

วารสารวิชาการ
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

การรับรู้ระดับการให้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการ
การท่องเที่ยวแบบฮาลาล ในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต
Muslim Tourists' Perception on Level of Halal Tourism
Service Management in Krabi and Phuket Province

ธนิษฐ์ สังขดวง

MBA. (Tourism and Hospitality Management), อาจารย์

จิระนาถ รุ่งช่วง

วท.ม. (เทคโนโลยีการจัดการและบริการอาหาร), อาจารย์

สาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว

วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง

Journal of Humanities and Social Sciences

A b s t r a c t

According to Muslim beliefs, there is a doctrine dealing with the fundamentals of life which has direct effect on Muslims' travel and recreation. Muslims tourists' demand conditions are different from typical tourists. The purposes of this study are 1) to study personal factors and tourist behavior of Muslims' tourists; 2) to study relationship between personal factors and perceptions on level of Halal tourism service through tourist destinations, accommodations, and restaurants; and 3) to study relationship between perceptions on level of Halal tourism service and revisit intention as well as word-of-mouth communication. A questionnaire was used as a research instrument. The data were collected by from 400 Thai and foreign tourists in Krabi and Phuket. The study found that 92.5 % of Muslims tourists selected both fully and partly Halal services. Additionally, it was found that personal factors affected perceptions on level of service , and perceptions on level of service affected revisit intention as well as word-of-mouth, at the 0.05 level of statistical significance. The results of the research led to following recommendations: 1) enterprises and agencies involving tourism in the area should focus on Muslims tourists and 2) there should be guidelines and procedures for certification of Halal tourism and Muslim-friendly tourism.

Keywords : Service, Muslim tourists, Halal tourism

บทคัดย่อ

ศาสนาอิสลาม มีเนื้อหาหลักคำสอนที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับพื้นฐานการใช้ชีวิต จึงมีผลโดยตรงต่อการเดินทางท่องเที่ยวและการพักผ่อนหย่อนใจของคนมุสลิม ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมุสลิมมีเงื่อนไขความต้องการที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมุสลิม 2) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน และภัตตาคาร 3) ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล กับการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปาก เก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมุสลิมทั้งชาวไทยและต่างชาติ จำนวน 400 ตัวอย่าง ในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 92.5 เลือกใช้สถานประกอบการทั้งประเภทที่ให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบและประเภทที่ให้บริการฮาลาลเฉพาะพื้นที่บางส่วน ขณะที่ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการรับรู้ระดับการให้บริการและการรับรู้ระดับการให้บริการมีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปากอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งจากผลวิจัยนำไปสู่ข้อเสนอแนะ 1) ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ควรให้ความสำคัญกับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม 2) ควรหาแนวทางและกระบวนการในการรับรองมาตรฐานการบริการการท่องเที่ยวฮาลาล และการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม

คำสำคัญ :

การให้บริการ นักท่องเที่ยวมุสลิม การท่องเที่ยวแบบฮาลาล

การรับรู้ระดับการให้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการการท่องเที่ยว...

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวได้กลายเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญของโลก ปัจจุบัน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องนี้อีกมากมาย และกลายเป็นปัจจัยหลักปัจจัยหนึ่ง ที่ช่วยในการส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสำหรับประเทศต่าง ๆ (Ekanayake & Long, 2012; Webster & Ivanov, 2014) เหมือนเช่นประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่ ประเทศไทยมีการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็วในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยในปี 2558 ที่ผ่านมานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวน 29.88 ล้านคน ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.44 และสร้างรายได้ให้กับประเทศได้ถึง 1,447.16 พันล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.39 เมื่อเทียบกับปี 2557 (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด จำแนกตามภูมิภาคของประเทศไทย (ไม่นับรวมกรุงเทพฯ) พบว่า ภาคใต้เป็นภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด และสร้างรายได้ให้แก่ประเทศมากที่สุดเช่นกัน ตัวอย่างเช่น ในไตรมาสสี่ ปี 2556 มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากถึง 6.1 ล้านคน สร้างรายได้ 104,437 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.7 ของรายได้ทั้งประเทศจากการท่องเที่ยว นอกจากนี้ เมื่อจำแนกพื้นที่ภาคใต้รายจังหวัด พบว่า จังหวัดที่สร้างรายได้มากที่สุดสองอันดับแรกคือ ภูเก็ต รองลงมาคือ กระบี่ โดยทำรายได้มากถึง 67,082 ล้านบาท และ 15,108 ล้านบาท ตามลำดับ (กรมการท่องเที่ยว, 2557) ซึ่งทั้งจังหวัดภูเก็ตและกระบี่ ถือเป็นจังหวัดท่องเที่ยวพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามัน ที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวไทย เนื่องจากเป็นสถานที่

ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักและชื่นชอบเป็นอย่างดีสำหรับทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติทั่วโลก ไม่เว้นแม้นักท่องเที่ยวมุสลิม

โดยศาสนาอิสลามถือเป็นศาสนาหลักที่สำคัญศาสนาหนึ่ง มีประชากรทั่วโลกนับถือประมาณ 1,500 ล้านคน ทั้งในประเทศประชากรส่วนใหญ่เป็นมุสลิม เช่น ประเทศในตะวันออกกลาง หรือเอเชียใต้ รวมถึงประเทศที่ประชากรส่วนใหญ่ไม่ใช่มุสลิม เช่น อินเดีย อังกฤษ อเมริกา รัสเซีย จีน ออสเตรเลีย และ สหรัฐอเมริกา ฯลฯ (Organization of Islamic Cooperation, 2012) ขณะเดียวกันประชาคมอาเซียนที่มีจำนวนประชากรประมาณ 600 ล้านคน มีประชากรมุสลิมอาศัยอยู่มากกว่าครึ่งหรือประมาณกว่า 300 ล้านคน ทั้งในประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย บรูไน รวมทั้งมุสลิมชนกลุ่มน้อยในประเทศที่ไม่ใช่มุสลิม เช่น ฟิลิปปินส์ และ สิงคโปร์ เป็นต้น (อาบิติน วันขวัญ, 2554) นอกจากนี้ ประเทศไทยก็มีประชากรมุสลิมอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในพื้นที่บางส่วนของจังหวัดสงขลา ปัตตานี ยะลา นราธิวาส รวมทั้งสตูล ที่ประชากรส่วนใหญ่มีความแตกต่างกับส่วนอื่นๆ ของประเทศ เนื่องจากมีวัฒนธรรมและภาษาที่คล้ายกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีอาณาเขตติดต่อกัน (วันชัย วัฒนศัพท์, 2551)

ศาสนาอิสลามมีเนื้อหาหลักคำสอนที่เกี่ยวข้องกับพื้นฐานการใช้ชีวิต หลักการของอิสลามจึงมีผลโดยตรงต่อการเดินทางท่องเที่ยวและการพักผ่อนหย่อนใจของคนมุสลิมทุกเชื้อชาติ ทั้งในส่วนของนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน รวมทั้งเจ้าของสถานที่ในการจัดเตรียมการต้อนรับผู้มาเยือน (Zamani-Farahani & Henderson, 2010) เนื่องจากหลักปฏิบัติทางศาสนาอิสลามที่เรียกว่า "ฮาลาล" นั้น ไม่ได้เป็นบทบัญญัติที่ครอบคลุม

การรับรู้ระดับการให้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการการท่องเที่ยว...

เฉพาะการผลิตสินค้าอาหารเท่านั้น หากแต่ยังครอบคลุมถึงแนวทางการให้บริการต่างๆ ที่จะต้องสอดคล้องกับหลักการทางศาสนา การงดเว้นรวมถึงข้อปฏิบัติต่างๆ อีกด้วย (ปิติ ศรีแสงนาม, 2555) นักท่องเที่ยวมุสลิม จึงมีเงื่อนไขและความต้องการที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไปอย่างชัดเจน ทั้งในเรื่องของการแต่งกาย อาหาร ที่พัก การเดินทางท่องเที่ยว ตลอดจนการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งปรากฏการณ์เหล่านี้ ได้ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมุสลิมส่วนหนึ่งรู้สึกถึงความกังวลในการรับบริการด้านอาหาร เครื่องดื่ม ที่พัก สภาพแวดล้อม และกิจกรรมใน ระหว่างการท่องเที่ยว ว่าผิดหรือขัดต่อหลักศาสนาหรือไม่ (จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย, 2556) ซึ่งในเวลาต่อมา ได้มีผู้วิวัฒนาการคำว่า “การท่องเที่ยวฮาลาล” ขึ้น โดยมีนัยเพื่อสื่อสารถึงการท่องเที่ยวพักผ่อนที่เชื่อมโยงกับความเชื่อทางศาสนาอิสลาม ถือเป็นแนวคิดใหม่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

จากการศึกษางานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวฮาลาลในพื้นที่จังหวัดกระบี่และภูเก็ต พบว่า ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม การเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิม ความต้องการการท่องเที่ยวฮาลาล รวมถึงประเมินศักยภาพสถานที่ท่องเที่ยวฮาลาล ตัวอย่างเช่น อรพรรณ จันทร์อินทร์ และคณะ, 2556; ธรรมจักร เล็กบรรจง, 2560 และ Oraphan, Piangpis, Rahman & Don, 2015) ยังไม่ครอบคลุมถึงระดับการรับรู้ การให้บริการ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาผลการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในมุมมองมุสลิมชาวไทยและต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต เนื่องจากเป็นพื้นที่การแข่งขันทางธุรกิจสูง สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นสองอันดับแรกของภาคใต้ โดยผลที่ได้จากการศึกษาจะนำมาเป็นข้อมูลเพื่อการพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงาน และให้ผู้เกี่ยวข้องได้เตรียมการรับมือหรือปรับตัว

ให้เข้ากับสภาวะการแข่งขัน รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถโดยการพัฒนาตนเองและสร้างจุดเด่นเหนือคู่แข่ง เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจในระยะยาวต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมกาการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมุสลิมที่เข้ามาใช้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน และภัตตาคารหรือร้านอาหาร ในจังหวัดกระบี่ และภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน และภัตตาคารหรือร้านอาหารในจังหวัดกระบี่ และภูเก็ต
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน และภัตตาคารหรือร้านอาหารในจังหวัดกระบี่ และภูเก็ตกับการกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวมุสลิม

ทบทวนวรรณกรรม

คำว่า ฮาลาล (حلال) มาจากภาษาอาหรับ หมายถึง การอนุญาต หรือยอมรับ ซึ่งมีความหมายตรงข้ามกับ ฮาเร็ม (حرام) ซึ่งหมายถึง สิ่งที่ไม่สามารถยอมรับไม่เป็นที่ยอมรับหรือไม่อนุญาตให้ทำ ภายใต้บทบัญญัติของชารีอะฮ์ หรือกฎหมายอิสลาม (El-Gohary, 2016) ซึ่งได้มีผู้กล่าวถึงการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวมุสลิม และศาสนาอิสลามไว้จำนวนมากทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ ตัวอย่างเช่น จีราวดี

การรับรู้ระดับการให้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการการท่องเที่ยว...

รัตนไพฑูรย์ชัย (2556) กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงชาอ์ริอะฮ์” (Shari'ah Tourism) คือ การพักผ่อนและท่องเที่ยวที่เป็นไปตามหลักการอิสลาม เช่น อาหารและเครื่องดื่มจะต้องไม่มีเนื้อหมูและแอลกอฮอล์ การแยกผู้ชายผู้หญิงในงานหรือสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น Laderlah, Rahman, Awang & Man (2011) อธิบายความหมายของ “การท่องเที่ยวแบบอิสลาม” (Islamic Tourism) ว่าเป็นกิจกรรมที่ได้รับการสนับสนุนให้กระทำเพื่อที่สามารถออกไปศึกษาสิ่งต่างๆ ที่สร้างโดยพระเจ้าเป็นเจ้า และมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมแบบอิสลาม (Islamic Business) ที่ต้องอยู่ภายใต้ศาสนบัญญัติแห่งศาสนา และต้องไม่ผิดหลักศาสนา ขณะที่ Suhaiza, Azizah & Simon (2011) ได้กล่าวถึง “การท่องเที่ยวฮาลาล” (Halal Tourism) ว่าเป็นแนวคิดการท่องเที่ยวที่อยู่ภายใต้บทบัญญัติอิสลามที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิมภายใต้บริบทของคำว่า ชาอ์ริอะฮ์ ที่ไม่ใช่เป็นเพียงข้อห้ามในการบริโภคอาหารเท่านั้น หากแต่รวมถึงกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวันด้วย ซึ่งเมื่อพิจารณาการท่องเที่ยวทั้ง 3 รูปแบบที่กล่าวถึงข้างต้นแล้วพบว่า มีความคล้ายคลึงกัน กล่าวคือมีลักษณะร่วมสำคัญของการท่องเที่ยวพักผ่อนที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อทางศาสนาอิสลาม ดังนั้นในงานวิจัยครั้งนี้ จึงขอเลือกใช้คำว่า “การท่องเที่ยวฮาลาล” เนื่องจากเป็นคำที่พบมากที่สุดจากงานวิจัยในอดีตที่ผ่านมา

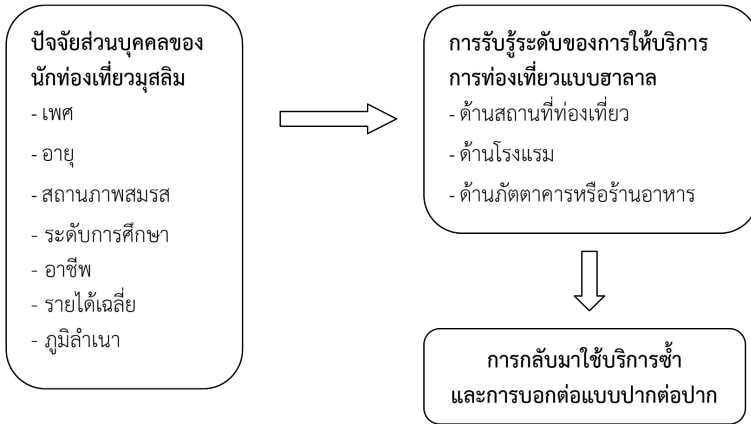
อย่างไรก็ตาม จากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า มีความแตกต่างระหว่าง “การท่องเที่ยวฮาลาล” กับ “การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม” (Muslim Friendly) เนื่องจากลักษณะของการท่องเที่ยวฮาลาล สถานประกอบการที่ให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรมหรือภัตตาคาร จะต้อง

นำเสนอในลักษณะของการให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบในทุกพื้นที่
เต็มอาณานิเวศของสถานประกอบการต่างกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตร
กับมุสลิมที่จะจำกัดการให้บริการเฉพาะพื้นที่เพียงบางส่วนของสถาน
ประกอบการเท่านั้น (El-Gohary, 2016)

ขณะเดียวกัน การแข่งขันอย่างสูงในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน
ปัจจุบันเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้แหล่งท่องเที่ยว รวมถึงผู้ประกอบการ
ต้องเร่งปรับปรุงคุณภาพของการบริการ ทั้งนี้เนื่องจากผู้รับบริการมี
ทางเลือกมากขึ้น ถ้าผู้ให้บริการที่ปรับตัวไม่ทันตามการเปลี่ยนแปลง
ของกระแสโลกก็จะสูญเสียโอกาสให้กับคู่แข่งหรือผู้ประกอบการหน้าใหม่
โดยการรับรู้ในระดับของการให้บริการของนักท่องเที่ยว ถือเป็นอีกหนึ่ง
ปัจจัยที่มีความสำคัญ เนื่องจากถ้านักท่องเที่ยวหรือผู้รับบริการรับรู้ได้ถึง
ระดับการให้บริการที่ดีมีความเหมาะสมและเป็นไปตามมาตรฐาน หรือ
ปราศจากข้อผิดพลาดก็จะนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้รับบริการ แต่ขณะ
เดียวกัน หากการรับรู้ในระดับของการบริการไม่สามารถตอบสนองถึง
ความต้องการ หรือได้รับน้อยกว่าระดับความคาดหวังก็จะนำไปสู่ความรู้สึก
ของความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการด้วยเช่นกัน (Parasuraman,
Zeithaml & Berry, 1985) ซึ่งความพึงพอใจในการได้รับการบริการของ
นักท่องเที่ยวจะส่งผลต่อเนื่องถึงความตั้งใจในการที่จะกลับมาใช้บริการ
หรือกลับมาเยี่ยมเยือนสถานที่ท่องเที่ยวเดิมซ้ำ (Lee, Kim, Ko & Sogas,
2011) นอกจากนี้ ความพึงพอใจในการได้รับการบริการยังมีผลต่อคำ
บอกเล่าแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Communications) ที่ผู้ได้รับ
การบริการจะบอกต่อแก่บุคคลอื่น นำไปสู่การสื่อสารทั้งเชิงบวกและ
เชิงลบถึงผู้ประกอบการหรือสถานที่ท่องเที่ยวอื่นอีกด้วย (Lang, 2011)

การรับรู้ระดับการให้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการการท่องเที่ยว...

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Technique) ใช้ประโยชน์จากโครงสร้างแบบสอบถามกับกลุ่มประชากรของนักท่องเที่ยวมุสลิมทั้งชาวไทยและต่างชาติ ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ และภูเก็ต ในช่วงระยะเวลาเดือนธันวาคม 2559 ถึง มกราคม 2560 โดยกำหนดสถานที่ในการเก็บข้อมูลบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหลัก สถานที่พักผ่อน ภัตตาคารหรือร้านอาหาร ที่ให้บริการในรูปแบบฮาลาล อาทิบริเวณโดยรอบโรงแรมอัลบารอกัตเพลส ตำบลปากน้ำ โรงแรมฟรอนท์เบย์ รีสอร์ท ตำบลไสไทย ในจังหวัดกระบี่ และบริเวณโดยรอบโรงแรมหลายา ลีนา ตำบลกมลา โรงแรมเดอะรอยัลพาราไดซ์ โฮเทลแอนด์สปา ตำบลป่าตอง โรงแรมบางเทาบีชซาเลต์ ตำบลเชิงทะเล ในจังหวัดภูเก็ต เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการเก็บข้อมูลบางส่วนจากนักท่องเที่ยวที่พบในบริเวณมัสยิดที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวหลัก อาทิ บริเวณมัสยิด

อ่าวนาง มัสยิดคลองแห้ง มัสยิดบ้านนาติน ในจังหวัดกระบี่ และบริเวณ มัสยิดนุรุลฮูดา มัสยิดบุการูร์ม มัสยิดปาตอง ในจังหวัดภูเก็ต เป็นต้น การวิจัยในครั้งนี้สุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability) โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากการสอบถามเบื้องต้นนักท่องเที่ยวที่พบในบริเวณสถานที่ที่กำหนดไว้ว่าเป็นพื้นที่เก็บข้อมูล ว่าใช่นักท่องเที่ยวมุสลิมหรือไม่ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวมุสลิมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวพักผ่อนจริง โดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Cochran (1953) กรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ทราบแต่เพียงว่ามีจำนวนมาก โดยกำหนดสัดส่วนของประชากรนักท่องเที่ยวเท่ากับ 0.05 ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และสัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้มีค่า 0.05 ทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 384.16 ตัวอย่างเป็นอย่างน้อย ขณะที่งานวิจัยในครั้งนี้เลือกใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งมีความมากกว่าเงื่อนไขที่กำหนด โดยแบ่งสัดส่วนเป็นพื้นที่จังหวัดกระบี่ และจังหวัดภูเก็ตพื้นที่ละ 200 ตัวอย่าง และในแต่ละพื้นที่แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวไทยและชาวต่างชาติ อย่างละ 100 ตัวอย่าง โดยเนื้อหาในแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ประกอบไปด้วยคำถามที่ผ่านการปรึกษาจากผู้ทรงคุณวุฒิวิทยาลัยอิสลาม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี เพื่อครอบคลุมถึงเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ ซึ่งคำถามในแบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ส่วน ประกอบไปด้วยส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มประชากรได้แก่ เพศ อายุ สถานะภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิลำเนา และคำถามเกี่ยวกับการเดินทางได้แก่ ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงสถานที่ประกอบการที่เลือก

การรับรู้ระดับการให้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการการท่องเที่ยว...

ใช้บริการ ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับการรับรู้การให้บริการ การท่องเที่ยวแบบฮาลาลในหัวข้อด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสถานที่พักผ่อน และด้านภัตตาคารหรือร้านอาหาร ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปาก โดยคำถามในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ใช้มาตราวัด Likert Rating Scale, 5 Point ซึ่งคะแนนที่ 1 หมายถึง "ระดับน้อยมาก" ในขณะที่ คะแนนที่ 5 หมายถึง "ระดับมากที่สุด" รวมถึงการใช้เทคนิค IOC (Index of Item-Objective Congruence) ในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน พบว่า มีความสอดคล้องผ่านเกณฑ์ที่กำหนด โดยได้ค่า IOC เท่ากับ 0.9 มากกว่าค่าที่ แนะนำให้ใช้ที่ 0.5

ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยคำนวณ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อตอบ วัตถุประสงค์การวิจัยในข้อที่ 1 และหาค่า t-test เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มและ F-test เพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนของ คะแนน 3 กลุ่มขึ้นไป และวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยในข้อที่ 2 รวมทั้งวิเคราะห์ ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ การวิจัยในข้อที่ 3

ผลการวิจัย

1. ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวมุสลิมพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติอย่างละ 200 คน หรือร้อยละ 50 เพศหญิงมี 251 คน หรือร้อยละ 62.8 มากกว่า

เพศชายที่มี 149 คน หรือร้อยละ 37.3 ขณะเดียวกัน จำนวน 205 คน หรือร้อยละ 51.3 ที่มีช่วงอายุระหว่าง 21-40 ปี รองลงมาช่วงอายุระหว่าง 41-60 ปี จำนวน 118 คน หรือร้อยละ 29.5 อายุต่ำกว่าหรือ 20 ปี จำนวน 39 คน หรือร้อยละ 9.8 และ อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 38 คน หรือร้อยละ 9.5 สถานภาพสมรส มีจำนวน 195 คน หรือร้อยละ 48.8 โดดเดี่ยวกับสถานภาพโสด ที่มีจำนวน 180 คน หรือร้อยละ 45.0 และ ผู้มีสถานภาพหม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ มีจำนวน 25 คน หรือร้อยละ 6.3 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี จำนวน 205 คน หรือร้อยละ 51.3 รองลงมามีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จำนวน 90 คน หรือร้อยละ 22.5 ระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือมัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 62 คน หรือร้อยละ 15.5 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 43 คน หรือร้อยละ 10.8 ประกอบอาชีพในบริษัทเอกชน/ลูกจ้างจำนวน 132 คน หรือร้อยละ 33.0 รองลงมาประกอบธุรกิจ/อาชีพอิสระจำนวน 121 คน หรือร้อยละ 30.3 ผู้ที่เกษียณ/ว่างงาน/อื่นๆ จำนวน 106 คน หรือร้อยละ 26.5 และจำนวนน้อยสุดเป็นข้าราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐจำนวน 41 คน หรือร้อยละ 10.3 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย/เดือน 15,001 - 30,000 บาท จำนวน 152 คน หรือร้อยละ 38.0 ตามด้วยผู้มีรายได้เฉลี่ย/เดือนต่ำกว่าหรือ 15,000 บาท จำนวน 110 คน หรือร้อยละ 27.5 ผู้มีรายได้เฉลี่ย/เดือน 30,001 - 60,000 บาท จำนวน 101 คน หรือร้อยละ 25.3 และผู้มีรายได้ 60,001 บาทขึ้นไป จำนวน 37 คน หรือร้อยละ 9.3 กลุ่มตัวอย่างชาวไทยมีภูมิลำเนาในจังหวัดภาคใต้ (ยกเว้น สามจังหวัดชายแดนภาคใต้) มากที่สุดจำนวน 140 คน หรือร้อยละ 35.0 รองลงมามีภูมิลำเนาในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน 40 คน หรือร้อยละ 10.0 และภูมิภาคอื่นของประเทศไทย

การรับรู้ระดับการให้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการการท่องเที่ยว...

จำนวน 19 คน หรือร้อยละ 4.8 ขณะที่กลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติ
ที่มาจากภูมิภาค Middle East จำนวน 83 คน หรือร้อยละ 20.8 ใกล้เคียง
กับนักท่องเที่ยวภูมิภาค ASEAN ที่มีจำนวน 72 คน หรือร้อยละ 18.0
และจำนวนน้อยสุดเป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่นๆ จำนวน 46 คน
หรือร้อยละ 11.5 ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมุสลิม

ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	149	37.3
หญิง	251	62.8
อายุ		
น้อยกว่าหรือ 20 ปี	39	9.8
21-40 ปี	205	51.3
41-60 ปี	118	29.5
61 ปีขึ้นไป	38	9.5
สถานภาพสมรส		
โสด	180	45.0
สมรส	195	48.8
หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่	25	6.3
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าหรือมัธยมศึกษาตอนต้น	62	15.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง	90	22.5
ปริญญาตรี	205	51.3
สูงกว่าปริญญาตรี	43	10.8

ตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมุสลิม (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน(คน)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ย/เดือน		
ต่ำกว่า หรือ 15,000 บาท	110	27.5
15,001 - 30,000 บาท	152	38.0
30,001 - 60,000 บาท	101	25.3
60,001 บาทขึ้นไป	37	9.3
ภูมิลำเนา		
ชาวไทย สามจังหวัดชายแดนภาคใต้	40	10.0
ชาวไทย จังหวัดอื่นในภาคใต้	140	35.0
ชาวไทย ภูมิภาคอื่นของประเทศ	19	4.8
ชาวต่างชาติ ASEAN	72	18.0
ชาวต่างชาติ Middle East	83	20.8
ชาวต่างชาติ Other regions	46	11.5

นักท่องเที่ยวมีระยะเวลาการท่องเที่ยวในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันทุกกลุ่ม โดยกลุ่มที่มีระยะเวลาการท่องเที่ยว 1-3 วัน จำนวน 135 คน หรือร้อยละ 33.8 ระยะเวลาการท่องเที่ยวมากกว่า 7 วัน จำนวน 134 คน หรือร้อยละ 33.5 และระยะเวลาการท่องเที่ยว 4-6 วัน จำนวน 131 คน หรือร้อยละ 32.8 กลุ่มตัวอย่างมีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวที่เป็นครอบครัว/ภรรยา/สามี/คู่รัก มากที่สุด จำนวน 277 คน หรือร้อยละ 69.3 รองลงมามีร่วมเดินทางท่องเที่ยว ที่เป็นผู้ร่วมงาน/หุ้นส่วน/เพื่อนจำนวน 92 คน หรือร้อยละ 23.0 และเดินทางท่องเที่ยวลำพังคนเดียวน้อยสุดจำนวน 31 คน หรือร้อยละ 7.8 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 370 คน หรือ

การรับรู้ระดับการให้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการการท่องเที่ยว...

ร้อยละ 92.5 เลือกใช้ทั้งสถานประกอบการที่ให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบและไม่เต็มรูปแบบ หรือให้บริการฮาลาลเฉพาะพื้นที่บางส่วน ขณะที่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน หรือร้อยละ 7.5 เลือกใช้สถานประกอบการที่ให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมุสลิม

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ระยะเวลาในการท่องเที่ยว		
1-3 วัน	135	33.8
4-6 วัน	131	32.8
มากกว่า 7 วัน	134	33.5
ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว		
ลำพังคนเดียว	31	7.8
ครอบครัว/ภรรยา/สามี/คู่รัก	277	69.3
ผู้ร่วมงาน/หุ้นส่วน/เพื่อน	92	23.0
ประเภทสถานประกอบการที่เลือกใช้บริการ		
ให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบเท่านั้น	30	7.5
ทั้งที่ให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบ และให้บริการฮาลาลไม่เต็มรูปแบบหรือให้บริการฮาลาลเฉพาะพื้นที่บางส่วน	370	92.5

2. ระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลด้านสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 9 ข้อ มีเพียงข้อ 1.9 ประชาชนในพื้นที่ที่มีความเข้าใจในกิจกรรมต่างๆของอิสลามข้อเดียว ที่อยู่ในระดับมาก (Mean = 3.48, S.D. = 1.05) ส่วนข้อที่เหลือทั้งหมด อยู่ในระดับปานกลาง โดยข้อที่ได้คะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือข้อ 1.1 มีป้ายสัญลักษณ์ฮาลาลที่สามารถพบเห็นได้โดยทั่วไป (Mean = 2.93, S.D. = 1.08)

ด้านสถานที่พักผ่อนมีเพียงข้อ 2.8 ไม่มีความบันเทิงที่ไม่เหมาะสมสำหรับมุสลิมในสถานที่พักผ่อนข้อเดียว ที่อยู่ในระดับมาก (Mean = 3.47, S.D. = 1.13) ขณะที่ข้อที่เหลือเกือบทั้งหมด อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นข้อ 2.2 มีสระว่ายน้ำ สปา ในโรงแรมแยกระหว่างหญิงและชาย หรือแยกช่วงเวลาในการใช้สระน้ำที่ระดับของการรับรู้การให้บริการอยู่ในระดับน้อย (Mean = 2.57, S.D. = 1.23)

ท้ายสุดด้านภัตตาคารหรือร้านอาหาร ทุกข้ออยู่ในระดับปานกลาง โดยข้อที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด คือข้อ 3.6 ไม่มีความบันเทิงที่ไม่เหมาะสมสำหรับมุสลิมในภัตตาคารหรือร้านอาหาร (Mean = 3.34, S.D. = 1.21) และข้อที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือข้อ 3.2 มีป้ายสัญลักษณ์ฮาลาลที่เห็นได้ชัดเจนในภัตตาคารหรือร้านอาหาร (Mean = 2.85, S.D. = 1.18) ดังแสดงในตารางที่ 3

การรับรู้ระดับการให้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการการท่องเที่ยว...

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของนักท่องเที่ยวมุสลิม

ระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล	Mean	S.D.	ระดับการรับรู้
1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว			
1.1 มีป้ายสัญลักษณ์ฮาลาลที่สามารถพบเห็นได้โดยทั่วไป	2.93	1.08	ปานกลาง
1.2 มีจำนวนมัคฮิดเพียงพอ	3.06	1.16	ปานกลาง
1.3 มีความพร้อมของสถานที่และมีสัญลักษณ์บ่งบอกสถานที่ละหมาด อย่างชัดเจนในพื้นที่ เช่น ห้างสรรพสินค้า หรือสนามบิน เป็นต้น	3.07	1.11	ปานกลาง
1.4 มีเสียงอะซานหรือมีประกาศเตือนช่วงเวลาละหมาด	3.23	1.16	ปานกลาง
1.5 มีความพร้อมของการให้บริการทางการเงินอิสลาม/ธนาคาร	2.98	1.06	ปานกลาง
1.6 สถานที่ท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ มีแหล่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมสำหรับมุสลิม	3.18	1.03	ปานกลาง
1.7 มัคคุเทศก์มีความรู้และความเข้าใจในกิจกรรมต่าง ๆ ของอิสลาม	3.07	1.03	ปานกลาง
1.8 มีความพร้อมของสินค้าที่ระลึกที่ฮาลาล	3.17	1.10	ปานกลาง
1.9 ประชาชนในพื้นที่มีความเข้าใจในกิจกรรมต่าง ๆ ของอิสลาม	3.48	1.05	มาก
2. ด้านสถานที่พักแรม			
2.1 มีสถานที่พักแรมฮาลาลให้บริการ สามารถพบเห็นได้โดยทั่วไป	2.86	1.07	ปานกลาง
2.2 มีสระว่ายน้ำ สปา ในโรงแรมแยกระหว่างหญิงและชาย หรือแยกช่วงเวลาในการใช้สระน้ำ	2.57	1.23	น้อย
2.3 ในห้องพักรับมูกครบกักขังที่ปิดไปมิกกะฮ์	2.91	1.20	ปานกลาง

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของนักท่องเที่ยวมุสลิม (ต่อ)

ระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล	Mean	S.D.	ระดับการรับรู้
2. ด้านสถานที่พักผ่อน (ต่อ)			
2.4 สถานที่พักผ่อนมีการจัดเตรียมผ้าปูละหมาดและตารางเวลาละหมาดไว้ให้แขกผู้เข้าพัก	3.02	1.25	ปานกลาง
2.5 ประตูห้องน้ำและปลายเตียงในห้องพักไม่หันทิศไปทางมักกะฮ์	3.21	1.20	ปานกลาง
2.6 ไม่มีอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นฮาลาลอยู่ในตู้เย็นห้องพัก	3.22	1.18	ปานกลาง
2.7 พนักงานแต่งกายเหมาะสมและสุภาพ ตัวอย่างเช่น พนักงานหญิงที่เป็นมุสลิมคลุมฮิญาบ หรือพนักงานหญิงที่ไม่ใช่มุสลิมปกปิดร่างกายอย่างมิดชิด เป็นต้น	3.24	1.25	ปานกลาง
2.8 ไม่มีความบันเทิงที่ไม่เหมาะสมสำหรับมุสลิมในสถานที่พักผ่อน	3.47	1.13	มาก
3. ด้านภัตตาคารหรือร้านอาหาร			
3.1 มีภัตตาคารหรือร้านอาหารฮาลาลให้บริการสามารถพบเห็นได้โดยทั่วไป	2.86	1.16	ปานกลาง
3.2 มีป้ายสัญลักษณ์ฮาลาลที่เห็นได้ชัดเจนในภัตตาคารหรือร้านอาหาร	2.85	1.18	ปานกลาง
3.3 ไม่มีอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นฮาลาลให้บริการในภัตตาคารหรือร้านอาหาร	3.08	1.15	ปานกลาง
3.4 พนักงานแต่งกายเหมาะสมและสุภาพ ตัวอย่างเช่น พนักงานหญิงที่เป็นมุสลิมคลุมฮิญาบ หรือพนักงานหญิงที่ไม่ใช่มุสลิมปกปิดร่างกายอย่างมิดชิด เป็นต้น	3.23	1.17	ปานกลาง
3.5 มีพนักงานเสิร์ฟหญิงคอยบริการลูกค้าหญิง และพนักงานเสิร์ฟชายคอยบริการลูกค้าชาย	3.03	1.17	ปานกลาง
3.6 ไม่มีความบันเทิงที่ไม่เหมาะสมสำหรับมุสลิมในภัตตาคารหรือร้านอาหาร	3.34	1.21	ปานกลาง

การรับรู้ระดับการให้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการการท่องเที่ยว...

ระดับการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวมุสลิมจากทั้งหมด 3 ข้อพบว่า ทุกข้อมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยข้อที่ได้คะแนนเฉลี่ยมากที่สุด คือข้อ 4.1 ท่านตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในพื้นที่จังหวัดกระบี่และภูเก็ตซ้ำอีกครั้ง (Mean = 3.24, S.D. = .83) ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวมุสลิม

ความคิดเห็นต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปาก	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
4.1 ท่านตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ในพื้นที่จังหวัดกระบี่และภูเก็ตซ้ำอีกครั้ง	3.24	0.83	ปานกลาง
4.2 ท่านตั้งใจที่จะแนะนำบอกต่อให้คนใกล้ชิด ครอบครัวญาติหรือเพื่อนสนิท มาใช้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในพื้นที่จังหวัดกระบี่และภูเก็ต	3.21	0.74	ปานกลาง
4.3 ท่านตั้งใจที่จะแนะนำบอกต่อให้บุคคลอื่นๆ มาใช้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในพื้นที่จังหวัดกระบี่และภูเก็ต	3.15	0.84	ปานกลาง

3. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการรับรู้ระดับการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวพบว่า ปัจจัยเพศ (p-value = 0.001) สถานภาพสมรส (p-value = 0.046) ระดับการศึกษา (p-value = 0.025) และรายได้เฉลี่ย/เดือน (p-value = 0.014) มีค่า p-value น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ดังนั้นสามารถกล่าวได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมุสลิม มีอิทธิพลต่อการรับรู้ระดับของการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ในส่วนของสถานที่ท่องเที่ยวอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เมื่อทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ตามวิธีการของ Scheffe พบว่า ปัจจัยสถานภาพสมรส มีความแตกต่างกัน 1 คู่ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีสถานภาพสมรสกับนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีสถานภาพ หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ มีการรับรู้ระดับการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

เมื่อทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ตามวิธีการของ Scheffe พบว่า ปัจจัยระดับการศึกษา มีความแตกต่างกัน 1 คู่ กล่าวคือนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือมัธยมศึกษาตอนต้นกับนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีการรับรู้ระดับการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

เมื่อทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ตามวิธีการของ Scheffe พบว่า ปัจจัยรายได้เฉลี่ย/เดือน มีความแตกต่างกัน 1 คู่ กล่าวคือนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีรายได้เฉลี่ย/เดือน 15,001- 30,000 บาทกับนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีรายได้เฉลี่ย/เดือน 60,001 บาทขึ้นไป มีการรับรู้ระดับการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการรับรู้ระดับการให้บริการของสถานที่พักแรมพบว่า ปัจจัยเชื้อชาติ/ภูมิภาค (p-value = 0.030) เพียงปัจจัยเดียว ที่มีค่า p-value น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ดังนั้น สามารถกล่าวได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมุสลิมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ระดับของการให้บริการการท่องเที่ยวแบบสาลาล ในส่วนของสถานที่พักแรมอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การรับรู้ระดับการให้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการการท่องเที่ยว...

เมื่อทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ตามวิธีการของ Scheffe พบว่าปัจจัยเชื้อชาติ/ภูมิลำเนา มีความแตกต่างกัน 3 คู่ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีเชื้อชาติไทยภูมิลำเนาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้กับนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีเชื้อชาติไทยภูมิลำเนาอยู่ในภูมิภาคอื่นของประเทศที่ไม่ใช่ภาคใต้

และนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีเชื้อชาติไทย ภูมิลำเนาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้กับนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวต่างชาติ ภูมิลำเนาอยู่ในภูมิภาคอื่นที่ไม่ใช่ ASEAN และ Middle East

และนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีเชื้อชาติไทย ภูมิลำเนาจังหวัดอื่นในภาคใต้ที่ไม่ใช่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้กับนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีเชื้อชาติไทย ภูมิลำเนาอยู่ในภูมิภาคอื่นของประเทศที่ไม่ใช่ภาคใต้มีการรับรู้ระดับการให้บริการของสถานที่พักผ่อนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการรับรู้ระดับการให้บริการของภัตตาคารหรือร้านอาหารพบว่า ปัจจัยรายได้เฉลี่ย/เดือน ($p\text{-value} = 0.046$) และเชื้อชาติ/ภูมิลำเนา ($p\text{-value} = 0.022$) มีค่า $p\text{-value}$ น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ดังนั้นสามารถกล่าวได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมุสลิม มีอิทธิพลต่อการรับรู้ระดับของการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในส่วนของภัตตาคารหรือร้านอาหารอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 5

เมื่อทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ตามวิธีการของ Scheffe พบว่า ปัจจัยรายได้เฉลี่ย/เดือนมีความแตกต่างกัน 1 คู่ กล่าวคือนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีรายได้เฉลี่ย/เดือน 15,001 - 30,000 บาท กับนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีรายได้เฉลี่ย/เดือน 30,001 - 60,000 บาท มีการรับรู้ระดับการให้บริการของภัตตาคารหรือร้านอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยและความแปรปรวนของปัจจัย ส่วนบุคคลกับการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบ ฮาลาลของนักท่องเที่ยวมุสลิม

ปัจจัยส่วนบุคคล	สถานที่ท่องเที่ยว		สถานที่พักผ่อน		ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	
	t/ F-test	sig	t/ F-test	sig	t/ F-test	sig
เพศ	3.50	0.001*	3.12	0.066	3.12	0.066
อายุ	0.63	0.599	0.75	0.524	2.55	0.055
สถานภาพสมรส	3.13	0.046*	0.42	0.659	0.66	0.519
ระดับการศึกษา	3.15	0.025*	1.41	0.230	1.70	0.149
อาชีพ	1.37	0.252	0.42	0.742	0.33	0.804
รายได้เฉลี่ย/เดือน	3.59	0.014*	1.82	0.144	2.69	0.046*
เชื้อชาติ/ภูมิลำเนา	1.76	0.120	2.50	0.030*	2.66	0.022*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

เมื่อทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ตามวิธีการของ Scheffe พบว่า ปัจจัยเชื้อชาติ/ภูมิลำเนา มีความแตกต่างกัน 4 คู่ กล่าวคือนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีเชื้อชาติไทย ภูมิลำเนาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้กับนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีเชื้อชาติไทย ภูมิลำเนาอยู่ในภูมิภาคอื่นของประเทศที่ไม่ใช่ภาคใต้

และนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีเชื้อชาติไทย ภูมิลำเนาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้กับนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวต่างชาติภูมิภาค Middle East

และนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีเชื้อชาติไทย ภูมิลำเนาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้กับนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวต่างชาติ ภูมิลำเนาอยู่ในภูมิภาคอื่นที่ไม่ใช่ ASEAN และ Middle East

และนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวต่างชาติภูมิภาค ASEAN กับนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวต่างชาติภูมิภาค Middle East มีการรับรู้ระดับการให้บริการของภัตตาคารหรือร้านอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

การรับรู้ระดับการให้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการการท่องเที่ยว...

4. ผลการวิเคราะห์สถิติวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) พบว่า การรับรู้ระดับของการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน และภัตตาคารหรือร้านอาหารในจังหวัดกระบี่ และภูเก็ต มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวมุสลิมร้อยละ 24.90 ($R^2 = 0.249$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยและสถิติทดสอบการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Regression Analysis: MRA) ระหว่างการรับรู้ระดับของการให้บริการกับการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปาก

การกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปาก	B	Std. E	Beta	t	Sig
4.1 ท่านตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ในพื้นที่จังหวัดกระบี่และภูเก็ตซ้ำอีกครั้ง	0.88	0.23	0.25	3.84	0.000*
4.2 ท่านตั้งใจที่จะแนะนำบอกต่อให้คนใกล้ชิดครอบครัว ญาติหรือเพื่อนสนิท มาใช้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในพื้นที่จังหวัดกระบี่และภูเก็ต	0.48	0.18	0.17	2.74	0.006*
4.3 ท่านตั้งใจที่จะแนะนำบอกต่อให้บุคคลอื่นๆ มาใช้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในพื้นที่จังหวัดกระบี่และภูเก็ต	0.40	0.17	0.15	2.34	0.020*

R Square (R^2) = 0.249

Std. Error of the Estimate (S.E.) = 1.732

Sig. = 0.00

Adjust R Square (AR^2) = 0.244

F = 43.85

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

สรุปผล

ผลจากการศึกษา สามารถสรุปได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวมุสลิมที่ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 251 คน หรือร้อยละ 62.8 มีช่วงอายุระหว่าง 21-40 ปี จำนวน 205 คน หรือร้อยละ 51.3 สถานภาพสมรส จำนวน 195 คน หรือร้อยละ 48.8 ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี จำนวน 205 คน หรือร้อยละ 51.3 ประกอบอาชีพในบริษัทเอกชน/ลูกจ้างจำนวน 132 คน หรือร้อยละ 33.0 มีรายได้เฉลี่ย/เดือน 15,001- 30,000 บาท จำนวน 152 คน หรือร้อยละ 38.0 ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยมีภูมิลำเนาในจังหวัดภาคใต้ (ยกเว้น สามจังหวัดชายแดนภาคใต้) มากที่สุด จำนวน 140 คน หรือร้อยละ 35.0 ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติจากภูมิภาค Middle East จำนวน 83 คน หรือร้อยละ 20.8 ใกล้เคียงกับชาวต่างชาติจากภูมิภาค ASEAN ที่มีจำนวน 72 คน หรือร้อยละ 18.0

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมุสลิมที่ตอบแบบสอบถามพบว่า มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดยกลุ่มที่มีระยะเวลาการท่องเที่ยว 1-3 วัน จำนวน 135 คน หรือร้อยละ 33.8 ระยะเวลาการท่องเที่ยวมากกว่า 7 วัน จำนวน 134 คน หรือร้อยละ 33.5 และระยะเวลาการท่องเที่ยว 4-6 วัน จำนวน 131 คน หรือร้อยละ 32.8 ผู้ตอบแบบสอบถามมีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวที่เป็นครอบครัว/ภรรยา/สามี/คู่รัก มากที่สุด จำนวน 277 คน หรือร้อยละ 69.3 ส่วนใหญ่เลือกใช้ทั้งสถานประกอบการที่ให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบ และไม่เต็มรูปแบบหรือให้บริการฮาลาลเฉพาะพื้นที่บางส่วน จำนวน 370 คน หรือร้อยละ 92.5

การรับรู้ระดับการให้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการการท่องเที่ยว...

3. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมุสลิมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ระดับของการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในจังหวัดกระบี่ และภูเก็ต อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านปรากฏผล ดังนี้

3.1 ด้านสถานที่ท่องเที่ยวพบว่า มี 4 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ย/เดือน

3.2 ด้านสถานที่พักผ่อนพบว่า มีเพียงปัจจัยเดียว คือ ปัจจัยเชื้อชาติ/ภูมิลำเนา

3.3 ด้านภัตตาคารหรือร้านอาหารพบว่า มี 2 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยรายได้เฉลี่ย/เดือน และเชื้อชาติ/ภูมิลำเนา

4. การรับรู้ระดับของการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน และภัตตาคารหรือร้านอาหารในจังหวัดกระบี่ และภูเก็ต มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวมุสลิม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยพบประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายดังนี้

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมุสลิมพบว่า ตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 92.5 มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้สถานประกอบการ ทั้งในลักษณะที่ให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบ และให้บริการฮาลาลไม่เต็มรูปแบบ หรือให้บริการฮาลาลเฉพาะพื้นที่บางส่วน ขณะที่กลุ่มตัวอย่างเพียงร้อยละ 7.5 ที่เลือกใช้สถานประกอบการที่ให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบเพียงลักษณะเดียวเท่านั้น สอดคล้องกับ El-Gohary

(2016) ที่ชี้ให้เห็นว่า แม้จะมีการเตรียมการและปรับตัวเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวมุสลิมในหลายพื้นที่ทั่วโลก แต่ในประเทศที่ประชากรหลักไม่ใช่คนมุสลิมหรือแม้แต่ประเทศอิสลามบางประเทศ เช่น สาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ หรือสาธารณรัฐตุรกี การให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบก็ยังเป็นเรื่องยากในการปฏิบัติ

ทั้งนี้ แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วโลก เช่น จังหวัดกระบี่และภูเก็ต ที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันอย่างรุนแรงระหว่างผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ส่งผลให้สถานประกอบการที่ให้บริการแบบฮาลาลเต็มรูปแบบไม่สามารถทำได้ง่ายดายนัก ดังนั้น ทางออกที่ดีที่สุดคือ การเพิ่มจำนวนสถานประกอบการที่เป็นมิตรกับมุสลิมในพื้นที่ให้มากขึ้นเพื่อเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดกลุ่มลูกค้า ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวมุสลิมเองก็มีทางเลือกในสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน ซึ่งจากการสังเกตการณ์ขณะลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลของกลุ่มผู้วิจัยพบว่า ไม่มีโรงแรมมาตรฐานระดับสี่หรือห้าดาว ให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบอยู่ในพื้นที่จังหวัดกระบี่และภูเก็ตแม้แต่โรงแรมเดียว สอดคล้องกับแนวคิดของ Battour & Ismail (2016) ที่แนะนำโอกาสทางธุรกิจและปัจจัยแห่งความสำเร็จของประเทศหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่ประชากรหลักไม่ใช่คนมุสลิมว่า จะต้องเร่งพัฒนาแนวคิดและนวัตกรรมใหม่ๆ ของสินค้าการท่องเที่ยวฮาลาล รวมถึงสินค้าการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ในทุกกลุ่มตลาด

2. ผลการศึกษาระดับการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลพบว่า ระดับคะแนนการรับรู้ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง มีเพียง 2 ข้อที่อยู่ในระดับคะแนนมาก กล่าวคือ ข้อ 1.9 ประชาชนในพื้นที่

การรับรู้ระดับการให้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการการท่องเที่ยว...

มีความเข้าใจในกิจกรรมต่างๆ ของอิสลาม และ ข้อ 2.8 ไม่มีความบันเทิงที่เหมาะสมสำหรับมุสลิมในสถานที่พักผ่อน นอกจากนี้ ยังมีข้อที่ได้รับระดับคะแนนน้อยอยู่หนึ่งข้อ คือ ข้อ 2.2 มีสระว่ายน้ำ สปา ในโรงแรม แยกระหว่างหญิงและชาย หรือแยกช่วงเวลาในการใช้สระน้ำ สอดรับกับข้อมูลประชากรมุสลิมในจังหวัดกระบี่และภูเก็ตที่มีคนพื้นเมืองอยู่จำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดกระบี่ที่มีประชากรมุสลิมมากถึง 118,824 คน (กรมการพัฒนารัฐบาล, 2557) จึงมีความเป็นไปได้ที่คนในพื้นที่ที่จะมีความเข้าใจในกิจกรรมและศาสนบัญญัติแห่งศาสนาอิสลามได้ดีในระดับหนึ่ง

3. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยและความแปรปรวนพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของจังหวัดกระบี่และภูเก็ตในด้านสถานที่ท่องเที่ยว ประกอบด้วย ปัจจัยเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ย/เดือน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ขนิษตา สังฆรักษ์ (2556) ที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล เช่น สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา มีผลต่อการรับรู้ระดับการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาไม่ได้กล่าวถึงปัจจัยเพศ และรายได้เฉลี่ย/เดือน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนันท์ นิลพวง (2557) ที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย/เดือน มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาไม่ได้กล่าวถึงปัจจัยสถานภาพสมรส

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในด้านสถานที่พักผ่อน คือ ปัจจัยด้านเชื้อชาติ/ภูมิลำเนา และปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการรับรู้

ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในด้านภัตตาคารหรือร้านอาหาร คือ ปัจจัยรายได้เฉลี่ย/เดือน และเชื้อชาติ/ภูมิภาค สามารถอธิบายได้จากงานของ Zamani-Farahani & Musa (2012) ที่ชี้ให้เห็นถึงความกังวลของนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว ว่าอาจจะละเมิดต่อค่านิยมอิสลาม ถึงแม้จะมีความเชื่อที่เหมือนกัน แต่ก็มีความแตกต่างกันค่อนข้างมาก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกรณีความตามบทบัญญัติและวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น ภูมิภาค หรือประเทศที่ต่างกันไป ยกตัวอย่างเช่น ประเทศอิหร่าน ซาอุดีอาระเบีย หรือบรูไน ที่ประชากรส่วนใหญ่มีความกังวลต่อการท่องเที่ยวอย่างมาก เมื่อเทียบกับประชากรในประเทศมุสลิมอื่นๆ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ วรวิทย์ บารู และคณะ (2550) ที่ชี้ให้เห็นถึงประชากรไทยมุสลิมที่ภูมิลำเนาอยู่ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ส่วนใหญ่มีความภาคภูมิใจห่วงแหนในวัฒนธรรมอิสลามและมาลาญ มีความแตกต่างจากประชากรในภูมิภาคอื่นของประเทศ

4. ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุพบว่า การรับรู้ระดับของการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักแรม และภัตตาคารหรือร้านอาหาร ในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวมุสลิม สอดคล้องกับ Olgun, Ceylan & Ibrahim (2014) ที่แสดงให้เห็นว่า การรับรู้ระดับของการบริการส่งผลต่อความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการนั้นซ้ำ และการสื่อสารด้วยคำพูดบอกต่อแบบปากต่อปากให้กับบุคคลอื่นได้ทราบถึงการบริการนั้นๆ อีกด้วย

การรับรู้ระดับการให้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการการท่องเที่ยว...

ข้อเสนอแนะ

จากผลของการศึกษา มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดกระบี่และภูเก็ต ควรให้ความสำคัญและตระหนักถึงการทำการตลาดกลุ่มพิเศษเฉพาะ (Niche Market) กลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม เนื่องจากเป็นตลาดขนาดใหญ่ มีศักยภาพและกำลังในการซื้อสูงทั้งจากภายในและต่างประเทศ

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งในภาครัฐและเอกชน ควรสร้างความร่วมมืออย่างใกล้ชิดร่วมกับคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ในการหาแนวทางและกระบวนการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวฮาลาล และการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการรับบริการให้เพิ่มมากขึ้นในมุสลิมทุกกลุ่มภูมิภาคทั้งชาวไทยและต่างชาติ

เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. 2557. รายงานสรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว 2556.

กรุงเทพฯ : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

กรมการพัฒนาชุมชน. 2557. รายงานคุณภาพชีวิตของคนไทยจากข้อมูล

ความจำเป็นพื้นฐาน(จปฐ.) และข้อมูลพื้นฐานปี 2557. กรุงเทพฯ :

กระทรวงมหาดไทย

ขนิษฐา สังขรัตน์. 2556. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาพลักษณ์กับ

ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของลูกค้าธนาคาร

กรุงไทยและธนาคารออมสินในเขตอำเภอเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด.

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

แห่งประเทศไทย (สสอท.). 2(1), 37-52.

- จิรวาดี รัตนไพฑูรย์ชัย. 2556. "ตลาดท่องเที่ยวมุสลิม โอกาสของไทย ภายใต้ AEC: 2556" กรุงเทพฯธุรกิจ. 12 พฤศจิกายน. 112(1).
- ธรรมจักร เล็กบรรจง. 2560. "ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มี ผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมฮาลาลของนักท่องเที่ยว มุสลิมชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต", *สุขศึกษา พลศึกษา และ สันทนาการ*. 43(1), 114-118.
- ปิติ ศรีแสงนาม. 2555. *จะเป็น ASEAN Medical Hub ได้ไทยต้องเข้าใจ วิถีอิสลาม* (ออนไลน์). สืบค้นจาก <http://www.thai-aec.com/296#ixzz36xdxNb3v>. (31 พฤษภาคม 2559)
- วรวิทย์ บารุ และคณะ. 2550. *รายงานการวิจัยเรื่องมลายูปัตตานี: ชาติพันธุ์ อัตลักษณ์และการเปลี่ยนแปลง*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- วันชัย วัฒนศัพท์. 2551. "ประชาเสวนา: กระบวนการสู่ทางออกในปัญหา ความรุนแรงของภาคใต้", *สงขลานครินทร์ ฉบับมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์*. 1, 1-15.
- สุนันท์ นิลพวง. 2557. "ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพของผู้โดยสาร ที่มีต่อการให้บริการรถโดยสาร สถานีขนส่งสายใต้", *วิทยาการ จัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*.1(2), 96-109.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2558. *รายงานภาวะ เศรษฐกิจท่องเที่ยว*. ฉบับที่ 2 ตุลาคม - ธันวาคม 2558. กรุงเทพฯ : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- อาปิติน วันขวัญ. 2554. *โลกมุสลิม.....เรื่องใกล้ตัว* (ออนไลน์). สืบค้น จาก <http://thaifranchisedownload.com/dl/group12120130102152448.pdf> (21 เมษายน 2559)

การรับรู้ระดับการให้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการการท่องเที่ยว...

อรรถพรณ จันท์อินทร์ และคณะ. 2556. รายงานวิจัยการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวฮาลาลฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ(วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

Battour, M. & Ismail, M.N. 2016. "Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future", *Tourism Management Perspectives*. 19, 150 -154.

Cochran, W.G. 1953. *Sampling Techiques*. New York : John Wiley & Sons. Inc.

Laderlah, S.A., Rahman, S.A., Awang, K. & Man, Y.C. 2011. "A study on Islamic tourism: a Malaysian experience", *International Proceedings of Economics Development & Research*. 17, 184-189.

Lang, B. 2011. "How word of mouth communication varies across service encounters", *Managing Service Quality*. 21(6), 583-598.

Lee, J., Kim, H., Ko, Y.J., & Sagas, M. 2011. "The influence of service quality on satisfaction and intention: A gender segmentation strategy", *Sport Management Reviews*. 14, 54-63.

Ekanayake, E, M. & Long, A, E. 2012. "Tourism development and economic growth in developing countries", *The International Journal of Business and Finance Research*. 6(1), 51- 63.

- El-Gohary, H. 2016. "Halal tourism, is it really Halal?", *Tourism Management Perspectives*. 19,124-130.
- Olgun, K., Ceylan, A. & Ibrahim, T.D. 2014. "The Impact of service quality dimensions on patient satisfaction, repurchase intentions and word-of-mouth communication in the public healthcare industry", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 148, 161-169.
- Oraphan, C., Piangpis, S., Rahman, H. A., & Don, M. S. 2015. "Guidelines on Halal tourism management in the Andaman Sea coast of Thailand", *Journal of Economics, Business and Management*. 3(7), 694-696.
- Organization of Islamic Cooperation (OIC). 2012. *About OIC Organisation of the Islamic Conference* (Online). Available : <http://http://www.oic-oci.org/oicv2/states/> [2016 May 30].
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. 1985. "A conceptual model of service quality and its implications for future research", *Journal of Marketing*. 49(4), 41-50.
- Suhaiza, Z., Azizah, O. & Simon, K. 2011. "An exploratory study on the factors influencing the non-compliance to Halal", *International Business Management*. 5(1)2, 1-12.
- Webster, C. & Ivanov, S. 2014. "Transforming competitiveness into economic benefits: Does tourism stimulate economic growth in more competitive destinations?", *Tourism Management*. 40, 137-140.

การรับรู้ระดับการให้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการการท่องเที่ยว...

Zamani-Farahani, H. & Henderson, J. C. 2010. "Islamic tourism and managing tourism development in Islamic societies : The cases of Iran and Saudi Arabia", *International Journal Tourism Research*. 12, 79-89.