

แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาว
ในประเทศไทย

ศิริินทร์ญา ฌ ลำปาง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ.2562

**Motivation and Behavior of International Senior Tourist with Long Stay
in Thailand**

Sirinya Na Lampang

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Department of Tourism Management**

Faculty of Tourism and Hospitality,

Dhurakij Pundit University

2019



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

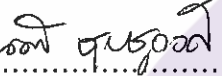
หัวข้อวิทยานิพนธ์ แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนัก
ระยะยาวในประเทศไทย


เสนอโดย นางสาวศรินทร์ญา ณ ลำปาง
สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชูบชูวงศ์

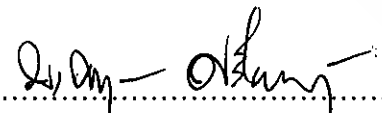
ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณา ศิลปอาษา)

..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชูบชูวงศ์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล)

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรมรับรองแล้ว

..... คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นงคันุช ศรีชนานันต์)

วันที่ 18 เดือน เมษายน พ.ศ. 2562

หัวข้อวิทยานิพนธ์	แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติ ที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย
ชื่อผู้เขียน	ศิริินทร์ญา ณ ลำปาง
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชูชูวงศ์
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา	2561

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย 3) เพื่อศึกษาแรงจูงใจด้านปัจจัยดึงดูดและปัจจัยผลักดันของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย 4) เพื่อศึกษาการวิเคราะห์แรงจูงใจ โดยแยกตามประชากรในด้านเพศ รายได้และสถานภาพของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย ใช้ระเบียบการวิจัยเชิงสำรวจ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการลงสำรวจพื้นที่ศึกษาและใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เดินทางมาพำนักระยะยาวในประเทศไทยจำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนมิถุนายน 2561 โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การหาค่าความถี่และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิตเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ปัจจัยด้วยการหมุนแกนแบบ Varimax การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน โดยใช้สถิติ independent T-Test และ One – Way Anova เพื่อหาค่าความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และการวิเคราะห์เนื้อหา นำเสนอเป็นความเรียง ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชายที่มีอายุระหว่างช่วงอายุ 50-54 ปี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาจากประเทศสหราชอาณาจักร มีระดับการศึกษาในระดับอนุปริญญาหรือต่ำกว่าปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อปี \$50,001-\$100,000 ดอลลาร์ หรือคิดเป็นเงินไทยจะอยู่ที่ประมาณ 1,500,000 – 3,000,000 บาท และส่วนใหญ่ที่เดินทางมาพำนักระยะยาวจะมีสถานภาพสมรส ในด้านปัจจัยผลักดัน พบว่า โดยรวมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติมีแรงจูงใจทางด้านปัจจัยผลักดันมากที่สุดก็คือ 1) เพื่อรักษาสุขภาพ 2) เพื่อใช้เวลาพักผ่อนหลังเกษียณอย่างสงบ 3) เพื่อพบเจอวัฒนธรรมใหม่ ๆ 4) เพื่อความภาคภูมิใจในตนเอง 5) เพื่อเข้าถึงแหล่งธรรมชาติที่แท้จริง ตามลำดับ ในด้านปัจจัยดึงดูด พบว่า โดยรวมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย ได้แก่ 1) สุขอนามัยและความ

สะอาด รองลงมาคือ 2) ความหลากหลายของกิจกรรม 3) เงื่อนไขการทำวีซ่าพำนักระยะยาว 4) ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว 5) ความสะดวกในการเดินทาง ตามลำดับ ส่วนผลการวิเคราะห์แรงจูงใจ โดยจำแนกตามประชากรในด้านเพศ รายได้และสถานภาพของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย ในด้านปัจจัยหลัก พบว่าเมื่อพิจารณาจำแนกในด้านเพศ พบว่านักท่องเที่ยวเพศชายให้ค่าเฉลี่ยของระดับแรงจูงใจสูงกว่าเพศหญิง โดยให้ความสำคัญของแรงจูงใจเพื่อความภาคภูมิใจในตนเองมากที่สุด ต่อในด้านรายได้ ผลวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่า \$20,000 ให้ค่าเฉลี่ยของระดับแรงจูงใจมากที่สุด และให้ความสำคัญของแรงจูงใจเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างมากที่สุด และในด้านสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่มีสถานภาพเป็นหม้าย ให้ค่าเฉลี่ยของระดับแรงจูงใจสูงที่สุด และให้ความสำคัญของแรงจูงใจเพื่อท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่มากที่สุด ในด้านปัจจัยรอง พบว่า ประชากรในด้านเพศ รายได้และสถานภาพของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย ระดับความสำคัญของแรงจูงใจโดยรวมของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกในด้านเพศ พบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายให้ค่าเฉลี่ยของระดับแรงจูงใจมากที่สุด โดยให้ความสำคัญของด้านแรงจูงใจด้านค่าครองชีพในประเทศไทยมากที่สุด ในด้านรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่า \$20,000 ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญของระดับแรงจูงใจมากที่สุด โดยให้ความสำคัญของแรงจูงใจด้านคุณภาพของสถานที่พักผ่อนมากที่สุด ต่อมาเมื่อพิจารณาในด้านสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่มีสถานภาพเป็นหม้าย ให้ค่าเฉลี่ยของระดับแรงจูงใจสูงที่สุด และให้ความสำคัญของแรงจูงใจด้านความงดงามของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด

คำสำคัญ : นักท่องเที่ยวสูงอายุ, พำนักระยะยาว

Thesis Title	Motivation and Behavior of International Senior Tourist with Long Stay in Thailand
Author	Sirinya Na lampang
Thesis Advisor	Asst. Prof. Dr. Montakan Chubchuwong
Department	Tourism Management
Academic Year	2018

ABSTRACT

The objective of this research is 1) to study the general demographic characteristics of foreign tourists who travel to Thailand for a long stay in Thailand 2) to study the behavior of foreigners who are long-term residents in Thailand 3) To study the motivation of attracting factors and the driving factors of foreign tourists traveling to Thailand for long-term stay. 4) to study motivation analysis By gender Income and status of foreign tourists traveling to Thailand for long-term stay Use survey research regulations Collecting data by surveying the study area and using questionnaires for elderly travelers traveling to stay in Thailand for 400 persons. Data was collected in June 2018 by using data analysis, using frequency and percentage values. Arithmetic mean deviation Analysis of factors by varimax rotation of axes by determining the level of statistical significance at 0.05 and content analysis presented as a sort the research found that most foreign tourists are males aged between the ages of 50-54 years. Most tourists travel from the United Kingdom. Have an education level at a diploma level or under a bachelor's degree Average annual income \$ 50,001- \$ 100,000 or equivalent to Thai money will be around 1,500,000 - 3,000,000 baht and most of the long-term travelers will have marital status. In the driving factor it was found that by including the elderly tourists, foreigners traveling to stay in Thailand, for example 1) hygiene and cleanliness, followed by 2) diversity of activities 3) long stay visa conditions 4) variety of 5) Travel convenience, respectively. The results of motivation analysis by gender Income and status of foreign tourists traveling to Thailand for long-term stay in the push factor, it was found that when considering gender it was found that male tourists gave higher average motivation levels than females. By giving priority to motivation for self-esteem continuing in revenue, the research found that older tourists, foreigners with income below

\$ 20,000, provide the highest average level of motivation. And the importance of motivation to learn the most different cultures and in terms of status, it was found that elderly tourists, foreigners who were widowed Giving the average of the highest motivation level And the importance of motivation to travel in the most exotic places In terms of pull factors, it was found that the population in terms of sex Income and status of foreign tourists traveling to Thailand for long-term stay the level of importance of the overall motivation of the sample group At a high level When considering gender, it was found that male tourists gave the highest level of motivation. By giving the most importance to the cost of living incentives in Thailand By giving priority to the motivation of the quality of accommodation later, when considering the status, it was found that the elderly, foreigners who were widowed Giving the average of the highest motivation level and the importance of motivation in the beauty of the tourist attraction as much as possible.

KEYWORDS: International Senior Tourist, long stay



กิตติกรรมประกาศ

ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณความอนุเคราะห์จาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑาทันติ ชูบชูวงศ์ รองคณบดีฝ่ายบริหาร คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิบูล ผู้อำนวยการหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว ผู้ซึ่งให้ความดูแล ให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์อย่างใกล้ชิดจนกระทั่งงานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และขอกราบขอบพระคุณประธานกรรมการในการสอบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณิศา ศิลปอาษา ที่ให้คำแนะนำ รวมถึงอธิบายและชี้ให้เห็นถึงข้อบกพร่องต่าง ๆ ในงานวิจัย เพื่อให้งานวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์เจียง เกาซิด ผู้สอนและผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติที่กรุณาสละเวลาให้คำชี้แนะเรื่องระเบียบวิธีวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลแก่ผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ ทุกคนที่คอยอยู่ข้าง ๆ คอยเป็นกำลังใจให้แก่กันและกันเสมอมา ขอขอบคุณคุณชญานิสรา วงษ์พันธ์ และคุณภักดี กลั่นภักดี ที่คอยดูแลให้คำปรึกษา คอยช่วยเหลือในทุก ๆ เรื่อง ตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งงานวิจัยเสร็จสมบูรณ์ในที่สุด

สุดท้ายนี้คนสำคัญที่ขาดไม่ได้ ขอขอบพระคุณบิดา มารดาผู้เป็นที่รัก ที่ให้ความรัก ความห่วงใย ความหวังดีและกำลังใจ เลี้ยงข้าพเจ้าจนเติบโตมาให้ประสบความสำเร็จและให้การสนับสนุนเงินทุนในการศึกษาครั้งนี้

ข้าพเจ้าหวังว่างานวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์และแนวทางแก่องค์กรต่าง ๆ และผู้เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้ที่ต้องการศึกษาวิจัยต่อยอดด้านการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวของผู้สูงอายุชาวต่างชาติต่อไป หากมีข้อผิดพลาดประการใดข้าพเจ้าใคร่ขออภัยและรับความผิดไว้เพียงผู้เดียว

ศิริรินทร์ญา ณ ลำปาง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฐ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2. แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	54
2.3 กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	61
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	62
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	63
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	64
3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	67
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	67
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย.....	67
4. ผลการวิจัย.....	68
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	68
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	73
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นที่มีต่อแรงจูงใจ ในการเดินทางมาท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทย.....	84

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่ม แรงจูงใจเป็นกลุ่มใหญ่ด้วยการหมุนแกนแบบ Varimax	86
ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจ โดยแยกตามประชากรในด้านเพศ รายได้และสถานภาพของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามา พำนักระยะยาวในประเทศไทย	90
5. สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	99
5.1 สรุปผลการศึกษาวิจัย	99
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	101
5.3 ข้อเสนอแนะ	104
บรรณานุกรม	107
ภาคผนวก	111
ก. แบบสอบถาม	112
ประวัติผู้เขียน	117

สารบัญตาราง

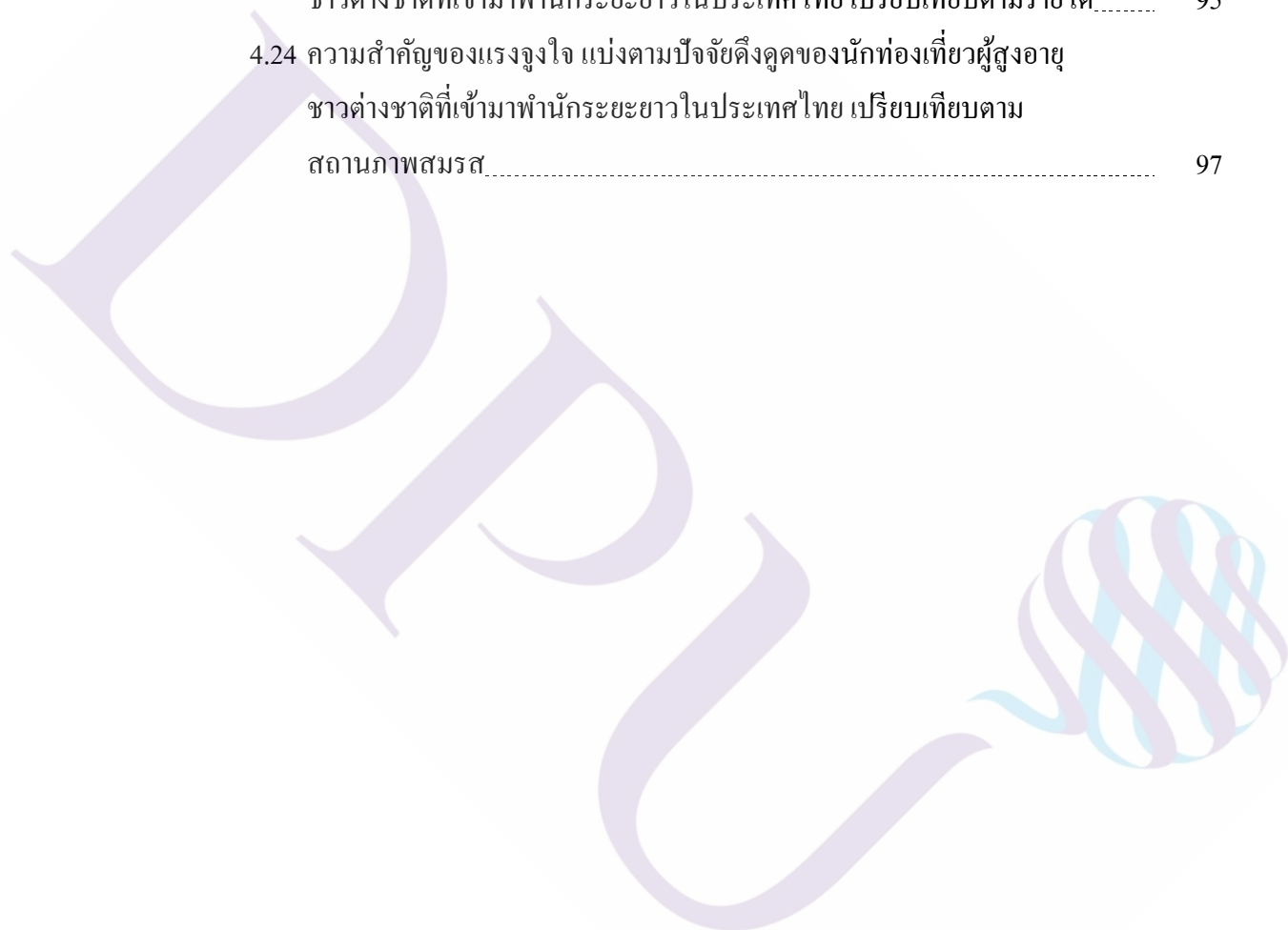
ตารางที่		หน้า
2.1	ทฤษฎีขึ้นบันไดแห่งการเดินทาง.....	25
2.2	จำนวนการเติบโตของนักท่องเที่ยวที่เดินทางระหว่างประเทศทั่วโลก.....	31
2.3	จำนวนอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางระหว่างประเทศทั่วโลก.....	31
2.4	จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิภาคและอัตราการเติบโต.....	33
2.5	จำนวนประชากรสูงอายุที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป.....	38
2.6	ประมาณการจำนวนประชากรผู้สูงอายุของโลก.....	41
2.7	จำนวนชาวต่างชาติที่ได้รับอนุมัติอยู่ในราชอาณาจักร 15 อันดับแรก.....	51
2.8	แสดงการเปรียบเทียบนโยบาย Long Stay ระหว่างประเทศไทยและ ต่างประเทศ.....	52
4.1	ข้อมูลประชากรนักท่องเที่ยว.....	69
4.2	ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาว ในประเทศไทย กับจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย.....	73
4.3	ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาว ในประเทศไทยกับระยะเวลาในการพำนักระยะยาวในประเทศไทย.....	74
4.4	ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาว ในประเทศไทย ที่พักผ่อนในการพำนักระยะยาวในประเทศไทย.....	75
4.5	ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาว ในประเทศไทย พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง.....	76
4.6	ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาว ในประเทศไทย ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว.....	76
4.7	ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาว ในประเทศไทย ที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวต่อวัน.....	77
4.8	ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาว ในประเทศไทย งานอดิเรกที่ทำในระหว่างการพำนักระยะยาวในประเทศไทย.....	78
4.9	ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาว ในประเทศไทย เวลาที่ใช้ในการทำงานอดิเรกในระหว่างการพำนักระยะยาว ในประเทศไทย.....	79

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.10 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาว ในประเทศไทย งานอดิเรกที่ทำในระหว่างการพำนักระยะยาวในประเทศไทย มีค่าใช้จ่ายหรือไม่.....	80
4.11 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาว ในประเทศไทย กิจกรรมจิตอาสาในระหว่างการพำนักระยะยาวในประเทศไทย.....	81
4.12 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาว ในประเทศไทย เวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรมจิตอาสาในระหว่างการพำนัก ระยะยาวในประเทศไทย.....	82
4.13 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาว ในประเทศไทย กิจกรรมจิตอาสาที่ทำในระหว่างการพำนักระยะยาวใน ประเทศไทยที่มีค่าใช้จ่ายหรือไม่.....	83
4.14 แสดงค่าเฉลี่ยถึงระดับปัจจัยผลักดันต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว พำนักระยะยาวในประเทศไทย.....	84
4.15 แสดงค่าเฉลี่ยถึงระดับปัจจัยดึงที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว พำนักระยะยาวในประเทศไทย.....	85
4.16 ความน่าเชื่อถือขององค์ประกอบในแต่ละด้าน ในแบบสอบถาม.....	86
4.17 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยผลักดัน ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว พำนักระยะยาวในประเทศไทย.....	86
4.18 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยดึงที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวพำนัก ระยะยาวในประเทศไทย.....	88
4.19 ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจ แบ่งตามปัจจัยหลักของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติ ที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย เปรียบเทียบตามเพศ.....	90
4.20 ความสำคัญของแรงจูงใจ แบ่งตามปัจจัยหลักของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย เปรียบเทียบตามรายได้.....	91
4.21 ความสำคัญของแรงจูงใจ แบ่งตามปัจจัยหลักของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย เปรียบเทียบตาม สถานภาพสมรส.....	92

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.22 ความสำคัญของแรงจูงใจ แบ่งตามปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย เปรียบเทียบตามเพศ.....	93
4.23 ความสำคัญของแรงจูงใจ แบ่งตามปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย เปรียบเทียบตามรายได้.....	95
4.24 ความสำคัญของแรงจูงใจ แบ่งตามปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย เปรียบเทียบตาม สถานภาพสมรส.....	97



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ลำดับชั้นความต้องการตามทฤษฎีมาสโลว์.....	9
2.2 คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก ปี ค.ศ. 2030.....	32
2.3 ประเทศที่มีค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวสูงที่สุด 10 อันดับแรก.....	34
2.4 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี พ.ศ. 2556-2560.....	35
2.5 รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี พ.ศ. 2556-2560.....	36
2.6 แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทยปี 2549 - 2578.....	37
2.7 แสดงจำนวนของผู้ที่มีอายุต่าง ๆ ในปี 1970 – 2150.....	39
2.8 ข้อมูลสถิติการขอยุ่ต่อในราชอาณาจักรของคนต่างด้าวปี 2555-2557 จากสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง ที่มา : สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง.....	51

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค ความสำคัญของการท่องเที่ยวที่เห็นได้อย่างชัดเจน คือ ผลที่เกิดขึ้นต่อเศรษฐกิจ ได้แก่ การขยายตัวของการใช้จ่าย การบริโภคผลิตภัณฑ์ในการท่องเที่ยว การสร้างงาน เพิ่มมูลค่าการส่งออกและมูลค่าภาษี รวมทั้งกระตุ้นการลงทุน การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และการใช้จ่ายเงินของภาครัฐ จากภาพรวมสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยปี พ.ศ.2561 นั้น จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 38 ล้านคน มีการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในเกือบทุกภูมิภาค ยกเว้น 2 ภูมิภาค คือ ตะวันออกกลาง เนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจและความขัดแย้งในภูมิภาคนั้น และ โอเชียเนีย เนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจ การแข่งขันจากญี่ปุ่น การลดเที่ยวบินของไทย และยังมีนักท่องเที่ยวภูมิภาคอเมริกาชะลอตัวลง จากปัญหาเศรษฐกิจในอเมริกาใต้และความเชื่อมั่นของชาวอเมริกันต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ส่วนของในภูมิภาคเอเชียนั้น จะมีการชะลอตัวลงในช่วง Low season โดยการท่องเที่ยวส่วนใหญ่โดยรวมแล้วเติบโตตามเป้าหมายท่ามกลางความท้าทายต่าง ๆ ทั้งภายใน และภายนอกประเทศ โดยอัตราการขยายตัวของรายได้ที่สูงกว่าจำนวนนักท่องเที่ยว สะท้อนให้เห็นถึงการเติบโตในเชิงคุณภาพ โดยปีที่ผ่านมาการท่องเที่ยวมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติถึง 2 ล้านล้านบาท โดยนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันอยู่ที่ประมาณ 5,557 บาท ระดับค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น จึงเป็นปัจจัยหนุนสำคัญที่ช่วยให้การท่องเที่ยวบรรลุเป้าหมายด้านรายได้ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังมีระยะเวลาเฉลี่ยระยะเวลาในการพำนักในประเทศไทยโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 9.44 วัน แต่ในภาพรวมแล้วไม่แตกต่างจากปีที่ผ่านมาสักอย่างก็ตาม การชะลอตัวลงของนักท่องเที่ยวในหลายๆภูมิภาคนั้น ไม่ส่งกระทบต่อรายได้ในประเทศมากนัก เนื่องจากรายได้เพิ่มสูงขึ้น เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา แม้จะมีการชะลอตัวลงบ้างในบางช่วง แต่ในปีพ.ศ. 2561 จากการที่นักท่องเที่ยวชะลอตัวลงในช่วงสุดท้ายของปี แต่กลับทำให้ประเทศมีรายได้เพิ่มมากขึ้นนั้น อาจมีผลมาจากการที่นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้เวลาในประเทศไทยเป็นระยะเวลาที่ยาวขึ้น จึงทำให้เกิดการใช้จ่ายในประเทศเพิ่มมากขึ้น โดยที่การท่องเที่ยวใน

ประเทศไทย มีการประสบปัญหาการชะลอตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในบางช่วง นั้น ปัญหาดังกล่าวอาจมีผลมาจากปัญหาการเมืองภายในประเทศ ปัญหาอาชญากรรม การช้อโกง หรือเอาเปรียบนักท่องเที่ยวต่างชาติของผู้ประกอบการภายในประเทศ และปัญหาที่มีผลกระทบ เป็นอย่างมากต่อการท่องเที่ยวในทะเล ที่มีเหตุการณ์อุบัติเหตุเรือฟินิกส์ล่มในทะเลอันดามัน จ.ภูเก็ต นั้น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวจีนชะลอตัวลงอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากยังไม่มี ความเชื่อในการรักษาความปลอดภัยทางน้ำของประเทศไทย เป็นต้น แต่เนื่องด้วยทั้งสภาพอากาศและสภาพแวดล้อมของ ประเทศไทยมีความอุดมสมบูรณ์และเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการเข้ามา ท่องเที่ยว โดยมีจุดประสงค์ในหลาย ๆ ด้านนั้น จึงทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติในอีกหลาย ๆ ประเทศ ยังคงเดินทางเข้ามาในประเทศไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา,2561)

เมื่อปัญหาดังกล่าว มีส่วนในการพัฒนาประเทศในด้านการฟื้นฟูเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ในประเทศไทย ดังนั้นจึงมีการส่งเสริมให้ทำการตลาดในกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่ต้องการพำนัก ระยะเวลาเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับประเทศ และเป็น การสร้างรายได้ให้เพิ่มมากขึ้น (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์,2561)

ตามที่รัฐบาลมีนโยบายให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการนำเงินตรา ต่างประเทศเข้ามา กระตุ้นสภาพเศรษฐกิจของไทยโดยเร่งด่วน และถือเสมือนเป็นวาระแห่งชาติ ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กลุ่มนักท่องเที่ยวหลังเกษียณ อายุ 50 ปีขึ้นไป ได้ดำเนินการจัด โครงการ และกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของ นักท่องเที่ยว รวมถึงการขยายกลุ่มตลาดไปยังนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ (Niche Market/Segment) ในการเดินทางให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้นที่ผ่านมารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มีการส่งเสริม การตลาดอย่างต่อเนื่อง ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวมีอัตราการขยายตัวที่ดีมาโดยตลอด สามารถเพิ่ม จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยได้มากขึ้นทุกปี แต่อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาจาก วันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวทั่วโลกกลับพบว่ามีแนวโน้มลดลง ในส่วนของประเทศไทยพบว่า ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา จำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวลดลงโดยเฉลี่ยร้อยละ 1.43 ต่อปี (คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ลองสเดย์, 2559) ทำให้รายได้ที่ได้รับจาก การท่องเที่ยวอาจมิได้เพิ่มขึ้นในสัดส่วนมากเท่าที่ควรจะเป็น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงพิจารณาเห็นว่า การขยายตลาดไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สามารถใช้เวลาในการพำนักนานวัน จะ เป็นการเพิ่มระยะเวลาและจำนวนเงินในการใช้จ่ายได้มากขึ้น ทำให้เกิดรายได้เข้าประเทศเพิ่มขึ้น ตามไปด้วย อันจะเป็นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่เศรษฐกิจของประเทศ โดยการขยายตัว ของภาคการผลิตและภาคบริการในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น อุตสาหกรรมอาหาร ธุรกิจบริการ ที่พัก ธุรกิจบริการด้านสุขภาพ ฯลฯ อันจะเกิดการสร้างงาน สร้างรายได้เพื่อรองรับจำนวน

นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้พยายามส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวพำนักระยะยาว(long Stay)ขึ้น โดยได้นำเสนอ คณะรัฐมนตรี เพื่ออนุมัติให้มีการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองให้แก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ อายุ 50 ปีขึ้นไปโดยเน้นกลุ่มผู้เกษียณอายุการทำงานแล้ว และมีฐานะดีเพื่อที่กลุ่มบุคคลดังกล่าวจะไม่เป็นปัญหาหรือภาระให้แก่ประเทศไทย ในการดูแลในกรณีที่เกิดการเจ็บป่วยขึ้น และเพื่อให้ได้ผลชัดเจนในการฟื้นฟูเศรษฐกิจ (คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ทองสเดย์, 2559)

ในปี พ.ศ. 2544 รัฐบาลได้มีมติจัดตั้งโครงการส่งเสริมและการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวภายใต้การดูแลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาพำนักในประเทศเกิน 30 วันขึ้นไป ในครั้งนั้นรัฐบาลได้แต่งตั้งให้มีคณะกรรมการพร้อมคณะอนุกรรมการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวพำนักระยะยาว แห่งชาติเพื่อดำเนินการเฉพาะด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านนโยบายและแผนธุรกิจ และด้านประชาสัมพันธ์ และได้มีการจัดตั้งศูนย์ประสานงานโครงการเพื่อส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมในส่วนต่าง ๆ ตลอดจนจัดตั้งบริษัทไทยจัดการท่องเที่ยว จำกัด เพื่อดำเนินการทางด้านการตลาด ในระยะแรกของการดำเนินการมุ่งเป้าหมายกลุ่มที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป และคัด เลือกจังหวัดนำร่อง 5 จังหวัดที่มีศักยภาพและความพร้อมในด้านที่พัก มีสภาพแวดล้อมที่ดี มีความปลอดภัย และมีกิจกรรมรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ เชียงใหม่ สุโขทัย ประจวบคีรีขันธ์ กาญจนบุรี และหนองคาย นอกจากนี้รัฐบาลได้จัดให้มีวีซ่าพิเศษ (O-A) ซึ่งมีอายุ 1 ปี สำหรับผู้ที่ประสงค์พำนักระยะยาวในประเทศไทย

ในปี 2559 คณะรัฐมนตรีมีมติอนุมัติในหลักการขยายระยะเวลาพำนักในราชอาณาจักรไทยสำหรับกลุ่มพำนักระยะยาว (Long Stay Visa) จากเดิมเป็นเวลา 1 ปี เพิ่มเป็น 10 ปี ตามที่กระทรวงสาธารณสุข (สธ.) เสนอ และให้กระทรวงมหาดไทยดำเนินการออกประกาศหรือปรับปรุงกฎหมายในส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เป็นไปตามแนวมติคณะรัฐมนตรี

ซึ่งการที่รัฐบาลดำเนินการในหลักการ Long Stay Visa ขยายเวลาจาก 1 ปี เป็น 10 ปี นั้น มีจุดประสงค์หลักของทางรัฐบาล คือ ต้องการเพิ่มรายได้ให้กับประเทศมากขึ้น ส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศให้มีความหลากหลาย และเป็นจุดหมายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่งเสริมการบริการทางการแพทย์พยาบาลให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของโลก (Medical Hub) โดยที่ควรรวมการท่องเที่ยวและการรักษาพยาบาลเข้าด้วยกัน หรือเรียกอีกอย่างว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งจะสามารถรองรับผู้ป่วย หรือผู้ที่ต้องการเดินทางมารักษาพยาบาลในประเทศไทยอีกด้วย อีกทั้งยังรวมถึงนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่ต้องการพำนักระยะยาว มีแรงจูงใจที่จะเดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มขึ้นในอนาคต จึงเห็นควรที่จะ

ทำการศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวผ่านกระยะยาวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ เพื่อที่จะได้ทราบว่าแรงจูงใจใดบ้างที่จะเป็นตัวผลักดันและดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติให้เดินทางเข้ามาผ่านกระยะยาวในประเทศไทย เพื่อจะเป็นแนวทางการวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลอดจนการกำหนดและพัฒนากลยุทธ์ในการทำการตลาดด้านการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาผ่านกระยะยาวในประเทศไทยในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาผ่านกระยะยาวในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่ผ่านกระยะยาวในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาแรงจูงใจด้านปัจจัยดึงดูดและปัจจัยผลักดันของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาผ่านกระยะยาวในประเทศไทย
4. เพื่อศึกษาการวิเคราะห์แรงจูงใจ โดยแยกตามประชากรในด้านเพศ รายได้และสถานภาพของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาผ่านกระยะยาวในประเทศไทย

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

1. ด้านเนื้อหา ได้ศึกษาเกี่ยวแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางมาผ่านกระยะยาว โดยจะศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมของชาวต่างชาติสูงอายุที่เดินทางมาผ่านกระยะยาวในประเทศไทย โดยผู้วิจัยจะใช้วิธีการแจกแบบสอบถามโดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่ผ่านกระยะยาวในประเทศไทย
2. ด้านประชากร ผู้วิจัยมุ่งศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่ผ่านกระยะยาวในประเทศไทย ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พัทยา จังหวัดชลบุรี และจังหวัดภูเก็ต
3. ด้านพื้นที่ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมผ่านกระยะยาว ได้แก่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 150 ฉบับ พัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 50 ฉบับ และจังหวัดภูเก็ต จำนวน 200 ฉบับ
4. ด้านเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัยนี้ใช้เวลาทั้งสิ้น 6 เดือน

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงแรงจูงใจ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางมาผ่านกระยะยาวในประเทศไทย

2. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของประเทศไทยให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติและสร้างความประทับใจ

3. ผลการศึกษาวิจัยทำให้สามารถรับรู้ถึงแรงจูงใจ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย ซึ่งจะเป็นคุณประโยชน์ต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย สามารถนำไปปรับปรุง พัฒนา วางแผนกลยุทธ์และแผนการตลาดเพื่อรับรองนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต่อไป

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

งานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นิยามคำศัพท์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อความเข้าใจที่ตรงกันและเป็นกรอบแนวคิดเบื้องต้นในการดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้

นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติ หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่อยู่ในช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไป หรืออยู่ในวัยเกษียณอายุที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย

แรงจูงใจ เป็นคำที่ใช้กันมากแต่บางครั้งก็ใช้กันไม่ค่อยถูกต้อง ความจริงแล้วแรงจูงใจใช้เพื่ออธิบายว่าทำไมอินทรีย์จึงกระทำอย่างนั้นและทำให้เกิดอะไรขึ้นมาบ้าง

คำว่า “แรงจูงใจ” มาจากคำกริยาในภาษาละตินว่า “Movere”(Kidd, 1973:101) ซึ่งมีความหมายตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “to move” อันมีความหมายว่า “เป็นสิ่งที่โน้มน้าวหรือชักนำบุคคลเกิดการกระทำหรือปฏิบัติการ (To move a person to a course of action) ดังนั้นแรงจูงใจจึงได้รับความสนใจมากในทุกๆการ

สำหรับโลเวลล์ (Lovell, 1980: 109) ให้ความหมายของแรงจูงใจว่า “เป็นกระบวนการที่ชักนำโน้มน้าวให้บุคคลเกิดความมานะพยายามเพื่อที่จะสนองตอบความต้องการบางประการให้บรรลุผลสำเร็จ”

ไมเคิล คอมแจน (Domjan 1996: 199) อธิบายว่าการจูงใจเป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรมการกระทำกิจกรรมของบุคคลโดยบุคคลจงใจกระทำพฤติกรรมนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

สรุปได้ว่าการจูงใจเป็นกระบวนการที่บุคคลถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าโดยจงใจให้กระทำหรือตื่นรนเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์บางอย่างซึ่งจะเห็นได้พฤติกรรมที่เกิดจากการจูงใจเป็นพฤติกรรมที่มีใช้เพียงการตอบสนองสิ่งเร้าปกติธรรมดา ยกตัวอย่างลักษณะของการตอบสนองสิ่งเร้าปกติคือ การขานรับเมื่อได้ยินเสียงเรียก แต่การตอบสนองสิ่งเร้าจัดว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการจูงใจเช่น พนักงานตั้งใจทำงานเพื่อหวังความดีความชอบเป็นกรณีพิเศษ

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำของชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทยเกิน 15 วัน เพื่อสนองตอบต่อความต้องการ ตลอดจนรวมถึงกระบวนการตัดสินใจและทำให้เป็นส่วนร่วมในการกำหนดให้มีการกระทำนั้นๆ

Long stay (การพำนักระยะยาว)

คำจำกัดความ Long Stay

เป็นการพำนักระยะยาว ไม่ใช่การย้ายถิ่นแบบถาวร เป็นการพำนักตั้งแต่ 2 อาทิตย์ขึ้นไป สามารถครอบครองหรือเช่าที่พักในต่างประเทศ ไม่รวมโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวระยะสั้น แต่หมายถึงการเช่าอาคารที่พัก ที่มีอุปกรณ์จำเป็นสำหรับดำรงชีวิตประจำวัน มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เช่น การใช้เวลาว่างในต่างประเทศเพื่อการพักผ่อน มีการคบหาคนท้องถิ่น เพื่อเรียนภาษา รวมกิจกรรมทางวัฒนธรรม หรือเป็นอาสาสมัคร เน้นการใช้ชีวิตประจำวันมากกว่า การท่องเที่ยว มีแหล่งเงินทุนในการพำนักจาก เงินเดือน บำนาญ ดอกเบี้ยธนาคาร ไม่ใช่จากการมาทำงาน และมีอายุ 50 ปีขึ้นไป ได้ปลดเกษียณจากการทำงาน (พนิดา อนันตนาคม , 2556)

นักท่องเที่ยวที่พำนักระยะยาว

นักท่องเที่ยวที่พำนักอยู่ในเมืองไทยเกิน 15 วันขึ้นไป โดยจำแนกเป็น 4 ประเภท คือ

1) นักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวโดยเฉพาะฤดูหนาว ผู้ที่ต้องการหลบสภาพอากาศที่รุนแรงในประเทศของตนบางช่วง เช่น ร้อนจัด หนาวจัด รวมทั้งผู้ที่มารักษาสภาพในเมืองไทย เป็นครั้งคราว

2) นักท่องเที่ยวกลุ่มหลังเกษียณที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป โดยเน้นกลุ่มที่มีสุขภาพดีและช่วยเหลือตนเองได้

3) กลุ่มนักเรียนและนักศึกษาที่มาศึกษาภายในประเทศไทย และผู้เข้าอบรมในหลักสูตรระยะสั้น นักเรียนแลกเปลี่ยนตามโครงการต่าง ๆ

4) กลุ่มนักกีฬาที่เข้ามาเก็บตัวฝึกซ้อมในประเทศไทย ได้แก่ นักกีฬาที่เข้ามาเก็บตัวฝึกซ้อมก่อนการแข่งขัน กลุ่มเยาวชนที่เข้ามาเรียนและฝึกหัดกีฬาบางประเภท เช่น กีฬาออลิพไมยไทย ฯลฯ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558)

นักท่องเที่ยวทั้ง 4 กลุ่มนี้ คือนักท่องเที่ยวที่สามารถขอวีซ่าสำหรับพำนักระยะยาวตามจุดประสงค์ส่วนบุคคล แต่สำหรับงานวิจัยดังกล่าวนี้ จะมุ่งเน้นถึงการศึกษาการรับรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทยเกิน 15 วันขึ้นไป ต่อการทำวีซ่าสำหรับพำนักระยะยาวในประเทศไทย (Visa Non O-X) ที่ผู้วิจัยทำการค้นคว้านั้น จึงจะอยู่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่พำนักระยะยาวเกิน 15 วันขึ้นไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย” ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตำรา บทความวิชาการ บทความวิจัย วารสาร และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตามลำดับต่อไปนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจการท่องเที่ยว

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.1.4 สถานการณ์ท่องเที่ยวโลก

2.1.5 สถานการณ์ท่องเที่ยวในประเทศไทย

2.1.6 แนวคิดเกี่ยวกับการพำนักระยะยาว

2.1.7 นโยบาย Long Stay Visa

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

เลิศพร ภาระสกุล (2555) ได้กล่าวว่า การศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจ (Motivation) หรือความต้องการจำเป็น (needs) ของผู้บริโภคจัดอยู่ในประเภทการศึกษาด้านจิตวิทยา (psychology) เกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว การศึกษาในด้านนี้มุ่งเน้นที่จะค้นหาถึงแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางค้นหาว่านักท่องเที่ยวทำการตัดสินใจอย่างไร นักท่องเที่ยวมีทัศนคติอย่างไร ต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยว) ที่ได้เลือกแล้ว นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ และได้เรียนรู้มากน้อยแค่ไหนจากประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เขาได้รับ นักท่องเที่ยวมีการพบปะสังสรรค์ (interact) กับคนในพื้นที่และสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ที่มากน้อยเพียงใด และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อประสบการณ์ที่ได้รับมากน้อยเพียงใด

แรงจูงใจ (Motivation) เป็นคำนาม มาจากคำกริยา motive แปลว่า to provide (someone) with a (strong) reason for doing something (Longman Dictionary of Contemporary) English, 1991) และมาจากภาษาลาตินว่า movere ซึ่งหมายถึง เจื่อนใจหรือสภาวะที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม 3 ทิศทาง คือ เจื่อนใจหรือสภาวะที่ทำให้เกิดพฤติกรรมชนิดใดชนิดหนึ่งหรือที่ยับยั้งพฤติกรรม หรือ ที่ไปกำหนดแนวทางให้พฤติกรรมที่จะแสดงออก กล่าวไว้ว่า แรงจูงใจหมายถึงตัวประกอบต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลเป็นแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรม มีผู้ให้ความหมายของคำว่าแรงจูงใจ Motive ไว้หลายท่านดังนี้

พรณี ชูทัยเจนจิต (2528) กล่าวถึงแรงจูงใจไว้ว่า แรงจูงใจเป็นตัวกระตุ้นให้คนแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ กัน การที่มีการแสดงพฤติกรรมนั้นเนื่องจากคนเรามีความต้องการ การที่เรามีความต้องการในสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นแสดงว่าเรา “ขาด” ในสิ่งนั้น ๆ ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้เราแสดงพฤติกรรมเพื่อให้ได้สิ่งนั้นมา เมื่อได้สิ่งสนองความต้องการแล้วเราจะหยุดพฤติกรรมแต่มนุษย์มีความต้องการไม่สิ้นสุด จึงมีการแสดงพฤติกรรมอยู่ตลอดเวลา

กฤษณา ศักดิ์ศรี (2530) ให้ความหมายแรงจูงใจไว้ว่า แรงจูงใจ (Motive) หมายถึง สิ่งกระตุ้นให้อิทธิพลทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งอย่างมีจุดหมายปลายทาง ซึ่งอาจเกิดจากสิ่งเร้าภายในหรือภายนอกก็ได้ โดยแรงจูงใจมีลักษณะสำคัญ 2 ประการ คือ เป็นแรงผลักดันให้เกิดพฤติกรรมและกำหนดทิศทางของพฤติกรรม

เซอร์ชเบิร์ต ได้สร้างทฤษฎีแรงจูงใจแบบสองปัจจัย ซึ่งแยกปัจจัยที่เรียกว่าสิ่งที่สร้างความไม่พอใจ (ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พอใจ) และสิ่งที่สร้างความพอใจ (ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พอใจ) และสิ่งที่สร้างความพอใจ (ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพอใจ)

จากความหมายแรงจูงใจที่กล่าวมาจึงพอสรุปได้ว่า แรงจูงใจ (Motive) หมายถึง ความรู้สึกที่สามารถผลักดันให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมออกมาอย่างตั้งใจ เพื่อให้ตอบสนองตามความต้องการของตนเองและเพื่อให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

มีนักจิตวิทยาเป็นจำนวนมากได้มีการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับแรงจูงใจ ทำให้เกิดเป็นแนวคิดและความน่าเชื่อถือ ซึ่งสามารถรวบรวมขึ้นเป็นทฤษฎีเกี่ยวกับกับการจูงใจหลายทฤษฎี อันได้แก่ ทฤษฎีการลดแรงขับ ทฤษฎีสัญชาตญาณ ทฤษฎีจิตไร้สำนึก ทฤษฎีความคาดหวัง ทฤษฎีความต้องการ ทฤษฎีเสริมพลัง ในที่นี้จะขอกล่าวถึงทฤษฎี ที่อธิบายเกี่ยวกับแรงจูงใจ ที่จะกระตุ้นให้ตัวเองประสบความสำเร็จตามปรารถนาของมาสโลว์ ดังนี้

ทฤษฎีเกี่ยวกับ แรงจูงใจ(Maslow's General Theory of Human & Motivation) โดยมาสโลว์ ได้อธิบายถึงความต้องการของมนุษย์ ซึ่งมีลักษณะเป็นลำดับขั้นจากต่ำไปหาสูง (Hierarchy&

Needs) และเป็นทฤษฎีที่ขอมรับกันแพร่หลายสมมติฐานดังกล่าวมีความเกี่ยวกับ พฤติกรรมของมนุษย์ดังนี้ (Abraham H.Maslow, 1954: 80 - 106)

1. มนุษย์มีความต้องการ ความต้องการมีอยู่เสมอ และไม่มีที่สิ้นสุด แต่สิ่งที่มนุษย์ต้องการนั้นขึ้นอยู่กับว่า เขามีสิ่งนั้นอยู่แล้วหรือยัง ขนาดที่ความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการอื่นจะเข้ามาแทนที่ กระบวนการนี้ไม่มีที่สิ้นสุด และจะเริ่มตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย
2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป ความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้นที่เป็นแรงจูงใจของพฤติกรรม
3. ความต้องการของมนุษย์มีลำดับชั้นความสำคัญ กล่าวคือ เมื่อความต้องการระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะมีการเรียกร้องให้มีการตอบสนองทันที
4. ตามทฤษฎีของมาสโลว์ได้แบ่งลำดับชั้นของความต้องการ (Hierarchy of Needs) ไว้ 5 ชั้นจากต่ำไปสูง ดังนี้



ภาพที่ 2.1 ลำดับชั้นความต้องการตามทฤษฎีมาสโลว์

1. ต้องการของร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐานเพื่อความอยู่รอดของชีวิต ได้แก่ ความต้องการปัจจัยสี่ ความต้องการการยกย่อง และความต้องการทางเพศ ฯลฯ เป็นต้น
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการอยู่รอด ซึ่งมนุษย์ต้องการเพิ่มความต้องการในระดับที่สูงขึ้น เช่น ต้องการความมั่นคงในการทำงาน ความต้องการได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการความปลอดภัยจากอันตรายต่าง ๆ เป็นต้น
3. ความต้องการด้านสังคม (Social needs) หรือความต้องการความรักและการยอมรับ (Love and belongingness needs) ความต้องการทั้งในแง่ของการให้และการได้รับซึ่งความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ความต้องการให้ได้รับการยอมรับ เป็นต้น
4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) ซึ่งเป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว (Self-esteem) ความนับถือ (Recognition) และสถานะ (Status) จกสังคม ตลอดจนเป็นความพยายามที่จะให้มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับบุคคลอื่น เช่น ความต้องการให้ได้รับการเคารพนับถือ ความสำเร็จ ความรู้ ศักดิ์ศรี ความสามารถ สถานะที่ดีในสังคมและมีชื่อเสียงในสังคม
5. ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดแต่ละบุคคล ซึ่งถ้าบุคคลใดบรรลุความต้องการในขั้นนี้ได้ จะได้รับการยกย่องว่าเป็นบุคคลพิเศษ เช่น ความต้องการที่เกิดจากความสามารถทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ นักร้องหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

แรงจูงใจต่อพฤติกรรมของบุคคลในแต่ละสถานการณ์

แรงจูงใจจะทำให้แต่ละบุคคลเลือกพฤติกรรมเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เหมาะสมที่สุดในแต่ละสถานการณ์ที่แตกต่างกันออกไป พฤติกรรมที่เลือกแสดงนี้ เป็นผลจากลักษณะในตัวบุคคลสภาพแวดล้อมดังนี้

1. ถ้าบุคคลมีความสนใจในสิ่งใดก็จะเลือกแสดงพฤติกรรม และมีความพอใจที่จะทำกิจกรรมนั้น ๆ รวมทั้งพยายามทำให้เกิดผลเร็วที่สุด
2. ความต้องการจะเป็นแรงกระตุ้นที่ทำให้ทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการนั้น
3. ค่านิยมที่เป็นคุณค่าของสิ่งต่าง ๆ เช่น ค่านิยมทางเศรษฐกิจ สังคม ความงาม จริยธรรม วิชาการ เหล่านี้จะเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดแรงขับของพฤติกรรมตามค่านิยมนั้น

4. ทักษะที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งก็มีผลต่อพฤติกรรมนั้น เช่น ถ้ามีทักษะที่ดีต่อการทำงาน ก็จะทำงานด้วยความทุ่มเท

5. ความมุ่งหวังที่ต่างระดับกัน ก็เกิดแรงกระตุ้นที่ต่างระดับกันด้วย คนที่ตั้งระดับความมุ่งหวังไว้สูงจะพยายามมากกว่าผู้ที่ตั้งระดับความมุ่งหวังไว้ต่ำ

6. การแสดงออกของความต้องการในแต่ละสังคมจะแตกต่างกันออกไป ตามขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมของสังคมของตน ยิ่งไปกว่านั้นคนในสังคมเดียวกัน ยังมีพฤติกรรมในการแสดงความต้องการที่ต่างกันอีกด้วยเพราะสิ่งเหล่านี้เกิดจากการเรียนรู้ของตน

7. ความต้องการอย่างเดียวกัน ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันได้

8. แรงจูงใจที่แตกต่างกัน ทำให้การแสดงออกของพฤติกรรมที่เหมือนกันได้

9. พฤติกรรมอาจสนองความต้องการได้หลาย ๆ ทาง และมากกว่าหนึ่งอย่างในเวลาเดียวกัน เช่น ตั้งใจทำงาน เพื่อไว้เงินเดือนและได้ชื่อเสียงเกียรติยศ ความยกย่องและยอมรับจากผู้อื่น

ลักษณะของแรงจูงใจ

แรงจูงใจมี 2 ลักษณะดังนี้

1. แรงจูงใจภายใน (intrinsic motives)

แรงจูงใจภายในเป็นสิ่งผลักดันจากภายในตัวบุคคลซึ่งอาจจะเป็นเจตคติ ความคิด ความสนใจ ความตั้งใจ การมองเห็นคุณค่า ความพอใจ ความต้องการ ฯลฯ สิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวนี้อาจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมค่อนข้างถาวรเช่นคนงานที่เห็นองค์การคือสถานที่ให้ชีวิตแก่เขาและครอบครัวเขาก็จะจงรักภักดีต่อองค์การ และองค์การบางแห่งขาดทุนในการดำเนินการก็ไม่ได้จ่ายค่าตอบแทนที่ดีแต่ด้วยความผูกพันพนักงานก็ร่วมกันลดค่าใช้จ่ายและช่วยกันทำงานอย่างเต็มที่

2. แรงจูงใจภายนอก (extrinsic motives)

แรงจูงใจภายนอกเป็นสิ่งผลักดันภายนอกตัวบุคคลที่มากกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมอาจจะเป็นการได้รับรางวัล เกียรติยศชื่อเสียง คำชม หรือยกย่อง แรงจูงใจนี้ไม่คงทนถาวร บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองสิ่งจูงใจดังกล่าวเฉพาะกรณีที่ต้องการสิ่งตอบแทนเท่านั้น

ที่มาของแรงจูงใจ

แรงจูงใจมีที่มาจากหลายสาเหตุด้วยกันเช่น อาจจะเนื่องมาจากความต้องการหรือแรงขับหรือสิ่งเร้า หรืออาจเนื่องมาจากการคาดหวังหรือจากการเก็บกดซึ่งบางทีเจ้าตัวก็ไม่วู้ตัว จะเห็นได้ว่าการจูงใจให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่มีกฎเกณฑ์แน่นอนเนื่องจากพฤติกรรมมนุษย์มีความซับซ้อน แรงจูงใจอย่างเดียวกันอาจทำให้เกิดพฤติกรรมที่ต่างกัน แรงจูงใจต่างกันอาจเกิดพฤติกรรมที่เหมือนกันก็ได้ดังนั้นจะกล่าวถึงที่มาของแรงจูงใจที่สำคัญพอสังเขปดังนี้

ความต้องการ (Need)

เป็นสภาพที่บุคคลขาดสมดุลทำให้เกิดแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อสร้างสมดุลให้ตัวเอง เช่น เมื่อรู้สึกเหนื่อยล้าก็จะนอนหรือนั่งพัก ความต้องการมีอิทธิพลมากต่อพฤติกรรมเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายที่ต้องการ นักจิตวิทยาแต่ละท่านอธิบายเรื่องความต้องการในรูปแบบต่างๆกันซึ่งสามารถแบ่งความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ได้เป็น 2 ประเภททำให้เกิดแรงจูงใจ

1. แรงจูงใจทางด้านร่างกาย (physical motivation)

เป็นความต้องการเกี่ยวกับอาหาร น้ำ การพักผ่อน การได้รับความคุ้มครอง ความปลอดภัย การได้รับความเพลิดเพลิน การลดความเคร่งเครียด แรงจูงใจนี้จะมีสูงมากในวัยเด็กตอนต้นและวัยผู้ใหญ่ตอนปลายเนื่องจากเกิดจากความเสื่อมของร่างกาย

2. แรงจูงใจทางด้านสังคม (social motivation)

แรงจูงใจด้านนี้สลับซับซ้อนมากเป็นความต้องการที่มีผลมาจากด้านชีววิทยาของมนุษย์ในความต้องการอยู่ร่วมกันกับครอบครัว เพื่อนฝูงในโรงเรียน เพื่อนร่วมงาน เป็นความต้องการส่วนบุคคลที่ได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมซึ่งในบางวัฒนธรรมหรือบางสังคมจะมีอิทธิพลที่เข้มแข็งและเหนียวแน่นมาก

ความแตกต่างของแรงจูงใจด้านสังคมและแรงจูงใจด้านร่างกาย คือ แรงจูงใจด้านสังคมเกิดจากพฤติกรรมที่เขาแสดงออกด้วยความต้องการของตนเองมากกว่า ผลตอบแทนจากวัตถุและสิ่งของ

แรงขับ (drives)

เป็นแรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการทางกายและสิ่งเร้าจากภายในตัวบุคคล ความต้องการและแรงขับมักเกิดควบคู่กัน เมื่อเกิดความต้องการแล้วความต้องการนั้นไปผลักดันให้เกิดพฤติกรรมที่เรียกว่าเป็นแรงขับ เช่น ในการประชุมหนึ่งผู้เข้าประชุมทั้งหิว ทั้งเหนื่อย แทนที่การประชุมจะราบรื่นก็อาจจะเกิดการขัดแย้งหรือเพราะว่าทุกคนหิวก็รีบสรุปการประชุมซึ่งอาจจะทำให้ขาดการไตร่ตรองที่ดีก็ได้

สิ่งล่อใจ (incentives)

เป็นสิ่งชักนำบุคคลให้กระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ถือเป็นแรงจูงใจภายนอก เช่น ต้องการให้พนักงานมาทำงานสม่ำเสมอก็ใช้วิทยกย่องพนักงานที่ไม่ขาดงาน โดยจัดสรรรางวัลในการคัดเลือกพนักงานที่ไม่ขาดงานหรือมอบโล่ให้แก่ฝ่ายที่ทำงานดีประจำปี สิ่งล่อใจอาจเป็นวัตถุ เป็นสัญลักษณ์ หรือคำพูดที่ทำให้บุคคลพึงพอใจ

การตื่นตัว (arousal)

เป็นภาวะที่บุคคลพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรม สมองพร้อมที่จะคิด กล้ามเนื้อพร้อมจะเคลื่อนไหว นักกีฬาที่อุ่นเครื่องเสร็จพร้อมที่จะแข่งขันหรือเล่นกีฬา องค์กรที่มีบุคลากรที่มีความตื่นตัวก็ย่อมส่งผลให้ทำงานดี การศึกษาธรรมชาติพฤติกรรมของมนุษย์มีความตื่นตัว 3 ระดับ คือ

- การตื่นตัวระดับสูงจะตื่นตัวมากไปจนกลายเป็นตื่นตกใจหรือตื่นตื่นเกินไปขาดสมาธิ

- การตื่นตัวระดับกลางคือระดับตื่นตัวที่ดีที่สุด

- การตื่นตัวระดับต่ำมักจะทำให้ทำงานเฉื่อยชา งานเสร็จช้า

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ทำให้บุคคลตื่นตัวมีทั้งสิ่งเร้าภายนอกและภายใน ได้แก่ ลักษณะส่วนตัวของบุคคลแต่ละคนที่มีต่างกันทั้งบุคลิกภาพ นิสัยและระบบสรีระของผู้นั้น

การคาดหวัง (expectancy)

เป็นการตั้งความปรารถนาที่จะเกิดขึ้นของบุคคลในสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เช่น พนักงานคาดหวังว่าเขาจะได้โบนัสประมาณ 4-5 เท่าของเงินเดือนในปี นี้ การคาดหวังทำให้พนักงานมีชีวิตชีวาซึ่งบางคนอาจสมหวัง บางคนอาจผิดหวังก็ได้ สิ่งที่เกิดขึ้นกับสิ่งที่คาดหวังมักไม่ตรงกันเสมอไป ถ้าสิ่งที่เกิดขึ้นห่างกับสิ่งที่คาดหวังมากก็อาจจะทำให้พนักงานคับข้องใจในการทำงาน การคาดหวังก่อให้เกิดแรงผลักดันหรือเป็นแรงจูงใจที่สำคัญต่อพฤติกรรม ถ้าองค์กรกระตุ้นให้พนักงานยกระดับผลงานตนเองได้และพิจารณาผลตอบแทนที่ใกล้เคียงกับสิ่งที่พนักงานคาดหวังว่าควรจะได้ก็จะเป็นประโยชน์ทั้งองค์กรและพนักงาน

การตั้งเป้าหมาย (goal setting)

เป็นการกำหนดทิศทางและจุดมุ่งหมายปลายทางของการกระทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งของบุคคลจัดเป็นแรงจูงใจจากภายในของบุคคลผู้นั้นในการทำงาน ธุรกิจที่มุ่งเพิ่มปริมาณและคุณภาพควรมีการตั้งเป้าหมายในการทำงานเพราะจะส่งผลให้การทำงานมีแผนในการดำเนินการเหมือนเรือที่มีหางเสือ เพราะมีเป้าหมายชัดเจน

ทฤษฎี E.R. G. ของ Alderfer (Existence Relatedness Growth)

Alderfer (อ้างถึงใน สมยศ นาวิการ, 2540, น. 307-310) ได้ปรับปรุงลำดับขั้นความต้องการของ Maslow เป็นความต้องการ 3 ระดับ ดังนี้

1. ความต้องการดำรงชีวิตอยู่ (existence needs) คือ ความต้องการทางร่างกายและความปลอดภัย ความต้องการรายได้ สวัสดิการและสภาพแวดล้อมการทำงาน

2. ความต้องการความสัมพันธ์ (relatedness needs) คือ ความต้องการทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลภายในสถานที่ทำงาน

3. ความต้องการเจริญเติบโต (growth needs) คือ ความต้องการภายในเพื่อการพัฒนาส่วนบุคคล ความต้องการของบุคคลที่จะเจริญเติบโตพัฒนา และใช้ความสามารถอย่างเต็มที่ด้วยการแสวงหาโอกาส และการเอาชนะความท้าทายใหม่ ๆ

ทฤษฎี E.R.G ของ Alderfer มีความคล้ายคลึงกับทฤษฎีแรงจูงใจของมนุษย์ของ Maslow ที่ว่า ความต้องการที่ยังไม่ตอบสนองจะจูงใจบุคคลและเห็นด้วยว่า โดยทั่วไปบุคคลจะก้าวขึ้นไปตามลำดับของความต้องการจากระดับต่ำกว่าก่อนความต้องการระดับสูง เมื่อความต้องการระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับต่ำจะมีความสำคัญน้อยลง แต่อย่างไรก็ตาม ภายใต้สถานการณ์บางอย่าง บุคคลอาจจะกลับมายังความต้องการระดับต่ำได้ เช่น บุคคลที่คับข้องใจภายใน การตอบสนองความต้องการการเจริญเติบโต อาจจะถูกใจให้ตอบสนองความต้องการความสัมพันธ์ที่ต่ำลงมา จึงทำให้ทฤษฎีนี้มีทั้ง ส่วนเหมือนและส่วนต่างกับทฤษฎีความต้องการของ Maslow (วุฒิปด สกตเกียรติ, 2546, น. 193-194

ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของแมคคลีแลนด์ McClelland

ทฤษฎีนี้เน้นอธิบายการจูงใจของบุคคลที่กระทำการเพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการความสำเร็จมิได้หวังรางวัลตอบแทนจากการกระทำของเขา ซึ่งความต้องการความสำเร็จนี้ในแง่ของการทำงานหมายถึงความต้องการที่จะทำงานให้ดีที่สุดและทำให้สำเร็จผลตามที่ตั้งใจไว้ เมื่อตนทำอะไรสำเร็จได้ก็จะเป็นแรงกระตุ้นให้ทำงานอื่นสำเร็จต่อไป หากองค์กรใดที่มีพนักงานที่แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จำนวนมากก็จะเจริญรุ่งเรืองและเติบโตเร็ว

ในช่วงปี ค.ศ. 1940s นักจิตวิทยาชื่อ David I. McClelland ได้ทำการทดลองโดยใช้แบบทดสอบการรับรู้ของบุคคล (thematic apperception test (tat)) เพื่อวัดความต้องการของมนุษย์ โดยแบบทดสอบTAT เป็นเทคนิคการนำเสนอภาพต่าง ๆ แล้วให้บุคคลเขียนเรื่องราวเกี่ยวกับสิ่งที่เขาเห็น จากการศึกษาวิจัยของแมคคลีแลนด์ได้สรุปคุณลักษณะของคนที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงมีความต้องการ 3 ประการ ที่ได้จากแบบทดสอบ TAT ซึ่งเขาเชื่อว่าเป็นสิ่งสำคัญในการที่จะเข้าใจถึงพฤติกรรมของบุคคลได้ดังนี้

1. ความต้องการความสำเร็จ (need for achievement (nach) เป็นความต้องการที่จะทำสิ่งต่างๆ ให้เต็มที่และดีที่สุดเพื่อความสำเร็จ จากการศึกษาวิจัยของ McClelland พบว่า บุคคลที่ต้องการความสำเร็จ (nach) สูง จะมีลักษณะชอบการแข่งขัน ชอบงานที่ท้าทาย และต้องการได้รับข้อมูลป้อนกลับเพื่อประเมินผลงานของตนเอง มีความชำนาญในการวางแผน มีความรับผิดชอบสูง และกล้าที่จะเผชิญกับความล้มเหลว

2. ความต้องการความผูกพัน (need for affiliation (naff)) เป็นความต้องการการยอมรับจากบุคคลอื่น ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ต้องการสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อบุคคลอื่น บุคคลที่

ต้องการความผูกพันสูงจะชอบสถานการณ์การร่วมมือมากกว่าสถานการณ์การแข่งขัน โดยจะพยายามสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น

3. ความต้องการอำนาจ (need for power (power)) เป็นความต้องการอำนาจเพื่อมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น บุคคลที่มีความต้องการอำนาจสูง จะแสวงหาวิถีทางเพื่อให้ตนมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่น ต้องการให้ผู้อื่นยอมรับหรือยกย่อง ต้องการความเป็นผู้นำ ต้องการทำงานให้เหนือกว่าบุคคลอื่น และจะกังวลเรื่องอำนาจมากกว่าการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

จากการศึกษาพบว่าพนักงานที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงมักต้องการจะทำงานในลักษณะ 3 ประการ ดังนี้

1. งานที่เปิดโอกาสให้เขารับผิดชอบเฉพาะส่วนของเขา และเขามีอิสระที่จะตัดสินใจและแก้ปัญหาด้วยตนเอง
2. ต้องการงานที่มีระดับยากง่ายพอดี ไม่ง่ายหรือยากจนเกินไปกว่าความสามารถของเขา
3. ต้องการงานที่มีความแน่นอนและต่อเนื่องซึ่งสร้างผลงานได้และทำให้เขามีความก้าวหน้าในงานเพื่อจะพิสูจน์ตนเองถึงความสามารถของเขาได้

นอกจากงานในลักษณะดังกล่าวแล้วแมคคลีแลนดได้พบว่าปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการทำงานเพื่อให้ได้ผลงานที่มีประสิทธิภาพคือสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมกับงานที่เขาทำด้วย

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจการท่องเที่ยว

ตามหลักทฤษฎีพื้นฐานที่กล่าวถึงก่อนหน้านี้ เรื่อง แรงจูงใจและแรงกระตุ้นนั้น แรงจูงใจการท่องเที่ยวได้รับพัฒนามาเป็นเวลาหลายสิบปี จากที่อ้างถึงข้างต้น โดย Russ Johnston ได้แต่งหนังสือเรื่อง “แรงจูงใจสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป” โดยบทความตอนหนึ่งได้กล่าวไว้ว่า เหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้คนเดินทางท่องเที่ยวคือ ความต้องการหนี (escape) การเดินทางท่องเที่ยวทำให้คนเราได้หนีไปจากสิ่งแวดล้อมในชีวิตประจำวัน หนีไปจากความจำเจของหน้าที่การงาน หัวหน้างาน และหนีไปจากความน่าเบื่อของงานภายในบ้าน (อ้างถึงใน Lundberg, 1972, p.114)

J.D. Fridger (อ้างถึงใน บุญเลิศ ตั้งจิตตั้งวัฒนา, 2555) ได้อธิบายความหมายของแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวลงในหนังสือชื่อ “Dimension of Tourism” ปี ค.ศ.1991 หมายถึง แรงขับเคลื่อนภายในส่วนบุคคลที่เป็นสาเหตุให้ทำบางสิ่งบางอย่าง เพื่อเติมเต็มด้านความจำเป็นด้านชีววิทยาหรือความต้องการทางจิตวิทยา หรืออาจจะกล่าวง่าย ๆ ว่า แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง แรงขับเคลื่อนภายในส่วนบุคคลที่มีพฤติกรรมเกิดการท่องเที่ยว เพื่อเติมเต็มความต้องการทางชีววิทยาและจิตวิทยา

การอธิบายดังกล่าวอาศัยหลักแรงจูงใจ (Zhang, 2006) ทั้งนี้ การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่าทฤษฎีแรงจูงใจการท่องเที่ยวสามารถอธิบายเหตุผลที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทาง (Lundberg, 1972; Dann, 1977; Crompton, 1979; Pearce and Caltabiano, 1983; Yuan and McDonald, 1990)

จากการศึกษาของ Fodness (อ้างถึงใน ศิริชัย กาญจน โนภาส, 2557) นักวิจัยส่วนใหญ่ซึ่งหาวิธีนิยามแรงจูงใจการท่องเที่ยวมักพัฒนาหาเหตุผลสำหรับการท่องเที่ยวจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม Dann (1981) ไม่เห็นด้วยและโต้แย้งว่าแรงจูงใจห่างไกลจากคำว่าเหตุผล โดยอ้างถึงความเห็นของ Brown (1963) ทั้งนี้ ตามความเห็นของ Dann เหตุผลเป็นหน่วยย่อยของแรงจูงใจ ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของแรงกระตุ้น โดยเป็นรูปแบบที่จำเป็นและเป็นเหตุผลที่จะนำไปสู่เป้าหมายความต้องการ แม้ว่าเหตุผลการท่องเที่ยวและประโยชน์จากประสบการณ์การท่องเที่ยวอาจแสดงถึงรูปแบบการบรรลุเป้าหมายส่วนตัวและความต้องการส่วนบุคคล แต่ไม่ได้หมายความว่าหมายถึง แรงจูงใจการท่องเที่ยวพื้นฐาน (Dann, 1981; Pearce and Caltabiano, 1983) เช่น บางคนท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย ซึ่งหลีกเลี่ยงชีวิตปกติประจำวัน ขณะที่บางคนเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและผ่อนคลายด้วยการให้รางวัลตนเองจากการสร้างความบันเทิงสุดขยอให้กับตนเอง (Fodness, 1994)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าเหตุซึ่งผู้คนแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเทียบไม่ได้กับแรงจูงใจการท่องเที่ยวพื้นฐาน โดยแสดงถึงการแสดงออกทางจิตวิทยา (ความต้องการ) การบริการการท่องเที่ยว (ความพอใจ) สำหรับบุคคล (Fodness, 1997) ดังนั้น และยังเป็นประโยชน์ที่จะพิจารณาถึงเหตุผลสำหรับการท่องเที่ยวที่พัฒนาโดยนักวิจัยต่างๆ

ทฤษฎีแรงจูงใจการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) ได้กล่าวถึงลักษณะของแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ

1. การจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) เป็นสถานะที่บุคคลต้องการจะเดินทางท่องเที่ยวหรือต้องการจะเรียนรู้หรือต้องการที่จะแสวงหาบางสิ่งบางอย่างด้วยตนเอง โดยที่ไม่ต้องอาศัยการชักจูงจากสิ่งแวดล้อม

2. การจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) เป็นสถานะที่บุคคลได้รับการกระตุ้นจากรั้ว อันเกิดจากภายนอกมาทำให้บุคคลเกิดความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ

Gray (อ้างถึงใน ศิริชัย กาญจน โนภาส, 2557) อ้างถึง “ความรักแสงแดด” และ “ความรักการเดินทางร้อนรุ่ม” โดยพยายามที่จะอธิบายเหตุผลของการเดินทาง “ความรักแสงแดด” หมายถึงลักษณะวันหยุดซึ่งได้รับแรงจูงใจจากความต้องการประสบการณ์ที่แปลกใหม่หรือความสะดกสบายที่คิดว่าสำหรับจุดประสงค์เฉพาะ ซึ่งคิดว่าสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ในชีวิตปกติ ส่วน “ความรักการ

เดินทางเร็วร้อน” ซึ่งเป็นทางเลือกนอกจาก “ความรักแสงแดด” นิยามตามคุณสมบัติพื้นฐานในธรรมชาติของมนุษย์ที่ทำให้บางคนอาจจะหนีจากสิ่งที่คุ้นเคยไปสู่วัฒนธรรมและสถานที่ไม่แตกต่างและประสบการณ์ครั้งแรก หรือรอรอบวัฒนธรรมในอดีตในสถานที่โด่งดังสำหรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และสถาปัตยกรรม

งานศึกษาของ Dann (อ้างถึงใน ศิริชัย กาญจนโนภาส, 2557) ซึ่งสำรวจทัศนคตินักท่องเที่ยวต่อประเทศบาร์บาโดส ระบุถึงแรงจูงใจพื้นฐานสองประการ กล่าวคือ ความแปลกแยกของบุคคลและลักษณะอัตตา โดยเน้นความสำคัญของสมมติฐานความแปลกแยก Dann (1977) ตั้งนิยามว่าคุณคณมีความต้องการความรักและความเอาใจใส่ และความต้องการสื่อสารกับเพื่อนมนุษย์ ดังนั้นจึงมีความต้องการความรู้สึกที่ดีกว่าของตัวเองที่ได้รับอยู่ทุกเมื่อเชื่อวัน และความต้องการการปฏิบัติสัมพันธ์ทางสังคมจะเติมเต็มด้วยการหลบหนีไปพักผ่อน ลักษณะอัตตาเชื่อว่ามาจากความต้องการการยอมรับ ซึ่งอาจได้รับจากสถานะที่เกิดจากการท่องเที่ยว (Crompton, 1979 อ้างถึงใน ศิริชัย กาญจนโนภาส, 2557)

Dann (อ้างถึงใน ศิริชัย กาญจนโนภาส, 2557) ยังระบุถึงมโนทัศน์ของปัจจัย “ผลึก” และ “ดิ่ง” เกี่ยวกับการอธิบายส่วนใหญ่ของแรงจูงใจการท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มจะพัฒนา ปัจจัย “ผลึก” หมายถึง เมื่อนักท่องเที่ยวเป็นวัตถุ และการจัดการปัจจัยดังกล่าวซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยว Dann (อ้างถึงใน ศิริชัย กาญจนโนภาส, 2557) อีกนัยหนึ่ง ปัจจัย “ผลึก” สำหรับการพักผ่อนเป็นแรงจูงใจเชิงจิตวิทยาสังคมซึ่งถูกมองว่าเป็นประโยชน์สำหรับการอธิบายความต้องการการเดินทางไปพักผ่อน (Crompton, 1979 อ้างถึงใน ศิริชัย กาญจนโนภาส, 2557) ในทางกลับกันปัจจัย “ดิ่ง” เป็นปัจจัยซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวมายังสถานที่นั้นๆ Dann (อ้างถึงใน ศิริชัย กาญจนโนภาส, 2557) กล่าวคือ แรงจูงใจที่เกิดจากสถานที่ท่องเที่ยวปลายทาง มิใช่เกิดจากแรงจูงใจภายในตัวนักท่องเที่ยวเอง ซึ่งจัดว่ามีความหมายอย่างยิ่งสำหรับการอธิบายตัวเลือกการท่องเที่ยว (Crompton, 1979 อ้างถึงใน ศิริชัย กาญจนโนภาส, 2557)

ดังนั้น ทั้งความแปลกแยกของบุคคลและลักษณะอัตตา ซึ่งเกิดจากความต้องการภายในตัวนักท่องเที่ยว ถือว่าเป็นปัจจัยเชิงจิตวิทยาสังคม กล่าวคือ เป็นปัจจัยผลึก (Dann, 1977 อ้างถึงใน ศิริชัย กาญจนโนภาส, 2557)

สำหรับเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างทั้งสองปัจจัยนี้ Dann Dann (อ้างถึงใน ศิริชัย กาญจนโนภาส, 2557) กล่าวไว้ว่า “ขณะที่สถานที่ท่องเที่ยวที่นั่นๆ อาจมีแหล่งน่าสนใจจำนวนมากสำหรับผู้ที่จะเดินทางท่องเที่ยว การตัดสินใจจริงๆ ของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางท่องเที่ยวปลายทางดังกล่าวเป็นผลของต้องการการท่องเที่ยวก่อนหน้านี้ ดังนั้น การใช้ปัจจัย “ผลึก” เป็นตรรกะ และมักเกิดขึ้นก่อน” ปัจจัยดิ่ง “ชั่วคราว” จากการวิเคราะห์ ปัจจัยผลึกจะมาก่อนปัจจัยดิ่ง

ความแตกต่างระหว่างปัจจัยดิ่งและผลึก Iso-Ahola (อ้างถึงใน ศิริชัย กาญจนโนภาส, 2557) กำหนดหลักการออกเป็นสองมิติของพลังการหาความบันเทิงและแรงจูงใจในการท่องเที่ยว กล่าวคือ การเข้าหา (การแสวงหา) และการหลบหนี (การหนี) ประการแรกเชื่อว่าจะให้รางวัลจากภายใน เช่น ความรู้สึกของการได้สั่งการและการมีอำนาจ และประการที่สองช่วยให้นักท่องเที่ยวหลีกเลี่ยงหนีจากสภาพแวดล้อมเดิมๆ ที่ทิ้งไว้เบื้องหลัง ตามการศึกษาของ Iso-Ahola (อ้างถึงใน ศิริชัย กาญจนโนภาส, 2557) ถือเป็นการตระหนักรู้ถึงความพึงพอใจที่จะเกิดขึ้นจากการเดินทางในฐานะนักท่องเที่ยวซึ่งช่วยให้บุคคลได้รับพลังจากการเลือกเป้าหมายการเดินทาง เมื่อความตระหนักรู้ถึงความพึงพอใจที่อาจเกิดขึ้น แรงกระตุ้นแรงจูงใจทั้งสองกล่าวคือ ความต้องการได้รับเชิงจิตวิทยา (ภายใน) ผ่านการเดินทางและความต้องการหลีกเลี่ยงหนีจากสภาพแวดล้อมประจำวันที่ทิ้งไว้ข้างหลัง กล่าวเป็นตัวแปรสำคัญของพฤติกรรมการท่องเที่ยวและส่งผลต่อบุคคลในขณะเดียวกัน Iso-Ahola (1982) ก็ยังเสนอว่าการท่องเที่ยวมีความหมายถึงกิจกรรมการหลีกเลี่ยงหนีมากกว่าการเข้าหาสำหรับคนส่วนใหญ่ ภายในสถานการณ์ส่วนใหญ่ เนื่องจากลักษณะเฉพาะตัวของแต่ละฝ่าย

Iso-Ahola (อ้างถึงใน ศิริชัย กาญจนโนภาส, 2557) ระบุถึงชนิดหลักสองประการของปัจจัยผลึกและดิ่ง ได้แก่ บุคคลและระหว่างบุคคล โดยเน้นว่าบุคคลถูกกระตุ้นให้ออกไปทำกิจกรรมการเดินทางเพื่อทั้งแสวงหารางวัลส่วนบุคคลและระหว่างบุคคลจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมยามว่างที่เกี่ยวข้อง เช่น ความรู้สึกมีอำนาจสั่ง (ส่วนบุคคล) การเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม (ส่วนบุคคล) การปฏิสัมพันธ์เชิงสังคมต่าง ๆ ที่เพิ่มขึ้น (ระหว่างบุคคล) การปฏิสัมพันธ์กับคนพื้นที่หรือสมาชิกของกลุ่มเดินทาง (ระหว่างบุคคล) เป็นต้น และเพื่อทั้งปัญหาส่วนบุคคลและหรือระหว่างบุคคลของชีวิตประจำวันไว้เบื้องหลัง เช่น ปัญหาและความล้มเหลวส่วนบุคคล เพื่อนร่วมงาน เพื่อนและเพื่อนบ้าน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ทั้งคู่ไม่สามารถแบ่งกลุ่มปัจจัยส่วนบุคคลและระหว่างบุคคลนี้เข้าเป็นปัจจัยและปัจจัยดิ่ง

ด้าน Koster นักวิจัยการท่องเที่ยวชาวดัตช์ ได้กล่าวถึงแรงจูงใจขั้นพื้นฐาน 3 ประการที่ทำให้คนเดินทางท่องเที่ยวไว้ดังนี้ (วัฒนชัย ชูมาก, 2544)

1. ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อที่จะชดเชยเวลาที่สูญเสียไปจากการทำงาน
2. ความต้องการที่จะเรียนรู้ หรือ ความอยากรู้อยากเห็น ในสิ่งที่ตนไม่เคยพบเห็นมาก่อน
3. ความต้องการที่จะเป็นที่ยอมรับของคนอื่นๆ จากการที่ได้เดินทางท่องเที่ยว

Iso-Ahola ได้นำเสนอแนวคิดในการอธิบายพฤติกรรมที่จะนำไปสู่การเดินทางท่องเที่ยว โดยกล่าวไว้ว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกิดจากแรงจูงใจ 2 ชนิด คือ (อ้างถึงใน Ryan, 1995, p.53)

1. ความปรารถนาที่จะหลีกเลี่ยงหนีจากสิ่งแวดล้อมในชีวิตประจำวัน

2. ความปรารถนาที่จะได้รับการตอบสนองทางจิตวิทยา เช่น การท่องเที่ยวเพื่อเป็นการให้รางวัลกับตนเอง และทำให้เกิดความภาคภูมิใจส่วนตน

ด้าน Robert กล่าวถึงมูลเหตุจูงใจของการท่องเที่ยวขึ้นพื้นฐานมี 4 ประการ คือ (อ้างถึงใน วัฒนชัย ชูมาก, 2544)

1. มูลเหตุจูงใจเพื่อกายภาพหรือเพื่อร่างกาย ซึ่งรวมไปถึงการไปพักผ่อนที่ชายหาด การไปตากอากาศชายทะเล หรือไปตามคำแนะนำของแพทย์ เพื่อให้พ้นจากภาวะการดำเนินชีวิตที่เคร่งเครียดและถูกละเลย

2. มูลเหตุจูงใจเพื่อวัฒนธรรม มูลเหตุจูงใจในลักษณะนี้หมายถึง มูลเหตุจูงใจเพื่ออยากรู้ อยากเห็น เกี่ยวกับประเทศต่าง ๆ เช่น ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรม นาฏศิลป์ คุรียางกศิลป์ การวาดภาพ ฯลฯ

3. มูลเหตุจูงใจเพื่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งหมายถึงการไปพบปะกับบุคคลอื่น ๆ เพื่อเยี่ยมเพื่อน เยี่ยมญาติ หลีกหนีจากสภาพที่จำเจประจำวัน โดยเฉพาะจากครอบครัว เพื่อนบ้าน และเพื่อไปแสวงหาเพื่อนใหม่

4. มูลเหตุจูงใจเพื่อสถานภาพและเกียรติภูมิ ซึ่งหมายถึง ความต้องการที่จะยกฐานะของตนให้สูงขึ้น มีเกียรติภูมิสูงขึ้น เช่น การไปทำธุรกิจในต่างประเทศ การไปร่วมประชุม การศึกษา ฯลฯ การได้มีโอกาสได้เดินทางไปทำกิจกรรมต่างๆเหล่านี้จะทำให้เป็นคนมีเกียรติทางสังคม ฯลฯ ดังขึ้น

ทั้งนี้ Dann (อ้างถึงใน เลิศพร ภาระสกุล, 2555) กล่าวว่าการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจประกอบด้วยองค์ประกอบ 7 อย่างต่อไปนี้

1. นักท่องเที่ยวถูกกระตุ้น (Motivated) ด้วยความต้องการที่จะได้รับประสบการณ์ที่มีความแตกต่างออกไปจากประสบการณ์ที่สามารถหาได้ในประเทศหรือในบ้านเมืองของเขา

2. จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวทำหน้าที่ดึงดูด (Pull) ในลักษณะของการตอบสนองต่อแรงจูงใจซึ่งเป็นปัจจัยผลักดัน (push) แนวคิดนี้จึงเป็นการจำแนกแรง 2 แรงที่มีความแตกต่างกันระหว่างความปรารถนาหรือความต้องการ (desire) ในตัวของนักท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยหลัก กับอีกด้านหนึ่งคือ ความดึงดูดใจน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว (attraction) หรือจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (destination) ซึ่งเป็นปัจจัยดึง

3. แรงจูงใจคือจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายที่ถูกจัดเป็นลำดับขั้นต่างๆ (Classified purpose) กล่าวคือ มีการจัดประเภทของจุดมุ่งหมายของการเดินทางออกเป็นชนิด เช่น การเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติมิตร การเดินทางเพื่อความสนุกสนาน การเดินทางเพื่อศึกษาหาความรู้

4. แรงจูงใจคือ การจินตนาการเพื่อฝัน (Fantasy) นักท่องเที่ยวทำการเดินทางเพื่อสามารถแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เข้าจะไม่ถูกลงโทษทางวัฒนธรรม (Cultural sanctioned) ในประเทศของตัวนักท่องเที่ยวเอง

5. ชนิดของแรงจูงใจ (Motivation typologies) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท

5.1 การแบ่งประเภทในเชิงพฤติกรรม (Behavioral typologies) เช่น แรงจูงใจประเภท sun lust คือ แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ต้องการความสะดวกสบายเหมือนอยู่ที่บ้าน แรงจูงใจประเภท Wander lust คือ ความอยากรู้อยากเห็น ต้องการมีประสบการณ์ที่แปลกใหม่และไม่คุ้นเคย

5.2 การแบ่งประเภทตามบทบาทของนักท่องเที่ยว (Tourist role)

6. แรงจูงใจและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว เป็นแนวทางการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นความเป็นของแท้ (Authenticity) ของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ยังเป็นประเด็นที่ยังไม่เป็นที่ยุติเกี่ยวกับประสบการณ์ต่างๆของนักท่องเที่ยว

7. แรงจูงใจที่นักท่องเที่ยวเป็นผู้ให้คำจำกัดความเอง (Auto-definition) ยึดหลักการที่ว่า นักท่องเที่ยวอธิบายแรงจูงใจของตัวเอง

นอกจากนั้น McIntosh and Goeldner (อ้างถึงใน ศิริชัย กาญจนโนภาส, 2557) ได้กล่าวในทำนองเดียวกันว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ตามปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ย่อมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจ (Motivation) ที่สำคัญ 4 ประการ (Burke and Resnick, 1991)

1. สิ่งจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation) ได้แก่ สิ่งจูงใจที่เกี่ยวกับการพักผ่อนร่างกาย การเล่นกีฬา การสันทนาการ การบันเทิงและสิ่งจูงใจอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสุขภาพ

2. สิ่งจูงใจทางวัฒนธรรม (Culture Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากรู้อักกับผู้อื่นได้เรียนรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม นาฏศิลป์ และศาสนา เป็นต้น

3. สิ่งจูงใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่จะได้พบคนใหม่ หรือรู้จักคนใหม่ ๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว

4. สิ่งจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation) ได้แก่ ความต้องการพัฒนาตนเอง และแสดงความสำคัญของตนเอง เช่น การเดินทางทำธุรกิจ การเดินทางเพื่อไปศึกษาต่อ

อย่างไรก็ตาม McIntosh and Goeldner (อ้างถึงใน ศิริชัย กาญจนโนภาส, 2557) ก็ไม่สามารถระบุถึงมุมมองปัจจัยผลึกและดิ่งของแรงจูงใจการท่องเที่ยว

หลังจากนั้น ด้วยความพยายามหาคำอธิบายทฤษฎีผลึกและดิ่ง Gnoth (1997 อ้างถึงใน ศิริชัย กาญจนโนภาส, 2557) เสนอข้อมูลของค่านิยมและบทบาทในข้อมูลแรงจูงใจเพื่อทำความเข้าใจ

รูปแบบที่ค่านิยมและทัศนคติตามมาแสดงถึงทั้งค่านิยมจากภายในและค่านิยมจากภายนอก ค่านิยมจากภายในประกอบด้วยแรงขับที่มีอารมณ์เป็นปัจจัยริเริ่ม ส่วนค่านิยมจากภายนอกเป็นสิ่งที่รับรู้โดยทั่วไปเป็นหลัก ในกรณีค่านิยมที่มีอารมณ์เป็นปัจจัยสำคัญ กล่าวคือ จากภายใน สถานการณ์ควบคุมขึ้นอยู่กับตัวนักท่องเที่ยวเอง ดังนั้น การผลักดันเป็นไปตามแรงขับและการปฏิสัมพันธ์กับวัตถุภายนอกเกี่ยวกับเหตุผลที่ไม่ระบุวัตถุประสงค์เฉพาะซึ่งจำเป็นในการสร้างความพึงพอใจ แต่ไม่ใช่ระดับของวัตถุ หากค่านิยมเป็นไปตามการรับรู้ อีกนัยหนึ่งคือ จากภายนอก จากวัตถุ ซึ่งจะพบจากความรู้เกี่ยวกับเป้าหมาย ประสบการณ์หรือสถานการณ์ (วัตถุ) วัตถุดังกล่าวไม่สามารถหาตัวแทนได้โดยง่าย และมักเป็นวัตถุประสงค์อันสำคัญหลักของค่านิยม (Holbrook and Hirschman, 1982; Prentice, 1987 อ้างถึงใน ศิริชัย กาญจนโนภาส, 2557)

ล่าสุด Goossens (อ้างถึงใน ศิริชัย กาญจนโนภาส, 2557) สำรวจพบว่าในแง่มุมมองเชิง จูงใจ และเชิงอารมณ์ของพฤติกรรมการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีเสนอแบบจำลองแรงจูงใจการท่องเที่ยวฮิโดนิค ซึ่งยึดหลักบทสรุปของ Crompton (อ้างถึงใน ศิริชัย กาญจนโนภาส, 2557) ว่า การอภิปรายส่วนใหญ่ของแรงจูงใจการท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะพัฒนาสำหรับการวิจัยว่าด้วยการประเมินคุณสมบัติของสถานที่ท่องเที่ยวปลายทาง และผลดังกล่าวชี้ว่าความต้องการเชิงอารมณ์และเชิงการทดลองที่สำคัญในการแสวงหาความพึงพอใจและพฤติกรรมการเลือก (Jang and Cai, 2002 อ้างถึงใน ศิริชัย กาญจนโนภาส, 2557)

ด้าน Crompton (อ้างถึงใน วินิจ วีรยางกูร, 2532) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับแรงผลักดันภายในตัวของบุคคลที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยจำแนกประเภทของแรงจูงใจทางสังคมที่ส่งผลให้คนตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 7 ชนิด ได้แก่

1. การเดินทางเพื่อที่จะหลีกเลี่ยงสิ่งแวดล้อมประจำวัน
2. การเดินทางเพื่อที่จะค้นหาตัวเองหรือประเมินตัวเอง
3. การเดินทางเพื่อพักผ่อนหรือผ่อนคลาย
4. การเดินทางเพื่อความมีเกียรติประวัติในการท่องเที่ยว
5. การเดินทางเพื่อรำลึกถึงอดีต
6. การเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติ
7. การเดินทางเพื่อปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

โดยทางด้าน H. Robinson (อ้างถึงใน วินิจ วีรยางกูร, 2532) ได้ทำการศึกษาและได้ระบุมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว มี 8 ประการคือ

1. เพื่อฟื้นฟูสุขภาพและร่างกาย ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีความจำเป็นในการดำรงชีวิตที่แก่งแย่งกัน และเต็มไปด้วยความฉุกฉุนและความเครียด

2. เพื่อสุขภาพอนามัย เพื่อสูดอากาศบริสุทธิ์ อาบแดด อาบน้ำแร่ ตามบ่อน้ำแร่ต่าง ๆ
3. เพื่อไปร่วมการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ เช่น การเดินท่น ใต้เขา เล่นสกี เล่นเรือใบ ตกปลา ยิงปืน เล่นกระดานโต้คลื่น ฯลฯ
4. เพื่อไปร่วมหรือไปชมสิ่งที่แปลกใหม่ในต่างประเทศ เช่น สิ่งที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม การแสดงดนตรี
5. เพื่อความรื่นรมย์บันเทิงใจ ความสนุกสนาน ความสดชื่น เพื่อการพักผ่อน
6. เพื่อเหตุผลส่วนตัว เช่น ไปเยี่ยมญาติ ไปพบเพื่อนใหม่ หรือเพื่อหลบหนี จากคนที่ใกล้ชิดจำเจ
7. เพื่อการศาสนา โดยเฉพาะการเดินทางไปนมัสการศาสนสถาน เช่น การไปเยี่ยมเยือนที่ตั้งของศาสนจักรของพวกคาทอลิก หรือการเดินทางไปนมัสการมกกะของชาวอิสลาม เป็นต้น
8. เพื่ออาชีพและการธุรกิจ เช่น การเดินทางไปทำธุรกิจ การไปร่วมประชุมแสดงผลงานวิจัยและการไปศึกษาหาความรู้

ต่อมา John A. Thomas (อ้างถึงใน วินิจ วีรยางกูร, 2532) ได้เขียนบทความอธิบายถึงมูลเหตุจูงใจที่สำคัญ ๆ อย่างละเอียด ที่กระตุ้นให้เดินทางท่องเที่ยว ซึ่งมีด้วยกันถึง 17 ประการ ในวารสาร ASTA Travel News ว่า

1. เพื่อการศึกษาและวัฒนธรรม
 - 1.1 เพื่อที่จะศึกษาว่าคนในประเทศอื่น ๆ เชื้อชาติ อื่น ๆ เขาคำรงชีวิตอยู่ ทำงานและเล่นอย่างไร
 - 1.2 เพื่อไปดูสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่น่าสนใจ
 - 1.3 เพื่อไปดูให้เห็นจริงและเข้าใจต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ตกเป็นข่าวอยู่ในปัจจุบัน
2. เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ
 - 2.1 หลีกเดียวจากงานจำเจและยุ่งยาก
 - 2.2 เพื่อหามุมสงบ
 - 2.3 เพื่อแสวงหาความสุขทางเพศที่แปลกใหม่
3. เพื่อเยี่ยมเยือน
 - 3.1 เพื่อไปเยี่ยมเยือนถิ่นกำเนิด สถาบันที่ไปเรียนหรือศึกษาอยู่
 - 3.2 เพื่อไปเที่ยวในสถานที่ที่ครอบครัวหรือเพื่อนเคยไปและสมาชิกชอบหรือมาแนะนำให้เที่ยว
4. อื่น ๆ
 - 4.1 เพื่อหนีอากาศหนาว

- 4.2 เพื่อสุขภาพ (อาบแดด รักษาโรค ฯลฯ)
- 4.3 เพื่อการศึกษา (ว่ายน้ำ เล่นสกี ตกปลา เล่นเรือใบ ฯลฯ)
- 4.4 เพื่อเหตุผลทางเศรษฐกิจ (ค่าครองชีพไม่สูง ฯลฯ)
- 4.5 เพื่อการผจญภัย (แหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ คนใหม่ ๆ และประสบการณ์ใหม่ ๆ)
- 4.6 เพื่อการฝึกงาน
- 4.7 เพื่อทำตามคนอื่น ๆ
- 4.8 เพื่อไปร่วมกิจกรรมทางประวัติศาสตร์ (ชมโบราณสถาน ชมงานแสดงแสงและเสียงชุมชนโบราณ อนุสรณ์สถาน)
- 4.9 เพื่อสังคม (อยากรู้จักโลกให้กว้างขึ้น)

ด้าน Iso-Ahola (อ้างถึงใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555) ได้อธิบายถึงทฤษฎี Optimal Arousal ซึ่งเป็นทฤษฎีที่อธิบายนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่า เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับส่วนผสมของความต้องการสิ่งเร้าและความต้องการหลีกเลี่ยงสิ่งเร้า กล่าวคือ นักท่องเที่ยวต้องการสิ่งเร้าในระดับต่าง ๆ แต่ในขณะที่เดียวกันก็มีความต้องการที่จะไม่ให้เกิดสิ่งเร้ามากเกินไปหรือน้อยเกินไป เพราะจะเป็นบ่อเกิดแห่งความน่าเบื่อ

Pearce และคณะ (อ้างถึงใน เลิศพร ภาวะสกุล, 2555) ได้ประยุกต์ความต้องการจำเป็นของ Maslow แต่ความแตกต่างอยู่ตรงที่ ในลำดับขั้นแห่งความต้องการของนักท่องเที่ยวในขั้นที่ 1 หรือความต้องการทางสรีรวิทยา ถึงขั้นที่ 4 หรือความต้องการเกียรติยศชื่อเสียงนั้น ในแต่ละขั้นเกิดขึ้นทั้งจากบุคคลเป็นผู้กำหนดเอง (self-directed) ส่วนหนึ่งและมีอีกส่วนหนึ่งเป็นการชักนำหรือกำหนดโดยผู้อื่น (other-directed) ยกเว้น ความต้องการในขั้นสูงสุดหรือความต้องการความสำเร็จแห่งตนหรือความต้องการที่จะได้รับความพึงพอใจสูงสุด (fulfillment needs) เป็นขั้นที่เกิดจากความต้องการของตัวบุคคลเป็นผู้กำหนดเอง

ความต้องการทางด้านการท่องเที่ยวมีการพัฒนาเป็นลำดับขั้นเช่นเดียวกับในทฤษฎีของ Maslow ความต้องการจะเริ่มมี ความลึก ซึ่งซับซ้อนมากขึ้นเมื่อนักเดินทางมีประสบการณ์การเดินทางมากขึ้น ทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทางยังคงเป็นไปตามเนื้อหาในทฤษฎีของ Maslow ที่ว่าความต้องการจำเป็นในระดับล่างจะต้องได้รับการตอบสนองให้เป็นที่น่าพอใจเสียก่อนที่บุคคลจะเลื่อนความต้องการไปสู่ขั้นที่สูงขึ้นของขั้นบันได

Pearce และคณะ (อ้างถึงใน เลิศพร ภาวะสกุล, 2555) ได้เสนอทฤษฎีนี้ขึ้นมาเพื่อที่จะให้ประเด็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางซึ่งเกิดจากแรงจูงใจอันหลากหลายและมีพลวัต (ไม่หยุดนิ่ง) ทฤษฎีนี้เปรียบเสมือนพิมพ์เขียว (blue print) เพื่อประเมินแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวและใช้กับนักท่องเที่ยวแต่ละคนในสถานการณ์การท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันออกไปสำหรับแต่ละบุคคล

การศึกษาเชิงประจักษ์ว่าด้วยเรื่องแรงจูงใจของนักเดินทางระหว่างประเทศ

ผลการวิจัยที่กล่าวถึงก่อนหน้านี้นี้ปูทางไปสู่การศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับแรงจูงใจการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ Yuan and McDonald (as cited in Zhang, 2006) พิจารณาถึงแรงจูงใจข้ามวัฒนธรรมสำหรับการเดินทางออกนอกประเทศโดยใช้ปัจจัยผลึกและดิ่ง และสรุปว่าผู้คนจากแต่ละประเทศใน 4 ประเทศ (ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส เยอรมนี ตะวันตก และอังกฤษ) เดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการที่ไม่ได้รับเหมือนกัน (ปัจจัยผลึก) ขณะที่การดิ่งดู สำหรับการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะ (ปัจจัยดิ่ง) ดูเหมือนจะมีความแตกต่างกัน ในทั้งสี่ ประเทศดังกล่าวนอกจากนี้ ก็ยังพบว่าระดับความสำคัญซึ่งบุคคลยึดติดกับปัจจัยต่างๆ แตกต่างไปในแต่ละประเทศ

ต่อมา Jamrozky and Uysal (as cited in Zhang, 2006) พิจารณาถึงความหลากหลายของปัจจัยผลึกและดิ่งตามประเภทต่าง ๆ 5 ประเภท ของกลุ่มการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเยอรมันผลการวิจัยแสดงว่านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากเยอรมนี จำนวนมาก แสดงถึงความหลากหลายในแรงจูงใจแบบผลึกขณะที่การท่องเที่ยวโดยลำพังและกลุ่มเพื่อนตรงข้ามกับกลุ่มครอบครัว คู่สามีภรรยา และกลุ่มทัวร์

Cha et al (as cited in Zhang, 2006) พยายามระบุโครงสร้างแรงจูงใจแบบผลึกของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นซึ่งเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเพื่อแสวงหาความสุข การศึกษาของคณะนี้เปิดเผยว่ามีปัจจัยแรงจูงใจ 6 ประการ ประกอบด้วย การผ่อนคลาย ความรู้ การผจญภัย การโอ้อวด เรื่องการท่องเที่ยว ครอบครัว และกีฬา และพิสูจน์ถึงภาคส่วนการตลาดที่มีแรงจูงใจเป็นพื้นฐาน 3 ประการ ได้แก่ ผู้หลงใหลกีฬา ผู้แสวงหาสิ่งใหม่ และผู้แสวงหาครอบครัว/การผ่อนคลาย โดยใช้การวิเคราะห์แบบกลุ่ม

ตารางที่ 2.1 ทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทาง (Travel Career Ladder)

ความต้องการที่จะได้รับความพึงพอใจสูงสุด	
ความต้องการความสำเร็จแห่งตนและความต้องการที่จะได้รับประสบการณ์อันหลากหลาย	
ความต้องการความภาคภูมิใจและการพัฒนาตนเอง	
ผู้อื่นกำหนด	ตัวเองกำหนด
ความต้องการยอมรับนับถือจากผู้อื่น ความต้องการมีสถานภาพอย่างที่คุณอื่นไม่มี ความต้องการประสบความสำเร็จเช่นคนอื่น	ความต้องการที่จะพัฒนาทักษะของตนเอง ความต้องการเรียนรู้ ความอยากรู้อยากเห็น ความต้องการที่จะมีชัยชนะและทำสิ่งต่างๆ ได้สำเร็จ
ความต้องการสร้างสัมพันธภาพ	
ผู้อื่นกำหนด	ตัวเองกำหนด
ความต้องการที่จะรับความเป็นมิตรที่ผู้อื่นหยิบยื่นให้	ความต้องการที่จะให้ความเป็นมิตรและความรักแก่ผู้อื่น ความต้องการที่จะเพื่อน มีคนรู้จักรู้จักใจ
ความต้องการความปลอดภัยมั่นคง	
ผู้อื่นกำหนด	ตัวเองกำหนด
ความต้องการความปลอดภัยเช่นคนอื่น ความห่วงใยความปลอดภัยของผู้อื่น	ความต้องการที่จะดำรงชีวิตอยู่อย่างมั่นคง มีความปลอดภัย ความต้องการที่จะคาดคะเนถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตและอธิบายความเป็นไปของโลก
ความต้องการทางด้านร่างกาย	
ผู้อื่นกำหนด	ตัวเองกำหนด
ความตื่นเต้น ความน่าพิศวง ความแปลกใหม่ ความเขี้ยววนที่ผู้อื่นชักนำ	ความต้องการลิ้มรส ความหิวกระหาย ความต้องการทางเพศ การผ่อนคลาย

ในความพยายามเปิดเผยถึงปัจจัยหลักและสิ่งที่สำคัญของแรงจูงใจเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจชาวอังกฤษที่เดินทางออกนอกประเทศ โดยการศึกษาของ Jang and Cai's (as cited in Zhang, 2006) เปิดเผยว่าปัจจัยสำคัญ 6 ประการ (ประสบการณ์ใหม่ การหลีกเลี่ยง การหา

ความรู้ ความสนุก และความตื่นเต้น การพักผ่อนและการผ่อนคลาย การเข้าร่วมของครอบครัว (เพื่อน) และปัจจัยดั่งที่สำคัญ 5 ประการ (สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ ความสะอาดและความปลอดภัย การเข้าถึงข้อตกลงโดยง่ายและข้อตกลงทางเศรษฐกิจ กิจกรรมกลางแจ้ง สภาพแวดล้อมกลางแจ้งและแปลกใหม่) ระหว่าง “การหาความรู้” เป็นปัจจัยสำคัญที่จะกระตุ้นคนอังกฤษให้เดินทางออกไปยังต่างประเทศ “ความสะอาดและความปลอดภัย” ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างแดน

จากการศึกษา ผู้วิจัยเห็นว่า การที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเดินทางออกไปท่องเที่ยว นั้น นอกจากความต้องการทางด้านกายภาพจะเป็นปัจจัยสำคัญของการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวแล้ว ความต้องการในด้านที่จะตอบสนองในขั้นที่สูงกว่านั้นเป็นปัจจัยที่รองลงมา ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้หลักแนวคิด ของ John A. Thomas ในการออกแบบคำถามของแบบสอบถาม เนื่องจากมีเนื้อหาที่ ครอบคลุม สามารถหาคำตอบได้อย่างครบถ้วนมากที่สุด

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว Tourist Behavior (อ้างอิงใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใสภาพการณ์ หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้ โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กันโดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนี้มีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุก ๆ พฤติกรรม จะต้องมียุ่เป้าหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการ เกียรติยศโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่ สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม

2. ความพร้อม หมายถึง ความมี วุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัย นิยมไต่เขา ปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์ หรือ โอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง

4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิด แบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ ที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่ง ๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกาเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรเป็นเวลา ที่นักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้า ในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่งๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการจึงต้องกลับมาแปลความหมาย ใตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการหรืออาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อวินาศกรรมในเมืองมูมไบ ประเทศอินเดียในเดือนพฤศจิกายน ปี 2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าว จะต้องเกิดความผิดหวังเพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า เป็นต้น บทบาทของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้เติบโตอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่องมาตลอดระยะเวลากว่า 40 ปี ท่ามกลางความราบรื่นและอุปสรรคนานาประการ ทั้งนี้ เป็นที่ตระหนักว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนแก้ไขปัญหาวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงจัดเป็นสาขาการพัฒนาที่มีความสำคัญสูง อย่างไรก็ตาม การเจริญเติบโต

ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศยังมีปัญหาด้านความยั่งยืน อันเนื่องมาจากปัจจัยที่เกิดขึ้นทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555)

สำหรับกระแสด้านการท่องเที่ยวของไทย พบว่ามีการนำเสนอแนวคิด และผลักดันกิจกรรมด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยึดกระแสหลักด้านเศรษฐกิจมาโดยตลอด อาทิ ในช่วงปี 2547-2549 มุ่งกระแสหลักด้านการนำการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ ในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจ ดังนั้น เป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงมุ่งเน้น เรื่องจำนวนคน และรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 ได้คำนึงถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะเป็นภาคบริการที่เสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ ของประเทศจึงได้กำหนดให้การท่องเที่ยวจัดอยู่ในยุทธศาสตร์การเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยการปรับโครงสร้างของการบริการบนพื้นฐานการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลิต และการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า ซึ่งมีเป้าหมายให้ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยร้อยละ 7 – 8 ต่อปี และให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้น ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3 ต่อปี

สำหรับปี 2550 ได้มี ปรากฏการณ์ ที่เป็นกระแสหลักในสังคมไทย คือ “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ซึ่งได้รับการตอบสนองถึงขั้นเป็นวาระแห่งชาติ ดังจะพิจารณาได้จากเป้าหมายที่ระบุในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550-2555)

นักท่องเที่ยวมีความสำคัญในภาคเศรษฐกิจที่จะได้รับประโยชน์สูงสุดทั้งจากรายได้และจากการจ้างงาน ได้แก่ภาคการค้าส่งและค้าปลีก(wholesale and retail sector) ตามมาด้วยภาคการให้บริการบริการทางธุรกิจ

การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้กำหนดรูปแบบของนักท่องเที่ยว (Typology: a systematic classification or study of types) เพื่ออธิบายพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การพัฒนารูปแบบของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ได้มาจากข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์หรือการใช้แบบสอบถาม (questionnaire) การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอาจทำได้หลายวิธี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และวิธีการที่ใช้ (touristbehaviour.wordpress.com)

การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่รูปแบบพื้นฐานที่สุด คือ การแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะของพฤติกรรมของการเดินทาง คือ การแบ่งว่าบุคคลนั้นเป็น 1) นักท่องเที่ยว (Tourists) หรือ 2) นักเดินทาง (travelers) นักท่องเที่ยวคือ บุคคลซึ่งซื้อรายการ

นำเที่ยวเหมาจ่ายจากบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่นักท่องเที่ยวคือบุคคลซึ่งจัดการการเดินทางด้วยตนเอง เช่น ซื้อตั๋วเครื่องบินเอง จองที่พักเอง กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง เป็นต้น

Perreault and Dorden (อ้างอิงใน touristbehaviour.wordpress.com) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Travelers) โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวประเภทนี้ มีรายได้ปานกลาง แต่แสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือท่องเที่ยวที่ใช้ค่าใช้จ่ายต่ำ
2. นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดี และมีรายได้ปานกลางถึงสูง มีความชื่นชอบในกิจกรรมระหว่างการหยุดพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวแบบผจญภัย
3. นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก ๆ ซึ่งมักใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการเดินทางในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหน อย่างไร นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ก่อนข้างมีความกระตือรือร้นแต่มีรายได้ค่อนข้างน้อย
4. นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางโดยใช้ระยะเวลาเดินทางยาวนาน (Moderates Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีใจรักการท่องเที่ยวเดินทางอย่างมากแต่ไม่สนใจการท่องเที่ยวในระหว่างวันหยุดสุดสัปดาห์หรือการใช้เวลากับการเล่นกีฬาแต่จะชอบการเดินทางที่ใช้ระยะเวลานานมากกว่า

ด้าน Cohen (อ้างอิงใน touristbehaviour.wordpress.com) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย
2. นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัว หาความเพลิดเพลิน (The Diversionsary Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามทางแนวทางเพื่อลิ้มความจำในชีวิตประจำวัน
3. นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริงนักท่องเที่ยวประเภทนี้ สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส ตัวอย่างเช่น เมื่อเดินทางไปประเทศสเปน ก็ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของผู้นท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมต่างๆที่แท้จริงเป็นของสเปน
4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัดคือ ชอบติดต่อกับคนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น

5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ ต้องการพึ่งตัวเองหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่มาใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งในประเทศไทย เช่น พัทยาหรือเชียงใหม่ และพยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตัว การรับประทานอาหาร การพยายามพูดภาษาท้องถิ่น เป็นต้น

สำนักงานเศรษฐกิจศึกษา Westvlaams (as cited in Swarbrook & Horner, 1999) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวประเภทหลงใหลในทะเล (Active sea lovers)
2. นักท่องเที่ยวประเภทชอบผูกมิตร (Contact-minded holiday makers) มีจิตใจชอบติดต่อพบปะกับผู้อื่น แสวงหามิตรใหม่โดยเฉพาะที่เป็นคนท้องถิ่น
3. นักท่องเที่ยวประเภทชอบชมธรรมชาติ (Nature Viewers) ชอบความงดงามของภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว
4. นักท่องเที่ยวประเภทแสวงหาการพักผ่อน (Rest-seekers) ใช้เวลาไปกับการนอนพักผ่อนหย่อนใจมากกว่าการทำกิจกรรมอื่นๆ
5. นักค้นหา (Discovers) ชอบกิจกรรมประเภทผจญภัยและชอบแสวงหามิตรใหม่
6. นักท่องเที่ยวแบบเดินทางพร้อมครอบครัว (Family-orientated) เป็นนักท่องเที่ยวที่หลงใหลในแสงแดดและทะเล และชอบเดินทางท่องเที่ยวแบบไปเป็นครอบครัว
7. นักท่องเที่ยวแบบประเพณี นิยม (Traditionalists) ชอบเดินทางท่องเที่ยวที่เน้นความปลอดภัยและไม่เสี่ยงภัย

2.1.4 สถานการณ์การท่องเที่ยวโลก

1. นักท่องเที่ยวในตลาดโลกยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง สถานการณ์การท่องเที่ยวโลกในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี พ.ศ. 2559 UNWTO ยังคงมองการเติบโตของนักท่องเที่ยวทั่วโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และตลอดทั้งปีเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.7 ทั้งนี้ ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก ยังคงรองความเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมด้วยการเติบโตสูงสุดถึงร้อยละ 9.3 โดยอาเซียนเติบโตเป็นอันดับสองในภูมิภาคนี้ด้วยอัตราร้อยละ 9.4 ซึ่งตรงข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวในยุโรปที่เติบโตน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 1.6 จากการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในยุโรปตะวันตก

ตารางที่ 2.2 การเติบโตของนักท่องเที่ยวที่เดินทางระหว่างประเทศทั่วโลก ระหว่างปี 2000 - 2016

	Full year										Share		Change Monthly/quarterly data series (percentage change over same period of the previous year)											
	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015*	2016*	2016*	14/13	16*/14	2016*	2016*	2016*									
	(million)										(%)	(%)	YTD	Q1	Jan	Feb	Mar	Apr	Q1	Q2	Q3	Q4		
World	674	809	950	994	1,040	1,088	1,134	1,186	100	4.2	4.6	5.3	6.6	4.7	7.4	7.7	2.0	5.5	3.8	5.0	4.1			
Advanced economies ¹	424	470	516	541	562	588	622	653	55.0	5.7	5.0	6.6	7.9	6.4	6.3	10.6	3.4	4.3	4.5	4.1	4.9			
Emerging economies ¹	250	339	434	453	478	500	512	533	45.0	2.4	4.1	4.1	5.4	3.1	8.4	4.7	0.5	6.6	2.6	6.3	3.2			
<i>By UNWTO regions:</i>																								
<i>Europe</i>	386.6	453.2	489.4	520.6	541.1	567.1	580.2	607.6	51.2	2.3	4.7	4.4	6.1	4.2	5.3	8.3	0.8	5.9	4.6	5.6	3.9			
Northern Europe	44.8	59.9	62.8	64.5	65.6	67.2	70.8	75.9	6.4	5.3	7.3	6.4	9.3	7.6	13.7	7.1	0.0	4.8	5.7	8.0	10.6			
Western Europe	139.7	141.7	154.4	160.4	166.2	170.8	174.4	180.0	15.2	2.1	3.2	2.6	4.4	-0.2	1.2	11.0	-1.7	4.3	3.9	5.1	-0.7			
Central/Eastern Eur.	69.6	95.3	98.9	108.8	118.9	128.1	120.2	126.6	10.7	-6.2	5.3	6.1	6.1	5.8	5.9	6.6	5.9	8.2	5.2	7.6	4.0			
Southern/Medit. Eur.	132.6	156.4	173.3	186.9	190.4	201.0	214.8	225.1	19.0	6.9	4.6	4.3	6.4	5.9	5.0	7.3	0.0	6.3	4.4	4.2	5.2			
- of which EU-28	330.5	367.9	384.3	404.8	417.0	433.4	454.1	478.4	40.3	4.8	5.3	6.4	7.9	5.3	6.7	11.2	3.0	5.6	5.9	5.6	5.0			
<i>Asia and the Pacific</i>	110.4	154.0	205.5	218.3	233.8	249.9	264.3	279.2	23.5	5.7	5.6	8.7	9.4	8.9	9.5	9.7	6.8	4.2	4.9	5.4	6.7			
North-East Asia	55.3	85.9	111.5	115.8	122.8	127.0	136.3	142.1	12.0	7.3	4.3	7.7	8.6	8.5	7.6	9.5	5.4	4.5	4.6	1.6	6.4			
South-East Asia	38.3	49.0	70.5	77.8	84.9	94.5	97.3	104.6	8.8	3.0	7.6	10.2	10.6	9.4	12.3	10.2	9.0	4.0	6.6	9.7	5.1			
Oceania	8.6	10.9	11.4	11.5	11.9	12.5	13.3	14.2	1.2	6.1	7.4	9.8	10.3	11.6	9.2	10.4	8.0	8.7	5.8	6.7	8.1			
South Asia	6.1	8.2	12.1	13.3	14.2	16.0	17.5	18.3	1.5	9.6	4.4	7.1	7.6	7.2	7.6	8.0	5.3	-0.4	-3.1	12.7	7.9			
<i>Americas</i>	128.2	133.3	150.2	155.6	162.6	167.6	181.9	192.6	16.2	8.5	5.9	5.9	6.7	6.1	6.8	7.3	3.2	7.9	4.6	5.2	6.1			
North America	91.5	89.9	99.5	102.2	106.4	110.2	120.9	127.6	10.8	9.7	5.5	5.4	6.1	5.2	6.1	6.8	3.5	5.1	5.9	5.3	5.6			
Caribbean	17.1	18.8	19.5	19.9	20.6	21.1	22.3	23.9	2.0	5.5	7.4	5.5	6.2	7.4	5.9	5.3	3.4	7.6	7.1	8.4	7.4			
Central America	4.3	6.3	7.9	8.3	8.9	9.1	9.6	10.3	0.9	5.6	7.1	7.3	8.1	7.0	8.7	8.7	4.8	6.8	6.1	8.2	7.5			
South America	15.3	18.3	23.2	25.2	26.8	27.2	29.1	30.8	2.6	7.1	5.8	7.3	8.7	7.0	9.0	10.8	1.3	17.5	-4.3	1.4	6.7			
<i>Africa</i>	26.2	34.8	50.4	50.1	52.4	54.7	55.3	53.5	4.5	1.1	-3.3	6.7	8.3	8.0	9.5	7.7	2.3	-3.5	-5.6	-4.6	-1.6			
North Africa	10.2	13.9	19.7	18.0	19.6	20.7	20.4	18.0	1.5	-1.4	-11.7	-7.6	-7.5	-8.7	-4.8	-8.5	-8.0	-8.7	-14.3	-12.6	-9.9			
Subsaharan Africa	16.0	20.9	30.7	32.1	32.8	34.0	34.9	35.4	3.0	2.7	1.6	13.1	15.0	14.3	15.4	15.3	7.5	-1.0	-0.1	1.9	1.8			
<i>Middle East</i>	22.4	33.7	54.7	49.5	50.6	49.1	52.4	53.3	4.5	6.7	1.7	-7.2	-4.8	-17.9	11.9	-5.6	-14.4	9.2	-4.3	4.6	-6.4			

Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

(Data as collected by UNWTO July 2016)

¹ Classification based on the International Monetary Fund (IMF), see the Statistical Annex of the IMF World Economic Outlook of April 2016, page 146, at www.imf.org/external/ns/cs.aspx?id=29.

See box at page 'Annex-1' for explanation of abbreviations and signs used

WTTC (World Travel and Tourism Council) ได้คาดการณ์ไว้ว่าการท่องเที่ยวโลกในปี 2016 จะมีแนวโน้มขยายตัว ซึ่งในรายงานได้กล่าวไว้ว่า GDP ของการเดินทางและการท่องเที่ยวโลกในปี 2016 เติบโตร้อยละ 3.3 สูงกว่าปีก่อนที่เติบโตร้อยละ 2.8 โดยมีผลมาราคาน้ำมันลดลงส่งเสริมให้เกิดผลดีต่อการเดินทางและการท่องเที่ยว อีกทั้งการลงทุนการท่องเที่ยวยังมีการเติบโตถึงร้อยละ 4.7 ในปี 2016 นอกจากนี้ IATA Airlines Financial Monitor ยังคาดการณ์ว่าราคาค่าโดยสารเครื่องบินจะลดลงประมาณร้อยละ 4.0 เช่นกัน

ตารางที่ 2.3 การขยายตัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางระหว่างประเทศทั่วโลก ระหว่างปี 2008 - 2016

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016*	average	projection 2016*
										a year	(issued January)
										2005-2015	between
World	1.9%	-3.9%	6.5%	4.6%	4.7%	4.6%	4.2%	4.6%	4.0%	3.9%	+3.5% and +4.5%
Europe	0.3%	-5.1%	3.1%	6.4%	3.9%	4.8%	2.3%	4.7%	2.6%	3.0%	+3.5% and +4.5%
Asia and the Pacific	1.1%	-1.6%	13.2%	6.2%	7.1%	6.9%	5.8%	5.6%	8.8%	6.1%	+4% and +5%
Americas	2.7%	-4.7%	6.3%	3.6%	4.5%	3.0%	8.5%	5.9%	4.2%	3.7%	+4% and +5%
Africa	2.9%	4.5%	9.3%	-0.7%	4.6%	4.3%	1.1%	-3.1%	5.4%	4.4%	+2% and +5%
Middle East	20.0%	-5.4%	13.1%	-9.6%	2.2%	-2.9%	6.8%	1.7%	-8.6%	4.7%	+2% and +5%

Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

(Data as collected by UNWTO September 2016)

UNWTO คาดการณ์ว่า ในปี ค.ศ. 2030 จำนวนนักท่องเที่ยวโลกจะเพิ่มเป็น 1,800 ล้านคน ด้วยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.3 ต่อปีและคาดการณ์ว่า ในปีค.ศ. 2015 เป็นต้นไป ตลาดเกิดใหม่หรือกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาจะเป็นกลุ่มประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวขยายตัวในอัตราที่สูงกว่าตลาดประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะเป็นภูมิภาค ที่มีอัตราการขยายตัวสูงที่สุด



ภาพที่ 2.2 ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก ปี ค.ศ. 2030

2. ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวในภูมิภาค เอเชียตะวันออกและแปซิฟิกจะมีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยวโลกเพิ่มขึ้น จากข้อมูลขององค์การ การท่องเที่ยวโลกในปี ค.ศ. 1995 พบว่าเกือบ 2 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลก หรือร้อยละ 59.8 ท่องเที่ยวในภูมิภาคยุโรป รองลงมาได้แก่ ภูมิภาคอเมริกา ร้อยละ 19.3 เอเชียตะวันออกและแปซิฟิก ร้อยละ 14.4 แอฟริกา ร้อยละ 3.6 ตะวันออกกลาง ร้อยละ 2.2 และ เอเชียใต้ร้อยละ 0.7 ตามลำดับอย่างไรก็ตาม เมื่อถึงปี ค.ศ. 2020 UNWTO คาดว่า ยุโรปยังคงเป็นภูมิภาคที่มีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศสูงสุด แต่มีสัดส่วนลดลง เหลือร้อยละ 45.9 ขณะที่ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเป็นอันดับ 2 และมีสัดส่วน เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 25.4 ภูมิภาคอเมริกาเป็นอันดับ 3 และมีสัดส่วนลดลงเหลือร้อยละ 18.1 นอกจากนี้ จากสถานการณ์ปัจจุบันที่หลายประเทศในภูมิภาคยุโรปประสบปัญหาเศรษฐกิจ ขณะที่เศรษฐกิจจีนและ หลาย

ประเทศในภูมิภาคเอเชียมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นภูมิภาคที่มีบทบาทหรืออิทธิพล ต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลก ซึ่งปัจจัยด้านเศรษฐกิจดังกล่าวจะเป็นตัวแปรสำคัญที่กระตุ้นให้การท่องเที่ยว ในภูมิภาคนี้มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว

ตารางที่ 2.4 สถิตินักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิภาค และอัตราการเติบโต

ภูมิภาค	จำนวนนักท่องเที่ยว (ล้านคน)			สัดส่วน (ร้อยละ)		อัตราการเติบโต 1995-2020
	1995	2010	2020	1995	2020	
World	565	1006	1561	100	100	4.1
Africa	20	47	77	3.6	5.0	5.5
Americas	110	190	282	19.3	18.1	3.8
East Asia and the Pacific	81	195	397	14.4	25.4	6.5
Europe	336	527	717	59.8	45.9	3.1
Middle East	14	36	69	2.2	4.4	6.7
South Asia	4	11	19	0.7	1.2	6.2

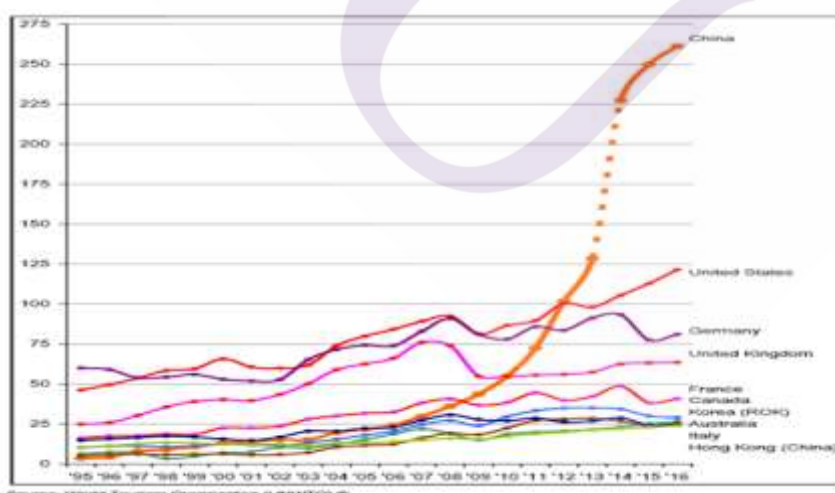
ที่มา : The United Nations World Tourism Organization (UNWTO)

องค์การสหประชาชาติ (UN) คาดการณ์ว่า ในอีก 35 ปีข้างหน้า หรือปี 2593 ผู้สูงอายุจะมีจำนวนถึง 2,092 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนสูงถึง 20% ของประชากรโลก เพิ่มขึ้นจากปี 2558 ซึ่งมีจำนวนเพียง 901 ล้านคน โดยคิดเป็นสัดส่วน 12.3% จากการที่ผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างของประชากรโลกหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 มีผลให้คนยุค Baby Boomer หรือเกิดในปี 2489 – 2507 เริ่มเข้าสู่ช่วงวัยสูงอายุ ทั้งยังถือเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ที่มีกำลังซื้อสูงทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) มีการประมาณว่า ในอีก 25 ปีข้างหน้า หรือปี 2573 ทั่วโลกจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมากถึง 611 ล้านคน (Positioningmag , 2560)

3. กลุ่มประเทศ BRIC จะมีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตของการท่องเที่ยวโลก กลุ่มประเทศ BRIC ซึ่งประกอบด้วยประเทศบราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีน จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายจ่ายเพื่อการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วตามภาวะการเติบโตของเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยในปี 2013 นักท่องเที่ยวจากจีน รัสเซีย และบราซิล มีรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวสูงสุดในกลุ่ม 10 อันดับแรกของโลก โดยเฉพาะจีนที่มีรายจ่าย สูงสุดเป็นอันดับที่ 1 มูลค่า 129 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ และยังมีอัตราการขยายตัวสูงสุดร้อยละ 26 รองลงมา คือ รัสเซียอันดับที่ 4 และบราซิลอันดับ 10 อย่างไรก็ตาม ด้วยสถานการณ์เศรษฐกิจปัจจุบันได้ส่งผลกระทบต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวในประเทศกลุ่มนี้เช่นกัน มีเพียงเศรษฐกิจจีนเท่านั้นที่มีแนวโน้มขยายตัว ขณะที่

เศรษฐกิจในประเทศอื่นมีแนวโน้มชะลอตัว เช่น เศรษฐกิจรัสเซียที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตยูเครน และการลดลงของราคาน้ำมันในตลาดโลก รวมถึงการลดลงของค่าเงินรูเบิล ซึ่งส่งผลกระทบต่อการเดินทาง ท่องเที่ยวต่างประเทศ ขณะที่เศรษฐกิจบราซิลคาดว่าจะหดตัวต่อเนื่อง 2 ปีติดต่อกัน (ค.ศ. 2014-2015) จากปัญหาเงินเฟ้อ รายได้จากการส่งออกที่ลดลง และผลกระทบจากภัยแล้ง

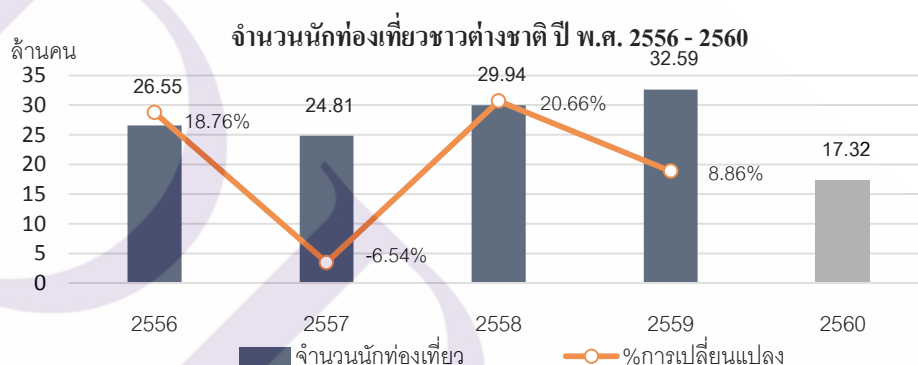
รายงานของ UNWTO พบว่า ในปี 2016 การใช้จ่ายในตลาดต่างประเทศที่สำคัญ ๆ สะท้อนให้เห็นถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นทั่วโลกตามที่มีการรายงานไว้ใน UNWTO World Tourism Barometer ซึ่งประเทศจีนมีอัตราการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 12% โดยที่ยังคงเป็นประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปต่างประเทศมากที่สุด รองลงมาคือ ประเทศสหรัฐอเมริกา เยอรมนี สหราชอาณาจักร และฝรั่งเศส ตามลำดับ ซึ่งในปี 2016 เป็นอีกหนึ่งปีที่ค่อนข้างแข็งแกร่งในด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ซึ่งนักท่องเที่ยวจีนเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางระหว่างประเทศเป็นอันดับต้นของโลก โดยมีการใช้จ่ายในด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นจาก 11 พันล้านเหรียญสหรัฐ ถึง 261 พันล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งเพิ่มขึ้น 12% (ในสกุลเงินท้องถิ่น) มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางออกนอกประเทศเพิ่มขึ้น 6% เป็น 135 ล้านคนในปี 2016 การเติบโตนี้ทำเนิ่นย้าว่าประเทศจีนเป็นตลาดต้นทางอันดับหนึ่งของโลกที่ส่งนักท่องเที่ยวเดินทางออกนอกประเทศนับตั้งแต่ปี 2012 โดยมีแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็วในด้านการใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวทุกปีตั้งแต่ปี 2004 โดยที่หลายภูมิภาค เช่น เอเชียและแปซิฟิกได้รับผลประโยชน์จากการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเทศญี่ปุ่น เกาหลี และประเทศไทย อีกทั้งยังรวมถึงจุดหมายปลายทางระยะยาว เช่น สหรัฐอเมริกาและอีกหลายแห่งในยุโรปที่ได้รับผลประโยชน์จากการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนเช่นกัน



ภาพที่ 2.3 ประเทศที่มีค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวสูงที่สุด 10 อันดับแรก

2.1.5 สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย

1. การท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทย ปี พ.ศ.2559 สถานการณ์ท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทยในปี พ.ศ. 2559 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 32,573,545 คน ขยายตัวร้อยละ 8.86 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลจากการเติบโตของนักท่องเที่ยวเกือบทุกกลุ่ม โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวตลาดหลัก เช่น รัสเซีย และ จีน ที่ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 22.65 และ 10.56 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา ตามลำดับ รวมถึงนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่ม CLMV ที่ขยายตัวสูงร้อยละ 18.68 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา



ภาพที่ 2.4 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี พ.ศ. 2556-2560

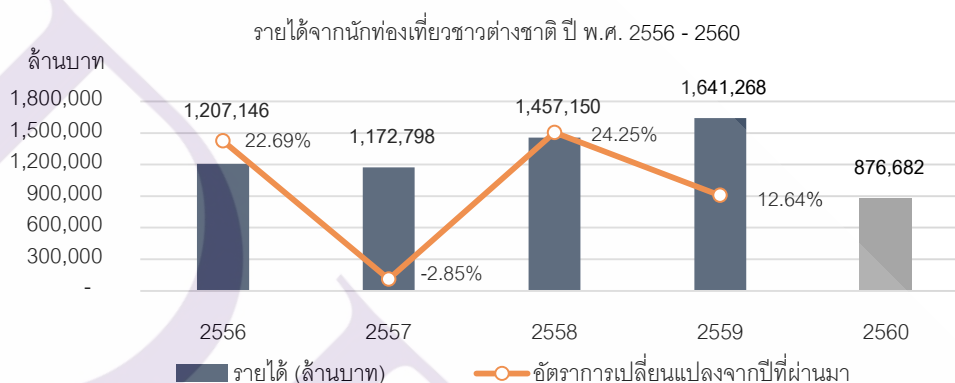
หมายเหตุ: ตัวเลขปี 2560 แสดงถึง ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2560

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว

สำหรับสถานการณ์ท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทย ครั้งปีแรกของปี พ.ศ. 2560 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาพบว่า ภาพรวมนักท่องเที่ยวต่างชาติขยายตัวร้อยละ 4.41 โดยเดือนที่นักท่องเที่ยวขยายตัวสูงสุดคือ มิถุนายน ขยายตัวร้อยละ 11.43 ซึ่งเป็นผลจากหลายปัจจัย เช่น การกลับมาของนักท่องเที่ยวจีนจากนโยบายการปราบปรามทัวร์ศูนย์เหรียญ การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมุสลิมในช่วงอีดีลฟีตรี และการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวรัสเซีย เป็นต้น

2. รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2559 ด้านรายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. นักท่องเที่ยวต่างชาติก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวแก่ประเทศไทย รวมทั้งสิ้น 1,637,832 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 12.40 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยนักท่องเที่ยวจีนยังคง

มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว โดยสามารถสร้างรายได้สูงถึง 439,287 ล้านบาท ขยายตัวกว่าร้อยละ 15.34 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา ในขณะที่นักท่องเที่ยวภูมิภาคยุโรปสามารถสร้างรายได้สูงถึง 458,304 ล้านบาท ขยายตัวกว่าร้อยละ 12.84 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลจากการเติบโตของรายได้จากนักท่องเที่ยวยุโรปเกือบทุกประเทศ รวมถึงนักท่องเที่ยว CLMV ที่รายได้ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 20.66 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่าง ๆ มีส่วนสำคัญต่อการสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ



ภาพที่ 2.5 รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี พ.ศ. 2556-2560

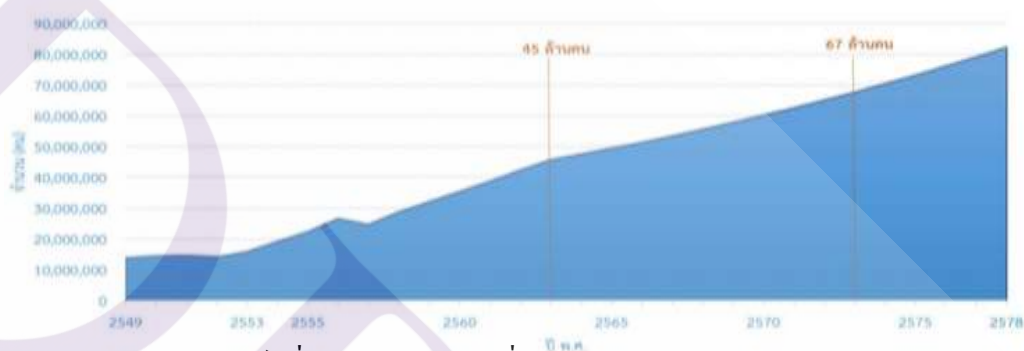
ที่มา : กรมการท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาในด้านรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติเติบโตเฉลี่ย (CAGR) จากปี พ.ศ. 2556-2559 ในอัตราร้อยละ 13.65 ต่อปี โดยสำหรับช่วงครึ่งปีแรกของปี พ.ศ. 2560 จำนวนรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเท่ากับ 876,682 ล้านบาท

ทั้งนี้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยในช่วงหกเดือนแรกของปี 2560 จำนวนมากที่สุด 3 ลำดับ ได้แก่ จีน อาเซียน ยุโรป ตามลำดับ สอดคล้องกับในปี 2559 อย่างไรก็ตามในแง่ของอัตราการเติบโต กลุ่มประเทศเอเชียตะวันออก (อาทิเช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้หวัน) มีอัตราการเติบโตสูงสุดที่ร้อยละ 8.1 ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวจีนมีอัตราการลดลงร้อยละ 3.8

3. ในอีก 15 ปีข้างหน้า คาดการณ์ว่าประเทศไทยจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 67 ล้านคน สำหรับแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทยในอีก 15 ปีข้างหน้า คาดการณ์ว่าจะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากข้อมูลปัจจุบันในปี 2557 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 24.7 ล้านคน จะเพิ่มขึ้น

อย่างรวดเร็วนับเป็น 45 ล้านคน ในปี 2563 และเพิ่มเป็น 67 ล้านคน ในปี 2573 ทั้งนี้การคาดการณ์ดังกล่าวเป็นไปตามแนวโน้มที่ควรจะเป็น และภายใต้สมมติฐานว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวไทยอยู่ในภาวะปกติ ไม่มีเหตุการณ์หรือวิกฤตการณ์ใดๆ ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในช่วงเวลานับจากนี้เป็นต้นไป โดยกลุ่มตลาดหลักยังคงเป็นกลุ่มเดิม แต่นักท่องเที่ยวจีนจะมีสัดส่วนเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม โดยสภาพข้อเท็จจริงแล้วสถานการณ์เศรษฐกิจ ภัยธรรมชาติขนาดใหญ่ โรคระบาดร้ายแรง และความขัดแย้งทางการเมืองทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ยังคงเป็นปัจจัยหลักที่จะส่งผลกระทบต่อแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าว



F = forecast (ข้อมูลคาดการณ์) ที่มา: กรมการท่องเที่ยว

ภาพที่ 2.6 แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทยปี 2549 – 2578

2.1.6 แนวคิดเกี่ยวกับการพำนักระยะยาว

สภาพการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

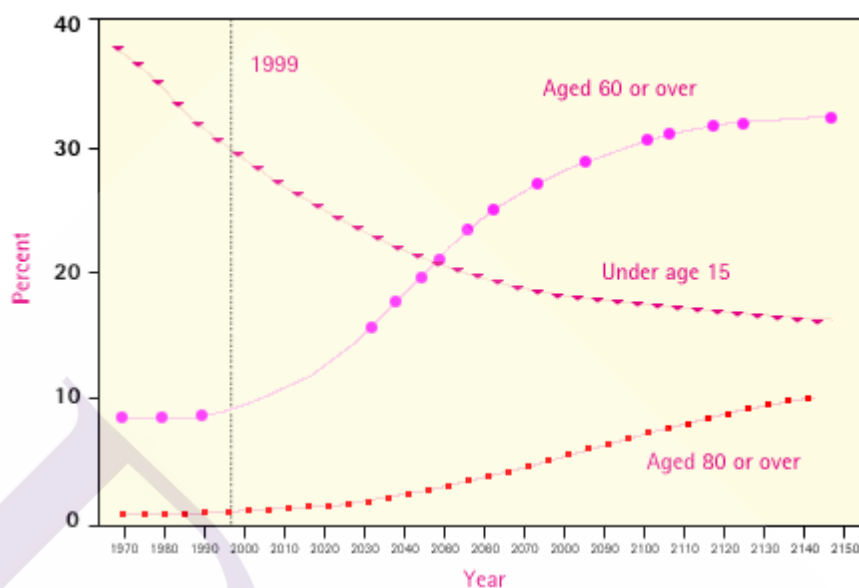
การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับโครงสร้างอายุของประชากรโลก ส่งผลให้ประชากรวัยสูงอายุมีสัดส่วนเพิ่มขึ้น โดยลำดับในปี พ.ศ.2552 ทั่วโลกมีจำนวนประชากรสูงอายุที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไปประมาณ 1,005 ล้านคน จากจำนวนประชากรทั้งสิ้น 6.710 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 15 ของประชากรโลก และมีแนวโน้มสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นต่อไป เช่น ในปี พ.ศ.2553 , 2558 และ 2563 คิดเป็นร้อยละ 15.6, 16.9 และ 18.6 ของประชากรทั้งหมดตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่

ตารางที่ 2.5 จำนวนประชากรสูงอายุที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป

ปี พ.ศ.	จำนวนประชากรทั่วโลก (หน่วย : 1000 คน)	จำนวนประชากรสูงอายุ (หน่วย : 1000 คน)	ร้อยละ
2551	6710926	1005313	15.0
2552	6790062	1036094	15.2
2553	6869643	1069034	15.6
2558	7271123	1231147	16.9
2563	7662284	1425055	18.6

ที่มา: US Bureau of the Census, International Data Base

ตั้งแต่ศตวรรษที่ 21 มีแนวโน้มของประชากรโลกที่เป็นผู้สูงอายุจะมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นอย่างมากเนื่องจากประชากรกลุ่มใหญ่ของโลก มีจำนวนสูงเกือบร้อยละ 40 ของประชากรโลกทั้งหมด ซึ่งในปัจจุบันประชากรของโลกมีช่วงอายุการทำงานที่ลดลง มีการเกษียณอายุการทำงานเร็วกว่าในอดีต ทำให้สามารถใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้น นักท่องเที่ยวเกษียณอายุจากการทำงานแล้วจึงเป็น อีกกลุ่มหนึ่งที่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้ความสนใจ เนื่องจากเห็นว่าผู้เกษียณอายุการทำงานแล้วจะมีสวัสดิการ หรือเงินบำนาญที่รัฐบาลของตนจ่ายให้เป็นรายเดือนอันเป็นรายได้ที่มั่นคง นอกจากนี้ยังมีเงินเก็บสะสมส่วนตัว ซึ่งทำให้กลุ่มนี้มีกำลังในการใช้จ่ายสูง และสามารถเข้ามาพำนักในระยะยาวได้ ให้เกิดระยะเวลาในการใช้จ่ายที่เพิ่มมากขึ้นด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)



ภาพที่ 2.7 จำนวนของผู้ที่มีอายุต่าง ๆ ในปี 1970 – 2150

ที่มา: Department of Economic and Social Affairs the World at Six Billion

Source: UN Population Division Department of Economic and Social Affairs

กลุ่มผู้เกษียณอายุนี้นี้ จึงเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่สำคัญ ในการทำการตลาดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตลาดที่ยังมีอายุอีกนาน ดังภาพที่ ซึ่งแสดงวิวัฒนาการของประชากรโลกของคนในช่วงอายุต่ำกว่า 15 และ ผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป

การที่ประชากรมีอายุที่ยืนยาวมากยิ่งขึ้น มีสุขภาพที่ดีขึ้น ทำให้ผู้สูงอายุส่วนหนึ่งขยายอายุการทำงานออกไปอีกระยะหนึ่ง โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่มีสุขภาพในเกณฑ์ที่ดี สำหรับผู้สูงอายุที่เกษียณอายุจะมีระยะเวลาหลังเกษียณอายุงานมากขึ้น ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตช่วงหลังเกษียณอายุประจักษ์กรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะกิจกรรมนันทนาการ และการท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมและธรรมชาติ เนื่องจากมีเวลามากกว่านักท่องเที่ยววัยอื่น ๆ และมีความพร้อมทางการเงิน ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจึงเป็นส่วนตลาดที่มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นตลาดขนาดใหญ่และเป็นตลาดที่กำลังเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีกำลังในการซื้อสูง (Greenberg 1999, Shoemaker 2000, Wuest et al 2001)

Rui and Wei (2001) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางของผู้สูงอายุ ได้แก่ ระดับรายได้ สุขภาพร่างกาย และเพื่อนร่วมเดินทาง ในส่วนของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ของผู้สูงอายุ ได้แก่ การเรียนรู้สิ่งใหม่ การได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ การได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน การท่องเที่ยวร่วมกับผู้อื่น การผ่อนคลายความเครียด การเข้าถึงแหล่งธรรมชาติที่แท้จริง การเรียนรู้วัฒนธรรม เป็นต้น รูปแบบพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้แก่ การเดินทางในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เนื่องจากมีเวลามาก นิยมเดินทางท่องเที่ยวครั้งละ 1 หรือ 2 เมืองมากกว่าหลายเมืองในครั้งเดียวกัน การแบ่งส่วนตลาดของนักท่องเที่ยวสูงอายุอาจแบ่งได้ตามลักษณะของประชากรศาสตร์ จิตวิทยา และพฤติกรรมศาสตร์ แต่เนื่องจากการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับกิจกรรม ความชอบ และความสนใจ การแบ่งส่วนตลาดตามหลักจิตวิทยาจึงได้รับความนิยมนิยม การทำความเข้าใจในความต้องการและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวให้นักการตลาดสามารถวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุได้

อย่างไรก็ดี ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุค่อนข้างที่จะเข้าถึงได้ยาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุมีความต้องการที่แน่นอนและจะพิจารณาสินค้าและบริการต่างๆ อย่างถี่ถ้วน ทำให้ตลาดที่มีมีความซับซ้อน จึงควรมีการศึกษาความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ซึ่งจะทำให้สามารถแบ่งส่วนตลาดได้ถูกต้อง การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวมีมานานแล้ว เริ่มจากประเทศตะวันตก โดยกลุ่มที่มีรายได้ดี และเป็นผู้ที่เรียกตัวเองว่าพัฒนาแล้ว กลุ่มเหล่านี้ต้องการแสวงหาความสุขโดยการไปท่องเที่ยวในต่างถิ่นทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ โดยใช้ระยะเวลายาวนานในการพำนัก และชอบไปกันเป็นกลุ่ม โดยเป็นรูปแบบของชมรม แต่ก็มีกลุ่มที่ต้องการท่องเที่ยวที่อิสระ โดยลำพังและการเดินทางไปท่องเที่ยวระยะยาวแต่ละครั้งนั้นจะมีวัตถุประสงค์เจาะจงชัดเจน

ลักษณะของตลาด

บุคคลที่จะกลายมาเป็นนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวนั้น โดยทั่วไปแล้วมักจะผ่านขั้นตอนต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 เป็นนักท่องเที่ยวธรรมดา (Tourist) ใช้เวลาในการท่องเที่ยวระหว่าง 7-10 วัน

ขั้นที่ 2 เป็นนักท่องเที่ยวธรรมดาที่ใช้เวลานานขึ้น (Stay-longer) ใช้เวลานานขึ้นเป็น 2-3 สัปดาห์

ขั้นที่ 3 เป็นนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay) อาจจะพำนักนาน 1 เดือน ถึง 6 เดือน

ขั้นที่ 4 เป็นผู้อยู่อาศัยถาวร (Permanent Stay) ใช้เวลาพำนักเป็นปี โดยระหว่างพำนักอยู่อาจเดินทางกลับประเทศตนบ้าง

ตลาดชาวตะวันตกไม่ว่าจะเป็น สแกนดิเนเวีย ยุโรปตะวันตก หรืออเมริกาเหนือ ส่วนใหญ่จะไปถึงขั้นที่ 3 แต่ยังไม่ไปถึงขั้นที่ 4 ส่วนตลาดญี่ปุ่นมีโอกาสที่จะเป็นถึงขั้นที่ 4 คือ เป็น

ผู้ที่อยู่อาศัยถาวรได้มาก เนื่องจากค่าครองชีพในญี่ปุ่นสูงมาก รายได้จากเงินบำเหน็จบำนาญ ไม่พอเพียงที่จะใช้ชีวิตได้อย่างสะดวกสบายในประเทศญี่ปุ่น ขณะที่เงินจำนวนเท่ากันนั้น สามารถใช้ชีวิตได้อย่างสะดวกสบายในประเทศไทย ดังนั้นโอกาสที่ผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นจะเข้ามาพำนักระยะยาวเป็นปีในประเทศไทย มีโอกาสที่เป็นไปได้สูงในอนาคต

ขนาดของตลาด

ตลาดนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาว กลุ่มผู้สูงอายุจากประเทศต่าง ๆ นั้น เป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่นับพันล้านคน ในปัจจุบันโลกมีประชากรกว่า 6,200 ล้านคนและเป็นประชากรสูงอายุ (50 ปีขึ้นไป) ถึง 18% (จำนวนประมาณ 1,138 ล้านคน) และมีสัดส่วนที่สูงขึ้นทุกปี ตามรายละเอียดในตารางที่ 2-1

ตารางที่ 2.6 ประมาณการจำนวนประชากรผู้สูงอายุของโลก

จำนวนประชากร	พ.ศ.				
	2545	2553	2563	2573	2583
จำนวนประชากรทุกกลุ่มอายุ (ล้านคน)	6,233	6,823	7,517	8,139	8,667
จำนวนประชากรอายุ 50 ปีขึ้นไป (ล้านคน)	1,138	1,410	1,833	2,254	2,688
สัดส่วน (%)	18	21	24	28	31

ที่มา : U.S.CENSUS BUREAU

พฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวของตลาดหลักทั้งหมดนี้ เมื่อพิจารณาแต่ละตลาดจะพบลักษณะสำคัญดังนี้

ญี่ปุ่น

ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีอัตราส่วนของผู้สูงอายุสูงที่สุดในโลก ในปี พ.ศ.2543 ชาวญี่ปุ่นที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไปมีจำนวนถึง 21.5 ล้านคน และประชากรที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป มีมากกว่า 45% ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ นอกจากนี้องค์กรและธุรกิจเอกชนเป็นจำนวนมากต่างมีนโยบายส่งเสริมการเกษียณอายุก่อนกำหนด ญี่ปุ่นจึงเป็นประเทศที่มีผู้เกษียณอายุเป็นจำนวนมาก นับได้ว่าเป็นตลาดนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวที่น่าสนใจ

จากกระแสวัฒนธรรมตะวันตกที่ลั่งไหลเข้าไปในประเทศญี่ปุ่นในทศวรรษที่ผ่านมา ทำให้ผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นต้องอยู่ตามลำพังและห่างเหินจากบุตรหลาน ขาดการดูแลเอาใจใส่ อีกทั้งญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีค่าครองชีพสูงมาก หากผู้สูงอายุเหล่านี้จะใช้ชีวิตในประเทศตนเอง รายได้ที่มีอาจจะใช้จ่ายไม่ค่อยเพียงพอ จึงมีผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นบางส่วนต้องการเดินทางไปใช้ชีวิตหลังเกษียณในประเทศที่มีค่าครองชีพต่ำกว่า และเนื่องจากผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวต่างประเทศ การตัดสินใจเลือกสถานที่เพื่อไปท่องเที่ยวและพำนักระยะยาวของผู้สูงอายุ จึงไม่ใช่เป็นการท่องเที่ยวแบบธรรมดา แต่ผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นจะมองหารูปแบบใหม่ ๆ เช่น การไปพักอยู่กับบ้านเรือนของคนท้องถิ่นที่เรียกว่า Home Stay หรือการท่องเที่ยวควบคู่กับการทำกิจกรรมบางอย่างที่ญี่ปุ่นเรียกว่า Outdoor Activity Tour เพื่อหาประสบการณ์จริงในการใช้ชีวิตในประเทศนั้น ๆ รวมทั้งการได้เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นด้วย

สหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกาคือประเทศใหญ่ที่มีประชากรสูงอายุกว่า 76 ล้านคน ปัจจุบันมีชาวอเมริกันอย่างน้อยสามแสนคนใช้ชีวิตหลังเกษียณในต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเทศในยุโรป อาทิเช่น อิตาลี เยอรมัน และสแกนดิเนเวีย แม้ว่าประเทศเหล่านี้จะมีค่าครองชีพสูง แต่ชาวอเมริกันที่เลือกไปใช้ชีวิตหลังเกษียณในประเทศเหล่านี้ เพราะมีความผูกพันสืบเนื่องทางบรรพบุรุษ หรือมีญาติพี่น้องอาศัยอยู่ในขณะเดียวกันมีชาวอเมริกันไม่น้อยที่เข้าไปใช้ชีวิตหลังเกษียณในไอร์แลนด์ ซึ่งแม้ว่าจะเป็นประเทศที่มีอากาศหนาวเย็น แต่เนื่องจากเป็นประเทศที่มีมาตรฐานการดำรงชีวิตสูง มีระบบการรักษาพยาบาลที่ดี ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลักในการสื่อสารและค่าครองชีพไม่สูงนัก นอกจากนี้คนไอร์แลนด์ยังมีความเป็นมิตรต่อชาวอเมริกันเป็นอย่างมาก

นอกจากไอร์แลนด์แล้ว ชาวอเมริกันบางส่วนยังเลือกที่จะท่องเที่ยว และพำนักระยะยาวทางตอนใต้ของประเทศโปรตุเกส กรีซ และเมืองริมชายฝั่งทะเลของสเปน เพราะสถานที่เหล่านี้มีภูมิทัศน์สวยงาม มีค่าครองชีพไม่สูงนัก และมีความปลอดภัยในการดำรงชีวิตค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตามชาวอเมริกันบางส่วนเลือกที่จะอยู่ในประเทศที่มีความสะดวกสบายและค่าครองชีพไม่สูงนัก เพื่อให้พอเหมาะกับกำลังการใช้จ่ายที่มีอยู่ ซึ่งส่วนใหญ่ก็คือเงินบำนาญ และเงินที่เก็บออมไว้ในช่วงวัยทำงาน ดังนั้นจึงเลือกที่จะอยู่ในประเทศของตนโดยเลือกไปอยู่บริเวณที่มีอากาศดี เช่น แถบรัฐฟลอริดา และรัฐทางใต้ รวมทั้งประเทศใกล้เคียงคือ ประเทศเม็กซิโก ซึ่งผู้เกษียณอายุบางส่วนจะลงทุนซื้อบ้านริมชายฝั่งทะเลไว้พำนักระยะยาว เพราะมีค่าครองชีพต่ำกว่า

ยุโรปตะวันตก (อังกฤษ, เยอรมัน)

ในอดีต การตัดสินใจเลือกสถานที่ที่จะไปพำนักเป็นระยะเวลานานของชาวยุโรปนั้น จะพิจารณาจากความคุ้นเคยกับสถานที่ที่สำคัญ โดยส่วนใหญ่จะเลือกไปท่องเที่ยวพำนักระยะยาว

ในประเทศที่เคยไปมาแล้ว และได้รับประสบการณ์ที่ดี แหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาวที่เป็นที่รู้จัก เป็นอย่างดีของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป และเป็นที่ยอมรับไปใช้ชีวิตหลังเกษียณเป็นระยะเวลา นาน ได้แก่ สเปน โปรตุเกส อิตาลี กรีซ และรัฐฟลอริดาในสหรัฐอเมริกา ซึ่งจะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่เป็นประเทศในยุโรป ทั้งนี้เพราะมีความสะดวกในการเดินทาง ระยะทางไม่ไกลมากนัก ใช้เวลาเดินทางไม่นานจนเกินไป มีวัฒนธรรมใกล้เคียงกัน มีระบบการรักษาพยาบาลที่ดี และมีมาตรฐานการดำรงชีวิตสูง

อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถานที่เพื่อการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวเริ่มจะเปลี่ยนแปลงไป อันเนื่องมาจากกระแสโลกาภิวัตน์ ปัจจุบันผู้สูงอายุในยุโรปสุขภาพดี มีกำลังในการใช้จ่ายด้วยตนเองมากขึ้น และมีความต้องการที่จะทดลองไปใช้ชีวิตในสถานที่ที่มีวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีแตกต่างจากที่เป็นอยู่ นอกจากนี้บางส่วนก็เลือกเดินทางไปท่องเที่ยว และพำนักระยะยาว โดยพิจารณาจากประเทศที่มีค่าครองชีพต่ำ คุ่มค่ากับเงิน มีสภาพภูมิอากาศดี และมีวิถีชีวิตตรงกับที่ตนต้องการ

สแกนดิเนเวีย

ตลาดสแกนดิเนเวีย แม้จะมีจำนวนประชากรสูงอายุเพียง 8 ล้านคนเศษ แต่ก็เป็ตลาดที่น่าสนใจมาก เพราะเป็นตลาดที่มีอัตราการเพิ่มของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงมาก ชาวสแกนดิเนเวียมีความผูกพันกับทะเลและภูเขาอย่างมาก ชอบการดำน้ำ และการเล่นเรือใบ ชอบแสงแดดเพราะประเทศของตนมีแสงแดดน้อย อากาศหนาวเกือบตลอดปี ผู้สูงอายุส่วนหนึ่งจึงเป็นโรคซึมเศร้าเพราะขาดแสงแดด การรักษาจะใช้วิธีการให้คนไข้นั่งดูแสงจากหลอดไฟฟ้า ดังนั้นผู้สูงอายุชาวสแกนดิเนเวียจึงเป็นนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวที่สำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวในยุโรปตอนใต้ เพราะมีทะเล และแสงแดด ถ้าได้เล่นเรือด้วยก็ยิ่งพอใจมากขึ้น

เนื่องจากชาวสแกนดิเนเวียมีรายได้สูง ให้ความสำคัญเรื่องสิ่งแวดล้อมมาก ผู้สูงอายุมีอายุยืนยาวอยู่ในอันดับต้น ๆ ของโลก รองจากญี่ปุ่น มีมาตรฐานการครองชีพสูง ดังนั้นนักท่องเที่ยวสูงอายุเหล่านี้จึงเป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายสูง พิถีพิถันเรื่องความสะดวกสบายของอาหารและที่พัก ห้องพักไม่ต้องมีขนาดใหญ่ แต่มีรสนิยมในการตกแต่ง ชอบธรรมชาติ ชอบทะเล แสงแดด และเล่นน้ำ ชอบอาหารทางตะวันออก สแกนดิเนเวียมีปลามากแต่ทำอาหารปลาที่หลากหลายไม่เก่ง ดังนั้นชาวสแกนดิเนเวียจึงชอบอาหารไทย โดยเฉพาะอาหารทะเลที่มีความหลากหลายในรูปแบบและรสชาติมาก พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุชาวสแกนดิเนเวียก็มีความคล้ายคลึงกับชาวยุโรป คือ เลือกเดินทางโดยอิสระ และเริ่มสนใจมีบ้านหลังที่สองเป็นบ้านพักผ่อนในประเทศที่มีทะเล ภูเขา แสงแดด และอากาศดี

แหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาวที่สำคัญของโลก

แหล่งท่องเที่ยวที่มีโอกาสจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อการพำนักระยะยาวของตลาดโลกนั้น อาจจะมีได้มากมายหลายแห่ง แต่ด้วยข้อจำกัดในเรื่องการเดินทางไกล ความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวก ทำให้แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมแก่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาวมีจำนวนไม่มากนัก ซึ่งพอจะสรุปได้ดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในยุโรป

พื้นที่ส่วนใหญ่ในยุโรปจะอยู่ในเขตหนาว และอากาศไม่สู้ดีนัก ดังนั้น ประเทศใดที่มีอาณาบริเวณที่มีอากาศค่อนข้างดี มีแสงแดด มีทะเล ก็มักจะกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาวที่มีชื่อเสียงได้แก่ สเปน โปรตุเกส อิตาลี กรีซ

เมื่อเปรียบเทียบจุดแข็งจุดอ่อน หรือข้อได้เปรียบเสียเปรียบกับแหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาวของไทยแล้ว จะพบว่าแหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาวมีความได้เปรียบในการแข่งขันในเรื่องต่อไปนี้คือ

1. ตำแหน่งที่ตั้ง ตั้งอยู่ใกล้ตลาดหลัก ทั้งตลาดยุโรป ตลาดสแกนดิเนเวีย และตลาดสหรัฐอเมริกา
2. การเดินทาง นักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวจากตลาดยุโรปและตลาดสแกนดิเนเวียสามารถเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยวได้โดยสะดวก ทั้งทางรถไฟ ทางรถยนต์ และทางเครื่องบิน สำหรับนักท่องเที่ยวจากยุโรป ถ้าเดินทางโดยเครื่องบินจะใช้เวลาโดยเฉลี่ยไม่ถึง 2 ชั่วโมง ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวจากสแกนดิเนเวียจะใช้เวลาเพิ่มขึ้นไม่มากนัก หรือถ้าเป็นนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกา ก็จะใช้เวลายาวนานขึ้นเป็น 6-8 ชั่วโมง ซึ่งก็น้อยกว่ามาประเทศไทย
3. ความสะดวกสบายในการอยู่อาศัย มีมาตรฐานแบบยุโรปทั่ว ๆ ไป จึงได้รับความสะดวกและมีความสบายใจในเรื่องอาหารและการดำรงชีวิตในระหว่างพำนักระยะยาว

ข้อเสียเปรียบของแหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในยุโรป คือ

1. ค่าใช้จ่ายในการอยู่อาศัย ที่มีค่าครองชีพสูงกว่าการอยู่อาศัยในประเทศไทยมาก
2. สภาพภูมิอากาศ มีอากาศหนาวกว่า ไม่ค่อยมีโอกาสในการลงเล่นน้ำทะเล ไม่ค่อยมีกิจกรรมพิเศษ
3. การบริการ บริการสู่ประเทศไทยไม่ได้

แหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในอเมริกาเหนือ

สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีพื้นที่กว้างใหญ่ ซึ่งมีส่วนที่เป็นเขตหนาว และเขตอบอุ่น ดังนั้น ส่วนใดที่มีอากาศดี ก็จะกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาวที่มีชื่อเสียง ซึ่งได้แก่ รัฐฟลอริดา และรัฐฮาวาย ซึ่งมีทั้งทะเลที่มีชายหาดสวยงาม และมีอากาศอบอุ่น

เมื่อพิจารณาข้อได้เปรียบเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาวของไทยแล้ว จะพบว่า แหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในสหรัฐอเมริกามีข้อได้เปรียบในเรื่องต่อไปนี้ คือ

1. ตำแหน่งที่ตั้ง ตั้งอยู่ใกล้ตลาดยุโรปสำหรับรัฐฟลอริดา และใกล้ตลาดญี่ปุ่นสำหรับรัฐฮาวาย
2. การเดินทาง ชาวอเมริกันจะใช้เวลาน้อยกว่าและมีความสะดวกมากกว่าในการเดินทางไปรัฐฟลอริดาและฮาวาย
3. ความสะดวกสบายในการอยู่อาศัย มีมาตรฐานแบบอเมริกัน นักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวจึงได้รับความสะดวก และมีความสบายใจในเรื่องอาหารและการดำรงชีวิต เช่นเดียวกับอยู่บ้านของตนเอง

ข้อเสียเปรียบของแหล่งท่องเที่ยวรัฐฟลอริดา และรัฐฮาวาย คือ

1. ค่าใช้จ่ายในการอยู่อาศัย ที่มีค่าครองชีพสูงกว่าการอยู่อาศัยในประเทศไทยมาก
2. อาหารการกิน ผู้ประเทศไทยไม่ได้
3. การบริการและกิจกรรมพิเศษ มีน้อยกว่าประเทศไทย

แหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในออสเตรเลีย

ประเทศออสเตรเลียมีพื้นที่กว้างใหญ่เช่นเดียวกับสหรัฐอเมริกา พื้นที่ฝั่งตะวันออกของรัฐควีนส์แลนด์ เป็นแหล่งที่มีอากาศอบอุ่นติดชายทะเล จึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาวที่มีชาวญี่ปุ่นมาตั้งหลักแหล่ง มีหมู่บ้านจัดสรรสำหรับชาวญี่ปุ่นที่เมืองโกลด์โคสต์ เพราะมีอากาศดี

หากจะเปรียบเทียบระหว่างแหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในออสเตรเลียกับของประเทศไทยแล้ว แหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในออสเตรเลียเกือบจะไม่มีข้อได้เปรียบแหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาวของไทยเลย จะมีข้อได้เปรียบอยู่บ้างก็เฉพาะเรื่องที่ประชาชนสามารถใช้ภาษาอังกฤษ และการเดินทางในประเทศที่สะดวกกว่าประเทศไทยเท่านั้น นอกนั้นจะเป็นข้อเสียเปรียบทั้งในเรื่องค่าครองชีพที่สูงกว่าของไทยมาก ค่าอาหารแพงกว่า มีความหลากหลายน้อยกว่า มีกิจกรรมพิเศษให้ทำน้อยกว่า และที่สำคัญคือ การให้บริการผู้คนไทยไม่ได้

แหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในเอเชีย

แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในเอเชียปัจจุบัน อาจกล่าวได้ว่ามีเพียง 2 แห่งคือ ประเทศไทย กับบาฮาลิโนอินโดนีเซีย สำหรับฟิลิปปินส์นั้น ความไม่พร้อมและความไม่สงบทางการเมือง ทำให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวไม่ประสบผลสำเร็จ ถึงแม้ว่ารัฐบาลฟิลิปปินส์จะได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว และได้จัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาดูแลด้านนี้โดยตรงมาตั้งแต่เมื่อ 20 ปีที่แล้ว

สำหรับบาฮาลิ ประเทศอินโดนีเซียนั้น ถือได้ว่าเป็นคู่แข่งด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาวของไทย เพราะมีปัจจัยหลายอย่างใกล้เคียงกัน เช่นตำแหน่งที่ตั้งอยู่ในเขตเดียวกัน การเดินทางจากตลาดลูกค้าเป้าหมายใช้เวลาใกล้เคียงกัน ความสะดวกสบายในการอยู่อาศัยก็มีความใกล้เคียงกัน และค่าครองชีพต่ำเหมือนกัน

แต่มีปัจจัยที่ถือว่าการพำนักระยะยาวในประเทศไทย มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันมากกว่าในประเทศอินโดนีเซีย คือความหลากหลายในเรื่องอาหารการกิน ความหลากหลายของกิจกรรมและการให้บริการ นอกจากนี้ความไม่เคร่งครัดทางด้านศาสนา ก็น่าจะช่วยให้ประเทศไทยสามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้ดีกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังจากเกิดเหตุระเบิดที่เกาะบาฮาลิ จากการก่อการร้ายเมื่อปี 2545

แหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทย

พบว่า พื้นที่ชายฝั่งทะเล ในจังหวัดชลบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และภูเก็ตที่มีศักยภาพในการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทย มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาว รวมถึงการประเมินในภาพรวมของทรัพยากร (Resource) ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ได้แก่ เชียงใหม่ หัวหิน ชะอำ พัทยา กาญจนบุรี หนองคาย และการสำรวจพื้นที่เพิ่มเติม พบว่า จังหวัดภูเก็ตถือเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่นักท่องเที่ยวสูงอายุเดินทางมาพำนักระยะยาวกันเป็นจำนวนมาก เนื่องจากศักยภาพในการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมสูงในการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ (กรวรรณ สังหาร,มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2556)

ผู้สูงอายุปัจจุบันมีลักษณะและพฤติกรรมแตกต่างไปจากเดิมมาก ผู้สูงอายุมีรายได้และมีอำนาจการใช้จ่ายของตัวเอง มีอิสระที่จะตัดสินใจในการดำเนินชีวิต ซึ่งแม้ในตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค ตลาดผู้สูงอายุก็จัดว่าเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ และมีอัตราการขยายตัวสูง ผู้สูงอายุในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีสุขภาพดี มีการศึกษาสูง มีอายุยืนยาวกว่าในอดีต และเป็นกลุ่มที่ใช้จ่ายเงินที่มีอยู่เพื่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอายุอื่น เมื่อพิจารณาเฉพาะประชากรสูงอายุจากตลาดที่มีรายได้สูง (ประเทศที่มีรายได้ต่อหัวของประชากรสูง) และคัดเลือกมาเฉพาะ 5 ตลาดหลักที่กำหนดเป็น

เป้าหมายคือ ตลาดญี่ปุ่น ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดอังกฤษ ตลาดเยอรมัน และตลาดสแกนดิเนเวีย พบว่ามีประชากรสูงอายุกว่า 180 ล้านคน และมีอัตราการเพิ่มสูงขึ้นทุกปี

ในระยะหลัง ๆ นี้ ความหมายของ “พำนักระยะยาว” ได้พัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวหลายรูปแบบที่เป็นการพักอาศัยนานวัน แต่ก็ยังคงยึดแนวคิดหลักอันเดิม คือ มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน เพื่อการใดการหนึ่ง โดยเฉพาะ ดังนั้นการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวจึงมีความหมายกว้างขวางในยุคปัจจุบันครอบคลุมถึงการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆที่ไม่ใช่ไปเที่ยวแบบทั่วไป แต่เป็นการไปพักอาศัยชั่วคราวที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อการใดการหนึ่ง โดยเฉพาะ สำหรับเวลานั้นขึ้นอยู่กับกิจกรรมตามวัตถุประสงค์ แต่ละวัตถุประสงค์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2560)

การให้ความหมายของคำว่า “พำนักระยะยาว”

ประเทศญี่ปุ่น จากมูลนิธิ พำนักระยะยาว นั้นให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว หมายถึง การพักผ่อนระยะเวลานานในต่างประเทศ ซึ่งไม่ใช่การอพยพย้ายถิ่นหรือไปมีถิ่นฐานที่ถาวรในต่างประเทศที่มีลักษณะ ดังนี้

1. ต้องอาศัยอยู่เป็นระยะเวลานาน คือ จะอยู่นานกว่าการอยู่ในต่างประเทศโดยทั่วไป แต่ต้องกลับมายังประเทศของตนเอง
2. มีจุดมุ่งหมายที่จะทำกิจกรรมเพื่อเป็นการพักผ่อน
3. เน้นการอาศัยอยู่กับที่มากกว่าการเดินทางท่องเที่ยว โดยการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ คือ การหาประสบการณ์ในต่างประเทศ ที่ไม่สามารถพบได้ในชีวิตประจำวัน ในขณะที่พำนักระยะยาว คือ การหาประสบการณ์ ที่พบได้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งจะมีลักษณะที่เหมือนกับการใช้ชีวิต ประจำวันในต่างประเทศ
4. ต้องมีหรือเช่าที่พักในต่างประเทศเพื่ออยู่อาศัยในชีวิตประจำวัน ไม่ใช่อยู่โรงแรมแบบนักท่องเที่ยวทั่วไป
5. ต้องมีเงินทุนในประเทศตนเองเพียงพอที่จะอาศัยอยู่ในต่างประเทศ ไม่ใช่ขึ้นอยู่กับรายได้ที่ได้รับจากต่างประเทศเท่านั้น (หนองคาย,ออนไลน์,2560)

ความเป็นมาของโครงการพำนักระยะยาว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้พบว่าจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวได้ลดลง จึงพิจารณาเห็นว่าการขยายตลาดไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สามารถใช้เวลาพำนักนานวัน จะเป็นการเพิ่มระยะเวลาและจำนวนเงินในการใช้จ่ายได้มากขึ้น ทำให้เกิดรายได้เข้าประเทศเพิ่มขึ้นตามไปด้วย อันจะเป็นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่เศรษฐกิจของประเทศ โดยการขยายตัวของภาคการผลิตและภาคการบริการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน เช่น อุตสาหกรรมอาหาร ธุรกิจบริการที่พัก

ธุรกิจบริการด้านสุขภาพ ฯลฯ อันะเกิดการสร้างงาน สร้างรายได้เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ออนไลน์ , 2560)

โดยมีจุดประสงค์เพื่อการดำเนินการส่งเสริมและขยายกลุ่มตลาด นักท่องเที่ยว อันจะเกิดประโยชน์ต่อการนำเงินตราต่างประเทศ ซึ่งได้มีคำสั่งเมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2544 แต่งตั้งคณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวแห่งชาติโดยจะมีระยะเวลาดำเนินการ 1 ปี โดยให้ส่วนงานที่เกี่ยวข้องสนับสนุนการดำเนินการของคณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวแห่งชาติ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,ออนไลน์,2560)

ประเภทกลุ่มของการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว

การพำนักระยะยาว มีระยะเวลาของการพำนักอยู่ 30 วันขึ้นไป และมีวัตถุประสงค์เพื่อการนั้น ๆ โดยเฉพาะ สามารถแบ่งประเภทต่าง ๆ ได้ ดังนี้

กลุ่มผู้เกษียณอายุ นักท่องเที่ยวกลุ่มหลังเกษียณอายุที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป โดยเน้นกลุ่มที่สุขภาพดีและช่วยเหลือตนเองได้จะได้รับ Non-Immigrant Dependent's (O) วีซ่า มีระยะเวลา 1 ปี และต้องรื้อฟื้นทุกปี รัฐบาลกำหนดให้ผู้เกษียณอายุต้องมีรายได้ เป็นเงินอย่างน้อย 65,000 บาทต่อเดือน หรือมีเงินฝาก 800,000 บาท ที่ธนาคารในประเทศไทย (บริษัทซัลเลท, ออนไลน์, 2560)

กลุ่มธุรกิจ เป็นกลุ่มที่มาทำงานหรือดำเนินธุรกิจในประเทศไทย ซึ่งเป็นกลุ่มพำนักระยะยาวเหมือนกัน ซึ่งนโยบายของรัฐบาลให้มีการเปิดการค้าเสรีกับประเทศต่าง ๆ ในโลก กระทรวงมหาดไทย จึงออกประกาศอนุญาตให้คนต่างด้าวเข้ามามีถิ่นที่อยู่เพื่อการลงเป็นกรณีพิเศษ และได้ให้สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองพิจารณาหาแนวทางให้บริการที่มีการจัดการหรือทำธุรกิจนำคนอายุ 50 ปี เข้ามาลงทุนหรือซื้ออาคารชุด ต้องมาขึ้นทะเบียนไว้กับสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง และมีการวางหลักประกันเพื่อเป็นการป้องกันการไม่รับผิดชอบต่อผู้มาพำนักระยะยาวในประเทศ (กระทรวงมหาดไทย, สรุปผลการประชุมคณะรัฐมนตรี, 2544)

ผู้ที่มาทำงาน ต้องมีหลักฐานที่แสดงว่าเป็นผู้มีความสามารถ ตามงานที่รับทำ หรือมีบริษัทรับรองการรับเข้าทำงานและต้องมีเอกสารอนุญาตให้ทำงานของกรมแรงงาน ส่วนผู้ที่มีการดำเนินธุรกิจ จะต้องนำเงินมาลงทุนธุรกิจ อย่างน้อย 2,000,000 บาท จะได้รับ Non-Immigrant Business (B) วีซ่าระยะเวลา 1 ปี (Nicke, ออนไลน์, 2560)

กลุ่มนักเรียน นักศึกษา และเยาวชน นับเป็นตลาดที่มีแนวโน้มดีมากอีกกลุ่มหนึ่ง ปัจจุบันสถานศึกษาต่าง ๆ ของไทยมีการทำการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้นักศึกษาต่างชาติเข้ามาศึกษามากยิ่งขึ้น จึงจำเป็นต้องพัฒนาระบบการศึกษาและหลักสูตรต่างๆให้มีมาตรฐานเพื่อให้เกิดความดึงดูดใจสำหรับเยาวชน และเพื่อให้ผู้ปกครองมั่นใจในคุณภาพและตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าศึกษา สำหรับในส่วนของการบริการอื่น ๆ เช่น ที่พัก กิจกรรมท่องเที่ยวอื่น กลุ่มเยาวชนมีความ

ต้องกรที่ไม่แตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปเท่าไรนัก แต่มีกำลังในกรใช้จ่ายไม่มาก จึงควรพัฒนาในส่วนของการบริการราคาประหยัด ให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งทำให้นักเรียนและนักศึกษาเหล่านี้ได้รับประสบการณ์ในต่างแดน ทั้งการใช้ชีวิตและการเดินทางท่องเที่ยวพร้อมกัน กลุ่มนี้จะได้รับวีซ่า Non-Immigrant Education (ED) (Nicke, ออนไลน์, 2560)

กลุ่มครอบครัวไทย คือ ผู้ที่แต่งงานกับคนไทย สำหรับคนต่างชาติที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ให้คู่สมรสที่ถูกต้องตามกฎหมายได้รับสิทธิในการได้รับใบถิ่นที่อยู่อาศัย ได้กลุ่มนี้สามารถทำงานหรือดำเนินธุรกิจได้แบบ Business แต่ยื่นวีซ่าแบบ Non Marriage (O) Visa และต้องมีเงินฝากที่ธนาคารในประเทศไทย 400,000 บาทต่อปี (บริษัทซัลเลท, ออนไลน์, 2560)

กลุ่มนักกีฬา ซึ่งมาเก็บตัวฝึกซ้อมกีฬา โดยกลุ่มนี้จะได้รับ Transit Visa ซึ่งมีระยะเวลา 30 วัน และสามารถต่อวีซ่านั้นได้ในประเทศไทย หากยังไม่สิ้นสุดภารกิจ ซึ่งจะมีเอกสารรับรองจากทางการของประเทศตน ว่ามาเพื่อภารกิจใด และเป็นกลุ่มที่มาใช้จ่ายใช้สอยอยู่ในประเทศไทยต่อเนื่องพอสมควร ซึ่งทำให้กรมส่งเสริมการส่งออกให้ความสนใจ (Nicke, ออนไลน์, 2560)

กลุ่มผู้ที่มารักษาตัว หรือฟื้นฟูสุขภาพและผู้ที่หลบภัยอากาศหนาวเย็น ซึ่งมาพักอยู่ระยะหนึ่งและก็กลับมาอีกเป็นประจำทุกปี เพื่อหลบภัยอากาศหนาว หรือร้อนจัดในประเทศของตน กลุ่มนี้จะใช้ Tourist Visa ซึ่งมีระยะเวลาอย่างมาก 60 วัน และสามารถต่อวีซ่านั้นได้ในประเทศไทย หากเป็นผู้ที่อยู่ในช่วงของการรักษา ก็จะต้องมีลายเซ็นรับรองจากแพทย์ที่สถานพยาบาลแห่งนั้น (Nicke, ออนไลน์, 2560)

โดยงานวิจัยในครั้งนี้ ประชากรที่เลือกใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มผู้เกษียณอายุ โดยมีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป เดินทางมาท่องเที่ยวและพำนักระยะยาวในประเทศมากกว่า 15 วันขึ้นไป

2.1.7 นโยบาย Long Stay Visa

กองสุภาพระหว่างประเทศ (2559) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการขยายระยะเวลาพำนักในราชอาณาจักรไทยสำหรับกลุ่มพำนักระยะยาว (Long Stay Visa) ไว้ดังนี้

ชาวต่างชาติให้ความนิยมในการเดินทางเข้ามาพำนักในประเทศไทยแบบพำนักระยะยาว มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะจากประเทศญี่ปุ่นและทวีปยุโรป จากเหตุผลคุณภาพการใช้ชีวิต ค่าครองชีพ ราคา สิ่งอำนวยความสะดวก ภูมิประเทศ โครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนบริการด้านสุขภาพ ที่สอดคล้องกับความต้องการ ของแต่ละประเทศ จึงถือได้ว่าบริการแบบพำนักระยะยาวเป็นอีกหนึ่งบริการที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยได้เป็นอย่างดี ขณะเดียวกันในต่างประเทศต่างให้ความสนใจและจัดทำเป็นนโยบายสำคัญระดับประเทศ ได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์ ญี่ปุ่น ฟินแลนด์ ออสเตรเลีย สเปน สหรัฐอเมริกา ทำให้ผู้รับบริการบางส่วนเดินทางไปใช้สิทธิการพำนักระยะยาวในประเทศเหล่านี้

ข้อมูลพื้นฐาน

หลักเกณฑ์ในการเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยแบบพำนักระยะยาวในปัจจุบัน

1. ต้องขอวีซ่าประเภทคนอยู่ชั่วคราว (Non Immigrant) รหัส O-A (Long stay)
2. ต้องมีอายุ 50 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป
3. มีบัญชีเงินฝากหรือรายได้จากบำนาญหรือแหล่งอื่น ๆ อย่างน้อยที่แสดงรายได้ต่อเดือนไม่ต่ำกว่า 65,000 บาท ต่อเดือน หรือจำนวน 800,000 บาท

4. มีหนังสือรับรองสุขภาพ

5. ต้องรายงานตัวต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในรอบ 90 วัน

หลักเกณฑ์ในการเดินทางเข้าประเทศมาเลเซียแบบพำนักระยะยาวในปัจจุบัน

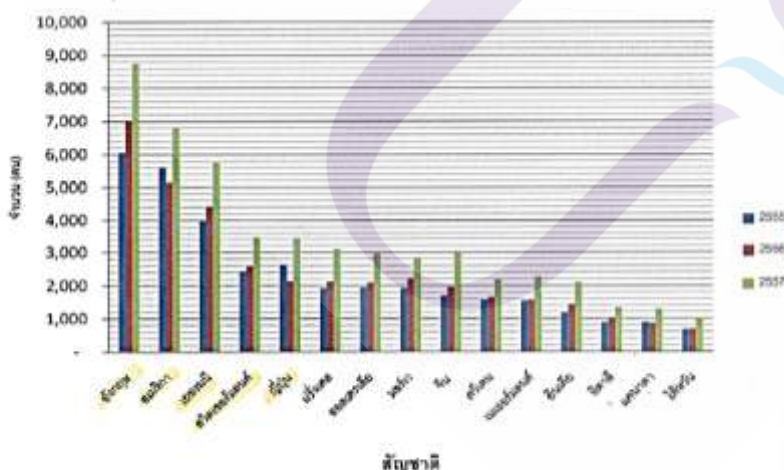
1. ต้องขอวีซ่าประเภท Multiple Entry Social Visit Pass (มีอายุ 10 ปี)
2. ไม่จำกัดอายุ แต่มีข้อจำกัดที่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มผู้มีอายุ 50 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป กับกลุ่มอายุไม่ถึง 50 ปีบริบูรณ์
3. ระยะเวลาวีซ่านานสุด 10 ปี (ต่ออายุวีซ่า 1 ครั้งและสามารถทำใหม่ได้)
4. กลุ่มอายุน้อยกว่า 50 ปีบริบูรณ์ จะต้องแสดงบัญชีเงินฝากหรือรายได้จากแหล่งอื่น ๆ อย่างน้อยต่อเดือนไม่ต่ำกว่า 100,000 บาท หรือจำนวน 5,000,000 บาท
5. กลุ่มอายุมากกว่า 50 ปีบริบูรณ์ จะต้องแสดงบัญชีเงินฝากหรือรายได้จากแหล่งอื่น ๆ อย่างน้อยต่อเดือนไม่ต่ำกว่า 100,000 บาท หรือจำนวน 3,000,000 บาท
6. ต้องส่งเอกสารรายงานด้านสุขภาพจากการตรวจในโรงพยาบาลเอกชนหรือคลินิกที่ลงทะเบียนอยู่ในมาเลเซีย และจะต้องมีประกันสุขภาพ
7. ทำวีซ่าใหม่หลังจากพำนัก 5 ปี หรือ 10 ปี ต้องแสดงตัวพร้อมยื่นเอกสารและเสียค่าธรรมเนียมตามที่กำหนด
8. สามารถทำงานชั่วคราวได้แต่ต้องเป็นอาชีพที่ชาวมาเลเซียไม่สามารถทำได้ และต้องรายงานตัวต่อกระทรวงแรงงานของมาเลเซีย
9. สามารถนำคู่สมรสมาขอวีซ่าประเภทนี้ได้ และบุตรอายุไม่เกิน 21 ปี สามารถศึกษาเล่าเรียนในมาเลเซียได้
10. มีสิทธิในการซื้อคอนโดมิเนียม/รถยนต์ หรือนำรถยนต์จากประเทศตนเองเข้ามาได้
11. ต้องคงบัญชีเงินฝากเป็นระยะเวลา 1 ปี หลังจากนั้นสามารถถอนเงินได้ไม่เกิน 1,500,000 บาท พร้อมแสดงหลักฐานการถอนเงิน
12. ค่าธรรมเนียมการขอวีซ่ารายละ 20,000 บาท และไม่เก็บเงินในกรณีที่ไม่มีผ่านการพิจารณา

ข้อมูลผู้ที่ขอใช้ Long Stay Visa ในประเทศไทย

ตารางที่ 2.7 จำนวนชาวต่างด้าวที่ได้รับอนุมัติให้อยู่ต่อในราชอาณาจักร 15 อันดับแรก ในการตรวจลงตราประเภทคนอยู่ชั่วคราวแบบพำนักระยะยาว (Long Stay) Non-Immigrant (O-A) Visa

สัญชาติ	จำนวนคนต่างด้าว ที่ได้รับการอนุมัติ ให้อยู่ต่อในราชอาณาจักร Non-Immigrant O-A Visa 3 ปี (คน)		
	2555	2556	2557
อังกฤษ	6,000	6,993	8,730
อเมริกา	5,597	5,154	6,822
เยอรมนี	3,971	4,418	5,748
สวีเดน	2,420	2,582	3,459
ญี่ปุ่น	2,629	2,122	3,429
ฝรั่งเศส	1,920	2,123	3,109
ออสเตรเลีย	1,952	2,089	2,950
นอร์เวย์	1,919	2,228	2,806
จีน	1,701	1,959	3,035
สวีเดน	1,565	1,663	2,180
เนเธอร์แลนด์	1,539	1,563	2,257
อิตาลี	1,175	1,435	2,095
เดนมาร์ก	886	1,032	1,331
แคนาดา	893	867	1,291
ไต้หวัน	672	688	1,012

ที่มา : ข้อมูลจากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, พ.ศ.2557



ภาพที่ 2.8 สถิติการขอยู่ต่อในราชอาณาจักรของคนต่างด้าวปี 2555-2557 จากสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง

ที่มา : สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง

ตารางที่ 2.8 แสดงการเปรียบเทียบนโยบาย Long Stay ระหว่างประเทศไทยและต่างประเทศ

ประเทศ	Visa Type	ระยะเวลา	ค่าธรรมเนียม	การทำงาน	เงินเดือน/เดือน รายได้ขั้นต่ำ	เงินฝาก	เงินออม	เงินฝาก+ รายได้	Privilege	อายุของผู้ขอเข้า	การอยู่อาศัย	จำนวนผู้ใช้ สิทธิ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	Campaign	เริ่มโครงการ	ประเทศเป้าหมาย	รายละเอียดเพิ่มเติม
ไทย	Non-immigrant Visa O-A Long Stay Extension	1 ปี ต่ออายุได้ครั้งละ 1 ปี	2000 บาท (Single Entry) 5000 บาท (Multiple Entry)		รายได้ขั้นต่ำ 6500 บาท	ไม่มีขั้นต่ำ	ไม่มีขั้นต่ำ	ไม่มีขั้นต่ำ	ไม่มีขั้นต่ำ	มากกว่า 50 ปี	ทุก 90 วัน ต้องรายงานตัว ณ สถานทูต หรือสถานกงสุล	1775 คน ในปี 2011	สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง			ญี่ปุ่น ยุโรป	
มาเลเซีย	MM2H	10 ปี (Multiple Entry Social Visit Pass)	1 ปี 90 RM 10 ปี 900 RM	Part Time 20 ชม./สัปดาห์	7,000 RM	50 ปี	10,000 RM	10,000 RM	ซื้อที่พัก-รถส่วนตัว	มากกว่า 50 ปี	ได้รับอนุญาตให้ทำงาน 5 ปี สามารถต่ออายุได้ทีละ 5 ปี	มากกว่า 23,000 คน ในปี 2015	Ministry of Tourism Malaysia	Malaysia My Second Home 2002 Silver Hair Program 1996	2002	ญี่ปุ่น สิงคโปร์ บังกลาเทศ จีน UK ออสเตรเลีย เกาหลี ญี่ปุ่น สิงคโปร์	One Stop Service Immigration Unit
ฟิลิปปินส์	Special Resident Retiree Visa (SRRV)		1,400 USD	Work and Study	7,800 USD	10,000 USD	\$ 50,000 for 50 years old & above, \$75,000	สามารถซื้อรถส่วนตัว	สามารถซื้อบ้านได้	มากกว่า 50 ปี	สามารถต่ออายุ Social Visit Pass ได้ทุกปี	29,000 คน (170 ประเทศ)	Department of Tourism Retirement Authority	Smile at Life in the Philippine	2011	ทุกประเทศสามารถขอ Special Resident Retiree Visa (SRRV)	Philippine Retirement Authority
ออสเตรเลีย	Retirement Visa Sub Class 410	10 ปี	315 US		เข้าออสเตรเลียได้ตลอด	เข้าออสเตรเลียได้ตลอด	เข้าออสเตรเลียได้ตลอด	ไม่มีขั้นต่ำ	ไม่มีขั้นต่ำ	มากกว่า 55 ปี	คนที่จะเข้า Sub Class 405 เท่านั้น	Dept. of Immigration and Border Protection		2009			
	Investor Retirement Visa Sub Class 405	4 ปี	280 US 8,505 US ต่อคน	Full Time ได้ 40 ชม. ต่ออาทิตย์	รายได้ขั้นต่ำ 65,000 AUD นอกเหนือจากรายได้ขั้นต่ำ 50,000 AUD ในขณะยื่น	ไม่มีขั้นต่ำ	750,000 AUD	ไม่มีขั้นต่ำ	ไม่มี Health insurance Fully Compensation	มากกว่า 55 ปี	408 คน	Dept. of Immigration and Border Protection		1-ju-15			
นิวซีแลนด์	Parent Retirement Temporary Retirement Visa KITAS LanSIA	4 ปี	3620 NZD		รายได้ขั้นต่ำ 60,000 NZD และมีรายได้เพิ่มเติม 0.5 หมื่น NZD	1 million NZD	750,000 NZD	ไม่มีขั้นต่ำ	ไม่มี Medical insurance Third party Personal Liability Insurance	มากกว่า 66 ปี		มากกว่า 1,410 คน	Immigration Office		2010	country of citizenship	
สิงคโปร์	Retirement Visa KITAS LanSIA Stay Permit ครั้งแรกได้ Visit on Arrival Visa หลังจากนั้น 1 เดือนจะได้ Apply KITAS ต่ออายุได้ 5 ครั้ง	1 ปี	5 million Rp 7 million Rp		minimum of US\$1,500 per month	ไม่มีขั้นต่ำ 1500 US หรือ 18,000 US ต่อปี	ไม่มีขั้นต่ำ	ไม่มีขั้นต่ำ	ไม่มี Medical insurance Third party Personal Liability Insurance	มากกว่า 55 ปี	สามารถยื่นขอได้ตั้งแต่ 5 ครั้ง ปีต่อปี	มากกว่า 1,410 คน	The Immigration Dept. Senior Foreign Tourist Travel Bureau		1998	Australia, Austria Belgium, Brunei, France, Canada, Denmark, Finland, United Kingdom Malaysia, Netherlands Netherlands, New Zealand Norway, Philippines, Spain, Singapore, Thailand, USA, Sweden, Switzerland	

โอกาสของการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในประเทศไทย

โอกาสของการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว ประกอบด้วย

1. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของประชากรโลก ที่ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ
2. ค่าครองชีพในประเทศไทยมีอัตราที่เหมาะสมในการดำรงชีวิต เมื่อเทียบกับค่าครองชีพในต่างประเทศ
3. โครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมมีความใกล้เคียงกัน โดยเฉพาะประเทศในทวีปเอเชีย ทำให้นักท่องเที่ยวจากเอเชียอาจจะไม่จำเป็นต้องปรับตัวมาก เช่น จากประเทศญี่ปุ่นมาพำนักระยะยาวในไทย

4. มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่สวยงาม หลากหลาย และสอดคล้องกับ Life style รวมทั้ง อธิปไตยไม่ตรีที่ดีของชาวไทย

5. สภาพแวดล้อมโดยรวม เหมาะสมกับการดำรงชีวิตระยะยาว

6. มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

7. มีระบบอื่น ๆ รองรับการดำรงชีวิต ได้แก่ ความพร้อมการรักษาพยาบาล / ระบบ Logistic / สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

พื้นที่ที่มีศักยภาพของประเทศไทย

1. จังหวัดท่องเที่ยวในภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย
2. จังหวัดท่องเที่ยวในภาคกลาง ได้แก่ กรุงเทพมหานคร พระนครศรีอยุธยา
3. จังหวัดท่องเที่ยวในภาคตะวันออก/ภาคตะวันตก ได้แก่ จังหวัดชลบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ กาญจนบุรี
4. จังหวัดท่องเที่ยวในภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ และจังหวัดแถบชายทะเลอันดามัน
5. จังหวัดท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ นครราชสีมา

ปัจจุบันพบว่านักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว จะให้ความนิยมพำนักอาศัยอยู่ในจังหวัดท่องเที่ยวชั้นนำของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ (3,000 ราย) เชียงราย ชลบุรี (พัทยา) และจังหวัดแถบชายทะเลที่มีชื่อเสียง โดยมีธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ธุรกิจบันเทิง สนามกอล์ฟ ร้านอาหาร ธุรกิจเพื่อส่งเสริมสุขภาพ เกิดขึ้นในพื้นที่เหล่านี้เป็นจำนวนมาก ในบางแห่งอาจจะรวมตัวเป็นเมืองเฉพาะกิจ เช่น มีการจัดตั้งเป็นชมรมผู้พำนักระยะยาวชาวญี่ปุ่นในเชียงใหม่ / Japan Town ที่จังหวัดเชียงใหม่ / Little Tokyo หรือ Scandinavian Village ในจังหวัดชลบุรี เป็นต้น

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ราณี อธิชัยกุล (2012) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเดินทาง และพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในเมืองไทยและวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวในด้านที่พัก การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการสาธารณะ ใช้แบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวผู้ใหญ่ที่มีอายุมากกว่า 55 ปี ซึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 430 คน อีกทั้งได้มีการสัมภาษณ์เจาะลึก 37 คน เพื่อให้ได้มุมมองของผู้มีส่วนได้เสียทั้งจากภาครัฐและเอกชน นอกจากการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์ความสำคัญและผลการดำเนินงาน การวิจัยแสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจในการเดินทางที่สำคัญของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มาเยี่ยมชมในกลุ่มตัวอย่างคือการพักผ่อนและผ่อนคลาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยครั้งแรกและตั้งใจจะอยู่ในประเทศไทยเป็นเวลา 15 วันขึ้นไปเพื่อทำกิจกรรมสันทนาการและเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ ความต้องการหลัก 3 ประการของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ได้แก่ ความปลอดภัยของจุดหมายปลายทางสถานที่ตั้งที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ผลจากการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงนโยบายและมาตรการที่เป็นไปได้ในการพัฒนาภาครัฐและภาคเอกชน

Krit Kummaraka และ Rapee Jutaporn (2011) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยใดที่มีผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจเกษียณอายุชาวสวีเดนในฐานะที่เป็นนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวหรือการอพยพย้ายถิ่นฐานในประเทศสวีเดน โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าเพื่ออธิบายและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของชาวสวีเดนในการตัดสินใจว่าจะทำในฐานะการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวหรือการอพยพย้ายถิ่นฐานของชาวสวีเดนในประเทศไทย โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการสำรวจ กรอบแนวคิดหลักคือ "กรอบการตัดสินใจของผู้บริโภค" ข้อมูลจะแบ่งออกเป็นสองแหล่งคือข้อมูลหลักและข้อมูลทุติยภูมิ จากการศึกษาเราเรียนรู้ว่าผู้เกษียณอายุในสวีเดนมีทัศนคติที่ดีในประเทศไทย พวกเขามีความปรารถนาที่จะอพยพเข้ามาในประเทศไทย ปัจจัยทั้ง 8 ด้านในการตัดสินใจเลือกผู้บริโภคมีผลต่อการตัดสินใจของพวกเขา โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัย "แรงจูงใจ" และ "ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม"

สหสถาบันชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2552) ได้มีการทำวิจัย สัมภาษณ์เชิงลึกกับคนญี่ปุ่นวัยกว่า 60 ปีขึ้นไปช่วงกลางเดือนพฤศจิกายน ปี พ.ศ. 2555 ในเขตกรุงเทพฯ ด้วยการใช้คำถามที่เป็นเจ้าของภาษาทั้งภาษาญี่ปุ่นและภาษาไทย ผลการวิจัย ครั้งนี้ปรากฏเห็นได้อย่างชัดเจนว่ามีทัศนคติที่แตกต่างกันออกไปในการให้คำจำกัดความของคำว่า "long stay tourism" กับ "การย้ายถิ่นที่อยู่ไปยังต่างประเทศของคนวัยเกษียณ (IRM)" ทั้งนี้ จากมุมมองของผู้เข้าร่วมวิจัย "long stay tourism" หมายถึง "นักเดินทางระยะยาวผู้ที่จะกลับประเทศ ญี่ปุ่นเมื่อสุขภาพของตนเองย่ำแย่ลงเพื่อ

เสียชีวิตในประเทศบ้านเกิด ในขณะที่ “การย้ายถิ่นที่อยู่ไปยังต่างประเทศของคนวัยเกษียณ (IRM)” มีความหมายว่า “การอยู่อย่างถาวรในต่างแดน ตามที่ตนเองเลือก รวมถึงการลงหลักปักฐาน ด้วยการแต่งงานกับคนท้องถิ่น” โดยมีผู้เข้าร่วมการวิจัยเพียง 2 คนจากจำนวน 10 คนที่ระบุตัวเองว่า เป็นผู้ย้ายถิ่นที่อยู่ไปยังต่างประเทศของคนวัยเกษียณ (IRM) เป็นที่น่าเสียดายว่าคำนิยามของการ long stay และ/หรือการ IRM ยังขาดซึ่งการบูรณาการทางสังคม (social integration) หรือการกลมกลืนทางวัฒนธรรม (cultural assimilation) อย่างแน่นอน เพราะขาดซึ่งการมีกิจกรรมร่วมกับคนไทย อันเป็นหัวใจและจิตวิญญาณของ long stay tourism และเป็นสิ่งอันพึงคาดหวังได้ของการ IRM ทั้งนี้ ไม่ว่าผู้เข้าร่วมการวิจัยจะอยู่ที่เมืองไทยนานเท่าใดก็ตาม พวกเขาต่างพูดภาษาไทยได้น้อยมากหรือพูดไทยไม่ได้เลย รวมทั้งไม่มีการตระหนักรู้เกี่ยวกับขนบธรรมเนียมและประเพณีของไทยอีกด้วย ตัวอย่างเช่น ผู้ย้ายถิ่นชาวอังกฤษที่อาศัยใน Costa del Sol มานานกว่า 30 ปีสามารถพูดภาษาสเปนได้ไม่เกิน 20 คำเท่านั้น คนอังกฤษ เหล่านี้มักเข้าถึงการให้บริการด้านต่าง ๆ จากผู้คนที่ท้องถิ่นที่พูดอังกฤษได้ อ่านหนังสือพิมพ์ ภาษาอังกฤษ ดูรายการผ่านดาวเทียมและโทรทัศน์ช่องจากอังกฤษ พวกเขาจึงไม่มีความจำเป็นที่ จะต้องมานะบากบั่นพยายามในการกลมกลืนทางวัฒนธรรมกับชาวสเปนแต่อย่างใด

ดวงใจ หล่อธนวนินิชย์, วารสารศิลปะศาสตร์ (2557) ได้นำเสนอบทความวิจัย เรื่อง การส่งเสริมการพำนักระยะยาวของญี่ปุ่น โดยบทความนี้ต้องการนำเสนอความเป็นมาของการส่งเสริมการพำนักระยะยาว (long stay visit) ของรัฐบาลญี่ปุ่น ซึ่งเริ่มตั้งแต่ช่วงเศรษฐกิจดี ค่าเงินเยนสูง (ค.ศ. 1986-1989) ที่สร้างทางเลือกใหม่ในการดำเนินชีวิตให้ผู้เกษียณอายุไปพำนักถาวรในต่างแดน จากกระแสดักค่านโครงการนี้ทั้งในและต่างประเทศ ในปี ค.ศ. 1989 โครงการจึงได้ปรับเปลี่ยนเป็นการส่งเสริมให้คนญี่ปุ่นไปพำนักระยะยาวแทนการพำนักถาวร เมื่อประเทศญี่ปุ่นเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจถดถอย (ค.ศ. 1992) ส่งผลทำให้คนญี่ปุ่นส่วนหนึ่งเริ่มเปลี่ยนแปลงค่านิยมในการดำเนินชีวิตและการทำงาน ทำให้วัตถุประสงค์ของการพำนักระยะยาวและนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนไปจากที่เริ่มโครงการ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีผลกระทบต่อรัฐบาลประเทศเจ้าบ้านที่คาดหวังรายได้จากการพำนักระยะยาวของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น

เพ็ญพัทธ์ศิณา วิเชียรวรรณ วิภาดา มุกดา วันพุธ เชิญขวัญ และ ดนุสรณ์ กาญจนวงศ์, วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์ฯ (2559) กล่าวไว้ว่า ๑) จิตลักษณะและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านสถานการณ์ ภาพรวมอยู่ในระดับจริง ได้แก่ การได้รับรู้สภาพของสถานที่ท่องเที่ยว การได้รับอิทธิพลจากกลุ่ม และการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่วนปัจจัยด้านจิตลักษณะเดิม ภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างจริง ได้แก่ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สุขภาพจิต และลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน ส่วน ปัจจัยด้านจิตลักษณะตามสถานการณ์ ภาพรวมอยู่ในระดับจริง ได้แก่

ทัศนคติที่ดีต่อการดูแลสุขภาพ และความเชื่ออำนาจในตน ๒) ความสัมพันธ์ทางด้านปัจจัยด้านสถานการณ์ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในด้านลักษณะการเดินทางของผู้สูงอายุในการท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางที่ผู้สูงอายุนิยมท่องเที่ยวระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ผู้สูงอายุใช้ในการท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่ผู้สูงอายุ นิยมท่องเที่ยว พาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว สถานที่พักแรมที่ผู้สูงอายุมักใช้บริการช่วง เดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งที่ผู้สูงอายุใช้ในการท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยด้านจิตลักษณะเดิม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในด้านลักษณะการเดินทางของผู้สูงอายุในการ ท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางที่ผู้สูงอายุนิยมท่องเที่ยว พาหนะหลักที่ผู้สูงอายุใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

เฉลิมพล แจ่มจันทร์ และ อรไท โสภารัตน์ ใ้ปีไม่ใช้หรือคะ ชื่อวารสารอยู่ในบรรณานุกรม (วารสารญี่ปุ่นศึกษา) การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ “ปัจจัยกำหนด” ของการตัดสินใจพำนักระยะยาวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยการวิเคราะห์แบบย้อนหลัง พิจารณาระดับความสำคัญและเปรียบเทียบอิทธิพลของปัจจัยแต่ละด้านที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ในช่วงก่อนเข้ามาพำนัก กับประสบการณ์ที่ได้รับช่วงหลังการเข้ามาพำนักแบบสอบถามที่ตอบสนองด้วยตนเองถูกใช้เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูล ซึ่งทั้งสิ้น 68 ชุด ได้รับการตอบและส่งคืน จากการศึกษาพบว่า “ปัจจัยกำหนด” เรียงตามความสำคัญต่อการตัดสินใจพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจัยด้าน ค่าครองชีพ (เมื่อเทียบกับมาตรฐานชีวิต) คนท้องถิ่น (ความเป็นมิตรและความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่) ความปลอดภัยและความมั่นคง ความสวยงามและดึงดูดของสถานที่ท่องเที่ยวอาหารและวัฒนธรรม ภาษา การมีญาติหรือเพื่อนอาศัยอยู่ด้วย และแคมเปญส่งเสริมและสนับสนุนการพำนักระยะยาว จากมุมมองประสบการณ์ที่สัมผัส ปัจจัยทุกด้านให้ประสบการณ์ที่ดีกว่าความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวมี ยกเว้น ด้านความปลอดภัยและความมั่นคงประเด็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมการอยู่อาศัย โดยเฉพาะเรื่องการบังคับใช้และปฏิบัติตามกฎจราจรในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นเรื่องที่กระทบต่อความรู้สึกในด้านนี้เป็นอย่างมาก การมีญาติหรือเพื่อนที่อาศัยอยู่ด้วยในประเทศไทย และมีความสามารถในการใช้ภาษาไทย พบว่าเป็นปัจจัยที่ได้รับความพึงพอใจจากประสบการณ์ที่สัมผัสของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมากกว่าความคาดหวังที่มีก่อนการพำนักมากที่สุด

ธนวัต ทองประเสริฐ , สมชนก ภาสกรจรัส และพันธุมดี เกตุวันดี (2014) กล่าวว่า ปัจจัยความต้องการค้นหาความแปลกใหม่ ปัจจัยความต้องการเติมเต็มความต้องการของตน ปัจจัยภูมิประเทศหรือ ทำเลที่ตั้ง และปัจจัยสถานที่พักอาศัย มีอิทธิพลต่อประเภทของ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ โดยนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญมากจะมีแนวโน้มที่จะเป็นนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะสั้น ในขณะที่ปัจจัยการมีรายได้สูงมากกว่า 90,001 บาท ขึ้นไป ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวก ปัจจัยบุคคลที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น/วัฒนธรรม/เทศกาลงานประเพณี และปัจจัยค่าครองชีพ/ค่าใช้จ่าย พบว่ามีอิทธิพลต่อประเภท ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ โดยนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญจะมีแนวโน้มที่จะเป็นนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว โดยปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประเภทของ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมากที่สุด

พินดา อนันตนาคม (2556) ได้กล่าวไว้ในบทความในวารสาร TAT Review Magazine เรื่อง ข้อเสนอยุทธศาสตร์ ตลาดท่องเที่ยว : การศึกษาภูมิหลัง ทางวัฒนธรรม และการใช้ชีวิต ของกลุ่มเป้าหมาย ให้มากขึ้นความเป็นมาของนโยบายท่องเที่ยว กับความคาดหวังทางเศรษฐกิจของ ไทยบริบทที่น่า มาสู่การให้บริการท่องเที่ยวแบบลองสเตย์ (Longstay) ของไทย คือการท่องเที่ยวแบบเดิม ๆ ที่เน้น สินค้าและบริการประเภทหาดทรายชายทะเล หรือ Sea Sand Sun เริ่มถึงจุดอิ่มตัว ภายหลังจากที่มีส่วนสำคัญใน การช่วยพยุงเศรษฐกิจไทยจากวิกฤติต้มยำกุ้ง ประกอบกับการที่โลก เริ่มไม่มั่นคงจากภัยก่อการร้าย และสงคราม ในประเทศอิรักตั้งแต่ปี 2001 เป็นต้นมา เหตุการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางระหว่าง ประเทศลดลง ประเทศไทยต้องการเพิ่มรายได้จากนักท่องเที่ยว โดยการยืดระยะเวลาให้นักท่องเที่ยวพักนานขึ้นและใช้จ่าย มากขึ้น ในขณะเดียวกันก็ส่งเสริมอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และ ธุรกิจ การรักษาพยาบาลซึ่งได้กลายเป็นจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพฝั่งประเทศญี่ปุ่นเองก็ ประสบปัญหาภาวะด้านการเงิน จากที่ต้องจ่ายสวัสดิการเป็นจำนวนมากแก่ ผู้สูงอายุ โดย ผู้สูงอายุกลุ่มนี้เกิดหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ระหว่างปี 1947-1949 หรือที่เรียกว่ากลุ่ม ‘เบบี้บูมเมอร์’ ซึ่งเป็นประชากรที่เกิดในช่วงที่รัฐบาลญี่ปุ่นส่งเสริมให้เพิ่มจำนวนประชากร หลัง จากที่สูญเสีย ประชากรในสงคราม เป็นจำนวนมาก

นอกจากปัญหาการเพิ่มจำนวนของผู้สูงอายุแล้ว อายุเฉลี่ยของคนญี่ปุ่นก็มีแนวโน้ม สูงขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะ เพศหญิง โดยมีการคาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2050 ผู้หญิงญี่ปุ่นจะมีอายุเฉลี่ย สูงถึง 91 ปี เมื่อถึงปี 2007 ‘เบบี้บูมเมอร์’ มีอายุครบ 60 ปี และเริ่มเกษียณอายุการทำงาน ทำให้ บุคลากรที่มี ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญหายไปจากภาคธุรกิจเป็นจำนวนมาก ในขณะที่ จำนวนเด็กเกิดใหม่ในญี่ปุ่น มีแนวโน้มลดลงอย่างมาก โดยเฉพาะในปี 2003 จำนวนเด็กเกิดใหม่ ต่ำที่สุดในประวัติศาสตร์ญี่ปุ่น ปรากฏการณ์ ผู้สูงอายุมีชีวิตยืนยาว แต่จำนวนเด็กเกิดใหม่ลดลงนี้ ทำให้ฐานประชากรที่จะต้องจ่ายเงินภาษีเพื่อดูแลผู้สูงอายุลดลง และทำให้เงินบำนาญลดลงในที่สุด สวนทางกับค่าครองชีพในญี่ปุ่นที่มีแนวโน้มสูงขึ้นนอกจากนี้ยังมีปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรม โดย เป็นที่ทราบกันดีว่า ผู้ชายญี่ปุ่นจะออกไปทำ งาน ส่วนผู้หญิงจะอยู่บ้าน เมื่อถึงเวลาเกษียณอายุ ประเทศ ญี่ปุ่นจะมีบำนาญของกลุ่มสมรส แม่บ้านก็จะ ได้เงิน บำนาญด้วยเพราะถือว่าเป็นผู้สนับสนุน สามี อย่างไรก็ตาม ในวันที่ผู้ชายเกษียณกลับมาอยู่บ้าน กิจกรรม ประจำ วันของแต่ละฝ่ายก็เปลี่ยนไป

เกิดปัญหาในการใช้ชีวิตร่วมกัน โดยเฉพาะการปรับตัวของฝ่ายชายไม่เฉพาะแต่ในครอบครัว การปรับตัวให้เข้ากับชุมชน ก็เป็นเรื่องลำบาก ผู้สูงอายุจึงต้องไปแสวงหาการดำรงชีวิตอย่างเป็นสุข และราบรื่นหลังวัยเกษียณ หรือ ‘Second Life’ นั้นเองรัฐบาลญี่ปุ่นมีความพยายามในการแก้ไขปัญหา หลายวิธี เช่น ชะลอการจ่ายเงินบำนาญโดยการยึด เวลาจ่ายเงินออกไป ยึดอายุวัยเกษียณจาก 60 ปี เป็น 65 ปี รวมไปถึงนโยบายลونغสเตย์ ให้ไปท่องเที่ยวแบบระยะยาวในต่างประเทศ อันเป็นโอกาสสำหรับประเทศปลายทางที่มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่าดำรงชีวิตอยู่ในประเทศ ในการเสนอขายชีวิตแบบ ‘อยู่อย่างราชา ราคามิตรภาพ’ แต่สิ่งหนึ่งที่ผู้เขียนเห็นว่าประเทศปลายทางให้ความสนใจน้อยมาก คือการให้ความสนใจต่อบริบทด้านวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมายหรือทางฝ่าย ‘Guest’ กล่าวคือ การมุ่งเน้นในด้านของการตลาด ไม่ว่าจะเป็นการขายวัฒนธรรมของฝ่าย ‘Host’ ก็ดี หรือการนำเสนอความเป็นอยู่ที่สะดวกสบายเน้น Facilities ทางด้านวัตถุเพียงอย่างเดียวก็ดี สิ่งเหล่านี้ อาจไม่เพียงพอที่จะจูงใจผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นให้มาพำนักในประเทศไทยมากขึ้นหรือนานขึ้นได้ (3 ควรกล่าวด้วยว่า ในกรณีประเทศไทย ปัญหาการออกวีซ่า พำนักระยะยาว ที่ให้เวลาพำนักสั้นกว่าประเทศคู่แข่งก็เป็น อีกปัญหาหนึ่งสำหรับผู้สูงอายุกลุ่มลونغสเตย์) การหันมาศึกษาหรือให้ความสนใจบริบทด้านวัฒนธรรมของ ฝ่าย ‘Guest’ จึงเป็นยุทธศาสตร์ที่ทุกภาคส่วนควรหันมาให้ความสนใจมากขึ้น เพื่อการนำเสนอ ‘สินค้า’ ที่ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง ซึ่งในบทความนี้จะได้นำเสนอภูมิหลังทางสังคมและวัฒนธรรมของคนยุค ‘เบบี้บูมเมอร์’ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาต่อไป นอกจากนี้ ถึงแม้ว่าคนกลุ่มนี้จะเกษียณและได้ไปพำนักระยะยาว ตามประเทศต่าง ๆ แล้วตั้งแต่ปี 2007 ต่อเนื่องจนถึงปี 2012 (จึงถือได้ว่ากลุ่มเป้าหมาย ของตลาดลونغสเตย์ได้พ้นคนรุ่นนี้ไปแล้ว) ก็ตาม แต่ประสบการณ์ของคนรุ่นนี้ก็ยังมีผลอยู่มากต่อสังคมและวัฒนธรรมของญี่ปุ่นในรุ่นต่อมาที่อายุใกล้เคียงกัน

วชิรินทร์ เกิดทรัพย์ (2561) กล่าวว่าไว้ว่า วัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาและเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวกลุ่มโอเชียเนียช่วงนอกฤดูกลางในจังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มโอเชียเนีย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตช่วงนอกฤดูกลางท่องเที่ยว จำนวน 379 คน ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1) พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มโอเชียเนียช่วงนอกฤดูกลางในจังหวัดภูเก็ต มีวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่เพื่อการพักผ่อน รูปแบบหรือประเภทของการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบเป็นแหล่ง ธรรมชาติ เดินทางมาครบครัน งบประมาณค่าใช้จ่ายทั้งหมด สำหรับการเดินทาง 20,000 – 30,000 บาท ระยะเวลาในการเดินทาง 7 – 17 วัน การเดินทางสูงสุด 120 วัน ระยะเวลา ในการเดินทางเฉลี่ย 11.88 วัน และต้องการเดินทางกลับมาใช้บริการอีกครั้งในจังหวัดภูเก็ต 2) การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวช่วงนอกฤดูกลางในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติกลุ่มโอเชียเนีย พบว่า

(1) เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านรูปแบบ หรือประเภทของการท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง และด้านระยะเวลาในการเดินทาง (2) อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ท่องเที่ยว ด้านรูปแบบ หรือประเภทของการท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง ด้านงบประมาณ ค่าใช้จ่ายทั้งหมด และด้านระยะเวลาในการเดินทาง (3) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านรูปแบบหรือประเภทของการท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง ด้านงบประมาณค่าใช้จ่าย ทั้งหมด และด้านระยะเวลาในการเดินทาง (4) ภูมิสำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านรูปแบบหรือประเภทของการ ท่องเที่ยว และด้าน งบประมาณค่าใช้จ่ายทั้งหมด 3) นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยภาพ รวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับด้านความดึงดูดใจ ด้านที่พัก ด้านกิจกรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความสามารถในการเข้าถึง ตามลำดับ

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ (2560) ได้กล่าวไว้ว่า ธุรกิจที่ให้บริการด้านที่พักสำหรับการพำนักระยะยาว (ลองสเตย์) ของผู้สูงอายุต่างชาติในไทยมีแนวโน้มเติบโตเฉลี่ย 21% ต่อปี ซึ่งได้รับอานิสงส์จากจำนวนผู้ขอวีซ่าที่เพิ่มขึ้น การขยายตัวของจำนวนผู้ขอวีซ่าดังกล่าวมีทิศทาง เดียวกันกับสัดส่วนของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เพิ่มขึ้นทุกปี รวมถึงการขยายระยะเวลาการพำนักระยะ ยาวเป็น 10 ปี ส่งผลให้ความต้องการที่พักสำหรับการพำนักระยะยาวมีโอกาสขยายตัวสูง และอาจ ต้องเพิ่มการลงทุนด้านที่พัก โดยคาดว่าจะมีเม็ดเงินลงทุนสูงราว 3.7 หมื่นล้านบาท ในปี 2020 ปัจจุบันที่พักส่วนใหญ่จะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวหลักของไทย เช่น ภูเก็ต เชียงใหม่ ชลบุรี (พัทยา) และมีเพียง 6 แห่งเท่านั้น ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานในด้านความพร้อมของห้องพัก ทั้งความ ปลอดภัยและอุปกรณ์ภายในและการบริการของบุคลากรจากกรมการท่องเที่ยว

ดังนั้น ผู้ประกอบการที่ให้บริการด้านที่พักควรเตรียมความพร้อมรองรับผู้สูงอายุ ต่างชาติที่เพิ่มขึ้น โดยพัฒนาการให้บริการรวมถึงการออกแบบก่อสร้างและเลือกวัสดุที่เหมาะสม

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่จะได้รับอานิสงส์จากผู้สูงอายุต่างชาติ โดย สามารถถือครองกรรมสิทธิ์ได้เฉพาะคอนโดมิเนียม ซึ่งจำกัดสัดส่วนอยู่ที่ 49% หรือเลือกเป็น การเช่าระยะยาวก็ได้ แม้ว่ากฎหมายการถือครองกรรมสิทธิ์อสังหาริมทรัพย์ในไทยนั้น ยังไม่เปิด กว้างให้ชาวต่างชาติถือครองได้อย่างเสรี แต่ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์เองสามารถเลือกปล่อย เช่าให้กับผู้สูงอายุต่างชาติซึ่งมีระยะเวลาเช่าสูงสุด 30 ปี โดยกำหนดเงื่อนไขการโอนคืนสิทธิ ครองครองทรัพย์สินภายหลังที่ผู้เช่าได้ถึงแก่กรรมและถือเป็นการสิ้นสุดสัญญาเช่า

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการยังสามารถนำทรัพย์สินกลับมาปล่อยเช่าใหม่ให้กับผู้สูงอายุต่างชาติ รายอื่น และในระหว่างการพำนักอาศัยของผู้สูงอายุต่างชาติ ผู้ประกอบการยังสามารถให้บริการใน

ด้านอื่น ๆ เช่น บริการแม่บ้านทำความสะอาด ซักรีด อาหาร และเครื่องคั้ม ซึ่งเป็นการเพิ่มรายได้ นอกจากการให้เช่าอสังหาริมทรัพย์

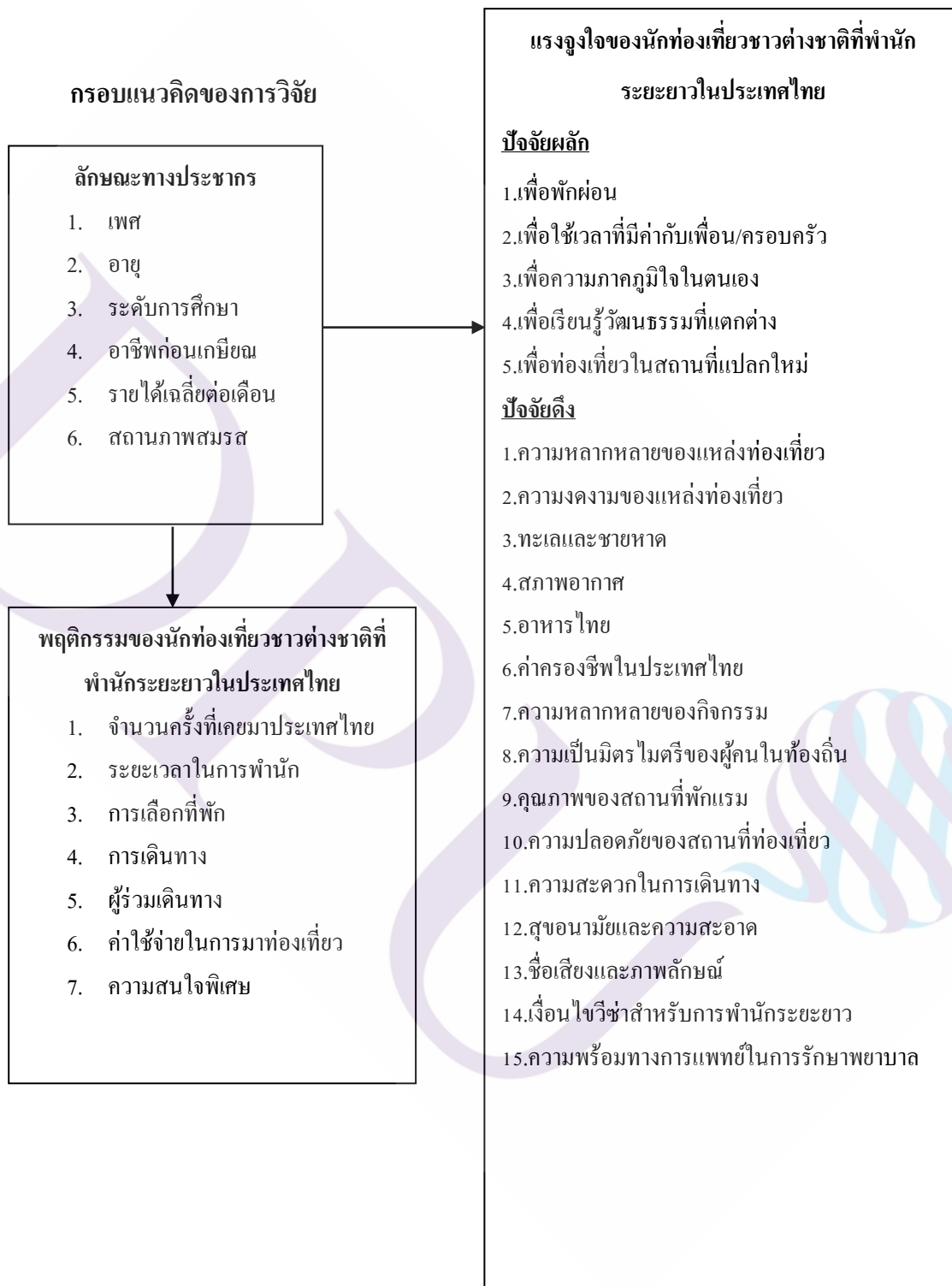
นอกจากนี้ ผู้ประกอบการด้านที่พักสามารถร่วมมือกับธุรกิจบริการด้านสุขภาพ เพื่อให้เกิดการบริการอย่างครบวงจรที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยไทยมีมาตรฐานและการดูแลสุขภาพเป็นอันดับที่ 5 จาก 10 ประเทศที่ผู้เกษียณอายุต่างชาตินิยมใช้ชีวิตหลังวัยเกษียณ และไทยมีบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญ เครื่องมือทางการแพทย์ที่มีประสิทธิภาพและค่ารักษาพยาบาลที่เหมาะสม ทำให้ได้รับการยอมรับในระดับสากล ซึ่งสามารถเป็นเครื่องจูงใจแก่ผู้สูงอายุต่างชาติได้ลักษณะเดียวกันกับที่ “ออสเตรเลีย” ที่นอกจากจะมีการออกแบบสถานที่พักสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุแล้ว ยังได้จัดเตรียมบริการทางการแพทย์โดยมีผู้ช่วยพยาบาล หรือพยาบาลตลอด 24 ชั่วโมง ในประเด็นนี้ ประเทศไทยสามารถนำจุดเด่นทางการแพทย์มาให้บริการร่วมกับการให้บริการด้านที่พักได้ โดยปัจจุบันเริ่มมีโครงการลักษณะนี้ในจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญแล้ว

สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถเขียนโดยสรุปได้ว่า จากการศึกษาเรื่องแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติพบว่า ผู้สูงอายุชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจในชีวิตบั้นปลาย และเป็นผู้ที่ต้องการหลีกเลี่ยงความสงบ เนื่องจากเป็นผู้ที่เกิดในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 จึงต้องการหาประเทศที่มีความสงบ อีกทั้งบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ มีอากาศอบอุ่น เพื่อหนีความหนาวจากประเทศของตนเอง จากทัศนคติของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย

ส่วนใหญ่จะเลือกจังหวัดในภาคเหนือของประเทศ เพราะมีความคิดเห็นว่าภาคเหนือของไทยมีอากาศดีตลอดปี และมีความสวยงามของธรรมชาติ ทั้งในทางด้านประเพณีวัฒนธรรม และ คนท้องถิ่นก็มีการให้ความต้อนรับเป็นอย่างดี โดยในปี 2560 มีการคาดว่าธุรกิจที่พักและบริการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวจะมีความเติบโตสูงขึ้น นอกจากนี้ยังมีการร่วมมือกับธุรกิจเพื่อสุขภาพ เพื่อให้เกิดการบริการอย่างครบวงจร ซึ่งทางกระทรวงสาธารณสุขได้มีการจัดตั้ง Medical Hub ขึ้น เพื่อรองรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย และผู้ป่วยแต่ในทางด้านแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทยนั้น ผู้วิจัยพบที่ยังไม่มีผู้ที่ทำวิจัยเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว ผู้วิจัยจึงต้องการทำวิจัยเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในประเทศไทยต่อไป

2.3 กรอบแนวคิดของการวิจัย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย” ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นการศึกษาถึงรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในด้านปัจจัยผลึกและปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย รวมทั้งการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยช่วงระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ช่วงเดือน ตุลาคม ถึง ธันวาคม พ.ศ. 2560 กับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป และอธิบายความหมายของข้อมูลพร้อมสรุปผลการศึกษาโดยมีระเบียบวิธีวิจัยของการศึกษาตามขั้นตอนและรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 3.1 การกำหนดประชากร
 - 3.1.1 ประชากรที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างการวิจัย
 - 3.1.2 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
 - 3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
 - 3.2.2 การสร้างเครื่องมือและตรวจคุณภาพเครื่องมือ
- 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรในการศึกษา

ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไปที่พักแรมระยะยาวในประเทศไทย ในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พัทลุง จังหวัดชลบุรี และจังหวัดภูเก็ต

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

- 1) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พักแรมระยะยาวในประเทศไทย
- 2) ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เดินทางมาในประเทศไทยและพักอาศัยอยู่ในประเทศไทย โดยขอรับลงตราประเภท Visa on Arrival ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ซึ่งมีจำนวนประชากร 2,131,136 คน (สถิติผู้ขอรับการตรวจลงตราปี 2558, กรมการท่องเที่ยว, 2558)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พักแรมระยะยาวในประเทศไทยจำนวน 400 คน และเนื่องจากประชากรเป้าหมายมีเป็นจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงใช้วิธีสุ่มตัวอย่างให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ตามระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งได้ตัวอย่างเท่ากับ 400 คน การเก็บข้อมูลแบบสอบถามโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีแบบง่าย (Simple random Sampling)

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

เมื่อ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างเท่ากับร้อยละ 5 หรือ 0.05

$$\begin{aligned} N &= \frac{2,131,136}{1 + 2,131,136 (0.05)^2} \\ &= 399.9249 \end{aligned}$$

$$\text{ขนาดตัวอย่าง} = 400 \text{ คน}$$

3) การเลือกกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยมีขั้นตอนต่อไปนี้

3.1) เลือกเก็บตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย

3.2) การแจกแบบสอบถาม แจกโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Selection)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด ที่สร้างขึ้นจากการทบทวนงานวรรณกรรม ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติ ข้อมูลเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย โดยแบบสอบถามจะมีลักษณะดังนี้

แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-end Questionnaire) ที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) แบบเติมข้อความ (Fill in the Blank) โดยอยู่ในส่วนของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และในส่วนของพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย แบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-end Questionnaire) ที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบอย่างอิสระในเรื่องของภูมิถิ่น และข้อเสนอแนะอื่น ๆ

แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยให้นักท่องเที่ยวเป็นผู้ให้คะแนนของข้อมูลเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย โดยใช้มาตราวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ ตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) (อศวิน แสงพิบูล, 2556, น. 181) ดังต่อไปนี้

คะแนน	ระดับ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

สำหรับเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย มีเกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้

ช่วงคะแนน	การแปลความหมาย	
4.21 - 5.00	ความสำคัญมากที่สุด	5
3.41 - 4.20	ความสำคัญมาก	4
2.61 - 3.40	ความสำคัญปานกลาง	3
1.81 - 2.60	ความสำคัญน้อย	2
1.00 - 1.80	ความสำคัญน้อยที่สุด	1

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการเดินทางเข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย

3.2.2 การสร้างเครื่องมือและตรวจคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือและตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบเพื่อสร้างแบบสอบถาม โดยศึกษากรอบแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พำนักระยะยาวจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

Rui and Wei (2001) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางของผู้สูงอายุ ได้แก่ ระเบียบรายได้ สุขภาพร่างกาย และเพื่อนร่วมเดินทาง ในส่วนของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุได้แก่ การเรียนรู้สิ่งใหม่ การได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ การได้รับความ

สนุกสนานเพลิดเพลิน การท่องเที่ยวร่วมกับผู้อื่น การผ่อนคลายความเครียด การเข้าถึงแหล่งธรรมชาติที่แท้จริง การเรียนรู้วัฒนธรรม เป็นต้น รูปแบบพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

Vance (1972) กล่าวว่าไว้ว่า ในช่วงวัยของผู้สูงอายุจะมีความต้องการในการเปลี่ยนแปลงสถานที่อยู่อาศัยไปยังที่ราบสูง เพื่อหลีกเลี่ยงอากาศร้อนของบริเวณที่ราบต่ำ และเพื่อแสวงหาความรักแบบโรแมนติกด้วยบรรยากาศรอบตัวที่สวยงาม

Bahar (2009) ได้กล่าวไว้ว่า การวิจัยในภาคพื้นยุโรปพบว่า การย้ายถิ่นไปยังประเทศต่าง ๆ แถบทะเลแคริบเบียนของชาวยุโรปตะวันตกและยุโรปเหนือยังคงเป็นไปอย่างต่อเนื่อง สาเหตุที่คนวัยเกษียณต่างแสวงหาแสงอาทิตย์อันอบอุ่น สถานที่พักผ่อน การใช้ประโยชน์ของอากาศที่ดีต่อสุขภาพ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะคนวัยเกษียณต่างแสวงหาแสงอาทิตย์อันอบอุ่น สถานที่พักผ่อน การใช้ประโยชน์ของอากาศที่ดีต่อสุขภาพ

Shoemaker (2000) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้สูงอายุที่เกษียณอายุจะมีระยะเวลาหลังเกษียณอายุงานมากขึ้น ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตช่วงหลังเกษียณอายุกิจกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะกิจกรรมนันทนาการ และการท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมและธรรมชาติ

2. สร้างแบบสอบถามที่ถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
3. นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา และความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม
4. นำแบบสอบถามไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างสัก 8 คน เพื่อให้ทราบว่าครอบคลุมประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องครบถ้วนหรือไม่
5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์หามาปรับปรุงแก้ไขและเสน้อาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง
6. นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์หามาปรับปรุงแก้ไขแล้วนำไปดำเนินการทดลองเก็บข้อมูล (Pre – test) จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มประชากรศึกษา แต่มีสภาพคล้ายคลึงกัน เพื่อหาข้อบกพร่องก่อนนำไปใช้จริง แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยค่าที่หาได้จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.7 ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา สำหรับหาค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น ครอนบาค (Cronbach)
7. นำแบบสอบถามที่ผ่านการวัดหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ไม่ต่ำกว่า 0.7 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ให้ความเห็นชอบแล้วนำแบบสอบถามที่ผ่านความเห็นชอบไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และนำไปวิเคราะห์เพื่อหาผลสรุปต่อไป

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง โดยจะนำแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ในช่วงเดือน มิถุนายน ถึง ธันวาคม พ.ศ. 2561 ณ สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในพญา จังหวัดชลบุรี อำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และจังหวัดภูเก็ต ที่มีนักท่องเที่ยวสูงอายุ ชาวต่างชาตินิยมเดินทางเข้ามาพำนักระยะยาว

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ได้จากแบบสอบถามของประชากรกลุ่มตัวอย่างเรียบร้อยแล้ว จะนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดและมาลงรหัส และ ประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 กรณี คือ การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive)

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยความถี่และค่าร้อยละ
2. เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นที่มีต่อแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว วิเคราะห์ด้วยความถี่และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มแรงจูงใจเป็นกลุ่มใหญ่ด้วยการหมุนแกนแบบ Varimax
4. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้ค่าสถิติ Independent T-Test เพื่อหาค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ด้านแรงจูงใจในการเดินทางเข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทยระหว่างเพศที่แตกต่างกัน และใช้สถิติ One – Way Anova เพื่อหาค่าความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มขึ้นไป โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย” ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน จากนั้นนำแบบสอบถามที่รวบรวมมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยจะนำเสนอตามลำดับต่อไปนี้

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และดำเนินการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นที่มีต่อแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทย

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มแรงจูงใจเป็นกลุ่มใหญ่ด้วยการหมุนแกนแบบ Varimax

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อปี และสถานภาพสมรส

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลประชากรของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติ

(n=400)

ปัจจัยด้านประชากร	จำนวนคน (ความถี่)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	268	67
หญิง	132	33
รวม	400	100
2. อายุ		
50 - 54 ปี	119	29.8
55 - 59 ปี	59	14.8
60 - 64 ปี	107	26.8
65 ปีขึ้นไป	115	28.8
รวม	400	100.0
3. ประเทศ		
ออสเตรเลีย	37	9.3
ออสเตรีย	9	2.3
สเปน	4	1
สหราชอาณาจักร	149	37.3
บัลแกเรีย	2	0.5
แคนาดา	8	2
ฟินแลนด์	15	3.8
เยอรมัน	24	6
อินเดีย	14	3.5
ไอร์แลนด์	12	3
อิตาลี	5	1.3
มาเลเซีย	8	2
เนปาล	33	8.3
นอร์เวย์	41	10.3

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

(n=400)

ปัจจัยด้านประชากร	จำนวนคน (ความถี่)	ร้อยละ
ฟิลิปปินส์	9	2.3
โปแลนด์	12	3
รัสเซีย	12	3
สวีเดน	1	0.3
สวิตเซอร์แลนด์	4	1
รวม	400	100.0
4. ระดับการศึกษา		
อนุปริญญาหรือต่ำกว่า	223	55.9
ปริญญาตรี	138	34.5
ปริญญาโท	29	7.3
ปริญญาเอก	4	1
อื่น ๆ	6	1.5
รวม	400	100.0
5. อาชีพก่อนเกษียณ		
พนักงานบริษัทเอกชน	158	39.5
นักวิชาชีพเฉพาะด้าน	51	12.8
เจ้าของกิจการ	99	24.8
ข้าราชการ	14	3.5
แม่บ้าน	19	4.8
อื่น ๆ	59	14.8
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

(n=400)

ปัจจัยด้านประชากร	จำนวนคน (ความถี่)	ร้อยละ
6. รายได้เฉลี่ยต่อปี		
ต่ำกว่า \$20,000	51	12.8
\$ 20,001 - \$50,000	96	24
\$50,001 - \$100,000	210	52.5
\$100,001 หรือมากกว่า	43	10.8
รวม	400	100.0
7. สถานภาพสมรส		
โสด	139	34.8
สมรส	225	56.3
หม้าย	23	5.8
หย่าร้าง	13	3.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย ข้อมูลประชากรของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน เป็นนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เดินทางมาท่องเที่ยวพักผ่อนระยะยาวในประเทศไทย มีลักษณะดังนี้ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง แบ่งเป็นเพศชายจำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67 และเป็นเพศหญิง จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาตามอายุของกลุ่มตัวอย่างพบว่า อายุส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 50-54 ปี จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 รองลงมาคือ ช่วงอายุ มากกว่า 65 ปีขึ้นไป จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 ช่วงอายุ 60-64 ปี จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 และช่วงอายุ 55-59 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาตามประเทศ พบว่า ประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาพักผ่อนระยะยาวในประเทศไทยมากที่สุด คือ ประเทศสหราชอาณาจักร จำนวน 149 คน คิดเป็น 37.4 รองลงมาคือ ประเทศนอร์เวย์ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ประเทศออสเตรเลียจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ประเทศเนปาล จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ

8.3 ประเทศเยอรมัน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ประเทศฟินแลนด์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ประเทศอินเดีย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ประเทศไอร์แลนด์, โปแลนด์, รัสเซีย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ประเทศออสเตรเลีย, ฟิลิปปินส์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ประเทศแคนาดา, มาเลเซีย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ประเทศอิตาลี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ประเทศสเปน, สวิตเซอร์แลนด์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ประเทศบัลแกเรีย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ประเทศสวีเดนจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาทางด้านระดับการศึกษา พบว่า มีระดับการศึกษาในระดับอนุปริญญาหรือต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 ระดับปริญญาโท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ระดับปริญญาเอก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1 และอื่น ๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ เราจึงเห็นได้ว่าระดับการศึกษาส่วนใหญ่แล้วจะอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี

เมื่อพิจารณาทางด้านอาชีพก่อนเกษียณ มีอาชีพส่วนใหญ่พบว่าพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 158 คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคือเจ้าของกิจการ จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 อาชีพอื่น ๆ จำนวน 59 คิดเป็นร้อยละ 14.8 อาชีพนักวิชาชีพเฉพาะด้าน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และอาชีพข้าราชการ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาดำรงรายได้เฉลี่ยต่อปี พบว่า มีราย \$50,001-\$100,000 ดอลลาร์ หรือคิดเป็นเงินไทยจะอยู่ที่ประมาณ 1,500,000 – 3,000,000 บาท มากที่สุด จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมาคือ มีราย \$20,000-50,000 ดอลลาร์ หรือคิดเป็นเงินไทยจะอยู่ที่ประมาณ 600,000 – 1,500,000 บาท จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24 มีรายได้ ต่ำกว่า \$20,000 หรือคิดเป็นเงินไทยจะอยู่ที่ประมาณ 600,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 และมีรายได้มากกว่า \$100,000 ดอลลาร์ หรือคิดเป็นเงินไทยจะอยู่ที่ประมาณ 3,000,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 ตามลำดับ ดังนั้นเราจึงเห็นว่านักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่ที่เดินมาผ่านกระบะยาวในประเทศไทย นั้น จะมีรายได้ค่อนข้างสูง

เมื่อพิจารณาทางด้านสถานภาพสมรส พบว่า มีสถานภาพสมรสมากที่สุด จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมาคือสถานภาพโสด จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 สถานภาพหย่าร้างจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 และสถานภาพหม้าย จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย

ตารางที่ 4.2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย ด้านจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย

(n = 400)

ปัจจัยด้านพฤติกรรม	จำนวน (ความถี่)	ร้อยละ
1. ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยแล้วกี่ครั้ง		
1 - 5 ครั้ง	211	52.8
6 - 10 ครั้ง	86	21.5
11 - 15 ครั้ง	95	23.8
16 - 20 ครั้ง	4	1
มากกว่า 20 ครั้ง	4	1
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยแล้วมากที่สุด 1-5 ครั้ง จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมา 11-15 ครั้ง จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 เดินทางมา 6-10 ครั้ง จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 เดินทางมา 16-20 และ มากกว่า 20 ครั้ง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย ด้านระยะเวลาในการพำนักในประเทศไทย

(n = 400)

ปัจจัยด้านพฤติกรรม	จำนวน (ความถี่)	ร้อยละ
1. ท่านใช้ระยะเวลาเท่าใดในการพำนักระยะยาวในประเทศไทย		
15 - 30 วัน	98	24.5
1 - 6 เดือน	180	45
7 - 11 เดือน	18	4.5
1 - 5 ปี	74	18.5
มากกว่า 5 ปี	30	7.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย ที่ใช้ระยะเวลาในการพำนักในประเทศไทยมากที่สุดคือในช่วงระยะเวลา 1-6 เดือน จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมา 15-30 วัน จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 พำนักระยะเวลา 1-5 ปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 พำนักระยะเวลา มากกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และ 7-11 เดือน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

แต่จากภาพรวมแล้วเราจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่ จะใช้ระยะเวลาในการพำนักระยะยาวอยู่ในช่วง 1-11 เดือน เป็นจำนวนร้อยละ 50 ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุทั้งหมด

ตารางที่ 4.4 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย ที่พักแรมในการพำนักระยะยาวในประเทศไทย

(n = 400)

ปัจจัยด้านพฤติกรรม	จำนวน (ความถี่)	ร้อยละ
1. ท่านเลือกที่พักประเภทใดในการพำนักระยะยาวในประเทศไทย		
โรงแรม	165	41.3
รีสอร์ท	70	17.5
เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์	50	12.5
คอนโดมิเนียม	27	6.8
บ้านเช่า	37	9.3
อื่น ๆ	51	12.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทยเลือกที่พักประเภทโรงแรมมากที่สุด จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาคือ รีสอร์ท จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 อื่น ๆ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ 50 คิดเป็นร้อยละ 12.5 บ้านเช่า จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 และ คอนโดมิเนียม 27 คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

(n = 400)

ปัจจัยด้านพฤติกรรม	จำนวน (ความถี่)	ร้อยละ
1. ท่านใช้พาหนะใดในการท่องเที่ยวหรือการเดินทางระหว่างพำนักระยะยาวในประเทศไทย		
รถยนต์ส่วนบุคคล	46	11.5
รถสาธารณะ	187	46.8
มอเตอร์ไซด์	120	30
จักรยาน	10	4
อื่น ๆ	31	7.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทยเลือกพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ รถสาธารณะ จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมาคือ มอเตอร์ไซด์ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รถยนต์ส่วนบุคคล จำนวน 46 คิดเป็นร้อยละ 11.5 และจักรยาน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว

(n = 400)

ปัจจัยด้านพฤติกรรม	จำนวน (ความถี่)	ร้อยละ
1. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวพำนักระยะยาวกับใคร		
มาคนเดียว	91	22.8
ครอบครัว	167	41.8
คู่รัก	130	32.5
อื่น ๆ	12	3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทยโดยมีผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัวมากที่สุด จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมาคือ คู่รัก จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 มาคนเดียว จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 และอื่น ๆ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวต่อวัน

(n = 400)

ปัจจัยด้านพฤติกรรม	จำนวน (ความถี่)	ร้อยละ
1. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวพำนักระยะยาวเท่าไรต่อวัน		
ต่ำกว่า \$10 (ต่ำกว่า 300 บาท)	19	4.8
\$11 - \$20 (300 - 600 บาท)	48	12
\$21 - \$30 (630 - 900 บาท)	68	17
\$31 - \$40 (930 - 1200 บาท)	86	21.5
\$40 ขึ้นไป (1200 บาทขึ้นไป)	179	44
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทยที่มีค่าใช้จ่ายต่อวันในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือ \$40 หรือคิดเป็น 1200 บาทขึ้นไป จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมาคือ \$31 - \$40 หรือคิดเป็น 930 - 1200 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 , \$21 - \$30 หรือคิดเป็น 630 - 900 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17 , \$11 - \$20 หรือคิดเป็น 300 - 600 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 และ ต่ำกว่า \$10 หรือคิดเป็นต่ำกว่า 300 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย งานอดิเรกที่ทำในระหว่างการพำนักระยะยาวในประเทศไทย

(n = 400)

ปัจจัยด้านพฤติกรรม	จำนวน (ความถี่)	ร้อยละ
1. ท่านมีงานอดิเรกอะไรในระหว่างการพำนักระยะยาวในประเทศไทย		
ผ่อนคลาย	147	36.8
เล่นกีฬา	44	11
การผจญภัย	11	2.8
ช้อปปิ้ง	44	11
เข้าโบสถ์	1	0.3
เรียนภาษาไทย	8	2
อ่านหนังสือ	10	2.5
ทำอาหารไทย	9	2.3
พักผ่อนชายหาด	46	11.5
อื่น ๆ	80	20
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทยที่มีงานอดิเรกในระหว่างการพำนักระยะยาวมากที่สุดคือ ผ่อนคลาย จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาคือ อื่น ๆ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 พักผ่อนชายหาด จำนวน 46 คิดเป็นร้อยละ 11.5 เล่นกีฬาและช้อปปิ้ง จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11 การผจญภัย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 อ่านหนังสือ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ทำอาหารไทย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และเข้าโบสถ์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ .3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย เวลาที่ใช้ในการทำงานอดิเรกในระหว่างการพำนักระยะยาวในประเทศไทย

(n = 400)

ปัจจัยด้านพฤติกรรม	จำนวน (ความถี่)	ร้อยละ
1. ท่านมีงานอดิเรกอะไรในระหว่างการพำนักระยะยาวในประเทศไทยใช้เวลากี่ชั่วโมงในการทำกิจกรรมต่อสัปดาห์		
1 ชั่วโมง	33	8.3
2 ชั่วโมง	177	44.3
3 ชั่วโมง	98	24.5
4 ชั่วโมง	32	8
5 ชั่วโมง	24	6
6 ชั่วโมง	36	9
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย เวลาที่ใช้ในการทำงานอดิเรกในระหว่างการพำนักระยะยาวในประเทศไทยมากที่สุดคือ 2 ชั่วโมง จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมาคือ 3 ชั่วโมง จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 , 6 ชั่วโมง จำนวน 36 คิดเป็นร้อยละ 9 , 1 ชั่วโมง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 , 4 ชั่วโมง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และ 5 ชั่วโมง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย ค่าใช้จ่ายในการทำงานอดิเรกในระหว่างการพำนักระยะยาวในประเทศไทย

(n = 400)

ปัจจัยด้านพฤติกรรม	จำนวน (ความถี่)	ร้อยละ
1. งานอดิเรกที่ท่านทำในระหว่างการพำนักระยะยาวในประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายหรือไม่		
มีค่าใช้จ่าย	129	32.3
ไม่มีค่าใช้จ่าย	271	67.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.10 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย ซึ่งมีงานอดิเรกที่ทำในระหว่างการพำนักระยะยาวในประเทศไทยพบว่าไม่มีค่าใช้จ่ายจำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.8 และมีค่าใช้จ่ายในงานอดิเรก จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย การทำกิจกรรมจิตอาสาในระหว่างการพำนักระยะยาวในประเทศไทย

(n = 400)

ปัจจัยด้านพฤติกรรม	จำนวน (ความถี่)	ร้อยละ
1. ท่านมีกิจกรรมจิตอาสาอะไรในระหว่างการพำนักระยะยาวในประเทศไทย		
สอนภาษาอังกฤษ	17	4.3
ทำความสะอาด (ลานวัด, โบสถ์, ชายหาด)	16	4
ไม่มี	367	91.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทยที่มีกิจกรรมจิตอาสาในระหว่างการพำนักระยะยาวมากที่สุดคือ ไม่มีกิจกรรมจิตอาสา จำนวน 367 คน คิดเป็นร้อยละ 91.8 รองลงมาคือ กิจกรรมสอนภาษาอังกฤษ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 และกิจกรรมทำความสะอาด เช่น ทำความสะอาด วัด โบสถ์ ชายหาด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย ระยะเวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรมจิตอาสาในระหว่างการพำนักระยะยาวในประเทศไทย

(n = 400)

ปัจจัยด้านพฤติกรรม	จำนวน (ความถี่)	ร้อยละ
1. ท่านใช้เวลาในการทำกิจกรรมจิตอาสาในระหว่างการพำนักระยะยาวในประเทศไทยกี่ครั้งต่อสัปดาห์		
1-3 ชั่วโมง	1	0.3
4-6 ชั่วโมง	11	2.8
7-9 ชั่วโมง	10	2.5
10-12 ชั่วโมง	11	2.8
ไม่มี	367	91.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย เวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรมจิตอาสาในระหว่างการพำนักระยะยาวในประเทศไทยมากที่สุดคือ จำนวน 367 คิดเป็นร้อยละ 91.8 รองลงมาคือ 4-6 ชั่วโมง ต่อสัปดาห์และ 10-12 ชั่วโมง ต่อสัปดาห์ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 , 7-9 ชั่วโมง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 และ 1-3 ชั่วโมง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

โดยจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทยนั้น ใช้เวลาในการทำกิจกรรมจิตอาสาโดยเฉลี่ย 4-12 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ซึ่งถือว่ามีประโยชน์อย่างมากต่อชุมชนและสังคมท้องถิ่นที่มีนักท่องเที่ยวสูงอายุเข้ามาทำกิจกรรมจิตอาสา

ตารางที่ 4.13 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย ค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมจิตอาสาที่ทำในระหว่างการพำนักระยะยาวในประเทศไทย

(n = 400)

ปัจจัยด้านพฤติกรรม	จำนวน (ความถี่)	ร้อยละ
1. กิจกรรมจิตอาสาที่ท่านทำในระหว่างการพำนักระยะยาวในประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายหรือไม่		
มีค่าใช้จ่าย	4	1
ไม่มีค่าใช้จ่าย	396	99
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.12 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย ซึ่งมีกิจกรรมจิตอาสาที่ทำในระหว่างการพำนักระยะยาวในประเทศไทยพบว่าไม่มีค่าใช้จ่าย จำนวน 396 คน คิดเป็นร้อยละ 99 และมีค่าใช้จ่าย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นที่มีต่อแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นที่มีต่อแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทย

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยปัจจัยผลักดันที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทย

(n = 400)

ลำดับ	ปัจจัยผลักดันที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวพำนักระยะยาว	\bar{X}	การแปลผล
1	เพื่อใช้เวลาพักผ่อนหลังเกษียณอย่างสงบ	4.31	มากที่สุด
2	เพื่อใช้เวลาที่มีค่ากับเพื่อน/ครอบครัว	4.22	มากที่สุด
3	เพื่อความภาคภูมิใจในตนเอง	4.40	มากที่สุด
4	เพื่อท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่	4.34	มากที่สุด
5	เพื่อพบเจอวัฒนธรรมใหม่ๆ	4.37	มากที่สุด
6	เพื่อรักษาสุขภาพ	4.27	มากที่สุด
7	เพื่อหลีกเลี่ยงอากาศร้อนจัด/หนาวจัด ในประเทศตัวเอง	3.98	มากที่สุด
8	เพื่อพบปะผู้คน/หาเพื่อนใหม่	4.12	มากที่สุด
9	เพื่อได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่	4.33	มากที่สุด
10	เพื่อเข้าถึงแหล่งธรรมชาติที่แท้จริง	4.37	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.27	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.14 พบว่าหลังจากที่นักท่องเที่ยวได้มาพำนักระยะยาวในประเทศไทย มีปัจจัยผลักดันที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทยมากที่สุดคือ เพื่อความภาคภูมิใจในตนเอง ($\bar{X} = 4.40$) รองลงมาคือ เพื่อพบเจอวัฒนธรรมใหม่ๆ และเพื่อเข้าถึงแหล่งธรรมชาติที่แท้จริง ($\bar{X} = 4.37$) เพื่อท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่ ($\bar{X} = 4.34$) เพื่อได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ($\bar{X} = 4.33$) เพื่อใช้เวลาพักผ่อนหลังเกษียณอย่างสงบ ($\bar{X} = 4.31$) เพื่อรักษาสุขภาพ ($\bar{X} = 4.27$) เพื่อใช้เวลาที่มีค่ากับเพื่อน/ครอบครัว ($\bar{X} = 4.22$) เพื่อพบปะผู้คน/หาเพื่อนใหม่ ($\bar{X} = 4.12$) และเพื่อหลีกเลี่ยงอากาศร้อนจัด/หนาวจัด ในประเทศตัวเอง ($\bar{X} = 3.98$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยระดับปัจจัยดิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวผ่านกระยะยาวในประเทศไทย

(n = 400)

ลำดับ	ปัจจัยดิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวผ่านกระยะยาว	\bar{X}	การแปลผล
1	ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	4.30	มากที่สุด
2	ความงดงามของแหล่งท่องเที่ยว	4.21	มากที่สุด
3	ทะเลและชายหาด	4.39	มากที่สุด
4	สภาพอากาศ	4.33	มากที่สุด
5	อาหารไทย	4.50	มากที่สุด
6	ค่าครองชีพในประเทศไทย	4.12	มาก
7	ความหลากหลายของกิจกรรม	4.25	มากที่สุด
8	ความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น	4.51	มากที่สุด
9	คุณภาพของสถานที่พักผ่อน	4.41	มากที่สุด
10	ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว	4.20	มาก
11	ความสะดวกในการเดินทาง	4.31	มากที่สุด
12	สุขอนามัยและความสะอาด	4.20	มาก
13	ชื่อเสียงและภาพลักษณ์	4.29	มากที่สุด
14	เงื่อนไขการทำวีซ่าผ่านกระยะยาว	4.16	มาก
15	ความพร้อมทางการแพทย์ในการรักษาพยาบาล	4.36	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม		4.30	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.15 พบว่าหลังจากที่นักท่องเที่ยวได้มาผ่านกระยะยาวในประเทศไทยทำให้เกิดปัจจัยดิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวผ่านกระยะยาวในประเทศไทยมากที่สุดคือ ความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น ($\bar{X} = 4.51$) รองลงมาคืออาหารไทย ($\bar{X} = 4.50$) คุณภาพของสถานที่พักผ่อน ($\bar{X} = 4.41$) ทะเลและชายหาด ($\bar{X} = 4.39$) ความพร้อมทางการแพทย์ในการรักษาพยาบาล ($\bar{X} = 4.36$) สภาพอากาศ ($\bar{X} = 4.33$) ความสะดวกในการเดินทาง ($\bar{X} = 4.31$) ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.30$) ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ ($\bar{X} = 4.29$) ความหลากหลายของกิจกรรม ($\bar{X} = 4.25$) ความงดงามของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.21$) สุขอนามัยและความสะอาด ($\bar{X} = 4.20$) ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวและเงื่อนไขการทำวีซ่าผ่านกระยะยาว ($\bar{X} = 4.16$) และค่าครองชีพในประเทศไทย ($\bar{X} = 4.12$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัย (Factor Analysis) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึง ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทย โดยการนำปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงทั้งสองด้าน แยกเป็นปัจจัยผลักดัน 10 ข้อ และปัจจัยดึง 15 ข้อ มาทำการวิเคราะห์ใหม่ให้สถิติเป็นตัวจัดกลุ่มของปัจจัยในแต่ละข้อของทั้งสองด้านเกี่ยวกับความสำคัญในเรื่องผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทย โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล (Factor Analysis) ทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเบื้องต้น การทดสอบความน่าเชื่อถือ และการวัดความเหมาะสมขององค์ประกอบในแต่ละด้าน ก่อนนำไปวิเคราะห์

ตารางที่ 4.16 ความน่าเชื่อถือขององค์ประกอบในแต่ละด้าน ในแบบสอบถาม

Cronbach's Alpha	N of Items
.805	37

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยผลักดันที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทย

(n = 400)	
ปัจจัยผลักดัน	Factor Loading
ปัจจัยที่ 1 ปัจจัยผลักดันเพื่อดูแลสุขภาพและการท่องเที่ยว (Eigenvalue 3.998)	
เพื่อรักษาสุขภาพ	.838
เพื่อใช้เวลาพักผ่อนหลังเกษียณอย่างสงบ	.788
เพื่อพบเจอวัฒนธรรมใหม่ๆ	.778
เพื่อความภาคภูมิใจในตนเอง	.777
เพื่อเข้าถึงแหล่งธรรมชาติที่แท้จริง	.765
เพื่อใช้เวลาที่มีค่ากับเพื่อน/ครอบครัว	.752
เพื่อท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่	.692
เพื่อได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่	.635
เพื่อพบปะผู้คน/หาเพื่อนใหม่	.614
เพื่อหลีกเลี่ยงอากาศร้อนจัด/หนาวจัด ในประเทศตนเอง	.576

KMO .782 Total Variance Explained 63.88 %

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยหลักต้นเพื่อการดูแลสุขภาพและการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 400 คน เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแสดงอยู่ในตารางที่ 4.17 ค่า Kaiser-Mayer Olkin (KMO) ของชุดตัวแปรที่ใช้ในการวัดปัจจัยหลักต้นในการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทยเท่ากับ .782 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดไว้ที่ 0.5 ซึ่งหมายความว่าตัวแปรทั้งหมดในสเกลที่ใช้วัดปัจจัยหลักต้นมีสหสัมพันธ์กันมากเพียงพอที่จะทำการวิเคราะห์ปัจจัยขององค์ประกอบ (Factor Analysis) เป็นการจัดกลุ่มตัวแปรที่สะท้อนแนวคิดที่เหมือนกันหรือคล้ายคลึงกันให้เข้ามาอยู่ในกลุ่มเดียวกัน เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนขึ้น ผลการวิเคราะห์ในตาราง 4.17 แสดงให้เห็นว่าข้อความที่สะท้อนความปัจจัยหลักต้นทั้ง 10 ข้อปัจจัย สามารถสรุปออกมาเป็นปัจจัยหลักต้นที่สำคัญ 10 ข้อปัจจัย เรียงตามลำดับความสำคัญในการพิจารณาจากค่า Eigenvalue 3.998 ซึ่งปัจจัยหลักต้นที่สำคัญมากที่สุด คือ 1) เพื่อรักษาสุขภาพ รองลงมาคือ 2) เพื่อใช้เวลาพักผ่อนหลังเกษียณอย่างสงบ 3) เพื่อพบเจอวัฒนธรรมใหม่ ๆ 4) เพื่อความภาคภูมิใจในตนเอง 5) เพื่อเข้าถึงแหล่งธรรมชาติที่แท้จริง 6) เพื่อใช้เวลาที่มีค่ากับเพื่อน/ครอบครัว 7) เพื่อท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่ 8) เพื่อได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ 9) เพื่อพบปะผู้คน/หาเพื่อนใหม่ และลำดับสุดท้ายคือ 10) เพื่อหลีกเลี่ยงอากาศร้อนจัด/หนาวจัด ในประเทศตนเอง ได้เรียงลำดับการจัดองค์ประกอบที่สำคัญเกี่ยวกับปัจจัยหลักต้นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไว้ตามลำดับความสำคัญ

ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยตั้งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวผ่านกระยะยาวในประเทศไทย

(n = 400)

ปัจจัยตั้ง	Factor Loading
ปัจจัยที่ 2 ปัจจัยตั้งดูด้านการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก (Eigenvalue 5.547)	
สุขอนามัยและความสะอาด	.841
ความหลากหลายของกิจกรรม	.800
เงื่อนไขการทำวีซ่าผ่านกระยะยาว	.787
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	.761
ความสะดวกในการเดินทาง	.753
ความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น	.724
ค่าครองชีพในประเทศไทย	.690
ความงดงามของแหล่งท่องเที่ยว	.681
อาหารไทย	.678
ชื่อเสียงและภาพลักษณ์	.661
คุณภาพของสถานที่พักผ่อน	.651
ความพร้อมทางการแพทย์ในการรักษาพยาบาล	.578
ทะเลและชายหาด	.565
สภาพอากาศ	.502
ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว	.477
KMO .782 Total Variance Explained 65.38 %	

(n=400)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยตั้งด้านการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวผ่านกระยะยาวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 400 คน เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแสดงอยู่ในตารางที่ 4.18 ค่า Kaiser-Mayer Olkin (KMO) ของชุดตัวแปรที่ใช้ในการวัดปัจจัยหลักต้นในการตัดสินใจเลือก

เดินทางมาท่องเที่ยวผ่านกระยะยาวในประเทศไทยเท่ากับ .782 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดไว้ที่ 0.5 ซึ่งหมายความว่าตัวแปรทั้งหมดในสเกลที่ใช้วัดปัจจัยผลึกตันมีสหสัมพันธ์กันมากเพียงพอที่จะทำการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบ (Factor Analysis) เป็นการจัดกลุ่มตัวแปรที่สะท้อนแนวคิดที่เหมือนกันหรือคล้ายคลึงกันให้เข้ามาอยู่ในกลุ่มเดียวกัน เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนขึ้น ผลการวิเคราะห์ในตาราง 4.18 แสดงให้เห็นว่าข้อความที่สะท้อนความปัจจัยผลึกตันทั้ง 15 ข้อปัจจัยสามารถสรุปออกมาเป็นปัจจัยผลึกตันที่สำคัญ 15 ข้อปัจจัย เรียงตามลำดับความสำคัญในการพิจารณาจากค่า Eigenvalue 5.547 ซึ่งปัจจัยดังที่สำคัญมากที่สุดคือ 1) สุขอนามัยและความสะอาด รองลงมาคือ 2) ความหลากหลายของกิจกรรม 3) เงื่อนไขการทำวีซ่าผ่านกระยะยาว 4) ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว 5) ความสะดวกในการเดินทาง 6) ความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น 7) ค่าครองชีพในประเทศไทย 8) ความงดงามของแหล่งท่องเที่ยว 9) อาหารไทย 10) ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ 11) คุณภาพของสถานที่พักแรม 12) ความพร้อมทางการแพทย์ในการรักษาพยาบาล 13) ทะเลและชายหาด 14) สภาพอากาศ 15) ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว ได้เรียงลำดับการจัดองค์ประกอบที่สำคัญเกี่ยวกับปัจจัยดังที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวผ่านกระยะยาวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติไว้ตามลำดับความสำคัญ



ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจ โดยแยกตามประชากรในด้านเพศ รายได้และสถานภาพของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจ แบ่งตามปัจจัยหลักของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย เปรียบเทียบตามเพศ

ระดับความสำคัญของแรงจูงใจ	Mean		T	Sig.
	ชาย	หญิง		
เพื่อพักผ่อน	4.32	4.28	.213	.645
เพื่อใช้เวลาที่มีค่ากับเพื่อน/ ครอบครัว	4.30	4.05	5.703	.017
เพื่อความภาคภูมิใจในตนเอง	4.49	4.19	14.967	.000
เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่าง	4.42	4.14	8.342	.004
เพื่อท่องเที่ยวในสถานที่แปลก ใหม่	4.45	4.18	8.564	.004
รวม	4.39	4.16	7.5578	.134

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจ แบ่งตามปัจจัยหลักของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย เปรียบเทียบตามเพศชายและหญิงพบว่า แรงจูงใจเพื่อการพักผ่อนและด้านรวม กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติมากกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระดับนัยสำคัญของแรงจูงใจเพื่อการพักผ่อนแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แต่ค่าเฉลี่ยด้านแรงจูงใจ เพื่อใช้เวลาที่มีค่ากับเพื่อน/ครอบครัว เพื่อความภาคภูมิใจในตนเอง เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่าง เพื่อท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่ กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยพบว่านักท่องเที่ยวเพศชาย ให้ค่าเฉลี่ยของระดับนัยสำคัญของแรงจูงใจ สูงกว่าเพศหญิง กล่าวคือ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทยที่มีเพศต่างกัน มีระดับความสำคัญของแรงจูงใจในการมาพำนักระยะยาวที่ต่างกัน ทั้งโดยรวมและรายด้านในด้านปัจจัยหลัก

ตารางที่ 4.20 ความสำคัญของแรงจูงใจ แบ่งตามปัจจัยหลักของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย เปรียบเทียบตามรายได้

ระดับความสำคัญของแรงจูงใจ	Mean				F	Sig.
	ต่ำกว่า \$20,000	\$ 20,001 - \$50,000	\$50,001 - \$100,000	\$100,001 หรือมากกว่า		
เพื่อพักผ่อน	4.50	4.08	4.33	4.46	4.531	.004
เพื่อใช้เวลาที่มีค่ากับเพื่อน/ครอบครัว	4.68	3.67	4.52	3.44	36.696	.000
เพื่อความภาคภูมิใจในตนเอง	4.82	3.96	4.49	4.34	21.246	.000
เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่าง	4.96	3.82	4.36	4.60	21.508	.000
เพื่อท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่	4.80	4.23	4.47	3.62	17.495	.000
รวม	4.75	3.95	4.43	4.09	20.295	.0008

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.20 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจ แบ่งตามปัจจัยหลักของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย เปรียบเทียบตามรายได้ ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจ โดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านแรงจูงใจเพื่อการพักผ่อน เพื่อใช้เวลาที่มีค่ากับเพื่อน/ครอบครัว เพื่อความภาคภูมิใจในตนเอง เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่าง เพื่อท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่ กลุ่มตัวอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กล่าวคือนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทยที่มีรายได้แตกต่างกัน มีระดับความสำคัญของแรงจูงใจในการพำนักระยะยาวในประเทศไทยแตกต่างกัน ทั้งโดยรวมและรายด้าน ในด้านปัจจัยหลัก โดยพบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่า \$20,000 (4.75) ให้ค่าเฉลี่ยของระดับนัยสำคัญของแรงจูงใจสูงที่สุด รองลงมาคือ ผู้ที่มีรายได้ \$50,001 - \$100,000 (4.43) ผู้ที่มีรายได้ \$100,001 หรือมากกว่า (4.09) และ ผู้ที่มีรายได้ \$ 20,001 - \$50,000 (3.95) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 ความสำคัญของแรงจูงใจ แบ่งตามปัจจัยหลักของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย เปรียบเทียบตามสถานภาพสมรส

ระดับความสำคัญของแรงจูงใจ	Mean				F	Sig.
	โสด	สมรส	หม้าย	หย่าร้าง		
เพื่อพักผ่อน	4.24	4.31	4.69	4.15	2.395	.068
เพื่อใช้เวลาที่มีค่ากับเพื่อน/ ครอบครัว	4.24	4.28	4.52	2.30	19.986	.000
เพื่อความภาคภูมิใจในตนเอง	4.26	4.46	4.65	4.15	3.656	.013
เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่าง	4.20	4.33	4.69	5.00	4.322	.005
เพื่อท่องเที่ยวในสถานที่แปลก ใหม่	4.30	4.53	4.73	1.61	68.319	.000
รวม	4.24	4.38	4.65	3.44	19.735	.017

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.21 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจ แบ่งตามปัจจัยหลักของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย เปรียบเทียบตามสถานภาพสมรส ผลวิจัยพบว่า แรงจูงใจเพื่อการพักผ่อน กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติมากกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แต่ค่าเฉลี่ยโดยรวมและรายด้านในแรงจูงใจเพื่อใช้เวลาที่มีค่ากับเพื่อน/ครอบครัว เพื่อความภาคภูมิใจในตนเอง เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่าง เพื่อท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่ มีระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทยที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกัน มีระดับความสำคัญของแรงจูงใจในการพำนักระยะยาวในประเทศไทยแตกต่างกัน ทั้งโดยรวมและรายด้านในด้านปัจจัยหลัก โดยพบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่มีสถานภาพสมรสเป็นหม้าย (4.65) ให้ค่าเฉลี่ยของระดับนัยสำคัญของแรงจูงใจสูงที่สุด รองลงมาคือ สมรส (4.38) โสด (4.24) และหย่าร้าง (3.44) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 ความสำคัญของแรงจูงใจ แบ่งตามปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย เปรียบเทียบตามเพศ

ระดับความสำคัญของแรงจูงใจ	Mean		T	Sig.
	ชาย	หญิง		
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	4.36	4.15	7.803	.005
ความงดงามของแหล่งท่องเที่ยว	4.34	3.93	21.174	.000
ทะเลและชายหาด	4.48	4.19	14.968	.000
สภาพอากาศ	4.45	4.57	24.896	.000
อาหารไทย	4.57	4.32	10.459	.001
ค่าครองชีพในประเทศไทย	4.58	4.05	50.093	.000
ความหลากหลายของกิจกรรม	4.44	3.85	47.439	.000
ความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น	4.60	4.31	15.683	.000
คุณภาพของสถานที่พักผ่อน	4.47	4.27	6.703	.010
ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว	4.35	3.87	33.014	.000
ความสะดวกในการเดินทาง	4.27	4.35	.877	.350
สุขอนามัยและความสะอาด	4.07	4.46	19.286	.000
ชื่อเสียงและภาพลักษณ์	4.34	4.18	3.552	.060
เงื่อนไขวีซ่าสำหรับการพำนักระยะยาว	4.32	3.82	24.233	.000
ความพร้อมทางการแพทย์ในการรักษาพยาบาล	4.33	4.38	.444	.505
รวม	4.39	4.18	18.708	.062

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.22 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจ แบ่งตามปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย เปรียบเทียบตามเพศชายและหญิงพบว่า ปัจจัยด้านความสะดวกในการเดินทาง ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ ความพร้อมทางการแพทย์ในการรักษาพยาบาล กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติมากกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระดับนัยสำคัญของแรงจูงใจเพื่อการพักผ่อนแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แต่ค่าเฉลี่ยด้านปัจจัยความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ความงดงามของแหล่งท่องเที่ยว ทะเลและชายหาด สภาพอากาศ อาหารไทย ค่าครองชีพ

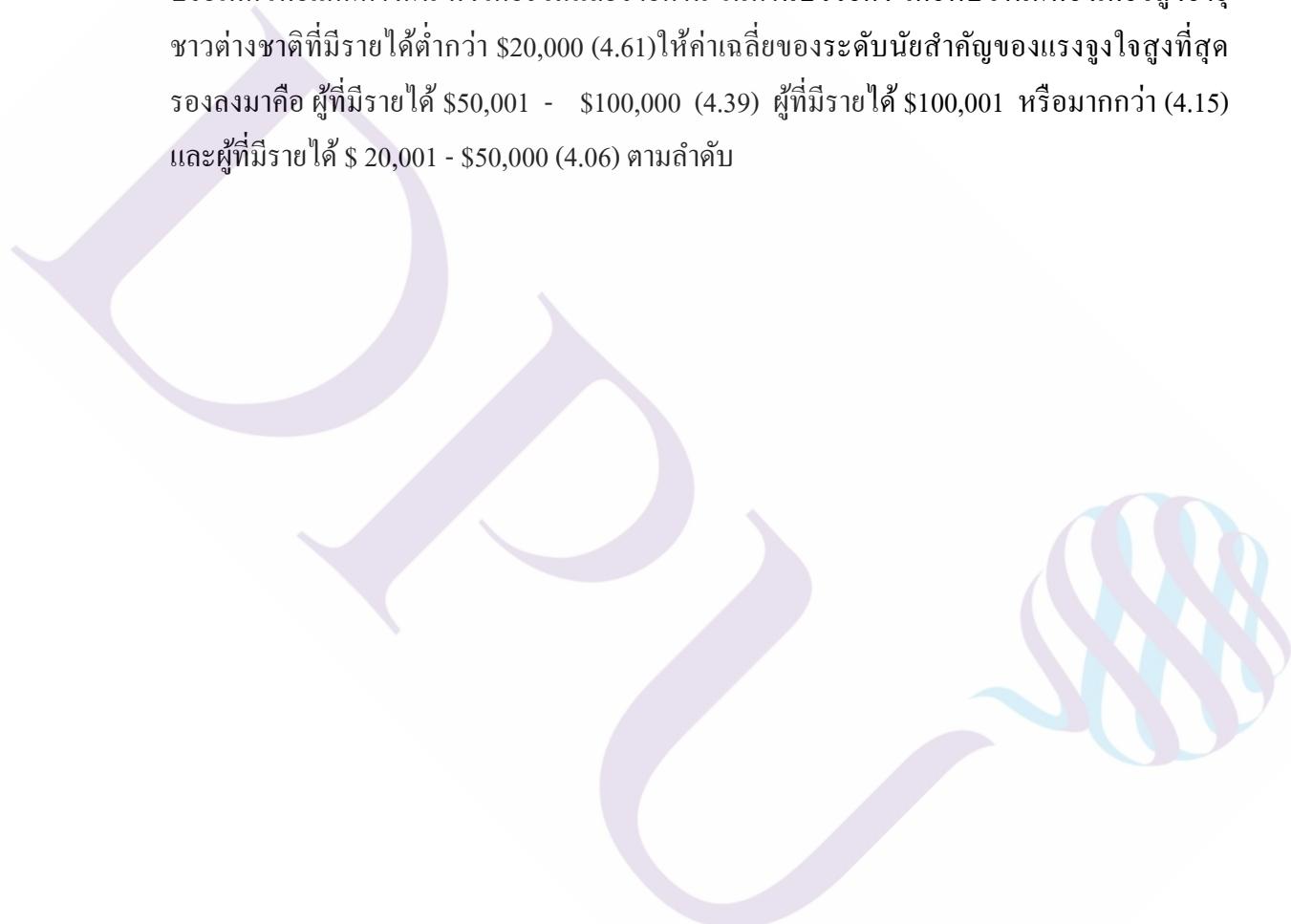
ในประเทศไทย ความหลากหลายของกิจกรรม ความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น คุณภาพของสถานที่พักผ่อน สุขอนามัยและความสะอาด และเงื่อนไขวีซ่าสำหรับการพำนักระยะยาว กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยพบว่านักท่องเที่ยวเพศชาย ให้ค่าเฉลี่ยของระดับนัยสำคัญของแรงจูงใจ สูงกว่าเพศหญิง กล่าวคือ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทยที่มีเพศต่างกัน มีระดับความสำคัญของแรงจูงใจในการมาพำนักระยะยาวที่แตกต่างกันในด้านปัจจัยดึงดูด



ตารางที่ 4.23 ความสำคัญของแรงจูงใจ แบ่งตามปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย เปรียบเทียบตามรายได้

ระดับความสำคัญของแรงจูงใจ	Mean				F	Sig.
	ต่ำกว่า \$20,000	\$ 20,001 - \$50,000	\$50,001 - \$100,000	\$100,001 หรือมากกว่า		
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	4.31	3.85	4.48	4.32	19.321	.000
ความงดงามของแหล่งท่องเที่ยว	4.68	4.14	4.20	3.83	8.373	.000
ทะเลและชายหาด	4.82	3.91	4.48	4.46	24.168	.000
สภาพอากาศ	4.21	4.18	4.44	4.18	3.586	.014
อาหารไทย	4.72	4.28	4.52	4.55	4.430	.004
ค่าครองชีพในประเทศไทย	4.70	4.04	4.54	4.25	14.499	.000
ความหลากหลายของกิจกรรม	4.62	4.10	4.40	3.37	26.466	.000
ความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น	4.74	4.43	4.61	3.86	18.528	.000
คุณภาพของสถานที่พักผ่อน	4.86	4.01	4.54	4.09	26.296	.000
ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว	4.56	4.04	4.30	3.55	16.174	.000
ความสะดวกในการเดินทาง	4.52	3.93	4.33	4.69	13.043	.000
สุขอนามัยและความสะอาด	4.52	3.81	4.23	4.48	11.539	.000
ชื่อเสียงและภาพลักษณ์	4.56	4.13	4.31	4.18	3.649	.013
เงื่อนไขวีซ่าสำหรับการพำนักระยะยาว	4.56	4.03	4.16	3.97	4.035	.008
ความพร้อมทางการแพทย์ในการรักษาพยาบาล	4.78	4.11	4.31	4.55	10.782	.000
รวม	4.61	4.06	4.39	4.15	13.659	.002

จากตารางที่ 4.23 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจ แบ่งตามปัจจัยตั้งของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย เปรียบเทียบตามรายได้ ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจโดยรวมและรายด้านที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทยที่มีรายได้แตกต่างกัน มีระดับความสำคัญของแรงจูงใจในการพำนักระยะยาวในประเทศไทยแตกต่างกัน ทั้งโดยรวมและรายด้าน ในด้านปัจจัยตั้ง โดยพบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่า \$20,000 (4.61) ให้ค่าเฉลี่ยของระดับนัยสำคัญของแรงจูงใจสูงที่สุด รองลงมาคือ ผู้ที่มีรายได้ \$50,001 - \$100,000 (4.39) ผู้ที่มีรายได้ \$100,001 หรือมากกว่า (4.15) และผู้ที่มีรายได้ \$ 20,001 - \$50,000 (4.06) ตามลำดับ



ตารางที่ 4.24 ความสำคัญของแรงจูงใจ แบ่งตามปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย เปรียบเทียบตามสถานภาพสมรส

ระดับความสำคัญของแรงจูงใจ	Mean				F	Sig.
	โสด	สมรส	หม้าย	หย่าร้าง		
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	4.13	4.34	4.86	4.15	8.004	.000
ความงดงามของแหล่งท่องเที่ยว	4.05	4.33	4.91	2.46	31.783	.000
ทะเลและชายหาด	4.35	4.36	4.47	5.00	3.310	.020
สภาพอากาศ	4.48	4.29	4.21	3.30	10.883	.000
อาหารไทย	4.17	4.65	4.56	5.00	14.605	.000
ค่าครองชีพในประเทศไทย	4.15	4.65	4.26	3.30	27.727	.000
ความหลากหลายของกิจกรรม	4.14	4.41	4.78	1.61	76.869	.000
ความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น	4.48	4.59	4.52	3.15	20.434	.000
คุณภาพของสถานที่พักผ่อน	4.15	4.59	4.30	4.00	14.202	.000
ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว	4.14	4.29	4.52	2.46	25.851	.000
ความสะดวกในการเดินทาง	4.04	4.42	4.30	5.00	11.033	.000
สุขอนามัยและความสะอาด	4.20	4.10	4.73	4.84	6.658	.000
ชื่อเสียงและภาพลักษณ์	4.20	4.36	4.78	3.15	14.103	.000
เงื่อนไขวีซ่าสำหรับการพำนักระยะยาว	4.12	4.30	4.13	2.15	22.685	.000
ความพร้อมทางการแพทย์ในการรักษาพยาบาล	4.35	4.39	4.21	3.84	2.457	.063
รวม	4.21	4.04	4.50	3.56	19.373	.005

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.24 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจ แบ่งตามปัจจัยตั้งของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย เปรียบเทียบตามสถานภาพสมรส ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความพร้อมทางการแพทย์ในการรักษาพยาบาล มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติมากกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แต่ค่าเฉลี่ยโดยรวมและรายด้าน มีระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทยที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีระดับความสำคัญของแรงจูงใจในการพำนักระยะยาวในประเทศไทยแตกต่างกัน ทั้งโดยรวมและรายด้าน ในด้านปัจจัยตั้ง โดยพบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่มีสถานภาพสมรสเป็นหม้าย (4.50) ให้ค่าเฉลี่ยของระดับนัยสำคัญของแรงจูงใจที่สูงที่สุด รองลงมาคือ โสด (4.21) สมรส (4.04) และ หย่าร้าง (3.56) ตามลำดับ

จากแบบสอบถามในส่วนของคำถามปลายเปิด ผู้วิจัยได้ทำการสอบถามนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย โดยจะใช้ระยะเวลาในการพำนักระยะยาวอยู่ในประเทศไทย อยู่ในช่วงเวลา 1-6 เดือน โดยคิดเป็นร้อยละ 45 และส่วนใหญ่ใช้เวลาในการทำงานอดิเรกในระหว่างการพำนัก โดยการใช้ระยะเวลา 2-3 ชั่วโมงในการทำงานอดิเรกและงานอดิเรกที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุทำจะไม่มีค่าใช้จ่าย คือ ผ่อนคลาย พักผ่อนตามชายหาด เล่นกีฬา ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เข้ามาพำนักระยะยาว ส่วนใหญ่แล้วยังมีกิจกรรมจิตอาสา โดยใช้เวลาในการทำกิจกรรมจิตอาสา 4-6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์โดยส่วนใหญ่ไม่มีค่าใช้จ่าย คือ สอนภาษาอังกฤษ ทำความสะอาดลานวัด โบสถ์ และชายหาด เป็นกิจกรรมจิตอาสาที่ทำในระหว่างการพำนักระยะยาว

แต่โดยภาพรวมแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติส่วนใหญ่ จะใช้ระยะเวลาในการพำนักระยะยาวในประเทศไทยอยู่ในช่วง 1-11 เดือน เป็นจำนวนร้อยละ 50 ของจำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทยทั้งหมด และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเหล่านี้ ได้มีการใช้เวลาในการทำกิจกรรมจิตอาสาอยู่ในช่วงเวลา 4-12 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ซึ่งถือว่ามีประโยชน์อย่างมากต่อชุมชนและสังคมท้องถิ่นที่มีนักท่องเที่ยวสนใจเข้ามาช่วยทำกิจกรรมจิตอาสาให้

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย” ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาสรุปผลการศึกษา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษาวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาจากการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย ดังนี้

5.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย จากจำนวนประชากรนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทยทั้งหมด 400 คน โดยเลือกเก็บแบบสอบถามในพื้นที่พัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 50 คน อ.หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 150 คน และพื้นที่จังหวัดภูเก็ต จำนวน 200 คน พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่างช่วงอายุ 50-54 ปี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากกลุ่มทวีปยุโรป โดยมีทวีปยุโรปเหนือเดินทางมาพำนักระยะยาวในประเทศไทยมากที่สุด เช่น ประเทศสหราชอาณาจักร นอร์เวย์ ฟินแลนด์ ไอร์แลนด์ และสวีเดน รองลงมา คือ กลุ่มประเทศยุโรปกลาง เช่น ประเทศเยอรมัน โปแลนด์ ออสเตรีย และสวิตเซอร์แลนด์ มีระดับการศึกษาในระดับอนุปริญญาหรือต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพก่อนเกษียณเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด รองลงมา คือ เจ้าของกิจการ มีรายได้เฉลี่ยต่อปี \$50,001-\$100,000 ดอลลาร์ หรือคิดเป็น 1,500,000 บาท – 3,000,000 บาทต่อปี

5.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย

ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย หากพิจารณารายด้าน พบว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยแล้วจำนวน 1-5 ครั้ง ใช้ระยะเวลาในการพำนักในประเทศไทยคือในช่วงระยะเวลา 1-6 เดือน เลือกที่พักแรมเป็นประเภทโรงแรมมากที่สุด รองลงมาเป็นที่พักรีสอร์ท โดยมีจำนวนรวมกันอยู่ถึงร้อยละ 58.8 โดยสาเหตุที่นักท่องเที่ยว

ส่วนใหญ่เลือกที่พักประเภทนี้ เพราะธุรกิจที่พักแรมในจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่เน้น ไม่เพียงแต่มีการบริการแบบรายวันยังมีการบริการแบบรายเดือนและรายปีขึ้นไปเป็นจำนวนมากอีกด้วย โดยที่โรงแรมและรีสอร์ทจะมีการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ค่อนข้างสะดวกสบายต่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นอย่างมาก จึงทำให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเลือกที่พักประเภทนี้ เพื่อจะได้เป็นการพักผ่อนอย่างเต็มที่ในช่วงที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย ในส่วนของการเลือกพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นรถสาธารณะ โดยมีผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับครอบครัว มีค่าใช้จ่ายต่อวันในการเดินทางมาท่องเที่ยวประมาณ \$40 ขึ้นไป หรือคิดเป็นจำนวน 1,200 บาทต่อวันขึ้นไป รองลงมาคือ \$31-\$40 หรือคิดเป็นเงินไทยจะอยู่ที่ประมาณ 930 – 1200 บาท

5.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นที่มีต่อแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทย

ปัจจัยเกี่ยวกับระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทย หากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทย หลังจากที่นักท่องเที่ยวได้รู้จักประเทศไทยแล้ว จึงทำให้เกิดปัจจัยผลักดันที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวคือ เพื่อความภาคภูมิใจในตนเอง เพื่อพบเจอวัฒนธรรมใหม่ ๆ และเพื่อเข้าถึงแหล่งธรรมชาติที่แท้จริง และด้านปัจจัยดึง คือความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น อาหารไทย คุณภาพของสถานที่พักแรม ตามลำดับ

5.1.4 การวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบ (Factor Analysis) แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย จำนวน 400 คน โดยการแยกค่าองค์ประกอบของทั้งสองกลุ่ม และนำข้อย่อยในแต่ละกลุ่มเข้ามาอยู่ในกลุ่มเดียวกัน เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจน ได้ให้ความสำคัญขององค์ประกอบมากที่สุดด้านปัจจัยผลักดัน ได้แก่ 1) เพื่อรักษาสุขภาพ 2) เพื่อใช้เวลาพักผ่อนหลังเกษียณอย่างสงบ 3) เพื่อพบเจอวัฒนธรรมใหม่ ๆ 4) เพื่อความภาคภูมิใจในตนเอง 5) เพื่อเข้าถึงแหล่งธรรมชาติที่แท้จริง 6) เพื่อใช้เวลาที่มีค่ากับเพื่อน/ครอบครัว 7) เพื่อท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่ 8) เพื่อได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ 9) เพื่อพบปะผู้คน/หาเพื่อนใหม่ และลำดับสุดท้ายคือ 10) เพื่อหลีกเลี่ยงอากาศร้อนจัด/หนาวจัด ในประเทศตนเอง ได้เรียงลำดับการจัดองค์ประกอบที่สำคัญเกี่ยวกับปัจจัยผลักดันที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติไว้ตามลำดับความสำคัญเรียงตามลำดับ ส่วนด้านปัจจัยดึงได้ให้ความสำคัญขององค์ประกอบมากที่สุด ได้แก่ 1) สุขอนามัยและความสะอาด รองลงมา คือ 2) ความหลากหลายของกิจกรรม 3) เงื่อนไขการทำวีซ่าพำนักระยะยาว 4) ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว 5) ความสะดวกในการเดินทาง 6) ความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น 7) ค่าครองชีพในประเทศไทย 8) ความงดงามของแหล่งท่องเที่ยว

9) อาหารไทย 10) ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ 11) คุณภาพของสถานที่พักผ่อน 12) ความพร้อมทางการแพทย์ในการรักษาพยาบาล 13) ทะเลและชายหาด 14) สภาพอากาศ 15) ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว ได้เรียงลำดับการจัดองค์ประกอบที่สำคัญเกี่ยวกับปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติไว้ตามลำดับความสำคัญ

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาลักษณะประชากรทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย พบว่าลักษณะประชากร โดยรวมนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชายที่มีอายุระหว่างช่วงอายุ 50-54 ปี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาจากประเทศสหราชอาณาจักร มีระดับการศึกษาในระดับอนุปริญญาหรือต่ำกว่าปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อปี \$50,001-\$100,000 ดอลลาร์ หรือคิดเป็นเงินไทยจะอยู่ที่ประมาณ 1,500,000 – 3,000,000 บาท และส่วนใหญ่ที่เดินทางมาพำนักระยะยาวจะมีสถานภาพการสมรส ตามลำดับ ผลการวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับ เกลิมพล แจ่มจันทร์ และอรไท โสภารัตน์ (2555) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง “การพำนักระยะยาวของคนญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ : การวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดในช่วงก่อนและหลังการพำนัก” พบว่า 3 ใน 4 ของผู้พำนักระยะยาวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเป็นเพศชาย ถึงร้อยละ 90 มีอายุอยู่ในช่วง 60-69 ปี ในด้านสถานภาพสมรส มากกว่า 4 ใน 5 หรือ ร้อยละ 87.5 เป็นผู้ที่สมรสแล้วและยังคงสถานภาพสมรสอยู่ และส่วนใหญ่เป็นครอบครัวที่มีบุตรแล้ว

5.2.2 จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) จำนวน 400 คน ของแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทยโดยแยกการหาค่าองค์ประกอบออกเป็น 2 ด้าน 25 ตัวแปร ทั้งหมดในสเกลที่ใช้แรงจูงใจมีสหสัมพันธ์กันมากเพียงพอที่จะทำการวิเคราะห์ปัจจัยได้ 2 ปัจจัย คือ องค์ประกอบที่ 1 มีความสำคัญที่สุดของนักท่องเที่ยวสูงอายุต่างชาติ ทางด้านปัจจัยผลักดัน คือ 1) เพื่อรักษาสุขภาพ 2) เพื่อใช้เวลาพักผ่อนหลังเกษียณอย่างสงบ 3) เพื่อพบเจอวัฒนธรรมใหม่ ๆ และ องค์ประกอบที่ 2 ด้านปัจจัยดึงดูดคือ 1) สุขอนามัยและความสะอาด รองลงมาคือ 2) ความหลากหลายของกิจกรรม 3) เงื่อนไขการทำวีซ่าพำนักระยะ ตามลำดับ ผลการวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับ เพ็ญพักร์ศิมา วิเชียรวรรณ วิภาดา มุกดา วันพุธ เชิญขวัญ และ คนุสรณ์ กาญจนวงศ์, วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์ฯ (2559) กล่าวไว้ว่า 1) จิตลักษณะและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัย

ด้านสถานการณ์ ภาพรวมอยู่ในระดับจริง ได้แก่ การได้รับรู้สภาพของสถานที่ท่องเที่ยว การได้รับอิทธิพลจากกลุ่ม และการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่วนปัจจัยด้านจิตลักษณะเดิม ภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างจริง ได้แก่ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สุขภาพจิต และลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน ส่วน ปัจจัยด้านจิตลักษณะตามสถานการณ์ ภาพรวมอยู่ในระดับจริง ได้แก่ ทศนคติที่ดีต่อการดูแลสุขภาพ และความเชื่ออำนาจในตน 2) ความสัมพันธ์ทางด้านปัจจัยด้านสถานการณ์ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในด้านลักษณะการเดินทางของผู้สูงอายุในการท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางที่ผู้สูงอายุนิยมท่องเที่ยวระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ผู้สูงอายุใช้ในการท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่ผู้สูงอายุ นิยมท่องเที่ยว พาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว สถานที่พักแรมที่ผู้สูงอายุมักใช้บริการช่วง เดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งที่ผู้สูงอายุใช้ในการท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยด้านจิตลักษณะเดิม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในด้านลักษณะการเดินทางของผู้สูงอายุในการท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางที่ผู้สูงอายุนิยมท่องเที่ยว พาหนะหลักที่ผู้สูงอายุใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว และ วัชรินทร์ เกิดทรัพย์ (2561) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มโอเชียเนียช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านความดึงดูดใจ ด้านที่พัก ด้านกิจกรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านความสามารถในการเข้าถึงตามลำดับ

5.2.3 จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 เพื่อศึกษาแรงจูงใจทั้งสองด้านคือด้านปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย ในด้านปัจจัยผลักดัน พบว่า โดยรวมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติมีแรงจูงใจทางด้านปัจจัยผลักดันมากที่สุดก็คือ 1) เพื่อรักษาสุขภาพ 2) เพื่อใช้เวลาพักผ่อนหลังเกษียณอย่างสงบ 3) เพื่อพบเจอวัฒนธรรมใหม่ ๆ 4) เพื่อความภาคภูมิใจในตนเอง 5) เพื่อเข้าถึงแหล่งธรรมชาติที่แท้จริง 6) เพื่อใช้เวลาที่มีค่ากับเพื่อน/ครอบครัว 7) เพื่อท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่ 8) เพื่อได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ 9) เพื่อพบปะผู้คน/หาเพื่อนใหม่ และลำดับสุดท้าย คือ 10) เพื่อหลีกเลี่ยงอากาศร้อนจัด/หนาวจัด ในประเทศตนเอง ตามลำดับ

ในด้านปัจจัยดึง พบว่า โดยรวมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย ได้แก่ 1) สุขอนามัยและความสะอาด รองลงมาคือ 2) ความหลากหลายของกิจกรรม 3) เงื่อนไขการทำวีซ่าพำนักระยะยาว 4) ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว 5) ความสะดวกในการเดินทาง 6) ความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น 7) ค่าครองชีพในประเทศไทย 8) ความงดงามของแหล่งท่องเที่ยว 9) อาหารไทย 10) ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ 11) คุณภาพของสถานที่พักแรม 12) ความพร้อมทางการแพทย์ในการรักษาพยาบาล 13) ทะเลและ

ชายหาด 14) สภาพอากาศ 15) ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว ตามลำดับ ผลการวิจัย สอดคล้องกับ เกลิมพล แจ่มจันทร์ และอรไท โสภารัตน์, (2555) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง “การพำนัก ระยะเวลาของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ : การวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดในช่วงก่อนและหลังการ พำนัก” ปัจจัยกำหนดต่อการพำนักระยะเวลาของนักท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่ เป็นปัจจัย กำหนดที่ได้มีการสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ปัจจัยเกี่ยวกับค่าครองชีพ ที่ ต่ำกว่าค่าครองชีพในประเทศญี่ปุ่น ความเป็นมิตรและลักษณะของคนเอเชีย อาหารไทยและ วัฒนธรรม ความปลอดภัยและความมั่นคงต่อร่างกายและทรัพย์สิน ความสงบและความมั่นคงใน ประเทศ สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงความสะดวกใน การท่องเที่ยว

5.2.4 จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 4 ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจ โดยจำแนกตามประชากรในด้าน เพศ รายได้และสถานภาพของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพำนักระยะเวลาในประเทศไทย ในด้านปัจจัยหลัก ผลการวิจัยพบว่า ระดับความสำคัญของแรงจูงใจโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างนั้น อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาจำแนกในด้านเพศ พบว่านักท่องเที่ยวเพศชายมีค่าเฉลี่ยของระดับ แรงจูงใจสูงกว่าเพศหญิง โดยให้ความสำคัญของแรงจูงใจเพื่อความภาคภูมิใจในตนเองมากที่สุด ในด้าน รายได้ ผลวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่า \$20,000 มีค่าเฉลี่ยของระดับ แรงจูงใจมากที่สุด และให้ความสำคัญของแรงจูงใจเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างมากที่สุด และในด้าน สถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่มีสถานภาพเป็นหม้าย มีค่าเฉลี่ยของระดับ แรงจูงใจสูงที่สุด และให้ความสำคัญของแรงจูงใจเพื่อท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจ โดยจำแนกตามประชากรในด้านเพศ รายได้และสถานภาพของ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพำนักระยะเวลาในประเทศไทย ในด้านปัจจัยตั้ง ผลการวิจัย พบว่า ระดับความสำคัญของแรงจูงใจโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างนั้น อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาจำแนกใน ด้านเพศ พบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายมีค่าเฉลี่ยของระดับแรงจูงใจมากที่สุด โดยให้ความสำคัญของด้านจูง ใจด้านค่าครองชีพในประเทศไทยมากที่สุด โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกลิมพล แจ่มจันทร์ และอรไท โสภารัตน์ (2555) พบว่าปัจจัยด้าน ค่าครองชีพ (เมื่อเทียบกับมาตรฐานชีวิต) คนท้องถิ่น (ความเป็น มิตรและความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่) ความปลอดภัยและความมั่นคง ความสวยงามและดึงดูดของสถานที่ ท่องเที่ยวอาหารและวัฒนธรรม ภาษา การมีญาติหรือเพื่อนอาศัยอยู่ด้วย และแคมเปญส่งเสริมและ สนับสนุนการพำนักระยะเวลา จากมุมมองประสบการณ์ที่สัมผัส เป็นปัจจัยที่สำคัญ

เมื่อพิจารณาจำแนกในด้านรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่มีรายได้ ต่ำกว่า \$20,000 มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของระดับแรงจูงใจมากที่สุด โดยให้ความสำคัญของแรงจูงใจ ด้านคุณภาพของสถานที่พักผ่อนมากที่สุด และเมื่อพิจารณาในด้านสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยว

สูงอายุชาวต่างชาติที่มีสถานภาพเป็นหม้าย มีค่าเฉลี่ยของระดับแรงจูงใจสูงที่สุด และให้ความสำคัญ
ของแรงจูงใจด้านความมั่นคงของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด

5.3 ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย ด้วยภาวะการแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวโลก การก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และแนวโน้ม การแข่งขันในอนาคตที่จะยิ่งทวีความเข้มข้นมากขึ้น ทำให้ประเทศไทยต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการ ด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้การกำหนดนโยบายและการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ช่วยสนับสนุน การส่งเสริมการตลาดและการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งที่ผ่านมาการพัฒนาการท่องเที่ยวพบว่า การบริหารจัดการยังมีจุดอ่อน ข้อด้อยอยู่หลายประการ ได้แก่ ขาดการบูรณาการงบประมาณและการประสานงานทั้งหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนทำให้การพัฒนา การท่องเที่ยวขาดทิศทางที่ชัดเจน บุคลากรขาดทักษะและความรู้ด้านการจัดการและภาษา ขาดระบบการจัดการข้อมูลในการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และกฎระเบียบที่ล้าสมัยไม่ทันต่อการแข่งขันและการเปิดเสรีด้านการท่องเที่ยว การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงต้องมีการกำหนดกลยุทธ์และแนวทาง ในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเพื่อแก้ไขปัญหาในด้านต่าง ๆ ดังกล่าว โดยการบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาคม

นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนควรคำนึงถึงประโยชน์ระยะยาว ที่นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติเข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย โดยมีการร่วมรณรงค์หรือส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีจิตอาสาและทำประโยชน์ให้แก่ชุมชนที่มาอยู่อาศัยมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เป็นการรักษาทรัพยากรต่าง ๆ ทั้งทางธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และชุมชน ให้ยั่งยืนยิ่งขึ้น และควรคำนึงถึงการกระจายรายได้ต่าง ๆ ให้กับสังคมและชุมชนในท้องถิ่น โดยให้มีเงื่อนไขในการเข้ามาพำนักระยะยาว เช่น อนุญาตให้นำที่ดิน คอนโด หรืออสังหาริมทรัพย์ไว้ในครอบครอง รวมทั้งรถยนต์ รถจักรยานยนต์ ดังนั้นผู้วิจัยจึง ได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย หลังจากทีนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติเดินทางมาพำนักระยะยาวและได้มาสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวประเทศไทย จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีแรงจูงใจทางด้านปัจจัยผลักดันมากที่สุดในคือ 1) เพื่อรักษาสุขภาพ 2) เพื่อใช้เวลาพักผ่อนหลังเกษียณอย่างสงบ 3) เพื่อพบเจอวัฒนธรรมใหม่ ๆ ตามลำดับ ดังนั้นผู้วิจัยจึงอยากเสนอแนะให้เจ้าหน้าที่รัฐบาล เอกชน เจ้าของกิจการ ที่ประกอบธุรกิจทางด้านการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะ

จะเป็น บริษัททัวร์ ที่พักรวม ร้านอาหาร ซึ่งผู้ดำเนินธุรกิจเหล่านี้ควรทราบถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับแรงจูงใจผลักดันที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติต้องการมากที่สุดในการเดินทางมาพำนักระยะยาวในประเทศไทย โดยข้อเสนอแนะจากผู้วิจัยตามลำดับดังนี้

1) แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติเกี่ยวกับปัจจัยผลักดันกับความต้องการเดินทางมาเพื่อรักษาสุขภาพมากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อใช้เวลาพักผ่อนหลังเกษียณอย่างสงบ และ เพื่อเจอวัฒนธรรมใหม่ ๆ

ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชน ควรจะมีการเพิ่มกลยุทธ์พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ โดยมีการร่วมมือกันระหว่างกระทรวงการท่องเที่ยวและกระทรวงสาธารณสุขในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพให้มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่ต้องการเดินทางมาเพื่อรักษาสุขภาพ และมาพักผ่อนหลังเกษียณอายุ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีความเชื่อมั่นในเดินทางเข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย โดยการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและยกระดับผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อให้บุคลากรด้านการท่องเที่ยวมีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อไป พัฒนาผู้ประกอบการและผู้ให้บริการ ด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมาตรฐานและจรรยาบรรณ เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่ต้องการมาพำนักระยะยาวในประเทศไทย โดยเน้นไปที่เรื่องของการให้บริการทางด้านสุขภาพ ที่มีระดับมาตรฐานที่ชาวต่างชาติยอมรับ ก็จะเป็นอีกบทบาทหนึ่งที่จะสร้างรายได้เพิ่มมากขึ้นกับกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว

2) แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติเกี่ยวกับปัจจัยดึงในการเดินทางมา คือ สุขอนามัยและความสะอาด รองลงมาคือ ความหลากหลายของกิจกรรม เงื่อนไขการทำวีซ่าพำนักระยะยาว ตามลำดับ แต่ด้านที่นักท่องเที่ยวให้คะแนนน้อยสุดก็จะเป็นด้านความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว...เว้นวรรค จากผลการวิจัยโดยภาพรวม พบว่าความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสำคัญ ควรมี การส่งเสริมให้เมืองท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับเรื่องการดูแลและจัดระบบความปลอดภัยทางถนนให้แก่ นักท่องเที่ยว มีการสนับสนุนในการสร้างวัฒนธรรมการเดินทางอย่างปลอดภัย มีการให้รางวัลเมืองท่องเที่ยว ปลอดภัย การสนับสนุนให้มีศักยภาพในด้านการจัดการความปลอดภัย ควรมีการจัดการและนำนโยบายไปปรับใช้ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการจัดการความปลอดภัยในการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยว สร้างความเชื่อมั่นและ มั่นใจในการเดินทางมากยิ่งขึ้น และในเรื่องของความปลอดภัยเป็นสิ่งที่ควรสร้างให้เป็นมาตรฐานเดียวกันในทุก ภาคของประเทศไทย ควรมีการพัฒนาอย่างจริงจังในหลาย ๆ ด้าน เพื่อเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนการ ดำเนินงานด้านความปลอดภัยของประเทศไทยที่ปลอดภัยตาม

มาตรฐานสากล ร่วมกันส่งเสริมและผลักดันพัฒนา งานวิจัยทางด้านความปลอดภัยและการเดินทาง ในทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

3) ความผูกพันและการมีจิตอาสาต่อชุมชนที่อยู่อาศัยในระยะยาวของนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทย โดยจะเห็นได้จากการวิจัยในครั้งนี้ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่มาพำนักระยะยาวในประเทศไทย จะมีการทำกิจกรรมจิตอาสาที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนและสังคมในท้องถิ่นนั้น ๆ แต่ในภาพรวมแล้วประชากรกลุ่มตัวอย่าง ส่วนน้อยเท่านั้นที่มีการทำกิจกรรมจิตอาสาในประเทศไทย ดังนั้นจึงควรมีการทำงานวิจัยเกี่ยวกับความผูกพันและการมีจิตอาสาต่อชุมชนที่อยู่อาศัยในระยะยาว เพื่อให้มองเห็นถึงความตระหนักต่อ ความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่อาศัยและมองเห็นความผูกพันของนักท่องเที่ยวว่ามีมากน้อยเพียงใด ต่อชุมชนหรือสังคมท้องถิ่นนั้น ๆ ต่อไป คุณควรจะเน้นให้มีการจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวระยะ ยาวได้ทำ เพื่อเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน กับกลุ่ม นักท่องเที่ยวชาวยุโรป และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย ซึ่งเป็นสามกลุ่มที่สำคัญที่สุด เพื่อให้ทราบ ถึงความแตกต่างในด้านแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่พำนักระยะ ยาวในประเทศไทย ซึ่งปัจจุบันนี้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันมีจำนวนค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรป และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย

2) ควรมีการศึกษาแนวทางในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาในเรื่องของการพำนักระยะ ยาวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศไทย เพื่อรัฐบาลและ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องจะได้นำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาทางด้านธุรกิจและพัฒนาทางด้านการ ท่องเที่ยวต่อไป

5.3.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย

1) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งมี ข้อจำกัดทางด้านภาษา ซึ่งผู้ศึกษาได้แปลภาษาไว้เพียง 1 ภาษา คือ ภาษาอังกฤษ ซึ่งยังไม่ครอบคลุม นักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่ไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ จึงทำให้นักท่องเที่ยวบางท่าน ไม่สามารถช่วยตอบแบบสอบถามได้

2) เนื่องจากการวิจัยเป็นการวิจัยเฉพาะกลุ่ม ในส่วนของโรงแรมจะไม่อนุญาตให้เรา เข้าไปเก็บแบบสอบถาม เพราะถือว่าเป็นการรบกวนลูกค้า หรือตามร้านอาหารบางสถานที่ที่สถาน ประกอบการไม่อนุญาตให้เก็บแบบสอบถามกับลูกค้าในร้านอาหารเหล่านั้น



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. กระทรวงสาธารณสุข. (2559). *กรอบแนวคิด Long Stay for health*.
 นนทบุรี : กองสุขภาพระหว่างประเทศ.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *รายงานสถิติการท่องเที่ยว*. สืบค้น 12 มิถุนายน 2560, จาก <https://www.mots.go.th>.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *Long Stay*. สืบค้น 12 มิถุนายน 2560, จาก www2.tat.or.th/longstay/thai/index.html
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *สถานการณ์การท่องเที่ยวประเทศไทยปี 2561*. สืบค้น 25 มกราคม 2562, จาก <https://www.mots.go.th>.
- คณะวิทยาการจัดการ. (2559). *ลองสเตย์. วารสารวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- โครงการท่องเที่ยวพักระยะยาว. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2559). *ตลาดและความต้องการรองรับ*. สืบค้น 25 สิงหาคม 2561, จาก <http://ms.src.ku.ac.th/travel/LongStay/long%20Stay%20Link.html>.
- เฉลิมพล แจ่มจันทร์ และ อรไท โสภารัตน์. (2555). *การพำนักระยะยาวของคนญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ : การวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดในช่วงก่อนและหลังการพำนัก*. *วารสารญี่ปุ่นศึกษา*. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต.
- ชลามรินทร์ สมพงษ์. (2553). *มุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน*. *หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต*. สาขาวิชาการวางแผนการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ดวงใจ หล่อธนวิชัย. (2547). *การส่งเสริมการพำนักระยะยาวของญี่ปุ่น*. *วารสารศิลปศาสตร์ สำนักหอสมุด*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนวัต กองประเสริฐ สมชนก ภาสกรจรัสและพันธุ์มณี เกตุวันดี. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประเภทนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่*. *วารสารวิทยาการจัดการ*. คณะพาณิชยศาสตร์และบัญชี. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์.(2561). *ตลาดการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว*. สืบค้น 13 ธันวาคม 2561 จาก <https://www.prachachat.net>.

- เลิศพร ภาระสกุล และคณะ. (2551). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- เลิศพร ภาระสกุล และคณะ. (2560). *การเปรียบเทียบแรงจูงใจปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรป กลุ่มประเทศอเมริกาและจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วาริษฐ์ มัชฌมบุรุษ. (2554). ส่วนประสมตลาดการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยนเรศวร*.
- สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวพำนักระยะยาว. (2559). *ศักยภาพของไทยต่อการดำเนินการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว*. สืบค้น 12 กุมภาพันธ์ 2559, จาก <http://longstayatthailand.com/research>
- อริชัย อรรถอุดม. (2559). มุมมองด้านวัฒนธรรมกับกรอบการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค. *Executive Journal*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2560). *การศึกษาผลของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ภาษาต่างประเทศ

- Fukahori H, Baba Y, Hioki F, Monkong S, Intarasombat P, & Malathum P. (2010). *Healthcare services for Japanese elderly long-staying in Thailand from the perspective of the patient and healthcare providers: A survey study*. Archives of Gerontology and Geriatrics 2010.
- Krit Kummaraka and Rapee Jutaporn. (2011). *The Motivation of Long-Stay Tourism and International Retirement Migration: Swedish retirees in Thailand*. Master Thesis. MIMA-International Marketing.
- Mayumi Ono. (2008). *Long-Stay Tourism and International Retirement Migration: Japanese Retirees in Malaysia*. University of Tokyo.
- Ranee Esichaikul. (2012). Travel motivations, behavior and requirements of European senior tourists to Thailand. *Pasos, Vol.10, No.2, Page 47-52*.

- World Tourism Organization. (2016). *UNWTO World Tourism Barometer*. World Tourism Organization. Retrieved February 2016, From http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom16_05_september.pdf
- World Tourism Organization. (2015). *Tourism Towards 2030 projection World*. UNWTO.
- World Tourism Organization. *Tourism 2020 vision*. Madrid Author.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

Research Questionnaire: Motivation and Behavior of International Senior Tourist with Long Stay in Thailand

This questionnaire is designed to find out the Motivation and Behavior of International Senior Tourists with Long Stay in Thailand. The object for Masters' degree student Major in Tourism Management from Dhurakij Pundit University was to study the cause and the factors. We would like to invite you to participate in this questionnaire. Thank you for your time and co-operation in response to this questionnaire.

Questions

Please tick the answer that is most relevant to you

1. Gender Male Female
2. Age 50 – 54 Years old 55 – 59 Years old
 60 – 64 Years old More than 65 Years old
3. Status Single Married Divorced Widow
4. Country
5. Education level College or lower Bachelor Master PhD.
6. Pre-retirement Occupation Employee Professional owner
 official Maid Other.....
7. Range of your average yearly income:
 Less than \$20,000 20,000 - \$50,000
 \$50,001 - \$100,000 More than \$ 100,000
8. How many times have you ever visited Thailand ?
.....
9. The duration of stay travel to Thailand in this times?
..... Day Month Year
10. What type of accommodation for your long stays in Thailand?
 Hotel Resort Service Apartment
 Condominium Rental House Other.....
11. Which vehicle do you travel or travel during long stays in Thailand?
 Private car Public car Motorcycle Bicycle Other

12. Whom do you travel with to Thailand?

Alone Family Partner Other

13. What is your average spending per day for long stays in Thailand

Under \$10 \$11 - \$20 \$21 - \$30 \$31 - \$40 More than \$40

14. What are your hobbies during your long stays in Thailand?

Time for activities Hour / Week Month

Have cost No have

15. What are your volunteer activities during your long stays in Thailand?

Time for activities Hour / Week Month

Have cost No have

Part two of the question is about the push and pull factors when making decision to travel.

Tick the most relevant factors that affect your decision making when travelling.

(Kindly answer all the questions)

5 = most important, 4 = very important, 3 = important, 2 = moderately, 1 = least important

Push factor

16. To have a vacation after retirement

5 4 3 2 1

17. To spend quality time with friends/family

5 4 3 2 1

18. To gain fulfillment of travelling

5 4 3 2 1

19. To travel to exotic places

5 4 3 2 1

20. To meet new culture

5 4 3 2 1

21. To health care

5 4 3 2 1

22. To avoid hot / cold weather

5 4 3 2 1

23. Meet People & Make New Friends

5 4 3 2 1

24. To get an exotic experience

5 4 3 2 1

25. To access the true nature.

5 4 3 2 1

Pull factor

26. The wide choices of tourist attractions

5 4 3 2 1

27. The beauty of the various famous tourist attractions

5 4 3 2 1

28. The sea and beaches

5 4 3 2 1

29. Weather

5 4 3 2 1

30. Thai food

5 4 3 2 1

31. Cost of living

5 4 3 2 1

32. Variety of tourist activities

5 4 3 2 1

33. Friendly local

5 4 3 2 1

34. Quality of accommodation

5 4 3 2 1

35. The safety of tourist destinations

5 4 3 2 1

36. The convenience of travel around

5 4 3 2 1

37. Hygiene and cleanliness

5 4 3 2 1

38. Reputation and image of Thailand

5 4 3 2 1

39. Condition of Long Stay Visa

5 4 3 2 1

40. Medical readiness for medical treatment

5 4 3 2 1

Other Suggestions

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล

ประวัติการศึกษา

นางสาวศิรินทร์ญา ฅ ลำปาง
พ.ศ. 2556 ระดับปริญญาตรี
สาขาการบริการอาหารและเครื่องดื่ม
คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

ธุรกิจส่วนตัว
32/8 หมู่ 2 ถนนป่าคดออก
ตำบลป่าคดออก อำเภอเถลียง จังหวัดสุโขทัย 83110

