

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน Guidelines for Promoting Halal Tourism of Muslims in the Southern Andaman Coast

ธวัชชัย นิมา¹ ภัทรพล ชุ่มมี² ชาคริต ศรีทอง³

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาปัจจุบันของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน และ (3) เพื่อยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน ประชากรการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ นายกสมาคมการท่องเที่ยวภาคใต้ นายกสมาคมโรงแรมภาคใต้ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต กระบี่ ตรัง ระนอง และพังงา และผู้ปฏิบัติงานในตำแหน่งที่รับผิดชอบ ดูแล สนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน เลือกแบบสโนว์บอล และ ประชากรการวิจัยเชิงปริมาณ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่นับถือศาสนาอิสลามที่เคยมาท่องเที่ยวมากกว่าหนึ่งครั้งขึ้นไปที่เข้าพักอาศัยประเภทโรงแรม 1, 2, 3 ที่อยู่ภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน ประเทศไทย รวม 1,133 แห่ง กลุ่มตัวอย่างจำนวน 700 คน เลือกแบบง่ายโดยการจับฉลากแบบไม่ใส่คืน เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพคือ แบบสัมภาษณ์แบบผสม เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณคือ แบบสอบถาม ค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70 และค่าอำนาจแจกแจงรายช้อยมากกว่า 0.30 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย (1) การวิเคราะห์เนื้อหา (2) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (3) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และ (4) การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ผลการศึกษาพบว่า

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน มี 6 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมุสลิม ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ปัจจัยด้านความพึงพอใจของ

¹ (นักศึกษาระดับปริญญาเอก) หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, Email.thawatchai2484@gmail.com

² (อาจารย์ประจำ) คณะนวัตกรรมการจัดการ Faculty of Management Innovation

³ (ผู้ช่วยศาสตราจารย์) คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม Assistant Professor, Faculty of Industrial

นักท่องเที่ยว ปัจจัยความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามันและปัจจัยแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน

2. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ มีราคาเหมาะสม ส่วนมากมาเที่ยวมากกว่า 5 ครั้งและค้างมากกว่า 2 คืนขึ้นไป โดยมีนักท่องเที่ยวกับครอบครัว มีอำนาจตัดสินใจในการเลือกที่พักอาศัยเอง และ มักเดินทางในช่วงวันช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์

3. ผลการศึกษารูปแบบทางการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามันพบว่า (1) ตัวแปรแฝงปัจจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม(MTB) มีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (TS) และปัจจัยความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน (LY) (2) ตัวแปรแฝงปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยววิถีฮาลาล(HTM) มีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (TS) และปัจจัยความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน (LY) (3) ตัวแปรแฝงปัจจัยคุณภาพการให้บริการ (SQ) มีอิทธิพลทางตรงไปยังตัวแปรแฝงปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (TS) และตัวแปรแฝงความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน (LY) นอกจากนี้ยังมีอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปร MTB ตัวแปร HTM และตัวแปร SQ ที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน โดยสรุปแล้ว ตัวแบบที่ได้มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์เพราะมีค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง(R^2) เท่ากับ 0.78 จึงนับได้ว่าตัวแบบที่ได้รับการพัฒนาขึ้นนี้ มีความสามารถในการพยากรณ์แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามันได้ดีและยอมรับได้

คำสำคัญ: การท่องเที่ยววิถีฮาลาล, ภาคใต้ฝั่งอันดามัน, การส่งเสริมการท่องเที่ยว

Abstract

The research objectives were: (1) to study the current conditions and problems of factors influencing the guidelines for development of Halal tourism promotion of Muslims in the Southern Andaman Coast; (2) to study factors influencing the guidelines for development of Halal tourism promotion of Muslims in the Southern Andaman Coast; and (3) to confirm the factors influencing the guidelines development of Halal tourism promotion of Muslims in the Southern Andaman Coast. The qualitative research population was the president of the Southern Tourism Association; the president of the Southern Hotel Association; the directors of Office of Provincial Tourism: Phuket, Krabi, Trang, Ranong and Phang Nga; and the staff in the positions responsible for overseeing and supporting the hotel and tourism business; and the sample was the 10 people, selected

by the Snowball method. The quantitative research population was the groups of Thai and foreign Islamic tourists who had visited more than once; accommodation types: 1, 2, 3 hotels located in the Southern Andaman Coast of Thailand, total 1,133 hotels; and the sample was the 700 tourists, selected by the simple random sampling with non-replacement lottery. The qualitative research instrument was the mixed-interview form. The quantitative research instrument was questionnaire with reliability level more than 0.70 and item-discrimination power more than 0.30. The data analysis methods consisted of (1) the content analysis; (2) the descriptive statistics were the percentage, mean and standard deviation; (3) the confirmatory factor analysis; and (4) the Structural Equation Model analysis.

The research findings were:

1. The factors affecting the development of Halal tourism promotion of the Muslims in the Southern Andaman Coast consisted of 6 factors: the factor of Muslim tourism behavior, the factor of Halal Tourism management, the factor of quality of service, the factor of tourist satisfaction, the factors of loyalty to tourist attractions in the South Andaman Coast; and the factors for promoting Halal tourism of Muslims in South Andaman Coast.

2. The results of the study of factors influencing the development of Halal tourism promotion among Muslims in South Andaman Coast provinces found that tourists wanted to have adequate facilities, had the good price, the most of them travelled more than 5 times and stay more than 2 nights, often traveling with family, had the decision-making power to select their own accommodation, and usually travelled during holidays: Saturday - Sunday.

3. The results of patterns study for development of Halal tourism promotion of Muslims in the Southern Andaman Coast found: (1) the latent variables of Muslim Tourism Behavior factors (MTB) directly influence the Tourist Satisfaction factor (TS), and the Loyalty factors of Southern Andaman Coast attractions (LY); (2) the latent variables of Halal Tourism Management (HTM) factors had direct influence on the Tourist Satisfaction factor (TS), and the Loyalty factor to tourist attractions of Southern Andaman Coast (LY); (3) the latent variables of Service Quality factor (SQ) directly influence the Tourist Satisfaction Factor (TS) and the latent variables of the Loyalty factor to tourist attractions of Southern Andaman Coast (LY), in addition, there was the indirect influence of the MTB variable, HTM variable and SQ variable affecting the Halal tourism promotion of Muslims in the South Andaman coast. By summary, the finding models had the efficiency for forecasting because it had the square of multiple correlation coefficient (R^2) 0.78, therefore, the development

models counted they had the ability to be the good forecasting and acceptable for the Halal tourism promotion of Muslims in the South Andaman coast.

Keywords: Halal tourism, Southern Andaman coast, Tourism promotion

บทนำ

ประเทศไทยมีการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว โดยในปี 2558 ที่ผ่านมานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวน 29.88 ล้านคน ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.44 และสร้างรายได้ให้กับประเทศได้ถึง 1,447.16 พันล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.39 เมื่อเทียบกับปี 2557 (Office of the Permanent Secretary for Tourism and Sports, 2015) อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด จำแนก ตามภูมิภาคของประเทศไทย (ไม่นับรวมกรุงเทพฯ) พบว่า ภาคใต้เป็น ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด และสร้าง รายได้ให้แก่ประเทศมากที่สุดเช่นกัน ตัวอย่างเช่น ในไตรมาสสี่ ปี 2556 มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากถึง 6.1 ล้านคน สร้างรายได้ 104,437 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.7 ของรายได้ทั้งประเทศจากการท่องเที่ยว นอกจากนี้เมื่อจำแนกพื้นที่ภาคใต้รายจังหวัดพบว่า จังหวัดที่สร้างรายได้ มากที่สุดสองอันดับคือ ภูเก็ตรองลงมาคือกระบี่โดยทำรายได้มากถึง 67,082 ล้านบาท และ 15,108 ล้านบาท ตามลำดับ (Department of Tourism, 2014)ซึ่งทั้งจังหวัดภูเก็ต กระบี่ ตรัง พังงา ระนอง ถือเป็นจังหวัดท่องเที่ยวพื้นที่ชายฝั่งอันดามัน ที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นสถานพักผ่อนที่สวยงาม (Pew Research Center, 2019)

ปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการได้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วในหลายประเทศ และเป็นปัจจัยหนึ่งในการสร้างรายได้จำนวนมากมาย การท่องเที่ยวฮาลาล เป็นช่องทางหนึ่งที่จะเกิดขึ้นใน ธุรกิจการท่องเที่ยวทั่วโลก และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น ซึ่งในตลาดกว่า 50 ประเทศเป็นประเทศมุสลิมที่มี ศักยภาพความพร้อมในการบริการ และประเทศที่ไม่มีมุสลิมน้อยกว่า 1.6 พันล้าน ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีในการ ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม จากกลุ่มประเทศต่าง ๆ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมากขึ้น โดยมีพฤติกรรม เครื่องครัดในศาสนาปฏิบัติ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูงและต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกครบทั้งระบบ โดยสืบเนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีสถานประกอบการอาหารฮาลาลที่มี คุณภาพ มีการบริการที่สะดวกสบาย รวมทั้งความพร้อมที่เอื้ออำนวยต่อความหลากหลายทางชีวภาพส่งผล ให้ ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่เป็นเป้าหมายของการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มี วัฒนธรรมการบริโภคและอุปโภคแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอื่น ๆ ซึ่งมีความจำเป็นที่ต้องเร่งพัฒนา ผู้ประกอบการโรงแรมที่ให้บริการฮาลาล ให้ ความรู้ ความเข้าใจที่แท้จริงและสามารถให้บริการแก่ นักท่องเที่ยวมุสลิมได้อย่างถูกต้องตาม บทบัญญัติของศาสนาอิสลาม การท่องเที่ยวฮาลาล (Halal Tourism) ถือเป็นเรื่องที่น่าสนใจ

เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวให้ ตอบสนองความต้องการของชาวมุสลิม เริ่มจากการให้ บริการจากสถานที่ต้นทางไปจนถึง จุดหมายปลายทาง ปัจจุบันการท่องเที่ยววิถีฮาลาลเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมอย่างมากและเป็น ตลาดที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ เนื่องจากประชากรมุสลิมโลกที่มีจำนวนมากและศักยภาพทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นของโลกมุสลิม ขณะที่ประเทศไทยก็มี จุดแข็งด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอยู่แล้ว จึงทำให้ การท่องเที่ยว วิถีฮาลาลเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่สำคัญภายใต้ ยุคประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ประเทศไทย ต้องให้ ความสำคัญ บทความนี้มี เป้าหมายในการรวบรวมข้อมูลองค์ ความรู้ และแนวคิดที่เป็นวรรณกรรมของทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ตลอดจนรวบรวมข้อมูลสถานการณ์และแนวโน้มการ เปลี่ยนแปลงของตลาดนักท่องเที่ยว มุสลิมด้านอุปสงค์ -อุปทาน โดยเฉพาะประเทศในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน อันสะท้อนให้เห็นถึงโอกาสด้านธุรกิจการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ของประเทศไทย ปัจจุบันการท่องเที่ยววิถีฮาลาล (Halal Tourism) เป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมอย่างมากส่วนหนึ่งเป็นเพราะประชากรมุสลิมโลกที่มีมากกว่า 1,600 ล้านคน หรือคิดเป็น 1 ใน 4 ของจำนวนประชากรโลกทั้งหมด ซึ่งคาดว่าใน ปี 2030 ประชากรมุสลิมจะเพิ่มขึ้นเป็น 1 ใน 3 ของประชากรโลก ที่สำคัญคือประชากรเหล่านี้แม้จะมีการศึกษาแบบสมัยใหม่ แต่นับวันก็ยิ่งใส่ใจให้ความสำคัญต่อหลักการทางศาสนามากยิ่งขึ้น (Pew Research Center, 2019)

จากสภาพและปัญหาดังกล่าวข้างต้นทำให้ ผู้วิจัยมีความสนใจและคิดว่าจะมีความจำเป็นอย่างไร ที่ต้องทำการศึกษาวินิจฉัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามันเพื่อศึกษาว่าในปัจจุบันประชากรกลุ่มมุสลิมมีปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นและความตั้งใจท่องเที่ยววิถีฮาลาล ในประเทศไทยเป็นอย่างไร เป็นไป ตามหลักการของศาสนาอิสลามหรือไม่อย่างไร ควรมี แนวทางการแก้ไข ปัญหาและมีข้อเสนอแนะอย่างไรบ้าง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาปัจจุบันของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน
3. เพื่อยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 โมเดลองค์ประกอบของการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน ที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

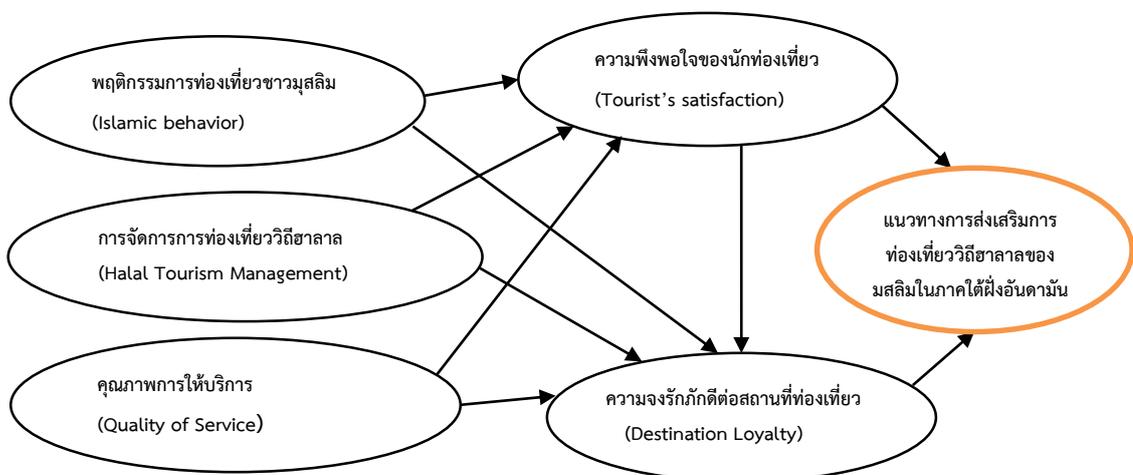
สมมติฐานที่ 2 ไม่มีความแปรเปลี่ยนของโมเดลองค์ประกอบของการพัฒนารูปแบบ การส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงผสมผสานวิธี ได้แก่ (1) การศึกษางานวิจัยเชิงคุณภาพศึกษาจากนายกสมาคมการท่องเที่ยวภาคใต้ นายกสมาคมโรงแรมภาคใต้ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต จังหวัดกระบี่ จังหวัดตรัง จังหวัด ระนอง และจังหวัดพังงา และผู้ปฏิบัติงานในตำแหน่งที่รับผิดชอบดูแล สนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับการโรงแรมและการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน (2) การศึกษา งานวิจัยเชิงปริมาณศึกษาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่นับถือศาสนาอิสลามที่เคยมาท่องเที่ยวมากกว่าหนึ่งครั้งขึ้นไปผู้ที่เข้าพักอาศัยประเภทโรงแรม 1, 2 3 ภาคใต้ ชายฝั่งอันดามัน ประเทศไทย จำนวน 5 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดกระบี่จำนวน 501 แห่ง จังหวัดภูเก็ตจำนวน 254 แห่ง จังหวัดตรัง 176 แห่ง จังหวัดพังงาจำนวน 155 แห่งจังหวัด ะนอง 47 แห่งรวม 1,133 แห่ง กลุ่มตัวอย่างจำนวน 700 คน

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของคณมุสลิมในประเทศไทย ประกอบด้วย (1) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (2) ความเป็นอิสลาม (3) สถานที่ท่องเที่ยว (4) ความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยว และ (5) คุณภาพการให้บริการ จากแนวคิดที่ศึกษาจึงนำมากำหนดกรอบวิจัยซึ่งสรุปได้ว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของคณมุสลิมในประเทศไทย ธุรกิจมีการนำแนวทางคุณภาพการให้บริการ โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน การสร้างความสมดุลให้การท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศมาใช้กับธุรกิจท่องเที่ยววิถีฮาลาลในประเทศไทย ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวิธีการดำเนินงานแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ และ 2) การดำเนินงานวิจัยเชิงปริมาณ

ขั้นตอนการวิจัย การดำเนินงานวิจัยออกเป็น 9 ขั้นตอน ประกอบด้วย ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์บริบทกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่นับถือศาสนาอิสลามที่เคยมาท่องเที่ยวมากกว่าหนึ่งครั้งขึ้นไปในจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาแบบสัมภาษณ์จากกรอบแนวความคิด นิยามศัพท์ และปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา ขั้นตอนที่ 4 การสัมภาษณ์นายกสมาคมโรงแรมภาคใต้ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต จังหวัดกระบี่ และจังหวัดพังงา และผู้ปฏิบัติงานในตำแหน่งที่รับผิดชอบ ดูแล สนับสนุนที่เกี่ยวข้อง ขั้นตอนที่ 5 นำตัวแปรที่ได้จากการจัดกลุ่มตัวแปร มาสร้างและพัฒนาเครื่องมือเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ใช้เก็บกับกลุ่มตัวอย่าง ขั้นตอนที่ 6 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ขั้นตอนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการทดสอบความสมบูรณ์ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ขั้นตอนที่ 8 การยืนยันผลการวิจัย โดยการสนทนากลุ่ม(Focus Group) และ ขั้นตอนที่ 9 การเผยแพร่งานวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย นายกสมาคมโรงแรมภาคใต้ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต จังหวัดกระบี่ ตรัง ระนอง และจังหวัดพังงา และผู้ปฏิบัติงานในตำแหน่งที่รับผิดชอบ ดูแล สนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กของภาคใต้ ชายฝั่งอันดามัน ประเทศไทย โดยพิจารณาจากความรู้ความสามารถมีประสบการณ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการในเรื่องการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างเลือกจากหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการจำนวน 10 คนใช้ การเลือกตัวอย่างแบบสโนว์บอล (Snowball Sampling)

ประชากรของการวิจัยเชิงปริมาณ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่นับถือศาสนาอิสลามที่เคยมาท่องเที่ยวมากกว่าหนึ่งครั้งขึ้นไปที่เข้าพักอาศัยในประเภทโรงแรม 1,2,3 ภาคใต้ ชายฝั่งอันดามัน ประเทศไทย ประกอบด้วย จังหวัดกระบี่จำนวน 501 แห่ง จังหวัดภูเก็ตจำนวน 254 แห่ง จังหวัดตรัง 176 แห่ง จังหวัดพังงาจำนวน 155 แห่ง จังหวัด ระนอง 47 แห่ง รวม 1,133 แห่ง กลุ่มตัวอย่างจำนวน 700 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยการจับฉลากแบบไม่ใส่คืน

เครื่องมือการวิจัย

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) เครื่องมือคือแบบสัมภาษณ์แบบผสม (Semi Structure Interview form) และการวิจัยเชิงปริมาณเครื่องมือการวิจัยคือ แบบสอบถามที่ประกอบด้วยคำถาม 8 ส่วน จำนวน 88 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70

และค่าอำนาจแจกแจงรายข้อของแต่ละข้อคำถาม (Corrected Item-Total Correlation) มากกว่า 0.30

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์นายกสมาคมโรงแรมภาคใต้ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต จังหวัดกระบี่ ตรัง ระนอง และจังหวัดพังงา และผู้ปฏิบัติงานในตำแหน่งที่รับผิดชอบ ดูแล สนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กของภาคใต้ ชายฝั่งอันดามัน ประเทศไทย และบันทึกเทปการสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์

เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยขอหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ เพื่อขออนุญาต และขอความอนุเคราะห์จากเจ้าของกิจการ ผู้จัดการหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายเป็นกลุ่มที่พักโรงแรมนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม และแจกแบบสอบถามด้วยตนเองทาง Internet โดยใช้ Google form ในช่วงเดือนมกราคมถึงตุลาคม 2562 จากนั้นนำแบบสอบถามมาตรวจความสมบูรณ์เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Contents Analysis) จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และทำการตรวจสอบข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลแบบสามเส้า หลังจากสรุปบทสัมภาษณ์จากข้อมูลที่ได้จัดบันทึกไว้จากกลุ่มตัวอย่าง โดยนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลและจัดกลุ่มโดยให้ความสำคัญกับการสังเคราะห์ข้อมูลส่วนย่อยและลดทอนขนาดของข้อมูลให้มีความชัดเจนในการนำเสนอ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ประกอบด้วย (1) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ (2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อตรวจสอบโครงสร้างองค์ประกอบตามแนวคิดทฤษฎีว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่

การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เป็นเทคนิคการวิเคราะห์หลายตัวแปร โดยเป็นได้ทั้งเทคนิคการหาสาเหตุ และการหาความสัมพันธ์ซึ่งสามารถตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและสามารถตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลที่สร้างขึ้นกับข้อมูลจริงได้ เกณฑ์การประเมินความสอดคล้องโมเดลประกอบด้วย (1) ค่าดัชนีไคสแควร์ (Chi-Square: χ^2) (2) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (Goodness of Fit Index: GFI) (3) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) (4) ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีอิงเกณฑ์(Normed Fit Index: NFI) (5) ดัชนีความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบกับรูปแบบฐาน (Incremental Fit Index :IFI) (6) ดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index :CFI) (7) ค่า HOELTER (8) ค่าดัชนีความสอดคล้องในรูปแบบความ

คลาดเคลื่อน (Root Mean Square Residual: RMR) และ (9) ค่าดัชนีค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อน (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA)

สรุปผลการวิจัย

1. สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบทางการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามันมี 6 องค์ประกอบ 29 ตัวบ่งชี้ ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวมุสลิมประกอบด้วยประเภทที่พัก ค่าใช้จ่ายในการใช้ท่องเที่ยว ความถี่ในการท่องเที่ยวระยะเวลาในการท่องเที่ยวผู้ร่วมเดินทางผู้ที่มีอิทธิพลเลือกที่พักและช่วงเวลาเดินทาง 2) ปัจจัยด้านการจัดการการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ประกอบด้วย ด้านสถานที่พักแรมด้านอาหาร ด้านการขนส่ง และด้านแหล่งท่องเที่ยว 3) ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว การตอบสนองต่อนักท่องเที่ยว ความไว้วางใจได้ และการสร้างความมั่นใจได้ 4) ปัจจัยด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย สิ่งสัมผัสได้ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ ความรวดเร็ว การรับประกัน และการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล 5) ปัจจัยด้านความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน 6) ปัจจัยด้านแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์/สถานที่ท่องเที่ยวด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ

2. สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ

2.1 ข้อมูลทั่วไป การศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 700 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเพศหญิง (ร้อยละ 58.10) อายุ 41 - 50 ปี (ร้อยละ 49.60) สมรสและอยู่ด้วยกัน (ร้อยละ 51.60) สำเร็จการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 46.00) ประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 33.10) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท (ร้อยละ 41.30) และจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน (ร้อยละ 48.00)

2.2 ระดับปัจจัยที่มีผลต่อแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน พบว่า

1) ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวมุสลิม ประกอบด้วย (1) ด้านประเภทที่พัก ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ โรงแรมที่ท่านเลือกพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอต่อการท่องเที่ยววิถีฮาลาล (2) ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้ท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ค่าที่พักคิดว่าราคาเหมาะสมแล้ว (3) ด้านความถี่ในการท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านมาเที่ยว มากกว่า 5 ครั้ง (4) ด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านเดินทางแบบค้างมากกว่า 2 คืนขึ้นไป

(5) ด้านผู้ร่วมเดินทางในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว (6) ด้านผู้ที่มีอิทธิพลเลือกที่พักในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือตนเองเป็นผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจในการเลือกที่พักอาศัย และ (7) ด้านช่วงเวลาเดินทางในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านเดินทางในช่วงวันช่วงวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์

2) การจัดการการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ประกอบด้วย (1) ด้านการจัดการด้านสถานที่พักผ่อนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สถานที่พักตั้งอยู่ใกล้มัสยิดหรือสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา (2) ด้านการจัดการด้านอาหารในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การหลีกเลี่ยงในการบริการเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ (3) ด้านการจัดการด้านการขนส่งในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการจัดสถานที่จอดรถในสถานที่ท่องเที่ยวเพียงพอเมื่อไปถึงสถานที่ท่องเที่ยว และ(4) ด้านการจัดการด้านแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การจัดทำโปรแกรม/แพ็คเกจท่องเที่ยวของมุสลิมโดยเฉพาะ

3) คุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย (1) ด้านความเป็นรูปธรรม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการและมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่และการบริการ (2) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีการให้บริการที่ถูกต้องตรงตามความต้องการของท่าน (3) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ได้รับการบริการตรงตามความต้องการอยู่เสมอ (4) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 1) พนักงานมีทักษะ ความรู้และความเชี่ยวชาญในการบริการ และ (5)ด้านการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 1) พนักงานมีความสามารถที่จะเข้าใจความต้องการของท่าน

4) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย (1) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 1) ป้ายสัญลักษณ์บอกสถานที่ท่องเที่ยวมีความชัดเจน (2) ด้านความน่าเชื่อถือ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ วันและเวลาเปิด-ปิดในการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวตรงตามที่ประกาศไว้ (3) ด้านการตอบสนองในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานในสถานที่ท่องเที่ยวมีความเต็มใจในการให้บริการ (4) ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ระบบความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยที่ดี เช่นการเตือนภัย การรับแจ้งเหตุ และ (5) ด้านการเอาใจใส่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานในสถานที่ท่องเที่ยวมีความสุภาพให้เกียรติแก่นักท่องเที่ยว

5) ความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามันความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามันในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ จะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้แก่คนที่รู้จักให้มาท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน

6) แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน ด้านผลิตภัณฑ์/สถานที่ท่องเที่ยว ประกอบด้วย (1) ด้านผลิตภัณฑ์/สถานที่ท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ใน

ระดับมากที่สุด ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สถานที่ท่องเที่ยวมีการออกแบบที่ดึงดูดใจ แปลกตาและเหมาะสม (2) ด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมกับคุณภาพ (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่าเลที่ตั้งสามารถเดินทางสะดวก (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การโฆษณาหรือ อัปเดต ผ่าน เพจ Facebook และ Instagram ทำให้เข้าถึงข่าวสารได้ง่ายขึ้น (5) ด้านบุคลากร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานภายในสถานที่ท่องเที่ยวมีความสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (6) ด้านลักษณะทางกายภาพในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการตั้งป้ายบอกเส้นทางสถานที่ท่องเที่ยวในตำแหน่งที่โดดเด่นเห็นได้ชัดเจน และ (7) ด้านกระบวนการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความรวดเร็วในการจัดการสินค้าและบริการอื่นๆของผู้ประกอบการแก่นักท่องเที่ยว

3. สรุปผลการศึกษารูปแบบ การพัฒนาการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน พบว่า (1) ตัวแปรแฝงปัจจัยพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวชาวมุสลิม (MTB) มีอิทธิพลทางตรงไปยังตัวแปรแฝงปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (TS) เท่ากับ 0.038 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (2) ตัวแปรแฝงปัจจัยพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวชาวมุสลิม (MTB) มีอิทธิพลทางตรงไปยังตัวแปรแฝงปัจจัยความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน (LY) เท่ากับ 0.049 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (3) ตัวแปรแฝงปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยววิถีฮาลาล (HTM) มีอิทธิพลทางตรงไปยังตัวแปรแฝงปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (TS) เท่ากับ 0.01 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (4) ตัวแปรแฝงปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยววิถีฮาลาล (HTM) มีอิทธิพลทางตรงไปยังตัวแปรแฝงปัจจัยความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน (LY) เท่ากับ 0.079 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (5) ตัวแปรแฝงปัจจัยคุณภาพการให้บริการ (SQ) มีอิทธิพลทางตรงไปยังตัวแปรแฝงปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (TS) เท่ากับ 0.95 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (6) ตัวแปรแฝงปัจจัยคุณภาพการให้บริการ (SQ) มีอิทธิพลทางตรงไปยังตัวแปรแฝงปัจจัยความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน (LY) เท่ากับ 0.17 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (7) อิทธิพลทางอ้อม ของตัวแปรพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวชาวมุสลิม (MTB) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อตัวแปรแฝงปัจจัยแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน (GP) ผ่านตัวแปรแฝงปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (TS) มีอิทธิพลโดยรวมเท่ากับ 0.52 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (8) อิทธิพลทางอ้อม ของตัวแปรพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวชาวมุสลิม (MTB) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน (GP) โดยส่งผ่านความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน (LY) มีอิทธิพลโดยรวม เท่ากับ 0.45 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (9) อิทธิพลทางอ้อม ของตัวแปรการจัดการการท่องเที่ยววิถีฮาลาล (HTM) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาล

ลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน (GP) โดยส่งผ่าน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (TS) มีอิทธิพลโดยรวม เท่ากับ 0.53 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (10) อิทธิพลทางอ้อม ของตัวแปรการจัดการการท่องเที่ยววิถีฮาลาล (HTM) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน (GP) โดยส่งผ่านความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน (LY) มีอิทธิพลโดยรวม เท่ากับ 0.49 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (11) อิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรคุณภาพการให้บริการ (SQ) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน (GP) โดยส่งผ่านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (TS) มีอิทธิพลโดยรวม เท่ากับ 0.38 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (12) อิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรคุณภาพการให้บริการ (SQ) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน (GP) โดยส่งผ่านความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน (LY) มีอิทธิพลโดยรวม เท่ากับ 0.43 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ประสิทธิภาพในการพยากรณ์ พบว่ามีความเที่ยงตรง เนื่องจากมีค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) เท่ากับ 0.78 (ร้อยละ 78) ซึ่งมีค่าตั้งแต่ร้อยละ 40 ขึ้นไป ย่อมถือว่ารูปแบบที่ได้รับการพัฒนาขึ้นนี้ มีความสามารถในการพยากรณ์แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน (GP) ได้ดีและยอมรับได้

อภิปรายผลการวิจัย

การทดสอบสมมติฐานตัวแบบที่ 1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีอิทธิพลทางอ้อมต่อแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามันโดยส่งผ่านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามันผลการทดสอบสมมติฐานหลักสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของสุกัญญา เจริญศรี (2549) ให้ความเห็นว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกในรูปแบบที่หลากหลาย แตกต่างกันไปของแต่ละบุคคล ซึ่งส่งผลให้เป้าหมายของการท่องเที่ยวก็มีความแตกต่างกันไปด้วย เช่น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ได้รับความชื่นชอบของแต่ละบุคคลในแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง เป็นต้น การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวนับว่าเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมาก เมื่อผู้ประสงค์จะเดินทางท่องเที่ยวได้รับข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว เกิดความต้องการอยากท่องเที่ยวขึ้นอีกทั้งเกิดแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจ จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้น เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจ โดยคำนึงถึงความประหยัด ปลอดภัย สะดวกสบาย มากที่สุดเป็นเกณฑ์ ในการวางแผนการท่องเที่ยวสถานที่นั้นๆ

การทดสอบสมมติฐานตัวแบบที่ 2 การจัดการการท่องเที่ยววิถีฮาลาลมีอิทธิพลทางอ้อมต่อแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามันโดยส่งผ่าน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน พบว่า ผลการ

ทดสอบสมมติฐานหลักสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่ง Riyad Eid and Hatem El-Gohary (2015) ได้ศึกษาบทบาทของศาสนาอิสลามต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณค่าและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว แม้ว่าชาวมุสลิมจะเป็นหนึ่งในตลาดการท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุดในโลก แต่ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับมุมมองของศาสนาอิสลามในการท่องเที่ยวยังมีอยู่น้อยมากในวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยกลยุทธ์การสำรวจผ่านแบบสอบถามและการสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) ทหมิติของการรับรู้คุณค่าของลูกค้ำมุสลิม (คุณภาพราคาคุณค่าทางอารมณ์มูลค่าทางสังคมมูลค่าทางกายภาพของอิสลามและมูลค่าที่ไม่ใช่ทางกายภาพของอิสลาม) พบว่ามีผลในเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวมุสลิม ผลการศึกษาพบว่าศาสนาอิสลามกลั่นกรองผลกระทบของค่าคุณลักษณะทางกายภาพของอิสลามและค่าที่ไม่ใช่ทางกายภาพของอิสลามต่อความพึงพอใจของลูกค้ำมุสลิม การค้นพบนี้เสริมความสำคัญของการศึกษาในการทำความเข้าใจความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้ำมุสลิมเช่นเดียวกับ Hatem El-Gohary (2016) ได้ศึกษาการท่องเที่ยวฮาลาลมันเป็นฮาลาลจริงๆ หรือ การศึกษาศาสนาได้ดึงดูดความสนใจและความสนใจอย่างมากจากนักวิจัยและผู้ปฏิบัติงานเนื่องจากต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับศาสนา (เช่น อิสลาม) และศาสนา อย่างไรก็ตามโดยไม่คำนึงถึงความสำคัญของการศึกษาศาสนาการท่องเที่ยวทางศาสนายังคงเป็นตัวแทนในวรรณคดี ในความเป็นจริงมันเป็นเรื่องน่าสังเวชที่พบว่ามีคนน้อยที่รู้เรื่องการท่องเที่ยวทางศาสนาในประเทศที่พัฒนาแล้วและกำลังพัฒนา ในขณะที่เดียวกับการท่องเที่ยวอิสลาม (หรือการท่องเที่ยวฮาลาล) นั้นฝังรากลึกในอิสลามซารีเนื่องจากชาวมุสลิมทุกคนต้องเดินทางด้วยเหตุผลหลายประการบางอย่างเกี่ยวข้องกับอิสลามซารีอาห์ (เช่น ฮัจญ์และอุมเราะฮ์)

การทดสอบสมมติฐานตัวแบบที่ 3 คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามันโดยส่งผ่าน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามันโดยการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง Bitner and Hubbert (1994) ซึ่งเสนอความเห็นไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นความประทับใจในภาพรวมของลูกค้ำผู้รับบริการ อันมีต่อความเป็นเลิศขององค์กรและบริการที่องค์กรจัดให้มี เช่นเดียวกับ Schmenner (2004) ได้กล่าวถึงคุณภาพการให้บริการไว้ว่า คุณภาพการให้บริการได้มาจากการรับรู้ที่ได้รับจริงลบด้วยความคาดหวังที่คาดว่าจะได้รับจากบริการนั้น หากการรับรู้ในบริการที่ได้รับมีน้อยกว่าความคาดหวัง ก็จะทำให้ผู้รับบริการมองคุณภาพการให้บริการนั้นติดลบ หรือรับรู้ว่าการบริการนั้นไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร ตรงกันข้าม หากผู้รับบริการรับรู้ว่าการบริการที่ได้รับจริงนั้นมากกว่าสิ่งที่เขาคาดหวัง คุณภาพการให้บริการ ก็จะเป็นบวก หรือมีคุณภาพในการบริการนั่นเอง ในประเด็นเดียวกันนี้ Lovelock and Wirtz (2011) มองคุณภาพการให้บริการว่ามีความหมายอย่างกว้างๆ เป็นแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้ำที่มีศักยภาพในการซื้อหา สามารถและอาจจะทำการประเมินก่อนที่เขาจะเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการนั้น ส่วน วีรพงษ์ เฉลิมจิรรัตน์ (2543: 14-15) กล่าวถึงคุณภาพการให้บริการ คือความสอดคล้องกัน

ของความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ หรือระดับของความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการอันทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่เขาได้รับ และ สมวงค์ พงศ์สถาพร (2550: 66) เสนอว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการสะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับจากบริการ ซึ่งหากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (tolerance zone) ผู้รับบริการก็จะมี ความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งจะมีระดับแตกต่างกันออกไปตามความคาดหวังของแต่ละบุคคล และความพึงพอใจนี้เอง เป็นผลมาจากการประเมินผลที่ได้รับจากบริการนั้น ณ ขณะเวลาหนึ่ง

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ ได้แก่

(1) การจัดการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ควรคำนึงถึงและให้ความสนใจนำบทบัญญัติศาสนาอิสลามเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดเป็นรูปแบบการจัดการท่องเที่ยววิถีฮาลาลอย่างถูกต้องครบถ้วนทุกประการเนื่องจากหลักคำสอนหลักปฏิบัติและข้อห้ามของศาสนาอิสลามที่มีความเคร่งครัด จะส่งผลให้การพัฒนาประเทศด้านการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเป็นอย่างยิ่ง

(2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนควรร่วมมือในการจัดการฝึกอบรมให้แก่สถานประกอบการธุรกิจโรงแรมที่มีความประสงค์จะจัดบริการตามหลักฮาลาลแก่ลูกค้าโดยเฉพาะการแนะนำแนวทางการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมุสลิมแก่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม

(3) ควรมีการเผยแพร่ความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมเพื่อถ่ายทอดความรู้ด้านเทคนิคและการบริหารจัดการโรงแรมฮาลาลให้ประสบความสำเร็จ

(4) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรจัดทำข้อมูลสารสนเทศโรงแรมฮาลาลในลักษณะสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Social Media) และเอกสารเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้แก่นักท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป ได้แก่

(1) ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT) ของสถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมอาเซียนในประเทศไทยสำหรับพัฒนาหรือปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมอาเซียน

(2) ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในจังหวัดอื่นๆ ที่มีความแตกต่างของบริบททางสังคมวัฒนธรรมที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย

(3) ควรศึกษาความต้องการของผู้บริโภคเพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมฮาลาล เพื่อการพัฒนาและปรับปรุงการบริการให้ตรงตามต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

บรรณานุกรม

- วีรพงษ์ เฉลิมจิรรัตน์. (2539). **คุณภาพในงานบริการ (Quality in Service)**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). **เคล็ดไม่ลับการตลาดบริการ**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ยูบีซี. แอลบู๊คส์.
- สุกัญญา เจริญศรี. (2549). **การรับรู้และแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัด ภาคใต้ อันดามัน หลังได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ธรณีพิบัติของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร**. การศึกษาด້วยตนเอง ศศ.ม. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- Bitner, M. J. & Hubbert, A. R. (1994). **Encounter satisfaction versus overall satisfaction versus quality: the customer's voice. service quality: new directions in theory and practice**. Thousand Oaks, CA: Sage (In Rust, R.T., & Oliver, R.L. (Eds.), 72-94.
- E. M. Ekanayake and Aubrey E. Long. (2012). **The International Journal of Business and Finance Research**. 2012, vol. 6, issue 1, 51-63.
- HatemEl - Gohary. (2016). **การท่องเที่ยวฮาลาล**. <https://www.dot.go.th/storage/Halal%20Tourism%20Destination/Y4DXF5Lupy8EYD7iEPQBhrPk4S2ajpaLocNy5oA2.pdf>
- Lovelock and Wirtz. (2011). **Marketing and Organizational Behavior Interface**. Journal of Business Research 20 (1), Marketing. Journal of Marketing 49 (2), pp. 33-46
- Pew Research Center. (2009). **The Future of the Global Muslim Population: Projections for 2010- 2030**. Retrieved March 18, 2011, from http://www.euro-muslims.eu/future_global.pdf.+Piangpis Sriprasert (2014)
- Riyad Eid and Hatem El-Gohary. (2015). **The Impact of E-marketing Use on Small Business Enterprises' Marketing Success: The Case of UK Companies**. **Tourism Management**, vol. 46, issue C, 477-488.
- Schmenner, Roger W. (2004). **Service operations management**. Englewood Cliffs,
- Webster, C., Ivanov, S. (2014). **Transforming competitiveness into economic benefits: Does tourism**. **Tourism Management**, 40 (2014) 137e140.