

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญ และที่มาของปัญหา

การท่องเที่ยวได้กลายเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญของโลกปัจจุบัน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องอีกมากมาย และกลายเป็นปัจจัยหลักปัจจัยหนึ่ง ที่ช่วยในการส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสำหรับประเทศต่างๆ (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 ภาคใต้ เป็นภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด และสร้างรายได้ให้แก่ประเทศมากที่สุดเช่นกัน ตัวอย่าง เช่น ในไตรมาสที่ 1 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 เนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักและชื่นชอบเป็นอย่างดีสำหรับทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติทั่วโลก ไม่เว้นแม้กระทั่งนักท่องเที่ยวมุสลิม (สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน, 2557)

โดยศาสนาอิสลาม ถือเป็นศาสนาหลักที่สำคัญศาสนาหนึ่ง มีประชากรโลกนับถือประมาณ 1,500 ล้านคน ทั้งในประเทศประชากรส่วนใหญ่เป็นมุสลิม เช่น ประเทศในตะวันออกกลาง หรือเอเชียใต้ รวมถึงประเทศที่ประชากรส่วนใหญ่ไม่ใช่มุสลิม เช่น อินเดีย อังกฤษ อเมริกา รัสเซีย จีน ออสเตรเลีย และ สหรัฐอเมริกาฯ (Organization of Islamic Cooperation, 2012) ขณะเดียวกัน ประชาคมอาเซียนที่มีจำนวนประชากรประมาณ 600 ล้านคน มีประชากรมุสลิมอาศัยอยู่มากกว่าครึ่ง หรือประมาณกว่า 300 ล้านคน ทั้งในประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย บรูไน รวมทั้งมุสลิมชนกลุ่มน้อยในประเทศที่ไม่ใช่มุสลิม เช่น ฟิลิปปินส์ และสิงคโปร์ เป็นต้น (อาบิติน วันขวัญ, 2554) นอกจากนี้ ประเทศไทย ก็มีประชากรมุสลิมอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในพื้นที่

บางส่วนของจังหวัดสงขลา ปัตตานี ยะลา นราธิวาส รวมทั้งสตูล ที่ประชากรส่วนใหญ่มีความแตกต่างกับส่วนอื่นๆของประเทศ เนื่องจากมีวัฒนธรรมและภาษา ที่คล้ายกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีอาณาเขตติดต่อกัน (วันชัย วัฒนศัพท์, 2551)

ศาสนาอิสลาม มีเนื้อหาหลักคำสอนที่เกี่ยวข้องกับพื้นฐานการใช้ชีวิต หลักการของอิสลาม จึงมีผลโดยตรงต่อการเดินทางท่องเที่ยวและการพักผ่อนหย่อนใจของคนมุสลิมทุกเชื้อชาติ ทั้งในส่วน of นักท่องเที่ยวผู้มาเยือน รวมทั้งเจ้าของสถานที่ ในการจัดเตรียมการต้อนรับผู้มาเยือน (Zamani-Farahani & Henderson, 2010) เนื่องจากหลักปฏิบัติทางศาสนาอิสลามที่เรียกว่า“ฮาลาล”นั้น ไม่ได้เป็นบัญญัติที่ครอบคลุมเฉพาะการผลิตสินค้าอาหารเท่านั้น หากแต่ยังครอบคลุมถึงแนวทางการให้บริการต่างๆ ที่จะต้องสอดคล้องกับหลักการทางศาสนา การงดเว้น รวมถึงข้อปฏิบัติต่างๆ อีกด้วย (ปิติ ศรีแสงนาม, 2555) นักท่องเที่ยวมุสลิม จึงมีเงื่อนไขและความต้องการที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไปอย่างชัดเจน ทั้งในเรื่องของการแต่งกาย อาหาร ที่พัก การเดินทางท่องเที่ยว ตลอดจนการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งปรากฏการณ์เหล่านี้ ได้ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมุสลิมส่วนหนึ่ง รู้สึกถึงความกังวลในการรับบริการด้านอาหาร เครื่องดื่ม ที่พัก สภาพแวดล้อม และกิจกรรมใน ระหว่างการท่องเที่ยว ว่าผิดหรือขัดต่อหลักศาสนาหรือไม่ (จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย, 2556) ซึ่งในเวลาต่อมาได้มีผู้วิวัฒนาการคำว่า “การท่องเที่ยวฮาลาล” ขึ้น โดยมีนัยเพื่อสื่อสารถึงการท่องเที่ยวพักผ่อนที่เชื่อมโยงกับความเชื่อทางศาสนาอิสลาม ถือเป็นแนวคิดใหม่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ซึ่งจากการศึกษางานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวฮาลาลในพื้นที่จังหวัดกระบี่และภูเก็ต พบว่า ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิม ความต้องการการท่องเที่ยวฮาลาล รวมถึงประเมินศักยภาพสถานที่ท่องเที่ยวฮาลาล ตัวอย่างเช่น อรพรรณ จันท์อินทร์ และคณะ (2556); ธรรมจักร เล็กบรรจง (2560) และ Oraphan, Piangpis, Rahman & Don (2015) ยังไม่ครอบคลุมถึงระดับการรับรู้การให้บริการ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาผลการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในมุมมองมุสลิมชาวไทยและต่างชาติ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต เนื่องจากเป็นพื้นที่การแข่งขันทางธุรกิจสูง สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นสองอันดับแรกของภาคใต้ โดยผลที่ได้จากการศึกษา จะนำมาเป็นข้อมูลเพื่อการพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงาน และให้ผู้เกี่ยวข้องได้เตรียมการรับมือหรือปรับตัวให้เข้ากับสภาวะการแข่งขัน รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถโดยการพัฒนาตนเองและสร้างจุดเด่นเหนือคู่แข่ง เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจในระยะยาวต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมุสลิม ที่เข้ามาใช้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักแรม และภัตตาคารหรือร้านอาหาร ในจังหวัดกระบี่ และภูเก็ต

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักแรม และภัตตาคารหรือร้านอาหาร ในจังหวัดกระบี่ และภูเก็ต

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักแรม และภัตตาคารหรือร้านอาหาร ในจังหวัดกระบี่ และภูเก็ตที่ กับการกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวมุสลิม

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ วางแผนทำการศึกษากลุ่มประชากรมุสลิมทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ โดยการศึกษาจะทำการตรวจสอบตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว ข้อมูลรายการท่องเที่ยว ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักแรม และภัตตาคาร รวมทั้งระดับความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวมุสลิม ที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ และภูเก็ต โดยคาดว่าจะใช้ระยะเวลารวมในการทำวิจัยทั้งหมดประมาณ 12 เดือน

1.4 สมมติฐาน และคำถามการวิจัย

1.4.1 สมมติฐาน

สมมติฐาน 2 ข้อได้ถูกพัฒนาขึ้น เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่1: ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมุสลิม มีอิทธิพลต่อการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักแรม และภัตตาคารหรือร้านอาหารในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่2: การรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักแรม และภัตตาคารหรือร้านอาหารในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวมุสลิม อย่างมีนัยสำคัญ

1.4.2 คำถามการวิจัย

1) ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมุสลิม ที่เข้ามาใช้บริการบริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักแรม และภัตตาคารหรือร้านอาหารในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต นั้นเป็นอย่างไร?

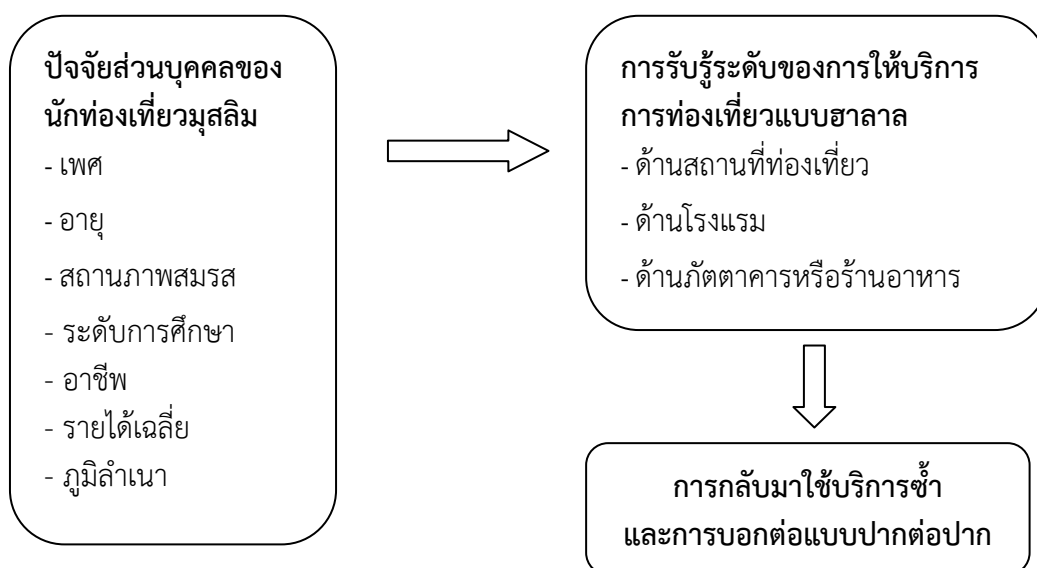
2) ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมุสลิม ที่มีอิทธิพลต่อระดับการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักแรม และภัตตาคารหรือร้านอาหารในจังหวัดกระบี่และภูเก็ตนั้น มีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร?

3) การรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักแรม และภัตตาคารหรือร้านอาหารในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวมุสลิม หรือไม่อย่างไร?

1.5 กรอบแนวความคิดในการศึกษาวิจัย

กรอบแนวความคิดในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แสดงไว้ดังภาพประกอบที่ 1

ภาพประกอบที่ 1: กรอบแนวคิดงานวิจัย



1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1.6.1 ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักแรม และภัตตาคารหรือร้านอาหาร ในจังหวัดกระบี่ และภูเก็ต

1.6.2 ทำให้ทราบถึงการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของนักท่องเที่ยวมุสลิมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

1.6.3 ได้ข้อมูลพื้นฐานสำคัญในเรื่องการท่องเที่ยวแบบฮาลาล สามารถนำไปใช้ในการวางแผน กำหนดนโยบายที่เหมาะสม คลายความกังวลของนักท่องเที่ยวมุสลิม รวมทั้งสร้างคามยั่งยืนให้กับเกิดการท่องเที่ยวในพื้นที่

1.6.4 ข้อมูลที่ได้ สามารถนำมาใช้เพื่อช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพ และเสริมสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและบริการในพื้นที่ ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น สามารถแข่งขันได้ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับสากล

1.6.5 ทำให้สามารถคาดการณ์ได้ถึงแนวโน้ม จำนวนนักท่องเที่ยวมุสลิมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่จะมาเยี่ยมชมนจังหวัดกระบี่ และภูเก็ต ต่อไปในอนาคต

1.6.6 ข้อมูลที่ได้จะช่วยให้สังคมไทยส่วนใหญ่ เข้าใจถึงความแตกต่างทางสังคมวัฒนธรรม และมีความรู้ความเข้าใจต่อสังคมชาวมุสลิมเพิ่มมากขึ้น ลดต้นตอปัญหาความขัดแย้งที่อาจมีผู้ไม่หวังดีนำไปขยายผลลุกลาม เช่น ปัญหาจากสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ รวมทั้งเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งมั่นคงเป็นหนึ่งเดียวกันให้เกิดขึ้นกับสังคมไทย

1.7 หน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.7.1 ชุมชนท้องถิ่น/ ผู้ประกอบการในพื้นที่

1) ชุมชนท้องถิ่นสามารถนำข้อมูลไปพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวที่มีอยู่อย่างหลากหลาย ให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่มอย่างยั่งยืน รวมทั้งสามารถประสานผลประโยชน์กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

2) ผู้ประกอบการในพื้นที่ สามารถนำข้อมูลไปพัฒนารูปแบบและลักษณะการให้บริการของสถานประกอบการในพื้นที่ เพื่อเสริมสร้างความประทับใจและความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวมุสลิมทั้งไทยและต่างชาติ

1.7.2 หน่วยงานราชการ

1) เสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างชาวบ้าน ชุมชน หน่วยงานราชการ กับนักท่องเที่ยว ในการพัฒนาท้องถิ่นและชุมชน ผ่านกระบวนการสร้างความร่วมมือในการจัดการด้านการท่องเที่ยว

2) ใช้เป็นตัวอย่างของการศึกษารูปแบบและปัญหา ในจัดการด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิม รวมทั้งสามารถขยายแนวคิดไปในพื้นที่การท่องเที่ยวอื่น ที่มีลักษณะหรือปัจจัยต่าง ๆ ใกล้เคียง

1.7.3 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1) ได้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และอุปสรรค ของนักท่องเที่ยวมุสลิม เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นอยู่ และส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นในอนาคต

2) เลือกประเด็นที่จะประชาสัมพันธ์ลักษณะหรือความน่าสนใจของการท่องเที่ยวได้อย่างเข้าใจ เช่น การท่องเที่ยวที่ไม่ขัดหลักศาสนา เป็นต้น

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

2.1 อิสลามกับการท่องเที่ยว

ศาสนาอิสลามถือเป็นศาสนาหลัก ที่สำคัญศาสนาหนึ่งในโลก มีประชากรประมาณหนึ่งพันห้าร้อยล้านคนนับถือ ชาวมุสลิมเหล่านี้ ส่วนหนึ่งอาศัยอยู่ในกลุ่ม 57 ประเทศของสมาชิกองค์การความร่วมมืออิสลาม หรือ Organisation of Islamic Cooperation (OIC) เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย และ ตะวันออกกลาง เป็นต้น และนอกจากนี้ยังมีชาวมุสลิมบางส่วนที่อาศัยอยู่ในประเทศอื่น ที่ไม่ได้มีประชากรมุสลิมเป็นส่วนใหญ่ กระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆทั่วโลก เช่น อินเดีย อังกฤษ อเมริกา รัสเซีย จีน ออสเตรเลีย และ อเมริกา เป็นต้น (Organization of Islamic Cooperation, 2012)

ในปี 2556 ที่ผ่านมา จำนวนตัวเลขนักท่องเที่ยวอาเซียน ที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในไทยมีมากถึง 7,384,631 คน โดยประเทศที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวในไทย เป็นอันดับหนึ่ง คือ มาเลเซีย ที่มีประชากรส่วนใหญ่เป็นมุสลิม โดยมีจำนวนมากถึง 2,996,071 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2557) คาดการณ์กันว่า หลังจากการเปิดเสรีทางการค้าของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ ASEAN Economic Community (AEC) ที่จะเริ่มมีผลในปี 2558 จะยิ่งส่งผลต่อการท่องเที่ยวและการเดินทางในหมู่มวลสมาชิกทั้ง 10 ประเทศ อันได้แก่ ไทย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย สิงคโปร์ บรูไน ลาว กัมพูชา เวียดนาม และพม่า ให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น (สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, 2557)

โดยปฏิภณิกรียาของกลุ่มประเทศอิสลามที่มีต่อการท่องเที่ยว นั้น หลากหลายแตกต่างกันไป ประเทศอิสลามบางประเทศ ตัวอย่างเช่น บรูไน, อิหร่านและซาอุดีอาระเบีย ประชากรส่วนใหญ่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้ รู้สึกได้ถึงความกังวลต่อการท่องเที่ยวที่อาจจะละเมิดต่อกำนิยามอิสลาม และวัฒนธรรมประเพณีอันดี ดังนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศเหล่านี้ จึงไม่ได้รับความสำคัญและพัฒนา ในขณะเดียวกัน ที่ประเทศมุสลิมบางประเทศ มีความต้องการถึงขั้นที่จะไม่ให้มีนักท่องเที่ยวอื่น ที่ไม่ใช่มุสลิมมาเที่ยวในประเทศตัวเองด้วยซ้ำ เพราะประเทศในกลุ่มนี้ มีความกังวลสูงเกี่ยวกับศีลธรรม ที่มองว่าจะได้รับอิทธิพลมาจากการท่องเที่ยว ดังนั้นมุมมองทางการท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศอิสลาม จึงไม่ควรจะถูกมองว่าเหมือนกัน เพราะถึงแม้ว่าประเทศเหล่านี้จะมี ความเชื่อทางศาสนาที่คล้ายกัน แต่การตีความหมายของศาสนาอิสลาม ขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมและบทบาทของชุมชนในท้องถิ่นในแต่ละประเทศที่ต่างกันไป รวมทั้งระดับของการเกี่ยวข้องของภาครัฐที่มีต่อการท่องเที่ยวอีกด้วย (Zamani-Farahani & Musa, 2012)

2.1.1 การท่องเที่ยวฮาลาล

การท่องเที่ยวฮาลาล ถือเป็นลักษณะของการท่องเที่ยว ที่เกี่ยวพันกับความเชื่อทางศาสนา โดยคำว่าฮาลาล (حلال) มาจากภาษาอาหรับ หมายถึง การอนุญาตหรือยอมรับ ซึ่งมีความหมายตรง

ข้ามกับ ฮารอม (حرام) ซึ่งหมายถึงสิ่งที่สิ่งที่ไม่สามารถยอมรับไม่เป็นที่ยอมรับหรือไม่อนุญาตให้ทำ ภายใต้บทบัญญัติของชารีอะฮฺ หรือกฎหมายอิสลาม (El-Gohary, 2016) ซึ่งได้มีผู้กล่าวถึงการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวมุสลิม และศาสนาอิสลามไว้จำนวนมากทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ ดังนี้

จิราวดี รัตน์ไพฑูรย์ชัย (2556) ได้ให้ความหมายของ การท่องเที่ยวเชิงชารีอะฮฺ ไว้ว่า คือการเดินทางท่องเที่ยวที่ไม่ใช่การเดินทางเพื่อศาสนาหรือการเดินทางไปแสวงบุญ แต่คือการพักผ่อนและท่องเที่ยวที่เป็นไปตามหลักการอิสลาม เช่น อาหารและเครื่องดื่มจะต้องไม่มีเนื้อหมูและแอลกอฮอล์ และการแยกผู้ชายผู้หญิงในงานหรือสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น

Laderlah et al. (2011) ให้ความหมายว่าการท่องเที่ยวแบบอิสลาม (Islamic Tourism) ว่าเป็นกิจกรรมที่ได้รับการสนับสนุนให้กระทำ เพื่อที่สามารถออกไปศึกษาสิ่งต่างๆ ที่ได้สร้างโดยพระเจ้า เป็นเจ้า และมีความสัมพันธ์กับธุรกิจแบบอิสลาม (Islamic business) ที่ต้องอยู่ภายใต้ศาสนบัญญัติแห่งศาสนาอิสลาม และต้องไม่ผิดหลักศาสนา

Suhaiza, Azizah & Simon (2011) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวฮาลาลเป็นแนวคิดใหม่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยฮาลาล หมายถึงเป็นสิ่งที่อนุญาตโดยพระเจ้า ทำในสิ่งที่พระเจ้าสั่งและละเว้นในสิ่งที่พระเจ้าห้าม ภายใต้บริบทของคำว่าชารีอะฮฺหรือกฎหมายอิสลาม ซึ่งเมื่อพิจารณาจะพบว่า ไม่ใช่เป็นแค่ข้อห้ามในการบริโภคอาหารเท่านั้น หากแต่รวมถึงกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวันด้วย เพราะฉะนั้นจึงสรุปได้ว่า คือแนวคิดการท่องเที่ยวที่อยู่ภายใต้บทบัญญัติอิสลามที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม

El-Gohary (2016) ได้ชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่าง “การท่องเที่ยวฮาลาล” กับ “การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม” (Muslim friendly) โดยอธิบายว่า ลักษณะของการท่องเที่ยวฮาลาล สถานประกอบการที่ให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรมหรือภัตตาคาร จะต้องนำเสนอในลักษณะของการให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบทุกพื้นที่ในอาณาบริเวณของสถานประกอบการนั้นเท่านั้น ขณะเดียวกันถ้าเป็นลักษณะของการให้บริการฮาลาล เพียงเฉพาะพื้นที่บางส่วนของสถานประกอบการ จะไม่ถือว่าเป็นการจัดการท่องเที่ยวแบบ ฮาลาล แต่จะเรียกว่าเป็นการจัดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม

2.1.2 งานวิจัยการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับอิสลาม

Islam & Karkkainen (2013) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การท่องเที่ยวแบบอิสลาม: ปัจจัยเพื่อความสำเร็จในแลปแลนด์” เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิมอาศัยอยู่ในแลปแลนด์ และทัศนคติของผู้ประกอบการฯ มีต่อนักท่องเที่ยวมุสลิม และได้สรุปว่า

1) ความต้องการโดยรวมของนักท่องเที่ยวมุสลิมนั้นเป็น ความปรารถนาฮาลาล (Halal Need) หรือความถูกต้องตามหลักศาสนาเป็นสำคัญ เช่น อาหารฮาลาล ห้องละหมาด สปา และสระว่ายน้ำ ที่แยกอาณาเขตบริเวณชายหญิงเฉพาะ เป็นต้น

2) สถานประกอบการให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวมุสลิม ทั้งนี้สถานประกอบการ เช่น บริษัททัวร์ โรงแรม และร้านอาหาร จำเป็นจะต้องพัฒนาธุรกิจให้เข้ากับความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม

Farahdel (2011) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความเป็นอิสลาม กรณีศึกษา ในอิหร่าน โดยศึกษาผ่านปัจจัยผลึกต้น ปัจจัยดึงดูด ที่ลักษณะความเป็นอิสลามในอิหร่านมีต่อ นักท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยผลึกต้น คือ การหาประสบการณ์ที่ทำหาย, การเรียนความแตกต่างด้าน วัฒนธรรม, การเยี่ยมชมสถานที่ใหม่ ส่วน ปัจจัยดึงดูด คือ วิทยาศาสตร์, ความหลากหลายของ วัฒนธรรม, และสถานที่ที่การจับจ่ายซื้อของ เหล่านี้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยว และแข็งแกร่งพอที่จะเป็นแรงขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในอิหร่าน และได้สรุปผลของการ วิจัยไว้ว่า “อิหร่านเป็นประเทศมุสลิมที่มีการปกครองตามแนวทางอิสลาม โดยมีกฎหมายอิสลามเป็น รัฐธรรมนูญ และยึดเป็นหลักการปกครองอย่างเคร่งครัด เช่น จำกัดสิทธิเสรีภาพในการพบปะระหว่าง ชายกับหญิง และ ความสัมพันธ์ระหว่างชายกับหญิง โดยส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวมุสลิมมีวิถีชีวิต แบบอิสลามอยู่แล้ว จึงไม่จำเป็นต้องเตรียมการจัดการเพื่อนักท่องเที่ยวมุสลิมอีก”

ในขณะที่เดียวกันมีรายงานการวิจัยที่เห็นแย้ง ทั้งที่เป็นการศึกษาในพื้นที่เดียวกัน โดย Namin (2013) ซึ่งได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างคุณค่าในการท่องเที่ยวในแบบฉบับของอิสลาม ในอิหร่าน และได้สรุปผลการวิจัยว่า การจัดการการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อนักท่องเที่ยวมุสลิม นั้น มีความจำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะต้องมีกลยุทธ์การจัดการโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอิสลาม การสร้าง สถานที่พักที่มีเอกลักษณ์เฉพาะแบบสถาปัตยกรรมอิสลาม การจัดการอาหารฮาลาล การจัดการความ สะดวกสบายในการละหมาด เช่น เวลาและสถานที่ รวมทั้งความบันเทิงที่ฮาลาล

Laderlah et al. (2011) ศึกษาการท่องเที่ยวแบบอิสลาม (Islamic Tourism) ในมาเลเซีย พบว่า ในปี 2009 มีนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวอาหรับมาท่องเที่ยวในประเทศมาเลเซีย โดยยึดโยงการ ท่องเที่ยวเข้ากับหลักการของศาสนาอิสลาม เป็นจำนวนมากถึง 284,890 คน โดยมี จุดประสงค์การ ท่องเที่ยวหลัก เพื่อจับจ่ายซื้อของ การศึกษา และเรียนรู้วัฒนธรรมที่หลากหลายของมาเลเซีย โดย การท่องเที่ยวแบบอิสลาม (Islamic Tourism) ในมาเลเซีย มีปัจจัยหลักๆ อยู่ 2 ปัจจัยคือ ศาสนา และวัฒนธรรม

1) ศาสนา (Religious Tourism): มีสถานที่ท่องเที่ยวเช่น มัสยิด พิพิธภัณฑ์ อิสลาม มหาวิทยาลัยอิสลาม โรงเรียนอิสลาม และ สวนแสดงความศิวไลซ์ของอิสลาม และเป็นศูนย์ รวมของอาหารฮาลาล

2) วัฒนธรรม (Cultural Tourism) : ความหลากหลายทางเชื้อชาติ เช่น มลายู อินเดีย และจีน มาเลเซีย ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเรียนรู้ศึกษาวัฒนธรรมร่วมของกลุ่มนักท่องเที่ยว นั้นๆ

Asadi & Daryaei (2011) ศึกษา “การจัดลำดับปัจจัยผลักดันนักท่องเที่ยวอิหร่านมาเที่ยวใน มาเลเซีย” ซึ่งเป็นประเทศในโลกมุสลิมด้วยกันพบว่า มีปัจจัยผลักดันสำคัญดังต่อไปนี้

- 1) การพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และความเป็นนานาชาติของมหาวิทยาลัยในมาเลเซีย
- 2) ด้านความเจริญก้าวหน้าด้านวิทยาการ เช่น ความทันสมัยของสิ่งก่อสร้าง
- 3) สภาพสังคมแบบเปิด
- 4) มาตรฐานและราคาของห้องพัก: ราคาคุ้มค่ากับมาตรฐานสากล
- 5) สาธารณสุขและความสะอาด
- 6) ความคุ้มค่าของราคาทัวร์
- 7) วัฒนธรรมท้องถิ่น ที่มีความหลากหลาย

Khan et al. (2013) ศึกษาปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมุสลิมที่ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในประเทศมาเลเซีย ซึ่งมีจุดประสงค์ของการวิจัยคือ การศึกษาหาปัจจัยที่ทำให้ นักท่องเที่ยวมุสลิมพึงพอใจ เพื่อนำปัจจัยต่างๆ เหล่านี้มาเป็นปัจจัยหลัก ในการเตรียมพร้อม แผนพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในมาเลเซีย ผลการวิจัยที่ได้จากการวัดความสัมพันธ์ของตัวแปร ชี้ให้เห็นว่า ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว แรงกระตุ้นทางศาสนา และคุณภาพการบริการนั้น มีความสัมพันธ์เชิงบวกโดยตรงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมที่เข้ามาเที่ยวในประเทศมาเลเซีย

2.2 การรับรู้ในระดับของการบริการ

การแข่งขันอย่างสูงในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบัน เป็นปัจจัยสำคัญ ที่ผลักดันให้ แหล่งท่องเที่ยว รวมถึงผู้ประกอบการต้องเร่งปรับปรุงคุณภาพของการบริการ ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้รับบริการมีทางเลือกมากขึ้น ถ้าผู้ให้บริการที่ปรับตัวไม่ทันตามการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลก ก็จะมี สูญเสียโอกาสให้กับคู่แข่งหรือผู้ประกอบการหน้าใหม่ โดยการรับรู้ในระดับของการให้บริการของ นักท่องเที่ยว ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญ

2.3.1 ความหมายของการรับรู้ในระดับของการบริการ

การรับรู้ในระดับของการบริการของนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้บริโภคส่งผลโดยตรงกับคุณภาพของการบริการ (Service Quality) โดย Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพของการบริการมีความเกี่ยวข้องกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ซึ่งถ้าได้รับการบริการเป็นไปตามมาตรฐานที่เหมาะสม หรือปราศจากข้อผิดพลาด การรับรู้ในระดับของการบริการของผู้บริโภคได้ตามความคาดหวัง ผู้บริโภคก็จะได้รับการตอบสนองและเป็นที่ยอมรับ แต่ขณะเดียวกัน ถ้าการ

ได้รับการบริการไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค หรือ การรับรู้ในระดับของการบริการได้รับน้อยกว่าระดับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ก็จะนำไปสู่ความรู้สึกของความไม่พึงพอใจใน ส่วนของผู้ใช้บริการด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ ความพึงพอใจในการได้รับการบริการ ยังมีผลต่อความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการ นั้นๆซ้ำ (Olgun, Ceylan & Ibrahim, 2014) รวมถึงคำบอกเล่าแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Communications) ที่ผู้ได้รับการบริการจะบอกต่อแก่บุคคลอื่น นำไปสู่การสื่อสารทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ถึงผู้ประกอบการหรือสถานที่ท่องเที่ยวอื่นอีกด้วย (Lang, 2011)

2.3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

ชนิดา สังข์รักษ์ (2556) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาพลักษณ์กับความพึงพอใจ ในคุณภาพการให้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทยและธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองจังหวัด ร้อยเอ็ด โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อ 1. เพื่อศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงไทย และธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด 2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพการ ให้บริการของธนาคารกรุงไทย และธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด และ 3. เพื่อ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาพลักษณ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของลูกค้า ธนาคารกรุงไทย และธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด โดยได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง เป็นกลุ่มลูกค้าธนาคาร กรุงไทย และ ธนาคารออมสินจำนวนอย่างละ 200 คน ใช้การทดสอบการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) F-Test และ ANOVA (One - Way Analysis of Variance) รวมทั้ง การวิเคราะห์ ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ผลที่ได้จากการศึกษา พบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์ มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานที่มีการรับรู้สูงสุดในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านองค์กร ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ และ ด้านการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธนาคาร อยู่ในระดับ มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการด้านการ ตอบสนองความต้องการ มากที่สุดเป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านการให้ความ มั่นใจ ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ และด้านความเห็นอกเห็นใจ ตามลำดับ และมีการรับรู้ ภาพลักษณ์ของธนาคารแตกต่างกันในลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

สุนันท์ นิลพวง (2557) ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการ รถโดยสาร สถานีขนส่งสายใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของ ผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้ และ ศึกษาการรับรู้ต่อคุณภาพการ ให้บริการของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้ ทำการเก็บข้อมูลโดย

แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างผู้โดยสารที่มาใช้บริการรถโดยสารที่สถานีขนส่งสายใต้จำนวน 397 ราย สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.65) โดยความคาดหวังที่ได้รับการประเมินอยู่ในสามลำดับแรกได้แก่ การสร้างความมั่นใจในการเดินทางกับรถโดยสารประจำทาง (Mean = 3.82) การปรับอัตราค่าใช้จ่ายในการเดินทางให้เหมาะสมกับค่าครองชีพ (Mean = 3.78) และ ความเหมาะสมในระหว่างราคาและคุณภาพในการบริการ (Mean = 3.67) ตามลำดับ การรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้ ภายในรถโดยสาร อยู่ในระดับมาก (Mean = 3.75) โดยการรับรู้ที่ได้รับการประเมินในสามลำดับแรกได้แก่ ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุในการใช้บริการรถตลอดการเดินทาง (Mean = 4.22) สภาพของรถโดยสารอยู่ในสภาพที่ดี (Mean = 4.04) และความปลอดภัยจากอาชญากรรมตลอดการเดินทาง (Mean = 3.79) คุณลักษณะส่วนบุคคลมีผลต่อความคาดหวังในทุกด้าน ยกเว้นในส่วนของการรายได้ต่อเดือน ที่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้คุณลักษณะส่วนบุคคล มีผลต่อการรับรู้ภายในรถโดยสาร และมีผลต่อการรับรู้การให้บริการระหว่างเดินทางในทุกด้าน ยกเว้นในปัจจัยด้านเพศ ที่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของผู้โดยสาร มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้การให้บริการระหว่างเดินทางมากที่สุด ($r = 0.76$) รองลงมาคือความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ภายในรถโดยสาร ($r = 0.71$) และการรับรู้ภายในรถโดยสาร และการให้บริการระหว่างเดินทาง ($r = 0.63$) ตามลำดับ

2.3 การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตและกระบี่

เหมือนเช่นปรากฏการณ์ที่พบทั่วไป ในประเทศที่กำลังพัฒนาส่วนใหญ่ ประเทศไทยมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สาเหตุสืบเนื่องมาจาก ประเทศไทยมีความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติที่งดงาม วัฒนธรรม ประเพณี โบราณสถาน สถานบริการ ที่พัก อาหาร รวมทั้งการต้อนรับที่โดดเด่นมีชื่อเสียงและรู้จักกันเป็นอย่างดี (Song, Witt & Li 2003; Ledl, 2010)

เมื่อเปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด จำแนกตามภูมิภาคของประเทศไทย (ไม่นับรวมกรุงเทพฯ) พบว่า ภาคใต้ เป็นภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวทั้งคนไทย และต่างชาตินิยมเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุดและสร้างรายได้ให้แก่ประเทศมากที่สุดเช่นกัน ซึ่งจังหวัดที่สร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ภูเก็ต รองลงมาคือ กระบี่ ตามลำดับ (กรมการท่องเที่ยว, 2557)

2.2.1 ลักษณะทางกายภาพและสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตและกระบี่

ทั้งจังหวัดภูเก็ตและกระบี่ ต้องถือว่าเป็นจังหวัดท่องเที่ยวบริเวณพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันที่มีความสำคัญต่อประเทศไทยเป็นอย่างมาก เพราะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เป็นที่ชื่นชอบและรู้จักเป็นอย่างดีในหมู่นักท่องเที่ยวทั่วโลก

โดยข้อมูลจาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (มปป.) อธิบายถึงจังหวัดภูเก็ตว่าเป็นเกาะขนาดใหญ่อันดับหนึ่งของประเทศ มีฐานะเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคใต้ ตั้งอยู่ทางชายฝั่งทะเลตะวันตกของประเทศไทยในน่านน้ำทะเลอันดามัน มหาสมุทรอินเดีย มีพื้นที่ประมาณ 543 ตารางกิโลเมตร ความยาวสุดของเกาะภูเก็ตวัดจากทิศเหนือถึงทิศใต้ประมาณ 48.7 กิโลเมตร และส่วนกว้างที่สุดวัดจากทิศตะวันออกถึงทิศตะวันตกประมาณ 21.3 กิโลเมตร มีความโดดเด่นของทรัพยากรธรรมชาติเหมาะแก่การพักผ่อน สามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปี สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของจังหวัดภูเก็ตมีดังนี้

“อุทยานแห่งชาติสิรินาถ” เป็นหาดทรายที่มีความยาวต่อเนื่องกันถึง 13 กิโลเมตร ครอบคลุมเนื้อที่ 56,250 ไร่ โดยเริ่มจาก หาดในทอน ใช้เส้นทางไปอุทยานฯ เลี้ยวซ้ายที่หลักกิโลเมตร 21 - 22 เมื่อถึงทางแยกเข้าบ้านสาคุ เลี้ยวซ้ายไปประมาณ 3 กิโลเมตร หาดในทอน เป็นริ้วอ่าวที่งามแปลกตาทอดโค้งจากตัวเกาะเป็นที่กำบังคลื่นลมได้ดี และเป็นหาดที่เงียบสงบ เหมาะสำหรับการเล่นน้ำ ต่อเนื่องไปยัง หาดในยาง ซึ่งเป็นที่ตั้งที่ทำการอุทยานฯ เป็นหาดที่มีสวนสนร่มรื่นเหมาะแก่การพักผ่อนและเล่นน้ำ นอกจากนี้ ยังมีแนวปะการังขนาดใหญ่เป็นที่อาศัยของสัตว์ทะเลนานาชนิด โดยเฉพาะเต่าทะเลซึ่งจะขึ้นมาวางไข่บนหาด ในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงกุมภาพันธ์ แต่ปัจจุบันเต่าทะเลมีจำนวนลดลงมากจนแทบจะไม่เห็นเต่าขึ้นมาวางไข่อีกเลย

“หาดไม้ขาว” เส้นทางถนนเทพกษัตรีผ่านทางแยกเข้าสนามบิน ตรงไปทางสะพานสารสินทางแยกด้านซ้ายมือ ประมาณ 3.5 กิโลเมตร ก็เป็นหาดที่มีจักจั่นทะเลและเต่าทะเลขึ้นมาวางไข่เช่นเดียวกับหาดในยาง

“หาดทรายแก้ว” เป็นหาดทรายขาวทอดยาวขนานกับทิวต้นสนอยู่ถัดจากหาดไม้ขาวไปจนถึงสะพานสารสิน นับเป็นหาดที่อยู่ตอนบนสุดของเกาะภูเก็ต

“หาดป่าตอง” อยู่ห่างจากตัวเมืองภูเก็ตประมาณ 15 กิโลเมตร ตามเส้นทางถนนวิจิตรสงคราม ประมาณ 9 กิโลเมตร เลี้ยวซ้ายเข้าสู่ทางหลวงหมายเลข 4029 อีก 6 กิโลเมตร เป็นอ่าวที่มีความโค้งมาก หาดทรายงดงามเป็นแนวยาว 9 กิโลเมตร น้ำทะเลใสสะอาด เหมาะแก่การเล่นน้ำเป็นที่ตั้งของศูนย์กลางการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ประกอบไปด้วยที่พัก บริษัทนำเที่ยว ศูนย์การค้าแหล่งบันเทิง บริการนักท่องเที่ยวอย่างครบครัน

“หาดกะตะ” อยู่ห่างจากตัวเมืองภูเก็ต 17 กิโลเมตร ไปตามเส้นทางถนนเจ้าฟ้าถึงห้าแยกฉลองเลี้ยวขวาไปตามถนนหมายเลข 4028 หาดกะตะแบ่งออกเป็น 2 หาดคือ หาดกะตะใหญ่

กับ หาดกะตะน้อย เป็นหาดที่เหมาะสำหรับการเล่นน้ำและใช้เป็นที่ฝึกดำน้ำ เนื่องจากมีแนวปะการังติดต่อกันไปจนถึงเกาะปูซึ่งอยู่ด้านหน้าหาดกะตะ บริเวณชายหาดมีบ้านพัก บริษัทนำเที่ยว ร้านค้า รวมทั้งแหล่งบันเทิง ไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว

“หาดกะรน” อยู่ห่างจากหาดกะตะไปทางเหนือ มีเพียงเนินเขาเตี้ย ๆ คั่นอยู่เท่านั้น แต่ถ้าจะไปที่กลางหาดกะรนและหมู่บ้านกะรน มีถนนแยกจากหาดกะตะไปอีกประมาณ 3 กิโลเมตร อ่าวกะรนใหญ่กว่าอ่าวกะตะ มีชายหาดยาวเหยียด เหนือชายหาดเป็นเนินทรายสูง ๆ ต่ำ ๆ มีสนทะเลต้นใหญ่ ๆ และต้นตาลขึ้นเรียงรายอยู่โดยทั่วไป หาดทรายที่อ่าวกะรนขาวสะอาดและละเอียดมาก

“หาดกมลา” อยู่ห่างจากตัวเมืองภูเก็ต 26 กิโลเมตร จากอนุสาวรีย์ท้าวเทพกษัตรี ท้าวศรีสุนทร เลี้ยวซ้ายผ่านหาดสุรินทร์ แหลมสิงห์ ก็จะถึงหาดกมลาเป็นแนวหาดทรายยาวประมาณ 2 กิโลเมตร เป็นหาดที่สงบเงียบ มีสถานที่พักบริการนักท่องเที่ยว

“หอคมวิเวชาชาติ” ตั้งอยู่บริเวณอ่าวมะขาม แหลมพันวา เป็นจุดชมวิวยอดนิยมแห่งหนึ่งของจังหวัดภูเก็ต สามารถมองเห็นทัศนียภาพทั่วเกาะภูเก็ตได้ถึง 360 องศา อาทิ อ่าวฉลอง แหลมพันวา เกาะสิเหร่ เกาะบอน และเกาะน้อยใหญ่รอบ ๆ ภูเก็ต รวมทั้งตัวเมืองภูเก็ต

“เขารัง” เป็นเนินเขาเตี้ย ๆ รถยนต์สามารถขึ้นไปจนถึงยอดเขา เทศบาลจัดเป็นสวนสุขภาพและสวนสาธารณะไว้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ และชมทิวทัศน์ของเมืองภูเก็ต จากยอดเขาจะแลเห็นตัวเมืองภูเก็ต ทะเลกว้าง รวมทั้งทิวทัศน์ของเกาะทั้งใกล้และไกล บนเขามีร้านอาหารบรรยากาศดีให้นักรับประทานอาหารด้วย

“อ่าวบางเทา” อยู่ห่างจากตัวเมืองภูเก็ตประมาณ 24 กิโลเมตร ตามถนนเทพกษัตรีไปทางเหนือสู่อุทยานท้าวเทพกษัตรีท้าวศรีสุนทร จากนั้นเลี้ยวซ้ายเข้าสู่ถนนศรีสุนทรไปอีก 12 กิโลเมตร จนถึงหาดสุรินทร์เลี้ยวขวาไปอีก 2 กิโลเมตร ถึงอ่าวบางเทา มีหาดทรายทอดยาวเหมาะสำหรับการเล่นน้ำและกีฬาทางน้ำ

“อ่าวฉลอง” อยู่ห่างจากตัวเมือง 11 กิโลเมตร เส้นทางเดียวกับทางไปหาดราไวย์ เมื่อถึงห้าแยกฉลองเลี้ยวซ้ายประมาณ 1 กิโลเมตรถึงอ่าวฉลอง มีท่าเรือเป็นสะพานไม้ทอดยาวไปในทะเล ชายหาดเป็นรูปโค้งยาวเหยียดมองเห็นทิวมะพร้าวริมหาดเอนลู่ออกทะเล ทะเลบริเวณนี้ไม่เหมาะแก่การเล่นน้ำ เพราะหาดเป็นโคลน ที่อ่าวฉลองนี้นักท่องเที่ยวจะนิยมมาเช่าเรือไปเที่ยวตามเกาะต่าง ๆ หรือเข้าไปตกปลา

“พิพิธภัณฑ์เปลือกหอยภูเก็ต” ตั้งอยู่บนถนนสายห้าแยกฉลอง - หาดราไวย์ เป็นแหล่งรวบรวมเปลือกหอยหลากสีสัน และลวดลายจากทั่วทุกมุมโลก โดยมีการจัดเรียงหอยเป็นหมวดหมู่ ซึ่งประกอบด้วย ฟอสซิล เปลือกหอย อายุหลายร้อยล้านปี ตัวอย่าง เช่น เปลือกหอยยักษ์ น้ำหนักกว่า 250 กิโลกรัม แอมโมไนท์ขนาดใหญ่ ไข่มุกสีทองหนัก 140 กรัม เป็นต้น

“ตึกโบราณ” มีลักษณะทางสถาปัตยกรรมแบบยุโรป สร้างขึ้นเกือบร้อยปีมาแล้ว เมื่อครั้งกิจการเหมืองแร่เริ่มเจริญใหม่ ๆ อาทิ อาคารปัจจุบันที่ทำการศาลากลางจังหวัด ศาลจังหวัด ธนาคารนครหลวงไทย นอกจากนี้ ยังมีอาคารบางส่วนที่ได้รับอิทธิพลทางด้านสถาปัตยกรรมแบบจีน มาผสมผสาน หรือสถาปัตยกรรมแบบ “ซิโน - โปรตุเกส” (Chinois Postugess) คืออาคารจะมีส่วนลักษณะมากกว่าส่วนกว้างและไม่สูงนัก สามารถหาชมได้บริเวณถนนกลาง ถนนตีบุก ถนนพังงา ถนนเยาวราช และถนนกระ

“แหลมพรหมเทพ” เป็นจุดชมวิวที่สวยงามของภูเก็ต อยู่ห่างจากหาดราไวย์ ประมาณ 2 กิโลเมตร เป็นแหลมที่อยู่ตอนใต้สุดของเกาะภูเก็ต ชาวบ้านเรียกว่า “แหลมเจ้า” จากริมหน้าผามีแนวต้นตาลลาดลงสู่ปลายแหลมที่เป็นโขดหิน สามารถเดินไปจนถึงปลายแหลมได้ มองเห็นน้ำทะเลสีเขียวมรกต และสามารถเห็นเกาะแก่งอยู่ด้านหน้าแหลม ทางขวาจะเห็นแนวหาดทรายของหาดในหาน แหลมพรหมเทพนับเป็นสถานที่ชมพระอาทิตย์ตกที่สวยงามมากแห่งหนึ่ง

“เกาะราชาใหญ่” เป็นเกาะที่มีหาดทรายขาวสะอาด มีหาดทางด้านตะวันตกอยู่ระหว่างหุบเขาเป็นรูปคล้ายเกือกม้า เรียกว่า “อ่าวน้ำตาดก” หรือ “อ่าวบังกะโล” มีหาดทรายขาวละเอียด น้ำทะเลใสสะอาดลักษณะคล้ายทะเลแถบหมู่เกาะสิมิลัน บนยอดเขาทางใต้ของอ่าว มีจุดชมวิวสามารถมองเห็นทัศนียภาพของเกาะได้ทั้งหมด นอกจากนี้ยังมี อ่าวสยาม อ่าวทือ ที่มีหาดทรายขาว และทางตะวันออกของเกาะคือ อ่าวขอนแก่น มีปะการังเขากวาง ปะการังอ่อน เป็นจุดดำน้ำดูปะการังที่สมบูรณ์จุดหนึ่ง ส่วนการเดินทางสามารถเช่าเรือหางยาวเหมาลำได้ที่อ่าวฉลอง ใช้เวลาเดินทาง 2 ชั่วโมง

“เกาะราชาน้อย” อยู่ห่างจากเกาะราชาใหญ่ 11 กิโลเมตร เป็นเกาะที่เกิดจากทับถมของหินปะการัง จึงมีโขดหินมากกว่าหาดทราย ทางด้านตะวันตกมีอ่าวเล็กๆ สำหรับจอดเรือ น้ำทะเลใสสีเขียวมรกต ไม่เหมาะสำหรับเล่นน้ำ แต่เป็นแหล่งตกปลาที่มีปลาชุกชุม

“เกาะไม้ท่อน” เป็นเกาะที่มีปะการังสวยงาม น้ำทะเลใสหาดทรายขาว เหมาะสำหรับผู้ชอบดำน้ำและตกปลา บนเกาะมีที่พักบริการ

“เกาะเฮ” เป็นเกาะที่มีหาดทรายสวยงาม และมีปะการังสมบูรณ์ นั่งเรือจากหาดราไวย์ เป็นระยะทาง 5 กิโลเมตร บนเกาะมีที่พักไว้บริการนักท่องเที่ยว

“เกาะโหลน” พื้นที่เกาะเป็นภูเขาที่มีราบริมทะเล มีเรือโดยสารออกจากอ่าวฉลอง ใช้เวลาเดินทางประมาณ 20 นาที มีที่พักบริการบนเกาะ

“เกาะตะเกาใหญ่” ใช้เวลาเดินทางโดยทางเรือจากอ่าวมะขามเพียง 11 นาที บนเกาะมีนกเงือกอาศัยอยู่ มีร้านอาหารและที่พักบริการ

“เกาะรังใหญ่” อยู่ทางทิศตะวันออกของเกาะภูเก็ต เป็นเกาะเล็ก ๆ เงียบสงบ มีบริษัทนำเที่ยวจัดนำเที่ยวชมฟาร์มมุก พายเรือแคนู และขี่จักรยานรอบเกาะ

"เกาะมะพร้าว" อยู่ทางทิศตะวันออกของเกาะภูเก็ต เดินทางด้วยเรือโดยสารจากท่าเรือแหลมหินใช้เวลาประมาณ 15 นาที บนเกาะมีหมู่บ้านประมง ที่ยังมีวิถีชีวิตแบบชาวบ้านเดิมๆ นอกจากนั้น ยังมีเส้นทางศึกษาธรรมชาติที่สามารถเดินศึกษาเองได้ หรือหาเช่าจักรยานขี่ท่องเที่ยวรอบ ๆ เกาะก็ได้ และหากต้องการตกปลา นั่งเรือเที่ยวสามารถติดต่อหาเช่าเรือจากชาวประมง บนเกาะมีที่พักบริการ

"เกาะนาคาน้อย" เป็นเกาะเล็กๆ ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของเกาะภูเก็ต เป็นเกาะที่มีชื่อเสียงด้านการเลี้ยงมุก นักท่องเที่ยวสามารถซื้อทัวร์ชมฟาร์มมุก ดูการสาธิตวิธีเลี้ยงมุก บนเกาะมีร้านขายมุกและร้านอาหารทะเลไว้บริการ มีชายหาดสำหรับพักผ่อนว่ายน้ำได้ บนเกาะไม่มีที่พัก แต่สามารถเดินทางไปเที่ยวได้ตลอดปี

"เกาะไข่นอก" เป็นเกาะเล็ก ๆ ที่อยู่ห่างจากเกาะภูเก็ตไม่มากนัก มีชายหาดสวยงามทรายละเอียดขาวรอบเกาะ เล่นน้ำได้ ด้านหลังของเกาะจะมีปลาเสียอยู่เป็นจำนวนมาก รอบ ๆ บริเวณมีปะการังเขากวาง ปะการังหินซ้อน สามารถเช่าเรือจากท่าเรือแหลมหิน เกาะไข่นอกเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวมักแวะมาพักผ่อนเล่นน้ำ บนเกาะไม่มีบริการที่พัก

"เกาะบอน" เป็นเกาะเล็กๆ ทางตอนใต้ของเกาะภูเก็ต มีหาดทรายขาว สามารถเล่นน้ำได้ เดินทางไปเที่ยวชมได้ แบบเข้าไปเย็นกลับ โดยเช่าเรือจากหาดราไวย์หรือแหลมกา ใช้เวลาประมาณ 10 นาที และไม่มีที่พักให้บริการ

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (มทป.) ยังอธิบายถึงจังหวัดกระบี่ว่า เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ริมฝั่งทะเลอันดามัน ห่างจากกรุงเทพฯ 814 กิโลเมตร มีเนื้อที่ 4,708 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยภูเขา ที่ดอน ที่ราบ หมู่เกาะน้อยใหญ่ อุดมไปด้วยป่าชายเลน ตัวเมืองกระบี่มีแม่น้ำยาวประมาณ 5 กิโลเมตร ไหลผ่านลงสู่ทะเลอันดามันที่ตำบลปากน้ำ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขา ที่ดอน ที่ราบ และหมู่เกาะน้อยใหญ่กว่า 130 เกาะ บริเวณพื้นที่ริมปากอ่าวและรอบหมู่เกาะหลายเกาะ คือป่าชายเลนอันอุดมสมบูรณ์ เป็นเมืองที่มีภูมิทัศน์สวยงาม หาดทรายขาว น้ำทะเลใส รวมกันเป็นมนต์เสน่ห์สร้างประทับใจแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ กระบี่ยังเคยเป็นแหล่งชุมชนโบราณก่อนประวัติศาสตร์ มีการขุดค้นพบเครื่องมือเครื่องใช้ยุคหิน ลูกปัดโบราณ จำนวนมาก และนอกจากนี้ ยังพบภาพเขียนสีโบราณบนผนังถ้ำหลายแห่ง มีสถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่นเป็นที่ประทับใจ ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ จำนวนมาก อาทิ เช่น

"อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะลันตา" มีเนื้อที่ประมาณ 152 ตารางกิโลเมตร ในอำเภอเกาะลันตา ประกอบด้วยเกาะต่าง ๆ ที่สำคัญได้แก่ เกาะลันตาใหญ่ เกาะลันตาน้อย เกาะตะเล็งเบ็ง และเกาะใกล้เคียง รวมไปถึงหมู่เกาะห้า หมู่เกาะรอก และเกาะโพง เป็นต้น

"เกาะลันตาน้อย" เป็นเกาะที่เป็นที่ตั้งของชุมชนของชาวเกาะลันตาในอดีต มีวิถีชีวิตแบบเก่า รวมทั้งยังมีบ้านเรือนแบบโบราณให้นักท่องเที่ยวได้พบเห็น

"เกาะลันตาใหญ่" มีรูปร่างยาวเรียวยาวจากเหนือมาใต้ ศูนย์กลางธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวของเกาะอยู่ที่บริเวณท่าเรือศาลาด่าน ด้านตะวันตกของเกาะเรียงรายไปด้วยชายหาด และอ่าวที่สวยงาม ได้แก่ หาดคอกวาง หาดโลชะบารา อ่าวพระแอะ หาดคลองโขง หาดคลองนิน มีถนนตัดจากท่าเรือตอนเหนือผ่านชายหาดต่าง ๆ ไปจนถึงที่ทำการอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะลันตาซึ่งอยู่ตอนใต้สุดของเกาะ

"สุสานหอย" อยู่บริเวณชายทะเลบ้านแหลมโพธิ์ ห่างจากตัวเมืองประมาณ 17 กิโลเมตร สภาพเป็นลานหินกว้างยื่นลงไปทะเล เป็นซากหอยอัดแน่นจนกลายเป็นหาดหินริมทะเล เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางธรณีวิทยา โดยบริเวณนี้เดิมเป็นหนองน้ำจืดขนาดใหญ่ มีหอยอาศัยอยู่จำนวนมาก โดยเฉพาะหอยขม ต่อมาเกิดการเปลี่ยนแปลงบริเวณพื้นผิวโลก และน้ำทะเลไหลมาท่วมหนองน้ำ ทำให้ธาตุหินปูนในน้ำทะเลหุ้มเปลือกหอยจนกลายเป็นเนื้อเดียวกัน กลายเป็นแผ่นหินแข็งหนาประมาณ 40 เซนติเมตร ต่อมาแผ่นดินถูกยกตัวขึ้นจึงปรากฏเป็นลานหินกว้างใหญ่ริมทะเล จากการคำนวณอายุทางธรณีวิทยาพบว่าฟอสซิลเหล่านี้มีอายุราว 40 ล้านปี

"อ่าวนาง" เป็นหาดทรายทอดยาว มีถนนเลียบริมชายหาด เป็นที่ตั้งของศูนย์กลางการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ประกอบไปด้วย ร้านค้า ที่พัก บริษัทนำเที่ยวหลายแห่ง ทิวทัศน์โดยรอบสวยงามด้วยภูเขาหินปูนสูงตระหง่าน เป็นจุดเช่าเรือไปเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ ได้แก่ หาดไร่เลย์ ถ้าพระนาง และเกาะต่าง ๆ ในทะเลกระบี่ จากตัวเมืองมีรถสองแถวไปยังอ่าวนาง ใช้เวลาเดินทางประมาณ 45 นาที

"หาดไร่เลย์" เป็นหาดทรายสีขาวละเอียดริมโตรกผา เป็นที่รู้จักดีในหมู่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะผู้ที่ชื่นชอบกิจกรรมปีนหน้าผา แบ่งออกเป็นหาดไร่เลย์ตะวันออก และหาดไร่เลย์ตะวันตก มีโขดหินคั่นระหว่างหาดทั้งสอง บริเวณหาดมีที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวหลายแห่ง เดินทางเข้าถึงได้โดยทางเรือจากอ่าวนางใช้เวลา 10 นาที

"หมู่เกาะปอดะ" อยู่ทางทิศใต้ของอ่าวนาง ห่างจากฝั่งประมาณ 8 กิโลเมตร เป็นเกาะที่มีหาดทรายขาว น้ำทะเลใส บริเวณชายฝั่งของเกาะจะมองเห็นแนวปะการังหลากชนิดที่ยังสมบูรณ์ จึงเป็นแหล่งดึงดูดของนักท่องเที่ยวให้เที่ยวชมได้เกือบตลอดปี และเป็นจุดที่ตกปลาได้ดี เพราะไม่ได้รับผลกระทบจากลมมรสุมมากนัก สามารถเช่าเรือได้จากบริเวณอ่าวนาง ใช้เวลาเดินทางประมาณ 25 นาที ใกล้ ๆ กับเกาะปอดะเป็นที่ตั้งของเกาะทัพ เกาะหม้อ เกาะหัวขวาน เกาะไก่อ ซึ่งมีส่วนทรายเชื่อมต่อกันสวยงามมองเห็นได้เวลาที่น้ำลง

"หมู่เกาะพีพี" เป็นหมู่เกาะกลางทะเล อยู่ห่างจากอำเภอเมือง 42 กิโลเมตร เดิมชาวทะเลเรียกหมู่เกาะนี้ว่า "ปูเลาปิอาปิ" คำว่า "ปูเลา" แปลว่า เกาะ คำว่า "ปิอาปิ" แปลว่า ต้นไม้ทะเลชนิดหนึ่งจำพวกแสมและโกงกาง ต่อมาเรียกว่า "ต้นปีปี" ซึ่งภายหลังกลายเป็น "พีพี" นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวหมู่เกาะนี้ส่วนใหญ่มาเพื่อดำน้ำดูปะการังดอกไม้ทะเลและปลาหลากสีสันที่

สวยงาม นอกจากนี้ยังมีเกาะต่าง ๆ ที่อยู่ระหว่างเส้นทางเดินเรือกระบี่-ภูเก็ต-หมู่เกาะพีพี ประกอบด้วยเกาะ 6 เกาะ คือ เกาะพีพีเล เกาะพีพีตอน เกาะยูง เกาะไม้ไผ่ เกาะบิตะนอก และเกาะบิตะใน ซึ่งแต่ละเกาะมีหาดทราย และน้ำทะเลใส

"อ่าวมาหยา" ตั้งอยู่บนเกาะพีพีเล เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง เนื่องจากเป็นฉากภาพยนตร์เรื่อง เดอะ บีช (The Beach) บรรยากาศของสถานที่ล้อมรอบไปด้วยเขาหินปูน ลักษณะอ่าวเป็นรูปเสี้ยวพระจันทร์ น้ำทะเลสีเขียวมรกตใส กับหาดทรายสีขาว

"ทะเลแหวก" ปรากฏการณ์ธรรมชาติที่เกิดจากอิทธิพลของน้ำขึ้นและน้ำลง ทำให้เกิดเป็นสันทรายสีขาวสะอาดเชื่อมเกาะทัพ เกาะหม้อ และเกาะไก่ (บริเวณใกล้กับเกาะปอดะ) ทอดตัวยาวสวยงาม โดยจะเกิดขึ้นก่อนและหลังวันขึ้น 15 ค่ำ ราว 5 วัน นักท่องเที่ยวสามารถเดินไปมาข้ามระหว่างเกาะได้

"เขาขนาบน้ำ" เป็นเขาสองลูกสูงประมาณ 100 เมตร ขนาบแม่น้ำกระบี่ด้านหน้าตัวเมือง ถือเป็นสัญลักษณ์ของเมืองกระบี่ สามารถไปเที่ยวชมได้โดยเช่าเรือหางยาวที่ท่าเรือเจ้าฟ้า ใช้เวลาเดินทางเพียง 15 นาที เพื่อนั่งเรือชมเขาและป่าชายเลนที่มีความสมบูรณ์ และเที่ยวถ้ำได้ โดยภายในถ้ำมีหินงอกหินย้อย และเป็นสถานที่ที่เคยพบโครงกระดูกมนุษย์จำนวนมากอีกด้วย แต่ปัจจุบันไม่หลงเหลืออยู่แล้ว สันนิษฐานว่าอาจเป็นโครงกระดูกของกลุ่มคนที่อพยพมาตั้งหลักแหล่ง แต่ล้มตายลงเนื่องจากเกิดอุทกภัยอย่างฉับพลัน และสำหรับนักนิยมพายเรือแคนู บริเวณนี้เหมาะที่จะพายเรือแคนูเพราะมีธรรมชาติที่เขียวชอุ่มด้วยป่าชายเลนและน้ำนิ่ง

"ชุมชนชาวเกาะกลาง" บนเกาะจะมีหอพิพิธภัณฑสถานและศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านแสดงเครื่องใช้ในสมัยโบราณ ของที่ระลึกฝีมือชาวบ้าน อาทิ เรือโทงเทง และสัมผัสนิยิตของชาวบ้าน การทอผ้าฝ้าย การเลี้ยงปลาในกระชัง นักท่องเที่ยวสามารถเช่าเรือจากท่าเรือเทศบาล บริเวณเขาขนาบน้ำ ใช้เวลาประมาณ 20 นาที

"พิพิธภัณฑสถานวัดคลองท่อม" ตั้งอยู่บริเวณวัดคลองท่อม บนถนนเพชรเกษม หลักกิโลเมตรที่ 71-72 ห่างจากที่ว่าการอำเภอคลองท่อมประมาณ 1 กิโลเมตร พิพิธภัณฑสถานแห่งนี้เก็บสะสมสิ่งของและวัตถุโบราณจำนวนมากมาย ที่ขุดค้นพบได้ในบริเวณที่เรียกว่า "ควนลูกปัด" อันเป็นเนินดินหลังวัดคลองท่อม อาทิ เครื่องมือหิน เครื่องประดับซึ่งทำจากหินและดินเผา รูปสัตว์ต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกปัดอันเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่เก่าแก่ของมนุษย์สมัยเมื่อ 5,000 ปีเศษมาแล้ว

"อุทยานแห่งชาติธารโบกขรณี" แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประกอบด้วยภูเขาหินปูน ป่าดิบ ป่าชายเลน ป่าพรุ ป่าชายหาด และเกาะต่าง ๆ รวมทั้งสังคมพืชน้ำใต้ท้องทะเล สามารถทำกิจกรรมท่องเที่ยวได้หลากหลายตามความสนใจเฉพาะบุคคล โดยมีกิจกรรม เช่น เดินเล่นชมน้ำตกธารโบกขรณี ซึ่งอยู่บริเวณที่ทำกรอุทยาน มีลักษณะเป็นธารน้ำธรรมชาติไหลลงมายังแอ่งน้ำน้อย

ใหญ่ไล่ระดับกัน ทางด้านเหนือมีมณฑลพระพุทธรบาทจำลองแกะสลักจากไม้ ประดิษฐานอยู่ใกล้กับ ศาลาบูชาเจ้าพ่อโต๊ะยวน-โต๊ะซ่อง

"หมู่เกาะห้อง" ที่ประกอบด้วยเกาะน้อยใหญ่หลายเกาะ เช่น เกาะเหลาหรือเกาะซากา เกาะเหลาเหริยม เกาะปากกะ เกาะเหลาลาดิง เป็นต้น โดยมีเกาะห้องหรือเกาะเหลาปิละ เป็นเกาะทางตอนใต้ที่ใหญ่ที่สุด มีแนวปะการังทั้งน้ำตื้นและน้ำลึกเหมาะแก่การดำน้ำ ตกปลา บนเกาะห้องมีเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ ระยะทาง 400 เมตร รอบ ๆ เกาะยังสามารถพายเรือท่องเที่ยวได้

"อุทยานแห่งชาติเขาพนมเบญจา" เป็นอุทยานทางบกแห่งเดียวของจังหวัดกระบี่ มีเนื้อที่ 31,325 ไร่ ครอบคลุมพื้นที่อำเภอเมือง อำเภออ่าวลึก และอำเภอเขาพนม มีสภาพป่าอุดมสมบูรณ์ ประกอบด้วยเทือกเขาสูงสลับซับซ้อนในแนวเหนือจรดใต้ มียอดเขาพนมเบญจาซึ่งสูง 1,397 เมตร จากระดับน้ำทะเล ซึ่งสูงที่สุดในกระบี่ มีทิวทัศน์ธรรมชาติสวยงามทั้งลำธาร น้ำตก ถ้ำ และมีสัตว์ป่านานาชนิด เช่น สมเสร็จ เลียงผา หมึกวาย เสือปลา มีนกที่สามารถพบเห็นได้กว่า 218 ชนิด เช่น นกกินทรี นกเงือก นกหัวขวาน เป็นต้น

"ถ้ำเสือเขาแก้ว อ่าวลูลูงู" ตั้งอยู่ที่บ้านถ้ำเสือในตำบลกระบี่น้อย ห่างจากตัวเมืองกระบี่ไปตามถนนเพชรเกษม (ทางหลวงหมายเลข 4) แล้วแยกซ้ายเข้าถนนราษฎร์พัฒนา (ทางหลวงหมายเลข 4037) ไปประมาณ 9 กิโลเมตร เหตุที่ได้ชื่อว่า "ถ้ำเสือ" เพราะว่าบริเวณถ้ำด้านหน้าของทิวเขาอ่าวลูลูงูหรือที่เรียกว่า "เขาแก้ว" เคยมีเสือโคร่งขนาดใหญ่อาศัยอยู่ และภายในถ้ำยังปรากฏหินธรรมชาติเป็นรูปร่างทำเสือ สภาพโดยทั่วไปมีลักษณะเป็นสวนป่า แวดล้อมด้วยต้นไม้ใหญ่อายุนับร้อยปีในหุบเขาศิวิล และเนื่องจากมีเขาล้อมอยู่ทุกด้าน จึงมีถ้ำเล็ก ถ้ำน้อยอยู่มากมาย เช่น ถ้ำคนธรรพ์ ถ้ำลอด ถ้ำช้างแก้ว ถ้ำลูลูงู ถ้ำพระ เป็นต้น บริเวณนี้นอกจากเป็นที่ตั้งของวัด ยังเป็นแหล่งโบราณคดีที่สำคัญถึงสองสมัย คือสมัยก่อนประวัติศาสตร์และสมัยแรกเริ่มประวัติศาสตร์ มีการขุดพบเครื่องมือหิน เศษภาชนะดินเผา พระพิมพ์ดิบ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีเส้นทางเดินป่าและเส้นทางขึ้นจุดชมวิวยอดเขาไปตามบันไดสูง 1,272 ขั้น

"น้ำตกร้อนคลองท่อม" ตั้งอยู่บริเวณบ้านบางคราม-บ้านบางเตียว อยู่ห่างจากอำเภอเมืองกระบี่ตามถนนเพชรเกษม (กระบี่-ตรัง) ประมาณ 45 กิโลเมตร จากนั้นแยกเข้าถนนสุขาภิบาล 2 ตรงที่ว่าการอำเภอคลองท่อมไปอีก 12 กิโลเมตร เป็นน้ำพุร้อนแห่งหนึ่งในบรรดาน้ำพุร้อนอีกหลายแห่งที่กระจุกกระจายอยู่ในบริเวณนี้ น้ำจะไม่ร้อนมาก มีอุณหภูมิประมาณ 40-50 องศาเซลเซียส เป็นน้ำร้อนที่ซึมขึ้นมาจากผิวดินซึ่งมีป่าละเมาะปกคลุมร่มรื่น สายน้ำไหลไปรวมกันตามความลาดเอียงของพื้นที่ บางช่วงมีควั่นกรุ่นและคราบหินปูนธรรมชาติพอกอยู่เป็นชั้นหนา ทำให้เกิดทัศนียภาพสวยงามแปลกตา โดยเฉพาะบริเวณที่ธารน้ำร้อนไหลลงสู่คลองท่อมลระดับเกิดเป็นลักษณะคล้ายชั้นน้ำตกเล็ก ๆ

"สระมรกต" สระน้ำสวยใสใจกลางป่า กำเนิดมาจากธารน้ำอุ่นในผืนป่าที่ราบต่ำภาคใต้ เป็นน้ำพุร้อนลักษณะเป็นสระน้ำร้อน 3 สระ น้ำใสเป็นสีเขียวมรกต มีอุณหภูมิประมาณ 30-50 องศาเซลเซียส รอบ ๆ บริเวณเป็นป่ามรกตเขียวครึ้ม มีพรรณไม้ที่น่าสนใจ รวมทั้งนกที่หาดูได้ยาก เช่น นกแก้วแว้วทอ้งดำ นกกระเต็นสร้อยคำสีน้ำตาล และนกเงือกดำ โดยมีเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ ระยะทาง 2.7 กิโลเมตร ตลอดเส้นทางจะมีป้ายสื่อความหมายที่จะคอยบอกเล่าถึงเรื่องราวต่าง ๆ ในป่าให้นักเดินทางได้ศึกษาหาความรู้ได้ด้วยตนเอง โดยมีจุดเริ่มต้นอยู่ก่อนถึงสระมรกตของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางคราม ประมาณ 800 เมตร เส้นทางจะผ่านผืนป่าเล็ก ๆ ซึ่งเป็นป่าที่ราบต่ำที่เหลืออยู่เพียงเล็กน้อยทางภาคใต้ของประเทศไทย เส้นทางนี้จะแสดงลักษณะของป่าดิบชื้นที่ราบต่ำอย่างแท้จริง ภายหลังได้มีการจัดตั้งเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาประ-บางครามขึ้น

"อ่าวท่าเลน" แหล่งพายเรือคายักของจังหวัดกระบี่ บริเวณเป็นโตรกผาสูงตระหง่านตัดกับน้ำทะเลสีเขียวใส เป็นเส้นทางพายเรือชมธรรมชาติที่สวยงามอีกที่หนึ่งของจังหวัดกระบี่

2.2.2 งานวิจัยการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดภูเก็ตและกระบี่

ตติยาพร และ ศิริชัย (2547) ศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต และกระบี่ จากมุมมองนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน รวมถึงสิ่งดึงดูดใจ การเดินทาง การบริการที่พัก กิจกรรมสันทนาการ และสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ภาพลักษณ์ของสถานที่ ท่องเที่ยวจัดเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ ที่ควรได้รับการศึกษา เพราะภาพลักษณ์หรือมโนภาพที่นักท่องเที่ยว (Tourist Destination Image) ที่มีต่อสถานที่ ท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จัดเป็นปัจจัยที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และการเลือกเดินทางไปพักผ่อนหย่อนใจ โดยจังหวัดภูเก็ตมีความโดดเด่นในความหลากหลายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแต่มีภาพลักษณ์ในเชิงลบ ในด้านความสงบของสถานที่ ท่องเที่ยวสภาพสิ่งแวดล้อม รวมถึงความเหมาะสมต่อนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม ในขณะที่จังหวัดกระบี่ มีจุดเด่นในด้านความสวยงามของแหล่ง ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ความสงบ และความเป็นมิตรของผู้คน แต่มีจุดด้อย ในด้านความสะอาดของสถานที่ ท่องเที่ยว เป็นต้น

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 รูปแบบวิจัย

เป็นการศึกษาวิจัยในวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Technique) เป็นการใช้ประโยชน์จาก โครงสร้างแบบสอบถามกับกลุ่มประชากรของนักท่องเที่ยวมุสลิมทั้งชาวไทยและต่างชาติ ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ และภูเก็ต มาเป็นแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ นอกเหนือจากนี้ ยังใช้เอกสารข้อมูลที่มีการตีพิมพ์เผยแพร่ตามแหล่งต่าง ๆ เป็นแหล่งข้อมูล ทุติยภูมิ

3.2 การกำหนดกลุ่มประชากร

ขั้นตอนการออกแบบในการเก็บข้อมูลกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ เก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรของนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวไทยและต่างชาติ ที่เข้ามาท่องเที่ยว ในช่วงระยะเวลาเดือน ธันวาคม 2559 ถึง มกราคม 2560 โดยกำหนดสถานที่ในการเก็บข้อมูล ไว้บริเวณแหล่งท่องเที่ยวหลัก สถานที่พักผ่อน ภัตตาคารหรือร้านอาหาร ที่ให้บริการในรูปแบบฮาลาล อาทิบริเวณโดยรอบ โรงแรมอัลบารอกัตเพลส ตำบลปากน้ำ โรงแรมฟร้อนท์เบย์รีสอร์ท ตำบลไสไทย ในจังหวัดกระบี่ และบริเวณโดยรอบโรงแรมลายาลีนา ตำบลกมลา โรงแรมเดอะรอยัลพาราไดซ์ โฮเทลแอนด์สปา ตำบลป่าตอง บางเทาบีชซาเลต์ ตำบลเชิงทะเล ในจังหวัดภูเก็ต เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการเก็บข้อมูลบางส่วนจากนักท่องเที่ยว ที่พบในบริเวณมัสยิดที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวหลัก อาทิ บริเวณมัสยิดอ่าวนาง มัสยิดคลองแห้ง มัสยิดบ้านนาติน ในจังหวัดกระบี่ และบริเวณมัสยิดป่าตอง มัสยิดบุการ์ร์ม มัสยิดป่าตอง ในจังหวัดภูเก็ต เป็นต้น

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวพักผ่อน ไม่ใช่เพียงแค่คนที่เดินทางผ่าน โดยมีการประเมินประสิทธิภาพวิธีการในการเก็บข้อมูล เพื่อปรับวิธีการหรือการพัฒนาการทำงานตลอดช่วงระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

3.3 การสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้สุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability) โดยการใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากการสอบถามเบื้องต้นนักท่องเที่ยวที่พบในบริเวณสถานที่กำหนดไว้ว่าเป็นพื้นที่เก็บข้อมูล ว่าใช่นักท่องเที่ยวมุสลิมหรือไม่ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวมุสลิมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวพักผ่อนจริง

ใช้สูตร กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร ทราบแต่เพียงว่ามีจำนวนมาก (Cochran, 1953)

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยจะสุ่ม

e = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

กำหนดสัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยจะสุ่มมีค่าเท่ากับ 0.50 ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 (มีค่าเท่ากับ 1.96) และสัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้มีค่า 0.50

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{(.05)(1 - .5)(1.96)^2}{(.05)^2} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive หรือ Judgmental Sampling) โดยเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดคุณลักษณะเฉพาะเจาะจงกลุ่มนักท่องเที่ยวนับถือศาสนาอิสลาม 2 กลุ่ม ประกอบไปด้วยกลุ่มมุสลิมชาวไทยและกลุ่มมุสลิมชาวต่างชาติ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ และภูเก็ต โดยแบ่งพื้นที่และกลุ่มตัวอย่าง สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ไว้ดังนี้

พื้นที่จังหวัดกระบี่ กลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวไทย 100 ตัวอย่าง

พื้นที่จังหวัดกระบี่ กลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวต่างชาติ 100 ตัวอย่าง

พื้นที่จังหวัดภูเก็ต กลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวไทย 100 ตัวอย่าง

พื้นที่จังหวัดภูเก็ต กลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวต่างชาติ 100 ตัวอย่าง

รวมจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งมีค่ามากกว่าเงื่อนไขกำหนด คือมีจำนวนไม่น้อยกว่า 384.16 ตัวอย่าง

3.4 คำถามที่จะปรากฏอยู่ในแบบสอบถาม

ในการออกแบบแบบสอบถามที่ใช้ในเก็บข้อมูลนั้น จะมีการปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติ การวิจัย และผู้เชี่ยวชาญด้านอิสลาม จากภาควิชาคณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และวิทยาลัยอิสลาม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี เพื่อให้มีความครอบคลุมถึงเนื้อหาที่เป็นสาระสำคัญของงานวิจัย โดยใช้แบบสอบถามที่เป็นภาษาไทย สำหรับกลุ่มประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวไทย และแบบสอบถามที่เป็นภาษาอังกฤษ สำหรับกลุ่มประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวต่างชาติ และมีคำถามตามหัวข้อดังต่อไปนี้

3.4.1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มประชากร ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานะภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา

3.4.2 คำถามเกี่ยวกับการเดินทาง ประกอบไปด้วย ระยะเวลาในการพำนัก สมาชิกผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว และประเภทของสถานประกอบการที่เลือกใช้บริการ

3.4.3 คำถามเกี่ยวกับระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ใช้มาตรวัด Likert Rating Scale, 5 Point โดยคะแนนที่ 1 หมายถึง “ระดับน้อยที่สุด” ในขณะที่ คะแนนที่ 5 หมายถึง “ระดับมากที่สุด” อันประกอบไปด้วย

1) คำถามเกี่ยวกับระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ในมุมมองด้านสถานที่ท่องเที่ยว

2) คำถามเกี่ยวกับระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ในมุมมองด้านโรงแรม

3) คำถามเกี่ยวกับระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ในมุมมองด้านภัตตาคารหรือร้านอาหาร

3.4.4 คำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวมุสลิม ใช้มาตรวัด Likert Rating Scale, 5 Point โดยคะแนนที่ 1 หมายถึง “ระดับน้อยที่สุด” ในขณะที่ คะแนนที่ 5 หมายถึง “ระดับมากที่สุด” อันประกอบไปด้วย

1) คะแนนระดับความคิดเห็นในการตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการการท่องเที่ยว ซ้ำอีกครั้ง

2) คะแนนระดับความคิดเห็นในการตั้งใจที่จะแนะนำบอกต่อให้คนใกล้ชิด ครอบครัว ญาติหรือเพื่อนสนิท มาใช้บริการการท่องเที่ยว

3) คะแนนระดับความคิดเห็นในการตั้งใจที่จะแนะนำบอกต่อให้บุคคลอื่นๆ มาใช้บริการการท่องเที่ยว

3.5 การแปลความหมาย

ในการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น และใช้สูตรการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น คือ

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \text{พิสัย} \\ \text{จำนวนชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{5} \\ \text{จำนวนชั้น} &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ดังนั้น จึงกำหนดแบ่งระดับการรับรู้หรือระดับความคิดเห็น ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง ระดับการรับรู้หรือระดับความคิดเห็น มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง ระดับการรับรู้หรือระดับความคิดเห็น มาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง ระดับการรับรู้หรือระดับความคิดเห็น ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง ระดับการรับรู้หรือระดับความคิดเห็น น้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง ระดับการรับรู้หรือระดับความคิดเห็น น้อยที่สุด

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยคำนวณหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยในข้อที่ 1 และหาค่า t-test เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม และ F-test เพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนน 3 กลุ่มขึ้นไป เพื่อตอบ วัตถุประสงค์การวิจัยในข้อที่ 2 รวมทั้ง วิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยในข้อที่ 3

3.7 วิธีสร้างเครื่องมือ

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือขึ้นจากพื้นฐานของการศึกษาหลักการและทฤษฎีจากเอกสารเกี่ยวข้อง ดังที่รวบรวมไว้ใน บทที่ 2 นำมาตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม เพื่อให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายการวิจัย รวมถึงการใช้เทคนิค IOC (Index of Item-Objective Congruence) ในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน พบว่ามีความสอดคล้องผ่านเกณฑ์ที่กำหนด โดยได้ค่า IOC เท่ากับ 0.9 มากกว่าค่าที่แนะนำให้ใช้ที่ 0.5

3.8 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

3.8.1 ทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมุสลิมทั้งไทยและต่างชาตินิยมเดินทางมาท่องเที่ยว สถานที่พักแรมฮาลาล รวมถึงภัตตาคารหรือร้านอาหารฮาลาล ในจังหวัดกระบี่ และภูเก็ต เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนล่วงหน้า ก่อนการลงสำรวจพื้นที่จริง

3.8.2 สร้างแบบสอบถาม โดยผ่านการรับคำปรึกษาและกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิ วิทยาลัยอิสลาม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี เพื่อครอบคลุมถึงเนื้อหาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล การเดินทาง ระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ และระดับความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวมุสลิม รวมถึงการใช้เทคนิค IOC ในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา

3.8.3 ผู้ช่วยวิจัยใช้วิธีเดินเก็บข้อมูลแบบสุ่ม จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวมุสลิมทั้งไทยและต่างชาติ ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหลัก สถานที่พักแรม ภัตตาคารหรือร้านอาหาร ที่ให้บริการในรูปแบบฮาลาล รวมทั้งในบริเวณมัสยิดซึ่งมีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ และภูเก็ต

3.8.4 ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามและคัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ และเก็บข้อมูลให้ได้ตามจำนวนต้องการตามแผนการที่วางไว้ในแต่ละพื้นที่

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การประเมินผลการรับรู้ของนักท่องเที่ยวมุสลิม ต่อการจัดการคุณภาพการให้บริการ การท่องเที่ยวแบบฮาลาล ในจังหวัดกระบี่ และภูเก็ต ประเทศไทย” ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ทดสอบสมมติฐาน และเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย และคำถามวิจัยตามลำดับดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวไทยและต่างชาติ ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ และภูเก็ต

ข้อมูลที่ได้มาจากแบบสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวไทย และกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวต่างชาติอย่างละ 100 ตัวอย่าง ในพื้นที่จังหวัดกระบี่ และข้อมูลแบบสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวไทย และกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวต่างชาติอย่างละ 100 ตัวอย่าง ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต รวมทั้งหมด 400 ตัวอย่าง สามารถนำเสนอผลการวิจัย ดังนี้

4.1.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล และข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานะภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิภาคแหล่งกำเนิด ระยะเวลาในการพำนัก สมาชิกผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงประเภทของสถานประกอบการที่เลือกใช้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงมี 251 คน หรือร้อยละ 62.8 มากกว่าเพศชายที่มี 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 อายุน้อยกว่าหรือ 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 ใกล้เคียงกับสถานภาพโสด ที่มีจำนวน 180 คน หรือร้อยละ 45.0 และผู้มีสถานภาพหม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ มีจำนวน 25 คน หรือร้อยละ 6.3 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี จำนวน 205 คน หรือร้อยละ 51.3 รองลงมามีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จำนวน 90 คน หรือร้อยละ 22.5 ระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 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 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวไทยมีภูมิลำเนาในจังหวัดภาคใต้ (ยกเว้น สามจังหวัดชายแดนภาคใต้)มากที่สุดจำนวน 140 คน หรือร้อยละ 35.0 รองลงมามีภูมิลำเนาในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน 40 คน หรือร้อยละ 10.0 และภูมิภาคอื่นของประเทศไทยจำนวน 19 คน หรือร้อยละ 4.8 ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวต่างชาติที่เป็นชาว Arabian จำนวน 83 คน หรือร้อยละ 20.8 ใกล้เคียงกับนักท่องเที่ยว Asian ที่มีจำนวน 72 คน หรือร้อยละ 18.0 และจำนวนน้อยสุดเป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่นๆ จำนวน 46 คน หรือร้อยละ 11.5 ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1: แสดงข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมุสลิม

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
อาชีพ		
ประกอบธุรกิจ/อาชีพอิสระ	121	30.3
ข้าราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	41	10.3
บริษัทเอกชน/ลูกจ้าง	132	33.0
เกษียณ/ว่างงาน/อื่นๆ	106	26.5

ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน(คน)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ย/เดือน		
ต่ำกว่าหรือ 15,000 บาท	110	27.5
15,001– 30,000บาท	152	38.0
30,001 – 60,000บาท	101	25.3
60,001บาทขึ้นไป	37	9.3
ภูมิลำเนา		
ชาวไทย สามจังหวัดชายแดนภาคใต้	40	10.0
ชาวไทย จังหวัดอื่นในภาคใต้	140	35.0
ชาวไทย ภูมิภาคอื่นของประเทศ	19	4.8
ชาวต่างชาติ Asian	72	18.0
ชาวต่างชาติ Arab	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 กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมเดินทางท่องเที่ยวที่เป็นครอบครัว/ภรรยา/สามี/คู่รัก มากที่สุด จำนวน 277 คน หรือร้อยละ 69.3 รองลงมามีร่วมเดินทางท่องเที่ยว ที่เป็นผู้ร่วมงาน/หุ้นส่วน/เพื่อน จำนวน 92 คน หรือร้อยละ 23.0 และเดินทางท่องเที่ยวลำพังคนเดียวน้อยสุดจำนวน 31 คน หรือร้อยละ 7.8 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 370 คน หรือร้อยละ 92.5 เลือกใช้ทั้งสถานประกอบการที่ให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบ และไม่เต็มรูปแบบ หรือให้บริการฮาลาลเฉพาะพื้นที่บางส่วน ขณะที่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน หรือร้อยละ 7.5 เลือกใช้สถานประกอบการที่ให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2: แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมุสลิม

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

พฤติกรรมगतท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ครอบครัว/ภรรยา/สามี/คู่รัก	277	69.3
ผู้ร่วมงาน/หุ้นส่วน/เพื่อน	92	23.0
สถานประกอบการที่เลือกใช้บริการ		
ให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบเท่านั้น	30	7.5
ทั้งที่ให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบ และให้บริการฮาลาลไม่เต็มรูปแบบหรือให้บริการฮาลาลเฉพาะพื้นที่บางส่วน	370	92.5

4.1.2 ข้อมูลระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของนักท่องเที่ยวมุสลิม

ระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ในหัวข้อด้านสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 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)

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

ท้ายสุดในหัวข้อด้านภัตตาคารหรือร้านอาหาร 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

ตารางที่ 3: แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของนักท่องเที่ยวมุสลิม

ระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล	Mean	S.D.	ระดับการรับรู้
1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว			
1.1 มีป้ายสัญลักษณ์ฮาลาลที่สามารถพบเห็นได้โดยทั่วไป	2.93	1.08	ปานกลาง
1.2 มีจำนวนมัสดิคเพียงพอ	3.06	1.16	ปานกลาง

ระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล	Mean	S.D.	ระดับการรับรู้
1.3. มีความพร้อมของสถานที่และมีสัญลักษณ์บ่งบอกสถานที่ที่เหมาะสมอย่างชัดเจนในพื้นที่ 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. มัคคุเทศก์มีความรู้และความเข้าใจในกิจกรรมต่างๆของอิสลาม	3.07	1.03	ปานกลาง
1.8. มีความพร้อมของสินค้าที่ระลึกที่ฮาลาล	3.17	1.10	ปานกลาง
1.9. ประชาชนในพื้นที่มีความเข้าใจในกิจกรรมต่างๆของอิสลาม	3.48	1.05	มาก
2. ด้านสถานที่พักผ่อน			
2.1. มีสถานที่พักผ่อนฮาลาลให้บริการ สามารถพบเห็นได้โดยทั่วไป	2.86	1.07	ปานกลาง
2.2. มีสระว่ายน้ำ สปา ในโรงแรมแยกระหว่างหญิงและชาย หรือแยกช่วงเวลาในการใช้สระน้ำ	2.57	1.23	น้อย
2.3. ในห้องพักมีลูกศรกิบลัตชี้ทิศไปมกกะฮ์	2.91	1.20	ปานกลาง
2.4. สถานที่พักผ่อนมีการจัดเตรียมผ้าปูละหมาด และตารางเวลาละหมาดไว้ให้แก่ผู้เข้าพัก	3.02	1.25	ปานกลาง
2.5. ประตูห้องน้ำและปลายเตียงในห้องพักไม่หันทิศไปทางมกกะฮ์	3.21	1.20	ปานกลาง
2.6. ไม่มีอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นฮารอมอยู่ในตู้เย็นห้องพัก	3.22	1.18	ปานกลาง
2.7. พนักงานแต่งกายเหมาะสมและสุภาพ ตัวอย่างเช่นพนักงานหญิงที่เป็นมุสลิมคลุมฮิญาบ หรือพนักงานหญิงที่ไม่ใช่มุสลิมปกปิดร่างกายอย่างมิดชิด เป็นต้น	3.24	1.25	ปานกลาง
2.8. ไม่มีความบันเทิงที่ไม่เหมาะสมสำหรับมุสลิมในสถานที่พักผ่อน	3.47	1.13	มาก
3. ภัตตาคารหรือร้านอาหาร			
3.1. มีภัตตาคารหรือร้านอาหารฮาลาลให้บริการ สามารถพบเห็นได้โดยทั่วไป	2.86	1.16	ปานกลาง
3.2. มีป้ายสัญลักษณ์ฮาลาลที่เห็นได้ชัดเจนในภัตตาคารหรือร้านอาหาร	2.85	1.18	ปานกลาง
3.3. ไม่มีอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นฮารอมให้บริการในภัตตาคารหรือร้านอาหาร	3.08	1.15	ปานกลาง
3.4. พนักงานแต่งกายเหมาะสมและสุภาพ ตัวอย่างเช่นพนักงานหญิงที่เป็นมุสลิมคลุมฮิญาบ หรือพนักงานหญิงที่ไม่ใช่มุสลิมปกปิดร่างกายอย่างมิดชิด เป็นต้น	3.23	1.17	ปานกลาง
3.5. มีพนักงานเสิร์ฟหญิงคอยบริการลูกค้าหญิง และพนักงานเสิร์ฟชายคอยบริการลูกค้าชาย	3.03	1.17	ปานกลาง
3.6. ไม่มีความบันเทิงที่ไม่เหมาะสมสำหรับมุสลิมในภัตตาคารหรือร้านอาหาร	3.34	1.21	ปานกลาง

4.1.3 ข้อมูลระดับความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวมุสลิม

ระดับการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวมุสลิมจากทั้งหมด 3 ข้อ พบว่าทุกข้อมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยข้อที่ได้คะแนนเฉลี่ยมากที่สุด คือข้อ 4.1 คุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในส่วนของสถานที่ท่องเที่ยว (Mean = 3.24, S.D. = .831) ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4: แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวมุสลิม

ความคิดเห็นต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปาก	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
4.1 ท่านตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในพื้นที่จังหวัดกระบี่และภูเก็ตซ้ำอีกครั้ง	3.24	0.83	ปานกลาง
4.2 ท่านตั้งใจที่แนะนำบอกต่อให้คนใกล้ชิด ครอบครัว ญาติหรือเพื่อนสนิท มาใช้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในพื้นที่จังหวัดกระบี่และภูเก็ต	3.21	0.74	ปานกลาง
4.3 ท่านตั้งใจที่แนะนำบอกต่อให้บุคคลอื่นๆ มาใช้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในพื้นที่จังหวัดกระบี่และภูเก็ต	3.15	0.84	ปานกลาง

4.2 การทดสอบสมมติฐานวิจัย

4.2.1) การทดสอบสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมุสลิม มีอิทธิพลต่อระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักแรม และภัตตาคารหรือร้านอาหารในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญ

ซึ่งจากการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยและความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของนักท่องเที่ยวมุสลิม ในหัวข้อด้านสถานที่ท่องเที่ยวพบว่า ปัจจัยเพศ ($p\text{-value} = 0.001$) สถานภาพ ($p\text{-value} = 0.046$) และรายได้เฉลี่ย/เดือน ($p\text{-value} = 0.014$) มีค่า $p\text{-value}$ น้อยกว่าระดับนัยสำคัญดังนั้นสามารถกล่าวได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมุสลิม มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพของการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ในส่วนของสถานที่ท่องเที่ยว อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5: การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยและความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

ปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว	Mean	S.D.	t-test/ F-test	sig
เพศ			3.50	0.001*
ชาย	3.27	0.71		
หญิง	3.00	0.80		
อายุ			0.63	0.599
น้อยกว่าหรือ 20 ปี	3.19	0.81		
21-40 ปี	3.12	0.79		
41-60 ปี	3.16	0.72		
61ปีขึ้นไป	2.98	0.77		
สถานภาพ			3.13	0.046*
โสด	3.18	0.76		
สมรส	3.13	0.79		
หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่	2.76	0.70		
ระดับการศึกษา			3.15	0.025*
ต่ำกว่าหรือมัธยมศึกษาตอนต้น	3.39	0.77		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	3.09	0.78		
ปริญญาตรี	3.05	0.77		
สูงกว่าปริญญาตรี	3.58	0.70		
อาชีพ			1.37	0.252
ประกอบธุรกิจ/อาชีพอิสระ	3.09	0.79		
ข้าราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	3.06	0.75		
บริษัทเอกชน/ลูกจ้าง	3.24	0.82		
เกษียณ/ว่างงาน/อื่นๆ	3.06	0.68		
รายได้เฉลี่ย/เดือน			3.59	0.014*
ต่ำกว่าหรือ 15,000 บาท	3.06	0.79		
15,001- 30,000 บาท	3.04	0.75		
30,001 - 60,000บาท	3.21	0.74		
60,001บาทขึ้นไป	3.45	0.83		
เชื้อชาติ/ภูมิลำเนา			1.76	0.120
ชาวไทย สามจังหวัดชายแดนภาคใต้	2.88	0.80		
ชาวไทย จังหวัดอื่นในภาคใต้	3.10	0.84		
ชาวไทย ภูมิภาคอื่นของประเทศ	3.21	0.77		

ปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบ ฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว	Mean	S.D.	t-test/ F-test	sig
ชาวต่างชาติ Asian	3.09	0.67		
ชาวต่างชาติ Arab	3.20	0.71		
ชาวต่างชาติ Other regions	3.33	0.77		

จากการเปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างกลุ่มและภายในกลุ่ม ของปัจจัยสถานภาพสมรส กับระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยวพบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างกลุ่มและภายในกลุ่มของปัจจัยสถานภาพสมรส

แหล่งความแปรปรวน	df	Mean Square	F	sig
ระหว่างกลุ่ม	2	150.34	3.13	0.046*
ภายในกลุ่ม	397	48.11		
รวม	399			

เมื่อทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ตามวิธีการของ Scheffe พบว่าปัจจัยสถานภาพสมรส มีความแตกต่างกัน 1 คู่ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีสถานภาพสมรสกับนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีสถานภาพหม้าย/หย่า/แยกกันอยู่มีระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว โดยจำแนกสถานภาพสมรส ด้วยวิธี Scheffe

สถานภาพสมรส	Mean	โสด	สมรส	หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่
โสด	3.18	-	0.870	0.045*
สมรส	3.13			0.080
หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่	2.76			-

จากการเปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างกลุ่มและภายในกลุ่ม ของปัจจัยระดับการศึกษา กับระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยวพบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างกลุ่มและภายในกลุ่ม ของปัจจัยระดับการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	df	Mean Square	F	sig
ระหว่างกลุ่ม	3	150.51	3.15	0.025*
ภายในกลุ่ม	396	47.85		
รวม	399			

เมื่อทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ตามวิธีการของ Scheffe พบว่าปัจจัยระดับการศึกษา มีความแตกต่างกัน 1 คู่ กล่าวคือนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือมัธยมศึกษาตอนต้นกับนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีที่มีระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 9

ตารางที่ 9: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว โดยจำแนกระดับการศึกษา ด้วยวิธี Scheffe

ระดับการศึกษา	Mean	ต่ำกว่าหรือ ม.ต้น	ม.ปลาย/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ป.ตรี
ต่ำกว่าหรือ ม.ต้น	3.39	-	0.149	0.032*	0.684
ม.ปลาย/ปวส.	3.09			0.985	0.903
ปริญญาตรี	3.05				0.736
สูงกว่าปริญญาตรี	3.58				-

จากการเปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างกลุ่มและภายในกลุ่ม ของปัจจัยรายได้เฉลี่ย/เดือน กับระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยวพบว่า รายได้เฉลี่ย/เดือน ที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังแสดงในตารางที่ 10

ตารางที่ 10: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างกลุ่มและภายในกลุ่ม ของปัจจัย รายได้เฉลี่ย/เดือน

แหล่งความแปรปรวน	df	Mean Square	F	sig
ระหว่างกลุ่ม	3	170.82	3.59	0.014*
ภายในกลุ่ม	396	47.70		
รวม	399			

เมื่อทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ตามวิธีการของ Scheffe พบว่าปัจจัยรายได้เฉลี่ย/เดือน มีความแตกต่างกัน 1 คู่ กล่าวคือนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีรายได้เฉลี่ย/เดือน 15,001– 30,000 บาทกับนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีรายได้เฉลี่ย/เดือน 60,001 บาทขึ้นไป มีระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 11

ตารางที่ 11: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว โดยจำแนกรายได้เฉลี่ย/เดือน ด้วยวิธี Scheffe

ระดับการศึกษา	Mean	ต่ำกว่าหรือ 15,000 บาท	15,001– 30,000 บาท	30,001 – 60,000 บาท	60,001 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่าหรือ 15,000 บาท	3.06	-	0.995	0.565	0.070
15,001– 30,000 บาท	3.04			0.363	0.035*
30,001 – 60,000บาท	3.21				0.458
60,001 บาทขึ้นไป	3.45				-

ในการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยและความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของนักท่องเที่ยวมุสลิม ในหัวข้อด้านสถานที่พักแรมพบว่า ปัจจัยเชื้อชาติ/ภูมิลำเนา(p-value = 0.030) เพียงปัจจัยเดียว ที่มีค่าp-value น้อยกว่าระดับนัยสำคัญดังนั้นสามารถกล่าวได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมุสลิม มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพของการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในส่วนของสถานที่พักแรมอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 12

ตารางที่ 12: การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยและความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลด้านสถานที่พักแรม

ปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่พักแรม	Mean	S.D.	t-test/ F-test	sig
เพศ			3.12	0.066
ชาย	3.20	0.89		
หญิง	2.99	0.97		
อายุ			0.75	0.524
น้อยกว่าหรือ 20 ปี	2.94	0.85		
21-40 ปี	3.13	0.95		
41-60 ปี	3.05	0.97		
61ปีขึ้นไป	2.93	0.96		
สถานภาพ			0.42	0.659
โสด	3.09	0.95		
สมรส	3.07	0.96		
หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่	2.90	0.83		
ระดับการศึกษา			1.41	0.230
ต่ำกว่าหรือมัธยมศึกษาตอนต้น	3.19	0.81		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	2.92	0.99		
ปริญญาตรี	3.08	0.96		
สูงกว่าปริญญาตรี	3.10	0.94		
อาชีพ			0.42	0.742
ประกอบธุรกิจ/อาชีพอิสระ	2.99	1.01		
ข้าราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	3.11	0.94		
บริษัทเอกชน/ลูกจ้าง	3.11	1.00		
เกษียณ/ว่างงาน/อื่นๆ	3.08	0.77		
รายได้เฉลี่ย/เดือน			1.82	0.144
ต่ำกว่าหรือ 15,000 บาท	2.95	0.91		
15,001- 30,000 บาท	3.02	0.99		
30,001 - 60,000บาท	3.20	0.84		
60,001บาทขึ้นไป	3.23	1.06		
เชื้อชาติ/ภูมิลำเนา			2.50	0.030*
ชาวไทย สามจังหวัดชายแดนภาคใต้	2.74	1.19		
ชาวไทย จังหวัดอื่นในภาคใต้	3.02	1.02		

ปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบ ฮาลาลของสถานที่พักแรม	Mean	S.D.	t-test/ F-test	sig
ชาวไทย ภูมิภาคอื่นของประเทศ	3.50	1.00		
ชาวต่างชาติ Asian	3.05	0.73		
ชาวต่างชาติ Arab	3.08	0.92		
ชาวต่างชาติ Other regions	3.32	0.65		

จากการเปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างกลุ่มและภายในกลุ่ม ของปัจจัยเชื้อชาติ/ภูมิภาคอื่น กับ การรับรู้คุณภาพการให้บริการของสถานที่พักแรม พบว่า เชื้อชาติ/ภูมิภาคอื่น ที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังแสดงในตารางที่ 13

ตารางที่ 13: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างกลุ่มและภายในกลุ่ม ของปัจจัยเชื้อชาติ/ภูมิภาคอื่น

แหล่งความแปรปรวน	df	Mean Square	F	sig
ระหว่างกลุ่ม	5	140.36	2.50	0.030*
ภายในกลุ่ม	394	56.05		
รวม	399			

เมื่อทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ตามวิธีการของ Scheffe พบว่าปัจจัยเชื้อชาติ/ภูมิภาคอื่น มีความแตกต่างกัน 3 คู่ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีเชื้อชาติไทย ภูมิภาคอื่นสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ กับนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีเชื้อชาติไทยภูมิภาคอื่นอยู่ในภูมิภาคอื่นของประเทศที่ไม่ใช่ภาคใต้

และนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีเชื้อชาติไทย ภูมิภาคอื่นสามจังหวัดชายแดนภาคใต้กับนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวต่างชาติ ภูมิภาคอื่นที่ไม่ใช่ชาว Asian และ Arab

และนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีเชื้อชาติไทย ภูมิภาคอื่นจังหวัดอื่นในภาคใต้ ที่ไม่ใช่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้กับนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีเชื้อชาติไทยภูมิภาคอื่นในประเทศที่ไม่ใช่ภาคใต้มีระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่พักแรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 14

ตารางที่ 14: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่พักแรม โดยจำแนกเชื้อชาติ/ภูมิภาคด้วยวิธี Scheffe

เชื้อชาติ/ภูมิภาค	Mean	ชาวไทย สาม จังหวัด ชายแดน	ชาวไทย จังหวัด อื่นใน ภาคใต้	ชาวไทย ภูมิภาคอื่น ของ ประเทศ	ชาวต่าง ชาติ Asian	ชาวต่าง ชาติ Arab	ชาวต่าง ชาติ Other regions
ชาวไทย สามจังหวัดชายแดนภาคใต้	2.74	-	0.099	0.004*	0.097	0.062	0.005*
ชาวไทย จังหวัดอื่นในภาคใต้	3.02			0.037*	0.831	0.644	0.063
ชาวไทย ภูมิภาคอื่นของประเทศ	3.50				0.063	0.079	0.476
ชาวต่างชาติ Asian	3.05					0.837	0.131
ชาวต่างชาติ Arab	3.08						0.170
ชาวต่างชาติ Other regions	3.32						-

ในการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยและความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของนักท่องเที่ยวมุสลิม ในหัวข้อด้านภัตตาคารหรือร้านอาหาร พบว่า ปัจจัยรายได้เฉลี่ย/เดือน ($p\text{-value} = 0.046$) และเชื้อชาติ/ภูมิภาค ($p\text{-value} = 0.022$) มีค่า $p\text{-value}$ น้อยกว่าระดับนัยสำคัญดังนั้นสามารถกล่าวได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมุสลิม มีอิทธิพลต่อระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในส่วนของภัตตาคารหรือร้านอาหารอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 15

ตารางที่ 15: การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยและความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลด้านภัตตาคารหรือร้านอาหาร

ปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว	Mean	S.D.	t-test/ F-test	sig
เพศ				3.12 0.066
ชาย	3.11	0.88		
หญิง	3.04	0.97		

ปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบ ฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว	Mean	S.D.	t-test/ F-test	sig
อายุ			2.55	0.055
น้อยกว่าหรือ20 ปี	2.91	0.83		
21-40 ปี	3.13	0.94		
41-60 ปี	3.10	0.95		
61ปีขึ้นไป	2.72	0.93		
สถานภาพ			0.66	0.519
โสด	3.09	0.92		
สมรส	3.07	0.94		
หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่	2.86	0.99		
ระดับการศึกษา			1.70	0.149
ต่ำกว่าหรือมัธยมศึกษาตอนต้น	3.15	0.87		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	2.91	0.96		
ปริญญาตรี	3.06	0.93		
สูงกว่าปริญญาตรี	3.22	0.97		
อาชีพ			0.33	0.804
ประกอบธุรกิจ/อาชีพอิสระ	3.03	0.99		
ข้าราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	2.96	0.90		
บริษัทเอกชน/ลูกจ้าง	3.09	1.00		
เกษียณ/ว่างงาน/อื่นๆ	3.11	0.79		
รายได้เฉลี่ย/เดือน			2.69	0.046*
ต่ำกว่าหรือ 15,000 บาท	3.05	0.89		
15,001- 30,000 บาท	2.92	0.98		
30,001 - 60,000บาท	3.24	0.83		
60,001บาทขึ้นไป	3.19	1.09		
เชื้อชาติ/ภูมิภาค			2.66	0.022*
ชาวไทย สามจังหวัดชายแดนภาคใต้	2.72	1.19		
ชาวไทย จังหวัดอื่นในภาคใต้	3.04	0.98		
ชาวไทย ภูมิภาคอื่นของประเทศ	3.36	0.97		
ชาวต่างชาติ Asian	2.93	0.80		
ชาวต่างชาติ Arab	3.25	0.90		
ชาวต่างชาติ Other regions	3.17	0.65		

จากการเปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างกลุ่มและภายในกลุ่ม ของปัจจัยรายได้เฉลี่ย/เดือน กับการรับรู้คุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวพบว่า รายได้เฉลี่ย/เดือน ที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังแสดงในตารางที่ 16

ตารางที่ 16: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างกลุ่มและภายในกลุ่ม ของปัจจัยรายได้เฉลี่ย/เดือน

แหล่งความแปรปรวน	df	Mean Square	F	sig
ระหว่างกลุ่ม	3	84.04	2.69	0.046*
ภายในกลุ่ม	396	31.25		
รวม	399			

เมื่อทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ตามวิธีการของ Scheffe พบว่าปัจจัยรายได้เฉลี่ย/เดือนมีความแตกต่างกัน 1 คู่ กล่าวคือนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีรายได้เฉลี่ย/เดือน 15,001–30,000 บาท กับนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีรายได้เฉลี่ย/เดือน 30,001–60,000 บาท มีระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของภัตตาคารหรือร้านอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 17

ตารางที่ 17: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของภัตตาคารหรือร้านอาหาร โดยจำแนกรายได้เฉลี่ย/เดือน ด้วยวิธี Scheffe

ระดับการศึกษา	Mean	ต่ำกว่าหรือ 15,000 บาท	15,001– 30,000 บาท	30,001– 60,000 บาท	60,001 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่าหรือ 15,000 บาท	3.05	-	0.294	0.122	0.394
15,001– 30,000 บาท	2.92			0.007*	0.110
30,001 – 60,000 บาท	3.24				0.790
60,001 บาทขึ้นไป	3.19				-

จากการเปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างกลุ่มและภายในกลุ่ม ของปัจจัยเชื้อชาติ/ภูมิภาคกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการของภัตตาคารหรือร้านอาหาร พบว่า เชื้อชาติ/ภูมิภาคที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังแสดงในตารางที่ 18

ตารางที่ 18: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างกลุ่มและภายในกลุ่มของปัจจัยเชื้อชาติ/ภูมิภาค

แหล่งความแปรปรวน	df	Mean Square	F	sig
ระหว่างกลุ่ม	5	82.46	2.66	0.022*
ภายในกลุ่ม	394	31.00		
รวม	399			

เมื่อทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ตามวิธีการของ Scheffe พบว่าปัจจัยเชื้อชาติ/ภูมิภาคมีความแตกต่างกัน 4 คู่ กล่าวคือนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีเชื้อชาติไทย ภูมิภาคสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ กับนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีเชื้อชาติไทย ภูมิภาคอื่นของประเทศที่ไม่ใช่ภาคใต้

และนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีเชื้อชาติไทย ภูมิภาคสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ กับนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวต่างชาติ ภูมิภาค Arab

และนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีเชื้อชาติไทย ภูมิภาคสามจังหวัดชายแดนภาคใต้กับนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวต่างชาติ ภูมิภาคอื่นที่ไม่ใช่ชาว Asian และ Arab

และนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวต่างชาติ ภูมิภาค Asian กับนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวต่างชาติ ภูมิภาค Arab มีระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของภัตตาคารหรือร้านอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 19

ตารางที่ 19: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของภัตตาคารหรือร้านอาหาร โดยจำแนกเชื้อชาติ/ภูมิภาค ด้วยวิธี Scheffe

เชื้อชาติ/ภูมิภาค	Mean	ชาวไทย สาม จังหวัด ชายแดน	ชาวไทย จังหวัด อื่นใน ภาคใต้	ชาวไทย ภูมิภาคอื่น ของ ประเทศ	ชาวต่าง ชาติ Asian	ชาวต่าง ชาติ Arab	ชาวต่าง ชาติ Other regions
ชาวไทย สามจังหวัดชายแดนภาคใต้	2.72	-	0.051	0.013*	0.243	0.003*	0.022*
ชาวไทย จังหวัดอื่นในภาคใต้	3.04			0.163	0.450	0.100	0.394
ชาวไทย ภูมิภาคอื่นของประเทศ	3.36				0.074	0.658	0.472
ชาวต่างชาติ	2.93					0.031*	0.159

เชื้อชาติ/ภูมิภาค	Mean	ชาวไทย สาม จังหวัด ชายแดน	ชาวไทย จังหวัด อื่นใน ภาคใต้	ชาวไทย ภูมิภาคอื่น ของ ประเทศ	ชาวต่าง ชาติ Asian	ชาวต่าง ชาติ Arab	ชาวต่าง ชาติ Other regions
Asian							
ชาวต่างชาติ	3.25						0.650
Arab							
ชาวต่างชาติ	3.17						-
Other regions							

4.2.2) ทดสอบสมมติฐานที่ 2

สมมติฐานที่ 2: ระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน และภัตตาคารหรือร้านอาหารในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวมุสลิม อย่างมีนัยสำคัญ

ซึ่งจากการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ พบว่าระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน และภัตตาคารหรือร้านอาหารในจังหวัดกระบี่ และภูเก็ต มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวมุสลิม ร้อยละ 24.90 ($R^2 = 0.249$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 20

ตารางที่ 20: การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยและสถิติทดสอบการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุระหว่างระดับการรับรู้การให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลกับการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปาก

การกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปาก	B	Std. E	Beta	t	Sig
4.1 ท่านตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในพื้นที่จังหวัดกระบี่และภูเก็ตซ้ำอีกครั้ง	0.88	0.23	0.25	3.84	0.000*
4.2 ท่านตั้งใจที่แนะนำบอกต่อให้คนใกล้ชิด ครอบครัวญาติหรือเพื่อนสนิท มาใช้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในพื้นที่จังหวัดกระบี่และภูเก็ต	0.48	0.18	0.17	2.74	0.006*
4.3 ท่านตั้งใจที่แนะนำบอกต่อให้บุคคลอื่นๆ มาใช้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในพื้นที่จังหวัดกระบี่และภูเก็ต	0.40	0.17	0.15	2.34	0.020*
R Square (R^2) = 0.249	Adjust R Square (AR^2) = 0.244	Std. Error of the Estimate (S.E.) = 1.732			
F = 43.85	Sig. = 0.00				

บทที่ 5

สรุปผลและอภิปรายผล

5.1 สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ มีดังนี้

5.1.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมุสลิม ที่เข้ามาใช้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักแรม และภัตตาคารหรือร้านอาหาร ในจังหวัดกระบี่ และภูเก็ต

นักท่องเที่ยวมุสลิมตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 62.8 มีช่วงอายุระหว่าง 21-40 ปี ร้อยละ 51.3 สถานภาพสมรส ร้อยละ 48.8 ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ร้อยละ 51.3 ประกอบอาชีพในบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง ร้อยละ 33.0 รายได้เฉลี่ย/เดือน 15,001- 30,000 ร้อยละ 38.0 กลุ่มตัวอย่างเป็นชาวไทยมีภูมิลำเนาในจังหวัดภาคใต้ (ยกเว้น สามจังหวัดชายแดนภาคใต้) มากที่สุด ร้อยละ 35.0 ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวต่างชาติ เป็นชาว Arabian มากที่สุด ร้อยละ 20.8

นักท่องเที่ยวมุสลิมมีระยะเวลาการท่องเที่ยวในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันทุกกลุ่ม โดยกลุ่มที่มีระยะเวลาการท่องเที่ยว 1-3 วัน ร้อยละ 33.8 ระยะเวลาการท่องเที่ยวมากกว่า 7 วัน ร้อยละ 33.5 และระยะเวลาการท่องเที่ยว 4-6 วัน ร้อยละ 32.8 ส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเป็นครอบครัว/ภรรยา/สามี/คู่รัก ร้อยละ 69.3 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 92.5 เลือกใช้บริการจากทั้งสถานประกอบการที่ให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบ และไม่เต็มรูปแบบ หรือให้บริการฮาลาลเฉพาะพื้นที่บางส่วน

5.1.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักแรม และภัตตาคารหรือร้านอาหาร ในจังหวัดกระบี่ และภูเก็ต

ปัจจัยส่วนบุคคล ส่งผลต่อการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ทั้งในด้านของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักแรม และภัตตาคารหรือร้านอาหาร ในจังหวัดกระบี่ และภูเก็ต ดังแสดงในตารางที่ 21

ตารางที่ 21: สรุปผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยและความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคลกับการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของนักท่องเที่ยวมุสลิม

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/ภูมิภาค	1.76	0.120	2.50	0.030*	2.66	0.022*

5.1.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน และภัตตาคารหรือร้านอาหาร ในจังหวัดกระบี่ และภูเก็ต ที่กับการกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวมุสลิม

จากการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ พบว่าการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน และภัตตาคารหรือร้านอาหารในจังหวัดกระบี่ และภูเก็ต มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวมุสลิม ร้อยละ 24.90 ($R^2 = 0.249$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ ดังแสดงในตารางที่ 22

ตารางที่ 22: สรุปผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยและสถิติทดสอบการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุระหว่างการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ที่กับการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปาก

การกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปาก	t	Sig
4.1 ท่านตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ในพื้นที่จังหวัดกระบี่ และภูเก็ตซ้ำอีกครั้ง	3.84	0.000*
4.2 ท่านตั้งใจที่แนะนำบอกต่อให้คนใกล้ชิด ครอบครัว ญาติ หรือเพื่อนสนิท มาใช้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ในพื้นที่จังหวัดกระบี่ และภูเก็ต	2.74	0.006*
4.3 ท่านตั้งใจที่แนะนำบอกต่อให้บุคคลอื่นๆ มาใช้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ในพื้นที่จังหวัดกระบี่ และภูเก็ต	2.34	0.020*

5.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

5.2.1 ในการทดสอบ สมมติฐานที่ 1:

สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมุสลิม มีอิทธิพลต่อการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน และภัตตาคารหรือร้านอาหารในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญ

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถมากำหนดสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H0: ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน และภัตตาคารหรือร้านอาหารในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต ในนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน จะมีความแตกต่างกัน

H1: ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน และภัตตาคารหรือร้านอาหารในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต ในนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน จะมีความไม่แตกต่างกัน

ดังนั้น จากบทที่ 4 ในการทดสอบสมมติฐานที่ 1 จึงสามารถสรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน และภัตตาคารหรือร้านอาหารในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต ในนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน จะมีความแตกต่างกัน หรือ ยอมรับ H0 และ ปฏิเสธ H₁

5.2.2 ในการทดสอบ สมมติฐานที่ 2:

สมมติฐานที่ 2: การรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน และภัตตาคารหรือร้านอาหารในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวมุสลิม อย่างมีนัยสำคัญ

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถมากำหนดสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H0: การรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน และภัตตาคารหรือร้านอาหารในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต ส่งผลต่อระดับความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวมุสลิม

H1: การรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน และภัตตาคารหรือร้านอาหารในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวมุสลิม

ดังนั้น จากบทที่ 4 ในการทดสอบ สมมติฐานที่ 2 จึงสามารถสรุปได้ว่า การรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน และภัตตาคาร

หรือร้านอาหารในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต ส่งผลต่อระดับความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวมุสลิม หรือ ยอมรับ H0 และ ปฏิเสธ H1

5.3 อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยพบประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายดังนี้

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมุสลิมพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 92.5 มีพฤติกรรมการเลือกใช้สถานประกอบการ ทั้งในลักษณะที่ให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบ และให้บริการฮาลาลไม่เต็มรูปแบบ หรือให้บริการฮาลาลเฉพาะพื้นที่บางส่วน ขณะที่กลุ่มตัวอย่าง เพียงร้อยละ 7.5 ที่เลือกใช้สถานประกอบการที่ให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบเพียงลักษณะเดียวเท่านั้น สอดคล้องกับ El-Gohary (2016) ที่ชี้ให้เห็นว่า แม้จะมีการเตรียมการและปรับตัวในเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวมุสลิมในหลายพื้นที่ทั่วโลก แต่ในประเทศที่ประชากรหลักไม่ใช่คนมุสลิมหรือแม้แต่ประเทศอิสลามบางประเทศ เช่น สาธารณรัฐอาหรับอียิปต์ หรือสาธารณรัฐตุรกี การให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบ ก็ยังเป็นเรื่องยากในการปฏิบัติ

ในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วโลก เช่น จังหวัดกระบี่และภูเก็ต ที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันอย่างรุนแรงระหว่างผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ส่งผลให้สถานประกอบการที่ให้บริการแบบฮาลาลเต็มรูปแบบ ไม่สามารถทำได้ง่ายดายนัก ดังนั้น ทางออกที่ดีที่สุดคือ การเพิ่มจำนวนสถานประกอบการที่เป็นมิตรกับมุสลิมในพื้นที่ให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดกลุ่มลูกค้า ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวมุสลิมเอง ก็มีทางเลือกในสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน ซึ่งจากการสังเกตการณ์ขณะลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลของกลุ่มผู้วิจัยพบว่า ไม่มีโรงแรมมาตรฐานระดับสี่หรือห้าดาว ให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบอยู่ในพื้นที่จังหวัดกระบี่และภูเก็ตแม้แต่โรงแรมเดียว สอดคล้องกับแนวคิดของ Battour & Ismail (2016) ที่แนะนำโอกาสทางธุรกิจ และปัจจัยแห่งความสำเร็จของประเทศหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่ประชากรหลักไม่ใช่คนมุสลิมว่าจะต้องเร่งพัฒนาแนวคิดและนวัตกรรมใหม่ๆ ของสินค้าการท่องเที่ยวฮาลาล รวมถึงสินค้าการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ในทุกกลุ่มตลาด

2. ผลการศึกษาระดับการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลพบว่า ระดับคะแนนการรับรู้ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง มีเพียง 2 ข้อที่อยู่ในระดับคะแนนมาก กล่าวคือ ข้อ 1.9 ประชาชนในพื้นที่มีความเข้าใจในกิจกรรมต่างๆ ของอิสลาม และ ข้อ 2.8 ไม่มีความบันเทิงที่ไม่เหมาะสมสำหรับมุสลิมในสถานที่พักผ่อน นอกจากนี้ ยังมีข้อที่ได้รับระดับคะแนนน้อยอยู่หนึ่งข้อ คือ ข้อ 2.2 มีสระว่ายน้ำ สปา ในโรงแรมแยกระหว่างหญิงและชาย หรือแยกช่วงเวลาในการใช้สระว่ายน้ำ สอดคล้องกับข้อมูลประชากรมุสลิม ในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต ที่มีคนพื้นเมืองอยู่จำนวนมาก โดยเฉพาะ

อย่างยิ่ง ในจังหวัดกระบี่ ที่มีประชากรมุสลิมมากถึง 118,824 คน (กรมการพัฒนาชุมชน, 2557) จึงมีความเป็นไปได้ที่คนในพื้นที่ จะมีความเข้าใจในกิจกรรมและศาสนบัญญัติแห่งศาสนาอิสลามได้ดีในระดับหนึ่ง

3. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยและความแปรปรวน พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของจังหวัดกระบี่และภูเก็ต ในด้านสถานที่ท่องเที่ยว ประกอบด้วย ปัจจัยเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ย/เดือน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ขนิษฐา สังข์รักษ์ (2556) ที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล เช่น สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา มีผลต่อการรับรู้ระดับการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาไม่ได้กล่าวถึง ปัจจัยเพศ และรายได้เฉลี่ย/เดือน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนันท์ นิลพวง (2557) ที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย/เดือน มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาไม่ได้กล่าวถึง ปัจจัยสถานภาพสมรส

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ในด้านสถานที่พักผ่อน คือ ปัจจัยด้านเชื้อชาติ/ภูมิลำเนา และ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ในด้านภัตตาคารหรือร้านอาหาร คือ ปัจจัยรายได้เฉลี่ย/เดือน และเชื้อชาติ/ภูมิลำเนา สามารถอธิบายได้ จากงานของ Zamani-Farahani & Musa (2012) ที่ชี้ให้เห็นถึงความกังวลของนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวว่า อาจละเมิดต่อค่านิยมอิสลาม ถึงแม้จะมีความเชื่อที่เหมือนกัน แต่ก็มี ความแตกต่างกันค่อนข้างมาก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความตามบทบัญญัติและวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น ภูมิภาค หรือประเทศที่ต่างกันออกไป ยกตัวอย่างเช่น ประเทศอิหร่าน ซาอุดีอาระเบีย หรือบรูไน ที่ประชากรส่วนใหญ่มีความกังวลต่อการท่องเที่ยวอย่างมาก เมื่อเทียบกับประชากรในประเทศมุสลิมอื่นๆ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ วรวิทย์ บารู และคณะ (2550) ที่ชี้ให้เห็นถึงประชากรไทยมุสลิมที่ภูมิลำเนาอยู่ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ส่วนใหญ่มีความภาคภูมิใจหวงแหนในวัฒนธรรมอิสลามและมาลาญ มีความแตกต่างจากประชากรในภูมิภาคอื่นของประเทศ

4. ผลการวิเคราะห์สถิติวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุพบว่า การรับรู้ระดับของการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน และภัตตาคารหรือร้านอาหาร ในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวมุสลิม สอดคล้องกับ Olgun, Ceylan & Ibrahim (2014) ที่แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ระดับของการบริการ ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการนั้นซ้ำ และการสื่อสารด้วยคำพูดบอกต่อแบบปากต่อปากให้กับบุคคลอื่นได้ทราบถึงการบริการนั้นๆอีกด้วย

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากผลของการศึกษา มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

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

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งในภาครัฐและเอกชน ควรสร้างความร่วมมืออย่างใกล้ชิดร่วมกับคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ในการหาแนวทางและกระบวนการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวฮาลาล และการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในรับบริการให้เพิ่มมากขึ้นในทุกกลุ่มภูมิภาคทั้งมุสลิมชาวไทยและต่างชาติ

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2557). รายงานสรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว 2556. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (มปป.). คู่มือท่องเที่ยวทั่วไทย 77 จังหวัด. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- กรมการพัฒนาชุมชน. 2557. รายงานคุณภาพชีวิตของคนไทยจากข้อมูลความจำเป็นพื้นฐาน (จปฐ.) และข้อมูลพื้นฐานปี 2557. กรุงเทพฯ: กระทรวงมหาดไทย
- ชนิดา สังข์รักษ์. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาพลักษณ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทยและธนาคารออมสินในเขตอำเภอเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.), 2(1), 37-52.
- จิราวดี รัตน์ไพฑูรย์ชัย. (12 พฤศจิกายน 2556). ตลาดท่องเที่ยวมุสลิม โอกาสของไทยภายใต้ AEC : 2556, หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ,คอลัมน์ "อาเซียน Business Forum" ปีที่ 3 ฉบับที่ 112 (1).
- ธรรมจักร เล็กบรรจง. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมฮาลาลของนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต. วารสารสุขศึกษา พลศึกษา และสหวิทยาการ. 43(1), 114-118.
- ตติยาพร จารุมนิรัตน์ และ ศิริชัย ศิลปะอาษา. (2547). การศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ จากมุมมองนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน, รายงานวิจัย, กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- ปิติ ศรีแสงนาม. (2555). จะเป็น ASEAN Medical Hub, ได้ไทยต้องเข้าใจวิถีอิสลาม, ศูนย์อาเซียนศึกษาแห่งจุฬาลงกรณ์ สืบค้นจาก <http://www.thai-aec.com/296#ixzz36xdxNb3v>
- วรวิทย์ บารุ นีอับลุราภิ บินนิฮัสซัน แวมายี ปารามัล ซาวาวิ ปะดาอาหมิน ดุซันดาว เลิศพิพัฒน์ อรธา รักดี และ สุโรนี สายนุ้ย. (2550). รายงานการวิจัยเรื่องมลายูปัตตานี: ชาติพันธุ์ อัตลักษณ์และการเปลี่ยนแปลง. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

- วันชัย วัฒนศัพท์. (2551). ประชาเสวนา: กระบวนการสู่ทางออกในปัญหาความรุนแรงของภาคใต้, **วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์**, 1, 1-15.
- สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย. (2557). **ท่องเที่ยวไทย ปรับตัวสู่ประชาคมอาเซียน** สืบค้นจาก <http://www.thaichamber.org/scripts/detail.asp?nNEWSID=4623>
- สุนันท์ นิลพวง. (2557). ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสาร สถานีขนส่งสายใต้. **วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม**, 1(2), 96-109.
- สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน. (2557). **รายงานกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน**. สืบค้นจาก <http://www.google.co.th/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=1&ved=0CB>
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). **รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว**. ฉบับที่ 2 ตุลาคม - ธันวาคม 2558. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- อาบิติน วันขวัญ. (2554), **โลกมุสลิม.....เรื่องใกล้ตัว**, สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา สืบค้นจาก www.itd.or.th/articles?download=103%3A2011-09-02-04-57-38
- อรพรรณ จันทน์อินทร์, เพียงพิศ ศรีประเสริฐ, สุกัลยา ปรีชา, ฤชณะ พลสงคราม, รัตติยา สุตระกูล, สุรีย์รัตน์ ชูแก้ว, . . . ชูตา ประโมจรรย์. (2556). **รายงานวิจัยการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวฮาลาล ฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม**. 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 incorporation.
- 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.

- Islam, A. & Karkkainen, L. (2013). **Islamic Tourism as a prosperous phenomenon in Lapland**, Thesis for degree program, school of tourism and hospitality management. Rovaniemi University of applied science, Finland.
- Khan, H, A., Haque, A. & Rahman, M, S. (2013). What makes tourists satisfied? An empirical study on Malaysian Islamic tourist destination. **Middle-East Journal of Scientific Research**, 14 (12), 1631-1637.
- Laderlah, S, A., Rahman, S, A., Awang, K & Man, Y, C. (2011). A study on Islamic tourism: A Malaysian experience, **2nd International Conf of Humanitics, Historical and Social Sciences**, IACSIT Press, Singapore, 17, 184-189.
- Lang, B. (2011). How word of mouth communication varies across service encounters. **Managing Service Quality**, 21(6), 583-598.
- Ledl, J. (2010). **Tourism development in Thailand**. Austrian Association of East Asian Studies Summer School Research Paper Series, Australia.
- 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.
- Farahdel, F. (2011). **Islamic attributes and its impact on Muslim Tourists' satisfaction: A study of Iran**. Dissertation for master degree program, graduate school of business, University of Malaya, Malaysia.
- Namin, T. (2013). Value creation in tourism: An Islamic approach. **International Research Journal of Applied and Basic Sciences**, 4 (5), 1252-1264.
- Nassar, M.A., Mostafa, M.M., & Reisinger, Y. (2015). Factors influencing travel to Islamic destinations: An empirical analysis of Kuwaiti nationals. **International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research**, 9(1), 36-53.
- 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.

- Organisation of Islamic Cooperation (OIC). (2012). **About OIC organization of the Islamic conference**. Available at <http://http://www.oic-oci.org/oicv2/states/>
- 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.
- Song, H., Witt, F.S., & Li, G. (2003). Modelling and forecasting the demand for Thai Tourism. **Tourism Economics**, 9(4), 363-387.
- Suhaiza, Z., Azizah, O. & Simon, K. (2011). An exploratory study on the factors influencing the non-compliance to Halal. **International Business Management**, 5(1), 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.
- 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.
- Zamani-Farahani, H. & Musa, G. (2012). The relationship between Islamic religiosity and residents' perceptions of socio-cultural impacts of tourism in Iran: Case studies of Sare'in and Masooleh. **Tourism Management**, 33, 802-814.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก. แบบสอบถามในการวิจัย

THE QUESTIONNAIRE

“Evaluation of Muslim Tourists Perception of Halal Tourism Service Quality Management in Krabi and Phuket, Thailand”

This survey is an essential element of a research. It takes 10-15 minutes to complete. Your help is greatly appreciated. Information from the survey will be kept confidentially. In any written reports or publications relating to this study, no one will be identified and only summary data will be reported. Your contribution will be an invaluable part of the study. We hope that the findings will be of benefit to the Halal tourism development in Thailand in the future.

Thank you very much for your cooperation!

The researchers from Rajamangala University of Technology Srivijaya, Thailand

Section 1:

1.1 This section asks for your personal factors. Please fill in the blanks or check (✓) the appropriate answer.

1. What is your gender?

Male

Female

2. What is your age?

20 yrs or younger

21-40 yrs

41-60 yrs

61 yrs or older

3. What is your marital status?

Single

Married

Divorced/Widowed

4. What is the level of education you have completed?

Secondary school or below

High school/Vocational

4-year University

Postgraduate or above

5. What is your occupation?

Business/Self-employed Public officials

Corporate employee Retired/Unemployed

6. What is your approximate monthly income in US DOLLAR?

500\$ or below

501 - 1000\$

1001 – 1500 \$

1501\$ or above

7. What is your Region?

ASEAN

Middle East

Other regions

1.2: This section focusing on Halal tourism behavior. Please fill in the blanks or check (✓) the appropriate answer.

8. How long do you usually stay at the trips?

1-3 days

4-6 days

7 days or above

9. Who are your travel companions?

Alone

Family/spouse/lovers

Business colleague/friends

10. Which establishments that you are choosing?

Fully Halal services only

Fully and partly Halal services

Section 2: In this section focusing on tourist's perception in level of Halal tourism. Indicate the degree of your agreement by check (✓) the appropriate number following the statement. The response scale is as the followings: 1=Low; 2=Slightly low; 3=Moderate; 4= Slightly high; 5= High

Tourism destination	SCALE				
	1	2	3	4	5
2.1 Prevalence of Halal signs					
2.2 Availability of Mosque					
2.3. Availability of prayer facilities room and have a sign indicating for the place of worship at tourism sites such as shopping malls, airport etc.					
2.4 Presence of loud public of Azan or announcement to indicate prayer time					
2.5 Availability of Islamic financial services/banks					
2.6 Mostly of tourist attractions appropriate for Muslim					

Tourism destination	SCALE				
	1	2	3	4	5
2.7 Tour guide have knowledge and understanding in Islamic activities					
2.8 Availability of Halal souvenir items					
2.9 Local people understand in Islamic activities					
Hotel	1	2	3	4	5
2.10 Prevalence of Halal hotels					
2.11 Availability of hotels with separate swimming pools, spa for male and female or separate time between the sexes					
2.12 Placement of direction of performing prayer or Qiblat					
2.13 Provision of a copy of the prayer mat and prayers time table					
2.14 Bed and toilet position do not face direction of Makkah					
2.15 Banning of prohibited food stuffs or beverages in the fridge					
2.16 Proper and conservative dress such as covered Hijab for Muslim female staff or covering thoroughly for non-Muslim female staff					
2.17 Banning of inappropriate entertainments					
Restaurant	1	2	3	4	5
2.18 Prevalence of Halal restaurants					
2.19 Availability of Halal sign, obviously seen at the restaurant					
2.20 Banning of prohibited food stuffs or beverages in the Restaurant					
2.21 Proper and conservative dress such as covered Hijab for Muslim female staff or covering thoroughly for non-Muslim female staff					
2.22 Availability of waitress to serve female customer and waiter to serve male customer					
2.23 Banning of inappropriate entertainments					

Section 3: In this section focus on tourist's revisit intention and word-of-mouth. Please rate the quality of services provided by check (✓) the appropriate number following the statement. The response scale is as the followings: 1=Low; 2=Slightly low; 3=Moderate; 4= Slightly high; 5= High

Revisit intention and word-of-mouth	SCALE				
	1	2	3	4	5
3.1 You intended to revisit Krabi and Phuket again for Halal tourism					
3.2 You intended to recommendation Halal tourism in Krabi and Phuket for your family, relatives or close friends					
3.3 You intended to recommendation Halal tourism in Krabi and Phuket for other people					

Thank you for your cooperation

Place..... Code..... Date..../..... /.....

แบบสอบถาม

เรื่อง “การประเมินผลการรับรู้ของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการคุณภาพการให้บริการ
การท่องเที่ยวแบบฮาลาล ในจังหวัดกระบี่และภูเก็ตประเทศไทย”

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวมุสลิม ต่อการจัดการท่องเที่ยวแบบฮาลาล โดยมีความมุ่งหวังที่จะนำข้อมูลที่ได้รับจากการสำรวจมาใช้ประโยชน์เพื่อการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งข้อมูลที่ได้รับทั้งหมดจะถือเป็น “ความลับ” ไม่เปิดเผยตัวตนของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านให้ตอบแบบสอบถามทุกข้อตามข้อเท็จจริงทุกประการ

ขอแสดงความนับถือ และขอบคุณล่วงหน้ามา ณ.โอกาสนี้

คณะผู้วิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ตอนที่ 1:

1.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามกรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ตรงกับข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. ท่านมีอายุเท่าไร

น้อยกว่าหรือ 20 ปี

21-40 ปี

41-60 ปี

61ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

โสด

สมรส

หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

ต่ำกว่าหรือมัธยมศึกษาตอนต้น

มัธยมศึกษาตอนปลาย/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

5. ท่านมีอาชีพอะไร

ประกอบธุรกิจ/อาชีพอิสระ

ข้าราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ

บริษัทเอกชน/ลูกจ้าง

เกษียณ/ว่างงาน/อื่นๆ

6. ท่านมีรายได้เฉลี่ยเดือนละเท่าไร

- ต่ำกว่าหรือ 15,000 บาท 15,001– 30,000 บาท
 30,001 – 60,000บาท 60,001บาทขึ้นไป

7. ท่านมีภูมิลำเนาอยู่ ณ ที่ใด?

- สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ จังหวัดอื่นในภาคใต้
 ภูมิภาคอื่นของประเทศ

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบฮาลาล กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ตรงกับข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุด

8. ท่านใช้เวลาในการท่องเที่ยวพักผ่อนโดยเฉลี่ย ในแต่ละครั้งประมาณกี่วัน?

- 1-3 วัน 4-6 วัน มากกว่า 7 วัน

9. โดยทั่วไปแล้ว ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวพักผ่อนกับใคร?

- ลำพังคนเดียว ครอบครัว/ภรรยา/สามี/คู่รัก
 ผู้ร่วมงาน/หุ้นส่วน/เพื่อน

10. ท่านเลือกใช้สถานบริการประเภทใด?

- ให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบเท่านั้น
 ทั้งที่ให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบ และให้บริการฮาลาลไม่เต็มรูปแบบ หรือให้บริการ

ฮาลาลเฉพาะพื้นที่บางส่วน

ตอนที่ 2: คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ของนักท่องเที่ยวมุสลิม โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดซึ่งมีความหมายของระดับการรับรู้คุณภาพของการให้บริการดังนี้ 1=ระดับน้อยมาก; 2= ระดับน้อย; 3= ระดับปานกลาง; 4= ระดับมาก; 5=ระดับมากที่สุด

สถานที่ท่องเที่ยว	คะแนน				
	1	2	3	4	5
2.1 มีป้ายสัญลักษณ์ฮาลาลที่สามารถพบเห็นได้โดยทั่วไป					
2.2 มีจำนวนมัสดิตเพียงพอ					
2.3. มีความพร้อมของสถานที่และมีสัญลักษณ์บ่งบอกสถานที่ที่เหมาะสมอย่างชัดเจนในพื้นที่เช่นห้างสรรพสินค้าหรือสนามบิน เป็นต้น					
2.4 มีเสียงอะซานหรือมีประกาศเตือนช่วงเวลาละหมาด					
2.5 มีความพร้อมของการให้บริการทางการเงินอิสลาม/ธนาคาร					

2.6 สถานที่ท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ มีแหล่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมสำหรับมุสลิม					
2.7 มัคคุเทศก์มีความรู้และความเข้าใจในกิจกรรมต่างๆของอิสลาม					
2.8 มีความพร้อมของสินค้าที่ระลึกที่ฮาลาล					
2.9 ประชาชนในพื้นที่มีความเข้าใจในกิจกรรมต่างๆของอิสลาม					
สถานที่พักแรม	1	2	3	4	5
2.10 มีสถานที่พักแรมฮาลาลให้บริการ สามารถพบเห็นได้โดยทั่วไป					
2.11 มีสระว่ายน้ำ สปา ในโรงแรมแยกระหว่างหญิงและชาย หรือแยกช่วงเวลาในการใช้สระน้ำ					
2.12 ในห้องพักมีลูกศรกับลัดชี้ทิศไปมัสก๊ะฮ์					
2.13 สถานที่พักแรมมีการจัดเตรียมผ้าปูละหมาด และตารางเวลาละหมาดไว้ให้แขกผู้เข้าพัก					
2.14 ประตูห้องน้ำและปลายเตียงในห้องพักไม่หันทิศไปทางมัสก๊ะฮ์					
2.15 ไม่มีอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นฮารอมอยู่ในตู้เย็นห้องพัก					
2.16 พนักงานแต่งกายเหมาะสมและสุภาพ ตัวอย่างเช่นพนักงานหญิงที่เป็นมุสลิมคลุมฮิญาบ หรือพนักงานหญิงที่ไม่ใช่มุสลิมปกปิดร่างกายอย่างมิดชิด เป็นต้น					
2.17 ไม่มีความบันเทิงที่ไม่เหมาะสมสำหรับมุสลิมในสถานที่พักแรม					
ภัตตาคารหรือร้านอาหาร	1	2	3	4	5
2.18 มีภัตตาคารหรือร้านอาหารฮาลาลให้บริการ สามารถพบเห็นได้โดยทั่วไป					
2.19 มีป้ายสัญลักษณ์ฮาลาลที่เห็นได้ชัดเจนในภัตตาคารหรือร้านอาหาร					
2.20 ไม่มีอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นฮารอมให้บริการในภัตตาคารหรือร้านอาหาร					
2.21 พนักงานแต่งกายเหมาะสมและสุภาพ ตัวอย่างเช่นพนักงานหญิงที่เป็นมุสลิมคลุมฮิญาบ หรือพนักงานหญิงที่ไม่ใช่มุสลิมปกปิดร่างกายอย่างมิดชิด เป็นต้น					
2.22 ไม่มีความบันเทิงที่ไม่เหมาะสมสำหรับมุสลิมในภัตตาคารหรือร้านอาหาร					

ตอนที่ 3: ระดับความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวมุสลิมกรุณาาระบุระดับความคิดเห็นของท่าน โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดซึ่งมีความหมายของคุณภาพของการให้บริการดังนี้ 1=ระดับน้อยมาก; 2= ระดับน้อย; 3= ระดับปานกลาง; 4= ระดับมาก; 5=ระดับมากที่สุด

ความคิดเห็นต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อแบบปากต่อปาก	คะแนน				
	1	2	3	4	5
3.1 ท่านตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในพื้นที่จังหวัดกระบี่และภูเก็ตซ้ำอีกครั้ง					
3.2 ท่านตั้งใจที่แนะนำบอกต่อให้คนใกล้ชิด ครอบครัว ญาติหรือเพื่อนสนิท มาใช้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในพื้นที่จังหวัดกระบี่และภูเก็ต					
3.3 ท่านตั้งใจที่แนะนำบอกต่อให้บุคคลอื่นๆ มาใช้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในพื้นที่จังหวัดกระบี่และภูเก็ต					

ขอขอบคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านได้ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามนี้

สถานที่.....เลขรหัส.....วันที่ / /