

จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และแรงจูงใจในการ ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

South East Asia Travel Destination and Travel Motivation of Tourists อัจฉราพร แผลงมาลัย^{1*}

¹อาจารย์ สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา จังหวัดลำปาง 52000

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในเขตเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยได้รับแบบสอบถามคืนจำนวน 198 ชุด การวิเคราะห์ข้อมูลมีการใช้สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติอนุมานประกอบด้วย การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ .05 ผลการวิจัยพบว่า ประเทศจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 5 อันดับแรก ได้แก่ ไทย เวียดนาม กัมพูชา อินโดนีเซีย และมาเลเซีย ผลการวิจัยยังระบุว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุโรปด้านดึงและด้านผลักมีค่าเฉลี่ยที่ไม่แตกต่างกัน และยังพบว่าแรงจูงใจด้านผลักและแรงจูงใจด้านดึงมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

Abstract

The objectives of this research were to study the travel destination in South East Asia and travel motivation of European tourists. Survey research methodology was exploited by distributing questionnaires to sample group of 400 tourists which 198 were returned. Then, descriptive statistic parameters, including frequencies, percentages, means, standard deviations and inferential statistics included a t-test, one-way ANOVA, Person's Correlation Coefficients, and Cronbach's Alpha were employed to analyze the data with .05 significance level. The result of the research reveal that the first 5 tourist destination ranking of South East Asia country were Thai, Vietnam, Cambodia, Indonesia and Malaysia. The result indicated that there are non-significant differences in both of travel motivation mean of European tourist which result also found the significant relationship between push and pull motivation.

คำสำคัญ : จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว แรงจูงใจในการท่องเที่ยว เอเชียตะวันออกเฉียงใต้

Keywords : Travel Destination, Travel Motivation, South East Asia

*ผู้นิพนธ์ประสานงานไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ acherapoma@gmail.com โทร. 0 5434 2547-8 ต่อ 180

1. บทนำ

การท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันกลายมาเป็นกิจกรรมที่เป็นที่นิยมของคนทั่วไปทุกเชื้อชาติ สืบเนื่องมาจากกระแสของยุคโลกาภิวัตน์ ประกอบการเจริญเติบโตของประชากรและการเดินทางมีความสะดวกสบายมากขึ้นจึงทำให้การท่องเที่ยวไม่ได้เป็นเพียงเครื่องแสดงความมั่งคั่งของบุคคล แต่การท่องเที่ยวกลายเป็นกิจกรรมหลักของบุคคลทั่วไปที่ปฏิบัติกันเป็นปกติในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวในต่างประเทศ (Cleveland and Laroche, 2007)

เอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นดินแดนอารยธรรมที่นักท่องเที่ยวชาติต่าง ๆ ต่างให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมธรรมชาติ ประเพณี ศิลปะ วัฒนธรรมอันเก่าแก่ ประกอบการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ในปี 2558 ที่จะถึงนี้ จะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศสมาชิกทั้ง 10 ประเทศ ได้แก่ ไทย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย สิงคโปร์ บรูไน ลาว กัมพูชา เวียดนาม และพม่า เปิดเสรีนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางในประเทศสมาชิกได้อย่างสะดวกสบาย

การศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ประเทศที่มีรายได้หลักจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้เข้าใจถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศให้มีความพร้อมและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยิ่งไปกว่านั้นการทราบถึงประเทศที่ได้รับความนิยมในการท่องเที่ยวในเขตเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ของนักท่องเที่ยวจะนำไปสู่การวางแผนในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวและการสร้างพันธมิตรทางการค้าของธุรกิจท่องเที่ยวระหว่างประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อีกด้วย

เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศและเพิ่มศักยภาพของธุรกิจท่องเที่ยวในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญในการทราบข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อชี้ให้เห็นถึงลักษณะจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวและทราบข้อมูลเกี่ยวกับประเทศในเขตเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่เป็นที่ยอดนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวที่จะนำข้อมูลเหล่านี้ไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวของประเทศและของกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อไป

1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อนำไปสู่การวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ

2. วิธีการศึกษา

การออกแบบวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ยึดวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative method) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยมีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรของการวิจัยในครั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ทำการสุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความเป็น (Non-Probability) โดยวิธีการเลือกตัวอย่างให้มีความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์การวิจัย (Purposive Sampling) ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่เต็มใจรับและตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน โดยแบบสอบถามถูกแจกพร้อมกับของที่ติดอากรแสตมป์และจำหน่ายของถึงผู้วิจัยทั้งนี้เพื่อความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการตอบแบบสอบถามในเวลาที่ว่างจากการเดินทางและเพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบที่เกิดจากความตั้งใจในการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยว

จากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ที่ถูกแจกออกไปผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามคืนทางไปรษณีย์จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 198 ชุด คิดเป็นร้อยละ 49.50 (198/400) ข้อมูลที่ได้มานำมาทำการวิเคราะห์การกระจายของประชากร ตามทฤษฎีซีตจำกัดส่วนกลาง (Central Limit Theorem) โดยจำนวนตัวอย่างต้องมีจำนวนมากกว่า 30 ตัวอย่าง พบว่าการกระจายของประชากรเป็นปกติมาตรฐานตามทฤษฎีซีตจำกัดส่วนกลาง

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลด้านจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ เชื้อชาติ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่ไม่ใช่ประเทศไทย เนื่องจากการเก็บข้อมูลได้ทำการเก็บข้อมูลในประเทศไทย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านผลัก (Push Motivation) และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านดึง (Pull Motivation) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.3 ความเที่ยงและความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

ชุดคำถามด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านผลัก (Push Motivation) และแรงจูงใจด้านดึง (Pull Motivation) ที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นชุดคำถามที่มีการอ้างอิงถึงในการทบทวนวรรณกรรม (Correia & Pimpao, 2008; Correia & Valle, 2007a; Correia et al., 2007b; Cossens, 1989; Fodness, 1994; Holden, 2003; Iso-Ahola & Mannel, 1987; Bundberg, 1990; Mohsin & Ryan, 2003; Shoemaker, 1989; Uysal et al., 1996) โดย Correia and Pimpao (2008) ได้ศึกษาค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแรงจูงใจด้านผลักและแรงจูงใจด้านดึงโดยใช้ Cronbach's Alpha (1951) พบว่าค่าความเชื่อมั่นของชุดคำถามทั้งแรงจูงใจด้านผลักและด้านดึงมีความคงที่ภายในเท่ากับ 0.60 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาทั้งสองด้านมากกว่า 0.60 ซึ่งหมายความว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือมากพอ

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยทำการป้อนข้อมูลและประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป IBM SPSS statistic 20 ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviations) เพื่อบรรยายลักษณะของประชากร จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนการวิเคราะห์โดยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การทดสอบค่าที (t-test) การทดสอบ One-Way ANOVA เพื่อหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients) ใช้เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Cronbach's Alpha) เพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือในการวิจัย โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ .05

3. ผลการศึกษาและอภิปรายผล

3.1 ผลการศึกษา

3.1.1 ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.50 และมีอายุระหว่าง 24-35 ปี ร้อยละ 62.60 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานะเป็นคู่รัก ร้อยละ 50 และมีการศึกษาระดับปริญญาโทร้อยละ 49.50

3.1.2 ผลการศึกษาเผยว่าจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเคยไปในเขตเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ไม่ใช่ประเทศไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ อินโดนีเซีย เวียดนาม กัมพูชา มาเลเซีย และลาวตามลำดับ ส่วนประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่นักท่องเที่ยววางแผนท่องเที่ยว 5 อันดับแรก ได้แก่ เวียดนาม กัมพูชา มาเลเซีย ลาว และอินโดนีเซีย ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่เคยท่องเที่ยวในประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ประเทศ	เคยท่องเที่ยว	วางแผนท่องเที่ยว
อินโดนีเซีย	9.6%	4.0%
เวียดนาม	8.1%	7.6%
กัมพูชา	8.1%	7.6%
มาเลเซีย	7.6%	5.6%
ลาว	5.1%	5.6%
สิงคโปร์	4.5%	2.0%
ฟิลิปปินส์	1.0%	0.5%
พม่า	0.5%	2.5%

3.1.3 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Analysis) ผู้วิจัยได้ทำการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาพบว่าชุดคำถามแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านผลึกและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านดึงมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.837-0.851 ซึ่งสรุประดับความเชื่อมั่นได้ว่า แบบสอบถามมีระดับความเชื่อมั่นอยู่ในระดับดีและระดับการนำไปใช้งานได้ดี (Nunnally, 1978: 245) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของชุดคำถามด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านผลึกและด้านดึง

ตัวแปร	จำนวน (ข้อ)	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
แรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านผลึก	19	0.837
แรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านดึง	20	0.851

3.1.3 ผลการศึกษาพบว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปอยู่ในระดับมาก โดยแรงจูงใจด้านผลึก (Push Motivation) มีค่าเฉลี่ยที่ 4.64 และแรงจูงใจด้านดึง (Pull Motivation) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.62 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

แรงจูงใจ	Mean	Std. Deviation	ระดับแรงจูงใจ
ผลึก (Push Motivation)	4.64	0.73	มาก
ดึง (Pull Motivation)	4.62	0.70	มาก

แรงจูงใจด้านผลึก (Push Motivation) เป็นแรงจูงใจที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลเกิดความต้องการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปมีแรงจูงใจด้านผลึกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรก ดังตารางที่ 4

แรงจูงใจด้านดึง (Pull Motivation) เป็นแรงจูงใจภายนอกของสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ โดยแรงจูงใจด้านดึงที่มีความสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวยุโรปให้เดินทางไปท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับ ดังตารางที่ 5

3.1.4 ผลการศึกษาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ และการศึกษา พบว่ามีเพียงปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาที่มีผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปอย่างมีนัยสำคัญ ($F=4.825, p<.05$) ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 4 แรงจูงใจด้านผลึก(Push Motivation) ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป 5 ลำดับ

ลำดับ	แรงจูงใจด้านผลึก (Push Motivation)	Mean	Std. Deviation	ระดับแรงจูงใจ
1	ท่องเที่ยวในสถานที่ใหม่	6.04	0.98	มากที่สุด
2	มีประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่แตกต่างจากเดิม	6.01	1.02	มากที่สุด
3	เพิ่มพูนประสบการณ์ชีวิต	5.98	1.02	มาก
4	หลีกเลี่ยงจากชีวิตจำเจ	5.66	1.35	มาก
5	เพิ่มพูนความรู้	5.56	1.35	มาก

ตารางที่ 5 แรงจูงใจด้านดึง (Pull Motivation) 5 อันดับแรกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

ลำดับ	แรงจูงใจด้านผลึก (Pull Motivation)	Mean	Std. Deviation	ระดับแรงจูงใจ
1	ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม	5.67	1.11	มาก
2	สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ	5.58	1.13	มาก
3	ภูมิประเทศ	5.55	1.08	มาก
4	บรรยากาศ	5.45	1.09	มาก
5	การต้อนรับ ความเป็นมิตรของประเทศเจ้าบ้าน	5.44	1.16	มาก

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์แบบ One-Way ANOVA ในการทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศต่อค่าเฉลี่ยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

	Sum of Squares	df	Mean Square	Std. Error Mean	Sig. (2-tailed)
ระหว่างกลุ่ม	5.897	3	1.966	4.825	.003
ภายในกลุ่ม	79.028	194	.407		
รวม	84.924	197			

3.1.5 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและแรงจูงใจในการท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและอายุมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ดังตารางที่ 7

3.1.6 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านผลึกและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านดึงพบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านผลึกมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านดึงเป็นอย่างมาก ($r=.681, p<.001$) ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

	ตัวแปร	เพศ	อายุ	สถานะภาพ	การศึกษา
แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	Pearson Correlation	.131	-.124	-.098	.063
	Sig. (1-tailed)	.033	.040	.086	.190
	N	198	198	198	198

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

	แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	ด้านผลึก	ด้านดิ่ง
ด้านผลึก	Pearson Correlation Sig. (1-tailed)	1 .000	.681 .000
ด้านดิ่ง	Pearson Correlation Sig. (1-tailed) N	.681 .000 198	1 198

3.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวในเอเชียตะวันออกเฉียงเนื่องจากมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทั้งทางด้านผลึกและด้านดิ่ง ดังที่ Mohammad and Son (2010) ได้ยืนยันว่านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวด้วยแรงขับจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ซึ่งปัจจัยภายในของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ได้แก่ แรงจูงใจด้านผลึกคือ ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ใหม่ที่ไม่เคยเที่ยวมาก่อนเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ชีวิตและประสบการณ์ด้านขนบธรรมเนียม ศิลปะ วัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากชีวิตปกติ ส่วนปัจจัยภายนอกของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ได้แก่แรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านดิ่งที่เป็นลักษณะของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่จูงใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว อันได้แก่ แรงจูงใจด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม ภูมิประเทศ สภาพแวดล้อม บรรยากาศที่ดี และเจ้าบ้านมีความเป็นมิตรให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับ Uysal & Hagan (1993) ที่อธิบายว่านักท่องเที่ยวถูกกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวโดยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านผลึกที่เป็นแรงจูงใจภายในตัวเองซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการท่องเที่ยว ในขณะที่นักท่องเที่ยวถูกดึงให้ไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วยแรงจูงใจด้านดิ่งที่เป็นลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ

3.3 ข้อเสนอแนะ

การพัฒนาการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันควรมีการให้ความสำคัญกับการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เป็นนักท่องเที่ยวเป้าหมายหลักและเป้าหมายรองของประเทศ เพื่อจะได้นำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีจุดเด่น ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวบนพื้นฐานของทรัพยากรที่มีอยู่ประเทศ และยังคงมีการตื่นตัวกับสถานการณ์ของโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด รวมไปถึงศึกษาถึงแนวโน้มความนิยมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่การสร้างจุดแข็งและหาโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เท่าทันโลก

4. สรุป

จากการศึกษาจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวพบว่าประเทศในเขตเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่นอกเหนือจากประเทศไทยแล้ว มีประเทศอินโดนีเซีย เวียดนาม กัมพูชา มาเลเซียและลาว แต่ยังมีประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่นักท่องเที่ยวยังไม่ให้ความสนใจในการท่องเที่ยวคือ ฟิลิปปินส์ โดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ใหม่ที่ไม่เคยเที่ยวมาก่อนเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ชีวิตและประสบการณ์ด้านขนบธรรมเนียม ศิลปะ วัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากชีวิตปกติ โดยเลือกที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศที่มีจุดเด่นด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม ภูมิประเทศ สภาพแวดล้อม บรรยากาศที่ดีและเจ้าบ้านมีความเป็นมิตรให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี โดยเพศและอายุมีผลต่อแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านผลึกมีความสัมพันธ์กันกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านดิ่ง

5. กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่องจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในครั้งนี้ได้รับการสนับสนุนงบประมาณในการนำเสนอผลงานจากทางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาลำปาง

6. เอกสารอ้างอิง

- Cleveland, M., and Laroche, M. 2007. Acculturation to the global consumer culture: scale development and research paradigm. *Journal of Business Research* 60, 3: 249-259.
- Correia, A., & Pimpao, A. 2008. Decision-making processes of Portuguese tourist travelling to South America and Africa. *International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research*, 2(4), 245-357.
- Correia, A., & Valle, P. O. 2007a. Why people travel to exotic places. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 1(1), 45-58
- Correia, A., Barros, C., & Silvestre, A. 2007b. Tourism golf repeat choice behavior in the Algarve, a mixed logit approach. *Tourism Economics*, 13(1), 111-127.
- Cossens, J. 1989. **Positioning a tourist destination: Queenstown-a branded destination?. Unpublished doctoral dissertation**, University of Otago.
- Cronbach, L. 1951. Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
- Mohammad, B. A. M. A. & Som, A. P. M. 2010. An analysis of push and pull travel motivation of foreign tourists to Jordan. *International Journal of Business and Management*, 5(12), 41-50.
- Nunnally, J. C. 1978. **Psychometric theory**, (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Uysal, M., & Hagan, L. 1993. **Motivation for pleasure travel and tourism**. In M. Khan, M. Olsen, & T. Var (Eds.), *Encyclopedia of hospitality and tourism* (pp. 798-810). New York: Van Nostrand Reinhold.