บทที่ 5
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) และแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) ในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 236 คน (59%), กลุ่มอายุ 31 – 45 ปี มีจำนวน 160 คน (40%), ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 262 คน (65.5%), กลุ่มอาชีพส่วนใหญ่คือพนักงานบริษัท มีจำนวน 162 คน (40.5%), รายได้ต่อเดือน 1,001 – 2,500 เหรียญสหรัฐ และ 2,501 – 3,500 เหรียญสหรัฐ มีจำนวนเท่ากัน 136 คน (34%)

เมื่อผู้วิจัยได้ทำการสอบถามถึงการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปโดยเฉลี่ยภายใน 1 ปี ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ท่องเที่ยว 2-3 ครั้งมากที่สุด จำนวน 190 คน (47.5%) ในส่วนของการวางแผนที่จะท่องเที่ยวในกรุงเทพนั้น พบว่า วางแผนท่องเที่ยวเอง จำนวน 272 คน (68%) ด้านประสบการณ์ในการมากรุงเทพ นักท่องเที่ยวเคยมา 2-3 ครั้ง จำนวน 172 คน (43%) ทางด้านกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างอยากจะทำมากที่สุดคือ ชมวิวทิวทัศน์ มีจำนวน 183 คน (47.8%) และเมื่อถามคำถามว่า ภายใน 5 ปีนี้ กลุ่มตัวอย่างคิดว่าจะกลับมาท่องเที่ยวกรุงเทพอีกหรือไม่นั้นนักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ตอบว่าจะมาอีก มีจำนวน 192 คน (48%) โดยเหตุผลสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าจะมาท่องเที่ยวอีกคือ ความเป็นมิตรของคนไทย มีจำนวน 51 คน (26.6%)

2. ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจ และวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) พบว่า

2.1 ระดับความสำคัญของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว : ปัจจัยผลักดัน

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว : ปัจจัยผลักดันโดยมีค่าเฉลี่ยรวม = 3.90 (ระดับมาก) เมื่อพิจารณาแต่ละด้านในองค์ประกอบ (1-14) พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้

ความสำคัญกับปัจจัย เพื่อไปสัมผัสวัฒนธรรมที่แตกต่างมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย = 4.30 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ เพื่อไปในที่ที่ฉันไม่เคยไป ค่าเฉลี่ย = 4.26 (ระดับมากที่สุด) และอันดับสุดท้ายคือ เพื่อดูแล และรักษาสุขภาพ ค่าเฉลี่ย = 3.16 (ระดับปานกลาง)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้เห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้น จึงนำมาจัดกลุ่มใหม่ จำแนกตามประเภทของตัวแปร และผลการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว : ปัจจัยผลักดันสามารถแบ่งกลุ่มปัจจัยได้ 3 กลุ่มคือ ปัจจัยร่วมที่ 1 การหาประสบการณ์สิ่งแปลกใหม่ ปัจจัยร่วมที่ 2 การพักผ่อนจากการทำงาน และปัจจัยร่วมที่ 3 การได้ใช้เวลากับเพื่อน/ญาติ

2.2 ระดับความสำคัญของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว : ปัจจัยดึงดูด

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว : ปัจจัยดึงดูดโดยมีค่าเฉลี่ยรวม = 3.74 (ระดับมาก) เมื่อพิจารณาแต่ละด้านในองค์ประกอบ (1-14) พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัย อาหารไทย มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย = 4.35 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ วัฒนธรรมไทย ค่าเฉลี่ย = 4.26 (ระดับมากที่สุด) และอันดับสุดท้ายคือ ความสะอาด ค่าเฉลี่ย = 2.56 (ระดับน้อย)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้เห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้น จึงนำมาจัดกลุ่มใหม่ จำแนกตามประเภทของตัวแปร และผลการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว : ปัจจัยดึงดูดสามารถแบ่งกลุ่มปัจจัยได้ 3 กลุ่มคือ ปัจจัยร่วมที่ 1 ความคุ้มค่าในการท่องเที่ยว ปัจจัยร่วมที่ 2 ความสวยงามทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของประเทศไทย และปัจจัยร่วมที่ 3 ความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว

3. การแบ่งกลุ่มตัวอย่างโดยวิธี Cluster Analysis

กลุ่มที่ 1

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบไปด้วย เพศหญิง อายุ 31-45 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้ 1,001 – 3,500 เหรียญสหรัฐ โดยปัจจัยผลักดันที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปกลุ่มนี้มาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย ในด้านปัจจัยผลักดันการค้นหาประสบการณ์สิ่งแปลกใหม่ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในข้อเพื่อไปสัมผัสวัฒนธรรมที่แตกต่างมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.89 รองลงมาคือ อยากรู้สึกตื่นเต้นกับการเห็นสิ่งแปลกใหม่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.80

ในด้านปัจจัยผลักดันการพักผ่อนจากการทำงาน กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในเรื่องเพื่อพักผ่อนและผ่อนคลายมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.72 รองมาคือ เพื่อหลบหลีกความซ้ำซากจำเจในชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.49

ในด้านปัจจัยการได้ใช้เวลากับเพื่อน/ญาติกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญในเรื่องอยากพบเจอคนท้องถิ่นมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.30 รองลงมาคือ อยากพบเจอผู้คนที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.25

กลุ่มที่ 2

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบไปด้วย เพศหญิง อายุ 20-45 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้ 1,001 – 3,500 เหรียญสหรัฐ โดยปัจจัยผลักดันที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปกลุ่มนี้มาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย ในด้านปัจจัยผลักดันการค้นหาประสบการณ์สิ่งแปลกใหม่ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญในข้อเพื่อไปในที่ที่ฉันไม่เคยไปมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.60 รองลงมาคือ เพื่อไปสัมผัสวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.58

ในด้านปัจจัยผลักดันการพักผ่อนจากการทำงาน กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญในเรื่องเพื่อหลบหนีความซ้ำซากจำเจในชีวิตประจำวันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.54 รองมาคือ เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.52

ในด้านปัจจัยการได้ใช้เวลากับเพื่อน/ญาติ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในเรื่องอยากพบเจอคนท้องถิ่นมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.10 รองลงมาคือ อยากพบเจอผู้คนที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่ มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ การศึกษา และ รายได้ มีแรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) ในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

จากสมมติฐานหลักข้อที่ 1 สามารถจำแนกเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

1.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน มีแรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) ในการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน มีแรงจูงใจผลักดันแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีแรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) ในการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีแรงจูงใจผลักดันแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีแรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) ในการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีแรงจูงใจผลักดัน แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีแรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) ในการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีแรงจูงใจผลักดัน แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่ มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ การศึกษา และ รายได้ มีแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) ในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

จากสมมติฐานหลักข้อที่ 2 สามารถจำแนกเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

2.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน มีแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) ในการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน มีแรงจูงใจดึงดูด แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) ในการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีแรงจูงใจดึงดูด ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) ในการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีแรงจูงใจดึงดูด แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) ในการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีแรงจูงใจดึงดูด แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.2 อภิปรายผล

การศึกษาในครั้งนี้มุ่งศึกษาแรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) และแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) ในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป สามารถสรุปประเด็นที่สำคัญมาอภิปราย ได้ดังนี้

จากการศึกษาปัจจัยแรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) จำนวน 14 ด้าน พบว่าภาพรวมของทั้ง 14 ปัจจัย มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งจากทั้ง 14 ปัจจัยนั้น 3 ปัจจัยแรกที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปให้ความสำคัญมากที่สุดคือ เพื่อไปสัมผัสวัฒนธรรมที่แตกต่าง รองลงมาคือเพื่อไปในที่ที่ฉันไม่เคยไป และอยากรู้สึกตื่นเต้นกับการเห็นสิ่งใหม่ ซึ่งหมายถึงนักท่องเที่ยวชาวยุโรปให้ความคาดหวังว่าจะได้สัมผัสกับประสบการณ์สิ่งใหม่ๆที่แตกต่างไปจากประเทศของตนเอง จากการที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้อาจเกิดจากทัศนคติเกี่ยวกับความปรารถนา หรือความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการหาประสบการณ์สิ่งใหม่ๆให้กับตนเองเสมอ (Parasuraman,Zeithaml & Berry. 1998 : 16) จึงมีผลให้ระดับความสำคัญทั้ง 3 ปัจจัยของนักท่องเที่ยวมีระดับที่สูง ดังนั้นการที่ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครด้วยความต้องการสัมผัสประสบการณ์กับสิ่งใหม่ๆ ซึ่งสอดคล้องกับความเป็นจริงของการท่องเที่ยวของมนุษย์ที่ต้องการพบเห็นสิ่งใหม่ๆในที่ที่ไม่เคยไป และสอดคล้องกับ ศรัญยา วรากุลวิทย์ (2546) การท่องเที่ยวทั่วไปตามสถานที่ต่างๆภายในประเทศ การท่องเที่ยวลักษณะนี้จะต้องมีสิ่งจูงใจหลายประการ เช่น ความสวยงามของภูมิประเทศ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความปลอดภัย ตลอดจนการโฆษณาหรือมีสิ่งดึงดูดใจของสถานที่นั้นๆ เช่น โบราณสถาน โบราณศิลปวัฒนธรรม หรือธรรมชาติอันงดงามในแต่ละท้องถิ่น

จากการศึกษาปัจจัยแรงจูงใจผลักดัน (Pull Factor) จำนวน 12 ด้าน พบว่าภาพรวมของทั้ง 12 ปัจจัย มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งจากทั้ง 12 ปัจจัยนั้น 3 ปัจจัยแรกที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปให้ความสำคัญมากที่สุดคือ อาหารไทย รองลงมาคือ วัฒนธรรมไทย และความเป็นมิตรของคนไทย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า อาหารไทยเป็นอาหารที่มีชื่อเสียงลำดับต้นๆของโลก อีกทั้งเว็บไซต์ cnngo.com ยังให้อาหารไทย 7 จาน เป็น 1 ใน 50 จานอาหารที่มีรสชาติดีที่สุดในโลกอีกด้วย ทำให้ชาวยุโรปมีความต้องการที่จะมาสัมผัสกับอาหารไทยมากขึ้น รวมถึงวัฒนธรรมไทยมีความเป็นเอกลักษณ์ที่ยากจะหาประเทศใดๆเหมือน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปเยือนประเทศต่างๆ ที่มีความน่าสนใจด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เช่น Uysal (1998) ที่กล่าวไว้ว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปชอบที่จะเดินทางไปประเทศต่างๆ เพราะมีสิ่งดึงดูดใจทางด้านวัฒนธรรมที่น่าสนใจ ซึ่งสิ่งดึงดูดในประเภทนี้

มักถูกจัดให้เป็นอันดับต้นๆ ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวในทวีปเอเชียด้วยเช่นกัน และ Hudman (1980) กล่าวไว้ว่า ความอยากรู้ อยากเห็น ในสิ่งนี้อาจจะถือเป็นแรงผลักดันภายในที่เห็นได้ชัดเจนที่สุด เพราะมนุษย์มีสัญชาติญาณความอยากรู้อยากเห็นเรื่องต่างๆที่ตนเองยังไม่รู้ การเดินทางท่องเที่ยวก็เป็นการสำรวจโลก และเพิ่มประสบการณ์การเรียนรู้ให้กับตนเอง

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการศึกษาแรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) และแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งทำให้พบว่า แรงจูงทั้ง 2 ปัจจัยนั้นมีส่วนสำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปตัดสินใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังนั้นในส่วนของข้อเสนอแนะ จะขอเสนอแนะแยกออกเป็นในแต่ละแรงจูงใจ ดังนี้

5.3.1 ด้านแรงแรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) พบว่า ปัจจัยเรื่องที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปให้ความสำคัญมากที่สุดล้วนแล้วแต่เป็นเรื่อง การหาประสบการณ์สิ่งแปลกใหม่ ทั้งสิ้น ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่สำคัญที่ทั้งทางภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ต้องหาวิธีสร้างแรงจูงใจผลักดันด้านการหาประสบการณ์ใหม่ๆ สร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว และ ผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีการดูแลไม่ให้ความสวยงามของวัฒนธรรมเสื่อมโทรมไป ซึ่งเป็นสิ่งผลักดันให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

5.3.2 ด้านแรงแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) พบว่า ปัจจัยเรื่องที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปให้ความสำคัญมากที่สุดล้วนแล้วแต่เป็นเรื่อง ความสวยงามทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของประเทศไทย ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องควรดูแลและพัฒนาให้ทางด้านวัฒนธรรมไทยให้โดดเด่น เป็นที่รู้จัก รวมทั้งประชาสัมพันธ์ให้ผู้คนในท้องถิ่น แสดงความเป็นมิตร และมีน้ำใจที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อนักท่องเที่ยวประสบกับปัญหา ซึ่งจะสะท้อนให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครอีกครั้ง

5.3.3 การแบ่งกลุ่มตลาด (Market Segmentation) พบว่า แบ่งนักท่องเที่ยวชาวยุโรปได้เป็น 2 กลุ่ม โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในกลุ่มที่ 1 สนใจในปัจจัย เพื่อไปสัมผัสวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย และอยากพบเจอคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวชาวยุโรปกลุ่มที่ 2 สนใจในปัจจัย เพื่อไปในที่ที่ฉันไม่เคยไป เพื่อหลบหนีความซ้ำซากจำเจในชีวิตประจำวัน และอยากพบเจอคนท้องถิ่น ดังนั้นภาครัฐและเอกชนจะต้องช่วยกันสร้างแรงจูงใจในด้านต่างๆเหล่านี้ โดยทำการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เพื่อทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรปอยากเดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครมากขึ้น

5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเพิ่มเติมดังนี้

5.4.1 ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาในด้านความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยว เพื่อจะได้ทราบว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการจัดการการท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขต่อไป

5.4.2 การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งจะมองเห็นเพียงภาพกว้างๆของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น การศึกษาในครั้งต่อไป ควรจะทำการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การทำ Focus group interview เพื่อศึกษาในเชิงลึก และจะได้ทราบความคิดเห็นในเรื่อง ความคาดหวัง และความต้องการจริงๆของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรปว่าเป็นอย่างไร