที่สัดส่วนของประชากรวัยทำงานจะลดลงเป็นลำดับ

ดังนั้น การท่องเที่ยวที่จับกลุ่มผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวในระยะสั้น หรือแบบ Long-stay สำหรับผู้เกษียณอายุ รวมไปถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจเรื่องการรักษาสุขภาพและการรักษาพยาบาล จึงเป็นตลาดที่น่าสนใจ และมีโอกาสขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง ผู้ที่อยู่ในวงการธุรกิจท่องเที่ยวของไทย จึงน่าจะประชาสัมพันธ์เพื่อหาช่องทางและขยายตลาดในด้านนี้ต่อไป

(4) สภาพการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุในประเทศไทย

(4.1) สภาพตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุในประเทศไทย

ในอดีตนักท่องเที่ยวสูงอายุระหว่างประเทศที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไปที่เข้ามายังประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2525 มีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยถึงร้อยละ 25 แต่เมื่อเวลาผ่านไปจนถึงปี พ.ศ. 2541 สัดส่วนของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยได้ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 15 เท่านั้น เนื่องจากการแข่งขันทางด้านบริการที่มีมากขึ้น ประกอบกับนักท่องเที่ยววัยหนุ่มสาวนิยมท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น (สุดาพร วรพล, 2542)

สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองรายงานว่า ในปีพ.ศ. 2549 และปี พ.ศ. 2550 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุ 2,119,675 คน และ 2,259,161 คน จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 13,821,802 คน และ 14,464,228 คน คิดเป็นสัดส่วนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเดินทางเข้ามายังประเทศไทยร้อยละ 15.3 และ 15.6 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดตามลำดับ และมีอัตราการเติบโตจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 17.87 และร้อยละ 10.78 จำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุจำแนกตามภูมิภาคดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 จำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเดินทางมายังประเทศไทยแยกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	ปี ค.ศ. 2006		ปี ค.ศ. 2007	
	อายุ 55-64 ปี	มากกว่า 65 ปี	อายุ 55-64 ปี	มากกว่า 65 ปี
เอเชียตะวันออก	874,994	290,753	864,809	295,844
ยุโรป	408,535	140,172	467,562	174,901
อเมริกา	136,267	54,331	136,688	62,429
เอเชียใต้	41,446	11,916	48,473	13,453
โอเชียเนีย	80,802	26,466	97,739	34,920
ตะวันออกกลาง	34,028	9,843	38,602	12,191
แอฟริกา	7,432	2,690	9,348	2,202
รวมทั้งสิ้น	1,583,504	536,171	1,663,221	595,940

ที่มา: กองการตรวจคนเข้าเมือง สำนักงานตำรวจ (2551)

หากพิจารณานักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นรายประเทศจะพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศสหราชอาณาจักรมีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศเยอรมนี สวีเดน และฝรั่งเศส ตามลำดับ รายละเอียดจำนวนนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาในประเทศไทยปี พ.ศ. 2550 ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป จำแนกตามประเทศแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 จำนวนนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาในประเทศไทยปี พ.ศ. 2550 ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป จำแนกตามประเทศ

ประเทศ	จำนวน
ออสเตรเลีย	13,193
เบลเยียม	13,853
เดนมาร์ก	29,621
ฟินแลนด์	23,576
ฝรั่งเศส	64,558
เยอรมนี	104,413
อิตาลี	24,721
เนเธอร์แลนด์	38,954

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ประเทศ	จำนวน
นอร์เวย์	25,366
รัสเซีย	16,294
สเปน	8,722
สวีเดน	75,089
สวีทเซอร์แลนด์	32,471
สหราชอาณาจักร	139,371
กลุ่มยุโรปตะวันออก	12,958
อื่น ๆ	19,303
รวม	642,463

หมายเหตุ : จำนวนนักท่องเที่ยวไม่รวมคนไทยที่มีถิ่นที่อยู่ต่างประเทศ

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2551)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เล็งเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านโครงสร้างของประชากรและพฤติกรรมของตลาดนักท่องเที่ยวที่สำคัญที่มีประชากรที่สูงอายุและคนที่เกษียณอายุว่าเป็นตลาดที่กำลังเติบโตและเป็นตลาดเป้าหมายของไทย ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากในการเกิดตลาดท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ซึ่งเป็นโปรแกรมท่องเที่ยวที่ผนวกการรักษาสุขภาพตั้งแต่ในระดับเริ่มต้นไปจนถึงระดับการรักษาที่ซับซ้อน การรักษาสุขภาพระดับเริ่มต้นจะเป็นการมาใช้บริการสปาเพื่อรักษาสุขภาพและเสริมความงาม การรักษาสุขภาพระดับกลางจะเน้นการทำเลซิคและการทำฟัน และการรักษาระดับสูงจะเป็นการผ่าตัด รักษาโรค และการพักฟื้น ซึ่งโรงพยาบาลเอกชนหลายแห่ง เช่น โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ โรงพยาบาลกรุงเทพ โรงพยาบาลพญาไท ได้มีความพร้อมในการรองรับตลาดกลุ่มนี้ทั้งด้านการแพทย์และบริการเสริม เช่น การจัดรถรับส่ง การจัดเจ้าหน้าที่ต้อนรับที่พูดภาษาต่างประเทศได้ (สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์ 2549) นอกจากนี้แผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2552 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สนับสนุนโครงการ Thailand Health & Wellness ซึ่งเป็นหนึ่งในโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในต่างประเทศ

อย่างไรก็ดี จะเห็นได้ว่าสัดส่วนของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มขึ้นเท่าใดนัก แม้ว่าตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุในประเทศไทยจะเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายใหม่ที่มีศักยภาพ ดังนั้นประเทศไทยควรให้ความสนใจดำเนินการพัฒนาและส่งเสริมต่อไปให้มากขึ้น และหากพิจารณาส่วนแบ่งตลาดตามภูมิศาสตร์จะพบว่าตลาดนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุมากที่สุด เนื่องจากเป็นนักท่องเที่ยวที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกันกับประเทศไทยหรือมาจากประเทศเพื่อนบ้านที่มีระยะทางไม่ไกลจากประเทศไทย แต่มีอัตราการเจริญเติบโตนี้ค่อนข้างน้อย ตลาดนักท่องเที่ยวยุโรปมีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงมา แต่มีศักยภาพเนื่องจากมีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นเฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2549-2550 ประมาณร้อยละ 20 ซึ่งเป็นประเด็นที่ผู้วิจัยเห็นว่ามีความสำคัญจึงทำการศึกษา และผลงานวิจัยนี้จะนำไปสู่การเสนอแนะกลยุทธ์การส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปให้เข้ามาสู่ประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

(4.2) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุในประเทศไทย

Peter Carr ผู้อำนวยการบริษัท SAGA Holidays ในประเทศไทยกล่าวว่า บริษัท SAGA Holidays ซึ่งเป็นบริษัทนำเที่ยวที่มีความชำนาญในการเสนอบริการท่องเที่ยวให้กับกลุ่มสูงอายุ ซึ่งก่อตั้งมากกว่า 50 ปีในประเทศอังกฤษ บริษัทจะรับฟังความเห็นของลูกค้าว่าต้องการการบริการอย่างไร และพร้อมจะปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ซึ่งขณะนี้ความต้องการและรสนิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้เปลี่ยนแปลงไปจากเมื่อก่อนพอสมควร

จากประสบการณ์ทำให้บริษัททราบว่าตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นตลาดที่ค่อนข้างจะเข้าถึงได้ยาก เนื่องจากตลาดนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ชีวิตมากกว่า จึงต้องการบริการและสินค้าที่มีคุณภาพ คู่ค้ากับเงินที่จ่ายไป

ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ เป็นตลาดที่กำลังขยายตัว มีอำนาจซื้อสูง และค่อนข้างท้าทายในการเข้าถึง เพราะลูกค้าจะพิจารณาสินค้าอย่างถี่ถ้วน ทำให้ตลาดมีความซับซ้อนพอสมควร จึงต้องมองผู้บริโภคเป็นรายบุคคล อย่างไรก็ดี นักท่องเที่ยวสูงอายุมีความต้องการที่แน่นอน และต้องการจะหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องให้การดูแลเอาใจใส่อย่างใกล้ชิดมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น การขายบริการนำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวสูงอายุจึงต้องมีความรับผิดชอบสูงในการจัดรายการนำเที่ยวให้เหมาะกับอายุของคนกลุ่มนี้

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อาจจะเชื่อซำกว่ากลุ่มอื่น ดังนั้นผู้ให้บริการต้องคำนึงถึงเรื่องเวลาของรายการนำเที่ยว นักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นกลุ่มที่มาท่องเที่ยวอยู่นานจึงไม่ค่อยเร่งรีบ และมีแรงกดดันเกี่ยวกับเวลาน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น มัคคุเทศก์และผู้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุจึงต้องปรับเวลาการท่องเที่ยวให้ยืดหยุ่นเหมาะสมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

นักท่องเที่ยวสูงอายุต้องการมีปฏิสัมพันธ์ พบปะ พูดคุยกับผู้คน ไม่ประทับใจกับสิ่งหรูหราทันสมัย หรือบริการที่รวดเร็วมากนัก ปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้ดี ต้องการการเข้าถึงกลุ่มและต้องการความเป็นมนุษย์ที่มีชีวิตชีวามากกว่ากลุ่มอื่น ในที่พักหรือโรงแรมจึงควรจัดสถานที่ให้นักท่องเที่ยวสูงอายุได้มีโอกาสอยู่รวมกลุ่มพบปะพูดคุยกันได้

นักท่องเที่ยวสูงวัยต้องการเปลี่ยนวิถีการดำเนินชีวิตบ้าง ต้องการได้เห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ รู้จักคนใหม่ ขยายขอบข่ายความรู้ของตนเอง พักผ่อนหย่อนใจ นักท่องเที่ยวสูงวัยชาวอเมริกันสนใจเที่ยวอุทยานแห่งชาติ ส่วนนักท่องเที่ยวสูงวัยชาวยุโรป ชอบอากาศที่สบาย ๆ อบอุ่น และชอบเที่ยวทะเล

นักท่องเที่ยวสูงอายุไม่ว่าจะเป็นชาวอังกฤษ ยุโรป และอเมริกัน มักจะกังวลอยู่กับ 2 เรื่อง คือ

1. กระเป๋า

บริษัท SAGA Holidays ใช้วิธีบริการยกกระเป๋าให้นักท่องเที่ยวทุกคนในโปรแกรมท่องเที่ยว ล่องเรือสำราญ ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีกับบริษัท และโปรแกรมนี้ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก นักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นกลุ่มที่ไม่อายที่จะบอกว่าคิดอย่างไร นักท่องเที่ยวหลายคนได้เขียนจดหมายชมเรื่องที่บริษัทได้ช่วยยกกระเป๋าให้ เมื่อมองในภาพรวมแล้ว การอำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวอาจจะดูเหมือนเป็นเรื่องเล็ก ๆ แต่ถ้าสามารถแก้ปัญหานี้ได้บริษัทน่าจะก้าวหน้าไปอีกไกล

2. วิธีการตรวจคนเข้าเมือง

ปัจจุบันนี้สนามบินของแต่ละประเทศมีขนาดใหญ่ ทันสมัย และมีคนเดินทางมากขึ้น จึงทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุรู้สึกกังวลใจกับวิธีการตรวจคนเข้าเมือง วิธีแก้ปัญหาก็คือ ให้เจ้าหน้าที่ของบริษัทไปรอรับลูกค้าที่ผ่านวิธีการตรวจคนเข้าเมือง และรับกระเป๋า เพื่อให้ นักท่องเที่ยวรู้สึกอุ่นใจ นอกจากนี้การต้อนรับที่โรงแรมก็เป็นประเด็นที่สำคัญอย่างหนึ่ง หากการบริการดำเนินไปได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ ลูกค้าก็จะมีความรู้สึกที่ดี แต่หากเกิดปัญหาขึ้นในการต้อนรับครั้งแรกที่พบกับลูกค้า ก็จะทำให้ลูกค้าคิดว่ารายการนำเที่ยวไม่ดีไปด้วย ดังนั้นร้อยละ 85 ของความสำเร็จของรายการนำเที่ยวจึงอาจวัดได้จากการต้อนรับภายใน 2 ชั่วโมงแรกที่ นักท่องเที่ยวมาถึงประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Peter Carr, 2542 อ้างถึงใน สุดาพร วรพล, 2542)

(4.3) รัฐบาลกับการดำเนินการเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวสูงอายุในประเทศไทย

- ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุในประเทศไทยกับตลาดนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาว

จากการที่ประชากรที่เป็นผู้สูงอายุในโลกมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นประกอบกับประชากรของโลกในปัจจุบันมีช่วงอายุการทำงานที่ลดลง มีการเกษียณอายุการทำงานเร็วกว่าในอดีต ทำให้สามารถใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้น จากข้อมูลดังกล่าวนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุการทำงานแล้วจึงเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่มีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้ความสนใจ เนื่องจากพิจารณาเห็นว่าผู้เกษียณอายุการทำงานแล้วจะมีสวัสดิการหรือเงินบำนาญที่รัฐบาลของตนจ่ายให้เป็นรายเดือนอันเป็นรายได้ที่มั่นคง นอกจากนี้ยังมีเงินเก็บสะสมส่วนตัว ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีกำลังในการใช้จ่ายสูง และสามารถเข้ามาพำนักระยะยาวได้ ทำให้เกิดระยะเวลาในการใช้จ่ายที่เพิ่มมากขึ้นด้วย

นักท่องเที่ยวสูงอายุจึงถือได้ว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของตลาดนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวที่สำคัญของไทย โดยเป็นกลุ่มแรกที่ ททท. จะทำการพัฒนาและส่งเสริมสำหรับโครงการนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาว จากสถิตินักท่องเที่ยวสูงอายุที่เดินทางมาประเทศไทยในช่วงที่ผ่านมาพบว่า มีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่วนผู้ที่เกษียณอายุการทำงานและเดินทางเข้าท่องเที่ยวในประเทศไทยก็พบว่า มีอัตราการขยายตัวที่ดีเช่นกัน ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันประมาณ 44 เหรียญสหรัฐ ซึ่งแม้จะมีอัตราที่ต่ำกว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวทั่วไป แต่การพำนักร้านที่นานวันกว่าก็สามารถนำรายได้เข้ามาได้เป็นจำนวนมาก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)

- ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุในประเทศไทยกับการบริการด้านสุขภาพ

ผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์, 2542 อ้างถึงใน สุดาพร วรพล, 2542) ได้ให้ข้อมูลว่า คณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบในหลักการให้มีการอำนวยความสะดวกในการเดินทางเข้าประเทศแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 18 กันยายน 2541 และเพื่อให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านสุขภาพเป็นรูปธรรม จึงได้มีการตั้งคณะทำงานธุรกิจบริการสุขภาพขึ้น โดยมีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานหลัก ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ร่วมกันกำหนดแนวปฏิบัติในเรื่องนี้ เพื่อที่จะยกระดับโรงพยาบาลและสถานเสริมสุขภาพของไทยให้สามารถบริการลูกค้าจากกลุ่มตลาดเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากญี่ปุ่น ยุโรป และตะวันออกกลาง และจะผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางของบริการด้านโรงพยาบาล และเสริมสุขภาพของตลาดทางเอเชีย ซึ่งรัฐบาลได้กำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ดังนี้

1. ส่งเสริมการรวมกลุ่มของโรงพยาบาล คลินิกเอกชน บริษัทนำเข้า ผู้ประกอบธุรกิจ รีสอร์ท ทวีร์สุขภาพ ตรวจร่างกาย ทำฟัน ดัดแว่น ศัลยกรรมตกแต่งความงาม
2. ประชาสัมพันธ์เผยแพร่รายชื่อกลุ่มโรงพยาบาล คลินิกที่ให้บริการตามข้อ 1 ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง
3. ส่งเสริมให้กลุ่มโรงพยาบาลหาช่องทางหรือเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยตรง ทั้งนี้อาจหาข้อมูลได้จากสถานทูตหรือหน่วยงานของไทยในต่างประเทศ
4. ส่งเสริมให้มีธุรกิจประกันสุขภาพควบคู่กับการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

(4.4) กลยุทธ์ทางการตลาดและการให้บริการกับนักท่องเที่ยวสูงอายุในประเทศไทย

ประเทศไทยเป็นจุดหมายทางการท่องเที่ยวสูงอายุที่สำคัญและเติบโตอย่างรวดเร็ว บริษัทนำเข้านิยมจัดโปรแกรมพานักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาพักอยู่ที่ประเทศไทยตั้งแต่เดือนตุลาคม-พฤษภาคมและเท่าที่ผ่านมามีประสบความสำเร็จมาก นักท่องเที่ยวสูงอายุชอบจังหวัด เชียงราย เชียงใหม่ เนื่องจากมีสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมต่าง ๆ ให้ชมหลากหลายกิจกรรม จุดขายอีกแห่งหนึ่งคือ โครงการ Long Stay ในช่วงฤดูหนาวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา นักท่องเที่ยวสูงอายุจะพักอยู่อย่างน้อย 15 คืน นักท่องเที่ยวสูงอายุจะได้รับความรู้ ความเข้าใจ และได้สัมผัสวัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตชาวบ้านในระดับรากหญ้าของไทย (Peter Carr, 2542 อ้างถึงใน สุดาพร วรพล, 2542)

ความสำเร็จของการท่องเที่ยวดังกล่าวเนื่องมาจากประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีสภาพอากาศดีตลอดปี โดยเฉพาะในฤดูหนาว และตั้งอยู่ตรงจุดภูมิศาสตร์ที่ดี เดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก สามารถผลิตพืชพรรณธัญญาหารได้เอง ค่าครองชีพจึงค่อนข้างถูก กอปรกับความได้เปรียบทางสังคม ซึ่งคนไทยเป็นคนที่มีความอบอุ่น ไม่รู้สึกอึดอัดที่จะอยู่กับคนต่างชาติ ให้ความนับถือผู้ใหญ่มาก ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอบอุ่น ผูกพันกับคนไทย นักท่องเที่ยวหลายคนจึงกลับมาเที่ยวประเทศไทยซ้ำอีก (ชาญ พิระโกคิน, 2542 อ้างถึงใน สุดาพร วรพล, 2542)

John Koldowski ผู้อำนวยการ Statistical Information Center, PATA Operational กล่าวว่า ประเทศไทยมีความหลากหลาย คนไทยในแต่ละภาคมีความแตกต่างกัน นอกจากนั้น ประเทศไทยยังได้เปรียบในแง่ภูมิศาสตร์ของสถานที่ตั้ง คือใช้กรุงเทพฯ เป็นประตูไปสู่ประเทศอื่น ๆ ได้ มีแหล่งท่องเที่ยวซึ่งสามารถเดินทางเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบาย แต่ขณะนี้ประเทศไทยมีคู่แข่งกันมากขึ้น จึงควรหาพันธมิตรเพื่อดำเนินกลยุทธ์ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุให้ได้ (John Koldowski, 2542 อ้างถึงใน สุดาพร วรพล, 2542)

การติดต่อทำธุรกิจการท่องเที่ยวสูงอายุกับตลาดยุโรปจำเป็นต้องทราบถึงหลักเกณฑ์ ความรับผิดชอบของธุรกิจ ธุรกิจจะต้องมีคำแนะนำให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน นักท่องเที่ยว จะต้องได้เปรียบ นอกจากนั้นในยุโรปยังมีสมาคมที่ตั้งขึ้นมาเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและคอยดูแล การทำโฆษณาแนะนำเที่ยว หากผู้ประกอบการไม่ได้ให้บริการตามที่โฆษณาไว้ก็จะมีปัญหาทางกฎหมาย ได้ (John Koldowski, 2542 อ้างถึงใน สุดาพร วรพล, 2542)

อย่างไรก็ดี สิ่งที่จะต้องคำนึงถึงเมื่อประกอบธุรกิจท่องเที่ยวผู้สูงอายุ คือ ต้องเข้าใจ พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค นำเสนอหรือจัดกิจกรรมที่น่าสนใจ แปลก ๆ และให้ ประสบการณ์ใหม่ ๆ และต้องตอบสนองความต้องการของตลาด ไม่ใช่ตอบสนองความต้องการ ของการตลาด

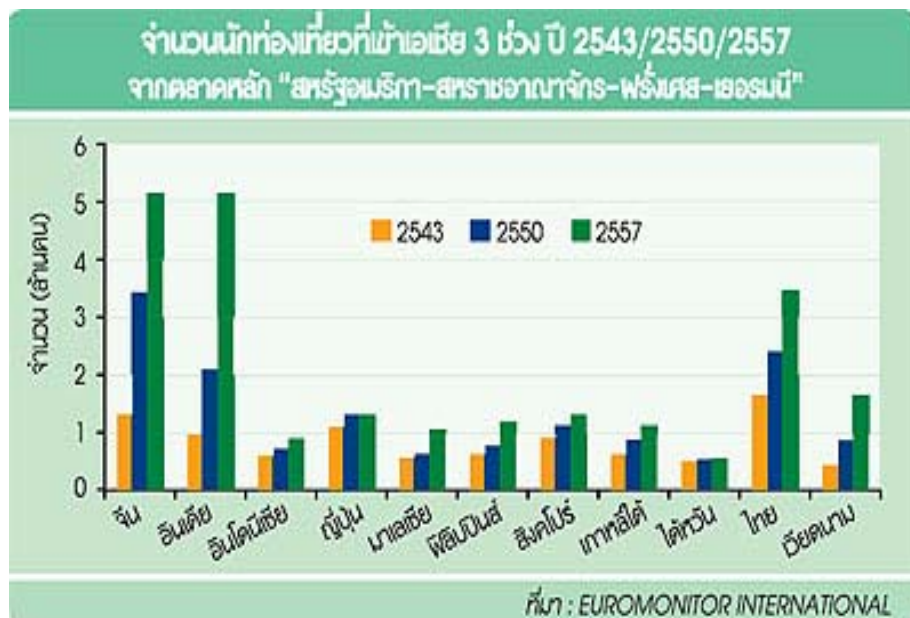
สำหรับสินค้าทางการท่องเที่ยวของไทยซึ่งมีศักยภาพที่จะสามารถพัฒนาเพื่อรองรับกลุ่ม นักท่องเที่ยวสูงอายุได้ก็คือ การรักษาพยาบาล เช่น ทวีร์สุขภาพ ซึ่งสามารถวางแผนการโดยการ ส่งเสริมให้เมืองใดเมืองหนึ่งในประเทศไทยเป็นเมืองสุขภาพ อาจมีการจัดการเป็นรีสอร์ทหรือโรงแรม แล้วเสริมกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพเพิ่มเติมหรือพัฒนารูปแบบการบริการสุขภาพจากร้านเสริมสวย ให้บริการแบบเข้าไป เย็นกลับ (สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์, 2542 อ้างถึงใน สุดาพร วรพล, 2542)

ผศ.นพ.นพดล สโรบล ภาควิชาสูติศาสตร์-นรีวิทยา คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาล รามาธิบดี กล่าวว่า ประเทศไทยมีบริการทางการแพทย์ดีเท่ากับกลุ่มประเทศยุโรป จึงมีศักยภาพ เพียงพอที่ชาวต่างชาติสูงอายุที่มาเที่ยวจะได้มาตรวจสุขภาพด้วย ซึ่งค่าตรวจสุขภาพในประเทศ ไทยถูกกว่าในอังกฤษ ยุโรป หรืออเมริกา ประมาณร้อยละ 25-30 ผู้ป่วยสามารถเดินทางมารับการ รักษาที่ประเทศไทยได้โดยเป็นคนไข้นอก และสามารถไปเที่ยวพักผ่อนได้ 2-3 สัปดาห์ ซึ่งรวมแล้ว ใช้จ่ายเงินน้อยกว่าการรักษาที่โรงพยาบาลเอกชนในประเทศอังกฤษ แต่ต้องมีการทำประกันด้วย เพื่อให้บริษัทประกันดูแลเรื่องค่าใช้จ่าย (นพดล สโรบล, 2542 อ้างถึงใน สุดาพร วรพล, 2542)

ผศ.ทพ.พาสณศิริ นิสาลักษณ์ รองอธิการบดีฝ่ายวิเทศสัมพันธ์ คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล กล่าวว่า ปัจจุบันมีชาวต่างประเทศมาเที่ยวในประเทศไทยและทำฟันด้วย มากขึ้น ซึ่งมีทั้งแบบมาเป็นกลุ่มและมาคนเดียว หากมีการจัดการที่ดีแล้วการให้บริการทาง การแพทย์และทันตกรรมอาจจะเป็นจุดขายที่สำคัญที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวมาเยือนประเทศไทยได้ และเมื่อเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการรักษาทั่วไประหว่างประเทศไทยกับประเทศอื่น ๆ จะพบว่า อเมริกาต้องเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าประมาณ 1 เท่า ญี่ปุ่น 3 เท่า สิงคโปร์ 1.5 เท่า สำหรับประเทศ ในยุโรปนั้นคิดค่ารักษาเท่ากับของไทย ซึ่งคนไข้สามารถใช้ประกันสุขภาพได้ด้วย (พาสณศิริ นิสา ลักษณ์, 2542 อ้างถึงใน สุดาพร วรพล, 2542)

อย่างไรก็ตาม เรื่องของราคาอาจจะไม่ใช่แรงจูงใจหลักที่จะทำให้คนมาประเทศไทยเพื่อทำฟัน สิ่งจูงใจ คือ คุณภาพของการรักษามากกว่า ทันตแพทย์ไทยบางคนก็มีคนไข้ต่างชาติหลายคนเป็นลูกค้า ซึ่งลูกค้าเหล่านั้นก็จะไปแนะนำเพื่อน ๆ หรือคนรู้จักให้มาทำฟันอีกต่อหนึ่ง (พาสน์ศิริ นิสาลักษณ์, 2542 อ้างถึงใน สุตาพร วรพล, 2542)

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แครโรไลน์ เบรมเนอร์ หัวหน้าฝ่ายวิจัยการเดินทางและท่องเที่ยว บริษัท ยูโรมอนิเตอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล ได้กล่าวถึงการเดินทางและท่องเที่ยวไร้พรมแดนที่เข้ามายังประเทศไทยและประเทศในภูมิภาคเอเชีย (Thailand & Asia Trends) เปรียบเทียบ 3 ยุค ระหว่างปี 2543, 2550 และ 2557 พบว่า ประเทศไทยและประเทศในเอเชียเป็นจุดหมายปลายทางเก่าแก่ของนักท่องเที่ยวหลักของโลก 4 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมนี หากมองไปข้างหน้าอีก 5 ปี (พ.ศ.2552-2557) กำลังซื้อทั้ง 4 ตลาดยังเติบโตท่ามกลางความผันผวนทางเศรษฐกิจและการเงิน ซึ่งมีดัชนีวิกฤต Big Mac Index เป็นตัวแปรสำคัญ ประเทศไทยจะยังเป็นประเทศที่ครองส่วนแบ่งจำนวนนักท่องเที่ยว สหรัฐอเมริกา อังกฤษ เยอรมนี และฝรั่งเศส ไว้ได้มากที่สุด ดังแสดงในภาพที่ 4.2 กำลังซื้อกลุ่มใหญ่ที่จะเพิ่มขึ้นอย่างมาก ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุและคนเกษียณอายุ ซึ่งมีความสุขกับเงินค่าครองชีพ และยังพร้อมจะนำเงินมาซื้อบ้านหลังที่สองในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะประเทศไทย บริเวณแถบชายหาดอันดามัน และอ่าวไทย จะกลายเป็นจุดหมายปลายทางของ นักท่องเที่ยวเหล่านี้



ภาพที่ 4.2 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าเอเชีย 3 ช่วงปี

ที่มา : Euromonitor International อ้างถึงใน ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ (2552)

ภาครัฐและเอกชนของแต่ละประเทศควรจะร่วมมือกันวางแผนขยายฐานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ คือ บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (healthcare/medical tourism) ประเทศไทยและสิงคโปร์เป็น 2 ประเทศที่จะได้รับความนิยมมากที่สุดในเอเชีย เพราะมีความพร้อมด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับเวิลด์คลาส (World Class) เหมาะสมแก่การใช้ชีวิตของผู้สูงอายุ

ขณะเดียวกันราคาการบำบัดดูแลสุขภาพในเชิงการแพทย์และการป้องกันสุขภาพในประเทศไทยยังถูกกว่าอีกหลายประเทศ จึงเป็นโอกาสของไทยที่ควรเร่งหารายได้จากการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพให้ได้มากที่สุด เนื่องจากอนาคตอีก 5-7 ปี ข้างหน้า นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญ อันดับต้นๆ ในการเดินทางมาใช้บริการทางด้านสุขภาพมากเป็นอันดับหนึ่งในเอเชีย สถิติจะเติบโตเพิ่มจากปี 2549 ที่โลกนำเงินมารักษาและดูแลสุขภาพในประเทศไทย อินเดีย สิงคโปร์ รวมกว่า 2.2 ล้านล้านบาท (60,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) โดยสิ่งที่เป็นเสมือนแม่เหล็กดึงดูดกำลังซื้อจากนักท่องเที่ยวก็คือ การต้อนรับผู้สูงอายุจากทั่วโลกด้วยอัธยาศัยไมตรี และความสุขภาพอ่อนนุ่มของคนไทย

อย่างไรก็ดี ประเทศไทยยังมีคู่แข่งตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สำคัญ คือ ประเทศสิงคโปร์ อินโดนีเซีย และมาเลเซีย โดยประเทศมาเลเซียทุ่มเงินทำโครงการ “มาเลเซียบ้านหลังที่สองของฉัน” (Malaysia My Second Home) เปิดให้ชาวต่างชาติเข้าไปซื้ออสังหาริมทรัพย์ อนุญาตให้วีซ่าชาวต่างชาติ 10 ปี ซึ่งมีจำนวนผู้สมัครถึง 8,700 ราย

ประเทศไทยนำโครงการบ้านหรูในภูเก็ตติดชายหาดอันดามัน พัทยา หัวหิน เกาะสมุย รองรับผู้สูงอายุต่างชาติประสบความสำเร็จมากช่วง 7 เดือนแรกของ ปี พ.ศ.2549 โดยขายราคาเริ่มต้นที่ 8 แสนบาท/ยูนิต ให้วีซ่า 90 วัน ส่วนประเทศสิงคโปร์เสนอโครงการ Sentosa Cove สร้างคอนโดมิเนียมแบบ Super Luxury ซึ่งจะเปิดขายอีก 2 ปีข้างหน้า โดยให้สิทธิครอบครองที่ดินและบ้าน 99 ปี

บริษัทยูโรมอเนเตอร์ ยืนยันผลการวิจัยว่า ประเทศไทยและกลุ่มประเทศภูมิภาคเอเชียจะได้ประโยชน์จากวิกฤตซับไพรม์สหรัฐอเมริกา เศรษฐกิจจะเติบโตเฉลี่ยตลอด 6 ปี (ระหว่าง พ.ศ. 2551-2557) เฉลี่ยปีละ 9% จากการที่บริษัทขนาดใหญ่จะหันมาใช้เงินสดแทนบัตรเครดิต ซึ่งจะทำให้การท่องเที่ยวเอเชียมีเงินสะพัดมากขึ้น

นายกฤษฎา นิธิฤกษ์ ประธานสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นายประกิจ ชินอมรพงษ์ นายกสมาคมโรงแรมไทย นายโอภาส เนตรอำไพ กรรมการบริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ให้ความเห็นตรงกันว่าสถานการณ์กำลังซื้อของนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และสหภาพยุโรป จะชะลอตัวตลอด 1-2 ปีข้างหน้า ดังนั้นรัฐบาลควรมีนโยบายสนับสนุนเร่งด่วนอนุมัติงบประมาณอุดหนุนเพื่อนำไปจัดกิจกรรมตลาดการขายในต่างประเทศตอกย้ำ

ภาพลักษณ์สร้างความมั่นใจแก่ลูกค้าทั่วโลกตลอดปี พ.ศ.2552 เพราะคู่ค้าทั้งบริษัทตัวแทนจัดนำเที่ยวรายใหญ่ของโลก โรงแรมและรีสอร์ททเชนอินเตอร์พรีอมเป็นพันธมิตรกับไทยส่งเสริมการขายทุกรูปแบบ (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2552)

(4.5) ตลาดนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทย

การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (Long Stay Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่างวัยกลางคนถึงวัยสูงอายุ หรือวัยเกษียณอายุที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและฟื้นฟูสภาพร่างกายไปพร้อมกัน ส่งผลให้ในการเดินทางแต่ละครั้งต้องใช้เวลาอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวเป็นเวลานาน บางรายมากกว่า 15 วันหรือ 1 เดือนก็ว่าได้ คุณลักษณะพิเศษของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือเป็นผู้มีฐานะทำให้สามารถซื้อสินค้าและบริการที่มีราคาแพงได้หากสอดคล้องกับความต้องการของตน หากประเทศไทยเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะก่อให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2549) มีความเห็นว่าการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวจะเป็นอีกแนวทางหนึ่งทีในการนำเงินตราต่างประเทศจำนวนมากเข้ามาเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้เศรษฐกิจไทย เกิดการสร้างงานและสร้างรายได้ในภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งที่อยู่ในเขตร้อนชื้น ทำให้มีอากาศไม่หนาวเย็นจัดในฤดูหนาว ประกอบกับเป็นประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ของพืชพันธุ์ มีความหลากหลายทางชีวภาพสูง และผู้คนมีอัธยาศัยไมตรีอันดีโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมชนบท สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ช่วยเกื้อหนุนให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางเข้ามาในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงฤดูหนาวจะได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในเขตหนาวและเดินทางเข้ามาพักอาศัยนานกว่านักท่องเที่ยวปกติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เสนอโครงการนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว ซึ่งคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบเมื่อเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2540 อนุมัติให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองให้แก่นักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป โดยเน้นกลุ่มผู้เกษียณอายุแล้วและมีฐานะดี ในโครงการดังกล่าว คณะกรรมการได้เลือกโครงการนำร่องใน 5 จังหวัดสำคัญทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้แก่ เชียงใหม่ สุโขทัย ประจวบคีรีขันธ์ กาญจนบุรี และหนองคาย เนื่องจากจังหวัดเหล่านี้มีศักยภาพและความพร้อมในด้านที่พัก มีสภาพแวดล้อมที่ดี มีความปลอดภัย และมีกิจกรรมรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย แต่ในจังหวัดอื่น เช่น ชลบุรี ประจวบคีรีขันธ์ พบว่ามีการพัฒนาหมู่บ้านสำหรับการพำนักระยะยาวของชาวสแกนดิเนเวีย ในปี 2545 คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบให้มีการจัดตั้งบริษัท ไทยจัดการลงสเตย์ จำกัด (Thai Longstay Management:

TLM) จำกัด โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ บริษัทฯ มีหน้าที่ในการเจาะตลาดหาลูกค้าพำนักระยะยาวมาสู่ประเทศไทย แต่ผลงานยังไม่เป็นที่ประจักษ์ชัดเจน เมื่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ถ่ายโอนงานด้านการวางแผนและพัฒนาให้แก่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวได้มีการสานต่อโดยจัดทำโครงการส่งเสริมผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการให้บริการและอำนวยความสะดวกที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้มีมาตรฐานและมีคุณภาพ เช่น ที่พักแรม สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมเสริม เป็นต้น รายละเอียดและผลการดำเนินงานของบริษัท ไทยจัดการท่องเที่ยว จำกัด ปรากฏในภาคผนวก

การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว หมายถึง การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่พำนักอยู่ในประเทศไทย เพื่อการพักผ่อนเป็นเวลา 30 วันขึ้นไป ช่วงเวลาที่ผ่านมาได้มีการศึกษาวิจัยหลายประเด็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในประเทศไทยทำให้ได้ข้อมูลเพื่อการวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าว เช่น สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2545) ได้วิจัยเรื่อง “แนวทางการส่งเสริมและพัฒนการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว: กรณีศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวอายุ 50 ปีขึ้นไปที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน” พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุสนใจที่จะมาเที่ยวซ้ำจำนวนประมาณ 2 ใน 3 ของผู้ตอบแบบสอบถาม เนื่องจากคนไทยมีอัตราค่าดีเป็นมิตรและสุขภาพ ประเทศไทยอากาศดี อบอุ่น มีแสงแดด เล่นน้ำทะเลได้ทั้งปี ประเทศไทยน่าอยู่และสวยงาม มีวัฒนธรรมดี ค่าใช้จ่ายและค่าครองชีพไม่สูงมาก อาหารและผลไม้อุดมสมบูรณ์ นักท่องเที่ยวสาวนใหญ่สนใจเข้าพักโรงแรม รองลงไปคือ ห้องชุดบริการ/เกสต์เฮาส์และสถานพักตากอากาศ โดยชาวยุโรปและสแกนดิเนเวียสนใจจะพักที่โรงแรม สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภายในบริเวณที่พักที่ต้องการคือยาม หรือการรักษาความปลอดภัย บริการทำความสะอาดห้อง ความสามารถในการติดต่อสื่อสารของพนักงาน และการปฐมพยาบาลเบื้องต้น ตามลำดับ สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกในบริเวณใกล้เคียง ได้แก่ ร้านอาหาร/ภัตตาคาร ธนาคาร/สถานที่แลกเงิน บริการขนส่งมวลชนในพื้นที่ โรงพยาบาล และศูนย์การค้า/สถานที่จับจ่ายซื้อของ กิจกรรมที่ต้องการคือบริการนำเที่ยว การเล่นกอล์ฟสำหรับชาวญี่ปุ่น การทำสวน พืชผักสวนครัว ไม้ดอกไม้ประดับ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2549) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ศักยภาพของไทยต่อการดำเนินการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว” สรุปรูปแบบการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของประเทศไทยไว้ 4 ลักษณะ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวแนวธรรมชาติ เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เน้นท่องเที่ยวธรรมชาติ ป่า ภูเขา ดูนก ท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น เที่ยวชมทุ่งนา ไร่ สวน เน้นความเรียบง่าย เรียนรู้ผู้คนท่ามกลางธรรมชาติ
2. การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวแนวศิลปะ วัฒนธรรมและประเพณี เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ ชิมชากับวัฒนธรรม ประเพณีไทย วิถีชีวิตแบบไทย เช่น เที่ยวงานการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวเทศกาล ประเพณีท้องถิ่น รวมทั้งการเที่ยวชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ วัด โบราณสถาน รวมถึงการเที่ยวชมการผลิตสิ่งประดิษฐ์ หัตถกรรม สินค้าที่ระลึก เช่น การทอผ้า การจักสาน เป็นต้น
3. การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวแนวนันทนาการ เป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เน้นการผ่อนคลาย ความสงบ การออกกำลังกาย เรียนรู้ธรรมชาติ วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น เช่นการขี่จักรยานท่องเที่ยว
4. การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวที่มีวัตถุประสงค์เฉพาะ เป็นการท่องเที่ยวที่มีหลายรูปแบบ เช่น การทำกิจกรรมสุขภาพร่วมกัน การเยี่ยมเยือนญาติที่อาศัยในประเทศไทย เป็นต้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา (2551) ได้วิจัยเรื่อง “รูปแบบที่พักแบบพำนักระยะยาวที่เหมาะสมกับประเทศไทย” โดยทำการศึกษาการจัดทำมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวและพบว่านักท่องเที่ยวสำหรับที่พักแบบพำนักระยะยาวส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป เป็นผู้ที่มีรายได้สูง มีความสามารถในการใช้จ่าย ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและพักในสถานที่พักใดที่พักหนึ่งเป็นเวลามากกว่า 15 วัน ทำให้การจัดเตรียมบริการที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะต้องได้รับการเอาใจใส่เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะเอื้อต่อการพักผ่อนเป็นเวลานานได้ นักท่องเที่ยวเหล่านี้มากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นผู้เดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำ โดยนักท่องเที่ยวจะจัดรายการนำเที่ยวเอง จากการศึกษาค้นคว้าและปรึกษาเพื่อนฝูงหรือญาติมิตร ไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยผ่านบริษัทนำเที่ยว โดยมีสัดส่วนการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวเองต่อการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวโดยผ่านบริษัทนำเที่ยวคิดเป็นอัตราส่วน 58: 42 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ได้สรุปรูปแบบที่พักและแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวสำหรับประเทศไทย โดยสรุปลักษณะของจุดหมายปลายทางที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ดังนี้

1. มีสภาพอบอุ่น
2. เป็นที่เคยไปมาแล้ว โยมีการสำรวจก่อนตัดสินใจ ช่วงอายุที่นิยมเดินทางสำรวจสถานที่ที่ตรงกับความต้องการให้มากที่สุด คือ ก่อนวัยเกษียณอายุ
3. สิ่งแวดล้อมมีลักษณะเป็นธรรมชาติ มีความสวยงาม มีความปลอดภัย สะดวกสบาย อยู่ในชุมชนที่มีวัฒนธรรม ผู้คนเป็นมิตร มีประวัติศาสตร์หรือมีความเกี่ยวข้องกับตนหรือบรรพบุรุษ
4. ในชุมชนนั้นหรือบริเวณใกล้เคียงที่เลือกเป็นจุดหมายปลายทางมีกิจกรรมให้ทำหลากหลาย
5. ในกรณีที่ไปเป็นสถานที่ที่ไม่เคยไปเยี่ยมมาก่อน จะต้องมีความเชื่อมั่นหรือไว้วางใจต่อจุดหมายปลายทางนั้นโดยฟังจากการบอกเล่า หรือจากประสบการณ์ของคนรอบข้าง เช่น เพื่อน หรือญาติพี่น้อง
6. นักท่องเที่ยวสูงอายุบางคนไม่กังวลใจว่าจะต้องเดินทางไกล ความห่างไกลระหว่างถิ่นฐานกับจุดหมายปลายทางจึงไม่ใช่องค์ประกอบหลักในการตัดสินใจ

จากข้อมูลข้างต้นทำให้สรุปความต้องการพื้นฐานด้านที่พักสำหรับการพำนักระยะยาวได้ดังนี้

1. ให้ความสำคัญกับความสะอาดสงบและปลอดภัย แต่ไม่โดดเด่น กล่าวคือ ไม่ตั้งอยู่ห่างไกลจากสถานที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิต เช่น โรงพยาบาล ศูนย์การค้า ธนาคาร เป็นต้น และไม่ห่างไกลจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ มากนัก
2. ให้ความรู้สึกคล้ายคลึงกับการพำนักรู้สึกสบายในบ้านของตนเอง หรือเรียกว่าเป็นบ้านหลังที่สอง เป็นที่พักที่สร้างและตกแต่งแบบธรรมชาติ ซึ่งจะต้องอยู่ใกล้ตัวเมืองและการเดินทางเข้าตัวเมืองทำได้สะดวก รวดเร็ว
3. สถานที่พักมีการตกแต่งอาคารสถานที่ที่แสดงออกซึ่งวัฒนธรรมท้องถิ่น
4. ในสถานที่พักหรือบริเวณใกล้เคียงมีกิจกรรมหลากหลายให้นักท่องเที่ยวเลือกตามความต้องการหรือความถนัด
5. มีการบริการและการจัดเครื่องอำนวยความสะดวกสำหรับการติดต่อสื่อสารไว้อย่างหลากหลายรูปแบบ
6. ที่พักได้มาตรฐานจะเป็นสิ่งที่ช่วยให้มั่นใจว่านักท่องเที่ยวจะได้รับบริการที่มีคุณภาพและมีความสม่ำเสมอ

กล่าวโดยสรุป การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของประเทศไทยจะได้ผลดีนั้นจะต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วน 3 ประการคือ

1. รัฐบาลควรมีความชัดเจนเกี่ยวกับนโยบาย มาตรการ กรอบกำหนดแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว เช่น การมีมาตรการรักษาความปลอดภัยให้ ความคุ้มครองแก่นักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว การปรับปรุงการตรวจลงตราและระยะเวลาที่พำนักรอยู่ในประเทศไทย
2. การจัดระบบสื่อสารเพื่อการจัดการที่ชัดเจน การมี one stop service center การสื่อสาร การตลาดแบบบูรณาการ และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์
3. การมีสถานที่พักแบบพำนักระยะยาวที่สะอาด มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีความปลอดภัย อยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สวยงาม และมีกิจกรรมหลากหลายให้นักท่องเที่ยวทำขณะมาท่องเที่ยวและพำนักระยะยาว

บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

โครงการการส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย ได้นำเสนอรายงานผลการวิจัยเชิงปริมาณออกเป็น 8 ตอน คือ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
2. พฤติกรรมการเดินทางและลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยว
3. แรงจูงใจในการท่องเที่ยว
4. ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว
5. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว
6. ข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่าง
7. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร
8. การวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

ข้อมูลตั้งแต่ตอนที่ 1-5 ได้นำเสนอภาพรวม จำแนกตามภาค โดยพิจารณาเก็บตัวอย่างข้อมูลจากจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ (ภาคเหนือ) หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (ภาคกลาง) พัทยา จังหวัดชลบุรี (ภาคตะวันออก) และจังหวัดภูเก็ต (ภาคใต้) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

วิเคราะห์โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ตารางที่ 5.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	กรุงเทพฯ		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคใต้		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
ชาย	125	61.6	37	62.7	34	79.1	40	61.5	44	73.3	280	65.12
หญิง	78	38.4	22	37.3	9	20.9	25	38.5	16	26.7	150	34.88
รวม	203	100	59	100	43	100	65	100	60	100	430	100

จากตารางที่ 5.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างทุกภาคเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง กล่าวคือ **กรุงเทพฯ** เพศชายร้อยละ 61.6 เพศหญิง ร้อยละ 38.4 **ภาคเหนือ** เพศชายร้อยละ 62.7 เพศหญิง ร้อยละ 37.3 **ภาคกลาง** เพศชายร้อยละ 79.1 เพศหญิง ร้อยละ 20.9 **ภาคตะวันออก** เพศชาย ร้อยละ 61.5 เพศหญิง ร้อยละ 38.5 **ภาคใต้** เพศชายร้อยละ 73.3 เพศหญิง ร้อยละ 26.7

ตารางที่ 5.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	กรุงเทพฯ		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคใต้		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
55-59 ปี	104	51.2	17	28.8	27	62.8	21	32.3	29	48.3	198	46.05
60-64 ปี	62	30.6	16	27.1	12	27.9	12	18.5	19	31.7	121	28.14
65 ปี ขึ้นไป	37	18.2	26	44.1	4	9.3	32	49.2	12	20.0	111	25.81
รวม	203	100	59	100	43	100	65	100	60	100	430	100

จากตารางที่ 5.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 55-59 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.05 รองลงมาเป็นช่วงอายุ 60-64 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.14 เมื่อพิจารณาตามรายภาคพบว่า **กรุงเทพฯ** กลุ่มตัวอย่างมีอายุอยู่ในช่วง 55-59 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.2 **ภาคเหนือ** อายุ อยู่ในช่วง 65 ปีขึ้นไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.1 **ภาคกลาง** อายุอยู่ในช่วง 55-59 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.8 **ภาคตะวันออก** อายุอยู่ในช่วง 65 ปีขึ้นไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.2 และ **ภาคใต้** อายุอยู่ในช่วง 55-59 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.3

ตารางที่ 5.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	กรุงเทพฯ		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาค ตะวันออก		ภาคใต้		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
ประถมศึกษา	22	10.8	6	10.2	2	4.6	2	3.1	6	10.0	38	8.83
มัธยมศึกษา	52	25.6	10	17.0	8	18.6	22	33.8	21	35.0	113	26.28
อาชีวศึกษา	31	15.3	11	18.6	11	25.6	11	16.9	9	15.0	73	16.98
ปริญญาตรี	72	35.5	20	33.9	14	32.6	21	32.3	16	26.7	143	33.26
สูงกว่าปริญญาตรี	26	12.8	12	20.3	8	18.6	9	13.9	8	13.3	63	14.65
รวม	203	100	59	100	43	100	65	100	60	100	430	100

จากตารางที่ 5.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.26 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 26.28 เมื่อพิจารณาเป็นรายภาคพบว่า **กรุงเทพฯ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 35.5 **ภาคเหนือ** ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 33.9 **ภาคกลาง** ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 32.6 **ภาคตะวันออก** ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 33.8 **ภาคใต้** ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 35

ตารางที่ 5.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพ	กรุงเทพฯ		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
โสด	37	18.2	14	23.7	11	25.6	4	6.2	11	18.4	77	17.91
สมรส	141	69.5	30	50.8	27	62.8	55	84.6	38	63.3	291	67.67
หม้าย	6	2.9	10	17.0	2	4.6	3	4.6	3	5.0	24	5.58
หย่า	19	9.4	5	8.5	3	7.0	3	4.6	8	13.3	38	8.84
รวม	203	100	59	100	43	100	65	100	60	100	430	100

จากตารางที่ 5.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 67.67 รองลงมาคือ โสด คิดเป็นร้อยละ 17.91 เมื่อพิจารณาตามภาคพบว่า **กรุงเทพฯ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 69.5 **ภาคเหนือ** ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 50.8 **ภาคกลาง** ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 62.8 **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ** ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 84.6 **ภาคใต้** ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 63.3

ตารางที่ 5.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสุขภาพ

สถานภาพ	กรุงเทพฯ		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
ดีเยี่ยม	91	44.8	15	25.4	21	48.9	25	38.5	21	35.0	173	40.23
ดี	102	50.2	32	54.2	20	46.5	32	49.2	35	58.3	221	51.40
ปกติ	6	3.0	9	15.3	1	2.3	8	12.3	4	6.7	28	6.51
ไม่ดี	4	2.0	3	5.1	1	2.3	0	0.0	0	0.0	8	1.86
รวม	203	100	59	100	43	100	65	100	60	100	430	100

จากตารางที่ 5.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมมีสุขภาพอยู่ในเกณฑ์ดี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายภาคพบว่า **กรุงเทพฯ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสุขภาพอยู่ในเกณฑ์ดี คิดเป็นร้อยละ 50.2 **ภาคเหนือ** ส่วนใหญ่มีสุขภาพอยู่ในเกณฑ์ดี คิดเป็นร้อยละ 54.2 **ภาคกลาง** ส่วนใหญ่มีสุขภาพอยู่ในเกณฑ์ดีเยี่ยม คิดเป็นร้อยละ 48.9 **ภาคตะวันออก** ส่วนใหญ่มีสุขภาพอยู่ในเกณฑ์ดี คิดเป็นร้อยละ 49.2 **ภาคใต้** ส่วนใหญ่มีสุขภาพอยู่ในเกณฑ์ดี คิดเป็นร้อยละ 58.3

ตารางที่ 5.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการทำงาน

สถานภาพ	กรุงเทพฯ		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคใต้		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
ทำงานเต็มเวลา	102	50.3	8	13.6	25	58.1	20	30.8	18	30.0	173	40.23
ทำงานบางเวลา	30	14.8	8	13.6	7	16.2	11	16.9	8	13.3	64	14.89
เกษียณอายุมากกว่า 1 ปี	48	23.6	33	55.9	6	14.0	28	43.1	19	31.7	134	31.16
เกษียณอายุน้อยกว่า 1 ปี	15	7.4	7	11.8	2	4.7	6	9.2	13	21.7	43	10.00
ว่างงาน	8	3.9	3	5.1	3	7.0	0	0.0	2	3.3	16	3.72
รวม	203	100	59	100	43	100	65	100	60	100	430	100

จากตารางที่ 5.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมมีสถานภาพการทำงานเต็มเวลา คิดเป็นร้อยละ 40.23 รองลงมาคือ เกษียณอายุมากกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.16 เมื่อพิจารณาเป็นรายภาคพบว่า **กรุงเทพฯ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพการทำงานเต็มเวลา คิดเป็นร้อยละ 50.3 **ภาคเหนือ** ส่วนใหญ่เกษียณอายุมากกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.9 **ภาคกลาง** ส่วนใหญ่มีสถานภาพการทำงานเต็มเวลา คิดเป็นร้อยละ 58.1 **ภาคตะวันออก** ส่วนใหญ่มีสถานภาพเกษียณอายุมากกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.1 **ภาคใต้** ส่วนใหญ่มีสถานภาพเกษียณอายุมากกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.7

ตารางที่ 5.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามฐานะทางเศรษฐกิจ

สถานภาพ	กรุงเทพฯ		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคใต้		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
ฐานะดีมาก	14	6.9	5	8.5	13	30.2	3	4.6	8	13.3	43	10.00
ฐานะดี	94	46.3	14	23.7	18	41.9	26	40.0	16	26.7	168	39.07
ฐานะเพียงพอใช้จ่าย	93	45.8	36	61.0	10	23.2	36	55.4	31	51.7	206	47.91
ฐานะลำบากบางช่วง	2	1.0	4	6.8	2	4.7	0	0.0	5	8.3	13	3.02
รวม	203	100	59	100	43	100	65	100	60	100	430	100

จากตารางที่ 5.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมมีฐานะทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับ
เพียงพอใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 47.91 รองลงมาคือ ฐานะดี คิดเป็นร้อยละ 39.07 เมื่อพิจารณาเป็น
รายภาค พบว่า **กรุงเทพฯ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีฐานะดี คิดเป็นร้อยละ 46.3 **ภาคเหนือ** ส่วน
ใหญ่มีฐานะเพียงพอใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 61.0 **ภาคกลาง** ส่วนใหญ่มีฐานะดี คิดเป็นร้อยละ
41.9 **ภาคตะวันออก** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีฐานะเพียงพอใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 55.4
ภาคใต้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีฐานะเพียงพอใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 51.7

ตารางที่ 5.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งที่มาของรายได้

แหล่งที่มาของรายได้	กรุงเทพฯ		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาค ตะวันออก		ภาคใต้		รวม	
	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%
บำนาญ	63	31.0	30	50.8	8	18.6	18	27.7	23	38.3	142	33.02
เงินรายได้ และเงินสะสม	131	64.5	27	45.8	33	76.8	43	66.2	36	60.0	270	62.79
บุตร/ธิดาสันับสนุน	2	1.0	0	0.0	0	0.0	1	1.5	1	1.7	4	0.93
เพื่อนและญาติ สนับสนุน	5	2.5	1	1.7	1	2.3	1	1.5	0	0.0	8	1.86
สวัสดิการ	2	1.0	1	1.7	1	2.3	2	3.1	0	0.0	6	1.40
รวม	203	100	59	100	43	100	65	100	60	100	430	100

จากตารางที่ 5.8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมมีแหล่งรายได้จากเงินรายได้และเงิน
สะสม คิดเป็นร้อยละ 62.79 รองลงมาคือ บำนาญ คิดเป็นร้อยละ 33.02 เมื่อพิจารณาเป็นราย
ภาค พบว่า **กรุงเทพฯ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแหล่งรายได้จากเงินรายได้และเงินสะสม คิดเป็น
ร้อยละ 64.5 **ภาคเหนือ** ส่วนใหญ่มีแหล่งรายได้จากเงินบำนาญ คิดเป็นร้อยละ 50.8 **ภาคกลาง**
ส่วนใหญ่มีแหล่งรายได้จากเงินรายได้และเงินสะสม คิดเป็นร้อยละ 76.8 **ภาคตะวันออก** ส่วน
ใหญ่มีแหล่งรายได้จากเงินรายได้และเงินสะสม คิดเป็นร้อยละ 66.2 **ภาคใต้** ส่วนใหญ่มีแหล่ง
รายได้จากเงินรายได้และเงินสะสม คิดเป็นร้อยละ 60.0

ตารางที่ 5.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามงานอดิเรกและความสนใจ

งานอดิเรก/ ความสนใจ	กรุงเทพฯ (n=203)		ภาคเหนือ (n=59)		ภาคกลาง (n=43)		ภาค ตะวันออก (n=65)		ภาคใต้ (n=60)		รวม (n=430)	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
อ่านหนังสือ	126	62.07	43	72.88	24	55.81	39	60.00	41	68.33	273	63.49
ดูโทรทัศน์	81	39.90	24	40.68	15	34.88	32	49.23	29	48.33	181	42.09
ปลูกต้นไม้	46	22.66	14	23.73	6	13.95	23	35.38	7	11.67	96	22.33
ฟังเพลง	84	41.38	24	40.68	20	46.51	21	32.31	17	28.33	166	38.60
เดินทาง ท่องเที่ยว	148	72.91	47	79.66	29	67.44	53	81.54	48	80.00	325	75.58
กีฬา	81	39.90	19	32.20	23	53.49	30	46.15	25	41.67	178	41.40
ชมภาพยนตร์	63	31.03	17	28.81	11	25.58	29	44.62	22	36.67	142	33.02

จากตารางที่ 5.9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมมีงานอดิเรก หรือมีความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.58 รองลงมาคือ อ่านหนังสือ คิดเป็นร้อยละ 63.49 เมื่อพิจารณาเป็นรายภาคพบว่า กรุงเทพฯ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.66 ภาคเหนือ ส่วนใหญ่มีความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.88 ภาคกลาง ส่วนใหญ่มีความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.44 ภาคตะวันออก ส่วนใหญ่มีความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.54 และภาคใต้ ส่วนใหญ่มีความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุดเช่นกันคิดเป็นร้อยละ 80.00

ตารางที่ 5.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสัญชาติ

สัญชาติ	กรุงเทพฯ		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
อังกฤษ	39	19.2	31	52.6	6	14.0	27	41.6	16	26.6	119	27.67
ฮอลแลนด์	61	30.0	2	3.4	7	16.2	4	6.1	0	0.0	74	17.21
เยอรมนี	20	9.8	4	6.7	6	14.0	16	24.6	13	21.7	59	13.72
เดนมาร์ก	5	2.5	1	1.7	6	14.0	2	3.1	8	13.3	22	5.12
ไอร์แลนด์	1	0.5	1	1.7	1	2.3	0	0.0	1	1.7	4	0.93
นอร์เวย์	3	1.5	0	0.0	2	4.6	0	0.0	2	3.3	7	1.62
เบลเยียม	1	0.5	2	3.4	5	11.6	1	1.5	1	1.7	10	2.33
สวีเดน	18	8.8	3	5.1	6	14.0	6	9.2	9	15.0	42	9.77
ฝรั่งเศส	25	12.3	6	10.1	4	9.3	2	3.1	3	5.0	40	9.30
ฟินแลนด์	1	0.5	1	1.7	0	0.0	2	3.1	1	1.7	5	1.16
สเปน	11	5.4	1	1.7	0	0.0	3	4.6	0	0.0	15	3.49
สวิสเซอร์แลนด์	1	0.5	2	3.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0	3	0.70
ออสเตรเลีย	5	2.5	2	3.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0	7	1.62
โปแลนด์	3	1.5	1	1.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4	0.93
อิตาลี	4	2.0	1	1.7	0	0.0	2	3.1	4	6.7	11	2.56
สาธารณรัฐเชค	2	1.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	0.47
บัลแกเรีย	1	0.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.23
ฮังการี	2	1.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	0.47
ตุรกี	0	0.0	1	1.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.23
สโลวีเนีย	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	3.3	2	0.47
รวม	203	100	59	100	43	100	65	100	60	100	430	100

จากตารางที่ 5.10 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นชาวอังกฤษมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.67 รองลงมาคือ ฮอลแลนด์ เยอรมนี สวีเดน ฝรั่งเศส คิดเป็นร้อยละ 17.21, 13.72, 9.77 และ 9.30 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายภาคพบว่า กรุงเทพฯ มีนักท่องเที่ยวชาวฮอลแลนด์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30 ภาคเหนือ มีนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.6 ภาคกลาง มีนักท่องเที่ยวชาวฮอลแลนด์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.2 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.6 ภาคใต้ มีนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.6

2. พฤติกรรมการเดินทางและลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยว

วิเคราะห์โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ตารางที่ 5.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

จำนวนครั้ง	กรุงเทพฯ		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
ครั้งแรก	126	62.1	17	28.8	8	18.6	11	16.9	16	26.6	178	41.40
2-3 ครั้ง	42	20.7	19	32.2	9	20.9	23	35.4	22	36.7	115	26.74
มากกว่า 4 ครั้ง	35	17.2	23	39.0	26	60.5	31	47.7	22	36.7	137	31.86
รวม	203	100	59	100	43	100	65	100	60	100	430	100

จากตารางที่ 5.11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.40 รองลงมาคือ มากกว่า 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.86 เมื่อพิจารณาเป็นรายภาค พบว่า **กรุงเทพฯ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 62.1 **ภาคเหนือ** ส่วนใหญ่เดินทางเข้ามามากกว่า 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 39.0 **ภาคกลาง** ส่วนใหญ่เดินทางเข้ามามากกว่า 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 60.5 **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ** ส่วนใหญ่เดินทางเข้ามามากกว่า 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 47.7 และ **ภาคใต้** ส่วนใหญ่เดินทางเข้ามา 2-3 ครั้ง และมากกว่า 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 36.7 เท่ากัน

ตารางที่ 5.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนวันที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย

จำนวนวัน	กรุงเทพฯ		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
ต่ำกว่า 5 วัน	17	8.4	0	0.0	1	2.3	4	6.1	3	5.0	25	5.81
6-8 วัน	25	12.3	2	3.4	3	7.0	8	12.3	5	8.4	43	10.00
9-11 วัน	17	8.4	2	3.4	2	4.7	17	26.2	8	13.3	46	10.70
12-14 วัน	34	16.7	7	11.8	4	9.3	5	7.7	15	25.0	65	15.12
15 วันขึ้นไป	110	54.2	48	81.4	33	76.7	31	47.7	29	48.3	251	58.37
รวม	203	100	59	100	43	100	65	100	60	100	430	100

จากตารางที่ 5.12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นระยะเวลา 15 วันขึ้นไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.37 รองลงมาคือ 12-14 วัน คิดเป็นร้อยละ 15.12 เมื่อพิจารณาเป็นรายภาคพบว่า **กรุงเทพฯ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางเข้ามา 15 วันขึ้นไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.2 **ภาคเหนือ** ส่วนใหญ่เดินทางเข้ามา 15 วันขึ้นไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.4 **ภาคกลาง** ส่วนใหญ่เดินทางเข้ามา 15 วันขึ้นไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.7 **ภาคตะวันออก** ส่วนใหญ่เดินทางเข้ามา 15 วันขึ้นไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.7 **ภาคใต้** ส่วนใหญ่เดินทางเข้ามา 15 วันขึ้นไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.3

ตารางที่ 5.13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการจัดเตรียมการเดินทางมาประเทศไทย

การจัดเตรียม	กรุงเทพฯ		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้		รวม	
	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%
จัดเตรียมด้วยตนเอง	69	34.0	29	49.1	39	90.7	25	38.5	33	55.0	195	45.34
ซื้อรายการนำเที่ยวที่รวมเฉพาะค่าเดินทางและที่พัก	74	36.5	4	6.8	3	7.0	26	40.0	13	21.7	120	27.91
ซื้อรายการนำเที่ยวเหมารวมทุกบริการ	38	18.7	22	37.3	0	0.0	8	12.3	2	3.3	70	16.28
ให้บริษัทนำเที่ยวจัดเตรียมให้	22	10.8	4	6.8	1	2.3	6	9.2	12	20.0	45	10.47
รวม	203	100	59	100	43	100	65	100	60	100	430	100

จากตารางที่ 5.13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมจัดเตรียมการเดินทางมาประเทศไทยด้วยตนเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.34 รองลงมาคือ ซื้อรายการนำเที่ยวที่รวมเฉพาะค่าเดินทางและที่พัก คิดเป็นร้อยละ 27.91 เมื่อพิจารณาเป็นรายภาคพบว่า **กรุงเทพฯ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อรายการนำเที่ยวที่รวมเฉพาะค่าเดินทางและที่พักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.5 **ภาคเหนือ** ส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยโดยจัดเตรียมด้วยตนเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.1 **ภาคกลาง** ส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยโดยจัดเตรียมด้วยตนเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.7 **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ** ส่วนใหญ่ซื้อรายการนำเที่ยวที่รวมเฉพาะค่าเดินทางและที่พัก คิดเป็นร้อยละ 40 **ภาคใต้** ส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยโดยจัดเตรียมด้วยตนเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55

ตารางที่ 5.14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางมาประเทศไทย

การจัดเตรียม	กรุงเทพฯ		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
เดินทางคนเดียว	40	19.7	20	33.8	10	23.3	11	17.0	20	33.3	101	23.49
สามี/ภรรยา	111	54.7	28	47.5	20	46.5	45	69.2	30	50.0	234	54.42
เพื่อน	34	16.8	4	6.8	9	20.9	5	7.7	2	3.3	54	12.56
ญาติ	7	3.4	4	6.8	4	9.3	1	1.5	5	8.4	21	4.88
บุตร/ธิดา	11	5.4	3	5.1	0	0.0	3	4.6	3	5.0	20	4.65
รวม	203	100	59	100	43	100	65	100	60	100	430	100

จากตารางที่ 5.14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมมีสามีหรือภรรยาร่วมเดินทางมาประเทศไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.42 รองลงมาคือ เดินทางมาคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 23.49 เมื่อพิจารณาเป็นรายภาคพบว่า **กรุงเทพฯ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมากับสามีหรือภรรยามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.7 **ภาคเหนือ** ส่วนใหญ่เดินทางมากับสามีหรือภรรยามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.5 **ภาคกลาง** ส่วนใหญ่เดินทางมากับสามีหรือภรรยามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.5 **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ** ส่วนใหญ่เดินทางมากับสามีหรือภรรยามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.2 **ภาคใต้** ส่วนใหญ่เดินทางมากับสามีหรือภรรยามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50

ตารางที่ 5.15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการวางแผนการท่องเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ

แหล่งท่องเที่ยว	กรุงเทพฯ (n=203)		ภาคเหนือ (n=59)		ภาคกลาง (n=43)		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=65)		ภาคใต้ (n=60)		รวม (n=430)	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
กรุงเทพฯ	162	79.80	17	28.81	25	58.14	33	50.77	20	33.33	257	59.77
พัทยา	43	21.18	7	11.86	7	16.28	52	80.00	4	6.67	113	26.28
เชียงใหม่	87	42.86	49	83.05	7	16.28	15	23.08	18	30.00	176	40.93
ภูเก็ต	53	26.11	14	23.73	7	16.28	26	40.00	50	83.33	150	34.88
พระนครศรีอยุธยา	63	31.03	7	11.86	6	13.95	8	12.31	4	6.67	88	20.47
กาญจนบุรี	44	21.67	7	11.86	10	23.26	4	6.15	5	8.33	70	16.28
หัวหิน	45	22.17	7	11.86	37	86.05	12	18.46	5	8.33	106	24.65
อื่นๆ	51	25.12	12	20.34	16	37.21	7	10.77	10	16.67	96	22.33

จากตารางที่ 5.15 พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมวางแผนการท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.77 รองลงมาคือ เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 40.93 เมื่อพิจารณาเป็นรายภาคพบว่า **กรุงเทพฯ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่วางแผนการท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.80 **ภาคเหนือ** ส่วนใหญ่วางแผนการท่องเที่ยวในเชียงใหม่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.05 **ภาคกลาง** ส่วนใหญ่วางแผนการท่องเที่ยวในหัวหินมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.05 **ภาคตะวันออก** ส่วนใหญ่วางแผนการท่องเที่ยวในพัทยามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80 **ภาคใต้** ส่วนใหญ่วางแผนการท่องเที่ยวในภูเก็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.33

ตารางที่ 5.16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาเหตุที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

เหตุผล	กรุงเทพฯ (n=203)		ภาคเหนือ (n=59)		ภาคกลาง (n=43)		ภาค ตะวันออก (n=65)		ภาคใต้ (n=60)		รวม (n=430)	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
คนที่มีความเป็นมิตร	136	67.00	43	72.88	34	79.07	51	78.46	49	81.67	313	72.79
ธรรมชาติที่สวยงาม	113	55.67	34	57.63	22	51.16	34	52.31	35	58.33	238	55.35
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	118	58.13	30	50.85	13	30.23	17	26.15	14	23.33	192	44.65
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	55	27.09	25	42.37	12	27.91	16	24.62	14	23.33	122	28.37
สวรรค์ของการจับจ่ายซื้อของ	49	24.14	12	20.34	9	20.93	22	33.85	12	20.00	104	24.19
อาหารและเครื่องดื่ม	84	41.38	20	33.90	26	60.47	37	56.92	31	51.67	198	46.05
ความคุ้มค่าของราคา	74	36.45	33	55.93	22	51.16	41	63.08	28	46.67	198	46.05
ภูมิอากาศเมื่อร้อน	70	34.48	23	38.98	24	55.81	31	47.69	30	50.00	178	41.40
การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีคุณภาพ	42	20.69	16	27.12	11	25.58	20	30.77	16	26.67	105	24.42
กิจกรรมกีฬา	8	3.94	2	3.39	5	11.63	7	10.77	6	10.00	28	6.51
ความปลอดภัย	26	12.81	18	30.51	15	34.88	15	23.08	20	33.33	94	21.86
อื่นๆ	19	9.36	6	10.17	6	13.95	2	3.08	9	15.00	42	9.77

จากตารางที่ 5.16 พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมมีเหตุผลในการมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยเนื่องมาจากความเป็นมิตรหรือมิตรไมตรีของคนไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.79 รองลงมา คือ ธรรมชาติที่สวยงาม ความคุ้มค่าของราคา อาหารและเครื่องดื่ม แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 55.35, 46.05, 46.05 และ 44.65 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายภาคพบว่า **กรุงเทพฯ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้ามาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยเพราะความเป็นมิตรของคนไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67 **ภาคเหนือ** ส่วนใหญ่เข้ามาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยเพราะความเป็นมิตรของคนไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.88 **ภาคกลาง** ส่วนใหญ่เข้ามาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยเพราะความเป็นมิตรของคนไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.07 **ภาคตะวันออก** ส่วนใหญ่เข้ามาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยเพราะความเป็นมิตรของคนไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.46 **ภาคใต้** ส่วนใหญ่เข้ามาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยเพราะความเป็นมิตรของคนไทยมากที่สุดเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 81.67

ตารางที่ 5.17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกิจกรรมที่ทำในประเทศไทย

กิจกรรม	กรุงเทพฯ (n=203)		ภาคเหนือ (n=59)		ภาคกลาง (n=43)		ภาค ตะวันออก (n=65)		ภาคใต้ (n=60)		รวม (n=430)	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
พักผ่อน/เที่ยวชม	146	71.92	40	67.80	26	60.47	52	80.00	48	80.00	312	72.56
ซื้อสินค้า	70	34.48	20	33.90	16	37.21	38	58.46	24	40.00	168	39.07
รักษาทางการแพทย์	8	3.94	6	10.17	2	4.65	1	1.54	4	6.67	21	4.88
รักษาสุขภาพ	6	2.96	6	10.17	7	16.28	1	1.54	8	13.33	28	6.51
สปา	12	5.91	11	18.64	9	20.93	11	16.92	18	30.00	61	14.19
เสริมความงาม	6	2.96	1	1.69	0	0.00	2	3.08	6	10.00	15	3.49
กีฬา	24	11.82	5	8.47	11	25.58	5	7.69	10	16.67	55	12.79
เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	43	21.18	29	49.15	11	25.58	26	40.00	28	46.67	137	31.86
ประกอบกิจกรรมเพื่อสังคม	20	9.85	10	16.95	6	13.95	2	3.08	5	8.33	43	10.00
เที่ยวชมงานเทศกาลประเพณี	36	17.73	7	11.86	6	13.95	5	7.69	4	6.67	58	13.49
เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์/วัฒนธรรม	83	40.89	34	57.63	11	25.58	20	30.77	20	33.33	168	39.07

จากตารางที่ 5.17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมสนใจทำกิจกรรมเกี่ยวกับการพักผ่อนหรือเที่ยวชมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.56 รองลงมาคือ ชื้อสินค้า และเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์/วัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 39.07 เท่ากัน เมื่อพิจารณาเป็นรายภาคพบว่า **กรุงเทพฯ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจกิจกรรมพักผ่อน/เที่ยวชมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.92 **ภาคเหนือ** ส่วนใหญ่สนใจกิจกรรมพักผ่อน/เที่ยวชมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.80 **ภาคกลาง** ส่วนใหญ่สนใจกิจกรรมพักผ่อน/เที่ยวชมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.47 **ภาคตะวันออก** ส่วนใหญ่สนใจกิจกรรมพักผ่อน/เที่ยวชมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80 **ภาคใต้** ส่วนใหญ่สนใจกิจกรรมพักผ่อน/เที่ยวชมมากที่สุดเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 80

ตารางที่ 5.18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความนิยมในการเลือกใช้ที่พัก

ที่พัก	กรุงเทพฯ		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคใต้		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
โรงแรมหรู ระดับ 5 ดาว	24	11.9	1	1.6	9	20.9	13	20.0	13	21.7	60	13.96
โรงแรมชั้นหนึ่ง ระดับ 4 ดาว	103	50.7	26	44.1	9	20.9	41	63.1	26	43.3	205	47.67
โรงแรมประหยัด ระดับ 3 ดาว	56	27.6	15	25.4	10	23.3	8	12.3	15	25.0	104	24.19
เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์	9	4.4	7	11.9	3	7.0	2	3.1	3	5.0	24	5.58
บ้านเพื่อน/ ญาติ	10	4.9	5	8.5	5	11.6	1	1.5	0	0.0	21	4.88
อื่นๆ	1	0.5	5	8.5	7	16.3	0	0.0	3	5.0	16	3.72
รวม	203	100	59	100	43	100	65	100	60	100	430	100

จากตารางที่ 5.18 พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมสนใจที่พักแบบโรงแรมชั้นหนึ่งระดับ 4 ดาว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.67 รองลงมาคือ โรงแรมประหยักระดับ 3 ดาว คิดเป็นร้อยละ 24.19 เมื่อพิจารณาเป็นรายภาคพบว่า **กรุงเทพฯ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจที่พักแบบโรงแรมชั้นหนึ่งระดับ 4 ดาว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.7 **ภาคเหนือ** ส่วนใหญ่สนใจที่พักแบบโรงแรมชั้นหนึ่งระดับ 4 ดาว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.1 **ภาคกลาง** ส่วนใหญ่สนใจที่พักแบบโรงแรมประหยักระดับ 3 ดาว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.3 **ภาคตะวันออก** ส่วนใหญ่สนใจที่พักแบบโรงแรมชั้นหนึ่งระดับ 4 ดาว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.1 **ภาคใต้** ส่วนใหญ่สนใจที่พักแบบโรงแรมชั้นหนึ่งระดับ 4 ดาว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.3

ตารางที่ 5.19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว

พาหนะ	กรุงเทพฯ (n=203)		ภาคเหนือ (n=59)		ภาคกลาง (n=43)		ภาค ตะวันออก (n=65)		ภาคใต้ (n=60)		รวม (n=430)	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
รถโค้ช	86	42.36	18	30.51	3	6.98	5	7.69	7	11.67	119	27.67
รถไฟ	20	9.85	2	3.39	5	11.63	1	1.54	3	5.00	31	7.21
เรือเฟอร์รี่	13	6.40	1	1.69	1	2.33	1	1.54	3	5.00	19	4.42
รถยนต์	65	32.02	20	33.90	27	62.79	43	66.15	25	41.67	180	41.86
รถบัส	64	31.53	11	18.64	8	18.60	13	20.00	7	11.67	103	23.95
เครื่องบิน	56	27.59	32	54.24	12	27.91	23	35.38	37	61.67	160	37.21
อื่นๆ	13	6.40	12	20.34	5	11.63	5	7.69	6	10.00	41	9.53

จากตารางที่ 5.19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมใช้รถยนต์ในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.86 รองลงมาคือ เครื่องบิน และรถโค้ช คิดเป็นร้อยละ 37.21 และ 27.67 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายภาคพบว่า **กรุงเทพฯ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้รถโค้ชในการเดินทางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.36 **ภาคเหนือ** ส่วนใหญ่ใช้เครื่องบินในการเดินทางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.24 **ภาคกลาง** ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ในการเดินทางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.79 **ภาคตะวันออก** ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ในการเดินทางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.15 **ภาคใต้** ส่วนใหญ่ใช้เครื่องบินในการเดินทางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.67

ตารางที่ 5.20 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ดึงดูดให้เข้ามา
ท่องเที่ยว ในประเทศไทย

แหล่งข้อมูล	กรุงเทพฯ (n=203)		ภาคเหนือ (n=59)		ภาคกลาง (n=43)		ภาค ตะวันออก (n=65)		ภาคใต้ (n=60)		รวม (n=430)	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
บริษัทนำเที่ยว/ ตัวแทนท่องเที่ยว	70	34.48	24	40.68	9	20.93	28	43.08	23	38.33	154	35.81
เพื่อนสนิทและ ญาติมิตร	94	46.31	27	45.76	24	55.81	26	40.00	30	50.00	201	46.74
สื่อ (โทรทัศน์ นิตยสาร แผ่นพับ หนังสือพิมพ์)	42	20.69	10	16.95	4	9.30	7	10.77	6	10.00	69	16.05
หนังสือเดินทาง ท่องเที่ยว	27	13.30	18	30.51	5	11.63	6	9.23	10	16.67	66	15.35
สำนักงานท่องเที่ยว ของไทย	13	6.40	3	5.08	5	11.63	3	4.62	5	8.33	29	6.74
อินเทอร์เน็ต	53	26.11	15	25.42	15	34.88	19	29.23	25	41.67	127	29.53

จากตารางที่ 5.20 พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมได้ทราบข้อมูลอันเป็นแหล่งดึงดูดความสนใจให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจากเพื่อนสนิทหรือญาติมิตรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.74 รองลงมา คือ บริษัทนำเที่ยว/ตัวแทนท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 35.81 เมื่อพิจารณาเป็นรายภาค พบว่า **กรุงเทพฯ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อนสนิทหรือญาติมิตรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.31 **ภาคเหนือ** ส่วนใหญ่ได้ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อนสนิทหรือญาติมิตรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.76 **ภาคกลาง** ส่วนใหญ่ได้ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อนสนิทหรือญาติมิตรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.81 **ภาคตะวันออก** ส่วนใหญ่ได้ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว/ตัวแทนท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 43.08 **ภาคใต้** ส่วนใหญ่ได้ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อนสนิทหรือญาติมิตรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50

ตารางที่ 5.21 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงินค่าใช้จ่ายต่อวันในการท่องเที่ยวในประเทศไทย

จำนวนเงิน	กรุงเทพฯ		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
ต่ำกว่า US\$ 100	93	45.8	42	71.1	19	44.1	13	20.0	13	21.8	180	41.86
US\$ 100 - 120	39	19.2	7	11.9	7	16.3	27	41.5	20	33.3	100	23.25
US\$ 120 - 140	20	9.9	4	6.8	5	11.6	2	3.1	11	18.3	42	9.77
US\$ 140 - 160	9	4.4	4	6.8	3	7.0	12	18.5	8	13.3	36	8.37
US\$ 160 - 180	19	9.4	0	0.0	3	7.0	2	3.1	3	5.0	27	6.28
มากกว่า US\$ 180	23	11.3	2	3.4	6	14.0	9	13.8	5	8.3	45	10.47
รวม	203	100	59	100	43	100	65	100	60	100	430	100

จากตารางที่ 5.21 พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมใช้จ่ายเงินในการท่องเที่ยวต่อวันต่ำกว่า US\$ 100 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.86 รองลงมา คือ ใช้จ่ายเงินอยู่ในช่วง US\$ 100 – 120 คิดเป็นร้อยละ 23.26 เมื่อพิจารณาเป็นรายภาคพบว่า **กรุงเทพฯ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จ่ายเงินในการท่องเที่ยวต่อวันต่ำกว่า US\$ 100 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.8 **ภาคเหนือ** ส่วนใหญ่จ่ายเงินในการท่องเที่ยวต่อวันต่ำกว่า US\$ 100 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.1 **ภาคกลาง** ส่วนใหญ่จ่ายเงินในการท่องเที่ยวต่อวันต่ำกว่า US\$ 100 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.2 1 **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ** ส่วนใหญ่ใช้จ่ายเงินอยู่ในช่วง US\$ 100 – 120 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.5 **ภาคใต้** ส่วนใหญ่ใช้จ่ายเงินอยู่ในช่วง US\$ 100 – 120 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 5.22 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเดือนที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

เดือน	กรุงเทพฯ (n=203)		ภาคเหนือ (n=59)		ภาคกลาง (n=43)		ภาคตะวันออกเฉียง (n=65)		ภาคใต้ (n=60)		รวม (n=430)	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
มกราคม	50	24.63	17	28.81	19	44.19	36	55.38	22	36.67	144	33.49
กุมภาพันธ์	44	21.67	11	18.64	12	27.91	14	21.54	18	30.00	99	23.02
มีนาคม	32	15.76	7	11.86	9	20.93	4	6.15	14	23.33	66	15.35
เมษายน	27	13.30	13	22.03	4	9.30	4	6.15	14	23.33	62	14.42
พฤษภาคม	39	19.21	11	18.64	0	0.00	11	16.92	9	15.00	70	16.28
มิถุนายน	59	29.06	16	27.12	21	48.84	27	41.54	18	30.00	141	32.79
กรกฎาคม	33	16.26	3	5.08	25	58.14	25	38.46	18	30.00	104	24.19
สิงหาคม	16	7.88	2	3.39	9	20.93	11	16.92	10	16.67	48	11.16
กันยายน	3	1.48	7	11.86	9	20.93	1	1.54	4	6.67	24	5.58
ตุลาคม	11	5.42	10	16.95	6	13.95	2	3.08	3	5.00	32	7.44
พฤศจิกายน	26	12.81	15	25.42	7	16.28	14	21.54	7	11.67	69	16.05
ธันวาคม	42	20.69	22	37.29	11	25.58	34	52.31	18	30.00	127	29.53
เดือนใดก็ได้	9	4.44	3	5.08	2	4.65	3	4.62	5	8.33	22	5.12

จากตารางที่ 5.22 พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมนิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในเดือนมกราคมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.49 รองลงมาคือ เดือนมิถุนายน และ ธันวาคมคิดเป็นร้อยละ 32.79 และ 29.53 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายภาคพบว่า กรุงเทพฯ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมเข้ามาท่องเที่ยวเดือนมิถุนายนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.06 ภาคเหนือ ส่วนใหญ่นิยมเข้ามาท่องเที่ยวเดือนธันวาคมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.29 ภาคกลาง ส่วนใหญ่นิยมเข้ามาท่องเที่ยวเดือนกรกฎาคมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.14 ภาคตะวันออกเฉียง ส่วนใหญ่นิยมเข้ามาท่องเที่ยวเดือนมกราคมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.38 ภาคใต้ ส่วนใหญ่นิยมเข้ามาท่องเที่ยวเดือนมกราคมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.67

ตารางที่ 5.23 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศอื่น ๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่อยากไปท่องเที่ยว

ประเทศ	กรุงเทพฯ (n=203)		ภาคเหนือ (n=59)		ภาคกลาง (n=43)		ภาค ตะวันออก (n=65)		ภาคใต้ (n=60)		รวม (n=430)	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
มาเลเซีย	79	38.92	20	33.90	23	53.49	21	32.31	19	31.67	162	37.67
อินโดนีเซีย	77	37.93	11	18.64	9	20.93	14	21.54	14	23.33	125	29.07
ฟิลิปปินส์	41	20.20	9	15.25	9	20.93	7	10.77	24	40.00	90	20.93
สิงคโปร์	75	36.95	19	32.20	13	30.23	31	47.69	24	40.00	162	37.67
เวียดนาม	69	33.99	14	23.73	23	53.49	36	55.38	28	46.67	170	39.53
กัมพูชา	43	21.18	12	20.34	8	18.60	11	16.92	13	21.67	87	20.23
ลาว	30	14.78	15	25.42	6	13.95	8	12.31	12	20.00	71	16.51
อื่นๆ	14	6.90	10	16.95	8	18.60	8	12.31	7	11.67	47	10.93

จากตารางที่ 5.23 นอกจากประเทศไทยแล้ว พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมสนใจหรือนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเวียดนามมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.53 รองลงมาคือ มาเลเซีย และ สิงคโปร์ คิดเป็นร้อยละ 37.67 เท่ากัน เมื่อพิจารณาเป็นรายภาคพบว่า กรุงเทพฯ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจประเทศมาเลเซียมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.92 ภาคเหนือ ส่วนใหญ่สนใจประเทศมาเลเซียมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.90 ภาคกลาง ส่วนใหญ่สนใจประเทศมาเลเซีย และเวียดนามมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.49 เท่ากัน ภาคตะวันออก ส่วนใหญ่สนใจประเทศเวียดนามมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.38 ภาคใต้ ส่วนใหญ่สนใจประเทศเวียดนามมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.67

ตารางที่ 5.24 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการกลับมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยในอนาคต

ความต้องการ	กรุงเทพฯ		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาค ตะวันออก		ภาคใต้		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
อยากกลับมา เที่ยว	174	85.7	52	88.1	41	95.3	59	90.8	55	91.7	381	88.60
ไม่อยาก กลับมาเที่ยว	29	14.3	7	11.9	2	4.7	6	9.2	5	8.3	49	11.40
รวม	203	100	59	100	43	100	65	100	60	100	430	100

จากตารางที่ 5.24 พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมอยากที่จะกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีก คิดเป็นร้อยละ 88.60 ส่วนที่ไม่อยากกลับมา คิดเป็นร้อยละ 11.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายภาค พบว่า **กรุงเทพฯ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยากที่จะกลับมาเที่ยวอีก คิดเป็นร้อยละ 85.7 **ภาคเหนือ** ส่วนใหญ่อยากที่จะกลับมาเที่ยวอีก คิดเป็นร้อยละ 88.1 **ภาคกลาง** ส่วนใหญ่อยากที่จะกลับมาเที่ยวอีก คิดเป็นร้อยละ 95.3 **ภาคตะวันออก** ส่วนใหญ่อยากที่จะกลับมาเที่ยวอีก คิดเป็นร้อยละ 90.8 **ภาคใต้** ส่วนใหญ่อยากที่จะกลับมาเที่ยวอีก คิดเป็นร้อยละ 91.7

ตารางที่ 5.25 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยอีก

ความต้องการ	กรุงเทพฯ		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคใต้		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
ปีนี้	94	46.3	22	37.3	30	69.8	37	56.9	42	70.0	225	52.32
ปีหน้า	45	22.1	20	33.9	8	18.6	17	26.2	17	28.3	107	24.88
อีก 2-3 ปีข้างหน้า	29	14.3	10	16.9	0	0.0	4	6.2	0	0.0	43	10.00
อีก 3-4 ปีข้างหน้า	31	15.3	6	10.2	1	2.3	6	9.2	1	1.7	45	10.47
4 ปีขึ้นไป	4	2.0	1	1.7	4	9.3	1	1.5	0	0.0	10	2.33
รวม	203	100	59	100	43	100	65	100	60	100	430	100

จากตารางที่ 5.25 พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมวางแผนที่จะกลับมาเที่ยวที่ประเทศไทยอีกในปีนี้ (ปี พ.ศ. 2552) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.32 รองลงมาคือ จะกลับมาอีกในปีหน้า (ปี พ.ศ. 2553) คิดเป็นร้อยละ 24.88 เมื่อพิจารณาเป็นรายภาคพบว่า **กรุงเทพฯ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่วางแผนจะกลับมาเที่ยวอีกในปีนี้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.3 **ภาคเหนือ** ส่วนใหญ่วางแผนจะกลับมาเที่ยวอีกในปีนี้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.3 **ภาคกลาง** ส่วนใหญ่วางแผนจะกลับมาเที่ยวอีกในปีนี้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.8 **ภาคตะวันออก** ส่วนใหญ่วางแผนจะกลับมาเที่ยวอีกในปีนี้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.9 และ**ภาคใต้** ส่วนใหญ่วางแผนจะกลับมาเที่ยวอีกในปีนี้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70

3. แรงจูงใจในการท่องเที่ยว

วิเคราะห์โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง แยกตามภาค ดังนี้

ตารางที่ 5.26 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามแรงจูงใจในการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
1. เพื่อหลีกเลี่ยงจากกิจกรรมที่ทำประจำทุกวัน	46 (22.7)	66 (32.5)	52 (25.6)	16 (7.9)	23 (11.3)	203	3.47	1.24	ปานกลาง
2. เพื่อหลีกเลี่ยงความเครียด	59 (29.1)	69 (34.0)	39 (19.2)	19 (9.4)	17 (8.4)	203	3.66	1.23	มาก
3. เพื่อพักผ่อนและคลายเครียด	79 (38.9)	73 (36.0)	29 (14.3)	16 (7.9)	6 (3.0)	203	4.0	1.05	มาก
4. เพื่อปรับปรุงสุขภาพและความเป็นอยู่	34 (16.7)	73 (36.0)	63 (31.0)	25 (12.3)	8 (3.9)	203	3.49	1.04	ปานกลาง
5. เพื่อออกกำลังกาย	24 (11.8)	51 (25.1)	68 (33.5)	37 (18.2)	23 (11.3)	203	3.08	1.17	ปานกลาง
6. เพื่อเยี่ยมเยือนญาติสนิทมิตรสหาย	40 (19.7)	51 (25.1)	43 (21.2)	17 (8.4)	52 (25.6)	203	3.05	1.47	ปานกลาง
7. เพื่อพบปะผู้คนและประกอบกิจกรรมทางสังคม	47 (23.2)	74 (36.5)	61 (30.0)	14 (6.9)	7 (3.4)	203	3.69	1.01	มาก
8. เพื่อผจญภัย/หาประสบการณ์ที่ท้าทาย	44 (21.7)	78 (38.4)	55 (27.1)	22 (10.8)	4 (2.0)	203	3.67	1.00	มาก
9. เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่	76 (37.4)	72 (35.5)	31 (15.3)	14 (6.9)	10 (4.9)	203	3.93	1.11	มาก
10. เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่	70 (34.5)	74 (36.5)	41 (20.2)	12 (5.9)	6 (3.0)	203	3.93	1.02	มาก
11. เพื่อเสริมสร้างสติปัญญา	44 (21.7)	67 (33.0)	59 (29.1)	24 (11.8)	9 (4.4)	203	3.55	1.09	มาก

จากตารางที่ 5.26 พบว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ ข้อที่มีค่ามาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ข้อ 3. เพื่อพักผ่อนและคลายเครียด ($\bar{X} = 4$) ข้อ 9. เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ($\bar{X} = 3.93$) และข้อ 10. เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ ($\bar{X} = 3.93$) ตามลำดับ

ตารางที่ 5.27 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
ภาคเหนือ

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
1. เพื่อหลีกเลี่ยงจากกิจกรรมที่ทำประจำทุกวัน	17 (28.8)	12 (20.3)	12 (20.3)	11 (18.6)	7 (11.9)	59	3.37	1.38	ปานกลาง
2. เพื่อหลีกเลี่ยงความเครียด	17 (28.8)	10 (16.9)	15 (25.4)	10 (16.9)	7 (11.9)	59	3.35	1.36	ปานกลาง
3. เพื่อพักผ่อนและคลายเครียด	22 (37.3)	23 (39.0)	10 (16.9)	3 (5.1)	1 (1.7)	59	4.05	0.95	มาก
4. เพื่อปรับปรุงสุขภาพและความเป็นอยู่	8 (13.6)	24 (40.7)	16 (27.1)	10 (16.9)	1 (1.7)	59	3.48	0.98	ปานกลาง
5. เพื่อออกกำลังกาย	1 (1.7)	21 (35.6)	19 (32.2)	16 (27.1)	2 (3.4)	59	3.07	0.92	ปานกลาง
6. เพื่อเยี่ยมเยียนญาติสนิทมิตรสหาย	7 (11.9)	16 (27.1)	10 (16.9)	19 (32.2)	7 (11.9)	59	2.95	1.24	ปานกลาง
7. เพื่อพบปะผู้คนและประกอบกิจกรรมทางสังคม	16 (27.1)	25 (42.4)	11 (18.6)	5 (8.5)	2 (3.4)	59	3.82	1.03	มาก
8. เพื่อผจญภัย/หาประสบการณ์ที่ท้าทาย	12 (20.3)	20 (33.9)	19 (32.2)	5 (8.5)	3 (5.1)	59	3.55	1.06	มาก
9. เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่	29 (49.2)	19 (32.2)	4 (6.8)	4 (6.8)	3 (5.1)	59	4.12	1.14	มาก
10. เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่	23 (39.0)	21 (35.6)	8 (13.6)	6 (10.2)	1 (1.7)	59	3.98	1.05	มาก
11. เพื่อเสริมสร้างสติปัญญา	9 (15.3)	14 (23.7)	23 (39.0)	9 (15.3)	4 (6.8)	59	3.27	1.10	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.27 พบว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในภาคเหนือ ข้อที่มีค่ามาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ข้อ 9. เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ($\bar{X} = 4.12$) ข้อ 3. เพื่อพักผ่อนและคลายเครียด ($\bar{X} = 4.05$) และข้อ 10. เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ ($\bar{X} = 3.98$) ตามลำดับ

ตารางที่ 5.28 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามแรงจูงใจในการ
ท่องเที่ยวภาคกลาง

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
1. เพื่อหลีกเลี่ยงจากกิจกรรมที่ทำประจำทุกวัน	13 (30.2)	20 (46.5)	7 (16.3)	2 (4.7)	1 (2.3)	43	3.98	0.94	มาก
2. เพื่อหลีกเลี่ยงความเครียด	19 (44.2)	15 (34.9)	6 (14.0)	1 (2.3)	2 (4.7)	43	4.11	1.05	มาก
3. เพื่อพักผ่อนและคลายเครียด	17 (39.5)	18 (41.9)	5 (11.6)	2 (4.7)	1 (2.3)	43	4.11	0.95	มาก
4. เพื่อปรับปรุงสุขภาพและความเป็นอยู่	10 (23.23)	18 (41.9)	13 (30.2)	2 (4.7)	0 (0.0)	43	3.83	0.84	มาก
5. เพื่อออกกำลังกาย	2 (4.7)	13 (30.2)	22 (51.2)	5 (11.6)	1 (2.3)	43	3.23	0.81	ปานกลาง
6. เพื่อเยี่ยมเยียนญาติสนิทมิตรสหาย	13 (30.2)	9 (20.9)	13 (30.2)	3 (7.0)	5 (11.6)	43	3.51	1.31	มาก
7. เพื่อพบปะผู้คนและประกอบกิจกรรมทางสังคม	9 (20.9)	17 (39.5)	14 (32.6)	3 (7.0)	0 (0.0)	43	3.74	0.88	มาก
8. เพื่อผจญภัย/หาประสบการณ์ที่ท้าทาย	7 (16.3)	16 (37.2)	18 (41.9)	2 (4.7)	0 (0.0)	43	3.65	0.81	มาก
9. เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่	14 (32.6)	22 (51.2)	5 (11.6)	2 (4.7)	0 (0.0)	43	4.12	0.79	มาก
10. เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่	12 (27.9)	23 (53.5)	6 (14.0)	2 (4.7)	0 (0.0)	43	4.04	0.79	มาก
11. เพื่อเสริมสร้างสติปัญญา	4 (9.3)	19 (44.2)	13 (30.2)	5 (11.6)	2 (4.7)	43	3.42	0.98	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.28 พบว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในภาคกลาง ข้อที่มีค่ามาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ข้อ 9. เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ($\bar{X} = 4.12$) ข้อ 2. เพื่อหลีกเลี่ยงความเครียด ($\bar{X} = 4.11$) และข้อ 3. เพื่อพักผ่อนและคลายเครียด ($\bar{X} = 4.11$) ตามลำดับ

ตารางที่ 5.29 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
ภาคตะวันออก

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
1. เพื่อหลีกเลี่ยงจากกิจกรรมที่ทำประจำทุกวัน	27 (41.5)	26 (40.0)	9 (13.8)	2 (3.1)	1 (1.5)	65	4.17	0.89	มาก
2. เพื่อหลีกเลี่ยงความเครียด	25 (38.5)	24 (36.9)	11 (16.9)	3 (4.6)	2 (3.1)	65	4.03	1.02	มาก
3. เพื่อพักผ่อนและคลายเครียด	36 (55.4)	15 (23.1)	8 (12.3)	3 (4.6)	3 (4.6)	65	4.20	1.12	มาก
4. เพื่อปรับปรุงสุขภาพและความเป็นอยู่	18 (27.7)	18 (27.7)	26 (40.0)	2 (3.1)	1 (1.5)	65	3.77	0.95	มาก
5. เพื่อออกกำลังกาย	5 (7.7)	15 (23.1)	30 (46.2)	11 (16.9)	4 (6.2)	65	3.09	0.98	ปานกลาง
6. เพื่อเยี่ยมเยียนญาติสนิทมิตรสหาย	10 (15.4)	13 (20.0)	12 (18.5)	8 (12.3)	22 (33.8)	65	2.70	1.50	ปานกลาง
7. เพื่อพบปะผู้คนและประกอบกิจกรรมทางสังคม	6 (9.2)	29 (44.6)	22 (33.8)	3 (4.6)	5 (7.7)	65	3.43	1.00	ปานกลาง
8. เพื่อผจญภัย/หาประสบการณ์ที่ท้าทาย	14 (21.5)	22 (33.8)	21 (32.3)	4 (6.2)	4 (6.2)	65	3.58	1.08	มาก
9. เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่	24 (36.9)	24 (36.9)	10 (15.4)	5 (7.7)	2 (3.1)	65	3.97	1.06	มาก
10. เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่	26 (40.0)	26 (40.0)	10 (15.4)	2 (3.1)	1 (1.5)	65	4.14	0.90	มาก
11. เพื่อเสริมสร้างสติปัญญา	17 (26.2)	19 (29.2)	22 (33.8)	4 (6.2)	3 (4.6)	65	3.66	1.07	มาก

จากตารางที่ 5.29 พบว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในภาคตะวันออก ข้อที่มีค่ามาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ข้อ 3. เพื่อพักผ่อนและคลายเครียด ($\bar{X} = 4.20$) ข้อ 1. เพื่อหลีกเลี่ยงจากกิจกรรมที่ทำประจำทุกวัน ($\bar{X} = 4.17$) และข้อ 10. เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ ($\bar{X} = 4.14$) ตามลำดับ

ตารางที่ 5.30 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามแรงจูงใจในการท่องเที่ยวภาคใต้

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
1. เพื่อหลีกเลี่ยงจากกิจกรรมที่ทำประจำทุกวัน	19 (31.7)	29 (48.3)	8 (13.3)	3 (5.0)	1 (1.7)	60	4.03	0.90	มาก
2. เพื่อหลีกเลี่ยงความเครียด	29 (48.3)	21 (35.0)	8 (13.3)	2 (3.3)	0 (0.0)	60	4.28	0.82	มาก
3. เพื่อพักผ่อนและคลายเครียด	42 (70.0)	13 (21.7)	2 (3.3)	3 (5.0)	0 (0.0)	60	4.57	0.79	มากที่สุด
4. เพื่อปรับปรุงสุขภาพและความเป็นอยู่	14 (23.3)	26 (43.3)	13 (21.7)	5 (8.3)	2 (3.3)	60	3.75	1.01	มาก
5. เพื่อออกกำลังกาย	6 (10.0)	25 (41.7)	10 (16.7)	9 (15.0)	10 (16.7)	60	3.13	1.28	ปานกลาง
6. เพื่อเยี่ยมเยียนญาติสนิทมิตรสหาย	7 (11.7)	15 (25.0)	13 (21.7)	4 (6.7)	21 (35.0)	60	2.72	1.46	ปานกลาง
7. เพื่อพบปะผู้คนและประกอบกิจกรรมทางสังคม	9 (15.0)	25 (41.7)	16 (26.7)	5 (8.3)	5 (8.3)	60	3.47	1.11	ปานกลาง
8. เพื่อผจญภัย/หาประสบการณ์ที่ท้าทาย	9 (15.0)	20 (33.3)	19 (31.7)	3 (5.0)	9 (15.0)	60	3.28	1.24	ปานกลาง
9. เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่	16 (26.7)	25 (41.7)	13 (21.7)	4 (6.7)	2 (3.3)	60	3.82	1.01	มาก
10. เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่	14 (23.3)	27 (45.0)	14 (23.3)	2 (3.3)	5 (5.0)	60	3.78	1.01	มาก
11. เพื่อเสริมสร้างสติปัญญา	8 (13.3)	21 (35.0)	18 (30.0)	7 (11.7)	6 (10.0)	60	3.30	1.15	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.30 พบว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในภาคใต้ ข้อที่มีค่ามาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ข้อ 3. เพื่อพักผ่อนและคลายเครียด ($\bar{X} = 4.57$) ข้อ 2. เพื่อหลีกเลี่ยงความเครียด ($\bar{X} = 4.28$) และข้อ 1. เพื่อหลีกเลี่ยงจากกิจกรรมที่ทำประจำทุกวัน ($\bar{X} = 4.03$) ตามลำดับ

ตารางที่ 5.31 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
โดยภาพรวมทั่วประเทศ

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
1. เพื่อหลีกเลี่ยงจากกิจกรรมที่ทำประจำทุกวัน	122 (28.4)	153 (35.6)	88 (20.5)	34 (7.9)	33 (7.7)	430	3.691	1.18	มาก
2. เพื่อหลีกเลี่ยงความเครียด	149 (34.7)	139 (32.3)	79 (18.4)	35 (8.1)	28 (6.5)	430	3.805	1.19	มาก
3. เพื่อพักผ่อนและคลายเครียด	196 (45.6)	142 (33.0)	54 (12.6)	27 (6.3)	11 (2.6)	430	4.128	1.02	มาก
4. เพื่อปรับปรุงสุขภาพและความเป็นอยู่	84 (19.5)	159 (37.0)	131 (30.5)	44 (10.2)	12 (2.8)	430	3.602	1.00	มาก
5. เพื่อออกกำลังกาย	38 (8.8)	125 (29.1)	149 (34.7)	78 (18.1)	40 (9.3)	430	3.100	1.09	ปานกลาง
6. เพื่อเยี่ยมเยียนญาติสนิทมิตรสหาย	77 (17.9)	104 (24.2)	91 (21.2)	51 (11.9)	107 (24.9)	430	2.984	1.44	ปานกลาง
7. เพื่อพบปะผู้คนและประกอบกิจกรรมทางสังคม	87 (20.2)	170 (39.5)	124 (28.8)	30 (7.0)	19 (4.4)	430	3.642	1.02	มาก
8. เพื่อผจญภัย/หาประสบการณ์ที่ท้าทาย	86 (20.0)	156 (36.3)	132 (30.7)	36 (8.4)	20 (4.7)	430	3.586	1.05	มาก
9. เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่	159 (37.0)	162 (37.7)	63 (14.7)	29 (6.7)	17 (4.0)	430	3.970	1.07	มาก
10. เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่	145 (33.7)	171 (39.8)	79 (18.4)	24 (5.6)	11 (2.6)	430	3.965	0.99	มาก
11. เพื่อเสริมสร้างสติปัญญา	82 (19.1)	140 (32.6)	135 (31.4)	49 (11.4)	24 (5.6)	430	3.481	1.09	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.31 พบว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยภาพรวมทั่วประเทศ ข้อที่มีค่ามาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ข้อ 3. เพื่อพักผ่อนและคลายเครียด ($\bar{X} = 4.12$) ข้อ 9. เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ($\bar{X} = 3.97$) และข้อ 10. เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ ($\bar{X} = 3.96$) ตามลำดับ

4. ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

วิเคราะห์โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ตารางที่ 5.32 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามความต้องการของ
นักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ

ข้อความ	ระดับความสำคัญ					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
ที่พัก									
1. ที่ตั้งของที่พัก	50 (24.6)	108 (53.2)	26 (12.8)	15 (7.4)	4 (2.0)	203	3.84	1.11	มาก
2. ราคาของที่พัก	62 (30.5)	90 (44.3)	32 (15.8)	11 (5.4)	8 (3.9)	203	3.92	1.00	มาก
3. อุปกรณ์ช่วยเหลือ ผู้สูงอายุหรือ ผู้พิการ	40 (19.7)	81 (39.9)	64 (31.5)	10 (4.9)	8 (3.9)	203	3.43	1.23	ปานกลาง
4. ความหลากหลายและ ความเหมาะสมของอาหาร และเครื่องดื่ม	58 (28.6)	100 (49.3)	32 (15.8)	7 (3.4)	6 (3.0)	203	3.93	0.97	มาก
การคมนาคม									
5. ความสะดวกในการ เดินทางเข้าถึงประเทศ	53 (26.1)	101 (49.8)	34 (16.7)	9 (4.4)	6 (3.0)	203	3.90	1.03	มาก
6. การเดินทาง ภายในประเทศ	51 (25.1)	101 (49.8)	31 (15.3)	11 (5.4)	9 (4.4)	203	3.83	0.92	มาก
7. การอำนวยความสะดวก ในพิธีการตรวจคนเข้าเมือง และศุลกากร	50 (24.6)	96 (47.3)	40 (19.7)	9 (4.4)	8 (3.9)	203	3.75	1.02	มาก
แหล่งท่องเที่ยว									
8. แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ	67 (33.3)	101 (49.8)	23 (11.3)	7 (3.4)	5 (2.5)	203	4.10	1.00	มาก
9. แหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์	72 (35.5)	90 (44.3)	28 (13.8)	6 (3.0)	7 (3.4)	203	3.97	1.04	มาก
10. แหล่งท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม	69 (34.0)	92 (45.3)	27 (13.3)	9 (4.4)	6 (3.0)	203	3.90	1.01	มาก
11. เทศกาลและงาน ประเพณี	51 (25.1)	79 (38.9)	50 (24.6)	17 (8.4)	6 (3.0)	203	3.42	1.10	ปานกลาง

ตารางที่ 5.32 (ต่อ)

ข้อความ	ระดับความสำคัญ					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
10. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	69 (34.0)	92 (45.3)	27 (13.3)	9 (4.4)	6 (3.0)	203	3.90	1.01	มาก
11. เทศกาลและงานประเพณี	51 (25.1)	79 (38.9)	50 (24.6)	17 (8.4)	6 (3.0)	203	3.42	1.10	ปานกลาง
สิ่งอำนวยความสะดวก									
12. คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว	65 (32.0)	76 (37.4)	45 (22.2)	14 (6.9)	3 (1.5)	203	3.76	1.12	มาก
13. คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์	64 (31.5)	72 (35.5)	43 (21.2)	17 (8.4)	7 (3.4)	203	3.73	1.10	มาก
14. กิจกรรมเรียนรู้เพื่อการพักผ่อน	30 (14.8)	86 (42.4)	64 (31.5)	15 (7.4)	8 (3.9)	203	3.24	1.16	ปานกลาง
15. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา	41 (20.2)	85 (41.9)	58 (28.6)	13 (6.4)	6 (3.0)	203	3.64	1.03	มาก
สาธารณูปโภค									
16. โครงสร้างพื้นฐาน	44 (21.7)	99 (48.8)	40 (19.7)	15 (7.4)	5 (2.5)	203	3.63	0.97	มาก
17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว	75 (36.9)	80 (39.4)	34 (16.7)	10 (4.9)	4 (2.0)	203	4.08	1.03	มาก

จากตารางที่ 5.32 พบว่าความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ ข้อที่มีความสำคัญมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ข้อ 8. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ($\bar{X} = 4.10$) ข้อ 17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.08$) และข้อ 9. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ($\bar{X} = 3.97$) ตามลำดับ

ตารางที่ 5.33 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามความต้องการของ
นักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในภาคเหนือ

ข้อความ	ระดับความสำคัญ					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
ที่พัก									
1. ที่ตั้งของที่พัก	15 (25.4)	29 (49.2)	9 (15.3)	6 (10.2)	0 (0.0)	59	3.90	0.90	มาก
2. ราคาของที่พัก	17 (28.8)	19 (32.2)	19 (32.2)	4 (6.8)	0 (0.0)	59	3.83	0.92	มาก
3. อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือผู้พิการ	1 (1.7)	17 (28.8)	23 (39.0)	11 (18.6)	7 (11.9)	59	2.91	1.01	ปานกลาง
4. ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม	7 (11.9)	32 (54.2)	20 (33.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	59	3.78	0.64	มาก
การคมนาคม									
5. ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ	11 (18.6)	26 (44.1)	15 (25.4)	7 (11.9)	0 (0.0)	59	3.70	0.91	มาก
6. การเดินทางภายในประเทศ	11 (18.6)	25 (42.4)	21 (35.6)	1 (1.7)	1 (1.7)	59	3.75	0.84	มาก
7. การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร	14 (23.7)	20 (33.9)	17 (28.8)	6 (10.2)	2 (3.4)	59	3.67	1.07	มาก
แหล่งท่องเที่ยว									
8. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	15 (25.4)	35 (59.3)	9 (15.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	59	4.12	0.64	มาก
9. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	13 (22.0)	32 (54.2)	13 (22.0)	1 (1.7)	0 (0.0)	59	3.97	0.71	มาก
10. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	18 (30.5)	26 (44.1)	13 (22.0)	2 (3.4)	0 (0.0)	59	4.00	0.82	มาก
11. เทศกาลและงานประเพณี	7 (11.9)	22 (37.3)	26 (44.1)	3 (5.1)	1 (1.7)	59	3.52	0.83	มาก

ตารางที่ 5.33 (ต่อ)

ข้อความ	ระดับความสำคัญ					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
สิ่งอำนวยความสะดวก									
12. คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว	17 (28.8)	16 (27.1)	15 (25.4)	7 (11.9)	4 (6.8)	59	3.60	1.21	มาก
13. คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์	19 (32.2)	14 (23.7)	12 (20.3)	10 (16.9)	4 (6.7)	59	3.57	1.28	มาก
14. กิจกรรมเรียนรู้เพื่อการพักผ่อน	4 (6.8)	15 (25.4)	22 (37.3)	12 (20.3)	6 (10.2)	59	2.95	1.10	ปานกลาง
15. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา	18 (30.5)	22 (37.3)	14 (23.7)	5 (8.5)	0 (0.0)	59	3.85	1.01	มาก
สาธารณูปโภค									
16. โครงสร้างพื้นฐาน	11 (18.6)	20 (33.9)	17 (28.8)	10 (16.9)	1 (1.7)	59	3.50	1.03	มาก
17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว	27 (45.8)	16 (27.1)	12 (20.3)	3 (5.1)	1 (1.7)	59	4.10	1.00	มาก

จากตารางที่ 5.33 พบว่าความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในภาคเหนือ ข้อที่มีความสำคัญมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ข้อ 8. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ($\bar{X} = 4.12$) ข้อ 17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.10$) และข้อ 10. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ($\bar{X} = 4.00$) ตามลำดับ

ตารางที่ 5.34 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามความต้องการของ
นักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในภาคกลาง

ข้อความ	ระดับความสำคัญ					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
ที่พัก									
1. ที่ตั้งของที่พัก	14 (32.6)	21 (48.8)	6 (14.0)	0 (0.0)	2 (4.7)	43	4.04	0.95	มาก
2. ราคาของที่พัก	11 (25.6)	19 (44.2)	11 (25.6)	1 (2.3)	1 (2.3)	43	3.88	0.90	มาก
3. อุปกรณ์ช่วยเหลือ ผู้สูงอายุหรือ ผู้พิการ	4 (9.3)	21 (48.8)	13 (30.2)	2 (4.7)	3 (7.0)	43	3.49	0.98	มาก
4. ความหลากหลายและ ความเหมาะสมของอาหาร และเครื่องดื่ม	10 (23.3)	26 (60.5)	5 (11.6)	2 (4.7)	0 (0.0)	43	4.02	0.74	มาก
การคมนาคม									
5. ความสะดวกในการ เดินทางเข้าถึงประเทศ	10 (23.3)	25 (58.1)	6 (14.0)	2 (4.7)	0 (0.0)	43	4.00	0.76	มาก
6. การเดินทาง ภายในประเทศ	12 (27.9)	18 (41.9)	9 (20.9)	3 (7.0)	1 (2.3)	43	3.86	0.99	มาก
7. การอำนวยความสะดวก ในพิธีการตรวจคนเข้าเมือง และศุลกากร	10 (23.3)	14 (32.6)	15 (34.9)	2 (4.7)	2 (4.7)	43	3.65	1.04	มาก
แหล่งท่องเที่ยว									
8. แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ	9 (20.9)	23 (53.5)	9 (20.9)	2 (4.7)	0 (0.0)	43	3.91	0.78	มาก
9. แหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์	6 (14.0)	22 (51.2)	11 (25.6)	4 (9.3)	0 (0.0)	43	3.70	0.83	มาก
10. แหล่งท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม	11 (25.6)	18 (41.9)	13 (30.2)	1 (2.3)	0 (0.0)	43	3.91	0.81	มาก
11. เทศกาลและงาน ประเพณี	4 (9.3)	15 (34.9)	19 (44.2)	5 (11.6)	0 (0.0)	43	3.42	0.82	มาก
สิ่งอำนวยความสะดวก									
12. คุณภาพการบริการของ ตัวแทนท่องเที่ยว	8 (18.6)	15 (34.9)	13 (30.2)	5 (11.6)	2 (4.7)	43	3.51	1.08	มาก
13. คุณภาพการบริการของ ผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์	6 (14.0)	16 (37.2)	14 (32.6)	5 (11.6)	2 (4.7)	43	3.44	1.03	ปานกลาง

ตารางที่ 5.34 (ต่อ)

ข้อความ	ระดับความสำคัญ					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
14. กิจกรรมเรียนรู้เพื่อการพักผ่อน	4 (9.3)	14 (32.6)	11 (25.6)	7 (16.3)	7 (16.3)	43	3.02	1.24	ปานกลาง
15. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา	9 (20.9)	14 (32.6)	10 (23.3)	5 (11.6)	5 (11.6)	43	3.40	1.28	ปานกลาง
สาธารณูปโภค 16. โครงสร้างพื้นฐาน	9 (20.9)	16 (37.2)	13 (30.2)	4 (9.3)	1 (2.3)	43	3.65	1.00	มาก
17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว	22 (51.2)	16 (37.2)	3 (7.0)	1 (2.3)	1 (2.3)	43	4.32	0.89	มาก

จากตารางที่ 5.34 พบว่าความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในภาคกลาง ข้อที่มีความสำคัญมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ข้อ 17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.32$) ข้อ 1. ที่ตั้งของที่พักร ($\bar{X} = 4.04$) และข้อ 4. ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม ($\bar{X} = 4.02$) ตามลำดับ

ตารางที่ 5.35 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในภาคตะวันออก

ข้อความ	ระดับความสำคัญ					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
ที่พัก 1. ที่ตั้งของที่พักร	37 (56.9)	18 (27.7)	5 (7.7)	1 (1.5)	4 (6.2)	65	4.28	1.10	มาก
2. ราคาของที่พักร	35 (53.8)	18 (27.7)	8 (12.3)	3 (4.6)	1 (1.5)	65	4.28	0.96	มาก
3. อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือผู้พิการ	17 (26.2)	20 (30.8)	20 (30.8)	4 (6.2)	4 (6.2)	65	3.65	1.12	มาก

ตารางที่ 5.35 (ต่อ)

ข้อความ	ระดับความสำคัญ					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
4. ความหลากหลายและ ความเหมาะสมของอาหาร และเครื่องดื่ม	23 (35.4)	33 (50.8)	5 (7.7)	3 (4.6)	1 (1.5)	65	4.14	0.86	มาก
การคมนาคม									
5. ความสะดวกในการเดินทาง เข้าสู่ประเทศ	25 (38.5)	28 (43.1)	9 (13.8)	2 (3.1)	1 (1.5)	65	4.14	0.88	มาก
6. การเดินทางภายในประเทศ	16 (24.6)	30 (46.2)	15 (23.1)	2 (3.1)	2 (3.1)	65	3.86	0.93	มาก
7. การอำนวยความสะดวกในพิธี การตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร	21 (32.3)	25 (38.5)	15 (23.1)	2 (3.1)	2 (3.1)	65	3.94	0.98	มาก
แหล่งท่องเที่ยว									
8. แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ	18 (27.7)	30 (46.2)	11 (16.9)	4 (6.2)	2 (3.1)	65	3.89	0.99	มาก
9. แหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์	12 (18.5)	32 (49.2)	16 (24.6)	3 (4.6)	2 (3.1)	65	3.75	0.92	มาก
10. แหล่งท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม	10 (15.4)	30 (46.2)	18 (27.7)	7 (10.8)	0 (0.0)	65	3.66	0.87	มาก
11. เทศกาลและงานประเพณี	7 (10.8)	22 (33.8)	25 (38.5)	10 (15.4)	1 (1.5)	65	3.37	0.93	ปานกลาง
สิ่งอำนวยความสะดวก									
12. คุณภาพการบริการของ ตัวแทนท่องเที่ยว	21 (32.3)	20 (30.8)	19 (29.2)	2 (3.1)	3 (4.6)	65	3.83	1.07	มาก
13. คุณภาพการบริการของ ผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์	16 (24.6)	25 (38.5)	13 (20.0)	7 (10.8)	4 (6.2)	65	3.65	1.15	มาก
14. กิจกรรมเรียนรู้เพื่อการ พักผ่อน	3 (4.6)	23 (35.4)	28 (43.1)	4 (6.2)	7 (10.8)	65	3.17	1.01	ปานกลาง
15. สิ่งอำนวยความสะดวกทาง การแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา	23 (35.4)	22 (33.8)	17 (26.2)	3 (4.6)	0 (0.0)	65	4.00	0.90	มาก
สาธารณูปโภค									
16. โครงสร้างพื้นฐาน	17 (26.2)	34 (52.3)	10 (15.4)	3 (4.6)	1 (1.5)	65	3.97	0.87	มาก
17. ความปลอดภัยของเมือง ท่องเที่ยว	35 (53.8)	17 (26.2)	8 (12.3)	3 (4.6)	2 (3.1)	65	4.23	1.04	มาก

จากตารางที่ 5.35 พบว่าความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในภาคตะวันออก ข้อที่มีความสำคัญมากในอันดับแรก ๆ ได้แก่ ข้อ 1. ที่ตั้งของที่พักร ($\bar{X} = 4.28$) ข้อ 2. ราคาของที่พักร ($\bar{X} = 4.28$) ข้อ 17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.23$) ข้อ 4. ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม ($\bar{X} = 4.14$) และข้อ 5. ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ ($\bar{X} = 4.14$) ตามลำดับ

ตารางที่ 5.36 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในภาคใต้

ข้อความ	ระดับความสำคัญ					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
ที่พัก									
1. ที่ตั้งของที่พักร	38 (63.3)	12 (20.0)	9 (15.0)	0 (0.0)	1 (1.7)	60	4.43	0.87	มาก
2. ราคาของที่พักร	28 (46.7)	21 (35.0)	6 (10.0)	3 (5.0)	2 (3.3)	60	4.17	1.03	มาก
3. อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือผู้พิการ	12 (20.0)	25 (41.7)	10 (16.7)	7 (11.7)	6 (10.0)	60	3.50	1.23	มาก
4. ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม	26 (43.3)	22 (36.7)	6 (10.0)	5 (8.3)	1 (1.7)	60	4.12	1.01	มาก
การคมนาคม									
5. ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ	20 (33.3)	27 (45.0)	10 (16.7)	2 (3.3)	1 (1.7)	60	4.05	0.89	มาก
6. การเดินทางภายในประเทศ	11 (18.3)	22 (36.7)	23 (38.3)	0 (0.0)	4 (6.7)	60	3.60	1.01	มาก
7. การอำนวยความสะดวกในการจราจรคนเข้าเมืองและศุลกากร	12 (20.0)	26 (43.3)	12 (20.0)	3 (5.0)	7 (11.7)	60	3.55	1.21	มาก
แหล่งท่องเที่ยว									
8. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	14 (23.3)	31 (51.7)	8 (13.3)	4 (6.7)	3 (5.0)	60	3.82	1.03	มาก

ตารางที่ 5.36 (ต่อ)

ข้อความ	ระดับความสำคัญ					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
9. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	5 (8.3)	30 (50.0)	18 (30.0)	4 (6.7)	3 (5.0)	60	3.50	0.93	มาก
10. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	4 (6.7)	32 (53.3)	16 (26.7)	5 (8.3)	3 (5.0)	60	3.48	0.93	ปานกลาง
11. เทศกาลและงานประเพณี	2 (3.3)	21 (35.0)	26 (43.3)	8 (13.3)	3 (5.0)	60	3.18	0.89	ปานกลาง
สิ่งอำนวยความสะดวก									
12. คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว	11 (18.3)	27 (45.0)	11 (18.3)	5 (8.3)	6 (10.0)	60	3.53	1.18	มาก
13. คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์	14 (23.3)	18 (30.0)	20 (33.3)	3 (5.0)	5 (8.3)	60	3.55	1.16	มาก
14. กิจกรรมเรียนรู้เพื่อการพักผ่อน	5 (8.3)	18 (30.0)	23 (38.3)	5 (8.3)	9 (15.0)	60	3.08	1.15	ปานกลาง
15. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา	17 (28.3)	24 (40.0)	13 (21.7)	3 (5.0)	3 (5.0)	60	3.82	1.07	มาก
สาธารณูปโภค									
16. โครงสร้างพื้นฐาน	18 (30.0)	27 (45.0)	11 (18.3)	1 (1.7)	3 (5.0)	60	3.93	1.01	มาก
17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว	37 (61.7)	19 (31.7)	2 (3.3)	0 (0.0)	2 (3.3)	60	4.48	0.85	มาก

จากตารางที่ 5.36 พบว่าความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในภาคใต้ ข้อที่มีความสำคัญมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ข้อ 17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.48$) ข้อ 1. ที่ตั้งของที่พัก ($\bar{X} = 4.43$) และข้อ 2. ราคาของที่พัก ($\bar{X} = 4.17$) ตามลำดับ

ตารางที่ 5.37 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามความต้องการของ
นักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวมทั่วประเทศ

ข้อความ	ระดับความสำคัญ					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
ที่พัก									
1. ที่ตั้งของที่พัก	168 (39.1)	162 (37.7)	59 (13.7)	23 (5.3)	18 (4.2)	430	4.02	1.059	มาก
2. ราคาของที่พัก	152 (35.3)	169 (39.3)	71 (16.5)	30 (7.0)	8 (1.9)	430	3.99	0.984	มาก
3. อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือ ผู้พิการ	80 (18.6)	145 (33.7)	115 (26.7)	51 (11.9)	39 (9.1)	430	3.41	1.183	ปานกลาง
4. ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม	128 (29.8)	199 (46.3)	74 (17.2)	22 (5.1)	7 (1.6)	430	3.97	0.907	มาก
การคมนาคม									
5. ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ	130 (30.2)	192 (44.7)	66 (15.3)	36 (8.4)	6 (1.4)	430	3.94	0.956	มาก
6. การเดินทางภายในประเทศ	97 (22.6)	190 (44.2)	114 (26.5)	16 (3.7)	13 (3.0)	430	3.80	0.934	มาก
7. การอำนวยความสะดวกในการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร	110 (25.6)	160 (37.2)	108 (25.1)	36 (8.4)	16 (3.7)	430	3.73	1.051	มาก
แหล่งท่องเที่ยว									
8. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	138 (32.1)	202 (47.0)	59 (13.7)	19 (4.4)	12 (2.8)	430	4.01	0.942	มาก
9. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	106 (24.7)	199 (46.3)	90 (20.9)	21 (4.9)	14 (3.3)	430	3.84	0.960	มาก
10. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	102 (23.7)	199 (46.3)	91 (21.2)	27 (6.3)	11 (2.6)	430	3.82	0.949	มาก
11. เทศกาลและงานประเพณี	59 (13.7)	136 (31.6)	166 (38.6)	54 (12.6)	15 (3.5)	430	3.40	0.988	ปานกลาง

ตารางที่ 5.37 (ต่อ)

ข้อความ	ระดับความสำคัญ					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
สิ่งอำนวยความสะดวก									
12. คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว	118 (27.4)	149 (34.7)	99 (23.0)	40 (9.3)	24 (5.6)	430	3.70	1.134	มาก
13. คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์	114 (26.5)	139 (32.3)	110 (25.6)	44 (10.2)	23 (5.3)	430	3.64	1.135	มาก
14. กิจกรรมเรียนรู้เพื่อการพักผ่อน	46 (10.7)	130 (30.2)	144 (33.5)	64 (14.9)	46 (10.7)	430	3.15	1.134	ปานกลาง
15. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา	113 (26.3)	152 (35.3)	115 (26.7)	36 (8.4)	14 (3.3)	430	3.73	1.043	มาก
สาธารณูปโภค									
16. โครงสร้างพื้นฐาน	92 (21.4)	180 (41.9)	111 (25.8)	35 (8.1)	12 (2.8)	430	3.71	0.983	มาก
17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว	212 (49.3)	127 (29.5)	58 (13.5)	25 (5.8)	8 (1.9)	430	4.19	0.998	มาก

จากตารางที่ 5.37 พบว่าความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวมทั่วประเทศ ข้อที่มีความสำคัญมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ข้อ 17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.19$) ข้อ 1. ที่ตั้งของที่พักรัก ($\bar{X} = 4.02$) และข้อ 8. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ($\bar{X} = 4.01$) ตามลำดับ

5. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

วิเคราะห์โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังนี้

ตารางที่ 5.38 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามความสามารถในการ
ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวใน
กรุงเทพฯ

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
ที่พัก									
1. ที่ตั้งของที่พัก	64 (31.5)	82 (40.4)	30 (14.8)	16 (7.9)	11 (5.4)	203	3.91	0.91	มาก
2. ราคาของที่พัก	61 (30.0)	92 (45.3)	27 (13.3)	19 (9.4)	4 (2.0)	203	3.92	1.02	มาก
3. อุปกรณ์ช่วยเหลือ ผู้สูงอายุหรือ ผู้พิการ	46 (22.7)	62 (30.5)	49 (24.1)	27 (13.3)	19 (9.4)	203	3.67	0.98	มาก
4. ความหลากหลาย และความเหมาะสม ของอาหารและ เครื่องดื่ม	62 (30.5)	86 (42.4)	38 (18.7)	12 (5.9)	5 (2.5)	203	3.97	0.92	มาก
การคมนาคม									
5. ความสะดวกในการ เดินทางเข้าถึงประเทศ	64 (31.5)	86 (42.4)	26 (12.8)	23 (11.3)	4 (2.0)	203	3.91	0.93	มาก
6. การเดินทาง ภายในประเทศ	47 (23.2)	95 (46.8)	46 (22.7)	10 (4.9)	5 (2.5)	203	3.86	1.00	มาก
7. การอำนวยความสะดวก ในพิธีการตรวจ คนเข้าเมืองและ ศุลกากร	53 (26.1)	75 (36.9)	49 (24.1)	23 (11.3)	3 (1.5)	203	3.84	0.98	มาก
แหล่งท่องเที่ยว									
8. แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ	82 (40.4)	83 (40.9)	22 (10.8)	9 (4.4)	7 (3.4)	203	4.07	0.90	มาก
9. แหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์	70 (34.5)	83 (40.9)	32 (15.8)	9 (4.4)	9 (4.4)	203	4.05	0.96	มาก
10. แหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม	59 (29.1)	93 (45.8)	31 (15.3)	12 (5.9)	8 (3.9)	203	4.02	0.96	มาก
11. เทศกาลและงาน ประเพณี	39 (19.2)	56 (27.6)	70 (34.5)	28 (13.8)	10 (4.9)	203	3.74	1.02	มาก

ตารางที่ 5.38 (ต่อ)

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
สิ่งอำนวยความสะดวก									
12. คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว	61 (30.0)	71 (35.0)	41 (20.2)	21 (10.3)	9 (4.4)	203	3.92	0.97	มาก
13. คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์	59 (29.1)	66 (32.5)	51 (25.1)	19 (9.4)	8 (3.9)	203	3.83	1.07	มาก
14. กิจกรรมเรียนรู้เพื่อการพักผ่อน	30 (14.8)	60 (29.6)	60 (29.6)	36 (17.7)	17 (8.4)	203	3.57	0.96	มาก
15. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา	46 (22.7)	70 (34.5)	61 (30.0)	20 (9.9)	6 (3.0)	203	3.70	0.96	มาก
สาธารณูปโภค									
16. โครงสร้างพื้นฐาน	37 (18.2)	83 (40.9)	60 (29.6)	17 (8.4)	6 (3.0)	203	3.80	0.95	มาก
17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว	91 (44.8)	59 (29.1)	33 (16.3)	18 (8.9)	2 (1.0)	203	4.04	0.96	มาก

จากตารางที่ 5.38 พบว่าความสามารถในการตอบสนองต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ ข้อที่มีความพึงพอใจมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ข้อ 8. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ($\bar{X} = 4.07$) ข้อ 9. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ($\bar{X} = 4.05$) และข้อ 17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.04$) ตามลำดับ

ตารางที่ 5.39 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามความสามารถในการ
ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวใน
ภาคเหนือ

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
ที่พัก									
1. ที่ตั้งของที่พัก	14 (23.7)	30 (50.8)	12 (20.3)	3 (5.1)	0 (0.0)	59	3.93	0.80	มาก
2. ราคาของที่พัก	18 (30.5)	22 (37.3)	18 (30.5)	1 (1.7)	0 (0.0)	59	3.97	0.82	มาก
3. อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือ ผู้พิการ	4 (6.8)	24 (40.7)	23 (39.0)	7 (11.9)	1 (1.7)	59	3.40	0.85	ปานกลาง
4. ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม	15 (25.4)	29 (49.2)	14 (23.7)	0 (0.0)	1 (1.7)	59	3.97	0.80	มาก
การคมนาคม									
5. ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ	12 (20.3)	28 (47.5)	14 (23.7)	5 (8.5)	0 (0.0)	59	3.80	0.86	มาก
6. การเดินทางภายในประเทศ	13 (22.0)	26 (44.1)	18 (30.5)	2 (3.4)	0 (0.0)	59	3.85	0.80	มาก
7. การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร	10 (16.9)	28 (47.5)	16 (27.1)	3 (5.1)	2 (3.4)	59	3.70	0.93	มาก
แหล่งท่องเที่ยว									
8. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	15 (25.4)	36 (61.0)	7 (11.9)	1 (1.7)	0 (0.0)	59	4.10	0.66	มาก
9. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	19 (32.2)	29 (49.2)	9 (15.3)	2 (3.4)	0 (0.0)	59	4.10	0.77	มาก
10. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	17 (28.8)	31 (52.5)	10 (16.9)	1 (1.7)	0 (0.0)	59	4.08	0.72	มาก
11. เทศกาลและงานประเพณี	13 (22.0)	22 (37.3)	20 (33.9)	3 (5.1)	1 (1.7)	59	3.73	0.92	มาก

ตารางที่ 5.39 (ต่อ)

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
สิ่งอำนวยความสะดวก									
12. คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว	13 (22.0)	19 (32.2)	23 (39.0)	4 (6.8)	0 (0.0)	59	3.70	0.89	มาก
13. คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์	18 (30.5)	18 (30.5)	16 (27.1)	5 (8.5)	2 (3.4)	59	3.77	1.08	มาก
14. กิจกรรมเรียนรู้เพื่อการพักผ่อน	7 (11.9)	28 (47.5)	16 (27.1)	8 (13.6)	0 (0.0)	59	3.59	0.87	มาก
15. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา	18 (30.5)	32 (54.2)	6 (10.2)	3 (5.1)	0 (0.0)	59	4.10	0.77	มาก
สาธารณูปโภค									
16. โครงสร้างพื้นฐาน	9 (15.3)	30 (50.8)	15 (25.4)	5 (8.5)	0 (0.0)	59	3.73	0.82	มาก
17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว	24 (40.7)	19 (32.2)	10 (16.9)	6 (10.2)	0 (0.0)	59	4.03	0.99	มาก

จากตารางที่ 5.39 พบว่าความสามารถในการตอบสนองต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในภาคเหนือ ข้อที่มีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรก ๆ ได้แก่ ข้อ 8. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ($\bar{X} = 4.10$) ข้อ 9. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ($\bar{X} = 4.10$) ข้อ 15. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา ($\bar{X} = 4.10$) ข้อ 10. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ($\bar{X} = 4.08$) และข้อ 17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.03$) ตามลำดับ

ตารางที่ 5.40 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามความสามารถในการ
ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวใน
ภาคกลาง

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
ที่พัก									
1. ที่ตั้งของที่พัก	15 (34.9)	22 (51.2)	5 (11.6)	1 (2.3)	0 (0.0)	43	4.18	0.73	มาก
2. ราคาของที่พัก	10 (23.3)	23 (53.5)	10 (23.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	43	4.00	0.69	มาก
3. อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือ ผู้พิการ	6 (14.0)	25 (58.1)	10 (23.3)	1 (2.3)	1 (2.3)	43	3.79	0.80	มาก
4. ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม	12 (27.9)	24 (55.8)	4 (9.3)	3 (7.0)	0 (0.0)	43	4.04	0.82	มาก
การคมนาคม									
5. ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ	10 (23.3)	21 (48.8)	9 (20.9)	3 (7.0)	0 (0.0)	43	3.88	0.85	มาก
6. การเดินทางภายในประเทศ	9 (20.9)	24 (55.8)	7 (16.3)	3 (7.0)	0 (0.0)	43	3.90	0.81	มาก
7. การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร	11 (25.6)	22 (51.2)	7 (16.3)	2 (4.7)	1 (2.3)	43	3.93	0.91	มาก
แหล่งท่องเที่ยว									
8. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	12 (27.9)	25 (58.1)	6 (14.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	43	4.14	0.64	มาก
9. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	12 (27.9)	23 (53.5)	6 (14.0)	1 (2.3)	1 (2.3)	43	4.02	0.86	มาก
10. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	13 (30.2)	21 (48.8)	8 (18.6)	0 (0.0)	1 (2.3)	43	4.04	0.84	มาก
11. เทศกาลและงานประเพณี	9 (20.9)	21 (48.8)	9 (20.9)	3 (7.0)	1 (2.3)	43	3.79	0.94	มาก

ตารางที่ 5.40 (ต่อ)

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
สิ่งอำนวยความสะดวก									
12. คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว	6 (14.0)	17 (39.5)	11 (25.6)	5 (11.6)	4 (9.3)	43	3.37	1.16	ปานกลาง
13. คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์	5 (11.6)	19 (44.2)	10 (23.3)	6 (14.0)	3 (7.0)	43	3.40	1.09	ปานกลาง
14. กิจกรรมเรียนรู้เพื่อการพักผ่อน	4 (9.3)	18 (41.9)	9 (20.9)	9 (20.9)	3 (7.0)	43	3.26	1.11	ปานกลาง
15. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา	14 (32.6)	16 (37.2)	6 (14.0)	3 (7.0)	4 (9.3)	43	3.77	1.25	มาก
สาธารณูปโภค									
16. โครงสร้างพื้นฐาน	9 (20.9)	18 (41.9)	14 (32.6)	2 (4.7)	0 (0.0)	43	3.79	0.83	มาก
17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว	16 (37.2)	20 (46.5)	4 (9.3)	1 (2.3)	2 (4.7)	43	4.09	1.00	มาก

จากตารางที่ 5.40 พบว่าความสามารถในการตอบสนองต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในภาคกลาง ข้อที่มีความพึงพอใจมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ข้อ 1. ที่ตั้งของที่พัก ($\bar{X} = 4.18$) ข้อ 8. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ($\bar{X} = 4.14$) และข้อ 17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.09$) ตามลำดับ

ตารางที่ 5.41 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามความสามารถในการ
ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวใน
ภาคตะวันออก

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
ที่พัก									
1. ที่ตั้งของที่พัก	35 (53.8)	23 (35.4)	4 (6.2)	3 (4.6)	0 (0.0)	65	4.38	0.80	มาก
2. ราคาของที่พัก	28 (43.1)	28 (43.1)	6 (9.2)	0 (0.0)	3 (4.6)	65	4.20	0.96	มาก
3. อุปกรณ์ช่วยเหลือ ผู้สูงอายุหรือ ผู้พิการ	20 (30.8)	25 (38.5)	15 (23.1)	4 (6.2)	1 (1.5)	65	3.90	0.96	มาก
4. ความหลากหลาย และความเหมาะสม ของอาหารและ เครื่องดื่ม	20 (30.8)	34 (52.3)	9 (13.8)	2 (3.1)	0 (0.0)	65	4.10	0.75	มาก
การคมนาคม									
5. ความสะดวกในการ เดินทางเข้าถึงประเทศ	27 (41.5)	31 (47.7)	5 (7.7)	2 (3.1)	0 (0.0)	65	4.28	0.74	มาก
6. การเดินทาง ภายในประเทศ	19 (29.2)	30 (46.2)	13 (20.0)	3 (4.6)	0 (0.0)	65	4.00	0.83	มาก
7. การอำนวยความสะดวก ในพิธีการตรวจ คนเข้าเมืองและ ศุลกากร	20 (30.8)	26 (40.0)	13 (20.0)	4 (6.2)	2 (3.1)	65	3.89	1.01	มาก
แหล่งท่องเที่ยว									
8. แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ	14 (21.5)	36 (55.4)	11 (16.9)	4 (6.2)	0 (0.0)	65	3.92	0.80	มาก
9. แหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์	12 (18.5)	35 (53.8)	15 (23.1)	2 (3.1)	1 (1.5)	65	3.85	0.81	มาก
10. แหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม	12 (18.5)	37 (56.9)	15 (23.1)	1 (1.5)	0 (0.0)	65	3.92	0.69	มาก
11. เทศกาลและงาน ประเพณี	10 (15.4)	27 (41.5)	25 (38.5)	3 (4.6)	0 (0.0)	65	3.68	0.79	มาก

ตารางที่ 5.41 (ต่อ)

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
สิ่งอำนวยความสะดวก 12. คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว	19 (29.2)	27 (41.5)	14 (21.5)	2 (3.1)	3 (4.6)	65	3.88	1.02	มาก
13. คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์	17 (26.2)	28 (43.1)	15 (23.1)	2 (3.1)	3 (4.6)	65	3.83	1.01	มาก
14. กิจกรรมเรียนรู้เพื่อการพักผ่อน	9 (13.8)	23 (35.4)	26 (40.0)	4 (6.2)	3 (4.6)	65	3.48	0.97	ปานกลาง
15. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา	18 (27.7)	30 (46.2)	15 (23.1)	1 (1.5)	1 (1.5)	65	3.97	0.85	มาก
สาธารณูปโภค 16. โครงสร้างพื้นฐาน	19 (29.2)	25 (38.5)	20 (30.8)	1 (1.5)	0 (0.0)	65	3.95	0.82	มาก
17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว	31 (47.7)	20 (30.8)	13 (20.0)	0 (0.0)	1 (1.5)	65	4.23	0.88	มาก

จากตารางที่ 5.41 พบว่าความสามารถในการตอบสนองต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในภาคตะวันออก ข้อที่มีความพึงพอใจมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ข้อ 1. ที่ตั้งของที่พักรัก ($\bar{X} = 4.38$) ข้อ 5. ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ ($\bar{X} = 4.28$) และข้อ 17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.23$) ตามลำดับ

ตารางที่ 5.42 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามความสามารถในการ
ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวใน
ภาคใต้

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
ที่พัก									
1. ที่ตั้งของที่พัก	34 (56.7)	21 (35.0)	5 (8.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	60	4.48	0.65	มาก
2. ราคาของที่พัก	29 (48.3)	21 (35.0)	8 (13.3)	1 (1.7)	1 (1.7)	60	4.27	0.88	มาก
3. อุปกรณ์ช่วยเหลือ ผู้สูงอายุหรือ ผู้พิการ	16 (26.7)	25 (41.7)	13 (21.7)	2 (3.3)	4 (6.7)	60	3.78	1.09	มาก
4. ความหลากหลาย และความเหมาะสม ของอาหารและ เครื่องดื่ม	21 (35.0)	25 (41.7)	12 (20.0)	1 (1.7)	1 (1.7)	60	4.07	0.88	มาก
การคมนาคม									
5. ความสะดวกในการ เดินทางเข้าถึงประเทศ	19 (31.7)	33 (55.0)	6 (10.0)	1 (1.7)	1 (1.7)	60	4.13	0.79	มาก
6. การเดินทาง ภายในประเทศ	20 (33.3)	26 (43.3)	11 (18.3)	0 (0.0)	3 (5.0)	60	4.00	0.99	มาก
7. การอำนวยความสะดวก ในพิธีการตรวจ คนเข้าเมืองและ ศุลกากร	12 (20.0)	28 (46.7)	16 (26.7)	0 (0.0)	4 (6.7)	60	3.73	1.01	มาก
แหล่งท่องเที่ยว									
8. แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ	15 (25.0)	30 (50.0)	14 (23.3)	0 (0.0)	1 (1.7)	60	3.97	0.80	มาก
9. แหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์	9 (15.0)	31 (51.7)	16 (26.7)	4 (6.7)	0 (0.0)	60	3.75	0.79	มาก
10. แหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม	8 (13.3)	26 (43.3)	20 (33.3)	5 (8.3)	1 (1.7)	60	3.58	0.89	มาก
11. เทศกาลและงาน ประเพณี	2 (3.3)	22 (36.7)	31 (51.7)	4 (6.7)	1 (1.7)	60	3.33	0.73	ปานกลาง

ตารางที่ 5.42 (ต่อ)

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
สิ่งอำนวยความสะดวก									
12. คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว	14 (23.3)	25 (41.7)	13 (21.7)	2 (3.3)	6 (10.0)	60	3.65	1.18	มาก
13. คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์	13 (21.7)	27 (45.0)	17 (28.3)	1 (1.7)	2 (3.3)	60	3.80	0.92	มาก
14. กิจกรรมเรียนรู้เพื่อการพักผ่อน	5 (8.3)	27 (45.0)	26 (43.3)	1 (1.7)	1 (1.7)	60	3.57	0.74	มาก
15. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา	9 (15.0)	36 (60.0)	10 (16.7)	2 (3.3)	3 (5.0)	60	3.77	0.93	มาก
สาธารณูปโภค									
16. โครงสร้างพื้นฐาน	13 (21.7)	31 (51.7)	11 (18.3)	2 (3.3)	3 (5.0)	60	3.82	0.98	มาก
17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว	27 (45.0)	24 (40.0)	5 (8.3)	3 (5.0)	1 (1.7)	60	4.22	0.92	มาก

จากตารางที่ 5.42 พบว่าความสามารถในการตอบสนองต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในภาคใต้ ข้อที่มีความพึงพอใจมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ข้อ 1. ที่ตั้งของที่พัก ($\bar{X} = 4.48$) ข้อ 2. ราคาของที่พัก ($\bar{X} = 4.27$) และข้อ 17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.22$) ตามลำดับ

ตารางที่ 5.43 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามความสามารถในการ
ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดย
ภาพรวมทั่วประเทศ

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
ที่พัก									
1. ที่ตั้งของที่พัก	148 (34.4)	204 (47.4)	52 (12.1)	22 (5.1)	4 (0.9)	430	4.09	0.864	มาก
2. ราคาของที่พัก	147 (34.2)	184 (42.8)	74 (17.2)	13 (3.0)	12 (2.8)	430	4.03	0.942	มาก
3. อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือ ผู้พิการ	86 (20.0)	180 (41.9)	125 (29.1)	24 (5.6)	15 (3.5)	430	3.69	0.967	มาก
4. ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม	126 (29.3)	212 (49.3)	71 (16.5)	13 (3.0)	8 (1.9)	430	4.01	0.865	มาก
การคมนาคม									
5. ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ	121 (28.1)	214 (49.8)	68 (15.8)	20 (4.7)	7 (1.6)	430	3.98	0.880	มาก
6. การเดินทางภายในประเทศ	112 (26.0)	207 (48.1)	80 (18.6)	19 (4.4)	12 (2.8)	430	3.90	0.931	มาก
7. การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร	103 (24.0)	200 (46.5)	92 (21.4)	18 (4.2)	17 (4.0)	430	3.82	0.974	มาก
แหล่งท่องเที่ยว									
8. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	123 (28.6)	228 (53.0)	61 (14.2)	12 (2.8)	6 (1.4)	430	4.05	0.815	มาก
9. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	124 (28.8)	208 (48.4)	74 (17.2)	15 (3.5)	9 (2.1)	430	3.98	0.889	มาก
10. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	119 (27.7)	207 (27.7)	80 (18.6)	16 (3.7)	8 (1.9)	430	3.96	0.883	มาก
11. เทศกาลและงานประเพณี	85 (19.8)	171 (39.8)	135 (31.4)	30 (7.0)	9 (2.1)	430	3.68	0.938	มาก

ตารางที่ 5.43 (ต่อ)

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ					n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)				
สิ่งอำนวยความสะดวก									
12. คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว	117 (27.2)	164 (38.1)	106 (24.7)	27 (6.3)	16 (3.7)	430	3.79	1.031	มาก
13. คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์	117 (27.2)	164 (38.1)	101 (23.5)	31 (7.2)	17 (4.0)	430	3.77	1.050	มาก
14. กิจกรรมเรียนรู้เพื่อการพักผ่อน	55 (12.8)	182 (42.3)	141 (32.8)	37 (8.6)	15 (3.5)	430	3.52	0.943	มาก
15. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา	100 (23.3)	199 (46.3)	95 (22.1)	22 (5.1)	14 (3.3)	430	3.81	0.958	มาก
สาธารณูปโภค									
16. โครงสร้างพื้นฐาน	94 (21.9)	203 (47.2)	100 (23.3)	25 (5.8)	8 (1.9)	430	3.81	0.905	มาก
17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว	173 (40.2)	163 (37.9)	66 (15.3)	20 (4.7)	8 (1.9)	430	4.10	0.949	มาก

จากตารางที่ 5.43 พบว่าความสามารถในการตอบสนองต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวมทั่วประเทศ ข้อที่มีความพึงพอใจมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ข้อ 17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.10$) ข้อ 1. ที่ตั้งของที่พักร ($\bar{X} = 4.09$) และข้อ 8. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ($\bar{X} = 4.05$) ตามลำดับ

6. ข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์สภาพปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่อการปรับปรุงแก้ไข เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย จากแบบสอบถามปลายเปิด ทำการแจกแจงความถี่ โดยจำแนกออกเป็นรายการ แสดงได้ดังตารางที่ 5.44-5.49

ตารางที่ 5.44 ค่าความถี่ของปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว
ผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทยจากกลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพฯ

ข้อความ	ความถี่ของคำตอบ (n=30)
บริการข้อมูลเรื่องเอกสารที่ต้องใช้สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการขับรถเที่ยวเอง หรือราคาค่าโดยสารของแท็กซี่ในจังหวัด/พื้นที่	4
เพิ่มสวนสาธารณะ	4
ปรับปรุงการจราจรบนท้องถนน	3
ปรับปรุงการเข้า-ออกที่สนามบินให้รวดเร็วขึ้น เช่น บริเวณตรวจคนเข้าเมือง	3
ปรับปรุงภาษาอังกฤษของผู้ให้บริการและมัคคุเทศก์	3
ยกเลิกการเก็บค่าเข้าชมสองอัตราที่ชาวต่างประเทศต้องจ่ายแพงกว่า	3
คนขายของบนถนนสร้างความรำคาญให้	2
การหลอกลวงนักท่องเที่ยวว่าวัดพระแก้วปิดเพื่อพาไปเที่ยวที่อื่นหรือไปซื้อ สินค้า	2
ขยายเวลาให้วีซ่าแก่นักท่องเที่ยว	2
ปรับปรุงระบบขนส่งมวลชนให้มีเส้นทางมากขึ้นและไปได้ระยะทางไกลขึ้น	1
จัดทำแผนที่และข้อมูลเส้นทางรถประจำทางในกรุงเทพฯ	1
ปรับปรุงบาวิถึ	1
แท็กซี่และตุ๊กตุ๊กไม่ซื่อสัตย์ ขอบโกง เอาเปรียบนักท่องเที่ยว	1

จากตารางที่ 5.44 มีการเสนอแนะข้อคิดเห็นเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจาก
ทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย ในอันดับต้น ๆ เป็นเรื่องเกี่ยวกับการบริการข้อมูลการท่องเที่ยวสำหรับผู้
ที่ต้องการขับรถเที่ยวเองหรือราคาค่าโดยสารรถแท็กซี่ (f=4) และความต้องการให้เพิ่มพื้นที่
สวนสาธารณะในกรุงเทพฯ (f=4)

ตารางที่ 5.45 ค่าความถี่ของปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว
ผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทยจากกลุ่มตัวอย่างในภาคเหนือ

ข้อความ	ความถี่ของคำตอบ (n=16)
เพิ่มเที่ยวบินตรงจากอังกฤษสู่เชียงใหม่ โดยไม่ต้องแวะกรุงเทพฯ	6
ขยายเวลาให้วีซ่าแก่นักท่องเที่ยว	2
อำนวยความสะดวกในการขอวีซ่าให้ง่ายขึ้น	1
ปรับปรุงป้ายบอกทาง และเพิ่มเป็นภาษาอังกฤษ	1
อำนวยความสะดวกบริเวณตรวজনเข้าเมือง	1
ยกเลิกการเก็บค่าเข้าชมสองอัตราที่ชาวต่างประเทศต้องจ่ายแพงกว่า	1
ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทย คนอังกฤษคิดว่าประเทศไทยเป็นเมือง ท่องเที่ยวสำหรับนักเรียนหรือเยาวชนมากกว่าครอบครัวหรือผู้สูงอายุ	1
รักษาความสะอาดของห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยว	1
จัดรถประจำทางบริการเชื่อมการเดินทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยว	1
พนักงานบริการควรพูดภาษาฝรั่งเศสได้	1

จากตารางที่ 5.45 มีการเสนอแนะข้อคิดเห็นเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจาก
ทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย ในอันดับต้น ๆ เป็นเรื่องเกี่ยวกับความต้องการให้เพิ่มเที่ยวบินตรงจาก
อังกฤษสู่เชียงใหม่ โดยไม่ต้องแวะกรุงเทพฯ (f=6) และความต้องการให้ขยายเวลาให้วีซ่าแก่
นักท่องเที่ยว (f=2)

ตารางที่ 5.46 ค่าความถี่ของปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว
ผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทยจากกลุ่มตัวอย่างในภาคกลาง

ข้อความ	ความถี่ของคำตอบ (n=16)
ปรับปรุงความปลอดภัยในการเดินทาง การจราจรบนถนน	3
ปรับปรุงระบบการบริการรถไฟให้ดีขึ้น รวดเร็วขึ้น	2
เพิ่มป้ายบอกทางไปแหล่งท่องเที่ยวเป็นภาษาอังกฤษ	2
อำนวยความสะดวกในการขอวีซ่าให้ง่ายขึ้น	2
ปรับปรุงความสะอาดของห้องน้ำสาธารณะ	2
ปรับปรุงคุณภาพการบริการโดยสารขนส่งมวลชน	1
ปรับปรุงการเข้า-ออกที่สนามบินให้รวดเร็วขึ้น	1
การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวที่ง่ายขึ้น	1
การมีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่น	1
การลดราคาค่าใช้จ่าย เช่น สนามกอล์ฟ	1

จากตารางที่ 5.46 มีการเสนอแนะข้อคิดเห็นเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย ในอันดับต้น ๆ เป็นเรื่องเกี่ยวกับความต้องการให้ ปรับปรุงความปลอดภัยในการเดินทาง การจราจรบนถนน (f=3) การปรับปรุงระบบการบริการรถไฟให้ดีขึ้น รวดเร็วขึ้น (f=2) การเพิ่มป้ายบอกทางไปแหล่งท่องเที่ยวเป็นภาษาอังกฤษ (f=2) การอำนวยความสะดวกในการขอวีซ่าให้ง่ายขึ้น (f=2) การปรับปรุงความสะอาดของห้องน้ำสาธารณะ (f=2)

ตารางที่ 5.47 ค่าความถี่ของปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว
ผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทยจากกลุ่มตัวอย่างในภาคตะวันออก

ข้อความ	ความถี่ของคำตอบ (n=36)
รักษาคุณภาพของการบริการไว้ตลอดไป	7
ปรับปรุงการจราจรบนท้องถนน	4
คนขายของบนถนนสร้างความรำคาญให้	4
ปรับปรุงการเข้า-ออกที่สนามบินให้รวดเร็วขึ้น เช่น บริเวณตรวจคนเข้าเมือง	3
ปรับปรุงบาทวิถี	3
ยกเลิกการเก็บค่าเข้าชมสองอัตราที่ชาวต่างประเทศต้องจ่ายแพงกว่า	3
รักษาความสะอาดของชายหาดและถนนหนทาง	3
ทำให้รัฐบาลหรือประเทศมีความมั่นคงทางการเมือง	2
ปรับปรุงความปลอดภัย	1
ปรับปรุงท่าเรือให้ขึ้นลงได้สะดวก	1
ปรับปรุงการบริการของคนขับแท็กซี่	1
อำนวยความสะดวกในการขอวีซ่าให้ง่ายขึ้น	1
ปรับปรุงการบริการของตำรวจ	1
รักษาความสะอาดของกองขยะ เพิ่มถังขยะบนถนน	1
เพิ่มสวนสาธารณะ	1

จากตารางที่ 5.47 มีการเสนอแนะข้อคิดเห็นเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย 3 อันดับแรก เป็นเรื่องเกี่ยวกับความต้องการให้รักษาคุณภาพของการบริการไว้ให้ดีตลอดไป ($f=7$) การปรับปรุงการจราจรบนท้องถนน ($f=4$) และความต้องการให้จัดการเกี่ยวกับผู้ค้าขาย เนื่องจากคนขายของบนถนนสร้างความรำคาญให้ ($f=4$)

ตารางที่ 5.48 ค่าความถี่ของปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว
ผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทยจากกลุ่มตัวอย่างในภาคใต้

ข้อความ	ความถี่ของคำตอบ (n=35)
รักษาคุณภาพของการบริการของพนักงาน เช่น ความเป็นมิตร	5
ปรับปรุงการเดินทางในจังหวัด เช่น ราคาค่าเดินทางแพง	5
ทำความสะอาดท้องถนน ขยายทาง ลดมลพิษ เช่น หาดป่าตอง	5
ปรับปรุงถนน เช่น เพิ่มไฟแดงให้รถหยุด เพื่อคนข้ามถนน คนขับรถไม่สุภาพ เกิดอุบัติเหตุบ่อยครั้ง	3
ปรับปรุงการเข้า-ออกที่สนามบินให้รวดเร็วขึ้นและเจ้าหน้าที่ไม่เป็นมิตร เช่น บริเวณตรวจคนเข้าเมืองของสนามบินภูเก็ต	3
เพิ่มเที่ยวบินตรงจากยุโรปสู่ภูเก็ต โดยไม่ต้องแวะกรุงเทพ	2
อำนวยความสะดวกในการขอวีซ่าให้ง่ายขึ้น	2
ขยายเวลาให้วีซ่าแก่นักท่องเที่ยว	2
ปรับปรุงบาทวิถี	2
ปรับปรุงการบริการของตำรวจ	1
ร้านขายของสร้างความรำคาญ	1
ปรับปรุงท่าเรือให้ขึ้นลงได้สะดวก ไม่อันตราย	1
เปิดโอกาสให้ชาวต่างชาติที่เกษียณอายุซื้อบ้าน	1
สร้างห้องน้ำและห้องอาบน้ำสาธารณะ	1
บริการอินเทอร์เน็ตฟรี	1

จากตารางที่ 5.48 มีการเสนอแนะข้อคิดเห็นเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจาก
ทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย 3 อันดับแรก เป็นเรื่องเกี่ยวกับความต้องการให้รักษาคุณภาพของการ
บริการของพนักงานให้ดีตลอดไป (f=5) ขอให้ปรับปรุงเรื่องการเดินทาง เช่น ค่าเดินทางในพื้นที่มี
ราคาแพงเกินไป (f=5) และขอให้ทำความสะอาดท้องถนน ขยายทาง และลดมลพิษ (f=5)

7. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นการพิจารณาถึงตัวแปรต้นที่คาดว่าจะมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามทั้ง 3 ตัวแปร ได้แก่ (1) แรงจูงใจในการท่องเที่ยว (2) ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว (3) ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยตัวแปรต้นที่นำมาทดสอบผล คือ ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว 5 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สุขภาพ และสถานภาพการทำงาน ซึ่งแสดงผลการทดสอบได้ดังนี้

1. เพศ

1.1 เพศกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่เป็นเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปเป็นรายข้อ พบว่าเพศชายกับเพศหญิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 ข้อ คือ ข้อ 2. เพื่อหลีกเลี่ยงความเครียด และ ข้อ 10. เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ ส่วนข้ออื่นๆ มีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันด้วยความเชื่อมั่น 95% ดังตารางที่ 5.49

ตารางที่ 5.49 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปจำแนกตามเพศ

ข้อความ	ชาย (n = 279)		หญิง (n = 150)		t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. เพื่อหลีกเลี่ยงจากกิจกรรมที่ทำประจำวัน	3.66	1.20	3.73	1.15	-0.66	0.51
2. เพื่อหลีกเลี่ยงความเครียด	3.71	1.20	3.97	1.14	-2.18*	0.03
3. เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย	4.12	1.00	4.14	1.07	-0.26	0.79
4. เพื่อปรับปรุงสุขภาพและความเป็นอยู่	3.54	1.00	3.73	0.98	-1.72	0.09
5. เพื่อออกกำลังกาย	3.13	1.10	3.06	1.08	0.75	0.45
6. เพื่อเยี่ยมชมอนุสาวรีย์และโบราณวัตถุ	3.01	1.43	2.94	1.47	0.60	0.55
7. เพื่อพบปะผู้คนและประกอบกิจกรรมทางสังคม	3.71	0.97	3.54	1.08	1.78	0.08
8. เพื่อผจญภัย/หาประสบการณ์ที่ท้าทาย	3.53	1.05	3.70	1.02	-1.50	0.13
9. เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่	3.91	1.05	4.08	1.10	-1.57	0.12
10. เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่	3.89	1.01	4.12	0.92	-2.29*	0.02
11. เพื่อเสริมสร้างสติปัญญา	3.41	1.09	3.63	1.07	-1.79	0.07
รวม	3.60	.62	3.69	.61	-1.36	0.17

* $p \leq 0.05$ ** $p \leq 0.01$

1.2 เพศกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่เป็นเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปเป็นรายข้อ พบว่า เพศชายกับเพศหญิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 1 ข้อ คือ ข้อ 13. คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 ข้อ คือ ข้อ 4. ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม ข้อ 6. การเดินทางภายในประเทศ ข้อ 12. คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว ส่วนข้ออื่น ๆ มีความคิดเห็นต่อ ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันด้วยความเชื่อมั่น 95% ดังตารางที่ 5.50

ตารางที่ 5.50 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปจำแนกตามเพศ

ข้อความ	ชาย (n = 279)		หญิง (n = 150)		t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.ที่ตั้งของที่พักรวม	4.01	1.06	4.05	1.07	-0.37	0.71
2.ราคาของที่พักรวม	3.95	0.99	4.08	0.98	-1.34	0.18
3.อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือผู้พิการ	3.35	1.19	3.51	1.16	-1.30	0.19
4.ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม	3.91	0.91	4.09	0.89	-2.00*	0.05
5.ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ	3.91	0.96	4.00	0.96	-0.96	0.34
6.การเดินทางภายในประเทศ	3.72	0.98	3.93	0.82	-2.40*	0.02
7.การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร	3.67	1.07	3.83	1.00	-1.58	0.11
8.แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	3.96	0.94	4.11	0.94	-1.64	0.10
9.แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	3.79	0.94	3.94	0.99	-1.57	0.12
10.แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	3.78	0.93	3.91	0.98	-1.35	0.18
11.เทศกาลและงานประเพณี	3.35	0.98	3.48	1.01	-1.26	0.21
12.คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว	3.61	1.11	3.85	1.16	-2.12*	0.03
13.คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์	3.50	1.15	3.91	1.06	-3.77**	0.00

ตารางที่ 5.50 (ต่อ)

ข้อความ	ชาย (n = 279)		หญิง (n = 150)		t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
14.กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน	3.09	1.15	3.27	1.10	-1.59	0.11
15.สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา	3.66	1.06	3.86	1.00	-1.92	0.06
16.โครงสร้างพื้นฐาน	3.67	0.99	3.79	0.96	-1.22	0.22
17.ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว	4.18	0.97	4.21	1.05	-0.29	0.77
รวม	3.71	0.61	3.8718	.65	-2.54**	0.01

* $p \leq 0.05$ ** $p \leq 0.01$

1.3 เพศกับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่เป็นเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปเป็นรายข้อ พบว่า เพศชายกับเพศหญิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 1 ข้อ คือ ข้อ 13. คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 ข้อ คือ ข้อ 9. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ข้อ 10. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ข้อ 12. คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว ข้อ 16. โครงสร้างพื้นฐาน ข้อ 17.ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ส่วนข้ออื่น ๆ มีความคิดเห็นต่อมาตรฐาน ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันด้วยความเชื่อมั่น 95% ดังตารางที่ 5.51

ตารางที่ 5.51 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป จำแนกตามเพศ

ข้อความ	ชาย (n = 279)		หญิง (n = 150)		t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.ที่ตั้งของที่พักรแรม	4.06	0.83	4.15	0.92	-1.05	0.30
2.ราคาของที่พักรแรม	3.99	0.92	4.09	0.99	-0.98	0.33
3.อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือผู้พิการ	3.67	0.97	3.74	0.97	-0.77	0.44
4.ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม	3.97	0.85	4.09	0.88	-1.43	0.15
5.ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ	3.95	0.86	4.04	0.92	-1.01	0.31
6.การเดินทางภายในประเทศ	3.85	0.95	4.00	0.89	-1.60	0.11
7.การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร	3.76	0.96	3.93	0.98	-1.74	0.08
8.แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	4.00	0.77	4.14	0.89	-1.66	0.10
9.แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	3.92	0.88	4.11	0.89	-2.11*	0.04
10.แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	3.89	0.86	4.10	0.91	-2.41*	0.02
11.เทศกาลและงานประเพณี	3.66	0.93	3.73	0.94	-0.77	0.44
12.คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว	3.71	1.02	3.93	1.05	-2.06*	0.04
13.คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์	3.67	1.02	3.96	1.08	-2.72**	0.01
14.กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน	3.50	0.89	3.57	1.03	-0.72	0.47
15.สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา	3.82	0.95	3.80	0.98	0.16	0.87
16.โครงสร้างพื้นฐาน	3.79	0.86	3.85	0.99	-0.68*	0.50
17.ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว	4.07	0.95	4.15	0.94	-0.84*	0.40
รวม	3.84	0.56	3.96	0.68	-2.03*	0.04

* $p \leq 0.05$ ** $p \leq 0.01$

2. อายุ

2.1 อายุกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ผลปรากฏว่า การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีอายุแตกต่างกัน โดยภาพรวมพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว
สูงอายุจากทวีปยุโรปเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 2
ข้อ คือ ข้อ 3. เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย ข้อ 8. เพื่อผจญภัย/หาประสบการณ์ที่ท้าทาย ส่วนข้ออื่น ๆ
มีความคิดเห็นต่อ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันด้วยความเชื่อมั่น 95% ดังตารางที่ 5.52

ตารางที่ 5.52 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว
สูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีอายุต่างกัน

ข้อความ	Source	SS	df	MS	F	P
1.เพื่อหลีกเลี่ยงจากกิจกรรมที่ทำประจำทุกวัน	Between Groups	1.32	2	.660	.469	.63
	Within Groups	600.54	427	1.406		
	รวม	601.86	429			
2.เพื่อหลีกเลี่ยงความเครียด	Between Groups	3.38	2	1.691	1.203	.30
	Within Groups	600.21	427	1.406		
	รวม	603.59	429			
3.เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย	Between Groups	12.55	2	6.274	6.125**	.00
	Within Groups	437.42	427	1.024		
	รวม	449.965	429			
4.เพื่อปรับปรุงสุขภาพและความเป็นอยู่	Between Groups	3.05	2	1.525	1.521	.22
	Within Groups	427.95	427	1.002		
	รวม	430.99	429			
5.เพื่อออกกำลังกาย	Between Groups	5.10	2	2.550	2.154	.11
	Within Groups	505.60	427	1.184		
	รวม	510.70	429			
6.เพื่อเยี่ยมชมญาติสนิทมิตรสหาย	Between Groups	.34	2	.170	.082	.92
	Within Groups	890.55	427	2.086		
	รวม	890.89	429			
7.เพื่อพบปะผู้คนและประกอบกิจกรรมทางสังคม	Between Groups	1.00	2	.501	.480	.62
	Within Groups	445.84	427	1.044		
	รวม	446.85	429			
8.เพื่อผจญภัย/หาประสบการณ์ที่ท้าทาย	Between Groups	9.65	2	4.824	4.491*	.01
	Within Groups	458.67	427	1.074		
	รวม	468.32	429			
9.เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่	Between Groups	1.13	2	.565	.493	.61
	Within Groups	489.48	427	1.146		
	รวม	490.61	429			

ตารางที่ 5.52 (ต่อ)

ข้อความ	Source	SS	df	MS	F	P
10.เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่	Between Groups	.63	2	.316	.323	.72
	Within Groups	417.84	427	.979		
	รวม	418.48	429			
11.เพื่อเสริมสร้างสติปัญญา	Between Groups	3.01	2	1.502	1.257	.286
	Within Groups	510.35	427	1.195		
	รวม	513.35	429			
รวม	Between Groups	.002	2	.001	.003	.99
	Within Groups	163.87	427	.384		
	รวม	163.88	429			

* $p \leq 0.05$ ** $p \leq 0.01$

เมื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ในข้อ 3. เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลายของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีอายุต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความเห็นแตกต่างกันทั้ง 3 กลุ่ม ทั้งนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในระดับที่มากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.3604$) ดังตารางที่ 5.53

ข้อ 8. เพื่อผจญภัย/หาประสบการณ์ที่ท้าทาย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความเห็นแตกต่างกันทั้ง 3 กลุ่ม ทั้งนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุ 55-59 ปี มีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในระดับที่มากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ ($\bar{X} = 3.7323$) ดังตารางที่ 5.53

ตารางที่ 5.53 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มอายุด้าน แรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ข้อความ	Mean	อายุ	55-59 ปี	60-64 ปี	65 ปีขึ้นไป
3. เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย	3.9545	55-59 ปี			
	4.1983	60-64 ปี	*		
	4.3604	65 ปีขึ้นไป	*	*	
8. เพื่อผจญภัย/ หาประสบการณ์ที่ท้าทาย	3.7323	55-59 ปี			
	3.5455	60-64 ปี			
	3.3694	65 ปีขึ้นไป	*	*	

2.2 อายุกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มี อายุ ต่างกัน โดยภาพรวม พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อ องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 3 ข้อ คือ ข้อ 10.แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ข้อ 13. คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ข้อ 15. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา ส่วนข้ออื่น ๆ มีความคิดเห็นต่อ ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบ การท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันด้วยความเชื่อมั่น 95% ดังตารางที่ 5.54

ตารางที่ 5.54 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบ การท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีอายุต่างกัน

ข้อความ	Source	SS	df	MS	F	P
1.ที่ตั้งของที่พักรวม	Between Groups	0.78	2	0.39	0.35	0.71
	Within Groups	480.03	427	1.12		
	รวม	480.81	429			
2.ราคาของที่พักรวม	Between Groups	3.20	2	1.60	1.66	0.19
	Within Groups	411.78	427	0.96		
	รวม	414.98	429			
3.อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือผู้พิการ	Between Groups	3.40	2	1.70	1.22	0.30
	Within Groups	596.56	427	1.40		
	รวม	599.96	429			
4.ความหลากหลายและความเหมาะสมของ อาหารและเครื่องดื่ม	Between Groups	0.08	2	0.04	0.05	0.95
	Within Groups	352.64	427	0.83		
	รวม	352.72	429			
5.ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ	Between Groups	1.70	2	0.85	0.93	0.40
	Within Groups	390.73	427	0.92		
	รวม	392.43	429			
6.การเดินทางภายในประเทศ	Between Groups	0.04	2	0.02	0.02	0.98
	Within Groups	373.95	427	0.88		
	รวม	373.99	429			
7.การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคน เข้าเมืองและศุลกากร	Between Groups	0.66	2	0.33	0.30	0.74
	Within Groups	472.96	427	1.11		
	รวม	473.62	429			
8.แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	Between Groups	1.92	2	0.96	1.08	0.34
	Within Groups	379.03	427	0.89		
	รวม	380.94	429			

ตารางที่ 5.54 (ต่อ)

ข้อความ	Source	SS	df	MS	F	P
9.แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	Between Groups	4.78	2	2.39	2.61	0.07
	Within Groups	390.47	427	0.91		
	รวม	395.25	429			
10.แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	Between Groups	8.14	2	4.07	4.59**	0.01
	Within Groups	378.43	427	0.89		
	รวม	386.57	429			
11.เทศกาลและงานประเพณี	Between Groups	2.66	2	1.33	1.37	0.26
	Within Groups	416.13	427	0.98		
	รวม	418.79	429			
12.คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว	Between Groups	8.86	2	4.43	3.49*	0.03
	Within Groups	543.00	427	1.27		
	รวม	551.86	429			
13.คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์	Between Groups	16.95	2	8.47	6.76**	0.00
	Within Groups	535.61	427	1.25		
	รวม	552.56	429			
14.กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน	Between Groups	1.32	2	0.66	0.51	0.60
	Within Groups	550.55	427	1.29		
	รวม	551.87	429			
15.สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา	Between Groups	12.35	2	6.18	5.81**	0.00
	Within Groups	454.35	427	1.06		
	รวม	466.71	429			
16.โครงสร้างพื้นฐาน	Between Groups	2.89	2	1.44	1.50	0.23
	Within Groups	411.78	427	0.96		
	รวม	414.66	429			
17.ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว	Between Groups	0.28	2	0.14	0.14	0.87
	Within Groups	426.84	427	1.00		
	รวม	427.12	429			
รวม	Between Groups	1.15	2	0.58	1.45	0.24
	Within Groups	169.01	427	0.40		
	รวม	170.16	429			

* $p \leq 0.05$ ** $p \leq 0.01$

เมื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ในข้อ 10. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุ 60-64 ปี กับกลุ่มอายุ 55-59 ปี มีความเห็นแตกต่างกัน และกลุ่มที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป กับกลุ่มที่มีอายุ 60-64 ปี มี

ความเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้กลุ่มที่มีอายุ 60-64 ปี มีความคิดเห็นต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการในข้อ 10. นี้ มากกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ ($\bar{X} = 4.0248$) ดังตารางที่ 5.55

ข้อ 12. คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 60-64 ปี กับกลุ่มอายุ 55-59 ปี มีความเห็นแตกต่างกัน และกลุ่มอายุ 65 ปีขึ้นไป มีความเห็นแตกต่างกับกลุ่มอายุ 55-59 ปี โดยกลุ่มอายุ 65 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่มากกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ ($\bar{X} = 3.8288$) ดังตารางที่ 5.55

ข้อ 13. คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 60-64 ปี กับกลุ่มอายุ 55-59 ปี มีความเห็นแตกต่างกัน และกลุ่มอายุ 65 ปีขึ้นไป มีความเห็นแตกต่างกับกลุ่มอายุ 55-59 ปี โดยกลุ่มอายุ 65 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่มากกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ ($\bar{X} = 3.8288$) ดังตารางที่ 5.55

ในข้อ 15. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความเห็นแตกต่างกันทั้ง 3 กลุ่ม ทั้งนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป มีความเห็นด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ในข้อ 15. นี้ในระดับที่มากกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ ($\bar{X} = 4.0090$) ดังตารางที่ 5.55

ตารางที่ 5.55 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างอายุด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

ข้อความ	Mean	อายุ	55-59 ปี	60-64 ปี	65 ปีขึ้นไป
10. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	3.7929	55-59 ปี			
	4.0248	60-64 ปี	*		
	3.6577	65 ปีขึ้นไป		*	
12. คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว	3.5354	55-59 ปี			
	3.8182	60-64 ปี	*		
	3.8288	65 ปีขึ้นไป	*		
13. คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์	3.4293	55-59 ปี			
	3.8264	60-64 ปี	*		
	3.8288	65 ปีขึ้นไป	*		

ตารางที่ 5.55 (ต่อ)

ข้อความ	Mean	อายุ	55-59 ปี	60-64 ปี	65 ปีขึ้นไป
15. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา	3.5960	55-59 ปี			
	3.6942	60-64 ปี			
	4.0090	65 ปีขึ้นไป	*	*	

2.3 อายุกับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มี อายุ ต่างกัน โดยภาพรวม พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 1 ข้อ คือ ข้อ 15. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 ข้อ คือ ข้อ 2. ราคาของที่พักรวม ข้อ 13. คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ส่วนข้ออื่น ๆ มีความคิดเห็นต่อ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันด้วยความเชื่อมั่น 95% ดังตารางที่ 5.56

ตารางที่ 5.56 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีอายุต่างกัน

ข้อความ	Source	SS	df	MS	F	P
1.ที่ตั้งของที่พักรวม	Between Groups	2.00	2	1.00	1.34	0.26
	Within Groups	318.28	427	0.75		
	รวม	320.28	429			
2.ราคาของที่พักรวม	Between Groups	7.03	2	3.52	4.02	0.02
	Within Groups	373.69	427	0.88		
	รวม	380.72	429			
3.อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือผู้พิการ	Between Groups	5.00	2	2.50	2.69	0.07
	Within Groups	396.48	427	0.93		
	รวม	401.48	429			
4.ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม	Between Groups	0.82	2	0.41	0.55	0.58
	Within Groups	320.12	427	0.75		
	รวม	320.94	429			

ตารางที่ 5.56 (ต่อ)

ข้อความ	Source	SS	df	MS	F	P
5.ความสะดวกในการเดินทาง เข้าถึงประเทศ	Between Groups	3.50	2	1.75	2.28	0.10
	Within Groups	328.35	427	0.77		
	รวม	331.85	429			
6.การเดินทางภายในประเทศ	Between Groups	3.47	2	1.73	2.01	0.14
	Within Groups	368.43	427	0.86		
	รวม	371.90	429			
7.การอำนวยความสะดวกในพิธี การตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร	Between Groups	1.36	2	0.68	0.72	0.49
	Within Groups	405.20	427	0.95		
	รวม	406.57	429			
8.แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	Between Groups	0.95	2	0.47	0.71	0.49
	Within Groups	284.12	427	0.67		
	รวม	285.07	429			
9.แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	Between Groups	1.39	2	0.69	0.88	0.42
	Within Groups	337.50	427	0.79		
	รวม	338.89	429			
10.แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	Between Groups	1.67	2	0.83	1.07	0.34
	Within Groups	332.66	427	0.78		
	รวม	334.33	429			
11.เทศกาลและงานประเพณี	Between Groups	2.13	2	1.07	1.21	0.30
	Within Groups	375.22	427	0.88		
	รวม	377.35	429			
12.คุณภาพการบริการของตัวแทน ท่องเที่ยว	Between Groups	6.11	2	3.05	2.90	0.06
	Within Groups	449.64	427	1.05		
	รวม	455.74	429			
13.คุณภาพการบริการของผู้นำ เที่ยวและมัคคุเทศก์	Between Groups	9.14	2	4.57	4.21	0.02
	Within Groups	463.98	427	1.09		
	รวม	473.12	429			
14.กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน	Between Groups	0.19	2	0.09	0.11	0.90
	Within Groups	381.08	427	0.89		
	รวม	381.27	429			
15.สิ่งอำนวยความสะดวกทาง การแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา	Between Groups	10.63	2	5.32	5.92	0.00
	Within Groups	383.11	427	0.90		
	รวม	393.74	429			

ตารางที่ 5.56 (ต่อ)

ข้อความ	Source	SS	df	MS	F	P
16.โครงสร้างพื้นฐาน	Between Groups	0.55	2	0.28	0.34	0.72
	Within Groups	350.57	427	0.82		
	รวม	351.12	429			
17.ความปลอดภัยของเมือง ท่องเที่ยว	Between Groups	0.98	2	0.49	0.54	0.58
	Within Groups	385.72	427	0.90		
	รวม	386.70	429			
รวม	Between Groups	1.62	2	0.81	2.21	0.11
	Within Groups	156.72	427	0.37		
	รวม	158.34	429			

* $p \leq 0.05$ ** $p \leq 0.01$

เมื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ในข้อ 2. ราคาของที่พักรวม พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการแตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุ 55-59 ปี ทั้งนี้ กลุ่มที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการในข้อ 2. นี้ มากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.2072$) ดังตารางที่ 5.57

ข้อ 13. คุณภาพของการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 60-64 ปี กับกลุ่มอายุ 55-59 ปี มีความเห็นแตกต่างกัน และกลุ่มอายุ 60-64 ปี ก็มีความเห็นแตกต่างกับกลุ่มอายุ 65 ปีขึ้นไป เช่นกัน โดยกลุ่มอายุ 65 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ในข้อ 13. นี้ อยู่ในระดับที่มากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ ($\bar{X} = 3.9550$) ดังตารางที่ 5.57

ข้อ 15. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 65 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นแตกต่างจากกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 55-59 ปี และกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 60-64 ปี ทั้งนี้กลุ่มที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ในข้อ 15. นี้ อยู่ในระดับที่มากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.0631$) ดังตารางที่ 5.57

ตารางที่ 5.57 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มอายุด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวน

ข้อความ	Mean	อายุ	55-59 ปี	60-64 ปี	65 ปีขึ้นไป
2. ราคาของที่พักรแรม	3.8990	55-59 ปี			
	4.0661	60-64 ปี			
	4.2072	65 ปีขึ้นไป	*		
13. คุณภาพของการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์	3.6212	55-59 ปี			
	3.8595	60-64 ปี	*		
	3.9550	65 ปีขึ้นไป		*	
15. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา	3.6768	55-59 ปี			
	3.8017	60-64 ปี			
	4.0631	65 ปีขึ้นไป	*	*	

3. ระดับการศึกษา

3.1 ระดับการศึกษากับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มี ระดับการศึกษา ต่างกัน โดยภาพรวมพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกันเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 ข้อ คือ ข้อ 1. เพื่อหลีกเลี่ยงจากกิจกรรมที่ทำประจำทุกวัน ข้อ 3. เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย ข้อ 10. เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ ส่วนข้ออื่นๆ มีความคิดเห็นต่อ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันด้วยความเชื่อมั่น 95% ดังตารางที่ 5.58

ตารางที่ 5.58 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรป
ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

ข้อความ	Source	SS	df	MS	F	P
1.เพื่อหลีกเลี่ยงกิจกรรมที่ทำประจำวัน	Between Groups	16.01	4	4.00	2.90	0.02
	Within Groups	585.85	425	1.38		
	รวม	601.86	429			
2.เพื่อหลีกเลี่ยงความเครียด	Between Groups	12.77	4	3.19	2.30	0.06
	Within Groups	590.82	425	1.39		
	รวม	603.59	429			
3.เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย	Between Groups	12.75	4	3.19	3.10	0.02
	Within Groups	437.22	425	1.03		
	รวม	449.97	429			
4.เพื่อปรับปรุงสุขภาพและความเป็นอยู่	Between Groups	2.25	4	0.56	0.56	0.69
	Within Groups	428.74	425	1.01		
	รวม	431.00	429			
5.เพื่อออกกำลังกาย	Between Groups	10.33	4	2.58	2.19	0.07
	Within Groups	500.37	425	1.18		
	รวม	510.70	429			
6.เพื่อเยี่ยมเยียนญาติสนิทมิตรสหาย	Between Groups	4.24	4	1.06	0.51	0.73
	Within Groups	886.65	425	2.09		
	รวม	890.89	429			
7.เพื่อพบปะผู้คนและประกอบกิจกรรมทางสังคม	Between Groups	6.72	4	1.68	1.62	0.17
	Within Groups	440.13	425	1.04		
	รวม	446.85	429			
8.เพื่อผจญภัย/หาประสบการณ์ที่ท้าทาย	Between Groups	8.93	4	2.23	2.07	0.08
	Within Groups	459.39	425	1.08		
	รวม	468.32	429			
9.เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่	Between Groups	5.18	4	1.30	1.13	0.34
	Within Groups	485.43	425	1.14		
	รวม	490.61	429			
10.เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่	Between Groups	9.58	4	2.40	2.49	0.04
	Within Groups	408.89	425	0.96		
	รวม	418.48	429			
11.เพื่อเสริมสร้างสติปัญญา	Between Groups	10.49	4	2.62	2.22	0.07
	Within Groups	502.86	425	1.18		
	รวม	513.35	429			
รวม	Between Groups	4.85	4	1.21	3.24	0.01
	Within Groups	159.03	425	0.37		
	รวม	163.88	429			

* $p \leq 0.05$ ** $p \leq 0.01$

เมื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ในข้อ 1. เพื่อหลีกเลี่ยงจากกิจกรรมที่ทำประจำทุกวันของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีระดับการศึกษาต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา อาชีวศึกษา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีมีความเห็นแตกต่างกัน ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีการศึกษาระดับอาชีวศึกษามีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ในระดับที่มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาอื่น ๆ ($\bar{X} = 3.8630$) ดังตารางที่ 5.59

ข้อ 3. เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย กลุ่มที่มีระดับการศึกษาศึกษาปริญญาตรี กับกลุ่มมัธยมศึกษา ความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในข้อนี้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี กับกลุ่มมัธยม และอาชีวศึกษามีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวข้อนี้แตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีระดับการศึกษามัธยม มีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ในข้อ 3. เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย ในระดับที่มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.3451$) ดังตารางที่ 5.59

ข้อ 10. เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีระดับการศึกษาต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปมีความเห็นแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีระดับการศึกษามัศึกษากับประถมศึกษา อาชีวศึกษากับประถมศึกษา และกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีกับมัธยมศึกษา มีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวข้อนี้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา มีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ในข้อ 10. เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.1416$) ดังตารางที่ 5.59

ตารางที่ 5.59 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มระดับการศึกษาด้าน แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้วยวิธี LSD

ข้อความ	Mean	ระดับการศึกษา	ประถม	มัธยมศึกษา	อาชีวศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
1.เพื่อหลีกเลี่ยงจากกิจกรรมที่ทำประจำทุกวัน	3.7105	ประถม					
	3.8584	มัธยมศึกษา					
	3.8630	อาชีวศึกษา					
	3.6434	ปริญญาตรี					
	3.2857	สูงกว่าปริญญาตรี		*	*	*	
3.เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย	4.1316	ประถม					
	4.3451	มัธยมศึกษา					
	4.1644	อาชีวศึกษา					
	4.0839	ปริญญาตรี		*			
	3.7937	สูงกว่าปริญญาตรี		*	*		

ตารางที่ 5.59 (ต่อ)

ข้อความ	Mean	ระดับการศึกษา	ประถม	มัธยมศึกษา	อาชีวศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
10.เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่	3.6316	ประถม					
	4.1416	มัธยมศึกษา	*				
	4.0274	อาชีวศึกษา	*				
	3.9510	ปริญญาตรี					
	3.8095	สูงกว่าปริญญาตรี		*			
รวม	3.4426	ประถม					
	3.7393	มัธยมศึกษา	*				
	3.6725	อาชีวศึกษา					
	3.6554	ปริญญาตรี					
	3.4545	สูงกว่าปริญญาตรี		*	*	*	

3.2 ระดับการศึกษา กับ ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มี ระดับการศึกษา ต่างกัน โดยภาพรวมพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มี ระดับการศึกษา ต่างกัน เป็นรายข้อ พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 3 ข้อ คือ ข้อ 11. เทศกาลและงานประเพณี ข้อ 16. โครงสร้างพื้นฐาน ข้อ 17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 ข้อ คือ ข้อ 5. ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ ข้อ 12. คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว ข้อ 15. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา ส่วนข้ออื่นๆ มีความคิดเห็นต่อ ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันด้วยความเชื่อมั่น 95% ดังตารางที่ 5.60

ตารางที่ 5.60 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบ
ทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

ข้อความ	Source	SS	df	MS	F	P
1.ที่ตั้งของที่พักรวม	Between Groups	6.33	4	1.58	1.42	0.23
	Within Groups	474.48	425	1.12		
	รวม	480.81	429			
2.ราคาของที่พักรวม	Between Groups	5.09	4	1.27	1.32	0.26
	Within Groups	409.89	425	0.96		
	รวม	414.98	429			
3.อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือผู้พิการ	Between Groups	3.82	4	0.95	0.68	0.61
	Within Groups	596.15	425	1.40		
	รวม	599.96	429			
4.ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม	Between Groups	6.99	4	1.75	2.15	0.07
	Within Groups	345.73	425	0.81		
	รวม	352.72	429			
5.ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ	Between Groups	11.08	4	2.77	3.09*	0.02
	Within Groups	381.35	425	0.90		
	รวม	392.43	429			
6.การเดินทางภายในประเทศ	Between Groups	1.60	4	0.40	0.46	0.77
	Within Groups	372.39	425	0.88		
	รวม	373.99	429			
7.การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร	Between Groups	3.46	4	0.87	0.78	0.54
	Within Groups	470.16	425	1.11		
	รวม	473.62	429			
8.แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	Between Groups	3.01	4	0.75	0.85	0.50
	Within Groups	377.94	425	0.89		
	รวม	380.94	429			
9.แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	Between Groups	7.21	4	1.80	1.98	0.10
	Within Groups	388.03	425	0.91		
	รวม	395.25	429			
10.แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	Between Groups	7.13	4	1.78	2.00	0.09
	Within Groups	379.44	425	0.89		
	รวม	386.57	429			
11.เทศกาลและงานประเพณี	Between Groups	13.74	4	3.43	3.60**	0.01
	Within Groups	405.06	425	0.95		
	รวม	418.79	429			

ตารางที่ 5.60 (ต่อ)

ข้อความ	Source	SS	df	MS	F	P
12.คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว	Between Groups	12.09	4	3.02	2.38*	0.05
	Within Groups	539.77	425	1.27		
	รวม	551.86	429			
13.คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์	Between Groups	7.61	4	1.90	1.48	0.21
	Within Groups	544.95	425	1.28		
	รวม	552.56	429			
14.กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน	Between Groups	7.69	4	1.92	1.50	0.20
	Within Groups	544.18	425	1.28		
	รวม	551.87	429			
15.สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา	Between Groups	11.20	4	2.80	2.61*	0.04
	Within Groups	455.50	425	1.07		
	รวม	466.71	429			
16.โครงสร้างพื้นฐาน	Between Groups	14.66	4	3.67	3.89**	0.00
	Within Groups	400.00	425	0.94		
	รวม	414.66	429			
17.ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว	Between Groups	12.83	4	3.21	3.29	0.01
	Within Groups	414.29	425	0.98		
	รวม	427.12	429			
รวม	Between Groups	4.02	4	1.00	2.57*	0.04
	Within Groups	166.15	425	0.39		
	รวม	170.16	429			

* $p \leq 0.05$ ** $p \leq 0.01$

เมื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีระดับการศึกษาต่างกันโดยภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษากับประถมศึกษา มีความเห็นแตกต่างกัน กลุ่มที่มีระดับการศึกษาอาชีวศึกษากับประถมศึกษา มีความเห็นแตกต่างกัน และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีกับอาชีวศึกษา มีความเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีการศึกษาระดับอาชีวศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในระดับที่มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาอื่น ๆ ($\bar{X} = 3.9001$) ดังตารางที่ 5.61

ตารางที่ 5.61 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มระดับการศึกษาด้านความต้องการของ
นักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

ข้อความ	Mean	ระดับการศึกษา	ประณม	มัธยมศึกษา	อาชีวศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
5.ความสะดวกในการ เดินทางเข้าถึง ประเทศ	3.6842	ประณม					
	4.1239	มัธยมศึกษา	*				
	4.0548	อาชีวศึกษา					
	3.9091	ปริญญาตรี					
	3.6984	สูงกว่าปริญญาตรี		*	*		
11.เทศกาลและงาน ประเพณี	3.0000	ประณม					
	3.2743	มัธยมศึกษา					
	3.5753	อาชีวศึกษา	*	*			
	3.5455	ปริญญาตรี	*	*			
	3.3016	สูงกว่าปริญญาตรี					
12.คุณภาพการ บริการของตัวแทน ท่องเที่ยว	3.5526	ประณม					
	3.8142	มัธยมศึกษา					
	3.8904	อาชีวศึกษา					
	3.6713	ปริญญาตรี					
	3.3651	สูงกว่าปริญญาตรี		*	*		
15.สิ่งอำนวยความสะดวก ทางการแพทย์ ที่มีอยู่เพื่อการรักษา	3.4474	ประณม					
	3.8496	มัธยมศึกษา	*				
	3.9726	อาชีวศึกษา	*				
	3.6084	ปริญญาตรี			*		
	3.6825	สูงกว่าปริญญาตรี					
16.โครงสร้างพื้นฐาน	3.5000	ประณม					
	3.7080	มัธยมศึกษา					
	4.0822	อาชีวศึกษา	*	*			
	3.6643	ปริญญาตรี			*		
	3.5079	สูงกว่าปริญญาตรี			*		
17.ความปลอดภัย ของเมือง	4.0526	ประณม					
	4.4071	มัธยมศึกษา					
	4.3288	อาชีวศึกษา					
	4.0769	ปริญญาตรี		*			
	3.9524	สูงกว่าปริญญาตรี		*	*		
รวม	3.5728	ประณม					
	3.8261	มัธยมศึกษา	*				
	3.9001	อาชีวศึกษา	*				
	3.7569	ปริญญาตรี					
	3.6489	สูงกว่าปริญญาตรี			*		

3.3 ระดับการศึกษากับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มี ระดับการศึกษาต่างกัน โดยภาพรวมพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มี ระดับการศึกษาต่างกันเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 4 ข้อ คือ ข้อ 2. ราคาของที่พักรวม ข้อ 11. เทศกาลและงานประเพณี ข้อ 12. คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว ข้อ 14. กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน ข้อ 17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ส่วนข้ออื่น ๆ มีความคิดเห็นต่อ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันด้วยความเชื่อมั่น 95% ดังตารางที่ 5.62

ตารางที่ 5.62 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

ข้อความ	Source	SS	df	MS	F	P
1.ที่ตั้งของที่พักรวม	Between Groups	6.50	4	1.62	2.20	0.07
	Within Groups	313.78	425	0.74		
	รวม	320.28	429			
2.ราคาของที่พักรวม	Between Groups	15.23	4	3.81	4.43	0.00
	Within Groups	365.49	425	0.86		
	รวม	380.72	429			
3.อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือผู้พิการ	Between Groups	3.16	4	0.79	0.84	0.50
	Within Groups	398.32	425	0.94		
	รวม	401.48	429			
4.ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม	Between Groups	5.12	4	1.28	1.72	0.14
	Within Groups	315.82	425	0.74		
	รวม	320.94	429			
5.ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ	Between Groups	4.01	4	1.00	1.30	0.27
	Within Groups	327.84	425	0.77		
	รวม	331.85	429			
6.การเดินทางภายในประเทศ	Between Groups	5.94	4	1.48	1.72	0.14
	Within Groups	365.96	425	0.86		
	รวม	371.90	429			

ตารางที่ 5.62 (ต่อ)

ข้อความ	Source	SS	df	MS	F	P
7.การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร	Between Groups	3.71	4	0.93	0.98	0.42
	Within Groups	402.86	425	0.95		
	รวม	406.57	429			
8.แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	Between Groups	4.50	4	1.12	1.70	0.15
	Within Groups	280.57	425	0.66		
	รวม	285.07	429			
9.แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	Between Groups	5.68	4	1.42	1.81	0.13
	Within Groups	333.21	425	0.78		
	รวม	338.89	429			
10.แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	Between Groups	4.08	4	1.02	1.31	0.26
	Within Groups	330.25	425	0.78		
	รวม	334.33	429			
11.เทศกาลและงานประเพณี	Between Groups	11.77	4	2.94	3.42	0.01
	Within Groups	365.59	425	0.86		
	รวม	377.35	429			
12.คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว	Between Groups	18.80	4	4.70	4.57	0.00
	Within Groups	436.94	425	1.03		
	รวม	455.74	429			
13.คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์	Between Groups	7.60	4	1.90	1.74	0.14
	Within Groups	465.52	425	1.10		
	รวม	473.12	429			
14.กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน	Between Groups	15.68	4	3.92	4.56	0.00
	Within Groups	365.58	425	0.86		
	รวม	381.27	429			
15.สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา	Between Groups	6.97	4	1.74	1.91	0.11
	Within Groups	386.78	425	0.91		
	รวม	393.74	429			
16.โครงสร้างพื้นฐาน	Between Groups	4.64	4	1.16	1.42	0.23
	Within Groups	346.48	425	0.82		
	รวม	351.12	429			
17.ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว	Between Groups	11.54	4	2.89	3.27	0.01
	Within Groups	375.16	425	0.88		
	รวม	386.70	429			
รวม	Between Groups	6.50	4	1.62	2.20	0.07
	Within Groups	313.78	425	0.74		
	รวม	320.28	429			

* $p \leq 0.05$ ** $p \leq 0.01$

เมื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว
สูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีระดับการศึกษาต่างกันโดยภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีระดับ
การศึกษาปริญญาตรีกับมัธยมศึกษา และกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีกับ
มัธยมศึกษา มีความเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มี
การศึกษาระดับมัศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของ
นักท่องเที่ยวในระดับที่มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.3363$) ดังตารางที่ 5.63

ตารางที่ 5.63 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มระดับการศึกษาด้านความสามารถ
ในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

ข้อความ	Mean	ระดับการศึกษา	ประถม	มัธยมศึกษา	อาชีวศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
2.ราคาของ ที่พักแรม	3.8947	ประถม					
	4.2743	มัธยมศึกษา	*				
	4.1781	อาชีวศึกษา					
	3.8392	ปริญญาตรี		*	*		
	3.9048	สูงกว่าปริญญาตรี		*			
11.เทศกาล และงานประเพณี	3.2632	ประถม					
	3.8053	มัธยมศึกษา	*				
	3.6986	อาชีวศึกษา	*				
	3.7692	ปริญญาตรี	*				
	3.4921	สูงกว่าปริญญาตรี		*		*	
12.คุณภาพ การบริการของ ตัวแทนท่องเที่ยว	3.7895	ประถม					
	4.0354	มัธยมศึกษา					
	3.9315	อาชีวศึกษา					
	3.6853	ปริญญาตรี		*			
	3.4127	สูงกว่าปริญญาตรี		*	*		
14.กิจกรรม เพื่อการพักผ่อน	3.2368	ประถม					
	3.7522	มัธยมศึกษา	*				
	3.5890	อาชีวศึกษา					
	3.5245	ปริญญาตรี					
	3.2063	สูงกว่าปริญญาตรี		*	*	*	
17.ความ ปลอดภัยของ เมือง	4.1579	ประถม					
	4.3363	มัธยมศึกษา					
	4.1370	อาชีวศึกษา					
	3.9650	ปริญญาตรี		*			
	3.9048	สูงกว่าปริญญาตรี		*			

4. สุขภาพ

4.1 สุขภาพกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มี สุขภาพ ต่างกัน โดยภาพรวม พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มี สุขภาพเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 ข้อ คือ ข้อ 10. เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ ข้อ 8. เพื่อผจญภัย/หาประสบการณ์ที่ท้าทาย ส่วนข้ออื่นๆ มีความคิดเห็นต่อ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน ด้วยความเชื่อมั่น 95% ดังตารางที่ 5.64

ตารางที่ 5.64 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีสุขภาพต่างกัน

ข้อความ	Source	SS	df	MS	F	P
1.เพื่อหลีกเลี่ยงจากกิจกรรมที่ทำประจำทุกวัน	Between Groups	1.90	3	0.63	0.45	0.72
	Within Groups	599.97	426	1.41		
	รวม	601.86	429			
2.เพื่อหลีกเลี่ยงความเครียด	Between Groups	1.09	3	0.37	0.26	0.86
	Within Groups	602.50	426	1.41		
	รวม	603.59	429			
3.เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย	Between Groups	4.31	3	1.44	1.37	0.25
	Within Groups	445.66	426	1.05		
	รวม	449.97	429			
4.เพื่อปรับปรุงสุขภาพและความเป็นอยู่	Between Groups	2.11	3	0.70	0.70	0.55
	Within Groups	428.89	426	1.01		
	รวม	431.00	429			
5.เพื่อออกกำลังกาย	Between Groups	6.04	3	2.01	1.70	0.17
	Within Groups	504.66	426	1.19		
	รวม	510.70	429			
6.เพื่อเยี่ยมเยียนญาติสนิทมิตรสหาย	Between Groups	5.81	3	1.94	0.93	0.43
	Within Groups	885.08	426	2.08		
	รวม	890.89	429			
7.เพื่อพบปะผู้คนและประกอบกิจกรรมทางสังคม	Between Groups	5.18	3	1.73	1.67	0.17
	Within Groups	441.67	426	1.04		
	รวม	446.85	429			

ตารางที่ 5.64 (ต่อ)

ข้อความ	Source	SS	df	MS	F	P
8.เพื่อผจญภัย/หาประสบการณ์ที่ท้าทาย	Between Groups	34.05	3	11.35	11.133**	0.00
	Within Groups	434.27	426	1.02		
	รวม	468.32	429			
9.เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่	Between Groups	6.74	3	2.25	1.98	0.12
	Within Groups	483.87	426	1.14		
	รวม	490.61	429			
10.เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่	Between Groups	12.95	3	4.32	4.535**	0.00
	Within Groups	405.53	426	0.95		
	รวม	418.48	429			
11.เพื่อเสริมสร้างสติปัญญา	Between Groups	5.83	3	1.94	1.63	0.18
	Within Groups	507.52	426	1.19		
	รวม	513.35	429			
รวม	Between Groups	1.90	3	0.63	0.45	0.72
	Within Groups	599.97	426	1.41		
	รวม	601.86	429			

* $p \leq 0.05$ ** $p \leq 0.01$

เมื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ในข้อ 8. เพื่อผจญภัย/หาประสบการณ์ที่ท้าทาย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสุขภาพปกติมีความเห็นแตกต่างจากกลุ่มที่มีสุขภาพดีเยี่ยม และกลุ่มสุขภาพดี กลุ่มสุขภาพไม่ดีกับกลุ่มสุขภาพปกติมีความเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีสุขภาพดีเยี่ยมมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ข้อนี้อยู่ในระดับที่มากกว่ากลุ่มสุขภาพอื่น ๆ ($\bar{X} = 3.7168$) ดังตารางที่ 5.65

ข้อ 10. เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่พบว่านักท่องเที่ยวที่มีสุขภาพปกติมีความเห็นแตกต่างจากกลุ่มที่มีสุขภาพดีเยี่ยม และกลุ่มสุขภาพดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีสุขภาพดีเยี่ยมมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ในข้อนี้มากกว่ากลุ่มสุขภาพอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.0520$) ดังตารางที่ 5.65

ตารางที่ 5.65 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มสุขภาทางด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ข้อความ	Mean	สุขภาพ	ดีเยี่ยม	ดี	ปกติ	ไม่ดี
8. เพื่อผจญภัย/หาประสบการณ์ ที่ท้าทาย	3.7168	ดีเยี่ยม	-			
	3.6154	ดี		-		
	2.5357	ปกติ	*	*	-	
	3.6250	ไม่ดี			*	-
10. เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ ใหม่	4.0520	ดีเยี่ยม	-			
	3.9774	ดี		-		
	3.3214	ปกติ	*	*	-	
	4.0000	ไม่ดี				-

4.2 สุขภาพกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มี สุขภาพต่างกัน โดยภาพรวมพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มี สุขภาพต่างกันเป็นรายข้อพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 ข้อ คือ ข้อ 4. ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม ส่วนข้ออื่นๆ มีความคิดเห็นต่อ ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันด้วยความเชื่อมั่น 95% ดังตารางที่ 5.66

ตารางที่ 5.66 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีสุขภาพต่างกัน

ข้อความ	Source	SS	df	MS	F	P
1. ที่ตั้งของที่พักรวม	Between Groups	5.70	3	1.90	1.70	0.17
	Within Groups	475.11	426	1.12		
	รวม	480.81	429			
2. ราคาของที่พักรวม	Between Groups	5.81	3	1.94	2.02	0.11
	Within Groups	409.17	426	0.96		
	รวม	414.98	429			
3. อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุ หรือผู้พิการ	Between Groups	8.51	3	2.84	2.04	0.11
	Within Groups	591.46	426	1.39		
	รวม	599.96	429			

ตารางที่ 5.66 (ต่อ)

ข้อความ	Source	SS	df	MS	F	P
4.ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม	Between Groups	6.58	3	2.19	2.699*	0.05
	Within Groups	346.14	426	0.81		
	รวม	352.72	429			
5.ความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่ประเทศ	Between Groups	4.06	3	1.35	1.48	0.22
	Within Groups	388.37	426	0.91		
	รวม	392.43	429			
6.การเดินทางภายในประเทศ	Between Groups	4.98	3	1.66	1.92	0.13
	Within Groups	369.02	426	0.87		
	รวม	373.99	429			
7.การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร	Between Groups	5.88	3	1.96	1.79	0.15
	Within Groups	467.74	426	1.10		
	รวม	473.62	429			
8.แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	Between Groups	2.82	3	0.94	1.06	0.37
	Within Groups	378.12	426	0.89		
	รวม	380.94	429			
9.แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	Between Groups	0.73	3	0.24	0.26	0.85
	Within Groups	394.52	426	0.93		
	รวม	395.25	429			
10.แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	Between Groups	2.02	3	0.67	0.75	0.53
	Within Groups	384.55	426	0.90		
	รวม	386.57	429			
11.เทศกาลและงานประเพณี	Between Groups	0.20	3	0.07	0.07	0.98
	Within Groups	418.59	426	0.98		
	รวม	418.79	429			
12.คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว	Between Groups	3.52	3	1.17	0.91	0.44
	Within Groups	548.35	426	1.29		
	รวม	551.86	429			
13.คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์	Between Groups	4.37	3	1.46	1.13	0.34
	Within Groups	548.19	426	1.29		
	รวม	552.56	429			
14.กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน	Between Groups	1.75	3	0.58	0.45	0.72
	Within Groups	550.12	426	1.29		
	รวม	551.87	429			
15.สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา	Between Groups	0.49	3	0.16	0.15	0.93
	Within Groups	466.22	426	1.09		
	รวม	466.71	429			

ตารางที่ 5.66 (ต่อ)

ข้อความ	Source	SS	df	MS	F	P
16.โครงสร้างพื้นฐาน	Between Groups	4.40	3	1.47	1.52	0.21
	Within Groups	410.27	426	0.96		
	รวม	414.66	429			
17.ความปลอดภัยของเมือง ท่องเที่ยว	Between Groups	2.58	3	0.86	0.86	0.46
	Within Groups	424.54	426	1.00		
	รวม	427.12	429			
รวม	Between Groups	5.70	3	1.90	1.70	0.17
	Within Groups	475.11	426	1.12		
	รวม	480.81	429			

* $p \leq 0.05$ ** $p \leq 0.01$

เมื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ในข้อ 4. ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีสุขภาพต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีสุขภาพปกติมีความเห็นแตกต่างจากกลุ่มที่มีสุขภาพดีเยี่ยม และกลุ่มสุขภาพดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีสุขภาพดีเยี่ยมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ในข้อ 4. ในระดับที่มากกว่ากลุ่มสุขภาพอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.0405$) ดังตารางที่ 5.67

ตารางที่ 5.67 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มสุขภาพด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้วยวิธี LSD

ข้อความ	Mean	สุขภาพ	ดีเยี่ยม	ดี	ปกติ	ไม่ดี
4. ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม	4.0405	ดีเยี่ยม				
	3.9864	ดี				
	3.5357	ปกติ	*	*		
	3.7500	ไม่ดี				

5.3 สุขภาพกับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

ผลปรากฏว่า การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มี สุขภาพต่างกัน โดยภาพรวมพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มี สุขภาพต่างกันเป็นรายข้อ พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 ข้อ คือ ข้อ 4. ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม ส่วนความคิดเห็นต่อ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ข้ออื่น ๆ ไม่แตกต่างกันด้วยความเชื่อมั่น 95% ดังตารางที่ 5.68

ตารางที่ 5.68 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีสุขภาพต่างกัน

ข้อความ	Source	SS	df	MS	F	P
1.ที่ตั้งของที่พักรวม	Between Groups	5.70	3	1.90	1.70	0.17
	Within Groups	475.11	426	1.12		
	รวม	480.81	429			
2.ราคาของที่พักรวม	Between Groups	5.81	3	1.94	2.02	0.11
	Within Groups	409.17	426	0.96		
	รวม	414.98	429			
3.อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือผู้พิการ	Between Groups	8.51	3	2.84	2.04	0.11
	Within Groups	591.46	426	1.39		
	รวม	599.96	429			
4.ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม	Between Groups	6.58	3	2.19	2.70	0.05
	Within Groups	346.14	426	0.81		
	รวม	352.72	429			
5.ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ	Between Groups	4.06	3	1.35	1.48	0.22
	Within Groups	388.37	426	0.91		
	รวม	392.43	429			
6.การเดินทางภายในประเทศ	Between Groups	4.98	3	1.66	1.92	0.13
	Within Groups	369.02	426	0.87		
	รวม	373.99	429			
7.การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร	Between Groups	5.88	3	1.96	1.79	0.15
	Within Groups	467.74	426	1.10		
	รวม	473.62	429			
8.แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	Between Groups	2.82	3	0.94	1.06	0.37
	Within Groups	378.12	426	0.89		
	รวม	380.94	429			
9.แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	Between Groups	0.73	3	0.24	0.26	0.85
	Within Groups	394.52	426	0.93		
	รวม	395.25	429			

ตารางที่ 5.68 (ต่อ)

ข้อความ	Source	SS	df	MS	F	P
10.แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	Between Groups	2.02	3	0.67	0.75	0.53
	Within Groups	384.55	426	0.90		
	รวม	386.57	429			
11.เทศกาลและงานประเพณี	Between Groups	0.20	3	0.07	0.07	0.98
	Within Groups	418.59	426	0.98		
	รวม	418.79	429			
12.คุณภาพการบริการของ ตัวแทนท่องเที่ยว	Between Groups	3.52	3	1.17	0.91	0.44
	Within Groups	548.35	426	1.29		
	รวม	551.86	429			
13.คุณภาพการบริการของผู้นำ เที่ยวและมัคคุเทศก์	Between Groups	4.37	3	1.46	1.13	0.34
	Within Groups	548.19	426	1.29		
	รวม	552.56	429			
14.กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน	Between Groups	1.75	3	0.58	0.45	0.72
	Within Groups	550.12	426	1.29		
	รวม	551.87	429			
15.สิ่งอำนวยความสะดวกทาง การแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา	Between Groups	0.49	3	0.16	0.15	0.93
	Within Groups	466.22	426	1.09		
	รวม	466.71	429			
16.โครงสร้างพื้นฐาน	Between Groups	4.40	3	1.47	1.52	0.21
	Within Groups	410.27	426	0.96		
	รวม	414.66	429			
17.ความปลอดภัยของเมือง ท่องเที่ยว	Between Groups	2.58	3	0.86	0.86	0.46
	Within Groups	424.54	426	1.00		
	รวม	427.12	429			
รวม	Between Groups	3.36	3	1.12	3.08	0.03
	Within Groups	154.98	426	0.36		
	รวม	158.34	429			

* $p \leq 0.05$ ** $p \leq 0.01$

เมื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ในข้อ 4. ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีสุขภาพปกติมีความเห็นแตกต่างจากกลุ่มที่มีสุขภาพดีเยี่ยม และกลุ่มสุขภาพด้อยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีสุขภาพดีเยี่ยมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่มากกว่ากลุ่มสุขภาพอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.0405$) ดังตารางที่ 5.69

และในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุกลุ่มที่มีสุขภาพดีมีความเห็นแตกต่างจากกลุ่มที่มีสุขภาพดีเยี่ยม ทั้งนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีสุขภาพไม่ดีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในระดับที่มากกว่ากลุ่มสุขภาพอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.0809$) ดังตารางที่ 5.69

ตารางที่ 5.69 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มสุขภาพด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

ข้อความ	Mean	สุขภาพ	ดีเยี่ยม	ดี	ปกติ	ไม่ดี
4.ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม	4.0405	ดีเยี่ยม				
	3.9864	ดี				
	3.5357	ปกติ	*	*		
	3.7500	ไม่ดี				
รวม	3.9813	ดีเยี่ยม				
	3.8081	ดี	*			
	3.8130	ปกติ				
	4.0809	ไม่ดี				

5. การทำงาน

5.1 การทำงานกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มี การทำงานต่างกัน โดยภาพรวม พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มี การทำงานต่างกันเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 ข้อ คือ ข้อ 3. เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย ส่วนความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ข้ออื่นๆ ไม่แตกต่างกันด้วยความเชื่อมั่น 95% ดังตารางที่ 5.70

ตารางที่ 5.70 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีการทำงานต่างกัน

ข้อความ	Source	SS	df	MS	F	P
1.เพื่อหลีกเลี่ยงจากกิจกรรมที่ทำประจำทุกวัน	Between Groups	6.24	4	1.56	1.11	0.35
	Within Groups	595.63	425	1.40		
	รวม	601.86	429			
2.เพื่อหลีกเลี่ยงความเครียด	Between Groups	3.18	4	0.79	0.56	0.69
	Within Groups	600.42	425	1.41		
	รวม	603.59	429			
3.เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย	Between Groups	10.65	4	2.66	2.58	0.04
	Within Groups	439.31	425	1.03		
	รวม	449.97	429			
4.เพื่อปรับปรุงสุขภาพและความเป็นอยู่	Between Groups	2.44	4	0.61	0.61	0.66
	Within Groups	428.55	425	1.01		
	รวม	431.00	429			
5.เพื่อออกกำลังกาย	Between Groups	1.41	4	0.35	0.30	0.88
	Within Groups	509.29	425	1.20		
	รวม	510.70	429			
6.เพื่อเยี่ยมเยียนญาติสนิทมิตรสหาย	Between Groups	3.29	4	0.82	0.39	0.81
	Within Groups	887.59	425	2.09		
	รวม	890.89	429			
7.เพื่อพบปะผู้คนและประกอบกิจกรรมทางสังคม	Between Groups	1.81	4	0.45	0.43	0.79
	Within Groups	445.04	425	1.05		
	รวม	446.85	429			
8.เพื่อผจญภัย/หาประสบการณ์ที่ท้าทาย	Between Groups	5.71	4	1.43	1.31	0.27
	Within Groups	462.61	425	1.09		
	รวม	468.32	429			
9.เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่	Between Groups	2.46	4	0.61	0.53	0.71
	Within Groups	488.15	425	1.15		
	รวม	490.61	429			
10.เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่	Between Groups	0.76	4	0.19	0.19	0.94
	Within Groups	417.71	425	0.98		
	รวม	418.48	429			
11.เพื่อเสริมสร้างสติปัญญา	Between Groups	10.16	4	2.54	2.15	0.07
	Within Groups	503.19	425	1.18		
	รวม	513.35	429			

ตารางที่ 5.70 (ต่อ)

ข้อความ	Source	SS	df	MS	F	P
รวม	Between Groups	0.13	4	0.03	0.09	0.99
	Within Groups	163.75	425	0.39		
	รวม	163.88	429			

* $p \leq 0.05$ ** $p \leq 0.01$

เมื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ในข้อ 3. เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีความแตกต่างกันในเรื่องการทำงาน พบว่า กลุ่มที่เกษียณอายุมากกว่า 1 ปี กับกลุ่มที่ทำงานเต็มเวลา มีความเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มที่ว่างงานกับกลุ่มที่เกษียณอายุมากกว่า 1 ปี มีความเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวในกลุ่มที่เกษียณอายุมากกว่า 1 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มทำงานอื่นๆ ($\bar{X} = 4.3209$) ดังตารางที่ 5.71

ตารางที่ 5.71 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มการทำงานด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้วยวิธี LSD

ข้อความ	Mean	การทำงาน	ทำงานเต็มเวลา	ทำงานบางเวลา	เกษียณอายุมากกว่า 1 ปี	เกษียณอายุน้อยกว่า 1 ปี	ว่างงาน
3.เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย	4.0000	ทำงานเต็มเวลา					
	4.0938	ทำงานบางเวลา					
	4.3209	เกษียณอายุมากกว่า 1 ปี	*				
	4.2326	เกษียณอายุน้อยกว่า 1 ปี					
	3.7500	ว่างงาน			*		

5.2 การทำงานกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีการทำงานต่างกัน โดยภาพรวมและแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางที่ 5.72

ตารางที่ 5.72 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบ
ทางการท่องเที่ยว ของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีการทำงานต่างกัน

ข้อความ	Source	SS	df	MS	F	P
1.ที่ตั้งของที่พักรแรม	Between Groups	1.92	4	0.48	0.43	0.79
	Within Groups	478.89	425	1.13		
	รวม	480.81	429			
2.ราคาของที่พักรแรม	Between Groups	3.87	4	0.97	1.00	0.41
	Within Groups	411.11	425	0.97		
	รวม	414.98	429			
3.อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือผู้พิการ	Between Groups	5.26	4	1.31	0.94	0.44
	Within Groups	594.71	425	1.40		
	รวม	599.96	429			
4.ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม	Between Groups	1.03	4	0.26	0.31	0.87
	Within Groups	351.69	425	0.83		
	รวม	352.72	429			
5.ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ	Between Groups	4.04	4	1.01	1.11	0.35
	Within Groups	388.39	425	0.91		
	รวม	392.43	429			
6.การเดินทางภายในประเทศ	Between Groups	0.89	4	0.22	0.25	0.91
	Within Groups	373.10	425	0.88		
	รวม	373.99	429			
7.การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร	Between Groups	5.94	4	1.49	1.35	0.25
	Within Groups	467.68	425	1.10		
	รวม	473.62	429			
8.แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	Between Groups	0.72	4	0.18	0.20	0.94
	Within Groups	380.23	425	0.90		
	รวม	380.94	429			
9.แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	Between Groups	1.74	4	0.43	0.47	0.76
	Within Groups	393.51	425	0.93		
	รวม	395.25	429			
10.แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	Between Groups	1.90	4	0.48	0.53	0.72
	Within Groups	384.67	425	0.91		
	รวม	386.57	429			
11.เทศกาลและงานประเพณี	Between Groups	2.97	4	0.74	0.76	0.55
	Within Groups	415.83	425	0.98		
	รวม	418.79	429			

ตารางที่ 5.72 (ต่อ)

ข้อความ	Source	SS	df	MS	F	P
12.คุณภาพการบริการของตัวแทน ท่องเที่ยว	Between Groups	6.54	4	1.64	1.28	0.28
	Within Groups	545.32	425	1.28		
	รวม	551.86	429			
13.คุณภาพการบริการของผู้นำ เที่ยวและมัคคุเทศก์	Between Groups	10.92	4	2.73	2.14	0.08
	Within Groups	541.64	425	1.27		
	รวม	552.56	429			
14.กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน	Between Groups	4.97	4	1.24	0.97	0.43
	Within Groups	546.90	425	1.29		
	รวม	551.87	429			
15.สิ่งอำนวยความสะดวกทาง การแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา	Between Groups	8.52	4	2.13	1.98	0.10
	Within Groups	458.19	425	1.08		
	รวม	466.71	429			
16.โครงสร้างพื้นฐาน	Between Groups	2.52	4	0.63	0.65	0.63
	Within Groups	412.14	425	0.97		
	รวม	414.66	429			
17.ความปลอดภัยของเมือง ท่องเที่ยว	Between Groups	2.74	4	0.69	0.69	0.60
	Within Groups	424.38	425	1.00		
	รวม	427.12	429			
รวม	Between Groups	1.10	4	0.28	0.69	0.60
	Within Groups	169.06	425	0.40		
	รวม	170.16	429			

* $p \leq 0.05$ ** $p \leq 0.01$

5.3 การทำงานกับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มี การทำงานต่างกัน โดยภาพรวมพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มี การทำงานต่างกันเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 ข้อ คือ ข้อ 15. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา ข้อ 17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ส่วนความคิดเห็นต่อ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ข้ออื่น ๆ ไม่แตกต่างกันด้วยความเชื่อมั่น 95% ดังตารางที่ 5.73

ตารางที่ 5.73 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการ
ของนักท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีการทำงานต่างกัน

ข้อความ	Source	SS	df	MS	F	P
1.ที่ตั้งของที่พักรแรม	Between Groups	4.18	4	1.05	1.41	0.23
	Within Groups	316.10	425	0.74		
	รวม	320.28	429			
2.ราคาของที่พักรแรม	Between Groups	3.67	4	0.92	1.04	0.39
	Within Groups	377.05	425	0.89		
	รวม	380.72	429			
3.อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือผู้พิการ	Between Groups	2.07	4	0.52	0.55	0.70
	Within Groups	399.41	425	0.94		
	รวม	401.48	429			
4.ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม	Between Groups	2.79	4	0.70	0.93	0.45
	Within Groups	318.15	425	0.75		
	รวม	320.94	429			
5.ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ	Between Groups	6.09	4	1.52	1.99	0.10
	Within Groups	325.76	425	0.77		
	รวม	331.85	429			
6.การเดินทางภายในประเทศ	Between Groups	5.90	4	1.47	1.71	0.15
	Within Groups	366.00	425	0.86		
	รวม	371.90	429			
7.การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร	Between Groups	1.18	4	0.30	0.31	0.87
	Within Groups	405.39	425	0.95		
	รวม	406.57	429			
8.แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	Between Groups	0.98	4	0.24	0.37	0.83
	Within Groups	284.09	425	0.67		
	รวม	285.07	429			
9.แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	Between Groups	1.60	4	0.40	0.50	0.73
	Within Groups	337.29	425	0.79		
	รวม	338.89	429			
10.แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	Between Groups	2.78	4	0.70	0.89	0.47
	Within Groups	331.55	425	0.78		
	รวม	334.33	429			
11.เทศกาลและงานประเพณี	Between Groups	1.30	4	0.33	0.37	0.83
	Within Groups	376.05	425	0.89		
	รวม	377.35	429			

ตารางที่ 5.73 (ต่อ)

ข้อความ	Source	SS	df	MS	F	P
12.คุณภาพการบริการของตัวแทน ท่องเที่ยว	Between Groups	4.27	4	1.07	1.01	0.41
	Within Groups	451.47	425	1.06		
	รวม	455.74	429			
13.คุณภาพการบริการของผู้นำ เที่ยวและมัคคุเทศก์	Between Groups	6.47	4	1.62	1.47	0.21
	Within Groups	466.65	425	1.10		
	รวม	473.12	429			
14.กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน	Between Groups	1.46	4	0.37	0.41	0.80
	Within Groups	379.81	425	0.89		
	รวม	381.27	429			
15.สิ่งอำนวยความสะดวกทาง การแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา	Between Groups	9.22	4	2.30	2.55	0.04
	Within Groups	384.53	425	0.91		
	รวม	393.74	429			
16.โครงสร้างพื้นฐาน	Between Groups	3.00	4	0.75	0.92	0.45
	Within Groups	348.11	425	0.82		
	รวม	351.12	429			
17.ความปลอดภัยของเมือง ท่องเที่ยว	Between Groups	9.82	4	2.45	2.77	0.03
	Within Groups	376.88	425	0.89		
	รวม	386.70	429			
รวม	Between Groups	0.88	4	0.22	0.60	0.67
	Within Groups	157.46	425	0.37		
	รวม	158.34	429			

* $p \leq 0.05$ ** $p \leq 0.01$

เมื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ในข้อ 15. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุกลุ่มที่เกษียณอายุมากกว่า 1 ปี กับกลุ่มที่ทำงานเต็มเวลา มีความเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กลุ่มที่เกษียณอายุน้อยกว่า 1 ปี กับกลุ่มที่เกษียณอายุมากกว่า 1 ปี มีความเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เกษียณอายุมากกว่า 1 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในระดับที่มากกว่ากลุ่มการทำงานอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.0000$) ดังตารางที่ 5.74

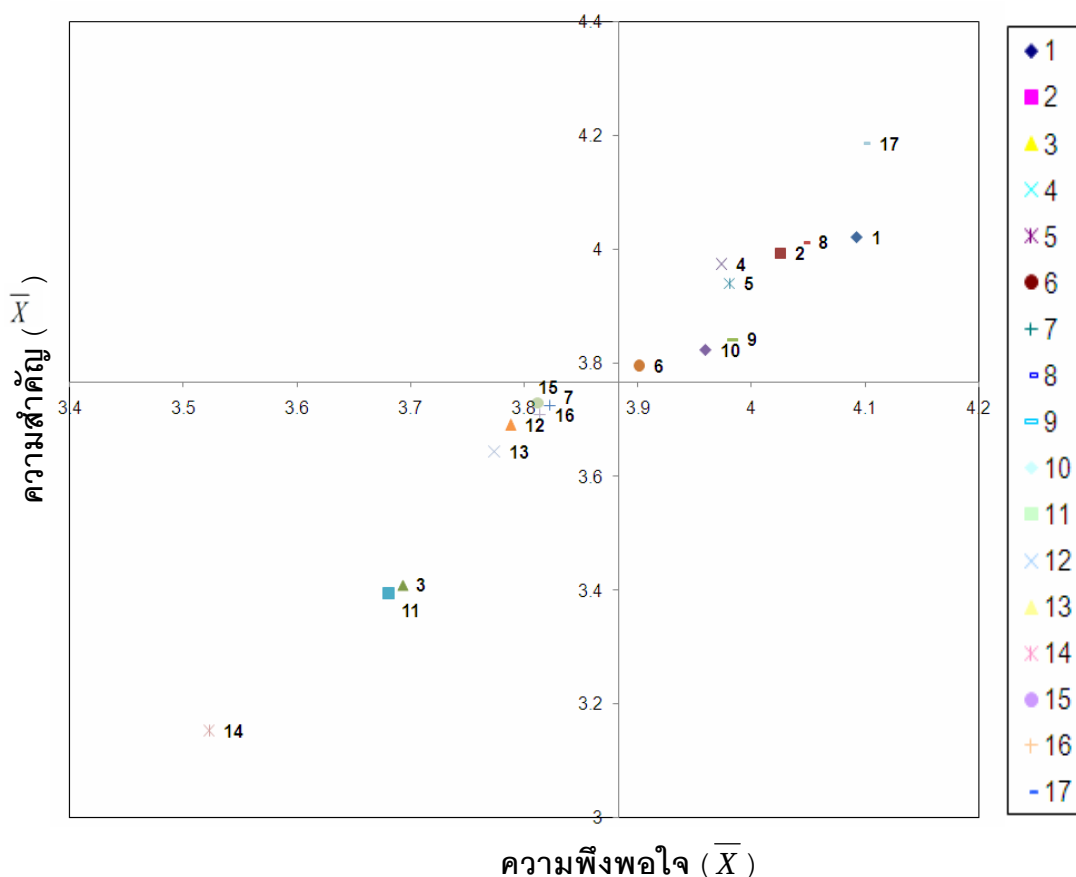
ข้อ 17. ความปลอดภัยของเมือง พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุที่เกษียณอายุน้อยกว่า 1 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างจากกลุ่มที่ทำงานเต็มเวลา และกลุ่มที่เกษียณอายุมากกว่า 1 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้กลุ่มที่ทำงานเต็มเวลา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ในข้อนี้มากกว่ากลุ่มการทำงานอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.2023$)

ตารางที่ 5.74 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มการทำงานด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วยวิธี LSD

ข้อความ	Mean	การทำงาน	ทำงานเต็มเวลา	ทำงานบางเวลา	เกษียณอายุมากกว่า 1 ปี	เกษียณอายุน้อยกว่า 1 ปี	ว่างงาน
15. สิ่งอำนวยความสะดวกทางสุขภาพที่มีอยู่เพื่อการรักษา	3.6936	ทำงานเต็มเวลา					
	3.8594	ทำงานบางเวลา					
	4.0000	เกษียณอายุมากกว่า 1 ปี	*				
	3.6047	เกษียณอายุน้อยกว่า 1 ปี			*		
	3.8750	ว่างงาน					
17. ความปลอดภัยของเมือง	4.2023	ทำงานเต็มเวลา					
	3.9375	ทำงานบางเวลา					
	4.1791	เกษียณอายุมากกว่า 1 ปี					
	3.8140	เกษียณอายุน้อยกว่า 1 ปี	*		*		
	3.7500	ว่างงาน					

8. การวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน (17 ปัจจัย) ด้วย Importance Performance Analysis (IPA Model) เป็นการวิเคราะห์ระดับปัจจัยความต้องการที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับระดับผลการดำเนินงานของประเทศไทยโดยวัดจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยนำมาสร้างเป็นแผนภาพออกได้เป็น 4 ส่วนคือ Quadrant ที่ 1 Quadrant ที่ 2 Quadrant ที่ 3 และ Quadrant ที่ 4 ซึ่งแต่ละส่วนจะนำผลมาวิเคราะห์และสรุปผลการวิเคราะห์ได้ ดังนี้



ภาพที่ 5.1 การวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจในภาพรวมของประเทศไทย

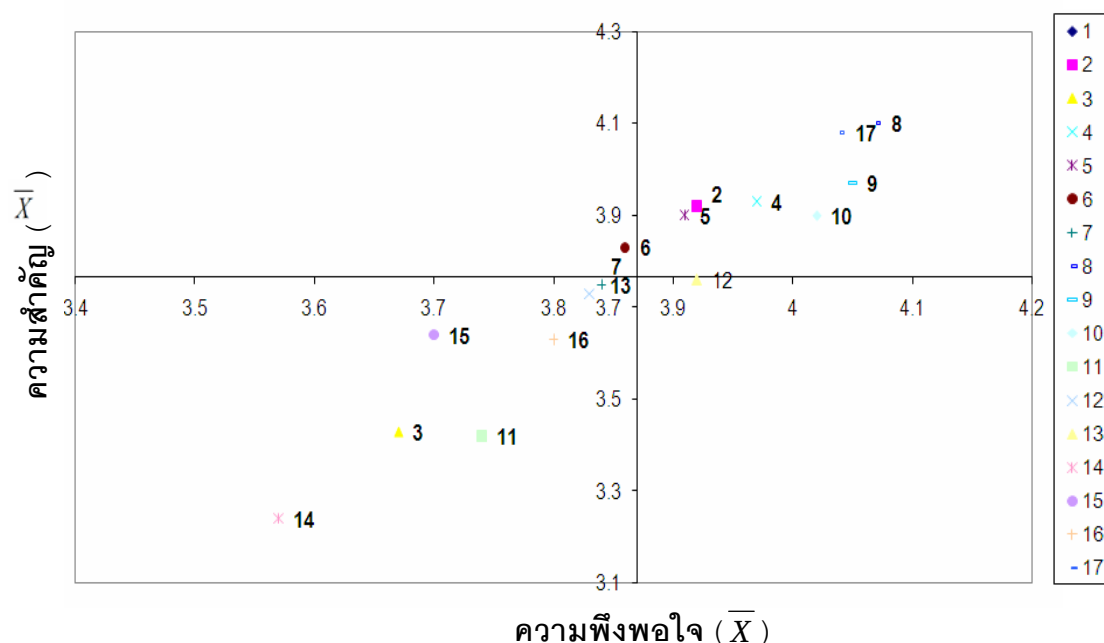
Quadrant 1. (Concentration Here) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ พบว่า ไม่มีปัจจัยใดที่ต้องปรับปรุงแก้ไขด่วน

Quadrant 2. (Keep up Good Work) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ พบว่ามี 9 ปัจจัย ได้แก่ (1) ที่ตั้งของที่พักรแรม (2) ราคาของที่พักรแรม (4) ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม (5) ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ (6) การเดินทางภายในประเทศ (8) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (9) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (10) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และ (17) ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ซึ่งประเทศไทยต้องรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสูงต่อไป

Quadrant 3. (Low Priority) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ พบว่ามี 8 ปัจจัย ได้แก่ (3) อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือผู้พิการในโรงแรม (7) การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร (11) เทศกาลและงานประเพณี (12) คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว (13) คุณภาพการบริการของผู้นำ

เที่ยวและมัคคุเทศก์ (14) กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน (15) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ และ(16) โครงสร้างพื้นฐาน แม้ปัจจัยในส่วนนี้ประเทศไทยไม่จำเป็นต้องสนใจแก้ไขเนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำ แต่บางปัจจัยมีระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจที่อยู่ใกล้ค่าเฉลี่ยมาก ประเทศไทยจึงควรให้ความสนใจลงมา

Quadrant 4. (Possible Overkill) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ พบว่าไม่มีปัจจัยใดในส่วนนี้ที่ต้องคำนึงถึง



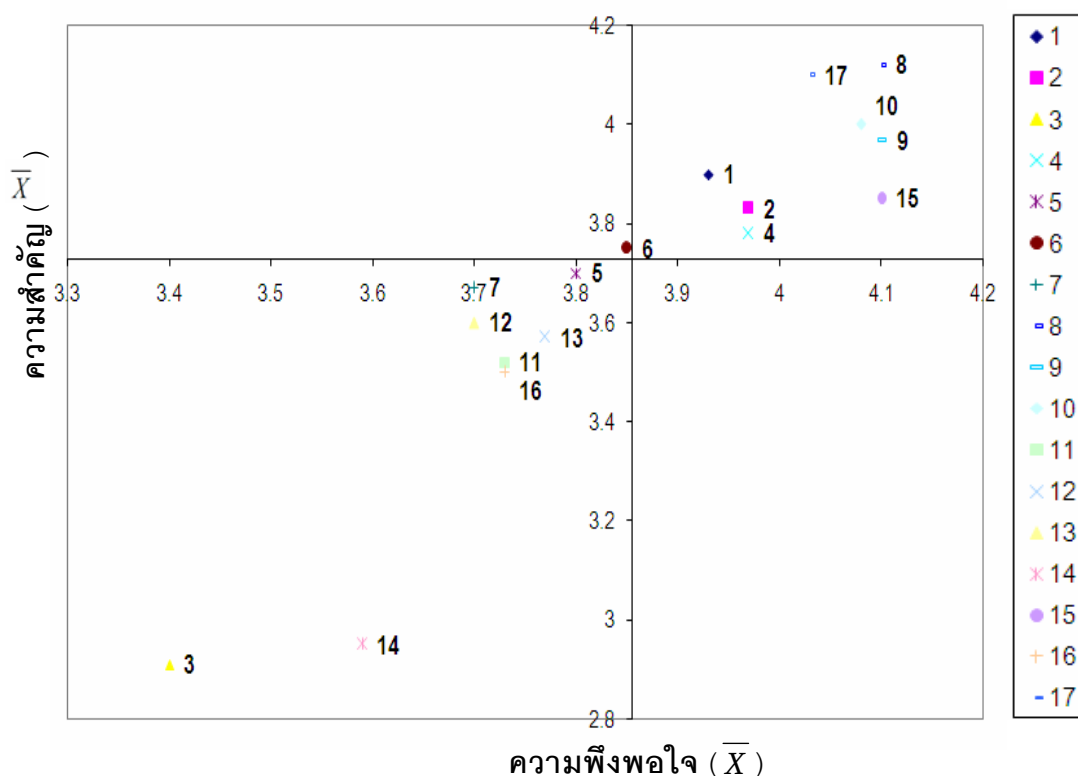
ภาพที่ 5.2 การวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจในกรุงเทพมหานคร

Quadrant 1. (Concentration Here) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ พบว่า ปัจจัย (6) การเดินทางภายในประเทศ เป็นปัจจัยที่ต้องปรับปรุงแก้ไขด่วน

Quadrant 2. (Keep up Good Work) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ พบว่ามี 9 ปัจจัย ได้แก่ (1) ที่ตั้งของที่พักรแรม (2) ราคาของที่พักรแรม (4) ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม (5) ความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่ประเทศ (8) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (9) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (10) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (12) คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว และ (17) ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ซึ่งประเทศไทยต้องรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสูงต่อไป

Quadrant 3. (Low Priority) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ พบว่ามี 7 ปัจจัย ได้แก่ (3) อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือผู้พิการในโรงแรม (7) การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร (11) เทศกาลและงานประเพณี (13) คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (14) กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน (15) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ และ (16) โครงสร้างพื้นฐาน แม้ปัจจัยในส่วนนี้ประเทศไทยไม่จำเป็นต้องสนใจแก้ไขเนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำ แต่บางปัจจัยมีระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจที่อยู่ใกล้ค่าเฉลี่ยมาก ประเทศไทยจึงควรให้ความสนใจลงมา

Quadrant 4. (Possible Overkill) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ พบว่าไม่มีปัจจัยใดในส่วนนี้ที่ต้องคำนึงถึง



ภาพที่ 5.3 การวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจในภาคเหนือ

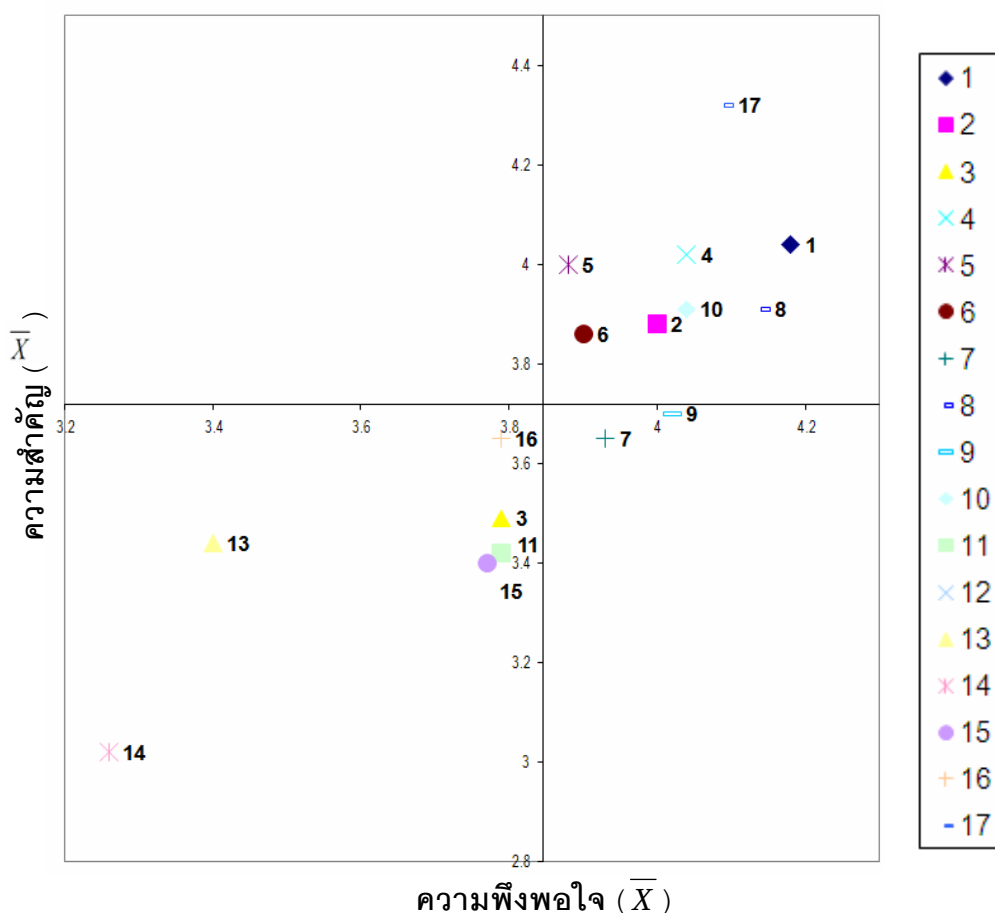
Quadrant 1. (Concentration Here) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ พบว่า ไม่มีปัจจัยใดที่ต้องปรับปรุงแก้ไขด่วน

Quadrant 2. (Keep up Good Work) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ พบว่ามี 9 ปัจจัย ได้แก่ (1) ที่ตั้งของที่พักรวม (2) ราคาของที่พักรวม (4) ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม (6) การ

เดินทางภายในประเทศ (8) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (9) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (10) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (15) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ และ (17) ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ซึ่งประเทศไทยต้องรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสูงต่อไป

Quadrant 3. (Low Priority) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ พบว่ามี 8 ปัจจัย ได้แก่ (3) อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือผู้พิการในโรงแรม (5) ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ (7) การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร (11) เทศกาลและงานประเพณี (12) คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว (13) คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (14) กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน และ (16) โครงสร้างพื้นฐาน แม้ปัจจัยในส่วนนี้ประเทศไทยไม่จำเป็นต้องสนใจแก้ไขเนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำ แต่บางปัจจัยมีระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจที่อยู่ใกล้เคียงมาก ประเทศไทยจึงควรให้ความสนใจลงมา

Quadrant 4. (Possible Overkill) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ พบว่าไม่มีปัจจัยใดในส่วนนี้ที่ต้องคำนึงถึง



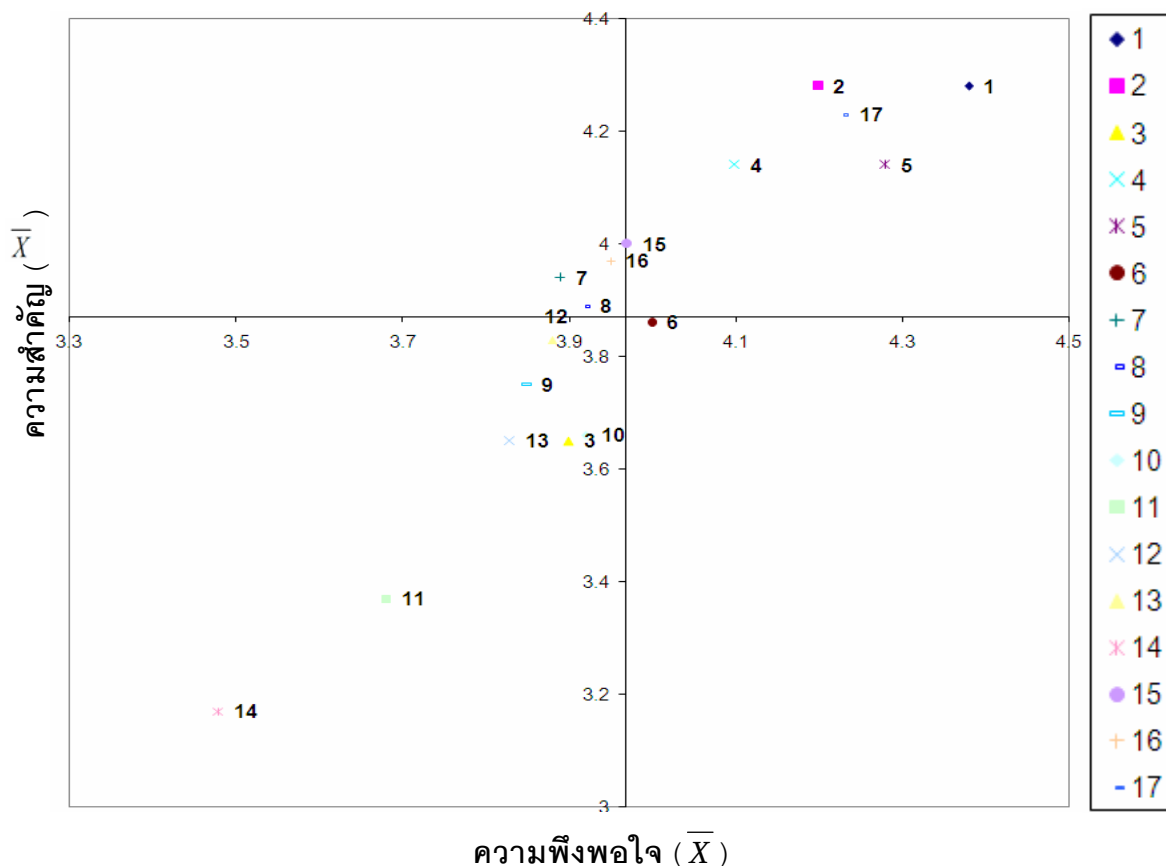
ภาพที่ 5.4 การวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจในภาคกลาง

Quadrant 1. (Concentration Here) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ พบว่า ไม่มีปัจจัยใดที่ต้องปรับปรุงแก้ไขด่วน

Quadrant 2. (Keep up Good Work) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ พบว่ามี 8 ปัจจัย ได้แก่ (1) ที่ตั้งของที่พักรแรม (2) ราคาของที่พักรแรม (4) ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม (5) ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ (6) การเดินทางภายในประเทศ (8) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (10) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และ (17) ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ซึ่งประเทศไทยต้องรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสูงต่อไป

Quadrant 3. (Low Priority) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ พบว่ามี 7 ปัจจัย ได้แก่ (3) อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือผู้พิการในโรงแรม (11) เทศกาลและงานประเพณี (12) คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว (13) คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (14) กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน (15) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ และ (16) โครงสร้างพื้นฐาน แม้ปัจจัยในส่วนนี้ประเทศไทยไม่จำเป็นต้องสนใจแก้ไขเนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำ แต่บางปัจจัยมีระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจที่อยู่ใกล้ค่าเฉลี่ยมาก ประเทศไทยจึงควรให้ความสนใจลงมา

Quadrant 4. (Possible Overkill) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ พบว่าปัจจัย (7) การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร (9) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ซึ่งคงไม่ต้องดำเนินการใด



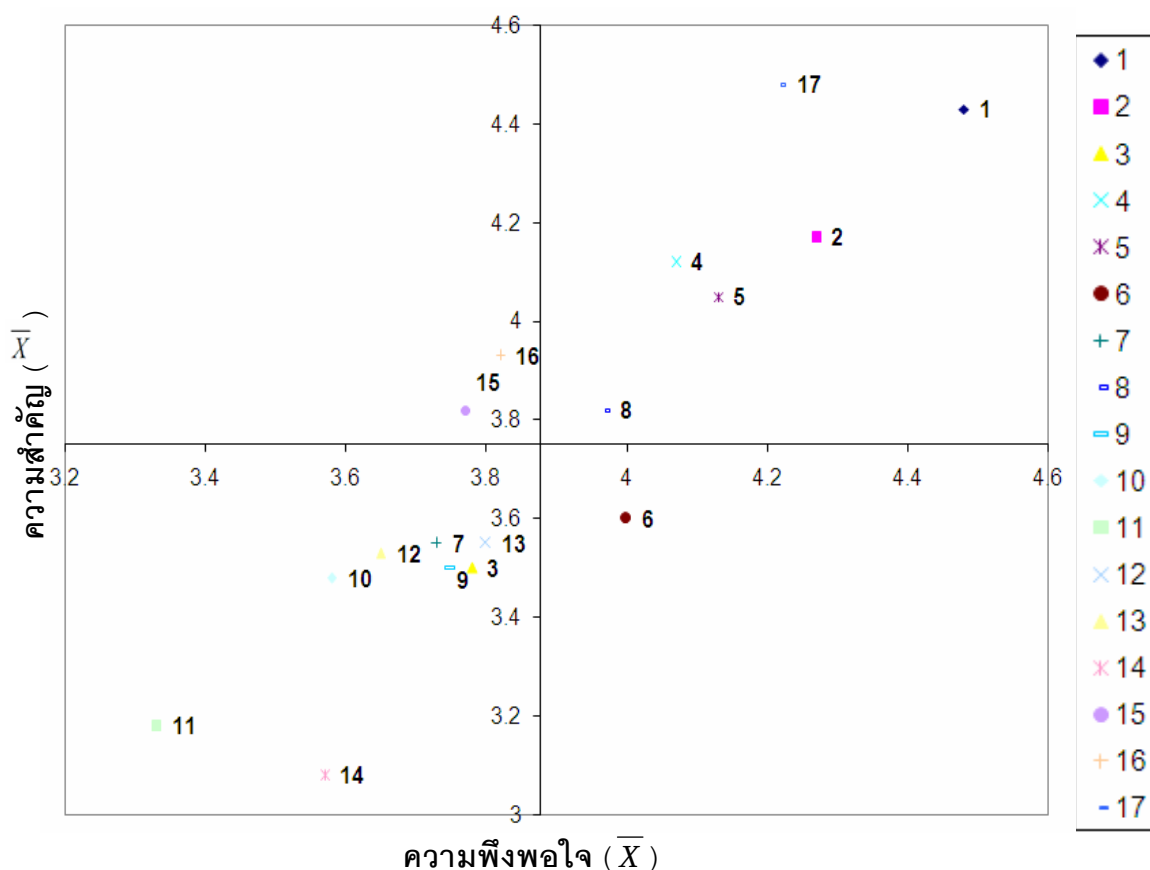
ภาพที่ 5.5 การวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจในภาคตะวันออก

Quadrant 1. (Concentration Here) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ พบว่าปัจจัย (7) การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร และ (8) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นปัจจัยที่ต้องปรับปรุงแก้ไขด่วน

Quadrant 2. (Keep up Good Work) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ พบว่ามี 8 ปัจจัย ได้แก่ (1) ที่ตั้งของที่พักรแรม (2) ราคาของที่พักรแรม (4) ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม (5) ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ (6) การเดินทางภายในประเทศ (15) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ (16) โครงสร้างพื้นฐาน และ (17) ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ซึ่งประเทศไทยต้องรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสูงต่อไป

Quadrant 3. (Low Priority) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ พบว่ามี 7 ปัจจัย ได้แก่ (3) อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือผู้พิการในโรงแรม (9) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (10) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (11) เทศกาลและงานประเพณี (12) คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว (13) คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และ (14) กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน แม้ปัจจัยในส่วนนี้ประเทศไทยไม่จำเป็นต้องสนใจแก้ไขเนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำ แต่บางปัจจัยมีระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจที่อยู่ใกล้ค่าเฉลี่ยมาก ประเทศไทยจึงควรให้ความสนใจลงมา

Quadrant 4. (Possible Overkill) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ พบว่าไม่มีปัจจัยใดในส่วนนี้ที่ต้องคำนึงถึง



ภาพที่ 5.6 การวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจในภาคใต้

Quadrant 1. (Concentration Here) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ พบว่า ปัจจัย (15) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ และ (16) โครงสร้างพื้นฐาน เป็นปัจจัยที่ต้องปรับปรุงแก้ไขด่วน

Quadrant 2. (Keep up Good Work) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ พบว่ามี 6 ปัจจัย ได้แก่ (1) ที่ตั้งของที่พักรแรม (2) ราคาของที่พักรแรม (4) ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม (5) ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ (8) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (17) ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ซึ่งประเทศไทยต้องรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสูงต่อไป

Quadrant 3. (Low Priority) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ พบว่ามี 8 ปัจจัย ได้แก่ (3) อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือผู้พิการในโรงแรม (7) การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร (9) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (10) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (11) เทศกาลและงานประเพณี (12) คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว (13) คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (14) กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน แม้ปัจจัยในส่วนนี้ประเทศไทยไม่จำเป็นต้องสนใจแก้ไขเนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำ แต่บางปัจจัยมีระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจที่อยู่ใกล้เคียงมาก ประเทศไทยจึงควรให้ความสนใจลงมา

Quadrant 4. (Possible Overkill) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ พบว่า ปัจจัย (6) การเดินทางภายในประเทศ เป็นปัจจัยในส่วนนี้ซึ่งควรพิจารณาว่าควรจะดำเนินการหรือไม่

จะเห็นได้ว่าผลการวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปที่เข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ รวมถึงภาคต่าง ๆ ของประเทศไทยนั้นมีความคล้ายคลึงกันมาก จะแตกต่างกันบ้างก็เพียงบางประเด็น เช่น การท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ นักท่องเที่ยวไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจเกี่ยวกับการเดินทางภายในกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ต้องปรับปรุงแก้ไขโดยด่วน

อย่างไรก็ดี จากผลการวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยภาพรวมทั่วประเทศก็ทำให้ทราบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปได้รับการบริการในระดับที่พึงพอใจถึง 9 ปัจจัย ได้แก่ ที่ตั้งของที่พักรแรม ราคาของที่พักรแรม ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ การเดินทางภายในประเทศ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยว

ทางวัฒนธรรม และความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสิ่งที่ประเทศไทยจะต้องรักษา
คุณภาพให้อยู่ในระดับสูงต่อไป

บทที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

บทนี้เป็นการนำเสนอผลที่ได้จากการวิจัยตามคำถามของการวิจัยในข้อ 1-4 ซึ่งจะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ ผลการสัมภาษณ์ และผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนี้

1. กรรมการผู้จัดการบริษัทนำเที่ยวหรือตัวแทนบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ จำนวน 6 คน ได้แก่ บริษัท บริษัท Siam Express จำกัด บริษัท Turismo Asia จำกัด บริษัท A.E.D. จำกัด บริษัท Surapontour จำกัด บริษัท Trans Travel (Thailand) จำกัด และบริษัท Books & Travel: Stonewater จำกัด และ SAGA Representative จาก บริษัท SAGA Holidays จำกัด จำนวน 2 คน รวมทั้งสิ้น 8 คน

2. ผู้จัดการโรงแรมที่ให้บริการนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรป จำนวน 8 คน ได้แก่ โรงแรม Imperial Mae Ping เชียงใหม่ โรงแรม Eurasia เชียงใหม่ โรงแรม Patong Resort ภูเก็ต โรงแรม กะตะธานี ภูเก็ต โรงแรม Tropical Garden Resort ภูเก็ต โรงแรมมณเฑียร พัทยา ชลบุรี โรงแรม เอเชีย พัทยา ชลบุรี และโรงแรม Regent Cha-am Chalet เพชรบุรี

3. ผู้บริหารในหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวภาครัฐในทวีปยุโรป ได้แก่ ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสตอกโฮล์ม จำนวน 1 คน โดยการสัมภาษณ์ผ่าน E-mail

4. ผู้บริหารในหน่วยงานวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวภาครัฐในประเทศ ได้แก่ ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงใหม่ ประจวบคีรีขันธ์ และ พัทยา จำนวน 3 คน และผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดเชียงใหม่ ประจวบคีรีขันธ์ และชลบุรี จำนวน 3 คน และหัวหน้ากลุ่มพัฒนามาตรฐานบริการท่องเที่ยว สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รวมทั้งสิ้น 7 คน

5. นายกสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) อุปนายกและผู้จัดการสมาคมโรงแรมไทย (THA) และนายกสมาคมโรงแรมไทย (ภาคใต้) รวมทั้งสิ้น 4 คน

6. ผู้อำนวยการโรงพยาบาล จำนวน 5 คน ได้แก่ โรงพยาบาลสมิติเวช สุขุมวิท กรุงเทพฯ โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ กรุงเทพฯ โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม เชียงใหม่ โรงพยาบาลสิริโรจน์ (Phuket International Hospital) ภูเก็ต และโรงพยาบาลกรุงเทพพัทยา ชลบุรี

7. นายกสมาคมสปาไทยและผู้จัดการสถานบริการสปา จำนวน 4 คน ได้แก่ บริษัท อิมพีเรียล เฮลท์ แอนด์ สปา จำกัด เชียงใหม่ บริษัท Six Senses Destination Spa จำกัด ภูเก็ต และบริษัท Zphora จำกัด พัทยา ชลบุรี

1 ผลการสัมภาษณ์

1.1 ผลสัมภาษณ์บริษัทนำเที่ยว

1. กลุ่มลูกค้าสูงอายุของบริษัทมาจากประเทศใด จำนวนปีละเท่าไร และโปรแกรมการท่องเที่ยวมีรูปแบบเป็นอย่างไร

กลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยปีละเป็นจำนวนมาก มาจากยุโรปเหนือและยุโรปกลางเป็นส่วนใหญ่ บริษัทนำเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้แยกกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวสูงอายุโดยเฉพาะ ยกเว้น นักท่องเที่ยวสูงอายุอังกฤษของบริษัท SAGA Holidays ที่มีการจัดแพคเกจนำเที่ยวประเทศไทย ปีละประมาณ 1500-3000 คน บริษัท Siam Express จำกัดเป็น ground operator ให้ SAGA โดยจัดนำเที่ยวและทำ Transfer รับส่งระหว่างสนามบินและที่พัก โปรแกรมของ SAGA มีระยะเวลา 2 สัปดาห์ ออกเดินทางทุกสัปดาห์ เป็น Full board (ที่พักรวมอาหาร 3 มื้อ) ไปเชียงใหม่ ชะอำ หรือเกาะสมุย หรือรวม 2 เมือง โดยมีรายการทัศนอารรมอยู่ด้วย เช่น โปรแกรมนำเที่ยว 14 วัน จะเที่ยวกรุงเทพฯ และเชียงใหม่ เช่น City and Temples Tour, Elephant Camp and Jungle Raft Tour, Village Tour หรือ โปรแกรมเที่ยวกรุงเทพฯ และภูเก็ตมาครั้งแรกพาเที่ยวชมพระบรมมหาราชวัง ตลาดน้ำดำเนินสะดวก สวนสามพราน ภูเก็ต นำเที่ยวเกาะ เช่น Island Tour และ Safari tour นั่งช้าง ชมศิลปะท้องถิ่น ให้เวลานำเที่ยวนานกว่าคนอายุน้อย

สำหรับบริษัทนำเที่ยวอื่นที่เน้นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป เช่น บริษัท Turismo Asia จำกัดมีนักท่องเที่ยวคณะอายุจากยุโรปเกือบทุกประเทศ ปีละประมาณ 100,000 คน เช่น จากประเทศสแกนดิเนเวีย เยอรมัน อิตาลี เนเธอร์แลนด์ สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไปมีทั้งกลุ่มทำงานและไม่ทำงาน เนื่องจากยุโรปหยุดพักผ่อนได้ปีละ 1 เดือน จะมาเที่ยวประเทศไทยในฤดูหนาว 2 สัปดาห์และในฤดูร้อน 2 สัปดาห์ บริษัทฯ เป็น wholesale/land/inbound ของบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ เช่น บริษัท Tui German, Nordic, Frango Rosso, Thompson ให้บริการจัดนำเที่ยวที่พัก และทำ Transfer รับส่งระหว่างสนามบินและที่พัก โปรแกรมท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาครั้งแรก มีระยะเวลาท่องเที่ยว 2 สัปดาห์ จะเริ่มจากแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม และตามด้วยพักผ่อนตามชายหาด จะนำเที่ยวกรุงเทพ เชียงใหม่ และชายหาด เช่น หัวหิน หรือภูเก็ต หรือ กระบี่ พัทยา

มักเป็นคนโสด หรือนักท่องเที่ยวมาเที่ยวซ้ำ เช่น Around Thailand ออกจากกรุงเทพ ไป อยุธยา ลพบุรี พิษณุโลก สุโขทัย ศรีสัชนาลัย ลำปาง เชียงใหม่ เที่ยวชมโบราณสถาน และพักผ่อนชายทะเล

บริษัท สุรพลทัวร์ จำกัด รับนักท่องเที่ยวจากประเทศฟินแลนด์ สวีเดน เดนมาร์ก ปีละประมาณ 13,000 คน จากบริษัท Sun Tour ของสายการบิน Fin Air โปรแกรมมีแต่การเดินทางทางอากาศและที่พักเท่านั้น

บริษัท AED จำกัด รับนักท่องเที่ยวจากประเทศสวีเดน เดนมาร์ก นอร์เวย์ โปรแกรมท่องเที่ยว เช่น Around Thailand ระยะเวลาท่องเที่ยว 2 สัปดาห์ จะเริ่มจากแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม และตามด้วยพักผ่อนตามชายหาด และมีเป็น Family tour ครอบครัวที่มีเด็ก เช่น Holland โปรแกรม Around North ออกจากกรุงเทพ ไป อยุธยา สุพรรณบุรี พิษณุโลก สุโขทัย ศรีสัชนาลัย ลำปาง เชียงใหม่ ดูโบราณสถาน และพักผ่อนชายทะเล เช่น เกาะช้าง เกาะเสม็ด ชะอำ หัวหิน เป็นต้น

2. ภาพรวมของตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปในประเทศไทยมีลักษณะเด่นโดยรวมเป็นอย่างไร

ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปในประเทศไทยมีทั้งเพศชายและหญิง ส่วนใหญ่มีรายได้ปานกลาง มีกำลังซื้อ ชอบเดินทางต่างประเทศปีละ 1-2 ครั้ง เพื่อการพักผ่อน มีการจัดสรรงบประมาณท่องเที่ยวเพื่อหนีความหนาวเย็นในฤดูหนาว ชอบทะเล และมาเที่ยวซ้ำ ชาวยุโรปเติบโตมาด้วยการทำอะไรเอง แม้สูงอายุเมื่อลูกโตแล้วจะใช้ชีวิตเหมือนหนุ่มสาว และชอบท่องเที่ยวโดยมีจุดประสงค์เพื่อพักผ่อนเป็นหลัก แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

(1) กลุ่มอายุ 55-65 ปี ยังทำงาน ยังไม่เกษียณ มาเที่ยวเป็นเวลา 2 สัปดาห์ ในฤดูหนาว

(2) กลุ่มอายุ 65+ ปี ที่เกษียณแล้ว จะอยู่ท่องเที่ยวประมาณ 1-2 เดือน

(3) กลุ่ม Long Stay หรืออสังหาริมทรัพย์ จะซื้อหรือเช่าบ้าน/คอนโดที่สามารถปรุงอาหารได้ ที่เชียงใหม่ หัวหิน อยู่ประมาณ 2-3 เดือน เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มสแกนดิเนเวียในจังหวัดภูเก็ต และกลุ่มสวีเดน ในหัวหิน เป็นต้น

3. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปในประเทศไทยเป็นอย่างไร ในประเด็นต่อไปนี้

3.1 จำนวนครั้งของการมาเที่ยวประเทศไทย

ปีละ 1-2 ครั้ง นักท่องเที่ยว อายุ 55-65 ปี ยังไม่เกษียณ จะมาปีละครั้ง นักท่องเที่ยว อายุ 65+ ปี เกษียณแล้วจะมาปีละ 1-2 ครั้งอยู่ตั้งแต่ 2 อาทิตย์ – 2 เดือน

3.2 ระยะเวลา (วัน)

นักท่องเที่ยวที่ยังไม่เกษียณจะอยู่ 14 วัน นักท่องเที่ยวที่เกษียณแล้วจะอยู่ประมาณ 2-3 เดือน

3.3 ช่วงเวลาที่นิยมมาเที่ยวเมืองไทย

2 ช่วง คือ ฤดูท่องเที่ยว ระหว่างต้นพฤศจิกายน-ปลายมีนาคม และนอกฤดูท่องเที่ยว ระหว่างเดือนเมษายน-ตุลาคม

3.4 การจัดการเดินทาง

นักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่มากับบริษัทนำเที่ยวจากการได้รับคำแนะนำจากเพื่อนและญาติ หรือเป็นกลุ่มที่มาซ้ำ

3.5 ใครเป็นผู้ร่วมเดินทาง

นักท่องเที่ยวจะเดินทางคนเดียว หรือเป็นคู่สามีและภรรยา และมาเป็นครอบครัวมีเป็นส่วนน้อย

3.6 เมืองท่องเที่ยวที่นิยมในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวที่มาจะท่องเที่ยว 2-3 จังหวัดในหนึ่งครั้ง เช่น กลุ่มหนึ่งไป กรุงเทพฯ พัทยา/หัวหิน/ชะอำ อีกกลุ่มไป เชียงใหม่ เชียงราย หัวหิน อีกกลุ่มไปอยุธยา พิชญ์โลก ลำปาง เชียงใหม่ เชียงราย ชะอำ/ภูเก็ต/สมุย/กระบี่

3.7 เหตุผลในการเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ความสะอาดสวยงาม ราคาถูก อากาศดี คนไทยมีมนุษยสัมพันธ์ โรงแรมดี อาหารไทย

3.8 กิจกรรมที่ต้องการทำในประเทศไทย

กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน นั่งชมทะเล เที่ยวชมหมู่บ้านวัฒนธรรม นั่งเรือเที่ยวคลอง/แม่น้ำ นั่งช้าง ล่องแพ และกิจกรรมเพื่อสุขภาพ เช่น ทำแว่น ทำฟัน

3.9 แหล่งข้อมูลท่องเที่ยว

Catalog ของบริษัทนำเที่ยว เช่น SAGA Holidays Brochure หนังสือ นิตยสาร และ Website และจากญาติและเพื่อน

3.10 ประเภทของที่พักรวม

โรงแรม 3 ดาวขึ้นไป ถ้าเป็นกลุ่ม Long stay จะพักโรงแรม 3 ดาว ที่มีลิฟท์ ถ้าเป็นผู้สูงอายุ 70+ปี จะพิถีพิถันในเรื่องที่พัก แต่ใช้จ่ายสูง ต้องบอกรายละเอียดของที่พักรวม เช่น มีบันไดกี่ชั้น ระดับความยากง่ายในการขึ้นบันได และโรงแรมควรมีการจัดให้คนพิการสามารถเข้าออกได้ เช่น มีทางลาดชันสำหรับรถเข็น มีราวจับตามทางเดิน เป็นต้น

3.11 ประมาณการค่าใช้จ่ายโดยรวมตลอดการเดินทาง

ค่าใช้จ่ายสัปดาห์ละ 15,000-30,000 บาท

4. แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปคืออะไร

นักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่มาประเทศไทยเพื่อการพักผ่อน หนีหนาว นักท่องเที่ยวบางคนมาเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ

5. ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปในประเทศไทยเป็นอย่างไร ในประเด็นต่อไปนี้

5.1 ลักษณะสำคัญของที่พักแรม ราคาห้องพัก

โรงแรม 3 ดาว บริษัท SAGA Holidays จะกำหนดมาตรฐานโรงแรมที่ใช้เป็นเกณฑ์เพื่อการประกันคุณภาพ เช่น ความสะอาด ความปลอดภัย แสงไฟ/แสงสว่างเพียงพอ ทางลาดชันสำหรับรถเข็น หากพื้นที่ต่างระดับต้องมีไฟบอกให้เห็น รถโดยสารมีเกณฑ์ด้านความปลอดภัย เช่น ความเร็ว มัคคุเทศก์ไทยที่ทำงานให้ต้องส่งไปฝึกอบรมที่อังกฤษ โดย SAGA ออกค่าใช้จ่ายให้ มีการจัด Representative ของ SAGA ประจำโรงแรมหลัก โรงแรมที่ใช้ เช่น Montien Riverside, Million Hilton, Chaam Chalet, Bestwestern Bangtao Beach Resort, Samui Paradise, Ao-Nang Villa เป็นต้น

สำหรับบริษัทนำเที่ยวอื่น จะต้องการโรงแรม 3 ดาว ตั้งอยู่ใกล้ทะเล มีสระว่ายน้ำ มีที่อาบแดด ห้องพักระดับสองสบาย ตั้งอยู่ใกล้ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านอาหารสะอาดและอร่อย บางคนชอบห้องที่สามารถปรุงอาหารได้หรือกึ่งอพาร์ทเมนต์ บางบริษัทนำเที่ยวจะต้องการโรงแรม 3 ดาว ที่มีระบบและอุปกรณ์ความปลอดภัยในโรงแรม เช่น ราวจับในห้องน้ำ พื้นไม่ลื่น ป้ายเตือนต่างระดับ เป็นต้น

5.2 การเดินทางเข้า-ออกประเทศไทย

นักท่องเที่ยวยกเว้นวีซ่าอยู่ได้ 30 วัน ถ้าอยู่นานกว่านั้นต้องขอ Tourist visa แล้วอยู่ได้ 90 วัน ถ้ามีอายุ 55+ ปีให้อยู่ได้ 60 วัน สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุจากอังกฤษของบริษัท SAGA Holidays บริษัทจะทำวีซ่าให้ และใช้สายการบิน Thai International หรือ Emirates จากอังกฤษในประเทศ ใช้ TG และ Bangkok Airways

5.3 การเดินทางภายในประเทศ/ประเภทของยานพาหนะที่ต้องการใช้

โดยทั่วไป บริษัทนำเที่ยวจะใช้รถตู้สำหรับนักท่องเที่ยว 1-6 คน หากมีนักท่องเที่ยว 7 คนขึ้นไปถึง 25 คน จะใช้รถบัสดกกลาง หากมี 40 คน ใช้รถบัสดขนาดใหญ่ รถบัสดปรับอากาศต้องเน้นความปลอดภัย เช่น ในรถบัสดต้องมีถังดับเพลิง ค้อนเคาะกระจก เข็มขัดนิรภัยทุกที่นั่ง รถตู้ก็ต้องมีเข็มขัดนิรภัย หัวหน้าทัวร์ต้องบอกให้ทุกคนคาดเข็มขัด มีการประกันภัยยานพาหนะและ

ผู้โดยสาร คนขับห้ามขับเร็ว ไม่แซง ไม่จี้ และแอร์ปรับอากาศเย็นสบาย ไมโครโฟนเสียงดัง และควรมีชั้นบันไดที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ

บางบริษัทนำเที่ยวเคยทดลองใช้รถไฟ คนยุโรปชอบนั่งรถไฟ แต่นั่งไม่สบาย และไปไม่ได้เร็ว ต้องซื้อบัตรโดยสารรถไฟพิเศษที่เอกชนทำ 200 บาท รวม เครื่องดื่ม และเครื่องบินหากเดินทางไกล

5.4 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวหรือที่พักผ่อนหย่อนใจ

แหล่งวัฒนธรรมและชายทะเล เช่น หากมาเป็นครั้งแรก โปรแกรมจะเป็น Around Thailand เช่น อยุธยา ลพบุรี พิษณุโลก สุโขทัย ศรีสัชนาลัย ลำปาง เชียงใหม่ ดุโบสถสถาน และพักผ่อนชายทะเล หรือแหล่งธรรมชาติ เช่น ภูเขา เชียงใหม่ กรุงเทพฯจะเป็นเพียง Stop Over แหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่เคยลอง เช่น กาญจนบุรี ระยอง แต่คิดระยะยาว ราคายังไม่ถูกนัก

5.5 การบริการของบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

มัคคุเทศก์ทั่วไปที่ภาษาอังกฤษดี ใจเย็น ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว และควรมีมัคคุเทศก์ไว้บริการได้ทุกภาษา เน้นความปลอดภัย ระวังอาหารนักท่องเที่ยว

5.6 แหล่งจำหน่ายซื้อของ/ร้านอาหาร

นักท่องเที่ยวสูงอายุซื้อของที่ระลึกบ้าง เช่น ผ้าไหม เสื้อผ้า ไข่มุก กระเป๋า สบู่ นักท่องเที่ยวต้องการรับประทานอาหารในร้านอาหารไทยและนานาชาติคละกัน อาหารเช้า เป็นอาหารฝรั่ง อาหารเที่ยงและเย็น เป็นอาหารนานาชาติ อาหารไทยที่ไม่เผ็ด เช่น ผัดเปรี้ยวหวาน เนื้อผัดน้ำมันหอย ไข่ยัดไส้ กระเพราไก่ เป็นต้น แต่ต้องมีขนมปังให้ด้วย

5.7 บริการรักษาพยาบาลหากเจ็บป่วย

นักท่องเที่ยวควรมีประกันการเดินทาง หากเจ็บป่วย จะเข้ารับรักษาในโรงพยาบาลได้ บางบริษัทนำเที่ยวให้มีการส่งประวัติสุขภาพและการรักษาพยาบาลของนักท่องเที่ยวสูงอายุมาให้ล่วงหน้า มีการประกันสุขภาพมาจากต่างประเทศ คอยช่วยดูแลระวังและประสานงานและส่งโรงพยาบาล ช่วยทำเบิกค่าใช้จ่ายรักษาพยาบาลให้ และสำหรับ SAGA Holidays กรณีฉุกเฉิน SAGA ต้องรองรับได้ และเป็นผู้ประสานงานให้ เช่น กรณีนักท่องเที่ยวเสียชีวิต เป็นต้น.

5.8 สถานที่เล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย เช่น สนามกอล์ฟ

หากเป็นกลุ่มที่อยู่ 2 สัปดาห์ จะว่ายน้ำในสระว่ายน้ำ เดินพักผ่อน หากอยู่นานกว่า อาจเล่นกีฬาบ้าง เช่น กอล์ฟ เทนนิส เป็นต้น ช่วง 2 ปีที่ผ่านมา กอล์ฟได้รับความนิยมมากขึ้น เช่น สนามที่หัวหิน ภูเก็ต เคยมีกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรปมาเล่นกอล์ฟเฉพาะที่กาญจนบุรี

5.9 ความปลอดภัย

ตามมาตรฐานทั่วไป และมาตรฐาน SAGA check list เช่น รถโดยสารต้องมีการตรวจสอบสภาพ ขับไม่เร็ว เป็นต้น

5.10 ระบบสาธารณูปโภค

นักท่องเที่ยวมีความต้องการพื้นฐานทั่วไป แต่ควรมีทางเลือกชั้นสำหรับรถเข็นคนพิการ ตามสนามบิน สถานีรถโดยสาร สถานีรถไฟฟ้า BTS

6. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปในประเทศไทยเป็นอย่างไร ในประเด็นต่อไปนี้

6.1 ประเภทและลักษณะสำคัญของที่พักแรม ราคาห้องพัก

ความสามารถในการตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวสูงอายุอยู่ในระดับปานกลาง-มาก บางโรงแรมยังมีปัญหาภาษาต่างประเทศของพนักงาน สำหรับราคาห้องพัก โดยทั่วไปโรงแรม 3 ดาวของประเทศไทยถูกกว่าโรงแรมของต่างประเทศ

6.2 การเดินทางเข้า-ออกประเทศไทย

ความสามารถในการตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวสูงอายุอยู่ในระดับปานกลาง-มาก เพราะสะดวก มีเที่ยวบินมาก ราคาไม่แพง สายการบินมีการแข่งขันสูง สำหรับการขอวีซ่าต้องติดตามภาครัฐเพราะมีการเปลี่ยนกฎระเบียบ

6.3 การเดินทางภายในประเทศ /ประเภทของยานพาหนะที่ต้องการใช้

หากใช้รถบัส สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุได้มาก หากใช้ระบบขนส่งสาธารณะยังมีปัญหาความไม่สะดวก และยังมีปัญหาพวกแท็กซี่และตุ๊กตุ๊กที่พานักท่องเที่ยวไปวนเพื่อหาค่าน้ำ

6.4 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวหรือที่พักผ่อนหย่อนใจ

ความสามารถในการตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวสูงอายุอยู่ในระดับมากแต่บริเวณแหล่งท่องเที่ยวต้องปรับปรุงภูมิทัศน์ และจัดพื้นที่ (Zoning) ให้เหมาะสม อย่ามีร้านขายของมากเกินไป

6.5 การบริการของบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

ความสามารถในการตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวสูงอายุอยู่ในระดับปานกลาง-มาก บริษัท SAGA Holidays จัดให้มัคคุเทศก์ไปฝึกอบรมที่ประเทศอังกฤษ และมีการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุ แต่ประเทศไทยยังขาดแคลนมัคคุเทศก์ภาษาอื่น เช่น ภาษา Dutch ภาษารัสเซีย เป็นต้น

6.6 แหล่งจำหน่ายชื่อของหรือร้านอาหาร

ประเทศไทยสามารถตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวสูงอายุในเรื่องแหล่งจำหน่ายชื่อของได้ในระดับปานกลาง สำหรับร้านอาหาร ประเทศไทยสามารถตอบสนองได้ระดับปานกลางถึงมาก ร้านอาหารบางแห่งยังไม่รักษาความสะอาดเท่าที่ควร

6.7 บริการรักษาพยาบาลหากเจ็บป่วย

ประเทศไทยสามารถตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวสูงอายุในเรื่องการรักษาพยาบาลได้ในระดับปานกลางถึงมาก ในเมืองใหญ่ โรงพยาบาลดีมีคุณภาพ และเอาใจใส่คนไข้ดี โรงพยาบาลในเมืองเล็กมีปัญหาด้านสื่อสารภาษาต่างประเทศ

6.8 สถานที่เล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย เช่น สนามกอล์ฟ

ความสามารถในการตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวสูงอายุอยู่ในระดับปานกลาง

6.9 ความปลอดภัย

ความสามารถในการตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวสูงอายุอยู่ในระดับปานกลางแต่ไม่มีปัญหา ภาพลักษณ์ยังดีอยู่

6.10 ระบบสาธารณูปโภค

ความสามารถในการตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวสูงอายุอยู่ในระดับปานกลาง ข้อมูลข่าวสารซ้ำ เช่น กรณีปิดสนามบิน การกระจายข่าว การ update สถานการณ์ มักปิดข่าว ข่าวไม่ชัดเจน เป็นต้น สิ่งประเทศไทยต้องปรับปรุงคือ ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง ภูมิทัศน์ ความสวยงามของบ้านเมือง ความกลมกลืนของบรรยากาศโดยรวม ประเทศไทยไม่มีระเบียบ เช่น พักยา ภูเก็ต ปาดอง ควรปลูกจิตสำนึกคนไทยให้มีระเบียบ ควรบำรุงรักษาบ้านเรือน เช่น ทาสี บ้านเรือนใหม่ ความสะอาด การซ่อมสายไฟฟ้าไว้ใต้ดิน ปลูกต้นไม้ การสร้างทางเดินทำให้เป็นระดับเดียวกัน เป็นต้น

7. อะไรคือจุดเด่นของการบริการของบริษัทที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปพึงพอใจมาก

บริษัทนำเที่ยวจะมีมาตรฐานการให้บริการมีความสม่ำเสมอ เช่น มัคคุเทศก์ รถโดยสาร เป็นต้น สำหรับบริษัทขนาดเล็ก จะเน้นความเป็นกันเองและบริการที่ดี สำหรับบริษัทขนาดใหญ่ จุดเด่นมีหลายประการ ได้แก่

(1) การรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดี

(2) มีความเชี่ยวชาญในแต่ละตลาดเป็นอย่างดี เนื่องจากแต่ละประเทศจะมีความต้องการไม่เหมือนกัน

(3) ภาษาต่างประเทศ การตลาดมีพนักงาน 5 คน เคยอยู่ต่างประเทศ รู้จิตวิทยาของคนต่างประเทศ

(4) การออกแบบสินค้าให้สอดคล้องต่อความต้องการ

(5) บริการที่รวดเร็วและแม่นยำ เช่น การจอง

(6) มีรถบัสนของตนเองและรถเช่าที่ได้มาตรฐาน

(7) มัคคุเทศก์ที่เก่ง ภาษาดี อธิบายดี มีจิตวิทยา เข้าใจลูกค้า

(8) การให้บริการที่มีมาตรฐาน

8. ปัญหาในการจัดนำเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรป

(1) มัคคุเทศก์ที่เก่งภาษาที่ 3 หายาก เช่น ภาษาฝรั่งเศส เยอรมัน คนเก่งจริงต้องเคยอยู่ต่างประเทศ ภาษาอังกฤษพูดได้ เล่าเรื่องเข้าใจได้ และมีจิตวิทยา และปัญหาภาษายาก เช่น ฟินแลนด์ พูดภาษาอังกฤษได้น้อย ต้องมีเจ้าหน้าที่ของ Sun Tour เป็น Representative มาช่วยสื่อสารกับนักท่องเที่ยว

(2) ปัญหายานนอก เช่น การเมือง ความไม่สงบของบ้านเมือง ความไม่มั่นคง ความไม่ปลอดภัย

(3) กลุ่ม Long stay ไม่ประสบความสำเร็จเพราะปัญหาความพร้อมของสถานที่พัก แม้มีญี่ปุ่นเป็นตลาดหลัก ไม่เหมือน Long Stay ที่ประเทศฟิลิปปินส์ ที่มีกิจกรรม การรักษาพยาบาล และพนักงานพูดภาษาต่างประเทศดีกว่า ที่จริง Long stay จากยุโรปมีจำนวนมาก เช่น จากฝรั่งเศส เยอรมัน อิตาลี ที่หนีหนาวมาอยู่เชียงใหม่ เชียงราย 3-6 เดือน แต่พักโรงแรมระดับต่ำ หรือ เกสต์เฮาส์

(4) สนามบินสุวรรณภูมิ นักท่องเที่ยวลงจากเครื่องบินต้องเดินไกลกว่าจะออกจากสนามบินได้ สนามบินจัดรถบริการเฉพาะผู้โดยสารระดับ First class สนามบินภูเก็ตมีขนาดเล็ก ผู้โดยสารเครื่องบิน Charter flight ลงมาต่อแถวยาวไปนอกอาคาร

(6) แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม ขาดการปรับปรุงดูแลที่ดี

9. บริษัทมีนโยบายและกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปอย่างไร

(1) บริษัทนำเที่ยวพยายามออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่มาเสนอ เมื่อลูกค้าเริ่มเบื่อของเดิม เช่น เคยปรับโปรแกรมให้เที่ยวกรุงเทพฯ แล้วไปเชียงใหม่ด้วยรถบัสนักท่องเที่ยวเมืองละ 2 คืน เพื่อจะได้เห็นวิวทิวทัศน์มากขึ้น และใช้โรงแรมต่างจังหวัด ไม่เน้นการเดินทางด้วยรถไฟ หรือเคยเสนอจังหวัดระยอง ให้พักที่โรงแรม Novotel ซึ่งขายได้แต่ต้องยกเลิก เพราะระยองขาดกิจกรรมในสภาพแวดล้อมรอบข้าง เช่น ถนนคนเดิน แหล่ง shopping ตัวเมืองระยองไม่มีชื่อเสียงเพียงพอ หรือเคยพิจารณาจังหวัดพิษณุโลก 3 คืน แต่ปัญหาคือเมืองเล็กไป โรงแรมไม่มีสระว่ายน้ำ

(2) บริษัทนำเที่ยวร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ และไปพบปะลูกค้า เช่น บริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศบ่อย เพื่อให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า

(3) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับ THA, ATTA จัดทำ Directory ที่พักรวมสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการที่นั่งรถเข็น และคนพิการที่มีผู้ช่วย

10. ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปสู่ประเทศไทย ได้แก่ อะไรบ้าง

(1) ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการนำเสนอผ่านสื่อ เช่น สื่อโทรทัศน์ นิทรรศการวัฒนธรรม (cultural fair) ผู้สูงอายุอ่านหนังสือไม่ถนัด นำเสนอว่าเมืองไทยเหมาะสมกับผู้สูงอายุอย่างไร ใช้พิธีกรในรายการ TV สารคดีนำเที่ยว บ้าย Billboard ริมทางหลวง เช่น หิมะตก เห็นแสงแดด

(2) จัด Media trip เชิญสื่อจากนิตยสารหรือหนังสือพิมพ์ มาเที่ยว/สำรวจประเทศไทย นิตยสาร section นำเที่ยว ใช้นักเขียนที่มีความสัมพันธ์กับเมืองไทย ไม่ใช่โฆษณา เช่น วัดเมืองกาญจนบุรี เคยออกสถานี BBC

(3) เจาะตลาดโดยติดต่อ Travel Agent ต่างประเทศที่ทำตลาดสูงอายุ และทำ FAM trip

(4) เจาะตลาด ผ่านสินค้าที่ผู้สูงอายุบริโภค/สินค้าสุขภาพ เช่น นมผง ส่งเสริมเชิงจิตท่องเที่ยวประเทศไทยเพื่อสร้างเมืองไทยให้ผู้สูงอายุรู้จัก

(5) เจาะตลาดผ่านภาพยนตร์ไทย

(6) เจาะตลาดกลุ่มความสนใจพิเศษในต่างประเทศ เช่น ดูนก อ่านหนังสือ กลุ่มยานยนต์ สยามคม (APU Magazine)

(7) รัฐบาลควรจัดสรรงบประมาณช่วยค่าโฆษณา แผ่นพับ

(8) อำนวยความสะดวกเรื่องวีซ่า ขอให้ยกเว้นวีซ่านานกว่าเดิม นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่ไม่มีกงสุล หรือที่ขาดความมั่นคง ขอให้ visa on arrival

(9) ปรับค่าเข้าชมอุทยานแห่งชาติที่มี 2 ราคาคือราคาคนไทย 20 บาท ชาวต่างประเทศ 200 บาท ควรเก็บเท่ากัน และควรมีราคาพิเศษให้ผู้สูงอายุ

(10) ไปร่วมงาน ITB Berlin, World Travel Mart London

1.2 ผลการสัมภาษณ์โรงแรม

1. กลุ่มลูกค้าสูงอายุของโรงแรมมาจากประเทศใด จำนวนปีละเท่าไร และการพักรวมมีรูปแบบเป็นอย่างไร

โรงแรมในภาคเหนือ เช่น Eurasia Hotel เชียงใหม่ เป็นโรงแรมผู้สูงอายุ มีนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุปีละ 3000 คน จากอังกฤษ อยู่ประมาณ 21 วัน-3 เดือน จากเยอรมันปีละ 1000 คน อยู่เพียง 3 วัน โรงแรม Eurasia Hotel ได้รับรางวัล 9 ปีซ้อนในเรื่องการบริการ สำหรับโรงแรมอิมพีเรียล แม่ปิง เมื่อก่อนนักท่องเที่ยว SAGA พักที่นี่ อยู่ 2-3 สัปดาห์ แต่ยกเลิกไป เดียวนี้มีนักท่องเที่ยวเกษียณอายุ ยุโรปที่มากับบริษัทนำเที่ยวและนักท่องเที่ยวแบบ FIT (Foreign Independent Traveler) ที่มาเองโดยติดต่อกับโรงแรมโดยตรง นักท่องเที่ยวที่ซื้อแพคเกจมาครั้งแรกจะอยู่ระยะสั้น ท่องเที่ยวแบบเร่งรีบ คิดเป็นร้อยละ 70-80 ของแขกสูงอายุของโรงแรม นักท่องเที่ยว FIT จะพักอยู่นานกว่า ประมาณร้อยละ 20 ชอบมาช้า เที่ยวนเองได้ มีความละเอียดไม่เร่งรีบ ชอบแต่งตัวสวยและรับประทานอาหารตามร้านอาหาร ดีมีไวน์ ฟังเพลง

โรงแรมในภาคใต้ เช่น โรงแรมกะตะธานี ภูเก็ต มีสมาชิกสูงอายุชาวยุโรปมาทุกปี เป็นเวลา 22 ปีมาแล้ว ร้อยละ 70 ของแขกสูงอายุมีอายุระหว่าง 60-69 ปี และ 70 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 30 รวมประมาณ 2000 คน/ปี จากประเทศสวิตเซอร์แลนด์ เยอรมัน อังกฤษ อิตาลี สวีเดน เป็นต้น สำหรับโรงแรม Patong Resort ภูเก็ต มีนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรป เช่น สแกนดิเนเวีย ออสเตรเลีย สวิตเซอร์แลนด์ เยอรมัน เป็นผู้สูงอายุต้นวัย 55-70 ปีและปลายวัย และผู้พิการ 5 % เพราะเมืองไทยยังไม่พร้อมรองรับผู้พิการ เช่น สนามบิน บาเทิลี เป็นนักท่องเที่ยวมาเที่ยวช้า 60%สำหรับกลุ่ม Long stay ต้องมีเวลาและเงิน เพราะซื้อสังหาริมทรัพย์ได้ ส่วนโรงแรม Tropical Garden Resort มีแขกเป็นผู้สูงอายุเกษียณแล้วชาวสแกนดิเนเวียประมาณร้อยละ 60

โรงแรมในภาคตะวันออก เช่น โรงแรมเอเชีย พัทยา ชลบุรี มีแขกเป็นผู้สูงอายุปีละประมาณ 200 คน จากอังกฤษ ไอร์แลนด์ สวิตเซอร์แลนด์ กรีก ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ส่วนโรงแรมมณเฑียรพัทยา มีตลาดนักท่องเที่ยวอังกฤษ และฟินแลนด์เป็นหลัก ประมาณปีละ 8000 คน ตลาด Nordic ไปภูเก็ต สมุย ยกเว้น ฟินแลนด์มาพัทยา เพราะประเทศอื่นมาเป็นครอบครัว ไม่ชอบภาพลักษณ์พัทยา

โรงแรมในภาคกลาง เช่น โรงแรม Regent Cha-am Chalet ชะอำ มีนักท่องเที่ยวประมาณ 10,000 คน/ปี มาจากประเทศอังกฤษ ฟินแลนด์ ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ และจากบริษัท SAGA Holidays 150-500 คน/ปี

2. ภาพรวมของตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปในภาค/จังหวัด มีลักษณะเด่นโดยรวมเป็นอย่างไร

โรงแรมในภาคเหนือกล่าวว่านักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปส่วนใหญ่จะมาเป็นคู่ ชอบความสงบ ไม่ชอบความวุ่นวาย ชอบความอบอุ่นแบบไทย มาพักผ่อน ชอบธรรมชาติและสัมผัส

วัฒนธรรมประเพณี กลุ่มอังกฤษจะมาเป็นคู่ 70% หรือมาเดี่ยว 30 % เกษียณอายุแล้ว คนอังกฤษชอบรับประทานอาหารดี มีประโยชน์ 5 มื้อส่วนใหญ่จึงแข็งแรง เป็นพวกข้าราชการมีบ้านมาก หรือเป็นนายแพทย์ นายธนาคาร ทหาร ตำรวจ มาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน งานอดิเรก อ่านหนังสือ วาดรูป สะสมแสตมป์ ถักนิตติ้ง เย็บโครเชต์ เป็นต้น

โรงแรมในภาคใต้กล่าวว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชอบความเงียบ สระว่ายน้ำ ชายหาดส่วนตัว สนามหญ้าสวย กลับมาเพราะติดพนักงานเอาใจ เน้นพักผ่อน สำหรับแขกกลุ่ม SAGA ทางภาคใต้ เป็นพวกมีฐานะดี หยุดพักผ่อนได้นาน รายได้ดี เช่น สถาปนิก ถ้าเกษียณมีบ้านมากแขกแะกรุงเทพฯแค่ 3 วัน ไปวัดพระแก้ว วัง ตลาดน้ำ ไม่เคยอยู่เกิน 1 สัปดาห์

โรงแรมในภาคตะวันออก นักท่องเที่ยวสูงอายุจะมาเป็นคู่ เกษียณอายุแล้ว บางคนเป็นเจ้าของกิจการ มาทุกปี ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว มีแขกมาจากไอร์แลนด์เป็นนักกอล์ฟ อยู่ 3-4 สัปดาห์ บางครั้งให้จัดแข่งขันให้เป็นกลุ่ม 30 คน ตลาดอังกฤษ อยู่ระหว่าง 7-14 วัน หรือ 1 เดือน ผ่านมาทางบริษัทนำเที่ยว Thomas Cook (Tradewin เดิม) ตลาดฟินแลนด์ ผ่าน Sun Tour ของสายการบิน Fin Air โรงแรมในภาคกลางกล่าวว่าแขกที่มาช่วงฤดูท่องเที่ยว (High Season) มักเป็นพวกมาซ้ำ แขกที่มาช่วงนอกฤดูท่องเที่ยว (Low Season) มักเป็นแขกประเภท FIT

3. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปในภาค/จังหวัดเป็นอย่างไร ในประเด็นต่อไปนี้

3.1 จำนวนครั้งของการมาเที่ยวประเทศไทย

เฉลี่ยปีละ 1-2 ครั้ง ประมาณร้อยละ 20 มา 2 ครั้ง

3.2 ระยะเวลา (วัน)

ระยะเวลา 14 วัน-21 วัน- 3 เดือน หากอยู่เกิน 1 เดือนต้องจ่ายค่าวีซ่า นักท่องเที่ยวที่มาแบบแพคเกจจะอยู่ 14-21 วัน นักท่องเที่ยวที่มาเองจะอยู่ประมาณ 2-3 เดือน นักท่องเที่ยวที่มาเป็นคู่ จะอยู่ประมาณ 15-45 วัน มาเดี่ยวจะอยู่ประมาณ 15-20 วัน

3.3 ช่วงเวลาที่นิยมมาเที่ยวเมืองไทย

ฤดูหนาวระหว่างตุลาคม – มีนาคม หรือฤดู low season ระหว่างเมษายน-สิงหาคม

3.4 การเตรียมตัวการเดินทาง

ส่วนใหญ่ผ่านบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ (60-80%) เช่น Tui worldwide, Kuoni, Myers, Hay and Jawich, Travel Mood (Netherland), Sun tour (Fin) หรือติดต่อโรงแรมโดยตรงโดยจองผ่านเว็บไซต์ของโรงแรม เป็นพวก FIT (20-40%) ซึ่งกลุ่มหลังมีฐานะดีกว่า สามารถจ่ายแพงกว่าได้

3.5 ใครเป็นผู้ร่วมเดินทาง

ส่วนใหญ่มาคู่ ลูกมาช่วยบ้าง ถ้าแก่มาก นักท่องเที่ยวชายมาคนเดียวบ้าง

3.6 เมืองท่องเที่ยวที่นิยมในประเทศไทย

กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต พัทยา ชะอำ หัวหิน

3.7 เหตุผลในการเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

เชียงใหม่ อากาศสบาย อุณหภูมิระหว่าง 16-20 C อากาศร้อนมากเกินไปไม่ได้ พัทยา ราคาถูก ปลอดภัย สะดวกสบาย อากาศดี คนไทยเป็นมิตร ภูเก็ต มีชายหาด สะดวกสบาย

3.8 กิจกรรมที่ต้องทำในประเทศไทย

กิจกรรมของนักท่องเที่ยวในภาคเหนือ เช่น นั่งริมสระน้ำ อ่านหนังสือ ว่ายน้ำ เดินเล่น ถนนคนเมือง รายการท่องเที่ยว เช่น เที่ยววัด เมืองเก่า ดูนกไทย กิจกรรมเรียนรู้ เช่น ผักทำอาหาร ไทย ร้อยดอกไม้ แกะสลักผลไม้ จำไข่ เรียนภาษาไทย เรียนพุทธศาสนา นั่งวิปัสสนา กิจกรรมทางสังคม เช่น บริจาคกองทุนเงินช่วยเหลือชาวเขา สร้างโรงเรียนชาวเขา ทำถังน้ำให้ชาวบ้าน เป็นต้น

กิจกรรมของนักท่องเที่ยวในภาคตะวันออก เช่น ว่ายน้ำ อ่านหนังสือ อาบแดด เดินชายหาด นอนริมหาด/สระว่ายน้ำ เที่ยวรับประทานอาหาร เล่นกอล์ฟ เรียนเต้นรำ รู้จักคุ้นเคยกับคนในพื้นที่ เหมือนบ้านที่ 2 เนื่องจากมาซ้ำทุกปี

กิจกรรมของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ เช่น พักผ่อน นอนชายหาด ว่ายน้ำ อ่านหนังสือ เดินชายหาด กิจกรรมเรียนรู้ เช่น การประกอบอาหารไทย ออกกำลังกาย เช่น fitness หรือ aqua arabics โยคะ รายการนำเที่ยว เช่น เที่ยววัดเขา วัดพระใหญ่ ตลาดอาหารพื้นเมือง สินค้า ของที่ระลึก เทศกาลกินเจ วัดคลอง

กิจกรรมของนักท่องเที่ยวในภาคกลาง ชะอำ เช่น พักผ่อน นอนชายหาด อ่านหนังสือ ชี จักรยาน กิจกรรมเรียนรู้ เช่น เรียนภาษาไทย สานปลาตะเพียน/ตักกะแต่นก ร้อยมาลัย แกะสลักผลไม้ เต้นรำไทย พับผ้าเช็ดปาก พับผ้าขนหนู เรียนทำกับข้าว นวดแผนโบราณ เป็นต้น

3.9 แหล่งข้อมูลท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปได้ข้อมูลท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวหรือดูจากหนังสือแคตาล็อก/โปรแกรมนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว สำนักงานท่องเที่ยว อินเทอร์เน็ตบ้าง ญาติหรือเพื่อนแนะนำบ้าง ป้ายโฆษณา นิตยสาร SAGA ส่งบริวชีว์ให้ลูกค้าเก่าทางไปรษณีย์ หรือมีข้อมูลเดิมเนื่องจากเป็นนักท่องเที่ยวที่ประทับใจมาซ้ำตลอดมากกว่า 10 ปี

3.10 ประเภทของที่พักรวม

โรงแรม 3 ดาว มีลักษณะเป็น Cottage บังกะโล Chalet เหมือนบ้าน มีทางลาดชันสำหรับรถเข็น รวบรวม หรือโรงแรม 4-5 ดาว

3.11 ประเมินการค่าใช้จ่ายโดยรวมตลอดการเดินทาง

ค่าใช้จ่าย Full board ประมาณ 4000-5200 บาทต่อห้อง ต่อวัน (2 คน) คนเดียว 3000 บาท ต่อห้อง ต่อวัน โรงแรม 4 ดาว พัทยา ค่าใช้จ่ายค่าห้องวันละ 2400-3000 บาทรวมอาหารเช้า หรือ 4400 บาท รวมอาหาร 3 มื้อ โรงแรม 4 ดาว ภูเก็ต ค่าห้องวันละ 4700 บาทรวมอาหารเช้า หรือค่าห้องวันละ 7000 บาทรวมอาหารเช้า + อาหารเย็น 1000 บาท ในช่วง High Season หรือ 4600 บาท

4. แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวภาค/จังหวัด ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปคืออะไร

ส่วนใหญ่ เพื่อพักผ่อน มีบางส่วนเพื่อสุขภาพ เช่น ทำฟิสิกส์ ตรวจสุขภาพ ตรวจตา ตรวจหัวใจ ฟันฟูสมรรถภาพ ค่าใช้จ่ายถูกกว่าเมืองนอก เพื่อออกกำลังกาย เช่น เล่นกอล์ฟบ้าง

5. ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปในภาค/จังหวัด เป็นอย่างไร ในประเด็นต่อไปนี้

5.1 ลักษณะสำคัญของที่พักแรม ราคาห้องพัก

โรงแรม 3 ดาว มีลักษณะเป็น Cottage เหมือนบ้าน มาตรฐาน SAGA เช่น มีเครื่องซักผ้า ฝักบัว รักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง มีโรงพยาบาลอยู่ในบริเวณใกล้เคียงไม่เกิน 5 กิโลเมตร ทางลาดชันใช้รถเข็นเข้าออกได้ ความสะอาดในห้องครัว ถึงขยะมีดขีด ระบายน้ำ มีสัญลักษณ์ขึ้นบันได ฟรีบาร์ (SAGA) มีความปลอดภัย เป็นต้น

โรงแรม 3-4 ดาว มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย ติดทะเล เน้นความสะอาด สุขอนามัย มีการดูแลเอาใจใส่ Personal touch เช่น จัดหมอนเพิ่มให้ มีเจ้าหน้าที่ดูแล เป็นต้น มีการรักษาธรรมชาติบริเวณโรงแรม ไม่ตัดต้นไม้ใหญ่ จัดเป็นสวน สระน้ำ ความเป็นไทย มีลิฟท์ หากมีต่างระดับมีราวจับ อ่างอาบน้ำมีราวจับ มีทางลาดชันสำหรับรถเข็น อุปกรณ์ โต๊ะ เก้าอี้ ห้ามคม

5.2 การเดินทางเข้า-ออกประเทศไทย

5.2.1 ความสะดวกของสนามบิน เช่น check in ให้มีประสิทธิภาพ รถแท็กซี่ต้องมีที่วางกระเป๋าหรือมีขนาดใหญ่ หากทางเดินมีระยะไกลควรมีรถเข็นให้

5.2.2 ให้วีซ่านักท่องเที่ยวสูงอายุนานกว่า 3 เดือน

5.3 การเดินทางภายในประเทศ/ประเภทของยานพาหนะที่ต้องการใช้

รถบัส รถตู้ แท็กซี่ รถสองแถวที่มีมาตรฐานความปลอดภัย

5.4 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวหรือที่พักผ่อนหย่อนใจ

แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชายทะเล ไม่นิยมน้ำตกเพราะต้องปีนป่าย งานเทศกาลบ้าง แต่ไม่ชอบคนเยอะ ชอบการแสดงศิลปวัฒนธรรม

5.5 การบริการของบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

มัคคุเทศก์ควรบริการดี ภาษาอังกฤษดี เข้าใจผู้สูงอายุ เน้นการให้ข้อมูลในพื้นที่ เช่น ประวัติสถานที่ วัฒนธรรม ต้นไม้ ผู้คน การตอบข้อซักถาม ต้องดี เน้นสนุกสนาน เกมส์ เล่าขำขัน หรือควรมีมัคคุเทศก์ที่พูดได้หลายภาษา เพราะนักท่องเที่ยวบางประเทศพูดภาษาอังกฤษไม่ได้ เช่น ฝรั่งเศส อิตาลี สเปน เนเธอร์แลนด์

5.6 แหล่งจำหน่ายซื้อของ/ร้านอาหาร

แหล่งจำหน่ายสินค้าที่ระลึก หรือ OTOP เช่น ไม้แกะสลัก กระเป๋าชาวเขา งานฝีมือ ผ้าทอ ผ้าไหม ที่รองจาน ดอกไม้สับแกะสลัก ผลิตภัณฑ์ทำจากผ้า เช่น ผ้าปูโต๊ะ ผ้ารองจาน ผ้าปูที่นอน ผ้าคลุมเตียง เสื้อผ้า

ร้านอาหารนานาชาติและอาหารไทย เน้นเรื่องความสะดวกและสุขภาพ เช่น แกงเขียวหวาน ไก่ผัดเม็ดมะม่วง ต้มยำกุ้ง ผู้สูงอายุชอบอาหารย่อยง่าย ทานแบ่งไม่ได้ หรืออาหารทะเลบ้าง ชอบให้อาหารร้อน ชากาแฟร้อนอยู่เสมอ

5.7 บริการรักษาพยาบาลหากเจ็บป่วย

โรงแรมควรมีนางพยาบาลประจำโรงแรม พูดภาษาอังกฤษ มี Dr. on call 24 ชั่วโมง และมีการประสานงานกับโรงพยาบาลใกล้เคียงในพื้นที่ เพื่อส่งคนไข้

5.8 สถานที่เล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย เช่น สนามกอล์ฟ

นักท่องเที่ยวสูงอายุชอบเดินเล่น วาดน้ำ เดินรำแบบลีลาศ อายุระหว่าง 55-60 ปี เล่นกอล์ฟ เล่นเรือใบบ้าง ดำน้ำ เปตอง วอลเลย์บอลชายหาด ปิงปอง เป็นต้น

5.9 ความปลอดภัย

นักท่องเที่ยวสูงอายุต้องการความปลอดภัยสูง โรงแรมมีบริการรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง มีกล้องวงจรปิด โรงแรมมีพนักงานดูแลตลอด แขกเล่นน้ำมีธงบอกว่าแดง เหลือง เขียว มีเจ้าหน้าที่ริมชายหาดเพื่อช่วยชีวิต รถรับส่งต้องมีประกันการเดินทาง ทุกอย่างต้องมีประกันเพราะนักท่องเที่ยวสูงอายุหกล้มง่าย

5.10 ระบบสาธารณูปโภค

นักท่องเที่ยวสูงอายุต้องการระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น โทรศัพท์สาธารณะ อินเทอร์เน็ต บาท์ทึ่มทะเล ทางเดินเท้า ความสะดวกของชายหาด ห้องน้ำสาธารณะ แสงสว่าง ความปลอดภัย เป็นต้น

6. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปในภาค/จังหวัดเป็นอย่างไร ในประเด็นต่อไปนี้ (ระดับ มาก—ปานกลาง—ต่ำ)

6.1 ประเภทและลักษณะสำคัญของที่พักแรม ราคาห้องพัก

โรงแรมสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปในระดับมาก เพราะโรงแรมไทยมีมาตรฐานอยู่แล้ว แต่ยังไม่ได้นำไปส่งเสริมในตลาดผู้สูงอายุ โรงแรมไทยสามารถรองรับได้ เพราะเป็นมืออาชีพ นอกจากนี้โรงแรมยังมีการเก็บข้อมูลประวัติแขก (Guest History) มีรายละเอียดความต้องการเพื่อให้บริการ เช่น แขกต้องการห้องพักเดิม การปูเตียง พูกิน นม หมอนนิ่ม ผ้าห่มแบบไหน หนุนหมอนกี่ใบ เปิดม่านมาก-น้อย สามีนอนซ้าย ผลไม้อะไร อาหารแพ้อะไร เป็นต้น

6.2 การเดินทางเข้า-ออกประเทศไทย

ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุในเรื่องการเดินทางเข้า-ออกอยู่ในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวยังประสบปัญหา เช่น สนามบินไม่เรียบร้อย กระเป๋า รอนาน เจ้าหน้าที่บริการไม่ดี รถแท็กซี่ไม่มีที่วางกระเป๋า การตรวจคนเข้าเมืองไม่สะดวก เป็นต้น

6.3 การเดินทางภายในประเทศ /ประเภทของยานพาหนะที่ต้องการใช้

ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุในเรื่องการเดินทางภายในประเทศอยู่ในระดับต่ำถึงปานกลาง นักท่องเที่ยวยังประสบปัญหา เช่น มีการเอารถเช่าเปรียบนักท่องเที่ยวในเรื่องราคาค่าโดยสาร แท็กซี่ราคาแพง เช่น ที่ปาดอง หัวหิน เป็นต้น

6.4 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวหรือที่พักผ่อนหย่อนใจ

ประเทศไทยสามารถตอบสนองความต้องการด้านแหล่งท่องเที่ยวในระดับมาก เช่น ในภาคเหนือ มีพิพิธภัณฑ์ศิลปวัฒนธรรม/ชาวเขา ศิลปวัฒนธรรม ฟาร์มกล้วยไม้ สวนพฤกษศาสตร์ สวนสัตว์ พระตำหนักภูพิงศ์ราชนิเวศน์ วัดเจ็ดยอด (เตาเผาโบราณ) บ้านควายไทย บ้านถวาย วิถีชีวิตชาวเขา สวนผลไม้ การแสดงต่างๆ เช่น รำไทย มวยไทย ชนโตก ชาวเขาเต้นรำ ประเพณีเดินแห่ขบวน งานไม้ดอกไม้ประดับ เป็นต้น งานเทศกาล เช่น งานลอยกระทง ปีใหม่ มีงาน Gala dinner สวนริมทะเล มีดนตรี การแสดงต่างๆ ในภาคใต้ มีทะเล น้ำเที่ยวกะต่างๆ เช่น ฟิชชี สิมิลัน การแสดงภูเก็ตแฟนตาซี เป็นต้น

6.5 การบริการของบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุอยู่ในระดับปานกลาง เพราะมีปัญหาเรื่องภาษาต่างประเทศ

6.6 แหล่งจำหน่ายชื่อของหรือร้านอาหาร

ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุเรื่องแหล่งจำหน่ายชื่อของและร้านอาหารอยู่ในระดับมาก โรงแรมในภาคเหนือได้รับรางวัล Good Food Award มีการจัด Gala Dinner กินแบบขันโตก มีการแสดงรำไทย มีมัคคุเทศก์อธิบายศิลปวัฒนธรรมให้เข้าใจ นอกโรงแรมมีร้านอาหารหลากหลาย เช่น อิตาลี จีน ไทย อาหารทะเล เป็นต้น

6.7 บริการรักษาพยาบาลหากเจ็บป่วย

โรงพยาบาลสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุได้ในระดับมาก เนื่องจากโรงพยาบาลมีมาตรฐานสากล โรงพยาบาลมาให้ข้อมูลผู้สูงอายุเกี่ยวกับบริการตรวจตา ทำฟัน ตรวจร่างกาย ตรวจหัวใจ นอกจากนี้โรงแรมมีนางพยาบาลประจำโรงแรมที่พูดภาษาอังกฤษ มี Dr. on call 24 ชั่วโมง มีการประสานงานกับโรงพยาบาลใกล้เคียงในพื้นที่ เพื่อส่งคนไข้

6.8 สถานที่เล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย เช่น สนามกอล์ฟ

เมืองท่องเที่ยวในประเทศไทยมีสนามกอล์ฟจำนวนมากในรัศมีขับรถ 1 ชั่วโมง เช่น พัทยา มีสนามกอล์ฟ 20 สนาม จึงสามารถตอบสนองความต้องการได้มาก

6.9 ความปลอดภัย

ประเทศไทยสามารถตอบสนองความต้องการด้านความปลอดภัยได้ในระดับปานกลาง เช่น โรงแรมมีสายตรวจผ่านทุกชั่วโมง โรงแรมมี Keycard แต่ยังมีปัญหา เช่น เคยมีคนโดนล้วงกระเป๋า เป็นต้น

6.10 ระบบสาธารณูปโภค

ประเทศไทยสามารถตอบสนองความต้องการด้านระบบสาธารณูปโภคได้ในระดับปานกลาง เพราะเมืองท่องเที่ยวบางแห่งยังประสบปัญหา เช่น ปัญหาท่อเก่า น้ำดันท่อแตก ปิดซ่อม ต้องซื้อน้ำสำรอง รัฐบาลไม่เริ่มต้นลงทุนในการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกให้คนสูงอายุเพราะคิดว่ามีจำนวนน้อย เช่น ปรับปรุงบาทวิถี ถนนแคบ ท่อระบายน้ำเหิน เจ้าของธุรกิจเน้นสิ่งแวดล้อมและให้ชุมชนมาร่วม ทำที่จอดรถ จัดระเบียบถนน ปูถนนไม่ริมทาง บำบัดน้ำเสีย

7. อะไรคือจุดเด่นของการบริการของโรงแรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปพึงพอใจมาก

การให้บริการที่ดูแลเอาใจใส่ ความอบอุ่นอารี ความเป็นมิตร ทักทายแขก ผู้สูงอายุชี้แจง มีการฝึกอบรมให้พนักงานช่วยเหลือแขก คุยกับแขก เหมือนเป็นญาติผู้ใหญ่ มี SAGA representative ประจำโรงแรม ความปลอดภัย ราคาถูก เปรียบเทียบกับทัวร์เบอร์เนียว (ป่าอูร์จุงตัง) ในมาเลเซีย หรือบาห์ลี อินโดนีเซีย

บริการเอาใจใส่ในรายละเอียดทุกคนเหมือนคนในครอบครัว การดูแลใกล้ชิด การยิ้มแย้ม การช่วยเหลือแขก พนักงานคุยกับแขกให้แสดงความจริงใจ พนักงานคอยมองแขกประจำ บริการทุกอย่างต้องเหมือนกัน ให้ความรู้พนักงาน เน้นความเป็นญาติกับแขก รู้ถึงจิตใจแขก แขกต้องการอะไร จะหามาให้ มีความยืดหยุ่นในการให้บริการตามสถานการณ์ พนักงานแก้ปัญหาโดยเน้นการช่วยเหลือแขก เช่น แอร์เสีย front ต้องโทรไปแจ้งช่างให้ ไม่ใช่บอกแขกให้โทรไปเอง

ความสงบ ไม่ชอบอึกทึก ความเป็นส่วนตัว ความคุ้นเคยกับพนักงาน พนักงานดูแลลูกค้าใกล้ชิด ดูแลอย่างญาติมิตร จัดตามต้องการ บรรยากาศโรงแรม ทำเลที่ตั้ง ติดชายหาด วิวธรรมชาติ พื้นที่ส่วนใหญ่ในโรงแรมมีต้นไม้ร่มรื่น สนามกอล์ฟ สระว่ายน้ำ ความเอาใจใส่ เรียกชื่อทักทาย (ไม่ทักทายจะน้อยใจ) โรงแรมเก็บประวัติแขก ชอบอะไร ห้องแบบไหน ชอบนอนห้องเดิม โรงแรมมีติดตามผล (follow up) พอใกล้เวลาจะมาไม่ปิ่น ให้ราคาเดิม ได้ผลดีมี feedback

8. โรงแรมประสบปัญหาอะไรบ้างในการบริการกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรป และต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐหรือสมาคมวิชาชีพอย่างไร

(1) การเอาเปรียบนักท่องเที่ยวในการคิดค่ารถโดยสารในเมือง ผู้ให้บริการมีความจริงใจ และข้อสงสัยน้อยลง แทกชีราคาแพง ภูเก็ตไม่มีรถร่วมวิ่งรอบเกาะ มีเฉพาะในเมือง

(2) ปัญหาความปลอดภัยของแขกบริเวณริมหาด ไม่มี life guard เพียงพอ แขกจมน้ำบ่อย ชายหาดควรมีสัญลักษณ์ความปลอดภัยขนาดใหญ่บริเวณหน้าหาด เช่น ธงขนาดใหญ่ และมีเป็นระยะ ตลอดหาด ธงที่มีขนาดเล็กเกินไป

(3) ปัญหาการสื่อสารภาษาต่างประเทศของคนท้องถิ่น นอกจากภาษาอังกฤษ เช่น ภาษาเยอรมัน

(4) ป้ายบอกทาง ภาษาต่างประเทศน้อย

(5) พัทยามีปัญหาภาพลักษณ์ ควรเปลี่ยนภาพลักษณ์ใหม่ เป็น City beach destination อยู่ห่างจากกรุงเทพเพียง 1.30 ชั่วโมงจากสุวรรณภูมิ ไม่ต้องผ่านกรุงเทพ นอกจากชายหาด ก็ฟ้าทางน้ำแล้ว ยังมีสถานที่จับจ่ายซื้อของ สวนน้ำ รถแข่ง นำสถานบริการไปอยู่ในที่เดียวกันให้เป็นหมวดหมู่ เหมือน Amsterdam เพิ่มแหล่งท่องเที่ยว และส่งเสริมประชาสัมพันธ์ให้ทราบ

9. โรงแรมมีนโยบายและกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปอย่างไร

โรงแรมเน้นบริการต่างๆ และมีอุปกรณ์/สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น รวจับ รถเข็น พื้นที่มีต่างระดับน้อย มีปุ่มคนพิการในลิฟท์ และมีกลยุทธ์เน้นบริการที่เน้นความเป็นส่วนตัว เช่น มีข้อมูล

วันเกิด วันครบรอบ ส่งการ์ดอวยพร การ follow up fist and last impression หากชอบอะไร ไม่มีก็ทำให้ เชย ชอบกินกล้วยเป็นอาหารเช้า สอบถามความต้องการเล็ก ๆ น้อย ๆ ทุกอย่าง มาท่องเที่ยวเมืองไทย ได้เปลี่ยนบรรยากาศ ทำให้อยู่นานขึ้น

10. ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปสู่ประเทศไทย ได้แก่ อะไรบ้าง

(1) รัฐบาลต้องมีนโยบายให้ประเทศไทยต้อนรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ประชาสัมพันธ์ว่าไทยมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้รองรับอย่างไร ให้ประเทศไทยเป็นสวรรค์สำหรับผู้เกษียณอายุ

(2) ปรับปรุงสาธารณูปโภค/สร้างความพร้อมให้เมืองท่องเที่ยวหลักก่อน เช่น ถนนให้มีบาทวิถี ทางลาดชันสำหรับรถเข็น ห้องน้ำสาธารณะควรสะอาด ควรมีโถสำหรับผู้สูงอายุที่นั่งล้มไม่ได้ ทำความเข้าใจกับองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นเรื่องการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกอำนวยความสะดวกสนามบินมีช่องทางพิเศษเข้า-ออก ท่าเทียบเรือ ท่ารถ ประเทศจีน หรือสิงคโปร์เริ่มปรับปรุงแล้ว

(3) ขยายเวลาวีซ่านักท่องเที่ยวสูงอายุให้นานกว่า 90 วัน

(4) จัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวสูงอายุ เพื่อคำแนะนำ มีพยาบาล escorted พาไปเที่ยวจ่ายเป็นชั่วโมงหรือวัน เพื่อแนะนำสิ่งที่ถูกต้องให้นักท่องเที่ยว

(5) รัฐบาลชี้แนะเอกชนให้ทำโรงแรมรองรับผู้สูงอายุให้มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม มีบริการที่ดี เช่น พนักงานสื่อสารภาษาต่างประเทศได้ดี มีข้อตกลงกับโรงพยาบาล เรียกหมอมากรณีฉุกเฉิน อย่าสร้างโรงแรมแข่งกันเอง อาจแบ่ง Zone สำหรับผู้สูงอายุ

(6) ทำการตลาดเชิงรุก หาแหล่งข้อมูลผู้สูงอายุ เจาะตลาดอาชีพเดิมของนักท่องเที่ยวก่อนเกษียณผ่านสมาคม เช่น ทหาร พ่อค้า ข้าราชการ หรือสมาคมผู้สูงอายุ หรือเชื่อมโยงข้อมูลกับกระทรวงอื่นๆ เพื่อหาข้อมูลผู้สูงอายุ/ผู้เกษียณที่ต่างประเทศ เช่น กระทรวงต่างประเทศ เช่น ทหารเกษียณ ให้ทูตทหารหาข้อมูล กระทรวงพาณิชย์หาข้อมูล CEO/ ผู้ถือหุ้น

(7) จัดทำ website ผู้สูงอายุโดยตรง

(8) ทำ Road Show เจาะตลาดต่างประเทศ

(9) ส่งเสริม Health and wellness ให้เป็นรูปธรรม เช่น ตรวจตา ทำฟัน ตรวจร่างกาย ตรวจหัวใจ ททท. ควรให้โรงพยาบาลไปร่วม Road show หรือพบบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ หรือไปร่วมงานแสดงสินค้า เช่น ITB, World Travel Mart

(10) การบินไทยจัดทำ promotion ผู้สูงอายุ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสูงอายุบินตรงเข้าไทยมากขึ้น หรือจัด Royal Orchid Holiday package สำหรับผู้สูงอายุ ประกอบด้วย การเดินทางลดราคาพิเศษ มีโรงแรมให้เลือกหลายระดับ มีรถรับส่งสนามบิน ดูแลยกกระเป๋า นำเที่ยวครึ่งวัน พาให้ตรวจร่างกายโรงพยาบาลราคาพิเศษ

(11) ลดราคาค่าเข้าชมผู้สูงอายุ

(12) รัฐบาลควรส่งเสริมขนบธรรมเนียมประเพณี เช่น เสื้อผ้าไหม มีการประกวดงานลอยกระทง

(13) ส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองท่องเที่ยวหลัก เช่น พัทยาให้เป็น Hub ของ cluster/combination destination ไปเที่ยวทะเลติดต่อ เช่น เสmidt จันทบุรี ตราด หรือภูเก็ต พังงา กระบี่ โดยจัดทำอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ เช่น ท่าเรือขึ้น-ลง ความปลอดภัย สนามบิน เป็นต้น

(14) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยช่วยหาบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ เพื่อเพิ่มลูกค้าสูงอายุ เช่น จากฝรั่งเศส พามา Inspect โรงแรม

1.3 ผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือผลสัมฤทธิ์ผู้อำนวยการสำนักงานต่างประเทศและผลสัมฤทธิ์ผู้อำนวยการสำนักงานในประเทศในเมืองท่องเที่ยวหลักตามรายการ

1.3.1 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสตอกโฮล์ม ประเทศสวีเดน

1. ททท. สำนักงานสตอกโฮล์ม มีแผนการตลาดท่องเที่ยวในปี 2552 อย่างไร

ททท.สำนักงานสตอกโฮล์ม มีพื้นที่รับผิดชอบ 8 ประเทศ ได้แก่ สวีเดน เดนมาร์ก นอร์เวย์ ไอซ์แลนด์ ฟินแลนด์ เอสโตเนีย ลัตเวีย และ ลิทัวเนีย มีแผนการตลาดการท่องเที่ยวในปี 2552 โดยสรุปดังนี้คือ

1.1 เป้าหมาย - รักษาจำนวนนักท่องเที่ยวให้ลดลงจากปี 2551 ไม่เกินร้อยละ 5.82

โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวรวม 806,800 คน

- รักษารายได้ทางการท่องเที่ยวให้ลดลงจากปี 2551 ไม่เกินร้อยละ 8

โดยมีรายได้คิดเป็นเงินรวม 48,250 ล้านบาท

1.2 กลยุทธ์

ก. ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คุ้มค่าการเดินทาง ภายใต้แคมเปญ “Amazing Thailand Amazing Value”

ข. รักษาความเป็นผู้นำทางการตลาดการท่องเที่ยวและส่วนแบ่งตลาดการท่องเที่ยว โดยประเทศไทยได้รับรางวัล The Best Tourist Country จากประเทศสวีเดน นอร์เวย์ และ เดนมาร์ก ต่อเนื่องกันเป็นปีที่ 6 ปีที่ 5 และปีที่ 3 รวมทั้งมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ 1 ใน 5

ค. ส่งเสริมกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพเพิ่มขึ้น

ง. ส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดการท่องเที่ยว

1.3 กลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพ

กลุ่มครอบครัว กลุ่ม DINK (Double Income No Kid) กลุ่มนักธุรกิจ กลุ่มพนักงาน กลุ่มเยาวชน กลุ่มสตรี กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มสนใจกิจกรรมพิเศษ ได้แก่ กลุ่มนักกอล์ฟ กลุ่มดำน้ำ กลุ่มเล่นเรือยอร์ช กลุ่มกีฬาขี่ม้า ฟุตบอล กลุ่มสุขภาพและสปา กลุ่มศาสนาและ วิปัสสนา

1.4 โครงการและกิจกรรมสำคัญ

ก. กิจกรรมร่วมเผยแพร่ประเทศไทยในงานเทศกาลท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบ

ข. กิจกรรมร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเผยแพร่การขายการท่องเที่ยวไทย

ค. กิจกรรมจัดนำสื่อมวลชนและธุรกิจท่องเที่ยวเดินทางเยือนประเทศไทย

ง. โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วง Green Season (เดือนเมษายน-กันยายน) ได้แก่ การประกวดภาพถ่าย “Beautiful Thailand in Green Season”

จ. โครงการส่งเสริมการขายพื้นที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ โครงการ “Passport to Amazing Thailand”

ฉ. โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยและสร้างเครือข่ายนักท่องเที่ยวไทย ได้แก่ “Thailand Through The Lens” และ “Thailand Fans Club”

ช. โครงการส่งเสริมการเพิ่มค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ โครงการ “Amazing Thailand with Master Card”

2. ททท.สำนักงานสตอกโฮล์ม มีการวางแผนการตลาดเพื่อส่งเสริมนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุอย่างไร

ททท.สำนักงานสตอกโฮล์มมีการวางแผนการตลาดเพื่อส่งเสริมนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ โดยแบ่งออกเป็นกลุ่ม ได้แก่ ผู้เดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน กลุ่มผู้ซื้อที่อยู่อาศัยในประเทศไทย กลุ่มรักษาสุขภาพ และกลุ่มผู้เกษียณอายุ

3. ททท.สำนักงานสตอกโฮล์ม มีกิจกรรมในการส่งเสริมการขายสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศรับผิดชอบอย่างไร

ททท.สำนักงานสตอกโฮล์มเข้าร่วมเผยแพร่ประเทศไทยในงานส่งเสริมการขายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ งาน Health & Wellness งาน Living Abroad การจัดเชิญนักเขียนและสื่อมวลชนเยือนประเทศไทยเพื่อรวบรวมข้อมูล เขียนสารคดีท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มผู้สูงอายุ และผู้พำนักรในประเทศไทย การเชิญผู้แทนบริษัทประกันชีวิต ประกันสุขภาพเดินทางเยือนประเทศไทยเพื่อรับทราบข้อมูลและสำรวจสิ่งอำนวยความสะดวกในประเทศไทย

4. ททท. สำนักงานสตอกโฮล์ม มีการประสานความร่วมมือในการดำเนินงานกับหน่วยงานใด

ททท.สำนักงานสตอกโฮล์ม มีการประสานความร่วมมือในการดำเนินงานกับหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ สถานเอกอัครราชทูตที่อยู่ในแต่ละประเทศ บริษัทนำเที่ยว สายการบิน บริษัทประกันชีวิต บริษัทตัวแทนขายที่อยู่อาศัยในประเทศไทย

5. อะไรคือจุดเด่นของการท่องเที่ยวประเทศไทยที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศที่รับผิดชอบเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทาง

จุดเด่นของการท่องเที่ยวประเทศไทยที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศกลุ่มนอร์ดิก (สวีเดน เดนมาร์ก นอร์เวย์ ไอซ์แลนด์ และฟินแลนด์) และกลุ่มบอลติก (เอสโตเนีย ลัตเวีย และลิทัวเนีย) เลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทาง คือ ค่าใช้จ่ายถูกและคุ้มค่าในการเดินทาง ความเป็นมิตรไมตรีของคนไทย อากาศที่อบอุ่นในช่วงฤดูหนาว ธรรมชาติ หาดทราย ชายทะเล ที่สวยงาม

6. กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ (55+) ที่มาจากประเทศที่สำนักงานฯ รับผิดชอบที่มาสู่ประเทศไทยมีจำนวนปีละประมาณเท่าใด

กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ (55+) ที่มาสู่ประเทศไทยมีจำนวนคิดเป็นร้อยละ 20 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางมาประเทศไทยในแต่ละปี

7. ภาพรวมของตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศที่สำนักงานฯ รับผิดชอบที่มาสู่ประเทศไทยมีลักษณะเด่นโดยรวมอย่างไร

ภาพรวมของตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศกลุ่มนอร์ดิกและกลุ่มบอลติกมีลักษณะเด่นโดยรวมคือ เพศชายร้อยละ 55 อายุระหว่าง 55-70 ปี สถานภาพสมรส สุขภาพส่วนใหญ่ดี การทำงาน เป็นนักธุรกิจและพนักงานระดับกลางถึงสูง แหล่งรายได้เงินจากธุรกิจและสวัสดิการจากรัฐ

8. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศที่สำนักงานฯ รับผิดชอบเป็นอย่างไร

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศที่สำนักงานฯ รับผิดชอบ มีประเด็นดังนี้คือ

8.1 จำนวนครั้งการมาเที่ยวประเทศไทย 2-4 ครั้ง

8.2 ระยะเวลาเฉลี่ย 20 วัน

8.3 ช่วงเวลาที่นิยมมาเที่ยวเมืองไทย (เดือนตุลาคม – เมษายน)

8.4 การเตรียมตัวการเดินทาง 6 เดือน – 1 ปี ล่วงหน้า

8.5 ผู้ร่วมเดินทาง ได้แก่ บุคคลในครอบครัว เพื่อนฝูง

8.6 เมืองท่องเที่ยวที่นิยม ได้แก่ หัวหิน ภูเก็ต กระบี่ สมุย เขาหลัก เกาะลันตา เกาะพีพี เกาะช้าง

8.7 เหตุผลในการเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ ราคาถูก ความเป็นมิตรไมตรีของคนไทย อากาศอบอุ่นในช่วงฤดูหนาว อาหารอร่อย

8.8 กิจกรรมที่ต้องการทำในประเทศไทยคือ การพักผ่อนอาบแดด การท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ การเล่นกีฬาที่ชอบ เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ เล่นเรือยอร์ช ซี่มบ้า การเรียนรู้และสัมผัสวิถีชีวิต

8.9 แหล่งข้อมูลท่องเที่ยว ได้แก่ บริษัทนำเที่ยว สำนักงาน ททท. นิตยสารท่องเที่ยว โดยใช้อินเทอร์เน็ต เป็นส่วนใหญ่

8.10 ประเภทของที่พักรวม โรงแรม และที่พักประเภทรีสอร์ท บ้านพักและคอนโดมิเนียม

8.11 ประมาณการค่าใช้จ่ายโดยรวมตลอดการเดินทางแต่ละครั้ง ประมาณ 64,000 บาทต่อคน

9. แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศที่สำนักงานฯ รับผิดชอบคืออะไร

แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวสูงอายุ คือ เพื่อพักผ่อน เพื่อเยี่ยมเยียนญาติและเพื่อน เพื่อเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ เพื่อหลีกเลี่ยงจากอากาศหนาวเย็น

10. ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศที่สำนักงานฯ รับผิดชอบที่มาประเทศไทยเป็นอย่างไร

ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศที่สำนักงานฯ รับผิดชอบมีประเด็นสำคัญดังนี้

10.1 ลักษณะสำคัญของที่พักแรม ปลอดภัย สะอาด ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมดี มีความสงบและ ความเป็นส่วนตัว ราคาห้องพักประมาณ 1,500 – 5,000 บาท เป็นส่วนใหญ่

10.2 การเดินทางเข้า – ออก ประเทศไทย โดยทางเครื่องบินสู่กรุงเทพฯ ภูเก็ต กระบี่

10.3 การเดินทางภายในประเทศ โดยทางรถยนต์ร่วมกับคณะของบริษัทนำเที่ยวเป็นส่วนใหญ่

10.4 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว หาดทราย ชายทะเล

10.5 การบริการของบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ เป็นบริษัทที่มีเจ้าหน้าที่พูดภาษาของตนได้

10.6 แหล่งซื้อของ และสถานที่รับประทานอาหาร ห้างสรรพสินค้า และร้านอาหารที่มี

ความสะอาด

10.7 บริการรักษาพยาบาลในกรณีเจ็บป่วย โรงพยาบาลในพื้นที่ท่องเที่ยว

10.8 สถานที่เล่นกีฬาและออกกำลังกาย ได้แก่ สนามกอล์ฟ สวนสาธารณะ ห้องออกกำลังกายใน โรงแรมสถานที่พัก

10.9 ความปลอดภัย ถือเป็นความสำคัญสูงสุด โดยคำนึงทั้งความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สินและสุขภาพ

10.10 ระบบสาธารณูปโภค ต้องมีระบบน้ำ อากาศที่สะอาด ระบบไฟฟ้าที่ปลอดภัย

11. ความสามารถของประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศที่สำนักงานฯ รับผิดชอบที่มาประเทศไทยเป็นอย่างไร (จากระดับมาก – ปานกลาง – ต่ำ)

ความสามารถของประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศที่สำนักงานฯ รับผิดชอบ มีประเด็นสำคัญดังนี้

11.1 ที่พักแรม (ปานกลาง) ราคาห้องพัก (มาก)

11.2 การเดินทางเข้า-ออกประเทศไทย (มาก)

- 11.3 การเดินทางภายในประเทศ (ต่ำ)
- 11.4 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว (ปานกลาง)
- 11.5 การบริการของบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (ปานกลาง)
- 11.6 แหล่งซื้อสินค้า (ปานกลาง)
- 11.7 บริการรักษาพยาบาล (ปานกลาง)
- 11.8 สถานที่เล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย (ปานกลาง)
- 11.9 ความปลอดภัย (ปานกลาง)
- 11.10 ระบบสาธารณูปโภค (ต่ำ)

12. ประเทศไทยประสบปัญหาที่สำคัญในการจัดการท่องเที่ยวให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศที่สำนักงานรับผิดชอบ และแนวทางแก้ไขปัญหายังไร

ประเทศไทยประสบปัญหาที่สำคัญในการจัดการท่องเที่ยวให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศที่สำนักงานรับผิดชอบ และแนวทางแก้ไขปัญหาคือ

12.1 การเบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาลที่นักท่องเที่ยวได้รับสวัสดิการจากรัฐไม่สามารถเบิกจ่ายได้ในประเทศไทย

ททท.ได้ส่งเสริมบริษัทประกันชีวิตประกันสุขภาพช่วยเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวสูงอายุทำประกันเพิ่มเป็นกรณีพิเศษเพิ่มขึ้น และได้ร่วมกับสถานเอกอัครราชทูตประสานงานส่งเสริมหน่วยงานภาครัฐของประเทศนักท่องเที่ยวพิจารณาให้การเบิกค่ารักษาพยาบาลในประเทศไทยได้เพิ่มขึ้น

12.2 สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุยังขาดความพร้อมและยังไม่มีความสะดวกเท่าที่ควร เช่น ทางลาดสำหรับรถเข็นคนชรา บันไดลดระดับรถสำหรับคนชราและคนพิการ ซึ่งทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในประเทศไทยจะต้องให้ความสำคัญและดำเนินการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆให้มีความพร้อม

13. ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศที่สำนักงานรับผิดชอบสู่ประเทศไทย ได้แก่

13.1 ควรส่งเสริมในการให้ส่วนลดหรือราคาพิเศษในการใช้บริการสาธารณะ การเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในประเทศไทย แก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ เพื่อเป็นการจูงใจ

13.2 ควรเสนอบริการพิเศษ เช่น การตรวจสุขภาพฟรีแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นประจำทุกปี หรือ 2 ปีขึ้นไป ปีละไม่น้อยกว่า 20 วัน

13.3 ควรส่งเสริมการพัฒนาบริษัทจัดนำเที่ยวที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะในรายการนำเที่ยวแก่กลุ่มผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น เช่น รายการนำเที่ยววิปัสสนาที่มีผู้จัดมีความรู้ความเข้าใจทั้งภาษาและความเข้าใจของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติ/ภาษา

1.3.2 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานในประเทศ ประกอบด้วยสำนักงานเชียงใหม่ สำนักงานประจวบคีรีขันธ์ และสำนักงานพญา

1. ททท. สำนักงานในประเทศ มีนโยบายและแผนการตลาดท่องเที่ยวในปี 2552 อย่างไร
สำนักงานในประเทศมีแผนการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทย สำนักงานใหญ่และสำนักงานต่างประเทศจะเป็นผู้ดูแลตลาดต่างประเทศ

2. ททท. สำนักงานในประเทศมีการวางแผนการตลาดเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุหรือไม่ อย่างไร

สำนักงานฯ มีการวางแผนการตลาดเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวในประเทศเป็นส่วนใหญ่สำหรับตลาดต่างประเทศ สำนักงานเชียงใหม่จะเน้นกลุ่มระยะใกล้ที่บินตรงสู่จังหวัด เช่น ตลาดจีนจากคุนหมิง มาเลเซีย สิงคโปร์ ใต้หวัน เกาหลี สาธารณรัฐประชาชนลาว สำหรับตลาดยุโรป สำนักงานฯ มีการประสานงานกับสำนักงานต่างประเทศเพื่อช่วยดำเนินการ เช่น นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสและเนเธอร์แลนด์มาแต่งงานแบบล้านนาในจังหวัดเชียงใหม่ และมีตลาดพำนักระยะยาว (Long Stay) ที่มีบริษัทผู้รับผิดชอบโดยตรง หอการค้าจังหวัดมีแผนที่จะทำโครงการพัฒนาตลาดและการท่องเที่ยวแบบระยะยาว เพื่อจัดตั้งศูนย์ Chiangmai Long Stay Center เพื่อเป็นแกนนำในการพัฒนาธุรกิจแบบพำนักระยะยาว เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดและเพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในด้านความรู้ ความเข้าใจการตลาดสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว และทำการประชาสัมพันธ์ในตลาดต่างประเทศในกลุ่มผู้เกษียณอายุในบริษัทและกลุ่มแม่บ้าน

สำนักงานประจวบคีรีขันธ์ชี้แจงว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปจะเป็นกลุ่มเกษียณอายุที่มาจากประเทศกลุ่มสแกนดิเนเวีย บางกลุ่มมาพักผ่อน บางกลุ่มมาซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อมาพักผ่อนหนีหนาวเป็นพำนักระยะยาว เพราะประเทศไทยมีความสงบ และค่าครองชีพถูก และบางคนมีครอบครัวเป็นคนไทย เริ่มมีกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบ Wellness มาจากสวีเดนจำนวน 90 คน มาพักผ่อน 2 สัปดาห์ เพื่อกินอาหารสุขภาพ ชีวจักรยาน พายเรือ

สำนักงานพญาบาลกล่าวว่าการพญาบาลเป็นเมืองที่มีความสำคัญกับผู้สูงอายุเนื่องจากมีบ้านพักคนชราอยู่ที่อำเภอบางละมุง ทำให้พญาบาลมีกิจกรรมคนชราและคนพิการ สำหรับตลาดผู้สูงอายุมัก

เป็นคนที่เกษียณแล้ว ที่มีรายได้จากบำนาญ เช่น นักท่องเที่ยวจากประเทศแคนาดาเนเวียที่ชอบประเทศไทย แต่สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในประเทศไทยยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการคนชราหรือคนพิการได้ดีนัก ยกเว้น คนไทยที่มีนิสัยชอบดูแลผู้สูงอายุ ตลาดนี้มีศักยภาพเพราะพยากรณ์ได้ แต่ต้องจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้ตอบสนองความต้องการ

3. สำนักงานในประเทศมีกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปอย่างไร

ททท. ปีนี้มีเพียงการจัดกิจกรรมส่งเสริมผู้สูงอายุในประเทศไทย ชื่อ “โครงการโบสถ์แห่งวัย” ที่จัดนำเที่ยววัดแก่ผู้สูงอายุ นอกนั้นจะเป็นกิจกรรมส่งเสริมกลุ่มครอบครัว แต่งาน อันนินมุน และกอล์ฟ และททท.ได้มีการจัดพิมพ์รายชื่อโรงแรม ร้านอาหารที่สามารถรองรับกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มครอบครัว และกลุ่มผู้ด้อยโอกาส

4. อะไรคือจุดเด่นของการท่องเที่ยวของภาค/จังหวัดที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปเลือกภาค/จังหวัด เป็นจุดหมายปลายทาง

ภาคเหนือ เช่น เชียงใหม่เป็นประตูของภาคเหนือ อากาศดี เย็นสบาย มีวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตคนในท้องถิ่น

ภาคกลางและภาคตะวันออก เช่น เพชรบุรี ชลบุรี มีชายทะเล อาหารหลากหลาย ที่พักหรือรีสอร์ททุกระดับ ราคาถูก อากาศดี

5. ภาพรวมของตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปที่มาท่องเที่ยวในภาค/จังหวัดมีลักษณะเด่นโดยรวมเป็นอย่างไร

เมืองท่องเที่ยวหลัก เช่น พัทยา หัวหินจะมีนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปที่มาประจำทุกปี อยู่เฉพาะโรงแรมที่เคยพัก แต่ไม่มีการเก็บจำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามอายุในระดับจังหวัด

6. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปที่มาท่องเที่ยวในภาค/จังหวัดเป็นอย่างไร

นักท่องเที่ยวที่เดินทางหรือติดต่อผ่านเว็บไซต์มาเอง (FIT) มีจำนวนมากขึ้น แต่ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่พูดภาษาอังกฤษไม่ได้ มักจะมากับบริษัทนำเที่ยว นิยมมาช่วงฤดูหนาว

7. ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปที่มาท่องเที่ยวในภาค/จังหวัดเป็นอย่างไร

ในการเดินทางเข้า-ออกประเทศไทย นักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวต้องการความสะดวกเรื่องวีซ่าให้พักอยู่ในประเทศไทยได้นานขึ้น นักท่องเที่ยวสูงอายุบางคนต้องการรถเข็นในสนามบิน สุวรรณภูมิเนื่องจากทางออกมีระยะทางไกล ในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม ต้องการให้มีการลดราคาเข้าชมสำหรับผู้สูงอายุ แหล่งจำหน่ายสินค้า OTOP ร้านอาหารเน้นความสะดวก รสชาติ และการบริการ สำหรับบริการรักษาพยาบาลหากเจ็บป่วย ต้องการมีบริการตรวจสุขภาพ ทำฟัน และโรงพยาบาลต้องมีบุคลากรที่พูดภาษาต่างประเทศได้ และต้องการความปลอดภัยสูง

8. ความสามารถของประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปที่มาท่องเที่ยวในภาค/จังหวัด เป็นอย่างไร ในประเด็นต่อไปนี้ (ระดับ มาก—ปานกลาง---ต่ำ)

8.1 ประเภทและลักษณะสำคัญของที่พักแรม ราคาห้องพัก

ปานกลาง ควรมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับผู้สูงอายุ

8.2 การเดินทางเข้า-ออกประเทศไทย

ปานกลาง หากเป็นการเดินทางไปสู่จังหวัดที่ไม่มีเที่ยวบินตรง นักท่องเที่ยวชาวยุโรปจำเป็นต้องเปลี่ยนเที่ยวบินต่อไปยังต่างจังหวัด ทำให้เสียเวลาและเหนื่อยล้า

8.3 การเดินทางภายในประเทศ /ประเภทของยานพาหนะที่ต้องการใช้

ปานกลาง รถแท็กซี่แม้ราคาไม่สูงเมื่อเทียบกับต่างประเทศ แต่ราคาสูงสำหรับค่าประเทศไทย และผู้สูงอายุใช้บริการขนส่งมวลชนไม่ได้ ไม่สะดวก

8.4 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวหรือที่พักผ่อนหย่อนใจ

มาก เพราะประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประเพณีและวัฒนธรรม ภาษา วิถีชีวิตชุมชนที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบในภาคเหนือ มีชายหาดและเกาะต่างๆ ในภาคใต้

8.5 การบริการของบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

มาก มีบริษัทนำเที่ยวชั้นนำ และมีมัคคุเทศก์ที่พูดภาษาต่างประเทศได้หลายภาษา เช่น ภาษาฝรั่งเศส เยอรมัน อิตาลี

8.6 แหล่งจำหน่ายซื้อของหรือร้านอาหาร

มาก มีร้านอาหารมากมายและหลากหลาย

8.7 บริการรักษาพยาบาลหากเจ็บป่วย

ปานกลางถึงมาก เนื่องจากมีโรงพยาบาลที่มีคุณภาพและทันสมัยในเมืองท่องเที่ยวหลัก แต่โรงพยาบาลในกรุงเทพฯ ดีที่สุด

8.8 สถานที่เล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย เช่น สนามกอล์ฟ

มาก สนามกอล์ฟ เช่น พัทยา มีสนามกอล์ฟที่อยู่ห่างไม่เกิน 1 ชั่วโมงเดินทาง จำนวน 18 สนาม หัวหิน มีการจัด Golf Festival ที่หัวหิน ช่วงเดือนสิงหาคม-กันยายน

8.9 ความปลอดภัย

ปานกลางถึงมาก เพราะเมืองท่องเที่ยวจะมีผู้ร้ายต้องการขโมยทรัพย์สินได้ ทางข้ามถนน ไม่มีไฟกดให้รถหยุด การมีตำรวจท่องเที่ยวตามเมืองท่องเที่ยวหลัก ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวได้ดี รับเรื่องราว ร้องทุกข์ บริการข้อมูล เส้นทางท่องเที่ยว แม้บุคลากรมีจำนวนน้อย มีเจ้าหน้าที่ล่ามแปลจากททท. มาช่วยติดต่อสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศ ทำงานร่วมกับตำรวจตลอด 24 ชั่วโมง ภาษาอื่น มีอาสาสมัครท่องเที่ยวที่บางคนเป็นนักท่องเที่ยว หรือคนไทยที่พูดภาษาต่างประเทศได้

8.10 ระบบสาธารณูปโภค

ปานกลาง พัทยา มีปัญหาเรื่องน้ำประปา เนื่องจากมีประชากรแออัดมากกว่าที่ปรากฏในทะเบียนบ้าน การกำจัดขยะยังไม่เพียงพอ จัดทำห้องน้ำคนพิการ

9. ภาค/จังหวัดประสบปัญหาอะไรบ้างในการจัดท่องเที่ยวให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรป และภาค/จังหวัดมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาเหล่านี้อย่างไร

- (1) การเก็บค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวสำหรับคนต่างชาติสูงกว่าคนไทย
- (2) การใช้ภาษาต่างประเทศของบุคลากรผู้ให้บริการที่ยังไม่ดีพอ
- (3) การจราจรในหัวหินติดขัด ควรทำที่จอดรถเพิ่มให้เอกชนมาประมูล
- (4) การย้ายสายไฟลงใต้ดิน เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยของเมืองท่องเที่ยว

10. ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปสู่ประเทศไทย ได้แก่ อะไรบ้าง

- (1) รัฐบาลต้องมีนโยบายที่ชัดเจนในเรื่องนักท่องเที่ยวผ่านระยะยาว ภาคเอกชนสนใจจะลงทุนหากรัฐบาลสนับสนุนจริงจัง
- (2) การตลาด ทำเป็น pilot project ส่งเสริมผู้สูงอายุเหมือน SAGA โดยจัดทำ Agent trip แก่บริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ และเชิญหนังสือพิมพ์และนิตยสารจากต่างประเทศมา Fam trip เพื่อให้เกิดสารคดีท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุมาท่องเที่ยวประเทศไทย
- (3) ทำเว็บไซต์เจาะตลาดสูงอายุ ปากต่อปาก
- (4) เจาะกลุ่มอาชีพผู้เกษียณอายุ เช่น ทหารผ่านศึก
- (5) ทำ WiFi บนถนน เพื่อบริการนักท่องเที่ยว

(6) จัดโปรแกรมนักท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและรักษาสุขภาพ

(7) เก็บข้อมูลตัวเลขนักท่องเที่ยวสูงอายุว่ามาจากประเทศใด ใช้จ่ายวันละเท่าไร เพื่อจัดตั้งงบประมาณในการส่งเสริม

(8) ปรับปรุงที่พักแรมให้รองรับผู้สูงอายุและพิการได้มากขึ้น

1.4 ผลสัมฤทธิ์สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวและสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัด

1. สำนักงานฯ มีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวของภาค/จังหวัดในปี 2552 อย่างไร

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนการท่องเที่ยว พ.ศ. 2550-2553 ดังนี้

1. พัฒนาระดับคุณภาพสินค้าการท่องเที่ยว
2. พัฒนาระดับมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และปัจจัยสนับสนุนต่อการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว
3. การส่งเสริมการตลาด
4. การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
5. ปรับปรุงกลไกการบริหารจัดการ

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดจะมีการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ระดับชาติ เช่น จังหวัดประจวบคีรีขันธ์กำหนดวิสัยทัศน์ให้เป็น “เมืองท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ชายหาดยาวริมอ่าวไทย” และกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัด พ.ศ. 2550-2553 ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและยั่งยืน การเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว และเพิ่มความเชื่อมโยงการท่องเที่ยว จังหวัดเน้นการท่องเที่ยวเชิงครอบครัว ซึ่งรวมผู้สูงอายุด้วย และเชิงสุขภาพ

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬามีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว เป็นงานที่ถ่ายโอนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่เน้นการส่งเสริมนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและใช้จ่ายสูง มีการกำหนดมาตรฐานที่พักแบบพำนักระยะยาว โดยมีแผนการศึกษาผลกระทบการศึกษาและการจัดทำ one stop service center การพัฒนานุเคราะห์และผลักดันให้ผู้ประกอบการมีมาตรฐาน รวมทั้งการจัดทำเว็บไซต์ Directory และแผ่นพับ และการประสานกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการส่งเสริมการตลาดต่อไป และมีการจัดตั้งบริษัท Thai

Longstay Management (TLM) จำกัด โดยมีหน้าที่ในการเจาะตลาดหาลูกค้า แต่ผลงานยังไม่ชัดเจนและรัฐบาลยังไม่ได้สนับสนุนเต็มที่ จังหวัดเชียงใหม่มีผู้ประกอบการสนใจสร้างที่พักแบบพำนักระยะยาว เนื่องจากเชียงใหม่มีอากาศเย็นสบาย สภาพพื้นที่รองรับการกระจายเมืองไปได้รอบ ๆ และคนมีนิสัยใจคอดี ภาครัฐแม้มีนโยบายของภาครัฐเกี่ยวกับเรื่องนี้ แต่แผนการดำเนินงานยังไม่ชัดเจน ในจังหวัดชลบุรี และประจวบคีรีขันธ์ พบว่ามีการพัฒนาหมู่บ้านสำหรับการพำนักระยะยาวของชาวสแกนดิเนเวีย ซึ่งเป็นการลงทุนของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ของภาคเอกชน ภาครัฐไม่ได้เกี่ยวข้องด้วย

2. สำนักงานฯ มีการวางแผนเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุหรือไม่ อย่างไร

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัด มีหน้าที่หลัก ได้แก่

(1) การจัดการและดูแลแหล่งท่องเที่ยว จัดพื้นที่เพื่อให้นักท่องเที่ยว รวมทั้งผู้สูงอายุให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกขึ้น เช่น ทางเดิน ถนนหนทาง บาทวิถี แสงสว่าง ห้องน้ำสาธารณะ เป็นต้น

(2) การจัดการความปลอดภัยในพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น ความปลอดภัยของชายหาด ทางเดินเท้า ด้วยการจัดทำโทรทัศน์วงจรปิดเพื่อเฝ้าระวังอันตรายที่อาจเกิดขึ้น การสถานที่มีที่รับแจ้งความ และการประสานงานกับตำรวจท่องเที่ยว เป็นต้น รวมทั้งความปลอดภัยของยานพาหนะสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น เรือท่องเที่ยว รถโดยสาร เป็นต้น

(3) การพัฒนานุเคราะห์ที่เกี่ยวข้อง เช่น การฝึกอบรมอาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยว

(4) การกำหนดมาตรฐานการบริการที่เกี่ยวข้อง เช่น ที่พัก ร้านอาหาร สำหรับที่พักแรม สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดชลบุรีและการท่องเที่ยวพัทยากำลังจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อคนพิการ มีการศึกษาความพร้อมและรวบรวมข้อมูลโรงแรมที่สามารถรองรับผู้สูงอายุและผู้ด้อยโอกาส โดยมีโรงแรมหลายแห่งเริ่มให้ความสนใจร่วมโครงการในเขตเมืองพัทยา

(5) การบริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

การจัดทำโครงการท่องเที่ยวผู้สูงอายุของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดยังจำกัดอยู่เฉพาะผู้สูงอายุชาวไทย เช่น โครงการพาผู้สูงอายุไทยเที่ยวไทย เช่น นำชมวัด วัง แหล่งวัฒนธรรม และหรือแหล่งธรรมชาติ เป็นต้น และเน้นการกระจายรายได้เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ เช่น รับประทานอาหารตามร้านอาหาร ซื้อสินค้าที่ระลึกท้องถิ่น โครงการกีฬาผู้สูงอายุในจังหวัดเพชรบุรี เช่น กีฬาพื้นบ้าน เปตอง เป็นต้น

3. จากข้อ 2 สำนักงานฯ มีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานใดบ้าง

ภาคเอกชน เช่น สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว หอการค้า สมาพันธ์ท่องเที่ยวในภูมิภาค เป็นต้น ภาครัฐ ได้แก่ กระทรวงวัฒนธรรม เช่น วัฒนธรรมจังหวัด กระทรวงมหาดไทย เช่น สำนักงานจังหวัด กรมพัฒนาชุมชน สำนักนายกรัฐมนตรี เช่น สำนักพุทธ เป็นต้น

4. อะไรคือจุดเด่นของการท่องเที่ยวของภาค/จังหวัดที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปเลือกภาค/จังหวัด เป็นจุดหมายปลายทาง

นักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวช้า เนื่องจากชอบในความเป็นมิตรไมตรี และสุขภาพของคนไทย ประเทศไทยอากาศดี สามารถเล่นน้ำทะเลได้ตลอดทั้งปี มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม และมีวัฒนธรรมที่ดี

5. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปที่มาท่องเที่ยวในภาค/จังหวัดเป็นอย่างไร

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสูงอายุต้องการทำในประเทศไทย ได้แก่ กิจกรรมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เช่น การเรียนทำอาหารไทย การทำขนมไทย การทอผ้า ปั่นดินเผา การเรียนรำไทย การศึกษาวิถีชีวิตแต่ละภาค กิจกรรมการออกกำลังกาย เช่น กอล์ฟ วัยน้ำ ดำน้ำ ขี่จักรยาน พายเรือ กิจกรรมเสริมสุขภาพ เช่น การฝึกสมาธิ โยคะ การนวดแผนโบราณ

6. ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปที่มาท่องเที่ยวในภาค/จังหวัดเป็นอย่างไร

6.1 ความปลอดภัยเป็นความต้องการหลัก

6.2 การอำนวยความสะดวกเรื่องวีซ่า ประเทศมาเลเซียให้วีซ่านักท่องเที่ยวสะดวกและง่ายกว่าประเทศไทย

6.3 ที่พัก ทำเลที่ตั้งสำคัญ ต้องไม่ไกลชุมชนเกินไปและมีมาตรฐาน ประเทศฟินแลนด์เป็นตัวอย่างที่ดี ทำเมืองแบบพำนักระยะยาวครบเป็นวงจร

6.4 มีการจัดกิจกรรมเสริมหลากหลาย

7. ความสามารถของประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปที่มาท่องเที่ยวในภาค/จังหวัด เป็นอย่างไร (ระดับ มาก—ปานกลาง—ต่ำ)

ในภาพรวม ประเทศไทยสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปได้ร้อยละ 60 การจัดการความปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง การจัดการระบบสาธารณสุขยังไม่สมบูรณ์ เช่น หวัดิน พักยา เช่น ไม่มีเตาเผา การบำบัดน้ำเสียยังไม่มีประสิทธิภาพ

8. ภาค/จังหวัดประสบปัญหาอะไรบ้างในการจัดท่องเที่ยวให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรป และภาค/จังหวัดมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาเหล่านี้อย่างไร

- (1) รัฐบาลขาดความจริงจังและต่อเนื่องในการส่งเสริมและดำเนินงาน ขาดการบูรณาการด้านการปฏิบัติงาน ทั้งงบประมาณและผู้ปฏิบัติงาน
- (2) การรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและมาตรฐานความปลอดภัยของการบริการ เช่น รถโดยสาร เรือโดยสาร/นำเที่ยว ตำรวจท่องเที่ยวมีจำนวนน้อย
- (3) การหลอกลวงนักท่องเที่ยวในเรื่องของราคาของสินค้าและบริการ เช่น รถรับจ้าง
- (4) ป้ายบอกทางหลักและทางรอง ป้ายภาษาต่างประเทศ ท้องถิ่นมีหน้าที่จัดทำแต่ศักยภาพยังไม่ดีพอ
- (5) การเข้าถึงชายหาดได้ยาก การบดบังความสวยงามของชายหาด ความหนาแน่นของชายหาดด้วย ร่ม และเตียงผ้าใบ

9. ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปสู่ประเทศไทย ได้แก่ อะไรบ้าง

- (1) กำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวสูงอายุที่ชัดเจน ได้แก่ มีมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการ เช่น ให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ ลดภาษีอุปกรณ์นำเข้า การจัดทำ One stop service center ตั้งอยู่ตามภูมิภาค เพื่อให้มีระบบสื่อสารที่ครบถ้วน การรักษาความปลอดภัย การอำนวยความสะดวกเรื่องวีซ่า
- (2) การจัดให้มีเที่ยวบินตรงมาประเทศไทยจากเมืองสำคัญในยุโรป
- (3) รัฐบาลควรสนับสนุนการทำตลาดเชิงรุก เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมาย ทำการประชาสัมพันธ์
- (4) การส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การแต่งกาย การใช้ภาษาท้องถิ่น
- (5) การปรับปรุงความสะดวกและการบริการของผู้ประกอบการในท้องถิ่นให้ได้มาตรฐานของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
- (6) การพัฒนาและฝึกอบรมภาษาต่างประเทศของผู้ให้บริการชาวต่างประเทศ

1.5 ผลสัมฤทธิ์สมาคมวิชาชีพ

1. สมาคมฯ มีการวางแผนการตลาดเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุหรือไม่ อย่างไร

สมาคมโรงแรมและสมาคม ATTA มีการวางแผนการตลาดโดยภาพรวม ไม่ได้มีการวางแผนการตลาดเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุโดยเฉพาะ โดย Marketing Action Plan ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เช่น การร่วมทำ Road Show การจัดทำ FAM Trip และการร่วมงานแสดงสินค้า เช่น ITB และ World Travel Mart และประสานงานให้แก่โรงแรม บริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ ที่ต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการตลาด

2. อะไรคือจุดเด่นของการท่องเที่ยว/การบริการของไทยที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปพึงพอใจมาก

ความเป็นไทย ราคาคุ้มค่า อากาศอบอุ่น ธรรมชาติของคนไทยและคนที่คุ้นเคย ไทยมีจิตใจอบอุ่นอารีกับผู้สูงอายุ ซึ่งอัยยาศัยเหล่านี้หาได้ยากในประเทศตะวันตก

3. ภาพรวมของตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปที่มีลักษณะเด่นโดยรวมเป็นอย่างไร

นักท่องเที่ยวสูงอายุมีรายได้ปานกลาง มาพักผ่อน ชอบท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีทั้งยังทำงานอยู่ และเกษียณอายุแล้ว

4. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปที่มาท่องเที่ยว/ใช้บริการในประเทศไทยเป็นอย่างไร

นักท่องเที่ยวสูงอายุที่มาจากประเทศที่พูดภาษาอังกฤษจะซื้อโปรแกรมจากบริษัทนำเที่ยว หรือจะมาท่องเที่ยวเอง โดยติดต่อโรงแรมผ่านทางอินเทอร์เน็ตโดยตรง นักท่องเที่ยวสูงอายุที่มาจากประเทศที่พูดภาษาอังกฤษไม่ได้จะซื้อโปรแกรมจากบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวสูงอายุโดยรวมซื้อบริการต่างๆ โดยตรงโดยผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

5. แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปคืออะไร

เพื่อพักผ่อน และรักษาสุขภาพ

6. ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปที่มาประเทศไทยในด้านการบริการเป็นอย่างไร

สมาคมโรงแรมกล่าวว่าที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวสูงอายุต้องการจะเน้นความสะดวก ความสะดวก เช่น ความสะดวกของสระว่ายน้ำ ห้องพัก และความปลอดภัยทั้งภายในโรงแรมและภายนอกบริเวณโรงแรม สถานที่ที่สมควรอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว มีข้อตกลงด้านการรักษาพยาบาลกับโรงพยาบาลเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุ มีราคาที่เหมาะสม ราคาห้องพักของประเทศไทยโดยเฉลี่ยถูกกว่าห้องพักของโรงแรมในประเทศอื่นในภูมิภาค

สมาคม ATTA กล่าวว่านักท่องเที่ยวสูงอายุจะซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวที่ต่างประเทศที่เป็นแพคเกจรวมเฉพาะการเดินทางและที่พักแรม หรือเป็น All-Inclusive หรือ Full/half Board คือรวมอาหารทุกมื้อ หรือ อาหารมื้อเช้าและเย็น หรือซื้อโดยตรงกับโรงแรมผ่านอินเทอร์เน็ต

7. ความสามารถของประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการด้านการบริการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปที่มาประเทศไทยเป็นอย่างไร (ระดับ มาก—ปานกลาง—ต่ำ)

7.1 ความสามารถของประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการด้านที่พักแรมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ถึงมาก โรงแรมที่สนใจส่วนตลาดผู้สูงอายุควรมีการจัดเตรียมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกเพิ่มมากขึ้น

7.2 ด้านการเดินทางเข้า-ออกประเทศ อยู่ในระดับปานกลาง สนามบินมีรถขึ้น หรือ หอพักสำหรับคนพิการไม่เพียงพอ ระบบขนส่งมวลชนที่เชื่อมโยงสู่เมืองยังไม่สามารถอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุได้ดีพอ

7.3 ด้านการบริการรักษาพยาบาล อยู่ระดับมาก โรงพยาบาลในประเทศไทยสามารถให้บริการระดับนานาชาติได้

7. 4 สนามกอล์ฟ อยู่ในระดับมาก ประเทศไทยมีสนามกอล์ฟระดับโลกหลายแห่ง แต่ราคาค่าบริการค่อนข้างแพง แต่บริการดีเยี่ยม

7.5 ความปลอดภัย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก ยังไม่มีปัญหาที่กระทบรุนแรง

7.6 สาธารณูปโภคยังไม่ดีพอสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ เนื่องจากสังคมไทยผู้สูงอายุอยู่บ้านเป็นส่วนใหญ่ ไม่เหมือนผู้สูงอายุจากสังคมตะวันตกที่ชอบเดินทางและทำอะไรเองด้วยตนเอง จึงไม่การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุในระบบโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ลิฟท์ ทางลาด สำหรับรถเข็น ที่จอดรถสำหรับคนพิการ รวบรวม พื้นที่เรียบเป็นระดับเดียวกันหรือไม่ควรต่างระดับมากจนเกินไป

8. ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปสู่ประเทศไทย ได้แก่ อะไรบ้าง

(1) ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุได้มากขึ้น เช่น สนามบิน มีลิฟต์ ทางลาดสำหรับรถเข็น รถบริการผู้สูงอายุ ถนนมีบาทวิถี ยานพาหนะมีขึ้นบันได เป็นต้น และจัดทำ Master Plan ด้านการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ

(2) รัฐบาลควรสร้างความร่วมมือกับธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะแบบครบวงจร และรัฐบาลเป็นผู้ไปเจรจานำร่อง และค้าประกัน โปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับรัฐบาลของประเทศที่เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพและชอบประเทศไทย เพื่อให้เกิดจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

(3) นักท่องเที่ยวกลุ่มพำนักระยะยาวน่าจะใช้โรงแรมขนาดกลางที่มีทำเลที่ตั้งดี และจัดโปรแกรมนำเที่ยวและสุขภาพกับโรงพยาบาล โดยทำราคาให้ดึงดูดนักท่องเที่ยว ไม่ควรสร้างที่พักอาศัยใหม่ จัดสิ่งอำนวยความสะดวก และทำการเจาะตลาดและส่งเสริมอย่างจริงจัง

(4) ขอให้เที่ยวบินเข้ามาจากเมืองสำคัญในยุโรป

(5) ขอให้วีซ่านักท่องเที่ยวสูงอายุให้อยู่ได้นานกว่า 90 วัน

(6) การจัดทำเว็บไซต์ผู้สูงอายุควรเน้นการนำเสนอข้อมูลที่ชัดเจน หลีกเลียงตัวอักษรที่เล็กจนเกินไป และไม่ต้องมีลูกเล่นมากเกินไป

(7) การเก็บข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ และพยากรณ์ขนาดของกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุว่ามีมากเพียงใด

1.6 ผลสัมฤทธิ์โรงพยาบาล

1. กลุ่มลูกค้าสูงอายุของโรงพยาบาลมาจากประเทศใด มีจำนวนปีละเท่าไร เป็น Expat หรือนักท่องเที่ยวจำนวนเท่าไร

โรงพยาบาลจะมีคนไข้ที่เป็นชาวต่างประเทศประมาณร้อยละ 30-40 ของจำนวนคนไข้ทั้งหมด คนไข้ของโรงพยาบาลที่เป็นชาวต่างประเทศแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ

- 1) ชาวต่างประเทศที่ทำงานหรืออาศัยอยู่ในประเทศไทย
- 2) นักท่องเที่ยวที่มาเจ็บป่วย หรือประสบอุบัติเหตุ
- 3) ชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเพื่อรับการรักษา (Medical Tourism)

ซึ่งในจำนวนนี้ ชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเพื่อรับการรักษาส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุมีจำนวนน้อยที่สุด และส่วนใหญ่เป็นชาวต่างประเทศที่มาจากประเทศในเอเชียหรือตะวันออกกลาง ชาวยุโรป

ที่เดินทางมาเพื่อรับการรักษายังมีจำนวนไม่มาก เนื่องมาจากข้อจำกัดหลายประการ เช่น ข้อจำกัดทางการแพทย์ หากเจ็บป่วยรุนแรง ก็ไม่สามารถเดินทางระยะไกลได้ คนไข้ไม่สามารถเบิกค่ารักษาจากสวัสดิการหรือการประกันสุขภาพของรัฐได้ อย่างไรก็ตาม ชาวยุโรปที่เดินทางมารักษาในต่างประเทศมากขึ้น เนื่องจากการรักษาโรคที่ไม่มีความเสี่ยงสูง เช่น ผ่าตัดกระดูก การทำฟัน ในสถานพยาบาลของรัฐต้องรอคิวนาน และหากไปรักษาในสถานพยาบาลเอกชนในประเทศของตนเองจะเสียค่าใช้จ่ายสูงมาก ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางชาวยุโรป เช่น สแกนดิเนเวีย เดินทางไปรักษาที่ประเทศเพื่อนบ้านที่มีข้อตกลงระหว่างรัฐบาลที่ทำให้สามารถเบิกค่ารักษาพยาบาลได้และราคาการรักษาถูกกว่า เช่น โปแลนด์ อังกฤษ สเปน เป็นต้น แต่การที่นักท่องเที่ยวมารับการรักษาในประเทศไทยจะเสียค่าใช้จ่ายใกล้เคียงกับประเทศเพื่อนบ้านที่ถูกกว่า แต่ต้องเดินทางระยะไกลกว่า ดังนั้น ชาวยุโรปที่เดินทางมาเพื่อรับการรักษาโดยตรงจึงยังมีจำนวนน้อย เนื่องจากต้องจ่ายค่ารักษาพยาบาลเอง แม้โรงพยาบาลในประเทศไทยจะมีความพร้อม

2. โรงพยาบาลฯ มีการวางแผนการตลาดเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากต่างประเทศหรือไม่ อย่างไร

โรงพยาบาลสามารถให้บริการนักท่องเที่ยวสูงอายุได้หลายลักษณะ ดังนี้

- 1) โรคความเจ็บป่วยที่รอคอยได้ เช่น ผ่าตัดกระดูกข้อเข่า กระดูกสะโพก
- 2) ผ่าตัดเสริมความงาม (Cosmetic/aesthetic surgery) เช่น ตา จมูก หน้า หน้าอก ตัดไขมันหน้าท้อง เป็นต้น
- 3) ทำฟัน
- 4) ส่งเสริมสุขภาพ เช่น ตรวจสุขภาพ

3. โรงพยาบาลฯ มีกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปอย่างไร

โรงพยาบาลมีการสื่อสารทางการตลาดหลายด้าน ดังนี้

- 1) มีการจัดทำเว็บไซต์ของโรงพยาบาล
- 2) มีการติดต่อตัวแทน (Medical Agent) หรือบริษัทประกันสุขภาพในต่างประเทศ เพื่อหาลูกค้าและส่งมารักษาในโรงพยาบาลในประเทศไทย โรงพยาบาลกรุงเทพพญาไทได้คนไข้จากตัวแทนมากกว่า 5 ปี โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์มีตัวแทนใน 20 ประเทศในทวีปเอเชีย ยุโรป และออสเตรเลีย

- 3) ร่วมมือกันองค์การภาครัฐ เช่น ททท. ในการจัดทำ Promotion หรือ Road Show หรือร่วมงาน Medical Exhibition และกรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์ที่เป็นตัวกลางนำชาวต่างชาติมาเยี่ยมชมโรงพยาบาล
- 4) ร่วมกับ ททท. ในการจัดทำเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในภาพรวม และให้ความมั่นใจในการแพทย์ไทยว่ามีโรงพยาบาลที่ดี มีคุณภาพ รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในต่างประเทศ เช่น รายการ 60 Minutes เคยมีการนำเสนอโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์
- 5) Word of mouth คนไข้ที่เคยมาใช้บริการกลับไปบอกต่อเพื่อนและญาติในประเทศของตน วิธีนี้ได้ผลดีและประหยัดค่าใช้จ่าย

อย่างไรก็ดี โดยรวม โรงพยาบาลหลายแห่งยังเป็นการตลาดเชิงรับมากกว่าเชิงรุก

4. จากข้อ 3 โรงพยาบาลฯ มีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานใดบ้าง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์

5. อะไรคือจุดเด่นของการบริการของโรงพยาบาลฯ และการบริการรักษาพยาบาลไทยที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปพึงพอใจมาก

5.1 โรงพยาบาลมีความสามารถด้านการแพทย์ ได้รับการรับรองจาก (Joint Commission International Accreditation: JCI) ซึ่งเป็นการรับรองระดับนานาชาติ เช่น โรงพยาบาลสมิติเวช โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม หรือกำลังดำเนินการขอการรับรอง JCI เช่น โรงพยาบาลกรุงเทพ พัทยา และมีแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญหลายด้าน ที่ได้รับการศึกษาและฝึกอบรมในต่างประเทศ

5.2 มีเครื่องมือแพทย์ อุปกรณ์ทางการแพทย์ที่รองรับแบบตติยภูมิ มีแพทย์ที่เปลี่ยนอวัยวะ หรือ ผ่าตัดหัวใจได้

5.3 การบริการที่อบอุ่น มีความเป็นไทย แต่เรียนรู้วัฒนธรรมต่างชาติ มีพนักงานที่ได้รับการฝึกฝนเป็นอย่างดี มีใจรักการบริการ รักษาผู้ป่วยดุจญาติมิตร และมีล่ามที่สามารถพูดได้หลายภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ เยอรมัน ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น เป็นต้น หรือแม้ในช่วงพักฟื้น โรงพยาบาลส่งพยาบาลไปเยี่ยมทุกวัน มีบริการอื่น ๆ เช่น รับนักท่องเที่ยวตั้งแต่สนามบิน ทำวีซ่า ให้คำปรึกษาให้ของขวัญหลังเยี่ยม เป็นต้น

5.4 มีค่ารักษาที่เป็นธรรม โรงพยาบาลสมิติเวช เก็บค่ารักษาราคาเดียวกันไม่ว่าคนไทยหรือชาวต่างชาติ โรงพยาบาลที่ต่างจังหวัดจะคิดค่ารักษาพยาบาลโดยเฉลี่ยถูกกว่าโรงพยาบาลในกรุงเทพฯ

6. ภาพรวมของตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปที่มาใช้บริการมีลักษณะเด่นโดยรวมเป็นอย่างไร

นักท่องเที่ยวจากยุโรป เช่น ชาวอังกฤษ ฝรั่งเศส สแกนดิเนเวีย ที่ส่วนใหญ่เกษียณอายุแล้ว สามารถเดินทางได้ ชอบมาท่องเที่ยวในเมืองไทย มีฐานะดี/รายได้สูง มีความสามารถในการจ่ายค่ารักษาเองได้ มีความคาดหวังต่อการบริการของโรงพยาบาลว่าจะได้รับการบริการด้านการแพทย์และบริการที่ดีเยี่ยม เช่น การวินิจฉัยโรคที่ถูกต้องและแม่นยำ รวดเร็ว และได้ผลจริง มีโครงสร้างร่างกายใหญ่ มักมีปัญหาเรื่องกระดูกและข้อเข่า

7. ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปที่มาประเทศไทยในด้านการบริการของโรงพยาบาลเป็นอย่างไร มีด้านใดบ้าง

นักท่องเที่ยวที่ต้องการมารักษาพยาบาลใช้ระยะเวลาประมาณ 1-2 สัปดาห์ โดยเริ่มจากการนัดมาพบแพทย์ ประเมินอาการก่อนผ่าตัด เมื่อผ่าตัดแล้วจะรักษาตัวอยู่ที่โรงพยาบาลประมาณ 3-7 วัน ขึ้นอยู่กับโรคที่รักษา เช่น ผ่าตัดกระดูกข้อใช้เวลา 1 สัปดาห์ และพักฟื้นในโรงแรมอีก 1 สัปดาห์

8. ความสามารถของโรงพยาบาลและประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการด้านการบริการของโรงพยาบาลของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปที่มาประเทศไทยเป็นอย่างไร

โรงพยาบาลสามารถตอบสนองได้ทุกประเภทของการบริการ เนื่องจากบริการครบวงจร โรงพยาบาลมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางที่มีใบประกอบวิชาชีพทางการแพทย์ มีการตรวจวินิจฉัยโรคอย่างแม่นยำ มีเครื่องมือแพทย์ และอุปกรณ์ทางการแพทย์ต่างๆ มีประสิทธิภาพและแม่นยำ มีบุคลากรพยาบาลที่ประกอบวิชาชีพพยาบาลให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

9. โรงพยาบาลฯ และประเทศไทยประสบปัญหาอะไรบ้างในการจัดบริการให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรป และโรงพยาบาลฯ มีแนวทางในการแก้ไขปัญหาเหล่านี้เป็นอย่างไร

(1) การประกันสุขภาพหรือสวัสดิการของรัฐในประเทศยุโรปไม่คุ้มครองการรักษาพยาบาลในประเทศไทย กระทรวงสาธารณสุขพยายามจัดทำร่างความร่วมมือหรือข้อตกลงกับรัฐบาลของประเทศนั้นๆ ในกรณีที่คนไข้ต้องรอคิวในการรักษา และให้สามารถมารักษาในประเทศไทยโดยเบิกค่ารักษาได้ แต่ยังไม่สำเร็จ

(2) ความต้องการล่ามในภาษาอื่น ๆ เช่น อิตาลี ขอให้มีศูนย์กลางปรึกษาเรื่องภาษาอื่น โดยเฉพาะภาษาทางการแพทย์

10. ในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปให้มาใช้บริการโรงพยาบาลมากขึ้น ควรส่งเสริมบริการด้านใด และโรงพยาบาลต้องการความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐหรือไม่ อย่างไร

ควรทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินและสุขภาพ เป็นการประชาสัมพันธ์ประเทศไทย ด้านการแพทย์ แพทย์ไทยได้รับการรับรองจาก JCI ในหลายโรงพยาบาลในกรุงเทพมหานครและเมืองท่องเที่ยว เช่น โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์โรงพยาบาลสมิติเวช กรุงเทพฯ

11. ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปสู่ประเทศไทยได้แก่ อะไรบ้าง

(1) กระทรวงสาธารณสุขควรเร่งรัดการจัดทำร่างความร่วมมือหรือข้อตกลงกับรัฐบาลของประเทศต่างๆ ในกรณีที่คนไข้ต้องรอคิวในการรักษาในสถานพยาบาล และให้สามารถมารักษาในประเทศไทยโดยเบิกค่ารักษาพยาบาลหรือค่าการประกันสุขภาพหรือสวัสดิการของรัฐจากประเทศยุโรปได้

(2) ขอให้มีการส่งเสริม Medical Tourism เหมือนการส่งเสริมสปา ให้ประเทศไทยเป็น Medical Hub เช่น การโฆษณา การทำหนังสือหรือสารคดีการรักษาพยาบาลในประเทศไทย การทำ Road Show

(3) สนับสนุนการเชิญนักธุรกิจต่างชาติ สื่อมวลชน มาเยี่ยมชมโรงพยาบาล เพื่อดูศักยภาพของโรงพยาบาล

(4) เสาะหากลุ่ม Medical Agent หรือ Travel Agent ที่มีความสามารถเป็นตัวกลางระหว่างนักท่องเที่ยวกับโรงพยาบาล

(5) เจาะตลาดกลุ่มชาวต่างประเทศที่เกษียณอายุแล้วมาอยู่เมืองไทยเป็นบ้านหลังที่ 2 เนื่องจากมีความต้องการเอาใจใส่ดูแลเป็นพิเศษ นอกเหนือจากบริการที่พักแบบพำนักระยะยาว

(6) การให้การต้อนรับและความสะดวกที่สนามบินแก่กลุ่ม Medical Tourist เช่น มีพนักงานต้อนรับที่ให้ความช่วยเหลือ มีช่องทางด่วนในการเข้า-ออกประเทศ

1.7 ผลสัมฤทธิ์สมาคมสปาแห่งประเทศไทยและผู้ประกอบธุรกิจสปา

1. ความเป็นมาและวัตถุประสงค์ของสมาคมฯ และธุรกิจสปา

สมาคม Thai Spa Association จัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2546 มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดมาตรฐานการบริการสปาให้แก่สมาชิก สปามี 7 ประเภท ได้แก่ Day spa, Destination spa, Hotel/Resort spa, Medical spa, Fitness club spa, Mineral spring spa, และ Cruiseship spa โดยทั่วไป Day spa จะมีขนาดเล็กและจำนวนมาก Hotel/Resort spa จะเป็นบริการส่วนหนึ่งของโรงแรม สำหรับ Destination Spa จะมีลักษณะเป็น Wellness Resort ขายบริการเป็นแพคเกจเหมารวมรายวัน (all-inclusive) ที่ดูแลทั้งสุขภาพร่างกายและจิตใจ เช่น ที่พัก อาหารสุขภาพ 3 มื้อ มีการทำ spa Treatment วันละ 2 ครั้ง เช่น การนวดแผนโบราณ การนวดเท้า การนวดเพื่อผ่อนคลายความเครียด การนวดเพื่อล้างสารพิษ การฝังเข็ม การสะกดจิต และมีกิจกรรมเพื่อเสริมสุขภาพ เช่น การเล่นโยคะ การนั่งสมาธิ การสอนทำอาหารสุขภาพ โภชนาการ การสอนนวด (Mini Massage Class) เพื่อจะกลับไปทำได้ที่ห้องพักเอง และจะพักอยู่ในรีสอร์ทอย่างน้อย 3 วัน ถึง 10 วัน แพคเกจสำหรับผู้สูงอายุจะสอนวิธีการดำรงชีวิตที่มีสุขภาพดีสำหรับอนาคต

ธุรกิจสปาที่มีสปาบริการลูกค้าหลายกลุ่ม เช่น วัยรุ่น วัยทำงาน วัยสูงอายุ สำหรับวัยสูงอายุจะเป็นการนวดเพื่อผ่อนคลาย นวดอโรมา หรือนวดไทยประคบกรณีมีปัญหาปวดกล้ามเนื้อ เช่น บ่า หลัง ไหล่ และมีบริการนวดเป็น A la carte หรือแพคเกจครึ่งวันหรือ 1 วัน กรมส่งเสริมสุขภาพกระทรวงสาธารณสุขจะมีการตรวจสอบมาตรฐานการบริการ เป็นการคุ้มครองผู้บริโภค สปาไทยแตกต่างจากสปาในต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เน้นการรักษาสุขภาพ สปาไทยผสมผสานการผ่อนคลายและรักษาสุขภาพ

2. สมาคมฯ มีนโยบายและแผนการตลาดในปี 2552 อย่างไร

สมาคมฯ มีการส่งเสริมการขายร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในโครงการ Thailand Grand Sale 2009

ธุรกิจสปาที่อยู่ในโรงแรม ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นแขกโรงแรม มีการทำ Promotion ตลอดปีในแต่ละเดือน และมีการทำ Promotion เสริมหน้างาน ในกรณีลูกค้าน้อย เช่น ลดราคาค่าบริการร้อยละ 20 แจก Gift voucher 500 บาทให้แก่แขกในโรงแรม นอกจากนี้มีการทำ contract rate กับบริษัทนำเที่ยว ลดค่าบริการร้อยละ 20 แต่มีลูกค้าจำนวนน้อย สำหรับธุรกิจสปาเดี่ยวจะต้องทำการตลาดเอง เช่น ทำแผ่นพับแจกตามร้านอาหาร ร้านกาแฟ สนามบิน สถานีรถไฟโดยสาร

3. สมาคมฯ มีการวางแผนการตลาดเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุหรือไม่ อย่างไร

สมาคมฯ มีการวางแผนการตลาดเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นตลาดหลักโดยไม่คำนึงถึงอายุ เช่น ตลาดฮ่องกงและสิงคโปร์เป็นตลาดใหญ่สำหรับสปาไทย ตลาดยุโรป เช่น อังกฤษ เยอรมนี ตลาดยุโรปมีอายุมากที่สุด

4. สมาคมฯ มีกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปอย่างไร

สมาคมฯ และธุรกิจสปามีการทำประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายกับตลาดหลักโดยไม่คำนึงถึงอายุ เช่น การให้ส่วนลด การทำ Promotion รวมกลุ่มสมาชิกของสมาคมฯ การจัดนิทรรศการ การประกวดการบริการของสมาชิก หากเป็นธุรกิจสปาโรงแรมมีการขายเป็นแพคเกจร่วมกับโรงแรม

5. อะไรคือจุดเด่นของการบริการสปาของไทยที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปพึงพอใจมาก

สปาไทยมีขนาดใหญ่ที่สุดในเอเชียและแปซิฟิก มีคุณภาพที่เป็นเอกลักษณ์ และส่วนประกอบของความเป็นไทย ด้วยทัศนคติและอุปนิสัยของคนไทย และศิลปการนวดแผนโบราณของไทย โดยทั่วไป บริการสปาในแต่ละภูมิภาคจะคล้ายคลึงกัน เช่น เมนูสปา ลักษณะท่า นวดและน้ำมันที่ใช้

ความแตกต่างระหว่างสปาในแต่ละภูมิภาคอยู่ที่ลักษณะการต้อนรับ ไม่ใช่เทคนิคหรือวิธีการ เช่น สปาในกรุงเทพฯจะเป็นสปาในเมือง บริการให้ห้องปรับอากาศ สปาภาคเหนือเป็น

สปาล้านนาที่เน้นธรรมชาติตามภูเขา บริการที่นุ่มนวลกว่าและมักอยู่ในห้องปรับอากาศ ยกเว้นในฤดูหนาว บริการข้างนอก สปาภาคใต้จะเน้นกลิ่นไอบะเล อยู่ศาลากลางแจ้ง เป็นต้น สปาที่หัวหินจะเป็นสปาเพื่อสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ ลูกค้าจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีการศึกษาสูงอายุ และมีรายได้สูง เช่น ชิวาครมเป็นสปาที่มีชื่อเสียงมานาน สามารถหากลุ่มเป้าหมายได้ดี

สปาที่พัทยาเป็นสปาเพื่อผ่อนคลาย นักท่องเที่ยวสนใจสปาน้อยกว่าเมืองท่องเที่ยวอื่น เนื่องจากสามารถหาบริการสปาได้ง่ายเพราะมีจำนวนมาก ลูกค้าอาจไม่ทราบความแตกต่างระหว่างสปาโรงแรมและสปาทั่วไป เพียงเน้นราคาถูก หรือมีคฤตศักราไป สปาโรงแรม นอกจากมีการฝึกพนักงานนวดแล้ว จะมีการจ้างผู้เชี่ยวชาญมาออกแบบท่าการนวด สปาไทยมีการต้อนรับลูกค้าอย่างอบอุ่น มีการดูแลอย่างใกล้ชิด พนักงานนวดจะบริการแม้แต่ถอดรองเท้า การช่วยพยุงขึ้นลงเตียง มีความอ่อนน้อมถ่อมตน

6. ภาพรวมของตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปที่มาใช้บริการสปามีลักษณะเด่นโดยรวมเป็นอย่างไร

นักท่องเที่ยวตะวันตกจะชอบธรรมชาติ อากาศตามธรรมชาติกลางแจ้ง ผู้สูงอายุมีความสามารถในการจ่ายสูง แต่ไม่สามารถนอนคว่ำหรือหงายได้นานเกิน 2 ชั่วโมง เพราะจะเมื่อยและอาเจียร และผู้สูงอายุที่เคยผ่าตัดมาก่อนภายใน 3 เดือน จะนอนไม่ได้ หรือผู้ที่มีโรคประจำตัว เช่น หัวใจ เบาหวานต้องพิจารณาเป็นรายบุคคล ผู้สูงอายุชาวยุโรปชอบใช้บริการสปาและส่วนใหญ่ไม่จู้จี้

7. ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปที่มาประเทศไทยในด้านการบริการสปาเป็นอย่างไร

โดยทั่วไป ร้อยละ 80 ของนักท่องเที่ยวจะใช้บริการนวดพื้นฐาน เช่น นวดเพื่อผ่อนคลาย นวดอโรมา ที่เหลือเป็นการนวดเพื่อสุขภาพ

8. ความสามารถของประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการด้านการบริการสปาของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปที่มาประเทศไทยเป็นอย่างไร (ระดับ มาก—ปานกลาง—ต่ำ)

ประเทศไทยสามารถตอบสนองความต้องการด้านสปาได้ในระดับมาก พนักงานนวดได้รับการฝึกฝนทักษะเป็นอย่างดี อัตราการเกิดอุบัติเหตุจากการนวดน้อยมาก หรือหากมีอุบัติเหตุจากการบริการ จะนำส่งโรงพยาบาลทันที กรมส่งเสริมสุขภาพมีการกำหนดมาตรฐานทักษะของพนักงานนวดและผู้จัดการสปา

9. สมาคมฯ และประเทศไทยประสบปัญหาอะไรบ้างในการจัดบริการให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรป และสมาคมฯ มีแนวทางในการแก้ไขปัญหาเหล่านี้อย่างไร

(1) ลูกค้าน่าสนใจผิดระหว่างการนวดและสปา สปาเป็นการบำบัดด้วยน้ำ แต่ไม่เหมือนอาบอบนวด ไม่เหมือนนวดแผนไทย

(2) การมีผู้ประกอบการสปาที่ไม่ได้มาตรฐานตามมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข แต่ยังเรียกว่าสปา ผู้ประกอบการสปาคควรมีการกำหนดด้วยวุฒิและคุณวุฒิ ประสิทธิภาพ เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจสปาที่แท้จริง

(3) การพัฒนาระบบสาธารณสุขบิโศก สนามบิน ความปลอดภัย ขยะมูลฝอย น้ำประปาในภูมิภาค

(4) ผู้ให้บริการยังไม่สามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้ดี โดยเฉพาะในศูนย์การแพทย์ในภูมิภาค

10. ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปสู่ประเทศไทย ได้แก่ อะไรบ้าง

- (1) การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เช่น บำบัดวิถีและขั้นต่างระดับ และสาธารณสุข พัฒนาและปรับปรุงบำบัดวิถีสำหรับคนพิการ ประเทศสิงคโปร์พัฒนาดีกว่าประเทศไทย
- (2) การเจาะตลาดนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง และต้องการที่จะมีอายุมากขึ้นอย่างมีสุขภาพแข็งแรง
- (3) ทำการโฆษณาในหนังสือพิมพ์ต่างประเทศ เช่น Financial Times และโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพรองลงมาไม่ใช่นั่นเฉพาะเมืองท่องเที่ยวหลัก
- (4) การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุที่มีการนำเที่ยวแหล่งวัฒนธรรมและดูแลสุขภาพ ที่พักมีการจัดอาหารสุขภาพให้ รวมทั้งมีกิจกรรมเสริม เช่น โยคะ ไทเก๊ก นั่งวิปัสสนา เป็นต้น

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด นำมาวิเคราะห์และสรุปผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

คำถามการวิจัยข้อที่ 1. การท่องเที่ยวของผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทยมีสภาพเป็นอย่างไร

2.1 ภาพรวมของตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรป

กลุ่มสัมภาษณ์	ภาพรวมของตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปในประเทศไทย
ธุรกิจนำเที่ยว	ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปในประเทศไทยมีทั้งเพศชายและหญิง ส่วนใหญ่มีรายได้ปานกลาง มีกำลังซื้อ ชอบเดินทางต่างประเทศปีละ 1-2 ครั้ง เพื่อการพักผ่อนและหนีหนาว ชอบทะเล และมาเที่ยวซ้ำ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มอายุ 55-65 ปี ยังทำงาน ยังไม่เกษียณ มาเที่ยวเป็นเวลา 2 สัปดาห์ ในฤดูหนาว (2) กลุ่มอายุ 65+ ปี ที่เกษียณแล้ว จะอยู่ท่องเที่ยวประมาณ 1-2 เดือน (3) กลุ่ม Long Stay หรืออสังหาริมทรัพย์ จะซื้อหรือเช่าบ้าน/คอนโดที่สามารถปรุงอาหารได้ ที่เชียงใหม่ หัวหิน อยู่ประมาณ 2-3 เดือน
โรงแรม	นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปส่วนใหญ่จะมาเป็นผู้เพื่อพักผ่อน ชอบความสะดวกสบาย ความเอาใจใส่ของพนักงาน อากาศอบอุ่น ชอบชายหาดและสัมผัสวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น
ททท.	ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศกลุ่มนอร์ดิกและกลุ่มบอลติกมีลักษณะเด่นโดยรวมคือ เพศชายร้อยละ 55 อายุระหว่าง 55-70 ปี สถานภาพสมรส สุขภาพส่วนใหญ่ดี การทำงานเป็นนักธุรกิจและพนักงานระดับกลางถึงสูง แหล่งรายได้รับเงินจากธุรกิจและสวัสดิการจากรัฐ

สมาคมวิชาชีพ	นักท่องเที่ยวสูงอายุมีรายได้ปานกลาง มาพักผ่อน ชอบท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีทั้งยังทำงานอยู่ และเกษียณอายุแล้ว
โรงพยาบาล	นักท่องเที่ยวจากยุโรปส่วนใหญ่เกษียณอายุแล้วชอบมาท่องเที่ยวในเมืองไทย มีฐานะดี มีความสามารถในการจ่ายค่ารักษาเองได้ มีความคาดหวังต่อการบริการของโรงพยาบาลว่าจะได้รับการบริการด้านการแพทย์และบริการที่ดีเยี่ยม เช่น การวินิจฉัยโรคที่ถูกต้องและแม่นยำ รวดเร็ว และได้ผลจริง
ธุรกิจสปา	นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวยุโรปจะชอบธรรมชาติ อากาศกลางแจ้ง มีความสามารถในการจ่ายสูง ชอบใช้บริการสปา และส่วนใหญ่ไม่จู้จี้ แต่ไม่สามารถนอนคว่ำหรือหงายได้นานเกิน 2 ชั่วโมง เพราะจะเมื่อยและอาจะระบม

1.2 จุดเด่นของการท่องเที่ยวและการบริการที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปพึงพอใจ

กลุ่มสัมภาษณ์	จุดเด่นของการท่องเที่ยวและการบริการที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปพึงพอใจ
ธุรกิจนำเที่ยว	(1) การรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดี (2) มีความเชี่ยวชาญในแต่ละตลาดเป็นอย่างดี เนื่องจากแต่ละประเทศจะมีความต้องการไม่เหมือนกัน (3) การออกแบบสินค้าให้สอดคล้องต่อความต้องการ (4) บริการที่รวดเร็วและแม่นยำ เช่น การจอง (5) มีรถขับของตนเองและรถเช่าที่ได้มาตรฐาน (6) มัคคุเทศก์และพนักงานที่เก่ง ภาษาดี อธิบายดี มีจิตวิทยา เข้าใจลูกค้า (7) การให้บริการที่มีมาตรฐาน
โรงแรม	การให้บริการที่ดูแลเอาใจใส่เหมือนญาติผู้ใหญ่ ความเป็นมิตร ทักทายแขก ความสงบ ความเป็นส่วนตัว ความปลอดภัย ทำเลที่ตั้งติดชายหาดหรือภูเขา ราคาถูก
ททท.	ค่าใช้จ่ายถูกและคุ้มค่าในการเดินทาง ความเป็นมิตรไมตรีของคนไทย อากาศที่อบอุ่นในช่วงฤดูหนาว ธรรมชาติ หาดทราย ชายทะเล ที่สวยงาม
สำนักงานท่องเที่ยว	ความเป็นมิตรไมตรีและสุขภาพของคนไทย ประเทศไทยอากาศดี สามารถเล่นน้ำทะเลได้ตลอดทั้งปี มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม และมีวัฒนธรรมที่ดี
สมาคมวิชาชีพ	ความเป็นไทย ราคาคุ้มค่า อากาศอบอุ่น อธิบายไมตรีของคนไทยและคนที่คุ้นเคย คนไทยมีจิตใจโอบอ้อมอารีกับผู้สูงอายุ
โรงพยาบาล	(1) ความสามารถด้านการแพทย์ได้รับการรับรองจากJCI (2) มีเครื่องมือแพทย์ อุปกรณ์ทางการแพทย์ที่รองรับแบบตติยภูมิ (3) การบริการที่อบอุ่น มีความเป็นไทย มีพนักงานที่ได้รับการฝึกฝนเป็นอย่างดี (4) มีค่ารักษาที่เป็นธรรม
ธุรกิจสปา	สปาไทยมีมีคุณภาพที่เป็นเอกลักษณ์ และส่วนประกอบของความเป็นไทย ด้วยทัศนคติและอุปนิสัยของคนไทย และศิลปการนวดแผนโบราณของไทย

1.3 ปัญหาการจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปและแนวทางแก้ไข

จัดอันดับ โดยความถี่	ปัญหาการจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปและแนวทางแก้ไข
1	ปัญหาการสื่อสารภาษาต่างประเทศ (1) ผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องยังไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี โดยเฉพาะบริการต่างๆ ในเมืองท่องเที่ยวในภูมิภาค เช่น ศูนย์การแพทย์ ควรมีการอบรมภาษาต่างประเทศเพิ่มขึ้น (2) ภาครัฐที่สื่อสารภาษาที่ 3 ได้ดีมีจำนวนน้อย เช่น ภาษาฝรั่งเศส เยอรมัน ฟินแลนด์ ต้องมี Representative ของบริษัทนำเที่ยวจากต่างประเทศมาช่วยสื่อสารกับนักท่องเที่ยว (3) ความต้องการล่ามในภาษาอื่น ๆ เช่น อิตาลี ขอให้ศูนย์กลางปรึกษาเรื่องภาษาอื่น โดยเฉพาะภาษาทางการแพทย์ (4) ปัญหาการสื่อสารภาษาต่างประเทศของคนท้องถิ่น นอกจากภาษาอังกฤษ เช่น ภาษาเยอรมัน ควรมีการอบรมภาษาต่างประเทศระดับพื้นฐานแก่ผู้สนใจ
2	ปัญหาการเบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาลที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศในประเทศไทย (1) การเบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาลที่นักท่องเที่ยวได้รับสวัสดิการจากรัฐไม่สามารถเบิกจ่ายได้ในประเทศไทย ควรส่งเสริมบริษัทประกันชีวิตประกันสุขภาพช่วยเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวสูงอายุทำประกันเพิ่มเป็นกรณีพิเศษเพิ่มขึ้น และร่วมกับสถานเอกอัครราชทูตประสานงานส่งเสริมหน่วยงานภาครัฐของประเทนักท่องเที่ยวพิจารณาให้การเบิกค่ารักษาพยาบาลในประเทศไทยได้เพิ่มขึ้น (2) การประกันสุขภาพหรือสวัสดิการของรัฐในประเทศยุโรปไม่คุ้มครองการรักษาพยาบาลในประเทศไทย กระทรวงสาธารณสุขพยายามจัดทำร่างความร่วมมือหรือข้อตกลงกับรัฐบาลของประเทศนั้นๆ ในกรณีที่คนไข้ต้องรอคิวในการรักษา และให้สามารถมารักษาในประเทศไทยโดยเบิกค่ารักษาได้ แต่ยังไม่สำเร็จ
2	ปัญหาความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ (1) สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุยังขาดความพร้อมและยังไม่มีความสะดวกเท่าที่ควร เช่น ทางลาดสำหรับรถเข็นคนชรา บันไดลดระดับรถสำหรับคนชรา และคนพิการ ซึ่งทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในประเทศไทยจะต้องให้ความสำคัญและดำเนินการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้มีความพร้อม (2) สนามบินสุวรรณภูมิ นักท่องเที่ยวลงจากเครื่องบินต้องเดินไกลกว่าจะออกจากสนามบินได้ สนามบินจัดรถบริการผู้โดยสารสูงอายุ
2	ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวสูงอายุ (1) การรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและมาตรฐานความปลอดภัยของการบริการ เช่น รถโดยสาร เรือโดยสาร/นำเที่ยว ตำรวจท่องเที่ยวมีจำนวนน้อย ควรเร่งดำเนินการควบคุมผู้ประกอบการและจัดหาตำรวจมาเพิ่มเติม (2) ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เช่น บริเวณริมหาด ไม่มี life guard เพียงพอ ชายหาดควรมีสัญลักษณ์ความปลอดภัย เช่น ธงขนาดใหญ่ และมีเป็นระยะ ตลอดหาด

2	ปัญหาการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวของรถรับจ้างในเมืองท่องเที่ยว (1) การเอาเปรียบนักท่องเที่ยวในการคิดค่ารถโดยสารในเมือง ผู้ให้บริการมีความจริงใจและซื่อสัตย์น้อยลง แท็กซี่ราคาแพง ควรจัดระเบียบ อบรม และควบคุมการบริการจริงจัง (2) การหลอกลวงนักท่องเที่ยวในเรื่องของราคาของสินค้าและบริการ เช่น รถรับจ้าง
2	ปัญหาป้ายบอกทางภาษาต่างประเทศมีจำนวนน้อย (1) ป้ายบอกทางหลักและทางรอง ป้ายภาษาต่างประเทศมีจำนวนน้อย ท้องถิ่นมีหน้าที่จัดทำแต่ศักยภาพยังไม่ดีพอ (2) ป้ายบอกทาง ภาษาต่างประเทศน้อย ควรจัดทำเพิ่มเติม
2	ปัญหาค่าเช่าแหล่งท่องเที่ยวของคนต่างชาติสูงกว่าคนไทย (1) การเก็บค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวสำหรับคนต่างชาติสูงกว่าคนไทย ควรพิจารณาลดราคาค่าเข้าชมสำหรับผู้สูงอายุทั้งคนไทยและชาวต่างประเทศ

คำถามการวิจัยข้อที่ 2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปเป็นอย่างไร

กลุ่มสัมภาษณ์	พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป
ธุรกิจนำเที่ยว	นักท่องเที่ยวมาเที่ยวประเทศไทยปีละ 1-2 ครั้ง อายุ 55-65 ปี ยังไม่เกษียณ จะมาปีละครั้ง ๆ ละ 14 วัน นักท่องเที่ยว อายุ 65+ ปี เกษียณแล้วจะมาปีละ 1-2 ครั้งอยู่ตั้งแต่ 2 อาทิตย์ – 2 เดือน ชอบมาช่วงเดือนพฤศจิกายน-มีนาคม ส่วนใหญ่มาเป็นคู่และเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว เพื่อพักผ่อน พักโรงแรม 3 ดาวขึ้นไป ค่าใช้จ่ายสัปดาห์ละ 15,000-30,000 บาท
โรงแรม	นักท่องเที่ยวมาเที่ยวประเทศไทยเฉลี่ยปีละ 1-2 ครั้ง นักท่องเที่ยวที่มาแบบแพคเกจจะอยู่ 14-21 วัน นักท่องเที่ยวที่มาเองจะอยู่ 2-3 เดือน มาช่วงตุลาคม – มีนาคม ส่วนใหญ่ผ่านบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ ส่วนน้อยเป็นพวก FIT จะติดต่อโรงแรมโดยตรง ชอบนั่งริมสระน้ำ อ่านหนังสือ วายน้ำ เดินเล่นชายหาด เที่ยววัดเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมไทย พักโรงแรม 3 ดาว ค่าใช้จ่าย Full board ห้องละประมาณวันละ 4000-5200 บาท (2 คน) โรงแรม 4 ดาว ค่าใช้จ่ายค่าห้องวันละ 2400-5000 บาทรวมอาหารเช้า
ททท.	นักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวียมาเที่ยวประเทศไทยปีละ 2-4 ครั้ง ๆ ละ 20 วัน ช่วงเดือนตุลาคม – เมษายน ชอบมาประเทศไทยเพราะราคาถูก คนไทยเป็นมิตร อากาศอบอุ่นในช่วงฤดูหนาว อาหารอร่อย ชอบการพักผ่อนอาบแดด การเล่นกีฬาที่ชอบ เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ เล่นเรือยอร์ช ซิม่า การเรียนรู้และสัมผัสวิถีชีวิต พักที่โรงแรม รีสอร์ท บ้านพักและคอนโดมิเนียม ค่าใช้จ่ายโดยรวมตลอดการเดินทางประมาณ 64,000 บาทต่อคน
สำนักงานท่องเที่ยวฯ	นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปชอบกิจกรรมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เช่น การเรียนทำอาหารไทย การทำขนมไทย การทอผ้า ปั่นดินเผา การเรียนรำไทย การศึกษาวิถีชีวิตแต่ละภาค กิจกรรมการออกกำลังกาย เช่น กอล์ฟ วายน้ำ ดำน้ำ ซ้ำจักรยาน พายเรือ กิจกรรมเสริมสุขภาพ เช่น การฝึกสมาธิ โยคะ การนวดแผนโบราณ เป็นต้น

คำถามการวิจัยข้อที่ 3. นักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปมีความต้องการในแต่ละองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้านอย่างไร

3.1 ความคิดเห็นของธุรกิจนำเที่ยว

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป
ที่พัก	โรงแรม 3-4 ดาว ตั้งอยู่ใกล้ทะเล มีสระว่ายน้ำ มีที่อาบแดด ห้องพักระบายแดดสบาย ตั้งอยู่ใกล้ซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านอาหารสะอาดและอร่อย มีมาตรฐาน เช่น ความสะอาด ความปลอดภัย ไฟฟ้า/แสงสว่างเพียงพอ ทางลาดชันสำหรับรถเข็น หากพื้นที่ต่างระดับต้องมีไฟบอกให้เห็น เป็นต้น
การคมนาคม	สายการบินตรงจากเมืองสู่เมืองจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว การเดินทางภายในประเทศจะใช้รถบัสที่มีมาตรฐานและเน้นความปลอดภัย
แหล่งท่องเที่ยว	แหล่งวัฒนธรรมและชายทะเล
สิ่งอำนวยความสะดวก	มัคคุเทศก์ทั่วไปที่ภาษาอังกฤษดี ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว แหล่งซื้อของที่ระลึก และร้านอาหารไทยและนานาชาติคละกัน ประกันสุขภาพและโรงพยาบาลอยู่ในบริเวณใกล้เคียง และสนามกอล์ฟ
สาธารณูปโภค	ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินและโครงสร้างพื้นฐานที่มีทางลาดชันสำหรับรถเข็นในบริเวณสนามบิน และบริเวณที่สาธารณะ

3.2 ความคิดเห็นของโรงแรม

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป
ที่พัก	โรงแรม 3-4 ดาว มีลักษณะเป็นบังกะโล หรือห้องพัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย ติดทะเล มีสวน เน้นความสะอาด สุขอนามัย มีโรงพยาบาลอยู่ในบริเวณใกล้เคียง มีความปลอดภัย และทางลาดชันใช้รถเข็นเข้าออกได้
การคมนาคม	ความสะดวกของสนามบิน ความปลอดภัยของยายพาหนะ
แหล่งท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชายทะเล การแสดงศิลปวัฒนธรรม
สิ่งอำนวยความสะดวก	มัคคุเทศก์บริการดี ภาษาดี เข้าใจผู้สูงอายุ แหล่งของที่ระลึก ร้านอาหารนานาชาติ และร้านอาหารไทย เน้นความสะอาด
สาธารณูปโภค	ความปลอดภัยสูง มีบาทวิถีริมทะเล ทางเดินเท้า ความสะอาดของชายหาด ห้องน้ำสาธารณะ และ แสงสว่าง

3.3 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป
ที่พัก	ปลอดภัย สะอาด ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมดี มีความสงบและ ความเป็นส่วนตัว ราคาห้องพักประมาณ 1,500 – 5,000 บาท
การคมนาคม	เครื่องบินสู่กรุงเทพฯ ภูเก็ต กระบี่ การเดินทางภายในประเทศ โดยทางรถยนต์ร่วมกับคณะของบริษัทนำเที่ยวเป็นส่วนใหญ่
แหล่งท่องเที่ยว	หาดทราย ชายทะเล
สิ่งอำนวยความสะดวก	การบริการของบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ เป็นบริษัทที่มีเจ้าหน้าที่พูดภาษาของตนได้ แหล่งซื้อของ และสถานที่รับประทานอาหาร ห้างสรรพสินค้า และร้านอาหารที่มีความสะอาด โรงพยาบาลในพื้นที่ท่องเที่ยวในกรณีเจ็บป่วย สนามกอล์ฟ สวนสาธารณะ
สาธารณูปโภค	ความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สินและสุขภาพ ระบบน้ำ อากาศที่สะอาด ระบบไฟฟ้าที่ปลอดภัย

คำถามการวิจัยข้อที่ 4. ประเทศไทยสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปในแต่ละองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้านอย่างไร

4.1 ความคิดเห็นของธุรกิจนำเที่ยว

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	การตอบสนองความต้องการ	เหตุผล
ที่พัก	ปานกลางถึงมาก	มีโรงแรมหลายประเภท ราคาถูก แต่พนักงานโรงแรมยังไม่สามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้หลายภาษา
การคมนาคม	ปานกลางถึงมาก	มีเที่ยวบินมาก ราคาไม่แพง การขอวีซ่าควรสะดวกกว่าที่เป็นอยู่ การใช้ระบบขนส่งสาธารณะยังไม่สะดวก
แหล่งท่องเที่ยว	มาก	แหล่งท่องเที่ยวมีหลากหลาย แต่ควรปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณแหล่งท่องเที่ยว
สิ่งอำนวยความสะดวก	ปานกลางถึงมาก	มัคคุเทศก์ดี แต่ยังขาดแคลนภาษาต่างประเทศอื่นๆ แหล่งจำหน่ายซื้อของและร้านอาหารมีมาก โรงพยาบาลในเมืองใหญ่มีคุณภาพ แต่ในเมืองเล็กมีปัญหาด้านการสื่อสาร
สาธารณูปโภค	ปานกลาง	ปัญหาหลายประการ เช่น ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง ทางเดินเท้าต่างระดับ ความสะอาดของบ้านเมือง ข้อมูลข่าวสารล่าช้า

4.2 ความคิดเห็นของโรงแรม

องค์ประกอบ ทางการท่องเที่ยว	การตอบสนอง ความต้องการ	เหตุผล
ที่พัก	มาก	โรงแรมไทยมีมาตรฐานและเป็นมืออาชีพ
การคมนาคม	ปานกลาง	นักท่องเที่ยวยังประสบปัญหาที่สนามบิน และพิธีการตรวจคนเข้าเมืองไม่สะดวก การเดินทางภายในประเทศ มีการเอารถเช่าเปรียบนักท่องเที่ยวในเรื่องราคาค่าโดยสาร
แหล่งท่องเที่ยว	มาก	ภาคเหนือมีแหล่งศิลปวัฒนธรรม ภาคใต้มีทะเล
สิ่งอำนวยความสะดวก	ปานกลางถึงมาก	ภาคภูเก็ตบริการดีแต่มีปัญหาเรื่องภาษาต่างประเทศ แหล่งจำหน่ายซีของและร้านอาหารมีมาก โรงพยาบาลมีมาตรฐานสากล
สาธารณูปโภค	ปานกลาง	ปัญหาประปา ถนนแคบ ไม่มีบาทวิถี รัฐบาลไม่ลงทุนสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกให้คนสูงอายุ

4.3 ความคิดเห็นของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

องค์ประกอบ ทางการท่องเที่ยว	การตอบสนอง ความต้องการ	เหตุผล
ที่พัก	ปานกลางถึงมาก	ควรมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับผู้สูงอายุ ราคาถูกแล้วจึงตอบสนองได้มาก
การคมนาคม	มาก และต่ำ	การเดินทางภายในประเทศ บางจังหวัดไม่มีเที่ยวบินตรง แท็กซี่ราคาสูงและระบบขนส่งมวลชนไม่สะดวก
แหล่งท่องเที่ยว	ปานกลางถึงมาก	แหล่งธรรมชาติ ประเพณี และวัฒนธรรม
สิ่งอำนวยความสะดวก	ปานกลาง	บริษัทนำเที่ยวชั้นนำ ภาคภูเก็ตบริการดี แหล่งจำหน่ายซีของและร้านอาหารมีมาก โรงพยาบาลมีคุณภาพ
สาธารณูปโภค	ปานกลางถึงต่ำ	ปัญหาน้ำประปา กำจัดขยะ ห้องน้ำสาธารณะ ทางข้ามถนนไม่มีไฟกวดให้รถหยุด

บทที่ 7 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

บทนี้เป็นการนำเสนอสรุปผลที่ได้จากการวิจัยทั้งหมด ตามคำถามของการวิจัยในแต่ละข้อ ซึ่งจะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การนำวรรณกรรมที่ได้พบพจนมา อภิปรายผลประกอบการตอบผลการวิจัยด้วย พร้อมทั้งเสนอแนะนโยบายและมาตรการในการ ส่งเสริมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

- (1) ศึกษาสภาพการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทย
- (2) ศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป
- (3) ศึกษาวิเคราะห์แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ได้แก่ ที่พัก การคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภค
- (4) ศึกษาวิเคราะห์ความสามารถของประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ได้แก่ ที่พัก การคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภค

1.2 ระเบียบวิธีวิจัย

การดำเนินการวิจัยประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

1.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดย คัดการณ์จากจำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2550 ที่เข้ามาเยือนจังหวัดท่องเที่ยวซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางสำคัญของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ได้แก่ กรุงเทพมหานคร จังหวัดเชียงใหม่ (ภาคเหนือ) หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (ภาคกลาง) พัทยา จังหวัดชลบุรี (ภาคตะวันออก) และจังหวัดภูเก็ต (ภาคใต้) คิดเป็นจำนวนทั้งสิ้น 7,393,841 คน เป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน
- ผู้บริหารในหน่วยงานวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวภาครัฐในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งสิ้น 12 คน

- คณะกรรมการบริหารของสมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว (ATTA) และคณะกรรมการบริหารของสมาคมโรงแรมไทย (THA) รวมทั้งสิ้น 2 คน

- ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว โรงแรม โรงพยาบาล และธุรกิจสปา รวมทั้งสิ้น 20 คน

1.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อตอบคำถามการวิจัยข้อ 2 3 4 ลักษณะของคำถามมีทั้งคำถามปลายปิดและคำถามปลายเปิด แบบสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารในหน่วยงานวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวภาครัฐ เพื่อใช้ในการตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 1 2 3 4 แบบสัมภาษณ์คณะกรรมการบริหารของสมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยวและสมาคมโรงแรมไทย เพื่อใช้ในการตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 1 2 3 4 และแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว โรงแรม โรงพยาบาล และสถานบริการสปา เพื่อใช้ในการตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 1 2 3 4

1.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการส่งแบบสอบถามให้บริษัทนำเที่ยว และโรงแรม ช่วยดำเนินการเก็บแบบสอบถามจากลูกค้า ประกอบกับการลงพื้นที่เก็บตัวอย่างเองในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในกรุงเทพฯ จังหวัดเชียงใหม่ หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พัทยา จังหวัดชลบุรี และจังหวัดภูเก็ต สามารถรวบรวมแบบสอบถามคืนระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2552 – กรกฎาคม 2552 และได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 430 ฉบับ สำหรับการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งหมด 37 คน

1.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้อง และลงรหัสเรียบร้อยแล้ว นำประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Science) เพื่อดำเนินการหาค่าทางสถิติที่ต้องการ ส่วนการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ผู้วิจัยทำการรวบรวมและวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วนำเสนอในรูปแบบเรียงประกอบตาราง

1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1.3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์

คำถามการวิจัยข้อที่ 1 การท่องเที่ยวของผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทยมีสภาพเป็นอย่างไร

ในปีพ.ศ. 2549 และปี พ.ศ. 2550 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุ 2,119,675 คน และ 2,259,161 คน จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 13,821,802 คน และ 14,464,228 คน คิดเป็นสัดส่วนนักท่องเที่ยวสูงอายุเดินทางเข้ามายังประเทศไทยร้อยละ 15.3 และ 15.6 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดตามลำดับ และมีอัตราการเติบโตจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 17.87 และร้อยละ 10.78 หากพิจารณานักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นรายประเทศพบว่าเป็นปี พ.ศ. 2550 จำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศสหราชอาณาจักรมีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศเยอรมนี สวีเดน และฝรั่งเศส ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่าสัดส่วนของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มขึ้นเท่าใดนัก แม้ว่าตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุในประเทศไทยจะเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายใหม่ที่มีศักยภาพเนื่องจากมีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นเฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2549-2550 ประมาณร้อยละ 20 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เล็งเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านโครงสร้างของประชากรและพฤติกรรมของตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุและคนที่เกษียณอายุว่าเป็นตลาดที่กำลังเติบโตและเป็นตลาดเป้าหมายของไทย ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากในการเกิดตลาดท่องเที่ยวพำนักระยะยาวและตลาดท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ

คำถามการวิจัยข้อที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปเป็นอย่างไร

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวสูงอายุโดยรวมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรกมากที่สุด (ร้อยละ 41.40) รองลงมาคือ มากกว่า 4 ครั้ง (ร้อยละ 31.86) ท่องเที่ยวเป็นระยะเวลา 15 วันขึ้นไป (ร้อยละ 58.37) จัดเตรียมการเดินทางมาประเทศไทยด้วยตนเอง (ร้อยละ 45.35) เดินทางร่วมกับสามีหรือภรรยา (ร้อยละ 54.42) ท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ มากที่สุด (ร้อยละ 59.77) รองลงมาคือ เชียงใหม่ (ร้อยละ 40.93) และภูเก็ต (ร้อยละ 34.88) เหตุผลในการมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยเนื่องมาจากความเป็นมิตรหรือมิตรไมตรีของคนไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.79 รองลงมาคือ ธรรมชาติที่สวยงาม ความคุ้มค่าของราคา อาหารและเครื่องดื่ม แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมการพักผ่อนหรือเที่ยวชมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.56 พักในโรงแรมระดับ 4 ดาว (ร้อยละ 47.67) ใช้รถยนต์ในการเดินทางท่องเที่ยว (ร้อยละ

41.86) ได้ทราบข้อมูลที่ตั้งดูความสนใจให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจากเพื่อนสนิทหรือญาติมิตรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.74 ใช้จ่ายเงินในการท่องเที่ยวต่อวันต่ำกว่า US\$ 100 (ร้อยละ 41.86) นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในเดือนมกราคม (ร้อยละ 33.49) กลุ่มตัวอย่างสนใจหรือนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเวียดนามมากที่สุด (ร้อยละ 39.53) รองลงมาคือ มาเลเซีย และ สิงคโปร์ และร้อยละ 88.60 ของกลุ่มตัวอย่างอยากกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีก โดยวางแผนที่จะกลับมาเที่ยวที่ประเทศไทยอีกในปีนี้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.32

คำถามการวิจัยข้อที่ 3 นักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปมีแรงจูงใจ และความต้องการในแต่ละองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้านอย่างไร

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยภาพรวมทั่วประเทศ 3 อันดับแรก ได้แก่ เพื่อพักผ่อนและคลายเครียด ($\bar{X} = 4.12$) เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ($\bar{X} = 3.97$) และเพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ ($\bar{X} = 3.96$) ตามลำดับ

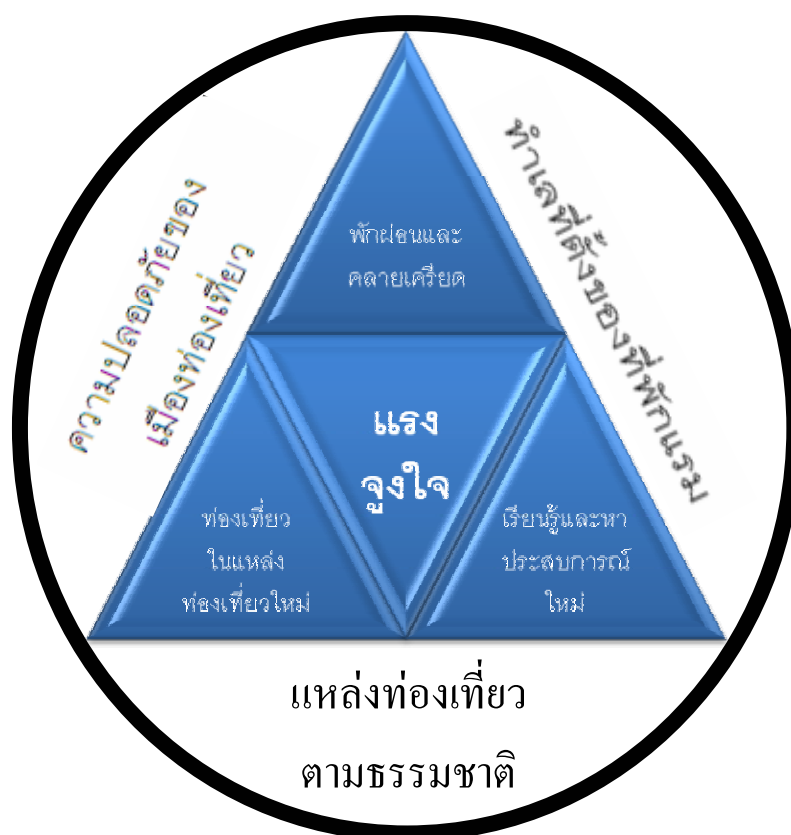
ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวมทั่วประเทศ ปัจจัยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.19$) ที่ตั้งของที่พัก ($\bar{X} = 4.02$) และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ($\bar{X} = 4.01$) ตามลำดับ รองลงมา ได้แก่ ราคาของที่พัก ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การเดินทางภายในประเทศ สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ การอำนวยความสะดวกในการพิจารณาตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร โครงสร้างพื้นฐาน คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุในโรงแรม เทศกาลและงานประเพณี และกิจกรรมเรียนรู้เพื่อการพักผ่อน เช่น การฝึกทำอาหารไทย เป็นต้น ตามลำดับ

คำถามการวิจัยข้อที่ 4 ประเทศไทยสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปในแต่ละองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้านอย่างไร

ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวมทั่วประเทศ ปัจจัยที่มีความพึงพอใจมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.10$) ที่ตั้งของที่พัก ($\bar{X} = 4.09$) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ($\bar{X} = 4.05$) ตามลำดับ รองลงมา ได้แก่ ราคาของที่พัก ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การเดินทางภายในประเทศ การอำนวยความสะดวกในการพิจารณาตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์

คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุในโรงแรม เทศกาลและงานประเพณี และกิจกรรมเรียนรู้เพื่อการพักผ่อน เช่น การฝึกทำอาหารไทย เป็นต้น ตามลำดับ

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรป นำมาสรุปสาระสำคัญและนำเสนอเป็นรูปแบบ (model) แรงจูงใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปสู่ประเทศไทย ที่ประกอบด้วย แรงจูงใจหลัก 3 ประการและความต้องการหลัก 3 ประการ ดังนี้



ภาพที่ 7.1 รูปแบบแรงจูงใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปสู่ประเทศไทย

1.3.2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับแรงจูงใจ ความต้องการและการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

(1) เพศ

(1.1) เพศกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่เป็นเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าเพศชายกับเพศหญิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 ข้อ คือ ข้อ 2. เพื่อหลีกเลี่ยงความเครียด และ ข้อ 10. เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่

(1.2) เพศกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่เป็นเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า เพศชายกับเพศหญิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 1 ข้อ คือ ข้อ 13. คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยว และมัคคุเทศก์ และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 ข้อ คือ ข้อ 4. ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม ข้อ 6. การเดินทางภายในประเทศ ข้อ 12. คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว

(1.3) เพศกับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่เป็นเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า เพศชายกับเพศหญิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 1 ข้อ คือ ข้อ 13. คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 ข้อ คือ ข้อ 9. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ข้อ 10. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ข้อ 12. คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว ข้อ 16. โครงสร้างพื้นฐาน ข้อ 17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว

(2) อายุ

(2.1) อายุกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีอายุแตกต่างกัน โดยภาพรวมพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 2 ข้อ คือ ข้อ 3. เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย ข้อ 8. เพื่อผจญภัย/หาประสบการณ์ที่ท้าทาย

(2.2) อายุกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มี อายุ ต่างกัน โดยภาพรวม พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 3 ข้อ คือ ข้อ 10. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ข้อ 13. คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ข้อ 15. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา

(2.3) อายุกับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีอายุต่างกันโดยภาพรวม พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 1 ข้อ คือ ข้อ 15. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 ข้อ คือ ข้อ 2. ราคาของที่พักรวม ข้อ 13. คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์

(3) ระดับการศึกษา

(3.1) ระดับการศึกษากับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีระดับการศึกษาต่างกันโดยภาพรวม พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 ข้อ คือ ข้อ 1. เพื่อหลีกเลี่ยงจากกิจกรรมที่ทำประจำวัน ข้อ 3. เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย ข้อ 10. เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่

(3.2) ระดับการศึกษากับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีระดับการศึกษาต่างกัน โดยภาพรวม พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 3 ข้อ คือ ข้อ 11. เทศกาลและงานประเพณี ข้อ 16. โครงสร้างพื้นฐาน ข้อ 17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 ข้อ คือ ข้อ 5. ความสะดวกในการเดินทาง

เข้าถึงประเทศ ข้อ 12. คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว ข้อ 15. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา

(3.3) ระดับการศึกษากับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีระดับการศึกษาต่างกันโดยภาพรวม พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 4 ข้อ คือ ข้อ 2. ราคาของที่พักรวม ข้อ 11. เทศกาลและงานประเพณี ข้อ 12. คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว ข้อ 14. กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน ข้อ 17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว

(4) สุขภาพ

(4.1) สุขภาพกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มี สุขภาพ ต่างกัน โดยภาพรวม พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 ข้อ คือ ข้อ 10. เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ ข้อ 8. เพื่อผจญภัย/หาประสบการณ์ที่ท้าทาย

(4.2) สุขภาพกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มี สุขภาพต่างกัน โดยภาพรวมพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 ข้อ คือ ข้อ 4. ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม

(4.3) สุขภาพกับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

ผลปรากฏว่า การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มี สุขภาพต่างกัน โดยภาพรวมพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 ข้อ คือ ข้อ 4. ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม

(5) การทำงาน

(5.1) การทำงานกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มี การทำงานต่างกัน โดยภาพรวม พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 ข้อ คือ ข้อ 3. เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย

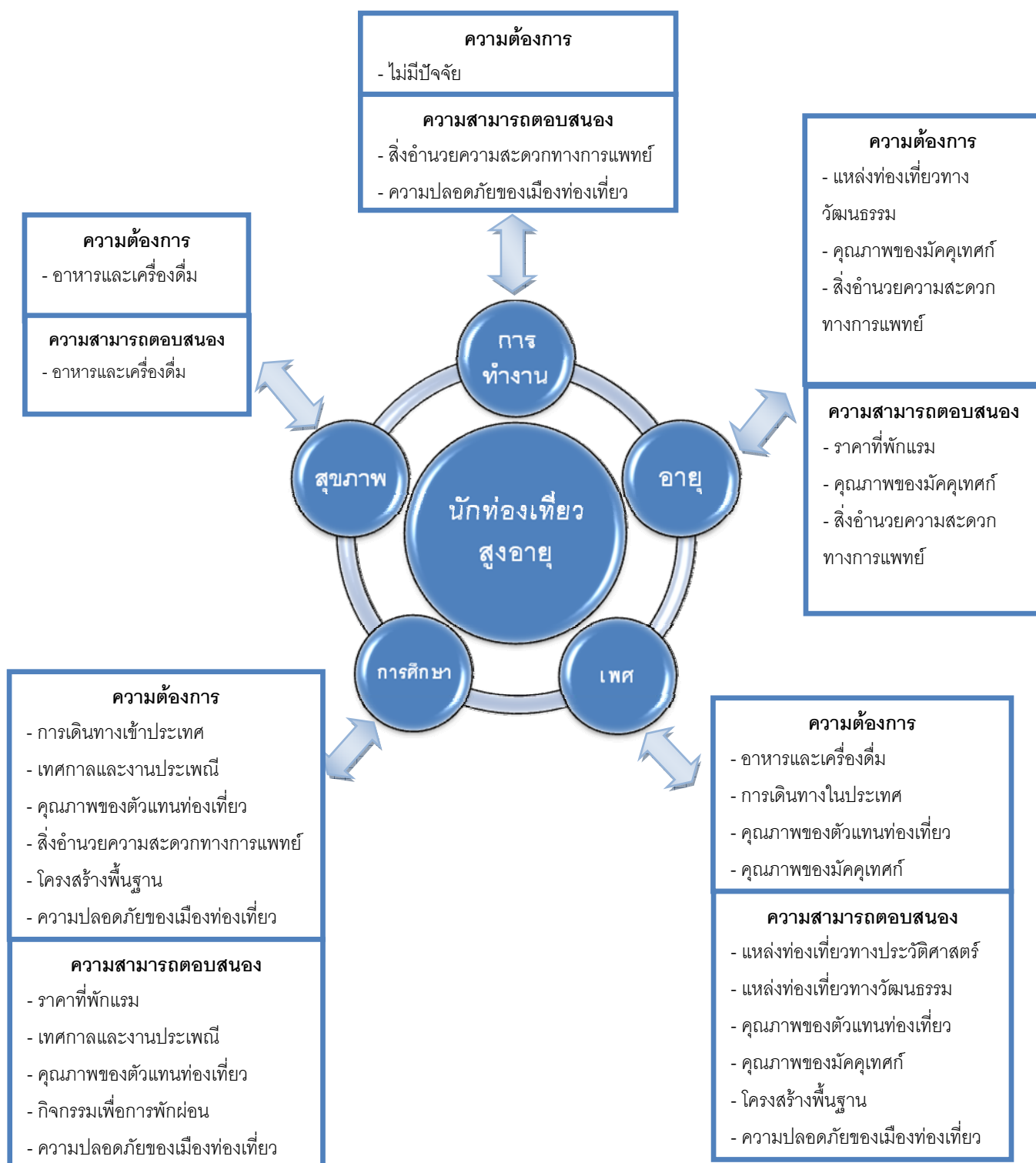
(5.2) การทำงานกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีการทำงานต่างกันโดยภาพรวม และแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(5.3) การทำงานกับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มี การทำงานต่างกัน โดยภาพรวมพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 ข้อ คือ ข้อ 15. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ที่มีอยู่เพื่อการรักษา ข้อ 17. ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว

ผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สุขภาพ และสถานภาพการทำงาน กับความต้องการและความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน (17 ปัจจัย) สามารถนำมาสรุปเป็นรูปแบบ (model) ได้ดังนี้



1.3.3 ผลการวิเคราะห์ Importance-Performance Analysis (IPA Model)

ภาพที่ 7.2 รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับความต้องการทางการท่องเที่ยวและการวิเคราะห์ IPA ขององค์ประกอบทางอารท่องเที่ยว 5 ด้าน (17 ปัจจัย) เป็นการท่องเที่ยวและความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป วิเคราะห์ปัจจัยความต้องการที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ (Importance) กับระดับผลการดำเนินงานของประเทศไทยจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Performance by Satisfaction) สรุปผลการวิเคราะห์ภาพรวมของประเทศไทยได้ดังนี้

Quadrant 1 (Concentration Here) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ พบว่า ไม่มีปัจจัยใดที่ต้องปรับปรุงแก้ไขด่วน

Quadrant 2 (Keep up Good Work) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ พบว่ามี 9 ปัจจัย ได้แก่ (1) ที่ตั้งของที่พักรวม (2) ราคาของที่พักรวม (4) ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม (5) ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ (6) การเดินทางภายในประเทศ (8) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (9) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (10) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (17) ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ซึ่งประเทศไทยต้องรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสูงต่อไป

Quadrant 3 (Low Priority) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ พบว่ามี 8 ปัจจัย ได้แก่ (3) อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือผู้พิการในโรงแรม (7) การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร (11) เทศกาลและงานประเพณี (12) คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว (13) คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (4) กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน (15) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ (16) โครงสร้างพื้นฐาน แม้ปัจจัยในส่วนนี้ประเทศไทยไม่จำเป็นต้องสนใจแก้ไขเนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำ แต่บางปัจจัยมีระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจที่อยู่ใกล้เคียงมาก ประเทศไทยจึงควรให้ความสนใจลงมา

Quadrant 4 (Possible Overkill) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ พบว่าไม่มีปัจจัยใดในส่วนนี้ที่ต้องคำนึงถึง

1.3.4 จุดเด่นของการท่องเที่ยวไทยและปัญหาการจัดการท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรป

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกทำให้ทราบถึงจุดเด่นของการท่องเที่ยวและการบริการของประเทศไทยที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปพึงพอใจ ตลอดจนปัญหาการจัดการท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปดังแสดงในตารางที่ 7.1 และตารางที่ 7.2

ตารางที่ 7.1 จุดเด่นของการท่องเที่ยวและการบริการของประเทศไทยที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปพึงพอใจ

กลุ่มสัมภาษณ์	จุดเด่นของการท่องเที่ยวและการบริการที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปพึงพอใจ
ธุรกิจนำเที่ยว	(1) การรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดี (2) มีความเชี่ยวชาญในแต่ละตลาดเป็นอย่างดี เนื่องจากแต่ละประเทศจะมีความต้องการไม่เหมือนกัน (3) การออกแบบสินค้าให้สอดคล้องต่อความต้องการ (4) บริการที่รวดเร็วและแม่นยำ เช่น การจอง (5) มีรถบัสของตนเองและรถเช่าที่ได้มาตรฐาน (6) มัคคุเทศก์และพนักงานที่เก่ง ภาษาดี อธิบายดี มีจิตวิทยา เข้าใจลูกค้า (7) การให้บริการที่มีมาตรฐาน
โรงแรม	การให้บริการที่ดูแลเอาใจใส่เหมือนญาติผู้ใหญ่ ความเป็นมิตร ทักทายแขก ความสงบ ความเป็นส่วนตัว ความปลอดภัย ท่าเลที่ตั้งติดชายทะเลหรือภูเขา ราคาถูก
ททท.	ค่าใช้จ่ายถูกและคุ้มค่าในการเดินทาง ความเป็นมิตรไมตรีของคนไทย อากาศที่อบอุ่นในช่วงฤดูหนาว ธรรมชาติ หาดทราย ชายทะเล ที่สวยงาม
สำนักงานท่องเที่ยว	ความเป็นมิตรไมตรีและสุขภาพของคนไทย ประเทศไทยอากาศดี สามารถเล่นน้ำทะเลได้ตลอดทั้งปี มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม และมีวัฒนธรรมที่ดี
สมาคมวิชาชีพ	ความเป็นไทย ราคาคุ้มค่า อากาศอบอุ่น อธิบายไมตรีของคนไทยและคนที่คุ้นเคย คนไทยมีจิตใจโอบอ้อมอารีกับผู้สูงอายุ
โรงพยาบาล	(1) ความสามารถด้านการแพทย์ได้รับการรับรองจากJCI (2) มีเครื่องมือแพทย์ อุปกรณ์ทางการแพทย์ที่รองรับแบบตติยภูมิ (3) การบริการที่อบอุ่น มีความเป็นไทย มีพนักงานที่ได้รับการฝึกฝนเป็นอย่างดี (4) มีคำรักษาที่เป็นธรรมชาติ
ธุรกิจสปา	สปาไทยมีมีคุณภาพที่เป็นเอกลักษณ์ และส่วนประกอบของความเป็นไทย ด้วยทัศนคติและอุปนิสัยของคนไทย และศิลปการนวดแผนโบราณของไทย

ตารางที่ 7.2 ปัญหาการจัดการท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปและแนวทางแก้ไข

จัดอันดับ โดยความถี่	ปัญหาการจัดการท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปและแนวทางแก้ไข
1	ปัญหาการสื่อสารภาษาต่างประเทศของผู้ให้บริการและมัคคุเทศก์ในภูมิภาค ควรมีการอบรมภาษาต่างประเทศเพิ่มขึ้น
2	ปัญหาการเบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาลที่นักท่องเที่ยวได้รับสวัสดิการจากรัฐไม่สามารถเบิกจ่ายได้ในประเทศไทย ควรส่งเสริมบริษัทประกันชีวิตประกันสุขภาพช่วยเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวสูงอายุทำประกันเพิ่มเป็นกรณีพิเศษเพิ่มขึ้น และร่วมกับสถานเอกอัครราชทูตประสานงานส่งเสริมหน่วยงานภาครัฐของประเทศนักท่องเที่ยวพิจารณาให้การเบิกค่ารักษาพยาบาลในประเทศไทยได้เพิ่มขึ้น
2	ปัญหาความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น ทางลาดสำหรับรถเข็นคนชรา บันไดลดระดับรถสำหรับคนชราและคนพิการ ซึ่งทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในประเทศไทยจะต้องให้ความสำคัญและดำเนินการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้มีความพร้อม
2	ปัญหาการรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและมาตรฐานความปลอดภัยของการบริการ เช่น รถ/เรือโดยสาร/นำเที่ยว ชายหาด ตำรวจท่องเที่ยวมีจำนวนน้อย ควรเร่งดำเนินการควบคุมผู้ประกอบการและจัดหาตำรวจเพิ่มเติม
2	ปัญหาการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวของรถรับจ้างในเมืองท่องเที่ยว เช่น การคิดค่ารถโดยสารในเมือง ผู้ให้บริการมีความจริงใจและซื่อสัตย์น้อยลง ควรจัดระเบียบ อบรม และควบคุมการบริการจริงจัง
2	ปัญหาป้ายบอกทางหลักและทางรอง ภาษาต่างประเทศมีจำนวนน้อย ควรจัดทำเพิ่มเติม
2	ปัญหาค่าเช่าแหล่งท่องเที่ยวของคนต่างชาติสูงกว่าคนไทย ควรพิจารณาลดราคาค่าเช่าชมสำหรับผู้สูงอายุทั้งคนไทยและชาวต่างประเทศ

2. อภิปรายผล

จากการศึกษาพฤติกรรม แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ สามารถอภิปรายผลตามผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 4 ข้อต่อไปนี้

1. ในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา จำนวนนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มขึ้นเท่าใดนัก แม้ว่าหน่วยงานที่ทำหน้าที่รับผิดชอบหรือส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยได้เล็งเห็นว่าโครงสร้างและขนาดของตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุและคนที่เกษียณอายุ เป็นตลาดที่กำลังเติบโตและเป็นตลาดเป้าหมายของไทยในอนาคต อันก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีต่อตลาดท่องเที่ยวพำนักระยะยาวและตลาดท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ จากสถิติที่เคยมีการรายงานซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยนี้พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุในกลุ่มประเทศแถบยุโรป ได้แก่ อังกฤษ เยอรมนี สวีเดน ฝรั่งเศส และฮอลแลนด์ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวที่ประเทศไทยมากที่สุด อาจเป็นผลเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวในระยะที่ผ่านมาเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเดิม โดยจากผลการวิจัยนี้พบว่า มีนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมากกว่า 4 ครั้ง ถึงร้อยละ 31.86 และกลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นเป็นประเทศที่มีศักยภาพทางการเงิน กล่าวคือ ประชากรมีรายได้สูงต่อหัว

ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะเป็นศูนย์กลางการคมนาคมในย่านเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบทางการท่องเที่ยวกว่าหลาย ๆ ประเทศ แต่จากผลการวิจัยนี้ทำให้ได้ข้อมูลที่น่าสนใจว่า ประเทศเวียดนามเป็นจุดหมายปลายทางหนึ่งที่นักท่องเที่ยวสนใจเข้าไปเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 39.53 รองลงมาคือ มาเลเซีย (ร้อยละ 37.67) และสิงคโปร์ (ร้อยละ 37.67) ทำให้ประเทศไทยมีคู่แข่งชั้นทางการท่องเที่ยวที่ชัดเจนขึ้น และถ้ายังประเทศเหล่านี้มีองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ได้แก่ ด้านที่พัก การคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภคที่ดีเทียบเท่าหรือดีกว่าประเทศไทยแล้ว ก็จะทำให้ประเทศไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาดลดลงได้ เหล่านี้จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้อัตราส่วนของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทยในแต่ละปีค่อนข้างจะคงที่หรือเพิ่มขึ้นไม่มากนัก

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปพบว่าส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรกมากที่สุด (ร้อยละ 41.40) อาจเนื่องมาจากการได้รับการบอกเล่าถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในประเทศไทยจากเพื่อนหรือญาติมิตรที่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวก่อน ประกอบกับในปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอย่างละเอียดก่อนตัดสินใจท่องเที่ยว และจัดเตรียมการเดินทางด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้อง

กับผลการวิจัยนี้ ที่ว่านักท่องเที่ยวจัดเตรียมการเดินทางมาประเทศไทยด้วยตนเองมากที่สุด (ร้อยละ 45.35) ซึ่งจากผลการวิจัยนี้พบว่า เนื่องมาจากความประทับใจในมิตรไมตรีของคนไทย ชอบความสวยงามของธรรมชาติ ความคุ้มค่าเงิน อาหารและเครื่องดื่ม แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยจะเลือกทำกิจกรรมการพักผ่อนหรือเที่ยวชมมากที่สุด (ร้อยละ 72.56)

3. นักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปมีแรงจูงใจ และความต้องการแต่ละองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก โดยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่สำคัญมากที่สุด คือ เพื่อการพักผ่อนและคลายเครียด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Pearce (1992) (อ้างถึงใน Goeldner 2003: 253-254) ที่ได้นำทฤษฎีของมาสโลว์มาเป็นพื้นฐานในการศึกษาความต้องการทางการท่องเที่ยว แล้วสรุปความต้องการท่องเที่ยวของมนุษย์เป็นลำดับขั้น เริ่มตั้งแต่ความต้องการขั้นต่ำไปถึงขั้นสูง โดยผลการวิจัยครั้งนี้ตรงกับผลการวิจัยของ Pearce ขั้นที่ 1 ที่ว่า การท่องเที่ยวของมนุษย์เกิดจากความต้องการที่ต้องการผ่อนคลายด้วยการพักผ่อน หรือหลีกเลี่ยงความจำเจ และแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในชีวิต และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Anderson and Langmeyer (1982) ที่พบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุทั้งที่มีอายุต่ำกว่า 50 ปี และอายุ 50 ปีขึ้นไป เดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน/ผ่อนคลายความตึงเครียด และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Fleischer and Pizam (2002) ที่พบว่าปัจจัยจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้แก่ การพักผ่อนและผ่อนคลายความตึงเครียด นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Horneman และคณะ (2002) ซึ่งพบว่าปัจจัยจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้แก่ การพักผ่อนหรือการผ่อนคลาย นอกจากนี้งานวิจัยนี้ค้นพบว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอันดับ 3 คือเพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Patterson (2002) ที่พบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุมีความสนใจในการท่องเที่ยวเพื่อค้นหาความแปลกใหม่มากกว่านักท่องเที่ยวรุ่นก่อน

ส่วน เรื่องความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวเห็นว่าสำคัญที่สุด คือ ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว อาจเนื่องมาจากรัฐบาลของประเทศต่าง ๆ ในทวีปยุโรปให้ความสำคัญกับเรื่องสวัสดิภาพและความปลอดภัยของประชาชน ปัญหาอาชญากรรมต่าง ๆ จึงมีน้อยมาก หรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศเหล่านี้มีความปลอดภัยสูงประชากรของประเทศทั้งหลายในยุโรปจึงคาดหวังว่า การเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศอื่น ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวเลือก จะต้องมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินไม่แตกต่างจากประเทศของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hsu (2001) ที่พบว่าชื่อเสียงของบริษัทนำเที่ยวและสุขภาพและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดในการเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว และงานวิจัยของ Lindqvist and

Bjork (2000) ที่พบว่าความปลอดภัยว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริการนำเที่ยวที่มีคุณภาพ และการรับรู้ถึงความสำคัญของความปลอดภัยนี้จะเพิ่มมากขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวมีอายุเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ การวิจัยนี้ค้นพบว่าแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นปัจจัยความต้องการที่มีความสำคัญเป็นอันดับ 3 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Norman และคณะ (2001) ที่พบว่าสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเป็นปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

4. ประเทศไทยสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปในแต่ละองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากที่สุด คือ ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจอธิบายได้ว่า ความปลอดภัย เป็นปัจจัยหลักอย่างหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว แม้ว่าในปี พ.ศ.2552 ซึ่งเป็นปีที่ทำการวิจัยนี้ ประเทศไทยจะพบกับวิกฤติทางการเมืองเนื่องจากความคิดเห็นของประชาชนแต่ละกลุ่มไม่ตรงกัน แต่นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปอาจเข้าใจเหตุผลของความคิดเห็นที่ขัดแย้งดังกล่าว ซึ่งเป็นเรื่องปกติของการเมืองระบอบประชาธิปไตย แม้จะมีผลกระทบต่อเมืองท่องเที่ยวบางแห่งที่ทำการเก็บข้อมูลการวิจัยไปบ้าง เช่น เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แต่ในเมืองอื่น ๆ เช่น หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ก็ยังคงมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเป็นปกติ และจากการออกสำรวจพื้นที่และเก็บข้อมูลวิจัยยังสังเกตเห็นว่า จากกรณีพิพาททางธรรมชาติสีนามิทำให้จังหวัดภูเก็ตมีความตื่นตัวในเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยมีการวางแผนป้องกันภัยด้วยการติดตั้งป้ายบอกทิศทางการหลบหนีให้พ้นจากชายหาดไว้ตามถนนสายต่าง ๆ

นอกจากการอธิบายผลการวิจัยซึ่งผู้วิจัยได้อธิบายตามวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 4 ข้อแล้วยังพบว่า ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว 5 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สุขภาพ และสถานภาพการทำงาน ยังมีผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยว และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยอธิบายได้ว่า

(1) นักท่องเที่ยวสูงอายุเพศชายเป็นกลุ่มที่มีการเดินทางมากกว่านักท่องเที่ยวเพศหญิง จากการวิจัยนี้พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 65.12 เป็นหญิงเพียง 34.88 อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวสูงอายุชายสามารถเดินทางได้ทั้งตามลำพังหรือเดินทางเป็นกลุ่ม มักจะกระจายตัวไปได้แทบทุกแหล่งท่องเที่ยว และสามารถทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลายได้มากกว่า ในขณะที่นักท่องเที่ยวสูงอายุหญิงมีความคล่องตัวน้อยกว่า ซึ่งมักเดินทางมากับเพื่อนหรือบริษัทนำเที่ยว โดยจะพิถีพิถันและรอบคอบในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเป็นพิเศษ มักเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยและสามารถเดินทางได้สะดวก ดังนั้นอาจจะอนุมานได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวใดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวหญิงมาก ย่อมจะมีภาพลักษณ์ในเรื่องความปลอดภัยสูง

(2) บุคคลที่มีช่วงอายุแตกต่างกันก็จะมีความสามารถในการเดินทางได้แตกต่างกัน จากการวิจัยนี้พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 55-59 ปี (ร้อยละ 46.05) รองลงมาเป็นช่วงอายุ 60-64 ปี (ร้อยละ 28.14) และช่วงอายุ 65 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 25.81) หากจะเปรียบเทียบความสามารถในการท่องเที่ยวอาจพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 55-59 ปี เป็นกลุ่มที่ยังทำงานอยู่ มีการเดินทางค่อนข้างสูงกว่ากลุ่มอายุอื่น ซึ่งเป็นไปตามตำแหน่งภาระหน้าที่การทำงานที่มีความรับผิดชอบสูง ประกอบกับการมีฐานะทางการเงินที่มั่นคง ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 60-64 ปี และ 65 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มที่มีความถนัดในการเดินทางลดลง เนื่องจากสุขภาพไม่เอื้ออำนวย แต่จะมีวันหยุดค่อนข้างนานกว่ากลุ่มวัยอื่น ๆ เพราะส่วนใหญ่เกษียณอายุแล้ว จึงไม่มีภาระการทำงานที่จะต้องรับผิดชอบ

(3) ระดับการศึกษา เป็นตัวแปรที่สอดคล้องกับอาชีพและรายได้ โดยส่วนใหญ่บุคคลที่มีระดับการศึกษาสูงก็มักจะมีอาชีพและรายได้ที่ดี ส่งผลให้เดินทางได้บ่อยกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาต่ำกว่า ซึ่งในการวิจัยนี้พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 33.26) สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Zimmer และคณะ (1995) ที่ว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงจะชอบเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้ระดับการศึกษายังเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงคุณภาพของนักท่องเที่ยว โดยอนุมานว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะเป็นผู้ที่มีความคิดและวิถีชีวิตที่ดี ซึ่งจะแสดงออกถึงทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ดี เช่น มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความเข้าใจในสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เป็นต้น

(4) สุขภาพมีส่วนสัมพันธ์กับอายุของนักท่องเที่ยว โดยทั่วไปผู้ที่มีอายุมากจะจะมีระดับความเสี่ยงที่จะทำให้ร่างกายเกิดอันตรายหรือเกิดความเจ็บไข้ได้ป่วย ผลการวิจัยนี้พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสุขภาพอยู่ในเกณฑ์ดี มากที่สุด (ร้อยละ 51.40) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปจะให้ความสำคัญกับเรื่องการรักษาสุขภาพอนามัยและคุณภาพชีวิตของตนเองเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับการผลารวจวิจัยของ Horneman และคณะ (2002) ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวเปลี่ยนความต้องการจากการออกกำลังกายไปสู่การปรับปรุงสุขภาพมากขึ้น และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Patterson (2002) ที่ว่านักท่องเที่ยวสูงอายุโดยทั่วไปมีสุขภาพที่ดีขึ้น เมื่อสุขภาพมีส่วนสัมพันธ์กับอายุของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยครั้งนี้จึงอาจอนุมานได้ว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป (ซึ่งส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 55-59 ปี) เป็นผู้มีสุขภาพอยู่ในเกณฑ์ดี และจากการวิจัยของ Huang and Tsai (2003) ยังระบุว่าปัญหาสุขภาพ และปัญหาทางร่างกายเป็นอุปสรรคสำคัญในการเดินทางของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

(5) สถานภาพการทำงานในงานวิจัยนี้ได้กำหนดขอบข่ายเกี่ยวกับกลุ่มที่ทำงานเต็มเวลา ทำงานบางเวลา ว่างาน เกษียณอายุ ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่มีสถานภาพการทำงานเต็มเวลา ร้อยละ 40.23 รองลงมาคือ เกษียณอายุมากกว่า 1 ปี (ร้อยละ 31.5) กลุ่มที่ทำงานเต็มเวลาจึงถือว่าเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพทางการเงิน เพราะมีรายได้เป็นของตนเอง กิจกรรมการท่องเที่ยวก็สามารถเลือกทำได้หลากหลาย

ลายเพราะมีเงินในการใช้จ่าย สำหรับกลุ่มที่เกษียณอายุแล้วสามารถเดินทางได้เนื่องจากมีเวลาว่างและมีบำนาญที่สามารถนำมาใช้จ่ายในการท่องเที่ยวได้เช่นกัน

จะเห็นได้ว่าแต่ละปัจจัยที่กล่าวมานี้ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางและการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน การศึกษาเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางและความต้องการของนักท่องเที่ยว และลักษณะพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการวางแผนทางการตลาด เพื่อจัดกลุ่มเป้าหมายและกำหนดนโยบายส่งเสริมต่อไป

3. ข้อเสนอแนะ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ข้อมูลเชิงคุณภาพ และข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่างนำมาสรุปเสนอเป็นแนวคิดการแบ่งกลุ่มเป้าหมายเพื่อดำเนินการตลาด และข้อเสนอแนะที่ภาครัฐและภาคเอกชนควรส่งเสริมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทยโดยพิจารณา กำหนดนโยบายและมาตรการ ดังนี้

3.1 การแบ่งกลุ่มเป้าหมายเพื่อดำเนินการตลาด

จากการศึกษาและวิเคราะห์พบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักจากพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็น 3 กลุ่มตามตารางที่ 7.3 ดังนี้

ตารางที่ 7.3 การแบ่งกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป

กลุ่มเป้าหมาย	พฤติกรรมและความต้องการ
นักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน	จุดประสงค์เพื่อการพักผ่อน ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 55-65 ปี ยังทำงาน มา 1-2 ครั้ง มาเที่ยวเป็นเวลา 2 สัปดาห์ ในฤดูหนาว เดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว พักโรงแรม 3-4 ดาว
นักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนแบบพำนักระยะยาว	จุดประสงค์เพื่อการพักผ่อน ส่วนใหญ่อายุมากกว่า 65 ปีขึ้นไป เกษียณอายุแล้ว มาซ้ำ มีฐานะดี จะอยู่ท่องเที่ยวประมาณ 1-2 เดือน เดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว และติดต่อเองโดยตรง พักโรงแรม 3-4 ดาว ห้องพักรวมมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ หรือห้องชุดบริการ/สถานพักตากอากาศ เน้นความปลอดภัย ใกล้ร้านอาหาร โรงพยาบาล ศูนย์การค้า
นักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ	จุดประสงค์เพื่อรักษาสุขภาพมีทั้งระดับเริ่มต้นที่มาใช้บริการสปาเพื่อรักษาสุขภาพ เสริมความงาม การรักษาสุขภาพระดับกลาง เช่น ทำเลซิค การทำฟัน และการรักษาระดับสูง เช่น การผ่าตัดสะโพก กระดูกข้อเข่า และการพักผ่อนที่โรงพยาบาล

ที่มา: ผลจากการวิจัย

3.2 ข้อเสนอแนะ

3.2.1 ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัยในครั้งนี้

ข้อเสนอแนะที่ภาครัฐและภาคเอกชนควรส่งเสริมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทยโดยพิจารณากำหนดนโยบายและมาตรการ ดังนี้

1. นโยบายด้านการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป

ภาครัฐควรกำหนดนโยบายที่ชัดเจนและต่อเนื่องในการส่งเสริมให้ประเทศไทยต้อนรับนักท่องเที่ยวสูงอายุอย่างจริงจัง และขณะเดียวกันพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้มีความพร้อมและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุได้จริง โดยเริ่มต้นจากการปรับปรุงเมืองท่องเที่ยวหลักสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุก่อน

มาตรการ

1. การจัดทำโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุโดยการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุชาวยุโรปนำร่องเพื่อเป็นจุดเริ่มต้น โดยภาครัฐขอความร่วมมือผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการลดราคาค่าบริการเป็นพิเศษ เช่น การบินไทยลดราคาพิเศษแก่ผู้สูงอายุ โดยเฉพาะเที่ยวบินตรงจากยุโรป โรงแรมและบริษัทนำเที่ยวที่สนใจ จัดเป็นรายการนำเที่ยว Special Senior Package ประกอบด้วย ค่าโดยสารเครื่องบิน การบริการที่พักแรม การบริการรับส่งสนามบิน การดูแลยกกระเป๋า การนำเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญ กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน รวมทั้งการบริการตรวจร่างกายในโรงพยาบาล

2. การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป ทำให้นักท่องเที่ยวท่องเที่ยวในประเทศไทยนานขึ้น เกิดการใช้จ่ายที่สูงขึ้น ได้แก่

2.1 การจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนและผ่อนคลายอย่างเต็มที่ และส่งเสริมบริการในประเทศให้มีผู้ใช้บริการมากขึ้น เช่น กิจกรรมเพื่อการผ่อนคลาย ควรเพิ่มกิจกรรมนวดและสปา และกีฬาเบาๆ เพื่อผ่อนคลาย เช่น เปตอง รวมทั้งกิจกรรมสำหรับครอบครัว เพื่อที่จะส่งเสริมให้ผู้สูงอายุพาลูกหลานมาด้วย เช่น การเล่นกีฬาทางน้ำ การละเล่นพื้นเมืองของคนไทย การเที่ยวชมชีวิตความเป็นอยู่ของคนพื้นเมืองหรือคนในท้องถิ่น เป็นต้น

2.2 การจัดให้มีกิจกรรมการเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้แก่

2.2.1 การเรียนนวด การนั่งสมาธิ วิปัสสนา การเรียนโภชนาการเพื่อการรับประทานอาหารที่เหมาะสมกับสุขภาพ การเรียนรู้การรักษาสุขภาพ การเรียนวาดภาพ การเรียนภาษาไทย การเล่นเกมโยคะ ไทเก๊ก และพิจารณาเพิ่มกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาย เช่น การจัดคลินิกหรือฝึกหัดกีฬาอล์ฟโดยมีครูผู้สอน เป็นต้น

2.2.2 การนำชมศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การนำชมชีวิตความเป็นอยู่ที่เป็นเอกลักษณ์ของคนท้องถิ่นหรือชุมชนพื้นเมืองดั้งเดิม อาทิ หมู่บ้านกะเหรี่ยงคอยาว หมู่บ้านไทยทรงดำ จังหวัดเพชรบุรี ชุมชนเกาะยาวน้อย จังหวัดพังงา หรือการนำชมภูมิปัญญาท้องถิ่น อาทิ การปั้นเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนชาวมอญ เกาะเกร็ด การจักสานที่หมู่บ้านจักสานบางเจ้าฉ่า จังหวัดอ่างทอง การทอผ้า การปลูกข้าว การกรีดยาง และการนำชมพุทธประวัติหรือเรื่องราวเกียรติจากภาพจิตรกรรมฝาผนัง เป็นต้น

2.2.3 การจัดห้องสมุดหรือมุมอ่านหนังสือ ฟังเพลงและชมภาพยนตร์ (ดีวีดี) สำหรับนักท่องเที่ยวและผู้สูงอายุในที่พักรวมหรือในเมืองท่องเที่ยว ที่มีหนังสือหรือสื่อต่างๆ เกี่ยวกับท้องถิ่นที่น่าสนใจที่นักท่องเที่ยวสามารถนำมาแลกเปลี่ยนได้

2.3 การจัดโปรแกรมนำเที่ยวแบบ Cluster รวม 2-3 จังหวัดในการเที่ยวครั้งเดียวกัน เช่น นำเที่ยวพญา จันทบุรีและตราด หรือนำเที่ยวภูเก็ต พังงาและกระบี่

2.4 การจัดอาหารและเครื่องดื่มให้มีความหลากหลายและเพื่อสุขภาพที่ดีของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

2.5 การจัดโปรแกรมแบบ Slow Tourism คือไม่เร่งรีบ ท่องเที่ยวในชุมชนที่เรียบง่ายสบายๆ ใกล้ชิดธรรมชาติ ปลอดภัยจากมลพิษและไม่สร้างมลพิษ ดำเนินกิจกรรม เช่น เก็บผักปลอดสารพิษ ทำอาหารกินเอง วาดภาพพู่กันจีน มีตลาดนัดแบ่งปันกับชุมชน เป็นต้น

3. การเจาะตลาดกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวสูงอายุเพื่อการพักผ่อน โดยติดต่อ **บริษัทนำเที่ยว** (Tour Operator) ในทวีปยุโรปที่สนใจตลาดผู้สูงอายุ เช่น อังกฤษ เยอรมัน สแกนดิเนเวีย ฝรั่งเศส เป็นต้น และจัดทำ Familiarization trip เพื่อนำเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนสำหรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ คล้ายกับโปรแกรมที่บริษัท SAGA Holidays ของประเทศอังกฤษจัดทำ หรือโปรแกรมที่เน้นที่พักแรมที่สะดวกสบายติดชายทะเล มีห้องอาหารหลายประเภท และมีความปลอดภัย

4. การจัดทำ Web Site การท่องเที่ยวไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศสูงอายุ ประกอบด้วยข้อมูลรายชื่อผู้ประกอบการที่ให้บริการรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว โรงพยาบาล สถานบริการสปา และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบของเว็บไซต์ควรเน้นความสะดวกในการใช้ (user friendly) อ่านง่าย ตัวหนังสือมีขนาดใหญ่ และมีภาพประกอบพอควร

5. การโฆษณาประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวสูงอายุผ่านสื่อในต่างประเทศ เช่น โทรทัศน์ นิตยสารการท่องเที่ยว ป้ายบนทางหลวง เป็นต้น

6. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยสำหรับผู้สูงอายุ ผ่านสื่อสาธารณะ โดยการนำเสนอว่าประเทศไทยเหมาะสมกับผู้สูงอายุอย่างไร โดยการจัด Media Trip โดยเชิญนักเขียนและสื่อมวลชน เช่น นิตยสารท่องเที่ยว หนังสือพิมพ์ ในทวีปยุโรป เช่น จากประเทศอังกฤษ สแกนดิเนเวีย เยือนประเทศไทยเพื่อรวบรวมข้อมูล เขียนหรือจัดทำรายการสารคดีท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มผู้สูงอายุและผู้พำนักในประเทศไทย รวมทั้งการเชิญผู้แทนบริษัทประกันชีวิต ประกันสุขภาพมาเยือนประเทศไทย เพื่อรับทราบข้อมูลและสำรวจสิ่งอำนวยความสะดวกในประเทศไทย

7. การจัดทำ Road show ไปยังประเทศเป้าหมาย โดยนำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพไปด้วย เช่น โรงพยาบาล โรงแรม เป็นต้น การร่วมงาน Trade show และ Cultural Fair

8. การส่งเสริมการขายแบบ Word of Mouth หรือเพื่อนแนะนำเพื่อน เช่น การลดราคาค่าบริการนำเที่ยว หรือให้ห้องพักฟรี 1 คืน หากนักท่องเที่ยวสูงอายุแนะนำเพื่อนหรือญาติมาใช้บริการ

9. การเสริมสร้างความน่าสนใจ (Appeal) และภาพลักษณ์ (Image) ของแหล่งท่องเที่ยวไทยที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น การสนับสนุนนักเขียนสารคดีท่องเที่ยวให้มีประสบการณ์ท่องเที่ยวในประเทศไทย การเชิญผู้สร้างภาพยนตร์ต่างประเทศมาถ่ายทำในประเทศไทย โดยเน้นย้ำความเป็นมิตรของคนไทยต่อผู้สูงอายุ คุ้มค่าของการท่องเที่ยวในประเทศไทย และความปลอดภัย

2. นโยบายด้านการส่งเสริมนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว

รัฐบาลได้ส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวมาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2545 แต่ผลงานของหน่วยงานที่รับผิดชอบยังไม่เด่นชัด จึงจำเป็นที่รัฐบาลควรแสดงเจตจำนงและนโยบายที่ชัดเจนและต่อเนื่องในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว ซึ่งจะควบคู่ไปกับการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุได้

มาตรการ

1. การเจาะตลาดกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนแบบพำนักระยะยาว โดยผ่านบริษัทนำเที่ยวหรือเจาะกลุ่มผู้เกษียณอายุผ่านสมาคมผู้สูงอายุ หรือสมาคมวิชาชีพที่เป็นอาชีพของนักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น ทหาร พ่อค้า นักธุรกิจ ข้าราชการ หรือตลาดกลุ่มความสนใจพิเศษ เช่น อ่านหนังสือ กีฬาอล์ฟ ดำน้ำ เป็นต้น

2. การจัดทำที่พักแรมเพื่อนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว โดยเลือกจากโรงแรมที่มีอยู่แล้วในทำเลที่ดี อยู่ใกล้ธรรมชาติ ชุมชนและโรงพยาบาล และปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวกให้ครบครันแก่ผู้สูงอายุ โดยรัฐบาลอาจให้ความช่วยเหลือในการลงทุนด้วยการให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ

3. การเสนอบริการพิเศษให้นักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น การตรวจสุขภาพฟรีแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นประจำทุกปี หรือ 2 ปีขึ้นไป และที่อยู่ปีละไม่น้อยกว่า 21 วัน

3. นโยบายด้านการส่งเสริมนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ

รัฐบาลเล็งเห็นความสำคัญและโอกาสของการเจริญเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ แต่ยังไม่ได้มีการสนับสนุนอย่างชัดเจน รัฐบาลจึงควรกำหนดนโยบายที่ชัดเจนในการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ซึ่งจะครอบคลุมไปกับการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวได้

มาตรการ

1. การทำข้อตกลงระหว่างรัฐบาลไทยกับรัฐบาลของประเทศในยุโรปในการเบิกจ่ายค่ารักษารักษาพยาบาลที่นักท่องเที่ยวได้รับสวัสดิการจากรัฐได้ในประเทศไทย

2. การส่งเสริม Medical Tourism ให้ประเทศไทยเป็น Medical Hub เช่น การโฆษณาการประชาสัมพันธ์ร่วมกับการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ

3. การเจาะตลาดผ่าน Medical Agent ที่มีความสามารถเป็นตัวกลางระหว่างนักท่องเที่ยวกับโรงพยาบาล

4. การเจาะตลาดนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ผ่านโรงพยาบาล บริษัทประกันสุขภาพ บริษัทประกันชีวิตในต่างประเทศ หรือสินค้าสุขภาพที่ผู้สูงอายุบริโภค เช่น นมผง โดยการส่งเสริมการชิงโชคหรือแจกรางวัลนำเที่ยวประเทศไทย เพื่อให้ผู้สูงอายุรู้จักประเทศไทยมากขึ้น

5. การร่วมงานแสดงสินค้าประเภท Health and Wellness ที่จัดให้มีขึ้นในประเทศต่างๆ ทั่วโลก

6. การส่งเสริมการบริการด้าน Health and Wellness เช่น การตรวจร่างกาย การตรวจหัวใจ การตรวจตา การทำเลสิก การทำฟัน โดยการให้โรงพยาบาลไปร่วม Road Show หรือพบบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ หรือไปร่วมงานแสดงสินค้า เช่น ITB หรือ World Travel Mart ที่ลอนดอน

7. ส่งเสริมการพัฒนาบริษัทนำเที่ยวไทยให้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะในรายการนำเที่ยวแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เช่น รายการนำเที่ยวแบบวิปัสสนาที่ผู้จัดมีความรู้ความเข้าใจและความเข้าใจความแตกต่างกันของแต่ละชาติแต่ละภาษา

4. นโยบายการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

มาตรการ

1. การเพิ่มการรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและปรับปรุงมาตรฐานความปลอดภัยของการบริการในเมืองท่องเที่ยว เช่น การเพิ่มจำนวนตำรวจท่องเที่ยว การปรับปรุงมาตรฐานของยานพาหนะและผู้ขับขีรถโดยสาร เรือโดยสาร/น้ำเที่ยว เป็นต้น

2. การกำหนดมาตรการลงโทษด้านความปลอดภัยและดำเนินการลงโทษอย่างจริงจังแก่ผู้กระทำความผิด เช่น ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวที่ละเลยหรือขาดความระมัดระวัง ในการรักษาความปลอดภัย เช่น บริการคมนาคมขนส่ง เป็นต้น

3. การรณรงค์ให้เมืองท่องเที่ยวเป็นพื้นที่ที่มีความปลอดภัยโดยเน้นให้ผู้ประกอบการมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวและสังคม และประชาชนในพื้นที่ให้เป็นเจ้าบ้านที่ดีช่วยเหลือและเฝ้าระวัง เพื่อให้เกิดความปลอดภัยแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว

4. การจัดทำคู่มือป้องกันอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น การแนะนำและการระวังมิฉะนั้นที่อาจทำให้นักท่องเที่ยวได้รับอันตรายทั้งชีวิตและทรัพย์สินได้

5. นโยบายการพัฒนาและปรับปรุงสภาพแวดล้อมเมืองท่องเที่ยวหลัก

การพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกผู้สูงอายุมีความจำเป็นและรัฐบาลพึงกระทำ เพราะจะเป็นประโยชน์สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุไทยด้วย ซึ่งรัฐบาลไทยเริ่มมองเห็นความสำคัญเช่นกัน

มาตรการ

1. พัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกบนถนนหนทางในบริเวณเมือง เช่น การปรับปรุงบาทวิถีให้มีระดับเดียวกัน การสร้างทางลาดชันสำหรับรถเข็น การปรับปรุงความสะอาดของห้องน้ำสาธารณะ การสร้างห้องน้ำสาธารณะสำหรับผู้พิการหรือมีใบสำหรับผู้สูงอายุ

3. การปรับปรุงความสะอาด บนถนนหนทาง ชายหาด ห้องน้ำสาธารณะ และการลดมลพิษในพื้นที่ท่องเที่ยว

4. การควบคุมดูแลผู้ขายสินค้าบริเวณท้องถนนที่ก่อความรำคาญแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ และกำหนดบทลงโทษให้เหมาะสม

6. นโยบายด้านการปรับปรุงด้านการเดินทางเข้า-ออกและภายในประเทศ

การเดินทางเข้ามาประเทศไทยและเดินทางภายในประเทศยังมีปัญหาอีกหลายประการที่ควรดำเนินการแก้ไข รวมทั้งการส่งเสริมวีซ่าระยะยาวแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ มาตรการสำคัญที่ควรพิจารณาดำเนินการมี ดังนี้

มาตรการ

1. การอำนวยความสะดวกด้านพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและการจัดช่องทางพิเศษเข้า-ออกให้แก่ผู้สูงอายุในบริเวณสนามบิน
2. การอำนวยความสะดวกด้านวีซ่าแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยการยกเว้นวีซ่ากลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุนานกว่า 30 วัน เช่น 90 วัน และการขยายเวลาวีซ่านักท่องเที่ยวสูงอายุนานกว่า 90 วัน เช่น 180 วัน
3. การพัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุในสนามบิน สถานีรถไฟ สถานีขนส่ง และท่าเทียบเรือในเมืองท่องเที่ยวหลัก เช่น จัดให้มีรถบริการผู้สูงอายุ บริการยกกระเป๋า ทางลาดชันสำหรับรถเข็นคนชรา บันไดลดระดับสำหรับคนชรา และคนพิการ เป็นต้น
4. การจัดทำข้อมูลรายการราคาค่าโดยสารในเมืองท่องเที่ยวสำหรับรถแท็กซี่ หรือรถโดยสาร เช่น ราคาจากสนามบินไปโรงแรม ราคาจากโรงแรมไปแหล่งท่องเที่ยว
5. การจัดบริการและรายการค่ารถแท็กซี่หรือรถโดยสารท่องเที่ยวแบบเหมารายวัน เพื่อไปแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในพื้นที่
6. การจัดทำแผนที่และข้อมูลเส้นทางรถประจำทางเป็นภาษาอังกฤษสำหรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มาจากและมาซ้ำ
7. การควบคุมการบริการของรถรับจ้างในเมืองท่องเที่ยวไม่ให้หลอกลวงและเอาเปรียบนักท่องเที่ยว เช่น การควบคุมราคาค่าโดยสาร เป็นต้น
8. การเพิ่มป้ายบอกทางหลักและป้ายบอกทางรองเป็นภาษาต่างประเทศ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวเองได้สะดวกขึ้น

7. นโยบายด้านการส่งเสริมและสนับสนุนด้านที่พักและแหล่งท่องเที่ยว

รัฐบาลควรพิจารณาจุดและส่งเสริมนักท่องเที่ยวสูงอายุในการท่องเที่ยวด้วยการให้ส่วนลดในการใช้บริการต่างๆ ที่จะมีผลดีแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุไทยด้วยเช่นกัน รวมทั้งสนับสนุนธุรกิจที่พักแรม ดังนี้

มาตรการ

1. การให้ส่วนลดหรือราคาพิเศษในการใช้บริการสาธารณะ การเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุทั้งคนไทยและชาวต่างประเทศ เช่น อุทยานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์ เป็นต้น

2. การปรับปรุงที่พักแรมให้รองรับผู้สูงอายุและผู้พิการได้มากขึ้น โดยรัฐบาลช่วยเหลือการลงทุนด้วยการให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ

8. นโยบายการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ

การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวสูงอายุจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและมาซ้ำ และบอกต่อ อันจะส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวไทยในระยะยาว มาตรการที่สำคัญ ได้แก่

มาตรการ

1. การพัฒนาและปรับปรุงภาษาต่างประเทศของมัคคุเทศก์และผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาอังกฤษ และภาษาอื่นๆ เช่น ภาษาเยอรมัน สเปน อิตาลี ฝรั่งเศส เป็นต้น ที่ต้องใช้ระยะเวลานานในการเรียนภาษาต่างประเทศ อาจแก้ไขปัญหาระยะสั้นด้วยการใช้ล่ามหรือมีตัวแทนจากบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศมาช่วยสื่อสารกับนักท่องเที่ยว

2. การปรับปรุงมาตรฐานการรักษาความปลอดภัยบริเวณชายหาด เช่น การจัดเจ้าหน้าที่ประจำชายหาดเพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยวกรณีจมน้ำ การติดตั้งสัญลักษณ์ความปลอดภัยในการเล่นน้ำทะเลอย่างเด่นชัด เช่น ธงสีต่าง ๆ

3. การจัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีลักษณะเป็น One Stop Service Center ตั้งอยู่ตามเมืองท่องเที่ยวหลักในภูมิภาค เพื่อให้ข้อมูล คำแนะนำ การช่วยเหลือ นักท่องเที่ยวสูงอายุ การรักษาความปลอดภัย รวมทั้งการบริการนำเที่ยวโดยมัคคุเทศก์หรือเพื่อนเดินทาง (escort) ที่ถูกต้องตามกฎหมาย

3.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรทำการวิจัยเปรียบเทียบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปเอเชียต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของประเทศไทย เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบผลว่ามีความแตกต่างกับชาวยุโรปหรือไม่

2. ควรทำการวิจัยการส่งเสริมกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวและนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุต่อไปให้ครบวงจร

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2550. เกร็ดน่ารู้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของชาวยุโรป.

<http://blog.sanook.com/DesktopModules/MIH/Blog/BlogView.aspx?tabID=17522>

3&alias=maracuja&ItemID=170744&mid=398079, สืบค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2551.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2544. ตลาด ความต้องการ และการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ.

<http://www2.tat.or.th/longstay/thai/group.html>, สืบค้นเมื่อ 13 ธันวาคม 2551.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2550. ร่างแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ.2551-2554 ใน

เอกสารประกอบการสัมมนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยว 28 กันยายน 2550.

กรุงเทพฯ : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

ฐานเศรษฐกิจ (หนังสือพิมพ์). บินทวงฝันกับการบินไทยและเคทีซี ฉบับที่ 2302 วันที่ 6 มี.ค. - 8 มี.ค. 2551.

นิรันดร์ ทัพไชย. 2545. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ใน **เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี.

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. 2552. <http://blog.eduzones.com/futurecareer/13273>, สืบค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2551.

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษา. 2545. **รายงานการวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว: กรณีศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวอายุ 50 ปีขึ้นไปที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน**

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. 2551. **รายงานการวิจัยเรื่องรูปแบบที่พักแบบพำนักระยะยาวที่เหมาะสมกับประเทศไทย** เสนอต่อสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. 2552.. **รายงานการวิจัยเรื่องการพัฒนาสถานประกอบการเพื่อเข้ารับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว** เสนอต่อสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2549. **รายงานการวิจัยเรื่องศักยภาพของไทยต่อการ**

ดำเนินการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว งานวิจัยโดยทุนอุดหนุนของสำนักงาน
เลขาธิการวุฒิสภา

สุดาพร วรพล. 2542. **การจัดการและการตลาดของนักท่องเที่ยวไทยในประเทศไทย. จุลสาร**
การท่องเที่ยว. กันยายน-ธันวาคม 2542.

สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์. 2549. **การบริหารท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์** บริษัทสามเจริญพาณิชย์
(กรุงเทพ) จำกัด กรุงเทพมหานคร

สำนักงานผู้แทนการท่องเที่ยวประจำเบลเยียมและลักเซมเบิร์ก. 2548. พฤติกรรมและแนวโน้ม
การท่องเที่ยวของชาวยุโรป. <http://news.thaieurope.net/content/view/435/68>, สืบค้น
เมื่อ 13 ธันวาคม 2551.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2551.

http://service.nso.go.th/nso/nso_center/project/search_center/23project_th.htm,
สืบค้นเมื่อ 13 ธันวาคม 2551.

Kotler, Philip. 2547. **การจัดการการตลาด** แปลและเรียบเรียงโดย ธนวรรณ แสงสุวรรณ และ
คณะ ซีเอ็ดยูเคชั่น กรุงเทพมหานคร

ภาษาอังกฤษ

Anderson, B. and Langmeyer, L. 1982. "The Under-50 and Over-50 Traveler: a Profile
of Similarities and Differences", **Journal of Travel Research**, 20 (4), p. 20-24.

Bai, B., Jang, S., Cai, L. A., and O'Leary, J. T. 2001. "Determinants of Travel Mode
Choice of Senior Travelers to the United States", **Journal of Hospitality & Leisure**
Marketing, 8 (3/4), p.147-168.

Bai, B.X., Smith, W., Liping, A.C., Joseph, T.O. 1999. "Senior-Sensitive Segment:
Looking at Travel Behavior" In K.S. Chon (ed), **The Practice of Graduate**
Research in Hospitality and Tourism, p. 75-89.

Baloglu, Seyhmus and Stowe Shoemaker. 2001. "Prediction of Senior Travelers'
Motorcoach Use from Demographic, Psychological, and Psychographic
Characteristics", **Journal of Travel Research**, Vol.40 (1), Aug, p.12-19.

- Clever, Megan et al. 1999. "Tourism Product Development for the Senior Market, Based on Travel-Motive Research", **Tourism Recreation Research**, vol. 24 (1), p. 5-11.
- Cohen, E. 1972. Towards a sociology of international tourism. **Social Research**, 39, p. 64-82.
- Cohen, E. 1979. "A Phenomenology of Tourist Experience", **Sociology**, 13, p. 179-201.
- Cooper, Chris et al. 2008. **Tourism Principles and Practice**, 4th edition, Prentice-Hall, Essex.
- Crompton, J.L. 1979. "Motivations for Pleasure Vacation", **Annals of Tourism Research**, 6 (4), p. 408-424.
- Dann, G. 1977. "Anomie, Ego-Enhancement and Tourism", **Annals of Tourism Research**, 4 (4), p. 184-194.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D. and Miniard, P.W. 1995. **Consumer Behavior**, International edition, Dryden Press, Forth Worth, Texas.
- Faranda, William and Sandra L. Schmidt. 1999. "Segmentation and the Senior Traveler: Implications for Today's and Tomorrow's Ageing Consumer", **Journal of Travel and Tourism Marketing**, Vol. 8 (2), p. 3-27.
- Fridgen, Joseph D. 1996. **Dimensions of Tourism**, MI.
- Fleischer, A., and Pizam, A. 2002. "Tourism Constraints among Israeli Seniors", **Annals of Tourism Research**, 29 (1), p. 106-123.
- Goodall, Brian and Gregory Ashworth. (eds.). 1988. **Marketing in the Tourism Industry: The Promotion of Destination Regions**, Routledge, London,
- Greenberg, G. M. 1999. "Understanding the Older Consumer: the Grey Market", **Choice**, 36, p. 1662-1663.
- Hall, C. Mitchael. 2006. 'Demography', **Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools**, edited by Dimitrios Buhalis and Carlos Costa, Elsevier Butterworth-Heinemann, Burlington, p. 9-18.
- Holloway, J. C. and Robinson, Chris. 1995. **Marketing for Tourism**, 3rd edition, Longman, Essex.

- Hong, G., Kim, S.Y., and Lee, J. 1999. "Travel Expenditure Patterns of Elderly Households in the US", **Tourism Recreation Research**, 24 (1), p. 43-52.
- Horneman, Louis et al, 2002. "Profiling the Senior Traveler: An Australian Perspective", **Journal of Travel Research**, Vol.41 (1), August, p. 23-38.
- Hsu, C. H. C., 2001. "Importance and Dimensionality of Senior Motorcoach Traveler Choice Attributes", **Journal of Hospitality & Leisure Marketing**, 8 (3/4), p. 51-70.
- Hsu, Cathy H.C., and Huang, Songshan. 2008. "Travel Motivation: a Critical Review of the Concept's Development", **Tourism Management: Analysis, Behaviour, and Strategy**, A.G. Woodside and D. Martin (eds), CAB International.
- Huang, Leo and Tsai, Hsien-Tang. 2003. "The Study of Senior Traveler Behavior in Taiwan", **Tourism Management**, 24, p. 561-574.
- Hudson, Simon. 2008. **Tourism and Hospitality Marketing: A Global Perspective**, SAGE, London.
- Jang, SooCheong and Chi-Mei Emily Wu. 2006. "Senior Travel Motivation and the Influential Factors: An Examination of Taiwanese Seniors", **Tourism Management**, 27, p 306-316.
- Javalgi, Rajshekhar G., and Thomas, Edward G., Rao S.R. 1992. "Consumer Behavior in the U.S. Pleasure Travel Marketplace: An Analysis of Senior and nonsenior Travelers", **Journal of Travel Research**, Vol. 31 (2), Fall, p. 14-20.
- Klenosky, D. "The Pull of Tourism Destinations: A Means-End Investigation", **Journal of Travel Research**, 40 (4), p. 385-395.
- Kenneth F. Backman, et al. 1999. "An Investigation into the Psychographics of Senior Nature-based Travellers", **Tourism Recreation Research**, Vol. 24 (1), p. 13-22.
- Koss, Laura. 1994. "Hotel developing Special Packages to Attract Senior Travelers", **Hotel and Motel Management**, Vol. 209, Issue 3, Feb, p. 37.
- Littrell, Mary A. et al. 2004. "Senior Travellers: Tourism Activities and Shopping Behaviours", **Journal of Vacation Marketing**, vol. 10, No. 4, Sep 2004, p. 348-362.

- Lindqvist, Lars-Johan and Peter Bjork. 2000. "Perceived Safety as an Important Quality Dimension among Senior Tourists" **Tourism Economics**, Vol.6, No. 2, p. 151-158.
- Lohmann, Martin and Guido Merzbach. 1997. "Senior Citizens' Tourism: A Simple Approach to Determine their Future Travel", **Tourism Review**, Vol. 52 (3), p. 4-12.
- Lohmann, Martin. 2001. "Predicting travel Patterns of Senior Citizens: How the Past May Provide a Key to the Future", **Journal of Vacation Marketing**, Vol. 7, No. 4, p. 357-366.
- Mathieson, M. and Wall, G. 1982. **Tourism: Economic, Physical and Social Impacts**, Longman London.
- Patterson, I. 2002. "Baby Boomers and Adventure Tourism: The Importance of Marketing the Leisure Experience", **World Leisure**, 2, p. 4-10.
- Pearce, Phillips. 1982. **The Social Psychology of Tourist Behavior**, Pergamon, Oxford.
- Perreault, W. D., Dorden, D.K. and Dorden, W.R. 1979. "A Psychological Classification of Vacation Life-styles", **Journal of Leisure Research**, 9, p. 208-224.
- Plog, Stanley C. 1977. "Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity?" In **Domestic and International Tourism** (E. Kelly, ed.), Institute of Certified Travel Agents.
- Robinson, Jr., Donald N. 2003. "Learning Experiences of Senior Travellers", **Studies in Continuing Education**, Vol. 25, No.1, May, p.125-144.
- Romsa, G. and Blenman, N. 1989. "Vacation Patterns of the Elderly German", **Annals of Tourism Research**, 16, p. 178-188.
- Ross, Glenn F. 2005. "Senior Tourists Sociability and Travel Preparation", **Tourism Review**, Vol. 60, No. 2, p. 6-15.
- Ruys, Hein and Sherrie Wei. 2001. "Senior Tourism", **Special Interest Tourism**, John Wiley & Sons.
- Sangpikul, Aswin. "Travel Motivation of Japanese Senior Travellers to Thailand", **International Journal of Tourism Research**, 10 (1), p. 81.
- Schiffman, Leon G. and Leslie L. Kanuk. 2000. **Consumer Behavior**, 7th edition, Prentice-Hall International, Englewood Cliffs, NJ.
- Schmoll, G.A. 1977. **Tourism Promotion**, Tourism International Press, London,

- Sellick, Megan Cleaver. 2004. "Discovery, Connection, Nostalgia: Key Travel Motives Within the Senior Market", **Journal of Travel and Tourism Marketing**, Vol. 17 (1), p. 55-71.
- Sellick, Megan Cleaver and Thomas E. Muller. 2004. "Tourism for the Young-old and Old-old", **New Horizons in Tourism: Strange Experiences and Stranger Practices**, edited by TV Singh, CABI Publishing, Cambridge, p.163-180.
- Shoemaker, Stowe. 1989. "Segmentation of the Senior Pleasure Travel Market", **Journal of Travel Research**, Vol. 27 (3), p. 14-22.
- Shoemaker, Stowe. 2000. "Segmentation the Market: 10 Years Later", **Journal of Travel Research**, Vol. 39 (1), p. 11-26.
- Solomon, M.R. 1996. **Consumer Behavior**, 2nd edition, Allyn and Bacon, MA.
- Swarbrooke, John and Horner, Susan. 2007. **Consumer Behavior in Tourism**, 2nd edition, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Tikkanen, Irma. 2007. "Maslow's Hierarchy and Food Tourism in Finland: Five Cases", **British Food Journal**, Vol. 109, No. 9, p. 721-734.
- Wahab, S., Crampon, L. J. and Rothfield, L.M. 1976. **Tourism Marketing**, Tourism International Press, London.
- Wuest, B., Emenheiser, D., and Tas, R. 2001. "Is the Lodging Industry Serving the Needs of Mature Consumers? A Comparison of Mature Travelers' and Lodging Managers' Perceptions of Service Needs" **Journal of Hospitality & Leisure Marketing**, 8 (3/4), p. 85-96.
- Wu, Chi-Mei Emily. 2003. "An Exploratory Study of Taiwanese Seniors' Travel Motivations and Travel Behavior", **Dissertation**, Kansas State University,
- UNWTO, 2005. **Draft White Paper: a Look into Tourism's Future with the World Tourism Organization**, 21 October 2005.
- UNWTO. 2008. **World Tourism Barometer**. January.
- Uysal, M. and Jurowski, C. 1994. "Testing the Push and Pull factors", **Annals of Tourism Research**, 21 (4), p. 844-846.
- Yamane, Taro. 1973. **Statistic: An Introductory Analysis**, 3rd New York: Harper & Row.

- You, X. and O'Leary, J. T. "Destination Behavior of Older UK travelers", **Tourism Recreation Research**, 24 (1), p. 23-34.
- Yuan, S. and McDonald, C. 1990. "Motivational Determinants of International Pleasure Time", **Journal of Travel Research**, 24 (2), p. 42-44.
- Zhang, H.Q. and Lam, T. 1999. "An Analysis of Mainland Chinese Visitors' motivation to Visit Hong Kong", **Tourism Management**, 20, p. 2-587-593.
- Zimmer, Zachary, Brayley, Russekk E., Searle, Mark S. 1995. "Whether to Go and Where to Go: Identification of Important Influences on Senior and Decisions to Travel", **Journal of Travel Research**, Vol. 33 (3), p. 3-10.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก. บทความการวิจัย

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : ABTC/NAT/0001

ชื่อโครงการ : การส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย

ชื่อนักวิจัย : 1. รองศาสตราจารย์ ดร.รานี อธิชัยกุล
 หน่วยงาน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัชพล ทรงสุนทรวงศ์
 หน่วยงาน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

E-mail Address : ranee.esi@stou.ac.th

ระยะเวลาโครงการ : 1 กันยายน 2551 – 31 สิงหาคม 2552

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพการท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทย (2) ศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป (3) ศึกษาวิเคราะห์แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ได้แก่ ที่พัก การคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภค (4) ศึกษาวิเคราะห์ความสามารถของประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการ ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 430 คน โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนได้เสียกับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากภาครัฐและเอกชน จำนวน 37 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานใช้ การทดสอบค่าที และวิธีการทดสอบค่าเอฟ และ LSD ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยในปีพ.ศ. 2549 และปี พ.ศ. 2550 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุ 2,119,675 คน และ 2,259,161 คน จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 13,821,802 คน และ 14,464,228 คน คิดเป็นสัดส่วนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเดินทางเข้ามายังประเทศไทยร้อยละ 15.3 และ 15.6 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดตามลำดับ และมีอัตราการเติบโตจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 17.87 และร้อยละ 10.78 และพบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป ได้แก่ เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรกมากที่สุด เป็นระยะเวลา 15 วันขึ้นไป จัดเตรียมการ

เดินทางมาประเทศไทยด้วยตนเอง เดินทางร่วมกับสามีหรือภรรยา ท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ มากที่สุด การมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยเนื่องมาจากความเป็นมิตรหรือมิตรไมตรีของคนไทย กิจกรรมการพักผ่อนหรือเที่ยวชม พักในโรงแรมระดับ 4 ดาว ใช้รถยนต์ในการเดินทางท่องเที่ยว ได้ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศไทยจากเพื่อนสนิทหรือญาติมิตรมากที่สุด ใช้จ่ายเงินในการท่องเที่ยวต่อวันต่ำกว่า 100 เหรียญดอลลาร์สหรัฐอเมริกา นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในเดือนมกราคม อยากจะกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีก โดยวางแผนที่จะกลับมาเที่ยวที่ประเทศไทยอีกในปี นี้ และนอกจากประเทศไทยแล้ว กลุ่มตัวอย่างสนใจท่องเที่ยวประเทศเวียดนามมากที่สุด

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยภาพรวมได้แก่ เพื่อพักผ่อนและคลายเครียด เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และเพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ ตามลำดับ ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวม ปัจจัยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ที่ตั้งของที่พัก และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวม ปัจจัยที่มีความพึงพอใจมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว

ที่ตั้งของที่พัก และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ตามลำดับ

ผลการวิจัยนำไปสู่นโยบายและมาตรการที่ภาครัฐและภาคเอกชนควรเร่งดำเนินการ ได้แก่ นโยบายส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง การส่งเสริมนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว การส่งเสริมนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ การรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว การพัฒนาและปรับปรุงสภาพแวดล้อมเมืองท่องเที่ยวหลัก การปรับปรุงด้านการเดินทางเข้า-ออกและภายในประเทศ การส่งเสริมและสนับสนุนด้านที่พักและแหล่งท่องเที่ยว และการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ

คำหลัก : การท่องเที่ยวผู้สูงอายุ นักท่องเที่ยวชาวยุโรป ความต้องการของนักท่องเที่ยว

Abstract

Project Code : ABTC/NAT/0001

Project Title : Tourism Promotion for Senior Tourists from Europe to Thailand

Investigators : Esichaikul, R.

Songsoonthornwong, C.

Sukhothai Thammathirat Open University

E-mail Address: ranee.esi@stou.ac.th

The purposes of this research were (1) to study state of international senior tourism in Thailand; (2) to analyze travel behavior and trip characteristics of European senior tourists in Thailand; (3) to analyze travel motivation needs and travel requirements of European senior tourists on tourism components of Thailand, including accommodation, accessibility, attractions, amenities and public services; and (4) to analyze capability to satisfy travel requirements of European senior tourists on those five tourism components of Thailand.

Population and samples were 430 European senior tourists aged over 55 years traveling into Thailand. Questionnaire was used to collect data. Thirty-seven in-depth interviews were conducted from the perspectives of many stakeholders from both public and private sector. For quantitative data analysis, statistical tools employed for descriptive statistical analysis were frequency, percentage, mean, S.D., and those for inferential statistical analysis were t-test, F-test, and LSD. Content analysis was used to analyze qualitative data.

Research findings showed that there were 2,119,675 and 2,259,161 international senior tourist arrivals to Thailand in 2006 and 2007 respectively. They represented 15.3% and 15.6% of the total international tourist arrivals with 17.87% and 10.78% growth. As for travel behavior, the results showed that the majority of European senior tourists traveled to Thailand for the first time and planned to stay in Thailand for 15 days or more. Most of them traveled with their spouse, arranged their trip by themselves, and

visited Bangkok the most. The major reason to visit Thailand was friendly people. The major activity intended to do was leisure and sightseeing. They preferred to stay in a 4-star hotel, and use a car to travel around Thailand. The major source of information was family and friends. Their estimate daily expenditure was below US\$ 100. The majority of European senior tourists preferred to visit Thailand in January and will revisit this year. Besides Thailand, the respondents would like to visit Vietnam the most.

Travel motivation needs of senior tourists were to rest and relaxation, to visit new places and to learn and experience new things respectively. Three major factors of travel requirements of European senior tourists were safety of destination, location of accommodation, and natural attractions. Three major factors of capability to satisfy travel requirements of European senior tourists were safety of destination, location of accommodation, and natural attractions respectively.

The result of this research indicates necessary policies and measures for public and private sector. Important policies include tourism promotion for European senior tourists, tourism promotion for long stays, tourism promotion for medical tourists, safety protection for senior tourists, environmental improvement of tourist destinations, improvement of accessibility and local transportation, support for accommodation and attractions, and facility improvement for senior tourists.

Keywords: senior tourism, European tourist, tourist motivation and requirements

คำนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม การท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยังคงมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ประมาณร้อยละ 6.7 ต่อปี กลุ่มภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยังถือเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยมีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนประมาณ 1 ใน 3 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก ทั้งนี้ประเทศไทยยังคงเป็นประเทศเป้าหมายที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวยังคงให้ความสนใจที่จะเดินทางมาเยี่ยมเยือนเพื่อการพักผ่อน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยรายงานว่าในปีพ.ศ. 2549 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวนประมาณ 13.8 ล้านคน สร้างรายได้ให้แก่ประเทศในรูปเงินตราต่างประเทศมูลค่าถึง 12.4 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นเงินไทย 470.3 พันล้านบาท และจากการประมาณการของ World Travel and Tourism Council (WTTC) ในปี พ.ศ. 2550 ประเทศไทยมีมูลค่าเพิ่มจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 6.73 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ และเมื่อรวมผลกระทบต่อดูแลอุตสาหกรรมอื่นๆ แล้ว กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 14.92 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ ก่อให้เกิดการจ้างงานกว่า 4 ล้านคน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 11.29 ของการจ้างงานทั้งหมด (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2550)

การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างของประชากรในโลกที่ทำให้มีผู้สูงอายุจำนวนมากขึ้น จัดเป็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญอันหนึ่งที่จะส่งผลกระทบต่อแนวโน้มของการท่องเที่ยวในอนาคต (UNWTO 2005: 11-13; Hall 2006: 12-17) ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ในปี พ.ศ. 2528 สัดส่วนของจำนวนผู้สูงอายุคิดเป็นประมาณร้อยละ 13 ในประเทศที่พัฒนาแล้ว และคาดว่าจะเพิ่มเป็น 1 ใน 3 ของประชากรทั่วโลกในศตวรรษที่ 21 จำนวนผู้สูงอายุในโลกยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเนื่องจากประชากรในปัจจุบันและในอนาคตสามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (productivity) มีสุขภาพที่แข็งแรงและมีอายุยืนยาวกว่าประชากรโลกในอดีต นอกจากนี้จากสถิติการเดินทางท่องเที่ยวจากคนทั่วโลกทั้งหมดประมาณ 840 ล้านคนต่อปี ประมาณร้อยละ 25 หรือ 200 กว่าล้านคน เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มอาวุโสที่ยังแข็งแรง มีสุขภาพดี มีการศึกษาและทำงานในระดับบริหาร มีฐานะดี หรือเป็นผู้เกษียณอายุที่มีบำนาญและมีเวลาว่าง รวมทั้งการมีทัศนคติใหม่ที่ต้องการเป็นผู้สูงอายุแค่ด้านร่างกายแต่ไม่ใช่ทางความคิด (Sellick and Muller 2004: 167) มีลีลาชีวิต (lifestyle) ที่รักการเดินทางท่องเที่ยว และเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการเดินทางและ มีความพร้อมที่จะใช้จ่ายเพื่อให้รางวัลกับชีวิต และคาดการณ์ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยววัยนี้จะมีอัตราการเดินทางท่องเที่ยวสูงกว่าร้อยละ 10 ต่อปี (ฐานเศรษฐกิจ ฉบับที่ 2302 06 มี.ค. - 08 มี.ค. 2551) และมีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวไปใน

แหล่งท่องเที่ยวที่ห่างไกลจากถิ่นที่อยู่ ใช้เวลาท่องเที่ยวมานานหลายวัน ใน 2 หรือ 3 เมืองที่เป็นจุดหมายปลายทางในการเดินทางแต่ละครั้ง ชอบการมีส่วนร่วมในการประกอบกิจกรรมกับชุมชนในท้องถิ่น ชอบเดินทางเป็นคู่เพียงสองคน และใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งมากกว่านักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนทั่วไปโดยเฉลี่ย (UNWTO 2005: 13)

การที่กลุ่มผู้สูงอายุในประเทศพัฒนาแล้วทั่วโลกมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจะเป็นการสร้างโอกาสให้แก่การท่องเที่ยวในประเทศไทย ก่อให้เกิดผลตอบแทนทางเศรษฐกิจสูง และจะส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม หากประเทศไทยสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงอายุมาเยี่ยมเยือนและพักผ่อนในประเทศไทยมากขึ้น โดยการจัดการสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุ และการให้บริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องและตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน สุขภาพ สปา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น

งานวิจัยนี้จึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป โดยศึกษาสภาพการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทย พฤติกรรมการท่องเที่ยว แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ได้แก่ ที่พัก การคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภค ตลอดจนความสามารถของประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน งานวิจัยนี้จะเน้นเฉพาะนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปเนื่องจากเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากในประเทศไทยประกอบกับในทวีปยุโรปมีจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ผลการวิจัยนี้จะนำไปสู่การกำหนดแนวทางเชิงนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย อันจะนำไปสู่การสร้างรายได้และสร้างงานให้กับประเทศไทยบนพื้นฐานการพัฒนาอย่างยั่งยืนในอนาคต

เครื่องมือและวิธีการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 430 ชุดระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนกรกฎาคม 2552 และรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกภาคีทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว (ATTA) และสมาคมโรงแรมไทย (THA) และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว โรงแรม โรงพยาบาล และธุรกิจสปา จำนวนทั้งสิ้น 37 คน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ

สถิติเชิงอนุमानใช้ การทดสอบค่าที และวิธีการทดสอบค่าเอฟ และ ค่า LSD ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ สามารถตอบผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์และคำถามวิจัยได้ดังนี้

คำถามการวิจัยข้อที่ 1 การท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทยมีสภาพเป็นอย่างไร

ในปีพ.ศ. 2549 และปี พ.ศ. 2550 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุ 2,119,675 คน และ 2,259,161 คน จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 13,821,802 คน และ 14,464,228 คน คิดเป็นสัดส่วนนักท่องเที่ยวสูงอายุเดินทางเข้ามายังประเทศไทยร้อยละ 15.3 และ 15.6 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดตามลำดับ และมีอัตราการเติบโตจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 17.87 และร้อยละ 10.78 หากพิจารณา นักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นรายประเทศพบว่าในปี พ.ศ. 2550 จำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศสหราชอาณาจักรมีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศเยอรมนี สวีเดน และฝรั่งเศส ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ใดๆก็ดี จะเห็นได้ว่าสัดส่วนของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มขึ้นเท่าใดนัก แม้ว่าตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุในประเทศไทยจะเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายใหม่ที่มีศักยภาพเนื่องจากมีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นเฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2549-2550 ประมาณร้อยละ 20 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เล็งเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านโครงสร้างของประชากรและพฤติกรรมของตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุและคนที่เกษียณอายุว่าเป็นตลาดที่กำลังเติบโตและเป็นตลาดเป้าหมายของไทย ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากในการเกิดตลาดท่องเที่ยวพำนักระยะยาวและตลาดท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ

คำถามการวิจัยข้อที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปเป็นอย่างไร

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวสูงอายุโดยรวมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรกมากที่สุด (ร้อยละ 41.40) รองลงมาคือ มากกว่า 4 ครั้ง (ร้อยละ 31.86) ท่องเที่ยวเป็นระยะเวลา 15 วันขึ้นไป (ร้อยละ 58.37) จัดเตรียมการเดินทางมาประเทศไทยด้วยตนเอง (ร้อยละ 45.35) เดินทางร่วมกับสามีหรือภรรยา (ร้อยละ 54.42) ท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ มากที่สุด (ร้อยละ 59.77) รองลงมาคือ เชียงใหม่ (ร้อยละ 40.93) และภูเก็ต (ร้อยละ 34.88) เหตุผลในการมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยเนื่องมาจากความเป็นมิตรหรือมิตรไมตรีของคนไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.79 รองลงมาคือ ธรรมชาติที่สวยงาม

ความคุ้มค่าของราคา อาหารและเครื่องดื่ม แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมการพักผ่อนหรือเที่ยวชมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.56 พักในโรงแรมระดับ 4 ดาว (ร้อยละ 47.67) ใช้รถยนต์ในการเดินทางท่องเที่ยว (ร้อยละ 41.86) ได้ทราบข้อมูลที่ดึงดูดความสนใจให้เข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยจากเพื่อนสนิทหรือญาติมิตรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.74 ใช้จ่ายเงินในการท่องเที่ยวต่อวันต่ำกว่า US\$ 100 (ร้อยละ 41.86) นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในเดือนมกราคม (ร้อยละ 33.49) กลุ่มตัวอย่างสนใจหรือนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเวียดนามมากที่สุด (ร้อยละ 39.53) รองลงมาคือ มาเลเซีย และสิงคโปร์ และร้อยละ 88.60 ของกลุ่มตัวอย่างอยากกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีก โดยวางแผนที่จะกลับมาเที่ยวที่ประเทศไทยอีกในปีนี้อีกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.32

คำถามการวิจัยข้อที่ 3 นักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปมีแรงจูงใจ และความต้องการในแต่ละองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้านอย่างไร

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยภาพรวมทั่วประเทศ 3 อันดับแรก ได้แก่ เพื่อพักผ่อนและคลายเครียด ($\bar{X} = 4.12$) เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ($\bar{X} = 3.97$) และเพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ ($\bar{X} = 3.96$) ตามลำดับ

ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวมทั่วประเทศ ปัจจัยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.19$) ที่ตั้งของที่พัก ($\bar{X} = 4.02$) และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ($\bar{X} = 4.01$) ตามลำดับ รองลงมา ได้แก่ ราคาของที่พัก ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การเดินทางภายในประเทศ สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร โครงสร้างพื้นฐาน คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุในโรงแรม เทศกาลและงานประเพณี และกิจกรรมเรียนรู้เพื่อการพักผ่อน เช่น การฝึกทำอาหารไทย เป็นต้น ตามลำดับ

คำถามการวิจัยข้อที่ 4 ประเทศไทยสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปในแต่ละองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้านอย่างไร

ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวมทั่วประเทศ ปัจจัยที่มีความพึงพอใจมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.10$) ที่ตั้งของที่พัก ($\bar{X} = 4.09$) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ($\bar{X} = 4.05$) ตามลำดับ รองลงมา ได้แก่ ราคาของที่พัก ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ความสะดวกในการเดินทาง

เข้าถึงประเทศ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การเดินทางภายในประเทศ การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุในโรงแรม เทศกาลและงานประเพณี และกิจกรรมเรียนรู้เพื่อการพักผ่อน เช่น การฝึกทำอาหารไทย เป็นต้น ตามลำดับ

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรป นำมาสรุปสาระสำคัญและนำเสนอเป็นรูปแบบ (model) แรงจูงใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปสู่ประเทศไทย ที่ประกอบด้วย แรงจูงใจหลัก 3 ประการและความต้องการหลัก 3 ประการ ดังนี้



ภาพที่ 1 รูปแบบแรงจูงใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปสู่ประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับแรงจูงใจ ความต้องการทางการท่องเที่ยวและความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป

ผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สุขภาพ และสถานภาพการทำงาน กับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ความต้องการทางการท่องเที่ยวและความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้

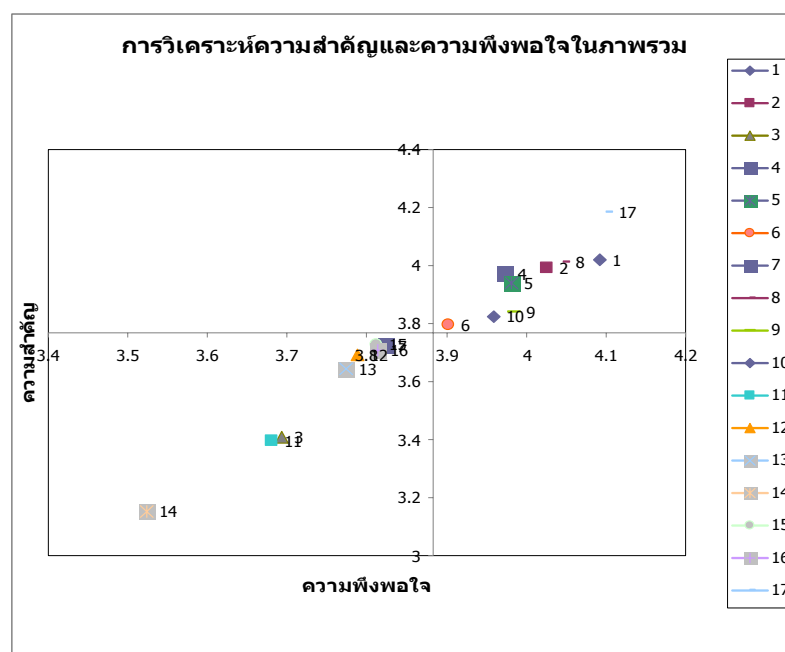
(1) นักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในภาพรวมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

(2) นักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีเพศ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความต้องการองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในภาพรวม 5 ด้าน (17 ปัจจัย) ได้แก่ ที่พัก การคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภค แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(3) นักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มีเพศ และสุขภาพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในความสามารถในการตอบสนองความต้องการองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในภาพรวม 5 ด้าน (17 ปัจจัย) ได้แก่ ที่พัก การคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภค แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ Importance Performance Analysis (IPA Model)

การวิเคราะห์ IPA ขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน (17 ปัจจัย) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยความต้องการที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับระดับผลการดำเนินงานของประเทศไทยจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สรุปผลการวิเคราะห์ภาพรวมของประเทศไทยได้ดังนี้



ภาพที่ 2 การวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจในภาพรวมของประเทศไทย

Quadrant 1 (Concentration Here) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ พบว่า ไม่มีปัจจัยใดที่ต้องปรับปรุงแก้ไขด่วน

Quadrant 2 (Keep up Good Work) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ พบว่ามี 9 ปัจจัย ได้แก่ (1) ที่ตั้งของที่พักรแรม (2) ราคาของที่พักรแรม (4) ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม (5) ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ (6) การเดินทางภายในประเทศ (8) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (9) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (10) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (17) ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ซึ่งประเทศไทยต้องรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสูงต่อไป

Quadrant 3 (Low Priority) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ พบว่ามี 8 ปัจจัย ได้แก่ (3) อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือผู้พิการในโรงแรม (7) การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร (11) เทศกาลและงานประเพณี (12) คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว (13) คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (4) กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน (15) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ (16) โครงสร้างพื้นฐาน แม้ปัจจัยในส่วนนี้ประเทศไทยไม่จำเป็นต้องสนใจแก้ไขเนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำ แต่บางปัจจัยมีระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจที่อยู่ใกล้เคียงมาก ประเทศไทยจึงควรให้ความสนใจลงมา

Quadrant 4 (Possible Overkill) แสดงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและนักท่องเที่ยวได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ พบว่าไม่มีปัจจัยใดในส่วนนี้ที่ต้องคำนึงถึง

จุดเด่นของการท่องเที่ยวไทยและปัญหาการจัดการท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรป

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกทำให้ทราบถึงจุดเด่นของการท่องเที่ยวและการบริการของประเทศไทยที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปพึงพอใจ ตลอดจนปัญหาการจัดการท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปดังแสดงในตารางที่ 1 และตารางที่ 2

ตารางที่ 1 จุดเด่นของการท่องเที่ยวและการบริการของประเทศไทยที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปพึงพอใจ

กลุ่มสัมภาษณ์	จุดเด่นของการท่องเที่ยวและการบริการที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปพึงพอใจ
ธุรกิจนำเที่ยว	(1) การรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดี (2) มีความเชี่ยวชาญในแต่ละตลาดเป็นอย่างดี เนื่องจากแต่ละประเทศจะมีความต้องการไม่เหมือนกัน (3) การออกแบบสินค้าให้สอดคล้องต่อความต้องการ (4) บริการที่รวดเร็วและแม่นยำ เช่น การจอง (5) มีรถบัสของตนเองและรถเช่าที่ได้มาตรฐาน (6) มีคุุเทศก์และพนักงานที่เก่ง ภาษาดี อธิบายดี มีจิตวิทยา เข้าใจลูกค้า (7) การให้บริการที่มีมาตรฐาน
โรงแรม	การให้บริการที่ดูแลเอาใจใส่เหมือนญาติผู้ใหญ่ ความเป็นมิตร ทักทายแขก ความสงบ ความเป็นส่วนตัว ความปลอดภัย ทำเลที่ตั้งติดชายทะเลหรือภูเขา ราคาถูก
ททท.	ค่าใช้จ่ายถูกและคุ้มค่าในการเดินทาง ความเป็นมิตรไมตรีของคนไทย อากาศที่อบอุ่นในช่วงฤดูหนาว ธรรมชาติ หาดทราย ชายทะเล ที่สวยงาม
สำนักงานท่องเที่ยว	ความเป็นมิตรไมตรีและสุภาพของคนไทย ประเทศไทยอากาศดี สามารถเล่นน้ำทะเลได้ตลอดทั้งปี มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม และมีวัฒนธรรมที่ดี
สมาคมวิชาชีพ	ความเป็นไทย ราคาคุ้มค่า อากาศอบอุ่น อธิบายไมตรีของคนไทยและคนที่คุ้นเคย คนไทยมีจิตใจโอบอ้อมอารีกับผู้สูงอายุ
โรงพยาบาล	(1) ความสามารถด้านการแพทย์ ได้รับการรับรองจากJCI (2) มีเครื่องมือแพทย์ อุปกรณ์ทางการแพทย์ที่รองรับแบบตติยภูมิ (3) การบริการที่อบอุ่น มีความเป็นไทย มีพนักงานที่ได้รับการฝึกฝนเป็นอย่างดี (4) มีค่ารักษาที่เป็นธรรม
ธุรกิจสปา	สปาไทยมีคุณภาพที่เป็นเอกลักษณ์ และส่วนประกอบของความผ่อนคลาย ด้วยทัศนคติและอุปนิสัยของคนไทย และศิลปการนวดแผนโบราณของไทย

ตารางที่ 2 ปัญหาการจัดการท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปและแนวทางแก้ไข

จัดอันดับโดยความถี่	ปัญหาการจัดการท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปและแนวทางแก้ไข
1	ปัญหาการสื่อสารภาษาต่างประเทศของผู้ให้บริการและมัคคุเทศก์ในภูมิภาค ควรมีการอบรมภาษา ต่างประเทศเพิ่มขึ้น
2	ปัญหาการเบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาลที่นักท่องเที่ยวได้รับสวัสดิการจากรัฐไม่สามารถเบิกจ่ายได้ในประเทศไทย ควรส่งเสริมบริษัทประกันชีวิตประกันสุขภาพช่วยเหลือให้นักท่องเที่ยวสูงอายุทำประกันเพิ่มเป็นกรณีพิเศษเพิ่มขึ้น และร่วมกับสถานเอกอัครราชทูตประสานงานส่งเสริมหน่วยงานภาครัฐของประเทศนักท่องเที่ยวพิจารณาให้การเบิกค่ารักษาพยาบาลในประเทศไทยได้เพิ่มขึ้น
2	ปัญหาความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น ทางลาดสำหรับรถเข็นคนชรา บันไดลดระดับรถสำหรับคนชราและคนพิการ ซึ่งทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในประเทศไทยจะต้องให้ความสำคัญและดำเนินการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆให้มีความพร้อม
2	ปัญหาการรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและมาตรฐานความปลอดภัยของการบริการ เช่น รถ/เรือโดยสาร/นำเที่ยว ชายหาด ดำรงท่องเที่ยวมีจำนวนน้อย ควรเร่งดำเนินการควบคุมผู้ประกอบการและจัดหาตำรวจเพิ่มเติม
2	ปัญหาการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวของรถรับจ้างในเมืองท่องเที่ยว เช่น การคิดค่ารถโดยสารในเมือง ผู้ให้บริการมีความจริงใจและซื่อสัตย์น้อยลง ควรจัดระเบียบ อบรม และควบคุมการบริการจริงจัง
2	ปัญหาป้ายบอกทางหลักและทางรอง ภาษาต่างประเทศมีจำนวนน้อย ควรจัดทำเพิ่มเติม
2	ปัญหาค่าเช่าแหล่งท่องเที่ยวของคนต่างชาติสูงกว่าคนไทย ควรพิจารณาลดราคาเช่าสำหรับผู้สูงอายุทั้งคนไทยและชาวต่างประเทศ

การอภิปรายผล

จากการศึกษาพฤติกรรม แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ สามารถอภิปรายผลตามผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 4 ข้อต่อไปนี้

1. ในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา จำนวนนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มขึ้นเท่าใดนัก แม้ว่าหน่วยงานที่ทำหน้าที่รับผิดชอบหรือส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยได้เล็งเห็นว่าโครงสร้างและขนาดของตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุและคนที่เกษียณอายุเป็นตลาดที่กำลังเติบโตและเป็นตลาดเป้าหมายของไทยในอนาคต อันก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีต่อตลาดท่องเที่ยวพำนักระยะยาวและตลาดท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ จากสถิติที่เคยมีการรายงานซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยนี้พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุในกลุ่มประเทศแถบยุโรป ได้แก่ อังกฤษ เยอรมนี สวีเดน ฝรั่งเศส และฮอลแลนด์ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด อาจเป็นผลเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวในระยะที่ผ่านมาเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเดิม โดยจากผลการวิจัยนี้พบว่า มีนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่า 4 ครั้ง ถึงร้อยละ 31.86 และกลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นเป็นประเทศที่มีศักยภาพทางการเงิน กล่าวคือ ประชากรมีรายได้สูงต่อหัว

ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะเป็นศูนย์กลางการคมนาคมในย่านเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบทางการท่องเที่ยวกว่าหลาย ๆ ประเทศ แต่จากผลการวิจัยนี้ทำให้ได้ข้อมูลที่น่าสนใจว่า ประเทศเวียดนามเป็นจุดหมายปลายทางหนึ่งที่นักท่องเที่ยวสนใจเข้าไปเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 39.53 รองลงมาคือ มาเลเซีย (ร้อยละ 37.67) และสิงคโปร์ (ร้อยละ 37.67) ทำให้ประเทศไทยมีคู่แข่งชั้นทางการท่องเที่ยวที่ชัดเจนขึ้น และถ้ายังประเทศเหล่านี้มีองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ได้แก่ ด้านที่พัก การคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภคที่ดีเทียบเท่าหรือดีกว่าประเทศไทยแล้ว ก็จะทำให้ประเทศไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาดลดลงได้ เหล่านี้จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้อัตราส่วนของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทยในแต่ละปีค่อนข้างจะคงที่หรือเพิ่มขึ้นไม่มากนัก

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปพบว่าส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรกมากที่สุด (ร้อยละ 41.40) อาจเนื่องมาจากการได้รับการบอกเล่าถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในประเทศไทยจากเพื่อนหรือญาติมิตรที่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมาก่อน ประกอบกับในปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอย่างละเอียดก่อนตัดสินใจท่องเที่ยว และจัดเตรียมการเดินทางด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยนี้ ที่ว่านักท่องเที่ยวจัดเตรียมการเดินทางมาประเทศไทยด้วยตนเองมากที่สุด (ร้อยละ 45.35) ซึ่งจากผลการวิจัยนี้พบว่า

เนื่องมาจากความประทับใจในมิตรไมตรีของคนไทย ชอบความสวยงามของธรรมชาติ ความคุ้มค่าเงิน อาหารและเครื่องดื่ม แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยจะเลือกทำกิจกรรมการพักผ่อนหรือเที่ยวชมมากที่สุด (ร้อยละ 72.56)

3. นักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปมีแรงจูงใจ และความต้องการแต่ละองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก โดยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่สำคัญมากที่สุด คือ เพื่อการพักผ่อนและคลายเครียด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Pearce (1992) (อ้างถึงใน Goeldner 2003: 253-254) ที่ได้นำทฤษฎีของมาสโลว์มาเป็นพื้นฐานในการศึกษาความต้องการทางการท่องเที่ยว แล้วสรุปความต้องการท่องเที่ยวของมนุษย์เป็นลำดับขั้น เริ่มตั้งแต่ความต้องการขั้นต่ำไปถึงขั้นสูง โดยผลการวิจัยครั้งนี้ตรงกับผลการวิจัยของ Pearce ขั้นที่ 1 ที่ว่า การท่องเที่ยวของมนุษย์เกิดจากความต้องการที่ต้องการผ่อนคลายด้วยการพักผ่อน หรือหลีกเลี่ยงความจำเจ และแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในชีวิต และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Anderson and Langmeyer (1982) ที่พบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุทั้งที่มีอายุต่ำกว่า 50 ปี และอายุ 50 ปีขึ้นไปเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน/ผ่อนคลายความตึงเครียด และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Fleischer and Pizam (2002) ที่พบว่าปัจจัยจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้แก่ การพักผ่อนและผ่อนคลายความตึงเครียด นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Homeman และคณะ (2002) ซึ่งพบว่าปัจจัยจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้แก่ การพักผ่อนหรือการผ่อนคลาย นอกจากนี้งานวิจัยนี้ค้นพบว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอันดับ 3 คือเพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Patterson (2002) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุมีความสนใจในการท่องเที่ยวเพื่อค้นหาความแปลกใหม่มากกว่านักท่องเที่ยวอายุน้อยกว่า

ส่วน เรื่องความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวเห็นว่าสำคัญที่สุด คือ ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว อาจเนื่องมาจากรัฐบาลของประเทศต่าง ๆ ในทวีปยุโรปให้ความสำคัญกับเรื่องสวัสดิภาพและความปลอดภัยของประชาชน ปัญหาอาชญากรรมต่าง ๆ จึงมีน้อยมาก หรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศเหล่านี้มีความปลอดภัยสูงประชากรของประเทศทั้งหลายในยุโรปจึงคาดหวังว่า การเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศอื่น ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวเลือก จะต้องมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินไม่แตกต่างจากประเทศของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hsu (2001) ที่พบว่าชื่อเสียงของบริษัทนำเที่ยวและสุขภาพและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดในการเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว และงานวิจัยของ Lindqvist and Bjork (2000) ที่พบว่าความปลอดภัยว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริการนำเที่ยวที่มีคุณภาพ และการรับรู้ถึงความสำคัญของความปลอดภัยนี้จะเพิ่มมาก

ขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวมีอายุเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ การวิจัยนี้ค้นพบว่าแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นปัจจัยความต้องการที่มีความสำคัญเป็นอันดับ 3 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Norman และคณะ (2001) ที่พบว่าสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเป็นปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

4. ประเทศไทยสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปในแต่ละองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากที่สุดคือ ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจอธิบายได้ว่า ความปลอดภัย เป็นปัจจัยหลักอย่างหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว แม้ว่าในปี พ.ศ.2552 ซึ่งเป็นปีที่ทำการวิจัยนี้ ประเทศไทยจะพบกับวิกฤติทางการเมืองเนื่องจากความคิดเห็นของประชาชนแต่ละกลุ่มไม่ตรงกัน แต่นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปอาจเข้าใจเหตุผลของความคิดเห็นที่ขัดแย้งดังกล่าว

นอกจากการอธิบายผลการวิจัยซึ่งผู้วิจัยได้อธิบายตามวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 4 ข้อแล้วยังพบว่า ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว 5 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สุขภาพ และสถานภาพการทำงาน ยังมีผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยว และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยอธิบายได้ว่า

(1) นักท่องเที่ยวสูงอายุเพศชายเป็นกลุ่มที่มีการเดินทางมากกว่านักท่องเที่ยวเพศหญิง จากการวิจัยนี้พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 65.12 เป็นหญิงเพียง 34.88 อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวสูงอายุชายสามารถเดินทางได้ทั้งตามลำพังหรือเดินทางเป็นกลุ่ม มักจะกระจายตัวไปได้แทบทุกแหล่งท่องเที่ยว และสามารถทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลายได้มากกว่า ในขณะที่นักท่องเที่ยวสูงอายุหญิงมีความคล่องตัวน้อยกว่า ซึ่งมักเดินทางมาพร้อมกับเพื่อนหรือบริษัทนำเที่ยว โดยจะพิถีพิถันและรอบคอบในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเป็นพิเศษ มักเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยและสามารถเดินทางได้สะดวก ดังนั้นอาจจะอนุมานได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวใดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวหญิงมาก ย่อมจะมีภาพลักษณ์ในเรื่องความปลอดภัยสูง

(2) บุคคลที่มีช่วงอายุแตกต่างกันก็จะมีความสามารถในการเดินทางได้แตกต่างกัน จากการวิจัยนี้พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 55-59 ปี (ร้อยละ 46.05) รองลงมาเป็นช่วงอายุ 60-64 ปี (ร้อยละ 28.14) และช่วงอายุ 65 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 25.81) หากจะเปรียบเทียบความสามารถในการท่องเที่ยวอาจพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 55-59 ปี เป็นกลุ่มที่ยังทำงานอยู่ มีการเดินทางค่อนข้างสูงกว่ากลุ่มอายุอื่น ซึ่งเป็นไปตามตำแหน่งภาระหน้าที่การทำงานที่มีความรับผิดชอบสูง ประกอบกับการมีฐานะทางการเงินที่มั่นคง ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 60-64 ปี และ 65 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มที่มีความถนัดในการเดินทางลดลง เนื่องจากสุขภาพไม่เอื้ออำนวย แต่จะมีวันหยุดผ่อนนันทกว่ากลุ่มวัยอื่น ๆ เพราะส่วนใหญ่เกษียณอายุแล้ว จึงไม่มีภาระการงานที่จะต้องรับผิดชอบ

(3) ระดับการศึกษา เป็นตัวแปรที่สอดคล้องกับอาชีพและรายได้ โดยส่วนใหญ่บุคคลที่มีระดับการศึกษาสูงก็มักจะมีอาชีพและรายได้ที่ดี ส่งผลให้เดินทางได้บ่อยกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาต่ำกว่า ซึ่งในการวิจัยนี้พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 33.26) สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Zimmer และคณะ (1995) ที่ว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงจะชอบเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้ระดับการศึกษายังเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงคุณภาพของนักท่องเที่ยว โดยอนุมานว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะเป็นผู้ที่มีความคิดและวิถีชีวิตที่ดี ซึ่งจะแสดงออกถึงทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ดี เช่น มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความเข้าใจในสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่าง เป็นต้น

(4) สุขภาพมีส่วนสัมพันธ์กับอายุของนักท่องเที่ยว โดยทั่วไปผู้ที่มีอายุมากจะมีระดับความเสี่ยงที่จะทำให้อวัยวะเกิดอันตรายหรือเกิดความเจ็บไข้ได้ป่วย ผลการวิจัยนี้พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสุขภาพอยู่ในเกณฑ์ดี มากที่สุด (ร้อยละ 51.40) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปจะให้ความสำคัญกับเรื่องการรักษาสุขภาพอนามัยและคุณภาพชีวิตของตนเองเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Horneman และคณะ (2002) ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวเปลี่ยนความต้องการจากการออกกำลังกายไปสู่การปรับปรุงสุขภาพมากขึ้น และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Patterson (2002) ที่ว่านักท่องเที่ยวสูงอายุโดยทั่วไปมีสุขภาพที่ดีขึ้น เมื่อสุขภาพมีส่วนสัมพันธ์กับอายุของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยครั้งนี้จึงอนุมานได้ว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป (ซึ่งส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 55-59 ปี) เป็นผู้มีสุขภาพอยู่ในเกณฑ์ดี และจากการวิจัยของ Huang and Tsai (2003) ยังระบุว่าปัญหาสุขภาพ และปัญหาทางร่างกายเป็นอุปสรรคสำคัญในการเดินทางของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

(5) สถานภาพการทำงานในงานวิจัยนี้ได้กำหนดขอบข่ายเกี่ยวกับกลุ่มที่ทำงานเต็มเวลา ทำงานบางเวลา ว่างาน เกษียณอายุ ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่มีสถานภาพการทำงานเต็มเวลา ร้อยละ 40.23 รองลงมาคือ เกษียณอายุมากกว่า 1 ปี (ร้อยละ 31.5) กลุ่มที่ทำงานเต็มเวลาจึงถือว่าเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพทางการเงิน เพราะมีรายได้เป็นของตนเอง กิจกรรมการท่องเที่ยวก็สามารถเลือกทำได้หลากหลายเพราะมีเงินในการใช้จ่าย สำหรับกลุ่มที่เกษียณอายุแล้วสามารถเดินทางได้เนื่องจากมีเวลาว่างและมีบำนาญที่สามารถนำมาใช้จ่ายในการท่องเที่ยวได้เช่นกัน

จะเห็นได้ว่าแต่ละปัจจัยที่กล่าวมานี้ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางและการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน การศึกษาเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางและความต้องการของนักท่องเที่ยว และลักษณะพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการวางแผนทางการตลาด เพื่อจัดกลุ่มเป้าหมายและกำหนด

สรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ข้อมูลเชิงคุณภาพ และข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่าง นำมาสรุปเสนอเป็นแนวคิดการการแบ่งกลุ่มเป้าหมายเพื่อดำเนินการตลาด และข้อเสนอแนะที่ภาครัฐและภาคเอกชนควรส่งเสริมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทยโดยพิจารณา กำหนดนโยบายและมาตรการ ดังนี้

การแบ่งกลุ่มเป้าหมายเพื่อดำเนินการตลาด

จากการศึกษาและวิเคราะห์พบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปสามารถแบ่งออกเป็น กลุ่มเป้าหมายหลักจากพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็น 3 กลุ่ม ตามตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 การแบ่งกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป

กลุ่มเป้าหมาย	พฤติกรรมและความต้องการ
นักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน	จุดประสงค์เพื่อการพักผ่อน ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 55-65 ปี ยังทำงาน มา 1-2 ครั้ง มาเที่ยวเป็นเวลา 2 สัปดาห์ ในฤดูหนาว เดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว พักโรงแรม 3-4 ดาว
นักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนแบบพำนักระยะยาว	จุดประสงค์เพื่อการพักผ่อน ส่วนใหญ่อายุมากกว่า 65 ปีขึ้นไป เกษียณอายุแล้ว มาซ้ำ มีฐานะดี จะอยู่ท่องเที่ยวประมาณ 1-2 เดือน เดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยวและติดต่อเองโดยตรง พักโรงแรม 3-4 ดาว ห้องพักรวมมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ หรือห้องชุดบริการ/สถานพักตากอากาศ เน้นความปลอดภัย ใกล้ร้านอาหาร โรงพยาบาล ศูนย์การค้า
นักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ	จุดประสงค์เพื่อรักษาสุขภาพ มีทั้งระดับเริ่มต้นที่มาใช้บริการสปาเพื่อรักษาสุขภาพเสริมความงาม การรักษาสุขภาพระดับกลาง เช่น ทำเลซิก การทำฟัน และการรักษาระดับสูง เช่น การผ่าตัด สะโพก กระดูกข้อเข่า และการพักผ่อนที่โรงพยาบาล

ที่มา: ผลจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัยในครั้งนี้

ข้อเสนอแนะที่ภาครัฐและภาคเอกชนควรส่งเสริมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทยโดยพิจารณากำหนดนโยบายและมาตรการ ดังนี้

1. นโยบายด้านการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป

ภาครัฐควรกำหนดนโยบายที่ชัดเจนและต่อเนื่องในการส่งเสริมให้ประเทศไทยต้อนรับนักท่องเที่ยวสูงอายุอย่างจริงจัง และขณะเดียวกันพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้มีความพร้อมและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุได้จริง โดยเริ่มต้นจากการปรับปรุงเมืองท่องเที่ยวหลักสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุก่อน

มาตรการ

1. การจัดทำโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุโดยการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุชาวยุโรปนำร่องเพื่อเป็นจุดเริ่มต้น โดยภาครัฐขอความร่วมมือผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการลดราคาค่าบริการเป็นพิเศษ จัดเป็นรายการนำเที่ยว Special Senior Package ประกอบด้วย ค่าโดยสารเครื่องบิน การบริการที่พักแรม การบริการรับส่งสนามบิน การดูแลยกกระเป๋า การนำเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญ กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน รวมทั้งการบริการตรวจร่างกายในโรงพยาบาล

2. การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป ทำให้นักท่องเที่ยวท่องเที่ยวในประเทศไทยนานขึ้น เกิดการใช้จ่ายที่สูงขึ้น ได้แก่

2.1 การจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนและผ่อนคลายอย่างเต็มที่ เช่น กิจกรรมเพื่อการผ่อนคลาย ควรเพิ่มกิจกรรมนวดและสปา การจัดห้องสมุดหรือมุมอ่านหนังสือ ฟังเพลงและชมภาพยนตร์ (ดีวีดี) สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุในที่พักระแหรือในเมืองท่องเที่ยว เป็นต้น

2.2 การจัดให้มีกิจกรรมการเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงอายุได้แก่

2.2.1 การเรียนนวด การนั่งสมาธิ วิปัสสนา การเรียนโภชนาการเพื่อการรับประทานอาหารที่เหมาะสมกับสุขภาพ การเรียนรู้การรักษาสุขภาพ การเล่นโยคะ ไทเก๊ก การจัดฝึกหัดกีฬา กอล์ฟโดยมีครูผู้สอน เป็นต้น

2.2.2 การนำชมศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การนำชมชีวิตความเป็นอยู่ที่เป็นเอกลักษณ์ของคนท้องถิ่นหรือชุมชนพื้นเมืองดั้งเดิม หรือนำชมภูมิปัญญาท้องถิ่น

2.3 การจัดโปรแกรมนำเที่ยวแบบ Cluster รวม 2-3 จังหวัดในการเที่ยวครั้งเดียวกัน เช่น นำเที่ยวพญา จันทบุรีและตราด หรือนำเที่ยวภูเก็ต พังงาและกระบี่

2.4 การจัดอาหารและเครื่องดื่มให้มีความหลากหลายและเพื่อสุขภาพที่ดีของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

2.5 การจัดโปรแกรมแบบ Slow Tourism คือไม่เร่งรีบ ท่องเที่ยวในชุมชนที่เรียบง่ายสบายๆ ใกล้ชิดธรรมชาติ ปลอดภัยจากมลพิษและไม่สร้างมลพิษ ดำเนินกิจกรรม เช่น เก็บผักปลอดสารพิษ ทำอาหารกินเอง

3. การเจาะตลาดกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวสูงอายุเพื่อการพักผ่อน โดยติดต่อบริษัทนำเที่ยว (Tour Operator) ในทวีปยุโรปที่สนใจตลาดผู้สูงอายุ และจัดทำ Familiarization trip เพื่อนำเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนสำหรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เน้นที่พักแรมที่สะดวกสบายดี ทรายทะเล มีห้องอาหารหลายประเภท และมีความปลอดภัย

4. การจัดทำ Web Site การท่องเที่ยวไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศสูงอายุ

5. การโฆษณาประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ผ่านสื่อในต่างประเทศ เช่น โทรทัศน์ นิตยสารการท่องเที่ยว ป้ายบนทางหลวง เป็นต้น

6. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยสำหรับผู้สูงอายุ ผ่านสื่อสารธารณชน โดยการนำเสนอว่าประเทศไทยเหมาะสมกับผู้สูงอายุอย่างไร โดยการจัด Media Trip โดยเชิญนักเขียนและสื่อมวลชนจากทวีปยุโรปเยือนประเทศไทย รวมทั้งการเชิญผู้แทนบริษัทประกันชีวิต ประกันสุขภาพมาเยือนประเทศไทย

7. การจัดทำ Road show ไปยังประเทศเป้าหมาย โดยนำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพไปด้วย เช่น โรงพยาบาล โรงแรม เป็นต้นการร่วมงาน Trade show และ Cultural Fair

8. การส่งเสริมการขายแบบ Word of Mouth หรือเพื่อนแนะนำเพื่อน เช่น การลดราคาค่าบริการนำเที่ยว หรือให้ห้องพักฟรี 1 คืน หากนักท่องเที่ยวสูงอายุแนะนำเพื่อนหรือญาติมาใช้บริการ

2. นโยบายด้านการส่งเสริมนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว

รัฐบาลได้ส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวมาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2545 แต่ผลงานของหน่วยงานที่รับผิดชอบยังไม่เด่นชัด จึงจำเป็นที่รัฐบาลควรแสดงเจตจำนงและนโยบายที่ชัดเจนและต่อเนื่องในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว ซึ่งจะทำความคุ้นเคยกับการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุได้

มาตรการ

1. การเจาะตลาดกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนแบบพำนักระยะยาว โดยผ่านบริษัทนำเที่ยวหรือเจาะกลุ่มผู้เกษียณอายุผ่านสมาคมผู้สูงอายุ หรือสมาคมวิชาชีพที่เป็นอาชีพของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

2. การจัดทำที่พักแรมเพื่อนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว โดยเลือกจากโรงแรมที่มีอยู่แล้วในทำเลที่ดี อยู่ใกล้ธรรมชาติ ชุมชนและโรงพยาบาล และปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกให้ครบครันแก่ผู้สูงอายุ โดยรัฐบาลอาจให้ความช่วยเหลือในการลงทุนด้วยการให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ

3. การเสนอบริการพิเศษให้แก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น การตรวจสุขภาพฟรีแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นประจำทุกปี หรือ 2 ปีขึ้นไป และที่อยู่ปีละไม่น้อยกว่า 21 วัน

3. นโยบายด้านการส่งเสริมนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ

รัฐบาลเล็งเห็นความสำคัญและโอกาสของการเจริญเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ แต่ยังไม่ได้มีการสนับสนุนอย่างชัดเจน รัฐบาลจึงควรกำหนดนโยบายที่ชัดเจนในการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ซึ่งจะครอบคลุมไปกับการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุได้

มาตรการ

1. การทำข้อตกลงระหว่างรัฐบาลไทยกับรัฐบาลของประเทศในยุโรปในการเบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาลที่นักท่องเที่ยวได้รับสวัสดิการจากรัฐได้ในประเทศไทย
2. การส่งเสริม Medical Tourism ให้ประเทศไทยเป็น Medical Hub เช่น การโฆษณาการประชาสัมพันธ์ร่วมกับการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ
3. การเจาะตลาดผ่าน Medical Agent ที่มีความสามารถเป็นตัวกลางระหว่างนักท่องเที่ยวกับโรงพยาบาล
4. การเจาะตลาดนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ผ่านโรงพยาบาล บริษัทประกันสุขภาพ บริษัทประกันชีวิตในต่างประเทศ หรือสินค้าสุขภาพที่ผู้สูงอายุบริโภค
5. การร่วมงานแสดงสินค้าประเภท Health and Wellness ที่จัดให้มีขึ้นในประเทศต่างๆ ทั่วโลก
6. การส่งเสริมการบริการด้าน Health and Wellness เช่น การตรวจร่างกาย การตรวจหัวใจ การทำฟัน โดยการให้โรงพยาบาลไปร่วม Road Show หรือไปร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ

4. นโยบายการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

มาตรการ

1. การเพิ่มการรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและปรับปรุงมาตรฐานความปลอดภัยของการบริการในเมืองท่องเที่ยว เช่น การเพิ่มจำนวนตำรวจท่องเที่ยว การปรับปรุงมาตรฐานของยานพาหนะและผู้ขับขี่รถโดยสาร เรือโดยสาร/นำเที่ยว เป็นต้น
2. การกำหนดมาตรการลงโทษด้านความปลอดภัยและดำเนินการลงโทษอย่างจริงจังแก่ผู้กระทำความผิด เช่น ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวที่ละเลยการรักษาความปลอดภัย เช่น บริการคมนาคมขนส่ง เป็นต้น

3. การรณรงค์ให้เมืองท่องเที่ยวเป็นพื้นที่ที่มีความปลอดภัยโดยเน้นให้ผู้ประกอบการมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวและสังคม และประชาชนในพื้นที่ให้เป็นเจ้าบ้านที่ดีช่วยเหลือและเฝ้าระวัง

4. การจัดทำคู่มือป้องกันอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น การแนะนำและการระวังมิฉะนั้นที่อาจทำให้นักท่องเที่ยวได้รับอันตรายทั้งชีวิตและทรัพย์สินได้

5. นโยบายการพัฒนาและปรับปรุงสภาพแวดล้อมเมืองท่องเที่ยวหลัก

การพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกผู้สูงอายุมีความจำเป็นและรัฐบาลพึงกระทำ เพราะจะเป็นประโยชน์สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุไทยด้วย

มาตรการ

1. พัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกบนถนนหนทางในบริเวณเมือง เช่น การปรับปรุงบาทวิถีให้มีระดับเดียวกัน การสร้างทางลาดชันสำหรับรถเข็น การปรับปรุงความสะอาดของห้องน้ำสาธารณะ การสร้างห้องน้ำสาธารณะสำหรับผู้พิการหรือมีโรคสำหรับผู้สูงอายุ

2. การปรับปรุงความสะอาด บนถนนหนทาง ชายหาด ห้องน้ำสาธารณะ และการลดมลพิษในพื้นที่ท่องเที่ยว

3. การควบคุมดูแลผู้ขายสินค้าบริเวณท้องถนนที่ก่อความรำคาญแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ และกำหนดบทลงโทษให้เหมาะสม

6. นโยบายด้านการปรับปรุงด้านการเดินทางเข้า-ออกและภายในประเทศ

การเดินทางเข้ามาประเทศไทยและเดินทางภายในประเทศยังมีปัญหาอีกหลายประการที่ควรดำเนินการแก้ไข รวมทั้งการส่งเสริมวีซ่าระยะยาวแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ มาตรการสำคัญที่ควรพิจารณาดำเนินการมี ดังนี้

มาตรการ

1. การอำนวยความสะดวกด้านพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและการจัดช่องทางพิเศษเข้า-ออกให้แก่ผู้สูงอายุในบริเวณสนามบิน

2. การอำนวยความสะดวกด้านวีซ่าแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยการยกเว้นวีซ่ากลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุนานกว่า 30 วัน เช่น 90 วัน และการขยายเวลาวีซ่านักท่องเที่ยวสูงอายุนานกว่า 90 วัน เช่น 180 วัน

3. การพัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุในสนามบิน สถานีรถไฟ สถานีขนส่ง และท่าเทียบเรือในเมืองท่องเที่ยวหลัก เช่น จัดให้มีรถบริการผู้สูงอายุ บริการยกกระเป๋า ทางลาดชันสำหรับรถเข็นคนชรา บันไดลดระดับสำหรับคนชราและคนพิการ เป็นต้น

4. การจัดทำข้อมูลรายการราคาค่าโดยสารในเมืองท่องเที่ยวสำหรับรถแท็กซี่ หรือรถโดยสาร เช่น ราคาจากสนามบินไปโรงแรม ราคาจากโรงแรมไปแหล่งท่องเที่ยว
5. การจัดบริการและรายการค่ารถแท็กซี่หรือรถโดยสารท่องเที่ยวแบบเหมารายวัน เพื่อไปแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในพื้นที่
6. การจัดทำแผนที่และข้อมูลเส้นทางรถประจำทางเป็นภาษาอังกฤษสำหรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มาจากและมาซ้ำ
7. การควบคุมการบริการของรถรับจ้างในเมืองท่องเที่ยวไม่ให้หลอกลวงและเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว เช่น การควบคุมราคาค่าโดยสาร เป็นต้น
8. การเพิ่มป้ายบอกทางหลักและป้ายบอกทางรองเป็นภาษาต่างประเทศ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวเองได้สะดวกขึ้น

7. นโยบายด้านการส่งเสริมและสนับสนุนด้านที่พักและแหล่งท่องเที่ยว

รัฐบาลควรพิจารณาจุดใจและส่งเสริมนักท่องเที่ยวสูงอายุในการท่องเที่ยวด้วยการให้ส่วนลดในการใช้บริการต่างๆ ที่จะมีผลดีแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุไทยด้วยเช่นกัน รวมทั้งสนับสนุนธุรกิจที่พักแรม ดังนี้

มาตรการ

1. การให้ส่วนลดหรือราคาพิเศษในการใช้บริการสาธารณะ การเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุทั้งคนไทยและชาวต่างประเทศ เช่น อุทยานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์ เป็นต้น
2. การปรับปรุงที่พักแรมให้รองรับผู้สูงอายุและผู้พิการได้มากขึ้น โดยรัฐบาลช่วยเหลือการลงทุนด้วยการให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ

8. นโยบายการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ

การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวสูงอายุจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและมาซ้ำ และบอกต่อ อันจะส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวไทยในระยะยาว มาตรการที่สำคัญ ได้แก่

มาตรการ

1. การพัฒนาและปรับปรุงภาษาต่างประเทศของมัคคุเทศก์และผู้ให้บริการที่ นอกเหนือจากภาษาอังกฤษ เช่น ภาษาเยอรมัน สเปน ดินเนเวีย ฝรั่งเศส เป็นต้น
2. การปรับปรุงมาตรฐานการรักษาความปลอดภัยบริเวณชายหาด เช่น การจัดเจ้าหน้าที่ประจำชายหาดเพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยวกรณีจมน้ำ การติดตั้งสัญลักษณ์ความปลอดภัยในการลงเล่นน้ำทะเล

3. การจัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีลักษณะเป็น One Stop Service Center ตั้งอยู่ตามเมืองท่องเที่ยวหลักในภูมิภาค เพื่อให้ข้อมูล คำแนะนำ การช่วยเหลือนักท่องเที่ยวสูงอายุ การรักษาความปลอดภัย รวมทั้งการบริการนำเที่ยวโดยมัคคุเทศก์หรือเพื่อนเดินทาง (escort) ที่ถูกต้องตามกฎหมาย

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2550. ร่างแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ.2551-2554 ใน **เอกสารประกอบการสัมมนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยว 28 กันยายน 2550.** กรุงเทพฯ : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- ฐานเศรษฐกิจ (หนังสือพิมพ์). บันทึกวันกับการบินไทยและเคทีซี ฉบับที่ 2302 วันที่ 6 มี.ค. - 8 มี.ค. 2551.
- Anderson, B. and Langmeyer, L. 1982. "The Under-50 and Over-50 Traveler: a Profile of Similarities and Differences", **Journal of Travel Research**, 20 (4), p. 20-24.
- Fleischer, A., and Pizam, A. 2002. "Tourism Constraints among Israeli Seniors", **Annals of Tourism Research**, 29 (1), p. 106-123.
- Hall, C. Mitchael. 2006. 'Demography', **Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools**, edited by Dimitrios Buhalis and Carlos Costa, Elsevier Butterworth-Heinemann, Burlington, p. 9-18.
- Horneman, Louis et al, 2002. "Profiling the Senior Traveler: An Australian Perspective", **Journal of Travel Research**, Vol.41 (1), August, p. 23-38.
- Hsu, C. H. C., 2001. "Importance and Dimensionality of Senior Motorcoach Traveler Choice Attributes", **Journal of Hospitality & Leisure Marketing**, 8 (3/4), p. 51-70.
- Huang, Leo and Tsai, Hsien-Tang. 2003. "The Study of Senior Traveler Behavior in Taiwan", **Tourism Management**, 24, p. 561-574.
- Lindqvist, Lars-Johan and Peter Bjork. 2000. "Perceived Safety as an Important Quality Dimension among Senior Tourists" **Tourism Economics**, Vol.6, No. 2, p. 151-158.
- Lohmann, Martin and Guido Merzbach. 1997. "Senior Citizens' Tourism: A Simple Approach to Determine their Future Travel", **Tourism Review**, Vol. 52 (3), p. 4-12.

- Lohmann, Martin. 2001. "Predicting travel Patterns of Senior Citizens: How the Past May Provide a Key to the Future", **Journal of Vacation Marketing**, Vol. 7, No. 4, p. 357-366.
- Mathieson, M. and Wall, G. 1982. **Tourism: Economic, Physical and Social Impacts**, Longman London.
- Patterson, I. 2002. "Baby Boomers and Adventure Tourism: The Importance of Marketing the Leisure Experience", **World Leisure**, 2, p. 4-10.
- Pearce, Phillips. 1982. **The Social Psychology of Tourist Behavior**, Pergamon, Oxford.
- Sellick, Megan Cleaver and Thomas E. Muller. 2004. "Tourism for the Young-old and Old-old", **New Horizons in Tourism: Strange Experiences and Stranger Practices**, edited by TV Singh, CABI Publishing, Cambridge, p.163-180.
- UNWTO, 2005. **Draft White Paper: a Look into Tourism's Future with the World Tourism Organization**, 21 October 2005.
- UNWTO. 2008. **World Tourism Barometer**. January.
- Zimmer, Zachary, Brayley, Russekk E., Searle, Mark S. 1995. "Whether to Go and Where to Go: Identification of Important Influences on Senior and Decisions to Travel", **Journal of Travel Research**, Vol. 33 (3), p. 3-10.

ภาคผนวก ข. รายนามผู้ให้สัมภาษณ์

รายนามผู้ให้สัมภาษณ์

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

1. คุณมยุรี ทองสงฆ์ หัวหน้ากลุ่มพัฒนามาตรฐานบริการท่องเที่ยว สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
2. คุณสมชัย ไหมจันทร์แดง ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่
3. คุณสิทธิโชค เล็งไพบูลย์ ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
4. คุณธารทิพย์ มีลักษณะ ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

5. คุณมานิต บุญฉิม ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสตอกโฮล์ม
6. คุณเฉลิมศักดิ์ สุรนนท์ ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงใหม่
7. คุณปิ่นนภา เจริญผล ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานประจวบคีรีขันธ์
8. คุณนิติ คงกรุต ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัทยา

สมาคมวิชาชีพ

9. คุณอภิชาติ สังขอารี นายกสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (Association of Thai Travel Agents: ATTA)
10. คุณสุรพงษ์ เตชะหริวิจิตร อุปนายกสมาคมโรงแรมไทย (Thai Hotels Association)
11. คุณศักรินทร์ ช่อใสว ผู้จัดการสมาคมโรงแรมไทย (Thai Hotels Association)
12. คุณเมธี ตันมานะตระกูล นายกสมาคมโรงแรมไทย (ภาคใต้) (Thai Hotels Association, Southern Chapter)
13. คุณ Andrew Jacka นายกสมาคมสปาไทย (Thai Spa Association)

ธุรกิจนำเที่ยว

14. คุณสุรพล พุ่มสะอาด กรรมการผู้จัดการบริษัท Surapontour จำกัด
15. คุณอภิชาติ สังขอารี กรรมการผู้จัดการบริษัท A.E.D. จำกัด
16. คุณธัญญา ไพโรจน์ กรรมการผู้จัดการบริษัท Siam Express จำกัด

17. คุณเอกสิทธิ์ โชติกเสถียร กรรมการผู้จัดการบริษัท Turismo Asia จำกัด
18. คุณปิยวีร์ รื่นจินดา ผู้จัดการบริษัท Books & Travel: Stonewater จำกัด
19. คุณ Francois Quenault กรรมการผู้จัดการบริษัท Trans Travel (Thailand) จำกัด
20. คุณเนตรนภา สุวรรณเลิศ SAGA Representative บริษัท SAGA Holidays จำกัด
21. คุณวรรณทรี นฤภัย SAGA Representative บริษัท SAGA Holidays จำกัด

ธุรกิจโรงแรม

22. คุณประพันธ์ โกฏเพชร ผู้จัดการทั่วไปโรงแรม Imperial Mae Ping เชียงใหม่
23. คุณศิริจันทร์ สะภาภักดิ์ ผู้จัดการทั่วไปโรงแรม Eurasia เชียงใหม่
24. คุณภูริต มาศวงศ์ศา ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป โรงแรม Patong Resort ภูเก็ต
25. คุณศิริพันธ์ ปานชาติ ผู้จัดการฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม โรงแรมกะตะธานี ภูเก็ต
26. คุณณรงค์ เดชไศศาสตร์ ผู้จัดการห้องอาหาร โรงแรม Tropical Garden Resort ภูเก็ต
27. คุณประยุทธ์ ตามธรรม ผู้จัดการทั่วไป โรงแรมมณเฑียร พัทยา ชลบุรี
28. คุณชูเกียรติ ศรีวัจนะพงษ์ ผู้จัดการทั่วไป โรงแรมเอเชีย พัทยา ชลบุรี
29. คุณวิไลพร แวร์นาลด์ ผู้จัดการชาเล่ย์ โรงแรม Regent Chalet Regent Beach Cha-am เพชรบุรี

ธุรกิจโรงพยาบาล

30. น.พ.นิธิวัฒน์ กิจศรีอุไร รองผู้อำนวยการโรงพยาบาลสมิติเวช สุขุมวิท กรุงเทพฯ
31. คุณ Kenneth Mays ผู้จัดการฝ่ายการตลาด โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ กรุงเทพฯ
32. คุณดวงใจ เทพวรรณ ผู้จัดการแผนกลูกค้าสัมพันธ์ โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม เชียงใหม่
33. คุณอนุรักษ ธารศิริโรจน์ กรรมการผู้จัดการ โรงพยาบาลศิริโรจน์ (Phuket International Hospital) ภูเก็ต
34. คุณนรินทร์ ศิริสัมพันธ์ ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ โรงพยาบาลกรุงเทพพัทยา ชลบุรี

ธุรกิจสปา

35. คุณวัชรภรณ์ บุญส่ง ผู้ช่วยผู้จัดการสปา บริษัท อิมพีเรียล เฮลท์ แอนด์ สปา จำกัด เชียงใหม่
36. คุณ Ana Maria Tavares ผู้จัดการทั่วไป บริษัท Six Senses Destination Spa จำกัด ภูเก็ต
37. คุณจอมขวัญ พูแสง ผู้จัดการสปา บริษัท Zphora จำกัด พัทยา ชลบุรี

ภาคผนวก ค. แบบสอบถามภาษาอังกฤษ

Senior Tourist Questionnaire (Above 55 years of age)

The objective of the questionnaire is to survey tourist behavior and travel needs of senior tourists from Europe.

All information will be treated confidently.

The questionnaire consists of 6 parts.

Section I: Respondent Profile

1. **Gender** ☐ Male ☐ Female
2. **Age** ☐ 55-59 ☐ 60-64 ☐ 65 and older
3. **Education** ☐ Elementary school ☐ High school
 ☐ Technical/vocational school ☐ College/university degree ☐ Graduate degree
4. **Marital status** ☐ Single ☐ Married ☐ Widowed ☐ Divorced
5. **Health status** ☐ Excellent ☐ Good ☐ Fair ☐ Poor
6. **Employment** ☐ Work full-time ☐ Work part-time
 ☐ Retired more than 1 year ☐ Retired 1 year or less ☐ Unemployed
7. **Economic status** ☐ Very abundant ☐ Abundant
 ☐ Enough ☐ A little difficult
8. **Income source** ☐ Pension ☐ Work/own savings
 ☐ Children's support ☐ Relatives or friend's support ☐ Social benefits
9. **Hobbies and interests** (can answer more than one)
 ☐ Reading ☐ Watching TV ☐ Planting ☐ Listening to music
 ☐ Travel ☐ Sporting ☐ Watching movie
10. **Nationality**

Section II: Travel Behavior and Trip Characteristics

Instruction: Please choose the most appropriate answer and mark (✓) in the ☐ of each question.

1. How many times have you visited Thailand?
 ☐ First time ☐ 2-3 times ☐ 4 times or more
2. How many days do you plan to stay in Thailand?
 ☐ Below 5 days ☐ 6-8 days ☐ 9-11 days
 ☐ 12-14 days ☐ 15 days or more

3. How did you arrange your trip to Thailand?
 - ☐ By yourself independently
 - ☐ Buy package tours (including transportation and accommodation)
 - ☐ Buy all-inclusive package tours
 - ☐ Travel with a tour company (FIT)
4. Who travels with you on this trip to Thailand?
 - ☐ Travel alone ☐ My spouse/couple ☐ My friends
 - ☐ My relatives ☐ My children ☐ Other, plse specify.....
5. Which part of Thailand do you plan to visit? (can answer more than one)
 - ☐ Bangkok ☐ Pattaya ☐ Chiang Mai ☐ Phuket
 - ☐ Ayuttaya ☐ Kanchanaburi ☐ Hua-Hin
 - ☐ Other, please specify
6. What are the major reasons to visit Thailand? (can answer more than one)
 - ☐ Friendly people ☐ Beautiful nature ☐ Cultural and historical attractions
 - ☐ Variety of attractions ☐ Shopping paradise ☐ Good food and beverage
 - ☐ Value for money ☐ Tropical climate ☐ Quality services & facilities
 - ☐ Sports activities ☐ Safety ☐ Other, please specify.....
7. What is the major activity that you wish to do in Thailand? (can answer more than one)
 - ☐ Leisure/Sightseeing ☐ shopping ☐ Medical treatment
 - ☐ Health treatment ☐ Spa treatment ☐ Aesthetic treatment
 - ☐ Sports ☐ Visit natural sites/resorts ☐ Social activities
 - ☐ Visit festivals or special events ☐ Visit historical/cultural places
8. What type of hotel do you prefer to stay in Thailand?
 - ☐ Luxury hotel (5-star) ☐ First class hotel (4-star)
 - ☐ Budget hotel (3-star) ☐ Service apartment
 - ☐ Friends/relatives' house ☐ Other, please specify

9. Which mode of transport do you prefer to travel around Thailand?
☐ Coach ☐ Rail ☐ Ferry ☐ Car ☐ Bus
☐ Airplane ☐ Other, please specify
10. What is the major source of information motivating you to travel to Thailand? (can answer more than one)
☐ Travel agent/ tour company ☐ Friends and family
☐ Media (TV, magazines, brochures, newspaper) ☐ Travel books
☐ Thailand Tourism Offices ☐ Internet ☐ Other, please specify.....
11. Please estimate your daily expenditure in Thailand?
☐ Below US\$ 100 ☐ US\$ 100-120 ☐ US\$ 120-140
☐ US\$ 140-160 ☐ US\$ 160-180 ☐ Over US\$ 180
12. When do you prefer to visit Thailand? (can answer more than one)
☐ January ☐ February ☐ March ☐ April
☐ May ☐ June ☐ July ☐ August
☐ September ☐ October ☐ November ☐ December
☐ Any month
13. Besides Thailand, where in Southeast Asia would you like to visit? (can answer more than one)
☐ Malaysia ☐ Indonesia ☐ Philippines ☐ Singapore
☐ Vietnam ☐ Cambodia ☐ Laos ☐ Other, please specify
14. Will you revisit Thailand in the future?
☐ Yes, please continue to question 15 ☐ No
15. When will you revisit Thailand?
☐ This year ☐ Next year ☐ Next 2-3 years
☐ Next 3-4 years ☐ After 4 years

Section III: Travel motivation needs

Please choose the most appropriate level of opinion and mark (✓) in each question on the right column.

Opinion scale: 1 = Strongly disagree 2 = Disagree 3 = neither agree or disagree
4 = agree 5 = strongly agree

Motivation Needs	Opinion Scale				
	1	2	3	4	5
1. To escape from day-by-day activities					
2. To get away from stress					
3. To rest and relaxation					
4. To improve health and well-being					
5. To exercise physically					
6. To visit family and friends					
7. To meet people and socialization					
8. To take challenge/to experience an adventure					
9. To visit new places					
10. To learn and experience new things					
11. To seek intellectual enrichment					

Section IV: Travel Requirements of Thailand's Tourism Components

Please choose the most appropriate level of importance of travel requirements of Thailand's tourism components and mark (✓) in each question on the right column.

Importance scale: 1 = Very unimportant 2 = Unimportant

3 = Neither important nor unimportant 4 = important 5 = Very important

Components	Importance Scale				
	1	2	3	4	5
1. Location of accommodation					
2. Price of inclusive packages/hotels					
3. Hotel accessibility and disability features, i.e. entrance ramp, bath benches/hand rails					
4. Variety and suitability of food and beverage					
5. Easy accessibility to destination					
6. Local transportation					
7. Convenient immigration and customs procedure					
8. Natural attractions					
9. Historical attractions					
10. Cultural attractions					
11. Special events and festivals					
12. Service quality of travel agent					
13. Service quality of tour leader and tour guide					
14. Leisure activities, i.e. cooking class					
15. Availability of medical facilities					
16. Infrastructure					
17. Safety of destination					

Section V: Capability to Satisfy Travel Requirements of Destination Components

Please choose the most appropriate level of travel satisfaction towards Thailand's tourism components and mark (✓) in each question on the right column.

Satisfaction scale: 1 = Very dissatisfied 2 = Dissatisfied

3 = Neither satisfied nor dissatisfied 4 = Satisfied 5 = Very Satisfied

tributes	Satisfaction Scale				
	1	2	3	4	5
1. Location of accommodation					
2. Price of inclusive packages/hotels					
3. Hotel accessibility and disability features, i.e. entrance ramp, bath benches/hand rails					
4. Variety and suitability of food and beverage					
5. Easy accessibility to destination					
6. Local transportation					
7. Convenient immigration and customs procedure					
8. Natural attractions					
9. Historical attractions					
10. Cultural attractions					
11. Special events and festivals					
12. Service quality of travel agent					
13. Service quality of tour leader and tour guide					
14. Leisure activities, i.e. cooking class					
15. Availability of medical facilities					
16. Infrastructure					
17. Safety of destination					

Section VI: Open-ended question

Please suggest us how to satisfy your travel needs and increase your travel satisfaction to Thailand.

Thank you very much for your kind assistance

ภาคผนวก ข. แบบสอบถามภาษาฝรั่งเศส

Questionnaire pour les touristes âgés de plus de 55 ans

L'objectif de ce questionnaire est d'observer les comportements et les besoins des touristes âgés de plus de 55 ans venant de l'Europe.

Toute information sera traitée comme étant confidentielle.

Ce questionnaire comprend 6 parties.

Partie I: Votre profil

1. **Sexe** ☐ Masculin ☐ Féminin
2. **Age** ☐ 55-59 ☐ 60-64 ☐ 65 ans et plus
3. **Niveau d'Etude/d'éducation** ☐ Ecole primaire ☐ Ecole secondaire
☐ Ecole technique ☐ Diplôme universitaire ☐ Diplôme d'état
4. **Situation familiale** ☐ Célibataire ☐ Marié ☐ Veuf(ve) ☐ Divorcé(e)
5. **Etat de santé** ☐ Excellent ☐ Bon ☐ Moyen ☐ Mauvais
6. **Emploi** ☐ Travail à plein temps ☐ Travail à temps partiel
☐ Retraité de plus d'un an ☐ Retraité d'un an ou moins ☐ Sans emploi
7. **Situation financière** ☐ Très fourni ☐ Fourni ☐ Suffisamment
☐ Un peu difficile
8. **Source de revenus** ☐ Pension ☐ Epargne personnelle
☐ Soutien des enfants ☐ Soutien de la famille ou des amis
☐ Aides sociales
9. **Passe-temps** (plusieurs réponses possibles) ☐ Lire ☐ Regarder la télé
☐ Jardiner ☐ Ecouter de la musique ☐ Voyager ☐ Faire du sport
☐ Voir des films ☐ Autres, précisez
10. **Nationalité**

Partie II: Comportements et caractéristiques du voyage

Consigne: Choisissez la réponse qui vous convient le plus et mettez une croix dans le ☐ de chaque question.

1. Combien de fois avez-vous visité la Thaïlande ?
☐ Première fois ☐ 2-3 fois ☐ 4 fois ou plus

2. Combien de temps planifiez-vous de séjourner en Thaïlande?
 - ☐ Moins de 5 jours ☐ 6-8 jours ☐ 9-11 jours
 - ☐ 12-14 jours ☐ 15 jours ou plus
3. Comment préparez-vous votre voyage en Thaïlande?
 - ☐ Par moi-même indépendamment
 - ☐ Acheter un voyage organisé par un tour-opérateur
(le transport et l'hébergement y sont compris)
 - ☐ Acheter un voyage forfaitaire
 - ☐ Participez au voyage entièrement organisé (par un tour-opérateur)
4. Avec qui voyagez-vous en Thaïlande?
 - ☐ Seul/seule ☐ Mon époux/épouse ☐ Mes amis
 - ☐ Mes cousins ☐ Mes enfants ☐ Autres, précisez.....
5. Dans quelle partie en Thaïlande envisagez-vous de visiter?
(plusieurs réponses possibles)
 - ☐ Bangkok ☐ Pattaya ☐ Chiang Mai
 - ☐ Phuket ☐ Ayutthaya ☐ Kanchanaburi
 - ☐ Hua-Hin ☐ Autres, précisez.....
6. Quel est votre raison principale du voyage en Thaïlande?
(plusieurs réponses possibles)
 - ☐ Gens sympathiques ☐ Belle nature ☐ Sites historique et lieux culturels
 - ☐ Variété d'attractions touristiques ☐ Paradis du shopping
 - ☐ Nourriture et boisson de bonne qualité ☐ Prix raisonnable
 - ☐ Climat tropical ☐ Services et équipements de qualité
 - ☐ Activités sportives ☐ Sécurité ☐ Autres, précisez.....
7. Quelle est l'activité principale que vous souhaitez faire en Thaïlande?
(plusieurs réponses possibles)
 - ☐ Loisirs/Visite des villes et des villages ☐ Shopping
 - ☐ Traitement médical ☐ Traitement de la santé
 - ☐ Traitement du bien-être/spa ☐ Traitement esthétique
 - ☐ Visite des sites naturels /stations balnéaires
 - ☐ Activités sociales/humanitaires ☐ Visite des festivals ou des événements spéciaux
 - ☐ Visite des sites historiques/culturels ☐ Sports

8. Quel type d'hôtel préférez-vous séjourner en Thaïlande?
- ☐ Hôtel de grand luxe (5 étoiles) ☐ Hôtel de première classe (4 étoiles)
- ☐ Hôtel trois étoile ☐ Résidence hôtelière/condominium
- ☐ Maison des amis/de la famille ☐ Autres, précisez
9. Quel type de transport préférez-vous vous déplacez en Thaïlande?
- ☐ Car ☐ Train ☐ Bateau ☐ Voiture ☐ Bus ☐ Avion
10. Quelle source d'information vous donne la motivation de voyager en Thaïlande? (plusieurs réponses possibles)
- ☐ Agence de voyages/ tour-opérateur ☐ Amis et famille
- ☐ Presse (télé, magazines, dépliants, journaux) ☐ Guides de voyage
- ☐ Office National du Tourisme de Thaïlande ☐ Internet
11. Combien dépensez-vous généralement par jour en cours de votre voyage en Thaïlande?
- ☐ Moins de US\$ 100 ☐ US\$ 100-120 ☐ US\$ 120-140
- ☐ US\$ 140-160 ☐ US\$ 160-180 ☐ US\$ 180 et plus
12. Quand préférez-vous visiter la Thaïlande? (plusieurs réponses possibles)
- ☐ janvier ☐ février ☐ mars ☐ avril
- ☐ mai ☐ juin ☐ juillet ☐ août
- ☐ septembre ☐ octobre ☐ novembre ☐ décembre
- ☐ peu importe le mois
13. A part la Thaïlande, quel pays de l'Asie du Sud-Est désirez-vous visiter? (plusieurs réponses possibles)
- ☐ Malaisie ☐ Indonésie ☐ Les Philippines ☐ Singapour
- ☐ Autres, précisez
14. Pensez-vous de revenir en Thaïlande?
- ☐ Oui, continuez à la question 15 ☐ Non
15. Quand revenez-vous en Thaïlande?
- ☐ Cette Année ☐ Année prochaine ☐ Dans 2-3 ans
- ☐ Dans 3-4 ans ☐ Après 4 ans

Partie III: Motivations et besoins du voyage

Choisissez le niveau d'opinion le plus approprié et cochez (✓) chaque question dans la colonne à droite.

Echelle d'opinion: 1 = Pas du tout d'accord 2 = Pas d'accord

3 = Ni d'accord ni pas d'accord 4 = D'accord 5 = Tout à fait d'accord

Besoins	Echelle d'opinion				
	1	2	3	4	5
1. Pour s'échapper des activités quotidiennes					
2. Pour s'échapper du stress					
3. Pour se reposer et se décontracter					
4. Pour améliorer la santé et le bien-être					
5. Pour faire de l'exercice					
6. Pour visiter la famille et des amis					
7. Pour rencontrer les gens					
8. Pour relever un défi/pour connaître une aventure					
9. Pour visiter de nouveaux endroits					
10. Pour apprendre de nouvelles choses					
11. Pour chercher de l'enrichissement intellectuel					

Partie IV: Besoins du voyage selon des attributs des destinations

Choisissez le niveau de l'importance des besoins du voyage des attributs du tourisme de la Thaïlande le plus approprié et cochez (✓) chaque question dans la colonne à droite.

Echelle d'importance: 1 = Sans importance du tout 2 = Presque importance

3 = Ni important ni sans important 4 = Important 5 = Très important

Attributs	Echelle d'importance				
	1	2	3	4	5
1. Endroit du logement					
2. Prix forfaitaire/des hôtels					
3. Accès de l'hôtel et des appareils pour les handicapés, i.e. des rampes d'accès, des bancs des baignoires/des rampes					
4. Variété et conformité de la nourriture et des boissons					
5. Facilité d'accès de la destination					
6. Transportation locale					
7. Immigration facile et aussi le procès de douane					
8. Attractions naturelles					

Attributs	Echelle d'importance				
	1	2	3	4	5
9. Attractions historiques					
10. Attractions culturelles					
11. Evénements spéciaux et festivals					
12. Qualité du service de l'agence de voyages					
13. Qualité du service de tour leader et du guide accompagnateur					
14. Activités de loisirs, i.e. le cours de cuisine					
15. Disponibilité des équipements médicaux					
16. Infrastructure					
17. Sécurité de la destination					

Partie V: Satisfaction du voyage selon des attributs des destinations

Choisissez le niveau de satisfaction de performance de voyages envers des attributs du tourisme de la Thaïlande le plus approprié et cochez chaque question dans la colonne à droite.

Echelle de satisfaction: 1 = Très insatisfait 2 = Insatisfait
3 = Ni satisfait ni insatisfait 4 = Satisfait 5 = Très satisfait

Attributs	Echelle de satisfaction				
	1	2	3	4	5
1. Endroit du logement					
2. Prix forfaitaire/des hôtels					
3. Accès de l'hôtel et des appareils pour les handicapés, i.e. des rampes d'accès, des bancs des baignoires/des rampes					
4. Variété et conformité de la nourriture et des poissons					
5. Facilité d'accès de la destination					
6. Transportation locale					
7. Immigration facile et aussi le procès de douane					
8. Attractions naturelles					
9. Attractions historiques					
10. Attractions culturelles					
11. Evénements spéciaux et festivals					
12. Qualité du service de l'agence de voyages					
13. Qualité du service de tour leader et du guide accompagnateur					
14. Activités de loisirs, i.e. le cours de cuisine					
15. Disponibilité des équipements médicaux					
16. Infrastructure					
17. Sécurité de la destination					

Partie VI: Question ouverte

Suggérez-nous comment on peut satisfaire vos besoins de voyage et augmenter votre satisfaction pendant votre voyage en Thaïlande.

Merci beaucoup pour votre collaboration

**ภาคผนวก ง. ตารางสรุปเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ และกิจกรรม
ที่ดำเนินมา และผลที่ได้รับตลอดโครงการ**

**ตารางสรุปเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ และกิจกรรมที่
ดำเนินมา และผลที่ได้รับตลอดโครงการ**

วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับตามสัญญา	ผลที่ได้รับจริง
1. ศึกษาสภาพการ ท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ต่างประเทศใน ประเทศไทย	สภาพการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ต่างประเทศในประเทศไทย	สภาพการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ต่างประเทศในประเทศไทย
2. ศึกษาวิเคราะห์ พฤติกรรม การ ท่องเที่ยว แรงจูงใจ และความต้องการของ นักท่องเที่ยวสูงอายุ ต่อองค์ประกอบ ทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน	พฤติกรรมการท่องเที่ยว แรงจูงใจ และ ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ในกรุงเทพมหานคร ภาคกลาง และภาคเหนือ ภาคใต้ และภาค ตะวันออก	พฤติกรรมการท่องเที่ยว แรงจูงใจ และความต้องการของนักท่องเที่ยว สูงอายุต่อองค์ประกอบทางการ ท่องเที่ยว 5 ด้าน ในกรุงเทพมหานคร ภาคกลาง และภาคเหนือ ภาคใต้ และ ภาคตะวันออก
3. ศึกษาวิเคราะห์ ความสามารถของ ประเทศไทยในการ ตอบสนองความ ต้องการของ นักท่องเที่ยวสูงอายุ จากทวีปยุโรปต่อ องค์ประกอบทางการ ท่องเที่ยว 5 ด้าน	ความสามารถของประเทศไทยในการ ตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปต่อ องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ในกรุงเทพ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออก	ความสามารถของประเทศไทยในการ ตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปต่อ องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ในกรุงเทพ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออก
4. เสนอแนะแนวทางเชิง นโยบายและมาตรการ ในการส่งเสริมการ ท่องเที่ยวผู้สูงอายุจาก ทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย	แนวทางหรือข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย และมาตรการในการส่งเสริมการ ท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ ประเทศไทย	แนวทางหรือข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย และมาตรการในการส่งเสริมการ ท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ ประเทศไทย

ภาคผนวก จ. กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้ประโยชน์

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้ประโยชน์

1. นำเสนอผลการวิจัยในงานแถลงข่าวสรุปผลการวิจัยชุดโครงการ “วาระแห่งชาติเพื่อการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ปี 2551” วันที่ 8 ธันวาคม 2552
2. ส่งผลการวิจัยให้แก่ฝ่ายส่งเสริมสินค้าการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
3. นำเสนอผลงานวิจัยในการประชุมสัมมนาทางวิชาการระดับชาติและระดับนานาชาติ
4. ส่งผลงานวิจัยให้แก่สำนักพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
5. ส่งผลงานวิจัยให้แก่ห้องสมุดของมหาวิทยาลัยที่มีการจัดการเรียนการสอนสาขาวิชาการท่องเที่ยว

ภาคผนวก จ. บริษัท ไทยจัดการอสังหาริมทรัพย์ จำกัด
(Thai Longstay Management Company Limited)

บริษัท ไทยจัดการท่องเที่ยว จำกัด

1. นโยบายการจัดตั้ง

ด้วยรัฐบาลมีนโยบายเร่งด่วนในการฟื้นความเชื่อมั่นด้านการลงทุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยประกาศให้ปี พ.ศ. 2551 – 2552 เป็นปีแห่งการลงทุน และปีแห่งการท่องเที่ยว และมีนโยบายปรับโครงสร้างภาคการท่องเที่ยวและบริการ โดยการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มดูแลสุขภาพ ประกอบกับคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 26 มิถุนายน 2544 เห็นชอบโครงการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวพำนักระยะยาว เพื่อดำเนินการส่งเสริมและขยายกลุ่มตลาดให้ครอบคลุมถึงนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการเดินทางเข้ามาพำนักในประเทศไทยระยะยาวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะเกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติทางด้านการรายได้เงินตราต่างประเทศ รวมทั้งเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งและกระตุ้นการตื่นตัวทางเศรษฐกิจ การขยายตัวของภาคการผลิต และภาคการบริการ ในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น อุตสาหกรรมอาหาร ธุรกิจบริการที่พัก ธุรกิจบริการด้านสุขภาพ และจะก่อให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพ สร้างรายได้ เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น และเพื่อให้การดำเนินงานตามโครงการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวพำนักระยะยาวเป็นไปด้วยความเรียบร้อย และมีประสิทธิภาพ คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2544 เห็นชอบในหลักการจัดตั้งบริษัท ไทยจัดการท่องเที่ยว จำกัด คณะรัฐมนตรี มีมติลงวันที่ 25 ธันวาคม 2544 อนุมัติให้จัดตั้งบริษัท ไทยจัดการท่องเที่ยว จำกัด มีทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาท โดยมีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นผู้ถือหุ้น ร้อยละ 30 และผู้ประกอบการภาคเอกชนทั้งไทยและต่างประเทศ ร้อยละ 70 (รวมผู้ถือหุ้นทั้งหมด จำนวน 92 ราย) เพื่อดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวพำนักระยะยาวตามนโยบายของรัฐบาล

การประชุมคณะกรรมการ ททท. เมื่อวันที่ 28 มกราคม 2545 ได้อนุมัติจัดทำโครงการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay) และให้ ททท. ชื้อหุ้น จำนวน 300,000 หุ้น และชำระค่าหุ้นงวดแรก 25% เป็นเงิน 7,500,000 บาท

เมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2548 ททท. ชำระค่าหุ้นงวดที่สอง 25% เป็นจำนวนเงิน 7,500,000 บาท รวมเป็นเงิน 15,000,000 บาท

เมื่อวันที่ 4 มกราคม 2549 ททท. ชำระค่าหุ้นงวดที่สาม 25% เป็นจำนวนเงิน 7,500,000 บาท รวมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยชำระค่าหุ้นทั้งสิ้น 75% ของมูลค่าหุ้นที่ ททท. ถืออยู่ คิดเป็น 22,500,000 บาท

ปี 2551 ททท. ชำระค่าหุ้นงวดที่สี่ 25% เป็นจำนวนเงิน 7,500,000 บาท รวม ททท. ชำระค่าหุ้น 100% เป็นเงิน 30,000,000 บาท ซึ่งได้ชำระครบถ้วนแล้ว

2. วัตถุประสงค์

- (1) เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นที่พำนักระยะยาวของนักท่องเที่ยวที่มีกำลังการใช้จ่ายสูง
- (2) เพื่อนำเงินตราต่างประเทศเข้าเสริมสร้างความแข็งแกร่งของเศรษฐกิจไทย
- (3) เพื่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ในภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการที่เกี่ยวข้อง อันจะทำให้เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย
- (4) เพื่อขยายกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
- (5) เพื่อส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ทางเลือกอื่นนอกเหนือจากพื้นที่ท่องเที่ยวหลัก
- (6) เพื่อบริหารจัดการธุรกิจทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทย
- (7) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการรองรับโครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวแห่งชาติ โดยให้ผู้ประกอบกิจการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวสามารถให้บริการและดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวได้อย่างครบวงจรมีมาตรฐานและมีคุณภาพตามความต้องการของกลุ่มตลาดเป้าหมาย

3. กลุ่มเป้าหมาย

- 1) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่อายุตั้งแต่ 50 – 70 ปี
- 2) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่มีความประสงค์จะซื้อคอนโดมิเนียม หรือเช่าบ้านพร้อมที่ดินไว้เป็นบ้านพักตากอากาศ ในขณะที่เดินทางมาพักอาศัยเป็นการส่วนตัวในประเทศไทย (Long Stay)

4. บัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้น

ในปัจจุบันบริษัท ไทยจัดการท่องเที่ยว จำกัด มีผู้ถือหุ้นแยกเป็น

- ภาครัฐบาลโดย ททท. 30% **ชำระค่าหุ้นครบถ้วนแล้ว**
- ภาคเอกชนต่างประเทศ 10%
- ภาคเอกชนไทย
- ท่องเที่ยว 12.2
- ทัวไป 2.38
- อื่นๆ 45.12

ณ วันที่ 9 เมษายน 2551- 7 กันยายน 2552 มีผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น จำนวน 92 ราย โดยมีรายชื่อผู้ถือหุ้น 6 อันดับแรก ดังนี้

ลำดับที่ 1 ททท. ถือหุ้น ร้อยละ 30

ลำดับที่ 2 มีจำนวน 4 ราย ถือหุ้นร้อยละ 10 ได้แก่

- บริษัท ไทย ลงสเตย์ พร็อพเพอร์ตี้ หัวหิน จำกัด
- บริษัท ไทย ลงสเตย์ พร็อพเพอร์ตี้ กรุงเทพ จำกัด
- บริษัท ไทย ลงสเตย์ พร็อพเพอร์ตี้ ภูเก็ต จำกัด
- บริษัท ไทย ลงสเตย์ พร็อพเพอร์ตี้ สมุย จำกัด

ลำดับที่ 3 กองทุนรวมเพื่อร่วมลงทุนในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ถือหุ้นร้อยละ 7.5

ลำดับที่ 4 บริษัท บริษัท ไทย ลงสเตย์ พร็อพเพอร์ตี้ พัทยา จำกัด
ถือหุ้นร้อยละ 6

ลำดับที่ 5 ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 5

ลำดับที่ 6 อื่นๆ ได้แก่ ภาคเอกชนไทย ท่องเที่ยว ทั่วไป

5. คณะกรรมการบริหาร

ผู้ถือหุ้น (ณ วันที่ 7 กันยายน 2552) ได้แต่งตั้งคณะกรรมการบริษัท รวม 10 คน โดยมีรายชื่อคณะกรรมการบริษัท ฯ ชุดปัจจุบัน ดังนี้

(1) คุณหญิงสุภรณ์ วิจิตรานุช	ประธานกรรมการ
(2) พลตำรวจเอกยงยุทธ เทพจำนงค์	รองประธานกรรมการ
(3) พันตำรวจเอกกรมนคร ทับทิมธงไชย	รองประธานกรรมการ
(4) นายอักษพล พฤษะวัน	กรรมการ (ผู้แทน ททท.)
(5) นางพรทิพย์ อ่อนนุ่ม	กรรมการ (ผู้แทน ททท.)
(6) นายแพทย์ไศล สุขพันธ์โพธาราม	กรรมการ
(7) นางสุภาวดี ทับทิมธงไชย	กรรมการ
(8) นางสาวรัชดาภรณ์ ศรีปะโค	กรรมการ
(9) นางปิยาพัชร สุบรรณ ณ อยุธยา	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร/เลขานุการ

หมายเหตุ กรรมการบริษัทฯ ว่าง 1 ตำแหน่ง เนื่องจากนายภราเดช พยัฆวิเชียร ที่ปรึกษา
ระดับ 11 ลาออก ขณะนี้อยู่ระหว่างสรรหาผู้แทนจาก ททท.

6. สมาชิกและสิทธิประโยชน์

(1) บัตรสมาชิก Privilege Card แบ่งออกเป็น 4 ประเภท

- **สมาชิกประเภท Diamond Property** 50,000 บาท/ท่าน มีอายุ 1 ปี
 - บริการจัดเตรียมเอกสาร และประสานงานในการซื้อหรือเช่าอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย
 - บริการจัดเตรียมเอกสาร และประสานงานในการซื้อรถยนต์
 - รับส่วนลด 1 – 3% จากเจ้าของโครงการอสังหาริมทรัพย์
 - รับส่วนลดราคารถยนต์จาก TOYOTA และ ISUZU
 - สิทธิประโยชน์ด้านวีซ่า ใบขับขี่ไทย และอื่นๆ เช่นเดียวกันกับบัตรสมาชิก

ประเภท Platinum

- **สมาชิกประเภทแพลตตินั่ม** 28,000 บาท/ท่าน มีอายุ 1 ปี
 - วีซ่าเกษียณอายุ 1 ปี และสิทธิในการเดินทางเข้าออกประเทศไทยได้หลายครั้ง
 - ใช้บริการ Fast Track ที่สนามบินสุวรรณภูมิได้ตลอดทั้งปี
 - บริการประสานงาน ติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานราชการไทย
 - บริการเปลี่ยนใบขับขี่ท้องถิ่นต่างชาติเป็นใบขับขี่ไทย
 - ส่วนลดค่ารักษาพยาบาลจากโรงพยาบาลกรุงเทพ 10,300 บาท
 - ส่วนลดจากศูนย์การค้า โรงแรม สนามกอล์ฟ สปา ร้านอาหารที่เข้าร่วม

โครงการกว่า 50%

- **สมาชิกประเภทโกลด์** 20,000 บาท/ท่าน มีอายุ 1 ปี
 - วีซ่าเกษียณอายุ 1 ปี และสิทธิในการเดินทางเข้า-ออกประเทศไทยได้ 1 ครั้ง
 - ใช้บริการ Fast Track ที่สนามบินสุวรรณภูมิได้ตลอดทั้งปี
 - บริการประสานงาน ติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานราชการไทย
 - บริการเปลี่ยนใบขับขี่ท้องถิ่นต่างชาติเป็นใบขับขี่ไทย
 - ส่วนลดค่ารักษาพยาบาลจากโรงพยาบาลกรุงเทพ 10,300 บาท
 - ส่วนลดจากศูนย์การค้า โรงแรม สนามกอล์ฟ สปา ร้านอาหารที่เข้าร่วมโครงการกว่า 50%

- **สมาชิกประเภทซิลเวอร์** 12,000 บาท/ท่าน มีอายุ 1 ปี
 - ให้คำปรึกษาการขอวีซ่าเกษียณอายุ และช่วยจัดโปรแกรม Long stay

Explore Visit

- ใช้บริการ Fast Track ที่สนามบินสุวรรณภูมิได้ 1 ครั้ง

- บริการประสานงาน ติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานราชการไทย
- บริการเปลี่ยนใบขับขี่ท้องถิ่นต่างชาติเป็นใบขับขี่ไทย
- ส่วนลดค่ารักษาพยาบาลจากโรงพยาบาลกรุงเทพ 5,400 บาท
- ส่วนลดจากศูนย์การค้า โรงแรม สนามกอล์ฟ สปา ร้านอาหารที่เข้าร่วม

โครงการ กว่า 50%

(2) คุณสมบัติของสมาชิก

- ต้องเป็นบุคคลที่มีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์การมีสิทธิอยู่ในประเทศไทยตามกฎหมายการตรวจคนเข้าเมือง และบริษัทมีการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐในการตรวจสอบคุณสมบัติ

7. รูปแบบการขาย

(1) บริษัทร่วมมือกับ VISA International โดยการประชาสัมพันธ์การให้บริการและสมัครเป็นสมาชิกของบริษัทไปยังสมาชิกบัตร VISA

(2) ร่วมมือกับพันธมิตรซึ่งทำธุรกิจด้านการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวเป็นตัวแทนในการจำหน่ายบัตรสมาชิกให้กับนักท่องเที่ยว

(3) นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจและประสงค์จะสมัครเป็นสมาชิกของบริษัท โดยการสมัครผ่านเว็บไซต์ www.thailongstay.co.th

8. ระบบการจำหน่าย

(1) จำหน่ายผ่าน Agency ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น Abercrombie & Kent (A&K), Club Thailand, NC Medicare

(2) ลงโฆษณาผ่านเว็บไซต์และหนังสือพิมพ์ Bangkok Post

(3) แลก Web Banner กับ Partner

(4) ผ่านการพูดปากต่อปากของลูกค้าจากความประทับใจในบริการที่ดี (Buzz Strategy)

9. จำนวนสมาชิก

จำนวนสมาชิก ณ วันที่ 1 มกราคม - 31 สิงหาคม 2552 มีสมาชิกรวม 72 คน ดังนี้

สมาชิกประเภท	ราคาบัตร (บาท / คน)	จำนวนสมาชิก (คน)
1. Diamond Property	50,000	-
2. Platinum	28,000	43
3. Gold	20,000	4
4. Silver	12,000	25

บริษัทฯ จะใช้แผนการดำเนินงานเดิมของปี 2551 และจะมีการจัดจำหน่ายบัตรสมาชิกเพิ่มเติมจากเดิม คือ บัตรสมาชิกประเภท Diamond Property ราคา 50,000 บาท/ปี ซึ่งจะได้รับสิทธิประโยชน์ต่างๆ เช่น การบริการจัดเตรียมเอกสาร และประสานงานในการซื้อหรือเช่าอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยและซื้อรถยนต์ / ได้รับส่วนลด 1-3% จากเจ้าของโครงการอสังหาริมทรัพย์บริการจัดเตรียมเอกสาร / สิทธิประโยชน์ด้านอื่นๆ ไปในปี

10. ผลประกอบการ

บริษัทฯ มีผลประกอบการของเดือนมกราคม – กรกฎาคม 2552 ดังนี้

(1) บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงาน จำนวน 3,705,026.25 บาท มีค่าใช้จ่ายรวม จำนวน 4,332,236.29 บาท และมีผลประกอบกิจการขาดทุนสุทธิ จำนวน 627,210.04 บาท ดังนี้

รายการ	ปี 2552 (ณ วันที่ 1 มกราคม – 31 กรกฎาคม)
รายได้รวม	3,705,026.25
ค่าใช้จ่ายรวม	4,332,236.29
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	(627,210.04)

(2) บริษัทฯ มีผลประกอบการตั้งแต่เริ่มดำเนินการ ปี 2545 – 2551 ดังนี้

ปี	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	กำไร (ขาดทุน) สะสม
2545	(3,138,760.62)	(3,138,760.62)
2546	(7,770,557.21)	(10,909,317.83)
2547	(6,139,358.46)	(17,048,676.29)
2548	(19,013,577.31)	(36,062,253.60)
2549	(28,400,326.22)	(64,462,579.82)
2550	(17,172,436.06)	(81,635,015.88)
2551	11,902,824.34	(69,732,191.54)

บริษัทฯ มีผลการดำเนินงานขาดทุนสุทธิอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2545 – 2550 เป็นเงิน 81,635,015.88 บาท แต่ในปี 2551 บริษัทฯ สามารถทำกำไรจากการดำเนินงาน เป็นเงิน 11,902,824.34 บาท ทำให้มีผลการดำเนินงานขาดทุนสะสมทั้งสิ้น 69,732,191.54 บาท

11. ปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงานของบริษัท ไทยจัดการลงสเดย์ จำกัด

- 1) เนื่องจากผลกระทบจากภาวะวิกฤตของโลก
- 2) สภาพเศรษฐกิจของประเทศไทยมีแนวโน้มชะลอตัวลง
- 3) ความไม่มั่นคงทางการเมืองในประเทศ

12. การดำเนินงานในส่วนของ ททท.

- 1) ให้การสนับสนุนในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวผ่านกระยะยาว
- 2) ให้การส่งเสริม และสนับสนุนในส่วนที่เกี่ยวกับภารกิจหน้าที่ที่ภาครัฐพึงสนับสนุนภาคเอกชน ให้เกิดการแข่งขันเสรีและเป็นไปตามกลไกของตลาด

13. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) สามารถทำให้เกิดกระแสการไหลเวียนของเงินตราต่างประเทศเข้ามาเพิ่มมากขึ้น
- 2) มีการจัดจ้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ภาคการผลิตและการบริการที่เกี่ยวข้อง ทำให้รายได้ของประชาชนในประเทศดีขึ้น อันเป็นผลให้สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศมีความแข็งแกร่งยิ่งขึ้น
- 3) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของประเทศ และสนับสนุนการประชาสัมพันธ์

กองธุรกิจ ฝ่ายลงทุนธุรกิจท่องเที่ยว
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

7 กันยายน 2552

ภาคผนวก ข. การตรวจลงตรา

รายชื่อประเทศที่ได้รับยกเว้นการตรวจลงตราเพื่อการท่องเที่ยว และสามารถพำนักอยู่ในราชอาณาจักรได้ไม่เกิน 30 วัน

ตามประกาศกระทรวงมหาดไทย ลงวันที่ 1 ตุลาคม 2545 , 20 ธันวาคม 2545, 18 ตุลาคม 2547 และ 6 พฤษภาคม 2548 คนต่างด้าวที่ถือหนังสือเดินทางของ 42 ประเทศ/เขตเศรษฐกิจ ซึ่งเดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรเป็นการชั่วคราวเพื่อการท่องเที่ยว ได้รับยกเว้นการตรวจลงตรา และอนุญาตให้พำนักอยู่ในราชอาณาจักรได้ครั้งละไม่เกิน 30 วัน

หมายเหตุ คนต่างด้าวที่มีใบคนสัญชาติของประเทศดังกล่าวหรือคนไร้สัญชาติที่ถือเอกสารเดินทางสำหรับคนต่างด้าว (Travel Document for Aliens) ที่ออกโดย 42 ประเทศ/เขตเศรษฐกิจ ดังกล่าว จะไม่ได้รับยกเว้นการตรวจลงตรา และยังจำเป็นต้องขอรับการตรวจลงตราจากสถานเอกอัครราชทูต / สถานกงสุลใหญ่ไทยในต่างประเทศ ก่อนเดินทางมาประเทศไทย

คนต่างด้าวที่เดินทางมาประเทศไทยโดยได้รับยกเว้นการตรวจลงตราเพื่อการท่องเที่ยวตามประกาศกระทรวงมหาดไทยดังกล่าว จะได้รับอนุญาตให้พำนักในประเทศไทยได้ครั้งละไม่เกิน 30 วัน โดยไม่จำกัดจำนวนครั้ง ยกเว้นกรณี que เดินทางเข้าที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองที่มีเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน (ด่านพรมแดนทางบก) จะได้รับอนุญาตให้พำนักอยู่ได้ 15 วัน เว้นแต่คนมาเลเซียที่เดินทางเข้าที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองที่มีเขตติดต่อกับมาเลเซีย (ด่านพรมแดนทางบก) จะได้รับอนุญาตให้พำนักอยู่ได้ครั้งละไม่เกิน 30 วัน

คนต่างด้าวที่เดินทางมาประเทศไทยโดยได้รับยกเว้นการตรวจลงตราเพื่อการท่องเที่ยวตามประกาศกระทรวงมหาดไทยดังกล่าว ต้องมีเงินหรือเอกสารที่จะพึงจ่ายหรือแลกเปลี่ยนได้เป็นมูลค่าเท่ากับอัตราแลกเปลี่ยนเป็นเงินไทยคนละไม่น้อยกว่า 10,000 บาท หรือครอบครัวละไม่น้อยกว่า 20,000 บาท นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้รับสิทธิยกเว้นการตรวจลงตราดังกล่าวนี หากประสงค์จะพำนักอยู่ในประเทศไทยนานกว่า 30 วัน ควรขอรับการตรวจลงตราประเภทนักท่องเที่ยวจากสถานเอกอัครราชทูต/สถานกงสุลใหญ่ไทยในต่างประเทศก่อนเดินทางมาประเทศไทย ซึ่งจะได้รับอนุญาตให้พำนักได้ไม่เกิน 60 วัน และสามารถยื่นคำร้องขอขยายเวลาพำนักจากสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองได้ด้วย

สามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้จาก สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง ชอยสวนพลู ถนนสาทรใต้ กรุงเทพฯ 10120 โทร. 0-2287-3101-10 หรือ <http://www.immigration.go.th>

รายชื่อประเทศที่ได้รับยกเว้นการตรวจลงตราตามประกาศกระทรวงมหาดไทย ดังกล่าว มีดังนี้

1. เครือรัฐออสเตรเลีย (Australia : Commonwealth of Australia)
2. สาธารณรัฐออสเตรีย (Austria : Republic of Austria)
3. ราชอาณาจักรเบลเยียม (Belgium : Kingdom of Belgium)
4. สหพันธ์สาธารณรัฐบราซิล (Brazil : Federative Republic of Brazil) (****)
5. รัฐบาห์เรน (Bahrain : State of Bahrain)
6. เนการาบรูไนดารุสซาลาม (Brunei Darussalam: Negara Brunei Darussalam)
7. แคนาดา (Canada)
8. ราชอาณาจักรเดนมาร์ก (Denmark : Kingdom of Denmark)
9. สาธารณรัฐฟินแลนด์ (Finland : Republic of Finland)
10. สาธารณรัฐฝรั่งเศส (France : French Republic)

11. สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี (Germany : Federal Republic of Germany)
12. สาธารณรัฐเฮลเลนิก (Greece : Hellenic Republic)
13. ฮองกง (Hong Kong SAR)
14. สาธารณรัฐไอซ์แลนด์ (Iceland : Republic of Iceland)
15. สาธารณรัฐอินโดนีเซีย (Indonesia : Republic of Indonesia)
16. ไอร์แลนด์ (Ireland)
17. รัฐอิสราเอล (Israel : State of Israel)
18. สาธารณรัฐอิตาลี (Italy : Republic of Italy)
19. ญี่ปุ่น (Japan)
20. สาธารณรัฐเกาหลี (Korea, South : Republic of Korea) (****)
21. รัฐคูเวต (Kuwait : State of Kuwait)
22. ราชรัฐลักเซมเบิร์ก (Luxembourg : Grand Duchy of Luxembourg)
23. มาเลเซีย (Malaysia)
24. ราชรัฐโมนาโก (Monaco : Principality of Monaco)
25. ราชอาณาจักรเนเธอร์แลนด์ (Netherlands : Kingdom of the Netherlands)
26. นิวซีแลนด์ (New Zealand)
27. ราชอาณาจักรนอร์เวย์ (Norway : Kingdom of Norway)
28. รัฐสุลต่านโอมาน (Oman : Sultanate of Oman)
29. สาธารณรัฐเปรู (Peru : Republic of Peru) (****)
30. สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ (Philippines : Republic of the Philippines)
31. สาธารณรัฐโปรตุเกส (Portugal : Republic of Portugal)
32. รัฐกาตาร์ (Qatar : State of Qatar)
33. สาธารณรัฐสิงคโปร์ (Singapore : Republic of Singapore)
34. ราชอาณาจักรสเปน (Spain : Kingdom of Spain)
35. สาธารณรัฐแอฟริกาใต้ (South Africa : Republic of South Africa)
36. ราชอาณาจักรสวีเดน (Sweden : Kingdom of Sweden)
37. สมาพันธรัฐสวิส (Switzerland : Swiss Confederation)
38. สาธารณรัฐตุรกี (Turkey : Republic of Turkey)
39. สหรัฐอาหรับเอมิเรสต์ (United Arab Emirates)
40. สหราชอาณาจักรบริเตนใหญ่และไอร์แลนด์เหนือ (United Kingdom : United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland)
41. สหรัฐอเมริกา (United States of America)
42. สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม (Vietnam : Socialist Republic of Vietnam)

(****) หมายเหตุ ประเทศไทยมีความตกลงยกเว้นการตรวจลงตราสำหรับผู้ถือหนังสือเดินทางทูต ราชการ และธรรมดา โดยสามารถพำนักได้ไม่เกิน 90 วัน กับประเทศบราซิล สาธารณรัฐเกาหลี และเปรู ดังนั้น ผู้ถือหนังสือเดินทางของทั้งสามประเทศดังกล่าวจะได้รับยกเว้นการตรวจลงตรา และอนุญาตให้พำนักในไทยได้ไม่เกิน 90 วัน ตามความตกลง (แทนที่จะพำนักได้ 30 วันตามประกาศกระทรวงมหาดไทย)

รายชื่อประเทศที่สามารถขอรับการตรวจลงตรา ณ ช่องทางอนุญาตของด่านตรวจคนเข้าเมือง (VISA ON ARRIVAL) และพำนักอยู่ในราชอาณาจักรได้ไม่เกิน 15 วัน

คนต่างด้าวที่ถือหนังสือเดินทางหรือเอกสารใช้แทนหนังสือเดินทางถูกต้องและสมบูรณ์ ของ 20 ประเทศ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรเป็นการชั่วคราว เพื่อการท่องเที่ยวเป็นระยะเวลาไม่เกิน 15 วัน สามารถขอรับการตรวจลงตราประเภทนักท่องเที่ยวได้ ณ ช่องทางอนุญาตของด่านตรวจคนเข้าเมืองตามที่กำหนดไว้ 32 แห่ง

(หมายเหตุ คนต่างด้าวหรือคนไร้สัญชาติที่ถือเอกสารเดินทางสำหรับคนต่างด้าวของ 20 ประเทศ ไม่สามารถขอรับ Visa on Arrival ได้ ต้องขอรับการตรวจลงตราจากสถานเอกอัครราชทูต / สถานกงสุลใหญ่ไทยในต่างประเทศ ก่อนเดินทางเข้ามา)

เอกสารประกอบในการขอรับการตรวจลงตรา

- ตัวหรือเอกสารที่ชำระค่าโดยสารครบถ้วน สามารถใช้เดินทางออกได้ภายในกำหนดเวลาที่ได้รับอนุญาต คือไม่เกิน 15 วัน นับแต่วันเดินทางเข้ามา
- เงินหรือเอกสารที่จะพึงจ่ายหรือแลกเปลี่ยนได้เป็นมูลค่าเท่ากับอัตราแลกเปลี่ยนเป็นเงินไทยคนละไม่น้อยกว่า 10,000 บาท ครอบครัวละไม่น้อยกว่า 20,000 บาท
- แบบฟอร์มคำร้องขอรับการตรวจลงตราที่กรอกข้อความสมบูรณ์ (แบบฟอร์มคำร้อง ขอรับได้ ณ ช่องทางอนุญาตเข้าเมืองที่กำหนดไว้)
- รูปถ่าย ขนาด 4 x 6 ซม. จำนวน 1 รูป
- หนังสือเดินทางที่มีอายุใช้งานไม่น้อยกว่า 6 เดือน

ค่าธรรมเนียม 1,000 บาท (รวมถึงผู้ถือหนังสือเดินทางทุกประเภทไม่ว่าผู้ถือหนังสือเดินทางทูตและราชการ กรณีที่ประเทศนั้นไม่มีความตกลงยกเว้นการตรวจลงตราหนังสือเดินทางทูตหรือราชการกับประเทศไทย) โดยปกติ ขั้นตอนต่างๆ ในการขอรับ Visa on Arrival จะใช้เวลาประมาณ 20-25 นาที

การขยายระยะเวลาพำนัก โดยปกติ คนต่างด้าวที่ขอรับการตรวจลงตราประเภทนี้ จะไม่สามารถยื่นเรื่องขอขยายระยะเวลาพำนักในราชอาณาจักรได้ ยกเว้นกรณีพิเศษ อาทิ เจ็บป่วย โดยจะสามารถยื่นคำร้องต่อสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง (ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด) ซึ่งเจ้าพนักงานเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองจะพิจารณาขยายระยะเวลาการพำนักเป็นกรณีๆ

(หมายเหตุ สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้จาก สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง ขอยสวนพลู ถนนสาทรใต้ กรุงเทพฯ 10120 โทร. (662) 287-3101-10 หรือ <http://www.immigration.go.th>)

คนต่างด้าว 20 สัญชาตินี้ หากต้องการเข้ามาทำงานหรือประกอบธุรกิจหรือลงทุนในประเทศไทย จะต้องขอรับการตรวจลงตราประเภทคนอยู่ชั่วคราวจากสถานเอกอัครราชทูต/สถานกงสุลใหญ่ไทยในต่างประเทศก่อน มิฉะนั้น เมื่อเดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรแล้ว จะไม่สามารถยื่นเรื่องขอใบอนุญาตทำงานได้จำเป็นต้องเดินทางออกไปนอกราชอาณาจักรเพื่อไปยื่นเรื่องขอรับการตรวจลงตราจากสถานเอกอัครราชทูต/สถานกงสุลไทย

รายชื่อ 20 ประเทศ มีดังต่อไปนี้

1. ราชอาณาจักรภูฏาน (Bhutan : Kingdom of Bhutan)
2. สาธารณรัฐประชาชนจีน (รวมทั้งไต้หวัน) [China : People's Republic of China and Taiwan]
3. สาธารณรัฐไซปรัส (Cyprus : Republic of Cyprus)
4. สาธารณรัฐเช็ก (Czech Republic)
5. สาธารณรัฐเอสโตเนีย (Estonia : Republic of Estonia)
6. สาธารณรัฐฮังการี (Hungary : Republic of Hungary)
7. สาธารณรัฐอินเดีย (India : Republic of India)
8. สาธารณรัฐคาซัคสถาน (Kazakhstan : Republic of Kazakhstan)
9. สาธารณรัฐลัตเวีย (Latvia : Republic of Latvia)
10. ราชรัฐลิชเตนชไตน์ (Liechtenstein : Principality of Liechtenstein)
11. สาธารณรัฐลิทัวเนีย (Lithuania : Republic of Lithuania)
12. สาธารณรัฐมัลดีฟส์ (Maldives : Republic of Maldives)
13. สาธารณรัฐมอริเชียส (Mauritius : Republic of Mauritius)
14. รัฐสุลต่านโอมาน (Oman : Sultanate of Oman)
15. สาธารณรัฐโปแลนด์ (Poland : Republic of Poland)
16. สหพันธรัฐรัสเซีย (Russia : Russian Federation)
17. ราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย (Saudi Arabia : Kingdom of Saudi Arabia)
18. สาธารณรัฐสโลวัก (Slovakia : Slovak Republic)
19. สาธารณรัฐสโลวีเนีย (Slovenia : Republic of Slovenia)
20. ยูเครน (Ukraine)

ช่องทางอนุญาตของด่านตรวจคนเข้าเมืองที่ผู้ร้องสามารถขอรับการตรวจลงตรา (Visa on Arrival) 24 แห่ง ได้แก่

1. ด่านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
2. ด่านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานกรุงเทพ
3. ด่านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานเชียงใหม่
4. ด่านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานภูเก็ต
5. ด่านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานหาดใหญ่
6. ด่านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานอุตะเภ
7. ด่านตรวจคนเข้าเมืองแม่สาย
8. ด่านตรวจคนเข้าเมืองเชียงแสน
9. ด่านตรวจคนเข้าเมืองเชียงของ
10. ด่านตรวจคนเข้าเมืองเบตง
11. ด่านตรวจคนเข้าเมืองสะเดา
12. ด่านตรวจคนเข้าเมืองสมุย ณ บริเวณเขตท่าอากาศยานเกาะสมุย
13. ด่านตรวจคนเข้าเมืองตาก ณ บริเวณเขตสนามบินสุโขทัย
14. ด่านตรวจคนเข้าเมืองท่าเรือกรุงเทพ
15. ด่านตรวจคนเข้าเมืองศรีราชา
ณ ท่าเลจอดเรือในอ่าวอุดม และบริเวณเขตท่าเรือแหลมฉบัง
16. ด่านตรวจคนเข้าเมืองมาบตาพุด
ณ บริเวณเขตท่าเรือมาบตาพุด และท่าเลจอดเรือในอ่าวหน้าเมืองระยอง
17. ด่านตรวจคนเข้าเมืองหนองคาย
ณ เส้นทางคมนาคมทางบกจากพรมแดนถึงที่ตั้งด่านตรวจคนเข้าเมืองหนองคาย

18. ด้านตรวจคนเข้าเมืองสมุย
 ณ ท่าเลจอดเรือบริเวณอ่าวหน้าทอน
19. ด้านตรวจคนเข้าเมืองภูเก็ต
 ณ ท่าเลจอดเรือบริเวณอ่าวมะขาม และท่าเลจอดเรือบริเวณอ่าวฉลอง
20. ด้านตรวจคนเข้าเมืองสตูล
 ณ บริเวณเขตท่าเรือด่านศุลกากรตำมะลัง และบริเวณเขตท่าเรือเจ๊ะเปี๊ยะ
21. ด้านตรวจคนเข้าเมืองกระบี่
 ณ บริเวณเขตท่าเรือน้ำลึกกระบี่, บริเวณเขตท่าเรือเจ้าฟ้า
 บริเวณเขตท่าเรือเกาะลันตา และบริเวณเขตสนามบินกระบี่
22. ด้านตรวจคนเข้าเมืองท่าเรือสงขลา
 ณ บริเวณเขตท่าเรือน้ำลึกสงขลา และบริเวณเขตท่าเรือเดินเรือไทย
23. ด้านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานเชียงใหม่
24. ด้านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี

การตรวจลงตราสำหรับคนต่างชาติที่อายุ 50 ปีขึ้นไป เข้ามาเพื่อพักผ่อน โดยพำนักได้ 1 ปี (Non-Immigrant Visa “O-A” Long Stay)

Non-Immigrant Visa รหัส “O-A” (Long Stay) เป็นการตรวจลงตราสำหรับคนต่างชาติซึ่งมีอายุไม่ต่ำกว่า 50 ปีบริบูรณ์ ซึ่งประสงค์จะเดินทางเข้าประเทศไทยเพื่อพักผ่อน โดยจะได้รับอนุญาตให้พำนักในราชอาณาจักรได้ไม่เกิน 1 ปี นับตั้งแต่วันที่เดินทางเข้ามาในราชอาณาจักร และไม่ได้รับอนุญาตให้ทำงานในระหว่างที่พำนักในประเทศไทย

1. คุณสมบัติของผู้ที่สามารถขอรับการตรวจลงตรา

- คนต่างชาติทุกสัญชาติ อายุ 50 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป
- ไม่เป็นบุคคลต้องห้ามเข้าประเทศตามมาตรา 12 แห่งพระราชบัญญัติคนเข้าเมือง พ.ศ. 2522
- ไม่มีประวัติที่เป็นภัยต่อความมั่นคง ทั้งต่อประเทศไทย และประเทศที่ตนมีสัญชาติหรือประเทศที่ตนมีถิ่นพำนัก
- ไม่เป็นโรคต้องห้ามตามกฎหมายแพทย ฉบับที่ 14 (พ.ศ. 2535)
- มีเงินฝากและ/หรือเงินได้หรือเงินบำนาญรวมกันไม่น้อยกว่า 800,000 บาท
- มีวัตถุประสงค์เพื่อเข้ามาพักผ่อน และไม่มีวัตถุประสงค์ที่จะเข้ามาทำงานในประเทศไทย

2. สถานที่ยื่นคำร้อง

คนต่างด้าวที่ประสงค์จะขอรับการตรวจลงตรา Non-Immigrant Visa รหัส “O-A” (Long Stay) สามารถยื่นคำร้องได้ที่สถานเอกอัครราชทูตหรือสถานกงสุลใหญ่ของไทยในประเทศที่คนต่างด้าวมียุติพลเมืองหรือในประเทศที่มีถิ่นพำนักถาวร

เอกสารประกอบการยื่นคำร้อง

- หนังสือเดินทางที่มีอายุใช้ได้ไม่น้อยกว่า 18 เดือน
- แบบฟอร์มการขอรับการตรวจลงตรา พร้อมรูปถ่าย และแบบฟอร์มประวัติส่วนตัว จำนวน 3 ชุด (ขอรับแบบฟอร์มได้จากสถานทูตสถานกงสุล)
- หลักฐานด้านการเงิน ได้แก่ สำเนาบัญชีเงินฝาก (Bank Statement) จำนวนเทียบเป็นเงินไทยไม่น้อยกว่า 800,000 บาท

หรือหนังสือรับรองรายได้/เงินบำนาญ (ฉบับจริง) เดือนละไม่น้อยกว่า 65,000 บาท

หรือมีบัญชีเงินฝากและรายได้/เงินบำนาญ (ต่อเดือน X 12) รวมกันไม่น้อยกว่า 800,000 บาท (กรณีแสดงสำเนาบัญชีเงินฝาก ให้แสดงหนังสือรับรองจากธนาคารฉบับจริงด้วย)

(หมายเหตุ ในการแสดงหลักฐานด้านการเงินนั้น ผู้ร้องอาจแสดงหลักฐานบัญชีเงินฝากหรือการมีรายได้ในประเทศที่ตนมีสัญชาติหรือประเทศที่มีถิ่นพำนักก็ได้ ไม่จำเป็นต้องเป็นบัญชีเงินฝากในประเทศไทย)

- ใบรับรองการสอบประวัติอาชญากรรม (Criminal Record) จากประเทศที่ตนมีสัญชาติหรือจากประเทศที่ตนมีถิ่นพำนัก (ใบรับรองอายุไม่เกิน 3 เดือน)
- ใบรับรองแพทย์จากประเทศที่ยื่นคำร้องที่แสดงว่าไม่เป็นโรคต้องห้ามตามกฎหมายแพทย ฉบับที่ 14

พ.ศ. 2535 (ใบรับรองมีอายุไม่เกิน 3 เดือน)

- ในกรณีมีความประสงค์จะนำคู่สมรสเข้ามาพำนักในราชอาณาจักรด้วย แต่คู่สมรสไม่มีคุณสมบัติที่จะขอรับการตรวจลงตราประเภท “O-A” (Long Stay) ได้ ให้แสดงหลักฐานทะเบียนสมรส ทั้งนี้ คู่สมรสจะได้รับการพิจารณาให้ได้รับการตรวจลงตราประเภทคนอยู่ชั่วคราว รหัส “O” พำนักได้ 3 เดือน

4. ค่าธรรมเนียมการตรวจลงตรา

Non-Immigrant Visa รหัส “O-A” (Long Stay) อายุวีซ่า 3 เดือน ใช้ได้ครั้งเดียว (single entry) ค่าธรรมเนียม 2,000 บาท หรือ อายุวีซ่า 1 ปี ชนิดใช้ได้หลายครั้ง (multiple entries) ค่าธรรมเนียม 5,000 บาท

คำแนะนำสำหรับผู้ที่ได้รับการตรวจลงตรา Non-Immigrant Visa รหัส “O-A” (Long Stay)

- เมื่อคนต่างด้าวที่ได้รับการตรวจลงตราประเภทคนอยู่ชั่วคราว รหัส “O-A” (Long Stay) เดินทางเข้ามาในราชอาณาจักร เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองจะประทับอนุญาตให้อยู่ได้ไม่เกิน 1 ปี นับตั้งแต่วันที่เดินทางเข้า หากจะเดินทางออกนอกราชอาณาจักรภายในระยะเวลาดังกล่าว คนต่างด้าวจะต้องไปขอ re-entry permit ที่สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองก่อน เพื่อรักษาสถานะในการกลับเข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรตามระยะเวลาที่ได้รับอนุญาตไว้ได้จนครบ 1 ปี

- เมื่อเดินทางเข้ามาพำนักในราชอาณาจักรครบ 90 วัน จะต้องรายงานตนต่อเจ้าหน้าที่ และครั้งต่อไปต้องรายงานตนทุกๆ 90 วัน ซึ่งสามารถรายงานตนต่อเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง ณ ท้องที่ที่ตนพักอาศัย หรือกรณีที่ไม่มีด้านตรวจคนเข้าเมือง ให้รายงานที่สถานีตำรวจในท้องที่ที่ตนพักอาศัย

การรายงานตนสามารถรายงานโดยส่งทางไปรษณีย์ได้ โดยปฏิบัติดังนี้ (1) ส่งแบบฟอร์มการแจ้งที่กำหนด (แบบ ดม. 47) พร้อมด้วยสำเนาหนังสือเดินทางหน้าที่มีรูปถ่ายและรายละเอียดเกี่ยวกับบุคคลต่างด้าว และหน้าที่ปรากฏการตรวจลงตราประทับขาเข้าครั้งล่าสุด (2) หากเป็นการแจ้งครั้งที่ 2 ขึ้นไป ให้แนบใบตอบรับการแจ้งครั้งก่อนมาแสดงด้วย (3) สอดช่องเปล่าติดแสตมป์เจ้าหน้าที่ของถึงบุคคลต่างด้าวผู้แจ้ง (4) ส่งเอกสารทั้งหมดมาทางไปรษณีย์ลงทะเบียนตอบรับ ภายใน 7 วันล่วงหน้าก่อนครบกำหนดทุก 90 วัน มาถึงงาน กก. 4 บก. อก. สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง ซอยสวนพลู ถนนสาทรใต้ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 ทั้งนี้ สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองจะส่งใบตอบรับการแจ้งให้แก่คนต่างด้าวผู้แจ้งไว้ใช้อ้างอิงในครั้งต่อไปด้วย

- เมื่อพำนักในราชอาณาจักรครบ 1 ปี หากประสงค์จะพำนักอยู่ต่อไป ให้ยื่นคำขอยุ่ต่อที่สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง โดยแสดงหลักฐานการเงินหรือการมีเงินฝากในราชอาณาจักร จำนวนไม่น้อยกว่า 800,000 บาท หรือหนังสือรับรองรายได้หรือบำนาญเดือนละไม่น้อยกว่า 65,000 บาท อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือรวมกันปีละไม่น้อยกว่า 800,000 บาท หากมีคุณสมบัติครบถ้วนถูกต้อง จะได้รับอนุญาตให้อยู่ต่ออีกคราวละ 1 ปี

การตรวจลงตราประเภทคนเดินทางผ่านราชอาณาจักร (Transit Visa)

1. การตรวจลงตราประเภทนี้จะออกให้แก่คนต่างด้าวที่ประสงค์จะเดินทางเข้ามาในราชอาณาจักร เพื่อการใดการหนึ่งดังต่อไปนี้
 - เพื่อเดินทางผ่านราชอาณาจักร (รหัส TS)
 - เพื่อเล่นกีฬา (รหัส S)
 - เป็นผู้ควบคุมพาหนะหรือเป็นคนประจำพาหนะที่เข้ามายังท่า สถานี หรือท้องที่ในราชอาณาจักร (รหัส C)
2. อายุวีซ่า 3 เดือน
3. ค่าธรรมเนียม 800 บาท ต่อครั้ง
4. ระยะเวลาพำนักในราชอาณาจักร ครั้งละไม่เกิน 30 วัน
5. จำนวนเงินที่คนต่างด้าวต้องมีติดตัวขณะเดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรคือ ต้องมีเงินหรือเอกสารที่จะพึงจ่ายหรือแลกเปลี่ยนได้เป็นมูลค่าเท่ากับอัตราแลกเปลี่ยนเป็นเงินไทยคนละไม่น้อยกว่า 20,000 บาท ครอบครัวละไม่น้อยกว่า 40,000 บาท
6. เอกสารที่ใช้ยื่นประกอบในการขอรับการตรวจลงตรา
 - หนังสือเดินทางหรือเอกสารใช้แทนหนังสือเดินทาง อายุใช้งานไม่น้อยกว่า 6 เดือน
 - แบบฟอร์มวีซ่าที่กรอกข้อความสมบูรณ์
 - รูปถ่ายขนาด 2 ½ นิ้ว จำนวน 2 รูป (ถ่ายในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน /ไม่สวมหมวกและแว่นตาดำ)
 - บัตรโดยสารเครื่องบิน ไป-กลับ หรือที่จะเดินทางไปยังประเทศที่สาม
 - วีซ่าของประเทศที่สามในหนังสือเดินทางหรือเอกสารใช้แทนหนังสือเดินทาง (รหัส TS)
 - หนังสือเชิญให้เข้าร่วมในการแข่งขันกีฬา (รหัส S)
 - หนังสือรับรองว่าเป็นผู้ควบคุมพาหนะหรือเป็นคนประจำพาหนะที่เข้ามายังท่า สถานี หรือท้องที่ในราชอาณาจักร (รหัส C)
 - ทั้งนี้ อาจขอให้แสดงเอกสารเพิ่มเติมหรือสัมภาษณ์ผู้ขอรับการตรวจลงตราด้วย
7. คนต่างด้าวที่ประสงค์จะขยายระยะเวลาพำนักในประเทศไทยหรือเปลี่ยนแปลงประเภทวีซ่า ต้องยื่นคำร้อง ณ สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง ขอยสวณพลู ถนนสาทรใต้ กรุงเทพฯ 10120 โทร. 0-2287-3101-10 เว็บไซต์ <http://www.immigration.go.th/> การพิจารณาอนุมัติขึ้นอยู่กับดุลพินิจของเจ้าพนักงานตรวจคนเข้าเมือง

การตรวจลงตราประเภทท่องเที่ยว (Tourist Visa)

1. การตรวจลงตราประเภทนี้จะออกให้แก่คนต่างด้าวที่ประสงค์จะเดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว (รหัส TR)
2. อายุวีซ่า 3 เดือน หรือ 6 เดือน
3. ค่าธรรมเนียม 1,000 บาท ต่อครั้ง
4. ระยะเวลาพำนักในราชอาณาจักร ครั้งละไม่เกิน 30 หรือ 60 วัน

หากผู้ได้รับการตรวจลงตราประเภทท่องเที่ยวมีสัญชาติของประเทศที่ได้รับการยกเว้นการตรวจลงตราเพื่อการท่องเที่ยว หรือมีสัญชาติของประเทศที่มีความตกลงยกเว้นการตรวจลงตรากับไทย จะได้รับอนุญาตให้พำนักครั้งละไม่เกิน 60 วัน หากเป็นผู้ที่มีสัญชาติอื่นจะได้รับอนุญาตให้พำนักครั้งละไม่เกิน 30 วัน
5. จำนวนเงินที่คนต่างด้าวต้องมีติดตัวขณะเดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรคือต้องมีเงินหรือเอกสารที่จะพึงจ่ายหรือแลกเปลี่ยนได้เป็นมูลค่าเท่ากับอัตราแลกเปลี่ยนเป็นเงินไทยคนละไม่น้อยกว่า 20,000 บาท ครอบครัวละไม่น้อยกว่า 40,000 บาท

6. เอกสารที่ใช้ยื่นประกอบในการขอรับการตรวจลงตรา

- หนังสือเดินทางหรือเอกสารใช้แทนหนังสือเดินทาง อายุใช้งานไม่น้อยกว่า 6 เดือน
- แบบฟอร์มขอวีซ่าที่กรอกข้อความสมบูรณ์
- รูปถ่ายขนาด 2 ½ นิ้ว จำนวน 2 รูป (ถ่ายในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน / ไม่สวมหมวกและแว่นตา)

- หลักฐานที่แสดงว่าจะเดินทางออกจากประเทศไทยหลังจากสิ้นสุดการท่องเที่ยว เช่น บัตรโดยสารเครื่องบินไป-กลับ หรือที่จะเดินทางไปยังประเทศที่สาม

- เอกสารจากบริษัทท่องเที่ยว (กรณีที่เดินทางมากับบริษัททัวร์)
- ทั้งนี้ อาจขอให้แสดงเอกสารเพิ่มเติมหรือสัมภาษณ์ผู้ขอรับการตรวจลงตราด้วย

7. คนต่างด้าวที่ประสงค์จะขยายระยะเวลาพำนักในประเทศไทยหรือเปลี่ยนแปลง

ประเภทวีซ่า ต้องยื่นคำร้อง ณ สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง ชอยสวนพลู ถนนสาทรใต้ กรุงเทพฯ 10120 โทร. 0-2287-3101-10 เว็บไซต์

<http://www.immigration.go.th/> การพิจารณาอนุมัติขึ้นอยู่กับดุลพินิจของเจ้าพนักงานตรวจคนเข้าเมือง

การตรวจลงตราประเภทคนอยู่ชั่วคราว (Non-Immigrant Visa)

1. การตรวจลงตราประเภทนี้จะออกให้แก่คนต่างด้าวที่ประสงค์จะเดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้

- การปฏิบัติหน้าที่ทางราชการ (รหัส F)
- การติดต่อหรือประกอบธุรกิจ และการทำงาน (รหัส B)
- การลงทุนที่ได้รับความเห็นชอบจากกระทรวงที่เกี่ยวข้อง (รหัส IM)
- การลงทุนหรือการอื่นภายใต้ข้อบังคับกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการลงทุน (รหัส IB)
- การศึกษา ดูงาน และฝึกอบรมต่างๆ (รหัส ED)
- การปฏิบัติหน้าที่สื่อมวลชน (รหัส M)
- การเผยแผ่ศาสนาที่ได้รับความเห็นชอบจากกรมการศาสนา กระทรวงศึกษาธิการ (รหัส R)

- การค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์หรือฝึกสอนในสถาบันการค้นคว้า หรือสถาบันการศึกษาในราชอาณาจักร (รหัส RS)

- การปฏิบัติงานด้านช่างฝีมือผู้เชี่ยวชาญ (รหัส EX)

- การอื่น (รหัส O) ได้แก่

- 1) การเข้ามาใช้ชีวิตในบั้นปลายในฐานะผู้สูงอายุ
- 2) การเข้ามาในฐานะคู่ความหรือพยานสำหรับการพิจารณาดำเนินคดี
- 3) การปฏิบัติหน้าที่หรือภารกิจในครอบครัวคนต่างด้าว ซึ่งเข้ามาในราชอาณาจักรเป็นการชั่วคราวเพื่อปฏิบัติหน้าที่ทางการทูต กงสุลหรือปฏิบัติภารกิจอื่น โดยเป็นบิดา มารดา คู่สมรส หรือบุตร ซึ่งอยู่ในความอุปการะและเป็นส่วนแห่งครัวเรือนของบุคคลดังกล่าว

4) การปฏิบัติหน้าที่ในฐานะคนรับใช้ส่วนตัวซึ่งเดินทางมาจากต่างประเทศเพื่อมาทำงานตามปกติ ณ ที่พักอาศัยของบุคคลในคณะผู้แทนทางการทูต หรือบุคคลซึ่งมีเอกสิทธิ์เท่าเทียมกัน กับบุคคลซึ่งมีตำแหน่งทางการทูตตามความตกลงที่รัฐบาลไทยได้ทำไว้กับรัฐบาลต่างประเทศ หรือกับองค์การ หรือทบวงการะหว่างประเทศ

5) การให้ความอุปการะแก่หรือรับความอุปการะจากบุคคลสัญชาติไทย หรือบุคคลผู้มีถิ่นที่อยู่ในราชอาณาจักร โดยเป็นบิดา มารดา คู่สมรส หรือบุตร ซึ่งอยู่ในความอุปการะและเป็นส่วนแห่งครัวเรือนของบุคคลดังกล่าว

6) การปฏิบัติหน้าที่ให้แก่รัฐวิสาหกิจ หรือองค์การกุศลสาธารณะ

7) การเข้ามาในราชอาณาจักรของผู้เคยมีสัญชาติไทย เพื่อเยี่ยมญาติ หรือขอกลับเข้ามาอยู่ในราชอาณาจักร

8) การเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อการรักษาพยาบาล

9) การเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อเป็นผู้ฝึกสอนนักกีฬาตามความต้องการของทางราชการ

2. อายุวีซ่า

- 3 เดือน สำหรับการเดินทางเข้าราชอาณาจักรได้ครั้งเดียว (single entry)
- 1 ปี สำหรับการเดินทางเข้าราชอาณาจักรได้หลายครั้ง (multiple entries)

3. ค่าธรรมเนียม 2,000 บาท (single entry) และ 5,000 บาท (multiple entries)

4. ระยะเวลาพำนักในราชอาณาจักร ครั้งละไม่เกิน 90 วัน

5. จำนวนเงินที่คนต่างด้าวต้องมีติดตัวขณะเดินทางเข้ามาในราชอาณาจักร คือ ต้องมีเงินหรือเอกสารที่จะพึงจ่ายหรือแลกเปลี่ยนได้เป็นมูลค่าเท่ากับอัตราแลกเปลี่ยนเป็นเงินไทยคนละไม่น้อยกว่า 20,000 บาท ครอบครัวละไม่น้อยกว่า 40,000 บาท

6. การขยายระยะเวลาพำนักในราชอาณาจักร คนต่างด้าวที่มีคุณสมบัติตรงตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนดโดยสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง จะได้รับการพิจารณาขยายระยะเวลาพำนักให้อยู่ต่อไปในราชอาณาจักรเป็นระยะเวลาครั้งละไม่เกิน 1 ปี ทั้งนี้คนต่างด้าวสามารถยื่นคำร้องได้ ณ สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง ขอยสวณพลู ถนนสารสิน กรุงเทพมหานคร 10120 โทร. 0-2287-3101- 10 เว็บไซต์

<http://www.immigration.go.th/> การพิจารณาอนุมัติขึ้นอยู่กับดุลพินิจของเจ้าพนักงานตรวจคนเข้าเมือง

7. เอกสารที่ใช้ยื่นประกอบในการขอรับการตรวจลงตรา

เนื่องจากการตรวจลงตราประเภทคนอยู่ชั่วคราวครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการเดินทางเข้าประเทศไทยหลายประการ เอกสารหลักฐานที่ใช้ยื่นประกอบในการขอรับการตรวจลงตราจึงแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง และสถานทูตสถานกงสุลอาจขอให้แสดงเอกสารเพิ่มเติมหรือสัมภาษณ์ผู้ขอรับการตรวจลงตราด้วยเอกสารที่ต้องนำไปแสดง ได้แก่

- หนังสือเดินทางที่มีอายุใช้งานไม่น้อยกว่า 6 เดือน
- แบบฟอร์มวีซ่าที่กรอกข้อความสมบูรณ์
- รูปถ่ายขนาด 2 ½ นิ้ว จำนวน 2 รูป (ถ่ายในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน / ไม่สวมหมวกและแว่นตาดำ)

เอกสารประกอบตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง เช่น

การเข้ามาในฐานะเป็นบุคคลในครัวเรือนหรือในความอุปการะ (รหัส O)

- หลักฐานการเป็นบิดา มารดา บุตร / สติบัตร / ใบสำคัญการสมรส
- หนังสือรับรองการทำงาน ใบอนุญาตทำงานที่ยังมีอายุใช้งาน ของผู้ที่ทำงานในประเทศไทย

- หลักฐานแสดงว่าคู่สมรสเป็นคนสัญชาติไทย หรือเป็นผู้ที่มีถิ่นที่อยู่ในราชอาณาจักร

หลักฐานแสดงฐานะทางการเงิน

- หนังสือจากสถานเอกอัครราชทูต สถานกงสุลใหญ่ องค์การระหว่างประเทศ หน่วยงาน

ของรัฐ รัฐวิสาหกิจ แล้วแต่กรณี

เข้ามาเพื่อรับการรักษาพยาบาล (รหัส O)

- หนังสือตอบรับจากสถานพยาบาลที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานของรัฐในประเทศไทย

คู่ความหรือพยานในศาล (รหัส O)

- หนังสือหรือหมายจากศาลของไทย

การเข้ามาเพื่อใช้ชีวิตในฐานะผู้สูงอายุ (รหัส O)

- ผู้ร้องต้องมีอายุตั้งแต่ 50 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป ระบุวัตถุประสงค์ว่าจะขอเข้ามาใช้ชีวิตในฐานะผู้สูงอายุหรือเกษียณ และจะไม่ทำงานในระหว่างพำนักในไทย
- หลักฐานแสดงฐานะทางการเงินหรือหลักฐานการได้รับเงินบำนาญ (ต้องมีเงินฝากไม่น้อยกว่า 200,000 บาท หรือมีรายได้/บำนาญไม่น้อยกว่าเดือนละ 65,000 บาท)

(หมายเหตุ

1. เมื่อคนต่างด้าวเดินทางเข้าประเทศไทย เจ้าพนักงานตรวจคนเข้าเมืองจะพิจารณาอนุญาตให้พำนักอยู่ในราชอาณาจักรได้ไม่เกิน 90 วัน การขยายระยะเวลาพำนัก จะต้องติดต่อสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง

2. หากเป็นการขอขยายระยะเวลาพำนักระยะยาว คือ 1 ปี สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองจะพิจารณาโดยใช้หลักเกณฑ์การเข้าเมืองของคนต่างด้าวซึ่งมีอายุไม่ต่ำกว่า 50 ปีบริบูรณ์ ซึ่งประสงค์จะขอรับการตรวจลงตราเพื่อเข้ามาพำนักในราชอาณาจักรคราวละไม่เกิน 1 ปี รหัส O-A โดยใช้หลักเกณฑ์ว่าผู้ร้องต้องมีหลักทรัพย์เป็นเงินฝาก 800,000 บาท หรือมีรายได้/บำนาญเดือนละ 65,000 บาท หรือมีเงินฝากและรายได้รวมกันไม่น้อยกว่า 800,000 บาท)

นักเรียน / นักศึกษา (รหัส ED)

- หนังสือตอบรับจากสถานศึกษา
- หนังสือจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (กรณีเป็นโรงเรียนเอกชน) นักบวชที่จะเข้ามาศึกษาพระพุทธศาสนา (รหัส ED)
- หนังสืออนุญาตจากสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ

การปฏิบัติหน้าที่ราชการ (รหัส F) การปฏิบัติงานในรัฐวิสาหกิจ (รหัส B) การฝึกอบรมดูงาน (รหัส ED)

- หนังสือจากสถานเอกอัครราชทูต/สถานกงสุลใหญ่ องค์การระหว่างประเทศ รัฐวิสาหกิจ หน่วยงานรัฐบาล ที่เกี่ยวข้อง
- การทำงาน (รหัส B)

- หนังสือกรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน แจ้งผลการพิจารณาอนุญาตให้คนต่างด้าวเข้ามาทำงานในบริษัทฯ ที่ขอได้ (ในการขอรับหนังสือกรมการจัดหางานดังกล่าว นายจ้างที่จะจ้างคนต่างด้าวต้องไปยื่นคำร้องขอรับใบอนุญาตทำงานหรือ แบบ ดท.3 ณ กองงานคนต่างด้าว กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน ถนนมิตรไมตรี แขวงดินแดง เขตดินแดง กท 10400 โทร. 245-2745 / 617-6578 / 617-6584 โทรสาร 617-6576 หรือที่สำนักงานแรงงานจังหวัด ซึ่งหากอนุญาตให้คนต่างด้าวดังกล่าวมาทำงานได้ตามที่ขอ กระทรวงแรงงานจะมีหนังสือแจ้งผลการอนุญาต ให้นายจ้างส่งหนังสือกรมการจัดหางานดังกล่าวให้คนต่างด้าวใช้เป็นเอกสารประกอบการขอวีซ่า)

- หนังสือจากบริษัทในประเทศไทยที่จะจ้างงานบุคคลต่างด้าวดังกล่าวชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการจ้างงาน พร้อมทั้งแนบเอกสารของบริษัท เช่น ใบสำคัญแสดงการจดทะเบียนบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด หนังสือรับรองการจดทะเบียนบริษัท หรือ ห้างหุ้นส่วนจำกัดจากกระทรวงพาณิชย์ / บัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้น / ใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน (ถ้ามี) / ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม / งบการเงินปีล่าสุด ฯลฯ

[หมายเหตุ

1. เมื่อคนต่างด้าวได้รับการตรวจลงตราประเภทคนอยู่ชั่วคราว (Non-Immigrant Visa "B") จากสถานเอกอัครราชทูต/สถานกงสุลใหญ่แล้ว เมื่อเดินทางเข้ามาในประเทศไทย ให้ไปติดต่อกองงานคนต่างด้าว เพื่อยื่นคำร้องขอรับใบอนุญาตทำงาน (Work Permit) และเมื่อได้รับใบอนุญาตทำงานแล้ว จึงจะสามารถทำงานได้

2. ในกรณีของคนต่างด้าวที่ประสงค์จะเข้ามาทำงานและพำนักอยู่ในประเทศไทยเป็นเวลา 1 ปี นายจ้างจะต้องยื่นคำร้องต่อสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง เมื่อได้รับพิจารณาอนุมัติ สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองจะแจ้งให้สถานเอกอัครราชทูต/สถานกงสุลใหญ่ทราบโดยผ่านกระทรวงการต่างประเทศเพื่อขอให้ตรวจลงตรา Non-Immigrant Visa รหัส B-A ซึ่งพำนักได้ 1 ปี ให้แก่คนต่างด้าวนั้นต่อไป]

การติดต่อธุรกิจ (รหัส B)

- หนังสือรับรองการทำงานของบริษัทที่ผู้ร้องทำงานอยู่ รวมทั้งระบุวัตถุประสงค์ของการเดินทางไปประเทศไทย ชื่อบริษัท ห้างร้าน หรือหน่วยงานที่จะไปติดต่อ
- หลักฐานแสดงฐานะทางการเงินหรือการทำธุรกิจของผู้ร้อง (กรณีไม่ได้ทำงานกับบริษัทหรือหน่วยงานใดๆ)
- หลักฐานแสดงสถานะทางการเงิน/โครงการที่จะเข้ามาประกอบในประเทศไทย (กรณีประสงค์จะเข้ามาเป็นผู้ประกอบกิจการในประเทศไทย)
- หนังสือเชิญของบริษัทในประเทศไทยให้ผู้ร้องเดินทางไปประเทศไทยเพื่อติดต่อธุรกิจ (โดยต้องแนบเอกสารของบริษัท เช่น ใบสำคัญแสดงการจดทะเบียนบริษัทหรือหุ้นส่วนจำกัด หนังสือรับรองการจดทะเบียนบริษัทฯ หรือหุ้นส่วนจำกัดจากกระทรวงพาณิชย์ / บัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้น / ใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน (ถ้ามี) / ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม / งบการเงินปีล่าสุด ฯลฯ)
- กรณีผู้ร้องอ้างว่าเป็นที่ปรึกษาของบริษัท ต้องมีสำเนาหนังสือแต่งตั้งบุคคลของบริษัทยื่นประกอบด้วย

(หมายเหตุ)

1. สำเนาเอกสารของบริษัทฯ จะต้องให้กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทหรือหุ้นส่วนผู้จัดการลงนามและประทับตรารับรอง โดยต้องแนบสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ลงนามด้วย
2. กรณีหนังสือของบริษัท ควรได้รับการรับรองจากสำนักงานทะเบียนของกระทรวงพาณิชย์ อายุไม่เกิน 6 เดือน – 1 ปี เนื่องจากบริษัทหลายแห่งมิได้ดำเนินธุรกรรมใดๆ ในปัจจุบัน แต่นำเอกสารบริษัทเดิมไปใช้ในการรับรอง)

ครู / อาจารย์ในสถาบันการศึกษาเอกชน (รหัส B)

- หนังสือตอบรับการจ้างจากสถาบันการศึกษา
- หนังสืออนุมัติให้จ้างบุคคลดังกล่าวจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (สช) หรือจากสำนักงานศึกษาธิการจังหวัด (ส่วนภูมิภาค)
- หลักฐานวุฒิการศึกษา
- หนังสือรับรองว่าไม่มีประวัติอาชญากรรม

การตรวจลงตราประเภทอภัยภัยไม่ตรี (Courtesy Visa)

1. การตรวจลงตราประเภทอภัยภัยไม่ตรีจำกัดเฉพาะการขอรับการตรวจลงตราเข้ามาในราชอาณาจักรเป็นการชั่วคราวเพื่อการอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้

- การขอรับการตรวจลงตราของผู้ถือหนังสือเดินทางทูตหรือหนังสือเดินทางราชการ หรือหนังสือเดินทางสหประชาชาติที่เทียบเท่าหนังสือเดินทางทูตหรือหนังสือเดินทางราชการ เพื่อการอื่นนอกจากการเข้ามาประจำการในราชอาณาจักร เพื่อปฏิบัติหน้าที่การทูต หรือกงสุล หรือราชการ
- การขอรับการตรวจลงตราของผู้ถือหนังสือเดินทางธรรมดา ซึ่งประสงค์จะเข้ามาในราชอาณาจักรในฐานะเป็นพระราชอาคันตุกะ ราชอาคันตุกะ แขกของรัฐบาล หรือหน่วยงานของรัฐ

2. เอกสารประกอบในการขอรับการตรวจลงตรา

- หนังสือเดินทาง
- แบบฟอร์มคำร้องขอรับการตรวจลงตราที่กรอกข้อความสมบูรณ์ พร้อมรูปถ่าย
- หนังสือมาจากสถานเอกอัครราชทูต/สถานกงสุล/หน่วยราชการ ของประเทศผู้ร้อง หรือจากหน่วยงานหรือองค์กรของสหประชาชาติที่ผู้ร้องสังกัดอยู่ หรือจากหน่วยราชการของไทย โดยหนังสือรับรองจะต้องระบุชื่อ ตำแหน่ง และวัตถุประสงค์การเดินทางให้ชัดเจน

3. อายุวีซ่า 3 เดือน หรือ 6 เดือน สามารถเดินทางเข้าราชอาณาจักรได้หลายครั้ง (multiple entries)

4. ระยะเวลาพำนักในราชอาณาจักร ครั้งละไม่เกิน 30 วัน

5. ไม่เก็บค่าธรรมเนียม

6. การขยายระยะเวลาพำนัก เมื่อครบกำหนดตามที่ได้รับอนุญาตแล้ว โดยทั่วไป สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองจะไม่อนุญาตให้อยู่ต่อไป เว้นแต่มีเหตุจำเป็นหรือเหตุสุดวิสัยไม่สามารถเดินทางออกไปได้ โดยในการขอยื่นคำร้องขออยู่ต่อที่สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง จะต้องหนังสือรับรองจากกระทรวงการต่างประเทศแจ้งขอเป็นรายๆ ไป เพื่อนำเรื่องเสนอผู้มีอำนาจพิจารณาสั่งการ และต้องเสียค่าธรรมเนียมการขออยู่ต่อตามปกติ

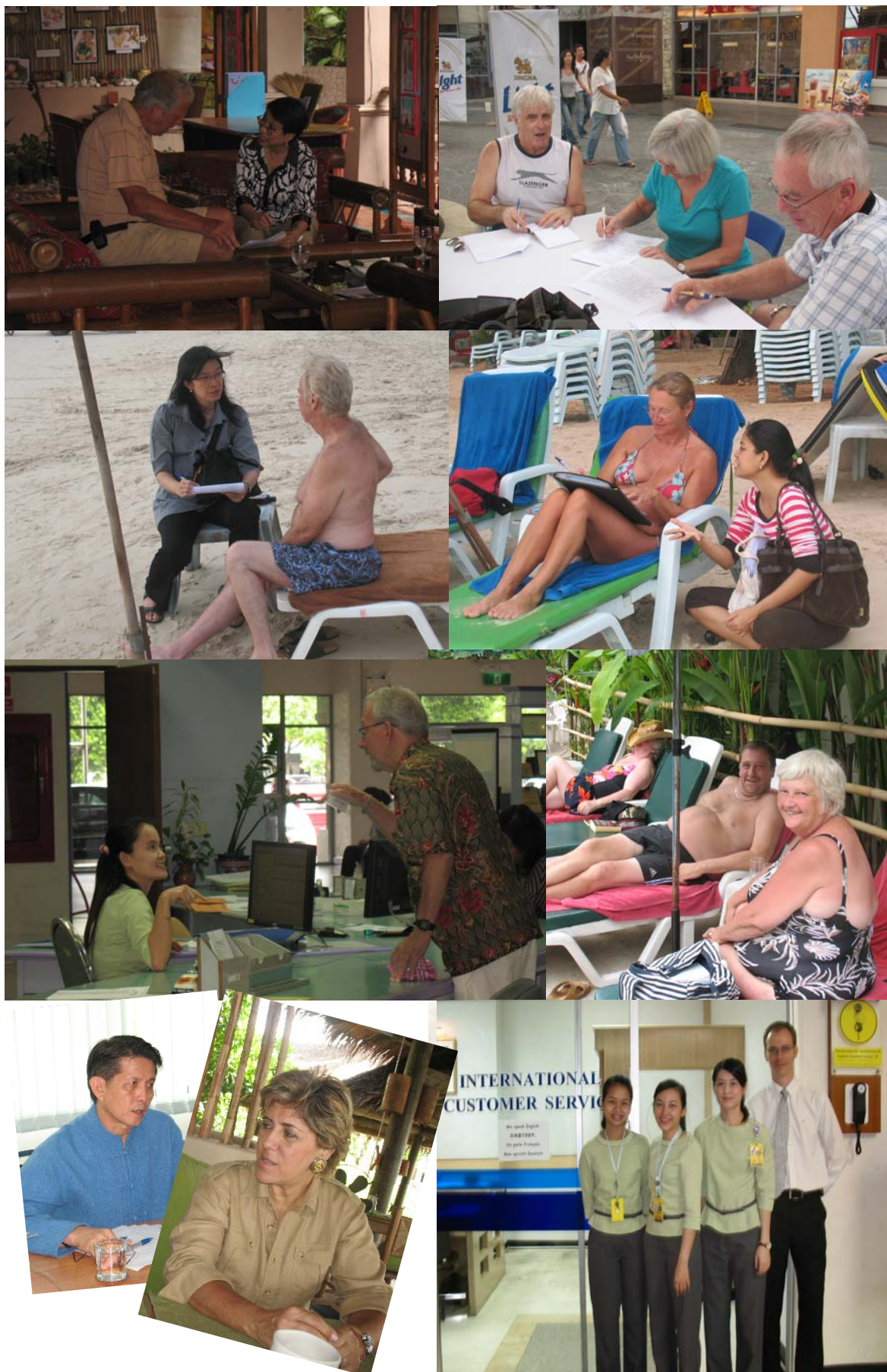
ภาคผนวก ข. รายชื่อโรงแรมที่สามารถรองรับ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มครอบครัว
และกลุ่มผู้ด้อยโอกาส

รายชื่อโรงแรมที่สามารถรองรับ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มครอบครัว และกลุ่มผู้ด้อยโอกาส (ณ วันที่ 11 มิ.ย. 52)

No.	Name (Eng)	Level	City	ห้องพัก คนพิการ	ห้องน้ำ สำหรับคน พิการใน พื้นที่ สาธารณะ	region	www	tel	fax
1	AMARI WATERGATE HOTEL	5	Bangkok	2	14	central	www.amari.com	02-6539000	02-6539045
2	DUSIT THANI BANGKOK	5	Bangkok	1		central	www.dusit.com	02-2369999	02-2366400
3	ROYAL ORCHID SHERATON HOTEL & TOWERS	5	Bangkok	1		central	www.sheraton.com/bangkok	02-2660123	02-2368320
4	SHANGRI-LA HOTEL, BANGKOK	5	Bangkok	3	1	central	www.shangri-la.com	02-2367777	02-2368579
5	SHERATON GRANDE SUKHUMVIT	5	Bangkok	4	1	central	www.luxurycollection.com/bangkok	02-6498888	02-6498000
6	SIAM CITY HOTEL	5	Bangkok	2	2	central	www.siamhotels.com	02-2470123	02-2470165
7	SWISSOTEL LE CONCORDE BANGKOK	5	Bangkok	2	1	central	www.bangkok-leconcorde.swissotel.com	02-694-2222	02-694-2223
8	THE CONRAD HOTEL	5	Bangkok	2		central	www.conradbangkok.com	02-6909999	02-6909000
9	THE PENINSULA BANGKOK	5	Bangkok	4	8	central	www.peninsula.com	02-8612888	02-8611112
10	THE WESTIN GRANDE SUKHUMVIT, BANGKOK	5	Bangkok	2		central	www.westin.com/bangkok	02-207-8000	02-255-2441
11	AMARI ATRIUM HOTEL	4	Bangkok	9		central	www.amari.com	02-7182000-1	02-7182002
12	AMARI BOULEVARD HOTEL	4	Bangkok	2	6	central	www.amari.com	02-2552930-40	02-2552957
13	AMARI DON MUANG AIRPORT HOTEL	4	Bangkok	2		central	www.amari.com	02-5661020-1	02-5661941
14	ASIA HOTEL BANGKOK	4	Bangkok	3		central	www.asiahotel.co.th	02-2150808	02-2170109
15	HOLIDAY INN SILOM, BANGKOK	4	Bangkok	1	1	central	www.bangkok-silom.holiday-inn.com	02-2384300	02-2385289
16	PRINCE PALACE HOTEL	4	Bangkok	40		central	www.princepalace.co.th	02-6281111	02-6281000
17	SHERATON HAU HIN RESORT & SPA	5	Petchburi	4	2	central	www.sheraton.com/haubin	032-708000	032-708088
18	HOLIDAY INN RESORT REGENT BEACH CHA-AM MAIN WING	4	Petchburi	3		central	www.regent-chaam.com	032-451240-9	032-471491-2
19	HUA HIN MARRIOTT RESORT & SPA	5	Prachuabkhirikhan	1	2	central	www.marriott.com/hhqmcc	032-511881-4	032-512-422
20	SOFITEL CENTARA GRAND RESORT & VILLAS HUA HIN	5	Prachuabkhirikhan	1		central	www.sofitel.com	032-512021-38	032-511014

No.	Name (Eng)	Level	City	ห้องพัก คนพัก	ห้องน้ำ สำหรับคน พิการใน พื้นที่ สาธารณะ	region	www	tel	fax
21	BAAN AMPHAWA RESORT & SPA	4	Samutsongkhram	1		central	www.baanamphawa.com	034-752222	034-752229
22	ROYAL CLIFF BEACH RESORT	5	Chonburi	15	2	east	www.royalcliff.com	038-250421	038-250513
23	AMARI ORCHID RESORT & TOWER (Garden Wing)	4	Chonburi	2	1	east	www.amari.com	038-428161	038-428165
24	A-ONE THE ROYAL CRUISE HOTEL	4	Chonburi	52	2	east	www.a-onehotel.com	038-424-874-9	038-424-242
25	CHOLCHAN PATTAYA RESORT	4	Chonburi	1		east	www.pattayaresort.com	038-702-777	038-702-778
26	HARD ROCK HOTEL PATTAYA	4	Chonburi	3	3	east	www.hardrockhotels.net	038-428755-9	038-421673
27	SIAM BAYSHORE RESORT & SPA	4	Chonburi	2		east	www.siamhotels.com	038-428678-81	038-428730
28	SIAM BAYVIEW HOTEL, PATTAYA	4	Chonburi	2		east	www.siamhotels.com	038-423871-7	038-423879
29	SUNBEAM HOTEL PATTAYA	3	Chonburi	1		east	www.sunbeamhotel.net	038-424-120-9	038-424-191
30	CENTARA GRAND MIRAGE BEACH		Chonburi	6	12	east	www.centarahotelsresorts.com	038-370088	038-370003
31	THE PARK HOTEL, CHIANGMAI	3	Chiangmai	2	14	north	www.empresshotels.com	053-280080	053-279979
32	Eurasia Chiangmai		Chiangmai	1	4	north	www.eurasiahotels.com	053-247790-6	053-247797
33	CHIANG MAI PLAZA HOTEL	4	Chiangmai	1		north	www.cnxplaza.com	053-903161-80	053-272230, 053-279457
34	THE IMPERIAL MAE PING HOTEL	4	Chiangmai	1		north	www.imperialmaeping.com	053-283900	053-270181
35	RATILANNA RIVERSIDE SPA RESORT CHIANG MAI	5	Chiangmai	1	3	north	www.sofitel-chiangmai.com	053-999-333	053-999-332
36	Pullman Khon Kaen Raja Orchid	5	Khonkaen	1	2	north eastern	www.accorhotels.com/asia	043-322-155	043-322-150
37	SHERATON KRABI BEACH RESORT	5	Krabi	2	5	south	www.sheraton.com/krabi	075-628000	075-628020
38	SOFITEL KRABI PHOKEETHRA GOLF & SPA RESORT	5	Krabi	2	1	south	www.sofitel.com	075-627800	075-627899
39	PAKASAI RESORT	4	Krabi	1	3	south	www.pakasai.com	075-637777	075-637637
40	Red Ginger Chic Resort		Krabi	2	6	south	www.redgingerkrabi.com	075-637999	075-637888

ภาคผนวก ณ. รูปภาพกิจกรรมการดำเนินการวิจัย



ภาคผนวก ญ. ประวัติคณะผู้วิจัย

ประวัติคณะผู้วิจัย

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ราณี อธิชัยกุล

การศึกษา Doctor of Business Administration (Tourism)
 University of Strathclyde
 สถานที่ทำงาน สาขาวิชาการวิทยาการจัดการ
 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์

การศึกษา วท.ม. (วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม)
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
 สถานที่ทำงาน สาขาวิชาการวิทยาการจัดการ
 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช