

ความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวมาเลเซีย ภายใต้สถานการณ์ความไม่สงบพื้นที่ด่านชายแดนไทย

อำเภอเบตง จังหวัดยะลา

The Willingness of Malaysian Tourists' Revisit during Unrest Situation in Border Area of Thailand, Betong District, Yala Province

รัชชิดา สังขดวง^{1*} และ ธนินทร์ สังขดวง²

Ranchida Sangkhaduang^{1*} and Thanin Sangkhaduang²

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจ ความพึงพอใจ อุปสรรคหรือความกังวล รวมทั้งการประเมินผลถึงประโยชน์ที่ได้รับโดยรวม ในการมาเยือนไทยของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ ภายใต้สถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ ระเบียบวิธีการศึกษาที่ใช้คือ การวิจัยเชิงปริมาณ ศึกษาในพื้นที่เขตเทศบาลเมืองเบตงโดยใช้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่มาเที่ยวซ้ำ 139 ตัวอย่าง ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ที่เป็นแบบเฉพาะเจาะจง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียส่วนใหญ่ ตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำในระดับความตั้งใจปานกลางโดยระดับแรงจูงใจ ความพึงพอใจ อุปสรรคหรือความกังวลรวมทั้งการประเมินผลถึงประโยชน์ที่ได้รับโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: การกลับมาเที่ยวซ้ำ, นักท่องเที่ยวมาเลเซีย, สถานการณ์ความไม่สงบ, การท่องเที่ยวชายแดน, เบตง

¹ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เลขที่ 181 หมู่ 6 เจริญประดิษฐ์ ตำบลรูสะมิแล อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี 94000

¹ Faculty of Humanities and Social Sciences, Prince of Songkla University, 181 Moo 6, Charoenpradit, Rusamila, Muang, Pattani 94000, Thailand.

² วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เลขที่ 179 หมู่ 3 ตำบลไม้ฝาด อำเภอสิเกา จังหวัดตรัง 92150

² College of Hospitality and Tourism, Rajamangala University of Technology Srivijaya, 179 Moo 3, Maifad, Sikao, Trang 92150, Thailand.

* ผู้นิพนธ์ประสานงาน ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Corresponding author, e-mail): ranchida.s@psu.ac.th

ABSTRACT

This study aims to investigate motivations, satisfactions, barriers or concerns, including an assessment of the benefits gained from visiting Thailand of Malaysian tourists that affected their willingness to revisit during unrest situation in the area. Research design used in the study was quantitative method. The area of the study was Betong municipal area. The samples were 139 Malaysian tourists who revisited Betong. The major findings were as follows: The majority of Malaysian tourists' revisit intention was moderate, while, motivations, satisfactions, barriers or concerns, including an assessment of the benefits gained from visiting Thailand had related to their willingness to revisit with the statistically significance level at .05.

Key words: revisiting, Malaysian tourists, unrest situation, border tourism, Betong

บทนำ

ความเสี่ยง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ถือเป็นปัจจัยที่มีผลกับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นมูลเหตุสำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวระงับการเดินทาง ถึงแม้ว่าจะมีความชื่นชอบในสถานที่นั้นๆ มากเท่าไรก็ตาม (Kim and Chalip, 2004) และจากสถานการณ์ความรุนแรงและเหตุการณ์ความไม่สงบชายแดนใต้ของไทย ที่ปรากฏขึ้นตั้งแต่เดือนมกราคม 2547 จนถึงเดือนธันวาคม 2557 ระยะเวลาผ่านไปเกือบ 11 ปี พบว่าเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบไปแล้วรวมทั้งสิ้นมากถึง 14,688 เหตุการณ์ จำแนกเป็นผู้เสียชีวิต 6,286 ราย และผู้บาดเจ็บ 11,366 ราย ได้ส่งผลกระทบต่ออย่างหนักและต่อเนื่อง ให้แก่สังคม รวมทั้งภาคธุรกิจและการบริการในพื้นที่เป็นอย่างมาก (ศูนย์เฝ้าระวังสถานการณ์ภาคใต้, 2558)

ขณะเดียวกันแหล่งท่องเที่ยวชายแดนที่สำคัญของไทย ที่เป็นพื้นที่ศูนย์รวมของนักท่องเที่ยวจำนวนมากเช่น อำเภอเบตง จังหวัด

ยะลา มีสถิติการเกิดเหตุความรุนแรง ตั้งแต่เดือนมกราคม 2547 – มกราคม 2557 จำนวนถึง 144 เหตุการณ์ (ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้, 2558) โดยเหตุการณ์ล่าสุด เกิดเมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2557 ที่ผ่านมา กลุ่มผู้ก่อความไม่สงบวางระเบิดใจกลางแหล่งธุรกิจ ในพื้นที่เทศบาลเมืองเบตงส่งผลให้ทั้งคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย เสียชีวิต 2 รายและบาดเจ็บอีก 55 ราย (ไทยรัฐทีวี, 2557) อย่างไรก็ตาม กลับพบว่าแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เข้ามาเที่ยวไทย เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี สวนทางกับทิศทางของความน่าจะเป็นโดยในปี 2555 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอำเภอเบตง จังหวัดยะลา มีจำนวน 206,245 คน และเพิ่มเป็น 223,667 คน ในปี 2556 ซึ่งมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นถึงร้อยละ 8.45 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า (กรมการท่องเที่ยว, 2557)

จำนวนงานวิจัยที่ศึกษาจากแง่มุมของนักท่องเที่ยว เพื่อช่วยในการวางแผนและจัดการการ

ท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งหัวข้อ ที่มีนักวิจัยนิยมศึกษา อยู่เป็นจำนวนมาก (Yoon and Uysal, 2005) จากรายงานการวิจัยในก่อนหน้าพบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการครั้งแรก มีรูปแบบ กระบวนการแตกต่างอย่างชัดเจน กับพฤติกรรม ผู้บริโภคที่มีการใช้บริการเป็นประจำหรือใช้ บริการแบบซ้ำ (Oppermann, 2000) และประโยชน์ จากการที่นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำหลายๆ ครั้ง ไม่ได้เป็นเพียงแค่แหล่งรายได้ที่มั่นคง เท่านั้น หากแต่ยังทำหน้าที่เสมือนเครือข่าย เชื่อมโยงที่แสดงถึงความผูกพัน ระหว่างนัก ท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ (Lua and Mckercher, 2004) โดยการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ส่งผลต่อ แนวโน้มที่จะเดินทางกลับไปเที่ยวซ้ำ (Moufakkir, 2008) นอกจากนี้ ทัศนคติดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว ไม่เพียงแต่ส่งผลให้เกิด ความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังมี ส่วนสำคัญในการบอกต่อเป็นคำพูดระหว่าง ปากต่อปากในกลุ่ม ซึ่งถือเป็นการโฆษณาที่ไม่มี ค่าใช้จ่าย เป็นประโยชน์โดยตรงต่อสถานที่ ท่องเที่ยวในการลดค่าใช้จ่ายการโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ (Swarbrooke and Horner, 2007; Choo and Petric, 2014) ดังนั้น ความเข้าใจถึงการ รับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ ของสถานที่ท่องเที่ยว จึงมีส่วนสำคัญอย่างมาก ในการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจต่อความ ต้องการของตลาดเป้าหมาย (Moufakkir, 2008)

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ปัจจัยที่เป็นสาเหตุของความตั้งใจในการกลับมา เที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวประกอบด้วยแรงจูงใจ ในการท่องเที่ยว ทั้งปัจจัยดึงดูดและปัจจัยผลักดัน (Pesonen *et al.*, 2011) ความพึงพอใจของนัก ท่องเที่ยว (Jayaraman *et al.*, 2010) และการรับ

รู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยว (Lehto *et al.*, 2004) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญและส่งผล กระทบต่อความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำของ นักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่า การ ศึกษาเรื่องแรงจูงใจความพึงพอใจและการรับ รู้ความเสี่ยงที่เป็นผลให้นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ ทั้งๆ ที่สถานที่ท่องเที่ยวใน พื้นที่บริเวณชายแดนภาคใต้ของไทยจะอยู่ภายใต้ สถานการณ์ความไม่สงบ มีความเสี่ยงต่อเหตุร้าย และความรุนแรง ยังไม่พบว่ามีงานวิจัยลักษณะนี้ ตีพิมพ์เผยแพร่มาก่อนทั้งหมดนี้จึงนำไปสู่การ ศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เพื่อที่จะทราบได้ถึงปัจจัยที่ เป็นสาเหตุให้กลับมาเที่ยวซ้ำของกลุ่มนัก ท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เข้ามาเที่ยวในพื้นที่เทศบาล เมืองเบตง เพื่อตอบสนองได้ตรงต่อความต้องการ แท้จริงของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาแรงจูงใจ ความพึงพอใจ อุปสรรคหรือความกังวลรวมทั้งการประเมินผล ถึงประโยชน์ที่ได้รับโดยรวมในการมาเยือนไทย ของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ที่ส่งผลต่อความ ตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ ในพื้นที่เทศบาลเมืองเบตง จังหวัดยะลา

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบวิจัย

ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative technique) ใช้ประโยชน์จากแบบสอบถามจาก กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่มี ประสบการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่เทศบาลเมือง เบตง จังหวัดยะลา

กลุ่มตัวอย่าง

คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Cochran (1953) โดยกำหนดสัดส่วนของประชากรนักท่องเที่ยวเท่ากับ 20% ที่ความเชื่อมั่น 95 % และคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ทำให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 139 ตัวอย่างโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ที่เป็นแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถามที่เป็นภาษาอังกฤษและภาษามาลายูมาเลเซีย (อักษรโรมัน) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. คำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ กลุ่มชาติพันธุ์ สถานที่พำนักในประเทศมาเลเซีย สถานะภาพสมรส ระดับการศึกษา สถานะภาพการทำงาน รายได้ครัวเรือน

2. คำถามเกี่ยวกับรายละเอียดในการเดินทาง ระยะเวลาในการพำนัก พาหนะที่ใช้ จำนวนสมาชิกร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่าย จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวชายแดนไทย

3. คำถามที่ใช้ Likert rating scale, 5 point โดยคะแนนที่ 1 หมายถึง “ไม่เห็นด้วยมากที่สุด” ในขณะที่ คะแนนที่ 5 หมายถึง “เห็นด้วยมากที่สุด” อันประกอบไปด้วย

3.1 คำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

3.2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของนักท่องเที่ยว

3.3 คำถามเกี่ยวกับอุปสรรคหรือความกังวลของนักท่องเที่ยว

3.4 คำถามเกี่ยวกับการประเมินผลถึง

ประโยชน์ที่ได้รับโดยรวมในการมาเยือนไทย

4. คำถามที่ให้ภาคการณ้เกี่ยวกับความเป็นไปได้ในอนาคต ต่อความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวมาเลเซียโดยให้ตอบเป็นอัตราส่วนร้อยละ มีคะแนน ตั้งแต่ 0 ถึง 100 คะแนน

เกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายดัดแปลงจากเกณฑ์ที่ใช้แบ่งระดับคะแนนของ Christensen *et al.* (1994) เพื่อใช้ในการหาค่าเฉลี่ยของคำตอบในคำถามย่อยโดยแบ่งระดับคะแนนออกเป็น 3 กลุ่มประกอบไปด้วย

กลุ่มที่ 1 คะแนนตั้งแต่ 0-49 หมายถึง มีความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำน้อย

กลุ่มที่ 2 คะแนนตั้งแต่ 50-79 หมายถึง มีความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำระดับปานกลาง

กลุ่มที่ 3 คะแนนตั้งแต่ 80-100 หมายถึง มีความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำเป็นอย่างมาก

ทดลองใช้สำรวจเบื้องต้น (Pilot survey) โดยนำแบบสอบถามไปใช้กับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่เขตเทศบาลตำบลสำนักขาม อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค (Croubach's alpha coefficient) คำถามจำนวนทั้งหมด 37 ข้อ มีค่าเป็น 0.882 ขณะเดียวกัน ซึ่งเกินค่าประเมินความน่าเชื่อถือที่แนะนำที่ใช้ ที่มีค่าอยู่ที่ 0.70 (Nunnally, 1978)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยคำนวณหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมทั้ง การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple linear regression)

ผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างเพศชาย (ร้อยละ 69.1) มีมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 30.9) ในสัดส่วนมากกว่าสองเท่าส่วนใหญ่มี่ช่วงอายุระหว่าง 21-35 ปี (ร้อยละ 34.5) กลุ่ม 20 ปีลงมา (ร้อยละ 30.9) และ 36-50 (ร้อยละ 20.1) ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีเชื้อชาติมาเลย์ (ร้อยละ 74.1) และเชื้อชาติจีนรองลงมา (ร้อยละ 21.6) มีภูมิลำเนาอยู่ที่รัฐเปเรติดกับชายแดนไทย (ร้อยละ 71.2) สถานะโสด (ร้อยละ 45.3) และสมรส (ร้อยละ 48.2) กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่ง จบการศึกษาในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาตอนต้น (ร้อยละ 47.5) ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 42.4) มีรายได้ 2000-4000 ริงกิตหรือประมาณ 20,000-40,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 39.6) รองลงมา เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 2,000 ริงกิต หรือน้อยกว่าประมาณ 20,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 31.7)

2. กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมากกว่าครึ่งเลือกเดินทางแบบไม่ค้างคืน (ร้อยละ 59.7) รองลงมาเป็นกลุ่มที่พัก 2-3 วัน (ร้อยละ 23) ตามลำดับ ยานพาหนะโดยส่วนใหญ่ ใช้รถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 57.6) สมาชิกร่วมเดินทางส่วนใหญ่มีจำนวนน้อยกว่า 5 คน (ร้อยละ 80.6) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละครั้ง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้จ่ายระหว่าง 101 – 1000 ริงกิตหรือประมาณ 1,000-10,000 บาทต่อเที่ยว (ร้อยละ 69.8) และน้อยกว่า 100 ริงกิต หรือประมาณ 1,000 บาทต่อเที่ยว (ร้อยละ 24.5) ตามลำดับกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเดินทางมาเที่ยวแล้ว 2-5 ครั้ง (ร้อยละ 35.3) และมากกว่า 10 ครั้ง (ร้อยละ 34.5)

3. กลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยผลักดัน 3 อันดับแรกประกอบไปด้วยข้อ 6) เพื่อเติมเต็มความฝันในการไปเยือนต่างประเทศ (คะแนนเฉลี่ย 3.94)

ข้อ 7) เพื่อประสบการณ์และสิ่งที่น่าสนใจ (คะแนนเฉลี่ย 3.88) และข้อ 2) เพื่อใช้เวลาที่มีความสุขกับครอบครัว (คะแนนเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับในขณะที่ปัจจัยดึงดูด 3 อันดับแรกประกอบไปด้วย ข้อ 11) เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (คะแนนเฉลี่ย 3.94) ข้อ 18) เป็นสถานที่ซื้อผลไม้ที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย (คะแนนเฉลี่ย 3.94) และข้อ 13) เป็นสถานที่เพลิดเพลินกับอาหารท้องถิ่นดั้งเดิมที่หลากหลาย (คะแนนเฉลี่ย 3.90) ดังแสดงในตารางที่ 1

4. กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ 3 อันดับแรกประกอบไปด้วย ข้อ 4) ภาพรวมความคุ้มค่าของเงินที่ใช้จ่าย (คะแนนเฉลี่ย 4.06) ข้อ 5) คุณภาพและความหลากหลายของอาหาร (คะแนนเฉลี่ย 4.06) และข้อ 6) ความสะอาดของบ้านเมือง (คะแนนเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับในขณะที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด ในข้อ 1) มาตรฐานคุณภาพของที่พัก (คะแนนเฉลี่ย 3.79) ดังแสดงในตารางที่ 2

5. กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าอุปสรรคหรือความกังวลอันดับแรก คือ ข้อ 4) กลัวการถูกทำร้ายหรือฆาตกรรม โดยกลุ่มก่อความไม่สงบในบริเวณพื้นที่ชายแดนไทย (คะแนนเฉลี่ย 3.5) ในขณะที่มีความกังวลน้อยที่สุด คือ ข้อ 3) การเดินทางมายังพื้นที่ชายแดนไทยมีความเสี่ยงต่อการโจรกรรมและอาชญากรรม (คะแนนเฉลี่ย 3.28) ดังแสดงในตารางที่ 3

6. การประเมินผลถึงประโยชน์ที่ได้รับโดยรวมของกลุ่มตัวอย่าง ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 3) ภาพรวมของประสบการณ์ที่ได้รับจากการเดินทางมาเยือนพื้นที่ชายแดนไทยมีความคุ้มค่า (คะแนนเฉลี่ย 3.85) ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแยกหัวข้อที่มีสาเหตุมาจากปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด

ปัจจัยผลักดัน	ระดับคะแนน					Mean	SD
	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)		
ถ้าท่านมีโอกาสมาเยี่ยมเยือนเมืองชายแดนไทยอีกครั้ง สิ่งที่ท่านอยากจะทำคือ....							
1) เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย	4.3	11.5	23.7	35.3	25.2	3.65	1.11
2) เพื่อใช้เวลาที่มีความสุขกับครอบครัว	1.4	12.9	20.9	28.8	36.0	3.85	1.10
3) เพื่อใช้เวลาที่มีความสุขกับเพื่อนๆ	7.2	12.9	23.7	31.7	24.5	3.53	1.20
4) เพื่อหยุดพักจากชีวิตประจำวันที่น่าวุ่นวาย	4.3	8.6	31.7	29.5	24.5	3.70	1.26
5) เพื่อเก็บเกี่ยวประสบการณ์แตกต่าง วัฒนธรรม	4.3	5.0	29.5	30.2	29.5	3.84	1.24
6) เพื่อเติมเต็มความฝันในการไปเยือน ต่างประเทศ	7.9	5.8	13.7	36.0	35.3	3.94	1.34
7) เพื่อประสบการณ์และสิ่งที่น่าสนใจ	2.9	10.1	24.5	27.3	33.8	3.88	1.27
8) เพื่อมองหาสิ่งที่ไม่เคยเห็นใน ชีวิตประจำวัน	7.9	11.5	18.0	23.0	38.1	3.81	1.44
ปัจจัยดึงดูด	SCALE					Mean	SD
	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)		
ถ้าท่านมีโอกาสมาเยี่ยมเยือนเมืองชายแดนไทยอีกครั้ง สิ่งที่ท่านอยากจะทำคือ....							
9) เป็นสถานที่จับจ่ายสินค้า	8.6	6.5	23	29.5	30.9	3.76	1.38
10) เป็นสถานที่เที่ยวชมทิวทัศน์	2.9	12.9	23	33.1	26.6	3.76	1.26
11) เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์	2.9	7.2	25.2	28.8	34.5	3.94	1.23
ถ้าท่านมีโอกาสมาเยี่ยมเยือนเมืองชายแดนไทยอีกครั้ง สิ่งที่ท่านอยากจะทำคือ....							
12) เป็นสถานที่เยี่ยมเพื่อนหรือญาติ	4.3	4.3	28.8	35.3	25.9	3.83	1.20
13) เป็นสถานที่เพลิดเพลินกับอาหาร ท้องถิ่นดั้งเดิมที่หลากหลาย	6.5	9.4	16.5	28.8	37.4	3.90	1.36
14) เป็นสถานที่เข้าร่วมในเทศกาลและ นิทรรศการต่างๆ	5.0	15.8	30.2	28.1	19.4	3.50	1.30
15) เป็นสถานที่เพลิดเพลินไปกับการ นวดแผนไทย	5.0	16.5	29.5	26.6	20.9	3.50	1.32
ถ้าท่านมีโอกาสมาเยี่ยมเยือนเมืองชายแดนไทยอีกครั้ง สิ่งที่ท่านอยากจะทำคือ....							
16) เป็นสถานที่สัมผัสได้กับเสน่ห์ของ คนไทย	2.2	10.1	33.1	33.1	20.1	3.68	1.18

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ปัจจัยดึงดูด	ระดับคะแนน					Mean	SD
	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)		
17) เป็นสถานที่ซื้อสินค้าพื้นเมืองหรืองานหัตถกรรมที่มีชื่อเสียง	4.3	6.5	30.9	30.9	25.9	3.76	1.24
18) เป็นสถานที่ซื้อผลไม้ที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย	10.8	5.8	16.5	26.6	36.7	3.94	1.63
19) เป็นสถานที่สัมผัสกับประสบการณ์ในอุตสาหกรรมบันเทิง (เช่น ไนต์คลับ, คาราโอเกะ)	10.8	24.5	30.2	12.9	18.0	3.24	1.67
20) เป็นสถานที่เพลิดเพลินไปกับกีฬา	4.3	15.8	41.0	19.4	15.8	3.48	1.50

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ระดับคะแนน					Mean	SD
	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)		
1) มาตรฐานคุณภาพของที่พักร	8.6	9.4	20.9	36.7	19.4	3.79	1.67
2) คุณภาพการให้บริการ	7.2	9.4	18.0	45.3	15.1	3.82	1.61
3) ภาพรวมความปลอดภัยและการรักษาความสงบ	5.8	10.8	20.9	42.4	15.1	3.81	1.60
4) ภาพรวมความคุ้มค่าของเงินที่ใช้จ่าย	2.9	8.6	14.4	48.2	20.9	4.06	1.49
5) คุณภาพและความหลากหลายของอาหาร	4.3	7.9	16.5	40.3	25.9	4.06	1.55
6) ความสะอาดของบ้านเมือง	1.4	8.6	23.0	46.8	15.1	3.96	1.46
7) ภาพรวมสุขลักษณะและสุขอนามัย	4.3	10.1	25.9	36	18.7	3.85	1.58
8) ความพร้อมของป้ายต่างๆ ทั้งภาษาอังกฤษและภาษามลายู	7.2	2.9	25.9	36.7	22.3	3.94	1.59
9) ความสามารถในการสื่อสารของภาษาอังกฤษและภาษามลายูของผู้ให้บริการ	5.8	7.2	24.5	41	16.5	3.86	1.57
10) ความสะดวกในการเดินทางผ่านสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองประเทศไทย	5.8	5.8	22.3	40.3	20.9	3.95	1.57

ตารางที่ 3 แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอุปสรรคหรือความกังวลของนักท่องเที่ยว
อุปสรรคหรือความกังวลของ
นักท่องเที่ยว

	ระดับคะแนน					Mean	SD
	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)		
1) คนรอบข้างที่มีความสำคัญ (ครอบครัว เพื่อน คนรัก ฯลฯ) ไม่เห็นด้วยกับการมาเที่ยวพื้นที่ ชายแดนไทย	5.0	18.0	29.5	34.5	10.1	3.44	1.41
2) การเดินทางมายังพื้นที่ชายแดนไทย มีความเสี่ยงต่อสุขอนามัย	2.9	17.3	39.6	25.2	12.2	3.44	1.37
3) การเดินทางมายังพื้นที่ชายแดนไทย มีความเสี่ยงต่อการโจรกรรมและ อาชญากรรม	10.8	10.8	38.1	31.7	5.8	3.28	1.44
4) กลัวการถูกทำร้ายหรือฆาตกรรม โดยกลุ่มก่อความไม่สงบ ในบริเวณ พื้นที่ชายแดนไทย	6.5	8.6	34.5	40.37	7.2	3.50	1.35

ตารางที่ 4 แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การประเมินผลถึงประโยชน์ที่ได้รับโดย
รวมของนักท่องเที่ยว

การประเมินผลถึงประโยชน์ที่ได้รับ โดยรวมของนักท่องเที่ยวมาเลเซีย	ระดับคะแนน					Mean	SD
	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)		
1) การเดินทางมาเที่ยว ในพื้นที่ชายแดน ไทยมีคุณค่าเหนือกว่าความกลัวอันตราย	16.5	16.5	31.7	26.6	5.8	3.06	1.54
2) การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ ชายแดนไทย สะท้อนภาพที่เป็นบวก มากกว่าลบ	1.4	24.5	41	25.9	4.3	3.24	1.31
3) ภาพรวมของประสบการณ์ที่ได้รับ จากการเดินทางมาเยือนพื้นที่ชายแดน ไทยมีความคุ้มค่า	-	13.7	21.6	42.4	19.4	3.85	1.29

7. ผลจากการทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่ายที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยได้ค่า p -value มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ โดยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยผลักดันคือ ข้อ 1) เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย (p -value = 0.006) ข้อ 2) เพื่อใช้เวลาที่มีความสุขกับครอบครัว (p -value = 0.001) ข้อ 4) เพื่อหยุดพักจากชีวิตประจำวันที่วุ่นวาย (p -value = 0.012) ข้อ 5) เพื่อเก็บเกี่ยวประสบการณ์แตกต่างวัฒนธรรม (p -value = 0.008) ข้อ 6) เพื่อเติมเต็มความฝันในการไปเยือนต่างประเทศ (p -value = <0.001) ข้อ 7) เพื่อประสบการณ์และสิ่งที่น่าสนใจ (p -value = 0.007) ข้อ 8) เพื่อมองหาสิ่งที่ไม่เคยเห็นในชีวิตประจำวัน (p -value = <0.001) และปัจจัยดึงดูดคือข้อ 9) เป็นสถานที่ที่จับจ่ายสินค้า (p -value = < 0.001) ข้อ 10) เป็นสถานที่ที่วิวทิวทัศน์ (p -value = <0.001) ข้อ 11) เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (p -value = 0.03) ข้อ 12) เป็นสถานที่เยี่ยมเพื่อนหรือญาติ (p -value = 0.002) ข้อ 13) เป็นสถานที่เพลิดเพลินกับอาหารท้องถิ่นดั้งเดิมที่หลากหลาย (p -value = <0.001) ข้อ 15) เป็นสถานที่เพลิดเพลินไปกับการนวดแผนไทย (p -value = 0.03) ข้อ 16) เป็นสถานที่สัมผัสได้กับแพทย์ของคนไทย (p -value = 0.005) และข้อ 18) เป็นสถานที่ซื้อผลไม้ที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย (p -value = 0.019) ที่ p -value มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ดังนั้น จึงมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Regression coefficient) ต่างมีค่าเป็นบวกแสดงว่าความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์

ต่อความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ในขณะที่ค่าสัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจ (R^2) ซึ่งเป็นค่าที่บอกว่าแรงจูงใจใด มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำมากที่สุด พบว่าความสัมพันธ์สูงสุด 3 อันดับแรกคือข้อ 6) เติมเต็มความฝันในการไปเยือนต่างประเทศ ($R^2 = 0.143$) ข้อ 8) เพื่อมองหาบางสิ่งที่ไม่เคยเห็นในชีวิตประจำวัน ($R^2 = 0.116$) และข้อ 9) เป็นสถานที่ที่จับจ่ายซื้อสินค้า ($R^2 = 0.109$) ซึ่งแสดงว่าความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำและแรงจูงใจค่าที่มากที่สุด มีความสัมพันธ์กันเพียงร้อยละ 14.3, 11.6 และ 10.9 ตามลำดับ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่านอกจากแรงจูงใจแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกด้วย ดังแสดงในตารางที่ 5

8. ผลจากการทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่ายที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยได้ค่า p -value มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญโดยความพึงพอใจใน ข้อ 1) มาตรฐานคุณภาพของที่พักร (p -value = 0.013) ข้อ 2) คุณภาพการให้บริการ (p -value = 0.015) ข้อ 5) คุณภาพและความหลากหลายของอาหาร (p -value = 0.005) ข้อ 7) ภาพรวมสุขลักษณะและสุขอนามัย (p -value = 0.014) และ ข้อ 8) ความพร้อมของป้ายต่างๆ ทั้งภาษาอังกฤษและภาษามลายู (p -value = <0.001) ที่ p -value มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ดังนั้น จึงมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Regression coefficient) ต่างมีค่าเป็นบวกแสดงว่าความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในทิศทางเดียวกันกล่าวคือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ใน

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย ในการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่อความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำ

ตัวแปรอิสระ	Intercept	Coefficient	S.E.	R ²	Sig
ปัจจัยผลักดัน					
1) เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย	56.296	3.547	1.27	0.055	0.006*
2) เพื่อใช้เวลาที่มีความสุขกับครอบครัว	52.057	4.484	1.274	0.084	0.001*
3) เพื่อใช้เวลาที่มีความสุขกับเพื่อนๆ	66.473	0.788	1.218	0.003	0.519
4) เพื่อหยุดพักจากชีวิตประจำวันที่น่าวุ่นวาย	57.12	3.348	1.312	0.046	0.012*
5) เพื่อเก็บเกี่ยวประสบการณ์แตกต่าง					
วัฒนธรรม	55.713	3.592	1.324	0.052	0.008*
6) เพื่อเติมเต็มความฝันในการไปเยือน					
ต่างประเทศ	48.641	5.335	1.123	0.143	<0.001*
7) เพื่อประสบการณ์และสิ่งที่น่าสนใจ	55.973	3.489	1.279	0.052	0.007*
8) เพื่อมองหาสิ่งที่ไม่เคยเห็นใน					
ชีวิตประจำวัน	52.757	4.419	1.052	0.116	<0.001*
ปัจจัยดึงดูด					
9) เป็นสถานที่ที่จับจ่ายสินค้า	52.436	4.559	1.12	0.109	<0.001*
10) เป็นสถานที่ที่วุ่นวายทันสมัย	51.558	4.797	1.264	0.096	<0.001*
11) เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม					
และประวัติศาสตร์	57.954	2.923	1.337	0.034	0.03*
12) เป็นสถานที่เยี่ยมเพื่อนหรือญาติ	53.049	4.316	1.36	0.069	0.002*
13) เป็นสถานที่เพลิดเพลินกับอาหาร					
ท้องถิ่นดั้งเดิมที่หลากหลาย	52.692	4.327	1.132	0.098	<0.001*
14) เป็นสถานที่เข้าร่วมในเทศกาลและ					
นิทรรศการต่างๆ	66.141	0.908	1.29	0.004	0.483
15) เป็นสถานที่เพลิดเพลินไปกับการนวด					
แผนไทย	59.864	2.739	1.247	0.034	0.03*
16) เป็นสถานที่สัมผัสได้กับแฟชั่นของ					
คนไทย	54.591	4.071	1.422	0.057	0.005*
17) เป็นสถานที่ซื้อสินค้าพื้นเมืองหรือ					
งานหัตถกรรมที่มีชื่อเสียง	70.086	-0.229	1.364	0	0.867
18) เป็นสถานที่ซื้อผลไม้ที่มีชื่อเสียงของ					
ประเทศไทย	60.596	2.235	0.941	0.04	0.019*
19) เป็นสถานที่สัมผัสกับประสบการณ์					
ในอุตสาหกรรมบันเทิง (เช่น ในที่ลับ,					
คาราโอเกะ	70.183	-0.298	0.956	0.001	0.756
20) เป็นสถานที่เพลิดเพลินไปกับกีฬา	70.222	-0.289	1.082	0.001	0.79

* หมายถึง แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ขณะที่ค่าสัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจ (R^2) ซึ่งเป็นค่าที่บอกถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำมากที่สุด พบว่าความสัมพันธ์สูงสุด 2 อันดับแรกคือข้อ ข้อ 5) คุณภาพและความหลากหลายของอาหาร ($R^2 = 0.24$) และ ข้อ 8) ความพร้อมของป้ายต่างๆ ทั้งภาษาอังกฤษและภาษามลายู ($R^2 = 0.107$) ซึ่งแสดงว่าความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวค่าที่มากที่สุด มีความสัมพันธ์กันเพียงร้อยละ 24 และ 10.7 ตามลำดับ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่านอกจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกด้วย ดังแสดงในตารางที่ 6

9. ผลจากการทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่ายที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยได้ค่า p -value มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ โดยอุปสรรคหรือความกังวลใน ข้อ 1) คนรอบข้างที่มีความสำคัญ (ครอบครัว เพื่อน คนรัก ฯลฯ) ไม่เห็นด้วยกับการมาเที่ยวพื้นที่ชายแดนไทย (p -value = 0.001) ข้อ 2) การเดินทางมายังพื้นที่ชายแดนไทยมีความเสี่ยงต่อสุขอนามัย (p -value = 0.011) ข้อ 3) การเดินทางมายังพื้นที่ชายแดนไทยมีความเสี่ยงต่อการโจรกรรมและอาชญากรรม (p -value = 0.007) และ ข้อ 4) กลัวการถูกทำร้ายหรือฆาตกรรม โดยกลุ่มก่อความไม่สงบ ในบริเวณพื้นที่ชายแดนไทย (p -value = 0.001) ดังนั้น จึงมีความสัมพันธ์

ตารางที่ 6 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย ในการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำ

ตัวแปรอิสระ	Intercept	Coefficient	S.E.	R^2	Sig
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว					
1) มาตรฐานคุณภาพของที่พักร	60.689	2.302	0.915	0.045	0.013*
2) คุณภาพการให้บริการ	60.449	2.348	0.954	0.043	0.015*
3) ภาพรวมความปลอดภัยและการรักษาความสงบ	64.727	1.21	0.981	0.011	0.22
4) ภาพรวมความคุ้มค่าของเงินที่ใช้จ่าย	61.81	1.864	1.047	0.023	0.077
5) คุณภาพและความหลากหลายของอาหาร	57.997	2.821	0.983	0.24	0.005*
6) ความสะอาดของบ้านเมือง	61.192	2.073	1.078	0.027	0.057
7) ภาพรวมสุขลักษณะและสุขอนามัย	60.106	2.421	0.977	0.044	0.014*
8) ความพร้อมของป้ายต่างๆ ทั้งภาษาอังกฤษและภาษามลายู	54.705	3.757	0.935	0.107	<0.001*
9) ความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษามลายู ของผู้ให้บริการ	62.2	1.862	0.99	0.026	0.062
10) ความสะดวกในการเดินทางผ่านสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองประเทศไทย	63.045	1.599	0.995	0.019	0.11

* หมายถึง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ต่อความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ประสิทธิผลถดถอย (Regression Coefficient) ต่างมีค่าเป็นลบแสดงว่าความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามกล่าวคืออุปสรรคหรือความกังวลของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม ในขณะที่ค่าสัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจ (R^2) ซึ่งเป็นค่าที่บอกว่าคุณอุปสรรคหรือความกังวลของนักท่องเที่ยวใด มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำมากที่สุด พบว่าความสัมพันธ์สูงสุด 2 อันดับแรกคือข้อ 1) คนรอบข้างที่มีความสำคัญ (ครอบครัว เพื่อน คนรัก ฯลฯ) ไม่เห็นด้วยกับการมาเที่ยวพื้นที่ชายแดนไทย ($R^2 = 0.074$) และ ข้อ 4) กลัวการถูกทำร้ายหรือฆาตกรรม โดยกลุ่มก่อความไม่สงบ ในบริเวณพื้นที่ชายแดนไทย ($R^2 = 0.073$) ซึ่งแสดงว่าความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำและอุปสรรค

หรือความกังวลของนักท่องเที่ยวค่าที่มากที่สุด มีความสัมพันธ์กันเพียงร้อยละ 7.4 และ 7.3 ตามลำดับดังนั้นจึงกล่าวได้ว่านอกจากอุปสรรคหรือความกังวลของนักท่องเที่ยวแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกด้วย ดังแสดงในตารางที่ 7

10. ผลจากการทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่ายที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยได้ค่า p -value มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญโดยการประเมินผลถึงประโยชน์ที่ได้รับโดยรวมของนักท่องเที่ยว ข้อ 1) การเดินทางมาเที่ยว ในพื้นที่ชายแดนไทยมีคุณค่าเหนือกว่าความกลัวอันตราย (p -value = 0.038) ข้อ 2) การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ชายแดนไทย สะท้อนภาพที่เป็นบวกมากกว่าลบ (p -value = <0.001) และ ข้อ 3) ภาพรวมของประสบการณ์ที่ได้รับจากการเดินทางมาเยือนพื้นที่ชายแดนไทย มีความคุ้มค่า (p -value = <0.001) ดังนั้น จึงมี

ตารางที่ 7 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย ในการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอุปสรรคหรือความกังวลของนักท่องเที่ยวต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ

ตัวแปรอิสระ	Intercept	Coefficient	S.E.	R^2	Sig
อุปสรรคหรือความกังวลของนักท่องเที่ยว					
1) คนรอบข้างที่มีความสำคัญ (ครอบครัว เพื่อน คนรัก ฯลฯ) ไม่เห็นด้วยกับการมาเที่ยวพื้นที่ชายแดนไทย	56.798	- 3.706	1.125	0.074	0.001*
2) การเดินทางมายังพื้นที่ชายแดนไทยมีความเสี่ยงต่อสุขอนามัย	58.985	- 3.055	1.181	0.047	0.011*
3) การเดินทางมายังพื้นที่ชายแดนไทยมีความเสี่ยงต่อการโจรกรรมและอาชญากรรม	59.437	- 3.066	1.122	0.052	0.007*
4) กลัวการถูกทำร้ายหรือฆาตกรรม โดยกลุ่มก่อความไม่สงบ ในบริเวณพื้นที่ชายแดนไทย	56.044	- 3.855	1.184	0.073	0.001*

* หมายถึงมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Regression coefficient) ต่างมีค่าเป็นบวกแสดงว่าความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือการประเมินผลถึงประโยชน์ที่ได้รับโดยรวมของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ในขณะที่ค่าสัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจ (R^2) ซึ่งเป็นค่าที่บอกว่าการประเมินผลถึงประโยชน์ที่ได้รับโดยรวมของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำมากที่สุด พบว่าความสัมพันธ์สูงสุด อันดับแรกคือ ข้อ 3) ภาพรวมของประสบการณ์ที่ได้รับจากการเดินทางมา

เยือนพื้นที่ชายแดนไทยมีความคุ้มค่า ($R^2 = 0.375$) ซึ่งแสดงว่าความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำและการประเมินผลถึงประโยชน์ที่ได้รับโดยรวมของนักท่องเที่ยวค่าที่มากที่สุด มีความสัมพันธ์กันเพียงร้อยละ 37.5 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่านอกจากการประเมินผลถึงประโยชน์ที่ได้รับโดยรวมของนักท่องเที่ยวแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกด้วยดังแสดงในตารางที่ 8

11. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำในระดับความตั้งใจปานกลาง และรองลงมาเป็นกลุ่มที่มีความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำในระดับความตั้งใจสูง (ร้อยละ 56.8 และ 27.3) ดังแสดงในตารางที่ 9

ตารางที่ 8 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย ในการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการประเมินผลถึงประโยชน์ที่ได้รับโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ

ตัวแปรอิสระ	Intercept	Coefficient	S.E.	R^2	Sig
การประเมินผลถึงประโยชน์ที่ได้รับโดยรวมของนักท่องเที่ยวมาเลเซีย					
1) การเดินทางมาเที่ยว ในพื้นที่ชายแดนไทย มีคุณค่าเหนือกว่าความกลัวอันตราย	57.881	3.824	1.011	0.096	<0.001*
2) การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ชายแดนไทย สะท้อนภาพที่เป็นบวกมากกว่าลบ	53.941	4.841	1.234	0.102	<0.001*
3) ภาพรวมของประสบการณ์ที่ได้รับจากการเดินทางมาเยือนพื้นที่ชายแดนไทยมีความคุ้มค่า	34.804	9.126	1.013	0.375	<0.001*

* หมายถึงมีความสัมพันธ์ต่อกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 9 แสดงข้อมูลความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว

ความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำ	จำนวน	ร้อยละ
มีความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำน้อย	20	14.4
มีความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำปานกลาง	79	56.8
มีความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำมาก	38	27.3
Missing data	2	1.4

สรุปและข้อเสนอแนะ

1. นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในพื้นที่เทศบาลเมืองเบตงเพศชายมีมากกว่าเพศหญิงในสัดส่วนมากกว่าสองเท่าส่วนใหญ่วัยมีช่วงอายุระหว่าง 21-35 ปีเชื้อสายมาลายูและจีน มีสัดส่วน 3:1 มาจากรัฐประทีที่อยู่ติดกับชายแดนไทยมากกว่าร้อยละ 70 สถานะโสดและสมรส มีสัดส่วนใกล้เคียงกันการศึกษาสูงสุดระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาตอนต้นประกอบธุรกิจส่วนตัวส่วนใหญ่มียรายได้ 2000-4000 ริงกิตหรือประมาณ 20,000-40,000 บาทต่อเดือนรองลงมาเป็นกลุ่มที่มีรายได้ไม่น้อยกว่า 2,000 ริงกิตหรือต่ำกว่าประมาณ 20,000 บาทต่อเดือนมากกว่าครึ่งเลือกเดินทางแบบไม่ค้างคืนเดินทางเป็นกลุ่มเล็กจำนวนน้อยกว่า 5 คน ใช้รถยนต์ส่วนตัว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางระหว่าง 101 - 1000 ริงกิตหรือประมาณ 1,000-10,000 บาทต่อเที่ยวเคยเดินทางมาเที่ยว 2-5 ครั้งและไม่ต่ำกว่า 10 ครั้งอยู่ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

ปัจจัย ด้านแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย คะแนนเฉลี่ยสูงสุดเท่ากัน 3 ข้อ คือ ความต้องการเติมเต็มความฝันของตนเองในการออกไปเที่ยวนอกประเทศเป็นสถานที่เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ และเป็นสถานที่จับจ่ายซื้อหาผลไม้ที่มีชื่อเสียงของประเทศไทยคะแนนเฉลี่ยสูงสุดรองลงมาคือเป็นสถานที่ที่สามารถเพลิดเพลินไปกับความหลากหลายของอาหารท้องถิ่นสอดคล้องกับข้อมูลด้านความพึงพอใจ ที่คะแนนเฉลี่ยสูงสุด 2 อันดับแรก ประกอบไปด้วย คุณภาพและความหลากหลายของอาหารที่มีให้บริการในพื้นที่ และความคุ้มค่าโดยรวมของจำนวนเงินที่จ่ายกับคุณค่าที่ได้รับ นอกจากนี้ ปัจจัยอุปสรรคหรือความกังวลของนักท่องเที่ยวมาเลเซียอันดับ

แรก คือความกลัวที่จะถูกทำร้ายหรือฉ้อโกงโดยการก่อการร้ายจากกลุ่มผู้ก่อความไม่สงบในพื้นที่ที่สอดคล้องกับเหตุการณ์วางระเบิดครั้งล่าสุดเกิดวันที่ 25 กรกฎาคม 2557 ที่ผ่านมาที่ส่งผลให้มีผู้บาดเจ็บและเสียชีวิตจำนวนมากหลายราย อย่างไรก็ตาม ส่วนใหญ่ของกลุ่มนักท่องเที่ยวมาเลเซียประเมินผลถึงประโยชน์ที่ได้รับโดยรวมว่า การเดินทางมาเที่ยว ในพื้นที่ชายแดนไทยมีความคุ้มค่าและมีความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำในระดับความตั้งใจปานกลาง รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำในระดับความตั้งใจสูง

2. ปัจจัย ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ที่มีความสัมพันธ์และส่งผลต่อความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำสูงสุด 3 อันดับแรกคือ เพื่อเติมเต็มความฝันในการไปเยือนต่างประเทศ เพื่อมองหาสิ่งที่ไม่เคยเห็นในชีวิตประจำวันและเป็นสถานที่จับจ่ายสินค้าตามลำดับ ขณะเดียวกันข้อที่เป็นสถานที่ได้สัมผัสกับประสบการณ์ในอุตสาหกรรมความบันเทิง (เช่น ไนต์คลับ, คาราโอเกะ) กลับพบว่าไม่มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอย่างมีนัยสำคัญ ฉะนั้นจึงเป็นโอกาสอันดี ที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเทศบาลเมืองเบตง ภาครัฐกิจภาคสังคมและประชาชนในพื้นที่ ที่จะร่วมกันพิจารณาเพื่อหามาตรการป้องกันผลกระทบเชิงลบจากการเปิดธุรกิจสถานบันเทิงที่สุ่มเสี่ยงกับศีลธรรม ซึ่งอาจจะมีเพิ่มเติมไปมากกว่านี้ในอนาคต นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ควรเร่งประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมช่องทาง การจองและพื้นที่จัดจำหน่ายสินค้า รวมทั้งจัดหาตลาดและกิจกรรม ที่ยึดโยงกับการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย ให้เกิดขึ้นในพื้นที่ ตัวอย่าง เช่น ตลาดน้ำ

หรือ ตลาดย้อนยุค เป็นต้น

3. ปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำมากที่สุด อันดับแรกคือคุณภาพและความหลากหลายของอาหารสอดคล้องกับร้านอาหาร และภัตตาคารจีนที่มีเป็นจำนวนมากในพื้นที่ ในทำนองเดียวกันร้านอาหารอาหารฮาลาล ที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมาเลเซียมุสลิม ควรจะพัฒนาและเร่งเสริมสร้างเอกลักษณ์ความเป็นมุสลิมไทย ให้มีความโดดเด่นทางด้านรสชาติและรูปปลักษณ์ รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรเพิ่มเทศกาลการท่องเที่ยวต่างๆ ที่เกี่ยวกับมุสลิมให้มากขึ้น ตัวอย่างเช่น เทศกาลอาหารมุสลิมไทยสี่ภาค เป็นต้นเพื่อสร้างความแตกต่างให้เกิดกับรสชาติอาหารจากฝั่งมาเลเซียเพราะนอกจากจะเป็นการสร้างภาพภูมิปัญญาในอัตลักษณ์ไทยแล้ว ยังเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่เพิ่มมากขึ้นด้วย

4. ปัจจัยอุปสรรคหรือความกังวลในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ มากที่สุดคือ คนรอบข้างที่มีความสำคัญ (ครอบครัว เพื่อน คนรัก ฯลฯ) ไม่เห็นด้วยกับการมาเที่ยวรองลงมาคือ กลัวการถูกทำร้ายหรือฆาตกรรม โดยกลุ่มก่อความไม่สงบ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องเร่งฟื้นฟู และสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ในความปลอดภัย เพื่อลดความหวาดระแวงของนักท่องเที่ยวที่จะมาเยี่ยมชมโดยเฉพาะอย่างยิ่งภัยจากสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ นอกจากนี้ ยังควรสร้างความไว้วางใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ ในเรื่องของสุขอนามัย โรคติดต่อ โรคทางเพศสัมพันธ์ ยาเสพติด อาชญากรรม ฯลฯ ขณะเดียวกัน การส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านที่ได้รับการยอมรับ

จากสังคม เช่น การท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติ ประเพณีและวัฒนธรรม วิถีชีวิต ฯลฯ ให้มากขึ้น เป็นอีกหนึ่งวิธีที่ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ด้านบวกให้เกิดขึ้นกับพื้นที่ เป็นแนวทางเสริมสร้างการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ให้เกิดขึ้นกับพื้นที่อำเภอเบตง ได้ในระยะยาว

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจาก มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ งบประมาณแผ่นดิน ปี 2557

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. 2557. รายงานสรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวเดือนพฤษภาคม 2557. กรมการท่องเที่ยว, กรุงเทพฯ.
- ไทยรัฐทีวี. 2557. ย้อนหลัง ประมวลเหตุการณ์คาร์บอมบ์เบตง. รายงานข่าว. แหล่งที่มา: <http://widee.popstargram.com/>, 20 พฤษภาคม 2558.
- ศูนย์เฝ้าระวังสถานการณ์ภาคใต้. 2558. สรุปสถิติเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้. ศูนย์เฝ้าระวังสถานการณ์ภาคใต้ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี. แหล่งที่มา: <http://www.deepsouthwatch.org/>, 14 มกราคม 2558.
- ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้. 2558. สถิติการเกิดเหตุความรุนแรงแยกราชอาณาจักร ตั้งแต่เดือน มกราคม 2547 - มกราคม 2557. ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้, ยะลา.
- Christensen, A.L., Wehrich, S.G. and Newman, M.D.G. 1994. The impact of education on perceptions of tax fairness. *Advances in*

- Taxation** 6: 63–94.
- Choo, H. and Petric, F.J. 2014. Social interactions and intentions to revisit for agritourism service encounters. **Tourism management Journal** 40: 372-381.
- Cochran, W.G. 1953. **Sampling Techniques**. John Wiley and Sons, Inc., New York.
- Jayaraman, K., Lin, S.K., Guat, C.L. and Ong, W.L. 2010. Does Malaysian tourism attract Singaporeans to revisit Malaysia? An empirical study. **Journal of Business and Policy Research** 5(2): 159-179.
- Kim, N. and Chalip, L. 2004. Why travel to the FIFA World Cup? Effects of motives, background, interest, and constraints. **Tourism Management** 25: 695–707.
- Lehto, X.Y., O’leary, J.T. and Morrison, A.M. 2004. The effect of prior experience on vacation behavior. **Annals of Tourism Research** 31(4): 801-818.
- Lua, A.L.S. and Mckercher, B. 2004. Exploration versus acquisition: A comparison of first-time and repeat visitors. **Journal of Travel Research** 42(3): 279-285.
- Moufakkir, O. 2008. Destination Image Revisited: The Dutch Market Perceptions of Morocco as a Tourism Destination, pp. 85–112. *In* Burns, P. and Novelli, M., eds. **Tourism Development: Growth, Myths and Inequalities**. CABI, Wallingford.
- Nunnally, J.C. 1978. **Psychometric theory** (2nded.). McGraw Hill, New York.
- Oppermann, M. 2000. Tourism destination loyalty. **Journal of Travel Research** 39(1):78–84.
- Pesonen, J., Komppula, R., Kronenberg, C. and Peters, M. 2011. Understanding the relationship between push and pull motivations in rural tourism. **Tourism Review journal** 66(3): 32-49.
- Swarbrooke, J. and Horner, S. 2007. **Consumer Behaviour in Tourism** (2nded.). Butterworth-Heinemann, Amsterdam.
- Yoon, Y. and Uysal, M. 2005. An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. **Tourism Management Journal** 26: 45-56.