

## ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวในตำบลอัยเยอร์เวง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา

สุธิตา เลขาวิจิตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา อำเภอเมือง จังหวัดยะลา 95000

sutida.w@yru.ac.th

### บทคัดย่อ

งานวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวในตำบลอัยเยอร์เวง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวและเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวในตำบลอัยเยอร์เวง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่เลือกเที่ยวในตำบลอัยเยอร์เวง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา จำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้สถิติ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ยประมาณ 23 ปี นับถือศาสนาอิสลาม สถานภาพโสด การศึกษาปริญญาตรี อยู่ระหว่างเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา และมีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดนราธิวาส

พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อเที่ยวพักผ่อน นักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยว คือ ทะเลหมอกอัยเยอร์เวง เลือกสถานที่ท่องเที่ยว คือ ทะเลหมอกอัยเยอร์เวง จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว คือ ตั้งแต่ 6 คนขึ้นไป ความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว คือ เพื่อนใช้วิธีการเดินทางท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง คือ รถยนต์ส่วนตัว ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งต่อคนคือ จำนวน 501-1,000 บาท การรับรู้ข่าวสารทางการท่องเที่ยวบ่อยที่สุด คือ ทางสื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต ในประเด็นเรื่องแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ คำนึงถึงความสำคัญในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านบริการหรือผลิตภัณฑ์เรื่องชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านราคาเรื่องความคุ้มค่าในการเลือกมาท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจำหน่ายเรื่องการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเข้าถึงง่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการให้ส่วนลดราคาแก่นักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ด้านกระบวนการเรื่องการแบ่งหน้าที่ให้บริการด้านต่างๆ อย่างชัดเจน ด้านบุคคลเรื่องเจ้าหน้าที่ให้บริการในสถานที่ต่าง ๆ สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ และด้านลักษณะทางกายภาพเรื่องบรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะต่อการท่องเที่ยวในตำบลอัยเยอร์เวง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวและด้านการบริการ รวมถึงความร่วมมือของชุมชน ได้แก่ การขายด้านการจัดระเบียบร้านค้า การขายของชุมชน ควรเน้นผลิตภัณฑ์พื้นเมืองไม่ควรนำของจากถิ่นอื่นมาจำหน่าย เพื่อเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น ความสะอาดและการจัดการขยะ ความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำที่สะอาดบริการนักท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ การแสดงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น และกิจกรรมการท่องเที่ยวเน้นวัฒนธรรมหรือกิจกรรมวันพิเศษในวันสำคัญต่าง ๆ

**คำสำคัญ:** ปัจจัยที่มีอิทธิพล, การท่องเที่ยว, ตำบลอัยเยอร์เวง

### บทนำ

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศในอันดับต้น ๆ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ประกอบด้วยธุรกิจที่เชื่อมโยงกันเป็นลูกโซ่ โดยมีธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจเดินทางระหว่างประเทศ ธุรกิจบริการที่พัก เช่น โรงแรม สถานพักตากอากาศ บริการห้องชุด เกสเฮาส์ เป็นต้น และธุรกิจรอง ได้แก่ ธุรกิจการจำหน่ายของที่ระลึก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจการเดินทางขนส่งภายในประเทศ รวมทั้ง เป็นธุรกิจที่กระตุ้นอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่น ๆ ซึ่งก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่

ประชากรในระดับรากหญ้า และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ของไทย ยังมีศักยภาพเป็นสินค้าที่มีความเป็นเลิศในตลาดโลก ซึ่งความสำคัญของการท่องเที่ยวในสามารรถแสดงให้เห็นได้ในรูปแบบของรายได้จากการท่องเที่ยว เมื่อเทียบกับ GDP ของประเทศไทย

ทุกวันนี้ นอกจากนักท่องเที่ยวในพื้นที่ นักท่องเที่ยวจากจังหวัดใกล้เคียงเช่น พัทลุง ปัตตานี สตูล ฯลฯ รวมไปถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ก็จะหาโอกาสแวะมาซื้อหาของกินอร่อย ๆ ที่นี้ เหตุผลหนึ่งอาจเป็นเพราะระยะทางไม่ไกลมากนัก และถนนหนทางก็สะดวก มีแผนป้ายบอกทางเข้าตลาดอย่างเด่นชัด ซึ่งในอนาคตอันใกล้ก็จะพัฒนาเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวแบบต่าง ๆ และปรับภูมิทัศน์โดยรอบให้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เป็นแหล่งเรียนรู้พบปะสังสรรค์กันด้วย สำหรับประเทศไทยตั้งแต่ต้นปี 2554 เป็นต้นมาเป็นอีกประเทศที่กระแสข่าวเกี่ยวกับการเปิดเสรีอาเซียนหรือการก้าวเข้าสู่เส้นทางประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) มีการพูดถึงบ่อยครั้ง ทั้งนี้ ก็เพื่อต้องการให้ ASEAN เป็นดินแดนแห่งการค้า การลงทุน การผลิต และดึงดูดนักลงทุนต่างชาติให้มาลงทุน ซึ่งจะก่อให้เกิดการจ้างงาน การไหลเวียนของเงินลงทุน และการไหลเวียนของแรงงานและผู้ชำนาญการด้านต่าง ๆ ดังนั้น ผู้ประกอบการการค้าทั้งผู้ส่งออก ผู้นำเข้า และการค้าบริการ เช่น บันเทิง โลจิสติกส์ โรงพยาบาลท่องเที่ยว โรงแรม ทัวร์ จะได้รับทั้งผลประโยชน์และผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมจากประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC

การวิจัยครั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวในตำบลอัยเยอร์เวง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา รวมทั้งเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการและภาครัฐในการวางแผนการท่องเที่ยวในการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้การแข่งขันที่สูงขึ้นในการเตรียมความพร้อมของธุรกิจในพื้นที่ภาคใต้ก่อนเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2560 ตลอดจนเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรม ประเพณีประวัติศาสตร์ ของแต่ละประเทศให้เป็นที่รู้จักประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เลือกเที่ยวในตำบลอัยเยอร์เวง อำเภอเบตงจังหวัดยะลา จำนวน 400 คน

### กลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน โดยใช้สูตรของคอคแรน (Cochran, 1977 อ้างในธีรวิทย์ เอกะกุล, 2543) ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่ามีความถี่จำนวนมาก และต้องการประมาณค่า สัดส่วนของประชากร ได้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ร้อยละ 0.05 และสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรเท่ากับ 0.05 และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability sampling) เลือกสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) และเพิ่มวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มแบบกระจายต่อเนื่อง (Snowball Sampling)

## เครื่องมือที่ใช้และการสร้างเครื่องมือ

### เครื่องมือที่ใช้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว เป็นคำถามแบบปลายปิด จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว เป็นคำถามแบบปลายปิด จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว เป็นคำถามแบบปลายปิด ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด จำนวน 29 ข้อ

โดยมีระดับความคิดเห็นที่เป็นเชิงปริมาณ การแปลความหมาย ค่าเฉลี่ยของแบบสอบถาม ใช้เกณฑ์ดังนี้

5	หมายความว่า	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายความว่า	เห็นด้วยมาก
3	หมายความว่า	เห็นด้วยปานกลาง
2	หมายความว่า	เห็นด้วยน้อย

## 1 หมายความว่า เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะต่อการท่องเที่ยว เป็นแบบสอบถาม ลักษณะคำถามแบบปลายเปิด

### การสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยมีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

1. ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องโดยศึกษาทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง
2. กำหนดเนื้อหาคำถามในแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเรียบร้อยแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

การวิจัย

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วโดยผู้เชี่ยวชาญ ส่วนการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม การวิจัยด้านการหาความสัมพันธ์ของคะแนนผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน โดยวิธีการครอนบาช (Cronbach) ที่เรียกว่า สัมประสิทธิ์อัลฟา เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม และผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลได้ใช้กระบวนการเก็บข้อมูลแบบผสมผสานทั้งวิธีการเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง เพื่อ ดำเนินการชี้แจงข้อมูลในแบบสอบถาม เพื่อสร้างความเข้าใจก่อนที่จะตอบแบบสอบถามการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ วิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา สำหรับข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ กระทำโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

### สถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมด้วยเครื่องมือ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว วิเคราะห์ข้อมูลโดยแจกแจงความถี่ และค่าสถิติร้อยละ
2. ข้อมูลปัจจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยว วิเคราะห์ข้อมูลโดยแจกแจงความถี่ และค่าสถิติร้อยละ
3. ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

โดยกำหนดเกณฑ์ประเมินแปลผล 5 ระดับ

### ผลและอภิปรายผล

#### ผลการวิจัย

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 270 คน เพศชาย จำนวน 130 คน อายุของนักท่องเที่ยวค่าเฉลี่ยเท่ากับ 22.80 หรือเท่ากับ 23 ปี อายุมากที่สุด 42 ปี อายุน้อยที่สุด 16 ปี สถานภาพการสมรส ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 339 คน รองลงมา คือ สมรส จำนวน 59 คน และหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 2 คน ตามลำดับ การศึกษาสูงสุด ส่วนใหญ่มีการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 168 คน รองลงมา คือ มัธยมศึกษา จำนวน 109 คน ประกาศนียบัตร/อนุปริญญา จำนวน 59 คน ต่ำกว่ามัธยมศึกษา จำนวน 35 คน และปริญญาโท จำนวน 29 คน ตามลำดับ อาชีพ ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 228 คน รองลงมา คือพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 80 คน พนักงานของรัฐ จำนวน 60 คน และประกอบธุรกิจส่วนตัว 32 คน ตามลำดับ ศาสนาส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม จำนวน 225 รองลงมา คือ ศาสนาพุทธ จำนวน 175 คน ภูมิลำเนา ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดนราธิวาส 156 คน รองลงมา คือ จังหวัดยะลา 118 คน และปัตตานี 70 คน ตามลำดับ

## ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยพฤติกรรมกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยว

ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วยด้านต่าง ๆ ดังนี้

ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการเลือกท่องเที่ยว คือ เที่ยวพักผ่อน จำนวน 308 คน รองลงมา คือ ทักษะศึกษา จำนวน 44 คน ทำธุรกิจ จำนวน 43 คน ประชุม/สัมมนา จำนวน 5 คน ตามลำดับ ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยว คือ ทะเลหมอกอัยเยอร์เวง จำนวน 263 คน รองลงมา คือ บ่อน้ำร้อนนากอ จำนวน 42 คน ทะเลสาบบางกลาง จำนวน 39 คน น้ำตกเฉลิมพระเกียรติ ร.9 จำนวน 17 คน เขากุนงซิลปัด จำนวน 8 คน หมู่บ้านประวัติศาสตร์ จุฬารภรณ์ 10 จำนวน 8 คน ล่องแก่งช่องแม่ น้ำปัดตานี จำนวน 8 คน ชนเผ่าอัสลีนาโก (ซาไก) จำนวน 7 คน สะพานแตปูซุ จำนวน 6 คน และ น้ำตกละอองรุ่ง จำนวน 2 คน ตามลำดับ ส่วนใหญ่เลือกสถานที่ท่องเที่ยวในตำบลอัยเยอร์เวง คือ ทะเลหมอกอัยเยอร์เวง จำนวน 262 คน บ่อน้ำร้อนนากอ จำนวน 34 คน ล่องแก่งช่องแม่ น้ำปัดตานี จำนวน 30 คน ทะเลสาบบางกลาง จำนวน 28 คน น้ำตกละอองรุ่ง จำนวน 14 คน น้ำตกเฉลิมพระเกียรติ ร.9 จำนวน 10 คน เขากุนงซิลปัด จำนวน 10 คน สะพานแตปูซุ จำนวน 6 คน ชนเผ่าอัสลีนาโก(ซาไก) จำนวน 4 คน และ หมู่บ้านประวัติศาสตร์จุฬารภรณ์ 10 จำนวน 2 คน ตามลำดับ

จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวใน คือ จำนวนตั้งแต่ 6 คนขึ้นไป จำนวน 149 คน รองลงมา คือ จำนวน 4-5 คน จำนวน 134 คน จำนวน 2-3 คน จำนวน 87 คน และ มาคนเดียว จำนวน 30 คน ตามลำดับ ลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว คือ เพื่อน จำนวน 224 คน รองลงมา คือ ครอบครัว จำนวน 138 คน เพื่อนร่วมงาน จำนวน 27 คน และ แฟน/คนรัก จำนวน 11 ตามลำดับ วิธีการเดินทางท่องเที่ยว คือ รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 316 คน รองลงมา คือ รถโดยสารประจำทาง จำนวน 47 คน และวิธีอื่น ๆ ได้แก่ รถจักรยานยนต์ จำนวน 37 คน ตามลำดับ ส่วนค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว เฉลี่ยต่อครั้งต่อคน คือ จำนวนเงิน 501-1,000 บาท จำนวน 167 คน รองลงมา คือ จำนวนเงิน 1,001-1,500 บาท จำนวน 97 คน จำนวนเงิน 1,501 ขึ้นไป จำนวน 72 คน และจำนวนเงินไม่เกิน 500 บาท จำนวน 64 คน ตามลำดับ การรับรู้ข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่สุด คือ ทางสื่อมวลชน (โทรทัศน์, วิทยุ, อินเทอร์เน็ต) จำนวน 236 คน รองลงมา คือ สื่อบุคคล (ปากต่อปาก) จำนวน 114 คน จากประสบการณ์ตนเอง จำนวน 34 คน และสื่อเฉพาะกิจ (นิตยสารการท่องเที่ยวของจังหวัด) จำนวน 16 คน ตามลำดับ ส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารทางการท่องเที่ยว คือ เรื่องแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 300 คน รองลงมา คือ เรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 79 คน และเรื่องอาหารท้องถิ่น จำนวน 21 คน ตามลำดับ

## ตอนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว

ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในตำบลอัยเยอร์เวง โดยแยกตามตัวแปรของนักท่องเที่ยว ดังนี้

**ด้านบริการหรือผลิตภัณฑ์** โดยภาพรวมระดับความสำคัญ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 ซึ่งจำแนกในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.22 ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.22 สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 4.05 ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.02 และความพอใจเพียงของสถานที่จอดรถในสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.88 ตามลำดับ

**ด้านราคา** โดยภาพรวมระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 ซึ่งจำแนกในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ ความคุ้มค่าในการเลือกมาท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.94 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เมื่อเทียบกับสถานที่อื่น มีค่าเฉลี่ย 3.91 ความเหมาะสมของราคาสินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.89 และความหลากหลายของราคาสินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.85 ตามลำดับ

**ด้านช่องทางการจำหน่าย** โดยภาพรวมระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 ซึ่งจำแนกในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวทำให้เข้าถึงง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.99 ความปลอดภัยในการเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.90 ความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.88 และความสะดวกในการเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.81 ตามลำดับ

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** โดยภาพรวมระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 ซึ่งจำแนกในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ การให้ส่วนลดราคา แก่นักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.99 การโฆษณาสถานที่ท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ เว็บไซต์ แผ่นพับ หรือเอกสารต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.97 ผู้ประกอบการ มีการจัดกิจกรรมหรือแพ็คเกจทัวร์ ราคาประหยัดสำหรับนักท่องเที่ยวสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.96 และการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง มีค่าเฉลี่ย 3.96 ตามลำดับ

**ด้านกระบวนการ** ภาพรวมระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 ซึ่งจำแนกในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ การแบ่งหน้าที่ให้บริการด้านต่าง ๆ อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.02 แนะนำขั้นตอนการในการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.01 ให้บริการที่ถูกต้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.96 และจำนวนเจ้าหน้าที่ให้บริการเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ย 3.90 ตามลำดับ

**ด้านบุคคล** ภาพรวมระดับความสำคัญอยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 ซึ่งจำแนกในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ให้บริการในสถานที่ต่าง ๆ สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ มีค่าเฉลี่ย 4.26 เจ้าหน้าที่ให้บริการในสถานที่ต่าง ๆ อย่างเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ย 4.17 เจ้าหน้าที่ให้บริการในสถานที่ต่าง ๆ มีความรู้ความเข้าใจและทักษะในการบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.15 และเจ้าหน้าที่ให้บริการในสถานที่ต่าง ๆ มีธรรมาภิบาล สุภาพ เป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ย 3.83 ตามลำดับ

**ด้านลักษณะทางกายภาพ** ภาพรวมระดับความสำคัญ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 ซึ่งจำแนกในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ บรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.26 การจัดพื้นที่ให้บริการด้านต่าง ๆ แยกเป็นสัดส่วนสะดวกต่อการติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.17 การตกแต่งภายนอกและภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.15 และอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีเอกลักษณ์และทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.11 ตามลำดับ

## อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวในตำบลอัยเยอร์เวง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา อภิปรายผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็นพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว โดยแยกตามตัวแปร ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ศาสนา และภูมิลำเนา สอดคล้องผลงานวิจัยของ สุธิดา วัฒนยืนยง (2556) สรุปผลการวิจัยว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวในตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่อายุอยู่ในช่วง 21 -31 ปี ส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ และส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์มาเที่ยวพักผ่อน และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชลลดา มงคลวนิช (2554) สรุปผลการวิจัยว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาดน้ำในด้านการเดินทาง ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการที่ไม่แตกต่างกัน และจำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเคยไปเที่ยวตลาดน้ำแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตลาดน้ำในด้านการเดินทาง ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านการบริการไม่แตกต่างกัน ผลการเปรียบเทียบ ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตลาดน้ำที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบรายคู่กับจำนวนครั้ง ที่เคยไปเที่ยวตลาดน้ำในเรื่องเกี่ยวกับการบริการด้านการมีัคคุเทศก์ท้องถิ่น

2. ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็นพบว่า ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยแยกตามตัวแปร ประกอบด้วย วัตถุประสงค์อะไรในการเลือกท่องเที่ยว สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุธิดา วัฒนยืนยง (2556) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวในตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์มาเที่ยวเพื่อต้องการพักผ่อน การรู้จักสถานที่ท่องเที่ยว การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว การรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยว ลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว วิธีการเดินทางท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ จิรายุทธ์ สนดา(2557) พบว่า ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวและการรับรู้การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดจันทบุรี การรับรู้การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดส่งผลต่อการเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีมากที่สุด ตามด้วยภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวในด้านงบประมาณการท่องเที่ยวและภาพลักษณ์ด้านสถานที่ท่องเที่ยว และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อภิวรรณ ศิรินนทนา (2556) ผลการวิจัยสรุปว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดจันทบุรี การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะนึกถึงธรรมชาติ โดยเปิดรับสื่อโซเชียล/แผ่นพับ และสื่อบุคคล เพื่อการพักผ่อน รับข้อมูลแหล่งข่าวสาร จากคำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ และตัดสินใจจาก คำแนะนำจากเพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จัก ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาจาก จังหวัดจันทบุรี พบว่า ทัศนคติการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาจาก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาจาก พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาจากจังหวัดจันทบุรีไม่ใช่เป็นครั้งแรก มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจเดินทางมาเที่ยวกับเพื่อน มีสิ่งจูงใจให้มาเที่ยวเพราะบรรยากาศ มาเที่ยวโดยมีรถยนต์ส่วนตัว

3. ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็นพบว่า ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยแยกตามตัวแปร 62 ประกอบด้วย ด้านบริการหรือผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ดวงมมล บุญทวีทรัพย์ (2555) ผลการวิจัยสรุปว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดนัดตราด เกือบทั้งหมดมีความคิดเห็นในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในตลาดจากด้านผลิตภัณฑ์ราคา การจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก ในขณะที่เดียวกันก็เห็นว่าปัจจัยด้านคุณภาพบริการในด้านลักษณะทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการการให้ความมั่นใจและด้านความเอาใจใส่ มีความคิดเห็นว่ามีผลต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก เช่นกัน

### สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในตำบลอัยเยอร์เวง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ยประมาณ 22.80 หรือเท่ากับ 23 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นนักเรียนหรือนักศึกษาศาสนาอิสลาม มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดนราธิวาส

2. ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในตำบลอัยเยอร์เวง ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเที่ยวพักผ่อน รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในตำบลอัยเยอร์เวง คือ ทะเลหมอกอัยเยอร์เวง สถานที่ท่องเที่ยวที่เลือก คือ ทะเลหมอกอัยเยอร์เวง จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว คือ จำนวนตั้งแต่ 6 คนขึ้นไป ลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทาง คือ เพื่อน ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งต่อคน คือ จำนวน 501-1,000 บาท การรับรู้ข่าวสาร คือ ทางสื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต รับรู้ข่าวสารทางการท่องเที่ยว คือ เรื่องแหล่งท่องเที่ยว

3. ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในตำบลอัยเยอร์เวง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ประกอบด้วยด้านต่าง ๆ ดังนี้

3.1 ด้านบริการหรือผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ตามลำดับคือ ด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสถานที่ ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว และความพอเพียงของสถานที่จอดรถในสถานที่ท่องเที่ยว

3.2 ด้านราคา ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ตามลำดับคือ ด้านความคุ้มค่าในการเลือกมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เมื่อเทียบกับสถานที่อื่น ความเหมาะสมของราคาสินค้าและบริการและความหลากหลายของราคาสินค้าและบริการ

3.3 ด้านช่องทางการจำหน่าย ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ตามลำดับคือ ด้านการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว เข้าถึงง่ายความปลอดภัยในการเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยว ความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการ และความสะดวกในการเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยว

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ตามลำดับคือ ด้านการให้ส่วนลดราคาแก่นักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอการโฆษณาสถานที่ท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ เว็บไซต์ แผ่นพับหรือเอกสารต่าง ๆ ผู้ประกอบการ มีการจัดกิจกรรมหรือแพ็คเกจทัวร์ ราคาประหยัดสำหรับนักท่องเที่ยวเสมอ และการประชาสัมพันธ์ข้อมูลอย่างทั่วถึง 3.96 และ 3.96 ตามลำดับ

3.5 ด้านกระบวนการ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ตามลำดับคือ ด้านการแบ่งหน้าที่ให้บริการด้านต่าง ๆ อย่างชัดเจน แนะนำขั้นตอนการในการท่องเที่ยว ให้บริการที่ถูกต้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และจำนวนเจ้าหน้าที่ให้บริการเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว

3.6 ด้านบุคคล ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ตามลำดับคือ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการในสถานที่ต่าง ๆ สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ เจ้าหน้าที่ให้บริการในสถานที่ต่าง ๆ อย่างเท่าเทียมกัน เจ้าหน้าที่ให้บริการในสถานที่ต่าง ๆ มีความรู้ความเข้าใจและทักษะในการบริการ และเจ้าหน้าที่ให้บริการในสถานที่ต่าง ๆ มีอัธยาศัยดี สุภาพ เป็นกันเอง

3.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ตามลำดับคือ ด้านบรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยว การจัดพื้นที่ให้บริการด้านต่าง ๆ แยกเป็นสัดส่วนสะดวกต่อการติดต่อ การตกแต่งภายนอกและภายในสถานที่ท่องเที่ยวและอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีเอกลักษณ์และทันสมัย

## ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะต่อการท่องเที่ยวในตำบลอัยเยอร์เวง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวและด้านการบริการ รวมถึงความร่วมมือของชุมชน ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ เน้นความเป็นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น
2. ควรมีการศึกษาต่อเพื่อทุกปี เพื่อทราบความเปลี่ยนแปลงในอนาคต และเป็นการเฝ้าระวังความเสี่ยงของผลกระทบด้านต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ในการวางแผนนโยบายและการนำไปปฏิบัติทางการท่องเที่ยวต่อไป
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารและจัดกิจกรรมท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ
4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการวางแผนทางการตลาดตลอดจนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการเพิ่มศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ผลัดภักดิ์หรือบริการ ราคา ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ บุคคล และลักษณะทางกายภาพ ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความร่วมมือเป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณอย่างสูงจากความกรุณาท่านผู้เชี่ยวชาญ รองศาสตราจารย์ ดร.ศิษฏ์วัช มั่นเศรษฐวิทย์ อาจารย์สาขาบริหารธุรกิจ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิชาวดี ตานีเหิง อาจารย์สาขาวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และสื่อดิจิทัล อาจารย์ ดร.นิมารุณี หะยีวาเงาะ อาจารย์สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมืองานวิจัย ให้ความรู้การทำวิจัย และรองศาสตราจารย์อัปสร อีซอ รองคณบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ ที่ให้โอกาสในการพัฒนาตนเอง รวมทั้งเป็นที่ปรึกษางานวิจัย การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้รับความร่วมมืออย่างดีจากนักท่องเที่ยวทุกท่าน ที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าในการท่องเที่ยวตอบแบบสอบถาม และได้รับการสนับสนุนจากงบประมาณบำรุงการศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

## บรรณานุกรม

- จิรายุทธ์ สนดา. (2557). ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวและการรับรู้การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดจันทบุรี. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชลลดา มงคลวนิช. (2556). ภาพลักษณ์ตลาดน้ำในสายตาของเยาวชนไทย. วารสารกระแสวัฒนธรรม. วารสารวิชาการคณะศิลปศาสตร์. มหาวิทยาลัยสยาม.
- ดวงกมล บุญทวีทรัพย์. (2555). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดจันทรศิลาในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุธิดา วัฒนยืนยอง. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวในตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. (รายงานผลการวิจัย). ยะลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- อภิวรรณ ศิรินันทนา. (2556). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดจันทบุรี. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี (รายงานผลการวิจัย). จันทบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.