

บทความวิจัย**พฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางท่องเที่ยวในบริบทพื้นที่จังหวัดยะลา****มูฮัมหมัดอาดิส เหล็กดี *,ไพฑูรย์ มนต์พานทอง****

* นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขา การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

**ดร. ผู้ช่วยศาสตราจารย์, อาจารย์ที่ปรึกษาและประจำคณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางท่องเที่ยวในบริบทพื้นที่ชายฝั่ง หรือภายใต้สถานการณ์เหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลา ซึ่งมีกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยว เคยมีประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยว และมีการพักค้างคืนในพื้นที่จังหวัดยะลาไม่น้อยกว่า 1 คืน เป็นประชากรกลุ่มตัวอย่างการวิจัย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนขนาดประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ 400 คน และกำหนดใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย และกำหนดใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive) ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบการศึกษาวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีประสบการณ์การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดยะลา 2 ครั้ง จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 ท่องเที่ยวด้วยตนเอง (อิสระ) จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 78.0 เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยะลาโดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 70.5 ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมาจังหวัดยะลาเพราะสื่อออนไลน์ (Travel Blogger) จำนวน 231 คน และใช้ระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดยะลาล่วงหน้าน้อยกว่า 7 วัน จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 ค้นหาข้อมูลเพื่อการวางแผนและการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดยะลา ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7 ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวภายในจังหวัดยะลา 3 วัน 2 คืน จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.2 พักค้างคืนที่โรงแรม / รีสอร์ท / โฮสเทล จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 77.8 สนใจแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อน จำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 เหตุผลในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดยะลา เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ถ้ามีโอกาสนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะกลับมาอีกอย่างแน่นอน จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 และจะบอกต่อประสบการณ์หรือเชิญชวนด้วยวิธีการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 ซึ่งผลการศึกษาวิจัยนี้จะนำไปสู่การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดยะลาต่อไป

คำสำคัญ: บริบทพื้นที่ชายฝั่ง, พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

RESEARCH

*The Tourist's Behavior and Needs Who Traveling to Conflicting Contexts
Area Under The Unrest In The Area Of Yala Province*

Muhammadadis Lekdee, Paithoon Monpanthong*

** Graduate Student, Integrated Tourism Management, Graduate School of Tourism Management,
National Institute of Development Administration (NIDA)*

*** Asst. Prof. Ph.D., Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development
Administration (NIDA)*

Abstract

The objective of this research was to study the Tourist's Behavior and Needs who traveling to conflicting contexts area under the unrest in the area of Yala Province. The research sample population is Thai tourists and Foreign tourists traveling and who have experienced traveling or an overnight stay in Yala at least one night. The researcher has determined the sample population size at 400 people and determined the quantitative research methodology. (Quantitative Research) by using questionnaires as a research tool. And determining the use of descriptive statistics (Descriptive) to analyze the data for research.

The research study found that Most of the tourists have traveled to Yala 2 times, Self-traveling (independent), Traveling by car, Make Decided to travel to Yala Province due to Social Media, Less than 7 days to plan a trip.

Most of the tourists have spent a period of traveling in Yala Province for 3 days and 2 nights in Hotels / Resorts or Hostel, Interested in hot spring attractions another attractions and Tells the experience or the solicitation way communication through social media.

Keywords: Conflicting Contexts Area ,Tourist's Behavior

บทนำ

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก รัฐบาลของประเทศต่างกำลังให้ความสำคัญต่อการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดการท่องเที่ยวโลก โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและอาเซียนต่างกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงนักท่องเที่ยวทั่วโลกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศของตนเพิ่มมากขึ้น การกิจด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นภารกิจที่ถูกผลักดันไปกับการพัฒนาประเทศในทุกมิติ ดังนั้นการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศต่าง ๆ จึงได้มีการบูรณาการงานด้านการท่องเที่ยวเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งประเทศใดมีแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่ชัดเจนบนพื้นฐานของเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง โครงสร้างพื้นฐานที่ดี ทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์ และบุคลากรภาคการท่องเที่ยวมีศักยภาพด้วยแล้วจะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้ประเทศนั้น ๆ มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวของตนให้เติบโตได้อย่างมั่นคง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

ประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศหนึ่งที่มีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เนื่องจากเป็นแหล่งนำรายได้เข้าประเทศปีละหลายพันล้านบาท ทั้งยังก่อให้เกิดการลงทุนใหม่ๆ ในภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ มากมาย เช่น ธุรกิจโรงแรมที่พัก ธุรกิจคมนาคมขนส่ง ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจการบริการต่าง ๆ ส่งผลให้เกิดการผลิตสินค้า การจ้างงาน การสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นและช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศ ด้วยเหตุปัจจัยเหล่านี้จึงนำไปสู่การกำหนดนโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ จากภาครัฐ และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเรื่อยมา (รัชชัย มานิตย์, 2550)

ปี พ.ศ.2547 นับเป็นจุดเริ่มต้นของสถานการณ์ความไม่สงบรุนแรงในพื้นที่จังหวัดยะลาและใกล้เคียง จากเหตุการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบในมิติต่าง ๆ เป็นวงกว้าง ซึ่งมีมิติภาคการท่องเที่ยวจัดว่าเป็นหนึ่งในมิติที่ได้รับผลกระทบทางลบเป็นอย่างมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวเองขาดความมั่นใจและเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของตน ซึ่งเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า (พ.ศ.2546) จะพบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยว ณ จังหวัดยะลา จำนวนทั้งสิ้น 192,540 คนและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 387,748 คน และในปี พ.ศ.2547 จะพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 146,056 คนและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 342,184 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) จากตัวเลขทางสถิติดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าสถานการณ์ของการท่องเที่ยวที่ซบเซาลงเนื่องจากนักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังจังหวัดยะลา

ทั้งนี้ ตลอดระยะเวลานับจากเหตุการณ์ความขัดแย้ง หรือสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ร่วม 10 กว่าปีที่ผ่านมา หลากหลายภาคส่วนต่างดำเนินการศึกษาวิจัยและค้นหาแนวทางการฟื้นฟูและเรียกความเชื่อมั่นเหล่านั้นกลับคืนสู่มิติภาคการท่องเที่ยวของพื้นที่จังหวัดยะลา ด้วยกระบวนการวิธีต่าง ๆ อาทิ ศึกษาวิจัย การค้นหาแนวทาง และการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่การพัฒนาและการรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ด้วยความจำเป็นนี้ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นประโยชน์จาก

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เลือกพื้นที่จังหวัดยะลาเป็นจุดหมายปลายทางของตน โดยคาดหวังว่าผลจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารองรับในระดับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาหาพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เลือกพื้นที่จังหวัดยะลาเป็นจุดหมายปลายทางเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยด้วยรูปแบบการ วิจัยเชิงปริมาณ เพื่อหาพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งกระบวนการที่เกิดขึ้น (ก่อน ระหว่าง และหลังการเดินทาง) ผ่านการลงพื้นที่สำรวจและเก็บข้อมูลด้วยเครื่องมือแบบสอบถามจากการกำหนดขนาดประชากรแบบเจาะจงและกำหนดวิธีการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก จำนวน 400 คน โดยกำหนดให้เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 328 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทย 72 คน

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตพื้นที่ จังหวัดยะลา ซึ่งเป็นหนึ่งในจังหวัดพื้นที่ที่เกิดความขัดแย้ง หรือสถานการณ์ความไม่สงบตั้งแต่ปี พ.ศ.2547 จนถึงปัจจุบัน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหาและการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อศึกษาพฤติกรรมความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดยะลา ผู้วิจัยจึงได้กำหนดการศึกษาผ่านทฤษฎีและแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคโดยมุ่งหาคำตอบและอธิบายต่อประเด็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในประเด็นการเลือกจุดหมายปลายทางก่อนการเดินทาง กระบวนการตัดสินใจเลือกกระหว่างการเดินทาง และความพึงพอใจภายหลังจากการเดินทาง ซึ่งจากปัจจัยดังกล่าวจะทำให้ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์และอธิบายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางในครั้งนั้นได้

ทั้งนี้เพื่อให้กระบวนการศึกษาวิจัยมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดให้มีการลงพื้นที่สำรวจเก็บข้อมูล จากแบบสอบถาม พร้อมทั้งกำหนดหมายเลขประจำแบบสอบถามและลงรหัสแบบสอบถาม จากนั้นเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (SPSS) เพื่อวิเคราะห์หาสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive) ต่อไป

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม

ชูชัย สมิทธิไกร (2557) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อ ใช้ และจัดการส่วนที่เหลือของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตน (Solomon, 2009) ซึ่งสามารถอธิบายพฤติกรรมได้ดังนี้

1. การตัดสินใจเลือก คือ รูปแบบพฤติกรรมและกระบวนการทางจิตวิทยาของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ ทั้งนี้ครอบคลุมถึงการตระหนักต่อความต้องการ การสืบค้นเพื่อศึกษาข้อมูล ตลอดจนการประเมินทางเลือกต่าง ๆ และตัดสินใจซื้อในที่สุด

2. การตัดสินใจซื้อ คือ รูปแบบการดำเนินกิจกรรมเพื่อให้ได้สิ่งของ หรือบริการที่ต้องการ ซึ่งครอบคลุมถึงกระบวนการเลือกแหล่งที่มาของสินค้าหรือบริการ จนกระทั่งวิธีหรือรูปแบบการชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการนั้นๆ

3. การใช้ คือ การนำสิ่งของ สินค้า หรือบริการที่เลือกมาใช้ให้เกิดประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจ

4. การจัดการ หรือกำจัดส่วนที่เหลือ คือ กระบวนการนำส่วนที่เหลือของผลิตภัณฑ์ไปจัดการ ซึ่งอาจจะดำเนินการในรูปแบบนำไปทิ้ง นำกลับมาใช้ใหม่ หรืออาจจะนำไปผลิตใหม่

Scott A. Cohen และคณะ (2013) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ กิจกรรม ความคิดหรือประสบการณ์ความพึงพอใจต่อความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภค (Solomon, 1996) หรือจะกล่าวได้ว่าทุก ๆ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคและผลิตภัณฑ์มีผลโดยตรงต่อกระบวนการตัดสินใจทั้งก่อนและหลังซึ่งรวมถึงการกระทำต่าง ๆ (Engel, Blackwell, & Miniard, 1995, p.4)

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่แสดงออกถึงความคิด ความชอบ และความต้องการที่มีผลต่อความสนใจ ค้นหาข้อมูลเพื่อศึกษาเปรียบเทียบ วิเคราะห์ประโยชน์และการนำไปใช้ จนนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อและสั่งสมประสบการณ์ความรู้สึกละเอียดหลังจากการซื้อ ทั้งนี้ ความต้องการ ความชอบ และความอยากได้ของผู้บริโภคมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการส่วนตนเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ตน หรือความจำเป็นบางอย่างทางกายภาพของตน และ/หรือเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เกิดจากการกระตุ้นจากสิ่งเร้าภายนอก หรืออาจกล่าวได้ว่าการกระตุ้นให้เกิดความต้องการจากบุคคลอื่นรอบตัว เช่นการซื้อเพื่อต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความน่าเชื่อถือต่อหน้าที่การงาน เป็นต้น

ผลการศึกษาวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การศึกษาค้นคว้าข้อมูลพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวจากกลุ่มตัวอย่างทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยผ่านการเก็บข้อมูลด้วยเครื่องมือแบบสอบถามในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังตารางแสดงจำนวนและร้อยละต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามประสบการณ์การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดยะลา

ประสบการณ์การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ในจังหวัดยะลา (ครั้ง)	จำนวน	ร้อยละ
2 ครั้ง	180	45.0
1 ครั้ง	163	40.8
3 ครั้ง	32	8.0
5 ครั้ง	11	2.8
10 ครั้ง	5	1.2
4 ครั้ง	4	1.0
9 ครั้ง	3	0.8
11 ครั้ง	2	0.5
รวม	400	100.0

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว

รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ท่องเที่ยวด้วยตนเอง (อิสระ)	312	78.0
ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว (ทัวร์)	88	22.0
รวม	400	100.0

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางคนเดียว	106	26.6
เดินทาง 2 คน	84	21.0
เดินทาง 3 คน	57	14.2
เดินทาง 4 คน	56	14.0
เดินทาง 5 คน	36	9.0
เดินทาง 11 คน ขึ้นไป	29	7.2
เดินทาง 8 คน	8	2.0
เดินทาง 9 คน	8	2.0

เดินทาง 6 คน	7	1.8
เดินทาง 7 คน	5	1.2
เดินทาง 10 คน	4	1.0
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามยานพาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว

ยานพาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	282	70.5
รถโดยสารสาธารณะ (รถทัวร์ / รถตู้)	102	25.5
รถไฟ	16	4.0
รวม	400	100.0

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามบุคคลหรือสิ่งที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมาจังหวัดยะลา

บุคคลหรือสิ่งที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมาจังหวัดยะลา	จำนวน	ร้อยละ
สื่อออนไลน์ (Travel Blogger)	231	57.8
สื่อประชาสัมพันธ์ (โฆษณา)	67	16.8
สื่อโทรทัศน์ (ข่าว)	43	10.8
เพื่อน	36	9.0
ครอบครัว	22	5.5
อื่นๆ	1	0.1
รวม	400	100.0

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดยะลาล่วงหน้า

ระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดยะลาล่วงหน้า	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 7 วัน	159	39.8
7 – 14 วัน	157	39.2
มากกว่า 14 วัน	84	21.0
รวม	400	100.0

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามช่องทางการค้นหาข้อมูลเพื่อการวางแผนและการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดยะลา

ช่องทางการค้นหาข้อมูลเพื่อการวางแผนและการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดยะลา	จำนวน	ร้อยละ
เครือข่ายสังคมออนไลน์	270	33.7
เพื่อนหรือคนรู้จัก	196	24.4
อินเทอร์เน็ต	116	14.4
เว็บไซต์การท่องเที่ยว / หน่วยงานท่องเที่ยวของรัฐ	86	10.7
สมาชิกในครอบครัว	59	7.3
บริษัทนำเที่ยว	43	5.4
นิตยสารท่องเที่ยว	33	4.1
รวม	803	100.0

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวภายในจังหวัดยะลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวภายในจังหวัดยะลา	จำนวน	ร้อยละ
3 วัน 2 คืน	261	65.2
2 วัน 1 คืน	88	22.0
มากกว่า 2 คืน	51	12.8
รวม	400	100.0

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามรูปแบบในการพักค้างคืน

รูปแบบในการพักค้างคืน	จำนวน	ร้อยละ
โรงแรม / รีสอร์ท / โฮสเทล	311	77.8
บ้านเพื่อน / ญาติ	59	14.8
โฮมสเตย์	30	7.4
รวม	400	100.0

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามสถานที่หรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่สนใจเดินทางท่องเที่ยว

สถานที่หรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่สนใจเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
บ่อน้ำพุร้อน	319	14.0
อุโมงค์ประวัติศาสตร์	297	13.1
จุดชมวิวะทะเลหมอก	270	11.9
สวนดอกไม้เมืองหนาว	189	8.3
สถานบันเทิง	168	7.4
ตู้ไปรษณีย์ยักษ์	165	7.3
ป่าบาลาฮาลา	108	4.7
ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง	99	4.4
น้ำตก / ภูเขา	95	4.2
สวนผลไม้	71	3.1
ตลาดนัดชุมชน	71	3.1
หมู่บ้าน / ชุมชน	69	3.0
ร้านอาหารริมทาง	66	2.9
ร้านอาหารท้องถิ่น	47	2.1
ร้านขายของที่ระลึก	42	1.8
ล่องแก่ง / ล่องเรือ	41	1.8
อื่น ๆ	39	1.7
เรียนรู้การทำผ้าบาติก	31	1.4
เดินป่า / ศึกษาเส้นทางธรรมชาติ	27	1.2
แหล่งเรียนรู้ชุมชน	23	1.0
ร้านค้าปลอดภาษี	18	0.8
เรียนรู้การทำกรีซโบราณ	10	0.4
ชมการแข่งขันนกเขา	9	0.4
รวม	2,274	100

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเหตุผลการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดยะลา

เหตุผลการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดยะลา	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย	229	25.0
ผู้คนเป็นมิตร	210	22.9
อาหารอร่อย	135	14.7
กระแสความนิยมในปัจจุบัน	100	10.9
มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น	79	8.6
ต้องการเรียนรู้และเปิดโลกทัศน์ใหม่	67	7.3
แหล่งท่องเที่ยวมีความสดใหม่	53	5.8
ใกล้บ้าน	44	4.8
รวม	917	100.0

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามโอกาสในการกลับเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดยะลา

โอกาสในการกลับเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดยะลา	จำนวน	ร้อยละ
กลับมาอีกอย่างแน่นอน	272	68.0
อาจจะกลับมาอีก	101	25.2
ยังไม่แน่ใจ	23	5.8
อาจจะไม่กลับมาอีก	4	1.0
รวม	400	100.0

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามวิธีการหรือช่องทางการบอกต่อประสบการณ์หรือเชิญชวน

วิธีการหรือช่องทางการบอกต่อประสบการณ์หรือเชิญชวน	จำนวน	ร้อยละ
สื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์	213	53.3
แนะนำผ่านการเล่าเรื่อง	138	34.5
พูดคุยผ่านโทรศัพท์	32	8.0
อื่น ๆ	17	4.2
รวม	400	100.0

จากตารางข้างต้น พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีประสบการณ์การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดยะลา 2 ครั้ง จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 ท่องเที่ยวด้วยตนเอง (อิสระ) จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 78.0 เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยะลาโดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 70.5 ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมาจังหวัดยะลาเพราะสื่อ

ออนไลน์ (Travel Blogger) จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 ใช้ระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดยะลาล่วงหน้าน้อยกว่า 7 วัน จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลเพื่อการวางแผนและการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดยะลา ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7 ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวภายในจังหวัดยะลา 3 วัน 2 คืน จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.2 พักค้างคืนที่โรงแรม / รีสอร์ท / โฮสเทล จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 77.8 สนใจแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อน จำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 มีเหตุผลในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดยะลา เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ถ้ามีโอกาสนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะกลับมาอีกอย่างแน่นอน จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะบอกต่อประสบการณ์หรือเชิญชวนด้วยวิธีการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3

การอภิปรายผล

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เลือกพื้นที่จังหวัดยะลาเป็นจุดหมายปลายทางเพื่อการท่องเที่ยวข้างต้นนี้ สามารถสรุปและอภิปรายผลที่สอดคล้องกับลักษณะความต้องการของนักท่องเที่ยวผ่านพฤติกรรมผู้บริโภคตามทฤษฎีการวิเคราะห์และค้นหาลักษณะความต้องการผ่านคำถามทั้ง 7 ซึ่งประกอบด้วย 6Ws และ 1H กล่าวคือ ใครคือกลุ่มเป้าหมาย (Who?) อะไรที่เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ (What?) ทำไมผู้บริโภคจึงเลือกซื้อ (Why?) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Who?) เวลาใดที่เกิดการซื้อ (When) เลือกซื้อที่ไหน (Where?), และ เลือกซื้อได้อย่างไร (How?) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541: 126. อ้างใน ปิยะพร ศรีสมุทร 2558)

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาจังหวัดยะลา คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวซ้ำ ขึ้นชอบการท่องเที่ยวด้วยตนเองอย่างอิสระ ไม่ผ่านบริการนำเที่ยวหรือบริษัททัวร์ด้วยรถยนต์ส่วนตัวตามลำพังหรืออาจมีเพื่อนร่วมการเดินทางจำนวนหนึ่ง ในขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังให้ความสำคัญกับสื่อสังคมออนไลน์ ที่นับว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกและวางแผนการเดินทางในครั้งนี้ ซึ่งรวมถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อบอกเล่าประสบการณ์การเดินทางยังบุคคลอื่น อีกทั้งจากความชอบและความสนใจพบว่านักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางเข้ามาจังหวัดยะลาเนื่องจากจังหวัดยะลา มีความโดดเด่นด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ อาทิ บ่อน้ำพุร้อน จุดชมทะเลหมอก หรือความหลากหลายวัฒนธรรม อาทิ อุโมงค์ประวัติศาสตร์ สถานบันเชิง และอาหารที่หลากหลาย และทรัพยากรอื่น ๆ ในพื้นที่อีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการศึกษาพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยวข้างต้น ผู้วิจัยคาดหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ เอกชน หรือผู้มีส่วนได้-เสียอื่น ๆ ในการนำข้อมูลการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวประกอบการวางแผนเพื่อการพัฒนา ศึกษาค้นหา ตลอดจนกำหนดแนวทางการจัดการเพื่อการรองรับที่ตรงต่อความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายในอนาคตต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมร่วมกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างทางพฤติกรรมของแต่ละกลุ่มคนที่แตกต่างกัน อาทิ กลุ่มช่วงอายุ กลุ่มอาชีพ หรือกลุ่มอื่น ๆ อย่างชัดเจน เพื่อเป้าหมายการใช้ข้อมูลในวัตถุประสงค์อื่นต่อไป

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2558-2560*.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยรายจังหวัด*. Retrieved 13 มิถุนายน 2561 https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=414&filename=index
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 (พ.ศ.2560-2564)*. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กิตติพัฒน์ นนทปัทมะ. (2554). *การวิจัยเชิงคุณภาพในสวัสดิการสังคม: แนวคิดและวิธีการวิจัย*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2550). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชูชัย สมितिไกร. (2557). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2543). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่.
- ณัฐพัชร มณีโรจน์. (2558). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท บัณฑิต), วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). *บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง*. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยพัฒนาการปกครองท้องถิ่น สถาบันพระปกเกล้า.
- ธวัชชัย มานิตย์. (2550). *ผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อชุมชนท้องถิ่น : กรณีศึกษาตำบลเวียงใต้ อำเภอป่าปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ซี.พี.บุ๊ค สแตนดาร์ด.
- ประไพพิมพ์ สุธีสินนท์, & ประสพชัย พสุนนท์. (2559). *กลยุทธ์การเลือกตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ*. วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ, 2(ตุลาคม-ธันวาคม), 31-48.
- ปริญญ์ ลักษณะิตานนท์. (2544). *จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: ทิปปิงพ้อยท์.
- ปิยะพร ศรีสมุทร. (2558). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชายแดนแม่สาย-ท่าขี้เหล็ก อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย*. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ)), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- มาศสุภา นิมบุญจาซ. (2558). *การศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีผลต่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาสนหนอกว้าว (อุทยานแห่งชาติเขาแหลม)*. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- รุ่งนภา ด้วงทอง. (2554). ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี. (ปริญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุธี เสริฐศรี. (2557). แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโคกน อำเภอมือง จังหวัดสมุทรสงคราม. (ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุวิมล แซ่ก่อง. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนและเจ้าหน้าที่รัฐอันเนื่องมาจากสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้: กรณีศึกษาอำเภอเบตง จังหวัดยะลา. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สุวิมล ติรกานันท์. (2549). การใช้สถิติในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ห้าวหาญ ทวีแสง. (2555). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษาศูนย์กลางเศรษฐกิจนก เทศบาลนครยะลา. (มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- อโณทัย งามวิชัยกิจ. (2558). การวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ. วารสารการจัดการสมัยใหม่, 1(มกราคม - มิถุนายน).