

แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษามหาวิทยาลัยในอาเซียน : การประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

ASEAN University Students Travel Behavioural Intention : An Application of the Theory of Planned Behaviour

ชิดชนก อนันตมงคลกุล*

Chidchanok Anantamongkolkul

ทวีพงศ์ คงมา

Thaweephong Khongma

มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

Phuket Rajabhat University

*chidchanok.a@pkr.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้ได้นำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนมาประยุกต์ใช้เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยในการเดินทางท่องเที่ยวภายในกลุ่มประเทศอาเซียนภายหลัง AEC โดยได้เพิ่มตัวแปรด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในทฤษฎีต้นแบบ การวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา โดยแบบสอบถามจำนวน 620 ชุด ได้ถูกแจกจ่ายไปยังนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย ทั้งนี้ข้อมูลดิบที่สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้มีจำนวนทั้งสิ้น 583 ชุด การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณได้ถูกใช้เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว ณ ประเทศกลุ่มอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยในอาเซียนในครั้งนี้

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยหลักของทฤษฎีดังกล่าวคือ ทศนคติต่อการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน กลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนและการรับรู้เกี่ยวกับอุปสรรคในการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในภูมิภาคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในอาเซียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อีกทั้งผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว โดยเฉพาะเพื่อหาความรู้เกี่ยวกับแหล่งงานในอนาคต ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเยาวชนกลุ่มนี้ ผลการศึกษาเรื่องนี้เป็นประโยชน์ต่อทั้งเชิงวิชาการในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการบริการ รวมถึงหน่วยงานและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ อีกทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับแรงงานและสวัสดิการสังคม ควรมีการเตรียมความพร้อมในการรองรับแรงงานฝีมือที่มีความสนใจที่จะทำงานในประเทศอาเซียนอีกด้วย

คำสำคัญ : ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน นักท่องเที่ยวเยาวชน กลุ่มประชาคมอาเซียน พฤติกรรมนักท่องเที่ยว นักศึกษามหาวิทยาลัย

Abstract

The theory of planned behaviour (Ajzen, 1991) was adapted to examine university tourist behavioral intention after the official establishment of the ASEAN Economic Community (AEC) in December 2015. An additional predictor of travel motivation was included in the original TPB model. This approach is novel in young tourist literature. A quantitative approach was utilized and 620 copies of questionnaires were distributed to Thai and Malaysian university students. Consequently, 583 valid responses were obtained. Factor analysis was employed to confirm the dimensionality of the constructs and to refine the multiple-item scales. A series of regression analyses were conducted to assess the scope of relationships between predictors and travel intentions within ASEAN.

It was found that all three core predictors of the TPB, namely, attitude, subjective norm, and perceived behavioral constraints, significantly contributed to university tourists' intention to travel in ASEAN. In addition, the iterative analyses revealed that seeking job opportunities became a significant effect of the young tourist intention to visit an ASEAN destination. Both theoretical and practical implications are suggested. The research findings extend the literature on Crompton's push-pull model. The findings also support the applicability of the TPB in the context of young tourists. Tourism destinations in ASEAN need to re-image their destination to satisfy the referent groups which are perceived as the strongest predictor of young tourist behavior. Organizations and policymakers related to labor should also prepare for the flow of such skilled workers.

Keywords : theory of planned behaviour, young travellers, AEC, tourist behaviour, university students

บทนำ

การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จากรายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวประจำปี พ.ศ. 2559 แสดงให้เห็นว่าภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกยังคงเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยว โดยมีอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในภูมิภาคร้อยละ 24 จากทั่วโลก คิดเป็นรายได้ร้อยละ 33 ซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวสูงที่สุดในโลกนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548-2559 ทั้งนี้ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีอัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นลำดับ 2 รองจากเอเชียตะวันออก โดยการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีอัตราเติบโตเพิ่มขึ้นกว่า 7% จากปีก่อนหน้านี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศพม่า (52%) และประเทศไทย (20%) นอกจากนี้ยังมีประเทศที่มีอัตราการเติบโตเท่ากัน ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย และกัมพูชา (6%) (World Tourism Organization, 2016) ซึ่งตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มสำคัญของอุตสาหกรรม

การท่องเที่ยวประเทศต่าง ๆ นอกจากนี้กลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยก็ยังเป็นตลาดนักท่องเที่ยวที่สำคัญสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายในภูมิภาค (Kim et al., 2007)

สำหรับประเทศไทย อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังคงเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สามารถสร้างรายได้และความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจให้กับประเทศในปี พ.ศ. 2558 รายรับจากการท่องเที่ยวของตลาดการท่องเที่ยวของประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 44.6 พันล้านบาท (เพิ่มขึ้น 16% จากปี พ.ศ. 2557) โดยหลักฐานทางสถิติแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมเป็นอันดับที่ 1 ในภูมิภาคอาเซียนที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาเยี่ยมเยียนมากที่สุด และในปี พ.ศ. 2559 ประเทศไทยได้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาเยี่ยมเยียนในอัตราที่เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2558 ถึงร้อยละ 20 (World Tourism Organization, 2016)

จากหลักฐานทางสถิติที่กล่าวมา ได้สะท้อนให้เห็นการเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการจึงไม่น่าแปลกใจว่าการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยังคงได้รับความนิยมจากนักวิชาการในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยทฤษฎีด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและแนวคิดด้านการตลาด เช่น ส่วนแบ่งทางการตลาด แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ฯลฯ ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ เช่น นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษ เป็นต้น อย่างไรก็ตามยังไม่มีการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยโดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ซึ่งเป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อการแสดงออกด้านพฤติกรรมของมนุษย์

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการบูรณาการแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับการรวมตัวอย่างเป็นทางการของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งมีการรวมตัวอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2558 สำหรับการรวมตัวในครั้งนี้ได้มีการกำหนดเป้าหมาย 4 ประเด็น โดยเป้าหมายสำคัญซึ่งเป็นที่มาของปัญหาในงานวิจัยนี้คือการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน ซึ่งทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ เงินทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรี การส่งเสริมการเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรีผ่านการจัดทำข้อตกลงยอมรับร่วมกัน ด้านคุณสมบัติในสาขาวิชาชีพหลักเพื่ออำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายนักวิชาชีพหรือแรงงานเชี่ยวชาญนั้นในปัจจุบันได้มีการลงนามร่วมกันแล้วใน 8 สาขาวิชาชีพ ได้แก่ สถาปัตยกรรม วิศวกรรม แพทย์ ทันตแพทย์ พยาบาล บัญชี การสำรวจ และการท่องเที่ยว ดังนั้นแรงงานด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะกลุ่มที่มีการจัดทำ MRA มีแนวโน้มที่จะเคลื่อนย้ายไปแสวงหาโอกาสในการประกอบอาชีพ ณ ประเทศที่เป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมด้านนั้น ๆ เพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงานและโอกาสที่ดีกว่าด้านค่าตอบแทน

ประเด็นของการเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนและการเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรีภายในภูมิภาคอาเซียน งานวิจัยฉบับนี้จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการท่องเที่ยว อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง ความสามารถในการรับรู้ด้านการควบคุมพฤติกรรม (ซึ่งทั้ง 3 ปัจจัยนี้เป็นตัวแปรตั้งต้นของการแสดงพฤติกรรมตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน) กับแนวโน้มเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวเยาวชน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยภูมิภาคอาเซียน ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคอาเซียน หลังจากการรวมตัวอย่างเป็นทางการของกลุ่ม AEC ในปี พ.ศ. 2558
2. เพื่อศึกษาศักยภาพของตลาดการท่องเที่ยวไทยเปรียบเทียบกับการท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศประชาคมอาเซียน

ประโยชน์ที่ได้รับ

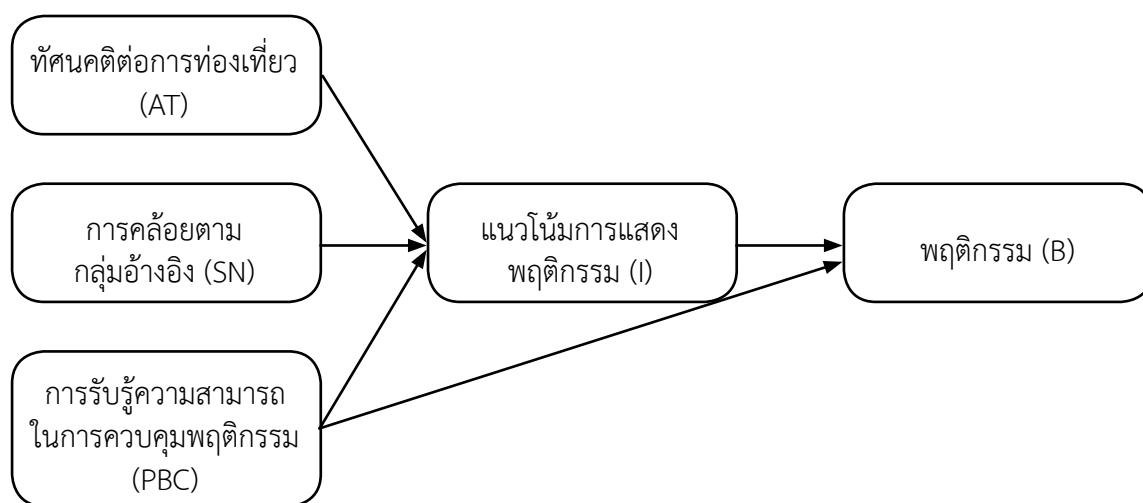
ผลการศึกษาเรื่องนี้เป็นประโยชน์ต่อทั้งเชิงวิชาการในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการ รวมไปถึงหน่วยงานและอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ได้ ดังนี้

1. ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อแนวโน้มเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนักศึกษา มหาวิทยาลัยในภูมิภาคอาเซียน ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคอาเซียน หลังจากการรวมตัวอย่างเป็นทางการของกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558
2. ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับศักยภาพของตลาดการท่องเที่ยวไทยเมื่อเปรียบเทียบกับ การท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศประชาคมอาเซียนจากการศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มนักศึกษา มหาวิทยาลัย และกลุ่มเยาวชน
3. เพิ่มพูนความรู้เชิงวิชาการให้กับศาสตร์และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการ อีกทั้งงานวิจัยฉบับนี้จะเป็นการยืนยันการใช้ประโยชน์ของ TPB ในบริบทของนักท่องเที่ยวที่เป็นนักศึกษา มหาวิทยาลัย

กรอบแนวคิดและทบทวนวรรณกรรม

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น การศึกษาครั้งนี้ได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ซึ่งเป็นทฤษฎีเชิงพฤติกรรมที่อธิบายว่า บุคคลมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมสืบเนื่องมาจากปัจจัยที่สามารถควบคุมหรือตัดสินใจได้ด้วยตนเอง และปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ด้วยตนเอง ทั้งนี้ Ajzen (1991) ได้อธิบายว่าปัจจัยที่ควบคุมได้ประกอบด้วยทัศนคติต่อการกระทำพฤติกรรมใด ๆ (Attitudes toward Behaviours : AT) และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm : SN) ทั้งนี้ AT กล่าวถึงการรับรู้ถึงความพอใจหรือไม่พอใจของบุคคลต่อการแสดงพฤติกรรมใด ๆ เช่น นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวภูเก็ตว่าการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตจะสนุกและมีความสุข ส่วน SN หมายถึงความสามารถหรือพลังของกลุ่มอ้างอิง ได้แก่ บุคคลในครอบครัวหรือเพื่อนสนิท เป็นต้น ที่ส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคล เช่น ความเห็นของผู้ปกครองต่อการท่องเที่ยวต่างประเทศของบุตรหลาน

ส่วนปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ด้วยตนเองเป็นการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioural Control : PBC) ที่อ้างถึงระดับการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของบุคคล นั่นคือบุคคลรับรู้ความยากง่ายในการแสดงพฤติกรรม ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ถ้า AT, SN และ PBC เป็นบวก แนวโน้มของการที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรมใด ๆ มีมากขึ้น (Ajzen, 1991) นั่นคือองค์ประกอบทั้งสามประการนี้ จะส่งผลต่อแนวโน้มในการแสดงพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งการรับรู้ความสามารถในการแสดงพฤติกรรม และแนวโน้มในการแสดงพฤติกรรมจะส่งผลโดยตรงต่อการแสดงพฤติกรรมใด ๆ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

ที่มา : Madden et al. (1992)

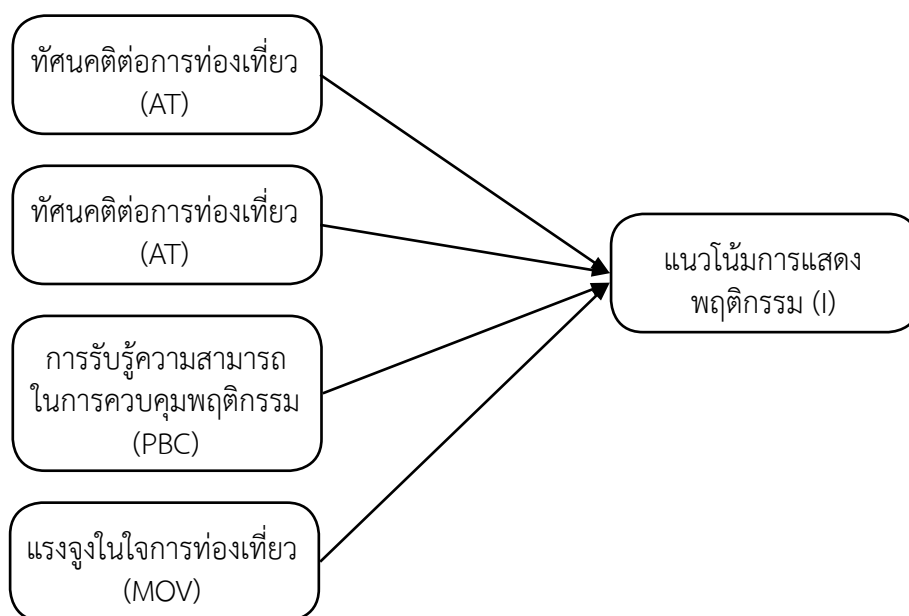
แนวคิด TPB สามารถประยุกต์ใช้ได้กับบริบทของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย ผลการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีนักวิชาการเป็นจำนวนมากได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้ในงานวิจัยด้านการท่องเที่ยว โดยพบสองลักษณะด้วยกันคือ กลุ่มแรกประยุกต์ใช้โมเดลดั้งเดิมของ TPB อันประกอบไปด้วยทัศนคติ อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงและการรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการแสดงพฤติกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งอีกนัยหนึ่ง คือ การรับรู้เกี่ยวกับอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวนั้นเอง นักวิจัยกลุ่มนี้ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และได้ค้นพบคำตอบที่หลากหลายและแตกต่างกันออกไปตามบริบทของงานวิจัยนั้น ๆ (Hsu & Huang, 2010; Hsu & Lam, 2004; Misung et al., 2012; Phillips & Jang, 2012; Sparks & Pan, 2009) เช่น นักวิจัยกลุ่มที่ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวออกที่มีประสิทธิภาพได้สนับสนุนแนวคิดของ TPB นั่นคือตัวแปรทั้งสามมีผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม (Hsu & Huang, 2010; Misung et al., 2012; Phillips & Jang, 2012) ขณะเดียวกัน Lam & Hsu (2006) ได้ศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ แต่โต้แย้งว่าตัวแปรสองตัวเท่านั้นคืออิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการแสดงพฤติกรรมเท่านั้น ที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเอเชีย แต่ทว่าในบริบทของชาวตะวันตก Sparks (2007) พบว่ากลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลเพียงบางส่วนต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมเท่านั้น

นักวิชาการอีกกลุ่มได้เพิ่มตัวแปรอื่น ๆ เข้าไปในโมเดลของทฤษฎี TPB เพื่อให้เหมาะสมกับงานวิจัยเฉพาะบริบทนั้น ๆ เช่น Hsu & Huang (2010) ได้เพิ่มตัวแปรตามพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริงลงไปโมเดลของ TPB นอกจากนี้นักวิจัยหลายคนได้เพิ่มตัวแปรอิสระต่าง ๆ เพื่ออธิบายความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ตัวแปรอิสระเหล่านี้ได้แก่ ประสบการณ์ที่ผ่านมาของนักท่องเที่ยว แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และการรับรู้เกี่ยวกับความเสี่ยง และความไม่แน่นอนในการท่องเที่ยว ในการนี้งานวิจัยบางเรื่องพบว่า ประสบการณ์ที่ผ่านมาของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว (Lam & Hsu, 2006; Phillips & Jang, 2012; Sparks, 2007) อีกทั้ง Hsu & Huang (2010) พบว่าแรงจูงใจก็มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว โดยความตั้งใจนี้ส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมอีกด้วย อย่างไรก็ตามนักวิชาการที่ได้เพิ่มตัวแปร

ที่เกี่ยวกับแรงจูงใจเพื่อศึกษาความตั้งใจเชิงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว นั้น ยังมีจำนวนจำกัด (Hsu & Huang, 2010; Phillips & Jang, 2012) อีกทั้งนักวิชาการกลุ่มนี้ได้มุ่งเน้นศึกษาแรงจูงใจเฉพาะด้าน เช่น แรงจูงใจในการซื้อป๊ิง (Hsu & Huang, 2010) และความสำราญของนักท่องเที่ยว (Phillips & Jang, 2012) เท่านั้น ซึ่งพบว่าแรงจูงใจรูปแบบดังกล่าวมีผลกระทบเชิงบวกต่อแนวโน้มเชิงพฤติกรรม

การทบทวนวรรณกรรมในครั้งนี้นำพบว่า นักวิชาการควรมีประยุกต์ใช้แรงจูงใจรูปแบบอื่น ๆ เพื่อศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจนั้น ๆ ต่อแนวโน้มในการแสดงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังพบว่ายังไม่มีการประยุกต์ใช้ TPB ในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเยาวชนหรือกลุ่มที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัย ดังนั้นงานวิจัยฉบับนี้จะประยุกต์ใช้ทฤษฎี TPB และเพิ่มตัวแปรที่เกี่ยวกับแรงจูงใจเพื่อศึกษาความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย โดยแรงจูงใจที่ศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้หมายถึงแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับแหล่งงานในอนาคต ดังนั้นคำถามในการศึกษาวิจัยคือปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มในการท่องเที่ยวภายในภูมิภาคอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัย

ในงานวิจัยครั้งนี้ นอกเหนือจากตัวแปรเชิงพฤติกรรมทั้งสามที่กล่าวมาข้างต้นตาม TPB ผู้วิจัยได้เสนอตัวแปรเพิ่มเติมสำหรับการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยว่าด้วยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (MOV) หมายรวมถึงความต้องการในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับแหล่งงานในประเทศภูมิภาคอาเซียนภายหลัง AEC ดังนั้นกรอบแนวคิดของงานวิจัยเรื่องนี้ได้ปรากฏดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดของงานวิจัยโดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

จากภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่าแนวโน้มเชิงพฤติกรรมในการท่องเที่ยวภายในภูมิภาคอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยมีผลมาจากสี่ตัวแปร ดังสมมติฐานการวิจัยดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจะมีผลกระทบเชิงบวกต่อแนวโน้มเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงจะมีผลกระทบเชิงบวกต่อแนวโน้มเชิงพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมจะมีผลกระทบเชิงบวกต่อแนวโน้มเชิงพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 4 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวจะมีผลกระทบเชิงบวกต่อแนวโน้มเชิงพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดที่กำหนดคำตอบไว้ให้ผู้ตอบเลือกตอบ และส่วนที่ 3 มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นต่อข้อคำถามอย่างอิสระ

ส่วนแรกเป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยข้อคำถามส่วนนี้ถูกนำมาจากแบบสอบถามจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้ประยุกต์ใช้ TPB และงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Hsu & Huang, 2010; Misung et al., 2012; Phillips & Jang, 2012) ซึ่งประกอบด้วย

1. ทศนคติต่อการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน
2. กลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน
3. การรับรู้เกี่ยวกับอุปสรรคในการท่องเที่ยว

งานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยได้เพิ่มข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับบริบทของงานวิจัยด้วย เช่น ข้อคำถามด้านแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับความต้องการในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของจุดหมายปลายทาง รวมไปถึงการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับแหล่งงาน ณ ประเทศจุดหมายปลายทาง เป็นต้น

ข้อคำถามในส่วนที่ 1 เป็นข้อความให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับคะแนนเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อข้อคำถามใด ๆ ตั้งแต่ 1–7 (7-Point Likert Scale) โดย (1) คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (2) ไม่เห็นด้วย (3) ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย (4) เป็นกลาง (5) เห็นด้วยเล็กน้อย (6) เห็นด้วย (7) เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่สองของแบบสอบถามเป็นข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ เช่น อายุ เพศ เชื้อชาติ ประเทศในกลุ่มอาเซียนที่ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยว เป็นต้น

ส่วนสุดท้ายของแบบสอบถามเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามได้รับการแปลเป็น 2 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาศาสตร์และทักษะการแปลเป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องและความแม่นยำของข้อคำถามทั้งสองภาษาโดยใช้เทคนิคการแปลย้อนกลับ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทั้งสองชุด (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ไปทดสอบทดสอบก่อนการนำไปใช้จริง ผลการทดสอบครั้งนี้ถูกนำมาปรับปรุงก่อนที่จะทำการทดสอบแบบสอบถามครั้งที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ และทดสอบระยะเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการตอบข้อมูล หลังจากที่มีการปรับปรุงแบบสอบถามในครั้งที่ 2 ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามเป็น 2 แบบ คือ แบบสอบถามที่ใช้กระดาษและแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งแบบสอบถามได้ถูกส่งไปยังเครือข่ายของผู้วิจัยทั่วทั้งประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย โดยผู้ตอบแบบสอบถามในประเทศไทยจะได้รับแบบสอบถามเป็นฉบับภาษาไทย และผู้ตอบแบบสอบถามจากประเทศมาเลเซียจะได้รับแบบสอบถามเป็นฉบับภาษาอังกฤษ

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศไทยและประเทศมาเลเซียระหว่างปลายเดือนธันวาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2560 ภายหลังได้รับแบบสอบถามกลับมาทั้งสิ้น 612 ฉบับ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูปทางสถิติ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน เช่น การวิเคราะห์องค์ประกอบและการวิเคราะห์ความถดถอยเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ผลการวิจัยครั้งนี้ โดยภายหลังการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ข้อมูลดิบที่ผ่านการทดสอบจำนวน 583 ชุด ได้ถูกนำไปใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบที่แสดงในตารางที่ 1 ซึ่งพบว่าตัวแปรมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.70 มีความแปรปรวนมากกว่า 1.00 โดยองค์ประกอบเหล่านี้สามารถอธิบายความผันผวนได้มากกว่าร้อยละ 50.00 และมีค่าความเชื่อมั่นในระดับ 0.70 ขึ้นไป

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ

ข้อคำถาม	Loading	Communalities	Eigenvalues	% of Variance Explained	α
ปัจจัยทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน					
• การท่องเที่ยวในประเทศนั้นเป็นสิ่งที่น่าหลงใหล	0.81	0.65	2.50	62.55	0.80
• ฉันจะพึงพอใจกับการท่องเที่ยวในประเทศนั้น	0.81	0.65			
• การท่องเที่ยวในประเทศนั้นน่าจะคุ้มค่า	0.79	0.63			
• การท่องเที่ยวในประเทศนั้นจะทำให้ฉันมีความสุข	0.76	0.58			
ปัจจัยกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน					
• คนส่วนใหญ่ที่มีความสำคัญต่อฉัน จะไปเที่ยวประเทศนั้นในอนาคตอันใกล้	0.83	0.68	1.79	59.68	0.70
• คนส่วนใหญ่ที่มีความสำคัญต่อฉันคิดว่า ฉันควรไปเที่ยวประเทศนั้นในอนาคต	0.78	0.61			
• คนที่ฉันเคารพนับถือจะอนุญาตให้ฉันไปเที่ยวประเทศนั้นในอนาคตอันใกล้	0.71	0.50			
ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับอุปสรรคในการท่องเที่ยว					
• การที่จะไปเที่ยวประเทศนั้นในอนาคตอันใกล้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับตัวฉันเอง	0.78	0.60	1.63	54.41	0.75
• ฉันสามารถไปเที่ยวประเทศนั้นในอนาคตอันใกล้ ถ้าฉันต้องการ	0.75	0.58			
• ฉันสามารถที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศนั้นในอนาคต โดยไม่มีอุปสรรคใด ๆ	0.68	0.46			

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ (ต่อ)

ข้อคำถาม	Loading	Communalities	Eigenvalues	% of Variance Explained	α
ปัจจัยแรงจูงใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความรู้ใหม่					
• ฉันสามารถเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ ๆ ในขณะที่ฉันไปเที่ยวประเทศนั้น	0.83	0.53	3.51	58.48	0.86
• ฉันจะมีความรู้เกี่ยวกับประเทศนั้นเพิ่มขึ้น	0.80	0.59			
• ฉันจะเรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศนั้นในระหว่างท่องเที่ยว	0.77	0.69			
• การท่องเที่ยว ณ ประเทศนั้นเป็นการสนองความอยากรู้อยากเห็นเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ	0.74	0.64			
• ฉันชอบที่จะท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและทางประวัติศาสตร์	0.72	0.55			
• การได้ไปเที่ยว ณ ประเทศนั้นทำให้ฉันมีประสบการณ์เพิ่มขึ้น	0.72	0.51			
ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อหาความรู้เกี่ยวกับแหล่งงานในอนาคต					
• การได้ไปเที่ยว ณ ประเทศนั้นทำให้ฉันสามารถที่จะทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับประเทศที่ฉันจะไปทำงานในอนาคต	0.87	0.76	1.89	62.87	0.70
• ฉันอยากหาโอกาสในการทำงาน ซึ่งการได้ไปเที่ยว ณ ประเทศนั้น ทำให้ฉันมีโอกาสในการหางานทำ	0.77	0.59			
• ระหว่างไปเที่ยว ณ ประเทศนั้น ฉันสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับการจ้างงานของเขามากด้วย	0.74	0.54			
ปัจจัยแนวโน้มเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัย					
• ฉันอาจจะไปเที่ยวประเทศนั้นใน 6 เดือนข้างหน้า	0.90	0.80	3.05	76.22	0.90
• ฉันต้องการไปเที่ยวประเทศนั้นใน 6 เดือนข้างหน้า	0.87	0.76			
• ฉันตั้งใจไปท่องเที่ยวประเทศนั้นใน 6 เดือนข้างหน้า	0.86	0.75			
• ฉันวางแผนที่จะไปเที่ยวประเทศนั้นใน 6 เดือนข้างหน้า	0.86	0.74			

หลังจากผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นเสร็จสิ้นและพบว่าองค์ประกอบที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติประกอบด้วย

- 1) ทักษะติดต่อการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน
- 2) กลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน
- 3) การรับรู้เกี่ยวกับอุปสรรคในการท่องเที่ยว

- 4) แรงจูงใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความรู้ใหม่
- 5) แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อหาความรู้เกี่ยวกับแหล่งงานในอนาคต
- 6) แนวโน้มเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัย

โดยปัจจัยที่หนึ่งถึงปัจจัยที่ห้าเป็นตัวแปรอิสระ ในขณะที่ปัจจัยที่หกคือตัวแปรตามของโจทย์วิจัยสำหรับการศึกษาค้างนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกว่าร้อยละ 50 มีอายุอยู่ในช่วง 18–20 ปี ที่เหลืออยู่ในช่วงอายุ 21–23 ปี และมีช่วงอายุมากกว่า 24 ปีขึ้นไปตามลำดับ ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 และชั้นปีที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 63 ที่เหลือเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3–4 นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 70 ซึ่งมีจำนวนมากกว่าเพศชายถึงร้อยละ 30 ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชาวไทยมากที่สุด จำนวน 316 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 54.20 และรองลงมาเป็นชาวมาเลเซีย จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 45.10 คน ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 4 คนเป็นชาวพม่าที่ศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยในประเทศไทย และเป็นชาวสิงคโปร์ที่กำลังศึกษาในประเทศมาเลเซียตามลำดับ และกำลังศึกษาสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารธุรกิจมากที่สุด จำนวน 328 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 56.26 รองลงมาคือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 30.87

สำหรับผลการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มเชิงพฤติกรรม สามารถแสดงผลได้ในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยของปัจจัยแนวโน้มเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัย

ตัวแปร	β^*	t	Sig.
• ทศนคติต่อการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน	0.20	3.61	0.01
• กลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน	0.30	6.83	0.00
• การรับรู้เกี่ยวกับอุปสรรคในการท่องเที่ยว	0.30	6.60	0.00
• แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อหาความรู้เกี่ยวกับแหล่งงานในอนาคต	0.18	4.67	0.00
• แรงจูงใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความรู้ใหม่	0.02	0.34	0.74
F	42.15		
Model Significance	0.00		
Adjusted R ²	0.26		

Note : β^* = Standardised regression coefficient; Significant factors are in boldface.

จากตารางที่ 2 พบว่า ตัวแปรอิสระทั้งห้าตัวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัย ทั้งนี้ตัวแปรทั้งห้าตัวสามารถอธิบายความผันแปรของแนวโน้มเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยได้ 26 เปอร์เซ็นต์จากตารางพบว่าตัวแปรอิสระสี่ตัวประกอบด้วย 1) ทักษะติดต่อการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน 2) กลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน 3) การรับรู้เกี่ยวกับอุปสรรคในการท่องเที่ยว 4) แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อหาความรู้เกี่ยวกับแหล่งงานในอนาคต ส่งผลต่อแนวโน้มเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $p < 0.01$

จากตัวแปรทั้งสี่ตัวพบว่า ปัจจัยกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนและปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับอุปสรรคในการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อแนวโน้มเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยมากที่สุด ($\beta = 0.30$ เท่ากันทั้งสองตัวแปร) ค่า β ของทั้งสองตัวแปรหมายความว่า จำนวนของกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนเพิ่มขึ้น 1 หน่วย แนวโน้มเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยจะเพิ่มขึ้น 0.30 หน่วยเช่นเดียวกัน จำนวนของการรับรู้เกี่ยวกับอุปสรรคในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 หน่วย แนวโน้มเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยจะเพิ่มขึ้น 0.30 หน่วย ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัย รองลงมาคือ ทักษะติดต่อการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อหาความรู้เกี่ยวกับแหล่งงานในอนาคต ($\beta = 0.20$ และ $\beta = 0.18$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
H1 : ทักษะติดต่อการท่องเที่ยวจะมีผลกระทบเชิงบวกต่อแนวโน้มเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	ยอมรับ
H2 : การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงจะมีผลกระทบเชิงบวกต่อแนวโน้มเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	ยอมรับ
H3 : การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมจะมีผลกระทบเชิงบวกต่อแนวโน้มเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	ยอมรับ
H4 : แรงจูงใจในการท่องเที่ยวจะมีผลกระทบเชิงบวกต่อแนวโน้มเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	ยอมรับบางส่วน

จากตารางที่ 3 สรุปได้ว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัย คือ 1) ทักษะติดต่อการท่องเที่ยว 2) กลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว 3) การรับรู้เกี่ยวกับอุปสรรคในการท่องเที่ยวและ 4) แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ซึ่งในนี้หมายถึงแรงจูงใจเกี่ยวกับการแสวงหาความรู้เกี่ยวกับแหล่งงานในอนาคต จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่ 1-3 คือ

ปัจจัยที่มีผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมตาม TPB ดังนั้นผลจากการวิจัยฉบับนี้ยืนยันการประยุกต์ใช้ทฤษฎีดังกล่าวในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัย นอกจากนี้ผลจากการศึกษายังแสดงให้เห็นว่าแนวโน้มเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยยังได้รับอิทธิพลมาจากแรงจูงใจเกี่ยวกับการจ้างงานในประเทศนั้น ๆ อีกด้วย

อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สำหรับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อแนวโน้มเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยภูมิภาคอาเซียน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาแนวโน้มของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาไทยและนักศึกษามาเลเซียในการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคอาเซียน หลังจากการรวมตัวอย่างเป็นทางการของกลุ่ม AEC ในปี พ.ศ. 2558 นั้น พบว่าทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน กลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน การรับรู้เกี่ยวกับอุปสรรคในการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อแนวโน้มเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องอื่น ๆ ของนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว (Hsu & Huang, 2010; Misung et al., 2012; Phillips & Jang, 2012)

นอกจากปัจจัยทั้งสามปัจจัยดังกล่าวนี้ งานวิจัยฉบับนี้ยังได้เพิ่มเติมแปรเพิ่มเติมในกรอบแนวคิดของ TPB นั่นคือเพิ่มเติมด้านแรงจูงใจ ซึ่งพบว่าผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการวิจัยจาก Hsu & Huang (2010) ที่พบว่าแรงจูงใจที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามปัจจัยแรงจูงใจของการศึกษานี้มีความแตกต่างจากแรงจูงใจในบริบทของ Hsu & Huang (2010) ซึ่งได้ศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีน ในขณะที่การวิจัยครั้งนี้เน้นการทดสอบอิทธิพลของแรงจูงใจเกี่ยวกับการจ้างงานกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนของกลุ่มนักท่องเที่ยวเยาวชน ทั้งนี้ผลการศึกษานี้ก็สอดคล้องกับงานวิจัยจาก Ryan & Zhang (2007) ที่พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางใด ๆ เพื่อการหาแหล่งงานและการศึกษาหาความรู้

ในส่วนของวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ที่ว่าด้วยความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับศักยภาพของตลาดการท่องเที่ยวไทยเมื่อเปรียบเทียบกับการท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศประชาคมอาเซียนในสายตาของนักท่องเที่ยวกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย กลุ่มเยาวชนไทยและมาเลเซีย จากข้อมูลเกี่ยวกับลำดับความสนใจเกี่ยวกับประเทศจุดหมายปลายทางที่นักศึกษามหาวิทยาลัยกลุ่มตัวอย่างต้องการที่จะไปท่องเที่ยวในอนาคตพบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว ณ ประเทศสิงคโปร์เป็นลำดับที่ 1 รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจประเทศไทย นอกจากนี้พบว่านักศึกษายังให้ความสนใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ณ ประเทศมาเลเซียอีกด้วย จะสังเกตว่าประเทศที่มีค่าคะแนนความสนใจในการเดินทาง ไปท่องเที่ยวลำดับต้น ๆ ทั้งสามประเทศนี้ มีภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางที่ทันสมัย มีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนให้ความสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาที่พบว่านักท่องเที่ยวเยาวชนเดินทางท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางเพื่อค้นหาความแปลกใหม่ และเพื่อค้นหาความรู้ใหม่ (Hsu, 2011; Ryan & Zhang, 2007; Story, 2011)

นอกจากนี้ ผลการศึกษาจากงานวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพของตลาดการท่องเที่ยวไทยรวมถึงประเทศอื่นในภูมิภาคอาเซียน โดยเฉพาะตลาดการท่องเที่ยวไทยที่ยังคงมีศักยภาพในการแข่งขันระดับสูง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งจากสถิติพบว่าภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยว โดยมีอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และในปี พ.ศ. 2558 จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในภูมิภาคเป็นร้อยละ 24 ของทั่วโลก ซึ่งคิดเป็นรายได้ร้อยละ 33 โดยเป็นภูมิภาคที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวสูงที่สุดในโลก นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548–2559 คือร้อยละ 8.5 โดยภายในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกนี้ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีอัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นลำดับที่ 2 รองจากเอเชียตะวันออก โดยหลักฐานทางสถิติแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมลำดับที่ 1 ในภูมิภาคอาเซียนที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาเยี่ยมเยียนมากที่สุด โดยในปี พ.ศ. 2559 ประเทศไทยได้ต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในอัตราเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2558 ถึงร้อยละ 20 (World Tourism Organization, 2016) ดังนั้น จากข้อมูลทางสถิติผนวกกับผลการศึกษาในส่วนของลำดับความสนใจของประเทศจุดหมายปลายทางของกลุ่มนักท่องเที่ยวเยาวชนนี้ เป็นหลักฐานยืนยันศักยภาพของตลาดการท่องเที่ยวไทยได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลของ Travel and Tourism Competitiveness Index ในปี พ.ศ. 2557 ประเทศไทยยังคงมีจุดอ่อนด้านความปลอดภัยและด้านความสะดวก ดังนั้นในบริบทของเยาวชนที่ได้รับอิทธิพลด้านแนวโน้มการแสดงผลพฤติกรรมการท่องเที่ยวจากกลุ่มอ้างอิง หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายควรให้ความใส่ใจในการฟื้นฟูและปรับปรุงภาพลักษณ์ที่เป็นจุดด้อยของการท่องเที่ยวในด้านนี้ โดยควรรณรงค์ให้แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัยเป็นที่ประจักษ์แก่ผู้ปกครอง รวมทั้งกลุ่มอ้างอิงอื่น ๆ ให้มากขึ้น นอกจากนี้ สืบเนื่องจากนโยบายประเทศไทย 4.0 ของรัฐบาลที่จะขับเคลื่อนประเทศด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงนโยบายการสร้างเมืองใหญ่ต่าง ๆ ให้เป็น Smart City นั้น หน่วยงานด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวควรใช้ประโยชน์จากนโยบายดังกล่าวในการเร่งสร้างภาพลักษณ์ด้านบวกเรื่องความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การสร้างระบบติดตามความปลอดภัยอัจฉริยะ ระบบออนไลน์ สายด่วนให้นักท่องเที่ยวติดต่อกับตำรวจท่องเที่ยว หรือแม้แต่เรื่องของโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า กล้องวงจรปิด การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในที่สาธารณะเพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว เป็นต้น

งานวิจัยเรื่องนี้ก็ได้สนับสนุนการใช้ประโยชน์ในวงกว้างของ TPB คือ นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและบริการได้ประยุกต์ใช้ TPB กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีแหล่งกำเนิดจากประเทศต่าง ๆ เช่น ประเทศจีนและเกาหลีใต้ เป็นต้น (Hsu & Huang, 2010; Hsu & Lam, 2004; Misung et al., 2012) บางกลุ่มได้ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มคาสิโน (Phillips & Jang, 2012) หรือนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Misung et al., 2012) เป็นต้น ในส่วนของงานวิจัยเรื่องนี้ได้ประยุกต์ใช้ TPB กับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัย ซึ่งจากผลการศึกษายอมรับความสัมพันธ์ของปัจจัยทั้งสามของ TPB กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน

นอกจากนี้งานวิจัยเรื่องนี้ได้สร้างองค์ความรู้เพิ่มเติมให้กับแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว นั่นคือแรงดึงและแรงผลัก Crompton (1979) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับแรงผลักและแรงดึงที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการผ่อนคลาย โดยแรงผลักเกี่ยวข้องกับปัจจัยทางจิตวิทยาซึ่งเป็นแรงจูงใจ

ภายในที่ผลักดันในบุคคลเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ เช่น หลบหนีจากความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน เป็นต้น ในขณะที่แรงดึงหรือแรงจูงใจภายนอกที่ส่วนใหญ่เกิดจากจุดหมายปลายทาง เช่น ภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางเป็นหลักและได้กำหนดให้แรงดึงของนักท่องเที่ยวเป็นแรงจูงใจทางวัฒนธรรม เช่น การค้นหาความแปลกใหม่และการศึกษาหาความรู้ การค้นพบที่สำคัญประการหนึ่งของการศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นส่วนเพิ่มเติมจากสาระสำคัญของแรงจูงใจภายนอก คือ ส่วนของแรงจูงใจภายนอกหรือภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางที่เกี่ยวกับการจ้างงานและแหล่งงาน จากตารางการวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อหาความรู้เกี่ยวกับแหล่งงานในอนาคตพบว่า ค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบเท่ากับ 0.70 แสดงถึงระดับความสอดคล้องภายในที่ยอมรับได้ตามคำแนะนำของนักสถิติ (Crompton, 1979; Field, 2009; Hair et al., 2010)

นอกจากข้อค้นพบที่สำคัญทางด้านทฤษฎีแล้ว การวิจัยครั้งนี้ยังได้มีข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาแรงงาน รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอีกด้วย นั่นคือ กระทรวงแรงงานและผู้เกี่ยวข้องด้านการจัดหาแรงงานมีความรู้ และเข้าใจความต้องการด้านการทำงานของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย ทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถวางแผนเพื่อรองรับตลาดแรงงานกลุ่มนี้ได้ จากการวิเคราะห์การถดถอยของปัจจัยแนวโน้มเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยพบว่า นอกจากปัจจัยตั้งต้นทั้งสามปัจจัยของ TPB (ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน กลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน และการรับรู้เกี่ยวกับอุปสรรคในการท่องเที่ยว) แรงจูงใจเกี่ยวกับการจ้างงานยังเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยอย่างมีนัยสำคัญ โดยจากข้อมูลลำดับความสนใจเกี่ยวกับประเทศจุดหมายปลายทางที่นักศึกษามหาวิทยาลัยต้องการที่จะไปท่องเที่ยวในอนาคต แสดงให้เห็นว่าประเทศสิงคโปร์ ประเทศไทยและประเทศมาเลเซียเป็นจุดหมายปลายทาง 3 ลำดับแรกที่นักศึกษาไทยและนักศึกษามาเลเซียต้องการเดินทางไปเยี่ยมเยือน ดังนั้น กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในประเทศเหล่านี้ ควรมีนโยบายและมาตรการรองรับแรงงานมีฝีมือกลุ่มนี้ตามจุดเด่นด้านอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันของแต่ละประเทศ เช่น ประเทศสิงคโปร์ให้มีจุดเด่นเรื่องการไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีสารสนเทศและสุขภาพ ในขณะที่ประเทศไทยมีจุดเด่นด้านธุรกิจการท่องเที่ยวและการบิน เป็นต้น

References

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408–424.
- Field, A. P. (2009). **Discovering Statistics Using SPSS**. London : Sage Publications.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). **Multivariate Data Analysis : A Global Perspective**. Upper Saddle River, N. J. : Pearson.
- Hsu, C. H. C. & Huang, S. (2010). An Extension of the Theory of Planned Behaviour Model for Tourists. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 12(21), 1–28.
- Hsu, C. H. C. & Lam, T. (2004). Theory of Planned Behaviour : Potential Travelers from China. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 28(4), 463–482.
- Hsu, C. W. (2011). **Motivations of People who Visit Disneyland**. Retrieved from <http://griffith.summon.serialssolutions.com>
- Kim, K., Oh, I. K. & Jogaratnam, G. (2007). College Student Travel : A Revised Model of Push Motives. *Journal of Vacation Marketing*, 13(1), 73–85.
- Lam, T. & Hsu, C. H. C. (2006). Predicting Behavioural Intention of Choosing a Travel Destination. *Tourism Management*, 27(4), 589–599.
- Madden, T. J., Ellen, P. S. & Ajzen, I. (1992). A Comparison of the Theory of Planned Behavior and the Theory of Reasoned Action. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18, 3–9.
- Misung, L., Heesup, H. & Tim, L. (2012). Medical Tourism–Attracting Japanese Tourists for Medical Tourism Experience. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 29(1), 69–86.
- Phillips, W. J. & Jang, S. (2012). Exploring Seniors’ Casino Gaming Intention. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 36(3), 312–334.
- Ryan, C. & Zhang, Z. (2007). Chinese Students : Holiday Behaviours in New Zealand. *Journal of Vacation Marketing*, 13(2), 91–105.
- Sparks, B. & Pan, G. W. (2009). Chinese Outbound Tourists : Understanding their Attitudes, Constraints and Use of Information Sources. *Tourism Management*, 30(4), 483–494.
- Sparks, B. (2007). Planning a Wine Tourism Vacation : Factors that Help to Predict Tourist Behavioural Intentions. *Tourism Management*, 28(5), 1180–1192.
- Story, M. A. (2011). **Travel Motivations of African-Americans Age 21 to 31**. Retrieved from <http://griffith.summon.serialssolutions.com>
- World Tourism Organization. (2016). **UNWTO Tourism Highlights 2016**. Retrieved from <http://mkt.unwto.org>