

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ต่อเมืองภาคใหญ่

ความต้องการและแรงจูงใจของคน

ในทางจิตวิทยากล่าวกันว่า ต้นเหตุที่สำคัญของการจูงใจให้บุคคลกระทำอย่างหนึ่งอย่างใด คือความต้องการของบุคคลนั่นเอง * ทั้งนี้เพราะเมื่อคนเรามีความต้องการเกิดขึ้นแล้ว ก็จำเป็นอยู่เองที่ต้องหาทางสนองความต้องการที่เกิดขึ้น ความพยายามที่จะสนองความต้องการเป็นแรงจูงใจที่เกิดกระทำทางใดทางหนึ่งเพื่อดับความต้องการในที่สุด อาศัยข้อเท็จจริงดังกล่าว การที่นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในเมืองภาคใหญ่ ในเบื้องต้น นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความต้องการเกิดขึ้นก่อน การที่เดินทางเข้ามาเที่ยวถือเป็นความพยายามจะสนองความต้องการของตน สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียและสิงคโปร์ จากการวิเคราะห์ในบทที่แล้วมานั้น ชี้ให้เห็นว่าพวกเขาเหล่านี้ส่วนใหญ่มักมีความต้องการเที่ยวผู้หญิงโสเภณีเป็นแรงจูงใจสำคัญ ซึ่งถือเป็นความต้องการทางชีววิทยาเป็นความต้องการที่จะต้องได้รับการตอบสนอง ๒

ถ้าพิจารณากันแต่เพียงนี้แล้ว ก็ดูจะเป็นการรวบรัดเกินไป และทุกฝ่ายก็แทบจะไม่ต้องใส่ใจกับปัญหาการท่องเที่ยว ด้วยเป็นธรรมดาอยู่เองที่ชาวมาเลเซียหรือสิงคโปร์ที่เป็นชายและยังหนุ่มทุกคน ก็ล้วนมีความต้องการทางเพศด้วยกันทั้งสิ้น เมื่อเป็นเช่นนี้จำนวนผู้หลงใหลเข้ามาเที่ยวเมืองภาคใหญ่ ซึ่งเป็นแหล่งให้ความสำราญด้านกามรมย์ก็นับวันมีแต่จะมากขึ้น แต่ข้อเท็จจริงหาเป็นเช่นนั้นไม่ กรณีที่จำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียและสิงคโปร์เข้ามาท่องเที่ยวในเมืองภาคใหญ่ลดลงอย่างมากในปี พ.ศ. ๒๕๑๔ ย่อมเป็นอุทาหรณ์อันดี และน่าจะคิดว่ายังมีปัจจัยอื่น ๆ อีกที่มีผลต่อความต้องการที่จะเข้ามาเที่ยวเมืองภาคใหญ่หรือไม่ อาทิ ความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง ความปลอดภัย

* อบรม สันภิบาล, "จิตวิทยาการศึกษา", พิมพ์ครั้งที่ ๒, สำนักพิมพ์โอเคียนสโตร์, กรุงเทพมหานคร, หน้า ๗๖ - ๘๑.

๒ Ibid., หน้า ๗๖.

ในชีวิตและทรัพย์สิน ตลอดจนความสะดวกในการผ่านเมือง เป็นต้น ซึ่งในที่นี้จะได้มีการพิจารณาถึงว่าปัจจัยใดก่อให้เกิดทัศนคติต่อเมืองหาคใหญ่ในแง่บวก ปัจจัยใดก่อให้เกิดทัศนคติต่อเมืองหาคใหญ่ในแง่ลบ สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้ผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเมืองหาคใหญ่พิจารณาว่าอะไรเป็นสิ่งที่ควรสนับสนุน ส่งเสริมบำรุงรักษาไว้ สิ่งใดควรจะทำการแก้ไขปรับปรุง อันจะเกื้อกูลบรรยากาศการท่องเที่ยวของเมืองหาคใหญ่ส่วนรวมเป็นไปในทางที่ดีในที่สุด

ข. ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเมืองหาคใหญ่ในแง่บวก

เมื่อก้าวถึงเมืองหาคใหญ่แล้ว นักท่องเที่ยวทั้งที่มาจากประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ต่างมีทัศนคติในทางที่ดีต่อเมืองหาคใหญ่ทั้งสิ้น ซึ่งจากตัวเลขในตารางที่ ๑ ชี้ให้เห็นว่า มีนักท่องเที่ยวถึง ๓๖๓ คน จากทั้งหมด ๔๓๔ คน หรือเท่ากับร้อยละ ๘๓.๖๔ ตอบว่าเกิดความประทับใจต่อเมือง

ตารางที่ ๑ จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามความรู้สึกประทับใจที่มีต่อเมืองหาคใหญ่

ความรู้สึก	จำนวน	ร้อยละ
ประทับใจ	๓๖๓	๘๓.๖๔
ไม่ประทับใจ	๓๐	๖.๘๓
ไม่แสดงความเห็น	๔๑	๙.๕๔
รวม	๔๓๔	๑๐๐.๐๐

หาคใหญ่ มีเพียง ๓๐ คน หรือร้อยละ ๖.๘๓ ตอบว่าไม่เกิดความประทับใจต่อเมืองหาคใหญ่ อีก ๔๑ คน หรือร้อยละ ๙.๕๔ ไม่แสดงความเห็น

เมื่อพิจารณาเลยไปถึงตารางที่ ๒ ตัวเลขดังกล่าวช่วยเสริมให้เห็นเด่นชัดว่านักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียและสิงคโปร์ ได้รับความประทับใจจากการเข้ามาเที่ยวในเมืองหาคใหญ่จริง ในตารางที่ ๒ แสดงถึงจำนวนนักท่องเที่ยวที่คิดจะหวนกลับมาเที่ยวเมืองหาคใหญ่อีกในโอกาสต่อไป สดมภ์สุดท้ายของตารางที่ ๒ ปรากฏว่ามีร้อยละ ๘๔.๕๑ ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่คิดจะเดินทางเข้ามาเที่ยวเมืองหาคใหญ่อีก มีเพียงร้อยละ ๖.๓๔ ที่ไม่คิดจะเข้ามาเที่ยวเมืองหาคใหญ่อีก และอีกร้อยละ ๙.๑๑

ตารางที่ ๒ จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทาง
เข้ามาและความคิดที่จะเข้ามาเที่ยวอีกในโอกาสต่อไป

ความคิดที่จะเข้ามาเที่ยว	จำนวนครั้งที่เข้ามาแล้ว								รวม	
	๑		๒		๓		๔			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มา	๔๔	๗๔.๘๔	๙๖	๙๒.๓๑	๑๔๔	๘๗.๘๘	๓๑	๖๗.๓๙	๓๗๑	๘๔.๕๑
ไม่มา	๑๒	๙.๖๘	๒	๑.๙๒	๙	๕.๔๕	๕	๑๐.๘๗	๒๘	๖.๓๘
ไม่แสดงความคิดเห็น	๑๓	๑๐.๔๘	๖	๕.๗๗	๑๑	๖.๖๗	๑๐	๒๑.๗๔	๔๐	๙.๑๑
รวม	๑๒๙	๑๐๐.๐๐	๑๐๔	๑๐๐.๐๐	๑๖๔	๑๐๐.๐๐	๕๖	๑๐๐.๐๐	๔๓๙	๑๐๐.๐๐

ไม่แสดงความคิดเห็น ซึ่งร้อยละของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่คิดจะเข้ามาเที่ยวอีก กลุ่มที่ไม่คิดจะเข้ามา และกลุ่มที่ไม่แสดงความคิดเห็น มีค่าใกล้เคียงกับร้อยละของนักท่องเที่ยวที่เกิดความประทับใจ ไม่ประทับใจ และไม่แสดงความคิดเห็นดังในตารางที่ ๑

เมื่อพิจารณาถึงจำนวนครั้งที่เดินทางเข้ามาแล้วประกอบ จะเห็นว่าผู้ที่เดินทางเข้ามาตั้งแต่สองครั้งขึ้นไปคิดจะหวนกลับเข้ามาเที่ยว เมืองหาดใหญ่อีกมีจำนวนคิดเป็นร้อยละสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเป็นครั้งแรก กล่าวคือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวเป็นครั้งแรกมีจำนวนผู้คิดที่จะหวนกลับมาเข้าเที่ยวอีกมีร้อยละเท่ากับ ๗๔.๘๔ ในขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวเป็นครั้งที่ ๒ และ ๓ มีจำนวนผู้คิดหวนที่จะกลับเข้ามาเที่ยวอีกถึงร้อยละ ๙๒.๓๑ และผู้ที่เข้ามาเที่ยวเกิน ๓ ครั้งขึ้นไปแล้ว มีจำนวนผู้คิดที่จะหวนกลับเข้ามาเที่ยวอีกคิดเป็นร้อยละ ๘๗.๘๘

หากย้อนกลับไปดูถึงตารางที่ ๖ ในบทที่ ๑ ซึ่งปรากฏว่านักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียและสิงคโปร์ร้อยละ ๖๘.๔๕ เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเป็นครั้งที่ ๒ หรือมากกว่าแล้ว อาจกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวจากชาวมาเลเซียและสิงคโปร์ที่เดินทางเข้ามาเมืองหาดใหญ่ส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวหน้าเก่า

สาเหตุต่าง ๆ ห่อไปมีเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวในที่มี ได้กำหนดให้นักท่องเที่ยวใคร่ครวญเองว่า อะไรคือสิ่งที่ก่อให้เกิดความประทับใจสูงสุด ซึ่งได้กำหนดให้ระบุด้วยเลข ๑ สิ่งที่ทำให้เกิดความประทับใจรอง ๆ ลงไปให้ใช้เลข ๒, ๓ และ ๔ ตามลำดับ จากการรวบรวมจำแนกข้อมูลดังปรากฏในตารางที่ ๓ พบว่า ห้างไฮเพอเทคก่อให้เกิดความประทับใจสูงสุด มีผู้ระบุให้ห้างไฮเพอเทคก่อให้เกิดความประทับใจอันดับ ๑ ถึง ๑๗๗ คน จากจำนวนผู้ระบุว่าเกิดความประทับใจ ๓๑๒ คน หรือเท่ากับร้อยละ ๕๖.๗๓ การ Shopping ก่อให้เกิดความประทับใจสูงสุดมีจำนวนผู้ระบุมากรองลงมา คือมี ๔๔ คน หรือร้อยละ ๑๔.๓๔ การเที่ยว Sight seeing ก่อให้เกิดความประทับใจสูงสุดมีผู้ระบุเพียง ๔๖ คน หรือร้อยละ ๑๔.๗๔ สำหรับสถานเริงรมย์ก่อให้เกิดความประทับใจสูงสุดแก่นักท่องเที่ยวเพียง ๔๑ คน หรือเท่ากับร้อยละ ๑๓.๑๔

ตารางที่ ๓ จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามระดับความประทับใจ และลักษณะของการแสวงหาความสำราญ

ลักษณะการแสวงหาความสำราญ	ระดับความประทับใจ							
	๑		๒		๓		๔	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ห้างไฮเพอเทค	๑๗๗	๕๖.๗๓	๒๒	๑๐.๓๓	๑๓	๔.๒๓	๑๐	๔.๐๐
Shopping	๔๔	๑๔.๓๔	๔๗	๒๖.๗๖	๕๒	๓๒.๔๑	๔๔	๓๖.๐๐
Sight Seeing	๔๖	๑๔.๗๔	๓๔	๑๔.๗๖	๕๒	๓๒.๔๑	๔๔	๓๔.๕๐
สถานเริงรมย์ยามราตรี	๔๑	๑๓.๑๔	๑๐๐	๔๖.๔๕	๔๑	๒๔.๕๕	๒๒	๑๗.๖๐
รวม	๓๑๒	๑๐๐.๐๐	๒๑๓	๑๐๐.๐๐	๑๕๔	๑๐๐.๐๐	๑๒๕	๑๐๐.๐๐

ส่วนความประทับใจอันดับ ๒ เกิดจากการท่องเที่ยวในสถานเริงรมย์มีจำนวนสูงสุด คือ ๑๐๐ คน หรือร้อยละ ๔๖.๔๕ Shopping มีมากเป็นอันดับรอง คือ ๕๗ คน หรือร้อยละ ๒๖.๗๖ Sight Seeing และห้างไฮเพอเทคมี ๓๔ และ ๒๒ คน ตามลำดับ หรือเท่ากับร้อยละ ๑๔.๗๖ และ ๑๐.๓๓ ตามลำดับ ส่วนความประทับใจอันดับ ๓ และ ๔ ส่วนใหญ่เกิดจากการเที่ยว Shopping และ

Sight Seeing โดยอันดับ ๓ มีจำนวนรวมกันคิดเป็นร้อยละ ๖๔.๕๒ และอันดับ ๔ มีจำนวนรวมกันคิดเป็นร้อยละ ๓๕.๔๐

จากตัวเลขในตารางที่ ๓ แสดงให้เห็นเด่นชัดว่าความประทับใจที่นักท่องเที่ยวได้รับเกินครึ่งเกิดจากการเที่ยวหญิงโสเภณี คือร้อยละ ๕๖.๗๓ อีกร้อยละ ๔๓.๒๗ เกิดความประทับใจสูงสุดจากการ Shopping, Sight Seeing และสถานเริงรมย์ยามราตรีมีร้อยละ ๑๓.๑๔ กรณีการเที่ยวสถานเริงรมย์ยามราตรีแม้เป็นเรื่องที่ก่อให้เกิดความประทับใจอันดับ ๒ แก่นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่สุด หากพิจารณาให้ลึกลงไปจะเห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวเป็นกลุ่มเดียวกับผู้ที่มีความประทับใจจากการเที่ยวหญิงโสเภณีเป็นอันดับหนึ่ง ทั้งนี้พิจารณาในรูปที่ ๑ และ ๒ ประกอบ

ในรูปที่ ๑ เป็นการแสดงลักษณะความคิดเห็นด้านความประทับใจของนักท่องเที่ยวซึ่งมีระดับความประทับใจอยู่ ๔ ระดับ มีผู้ให้ข้อมูลระดับความประทับใจทั้งหมด ๓๑๒ คน แบ่งเป็นความประทับใจเกิดจากการเที่ยวผู้หญิงโสเภณี ๑๗๗ คน หรือร้อยละ ๕๖.๗๓ Shopping ๔๔ คน หรือร้อยละ ๑๔.๓๘ Sight Seeing ๔๖ คน หรือร้อยละ ๑๔.๗๔ และสถานเริงรมย์ยามราตรีอีก ๔๑ คน หรือร้อยละ ๑๓.๑๔ จากนักท่องเที่ยว ๑๗๗ คน ที่เกิดความประทับใจจากการเที่ยวผู้หญิงเป็นอันดับที่ ๑ มี ๑๔๖ คน ที่ระบุความประทับใจอันดับที่ ๒ แยกเป็นความประทับใจจากการเที่ยวสถานเริงรมย์ยามราตรี ๔๔ คน หรือเท่ากับร้อยละ ๖๐.๒๗ Shopping ๕๒ คน หรือร้อยละ ๒๔.๗๗ และ Sight Seeing ๑๖ คน หรือร้อยละ ๑๐.๙๖ จากนักท่องเที่ยว ๔๔ คน มีผู้ระบุความประทับใจอันดับที่ ๓ ๗๐ คน แบ่งเป็นความประทับใจจากการเที่ยว Shopping ๓๔ คน หรือร้อยละ ๕๕.๗๑ (ในจำนวน ๓๔ คนนี้มี ๒๖ คนที่ระบุว่าเกิดความประทับใจจากการเที่ยว Sight Seeing เป็นอันดับที่ ๔) และอีก ๓๖ คน หรือร้อยละ ๕๔.๒๙ มีความประทับใจเป็นอันดับ ๓ จากการเที่ยว Sight Seeing (ในจำนวน ๓๖ คน มีระบุว่าเกิดความประทับใจอันดับที่ ๔ จากการเที่ยว Shopping)

จากนักท่องเที่ยว ๕๒ คน ที่เกิดความประทับใจจากการเที่ยว Shopping เป็นอันดับ ๒ มี ๒๔ คน ระบุถึงระดับความประทับใจเป็นอันดับที่ ๓ อธิบายท่านเองเดียวกับข้างต้นจะได้ว่าใน ๒๔ คน มี ๑๕ คน ที่ประทับใจจากการเที่ยวสถานที่เริงรมย์ยามราตรี และจาก ๑๔ คน มี ๑๒ คน ที่ระบุว่าเที่ยว Sight Seeing เกิดความประทับใจในอันดับที่ ๔ อีก ๔ คน เกิดความประทับใจ

ของความพร้อมใจและน้ำหนักที่ให้

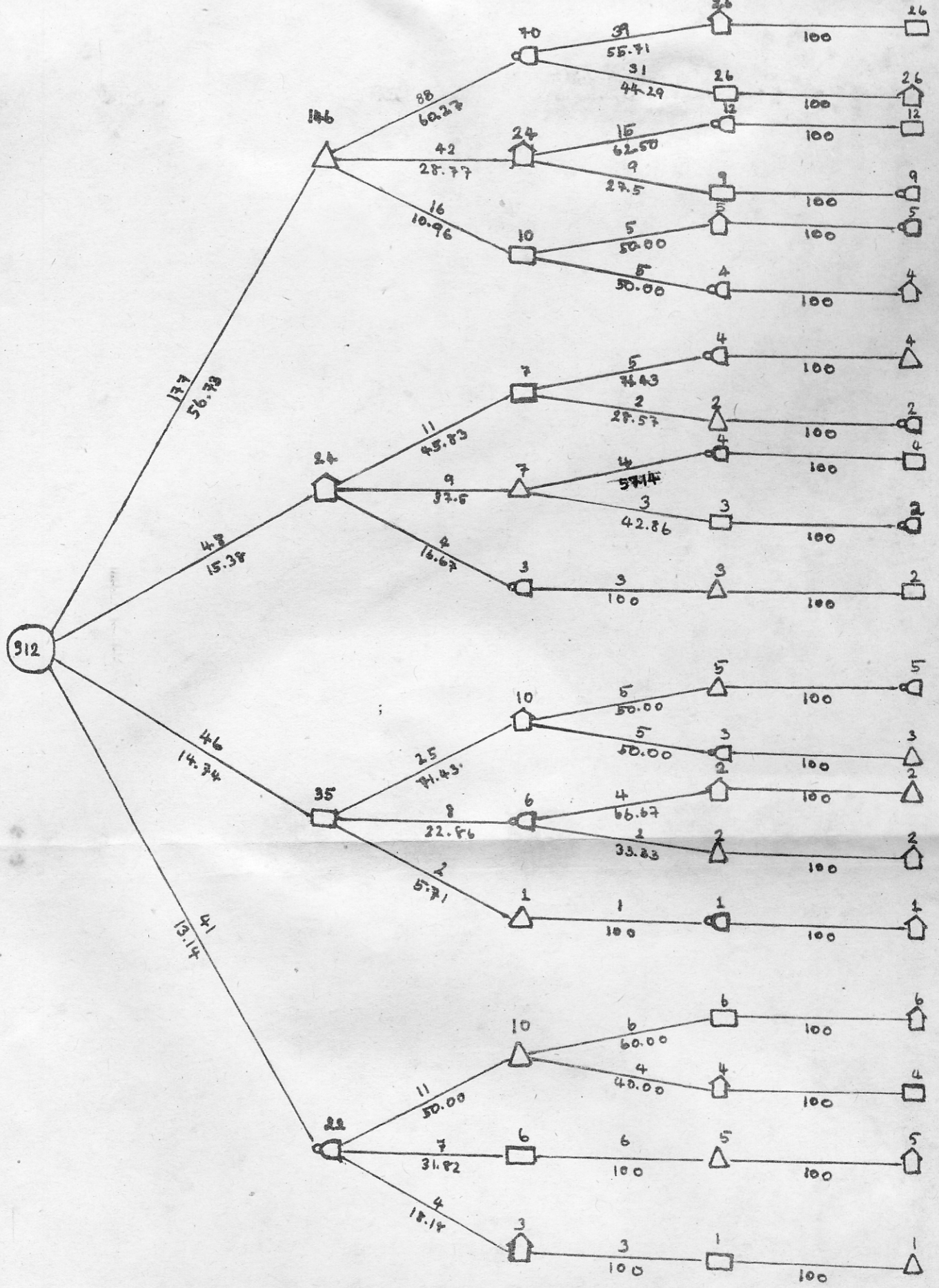
ความพร้อมใจอันดับที่

1

2

3

4



หมายเหตุ

ตัวเลขเหนือเส้นเป็นจำนวนคน ตัวเลขใต้แสดงเป็นค่าร้อยละ

- △ แทนหญิงโสเภณี
- 🏠 Shopping
- ◻ Sight Seeing
- 🎭 Night enter tainment

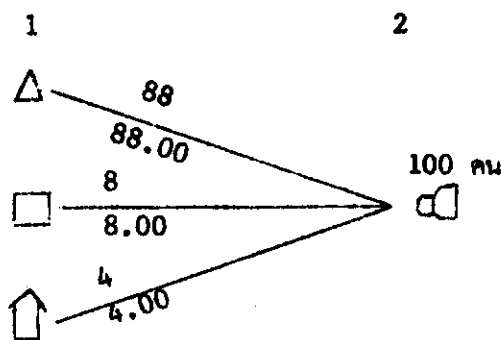
อันดับ ๓ จากการเที่ยว Sight Seeing และทั้งหมด ๔ คนนี้ ระบุว่า การเที่ยว Shopping
เกิดความประทับใจเป็นอันดับที่ ๔

สำหรับนักท่องเที่ยวอีก ๑๖ คน ที่เกิดความประทับใจจากการเที่ยว Sight Seeing
เป็นอันดับ ๓ มีเพียง ๑๐ คน ที่ระบุระดับความประทับใจเป็นอันดับที่ ๓ และเหลือเพียง ๔ คน ที่ระบุ
ระดับความประทับใจในระดับที่ ๔

สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เกิดความประทับใจจากการเที่ยว Shopping, Sight
Seeing และสถานเริงรมย์ยามราตรีเป็นอันดับที่ ๑ ก็สามารถอธิบายระดับความประทับใจในอันดับ
ที่ ๒, ๓ และ ๔ ในทำนองเดียวกันกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เกิดความประทับใจเป็นอันดับที่ ๑ จากการเที่ยว
ผู้หญิงบริการค้นกล่าวมาแล้ว

รูปที่ ๒ แสดงที่มาของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เกิดความประทับใจ
เป็นอันดับที่ ๒ จากการเที่ยวสถานเริงรมย์ยามราตรี

ความประทับใจอันดับที่



ในรูปที่ ๒ เป็นการแสดงที่มาของกลุ่มนักท่องเที่ยวซึ่งเกิดความประทับใจเป็นอันดับที่ ๒ จากการเที่ยว
สถานที่เริงรมย์ยามราตรี จะเห็นได้ว่าในจำนวนนักท่องเที่ยว ๑๐๐ คนที่เกิดความประทับใจเป็นอันดับ
ที่ ๒ จากการเที่ยวสถานที่เริงรมย์ยามราตรีมีถึง ๔๔ คน มาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวซึ่งเกิดความประทับใจ
ใจเป็นอันดับที่ ๑ ด้วยการเที่ยวผู้หญิงโสเภณี ส่วนอีก ๑๒ คน เป็นกลุ่มที่เกิดความประทับใจเป็นอันดับ
ที่ ๑ จากการเที่ยว Sight Seeing และ Shopping ตามลำดับ

ค. แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แสดงความลักษณะการแสวงหาความสำราญ

โดยเหตุที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เกิดความประทับใจจากการเที่ยวผู้หญิงโสเภณีเป็นอันดับที่ ๑ ส่วนมากจะเกิดความประทับใจเป็นอันดับที่ ๒ จากการเที่ยวสถานที่เรingers ยามราตรีตามมา และในทางกลับกันนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เกิดความประทับใจจากการเที่ยวสถานที่เรingers ยามราตรีเป็นอันดับที่ ๑ ส่วนมากจะมีความประทับใจจากการเที่ยวผู้หญิงโสเภณีเป็นอันดับ ๒ (พิจารณาได้จากรูปที่ ๑ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เกิดความประทับใจเป็นอันดับที่ ๑ จากการเที่ยวผู้หญิง) จึงอาจกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวที่นิยมการเที่ยวผู้หญิงเป็นกลุ่มเดียวกับนักท่องเที่ยวที่นิยมการเที่ยวสถานที่เรingers ยามราตรี

หากย้อนกลับไปพิจารณาจากรูปที่ ๑ อีกครั้ง เราจะสังเกตเห็นว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เกิดความประทับใจเป็นอันดับที่ ๑ จากการเที่ยว Shopping และ Sight Seeing เป็นพวกเดียวกัน กล่าวคือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เกิดความประทับใจเป็นอันดับที่ ๑ จากการ Shopping ก็จะมีผู้เกิดความประทับใจเป็นอันดับ ๒ ด้วยการเที่ยว Sight Seeing คิดเป็นร้อยละสูงสุด ทางกลับกันกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เกิดความประทับใจเป็นอันดับที่ ๑ จากการเที่ยว Sight Seeing ก็จะมีผู้เกิดความประทับใจเป็นอันดับที่ ๒ ด้วยการเที่ยว Shopping คิดเป็นร้อยละสูงสุดเช่นกัน

จากข้อเท็จจริงที่ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มที่ได้รับความประทับใจสูงสุดจากการเที่ยวผู้หญิงโสเภณี ก็จะระบุว่าได้รับความประทับใจในอันดับรอง (อันดับ ๒) จากการเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวยามราตรีมาก กลุ่มที่ได้รับความประทับใจสูงสุดจากการเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวยามราตรี ก็จะระบุว่าได้รับความประทับใจในอันดับรองจากการเที่ยวผู้หญิงโสเภณี และกลุ่มที่ระบุว่าเกิดความประทับใจสูงสุดจากการเที่ยว Shopping ก็จะมีระบุว่าได้รับความประทับใจในอันดับรองจากการเที่ยว Sight Seeing กลุ่มที่เกิดความประทับใจจากการเที่ยว Sight Seeing สูงสุด จะระบุว่าได้รับความประทับใจจากการท่องเที่ยว Shopping เช่นกัน เราจึงอาจกล่าวได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวตามนิสัยการแสวงหาความสำราญได้สองกลุ่ม คือ กลุ่มที่แสวงหาความสำราญยามค่ำคืน หรือ Night life และกลุ่มที่นิยมเที่ยว Shopping และ Sight Seeing

ง. ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเมืองหาดใหญ่ในแง่ลบ

จากการวิเคราะห์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่ผ่านมา แม้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อเมืองหาดใหญ่ก็ตาม แต่ครั้นเรียบเรียงสอบถามถึงสาเหตุที่เกิดทัศนคติในแง่ลบต่อเมืองหาดใหญ่แล้ว กลับปรากฏผลว่ามีนักท่องเที่ยวจำนวนมากสามารถระบุสิ่งที่ก่อให้เกิดทัศนคติแง่ลบต่อเมืองหาดใหญ่ได้

สาเหตุต่าง ๆ ที่ชวนให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติแง่ลบต่อเมืองหาดใหญ่ ตัวเลขจากตารางที่ ๔ ปรากฏว่าระเบียบการผ่านเมืองเป็นสาเหตุทำให้เกิดทัศนคติแง่ลบโดยมีนักท่องเที่ยวเห็นพร้อมกันจำนวนมากที่สุด คือ ๑๘๓ คนจาก ๔๓๔ คน หรือเท่ากับร้อยละ ๔๑.๖๔ ปัญหาความปลอดภัยในเมืองมีจำนวนนักท่องเที่ยวเห็นว่าก่อให้เกิดทัศนคติแง่ลบมากเป็นอันดับที่สอง คือมีผู้เห็นด้วย ๑๓๒ คน หรือร้อยละ ๓๐.๑๘ ปัญหาที่หาดใหญ่มีสถานที่ท่องเที่ยวไม่เพียงพอ มีนักท่องเที่ยวจำนวน ๑๒๔ คน หรือร้อยละ ๒๘.๖๕ เห็นว่าก่อให้เกิดทัศนคติในแง่ลบ ปัญหาเรื่องคุณภาพของมีคฤเทศก์ไม่ดีพอ มีผู้เห็นว่าก่อให้เกิดทัศนคติในแง่ลบ ๖๑ คน หรือเท่ากับร้อยละ ๑๓.๕๐ มาตรฐานการบริการของโรงแรมและสถานเริงรมย์ไม่ดีพอ มีจำนวนน้อยเห็นว่าก่อให้เกิดทัศนคติแง่ลบ คือมีผู้ระบุเพียง ๔๔ คน หรือร้อยละ ๑๐.๐๒

ตารางที่ ๔ จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามสาเหตุที่ก่อให้เกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อเมืองหาดใหญ่

สาเหตุที่ก่อให้เกิดทัศนคติที่ไม่ดี	จำนวน	ร้อยละ (เทียบกับนักท่องเที่ยวทั้งหมด)
ระเบียบการผ่านเมือง	๑๘๓	๔๑.๖๔
ปัญหามีคฤเทศก์	๖๑	๑๓.๕๐
การบริการของโรงแรมและสถานเริงรมย์	๔๔	๑๐.๐๒
ปัญหาความปลอดภัย	๑๓๒	๓๐.๑๘
สถานที่เที่ยวไม่เพียงพอ	๑๒๔	๒๘.๖๕
อื่น ๆ	๑๖๔	๓๘.๕๐

ส่วนสาเหตุอื่น ๆ อาทิ การโกงราคาสินค้าและบริการ บริการของรถยนต์รับจ้าง การขู่กรรโชกของนายหน้าหาหญิงนครโสเภณี การบังคับขู่เข็ญให้นักท่องเที่ยวถ่ายภาพของช่างภาพที่หากินแถวหาดสมิหรา ฯลฯ สาเหตุเหล่านี้เมื่อรวม ๆ กันแล้ว มีนักท่องเที่ยวจำนวน ๑๖๔ คน หรือเท่ากับร้อยละ ๓๘.๕๐ เห็นว่าก่อให้เกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อเมืองหาดใหญ่

หากพิจารณาถึงผลวิเคราะห์ระดับตอนต้นของบทนี้ซึ่งชี้ให้เห็นว่านิกทองเที่ยวส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ติดต่อเมืองหาคาใหญ่ก็ตาม แต่ด้วยปกตินิสัยของมนุษย์นั้นมีความรักและห่วงหาพันชีวิตเหนือสิ่งอื่นใด ถ้าได้ทราบว่า ณ ที่แห่งใดก็ตามมีทางให้เกิดความไม่ปลอดภัยแก่ชีวิตทรัพย์สินแล้ว แม้ที่แห่งนั้นจะบรรเทาความสุขความประทับใจได้เล็กน้อย ก็เป็นการยากที่จะพาดตนเองไปยัง ณ สถานที่แห่งนั้น เพื่อบำบัดความต้องการของตน

ปัญหาที่นิกทองเที่ยวระแวงมาจึงนำที่ผู้เกี่ยวข้อทุกฝ่ายซึ่งตระหนักและหาทางแก้ไขให้เรียบร้อยในที่สุด