

การสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการบริการท่องเที่ยวในประเทศไทย

นุรนูรีนา หมัดแล๊ะ^{1*}, กัญจนวรางค์ เฉลิมเมือง²

^{1*}หลักสูตรการจัดการนวัตกรรมบริการท่องเที่ยวและบริการ คณะบริการและการท่องเที่ยว

²ภาควิชาศุนย์ภาษาต่างประเทศ คณะศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

ผู้ประสานงานหลัก; E-mail: nurnurinamadlaeath@gmail.com

Received: 4 September 2024 Revised: 9 December 2024 Accepted: 9 December 2024

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการบริการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ ได้แก่ การบริการอาหารฮาลาล การรองรับศาสนา และวัฒนธรรม คุณภาพของบริการและการต้อนรับ ความสะอาดและความปลอดภัยและการเข้าถึงการเดินทาง การวิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวมุสลิมที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมุสลิมมีความพึงพอใจในระดับมากต่อการบริการที่รองรับศาสนา และวัฒนธรรม เช่น การจัดให้มีสถานที่ที่เหมาะสม และการให้บริการอาหารฮาลาลที่ได้มาตรฐาน รวมทั้งความพึงพอใจในด้านคุณภาพของบริการและการต้อนรับที่เป็นมิตรและมีประสิทธิภาพ ด้านความสะอาดและความปลอดภัย ของสถานที่ท่องเที่ยวก็ได้รับการตอบรับที่ดี แม้ว่าการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทางยังคงมีความหลากหลายในความคิดเห็น ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาเพิ่มเติม ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาด้านการให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารฮาลาล และการบริการที่ตอบสนองความต้องการทางศาสนา และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวมุสลิมสามารถเพิ่มความพึงพอใจ และส่งเสริมให้การท่องเที่ยวในประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ ความพึงพอใจ, นักท่องเที่ยวมุสลิม, การบริการท่องเที่ยว, ฮาลาล, ความสะอาด

A Survey of Muslim Tourists' Satisfaction with Tourism Services in Thailand

Nurnurina Madlaeh^{1*}, Ganwarang Chalermmuang²

^{1*}Tourism and Service Innovation Management Program, Faculty of Service and Tourism

²Language Center Department, Faculty of Education Siam Technology College

Corresponding Author; E-mail: nurnurinamadlaehth@gmail.com

Received: 4 September 2024 Revised: 9 December 2024 Accepted: 9 December 2024

Abstract

The purpose of this study was to study the level of satisfaction of Muslim tourists with tourism services in Thailand. The factors affecting satisfaction are considered, including halal food service. Religious and cultural accommodating, quality of service and hospitality, cleanliness and safety, and accessibility and travel. The research used data collection methods from a sample of 400 Muslim tourists visiting Thailand. Using questionnaires as a tool to collect data.

The results of the study showed that Muslim tourists have a high level of satisfaction with services that support religion and culture, such as the provision of appropriate prayer places and standard halal food services, as well as satisfaction with the quality of service and friendly and efficient hospitality. The cleanliness and safety of tourist attractions have also received good feedback, although access to attractions and travel are still diverse in opinions, which need to be further developed. The results of the study suggest that the development of information on halal food and services that meet the religious and cultural needs of Muslim tourists can increase satisfaction and promote sustainable tourism growth in Thailand.

Keywords Satisfaction, Muslim Tourists, Tourism Services, Halal, Cleanliness

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมุสลิมเนื่องจากความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความมีเสน่ห์ของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจและสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ในช่วงปีพ.ศ. 2563 นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยสะสมระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม มีจำนวน 6.7 ล้านคน ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีพ.ศ. 2562 ซึ่งอยู่ที่ประมาณ 39.9 ล้านคน หรือหดตัวประมาณร้อยละ 83.2 นอกจากนี้การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้ประเทศไทยสามารถสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงเป็นอย่างมาก โดยในช่วงเดือนมกราคมถึงธันวาคม ปีพ.ศ. 2563 รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติอยู่ที่ 332,013 ล้านบาท ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปีพ.ศ. 2562 ซึ่งอยู่ที่ 1,911,808 ล้านบาทหรือลดลงร้อยละ 82.6 (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) การท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวมุสลิมได้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว (Mohammad et al., 2024) การที่ประเทศไทยมีการพัฒนานโยบายและบริการที่รองรับนักท่องเที่ยวมุสลิมเพิ่มขึ้น เช่น การให้บริการอาหารฮาลาล และการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะทางด้านศาสนา เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความสำคัญของกลุ่มนักท่องเที่ยวนี้ (Jaelani, 2017).

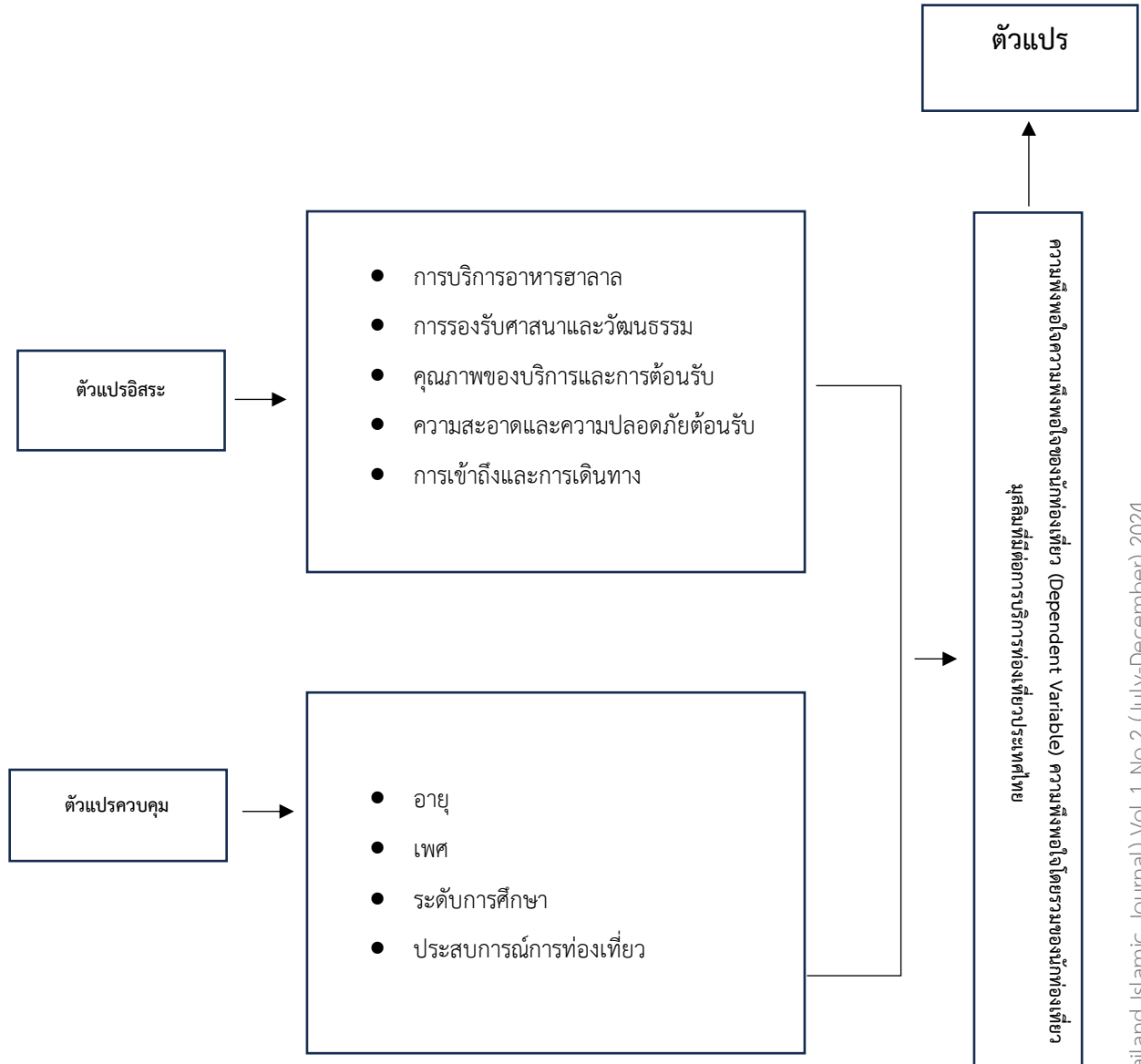
นักท่องเที่ยวมุสลิมมีความต้องการและข้อกำหนดเฉพาะทางศาสนา เช่น อาหารฮาลาล สถานที่ทำละหมาด และการปฏิบัติตามหลักการศาสนา การทำความเข้าใจและตอบสนองความต้องการเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดและรักษานักท่องเที่ยวมุสลิม (Saad et al., 2014) การทราบถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมุสลิมจะช่วยให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถปรับปรุงและพัฒนาบริการให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิมได้ดียิ่งขึ้น (Mohamed et al., 2024) ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการบริการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมุสลิมสร้างรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ การที่นักท่องเที่ยวมุสลิมมีความพึงพอใจสูงจะส่งผลให้การเดินทางและการใช้จ่ายในประเทศไทยเพิ่มขึ้น ซึ่งมีผลดีต่อเศรษฐกิจท้องถิ่น (Ilias et al., 2024)

ดังนั้น การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมุสลิมจะช่วยให้เข้าใจถึงจุดแข็งและจุดอ่อนในการบริการ ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญในการวางกลยุทธ์การตลาดและการพัฒนาบริการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการบริการท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการบริการท่องเที่ยวในประเทศไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการบริการท่องเที่ยวในประเทศไทยในครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร บทความวิชาการ และงานวิจัย ต่าง ๆ โดยเลือกปัจจัยและตัวแปรที่เกี่ยวข้องมาดำเนินการวิจัย

ทั้งนี้เพื่อให้ครอบคลุมในประเด็นต่าง ๆ อย่างครบถ้วนและบรรลุตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการดำเนินการตามขั้นตอน กระบวนการและวิธีวิเคราะห์วิจัย ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรไว้คือ นักท่องเที่ยวมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำนวน 9,988,151 คน ซึ่งเป็นข้อมูลล่าสุดพ.ศ. 2567 ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2562 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567)

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัย ผู้วิจัยจะทำการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม โดยการใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973, pp. 886-887) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% ดังนี้

$$\frac{N}{1+Ne^2}$$

โดย

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องทำการสุ่ม

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

$$N = \frac{9,988,151}{1+(9,988,151) \times (0.05)^2}$$

$$= 399.9 \text{ คน}$$

ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องทำการสุ่มให้ตอบแบบสอบถาม คือ 400 คน

วิธีการสุ่มและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ศึกษาที่กำหนดในการวิจัยครั้งนี้ โดยเลือกสอบถามนักท่องเที่ยวมุสลิมแบบออนไลน์และแบบสุ่มตามสะดวก (Convenience Sampling) รวมทั้งหมด 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ คือ แบบสอบถามนักท่องเที่ยวมุสลิมลักษณะแบบปลายปิด (Closed-End Questionnaires) และแบบสอบถามนักท่องเที่ยวลักษณะแบบปลายเปิด (Open-End

Questionnaires) เพื่อการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการบริการท่องเที่ยวในประเทศไทยของกรุงเทพมหานคร โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

แบบสอบถาม (Questionnaire)

1. แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีชุดคำถามที่ออกแบบมาเพื่อวัดตัวแปรต่าง ๆ เช่น ความพึงพอใจ คุณภาพการบริการ และความคุ้มค่า

2. องค์ประกอบของแบบสอบถาม ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบ เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา กับประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย ใช้มาตรวัด Likert Scale เพื่อวัดความพึงพอใจต่อปัจจัยต่าง ๆ เช่น การบริการอาหารฮาลาล การรองรับศาสนา คุณภาพของบริการ ความสะอาด และการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว คำถามปลายเปิด ให้โอกาสผู้ตอบแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับประสบการณ์และข้อเสนอแนะ และใช้การทดสอบก่อนการใช้งานจริงเพื่อปรับปรุงความชัดเจนและความน่าเชื่อถือของคำถาม

3. แบบสอบถามออนไลน์ (Online Surveys)

การใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือที่สะดวกและรวดเร็วในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายแพลตฟอร์มที่ใช้ Google Forms เป็นต้น

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อการทำวิจัยในครั้งนี้ โดยนำเอาแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมาทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) รายละเอียด ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Content Validity Rest) ซึ่งมีลำดับขั้นตอน ดังนี้

1.1 กำหนดผู้เชี่ยวชาญตัดสิน (Judgmental Process) โดยกำหนดคณะผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตามลักษณะการสร้างแบบสอบถามวัดค่าตัวแปรที่เกี่ยวข้องและลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา

1.2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและปรับปรุงเนื้อหาตามคำแนะนำของคณะกรรมการและนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญทดสอบความตรงของเนื้อหา (A Test of Validity) ด้วยดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item Objective Congruence: IOC) เพื่อให้มีน้ำหนักความสอดคล้องและความเหมาะสมตามกรอบแนวคิดการวิจัยหรือไม่

1.3 นำความเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยการให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 คน ทำการประเมินความเหมาะสมของแต่ละข้อความ ซึ่งเกณฑ์การประเมินได้กำหนดค่าเป็นตัวเลข ดังนี้

+1 หมายถึง ข้อความมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

0 หมายถึง ไม่แน่ใจหรือข้อความนั้นคลุมเครือไม่ชัดเจน

-1 หมายถึง แนใจว่าข้อความไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

1.4 นำคะแนนประเมินจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาเลือกข้อความที่มีค่าดัชนี ความสอดคล้อง (IOC) ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ตามสูตร ดังนี้ (วรัญญาภักทรสุข, 2554)

$$\text{สูตร IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

กำหนดให้ IOC = ดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์

$\sum R$ = ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

การทดสอบความสมบูรณ์ของเครื่องมือ (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างแล้วเสร็จให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหาว่าสอดคล้องกับชื่อเรื่อง

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

2.1 สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้อธิบายความหมายของข้อมูลในลักษณะการบรรยายของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัย

การศึกษานี้ได้การสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการบริการท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยมีการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ที่เข้าร่วมการสำรวจผ่านแบบสอบถามออนไลน์และโดยตรง ผลการวิจัยมีดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการบริการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตารางที่ 1.1 แสดงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการบริการท่องเที่ยวในประเทศไทย การกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่างตามอายุ โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ช่วงอายุ(ปี)	จำนวน(คน)	ร้อยละ(%)
ต่ำกว่า 20	30	15.0%
21-30	180	45.0%
31-40	70	17.5%
41-50	30	15.0%

มากกว่า 50	20	10.0
รวม	400	100.0

ตารางที่ 1.1 พบว่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการบริการท่องเที่ยวในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ช่วงอายุ 21-30 ปี คิดเป็น 45.0% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนรองลงมาคือ ช่วงอายุ 31-40 ปี คิดเป็น 17.5% กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนต่ำสุดคือ ผู้ที่มีอายุมากกว่า 50 ปี คิดเป็น 10.0%

ตารางที่ 1.2 แสดงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการบริการท่องเที่ยวในประเทศไทย การกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่างตามเพศ โดยการใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ(%)
ชาย	220	55.0
หญิง	180	45.0
รวม	400	100.0

ตารางที่ 1.2 พบว่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการบริการท่องเที่ยวในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดคือ เพศชาย 220 คน คิดเป็น 55.0% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนรองลงมาคือ เพศหญิง 180 คน คิดเป็น 45.0%

ตารางที่ 1.3 แสดงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการบริการท่องเที่ยวในประเทศไทย การกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่างตามระดับการศึกษา โดยการใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ(%)
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	150	37.5%
ปริญญาตรี	180	45.0%
ปริญญาโท	50	12.5%
ปริญญาเอก	20	5.0%
รวม	400	100.0



ตารางที่ 1.3 พบว่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการบริการท่องเที่ยวในประเทศไทยกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ระดับปริญญาตรี คิดเป็น 45.0% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนรองลงมาคือ ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็น 37.5% และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนต่ำสุดคือ ระดับปริญญาเอก คิดเป็น 5.0%

ตารางที่ 1.4 แสดงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการบริการท่องเที่ยวในประเทศไทย การกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่างตามประสบการณ์การท่องเที่ยว โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ประสบการณ์การท่องเที่ยว (ครั้ง/ปี)	จำนวน(คน)	ร้อยละ(%)
ไม่เคยเดินทางท่องเที่ยว	20	5.0%
1-2 ครั้ง	180	45.0%
3-4 ครั้ง	170	42.5%
มากกว่า 4 ครั้ง	30	7.5%
รวม	400	100.0

ตารางที่ 1.4 พบว่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการบริการท่องเที่ยวในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยว 1-2 ครั้งต่อปี คิดเป็น 45.0% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนรองลงมาคือผู้ที่เดินทางท่องเที่ยว 3-4 ครั้งต่อปี คิดเป็น 42.5% กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนต่ำสุดคือผู้ที่ไม่เคยเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็น 5.0%

วัตถุประสงค์ที่ 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการบริการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตารางที่ 2.1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริการอาหารฮาลาล

การบริการอาหาร ฮาลาล	\bar{x}	S.D.	ระดับ	ลำดับ
ความหลากหลายของ เมนูอาหารฮาลาล	4.25	0.60	มาก	3
การรับรองมาตรฐานฮา ลาลในร้านอาหาร	4.30	0.55	มาก	2

ความสะอาดของ ร้านอาหาร	4.35	0.58	มาก	1
ความสะอาดในการ ค้นหาร้านอาหารฮาลาล	4.10	0.65	มาก	5
ความพึงพอใจต่อราคา อาหารฮาลาล	4.15	0.62	มาก	4
รวม	4.23	0.55	มาก	

ตารางที่ 2.1 พบว่าค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริการอาหารฮาลาล ระดับความพึงพอใจรวมในด้านการบริการอาหารฮาลาล มีค่าเฉลี่ย 4.23 ซึ่งอยู่ในระดับ มาก ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ในช่วง 0.55-0.65 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสอดคล้องกันในระดับดี และปัจจัยที่ได้รับคะแนนสูงสุดคือความสะอาดของร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ย 4.35 แสดงถึงความสำคัญที่นักท่องเที่ยวให้กับมาตรฐานความสะอาด และปัจจัยที่มีคะแนนต่ำสุดคือ ความสะอาดในการค้นหาร้านอาหารฮาลาล มีค่าเฉลี่ย 4.10 ซึ่งยังคงต้องการพัฒนาด้านการสื่อสารและข้อมูลเพื่อให้นักท่องเที่ยวค้นหาได้ง่ายขึ้น

ตารางที่ 2.2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรองรับศาสนาและวัฒนธรรม

การรองรับศาสนา และวัฒนธรรม	\bar{x}	S.D.	ระดับ	ลำดับ
การจัดการสถานที่ ละหมาด	4.10	0.72	มาก	2
การเรพต่อประเพณีและ วัฒนธรรม	4.25	0.65	มาก	1
การสนับสนุนกิจกรรม ทางศาสนา	3.95	0.85	ปานกลาง	4
ความสะอาดในการหา ข้อมูลเกี่ยวกับฮาลาล	4.05	0.70	มาก	3
รวม	4.09	0.65	มาก	

ตารางที่ 2.2 พบว่าค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริการอาหารฮาลาล ระดับความพึงพอใจรวมในด้านการรองรับศาสนาและวัฒนธรรม ระดับความพึงพอใจรวมในด้านการรองรับศาสนาและวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.09 ซึ่งอยู่ในระดับมาก ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.65 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสอดคล้องกันในระดับปานกลางถึงมากและปัจจัยที่ได้รับคะแนนสูงสุดคือ การเคารพต่อ



ประเพณีและวัฒนธรรมอิสลามมีค่าเฉลี่ย 4.25 ส่วนปัจจัยที่มีคะแนนต่ำสุดคือ การสนับสนุนกิจกรรมทางศาสนา มีค่าเฉลี่ย 3.95

ตารางที่ 2.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพของบริการและการต้อนรับ

คุณภาพของบริการและการต้อนรับ	\bar{x}	S.D.	ระดับ	ลำดับ
ความสุภาพและความเป็นมิตรของพนักงาน	4.30	0.60	มาก	1
ความเอาใจใส่ต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	4.15	0.68	มาก	2
การสื่อสารที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.05	0.75	มาก	4
ความพร้อมในการบริการ	4.10	0.70	มาก	3
ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน	3.95	0.80	ปานกลาง	5
รวม	4.11	0.60	มาก	

ตารางที่ 2.3 พบว่าค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพของบริการและการต้อนรับระดับความพึงพอใจรวมในด้านคุณภาพของบริการและการต้อนรับ มีค่าเฉลี่ย 4.11 ซึ่งอยู่ในระดับมาก

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.60 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสอดคล้องกันในระดับที่น่าพอใจและปัจจัยที่ได้รับคะแนนสูงสุดคือ ความสุภาพและความเป็นมิตรของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.30 แสดงถึงจุดเด่นของการบริการในประเทศไทย และปัจจัยที่มีคะแนนต่ำสุดคือ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.95 ซึ่งบ่งชี้ถึงความจำเป็นในการพัฒนาทักษะการแก้ไขปัญหาของพนักงาน

ตารางที่ 2.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสะอาดและความปลอดภัย

ความสะอาดและความปลอดภัย	\bar{x}	S.D.	ระดับ	ลำดับ
ความสะอาดของที่พัก	4.35	0.55	มาก	1



ความสะอาดของ ร้านอาหาร	4.20	0.60	มาก	3
ความสะอาดของ สถานที่ท่องเที่ยว	4.10	0.65	มาก	4
ความปลอดภัยในที่พัก	4.25	0.58	มาก	2
ความปลอดภัยในพื้นที่ ท่องเที่ยว	4.05	0.70	มาก	5
รวม	4.19	0.55	มาก	

ตารางที่ 2.4 พบว่าค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสะอาดและความปลอดภัยระดับความพึงพอใจรวมในด้านความสะอาดและความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 4.19 ซึ่งอยู่ในระดับมาก ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ในช่วง 0.55 บ่งชี้ว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสอดคล้องกันดี

และปัจจัยที่ได้รับคะแนนสูงสุดคือ ความสะอาดของที่พัก มีค่าเฉลี่ย 4.35 แสดงถึงความสำคัญที่ผู้ให้บริการที่พักในประเทศไทยให้กับมาตรฐานความสะอาดและปัจจัยที่มีคะแนนต่ำสุดคือ ความปลอดภัยในพื้นที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.05 ซึ่งยังคงต้องการการพัฒนาเพิ่มเติมในบางพื้นที่

ตารางที่ 2.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเข้าถึงและการเดินทาง

การเข้าถึงและ การเดินทาง	\bar{x}	S.D.	ระดับ	ลำดับ
ความสะดวกในการ เดินทางไปยังสถานที่ ท่องเที่ยว	4.20	0.65	มาก	
คุณภาพของระบบขนส่ง สาธารณะ	4.10	0.68	มาก	
ความชัดเจนของป้าย บอกทาง	4.05	0.70	มาก	
ความสะดวกในการจอง บริการขนส่ง	4.15	0.62	มาก	
การเข้าถึงข้อมูล เกี่ยวกับการเดินทาง	4.25	0.60	มาก	
รวม	4.15	0.60	มาก	

ตารางที่ 2.5 พบว่าค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเข้าถึงและการเดินทางระดับความพึงพอใจรวมในด้านการเข้าถึงและการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 4.15 ซึ่งอยู่ในระดับมาก ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ในช่วง 0.60 แสดงว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสอดคล้องกันดี และปัจจัยที่ได้รับคะแนนสูงสุดคือ การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 4.25 แสดงถึงความง่ายในการค้นหาข้อมูลการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีคะแนนต่ำสุดคือ ความชัดเจนของป้ายบอกทาง มีค่าเฉลี่ย 4.05 ซึ่งบ่งชี้ว่าควรมีการพัฒนาความชัดเจนเพิ่มเติมเพื่อช่วยนักท่องเที่ยวในการเดินทาง

อภิปรายผล

ตารางที่ 2.1-2.5 พบว่าภาพรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการบริการท่องเที่ยวในประเทศไทย การบริการอาหารฮาลาล นักท่องเที่ยวมุสลิมให้คะแนนความพึงพอใจต่อการบริการอาหาร ฮาลาล สูงสุด (ค่าเฉลี่ย = 4.23, SD = 0.55) การมีอาหารที่ตรงตามหลักการฮาลาลเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ความพึงพอใจสูงขึ้น การรองรับศาสนาและวัฒนธรรม คะแนนความพึงพอใจอยู่ที่ 4.09 (SD = 0.65) ซึ่งรวมถึงการมีห้องละหมาดและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตรงตามวัฒนธรรมมุสลิม คุณภาพของบริการและการต้อนรับ คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.11 (SD = 0.60) ซึ่งแสดงถึงความพึงพอใจที่ดีในด้านการต้อนรับและความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ ความสะอาดและความปลอดภัย คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19 (SD = 0.55) ซึ่งแสดงถึงความพอใจที่ดีในด้านความสะอาดและความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึงและการเดินทาง คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15 (SD = 0.60) การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทางได้รับคะแนนต่ำกว่าปัจจัยอื่น ๆ

การศึกษาที่ผ่านมาพบว่า การบริการอาหารฮาลาลและการรองรับศาสนาเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมุสลิม (ณัจยา แก้วนุ้ยและคณะ, 2019). ผลการศึกษาเชื่อมโยงกับการศึกษาเหล่านี้ โดยยืนยันว่าการบริการอาหารฮาลาลและการรองรับศาสนาเป็นปัจจัยสำคัญ การให้บริการอาหารฮาลาลและการรองรับความต้องการทางศาสนาจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจแก่ลูกค้าชาวมุสลิมในธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ (Jaelani A. 2017) ซึ่งมีผลในการสร้างตลาดที่มีขนาดใหญ่และยั่งยืนได้ในระยะยาว

การศึกษาก่อนหน้านี้ตระหนักถึงความสนใจที่เพิ่มขึ้นในการท่องเที่ยวฮาลาลจากทั้งมุมมองของอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยวฮาลาลสามารถสรุปได้จากที่ ได้รับอนุญาตให้ใช้หรือดำเนินการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ตามคำสอนของศาสนาอิสลาม ดังนั้นความสำเร็จในการพัฒนาและการตลาดจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวฮาลาลจะต้องได้รับการชี้แจงจากการนำคำสอนและหลักการของศาสนาอิสลามมาใช้ในทุกแง่มุมของกิจกรรมการท่องเที่ยว ตัวอย่างทั่วโลกของแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดในปัจจุบัน นอกจากนี้ โอกาสและความท้าทายในการพัฒนาและการตลาดการท่องเที่ยวฮาลาลอีกด้วย (Mohamed et al., 2016) ซึ่งให้เห็นถึง

ความสำคัญของความสะอาดและความปลอดภัยในประสบการณ์การท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษากิจการบริการอาหารฮาลาล ได้รับคะแนนสูงสุด (Ahmed Hamdy and Riyad Eid, 2024)

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการบริการท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้ให้ข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในด้านการบริการอาหารฮาลาล การรองรับศาสนาและวัฒนธรรม คุณภาพของบริการและการต้อนรับ ความสะอาดและความปลอดภัย รวมถึงการเข้าถึงและการเดินทาง

1. การบริการอาหารฮาลาล

ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวมุสลิมให้ความสำคัญกับการบริการอาหารฮาลาล โดยเฉพาะความสะอาดและความหลากหลายของเมนูอาหารฮาลาลที่มีการรองรับมาตรฐานฮาลาลอย่างเคร่งครัด การที่ร้านอาหารและสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการให้บริการอาหารฮาลาลอย่างเพียงพอมีผลต่อความพึงพอใจในระดับสูงของนักท่องเที่ยวมุสลิม.

2. การรองรับศาสนาและวัฒนธรรม

การรองรับศาสนาและวัฒนธรรมมุสลิมได้รับคะแนนสูง โดยนักท่องเที่ยวมุสลิมให้ความสำคัญกับการมีสถานที่ที่เหมาะสม การเคารพในวัฒนธรรมและประเพณีของมุสลิม และการมีบริการที่สอดคล้องกับข้อกำหนดทางศาสนา ความพึงพอใจในด้านนี้มีส่วนสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมุสลิมให้กลับมาเยือนประเทศไทยอีกครั้ง.

3. คุณภาพของบริการและการต้อนรับ

ความเป็นมิตรและการต้อนรับของพนักงานได้รับการตอบรับที่ดีจากนักท่องเที่ยวมุสลิม โดยเฉพาะเรื่องการสื่อสารและความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ อย่างไรก็ตาม การเพิ่มความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการให้บริการจะช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดีขึ้นให้แก่นักท่องเที่ยว.

4. ความสะอาดและความปลอดภัย

ความสะอาดและความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวและบริการต่างๆ ได้รับความพึงพอใจในระดับสูงจากนักท่องเที่ยวมุสลิม ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญในการดูแลและสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวในด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย.

5. การเข้าถึงและการเดินทาง

การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทางยังคงเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ แม้ว่านักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในระดับที่ดี แต่การพัฒนากระบวนการขนส่งและช่องทางในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่สะดวกและรวดเร็ว จะช่วยเพิ่มความสะดวกในการเดินทางของนักท่องเที่ยวมุสลิม.

ข้อเสนอแนะ

1. ควรพัฒนาและปรับปรุงการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่อาหารฮาลาลและบริการที่รองรับศาสนาและวัฒนธรรมมุสลิม เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น

ควรส่งเสริมการฝึกอบรมพนักงานในการให้บริการอย่างมืออาชีพและการต้อนรับที่อบอุ่น เพื่อเพิ่มความพึงพอใจในด้านการบริการ

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบริการที่สะดวกสบายในการเดินทางจะช่วยให้การท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นประสบการณ์ที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิมมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งถัดไป

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวมุสลิมในแต่ละภูมิภาค เช่น ภาคใต้ ภาคเหนือ เป็นต้น

2. ควรศึกษาความพึงพอใจในกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีอายุและพื้นฐานทางเศรษฐกิจต่างกัน เพื่อได้ทราบความแตกต่างของกลุ่มนักท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). เศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวของไทย ปีพ.ศ. 2562.

<https://www.mots.go.th/news/category/585>

ณัฏยา แก้วนุ้ย, เฉลิมเกียรติ วงศ์นิชทวี, และ ณัฐธิกา ศิลาฉาย. (2562). การจัดการร้านอาหารภายใต้มาตรฐานอาหารฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้. *วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 30(3), 46-60.

Ahmed, H., & Eid, R. (2024). Muslim-friendly tourist destination image in travel and hospitality industry: Conceptualization and scale development. *International Journal of Intercultural Relations*, 102(1), 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2023.102043>

Chadwick, R. A. (1994). Concepts, definitions, and measures used in travel and tourism research.

In J. R. B. Ritchie & C. R. Goeldner (Eds.), *Travel, tourism, and hospitality research: A handbook for managers and researchers* (p. 66). John Wiley & Sons.

COMCEC. (2016). *Muslim friendly tourism: Understanding the demand and supply sides in the OIC member countries*. Retrieved from <http://www.comcec.org/wp-content/uploads>

- Kapareliotis, I., Kyriakopoulou, A. C., & Matiatou, M. (2024). Storytelling, or telling the story: Cultural elements for tourist websites. In *Reference module in social sciences*. Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-443-13701-3.00435-7>
- Jaelani, A. (2017). Halal tourism industry in Indonesia: Potential and prospects. *International Review of Management and Marketing*, 7(3), 25–34.
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practices, challenges, and future. *Tourism Management Perspectives*, 19(B), 150–154. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>
- Nematpour, M., Oshriyeh, O., & Ghaffari, M. (2024). Behind the invisible walls: Understanding constraints on Muslim solo female travel. *Tourism Management Perspectives*, 50, 101213. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101213>
- Salaheldeen, M., Battour, M., & Elmashtawy, A. (2024). Halal entrepreneurship: Concepts, practices, challenges, and future trends. In *Reference module in social sciences*. Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-443-13701-3.00164-X>
- Saad, H. E., Ali, B. N., & Abdel Ati, A. M. (2014). Sharia-compliant hotels in Egypt: Concept and challenges. *Advance in Hospitality and Tourism Research*, 2(1), 1–15.