



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10  
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward"

แรงจูงใจและประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย  
ที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศในกลุ่มประเทศนอร์ดิกกับบริษัทนำเที่ยว  
Travel Motivations and Tourist Experiences of Thai Senior Tourists  
Travelling to Nordic Countries with a Tour Operator

นฤตม อ็อกซู<sup>1</sup>, ผศ.ดร.รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์<sup>2</sup>

<sup>1</sup> นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

### บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงแรงจูงใจในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศในกลุ่มประเทศนอร์ดิกกับบริษัทนำเที่ยวงานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลเป็นนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิกมาแล้ว ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง จำนวน 26 คน คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง ร่วมกับวิธีคัดเลือกแบบก้อนหิมะ จำนวนของผู้ให้ข้อมูลพิจารณาจากการซ้ำของข้อมูลและความอึดตัวข้อมูลที่ได้รับ )เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เดี่ยวเชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง การสัมภาษณ์กลุ่มและการสังเกตแบบมีส่วนร่วมอย่างเปิดเผย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์แก่นสาระ ผลการวิจัยพบว่าการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เกิดจากทั้งปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด ได้แก่ (1) ต้องการไปพักผ่อน (2) ต้องการไปตามรอยเสด็จประพาสยุโรปของรัชกาลที่ 5 (3) ต้องการเดินทางไปดูปรากฏการณ์ธรรมชาติ (4) ต้องการไปเยือนสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก และ(5) การส่งเสริมด้านการตลาด โดยปัจจัยประการแรก เป็นผลักดัน ส่วนปัจจัยที่เหลือเป็นปัจจัยดึงดูด

**คำสำคัญ:** แรงจูงใจ, ประสบการณ์, นักท่องเที่ยวสูงอายุ, กลุ่มประเทศนอร์ดิก

### Abstract

The objective of this research was to examine motivations of Thai senior tourists travelling to Nordic country with a tour operator. Data were collected from 26 Thai senior tourists, selected by purposive sampling and snowball sampling. These tourists needed to travel to the Nordic countries at least once. A combination of semi-structure interviews and participant observation was utilized to collect the data. The collected data were analyzed with thematic analysis. The research revealed that the motivations of these tourists were multidimensional consisting of five main groups of motivations, namely: (1) a desire to take rest; (2) a desire to follow the journal of King Rama V; (3) a desire to view certain natural phenomena; (4) a desire to visit world-famous tourist attractions; and (5) being



stimulated by marketing promotion. The first motivation represented a push factor whereas the remaining were pull factors.

**Keywords: Motivations, Experiences, Thai Senior Tourists, Nordic countries**

## บทนำ

นักท่องเที่ยวสูงอายุ (Senior tourists) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพด้านการเงินและมีกำลังซื้อสูง เนื่องจากเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ และการวางแผนทางการเงิน ในตลอดช่วงวัยทำงาน เพื่อเตรียมการหลังการเกษียณอายุโดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศเพื่อเป็นการให้รางวัลกับตัวเอง และมักมีความพึงพอใจในรายละเอียดของการเดินทาง การออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยว ที่เน้นการเดินทางแบบไม่เร่งรีบการได้พักผ่อน และการมีโอกาสได้สัมผัสความสงบสุข ดื่มด่ำ กับธรรมชาติอย่างแท้จริง ในกลุ่มประเทศนอร์ดิกประกอบไปด้วย ฟินแลนด์ สวีเดน นอร์เวย์ เดนมาร์ก ไอซ์แลนด์ กรีนแลนด์ หมู่เกาะแฟโร เกาะโอแลนด์ และเกาะสวาล์บาร์ดโดยประเทศในกลุ่มนี้นับเป็นอีกหนึ่งเส้นทางของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ที่ต้องการ เดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อจะไปเยี่ยมเยียนเนื่องจาก มีชื่อเสียง ด้านธรรมชาติที่สวยงามตามฤดูกาลและเป็น กลุ่มประเทศที่ถูกจัดอันดับให้เป็นประเทศที่น่าอยู่ที่สุดในโลก (World happiness report, 2018)

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2557) กล่าวว่า “ข้อมูลขององค์การสหประชาชาติ พบว่าในปี 2047 จะเป็นครั้งแรกของประวัติศาสตร์โลกที่ประชากรสูงอายุที่มีอายุมากกว่า 60ปีจะมีจำนวนมากกว่าประชากรเด็ก” องค์การสหประชาชาติได้ให้คำนิยามผู้สูงอายุว่า เป็นผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปและยังได้แบ่งสังคมผู้สูงอายุออกเป็นสามระดับคือ ระดับแรกเป็น ระดับการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging society) จากที่กล่าวไปข้างต้น จะเห็นได้นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง แต่ในปัจจุบันการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุมักยังมีจำกัด โดยเฉพาะในกรณีของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่เดินทางไปในประเทศกลุ่มนอร์ดิก ยังไม่พบว่ามีการศึกษาในประเทศนี้ ผู้วิจัยจึงศึกษาเห็นความสำคัญของการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เนื่องจาก แรงจูงใจเป็นปัจจัยสำคัญในฐานะที่เป็นจุดเริ่มต้นของพฤติกรรม โดยเน้นศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศในกลุ่มประเทศนอร์ดิกกับบริษัทนำเที่ยว

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศ นอร์ดิกกับบริษัทนำเที่ยว

## ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ปัจจุบันจำนวนประชากรโลกที่เข้าสู่ช่วงวัยผู้สูงอายุมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น องค์การสหประชาชาติ (United Nations, UN), องค์การอนามัยโลก (World Health Organization, WHO) ใช้คำภาษาอังกฤษเรียกผู้สูงอายุว่า “Older person or Elderly person” องค์การสหประชาชาติ ได้ให้นิยามว่า “ผู้สูงอายุ” คือ ประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิง ซึ่งมีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป (60+) โดยเป็นการนิยามนับตั้งแต่อายุเกิด



ส่วนองค์การอนามัยโลกยังไม่มี การให้นิยามผู้สูงอายุ โดยมีเหตุผลว่า ประเทศต่างๆ ทั่วโลกมีการนิยามผู้สูงอายุต่างกัน ทั้งนิยาม ตามอายุเกิด ตามสังคม (Social) วัฒนธรรม (Culture) และ สภาพร่างกาย (Functional markers) เช่น ในประเทศที่เจริญแล้ว มักจัดผู้สูงอายุ นับจากอายุ 65 ปีขึ้นไป หรือบางประเทศอาจนิยามผู้สูงอายุ ตามอายุกำหนดให้เกษียณงาน (อายุ 50 หรือ 60 หรือ 65 ปี) หรือนิยามตามสภาพของร่างกายโดย ผู้หญิงสูงอายุอยู่ในช่วง 45-55 ปี ส่วนชายสูงอายุ อยู่ในช่วง 55-75 ปี สำหรับประเทศไทย “ผู้สูงอายุ” ตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546 หมายถึง “บุคคล” ซึ่งมีอายุเกินกว่า หกสิบปีบริบูรณ์ขึ้นไปและมีสัญชาติไทย (ฉัตรพร โยเหลา, 2560)

ในส่วนของทฤษฎีแรงจูงใจ Petri and Govern (2004) ให้ความหมายแรงจูงใจไว้ว่า “motivation is the concept we use when we describe the forces acting on or within an organism to initiate and direct behavior” ซึ่งแปลได้ว่า แรงจูงใจเป็นสิ่งเร้าภายในที่เป็นมีผลโดยตรงต่อการแสดงออกทางพฤติกรรม ส่วน Iso-Ahola (1982, p. 258) ให้นิยามของคำว่าแรงจูงใจว่า “motives are aroused when individuals think of certain activities they could, should, or might do it in the future, activities...that are potentially satisfaction-producing” ซึ่งแปลได้ว่า แรงจูงใจเป็นสิ่งเร้าที่อยู่ตัวเราเมื่อปรารถนาถึงสิ่งจะกระทำในอนาคตและตอบสนองความพึงพอใจได้อย่างสูงสุดยังมีความเห็นของนักวิชาการท่านอื่นที่มีแนวทางทฤษฎีที่มีความคล้ายกันของ Witt and Wright (1992) นำเสนอทฤษฎีนี้ว่าโดยกล่าวว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวแสดงออกทางพฤติกรรมการท่องเที่ยวของตัวนักท่องเที่ยวเอง โดยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวนับว่าเป็นแรงจูงใจประการหนึ่ง เมื่อได้รับการสนองตอบก็จะเกิดความพึงพอใจ ทฤษฎีนี้มุ่งให้ความสำคัญกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเพียงประการเดียว โดยไม่นำปัจจัยอื่น ๆ มาพิจารณาในการเลือกตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

Dann (1977;1981) กล่าวว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ ปัจจัยผลัก ซึ่งหมายถึง ปัจจัยภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวที่เร้าทำให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และปัจจัยดึง ซึ่งหมายถึง ปัจจัยภายนอกที่ดึงดูดเร้าใจของจุดหมายเส้นทางท่องเที่ยว โดยที่ปัจจัยผลักเกิดก่อน แล้วปัจจัยดึงจึงตามมา เช่นนักท่องเที่ยวอยากจะไปสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ที่ไม่เคยไป ซึ่งความอยากนี้เป็นปัจจัยผลัก แล้วจึงค่อยพิจารณาหาว่าสถานที่ไหนยังไม่เคยไปแล้วอยากไป โดยพิจารณาความน่าดึงดูดเร้าใจของสถานที่นั้นๆ

ใช้แนวคิดนี้ในการศึกษาวิจัย เนื่องจากเห็นว่า แนวคิดนี้ให้ความสำคัญทั้งปัจจัยภายในที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยว และความดึงดูดหรือเอกลักษณ์ของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก

พงศ์สิริ วิจิตรวีร์ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศในกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย” พบว่าปัจจัยทางด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวียมีดังนี้ (1) ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว (2) ความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (3) สิ่งแวดล้อมที่สวยงามของแหล่งท่องเที่ยว และ(4) ความสำคัญทางประวัติศาสตร์

สุรีย์ บุญญานุกพงศ์ และ กรวรรณ สังขกร (2555) ทำการศึกษาเรื่องการจัดการ แหล่งท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุในภาคเหนือตอนบน” งานวิจัยนี้พบว่าการท่องเที่ยวแบบ Slow

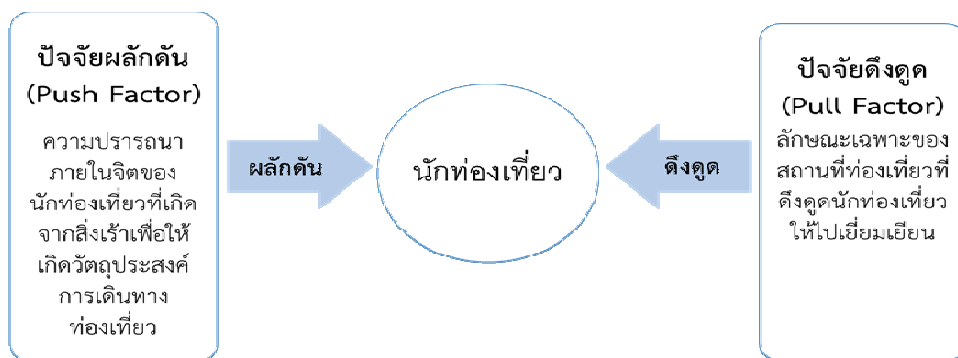


การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10  
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward"

Tourism สำหรับผู้สูงอายุไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหรือเงื่อนไขด้านความมีชื่อเสียงโด่งดังของแหล่งท่องเที่ยว แต่ขึ้นอยู่กับความสะดวกในการเดินทางเข้าถึง หรือความพร้อมของสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

### กรอบแนวคิดของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยทำการศึกษาคือ แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่โดยการวิจัยนี้ใช้แนวคิดของ Dann (1977;1981) เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในอธิบายแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศในกลุ่มประเทศนอร์ดิกกับบริษัทนำเที่ยว โดยมีเนื้อหาหลักสำคัญคือ แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย ปัจจัย 2 ประการ คือ ปัจจัยผลักดัน (Push factor) และปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) (ดูแผนภูมิที่ 1 ประกอบ) ปัจจัยผลักดัน (Push Factor) ความต้องการ หมายถึง และเป็นตัวกำหนดรูปแบบของ ภายในจิตใจที่มีแรงผลักดันกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว การท่องเที่ยวอีกด้วย ปัจจัยดึงดูด Pull factor หมายถึงลักษณะเฉพาะของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีแรงดึงดูดกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปเยือนสถานที่นั้นเพื่อตอบสนองความต้องการภายในจิตใจ



แผนภูมิที่ 1: ทฤษฎีแรงจูงใจ ของ (และปัจจัยดึงดูด ปัจจัยผลักดัน)Dann (1977;1981)  
 ที่มา: ดัดแปลงจาก Dann (1977;1981)

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยขั้นนี้ได้ใช้กระบวนทัศน์เชิงตีความ (Interpretive paradigm) และระเบียบวิธีการ วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์หลักและได้มา ข้อมูลเชิงลึก โดยได้เลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (Key performance) คือผู้มีคุณสมบัติ เป็นนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย ที่มีประสบการณ์ตรงและเคยเดินทางไปกลุ่มประเทศนอร์ดิกมาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง จำนวน 26 คน ซึ่งจะถูกคัดเลือกโดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ร่วมกับวิธีการคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ ข้อมูลแบบก้อนหิมะ (Snowball sampling) การพิจารณาจำนวนของผู้ให้ข้อมูลจะพิจารณาจากการอิ่มตัว ของข้อมูลที่ได้รับ (Data Saturation and redundancy) การวิจัยนี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลประกอบด้วย การสัมภาษณ์เดี่ยวแบบกึ่งโครงสร้าง การสัมภาษณ์กลุ่มและการสังเกตแบบที่มีส่วนร่วมในฐานะผู้สังเกต อย่างเปิดเผยโดยดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่าง เดือนธันวาคม 2561-เดือนมกราคม 2562 ด้วยการ ใช้เครื่องมือวิจัยร่วมกันทั้งสามประการ นี้ จะช่วยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่มุ่งหมาย คือ การได้มาซึ่งความรู้ หรือ ความจริงที่เป็นข้อมูล



เชิงลึก มีรายละเอียดรอบด้าน และการตรวจสอบ ความถูกต้องความสอดคล้องกัน สำหรับความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยที่ได้รับโดยการตรวจสอบ แบบสามเส้า (Triangulation) อีกด้วย การวิจัยนี้ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การสัมภาษณ์ส่วนบุคคล แบบกึ่งโครงสร้าง เป็นเครื่องมือหลักที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

3.2 การสัมภาษณ์กลุ่ม

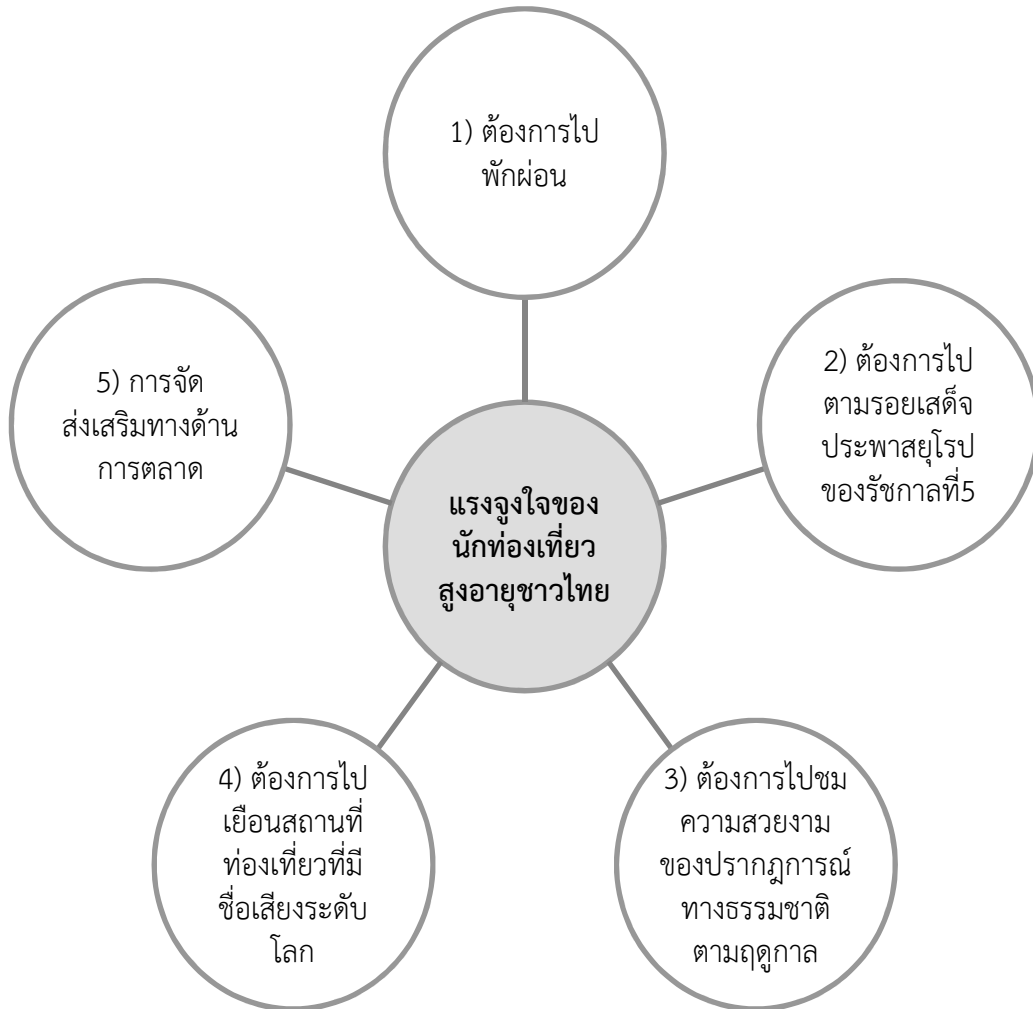
3.3 การสังเกตแบบที่มีส่วนร่วม ในฐานะผู้สังเกตอย่างเปิดเผย การวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลในแบบที่เรียกว่า การวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic analysis) ซึ่ง Braun and Clarke (2006) ได้สรุปขั้นตอนในการทำการวิเคราะห์ข้อมูล มีองค์ประกอบหลัก 6 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ทบทวนทำความเข้าใจกับข้อมูล 2) กำหนดรหัสจัดระเบียบ เป็นชุดข้อมูล 3) รวมรหัสชุดข้อมูลจัดตั้งประเด็นหลัก 4) รวมประเด็นหลักจัดทำแผนผัง 5) กำหนดและตั้งชื่อประเด็นหลักให้ชัดเจน 6) การเขียนรายการวิจัย

## ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยมีแรงจูงใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิก ที่สำคัญอยู่ 5 ประการได้แก่ ดูแผนภูมิที่ 2 ประกอบ (1) ต้องการไปพักผ่อน (2) ต้องการไปตามรอยเสด็จประพาสยุโรปของรัชกาลที่ 5 (3) ต้องการไปชมความสวยงามของปรากฏการณ์ทางธรรมชาติตามฤดูกาล (4) ต้องการไปเยือนสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก และ (5) การจัดส่งเสริมทางการตลาด

สำหรับการวิเคราะห์ผลการวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ตามที่ได้กล่าวไว้ในข้างต้น โดย ชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิกการวิจัยนี้ใช้แนวคิดของ Dann (1977;1981) เพื่อก่อนที่จะทำการนำเสนอผล ดังนั้นจึงขอนำทฤษฎีดังกล่าวมาทบทวนอีกครั้ง เป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ทฤษฎีของ การวิเคราะห์ในเรื่องแรงจูงใจนี้ Dann (1977;1981) แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ได้อธิบายว่า ปัจจัย ประกอบด้วย 2 ประการ คือ ปัจจัยผลักดัน (Push factor) และปัจจัยดึงดูด (Pull factor) ปัจจัยความต้องการภายในจิตใจที่มีแรงผลักดัน ผลักดันคือ กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และยังเป็นตัวกำหนดรูปแบบของการท่องเที่ยวอีกด้วย สำหรับปัจจัยดึงดูดคือลักษณะเฉพาะของสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทาง ไปเยือนสถานที่นั้นเพื่อตอบสนองความต้องการภายในจิตใจ โดยปกติแล้วปัจจัยผลักดัน จะเป็นปัจจัยแรกเริ่มที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว สำหรับปัจจัยดึงดูดนั้น จะเป็นผลที่เกิดตามมาจากการเกิดปัจจัยผลักดันภายในจิตใจของนักท่องเที่ยว เพื่อตระหนักถึง ภาวะที่มีความจำเป็นหรือความต้องการในการเดินทางเที่ยว จึงตัดสินใจเลือกสถานที่ไป

จากข้อมูลที่ได้ทำการวิเคราะห์พบว่า การจัดส่งเสริมทางการตลาด เป็นปัจจัยดึงดูดที่เกิดขึ้นจากภายนอก โดยไม่ได้มีลักษณะความโดดเด่นของสถานที่ตามที่ Dann (1977;1981) ได้กล่าวไว้ แต่มีส่วนที่ทำให้เกิด แรงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสูงอายุตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิก โดยที่ไม่ได้เกิดจากปัจจัยผลักดันภายในใจที่มาจากตัวนักท่องเที่ยวเอง

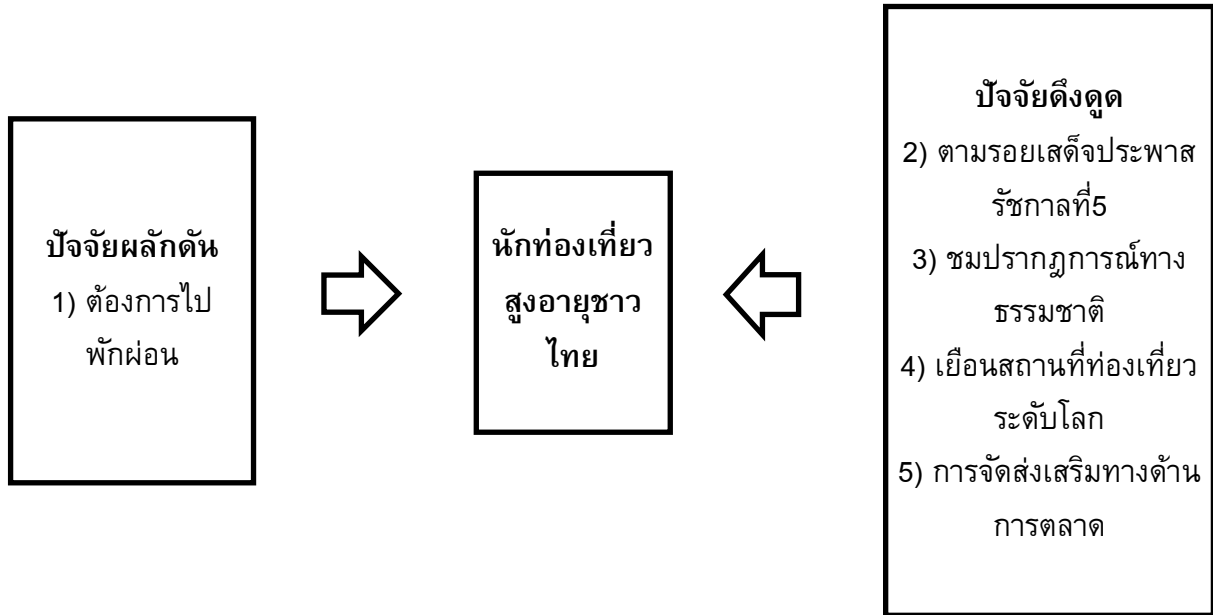


**แผนภูมิที่ 2** : แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิก

จากการวิเคราะห์ข้อมูล แรงจูงใจทั้ง 5 ประการข้างต้นของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิก โดยใช้การแบ่งประเภทของปัจจัยตามทฤษฎีของ Dann (1977;1981) จะได้แก่ 1 แรงจูงใจประการที่ พบว่า(1) ต้องการไปพักผ่อน เป็นแรงจูงใจที่เป็นปัจจัยผลักดัน เนื่องจากแรงจูงใจเหล่านี้เป็นความต้องการภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวที่มีแรงผลักดันกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิก ส่วนแรงจูงใจประการที่ 2-5 คือ (2) ต้องการไปตามรอยเสด็จประพาสยุโรปของรัชกาลที่5 (3) ต้องการไปชมความสวยงามของปรากฏการณ์ทางธรรมชาติตามฤดูกาล (4) ต้องการไปเยือนสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก และ (5) การจัดส่งเสริมทางการตลาด เป็นแรงจูงใจที่เป็นปัจจัยดึงดูด เนื่องจากลักษณะเฉพาะของสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปเยือนสถานที่นั้น เนื่องจากเป็นแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับลักษณะเด่นของจุดหมายปลายทาง การวิจัยนี้พบว่า แรงจูงใจที่เป็นปัจจัยดึงดูดนั้นได้รับอิทธิพลที่เกิดตามมาจากการเกิดปัจจัยผลักดัน ตามแผนภูมิที่ 3 แสดงการแบ่งประเภทของแรงจูงใจทั้ง 5 ประการดังกล่าว ตามทฤษฎีของ Dann (1977;1981) ยคือปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด (ดูแผนภูมิที่ 3 ประกอบ)



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10  
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward"



**แผนภูมิที่ 3:** แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศในกลุ่มประเทศนอร์ดิกกับบริษัทนำเที่ยวแบ่งตามปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด

ในรายละเอียดของแรงจูงใจแต่ละประการมีดังนี้

1) **ต้องการไปพักผ่อน** เป็นแรงจูงใจเพียงประการเดียวที่พบการวิจัยนี้ มีความสำคัญที่สุดที่กระตุ้นนักท่องเที่ยวทำให้เกิดแรงผลักดันในการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยว ด้วยเหตุผลหลักคือเพื่อต้องการไปพักผ่อน ในกลุ่มประเทศนอร์ดิก ด้วยความโดดเด่นทางด้านธรรมชาติที่มีมีความสงบ อากาศที่สะอาดบริสุทธิ์ เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศจากสิ่งทีพบเจอในชีวิตประจำวัน ดังที่ A8 กล่าวว่

...แล้วเราก็เหมือนเปลี่ยนบรรยากาศเราเปลี่ยนอะไรหลายๆอย่าง...เหมือนเราไปเติมพลังให้ตัวเองเหมือนเราไปชาร์จแบตเตอรี่ที่เราก็ไม่ได้ทำอะไรนะ...แต่เหมือนเราไปชาร์จแบตเตอรี่ไปชิมซบสิ่งอะไรที่มันไม่ได้มีอยู่ในชีวิตประจำวันเรา...

2) **ต้องการไปตามรอยเสด็จประพาสยุโรปของรัชกาลที่5** แรงจูงใจประการนี้ถูกกล่าวโดยนักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนหนึ่งที่ต้องการเดินทางไปตามรอยเสด็จประพาสยุโรปของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 เมื่อคราวที่เสด็จประพาสยุโรปครั้งที่ 2 ในปีค.ศ.1907 และได้มีการรวบรวมเป็นหนังสือพระราชนิพนธ์ไกลบ้านที่ได้บรรยายสภาพบ้านเมืองและการเดินทางตลอดระยะเวลาที่พระองค์ท่านได้เสด็จไปเยือนที่ต่างๆในกลุ่มประเทศนอร์ดิก ดังที่ A11 ได้กล่าวว่า

...ได้ไปกราบพระบรมรูปพระองค์ท่าน...ได้เห็นตรงนั้นก็น้ำตาไหลได้ไปกราบพระบรมรูปพระองค์ท่าน กับลูกสาวสองคนเนี่ย มองท่านแล้วก็เห็นน้ำตาไหล...มันรู้สึกตื้นตันก็ก่อนที่



ท่านจะมา ท่านคงจะลำบากมาก... แต่ท่านก็ยังอุตสาหะมาถึงตรงนี้แล้วก็มาให้คนได้รู้ว่า  
ประเทศไทยเป็นยังไง...

3) **ต้องการไปชมความสวยงามของปรากฏการณ์ทางธรรมชาติตามฤดูกาล** แรงจูงใจประการนี้เป็นอีกหนึ่งปัจจัยดึงดูดที่สำคัญ ที่นักท่องเที่ยวสูงอายุมากกว่ากึ่งหนึ่งได้กล่าวถึง เนื่องจากกลุ่มประเทศนอร์ดิกมีความโดดเด่นในเรื่องปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ ในช่วงฤดูร้อนต้องการเดินทางไปดูพระอาทิตย์เที่ยงคืน และในฤดูหนาวต้องการเดินทางไปดูแสงเหนือในกลุ่มประเทศนอร์ดิก ดังที่ A2 ได้เดินทางไปในช่วงฤดูร้อนกล่าวว่า... ที่ประทับใจมากที่สุดก็คือตอนพระอาทิตย์เที่ยงคืน เรายังไม่รู้เลยว่ามันเป็นเที่ยงคืน...มันสว่างตลอดบริเวณโดยรอบธรรมชาติ... ลืมว่าเวลานี้คือเวลาเที่ยงคืนแล้วก็มีควมตื่นเต้น...อันนี้เป็นสิ่งที่ทำให้เราประทับใจ และ A8 ได้กล่าวไว้ในการเดินทางไปท่องเที่ยวฤดูหนาวว่า "...แสงเหนือเคยเห็นครั้งหนึ่งที่ฟินแลนด์...มันก็โอเคซิคะมันเป็นมันของตื่นตาตื่นใจเกิดมาไม่เคยพบเคยเห็นมันเป็นแสงสีเขียวๆ..."

4) **ต้องการไปเยือนสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก** แรงจูงใจประการนี้ของนักท่องเที่ยวสูงอายุโดยส่วนใหญ่ต้องการเดินทางไปสถานที่ที่มีชื่อเสียงระดับโลกของกลุ่มประเทศนอร์ดิกทั้งในการท่องเที่ยวในฤดูร้อน A11 กล่าวว่า "จุดประสงค์ของพี่คือก็คือว่า อยากไปนอร์เวย์ ไปตามรอยรัชกาลที่ 5 ไปดูพระอาทิตย์เที่ยงคืนที่นั่น แล้วก็ไปเมืองวอสส์ท่านเคยไปอยู่..." สำหรับการท่องเที่ยวในฤดูหนาวดังที่ A6 กล่าวว่า "เพราะว่ามันเป็นแลนด์มาร์คของเขา เรียกว่าเป็นจุดที่จะต้องไปซักครั้งหนึ่งที่ว่า...หมู่บ้านซานตาคลอสที่เป็นเสน่ห์ของเขาวาคันทีไปจะต้องส่งโปสการ์ด" และ A7 "อันนี้ไปประมาณ -5 ถึง -6 องศา...แล้วก็ไปครั้งแรกที่ไปนั่งเรือตัด Ice Breaker ที่เขาตัดน้ำแข็งให้เราลงไปว่าย..."

5) **การจัดส่งเสริมทางการตลาด** จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุบางส่วนได้ตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวกลุ่มประเทศนอร์ดิก โดยไม่ได้เกิดจากปัจจัยผลักดันของตนเองแต่เป็นปัจจัยดึงดูดที่ถูกกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ดังคำกล่าวของ A4 ที่ว่า "เออ! จริงๆแล้วตั้งแต่แรกยังไม่เคยคิดว่าจะไปเที่ยว...พอเห็นราคาคือแรงจูงใจอันดับแรก อันที่สองคือเที่ยวหลายประเทศสำหรับคนที่ยังไม่เคยไป เห็นข้อมูลมีหลายประเทศมีความตื่นเต้นว่าต้องเลือกไปหลายประเทศ"

## อภิปรายผล

ผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ สามารถตอบคำถามการวิจัยและเข้าใจในเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิกกับบริษัทนำเที่ยวได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังพบว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีปัจจัยทั้ง 2 ประการได้แก่ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด ตามทฤษฎีของ Dann (1977;1981) เป็นการยืนยันและสนับสนุนการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว ที่เกิดจากปัจจัยภายในคือปัจจัยผลักดันที่เกิดจากความต้องภายในของตัวนักท่องเที่ยวเองและปัจจัยภายนอกคือปัจจัยดึงดูดที่เกิดจากความโดดเด่น ความน่าสนใจของแหล่งสถานที่ท่องเที่ยว โดยปกติแล้วในส่วนของปัจจัยผลักดันจะเกิดขึ้นก่อน เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการทางท่องเที่ยวและตามด้วยปัจจัยดึงดูดที่ส่งผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและ/หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการเดินทางท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยผลักดัน จึงเกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในที่สุด



สำหรับงานวิจัย มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ คือ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้รับอิทธิพลจากแรงจูงใจที่เป็นปัจจัย ผลักเพียงประการเดียวคือ ต้องการไปพักผ่อน และแรงจูงใจที่เป็นปัจจัยดังส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับจุดเด่นของ สถานที่ท่องเที่ยวซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มประเทศนอร์ดิกจากข้อค้นพบนี้ ทำให้สามารถวิเคราะห์ได้ว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนเป็นหลัก ซึ่งจะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวในวัยอื่นๆ ที่มีแรงจูงใจอื่นๆ ที่เป็นปัจจัยผลักดันให้เดินทางท่องเที่ยว เช่น ต้องการประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ต้องการ เรียนรู้ ต้องการหาเพื่อนใหม่ เป็นต้น การที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต้องการพักผ่อนอาจเป็นเพราะเป็นวัยที่ผ่าน การทำงานมาอย่างหนัก จึงต้องการใช้การท่องเที่ยวเป็นวิธีการพักผ่อน สำหรับด้านปัจจัยดังที่ส่วนใหญ่เป็น จุดเด่นของจุดหมายปลายทางนั้น จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ในความคิดของนักท่องเที่ยว ประเทศในกลุ่ม นอร์ดิกมีลักษณะทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว จึงลักษณะดังกล่าวมีอิทธิพลที่ทำให้ พวกเขาตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ดังกล่าว

ผลที่ได้จากงานวิจัยชิ้นนี้มีความสอดคล้องกับ พงศ์ศิริ วิจิรวีร์ (2558) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัย ในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศในกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย” พบว่าปัจจัยทางด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อ การเลือกเดินทางท่องเที่ยวยังกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวียมีดังนี้ (1) ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว (2) ความ มีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (3) สิ่งแวดล้อมที่สวยงามของแหล่งท่องเที่ยว และ(4) ความสำคัญทาง ประวัติศาสตร์ ซึ่งมีความเห็นต่างกับ กสุริย์ บุญญานุพงศ์ และ กรวรรณ สังขกร (2555) ที่ได้ทำการศึกษา เรื่อง “การจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุในภาคเหนือตอนบน” งานวิจัยนี้พบว่าการท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism สำหรับผู้สูงอายุไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหรือเงื่อนไขด้าน ความมีชื่อเสียงโด่งดังของแหล่งท่องเที่ยว แต่ขึ้นอยู่กับความสะดวกในการเดินทางเข้าถึง หรือความพร้อมของ สิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

### สรุปผลการวิจัย

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนอร์ดิกกับบริษัทนำ เที่ยวนั้นมีปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด โดยปัจจัยผลักดันที่พบคือความต้องการเดินทางไปพักผ่อนซึ่งเน้นการ ตอบสนองความต้องการภายในจิตใจของตัวนักท่องเที่ยวเอง และปัจจัยดึงดูดภายนอกคือ การเดินทางตามรอย เสด็จประพาส ร.5 ความต้องการไปดูความสวยของปรากฏธรรมชาติ ความต้องการไปเยือนสถานที่ท่องเที่ยว ระดับโลกที่มีชื่อเสียง และการส่งเสริมทางด้านการตลาด ซึ่งผลการวิจัยนี้ได้สนับสนุนทฤษฎีของ Dann (1977;1981) ที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจากปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด

### ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยนี้ได้เพิ่มองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เดินทางไปท่องเที่ยว ต่างประเทศ ซึ่งการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องของผู้สูงอายุจะมีอยู่อย่างมากมาย แต่ยังไม่มียานวิจัยที่เกี่ยวกับเรื่อง แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุ เพราะฉะนั้นการวิจัยนี้จะช่วยเติมเต็มความสมบูรณ์ของวรรณกรรมด้าน แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศในกลุ่มประเทศนอร์ดิกกับบริษัทนำ เที่ยว ผลการวิจัยนี้ยังเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานองค์กรที่ดำเนินการด้านการจัดนำเที่ยว เพื่อตอบสนอง แรงจูงใจในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุได้อย่างชัดเจนที่สุด



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10  
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward"

## บรรณานุกรม

- เกียรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2557). เข้าถึงได้จาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/611956>
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2559-2560). เข้าถึงได้จาก <http://www.dop.go.th/th/know/1/51>
- ฉัฐพร โยเหลลา. (2560). สังคผู้สูงอายุและโอกาสทางธุรกิจในประเทศไทย. *อุตสาหกรรมสาร*, เข้าถึงได้จาก <http://e-journal.dip.go.th/LinkClick.aspx?fileticket=lzOhZ270bfU%3D&tabid=70>
- ชาย โปธิสิตา. (2552). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นท์ติ้ง.
- บัณฑิตา ศิริพันธ์. (2560). เจาะตลาดธุรกิจนำเที่ยวผู้สูงวัย Slow Tourism. *อุตสาหกรรมสาร*, 35-37. เข้าถึงได้จาก <http://e-journal.dip.go.th/LinkClick.aspx?fileticket=lzOhZ270bfU%3D&tabid=70>
- พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พุทธศักราช 2546. (2546, 31 ธันวาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*, หน้า 1.
- พงศ์สิริ วิจิรวีร์ . (2558). ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศในกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย. กรุงเทพฯ: ธุรกิจบัณฑิต
- รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ . (2551). *จิตวิทยาบริการ*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ . (2558). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- รัตน์ะ บัวสนธ์. (2560). *ปรัชญาการวิจัย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรีย์ บุญญานพงศ์ และ กวรรณ สังขกร. (2555). การจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน . *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการการจัดการ มข.*, 85-97.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic Research in Psychology. *Qualitative Research in psychology*, 3:2, 77-101.
- Dann, G . (1977). Anomie, ego-nhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4),184-194.
- Dann, G. (1981). Tourist motivation an appraisal. *Annals of ourism Research*, 8(2), 187-219.
- Iso-Ahola, S.E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation. *Annals of Tourism Research*, 9 (2), 256-262.
- Marshall, M.N. (1996). *Sampling for qualitative research*. *Family Practice*, 13(6) . Retrieved from <http://fampra.oxfordjournals.org/content/13/6/522.short>.
- Petri, H.L. & Govern J.M. (2004). *Motivation Theory, Research, and Applications*. U.S.A.: Thomson Learning Academic Resource Center.
- Willig, C. (2008). *Introducing qualitative research in psychology : Adventures in theory and method*. Retrieved from <http://www.dawsonera.com/depp/reader/protected/external/AbstractView/S9780335236343>
- Witt, A.C. & Wright, L.P. (1992). *Tourist motivation : Life after Maslow*. *Inhomas (Eds.), Choice and demand in tourism (pp. 33-35)*. London, England: Mansell.
- World happiness report. (2018). Retrieved from <http://worldhappiness.report/ed/2018/>