

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศด้วยตนเอง

Travel Motivations of Thai Tourists Travelling Abroad on Their Own

ณัฏฐพรณีย์ ชุกวิวัฒน์, ผศ.ดร.รวีวรรณ ไพรยรุ่งโรจน์, ดร.ศุภศักดิ์ เชาประเสริฐวงศ์,

ณัฐริพรรณ ดำรงรัตน์เกษม, วารยาภา มิ่งศิริธรรม

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่วางแผนและเดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศด้วยตนเอง แทนที่จะใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์ที่จะได้ให้ข้อมูลเชิงลึกและรอบด้านเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ด้วยเหตุนี้จึงใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการวางแผนและเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศด้วยตนเองไม่ต่ำกว่า 5 ครั้งใน 2 ปีที่ผ่านมา จำนวน 22 คน ซึ่งคัดเลือกโดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง ร่วมกับการคัดเลือกแบบกอนหิมะ จำนวนของผู้ให้ข้อมูลเกิดจากการอิ่มตัวของข้อมูลที่ได้รับ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูล

โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง ร่วมกับการสังเกตโดยผู้วิจัย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์แก่นสาระผลการวิจัย พบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่วางแผนและเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศด้วยตนเอง มีเฉพาะแรงจูงใจที่เป็นปัจจัยหลัก หรือ ปัจจัยภายในเท่านั้น โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) ปัจจัยที่เกี่ยวกับการจัดการเดินทางท่องเที่ยวและลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว (2) ปัจจัยที่เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และ (3) ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ: แรงจูงใจ, นักท่องเที่ยวชาวไทย, เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง, ต่างประเทศ, ปัจจัยหลัก, ปัจจัยดี

นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Abstract

This study examined travel the motivations of Thai tourists who planned and travelled abroad on their own instead of using the service of a tour

operator. As this research aimed to gain rich, in-depth, and holistic understanding of the travel motivations of this group of tourists, a qualitative methodology was employed. The informants of the study included 22 Thai tourists who had experiences of planning and travelling abroad on their own at least five times within the past two years. They were selected using purposive sampling together with snowball sampling. The total number of respondents was determined based on the data saturation. The data were collected with a combination of semi-structure interviews and participant observations and were analyzed with thematic analysis. The research findings indicated that the motivations of these tourists consisted of only push motivational factors including: (1) factors related to travelling arrangement and travelling characteristics; (2) factors related to travelling budget; and (3) tourists' life style.

Keywords: Motivations, Thai tourists, Travelling on their own, abroad, push factors, pull factors

บทนำ

นักท่องเที่ยว นับว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งของของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพราะการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนับว่าเป็นอุปสงค์ (demand) ที่ก่อให้เกิดรายได้ต่อธุรกิจการท่องเที่ยวต่าง ๆ ตลอดจนคนในชุมชนท้องถิ่น

หากไม่มีนักท่องเที่ยว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็จะเกิดขึ้นไม่ได้เลย ดังนั้นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจนักท่องเที่ยวอย่างถ่องแท้ กล่าวคือ ต้องเข้าใจว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายคือใคร พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นอย่างไร ปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และที่สำคัญ คือ แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคืออะไร

การศึกษาเรื่องแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนับว่าเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากแรงจูงใจเป็นจุดเริ่มต้นที่จะช่วยให้เราเข้าใจถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและระบบการท่องเที่ยว (Pearce & Lee, 2005) ถึงแม้ว่าแรงจูงใจจะเป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งในหลาย ๆ องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แต่ก็ใช้องค์ประกอบที่มีพลังสำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากแรงจูงใจเป็นจุดเริ่มต้นของการเดินทางท่องเที่ยว (Crompton, 1979; Holden, 2006; Sharpley, 2006) Holden (2006, p. 63) กล่าวเสริมว่าหากปราศจากแรงจูงใจ หรือความต้องการทางการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวหรือระบบทางการท่องเที่ยวก็จะไม่เกิดขึ้นเลย นอกจากนี้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวยังช่วยให้นักการตลาดได้ทราบถึงแนวทางในการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างสูงสุด โดยเฉพาะในยุคที่การแข่งขันทางธุรกิจมีความรุนแรงอย่างเช่นในปัจจุบัน

ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น ประกอบกับการที่ธุรกิจทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ อาทิ โรงแรม และสายการบิน ได้ใช้เทคโนโลยีที่ช่วยอำนวยความสะดวก

ให้นักท่องเที่ยวสามารถสำรองบริการต่าง ๆ ได้ด้วยตนเองได้สะดวกมากขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความต้องการท่องเที่ยวที่แปลกไปจากเดิม เช่น เดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวหรือเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ งานวิจัยจึงมุ่งศึกษาถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกวางแผนและเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศด้วยตนเอง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจซึ่งเป็นปัจจัยหลัก และปัจจัยดิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกวางแผนและเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศด้วยตนเอง

ขอบเขตของการวิจัย

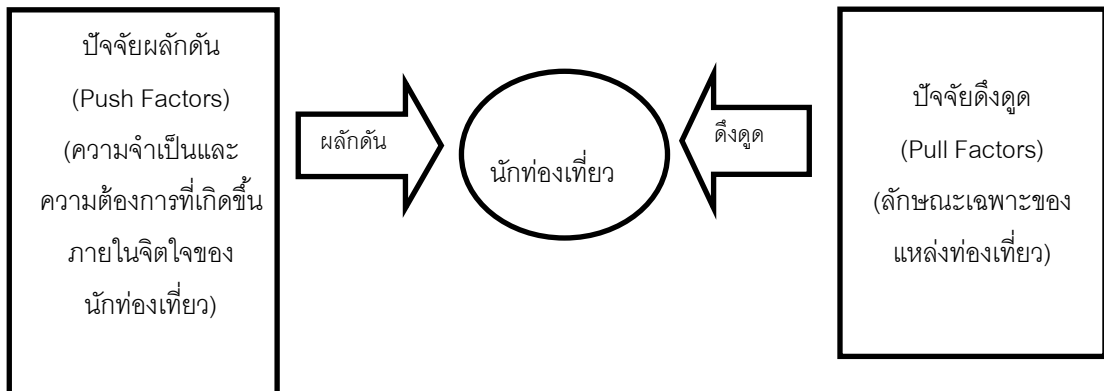
1. ขอบเขตประชากร งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาและทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เลือกวางแผนและเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศด้วยตนเอง แทนที่จะใช้บริการขอของบริษัทนำเที่ยว

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาแรงจูงใจหรือเหตุผลที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกที่จะวางแผนและเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศด้วยตนเอง โดยใช้ใช้ทฤษฎีแรงจูงใจของ Dann (1977; 1981) เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ซึ่งจะศึกษาทั้งแรงจูงใจผลักดัน (push factors) และแรงจูงใจดึงดูด (pull factors) โดยจะมองแรงจูงใจทั้งในฐานะที่เป็นความต้องการหรือความจำเป็น (desires or needs) ของนักท่องเที่ยว ความคาดหวัง (expectations) ของนักท่องเที่ยวที่จะ

ได้รับประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร และปัจจัยภายนอกที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง

กรอบแนวคิดของงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมุ่งศึกษาถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่วางแผนและเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง งานวิจัยนี้ได้ใช้ทฤษฎีแรงจูงใจของ Dann (1977; 1981) เป็นกรอบแนวคิดในการอธิบายแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว โดยใจความสำคัญของทฤษฎีนี้คือ แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวประกอบด้วยปัจจัยผลักดัน (push factors) และปัจจัยดึงดูด (pull factors) (ดูภาพที่ 1 ประกอบ) โดยปัจจัยผลักดันหมายถึงความจำเป็นและความต้องการที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นแรงผลักดันให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยผลักดันยังเป็นตัวกำหนดประเภทของกิจกรรมการท่องเที่ยวอีกด้วย และเมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวและเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวแล้ว ปัจจัยดึงดูดจะเป็นตัวกำหนดสถานที่ท่องเที่ยวกล่าวอีกนัยหนึ่งคือปัจจัยดึงดูดเป็นแรงจูงใจที่เกิดจากลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมเยือนเพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการที่เกิดขึ้น



ภาพที่ 1 ทฤษฎีแรงจูงใจ (ปัจจัยผลักดัน และปัจจัยดึงดูด) ของ Dann (1977; 1981)

ที่มา: ดัดแปลงจาก Dann (1977; 1981)

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้กระบวนทัศน์เชิงตีความ (interpretive paradigm) เป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัย เนื่องจากวัตถุประสงค์หลักของงานวิจัยนี้ คือ การได้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึกที่มีรายละเอียดรอบด้าน ตลอดจนภาพรวมและบริบทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกวางแผนและเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศด้วยตนเอง นอกจากนี้ ผลการวิจัยของงานวิจัยนี้ยังขึ้นอยู่กับความเข้าใจและการตีความของผู้วิจัยเป็นหลัก โดยความเข้าใจและการตีความดังกล่าวเกิดจากการสังเกตและการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้ข้อมูล ดังนั้นกระบวนทัศน์เชิงตีความจึงมีความเหมาะสมสำหรับใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้

สำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เนื่องจากเป็นวิธีการวิจัยที่สอดคล้องกับกระบวนทัศน์เชิงตีความ และเป็นวิธีที่จะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการได้ รับข้อมูลในเชิงคุณภาพ กล่าวคือ เป็นข้อมูลเชิงลึกและมี

รายละเอียดรอบด้าน แทนที่จะได้ข้อมูลในรูปของสถิติ ซึ่งไม่สามารถที่จะช่วยอธิบายถึงความซับซ้อนและความหลากหลายของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน ที่สำคัญงานวิจัยนี้ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวอาสาสมัคร

วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพที่ผู้วิจัยใช้ในโครงการวิจัยนี้ ประกอบด้วย (1) การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลหรือการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (2) การสังเกตแบบที่ผู้วิจัยมีส่วนร่วมในฐานะผู้สังเกตอย่างเปิดเผยและการบันทึกภาคสนาม การใช้เครื่องมือทั้ง 2 ประการร่วมกันนี้ นอกจากจะทำให้ผู้วิจัยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยที่มุ่งให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพในระดับลึกและรอบด้านแล้ว ยังทำให้มีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation) อีกด้วย

งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่เลือกวางแผนและเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศด้วยตนเอง ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ให้ข้อมูลถูกคัดเลือกโดยใช้วิธีการคัดเลือก

แบบเฉพาะเจาะจง ร่วมกับการคัดเลือกแบบกึ่งอนิหิมะ โดยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือก ได้แก่ (1) เป็นผู้ถือสัญชาติไทย (2) มีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาทางด้านจริยธรรม และ (3) เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการวางแผนและเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศด้วยตนเอง อย่างน้อย 5 ครั้งในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา นับตั้งแต่วันที่ถูกสัมภาษณ์

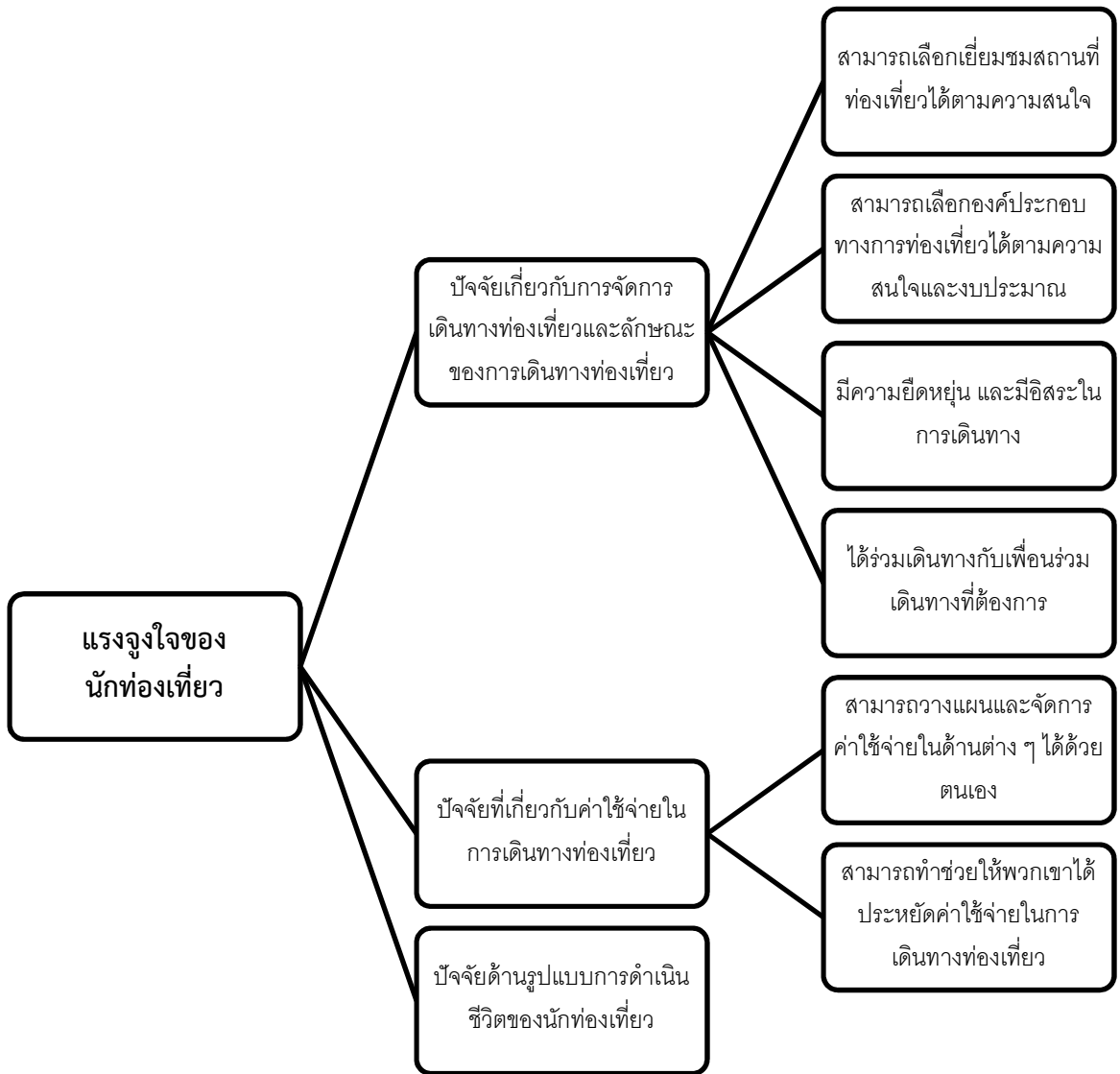
นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมดที่ถูกเก็บข้อมูลมีจำนวนทั้งสิ้น 22 คน ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวเพศหญิงจำนวน 12 คน และนักท่องเที่ยวเพศชาย จำนวน 10 คน มีอายุระหว่าง 18-54 ปี มีระดับการศึกษาตั้งแต่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีถึงระดับปริญญาเอก และมีอาชีพที่หลากหลาย ตั้งแต่เป็นนักศึกษา เป็นพนักงานในหน่วยงานของรัฐ เป็นพนักงานในหน่วยงานเอกชน และเป็นเจ้าของธุรกิจ จำนวนของผู้ให้ข้อมูลได้พิจารณาจากการอิ่มตัวของข้อมูลที่ได้รับ (data saturation) เป็นสำคัญ กล่าวคือ คณะผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลไปเรื่อย ๆ จนกระทั่งพบว่า ข้อมูลที่ได้รับจากผู้ให้ข้อมูลเกิดความซ้ำซ้อนกับข้อมูลเดิม และไม่มีข้อมูลใหม่ ๆ เกิดขึ้นมาอีก ซึ่งการกำหนดวิธีเช่นนี้เป็นไปตามคำแนะนำของ Marshall (1996, p. 523) ที่กล่าวเกี่ยวกับขนาดหรือจำนวนของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ

ไว้ว่า เป็น “จำนวนที่สามารถตอบคำถามของงานวิจัยได้อย่างเพียงพอและรอบด้าน”

ข้อมูลที่ได้รับได้ถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงคุณภาพแบบที่เรียกว่า การวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) Braun and Clarke (2006) ได้สรุปขั้นตอนในการทำการวิเคราะห์ข้อมูลแก่นสาระซึ่งประกอบด้วย 6 ขั้นตอนด้วยกัน ได้แก่ (1) ทำความคุ้นเคยกับข้อมูล (2) กำหนดรหัส (codes) สำหรับข้อมูล (3) หาแก่นสาระ (themes) (4) ทบทวนแก่นสาระ (5) กำหนดใจความสำคัญและชื่อให้กับแก่นสาระ และ (6) เขียนรายงานวิจัย

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกวางแผนและเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยตนเอง มีเฉพาะแรงจูงใจที่เป็นปัจจัยหลักหรือปัจจัยภายในเท่านั้น โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) ปัจจัยที่เกี่ยวกับการจัดการเดินทางท่องเที่ยว และลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว (2) ปัจจัยที่เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และ (3) ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว ซึ่งรายละเอียดของปัจจัยแต่ละประการ มีดังต่อไปนี้ (แสดงในภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่วางแผนและเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศด้วยตนเอง

1. ปัจจัยที่เกี่ยวกับการจัดการเดินทางท่องเที่ยวและลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยประการนี้เป็นปัจจัยที่ได้รับการกล่าวถึงจากผู้ให้ข้อมูลมากที่สุด โดยผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า การที่พวกเขาเลือกที่จะวางแผน

และเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศด้วยตนเอง เพราะสามารถเลือกไปเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายและเลือกได้ตามความสนใจของตนเอง เพราะเป็นผู้วางแผนด้วยตนเอง ซึ่งไม่เหมือนกับ

การเดินทางท่องเที่ยวโดยซื้อโปรแกรมนำเที่ยวสำเร็จรูปจากบริษัทนำเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะต้องเดินทางท่องเที่ยวตามรายการนำเที่ยวที่กำหนดโดยบริษัทนำเที่ยว ซึ่งบางสถานที่นักท่องเที่ยวอาจไม่ต้องการไปเยี่ยมชมแต่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ นักท่องเที่ยวผู้ให้ข้อมูลส่วนหนึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวมาก่อนแล้ว ได้กล่าวเปรียบเทียบกับประเด็นนี้โดยอธิบายว่า เนื่องจากการเดินทางไปท่องเที่ยวที่ต่างประเทศ ต้องใช้เงินจำนวนมากและมักใช้เวลาเวลานานด้วยเหตุนี้ พวกเขาจึงต้องการให้การเดินทางท่องเที่ยว นั้น ๆ สามารถสร้างความพึงพอใจและทำให้เกิดความรู้สึกคุ้มค่าให้กับพวกเขาได้อย่างสูงสุด ซึ่งการมีโอกาสได้เลือกสถานที่ท่องเที่ยวในการเยี่ยมชมด้วยตนเองนับว่าเป็นวิธีที่สามารถตอบสนองความต้องการดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

นอกจากการได้เลือกสถานที่ในการเยี่ยมชมได้ตามความต้องการแล้ว นักท่องเที่ยวยังกล่าวเพิ่มเติมว่าพวกเขายังสามารถเลือกองค์ประกอบต่าง ๆ ของการเดินทางท่องเที่ยวได้ตามความต้องการและงบประมาณด้วยไม่ว่าจะเป็นการเลือกที่พัก การเลือกรับประทานอาหาร และการเลือกการเดินทาง ซึ่งนักท่องเที่ยวมองว่าการได้ “เลือก” องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเหล่านี้ด้วยตนเอง จะสร้างความตื่นเต้นและความคาดหวังในการเดินทางท่องเที่ยวได้มากกว่าการเดินทางท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว นอกจากนี้ยังสร้างความภาคภูมิใจและเป็นการพิสูจน์ความสามารถในการเดินทางท่องเที่ยวของตนเองอีกด้วย

นักท่องเที่ยวยังกล่าวเพิ่มเติมว่า การวางแผนและเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ทำให้เกิดความยืดหยุ่นและมีอิสระในการเดินทางท่องเที่ยว คำว่า “อิสระ” เป็นคำที่นักท่องเที่ยวทุกคนกล่าวถึงว่าเป็นแรงจูงใจ

หลักที่ทำให้เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยนักท่องเที่ยวอธิบายว่า การได้เดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศด้วยตนเองทำให้พวกเขาสามารถเริ่มเดินทางท่องเที่ยวในเวลาใดก็ตามที่สะดวก สามารถใช้เวลา ณ สถานที่ท่องเที่ยวใดก็ตามได้ตามความต้องการ และสามารถสลับรายการนำเที่ยวได้สถานการณ์ ซึ่งความยืดหยุ่นดังกล่าว ทำให้พวกเขาู้สึกอิสระ ซึ่งแตกต่างจากการเดินทางท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะต้องเดินทางตามรายการนำเที่ยวที่บริษัทกำหนดไว้ อย่างตายตัว ทำให้ไม่สามารถใช้เวลา หรือ ทำกิจกรรมได้ตามเวลาที่ต้องการ

การได้เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะกับเพื่อนร่วมเดินทางที่ต้องการนับว่าเป็นแรงจูงใจอีกประการหนึ่งที่เกี่ยวกับปัจจัยที่ด้านการจัดการเดินทางท่องเที่ยวและลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวกล่าวว่า พวกเขาเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองเพราะจะได้มีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับเพื่อนหรือสมาชิกในครอบครัว โดยไม่ต้องมีคนที่ไม่รู้จักร่วมเดินทางไปด้วย นักท่องเที่ยวกล่าวว่า การเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศนับว่าเป็นประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่พิเศษ และการทำให้การเดินทางดังกล่าวพิเศษมากขึ้นตลอดจนสามารถสร้างความพึงพอใจได้มากขึ้นจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อได้เดินทางท่องเที่ยวร่วมกับบุคคลบางคน หรือบางกลุ่มเท่านั้น นักท่องเที่ยวบางคนได้อธิบายถึงแรงจูงใจประการนี้โดยการเล่าถึงประสบการณ์ที่เคยเดินทางท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว ที่พวกเขาต้องเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับบุคคลที่ไม่รู้จักจำนวนมากซึ่งทำให้ประสบการณ์ครั้งนั้นไม่เป็นไปตามที่คาดหวังและทำให้เกิดความไม่ประทับใจกับการเดินทางท่องเที่ยว

2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยว เลือกที่จะวางแผนและเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งกล่าวว่า การเดินทางท่องเที่ยว ด้วยตนเองทำให้สามารถวางแผนและจัดการค่าใช้จ่าย ในด้านต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง กล่าวคือ สามารถเลือกที่จะ ประหยัด และ/หรือ เพิ่มค่าใช้จ่ายบางประการได้ตาม ความต้องการ เช่น T1 อธิบายว่า เขาไม่ได้ให้ความสำคัญ กับประเภทของที่พัก แต่ต้องการได้เข้าเยี่ยมชมสถานที่ ท่องเที่ยวต่าง ๆ และต้องการได้ทดลองรับประทานอาหาร พื้นเมืองของประเทศที่ไปเยือน ด้วยเหตุนี้ เขาจึงวางแผน การท่องเที่ยวเอง เพราะเขาจะสามารถจัดการค่าใช้จ่าย ในด้านต่าง ๆ ได้โดยอิสระ โดยเลือกจองที่พักที่ราคา ไม่แพง เพื่อจะได้สามารถนำเงินที่ประหยัดจากที่พักไป ใช้ในการซื้อตั๋วเข้าเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว การเดินทาง และการรับประทานอาหาร

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งยังกล่าวว่า การวางแผนและเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ยังสามารถ ทำช่วยให้พวกเขาได้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ท่องเที่ยวด้วย โดยนักท่องเที่ยวได้อธิบายว่าจากประสบการณ์ ในการเดินทางท่องเที่ยว ไปต่างประเทศที่ผ่านมา พวกเขามีค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่ต่ำกว่าราคาของ โปรแกรมนำเที่ยวสำเร็จรูปที่เสนอขายโดยบริษัทนำเที่ยว ด้วยเหตุนี้ พวกเขา จึงเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยว ด้วยตนเอง แทนที่จะเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว

3. ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกล่าวถึงแรงจูงใจประการนี้ โดยแต่ละคน ได้อธิบายถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของตนเองที่เป็น ปัจจัยผลักดันให้เลือกลงแผนและเดินทางท่องเที่ยวไป ต่างประเทศด้วยตนเอง โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ นักท่องเที่ยวกล่าวถึง ประกอบด้วย เป็นผู้ที่ชอบ

ความอิสระ ชอบการผจญภัย ชอบความท้าทาย เป็นผู้ที่เสาะหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ด้วยตนเอง และเป็นผู้ที่ชอบตัดสินใจด้วยตนเอง และไม่ชอบปฏิบัติ ตามคำสั่งของผู้อื่น จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตดังกล่าวมีความสอดคล้อง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เป็นเหตุผลที่สมเหตุสมผลที่ทำให้ นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศ ด้วยตนเอง แทนที่จะเลือกเดินทางท่องเที่ยวกับ บริษัทนำเที่ยวนักท่องเที่ยวบางคนกล่าวว่าถึงแม้การเดินทาง ท่องเที่ยวด้วยตนเองอาจจะทำให้พวกเขาต้องพบปัญหา หรือความยากลำบากในการเดินทาง และต้องตัดสินใจ ในทุกเรื่องด้วยตนเอง โดยไม่มีที่ผู้นำเที่ยวเป็นที่พึ่ง แต่พวกเขาก็มองว่า ปัญหา หรือความยากลำบาก ไม่ใช่ สิ่งที่ไม่ดี แต่ตรงกันข้ามสิ่งเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่ง ของประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่ทำให้การเดินทาง ท่องเที่ยวของพวกเขา มีสีสัน และสร้างความประทับใจ ที่น่าจดจำ ทำให้การเดินทางท่องเที่ยว “สนุก” มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ผลของการวิจัยนี้ นอกจากจะช่วยสร้าง องค์ความรู้ด้านแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ เลือกวางแผนและเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองแล้ว ยังช่วยให้บริษัทนำเที่ยวได้เข้าใจเหตุผลที่นักท่องเที่ยว ไม่เลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวด้วย จึงความเข้าใจนี้ จะช่วยให้บริษัทนำเที่ยวสามารถปรับ หรือ ดัดแปลง สินค้าทางการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวได้ อาทิ จัดโปรแกรมนำเที่ยวที่จัดรวมบริการ ทางการท่องเที่ยวบางประการเพื่อเสนอให้กับนักท่องเที่ยว เช่น โปรแกรมนำเที่ยวที่มีเฉพาะตัวเครื่องบินไป-กลับ และที่พัก และให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางท่องเที่ยว ด้วยตนเอง เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์กับธุรกิจ

ให้บริการทางการท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น โรงแรม สายการบิน ที่จะเสนอขายสินค้าทางการท่องเที่ยวได้ตรงกับ
ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยวและบริษัทประกันภัยการเดินทาง ความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด

รายการอ้างอิง

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. **Qualitative Research in Psychology**, 3(2), 77-101.
- Cohen, E. (1972). Toward a Sociology of International Tourism. **Social Research**, 39(1), 164-182.
- Dann, G. (1977). Anomie, Ego-Enhancement and Tourism. **Annals of Tourism Research**, 4(4), 184-194.
- _____. (1981). Tourist Motivation an Appraisal. **Annals of Tourism Research**, 8(2), 187-219.
- Page, S., & Connell, J. (2009). **Tourism: A Modern Synthesis**. Andover: South-Western Cengage Learning.
- Sharpley, R. (2003). **Tourism, Tourists & Society**. (3 rd (revised) ed). Huntingdon: ELM.
- _____. (2006). **Travel and Tourism**. London: Sage.