

พฤติกรรมและความคาดหวังของชาวมาเลเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส
**The Behavior and Expectations of Malaysians Traveling
to Narathiwat Province**

พัชนี แก้วสุกใส,

เอกนันท์ ทองจันทร์และ วรารวรรณ ตระกูลสรณคมน์

มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

Patchanee Kaewsuksai,

Akkanone Thongjun and Warawan Trakunsaranakom

Princess of Naradhiwas University, Thailand

Corresponding Author E-mail: Patchanee.patch19@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมของชาวมาเลเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส 2) ระดับความคาดหวังของชาวมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาสและ 3) ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมและความคาดหวังของชาวมาเลเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส โดยการสุ่มตัวอย่างจากชาวมาเลเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 400 คน เครื่องมือการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ไคสแควร์ (Chi-square)

ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมของชาวมาเลเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส พบว่ามีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อมาพักผ่อน โดยส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นกลุ่ม และได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อน ๆ และญาติพี่น้อง ส่วนใหญ่มาในวันหยุดราชการซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่ชาวมาเลเซียส่วนใหญ่ให้ความสนใจคือซัมเมอร์ทอน 2) ระดับความคาดหวังของชาวมาเลเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส พบว่า ความคาดหวังของชาวมาเลเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความคาดหวังของชาวมาเลเซียอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้านเรียงจากมากไปน้อย คือ ด้านราคา ด้านบุคคล ด้านสถานที่ ด้านสินค้าและบริการ และด้านโปรโมชั่น 3) ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมและความคาดหวังของชาวมาเลเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส พบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางของชาวมาเลเซียมีความสัมพันธ์กับด้านบุคคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี้มี ความสัมพันธ์กับด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านบุคคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* วันที่รับบทความ : 24 ธันวาคม 2567; วันที่แก้ไขบทความ 27 ธันวาคม 2567; วันที่ตอบรับบทความ : 28 ธันวาคม 2567

คำสำคัญ: พฤติกรรมและความคาดหวัง; ชาวมาเลเซีย; นักท่องเที่ยว; จังหวัดนราธิวาส

Abstract

This research aims to study 1) the behavior of Malaysians who travel to Narathiwat Province. 2) The level of expectations of Malaysians who come to visit Narathiwat Province and 3) The relationship between the behavior and expectations of Malaysians who visit Narathiwat Province, through random sampling of Malaysians who visit Narathiwat Province, is a quantitative research study involving 400 people. The research instrument is a questionnaire. The statistics used for data analysis include percentage, mean, standard deviation, and chi-square. Research findings indicate that 1) the behavior of Malaysians traveling to Narathiwat Province shows that their purpose of travel is for leisure. Most of them travel in groups and receive travel information from Friends and relatives mostly come during public holidays, and the tourist attraction that most Malaysians are interested in is Samut Thong. 2) The level of expectations of Malaysians traveling to Narathiwat province found that the expectations of Malaysians traveling to Narathiwat province, overall, are at the highest level. When considering each aspect, it was found that the expectations of Malaysians are at the highest level in all aspects, ranked from highest to lowest: price, personal, location, products and services, and promotions. 3) The relationship between the behavior and expectations of Malaysians traveling to Narathiwat province found that the purpose of travel of Malaysians has a statistically significant relationship with the personal aspect at the 0.01 level. The travel companions in this trip have a statistically significant relationship with the products and services, price, location, and personal aspects at the 0.01 level.

Keywords: Behavior and expectations; Malaysians; Tourists; Narathiwat Province

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการภาคเศรษฐกิจของประเทศไทย และสร้างรายได้ภาษีให้กับภาครัฐเป็นจำนวนมาก ก่อให้เกิดรายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยรายได้ส่วนใหญ่ได้มาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เฉลี่ยประมาณร้อยละ 65 ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด ทำให้การท่องเที่ยวกลายเป็นแหล่งรายได้สำคัญของประเทศ การตลาดการท่องเที่ยวต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับเทรนด์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงการเติบโตของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, เชิงเกษตร และผจญภัย (รัชตะสรณ์ จันทรา วรศิษฐ์, 2564 : 19) ปัจจุบันรูปแบบของการท่องเที่ยวได้เปลี่ยนไปอย่างเห็นได้ชัด นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอิสระมากขึ้น สืบค้นหาข้อมูลทางสื่อออนไลน์ เน้นการวางแผนด้วยตัวเอง มีความต้องการในการสัมผัสประสบการณ์จริง อีกทั้งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ความสัมพันธ์และความผูกพันกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ให้ความสำคัญกับการสร้าง

ประสบการณ์อันดีให้กับนักท่องเที่ยวผู้เข้ามาท่องเที่ยว เพื่อเกิดการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวขึ้น ๆ

จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทยพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวภาคใต้อันดับหนึ่งคือ มาเลเซีย และพบว่าเป็นชาวมุสลิมประมาณ 60% ที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) ทั้งนี้ ข้อมูลจากสถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2567 ได้ระบุถึงรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาสในปี 2567 เติบโตกว่าปี 2566 ที่ผ่านมา และจังหวัดนราธิวาสได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย เนื่องจากเป็นจังหวัดหนึ่งของประเทศไทยที่มีพื้นที่ใกล้เคียงกับรัฐกลันตันของมาเลเซีย ทำให้เป็นจุดหมายปลายทางที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ในอีกมุมหนึ่งในฐานะการมีวัฒนธรรมร่วมและคล้ายคลึงกันในสังคมวัฒนธรรมมลายู (ศูนย์ศึกษาการต่างประเทศ, 2567) และการเดินทางที่สะดวก การท่องเที่ยวในพื้นที่นี้จึงมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจของจังหวัดนราธิวาส (กรมทรัพยากรทางทะเลชายฝั่ง กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2562) ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่ล่องไหลเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส ล้วนทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยวเกิดไอเดียหรือความคิดใหม่ ๆ มาต่อยอดธุรกิจ เพื่อแลกมากับผลประโยชน์ที่อาจจะได้รับจากนักท่องเที่ยว ในทางกลับกันนักท่องเที่ยวเองก็คาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวว่าจะได้รับประสบการณ์และความทรงจำที่ดีจากผู้ประกอบการและสถานที่แหล่งท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน กระนั้นก็ตามพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวอาจแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคลและสถานที่ที่ไปท่องเที่ยว

จากความสำคัญและปัญหาดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและความคาดหวังของชาวมาเลเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส เพื่อต้องการทราบถึงพฤติกรรมและความคาดหวังของชาวมาเลเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส เพื่อนำข้อมูลมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริการและสร้างกลยุทธ์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ตอบสนองต่อความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของชาวมาเลเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส
2. เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังของชาวมาเลเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมและความคาดหวังของชาวมาเลเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและความคาดหวังของชาวมালেเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส และมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ชาวมালেเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส ที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน และกลุ่มตัวอย่าง(Sampling) คือ ชาวมালেเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส จำนวน 400 คน โดยคณะผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของคอคแรน(Cochran)

การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือการวิจัย

คณะผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ส่งให้กลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเก็บแบบสอบถามจากชาวมালেเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส จนครบจำนวน 400 คน แบบสอบถามมี 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมของชาวมালেเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส เป็นคำถามแบบตัวเลือก (Multiple-choice questions) โดยคำถามครอบคลุมพฤติกรรม 5 ด้าน ได้แก่ วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการเดินทางครั้งนี้ ส่วนใหญ่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งใด วันที่ท่านมักเดินทางมาท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวใดบ้างที่ท่านสนใจ

ส่วนที่ 2 ความคาดหวังของชาวมালেเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส เป็นคำถามแบบระดับคะแนน โดยคำถามครอบคลุมความคาดหวัง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านโปรโมชั่น และด้านบุคคล

การวิเคราะห์ข้อมูล

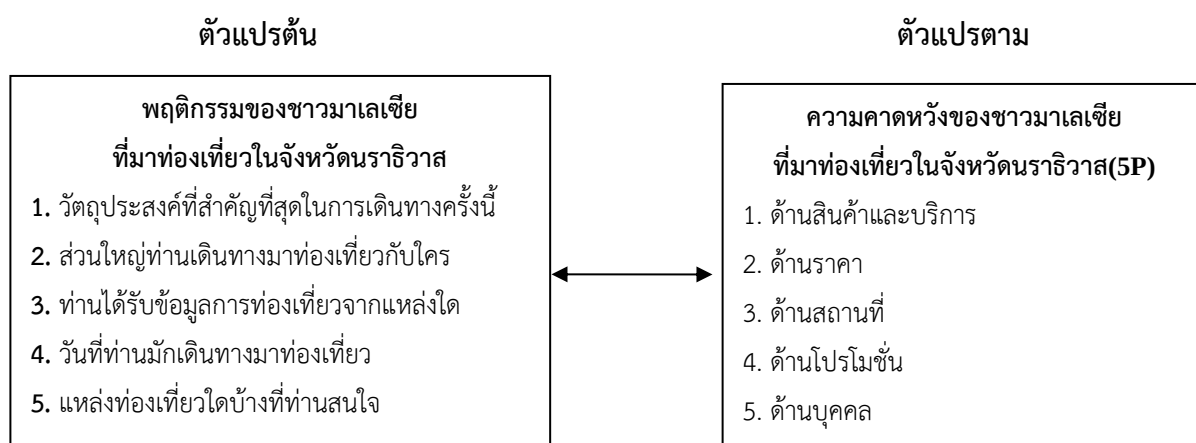
คณะผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ พฤติกรรมของชาวมালেเซีย วิเคราะห์โดยการแจกแจงค่าความถี่และหาค่าร้อยละ ความคาดหวังของชาวมালেเซีย วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) โดยใช้เกณฑ์ ดังนี้

- | | |
|--------------|---|
| ระดับคะแนน 5 | หมายถึง มีความคาดหวังของชาวมালেเซียมากที่สุด |
| ระดับคะแนน 4 | หมายถึง มีความคาดหวังของชาวมালেเซียมาก |
| ระดับคะแนน 3 | หมายถึง มีความคาดหวังของชาวมালেเซียปานกลาง |
| ระดับคะแนน 2 | หมายถึง มีความคาดหวังของชาวมালেเซียน้อย |
| ระดับคะแนน 1 | หมายถึง มีความคาดหวังของชาวมালেเซียน้อยที่สุด |

และข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับความคาดหวังของชาวมาเลเซียที่มาท่องเที่ยวใน
จังหวัดนราธิวาส วิเคราะห์โดยการทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-square)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความคาดหวังของชาวมาเลเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส
คณะผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาพัฒนากรอบแนวคิดในการวิจัย คือ พฤติกรรมและ
ความคาดหวังของชาวมาเลเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส ดังภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

1) พฤติกรรมของชาวมาเลเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส พบว่า ข้อมูลพฤติกรรมของชาวมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการเดินทางครั้งนี้เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อนคิดเป็นร้อยละ 90.6 ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 50.0 ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 56.3 วันที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตรงกับวันหยุดราชการ คิดเป็นร้อยละ 53.1 และแหล่งท่องเที่ยวที่ชาวมาเลเซียส่วนใหญ่ให้ความสนใจคือ ชัมเมอร์ทอน คิดเป็นร้อยละ 50.0

2) ระดับความคาดหวังของชาวมালেเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส พบว่า ความคาดหวังของชาวมালেเซียที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดนราธิวาสในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.55 ; S.D.= 0.50) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความคาดหวังของชาวมালেเซียอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน เรียงจากมากไปน้อย คือ ด้านราคา ($\bar{X}$ = 4.62 ; S.D.= 0.50) ด้านบุคคล ($\bar{X}$ = 4.61 ; S.D.= 0.58) ด้านสถานที่ ($\bar{X}$ = 4.53 ; S.D.= 0.60) ด้านสินค้าและบริการ ($\bar{X}$ = 4.51 ; S.D.= 0.53) และด้านโปรโมชั่น ($\bar{X}$ = 4.51 ; S.D.= 0.60) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับความคาดหวังของชาวมালেเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส

ระดับความคาดหวังของชาวมালেเซีย ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
1. ด้านสินค้าและบริการ	4.51	0.53	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.62	0.50	มากที่สุด
3. ด้านสถานที่	4.53	0.60	มากที่สุด
4. ด้านโปรโมชั่น	4.51	0.60	มากที่สุด
5. ด้านบุคคล	4.61	0.58	มากที่สุด
รวม	4.55	0.50	มากที่สุด

3) ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมและความคาดหวังของชาวมালেเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส พบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางของชาวมালেเซียมีความสัมพันธ์กับด้านบุคคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี้นี้มีความสัมพันธ์กับด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านบุคคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมและความคาดหวังของชาวมาเลเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส

พฤติกรรม ความคาดหวัง	สินค้าและบริการ	ราคา	สถานที่	โปรโมชั่น	บุคคล
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทาง					✓
2. ผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี้	✓	✓	✓		✓
3. ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งใด					
4. ช่วงเวลาที่ท่านมักเดินทางมาท่องเที่ยว					
5. แหล่งท่องเที่ยวใดบ้างที่ท่านสนใจ					

หมายเหตุ : เครื่องหมาย ✓ หมายถึงพฤติกรรมแต่ละข้อมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังแต่ละด้านของชาวมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความคาดหวังของชาวมาเลเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาสสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1) วัตถุประสงค์ในการเดินทาง การที่นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อนสะท้อนให้เห็นว่าจังหวัดนราธิวาสมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวด้านการท่องเที่ยวพักผ่อนอย่างเด่นชัด วัตถุประสงค์ดังกล่าวอาจได้รับแรงผลักดันจากธรรมชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่น หรือสถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะที่มีชื่อเสียง รูปแบบการเดินทาง นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเลือกเดินทางมาแบบกลุ่มเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งอาจแสดงถึงลักษณะของนักท่องเที่ยวที่นิยมความสนุกสนานและการใช้เวลาในลักษณะหมู่คณะ สิ่งนี้อาจชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยว เช่น ที่พักสำหรับกลุ่ม หรือกิจกรรมกลุ่ม สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่องทางการรับรู้ข้อมูล การที่ชาวมาเลเซียส่วนใหญ่ ได้รับข้อมูลจากเพื่อนญาติพี่น้อง หรือคนใกล้ชิด แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับการสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการบอกต่อในเชิงบวก ช่วงเวลาการเดินทางนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางในช่วงวันหยุดราชการเป็นหลัก แสดงถึงลักษณะการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความสะดวกของนักท่องเที่ยว ซึ่งช่วยให้สามารถวางแผนการจัดกิจกรรมหรือโปรโมชั่นให้ตรงกับช่วงวันหยุดได้ สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอาจเป็นเพราะ

สถานที่ดังกล่าวมีเอกลักษณ์ที่ดึงดูดหรือมีความเหมาะสมกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกหรือกิจกรรมในซัมเมอร์ทอนอาจช่วยเสริมความดึงดูดและเพิ่มความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธรรณชนก เพชรานนท์ (2559: 42-59) ที่ศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในพื้นที่การค้าชายแดนจังหวัดเชียงราย จากงานวิจัยดังกล่าวพบว่า การเดินทางมาท่องเที่ยว เกิดจากมีปัจจัยผลักดัน คือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ และปัจจัยดึงดูด คือ แหล่งท่องเที่ยว ทั้ง 2 ปัจจัยดังกล่าว มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และยืนยันว่าพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวถูกขับเคลื่อนโดยปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับสอดคล้องกับงานของ Juvan et al, (2017) ที่ศึกษาเรื่อง *Tourism Behavior: An Overview of Models to Date* จากการศึกษาพบว่า เป็นการศึกษาการให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับโมเดลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยมีการแยกของโมเดลต่างๆ ทั้งในแง่ของพฤติกรรมของผู้บริโภค การตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทาง กระบวนการในการตัดสินใจซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยวหรือพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในระดับจุลภาคและมหภาค และโมเดลที่เน้นด้านปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม เช่น ปัจจัยทางสังคม จิตวิทยา เศรษฐกิจ และสังคม และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุริยัสสา นารินคำและคณะ(2557: 61-79) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและรูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวคือ การมาท่องเที่ยว/พักผ่อน แหล่งข้อมูลหลักในการตัดสินใจท่องเที่ยวคือ คำแนะนำจากเพื่อน ญาติ และบุคคลในครอบครัว และสอดคล้องกับงานวิจัยของนุสรา ปารมี (2564) ได้ให้ความหมาย พฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีการซื้อสินค้าและบริการตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ นั้น เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดจากความพึงพอใจของบุคคล นั่นก็หมายความว่าคนที่ชาวมาเลเซียนิยมมาซื้อมาใช้บริการที่คาเฟ่ซัมเมอร์ทอน ส่วนใหญ่เกิดเนื่องจากที่นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียแสดงถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่มาจากปัจเจกบุคคลมากกว่าที่มีความนิยมสนใจและพึงพอใจในการเสพบรรยากาศ อาหารที่ได้ลิ้มลองที่มีรสชาติอร่อยถูกปาก จนต้องหวนกลับมาอีกครั้ง

2) ระดับความคาดหวังของชาวมาเลเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส จากการศึกษาความคาดหวังของชาวมาเลเซียที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ระดับความคาดหวังด้านราคา นักท่องเที่ยวมักคาดหวังว่าราคาที่จ่ายไปจะสะท้อนถึงคุณค่าที่ได้รับ เช่น คุณภาพของบริการ ความปลอดภัย หรือประสบการณ์พิเศษ หากราคาสูงกว่าคุณค่าที่รับรู้ นักท่องเที่ยวอาจรู้สึกไม่พึงพอใจหรือไม่เลือกใช้บริการอีก ในทางกลับกัน ราคาที่เหมาะสมกับประสบการณ์จะสร้างพฤติกรรมการบอกต่อเชิงบวก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ไอลดา โสพรรณ (2564 : 18-30) ได้กล่าวไว้ว่า การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวได้คำนึงถึงความคุ้มค่า กับสินค้าและบริการ รองลงมาคือ ความคาดหวังด้านบุคคล เนื่องจากการเข้ามาท่องเที่ยว ด้านบุคคลนี้ครอบคลุมถึงการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของฉัตรกมล ปิยารุพร (2564 : 23-42) ได้กล่าวไว้ว่า ต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้

สามารถ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ และระดับความคาดหวังด้าน สถานที่ ความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวมีต่อสถานที่นั้นส่งผลโดยตรงต่อประสบการณ์การเดินทางหากสถานที่ที่สามารถตอบสนองความคาดหวังได้ จะช่วยสร้างความประทับใจและส่งเสริมการกลับมาเยือน รวมถึงการบอกต่อในเชิงบวก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Cai, L., C. Boger, and J.T. O'Leary (1999 : 2-13) กล่าวไว้ว่า หากสถานที่ที่สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายได้ จะดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ และเพิ่มโอกาสในการกลับมาเยือนอีกครั้ง และในส่วนของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวด้านสินค้าและบริการนักท่องเที่ยวมักคาดหวังว่าสินค้าและบริการจะมีความหลากหลาย เพื่อให้สามารถเลือกซื้อหรือใช้บริการได้ตามความต้องการ เช่น สินค้าท้องถิ่น อาหารพื้นเมือง หรือบริการที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อธิภัทร ทองใบ, ทศพร ศรีสุข และอนันตพร วงศ์คำ (2567 : 155-168) พบว่า ความคาดหวังของการซื้อสินค้าและบริการสะดวก จะช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีและเพิ่มยอดขาย หากขาดความสะดวก เช่น การรอนานหรือไม่มีระบบรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ อาจส่งผลให้เสียลูกค้า และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวด้านโปรโมชั่นนักท่องเที่ยวคาดหวังโปรโมชั่นในรูปแบบส่วนลดหรือแพ็คเกจพิเศษ เช่น ส่วนลดสำหรับการจองล่วงหน้า แพ็คเกจห้องพักรวมอาหาร หรือโปรโมชั่นการเดินทางกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของธัญพร จูชานา (2565 : 11-17) ได้กล่าวไว้ว่า โปรโมชั่นที่ดีเป็นเครื่องมือสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและเพิ่มยอดขาย การเข้าใจและตอบสนองความคาดหวังด้านนี้อย่างเหมาะสมจะช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดี และส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต

3) พฤติกรรมและความคาดหวังของชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปริญญา บรรจงมณีและสุเมธ ฐวราตระกุล(2561:126-138) ที่ศึกษาเรื่องความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านมรดกในประเทศไทย พบว่าความคาดหวังและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านมรดกในประเทศไทยส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของวัชรินทร์ เกิดทรัพย์ (2565:311-323) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผจญภัยแบบชิปไลน์ในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผจญภัยแบบชิปไลน์ในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

จากผลการวิจัยเรื่องพฤติกรรมและความคาดหวังของชาวมลายูที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส คณะผู้วิจัยสามารถสรุปข้อเสนอแนะออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1. การใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ

สามารถวิเคราะห์รูปแบบการเดินทางและช่วงเวลายอดนิยมนำมาจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์ เช่น กิจกรรมพิเศษในช่วงวันหยุดยาว

2. การใช้ประโยชน์เชิงนโยบาย

ลดข้อจำกัดทางเอกสาร ปรับปรุงกระบวนการตรวจคนเข้าเมืองให้สะดวกรวดเร็ว เช่น การใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Visa หรือ e-Entry) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวมลายู สนับสนุนการท่องเที่ยวร่วมกันร่วมมือกับรัฐบาลมลายูและหน่วยงานท้องถิ่นในการจัดแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น แพคเกจท่องเที่ยวข้ามพรมแดน (Border Tourism Packages) พัฒนาการคมนาคม ขยายและปรับปรุงเส้นทางคมนาคม เช่น การเพิ่มรถโดยสารระหว่างประเทศ หรือสร้างจุดพักรถที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก

3. การใช้ประโยชน์เชิงปฏิบัติการ

พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกตามมาตรฐานฮาลาลตรวจสอบและออกใบรับรองฮาลาลสำหรับร้านอาหาร โรงแรม และแหล่งท่องเที่ยว สร้างพื้นที่ปฏิบัติศาสนกิจในแหล่งท่องเที่ยว เช่น มัสยิดขนาดเล็กหรือห้องละหมาด จัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเพิ่มศูนย์ข้อมูลในบริเวณด่านพรมแดนและแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ พร้อมเจ้าหน้าที่ที่พูดภาษามลายูให้บริการข้อมูลเส้นทางและคำแนะนำในรูปแบบดิจิทัล เช่น QR Code ที่เชื่อมโยงกับข้อมูลสถานที่เพิ่มความสะดวกด้านการชำระเงินสนับสนุนการติดตั้งระบบชำระเงินดิจิทัล เช่น e-Wallet หรือ QR Payment ที่รองรับการใช้งานจากมลายู

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรขยายขอบเขตการวิจัยโดยการกระจายกลุ่มตัวอย่างไปยังจังหวัดอื่นๆ เพื่อที่จะได้ทราบถึงแนวโน้มพฤติกรรมและความคาดหวังของชาวมลายูที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปพัฒนาด้านการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพต่อไปได้

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2567). ข้อมูลจากสถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2567. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 14 สิงหาคม 2567. แหล่งที่มา: <https://www.dot.go.th/>
- กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2562). รายงานสถานการณ์ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง และการกีดขวางชายฝั่ง จังหวัดนราธิวาส. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 14 สิงหาคม 2567. แหล่งที่มา: https://km.dmcr.go.th/c_1/s_402/d_19074
- ฉัตรกมล ปิยจารุพร. (2564). การวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้ช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- ฉันทพร จุชานนา. (2565). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ส่งผลต่อความภักดีต่อการท่องเที่ยวที่ตลาดนัดกลางคืนเลียบดวนรามอินทรา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธรรณชนก เพชรานนท์. (2559). แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่การค้าชายแดน จังหวัดเชียงราย. วารสารสุทธิปริทัศน์. 30 (94), 42-59.
- ธีรภัทร์ ทองใบ, ทัศนากร ศรีสุข และอนันตพร วงศ์คำ. (2567). ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวด้านคุณภาพบริการและมาตรฐานความปลอดภัย ด้านสุขอนามัยต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดเชียงราย. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 10 (1), 155-168.
- นุสรณ์ ปารมี. (2564). พฤติกรรมวิถีใหม่ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง ภายใต้มาตรการป้องกัน และการเฝ้าระวังการระบาดของ COVID-19. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปริญญญา บรรจงมณีและสุเมธ ธูดารัตระกุล. (2561). ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวด้านมรดกในประเทศไทย. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น. 12 (1), 126-138.
- รัชตะสรณ์ จันทรรณศิริ. (2564). แรงจูงใจการท่องเที่ยวและประสบการณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- วัชรินทร์ เกิดทรัพย์. (2565). พฤติกรรมและมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผจญภัยแบบชิปไลน์ในจังหวัดภูเก็ต. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์. 8 (3), 311-323.
- ศูนย์ศึกษาการต่างประเทศ. (2567). วัฒนธรรมร่วมและคล้ายคลึงกันในสังคมวัฒนธรรมมลายู. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 14 สิงหาคม 2567. แหล่งที่มา: <https://isc.mfa.go.th/>

- สำนักงานงบประมาณของรัฐบาล. (2566). รายงานการประชุมการจัดเก็บรายได้ของรัฐบาลจากภาคการท่องเที่ยว และแนวโน้มปี 2566. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 14 สิงหาคม 2567. แหล่งที่มา: https://cdc.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parbudget/ewt_dl_link.php?nid=1333
- สุริวิสา นารินคำ, สุดสันต์ สุทธิพิศาล และเฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว. (2557). พฤติกรรมและรูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงราย. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. 9 (1), 61-79.
- ไอลดา โสพรรณ. (2564). ความคาดหวัง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และปัจจัยด้านความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความประทับใจในการมาเยือนจังหวัดลำพูน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- Cai, L., C. Boger, and J.T. O'Leary (1999). "The Chinese Travelers to Singapore, Malaysia, and Thailand-A Unique Chinese Outbound Market." *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. 3 (2), 2-13.
- Juvan, E., Omerzel, G. D., & Maravic, U. M. (2017). *Tourist Behaviour: An Overview of Models to Date*. MIC 2017 Managing the Global Economy Proceedings of the Joint International Conference Monastier di Treviso, Italy.