

ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา



อรุณ บิลหลี

ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
พ.ศ. 2562

ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา



คุณูปการนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

อรุณ บิลหลี

ดุชนิพนธ์นี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว

พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(อาจารย์ ดร.วราภรณ์ ดวงแสง)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(อาจารย์ ดร.กิริติ ตระการศิริวานิช)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(อาจารย์ ดร.ปานแพร เขาวนประยูร อุดมรักษาทรัพย์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

ประธานอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

(อาจารย์ ดร.กิริติ ตระการศิริวานิช)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เม่งอำพัน)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

ชื่อเรื่อง	ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา
ชื่อผู้เขียน	นายอรุณ บิลหลี
ชื่อปริญญา	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	อาจารย์ ดร.วราภรณ์ ดวงแสง

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา 2) วิเคราะห์นโยบายและมุมมองของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดสงขลา 3) วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา และ 4) วิเคราะห์ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ 1) หน่วยงานภาครัฐ 2) หน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และ 3) นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

ผลการวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา พบว่า จังหวัดสงขลา มีขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาล เนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความสำคัญต่อการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้แก่ อาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) อีกทั้งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาให้ความสำคัญต่อการพัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

ผลการวิเคราะห์นโยบายและมุมมองของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดสงขลา พบว่า นโยบายที่มีความสำคัญต่อการสร้างขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา คือ 1) การกำหนดนโยบายด้านการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวฮาลาลแบบมีส่วนร่วมทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว 2) การกำหนดนโยบายด้านการกำหนดแผนงานการบริหารจัดการท่องเที่ยวฮาลาลทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว 3) การกำหนดนโยบายด้านการจัดตั้งหน่วยงานบริหารจัดการท่องเที่ยวฮาลาล และ 4) การกำหนดนโยบายด้านการจัดการตลาดที่มีประสิทธิภาพ เพื่อยกระดับขีดความสามารถของจังหวัดสงขลาในการท่องเที่ยวฮาลาล

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีพฤติกรรมการใช้บริการท่องเที่ยวด้านความคาดหวังและความพึงพอใจ “ระดับมาก” และมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา พบว่า จังหวัด

สงขลามีกลยุทธ์เชิงผลักดันด้านยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนจังหวัดสงขลาให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาล

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวฮาลาล, นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม, องค์กรประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As, บทบัญญัติศาสนาอิสลาม, ชีตความสามารถในการท่องเที่ยว



Title	THE CAPABILITIES OF HALAL TOURISM IN SONGKHLA PROVINCE
Author	Mr. Arun Billee
Degree	Doctor of Philosophy in Tourism Development
Advisory Committee Chairperson	Dr. Varaphorn Duangsaeng

ABSTRACT

This study aimed to : 1) explore Halal tourism situation in Songkhla province; 2) analyze policy and point of view of public sector, private sector, and tourism entrepreneurs about Halal tourism management in Songkhla province; 3) analyze behaviors of Muslim tourists visiting Songkhla province; and 4) analyze competitive capabilities in Halal tourism management of Songkhla province. Key informants in this study consisted of : 1) public sector, 2) private sector and tourism entrepreneurs, and 3) tourists visiting Songkhla province.

Regarding Halal tourism situation in Songkhla province, it was found that the situation there reflected effectiveness on the support to make Songkhla province has Halal tourism capabilities. This was because Songkhla province had convenience facilities important to the responsiveness to needs of Muslim tourists such as Halal food and divine worship place. Also, tourism entrepreneurs there put the importance on the improvement of convenience facilities to be consistent with Islamic doctrine.

According to an analysis of policy and point of view of the public / private sectors and tourism entrepreneurs about the management of Halal tourism in Songkhla province, it was found that the following were important to the capability creation for Halal tourism in Songkhla province : 1) the policy determination on participatory Halal tourism operation among the public sector, the private sector, and tourism entrepreneurs; 2) the policy determination on Halal tourism management planning for short term, medium term, and long term; 3) the policy determination on the establishment of Halal tourism management section; and 4) the policy determination on effective marketing management to elevate potential in Halal tourism of Songkhla province. Findings also showed that Muslim tourists visiting Songkhla province had a high level of expectation and

satisfaction with tourism service using. Besides, it was found that Songkhla province had proactive strategies to make the province be a center of Halal tourism.

Keywords : Halal tourism, Muslim tourists, 5As of tourism industry component, Islamic doctrines, tourism competencies



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ฐ
สารบัญตารางผนวก.....	ฒ
สารบัญภาพผนวก.....	ณ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
วัตถุประสงค์ของงานวิจัย.....	6
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	7
ขอบเขตการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ.....	10
บทที่ 2 การตรวจเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	12
ทฤษฎีการปรับตัวของสังคม.....	13
แนวคิดองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.....	18
แนวคิดการท่องเที่ยวฮาลาล.....	20
แนวคิดบทบัญญัติศาสนาอิสลาม.....	32
แนวคิดการตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	37
แนวคิดการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขัน.....	61
บริบทของจังหวัดสงขลา.....	68

นโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะที่ผ่านมา	87
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	122
ระเบียบวิธีวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาสถานการณ์ การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัด สงขลา	122
ระเบียบวิธีวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อวิเคราะห์นโยบายและมุมมองของ หน่วยงานภาครัฐ และ ภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัด สงขลา	127
ระเบียบวิธีวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยว จังหวัดสงขลา	133
ระเบียบวิธีวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อวิเคราะห์ขีดความสามารถ ในการท่องเที่ยวฮาลาลของ จังหวัดสงขลา	140
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์	143
ตอนที่ 1 สถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา.....	144
ตอนที่ 2 นโยบายและมุมมองของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และ ผู้ประกอบการธุรกิจ ท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาล ในจังหวัดสงขลา.....	162
ตอนที่ 3 วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยว จังหวัดสงขลา.....	168
ตอนที่ 4 วิเคราะห์ขีดความสามารถในท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา	194
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	211
สรุปการวิจัย	211
อภิปรายผลการวิจัย.....	215
ข้อเสนอแนะ	223
ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไป	225
บรรณานุกรม.....	227
ภาคผนวก.....	233
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....	234

ภาคผนวก ข	แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure interview).....	236
ภาคผนวก ค	แบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่าแบบจัดประเภท (Category rating scale)	238
ภาคผนวก ง	ภาพประกอบงานวิจัย.....	265
ประวัติผู้วิจัย.....		269



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ความแตกต่างมาตรฐานฮาลาลกับมาตรฐานทั่วไป	30
ตารางที่ 2 สรุปแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1-12 (พ.ศ.2504-2564)	99
ตารางที่ 3 เพศ	169
ตารางที่ 4 อายุ	169
ตารางที่ 5 สถานภาพ	170
ตารางที่ 6 ระดับการศึกษา	170
ตารางที่ 7 อาชีพ	171
ตารางที่ 8 ลักษณะการเดินทาง	172
ตารางที่ 9 จำนวนสมาชิกในการเดินทางมาท่องเที่ยว	172
ตารางที่ 10 ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวสงขลา	173
ตารางที่ 11 วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว.....	173
ตารางที่ 12 การมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา	174
ตารางที่ 13 ระยะเวลามาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา.....	174
ตารางที่ 14 ปัจจัยในการตัดสินใจตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา	175
ตารางที่ 15 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา	176
ตารางที่ 16 งบประมาณในการมาท่องเที่ยว	176
ตารางที่ 17 การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ.....	177
ตารางที่ 18 ความสามารถในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาล	177
ตารางที่ 19 ภูมิสำเนา.....	178
ตารางที่ 20 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	179
ตารางที่ 21 ความสามารถในการเข้าถึง	180

ตารางที่ 22	สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว	182
ตารางที่ 23	ที่พัก.....	184
ตารางที่ 24	กิจกรรม	185
ตารางที่ 25	สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	187
ตารางที่ 26	ความสามารถในการเข้าถึง	188
ตารางที่ 27	สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว	189
ตารางที่ 28	ที่พัก.....	191
ตารางที่ 29	กิจกรรม	192
ตารางที่ 30	วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก (SWOT Analysis).....	200
ตารางที่ 31	วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน	201
ตารางที่ 32	วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก.....	202
ตารางที่ 33	แบบวิเคราะห์สภาพแวดล้อมปัจจัยภายใน (Internal Factors Analysis Summary : IFAS).....	204
ตารางที่ 34	แบบวิเคราะห์สภาพแวดล้อมปัจจัยภายนอก (External Factors Analysis Summary : EFAS).....	206
ตารางที่ 35	ผลการวิเคราะห์โทว์แมทริกซ์ (TOWS Matrix).....	208

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบทฤษฎีวิจัย (Theoretical framework).....	18
ภาพที่ 2 ความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม	23
ภาพที่ 3 ความสำคัญของอุปสงค์การท่องเที่ยว	41
ภาพที่ 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว.....	51
ภาพที่ 5 ความสัมพันธ์ของความจำเป็นกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	51
ภาพที่ 6 กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว	54
ภาพที่ 7 แบบสรุปลักษณะความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์.....	58
ภาพที่ 8 แนวคิดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว (A model of destination competitiveness).....	64
ภาพที่ 9 แบบวิเคราะห์ SWOT analysis	67
ภาพที่ 10 วิวัฒนาการท่องเที่ยวไทย ปี พ.ศ. 2492-2504.....	102
ภาพที่ 11 วิวัฒนาการท่องเที่ยวไทย ปี พ.ศ. 2504-2534.....	103
ภาพที่ 12 วิวัฒนาการท่องเที่ยวไทย ปี พ.ศ.2535-2564.....	104
ภาพที่ 13 สรุปลโยบายระดับจังหวัด	112
ภาพที่ 14 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	121
ภาพที่ 15 เครื่องหมายระบุทิศทาง (ละหมาด) ประเทศไทย ตรงกับทิศตะวันตก	149
ภาพที่ 16 ร้านอาหารฮาลาลบริเวณหาดชลาทัศน์และหาดสมิหลา อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา .	150
ภาพที่ 17 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด) หรือ มัสยิด.....	152
ภาพที่ 18 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)	155
ภาพที่ 19 ผลวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและ สภาพแวดล้อมภายนอก (SWOT Analysis)..	203
ภาพที่ 20 ผลการวิเคราะห์โทว์แมทริกซ์ (TOWS Matrix).....	209

ภาพที่ 21 องค์ประกอบขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา.....222



สารบัญตารางผนวก

หน้า

ตารางผนวกที่ 1 วิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC: Index of item-Objective congruence แบบสอบถามมาตรฐานประเมินค่าแบบจัดประเภท (Category rating scale).....	259
ตารางผนวกที่ 2 ผลการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) แบบสอบถามมาตรฐานประเมิน ค่าแบบจัดประเภท (Category rating scale).....	263



สารบัญภาพผนวก

	หน้า
ภาพผนวกที่ 1 สถานที่สำหรับทำน้ำละหมาดก่อนปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด).....	266
ภาพผนวกที่ 2 พรหมสำหรับปูละหมาด	266
ภาพผนวกที่ 3 ชุดแต่งกายสำหรับปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด).....	267
ภาพผนวกที่ 4 ป้ายแสดงสถานที่สำหรับปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)	267
ภาพผนวกที่ 5 ประกาศตารางเวลาละหมาดหรือปฏิบัติ	268
ภาพผนวกที่ 6 ร้านอาหารฮาลาลย่านเศรษฐกิจสำคัญของอำเภอหาดใหญ่ ถนนประชาธิปไตย..	268



บทที่ 1

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก รัฐบาลในแต่ละประเทศจึงให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อขยายส่วนแบ่งทางการตลาดท่องเที่ยวของโลก เพื่อสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวทั่วโลกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศตนเพิ่มมากขึ้น ภารกิจด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นภารกิจที่ถูกผสมผสานกลมกลืนไปกับการพัฒนาประเทศในทุกมิติ ดังนั้น การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศต่างๆ จึงได้มีการบูรณาการงานด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งหากประเทศใดมีแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่ชัดเจนบนพื้นฐานของเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง โครงสร้างพื้นฐานที่ดี ทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์ และบุคลากรภาคการท่องเที่ยวมีศักยภาพ จะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้ประเทศนั้นๆ มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวของตนให้เติบโตได้อย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558: ระบบออนไลน์)

ศูนย์วิจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวได้มีการสรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวในภาพรวมปี 2559 และคาดการณ์สถานการณ์ท่องเที่ยวปี 2560 (ไตรมาส 1) ไว้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีอัตราการเติบโตขึ้นร้อยละ 9 หรือมีจำนวน 32.6 ล้านคน สามารถสร้างรายได้ 1.65 ล้านล้านบาท โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลายด้านทั้งด้านบวกและด้านลบ กล่าวคือ ปัจจัยด้านบวก ได้แก่ ค่าเงินดอลลาร์ที่แข็งค่า และการทำการตลาดเชิงรุกของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษ จึงส่งผลดีที่ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น รวมทั้งการจัดการตลาดที่กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ และการกระจายการท่องเที่ยวจากเมืองหลักสู่เมืองรอง และการตลาดแบบเจาะกลุ่มตลาดเป้าหมายมากขึ้น สำหรับสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยในปี 2560 (ไตรมาสที่ 1 มกราคม-มีนาคม) มีการคาดการณ์ว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย 9.3 ล้านคน มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 2 และสามารถสร้างรายได้ 5 แสนล้านบาท โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่อัตราเพิ่มขึ้นอย่างสังเกตเห็นได้ชัดเจน คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลาง โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 2 แสนคน มีรายได้ 1.4 หมื่นล้านบาท (ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว, 2560: ระบบออนไลน์)

ปัจจุบันศักยภาพของตลาดนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีอัตราการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยทั้งโลกมีประชากรมุสลิม 1.57 พันล้านคน คิดเป็นร้อยละ 23 ของจำนวนประชากรโลก โดยมีมุสลิมร้อยละ 20 อยู่ในทวีปเอเชีย ซึ่งประเทศที่มีมุสลิมมากที่สุด คือ ประเทศอินโดนีเซีย 203 ล้านคน

มาเลเซีย 17 ล้านคน ปากีสถาน 174 ล้านคน อินเดีย 161 ล้านคน บังกลาเทศ 145 ล้านคน อีกทั้งประเทศที่ไม่ใช่ประเทศมุสลิมที่มีชาวมุสลิมอาศัยอยู่รวมกันถึง 300 ล้านคน เช่น ประเทศจีน 22 ล้านคน ประเทศรัสเซีย 16 ล้านคน และประเทศเยอรมนี 4 ล้านคน และเมื่อกล่าวถึงภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีการรวมกลุ่ม 10 ประเทศ มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 600 ล้านคน และมีประชากร 300 ล้านคนที่นับถือศาสนาอิสลาม จากจำนวนของประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามดังกล่าว ประเทศไทยสามารถช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดท่องเที่ยว (Tourism market share) โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากประเทศอินโดนีเซีย เนื่องจากเป็นประเทศที่มีประชากรมุสลิมมากที่สุดในโลกและยังเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน โดยร้อยละ 20 หรือ 40 ล้านคน จัดอยู่ในกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงและนิยมออกเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยประเทศไทยมีปัจจัยสนับสนุนเนื่องจากระยะการเดินทางที่สะดวกและใกล้ โดยใช้เวลาเพียง 3 ชั่วโมง และราคาไม่แพง เป็นต้น (สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (International institute for Trade and Development : ITD), 2560)

จากสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีอัตราการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีกลุ่มนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่างๆ ที่สำคัญ ซึ่งได้แก่ อาเซียน เอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ ยุโรป อเมริกา เอเชียใต้ โอเชียเนีย ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ที่มีความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวและใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จากรายงานของศูนย์วิจัยตลาดการท่องเที่ยว (2560: ระบบออนไลน์) พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันออกกลาง โดยมีอัตราการเติบโต 12 % และสามารถสร้างรายได้ 1.4 หมื่นล้านบาท ซึ่งมีความสอดคล้องกับการคาดการณ์ของ Crescent rating (Global muslim travel index, 2016: Online) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจะมีอัตราการเติบโตจากเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 168 ล้านคนในปี 2020 และจะสามารถสร้างมูลค่าทางการท่องเที่ยว 200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยได้จำแนกเหตุผลของการเดินทางได้ 4 ลักษณะ คือ 1) การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (Visiting friend and relative :VFR) 75% 2) การเดินทางเพื่อแสวงบุญ (Haji and umrah) 10% 3) การเดินทางเพื่อธุรกิจ (Business) 10% และ 4% การเดินทาง อื่นๆ (Other) 5% อีกทั้งประเทศไทยได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยติดใน 10 อันดับ (Non-oic destinations) ของประเทศจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่ไม่เป็นสมาชิกขององค์การความร่วมมืออิสลาม (Organization of the Islamic cooperation หรือ OIC) ได้แก่ 1) สิงคโปร์ 2) ไทย 3) อังกฤษ 4) แอฟริกาใต้ 5) ฝรั่งเศส 6) เบลเยียม 7) ฮองกง 8) สหรัฐอเมริกา 9) สเปน และ 10) ไต้หวัน ซึ่งประเทศไทยมีคะแนนเฉลี่ยเป็นอันดับ 2 (59.2) รองจากประเทศสิงคโปร์ (65.1) (Crescent Rating, 2015: Online) ด้วยบทบัญญัติของศาสนาทำให้การจัดการการ

ท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจำเป็นต้องจัดการบนพื้นฐานของบทบัญญัติ ซึ่งเรียกว่า การท่องเที่ยวฮาลาล (Halal tourism)

การท่องเที่ยวฮาลาล (Halal tourism) จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อของชาวมุสลิม ครอบคลุมในมิติของ สถานที่พักอาศัย อาหาร และเครื่องดื่ม เช่น การบริการอาหารฮาลาล ซึ่งประกอบด้วยเนื้อสัตว์ที่ผ่านกระบวนการเชือดอย่างถูกวิธี ปราศจากส่วนผสมที่ต้องห้ามตามบทบัญญัติศาสนาอิสลาม การบริการอาหารเครื่องดื่มที่ปราศจากส่วนผสมของแอลกอฮอล์ และเนื้อสุกร การประกาศเวลาละหมาดในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับจัดสถานที่ในการละหมาด การบริการสปาและสรวาย แยกส่วนชายและหญิงอย่างชัดเจน การระบุทิศทางละหมาด (กิบลัต) ในห้องพักและการบริการพรมละหมาด (ศราวูมิ อารีย์, 2559: ระบบออนไลน์)

บทบัญญัติศาสนาอิสลาม เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารและการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเป็นอย่างมาก เนื่องจากบทบัญญัติดังกล่าวเป็นหลักปฏิบัติที่สำคัญในการส่งเสริมให้ประชากรมุสลิมสามารถดำรงชีวิตได้เป็นสุข การท่องเที่ยวจึงเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ประชากรมุสลิมมีความสุข ในการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจะมีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว โดยการพิจารณาถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

การวิจัย เรื่อง ชีตความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา นับว่ามีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศและจังหวัดสงขลา กอปรกับการพยากรณ์ขององค์การการท่องเที่ยวโลกที่ได้พยากรณ์ไว้ว่า จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวน 1,600 ล้านคน ในปี 2563 ซึ่งกลุ่มประเทศเป้าหมายคือ กลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก อีกทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่จำนวนเติบโตขึ้น ร้อยละ 12 และสามารถสร้างรายได้ 1.4 หมื่นล้านบาท ตามรายงานของ Crescent rating และศูนย์วิจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว นอกจากนี้จากผลการศึกษาเรื่อง ศาสนาอิสลามกับการท่องเที่ยว ของ Din (1989: 542-563) ได้กล่าวว่า ตามหลักของศาสนาอิสลามแล้ว พบว่า มีหลักปฏิบัติของศาสนาตามหลักคำสอนของศาสดาที่กระตุ้นให้มุสลิมเดินทางอย่างมีจุดหมาย โดยเริ่มจากการเดินทางเพื่อประกอบพิธีฮัจญ์ (Hajj) อีกทั้งการเดินทางที่มีจุดหมายด้วยจิตวิญญาณเพื่อระลึกถึงความยิ่งใหญ่ของพระเจ้าของตนโดยผ่านทางเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น และได้พัฒนาการเดินทางมาเป็นการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันพระศาสดามูฮัมหมัดก็ได้สอนในเรื่องการปฏิบัติตนในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีที่ต้องดูแลเอาใจใส่ต่อผู้มาเยี่ยมเยียน และผลการวิจัยที่ปรากฏข้อค้นพบที่น่าสนใจ คือ นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ไม่ใช่ประเทศมุสลิมเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซียที่ประเทศมาเลเซียเป็นประเทศมุสลิม

จากสถิติการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวประเทศไทยในปีที่ 2559 ที่ผ่านมามีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากเป็นอันดับ 2 คือ นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย มีจำนวนทั้งสิ้น 3.5 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 มีรายได้ 9.2 หมื่นล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 (ศูนย์วิจัยตลาดด้านการท่องเที่ยว) และมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในจังหวัดสงขลาในเดือนมกราคม พ.ศ.2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 1.1 ล้านคน มีรายได้ 2,090 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558: ระบบออนไลน์) และในเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยว จากกลุ่มประเทศตะวันออกกลางและกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย ประเทศสิงคโปร์ และประเทศอินโดนีเซีย มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาทั้งสิ้น 1.4 ล้านคน

นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่รัฐบาลให้ความสำคัญโดยได้มีมติให้การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ และให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยวโดยกำหนดในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ในด้านการผลักดันการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศให้มีขีดความสามารถในการรองรับการเข้ามาใช้บริการของนักท่องเที่ยวในอนาคต

ภาคใต้เป็นภูมิภาคหนึ่งของประเทศไทย เป็นภูมิภาคที่ขนานด้วยทะเลอ่าวไทยและทะเลอันดามัน ประกอบด้วย 14 จังหวัด เป็นภูมิภาคที่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์เป็นภูเขาและทะเล ซึ่งนับว่าเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี อีกทั้งมีขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม ศาสนาที่มีความหลากหลาย ซึ่งขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และศาสนา ที่มีความน่าสนใจในการศึกษาเพื่อส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องกับการพัฒนาขององค์กรต่างๆ ที่กล่าวว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่มีอัตราเติบโตอย่างต่อเนื่อง คือ นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ก่อปรกัภาคใต้มีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามเป็นจำนวนมาก และจังหวัดที่มีจำนวนประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามเป็นอันดับ 2 ร้อยละ 35.11 พร้อมกับมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย การคมนาคมสะดวกต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว นั่น คือ จังหวัดสงขลา

จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีความหลากหลายทางทรัพยากรท่องเที่ยวที่สามารถนำมาจัดการการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้เป็นอย่างดี การมุ่งจัดการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดสงขลา นั้น ยังสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย (พ.ศ. 2558-2560) ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว กลยุทธ์ที่ 2.2.7 การท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม ทั้งนี้จังหวัดสงขลาเป็น 1 ใน 10 จังหวัดท่องเที่ยวหลักของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีจำนวนทั้งสิ้น 4.2 ล้านคนครั้ง ในปี 2559 และสร้างรายได้ 29.2 ล้านบาทเป็นอันดับที่ 6

รองจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดภูเก็ต จังหวัดกระบี่ จังหวัดชลบุรี ตามลำดับ (งานแถลงข่าว แนวโน้มสถานการณ์การท่องเที่ยว ปี 2560 ไตรมาส 1 มกราคม-มีนาคม)

จังหวัดสงขลาเป็น 1 ใน 10 ของ จังหวัดนำร่องในการจัดการบริการอาหารฮาลาล สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2551) และในปี พ.ศ. 2554 กรมการท่องเที่ยวได้จัดทำรายชื่อสถานประกอบการบริการฮาลาลโดยครอบคลุม 19 จังหวัด ซึ่งจังหวัดสงขลามีสถานประกอบการบริการฮาลาล 9 แห่ง คิดเป็นอันดับสองจาก 19 จังหวัด รองจากจังหวัดกระบี่ (กรมการท่องเที่ยว กองพัฒนาการท่องเที่ยวและบริการ, 2560: ระบบออนไลน์) ที่จะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดสงขลา อันจะก่อให้เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี และจังหวัดสงขลามีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 33.42 เป็นอันดับที่ 2 จากประชากรที่นับถือศาสนาพุทธ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) ที่กระจายตัวครอบคลุมทั้ง 16 อำเภอ อีกทั้งจังหวัดสงขลามีจุดแข็งทั้งด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย กิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นแหล่งการค้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญของภูมิภาค และเป็นศูนย์กลางการคมนาคมที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวภาคใต้ตอนล่าง (แผนพัฒนาจังหวัดสงขลา พ.ศ. 2557-2560) อันนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามก่อให้เกิดความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้เป็นอย่างดี และเป็นการจัดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

ข้อมูลข้างต้นสามารถอธิบายได้ว่า การวิจัยขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา เป็นการวิจัยที่มุ่งศึกษามิติในการสร้างความได้เปรียบในการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ของจังหวัดสงขลาให้มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา อีกทั้งเมื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของจังหวัดสงขลาพบว่า จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่อยู่ทางภาคใต้ของประเทศไทยมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศมาเลเซีย มีด่านพรมแดน 3 ด่าน คือ 1) ด่านปาดังเบซาร์ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ติดต่อกับรัฐเปอร์ลิส ประเทศมาเลเซีย 2) ด่านสะเดา อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ติดต่อกับรัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย 3) ด่านบ้านประกอบ อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา ติดต่อกับรัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย ซึ่งด่านพรมแดนทั้ง 3 ด่าน เป็นช่องทางในการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวมาเลเซีย อินโดนีเซีย และสิงคโปร์ ในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังจังหวัดสงขลา โดยใช้เวลา 1-2 ชั่วโมง จากด่านพรมแดนทั้ง 3 ด่าน มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

นอกจากนี้ยังมีสายการบินที่เปิดเที่ยวบินตรงจากประเทศมาเลเซีย ประเทศสิงคโปร์ มายังท่าอากาศยานนานาชาติหาดใหญ่ อาทิ เช่น สายการบินไทยแอร์เอเชีย สายการบินไทเกอร์แอร์ไลน์ เป็นต้น ในการเป็นช่องทางในการอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศสิงคโปร์ มาท่องเที่ยวยังจังหวัดสงขลา โดยใช้เวลา 2-3 ชั่วโมง ในการมา

ท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา กอปรกับมีโครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย (Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle : IMT-GT) ในเวทีระดับรัฐมนตรี ครั้งที่ 22 ระยะ 5 ปี (2560-2564) ผลักดันเส้นทางท่องเที่ยว “ไทย-อินโดนีเซีย-มาเลเซีย” คือ เส้นทางท่องเที่ยว อาแจห์-ป็นัง-ภูเก็ต-หาดใหญ่-3 จังหวัด (ปัตตานี ยะลา นราธิวาส) เพื่อยกระดับความร่วมมือในการพัฒนาการท่องเที่ยว ฮาลาล และเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าที่มีศักยภาพ และการเชื่อมโยงโครงสร้างการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศความร่วมมือ ให้มาท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่ามูลค่าตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่เดียวกันจำนวนของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมยังเปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุดและมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้มีบทบาทวิถีทางศาสนาอิสลามซึ่งเป็นหลักการปฏิบัติตนที่ดี จึงทำให้มีความต้องการทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป การจัดบริการการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมนี้ต้องมีหลักการวางแผนและการพิจารณาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม จึงมีคำถามงานวิจัย ว่า

1. สถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลาเป็นอย่างไร
2. นโยบายและมุมมองของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดสงขลาเป็นอย่างไร
3. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาเป็นอย่างไร
4. ชีตความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลาเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

การวิจัย เรื่อง ชีตความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา
2. เพื่อวิเคราะห์นโยบายและมุมมองของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดสงขลา
3. เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา
4. เพื่อวิเคราะห์ชีตความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

ประโยชน์ที่ได้รับ

การวิจัยเรื่อง ชีตความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา มีประโยชน์ด้านวิชาการและประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติดังนี้

1. ระดับนโยบาย

1.1 หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา สำนักงานเทศบาลนครสงขลา สำนักงานเทศบาลนครหาดใหญ่ สถาบันฮาลาลมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ตลอดจนจังหวัดสงขลา สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดนโยบายและวางแผนยุทธศาสตร์ นำผลการวิจัยไปพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา ทั้งในด้านการจัดบริการสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก การจัดการที่พัก และการจัดกิจกรรม ที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม อันจะเป็นการผลักดันให้จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาล (Halal tourism hub) ของภูมิภาคเอเชียในอนาคต

1.2 การวิจัยชีตความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อปัจจัยด้านความคาดหวังและปัจจัยด้านความพึงพอใจ ทั้งปัจจัยที่ประสบผลสำเร็จและปัจจัยที่ต้องมีการปรับปรุงและพัฒนา ดังนั้นเพื่อเป็นการสร้างชีตความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลาให้มีพฤติกรรมการใช้บริการที่มีความพึงพอใจอย่างสูงสุด จึงสามารถนำปัจจัยที่ต้องปรับปรุงและพัฒนา มาจัดการพัฒนาได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ อันก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อจังหวัดสงขลาและนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

2. ระดับปฏิบัติ

2.1 หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ สมาคมมัคคุเทศก์ สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยว สมาคมสมาพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยว สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว สมาคมการค้าการท่องเที่ยวฮาลาลไทยอาเซียน หอการค้าจังหวัดสงขลา สามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาและประยุกต์การท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม อันเป็นการยกระดับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

2.2 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ทั้งธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจที่พัก ธุรกิจบริษัทนำเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาธุรกิจให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม อีกทั้งส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและเกิดการยอมรับต่อการให้บริการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาที่ไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ชีตความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา ได้มีการกำหนดขอบเขตงานวิจัยออกเป็น 5 ด้าน เพื่อสร้างความเข้าใจในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัย ชีตความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา แบ่งวัตถุประสงค์ในการวิจัยออกเป็น 4 วัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา เป็นการศึกษาในประเด็นของแนวโน้มการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา ในด้านทรัพยากรท่องเที่ยวหลัก (Resource endowment) และทรัพยากรสนับสนุน (Resource deployment) โดยการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยการเข้าสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย

2. เพื่อวิเคราะห์นโยบายและมุมมองของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาล มุ่งศึกษาความคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา อีกทั้งนโยบายระดับประเทศ และนโยบายระดับจังหวัด เพื่อวิเคราะห์และสรุปชีตความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

3. วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ศึกษาในประเด็นของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาในการใช้บริการท่องเที่ยว ตามแนวคิดองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As โดยศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในการสร้างชีตความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา อันจะก่อให้เกิดการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้อย่างสอดคล้องต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของจังหวัดสงขลา

4. วิเคราะห์ชีตความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา วัตถุประสงค์ข้อนี้เป็นการวิเคราะห์ชีตความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา โดยอาศัยข้อมูลจากการวิจัย โดย 1) วิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว (A model of destination competitiveness) 2) เครื่องมือวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก (SWOT Analysis) 3) แบบวิเคราะห์สภาพแวดล้อมปัจจัยภายใน (Internal Factors Analysis Summary :IFAS) 4) แบบวิเคราะห์สภาพแวดล้อมปัจจัยภายนอก (External Factors Analysis Summary :EFAS) และ 5) แบบวิเคราะห์โทว์แมททริกซ์ (TOWS Matrix)

2. ขอบเขตด้านตัวแปร

การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดตัวแปรออกเป็น 2 ตัวแปร ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (Independent variable) ประกอบด้วย

1.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวหลัก คือ องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) ที่พัก (Accommodations) และกิจกรรม (Activities)

1.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวสนับสนุน คือ บทบัญญัติศาสนาอิสลาม ได้แก่ อาหารฮาลาลและการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) โดยการปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด) จะศึกษาสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด) เนื่องจากการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ต้องมีสถานที่สำหรับการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ที่มีความเหมาะสม

2. ตัวแปรตาม (Dependent variables) ได้แก่ ความคาดหวังต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As และความพึงพอใจขององค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As

3. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่

1.1 หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 7 คน ได้แก่ 1) ผู้ว่าราชการจังหวัดสงขลา 2) รองนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา 3) นายกเทศมนตรีนครสงขลา 4) รองนายกเทศมนตรีนครหาดใหญ่ 5) ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา 6) รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่ (สงขลา-สตูล) และ 7) ผู้อำนวยการสถาบันฮาลาลมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

1.2 หน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว จำนวน 9 คน ได้แก่ 1) นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาและกรรมการผู้จัดการโรงแรมไชน่าการ์เด้นท์ 2) นายกสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพจังหวัดสงขลาและกรรมการผู้จัดการบริษัทนิวเฟรนด์ทัวร์ 3) นายกสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาและกรรมการผู้จัดการบริษัทนิวเอเชียทัวร์จำกัด 4) นายกสมาคมสมาพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา 5) นายกสมาคมการค้าการท่องเที่ยวฮาลาลไทยอาเซียน 6) กรรมการผู้จัดการโรงแรมหาดใหญ่ราม่า 7) กรรมการที่ปรึกษาหอการค้าจังหวัดสงขลา 8) เจ้าหน้าที่บริหารงานบริษัทหาดใหญ่เจอร์นี่ทัวร์ และ 9) กรรมการผู้จัดการภัตตาคารอาหารฮาลาลหาดใหญ่

2. นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 404 คน โดยใช้การคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่ไม่สามารถนับจำนวนได้(Infinite population) กำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557: 46-47)

4. ขอบเขตด้านสถานที่

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัย ได้พิจารณาเลือกจังหวัดสงขลาในการดำเนินการวิจัย ด้วยเหตุผลดังนี้

1. จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคศาสตร์ที่เอื้ออำนวยต่อการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาล

2. จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางในการคมนาคมขนส่งของภาคใต้ตอนล่างและมีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

3. จังหวัดสงขลามีด่านพรมแดน 3 ด้าน ที่เป็นช่องทางในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย

4. จังหวัดสงขลามีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีสนับสนุนการท่องเที่ยวฮาลาล ทั้งทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางทะเล ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต อีกทั้งยังเป็นจังหวัดที่มีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามร้อยละ 33.42 และมีกระจายอยู่ทั่วไปของพื้นที่ทั้ง 16 อำเภอ มีมัสยิด (สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจละหมาด) ที่กระจายอยู่จำนวน 392 มัสยิด (สำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดสงขลา, 2560: ระบบออนไลน์) อีกทั้งจังหวัดสงขลาเป็น 1 ใน 10 จังหวัดนำร่องในการรับรองมาตรฐานบริการอาหารฮาลาล (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2551)

จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลได้ เนื่องจากมีทรัพยากรท่องเที่ยว ภูมิศาสตร์ที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยวฮาลาล มีสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) และมีอาหารฮาลาลที่มีการกระจายครอบคลุมทั้ง 16 อำเภอของจังหวัดสงขลา

นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจการวิจัยเรื่อง ชีตความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยนิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

ฮาลาล (Halal) คือ สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาที่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถใช้บริการได้โดยไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

ฮะรอม (Haram) คือ สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาที่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมไม่สามารถใช้บริการได้ (สิ่งต้องห้าม) โดยขัดแย้งกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

อาหารฮาลาล คือ อาหารที่ศาสนาอิสลามอนุมัติให้ผู้ที่นับถือศาสนาอิสลามหรือมุสลิมสามารถรับประทานได้

การปฏิบัติศาสนกิจ คือ การละหมาด หรือ การนมัสการพระเจ้า (อัลลอฮ์) วันละ 5 เวลา ในสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)ที่เหมาะสม

สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ คือ สถานที่สำหรับปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ได้แก่ มัสยิด ห้องละหมาด หรือสถานที่ที่เหมาะสม

มุสลิม (Muslim) คือ สรรพนามที่ใช้เรียกคนผู้นับถือศาสนาอิสลาม

นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม คือ คนที่นับถือศาสนาอิสลามทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เดินทางออกจากภูมิลำเนา ทั้งระดับอำเภอ ระดับจังหวัด ระดับประเทศ และระดับต่างประเทศ ที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาโดยการใช้บริการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา ทั้งทรัพยากรหลัก (Resource endowment) และทรัพยากรสนับสนุน (Resource deployment) ของจังหวัดสงขลา

การท่องเที่ยวฮาลาล คือ กิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา คือ ความสามารถของจังหวัดสงขลาในการจัดบริการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

พฤติกรรมการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม คือ คุณลักษณะการให้บริการด้านความคาดหวังและความพึงพอใจ ที่มีต่อสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ความสามารถในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ที่พัก และกิจกรรม ที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม คือ สิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีความต้องการล่วงหน้าต่อการใช้บริการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ความสามารถในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ที่พัก และกิจกรรม ที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม หากการบริการสามารถตอบสนองตามความต้องการตามที่คาดการณ์ไว้ล่วงหน้าได้ ก็จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจและความเชื่อมั่นและเกิดการรับรู้

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม คือ ความคุ้มค่าและความสุขของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่ได้รับจากการใช้บริการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ความสามารถในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ที่พักและกิจกรรม ที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

บทที่ 2

การตรวจเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่อง “ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา” ได้ใช้ทฤษฎีและแนวคิดเพื่อเป็นพื้นฐานในการวิจัยซึ่งครอบคลุมแนวคิดและทฤษฎีดังนี้

1. ทฤษฎีการปรับตัวของสังคม
2. แนวคิดองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
3. แนวคิดการท่องเที่ยวฮาลาล
 - 3.1 ความหมายของการท่องเที่ยวฮาลาล
 - 3.2 การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม
 - 3.3 สถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ขัดต่อทบัญญัติศาสนาอิสลาม
 - 3.4 การจัดการที่พักและการนัดหมายการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว
 - 3.5 การปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) สำหรับนักท่องเที่ยว
 - 3.6 การจัดการบริการอาหารและเครื่องดื่มที่สอดคล้องต่อทบัญญัติศาสนาอิสลาม
4. แนวคิดทบัญญัติศาสนาอิสลาม
 - 4.1 องค์ประกอบของศาสนาอิสลาม
 - 4.2 ระบบโครงสร้างอิสลาม
 - 4.3 อัตลักษณ์ของอิสลาม
5. แนวคิดการตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
 - 5.1 การตลาดบริการ
 - 5.2 อุปสงค์ทางการท่องเที่ยว
 - 5.3 คุณภาพในการบริการ
 - 5.4 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว
 - 5.5 ความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
 - 5.6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว
 - 5.7 กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว
 - 5.8 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว
6. แนวคิดการวิเคราะห์ขีดความสามารถของแหล่งท่องเที่ยว
 - 6.1 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว
 - 6.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน

7. บริบทของจังหวัดสงขลา
8. นโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยว
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีการปรับตัวของสังคม

1. ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม

ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม (Functional – structural theory) เกิดขึ้นภายหลังศตวรรษที่ 1960 ความคิดว่าสังคมเป็นเหมือนกับสิ่งมีชีวิต หรือเป็นองค์กรวมอินทรีย์ (Organ) โดยนักคิดรุ่นก่อนๆ คิดอีกทั้งความเชื่อแบบ ปฏิฐานนิยมที่เน้นข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อเอามายืนยันสมมติฐานต่างๆ และความเชื่อในเรื่องที่ว่าเราจะอธิบายความจริงได้ด้วยเหตุผลทางวิทยาศาสตร์ ได้เสื่อมความนิยมลง บรรดานักคิดจึงหันไปเน้นเรื่องของความเป็นเหตุเป็นผล (Rationality) ซึ่งมีฐานมาตั้งแต่ยุคสมัยของ ค้านท์ ในความเชื่อในเรื่องความเป็นเหตุเป็นผล ได้เกิดนักคิดกลุ่มหนึ่งที่ตั้งคำถามเกี่ยวกับความเป็นเหตุเป็นผล คือ นักสังคมวิทยาในทฤษฎีโครงสร้างนิยม กลุ่มนักคิดโครงสร้างนิยมหันมาสนใจเรื่องของสังคมในฐานะ ระบบ ที่เกิดจากความจริงเกี่ยวกับสังคมโดยรวม เขาเชื่อว่ามีสิ่งที่เป็นโครงสร้าง บางอย่างซ่อนอยู่ในทุกสังคมและโครงสร้างนี้แสดงให้เห็นหน้าที่ของส่วนต่างๆ ที่เป็นระบบเกี่ยวข้องกัน โดยนักคิดกลุ่มนี้มองว่า สังคม คือ ส่วนต่างๆ ของโครงสร้างที่เชื่อมโยงกันเข้าด้วยกัน แต่ละสังคมมีโครงสร้างที่คล้ายกันไม่มากก็น้อย การทำงานของความคิดหรือสมองมนุษย์ (Human mind) มีโครงสร้างโดยมนุษย์ไม่รู้ตัว โครงสร้างนั้นเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับโครงสร้างที่กำหนด พฤติกรรมมนุษย์และความสัมพันธ์ของสถาบันสังคม (สุภาวงศ์ จันทรวานิช, 2557: 137-138)

ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม มีนักวิชาการที่สำคัญในการวางรากฐานของทฤษฎี คือ Durkheim, E., Malinowski, B. และ Radcliffe-Brown, A. R. โดยแต่ละคนได้เสนอทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยมไว้ดังนี้

Durkheim ได้เสนอประเด็นที่สำคัญได้แก่ 1) สังคมมนุษย์เป็นองค์ภาวะ (Entity) โดยตัวของมันเอง เป็นส่วนรวมขององค์ประกอบต่างๆ ที่รวมกันเป็นสังคม มีความเป็นเอกลักษณ์ มีความต้องการ มีโครงสร้าง 2) สังคมเป็นระบบอินทรีย์ระบบหนึ่งที่ปฏิบัติหน้าที่สนองความต้องการจำเป็นทั้งหมดในระบบหนึ่ง 3) ถ้าระบบสังคม สามารถตอบสนองความจำเป็น (Functional need) ของระบบได้แล้ว สังคมหรือระบบก็จะอยู่ในสภาวะปกติ แต่ถ้าไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ สังคมก็จะไม่ปกติหรือเจ็บป่วยเป็นโรค 4) จุดต่างๆ ของสังคม หากได้รับการตอบสนอง ระดับการตอบสนองเกิดความเท่าเทียมกัน ความสมดุลของสังคมก็เกิด ก่อให้เกิดสังคมดุลยภาพ (equilibrium) (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2551: 27-29)

นอกจากนี้ เด็กไฮม์ ยังได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ นิยมว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีโครงสร้างและหน้าที่ในตัวของมันเอง โดยกิจกรรมการท่องเที่ยว นั้นมีหน้าที่ในการส่งเสริมให้ผู้คนในสังคมเกิดความสัมพันธ์ ซึ่งก่อให้เกิดประสบการณ์ทางสังคมที่ สร้างมิตรภาพและความเป็นปึกแผ่นของสังคม ที่ก่อให้เกิดคนในสังคมนั้นๆ มีความสุขและปราศจากความ ทุกข์ (สุภางค์ จันทรวาณิช, 2557: 137-174)

Radcliffe–Brown, A. R. เป็นนักมานุษยวิทยาตอนต้นคริสต์ศตวรรษที่ 20 ที่ได้รับอิทธิพล ความคิดอินทรีย์นิยม (Organicism) จากเดอร์ไฮม์ โดยเรดคลิฟท์-บราวน์ ไม่ใช่คำว่าหน้าที่ (Function) แต่จะใช้คำว่า โครงสร้างมากกว่า โดยมีฐานคติ ได้แก่ 1) ภาวะจำเป็นในการดำรงอยู่ของ สังคม คือ การบูรณาการของส่วนต่างๆ อย่างน้อยต้องมีขั้นต่ำสุดและขั้นสูงสุดแต่จะไม่มีการบูรณา การไม่ได้หากจะให้สังคมดำรงชีวิตอยู่ได้ 2) หน้าที่ (Function) หมายถึง กระบวนการต่างๆ ที่ ดำเนินการไปเพื่อบำรุงรักษาบูรณาการ (Integration) หรือความมั่นคง (Solidarity) และ 3) ผลต่างๆ ของโครงสร้างในแต่ละสังคมจะแสดงให้เห็นว่า ได้มีส่วนอำนวยความสะดวกแห่งบูรณาการหรือความ มั่นคงนี้ได้อย่างชัดเจน โดยชี้ให้เห็นว่า โครงสร้างทางสังคมและภาวะเงื่อนไขที่จำเป็นเป็นสิ่งสำคัญต่อ การดำรงอยู่ของสังคม (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2551: 30-31)

Malinowski, B. เป็นนักมานุษยวิทยาคนแรกที่ได้ทดลองนำเอาหน้าที่นิยมมาใช้กับอินทรีย์ นิยม หลักความคิดในการวิเคราะห์สังคม คือ องค์ประกอบต่างๆ ของวัฒนธรรมทุกส่วนทำหน้าที่ สนองความต้องการจำเป็นของมนุษย์และวัฒนธรรม “ทัศนะของหน้าที่นิยมที่มีต่อวัฒนธรรมเน้นหลัก สำคัญที่ว่าประเพณีทุกอย่าง วัฒนธรรมทุกอย่าง ความคิดทุกความคิด ความเชื่อทุกความเชื่อของ วัฒนธรรม สนองตอบความต้องการจำเป็นหรือทำหน้าที่อย่างใดอย่างหนึ่ง มีหน้าที่จะต้องทำหรือเป็น ตัวแทนของส่วนที่จะขาดเสียไม่ได้ในวัฒนธรรมนั้น”

จุดเด่นในความคิดหน้าที่นิยมของ มาลินอว์สกี อยู่ที่แนวโน้มส่วนลด (Reductionistic tendencies) คือ แนวการวิเคราะห์ของเขาจะเริ่มมีความต้องการจำเป็นของแต่ละคน ได้แก่ 1) อาหาร 2) ที่อยู่อาศัย และ 3) การมีลูกหลาน ความจำเป็นดังกล่าวจึงต้องมีการรวมตัวกันเป็นชุมชน หรือกลุ่มสังคม หรือแม้แต่การสร้างสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมขึ้นก็ด้วยสาเหตุอันเดียวกัน แต่สัญลักษณ์ ทำหน้าที่ควบคุมให้บุคคลต้องปฏิบัติหรือกระทำตามแบบที่กำหนดเพื่อให้สามารถสนองความต้องการ จำเป็นได้อย่างเป็นระเบียบและมีประสิทธิภาพ อีกทั้งได้มีการกล่าวว่า

1. สังคมเป็นระบบอย่างหนึ่ง ที่มีความจำเป็นที่ระบบต้องตอบสนองให้ได้ เพื่อระบบจะ สามารถมีชีวิต
2. สังคมเป็นระบบ ภาวะสมดุลและภาวะพึ่งพาอาศัยกันระหว่างส่วนต่างๆ (Homeostasis)

3. สังคมจะต้องประกอบด้วยส่วนประกอบที่มีความสัมพันธ์กัน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์นี้จะต้องมุ่งที่การตอบสนองต่อความต้องการจำเป็นของส่วนประกอบนั้นๆ เพื่อบำรุงรักษาภาวะปกติและภาวะดุลยภาพของระบบ และ

4. สังคมเป็นการเชื่อมโยงส่วนต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กัน จึงทำให้เกิดการวิเคราะห์เชิงเหตุ (Causal analysis) ที่มักจะก่อให้เกิดความคลุมเครือนำมาซึ่งปัญหาความขัดแย้งและไร้ความเป็นธรรมเกิดขึ้นในสังคม (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2551: 31-33)

นอกจากนี้ทัลคอตต์ พาร์สัน (Talcott Parsons) ได้กล่าวถึงหน้าที่พื้นฐานของมนุษย์ ที่ประกอบด้วยพื้นฐาน 4 ประการ (สุเทพ สุนทรเกสัช, 2540: 95-96)

1. การปรับตัว (Adaptation) ระบบจำเป็นต้องปรับให้เข้าสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายนอกจะต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม และปรับสภาพแวดล้อมให้สอดคล้องกับความต้องการต่างๆ ของระบบ

2. การบรรลุเป้าหมาย (Goal Attainment) ระบบจะต้องมีการกำหนดและดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายหลักต่างๆ

3. การบูรณาการ (Integration) ระบบจำเป็นต้องกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆ และจะต้องจัดการความสัมพันธ์ระหว่างพื้นฐานอีก 3 ประการ คือ การปรับตัว การบรรลุเป้าหมายและการรักษาแบบแผน

4. การธำรงไว้ซึ่งแบบแผน (Latency หรือ Pattern maintenance) ระบบจะต้องทำให้เกิดธำรงไว้และฟื้นฟู แรงจูงใจของปัจเจกบุคคลและแบบแผนทางวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดและธำรงไว้ซึ่งแรงจูงใจดังกล่าว

ซึ่งทั้ง 4 ประการมีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กันกับระบบปฏิบัติการ ได้แก่ อินทรีย์ทางชีววิทยา (biological organism) ซึ่งเป็นระบบการปฏิบัติการที่จัดการหน้าที่ในการปรับตัวโดยการปรับและการเปลี่ยนรูปของโลกภายนอกระบบบุคลิกภาพ (personality system) ทำหน้าที่การบรรลุเป้าหมาย โดยการกำหนดเป้าหมายของระบบ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายต่าง ระบบสังคม (social system) ดูแลเกี่ยวกับหน้าที่ทางด้านบูรณาการ โดยการควบคุมส่วนต่างๆ ที่เป็นองค์ประกอบของระบบ และระบบวัฒนธรรม (cultural system) ทำหน้าที่ในการธำรงไว้ซึ่งแบบแผน โดยการกำหนดบรรทัดฐานและค่านิยมของผู้ปฏิบัติ เพื่อเป็นสิ่งจูงใจให้มีการปฏิบัติ (สุเทพ สุนทรเกสัช, 2540: 96)

โดยสรุป แนวคิดของทัลคอตต์ พาร์สัน (Talcott Parsons) การเปลี่ยนแปลงของสังคม เกิดจากระบบย่อยของสังคมมีลักษณะแตกต่างกันออกไปหรืออยู่ในกระบวนการที่ก่อให้เกิดความแตกต่าง (Differentiation) ทำให้ต้องมีการปรับตัวมากกว่าเดิม ต้องเพิ่มความสามารถในการปรับตัว (Adaptive Upgrading) และต้องมีการบูรณาการระบบย่อยต่างๆ สังคมก็จะค่อยๆ เปลี่ยนแปลงในลักษณะวิวัฒนาการ (สุภางค จันทวานิช, 2557: 171)

กล่าวโดยสรุปทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม เป็นทฤษฎีที่เกิดขึ้นโดยเชื่อว่าการกระทำทุกอย่างของสังคม มักจะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เพื่อบำรุงรักษาความสงบสุขของสังคมและเกิดดุลยภาพของสังคม โดยสังคมแต่ละสังคมมักจะมี ความแตกต่างกันและมักจะมีเหตุผลในตัวของมันเองเสมอที่อาจจะก่อให้เกิดความขัดแย้งหรือความไม่เป็นธรรมของสังคมนั้นๆ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ส่วนประกอบต่างๆ ของสังคมต้องปฏิบัติหน้าที่ที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อก่อให้เกิดภาวะสมดุลของสังคม

ดังนั้นทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยมจึงมีความสำคัญในการเป็นทฤษฎีที่อธิบายกิจกรรมการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ ที่มีความโดดเด่นคือ การบริโภคอาหารฮาลาลและการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ในระหว่างการท่องเที่ยว โดยสถาบันเศรษฐกิจ (ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว) ต้องศึกษาความต้องการนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว เพื่อนำมากำหนดอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) ทางการท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมและก่อให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ อีกทั้งยังเป็นทฤษฎีหนึ่งที่น่าสนใจในการจัดการให้สังคมนั้นๆ มีความสงบสุขและมีดุลยภาพ ซึ่งทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยมนั้นได้มีการจำแนกองค์ประกอบของสังคม ไว้ 6 สถาบันด้วยกัน ได้แก่ 1) สถาบันครอบครัว ทำหน้าที่ผลิตดูแลสมาชิก 2) สถาบันพิธีกรรม ทำหน้าที่ควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ 3) สถาบันการเมือง เช่น ประชาธิปไตย อนาธิปไตย 4) สถาบันศาสนา มีหลักคำสอนให้มนุษย์ยึดถือ 5) สถาบันอาชีพ ทำให้เกิดการแบ่งงานเป็นส่วนๆ ในสังคม 6) สถาบันเศรษฐกิจ มีการแบ่งระบบเป็นระบบทาส ระบบศักดินา และแรงงานเสรี เป็นต้น สถาบันสังคมเหล่านี้เกิดจากความจำเป็นของสถานการณ์เกี่ยวกับหน้าที่และโครงสร้างของสังคม สำหรับในประเด็นความสัมพันธ์ของสังคมนั้นหมายถึง ความร่วมมือกันโดยแรงผูกพันของ กายภาพและใช้ภาษาเป็นสื่อกลาง และจากนี้ยังต้องอาศัยการสำนึกที่จะทำให้สังคมมีความสุข

ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม สามารถนำมาเป็นทฤษฎีในการศึกษาและค้นหาแนวทางการศึกษาความสามารถของจังหวัดสงขลาในการท่องเที่ยวฮาลาล ซึ่งการท่องเที่ยวฮาลาลนั้น เป็นระบบการท่องเที่ยวที่นำทฤษฎีศาสนาอิสลามมาเป็นพื้นฐานในการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ซึ่งบัญญัติศาสนาอิสลามนั้นเป็นองค์ประกอบหนึ่งของสังคม ที่ปรากฏในสถาบันศาสนาและสถาบันพิธีกรรม ที่ทำหน้าที่ในการควบคุมความประพฤติ และสั่งสอนให้มนุษย์เป็นคนดี อันจะก่อให้เกิดสังคมที่มีความสงบสุขและมีดุลยภาพ อีกทั้งเมื่อพิจารณาถึงพื้นฐานของทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม 4 ประการ (AGIL) คือ

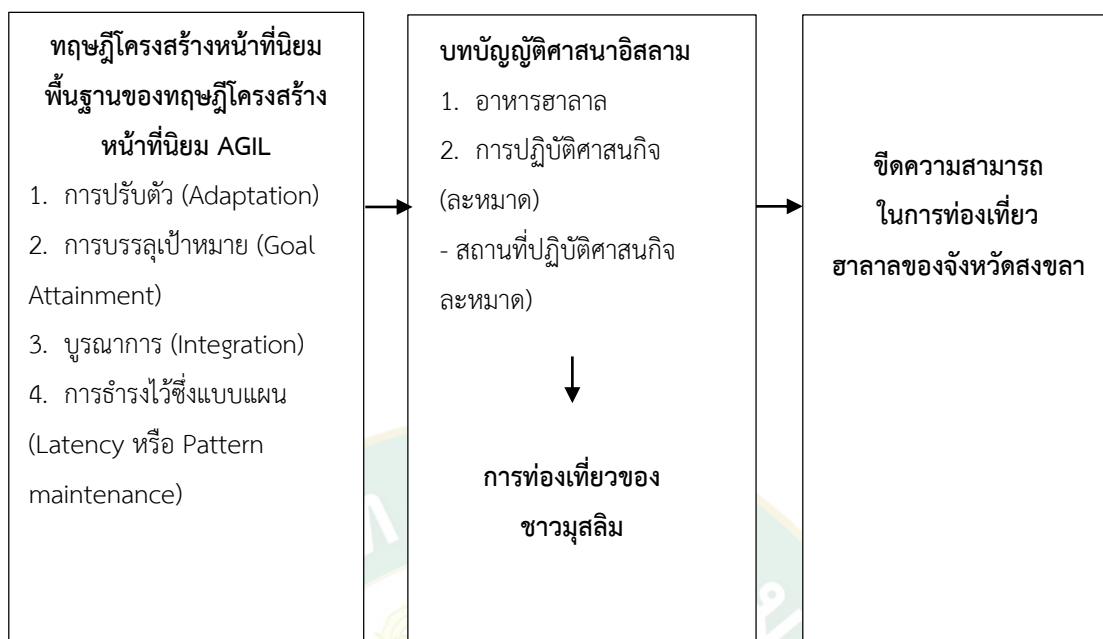
1. การปรับตัว(Adaptation) การท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีความโดดเด่นจากนักท่องเที่ยวอื่น ๆ

2. การบรรลุเป้าหมาย (Goal Attainment) จากการปรับการตัวของการท่องเที่ยวที่มีการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่สอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม เป็นผลทำให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถบรรลุเป้าหมายของการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความสุข

3. บูรณาการ (Integration) จากการปรับตัว การบรรลุเป้าหมาย นำมาสู่การบูรณาการขององค์ประกอบต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดความสัมพันธ์กันของระบบการท่องเที่ยว

4. การดำรงไว้ซึ่งแบบแผน (Latency หรือ Pattern maintenance) การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเป็นการท่องเที่ยวที่นำบทบัญญัติศาสนาอิสลามมาเป็นพื้นฐานในการจัดการท่องเที่ยว หากมีการจัดการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการและสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม อันก่อให้เกิดและดำรงไว้ซึ่งแบบแผนและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

ดังนั้น นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมนับได้ว่าเป็นอีกหนึ่งสังคมที่ต้องการมีความสุขในการดำรงชีวิต ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยมจึงมีความสำคัญต่อการสร้างให้สังคมชาวมุสลิมมีความสุข การท่องเที่ยว นับว่าเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่ส่งเสริมให้มนุษย์มีความสุข ที่มีสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามที่ได้สนับสนุนให้ประชาชาติอิสลาม (ชาวมุสลิม) เดินทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษาและเรียนรู้ในความเมตตาของพระเจ้า (อัลลอฮ์) ที่ได้สร้างสรรค์ความสวยงามและสิ่งมีชีวิตต่างๆ มาบนโลกนี้ เพื่อให้ประชาชาติอิสลาม (ชาวมุสลิม) มีความภาคภูมิใจในหลักความเชื่อของตน โดยบทบัญญัติที่มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความชัดเจน คือ บทบัญญัติเรื่องอาหารฮาลาลและการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) อันส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความสุขต่อการท่องเที่ยวที่ไม่ขัดกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม และเป็นการสร้างดุลยภาพให้กับสังคมอย่างสงบสุขและเป็นสังคมที่อุดมสุข และส่งผลให้จังหวัดสงขลามีขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาล โดยมีกรอบทฤษฎีการวิจัย ดังภาพที่ 1.ต่อไป



ภาพที่ 1 กรอบทฤษฎีวิจัย (Theoretical framework)

แนวคิดองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการผสมผสานสินค้าและบริการต่างๆ ซึ่งผลิตโดยส่วนใหญ่ของสินค้าทางการท่องเที่ยวนั้นมักเป็นในลักษณะของสินค้านามธรรม (Intangible) แต่จะปรากฏในลักษณะการสื่อความหมายให้เกิดคุณค่าทางจิตใจ และบริการที่นักท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

Collier and Harraway (1997: 18) ได้กล่าวว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะบรรลุวัตถุประสงค์ได้นั้นต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) สิ่งดึงดูดใจเกิดจากสถานที่ (Site) และเหตุการณ์ (Event) สถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติสร้างขึ้น หรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจนั้นเกิดจากมนุษย์สร้างขึ้นเพียงอย่างเดียว

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ความสะดวกสบายที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างสะดวกรวดเร็วและปลอดภัยนั้นเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ดังนั้นการสร้างปัจจัยที่เป็นพื้นฐานในการผลิตโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) เช่น ระบบสาธารณูปโภค ระบบขนส่ง ระบบการสื่อสาร โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น

3. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบการขนส่ง (Transportation) ซึ่งประกอบด้วย เส้นทาง (The way) พาหนะ (The vehicle) สถานี (The terminal) และผู้ประกอบการ (The carrier) เป็นการอำนวยความสะดวกในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งเที่ยวต่างๆ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542: 45) กล่าวว่า การท่องเที่ยวจะบรรลุวัตถุประสงค์ได้นั้นต้องประกอบด้วยปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการ ดังต่อไปนี้

1. ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งดึงดูดใจในการให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมสถานที่นั้นๆ
2. ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวยังแหล่งเที่ยวนั้นๆ เพื่อให้เกิดความประทับใจ
3. ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางคมนาคมเข้าถึง (Accessibilities) เส้นทางหรือโครงข่ายคมนาคมที่สามารถเข้าถึงเส้นทางแหล่งเที่ยวนั้น และสามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงด้วย

นอกจากนี้การท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จได้นั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ประกอบที่สำคัญ 5 ประการ หรือที่เรียกกันว่า 5As ได้แก่ (กุลวดี ละม้ายเงิน, 2551: 27)

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) หมายถึง ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ หรือมีลักษณะชวนตา ชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว อันมีสาเหตุมาจากมีความงามตามธรรมชาติ เช่น ชายหาดขาว แนวปะการังที่มีสีสันสวยงาม รวมทั้งปลาชนิดต่างๆ ป่าที่มีพันธุ์ไม้หายากชนิด หรือความงามที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ทะเลสาบ รีสอร์ทในหุบเขา
2. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities) หมายถึง การที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและใกล้ชิด ถึงแม้แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามแต่ขาดความสะดวกในการเข้าถึง นักท่องเที่ยวจะไม่เดินทางไปเที่ยวชม หน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้างการคมนาคมที่สะดวกสบาย
3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับ คือ ความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกโครงสร้างพื้นฐานขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ไฟฟ้า ประปา ถนน ระบบการสื่อสารต่างๆ
4. ที่พัก (Accommodations) หมายถึง การเดินทางเที่ยวนั้น สิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการคือ ที่พักแรม เนื่องจากในการเดินทางไปท่องเที่ยวบางครั้งอาจมีการนอนพักค้างภายใน

แหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวควรมีการจัดบริการที่พักแรมภายในแหล่งท่องเที่ยวด้วย

5. กิจกรรม (Activities) หมายถึง กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสุขสนทนและเพลิดเพลินต่อการท่องเที่ยว เช่น การเดินป่า การล่องแก่ง การพายเรือ การจัดงานรื่นเริง การบายศรีสู่ขวัญ การรับประทานอาหาร การช้อปปิ้ง การถ่ายรูป เป็นต้น จากที่กล่าวมาข้างต้นองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ การวิจัยขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา ได้เลือกใช้องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As ซึ่งประกอบด้วย 1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) 2) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities) 3) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) 4) ที่พัก (Accommodations) และ 5) กิจกรรม (Activities) เป็นแนวคิดในการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา และกล่าวได้ว่าแนวคิด 5As เป็นทรัพยากรหลัก (Resource endowment) ในการวิจัยครั้งนี้

แนวคิดการท่องเที่ยวฮาลาล

1. ความหมายของการท่องเที่ยวฮาลาล

การท่องเที่ยวฮาลาล (Halal tourism) นับว่าเป็นเรื่องใหม่สำหรับการจัดการบริการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ที่จะต้องมีการให้บริการทางด้านการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามตั้งแต่เริ่มต้นเดินทางจนถึงสิ้นสุดการเดินทาง โดยเฉพาะการบริการอาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) และภาคส่วนอื่นๆ ที่เข้ามาสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถใช้บริการทางการท่องเที่ยวได้อย่างสมบูรณ์ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวสามารถใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกดังกล่าวได้อย่างสะดวกและมีความมั่นใจ

อีกทั้งปัจจุบันการท่องเที่ยวฮาลาลยังเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม เพราะประชากรมุสลิมโลกมีมากกว่า 1,600 ล้านคน หรือคิดเป็น 1 ใน 4 ของประชากรโลก ซึ่งคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 1 ใน 3 (26.5%) ของประชากรโลกในปี 2030 จากข้อมูลรายงานของ Crescent Rating Global Muslim Travel Index (2017) พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นนั้นเป็นกลุ่มวัยรุ่นเป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ในการเดินทางท่องเที่ยว ที่จะก่อให้เกิดมูลค่าการท่องเที่ยว 200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีจำนวนนักท่องเที่ยว 150 ล้านคน ในปี 2020 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2014 คิดเป็น 11% และนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมนั้นเป็นการส่งเสริมจากบทบัญญัติศาสนาอิสลามที่

สนับสนุนให้เดินทางสัมผัสกับความยิ่งใหญ่ของพระเจ้า (อัลลอฮ์) ที่เป็นผู้สร้างสรรค์สิ่งทั้งหลายในโลกนี้ แต่อย่างไรก็ตามการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังมีความเป็นอัตลักษณ์ที่มีความโดดเด่นจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีการปฏิบัติตนตามบทบัญญัติศาสนาอิสลามทั้งในขณะที่อยู่ที่พำนักและเดินทางท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด เพื่อก่อให้เกิดการรับรู้ถึงความหมายของการท่องเที่ยวฮาลาลที่ชัดเจนมากขึ้น จึงขออธิบายความหมายของการท่องเที่ยวฮาลาลไว้ดังนี้

การท่องเที่ยวฮาลาล คือ กิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมุสลิมที่ไม่ขัดต่อหลักความเชื่อและเป็นการเดินทางที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางและเป็นการยอมรับตามหลักการศาสนา (บทบัญญัติศาสนาอิสลาม)

การท่องเที่ยวฮาลาล คือ ความพยายามที่มุ่งเน้นความสำคัญของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมและที่ไม่ใช่มุสลิม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มชาวมุสลิม พัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ และสร้างความแข็งแกร่งระหว่างองค์กรและความร่วมมือระหว่างหน่วยงานรัฐบาลในโลกมุสลิม

การท่องเที่ยวฮาลาล คือ การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อของชาวมุสลิม สถานที่ ผลิตภัณฑ์ (สถานที่พักอาศัย อาหาร และเครื่องดื่ม) มิติต่างๆ เช่น การบริการอาหารฮาลาล ซึ่งประกอบด้วยเนื้อสัตว์ที่ผ่านกระบวนการเชือดอย่างถูกวิธีปราศจากส่วนผสมที่ต้องห้ามตามหลักศาสนา การบริการอาหารเครื่องดื่มที่ปราศจากส่วนผสมของแอลกอฮอล์และเนื้อสุกร การประกาศเวลาละหมาดในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับจัดสถานที่ในการละหมาด การบริการสปาและสระว่ายน้ำ แยกส่วนชาย-หญิงอย่างชัดเจน การระบุทิศทางละหมาด (กิบลัต) ในห้องพัก การบริการพรมละหมาด (ศราวูมิ อารีย, 2559: ระบบออนไลน์)

การท่องเที่ยวฮาลาล คือ การเสนอโปรแกรมท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับการออกแบบมาให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม (Nursanty, 2013: 1)

จากนิยามของการท่องเที่ยวฮาลาลข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปนิยามภายใต้มุมมองของผู้วิจัยได้ คือ การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่ไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม กล่าวคือ การบริโภคอาหารและเครื่องดื่มฮาลาล การปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ในระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ตั้งแต่เริ่มต้นเดินทางท่องเที่ยวจนกระทั่งสิ้นสุดการเดินทางท่องเที่ยว

ดังนั้น การจัดการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ต้องให้ความสำคัญในการจัดบริการด้านอาหารฮาลาลและการจัดบริการสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) อันเป็นการบริการที่สอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

2. การจัดการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

การท่องเที่ยวฮาลาล (Halal tourism) เป็นกระแสที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน เนื่องจากผลสำรวจของสำนักงาน Crescent rating พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเป็นกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อสูงในอนาคตและอัตราเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นเพื่อก่อให้เกิดการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จึงได้มีการศึกษาทฤษฎีจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในการเดินทางท่องเที่ยว จึงได้มีการแบ่งความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมไว้ 3 ประเภท (Fazal, 2014) ได้แก่

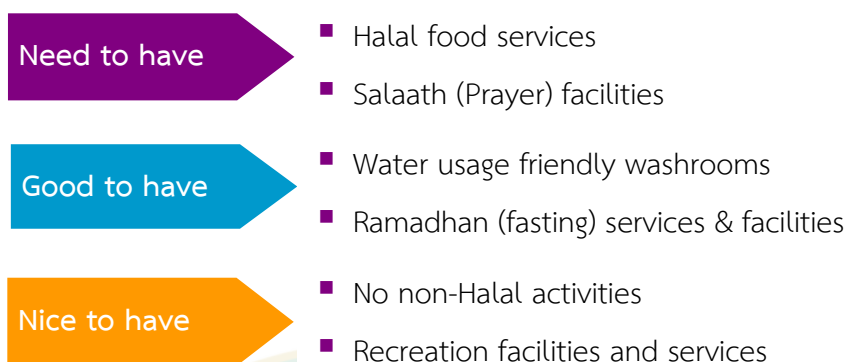
1. สิ่งอำนวยความสะดวก “ที่ต้องมี Need to have” สิ่งอำนวยความสะดวกที่ จำเป็นต้องมีในการให้บริการการท่องเที่ยว ได้แก่ อาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) โดยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจสายการบิน โรงแรม รีสอร์ท ห้างสรรพสินค้า แหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น จำเป็นต้องมีการจัดการหรืออำนวยความสะดวกทั้ง 2 ประการที่กล่าวมาข้างต้น ก็จะเป็นปัจจัยที่สำคัญของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในการกำหนดเป้าหมายการท่องเที่ยวและใช้บริการทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่ไม่ขัดต่อทฤษฎีจิตวิทยา

2. สิ่งอำนวยความสะดวก “ดีที่จะมี Good to have” สิ่งอำนวยความสะดวก ดีที่จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในข้อนี้เมื่อพิจารณาแล้วจะมีความสำคัญน้อยกว่าสิ่งอำนวยความสะดวกที่ จำเป็นต้องมี แต่ยังคงมีความสำคัญอยู่ไม่น้อย ได้แก่ การบริการน้ำในห้องน้ำสำหรับการทำความสะอาด และการบริการในช่วงเดือนรอมฎอน (ถือศีลอด) การเตรียมความพร้อมของน้ำในการชำระหรือทำความสะอาดนั้นเป็นสิ่งที่จำเป็นมากสำหรับชาวมุสลิมในการทำมาสะอาดหลังจากการเข้าห้องน้ำ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ชาวมุสลิมมีสุขภาพที่ดี ปลอดภัยจากเชื้อโรคและสิ่งสกปรก ส่วนการอำนวยความสะดวกในช่วงเดือนรอมฎอน (ถือศีลอด) นั้นก็มีความจำเป็นในการอำนวยความสะดวก เพราะในช่วงเวลาดังกล่าวโรงเรียน หรือบริษัทต่างๆ จะปิดทำการ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงมักจะเลือกเดินทางในช่วงเวลาดังกล่าวในการพักผ่อน และยังเป็นการเพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมากขึ้น

3. สิ่งอำนวยความสะดวก “ยินดีที่มี Nice to have” สิ่งอำนวยความสะดวก อธิบายถึงการจัดกิจกรรมนันทนาการหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ไม่ขัดต่อหลักความเชื่อ (บทบัญญัติ) และการจัดกิจกรรมที่มีการให้บริการเป็นส่วนตัวสำหรับนักท่องเที่ยวชายและนักท่องเที่ยวหญิง

ภาพที่ 2 เป็นภาพสรุปความต้องการขั้นพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยว ดังภาพต่อไปนี้

Muslim Traveler needs categorization by Crescent rating



ภาพที่ 2 ความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม

ที่มา: Fazal (2014)

3. สถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ขัดกับทฤษฎีศาสนาอิสลาม

เนื่องจากคำสอนของศาสนาอิสลามมีความเคร่งครัดในทางปฏิบัติ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจำเป็นต้องคำนึงถึงหลักข้อสำคัญของอิสลามคือ ห้ามกราบไหว้บูชาวัตถุโดยสิ้นเชิงไม่เคารพบูชารูปปั้นหรือถ้ายรูป เหยียดหรือเครื่องรางของคลั่งต่างๆ ทั้งเพื่อการสักการะหรือเพื่อให้เกิดความอบอุ่น เพื่อกันภัยอันตราย เป็นต้น เนื่องจากศาสนาอิสลามไม่มีระบบนักบวช เพราะฉะนั้นสถานที่ท่องเที่ยวที่จะพานักท่องเที่ยวชาวมุสลิมไปเยือน จึงไม่ควรเป็นสถานที่สำคัญทางศาสนาพุทธ หรือสถานที่ที่มีความศักดิ์สิทธิ์ ต้องเคารพบูชา อาทิ เช่น วัดสำคัญๆ พระธาตุต่างๆ เป็นต้น หรือศาสนาอื่นๆ นอกเหนือจากศาสนาที่สำคัญทางศาสนาอิสลาม (ไพฑูรย์ ไกรพรศักดิ์, 2551: 20)

4. การจัดการที่พักและการนัดหมายการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว

การจัดเตรียมสถานที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิมและนักท่องเที่ยวทั่วไป ในภาพรวมไม่มีความแตกต่างกันมากนัก แต่สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องคำนึงคือ หลักปฏิบัติของศาสนาอิสลาม ซึ่งผู้นับถือศาสนาอิสลามทุกคนต้องถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ที่ไม่สามารถละเว้นได้ คือ การปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ซึ่งถือเป็นการนมัสการต่อพระเจ้า และจะทำการในหลายวาระด้วยกัน ดังนั้นสถานที่พักควรจัดให้มีห้องเป็นสัดส่วนต่างหากสำหรับการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม การระบุทิศละหมาด (ทิศกิบลัต) ซึ่งประเทศไทยตรงกับทิศตะวันตก เพื่อให้ตรงกับกะบะฮ์ (บัยตุลลอฮ์) ที่ตั้งอยู่ที่ประเทศซาอุดีอาระเบีย การจัดพรมละหมาด การจัดชุดละหมาด และการติดตั้งสายชำระในการทำความสะอาด ซึ่งถือว่าการอำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม (ไพฑูรย์ ไกรพรศักดิ์, 2551: 21-22)

การนัดหมายทำกิจกรรม หรือการจัดรายการนำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ควรเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมคือช่วงเวลากลางวัน และต้องคำนึงถึงการละหมาดของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ซึ่งภายใน 1 วัน จะต้องปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) วันละ 5 ครั้ง ได้แก่

1. เช้ามืด ตั้งแต่ปรากฏแสงอาทิตย์จนกระทั่งดวงอาทิตย์ขึ้น
2. เที่ยงวันจนถึงบ่ายคล้อย
3. เย็น ตั้งแต่บ่ายคล้อยจนถึงดวงอาทิตย์ตก
4. พลบค่ำ หลังดวงอาทิตย์ตกจนสิ้นแสงอาทิตย์
5. กลางคืน หลังสิ้นแสงอาทิตย์จนกระทั่งปรากฏแสงของวันใหม่

นอกจากนี้ การปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว นั้น บทบัญญัติศาสนาอิสลามได้มีการกำหนดบทบัญญัติการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) สำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถรำลึกถึงพระเจ้าได้ตลอดเวลา โดยเรียกว่า “การละหมาดเดินทางไกล” มีข้อปฏิบัติดังนี้

5. การปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) สำหรับนักท่องเที่ยว

การละหมาดของผู้ที่เดินทางไกลนั้นมีบทบัญญัติให้ได้รับการผ่อนผันโดยลดจำนวนร็อกอะฮ์ตของการละหมาดฟรดูประจำวันชนิดที่มี 4 ร็อกอะฮ์ตลดลงเหลือ 2 ร็อกอะฮ์ต เราเรียกการละหมาดชนิดนี้ว่า “ละหมาดก้อซอร์” (ละหมาดลดจำนวน) ส่วนละหมาดชนิดที่มีเพียง 3 หรือ 2 ร็อกอะฮ์ต จะละหมาดก้อซอร์ ไม่ได้ ผู้เดินทางไกลนอกจากได้รับการลดจำนวนร็อกอะฮ์ตในละหมาดแล้วยังได้รับการผ่อนผันให้รวมละหมาดฟรดู 2 เวลาที่ใกล้เคียงกันเอาไว้ในเวลาเดียวกันได้อีกด้วย เราเรียกว่า การละหมาดญะมาอะห์ (ละหมาดรวม)

1. การละหมาดก้อซอร์ สำหรับผู้เดินทางที่จะละหมาดก้อซอร์ได้นั้น จะต้องมีเงื่อนไขหลายประการดังนี้

1.1 การเดินทางไกลนี้ จะต้องเป็นการเดินทางที่มีวัตถุประสงค์ไม่ผิดศาสนบัญญัติ เช่น ไม่ใช่เดินทางเพื่อไปสักการะของผู้อื่นฯลฯ

1.2 ต้องเป็นการเดินทางไกล ต้องมีระยะไม่น้อยกว่า 80 หรือ 90 กิโลเมตร

1.3 การลดจำนวนร็อกอะฮ์ต (ก้อซอร์) นี้จะทำได้เฉพาะการละหมาดที่มี 4 ร็อกอะฮ์ตเท่านั้น

1.4 การเนียตละหมาดก้อซอร์ ให้เนียตในขณะที่กล่าวตักบิร เริ่มละหมาด

1.5 ห้ามละหมาดก้อซอร์โดยเป็นมมุขของอิมามที่ไม่ได้ละหมาดก้อซอร์

หมายเหตุ : การทำละหมาดก้อซอร์ ควรทำพร้อมกันไปกับการทำละหมาดญะมาอะฮ์ด้วย

2. การละหมาดญะมาอะฮ์ (ละหมาดรวม) การละหมาดญะมาอะฮ์ ซึ่งคนเดินทางไกลได้รับการผ่อนผันให้รวมเอาการละหมาดฟรดู 2 เวลาเข้าด้วยกันนั้น อนุญาตให้รวมได้ 2 ชนิดคือ

2.1 การทำละหมาดรวมในเวลาแรก เรียกว่า ญะมาอะฮ์ ตักติมี มีเงื่อนไขดังนี้

2.1.1 ต้องเนียต (การตั้งเจตนา) ว่าเอาละหมาดอัศริมารวมกับดุฮฺริ หรือเอาอิชามา
รวมกับมักริบ

2.1.2 ต้องละหมาดดุฮฺริก่อนอัศริในเวลาดุฮฺริ หรือละหมาดมักริบก่อนอิชาในเวลา
มักริบ

2.1.3 การต้องละหมาดที่รวมกันระหว่างละหมาดแรกกับละหมาดหลัง อย่าให้ทิ้ง
ห่างกันนานนัก

2.1.4 การเดินทางไกลต้องยังไม่ถึงจุดหมายก่อนที่จะตักบิร ละหมาดหลัง

วิธีละหมาดก้อซ้อร์และญะมาอะฮ์ตักติมีโดยอัศริรวมกับดุฮฺริ เมื่อถึงเวลาละหมาดดุฮฺริ ให้
ละหมาดดุฮฺริ 2 ร็อกอะฮ์ โดยเนียตว่า

أَصَلِّيَ فَرَضَ الظُّهْرِ كَمَتَيْنِ قَصْرًا مَجْمُوعًا إِلَى الْعَصْرِ إِنَّ اللَّهَ
تَعَالَى

อ่านว่า “อุซ้อลลีฟรุด้อลดุฮฺริ ร็อกอะไตนี ก้อซรอน มัจญ์ มูอันอิลล้อฮ์รี อะดาอัน ลีลลาฮ์อะอะลา”
ข้าพเจ้าละหมาดฟรุด้อลดุฮฺริ 2 ร็อกอะฮ์โดยก้อซ้อร์มารวมกับอัศริ ในเวลาเพื่ออัลเลาะห์อะอะลาเมื่อ
ละหมาดเสร็จและให้สลามแล้วจึงควรลุกขึ้นละหมาดอัศริต่อไปโดยเนียตว่า

أَصَلِّيَ فَرَضَ الْعَصْرِ كَمَتَيْنِ قَصْرًا مَجْمُوعًا إِلَى الظُّهْرِ
أَخْلَمَ لِلسُّنَنِ تَعَالَى

อ่านว่า “อุซ้อลลี ฟรุด้อลอัศริ ร็อกอะไตนี
ก้อซรอน มัจญ์ มูอันอิลล้อฮ์รี อะดาอัน ลีลลา
ฮ์อะอะลา” ข้าพเจ้าละหมาดฟรุด้อลอัศริ 2 ร็อก
อะฮ์ โดยก้อซ้อร์ไม่รวมกับดุฮฺริ ในเวลา เพื่ออัลเลาะห์อะอะลา ส่วนการละหมาดอิชารวมกับ
ละหมาดมักริบในเวลามักริบนั้นก็ใช้วิธีเดียวกัน เพียงแต่เปลี่ยนการเนียตว่า ละหมาดมักริบโดยก้อซ้อร์
รวมกับอิชาแล้วละหมา 3 ร็อกอะฮ์ จึงให้สลาม แล้วจึงเนียตละหมาดอิชา โดยก้อซ้อร์รวมกับมักริบ
แล้วละหมาด 2 ร็อกอะฮ์ จึงให้สลาม

2.2 รวมในเวลาหลัง เรียกว่า ญะมาอะฮ์ ตะฮ์ศิร

หมายเหตุ: แต่มีเงื่อนไขว่าละหมาดที่จะรวมกันได้นั้น คือละหมาดดุฮฺริร่วมกับอัศริ และ
มักริบรวมกับอิชาเท่านั้น จะรวมกันโดยวิธีอื่นไม่ได้

มีเงื่อนไขดังนี้

1) ต้องเนียต (การตั้งเจตนา) ในเวลาของละหมาดแรก คือต้องเนียตในเวลาของดุฮฺริว่า
จะเอาละหมาดดุฮฺริไปทำรวมกับละหมาดอัศริหรือต้องเนียต ในเวลาของมักริบว่าจะเอาละหมาดมักริบ
ไปทำรวมกับละหมาดอิชา

2) ไม่จำเป็นต้องเรียงลำดับการละหมาดและไม่ต้องละหมาดติดต่อกัน

3) การเดินทางต้องไม่ถึงจุดหมายก่อนเสร็จการละหมาดทั้งสอง

วิธีละหมาดก้อซ้อรและญะมาอะฮ์ตะคีร์ โดย ดุฮ์รี้รวมกับอัสรี เมื่อถึงเวลาอัสรี ให้ ละหมาดอัสรี 2 ร็อกะอ์ต โดยเนียต (การตั้งเจตนา) ว่า **أَصَلِّيْ فُرُوضَ الْمَصْرُورَاتَيْنِ قَصْرًا بِحُجُوْمَا إِلَيْهِ**
الْغُلْبَةِ آدَاءً لِلَّهِ تَعَالَى
 อ่านว่า “อุซ้อลลี ฟุร้อด้อลอัสรี ร็อกะอ์ตไฉนึ ก้อซ้อรอน มัจญ์ มูอันอิลัยฮ์ซิดุฮ์รี้ อะดออัน ลิลลาฮ์ตะอา ล่า” ข้าพเจ้าละหมาดฟุร้อด้อลอัสรี 2 ร็อกะอ์ต โดยก้อซ้อรไม่รวมกับดุฮ์รี้ ในเวลา เพื่ออัลเลาะห์ตะอา ล่า” เมื่อละหมาดเสร็จและให้สลามแล้ว จึงควรลุกขึ้นละหมาดดุฮ์รี้ต่อไปโดยเนียตว่า “อุซ้อลลีฟุร้อด้อลดุฮ์รี้ ร็อกะอ์ตไฉนึ ก้อซ้อรอน มัจญ์ มูอันอิลัยฮ์อัสรี อะดออัน ลิลลาฮ์ตะอา ล่า” ข้าพเจ้าละหมาดฟุร้อด้อลดุฮ์รี้ 2 ร็อกะอ์ตโดยก้อซ้อรมารวมกับอัสรี ในเวลาเพื่ออัลเลาะห์ตะอา ล่าหรือจะสลบกันก็ได้ โดยเมื่อถึงเวลา ละหมาดอัสรี จะละหมาดดุฮ์รีก่อนแล้วละหมาดอัสรีทีหลัง ส่วนการละหมาดมักริบมารวมกับอิซาใน เวลาอิซานั้นก็ใช้วิธีเดียวกัน เพียงแต่เปลี่ยนชื่อละหมาดและจำนวนร็อกะอ์ตของละหมาดมักริบเท่านั้น

6. การจัดการอาหารและเครื่องดื่มที่สอดคล้องต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

บทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการกระทำของมนุษย์ อันถือเป็นภาระหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด มี 5 ประการ ด้วยกัน (อัสมัน แต่อาลี, 2552: 1-9)

1. วาญิบ (واجب) หมายถึง การบังคับใช้ให้กระทำอย่างเด็ดขาด เช่น ละหมาดห้าเวลา ถือศีลอดเดือนรอมฎอน ปกปิดเอาเราะฮ์ และการรับประทานอาหารที่ฮาลาล เป็นต้น อีกทั้งวาญิบยังมี 2 ลักษณะคือ วาญิบอัยนีย์และวาญิบกิฟายีย์
2. หะรอม (حرام) หมายถึง การห้ามอย่างเด็ดขาด เช่น ห้ามทำร้ายผู้อื่น ห้ามกินดอกเบี้ยว และห้ามรับประทานอาหารที่หะรอม เป็นต้น
3. สุนัต (سنة) หมายถึง การบังคับใช้ให้กระทำอย่างไม่เด็ดขาดหรือส่งเสริมให้กระทำ เช่น การละหมาดสุนัต การถือศีลอดสุนัต การอ่านอัลกุรอาน และการบริจาคทั่วไป เป็นต้น
4. มักรูฮ (مكروه) หมายถึง การห้ามอย่างไม่เด็ดขาดหรือการกระทำที่ไม่พึงประสงค์ เช่น การรับประทานอาหารที่มีกลิ่นจัด
5. มุบาห (مباح) หมายถึง การให้เลือกระหว่างจะกระทำหรือละเว้นโดยไม่มีการบังคับใดๆ เช่น กิจกรรมทั่วไป ได้แก่ การกิน การดื่ม การนั่ง การยืน การนอน

บทบัญญัติที่เกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มฮาลาล

ความหมายของ ฮาลาล (حلال/ Halal) หมายถึง สิ่งที่อนุมัติตามบทบัญญัติอิสลาม ซึ่งตรงข้ามกับหะรอม หมายถึง สิ่งที่ต้องห้ามตามบทบัญญัติอิสลาม

บทบัญญัติอิสลามเกี่ยวกับอาหาร

บทบัญญัติที่เกี่ยวกับอาหารเพื่อการบริโภคนั้นมี 3 ประเภท คือ

1. อาหารฮาลาล หมายถึง อาหารที่อนุมัติ
2. อาหารหะรอม หมายถึง อาหารที่ไม่อนุมัติ
3. อาหารมัชบูฮ์ หรือ ชุบฮาท หมายถึง อาหารที่ยังมีข้อเคลือบแคลงหรือน่าสงสัย ที่ยังไม่สามารถระบุได้ว่าฮาลาลหรือหะรอม จนกว่าจะผ่านการตรวจสอบ พิสูจน์ และวินิจฉัย ซึ่งตามหลักการแล้วให้หลีกเลี่ยง

หลักการต่างๆ เกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มฮาลาล

1. ฮาลาลด้วยตัวของมันเอง ลักษณะฮาลาล ณ ที่นี้ หมายถึง
 - 1.1 ต้องไม่เป็นนะฎิส(สิ่งสกปรก) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเภท
 - 1) นะฎิส มุค็อฟพะพะฮฺ (เบา) ได้แก่ ปัสสาวะเด็กชายอายุไม่เกินสองปีที่กินแต่นมแม่
 - 2) นะฎิส มุตะวัสสิฎฺเฆาะฮฺ (ปานกลาง) ได้แก่ อุจจาระ ปัสสาวะ เลือด มูลสัตว์ ชากสัตว์ และอื่นๆ
 - 3) นะฎิส มุซ็อลละเซาะฮฺ (หนัก) ได้แก่ สุกรและสุนัข
 - 1.2 ต้องไม่เป็นสัตว์ที่มีเขี้ยว งา และกรงเล็บที่แข็งแรง และใช้อวัยวะดังกล่าวนั้นในการหาอาหาร เช่น สิงโต เสือ หมี ช้าง และสัตว์อื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายกันนี้ รวมถึงนกทุกชนิดที่มีกรงเล็บ เช่น แร้ง เหยี่ยว เป็นต้น
 - 1.3 ต้องไม่เป็นสัตว์ที่ไม่อนุญาตให้ฆ่าตามหลักการศาสนาอิสลาม เช่น มด และนกหัวขวาน
 - 1.4 ต้องไม่เป็นสัตว์ที่พิจารณาโดยทั่วไปแล้วว่าเป็นสัตว์ที่น่ารังเกียจ เช่น เหา แมลงวัน หนอน ค้างคาว และสัตว์อื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายกัน
 - 1.5 ต้องไม่เป็นสัตว์เลื้อยคลานหรือมีพิษร้าย เช่น กิ้งก่า งู และและสัตว์อื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายกัน
 - 1.6 ต้องไม่เป็นสัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำ
- อัลลอฮ์ได้ตรัสในบทที่ 2 อัลบะเกาะเราะฮฺ โองการที่ 173 ว่า“แท้จริงพระองค์ทรงห้ามรับประทานซากสัตว์ เลือด เนื้อสุกร และสัตว์ที่เชือดเพื่อสิ่งอื่นนอกเหนือจากอัลลอฮ์”
- ท่านนบีศ็อลลัลลอฮุ อะลัยฮิ วะสัลลิม ได้กล่าวความว่า ท่านรอซูลศ็อลลัลลอฮุ อะลัยฮิ วะสัลลิมได้ห้ามรับประทานสัตว์ที่มีเขี้ยวและนกที่มีกรงเล็บ (บันทึกโดยมุสลิม 3574)
2. วิธีการได้มาอาหารดังกล่าวก็ต้องฮาลาล

ท่านนบีคือลัลลอฮฺ อะลัยฮิ วะสัลลัม ได้กล่าวความว่า “แท้จริงอัลลอฮฺทรงโปรดสิ่งที่ดี ดังนั้นพระองค์จะไม่ทรงตอบรับ ยกเว้นสิ่งที่ดีเท่านั้น” (บันทึกโดยมุสลิม ใน กิตาบอัชชะกาต บาบ เกาะบูลเศาะตะเกาะฮฺมินัลกัสบิฎญ์อัยยิบ)

3. ต้องเป็นสิ่งที่มีความประโชชน์

อัลลอฮฺได้ตรัสว่า ความว่า และจงบริโภคจากสิ่งที่อัลลอฮฺได้ทรงให้เครื่องยังชีพแก่ผู้เจ้าซึ่งสิ่ง ที่อนุญาติและที่ดีมีประโยชน์และจงยำเกรงต่ออัลลอฮฺ ผู้ซึ่งพวกเจ้าศรัทธาในพระองค์ (อัลมาอิดะฮฺ : 88)

4. ต้องมีความสะอาด ไม่มีสิ่งเจือปนจากนะญิส

อิสลามถือว่าอาหารที่ฮาลาลจะต้องเป็นอาหารที่ อัลลอฮฺอนุมัติสามารถบริโภคได้ และต้องไม่ปนเปื้อนสิ่งที่เป็นนะญิสหรือสิ่งสกปรกใดๆ อิสลามได้กำหนดน้ำที่จะต้องชำระล้างวัตถุดิบที่จะเอาไป ประกอบเป็นอาหารจะต้องเป็นน้ำสะอาด และเป็นน้ำที่อนุญาตให้ใช้ได้ตลอดจนได้กำหนดกฎเกณฑ์ วิธีการชำระล้างที่ละเอียดเพื่อให้ได้อาหารที่สะอาด

5. ต้องผ่านกระบวนการเชือดที่ถูกต้องตามหลักการ

สัตว์บกและสัตว์ปีกทุกชนิดที่ได้รับการอนุมัติให้บริโภคได้นั้นจะต้องผ่านกระบวนการเชือดที่ ถูกต้องตามหลักการอิสลามก่อนจะนำมาประกอบเป็นผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล ดังนั้น สัตว์บกหรือ สัตว์ปีกที่ตายเอง เป็นโรคตาย ถูกรถชนตาย ถูกตีตาย ตกเขาหรือจากที่สูงตาย ฯลฯ รวมถึงที่ถูกเชือด โดยผู้อื่นที่มีใจมุสลิมหรือมิได้กล่าวด้วยพระนามของอัลลอฮฺถือว่าเป็นซากสัตว์ ซึ่งอิสลามถือว่าหะรอม นำมาบริโภคไม่ได้

6. อุปกรณ์ ภาชนะที่บรรจุอาหารและสถานที่ในการผลิตต้องสะอาดเช่นกัน

อิสลามยัง ได้กำหนดถึงสถานที่และ ภาชนะ อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ กระบวนการผลิตอาหารต้องสะอาดด้วย ท่านนบีคือลัลลอฮฺ อะลัยฮิ วะสัลลัมได้กล่าวความว่า ท่านนบี คือลัลลอฮฺ อะลัยฮิ วะสัลลัมได้กล่าวว่ “ถ้าหากสุนัขเลียภาชนะของพวกท่าน ก็จงล้างด้วย น้ำเจ็ดครั้ง โดยครั้งแรกให้ล้างด้วยน้ำผสมดิน” (บันทึกโดยอันนะซาอีย์ 337)

ท่านนบีคือลัลลอฮฺ อะลัยฮิ วะสัลลัมได้กล่าวความว่า ท่านอะบี ษะอละบะฮฺ ถามท่านนบี คือลัลลอฮฺ อะลัยฮิ วะสัลลัมว่า เรามีเพื่อนบ้านเป็นชาวคัมภีร์ ซึ่งพวกเขาจะนำเนื้อสุกรมาทำอาหาร ในหม้อของเขา และใช้ภาชนะใส่สุราเพื่อดื่มกิน ท่านจึงตอบว่า “ถ้าหากท่านสามารถหาภาชนะอื่นได้ ก็ใช้ภาชนะอื่นไว้ดื่มกิน แต่หากไม่มีก็จงนำภาชนะดังกล่าวมาชำระล้างให้สะอาด และใช้ดื่มกินได้” (บันทึกโดยอับู ดาวูด อัล-อัลบานีย์ กล่าวว่าเศาะฮิหฺ ดูในเศาะฮิหฺ อับี ดาวูด เล่ม 2 หน้า 727)

7. ผู้ประกอบอาหารควรเป็นมุสลิมหรือผู้ที่มีความเข้าใจในหลักการอิสลาม

ท่านนบีคือลัลลอฮฺ อะลัยฮิ วะสัลลัมได้กล่าวความว่า ท่านอะบี ษะอละบะฮฺ ถามท่าน นบีคือลัลลอฮฺ อะลัยฮิ วะสัลลัมว่า โอ้ท่านรอซูล ภาชนะของผู้ที่ตั้งภาคีต่ออัลลอฮฺ เราสามารถ

นำมาใช้ในการทำอาหารได้หรือไม่ ท่านจึงตอบว่า “ท่านจงอย่านำมาใช้ในการทำอาหาร” เขากล่าวว่า ถ้าหากเรามีความจำเป็นและเราก็ไม่มีภาชนะอื่นอีกแล้ว ท่านจึงตอบว่า “ท่านจงนำภาชนะดังกล่าวมาชำระล้างให้สะอาด หลังจากนั้นก็จะใช้ในการทำอาหารและรับประทานอาหารได้” (บันทึกโดยอิบน์มาญะฮฺ อัล-อัลบานีย์ กล่าวว่าเศาะฮี้หฺ คูในเศาะฮี้หฺอิบน์มาญะฮฺ เล่ม 2 หน้า 134)

8. ต้องคำนึงถึงความประหยัดหรือความพอดี

อัลลอฮฺได้ตรัสในอัลกุรอาน ความว่า “และพวกเจ้าทั้งหลายจงกิน จงดื่ม และจงอย่าฟุ่มเฟือย แท้จริงพระองค์ทรงไม่รักผู้ที่ฟุ่มเฟือย” (อัลอะฮรอฟ โองการที่ 31)

9. ต้องซุกูร (ขอบคุณ) ต่ออัลลอฮฺพระผู้เป็นเจ้าที่ได้ทรงประทานอาหารให้

อัลลอฮฺได้ตรัสว่า ความว่า “บรรดาผู้ศรัทธาทั้งหลาย จงบริโภคละอิก้าที่เราได้ให้เป็นปัจจัยยังชีพแก่พวกเจ้า จากสิ่งดี ๆ ทั้งหมด และจงขอบคุณอัลลอฮฺเถิด พระองค์เท่านั้น ที่พวกเจ้าจะต้องเคารพสักการะ” (อัลบะเกาะเราะฮฺ โองการที่ 172) และพระองค์ตรัสอีกว่า ความว่า “และเมื่อพระผู้อภิบาลของพวกเจ้าได้ประกาศว่า หากพวกเจ้าของคูน แน่แท้ข้าก็จะเพิ่มพูนแก่พวกเจ้า” (อิบรอฮีม โองการที่ 7)

10. รู้จักใช้หลักการ รุกเศาะฮฺ (การผ่อนปรน) ในภาวะจำเป็นเพื่อรักษาชีวิต

อิสลามได้กำหนดทางออกไว้ในภาวะที่จำเป็น (ฎุอะรุเราะฮฺ) โดยกำหนดหลักการ รุกเศาะฮฺ (การผ่อนปรน) ซึ่งจะเกิดความยากลำบากหรือถึงขั้นสูญเสียชีวิตหากปฏิบัติตามบทบัญญัติที่ได้กำหนดในภาวะปกติ เช่น การรับประทานอาหารที่หะรอมเพื่อประทังชีวิตโดยไม่ละเมิดขอบเขต อัลลอฮฺได้ตรัสในบทที่ 2 อัลบะเกาะเราะฮฺ โองการที่ 173 ว่า ความว่า “แท้จริงพระองค์ทรงห้ามรับประทานซากสัตว์ เลือด เนื้อสุกร และสัตว์ที่เชือดโดยมิได้กล่าวนามอัลลอฮฺ แต่หากผู้ใดก็ตามมีความจำเป็น โดยมิได้ตั้งใจและละเมิด ก็ไม่เป็นการบาปสำหรับเขา”

ความแตกต่างระหว่างมาตรฐานอาหารฮาลาล (Halal Standard) กับมาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป

มาตรฐานอาหารฮาลาล เป็นระบบเชิงบูรณาการ (Integrated Standard System) โดยมีองค์ประกอบสำคัญคือ กระบวนการผลิตตั้งแต่เริ่มต้นถึงสิ้นสุด ตลอด “สายโซ่การผลิต” จะต้อง “ฮาลาล” คือ ถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม ปราศจากสิ่ง “ฮารอม” คือ สิ่งที่ต้องห้ามตามบัญญัติศาสนาอิสลาม อาทิ วัตถุพิษ ส่วนประกอบ สารปรุงแต่ง สารพิษ สิ่งปนเปื้อนต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่ดี ถูกสุขอนามัย มีคุณค่าอาหาร เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ (ต่อยิบ) ซึ่งระบบการจัดการความปลอดภัยในการผลิตอาหารทั้งระบบ GMP, HACCP และระบบการบริหารคุณภาพ (ISO) จึงเป็นเรื่องสอดคล้องกับหลักการมาตรฐานอาหารฮาลาลจะแตกต่างกันในหลักการสำคัญ คือ มาตรฐานอาหารฮาลาลจะต้องยึดถือความถูกต้องและคุณค่าตามบัญญัติ ศาสนาอิสลาม

ส่วนมาตรฐานสากลยึดถือคุณค่าอาหารโดยมีจำเป็นต้องถูกต้องตามหลักการศาสนาอิสลาม ดังตารางสรุปความแตกต่างของมาตรฐานอาหารฮาลาลและมาตรฐานอุตสาหกรรมทั่วไป ดังต่อไปนี้ (จิตติพัชรใจไวยุทธ์, 2559: ระบบออนไลน์) โดยตารางที่ 1 จะเป็นตารางแสดงความแตกต่างระหว่างมาตรฐานอาหารทั่วไปและมาตรฐานอาหารฮาลาล ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ความแตกต่างมาตรฐานฮาลาลกับมาตรฐานทั่วไป

มาตรฐานอาหารฮาลาล	มาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป
1. ผู้กำหนดมาตรฐาน	1. ผู้กำหนดมาตรฐาน
1.1 อัลลอฮ์ (ช.บ.) พระผู้เป็นเจ้า	1.1 องค์กรระหว่างประเทศ
1.2 ศาสดามูฮัมหมัด (ช.ล.)	1.2 องค์กรเอกชน
2. หลักการสำคัญ	2. หลักการสำคัญ
2.1 ฮาลาล (อนุมัติ) ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม	2.1 มาตรฐานตามที่องค์กรกำหนด
2.2 ปราศจากสิ่งฮารอม (สิ่งต้องห้าม)	2.2 การประกันคุณภาพ (Q.A.)
2.3 ตอยยิบ (ดี) ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม	- ความสะอาด
- ความสะอาด	- ความปลอดภัย
- ความปลอดภัยจากสารพิษและสิ่งปนเปื้อน	- คุณค่าทางโภชนาการ
- คุณค่าทางโภชนาการ	3. การบริหารมาตรฐาน
- รักษาสิ่งแวดล้อม	3.1 หน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรเอกชนที่มีหน้าที่รับผิดชอบ
3. การบริหารมาตรฐาน	3.2 เจ้าหน้าที่ตรวจรับรองไม่จำเป็นต้องเป็นมุสลิม มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่
3.1 องค์กรศาสนาอิสลามเป็นผู้รับผิดชอบตามบัญญัติศาสนาอิสลาม	4. ระบบมาตรฐาน
3.2 เจ้าหน้าที่ตรวจรับรองมาตรฐานต้องเป็นมุสลิมที่ดี และมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่	4.1 เป็นระบบมาตรฐานที่แยกย่อย หลายลักษณะ เช่น มาตรฐาน โรงงาน มาตรฐานการบริหารการผลิต เป็นต้น
4. ระบบมาตรฐาน	4.2 ชื่อระบบมาตรฐานมีหลากหลาย เช่น มอก. GMP , ISO, HACCP
4.1 เป็นระบบเฉพาะมาตรฐานฮาลาลซึ่งครอบคลุมทั้งความถูกต้อง (ฮาลาล) และที่ดี (ตอยยิบ) ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม	
4.2 ชื่อระบบมาตรฐาน คือ ฮาลาล (Halal)	

ตารางที่ 1 (ต่อ)

มาตรฐานอาหารฮาลาล	มาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป
5. ปัจจัยการผลิต	5. ปัจจัยการผลิต
5.1 วัตถุดิบ ส่วนผสมและสารปรุงแต่งมีที่มาซึ่งพิสูจน์ได้ว่า “ฮาลาล” ปราศจากสิ่ง “ฮารอม”	5.1 เป็นไปตามมาตรฐานอุตสาหกรรม โดย ไม่นำเนืงว่าฮาลาลหรือไม่
5.2 กระบวนการผลิต จะต้อง “ฮาลาล” ทุกขั้นตอน	5.2 การล้างวัตถุดิบหรืออุปกรณ์ที่ใช้ผลิตมุ่งเน้นความสะอาดเป็นสำคัญ
5.3 สถานที่ผลิตจะต้องสะอาด ปลอดภัย จากสิ่งปนเปื้อน มีระบบป้องกันสัตว์ทุกชนิดและไม่ปะปนกับการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาล	6. พนักงาน
5.4 เครื่องจักร เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต จะต้องสะอาดและไม่ได้ร่วมกับการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาล	6.1 พนักงานที่ผลิตอาหารฮาลาล ไม่จำเป็นต้องเป็นมุสลิม
5.5 การเก็บรักษา การขนส่ง และวางจำหน่าย จะต้องแยกสัดส่วนเฉพาะอาหารฮาลาลไม่ปะปนกับสิ่งที่ไม่ฮาลาล เพื่อป้องกันการสับสนและเข้าใจผิดของผู้บริโภค	6.2 พนักงานเชือดสัตว์ ไม่จำเป็นต้องเป็นมุสลิม
5.6 การล้างวัตถุดิบ หรืออุปกรณ์ที่ใช้ผลิตอาหารที่ไม่ฮาลาลมาก่อน จะต้องล้างให้สะอาดตามบัญญัติศาสนาอิสลาม	
6. พนักงาน	
6.1 พนักงานที่ผลิตอาหารฮาลาลควรเป็นมุสลิม หากมิใช่มุสลิมจะต้องไม่เกี่ยวข้องกับ สิ่งที่ไม่ฮาลาล ในขณะผลิตอาหารฮาลาล เช่น เนื้อสุกร เลือด แอลกอฮอล์ หรือสุนัข	
6.2 พนักงานเชือดสัตว์ ต้องเป็นมุสลิมมีสุขภาพจิตสมบูรณ์ ไม่เป็นโรคที่สังคมรังเกียจ และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเชือดสัตว์ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม	

ที่มา: จิตติพัชร ใจไวยทย์ (2559)

จากแนวคิดการท่องเที่ยวฮาลาลที่กล่าวมาข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่าการท่องเที่ยวฮาลาล เป็น การท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์และมีความชัดเจนในการนำเสนอการบริการท่องเที่ยวที่ต้องมี ความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม เพื่อสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ชาวมุสลิมต่อการมาท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

ดังนั้น การวิจัยเรื่องขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา จึงจำเป็นต้อง อาศัยแนวคิดดังกล่าว เพื่อนำมากำหนดแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่ขัด ต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

แนวคิดบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

ศาสนาอิสลามเป็นศาสนาที่มีความเคร่งครัดในการปฏิบัติตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม โดยนับถือในพระเจ้าองค์เดียว คือ อัลลอฮ์ (ซุบห์ฯ) และศาสดามูฮัมหมัดที่เป็นผู้นำคำสั่งจากพระเจ้า มาเผยแผ่ต่อมนุษยย์ให้มีความศรัทธาในพระเจ้าองค์เดียว ศาสนาอิสลามนั้นเป็นศาสนาที่มีความ แตกต่างกับศาสนาอื่น คือ การเชื่อในคำสั่งของพระเจ้าที่นำโดยศาสดามูฮัมหมัดโดยเป็นความเชื่อใน อุดมคติที่ศรัทธาต่อสิ่งที่เร้นลับ

1. องค์ประกอบของศาสนาอิสลาม

อิสลามเป็นระบบความเชื่อความศรัทธาแบบหนึ่ง ซึ่งระบบความเชื่อความศรัทธาจะเป็น ศาสนาได้จะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ประการ ได้แก่ ศาสดา คัมภีร์ สวาก หรือผู้สืบทอด ศาสนา ศาสนสถาน และพิธีกรรม อิสลามจัดได้ว่าเป็นศาสนาหนึ่งเพราะองค์ประกอบของศาสนาครบ ทั้ง 5 ประการกล่าว คือ (สุชีพ ปุญญานุกาพ, 2519: 4)

1. ศาสดามูฮัมหมัด (คือลฯ) เป็นศาสนทูตองค์สุดท้ายจากพระเจ้าผู้เป็นเจ้าของอัลลอฮ์ (ซุบห์ฯ) (Michael, 1978: 33)

2. คัมภีร์มหาคัมภีร์อัลกุรอาน ซึ่งประกอบด้วย 6,700 โองการที่อัลลอฮ์ (ซุบห์ฯ) ประทาน ให้แก่มุสลิมชาติ โดยผ่านท่านศาสดามูฮัมหมัด (คือลฯ) เป็นภาษาอาหรับในปัจจุบันนี้ได้แปลออกเป็น ภาษาต่างๆ ทั่วโลก เพื่อให้ผู้ที่ไม่สามารถเข้าใจภาษาอาหรับได้เอง ได้มีโอกาสเข้าใจความหมาย และ นำไปเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตได้ถูกต้อง

3. สวาก หรือผู้สืบทอดศาสนา เนื่องจากในอิสลามไม่มีสถาบันนักบวช โดยถือว่ามุสลิมทุก คนคือผู้สืบทอดอิสลาม ฉะนั้นมุสลิมทุกคนจึงต้องประพฤติธรรมโดยเท่าเทียมกัน และเป็นผู้เผยแผร์ สัจธรรมในเวลาเดียวกัน มุสลิมจึงไม่สามารถแยกอิสลามออกเป็นส่วนหนึ่งต่างหากจากชีวิตได้ หากแต่

อิสลามคือวิถี หรือแนวทางในการดำเนินชีวิตของมุสลิมทุกคน ดังนั้นผู้ที่นับถือศาสนาอิสลามทุกคนจึงเป็นสาวก หรือผู้สืบทอดของศาสนาอิสลาม

4. ศาสนสถาน มัสยิด หรือสุเหร่า คือ ศาสนสถาน หรือสถานที่ใช้ประกอบศาสนกิจ และกระทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกันของมุสลิม มัสยิดสามแห่งที่มีความสำคัญต่อมุสลิมทั่วโลก คือ มัสยิดนะบะวีย์ ที่นครมะดีนะฮ์ มัสยิดหะรอม ที่นครมักกะฮ์ และมัสยิดอัลอักซอ ที่นครเยรูซาเล็ม

5. พิธีกรรม หรือการปฏิบัติทางศาสนาอิสลามที่อยู่หลายประการ อาทิ การปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด หรือ นมาซ หรือการนมาสการต่อพระเจ้า) การถือศีลอด การประกอบพิธีฮัจญ์ เป็นต้น ศาสนาอิสลามเน้นการปฏิบัติควบคู่ไปกับหลักศรัทธา

2. ระบบโครงสร้างอิสลาม

อิสลามสอนให้ทุกคนยึดมั่นในศาสนาโดยจะต้องมีความศรัทธาเป็นพื้นฐาน เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติที่เกิดจากการศรัทธา ฉะนั้นมุสลิมทุกคนต้องมีโครงสร้าง หรือหลักการอยู่ในตัวเองอย่างครบถ้วน ชีวิตจึงจะสมบูรณ์ตามวิถีชีวิตระบบอิสลาม โครงสร้าง หรือหลักการจึงแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

1. หลักการศรัทธา เรียกว่า “รูกนอ์หิมาาน” คือหลักการหรือบทบัญญัติที่มุสลิมทุกคนจะต้องศรัทธา ยึดมั่น มี 6 ประการ คือ (การิม อับดุลเลาะห์, ม.ป.ป.: 1)

1.1 ศรัทธาในอัลลอฮ์องค์เดียว คือ อัลลอฮ์ ไม่เป็นผู้ถูกสร้างหรือได้รับกำเนิด และไม่มีอวสาน (ไม่ตาย และสูญสลายทรงอยู่ตลอดไปเป็นอาจิม) การที่จะรู้จักอัลลอฮ์ ได้จากความมหัศจรรย์ของอัลกรุอ่าน ซึ่งเป็นแหล่งสรรพวิทยา และการใช้สติปัญญาหาเหตุผล โดยอาศัยร่องรอยของสรรพสิ่งต่างๆ ที่มีอยู่บนโลกนี้ และรอบๆ ตัว (दनัย गाममान, 2531: 5) เช่น ถ้าพบรอยเท้าช้างในป่าแน่นอนในป่ามีช้าง ถ้าพบชาวจีนเดินในประเทศไทยแน่นอนจะต้องมีประเทศจีนเช่นเดียวกัน ถ้าไม่สัมผัสกับสรรพสิ่งต่างๆ บนโลกนี้จะทำให้เชื่อว่ามีผู้สร้างสรรพสิ่งต่างๆ เรื่องของพระเจ้าเป็นเรื่องสุดวิสัยของมนุษย์ที่จะจินตนาการ หรือมโนภาพออกได้ จำเป็นจะต้องใช้สติปัญญาใคร่ครวญอย่างลึกซึ้ง ดังที่คัมภีร์อัลกรุอ่านบทที่ 6 ประโยคที่ 101 ได้กล่าวไว้ว่า (ดิเรก กุลสิริสวัสดิ์, 2512: 308) “พระองค์ทรงให้เกิดทุกๆ สิ่ง และพระองค์รอบรู้ทุกๆ สิ่ง ดังนั้น อัลลอฮ์จึงเป็นพระอภิบาลของสุเจ้าทั้งหลาย ไม่มีพระเจ้าใดๆ ที่ควรแก่ การบูชา นอกจากพระองค์ผู้ทรงบังเกิดทุกๆ สิ่ง ดังนั้น สุเจ้าทั้งหลายจงเคารพกราบไหว้พระองค์เท่านั้น”

1.2 ศรัทธาในมลาอิกะฮ์ หรือเทวดาของพระเจ้า มลาอิกะฮ์ เป็นบ่าวของอัลลอฮ์ที่พระเจ้าสร้างมาเป็นจำนวนมาก มีชื่อ และหน้าที่ต่างกัน (อับดุล เราะห์มาน, ม.ป.ป.: 76) เช่น ญิบรออิล เป็นผู้นำโองการจากพระเจ้ามาถ่ายทอดให้แก่ท่านศาสดารอกิบ-อดีด ทำหน้าที่บันทึกความดีชั่วของมนุษย์ เป็นต้น มลาอิกะฮ์ เป็นสื่อชักนำไปสู่ความดี ส่วนสื่อที่ชักนำไปในทางชั่ว เรียกว่า มารร้าย (ชัยฎอน) อัลลอฮ์ ทรงสร้างมนุษย์เป็นธรรมชาติ ญาญยอมแล้วแต่มนุษย์เองที่ใช้ไปในทางดี หรือทาง

ที่ไม่ดี ผู้ที่จะเป็นมุสลิมได้สมบูรณ์ต้องศรัทธาในมลาอิกะฮ์เพราะเป็นผลดีต่อมนุษย์ จะทำให้ปฏิบัติแต่ความดี

1.3 ศรัทธาในบรรดาคัมภีร์ มุสลิมจะต้องศรัทธาในบรรดาคัมภีร์ที่อัลลอฮ์ (ซุบหฺ) ได้ประทานให้กับศาสดาก่อนๆ เช่นกัน

1.4 ศรัทธาในศาสดาของอัลลอฮ์ ชาวมุสลิมมีความเชื่อว่า ศาสดาในอิสลามมีมาตั้งแต่มีมนุษย์สืบทอดต่อกันมาเรื่อยๆ จนถึง พ.ศ. 1175 (ค.ศ. 632) เป็นการสิ้นสุดของการมีศาสดาหลังจากนั้น ไม่มีศาสดาเกิดขึ้นมาอีก ศาสดาที่มาก่อนมุฮัมมัด (ศ็อลฯ) นั้นมีหลายท่าน เช่น อาดัม (โนฮา) มูซา (โมเลส) อีซา (เยชูตรีสต์) เป็นต้น พระเจ้าเป็นผู้ส่งศาสดาต่างๆ มาเพื่อแก้ไขปรับปรุงฟื้นฟูประเทศชาติให้ดีขึ้น ซึ่งมีศาสดาทั้งหมด 25 ท่าน ท่านแรก คือ อาดัม และท่านสุดท้าย คือ มุฮัมมัด (ศ็อลฯ) ฉะนั้นมุสลิมทุกคนจะต้องศรัทธาในบรรดาศาสดาซึ่งเป็นศาสนทูตของพระเจ้า

1.5 ศรัทธาในวันพิพากษาโลก หมายความว่า จะต้องเชื่อในวันอาสานของโลกว่ามีจริง หมายความว่าโลกที่อยู่นี้มีสักวันหนึ่งซึ่งจะต้องพบกับจุดจบ เพราะโลกเป็นวัตถุ เมื่อโลกถึงจุดจบแล้วมนุษย์ทั้งหลายก็จะบังเกิดขึ้นใหม่อีกครั้ง ในวันนั้นมนุษย์จะถูกตัดสินความดี ความชั่ว และจะได้รับผลตอบแทนจากพระเป็นเจ้า ดังอัลกรุอ่าน บทที่ 4 ประโยคที่ 122 และบทที่ 2 ประโยคที่ 80 กล่าวไว้คือ “บรรดาผู้ศรัทธา และประกอบความดี เราจะให้เขาทั้งหลายเข้าในสวรรค์อันหลากหลาย” (ดิเรก กุลสิริสวัสดิ์, 2512: 15) อัล-กรุอ่าน ได้แยกชีวิตออกเป็นชีวิตแห่งโลกนี้ (ดุนยา) และชีวิตแห่งโลกหน้า อาคีเราะห์) ชีวิตใดปฏิบัติกรรมดี หรือกรรมชั่วใดๆ ในโลกนี้ก็จะได้รับการตอบแทนในโลกหน้าแน่นอนกิจการงานใดๆ พฤติกรรมเร้นลับเพียงใดก็ไม่สูญหายไปไหนจะต้องมีผลต้องแทนเสมอ

1.6 ศรัทธาต่อกฎกำหนดสภาวะการณ คือ ระเบียบอันรัดกุมที่พระผู้เป็นเจ้ากำหนดไว้ในโลกแก่มนุษยชาติ แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ ลักษณะประการแรก คือ กฎตายตัว เมื่อประสบกับผู้ใดหลีกเลี่ยงไม่ได้ทุกอย่างดำเนินไปตามพระประสงค์ เช่น กำหนดชาติพันธุ์ รูปร่าง การโคจรของดวงดาว เป็นต้น และอีกลักษณะหนึ่งคือ กฎที่ไม่ตายตัว โดยดำเนินไปตามความสัมพันธ์ระหว่างเหตุและผล กิจกรรมต่างๆ ดังข้อความปรากฏในอัลกรุอ่าน บทที่ 4 ประโยคที่ 78 “จงบอกเถิด (มุฮัมมัด) ว่าทุกๆ สิ่งมาจากอัลลอฮ์” (ดิเรก กุลสิริสวัสดิ์, 2512: 200)

2. หลักปฏิบัติเรียกว่า “รูกันอิสลาม” คือ หลักการหรือบัญญัติที่มุสลิมทุกคนจะต้องปฏิบัติตามมี 5 ประการดังต่อไปนี้ (การิม อัลดุลละห์, ม.ป.ป.: 1)

2.1 การปฏิญาณตน เป็นการยืนยันตนว่าเป็นมุสลิม การเป็นมุสลิมจะต้องมีการยืนยัน กล่าวคำปฏิญาณว่า “อัชชะฮาดันลาอิลลาฮะอิลลัลลอฮูวะอัชชะฮาดันนะมุฮัมมัดเราะฮูรูลลอฮ์” มีความหมายว่า “ข้าพเจ้าขอปฏิญาณว่า ไม่มีพระเจ้าอื่นใดนอกเหนือจากอัลลอฮ์ และแท้จริงมุฮัมมัดเป็นศาสนทูตของอัลลอฮ์” ผู้ใดกล่าวคำปฏิญาณตนต่ออัลลอฮ์ตามข้อบัญญัติประการที่หนึ่งด้วยความจริงใจ เชื่อมั่น ก็นับได้ว่าผู้นั้นได้เป็นมุสลิมแล้ว

2.2 การละหมาด หรือการนมาซ เป็นการเคารพภักดีต่ออัลลอฮ์ หรือการบำเพ็ญสมาธิ ในอิริยาบถต่างๆ เช่น การยืน การโค้งกราบ นั่ง โดยกระทำวันละ 5 เวลา คือ 1) เข้ามิด(ตั้งแต่ปรากฏ แสงอาทิตย์ขึ้นจนกระทั่งดวงอาทิตย์ขึ้น) (ซุบห์) 2) เทียงวันจนถึงบ่ายคล้อย (ดูร์ริส) 3) เย็น ตั้งแต่ บ่ายคล้อยจนถึงดวงอาทิตย์ตก (อัสน์) 4) พลบค่ำ หลังดวงอาทิตย์ตกจนสิ้นแสงอาทิตย์ (มักริบ) 5) กลางคืน หลังสิ้นแสงอาทิตย์จนกระทั่งปรากฏแสงของวันใหม่ (อิซา) โดยหันหน้าไปทางทิศกิบลัต ซึ่งเป็นที่ตั้งของกะบะฮ์ชาอุดีอาระเบีย โดยประเทศไทยตรงกับทิศตะวันตก

2.3 การถือศีลอดเดือนรอมฎอน (เดือนรอมฎอนเป็นเดือนที่ 9 ของเดือนอาหรับจาก 12 เดือน) เป็นการละเว้นจากการดื่มกิน การร่วมประเพณี ประพฤติชั่วในที่ลับและในที่แจ้ง การมีจิต อุกุศลตั้งแต่เวลารุ่งสางจนถึงดวงอาทิตย์ตกมีการถือศีลอดปีละ 1 เดือน

2.4 การชะกาต หมายถึง การจ่ายทานบังคับจากผู้ที่มียทรัพย์สินครบรอบปี เมื่อเกิน จำนวนที่กำหนด กำหนดไว้แก่คนจนที่มีสิทธิ์รับชะกาต ตามอัตราที่กำหนดไว้

2.5 การประกอบพิธีฮัจญ์ คือ การไปเยี่ยมเยียน หรือการเดินทางไปประกอบศาสนกิจที่ เมืองเมกกะ ประเทศซาอุดีอาระเบียอย่างน้อย 1 ครั้งในชีวิต เพื่อได้มีโอกาสพบปะมุสลิมทั่วโลก ได้ แลกเปลี่ยนทัศนคติกัน เพราะถือว่ามุสลิมทั่วโลกคือพี่น้องกัน

3. อัตลักษณ์ของอิสลาม

อิสลามเป็นศาสนาที่มีลักษณะแตกต่างจากศาสนาอื่น ชาวมุสลิมจะมีความศรัทธายึดมั่น และ หลักปฏิบัติที่เคร่งครัดตลอดเวลา มีการควบคุมเตือนใจอยู่เป็นนิจ โดยยึดถืออัลกรุอ่าน เป็นธรรมนูญ แห่งชีวิต ผู้ที่ศรัทธาและปฏิบัติเท่านั้นจึงจะเข้าใจหลักการและคุณค่าอันแท้จริงของอิสลาม อิสลามจึง อบรมสั่งสอน สนับสนุนให้มนุษย์มีการเรียนรู้ตลอดเวลาดังคำสอนของศาสนามูฮัมหมัด (ศ็อลลา) กล่าว ว่า “จงศึกษาตั้งแต่อยู่ (เปล) จนถึงหลุมฝังศพ” (เสาวนีย์ จิตหมวด, 2529): 241) จากคำอบรมสั่งสอน ดังกล่าวทำให้ชาวมุสลิมต้องมีการตื่นตัวตลอดเวลา มีกิจกรรมของการดำเนินชีวิตมนุษย์ต่างๆ เพื่อสู่ เป้าหมายคือทางอัลลอฮ์ (ซุบห์) หรือสวรรค์นั่นเอง หลักการต่างๆ จึงมีลักษณะแตกต่างจากศาสนาอื่น สามารถศึกษาจากลักษณะเด่นของอิสลามดังที่ ดนัย งามมานะ (2531: 16-18) สรุปไว้ กล่าวคือ

1. อิสลามสอนให้ศรัทธาในเอกภาพของพระเจ้าผู้เป็นเจ้าของ คือให้ศรัทธาในอัลลอฮ์ (ซุบห์) องค์กร เดียว การเชื่อถือโซคกลางและเคารพบูชารูปปั้นหรือนำสิ่งใดมาเทียบเคียงพระองค์เป็นสิ่งต้องห้าม

2. อิสลามเป็นทางดำเนินชีวิตที่สมบูรณ์ คือเป็นทางดำเนินชีวิตที่ระบียบเพียบพร้อมและ สมบูรณ์ อิสลามไม่ได้จำกัดขอบเขตเพียงเรื่องของชีวิตส่วนตัวของตนเท่านั้น แต่คำสอนของอิสลาม ครอบคลุมไปทุกๆ ด้านของชีวิต ไม่ว่าจะเป็นเรื่องส่วนตัวและส่วนรวมเรื่องวัตถุและจิตใจ เศรษฐกิจ และการปกครอง กฎหมายและวัฒนธรรม ตลอดจนเรื่องของประชาชาติหนึ่ง และอีกประชาชาติหนึ่ง

3. อิสลามเป็นศาสนาที่มีการสมดุลงในเรื่องของสิทธิบุคคล และส่วนรวมอิสลามยังได้ปลูกฝังให้มนุษย์มีความรับผิดชอบต่อตนเองและส่วนรวมอีกด้วย

4. อิสลามไม่ได้แยกวัตถุกับจิตใจออกจากกันโดยเด็ดขาด อิสลามไม่ได้มีอยู่เพื่อการปฏิเสธชีวิต แต่อิสลามมีอยู่เพื่อทำให้ชีวิตครบสมบูรณ์ อิสลามไม่ได้สอนให้เชื่อในเรื่องการบำเพ็ญตะบะ และไม่ได้เรียกร้องมนุษย์ให้หันหลัง หรือละทิ้ง หรือเพิกเฉยต่อวัตถุ อิสลามสอนว่าคนเราจะมีจิตใจสูงส่งก็ด้วยการมีชีวิตอยู่อย่างเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่

5. อิสลามเป็นศาสนาสากล และเป็นศาสนาสำหรับมนุษยชาติ อิสลามเป็นทางนำแก่มนุษย์ทุกเชื้อชาติ ในทัศนะของอิสลาม อัลลอฮ์ (ซุบหฺ้า) ทรงเป็นผู้อภิบาลของสากลโลกศาสนาก็เป็นศาสนาชุดของมนุษย์ทั้งมวล และมนุษย์ทุกคนเท่าเทียมกัน

6. อิสลามไม่มีการแบ่งชั้นวรรณะ ไม่มีระบบ นักบวช นักพรตทุกคนเป็นมุสลิมเหมือนกันมีสิทธิในการใกล้ชิดพระเจ้าผู้เป็นเจ้าอย่างเท่าเทียมกัน

7. อิสลามถือว่าทุกคนเกิดมาโดยความปราณีของพระเจ้าผู้เป็นเจ้า ไม่มีบาปติดตัวมา และเมื่อสิ้นชีวิตแล้วจะถูกบังเกิดอีกครั้งหนึ่งในวันตัดสินความดี ความชั่วจากพระเจ้า

8. การผิดประเพณี ลักขโมย การเสพติด การกินดอกเบ๊ย การไร้สัจจะ การนินทาใส่ร้าย เป็นข้อบัญญัติห้ามอย่างเข้มงวดของผู้ศรัทธาในอิสลาม

9. ในศาสนาอิสลามไม่มีผู้ใด หรือศาสดาใดที่มีสิทธิในการไถ่บาปของมนุษย์เพราะศาสดาทุกองค์คือมนุษย์ธรรมดา สิทธิในการอโหสิกรรมนั้นเป็นของพระเจ้าผู้เป็นเจ้าแต่อย่างเดียว ทุกคนต้องวิงวอนขอภัยด้วยตนเอง เพราะอัลลอฮ์ (ซุบหฺ้า) นั้นทรงปราณีต่อผู้ที่สำนึกผิดเสมอ

10. อิสลามคือพลังแห่งศาสตร์ และวิทยาการสมัยใหม่ ซึ่งทุกสาขามีอยู่ในคัมภีร์อัลกุรอานอย่างพร้อมสรรพแล้ว

11. อิสลามไม่ใช่ศาสนาที่เป็นอุดมคติอันสูงส่ง แต่เป็นศาสนาที่มีเหตุผล และสามารถนำไปปฏิบัติได้ คือเป็นศาสนาที่ไม่มีเรื่องราวใดๆ ของนิยายเข้ามาเกี่ยวข้องเป็นคำสอนง่ายๆ เข้าใจง่ายนำไปปฏิบัติได้ในชีวิตประจำวัน คำสอนของอิสลามห่างไกลจากการเชื่อโชคลาง และหลักการที่ไร้เหตุผล

12. อิสลามเป็นคำสอนสุดท้ายที่พระเจ้าทรงประทานให้แก่มนุษยชาติเป็นศาสนาที่ได้รับการดลใจจากพระเจ้าผู้เป็นเจ้าให้แก่ศาสดามุฮัมมัด (คือล) อิสลามไม่ใช่ศาสนาที่มนุษย์คิดขึ้น ดังนั้นจึงไม่มีมนุษย์คนใดจะมาเปลี่ยนแปลงแก้ไขหลักการใดๆ ได้เลย

13. อิสลามสนับสนุนให้ศึกษาทั้งทางโลก และทางธรรม และให้ปฏิบัติเป็นทางสายกลางไม่เอนเอียงไปทางวัตถุนิยม หรือจิตนิยม แต่ให้ความสำคัญทั้งสองอย่างไม่ยิ่งหย่อนกว่ากัน

จากแนวคิดบทบัญญัติศาสนาอิสลามสามารถอธิบายได้ว่าอิสลามมีหลักการศรัทธาที่นับถือพระเจ้าองค์เดียว (อัลลอฮ์ ซุบหฺ้า) และมีหลักการปฏิบัติอย่างเคร่งครัดโดยมีหลักการเหมือนกันทุก

ประการสำหรับผู้ที่นับถือศาสนาอิสลามไม่ว่าจะอาศัยในพื้นที่ใดของโลกใบนี้ เป็นศาสนาที่ว่าด้วยการมีเหตุและผลในการปฏิบัติ มีการสอนในเรื่องของจริยธรรม การปฏิบัติตนให้เป็นคนดีที่สามารถทำให้สังคมนั้นอยู่อย่างสงบสุข ซึ่งหลักการต่างๆ ทั้งวิชาการ หลักปฏิบัติ ได้ถูกกล่าวถึงในคัมภีร์อัลกุรอานไว้หมดแล้ว หลักศรัทธาที่กล่าวถึงเรื่องของการท่องเที่ยวได้มีการกล่าวถึงไว้เช่นเดียวกัน คือ ศาสนาอิสลามส่งเสริมให้ประชาชาติอิสลามเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษา เรียนรู้ถึงความยิ่งใหญ่ของพระเจ้าในการสร้างโลกนี้ พร้อมทั้งพินิจและวิเคราะห์เหตุและผลในการที่พระเจ้าสร้างมาซึ่งมักจะมีเหตุและผลในตัวของสิ่งที่ถูกสร้างไว้อย่างเสมอ เพื่อให้มนุษย์นั้นเกิดความยำเกรง และขอบคุณพระเจ้าที่สร้างโลกนี้มาให้มนุษย์สามารถดำรงชีวิต อันจะทำให้สังคมนั้นเป็นสังคมอุดมปัญญาและสังคมอุดมสุข

แนวคิดบทบัญญัติศาสนาอิสลามได้นำมาประยุกต์ในการพัฒนาบริการการท่องเที่ยวที่ไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม จากที่กล่าวมาข้างต้นนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมนั้นมีหลักปฏิบัติอย่างเคร่งครัดที่สามารถรับรู้ได้อย่างประจักษ์ คือ บทบัญญัติศาสนาอิสลามเกี่ยวกับการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มฮาลาลและบทบัญญัติศาสนาอิสลามเกี่ยวกับการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) โดยหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และผู้ที่เกี่ยวข้องได้นำบทบัญญัติศาสนาอิสลามพัฒนาการบริการท่องเที่ยว อันเป็นการสร้างตลาดใหม่และสร้างส่วนแบ่งตลาด (Market share) การท่องเที่ยวฮาลาลให้กับจังหวัดสงขลา

แนวคิดการตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

1. การตลาดบริการ (7p's)

การตลาดบริการ เป็นการนำแนวคิดพื้นฐานของหลักการตลาด คือ ส่วนประสมทางการตลาด 4 P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งเป็นสิ่งที่องค์กรสามารถควบคุมได้ โดยการจัดส่วนประสมทั้ง 4 อย่าง ให้เหมาะสมที่สุด เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายได้ แต่เนื่องจากปัญหา และลักษณะเฉพาะของการบริการที่ได้กล่าวมาทั้งหมด ทำให้ 4P's ไม่เพียงพอสำหรับการตลาดบริการ ส่วนประสมทางการตลาดจึงมีเพิ่มอีก 3P's เพื่อให้ไปถึงการบริหาร และสะท้อนถึงการที่บริการมีลักษณะเฉพาะได้แก่ กระบวนการให้บริการ พนักงานผู้ให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ เพื่อให้เห็นภาพรวมของการจัดการทั้ง 7P' ดังรายละเอียดต่อไปนี้ (กฤษณา รัตนพฤกษ์, 2545: 31-35)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นกิจกรรมผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่จะสามารถสนองความต้องการแก่ลูกค้า ซึ่งผู้ให้บริการเสนอบริการที่ดีให้แก่ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจและประทับใจในการบริการ ได้แก่ คุณภาพ การใช้บริการเหนือคู่แข่ง หรือตามลูกค้าคาดหวังมีชื่อเสียงของสถานที่ประกอบการ มีสัญลักษณ์ หรือมาตรฐานวัดระดับคุณภาพที่น่าเชื่อถือ

2. ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับการบริการที่แตกต่างกัน ผู้ให้บริการสามารถนำกลยุทธ์ด้านราคา มาใช้เพื่อตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ราคาค่าบริการเหมาะสมกับระดับการให้บริการ อัตราค่าบริการมีความยุติธรรม และมีเงื่อนไขการชำระเงินที่สะดวกแก่ลูกค้า

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (สถานที่ตั้ง) (Place) การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องกระทำให้ทันกับเวลาและสถานที่ตามที่คุณบริโภคใช้บริการนั้นคือ ช่องทางการให้บริการเป็นการบริการ ออกสู่ตลาดจากผู้ให้บริการไปสู่ผู้ใช้บริการ เช่น มีความสะดวกในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ให้ และ ผู้ให้บริการ สถานที่ตั้งของผู้ให้บริการสะดวกต่อผู้ที่ต้องการจะมาใช้บริการ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การบอกกล่าวให้ผู้บริโภครับรู้ และเข้าใจว่ามีสินค้า หรือบริการอะไรบางอย่างที่เกิดขึ้น มีประโยชน์แก่ผู้ซื้ออย่างไร วางจำหน่าย ณ ที่ใด ราคาส่งเสริมเท่าใด ซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสาร และการกระจายข่าวสารไปสู่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนการตัดสินใจง่ายขึ้น ซึ่ง ผู้ให้บริการอาจใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดด้วย วิธีต่างๆ ดังนี้ การโฆษณาตามสื่อต่างๆ เพื่อให้ลูกค้า รู้จักสถานประกอบการ การส่งเสริมการขาย การให้ส่วนลด หรือการกำหนดเงื่อนไขพิเศษต่างๆ ให้กับ ลูกค้า และการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ในกิจกรรมกับโครงการต่างๆ

5. บุคลากร (People) พนักงานจะประกอบด้วยบุคลากรทั้งหมดในองค์กร ที่ให้บริการนั้น ซึ่งจะต้องรวมถึงแต่เจ้าของ ผู้บริหาร พนักงานทุกระดับชั้น ซึ่งบุคคลดังกล่าวทั้งหมดมีผลต่อคุณภาพ ของการให้บริการ ผู้ให้บริการจำเป็นต้องมีการเลือก การฝึกอบรม และการจูงใจผู้ให้บริการเพื่อให้ ลูกค้าพอใจ เป็นอย่างมาก ซึ่งคุณสมบัติของผู้ปฏิบัติงานบริการ ควรมีลักษณะดังนี้

5.1 เป็นผู้มีความสุขที่แข็งแรงสมบูรณ์ มีหน้าที่ที่คล่องแคล่ว กระตือรือร้น มีชีวิตชีวา

5.2 มีสุขภาพที่ดี มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพอ่อนน้อมเป็นกันเอง

5.3 มีจิตสำนึกของงานบริการ มีความภาคภูมิใจในบทบาทหน้าที่การงานที่ได้รับ

มอบหมาย

5.4 มีความสามารถในการปรับตัวได้ทุกสถานการณ์ รู้จักควบคุมตัวเอง มีความอดกลั้น อดทน มีความยืดหยุ่น เป็นคนช่างสังเกต และมีดุลพินิจในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่างๆ ครอบคลุม ความมีปฏิภาณไหวพริบที่ดี

6. กระบวนการให้บริการ (Process) กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพ หรือเครื่องมือทันสมัยในการทำให้เกิด กระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจากให้บริการโดยทั่วไปมักจะประกอบด้วย หลายขั้นตอน ได้แก่ การต้อนรับ การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การให้บริการตามความต้องการ การชำระเงิน เป็นต้น ซึ่งในแต่ละขั้นตอนต้องประสานเชื่อมโยงกันอย่างดี หากมีขั้นตอนใดที่ไม่ดี แม้แต่ขั้นตอนเดียวย่อมทำให้ให้การบริการไม่เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า

7. ลักษณะทางกายภาพ (Physical) คือ การเอาใจใส่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ และควรจะมี อัยาศัยที่ดีต่อลูกค้ามีการพูดคุยกับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจเหมือนกับอยู่บ้านของตนเอง

จากแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ประการนี้ เป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยให้ทราบถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของกลุ่มนักท่องเที่ยว การบริการที่มีคุณภาพราคาที่เหมาะสม มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่น่าสนใจ และมีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงความเป็นเอกลักษณ์ของ ชุมชน ผู้ประกอบการมีอัยาศัยไมตรีที่ดี เอาใจใส่ลูกค้า และมีบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งปัจจุบันนี้มีการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์กับเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวโดยตรงทำให้เกิดการขยายตัว ทางการตลาดการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว เพื่อซื้อสินค้าและบริการของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้จัดไว้บริการนักท่องเที่ยว

การวิจัย เรื่อง ชีตความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลานั้น เป็นการวิจัยที่ มุ่งสร้างความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลที่มีศักยภาพการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มา ท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา โดยแนวคิดการตลาดบริการทั้ง 7 ประการ ที่กล่าวข้างต้น ได้นำมาเป็น แนวคิดที่ศึกษาถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นหลักในการจัดการบริการที่สามารถตอบสนอง ได้อย่างประทับใจ อันเป็นการผลักดันให้จังหวัดสงขลาเป็นจุดหมายปลายทาง (Destination) ของ นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม อีกทั้งแนวคิดดังกล่าวได้นำมาเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย ครั้งนี้

2. อุปสงค์การท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2550: 19) ให้ความหมายของอุปสงค์การท่องเที่ยวไว้ว่า อุปสงค์การ ท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้า และบริการ หรือบริโภค ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของตน โดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความ ต้องการมีอำนาจซื้อ และมีความเต็มใจที่จะจ่ายสินค้า และบริการที่กำหนดในเวลานั้นๆ ปริมาณสินค้า และบริการทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงย่อมหมายถึง การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การ ท่องเที่ยวด้วย ซึ่งการศึกษาอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวจะเป็นประโยชน์ต่อนักการตลาดในการแบ่งส่วน ตลาด และการศึกษาอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวจะเป็นประโยชน์ต่อนักการตลาดในการแบ่งส่วนตลาด และการศึกษาถึงเหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า และบริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

การศึกษาอุปสงค์ของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว นิยมศึกษาข้อมูลดังนี้ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2560: 19)

1. จำนวนนักท่องเที่ยว ทั้งภายในท้องถิ่น ภายในประเทศ และระหว่างประเทศ การสำรวจ การเพิ่มขึ้น หรือลดลงของลูกค้าจึงเป็นงานสำคัญของธุรกิจ นอกเหนือไปจากการสำรวจเพื่อทราบ ความต้องการเฉพาะ

2. รายได้จากการท่องเที่ยว หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าพาหนะ ค่าเข้าชม ค่าสินค้าของที่ระลึก และค่าใช้จ่ายอื่นๆ แยกตามตลาดนักท่องเที่ยว

3. วันพักเฉลี่ย ของตลาดนักท่องเที่ยวที่สำคัญ รูปแบบกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมจะทำให้เพิ่มจำนวนห้องพัก ซึ่งเป็นผลให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

4. การเพิ่มขึ้นของอุปทานการท่องเที่ยว เช่น สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมไปมาก ห้างพัก บริษัทนำเที่ยว เทียวบิน มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทั้งในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว และเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวแบ่งได้เป็น 2 ปัจจัย ได้แก่ ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2550): 19)

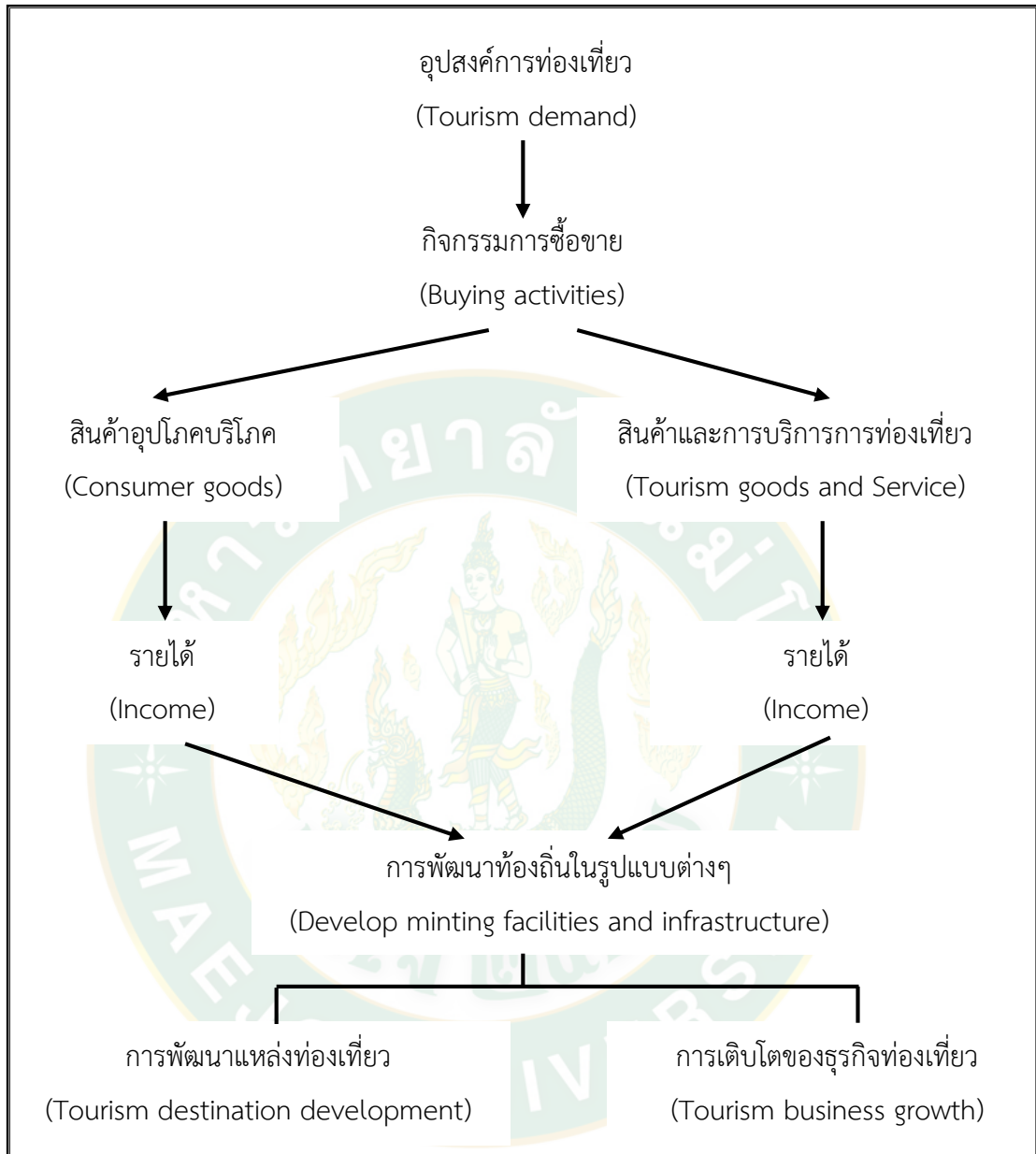
1. ปัจจัยผลักดัน (Push factor) ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การสร้างบ้านแปลงเมือง การมีรายได้ และระดับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น อาชีพ และการมีเวลาว่างเพิ่มขึ้น การพัฒนาการทางด้านการคมนาคมขนส่ง หรือการสื่อสาร ตลอดจนการแลกเปลี่ยนด้านต่างๆ ในยุคโลกาภิวัตน์

2. ปัจจัยดึงดูด (Pull factor) ได้แก่ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ราคา กฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ความปลอดภัย และสื่อมวลชน

ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด เป็นปัจจัยให้นักท่องเที่ยวเกิดการตัดสินใจในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้วยเหตุผลของความพร้อมในด้านต่างๆ ของการเตรียมการเพื่อสำหรับต้อนรับนักท่องเที่ยวทั้งในด้านความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การพัฒนาการด้านคมนาคมขนส่ง การสื่อสารที่รวดเร็ว ความปลอดภัย ราคา และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว หากประเทศไทยมีการวางแผน และจัดการกับปัจจัยผลักดัน และปัจจัยดึงดูดได้อย่างมีประสิทธิภาพส่งผลทำให้รายได้ของประเทศทางการท่องเที่ยวมีโอกาสที่เพิ่มสูงขึ้นได้ในอนาคต

ความสำคัญของอุปสงค์การท่องเที่ยว

ความสำคัญของอุปสงค์การท่องเที่ยว เป็นตัวผลักดันสำคัญที่ทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าทั่วไป และสินค้าการท่องเที่ยวอย่างอื่น ๆ โดยเฉพาะธุรกิจย่อยที่เป็นองค์ประกอบ สำคัญของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว ช่วยเพิ่มการสร้างรายได้แก่ท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีการขยายตัวมากขึ้น ดังภาพที่ 3 (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2550: 19)



ภาพที่ 3 ความสำคัญของอุปสงค์การท่องเที่ยว

ที่มา: ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2550: 20)

ความเจริญก้าวหน้าของท้องถิ่นโดยเฉพาะในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภคต่างๆ จะเป็นสิ่งจูงใจให้นักลงทุนสนใจมาลงทุนทางธุรกิจมากขึ้น ทั้งประชาชนและลงทุนต่างๆ ก็พยายาม ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อผลทางด้านรายได้ และรายได้จากการท่องเที่ยวก็สามารถกระจายรายได้ไปสู่ผู้ประกอบการอาชีพในธุรกิจย่อยในลักษณะทวีคูณ (Multiplier

effect) อันก่อให้เกิดการเพิ่มรายได้ และนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ นักการตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากขึ้น พยายามให้อุปสงค์การท่องเที่ยวที่ หรือเพิ่มขึ้น ดังนั้นกิจกรรมการตลาดจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริม และพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

โดยสรุป การศึกษาเรื่องอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่สำคัญในการนำมาจัดการวางแผนเพื่อสามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม ซึ่งการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา ซึ่งแนวคิดอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวเป็นแนวคิดมีความสำคัญต่อการนำมาวิเคราะห์ เพื่อพัฒนาอุปทานให้มีความสอดคล้องกับอุปสงค์ อันจะสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้ และสามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะมีปริมาณเพิ่มขึ้นในอนาคต

3. คุณภาพในการบริการ

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การบริการที่ดีเลิศ (Excellent service) ตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของลูกค้าจนทำให้เกิดความพึงพอใจ (Customer satisfaction) และความจงรักภักดี (Customer loyalty) (ฉวีรัชนี ชีรขวัญโรจน์, 2546 :105)

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ช่องว่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับการบริการที่ได้รับจริง ซึ่งความคาดหวังของลูกค้าเป็นผลจากคำบอกเล่าที่เล่าต่อกันมา และประสบการณ์ในการรับบริการที่ผ่านมา (อรจันทร์ ศิริโชติ, 2556: 248)

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การให้บริการที่สามารถสนองต่อความต้องการได้ตรงตามความต้องการหรือเกินความคาดหวังของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (สุพรรณิ อินทร์แก้ว, 2550: 28)

จากความหมายของคุณภาพการบริการข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า คุณภาพของการบริการ คือ การจัดการบริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและประทับใจที่สุด ทั้งในขั้นตอนการเข้ารับบริการ การรับบริการ และหลังจากรับบริการ พร้อมทั้งสามารถอำนวยความสะดวกและแก้ไขปัญหาได้อย่างแนบเนียนในระหว่างการรับบริการ ดังนั้นคุณภาพการบริการจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการสร้างขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา ในการนำมาเป็นเครื่องมือในการจัดการบริการที่ก่อให้เกิดคุณภาพการบริการที่เป็นเลิศ และมีประสิทธิภาพสูงสุด

ความสำคัญของคุณภาพการบริการ

ความสำคัญของคุณภาพการบริการสามารถจำแนกได้ 4 ประการดังต่อไปนี้ (สุพรรณิ อินทร์แก้ว, 2550: 28-29)

1. สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการ ดังนั้นผู้ผลิตบริการจึงจำเป็นต้องผลิตบริการที่ดีมีคุณภาพให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า
2. ช่วยลดต้นทุน การให้บริการที่มีประสิทธิภาพโดยไม่มีข้อบกพร่องใดๆ หรือข้อร้องเรียนจากลูกค้า สามารถลดต้นทุนจากการดำเนินงานได้
3. เพิ่มความต้องการซื้อของลูกค้า บริการที่มีคุณภาพดีกว่า ลูกค้ายอมจ่ายเพื่อสิ่งที่ดีกว่าและพอใจกว่า
4. การส่งมอบทันกำหนดเวลาที่ลูกค้าต้องการ โดยไม่มีข้อบกพร่องย่อมสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเสมอ และยังสามารถเป็นเหตุผลในการรักษาลูกค้าไว้ได้

นอกจากนี้คุณภาพของการบริการยังมีการกำหนดองค์ประกอบของคุณภาพการบริการในการวัดคุณภาพของการบริการให้บริการ จากการศึกษาของพาราสุรามัน (อรจันทร์ ศิริโชติ, 2556: 249) ที่ได้มีผลการศึกษาที่สอดคล้องกันในการกำหนดคุณภาพการบริการโดยแบ่งออกเป็น 5 ประการได้แก่

1. ความเป็นรูปธรรม (Tangibles) หมายถึง ส่วนที่สัมผัสได้ และรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยบริการ เช่น ห้องน้ำ อาคาร การตกแต่ง สวน แหล่งท่องเที่ยว ป้ายประชาสัมพันธ์ เป็นต้น
2. ความเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความเชื่อถือได้ในคุณลักษณะหรือมาตรฐานการให้บริการ โดยลูกค้าได้รับการบริการตามสัญญาที่ตรงต่อวัตถุประสงค์ของการบริการภายในเวลาที่เหมาะสม เช่น การรับบริการห้องพักระดับ 5 ดาว การรับประทานอาหารในภัตตาคาร เป็นต้น
3. ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีความรู้ และมีอัธยาศัยดี สุภาพอ่อนน้อมในการให้บริการ และผู้ให้บริการสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและรู้สึกมั่นใจได้
4. ความดูแลเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง ผู้ให้บริการปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงจิตใจของลูกค้าแต่ละคน และให้บริการโดยคำนึงถึงความแตกต่างตามลักษณะของแต่ละบุคคลเป็นหลัก และสามารถสื่อสารทำความเข้าใจกับลูกค้าอย่างถ่องแท้
5. การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความพร้อมและเต็มใจบริการ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว โดยผ่านกระบวนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

จากองค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ประการที่กล่าวมาข้างต้น สามารถนำมาประยุกต์ในการวิจัยเรื่อง ชีตความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา เพื่อศึกษา

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวในการรับรู้ถึงคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยว ฮาลาลของจังหวัดสงขลา ในการสร้างความจงรักภักดีและความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต ดังนั้นแนวคิดคุณภาพการบริการจึงนำมาเป็นแนวคิดในการวิเคราะห์งานวิจัยครั้งนี้

ความพึงพอใจในการรับบริการ

ความพึงพอใจและความจงรักภักดีจากนักท่องเที่ยว เป็นเป้าหมายที่สำคัญของธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการที่สอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว อันจะก่อให้เกิดความพึงพอใจและความจงรักภักดีในธุรกิจท่องเที่ยว และส่งผลให้ธุรกิจมีลูกค้าประจำและประสบความสำเร็จได้ในอนาคต ซึ่งความหมายของความพึงพอใจมีนักวิชาการได้นิยามไว้ดังนี้

ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพ คุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจซึ่งเป็นผลมาจาก ความสนใจต่างๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้น (Good, 1973: 320)

ความพึงพอใจ (Customer satisfaction) หมายถึง อารมณ์แห่งความสุขและความคุ้มค่าที่ได้ใช้บริการ และความรู้สึกนั้นนำมาซึ่งการใช้บริการซ้ำในอนาคต จนในที่สุดเกิดความตั้งใจต้องการใช้บริการกับธุรกิจนั้นตราบนานเท่านาน หรืออีกนัยหนึ่งคือความจงรักภักดี (Customer loyalty) ได้เกิดขึ้นแล้ว (ธธีร์ธ ธีรขวัญโรจน์, 2546: 141)

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความคาดหวังที่มีต่อสินค้าและบริการ ที่ได้รับการตอบสนองอย่างถูกต้อง (สุวีร์ณัฐ โสภณศิริ, 2554: 91)

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2555: 40)

จากความหมายข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเกิดจากการที่ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวได้รับสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว พร้อมบุคลิกภาพที่ดีของผู้ให้บริการทั้งการแต่งกาย กิริยา มารยาท การสื่อสาร ล้วนเป็นองค์ประกอบที่นำไปสู่การสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าที่มาใช้บริการ

ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ

เป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการขึ้นอยู่กับกลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้เกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในการบริการที่ได้รับจนตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำอีกเป็นประจำ โดยความพึงพอใจมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจดังนี้ (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2551: 65-67)

1. เป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ ธุรกิจทุกธุรกิจจำเป็นต้องมีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับการใช้บริการผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ และลักษณะการนำเสนอ การบริการที่ลูกค้าชื่นชอบ เพื่อเป็นข้อมูลในการนำมาจัดนำเสนอการบริการที่ถูกต้องต่อความต้องการของลูกค้า
2. เป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ หากกิจการใดนำเสนอการบริการที่ดี มีคุณภาพตรงต่อความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าแล้ว ก็ย่อมส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อบริการนั้น ย่อมส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เพราะแนวโน้มการกลับมาใช้บริการซ้ำมีแน่นอน
3. เป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดี เมื่อองค์กรการบริการตระหนักถึงความสำคัญของความพึงพอใจของลูกค้า ก็จะพยายามค้นหาปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้า สำหรับการนำเสนอการบริการที่เหมาะสม เพื่อการแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจ ลูกค้าย่อมได้รับการบริการที่มีคุณภาพ

ลักษณะของความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญต่อการดำเนินงานบริการให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีลักษณะดังนี้ (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2551: 68-69)

1. ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง
2. ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์หนึ่ง
3. ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยสิ่งแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจในการบริการจะประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ประการ ดังนี้ (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2551: 70)

1. องค์ประกอบด้านความรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ เป็นการสร้างการรับรู้ในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าใช้บริการ หากคุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณภาพการรับรู้ก็จะเกิดขึ้นและส่งผลให้เกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ แต่ถ้าหากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ย่ำคุณภาพหรือไม่เป็นตามพันธะสัญญาลูกค้าก็จะเกิดการรับรู้ที่ไม่ประทับใจ และไม่กลับมาใช้บริการอีกต่อไป

2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพการนำเสนอการบริการ ในประเด็นนี้จะเป็นการกล่าวถึงคุณภาพของผู้ให้บริการและปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทสำคัญในการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ หากองค์ประกอบเหล่านี้มีการเตรียมความพร้อมและมุ่งหวังในการนำเสนอการบริการที่มีประสิทธิภาพ ลูกค้าก็จะเกิดการรับรู้และกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต

ปัจจัยหลักในการสร้างความพึงพอใจ

ความพึงพอใจสำหรับการให้บริการนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์จะมีคุณค่าหรือมีคุณภาพ แต่ถ้าหากไม่สามารถจัดการบริการที่เหมาะสมแล้วก็ส่งผลเสียด้วยเช่นเดียวกัน ดังนั้นปัจจัยหลักในการสร้างความพอใจ สามารถจำแนกได้เป็น 3 ประการดังนี้ (ธธีร์ธร ธีรขวัญโรจน์, 2546: 146-147)

1. ผู้รับบริการ ผู้รับบริการย่อมมีความคาดหวังสำหรับการบริการที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน รวมทั้งความต้องการยังเปลี่ยนไปสำหรับการบริการในแต่ละครั้ง ดังนั้นผู้ให้บริการจำเป็นต้องมีการศึกษาถึงความต้องการเบื้องต้นในการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ
2. ผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการจำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมในการให้บริการ ทั้งองค์ความรู้ ทักษะ ความสามารถในการบริการต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ รวมทั้งต้องมีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ เพื่อสามารถนำเสนอการบริการที่พึงพอใจต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ
3. สิ่งแวดล้อมอื่นๆ นับเป็นสภาพแวดล้อมที่ควบคุมได้และคุมไม่ได้ แต่สาเหตุของการเกิดความไม่พึงพอใจของลูกค้า นั้นมักจะเกิดจากสิ่งแวดล้อมที่ควบคุมได้ เช่น เก้าอี้ โต๊ะ บรรยากาศ บุคลิกภาพของพนักงานบริการ พื้นที่ให้บริการ (ห้องปรับอากาศ/ห้องธรรมดา) เป็นต้น อีกทั้งความไม่พึงพอใจนั้นอาจมีผลมาจากจำนวนของลูกค้าที่มาใช้บริการด้วย

นอกจากปัจจัยหลักในการสร้างความพึงพอใจที่กล่าวข้างต้นทั้ง 3 ประการ ถึงแม้ว่ามีระบบการจัดการดี แต่ก็อาจสร้างความไม่พึงพอใจต่อลูกค้าได้ที่มาใช้บริการได้ ต่อไปนี้จะกล่าวถึงสาเหตุที่ก่อให้เกิดความไม่ประทับใจต่อลูกค้าซึ่งแบ่งได้ 5 ประการ ดังนี้ (ธธีร์ธร ธีรขวัญโรจน์, 2546: 145)

1. ความช่วยเหลือจากพนักงานมีน้อยหรือไม่มี เมื่อเกิดปัญหาถือว่าเป็นการทิ้งลูกค้า
2. บริการล่าช้า ต้องรอคิวนาน ไม่ได้รับบริการในทันที
3. พนักงานให้บริการอย่างไม่เต็มใจ ไม่เอาใจใส่ หรือไม่มีความรู้ความสามารถในการตอบคำถาม รวมถึงการแก้ปัญหาให้ลูกค้า
4. การคิดราคาไม่เหมาะสม โดนเอาเปรียบหรือแพงกว่าลูกค้ารายอื่น รวมถึงการหลอกลวงลูกค้า
5. การเพิ่มขึ้นของเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่พอใจ โดยเฉพาะเมื่อเกิดปัญหาต้องการความช่วยเหลือ ซึ่งเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ไม่สามารถช่วยเหลือได้

เมื่อสรุปภาพรวมแล้ว ความไม่พอใจของลูกค้ามักจะมาจากความไม่พร้อมของธุรกิจในการให้บริการ ดังนั้นเพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าธุรกิจต้องเตรียมความพร้อมทั้งกำลังคน ระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพในการนำเสนอการบริการที่มีประสิทธิภาพและเกิดความพึงพอใจต่อลูกค้า อันจะเป็นการส่งผลให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

ความพึงพอใจของลูกค้าขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ ดังนี้ (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2555: 41-43, 65-67)

1. ผลลัพธ์การบริการ ความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับบริการที่มีลักษณะคุณภาพ และระดับการให้บริการที่ตรงต่อความต้องการ รวมทั้งความเอาใจใส่ขององค์การธุรกิจในการศึกษารายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี รวมทั้งการคำนึงถึงคุณภาพการนำเสนอการบริการซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ
2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของลูกค้าขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ลูกค้ายอมรับหรือพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพการบริการตามความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to pay) ของลูกค้า
3. สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการได้อย่างสะดวกเมื่อลูกค้ามีความต้องการยอมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อบริการ เมื่อมีการเข้าถึงอย่างสะดวกและไม่ซับซ้อนต่อการเข้าใช้บริการ
4. การส่งเสริมแนะนำการบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากการได้ยินข้อมูลข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวถึงคุณภาพการบริการไปในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อที่มีอยู่ก็จะรู้สึกดีกับการบริการดังกล่าว และเกิดแรงผลักดันให้มาใช้บริการยังสถานะนั้นๆ
5. ผู้ให้บริการ นับว่าเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานให้เกิดความพึงพอใจต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ ธุรกิจที่การวางนโยบายการจัดการบริการที่คำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก ย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย
6. สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าเป็นอย่างมาก ดังนั้นธุรกิจจำเป็นต้องมีการออกแบบที่สามารถสร้างบรรยากาศให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจในการมาใช้บริการ
7. กระบวนการบริการ นับว่าเป็นวิธีการนำเสนอการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ประสิทธิภาพของการจัดระบบการบริการส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้ามีความคล่องตัวและสะดวกรวดเร็วและสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่สนับสนุนให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ระพีพรรณ ทองท่อ และคณะ, 2546: 4) มีดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวกิจกรรมและวัฒนธรรมประเพณีที่สามารถดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเยือน
2. การคมนาคม เมื่อมีผู้ซื้อเดินทางมาซื้อบริการถึงที่ผลิตการคมนาคมขนส่งทั้งจากต่างประเทศ และภายในประเทศจะต้องสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย
3. พิธีการเข้าเมืองและบริการชาวสาร มีการผ่อนคลาย ระเบียบพิธีการเข้าเมืองให้สะดวกรวดเร็ว มีบริการให้ชาวสาร บริการจองที่พักบริการขนส่งผู้ที่พัก เป็นต้น
4. ที่พัก มีโรงแรมระดับต่างๆ ให้เลือก มีอัตราค่าที่พักที่เหมาะสมกับคุณภาพสะอาดและมีบริการตามมาตรฐานสากล
5. ร้านอาหาร นอกจากจะมีอาหารให้เลือกหลายชนิดแล้ว จะต้องถูกสุขลักษณะมีบริการที่สุภาพ และมีกำหนดราคาอาหารที่แน่นอน
6. บริษัทนำเที่ยว มีบริการจัดนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยมีมัคคุเทศก์ ที่มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีอัตราค่ามัคคุเทศก์ และมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว
7. สินค้าของที่ระลึก จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคารวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม
8. ความปลอดภัย ในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิต และทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจะต้องมีประสิทธิภาพ และทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว
9. การเผยแพร่โฆษณา เป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกรรมวิธีที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก และสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศ และภายในประเทศ

แนวคิดความพึงพอใจในการรับบริการที่กล่าวข้างต้น ล้วนเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อบริการของนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวสามารถใช้บริการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว อันเป็นการสร้างความพึงพอใจและเกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำอีกในอนาคต ดังนั้นแนวคิดการสร้างความพึงพอใจในการรับบริการจะเป็นการสร้างขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา ในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยว

4. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลผู้ซึ่งแสวงหา จัดซื้อ ใช้ประโยชน์ และประเมินสินค้า บริการที่คาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการได้ (ศิริพร พันธวุฒิ, 2552: 94)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกของนักท่องเที่ยวในการจัดหาสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการด้านการท่องเที่ยวทั้งกระบวนการซื้อ การตัดสินใจ รวมถึงผลกระทบจากกิจกรรมเหล่านั้น โดยมุ่งหวังการเกิดความพึงพอใจจากการใช้บริการการท่องเที่ยว ดังกล่าว (วลัยพร รวีตระกูลไพบูลย์, 2553: 5)

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวคือ ปฏิบัติการที่นักท่องเที่ยวแสดงออกมาทั้งในขั้นตอนการเริ่มใช้บริการ การใช้บริการ และหลังการใช้บริการ จาก การท่องเที่ยว ทั้งกระบวนการตัดสินใจในการเลือกสินค้าและบริการ การใช้บริการสินค้าและบริการ บริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจอย่างสูงสุด ซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละประเภทนั้นมีความแตกต่างกัน โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความแตกต่างของพฤติกรรมนั้น ได้แก่ ความเชื่อ ศาสนา วัฒนธรรม ภาษา เป็นต้น ที่มากำหนดพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ดังนั้นแนวคิด พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการวิจัยเรื่อง ขีดความสามารถในการท่องเที่ยว ฮาลาลของจังหวัดสงขลา เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมนั้นมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างอย่างเด่นชัดเมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

5. ความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มเป้าหมายนั้น นับว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากการท่องเที่ยวนั้นมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง การรับรู้ถึง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะเป็นเครื่องมือที่สามารถเข้ามาช่วยส่งเสริมให้กิจกรรมการท่องเที่ยว นั้น ประสบความสำเร็จได้ ดังนั้นหากแหล่งท่องเที่ยวหรือธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถจัดบริการที่ ตอบสนองและสอดคล้องต่อพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยว ก็จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิด การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการซื้อผลิตภัณฑ์ของนักท่องเที่ยว กล่าวโดยสรุปความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สามารถจำแนกออกได้ 4 ประการ ดังนี้ (วลัยพร รวีตระกูลไพบูลย์, 2553: 7)

1. การแบ่งส่วนแบ่งตลาดได้อย่างเหมาะสม เนื่องจากรูปแบบการท่องเที่ยวมีหลากหลาย ลักษณะ การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจึงช่วยสามารถกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นกลุ่มย่อยๆ ซึ่งช่วยให้สามารถเข้าใจถึงความต้องการของแต่ละส่วนได้ชัดเจนมากขึ้น

2. การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน ทำให้สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้อย่างลึกซึ้ง และมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น และสามารถจัดการบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องและก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

3. การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด สามารถกำหนดทิศทางที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ตรงต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด

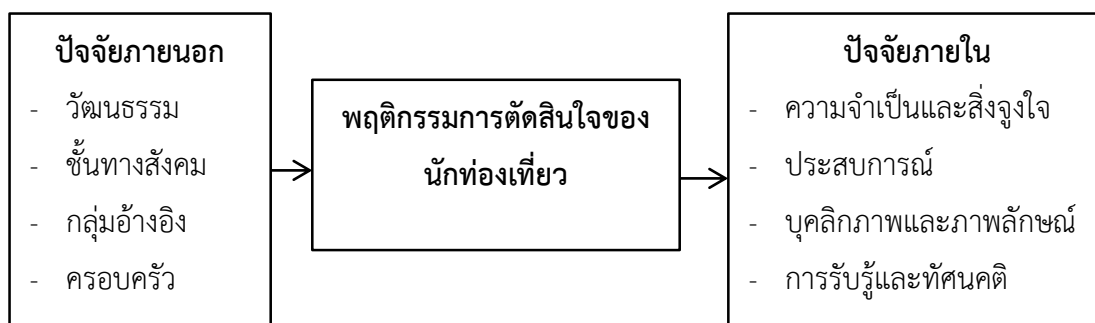
4. การแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ ทำให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง และเล็งเห็นถึงโอกาสในการพัฒนาสินค้าและบริการให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการใหม่ๆ ได้ และสามารถพัฒนาบริการทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวในกลุ่มเป้าหมายได้

6. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

การทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มเป้าหมายนั้น นับว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากการท่องเที่ยวที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง การรับรู้ถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะเป็นเครื่องมือที่สามารถเข้ามาช่วยส่งเสริมให้กิจกรรมการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จได้ ดังนั้นหากแหล่งท่องเที่ยวหรือธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถจัดบริการที่ตอบสนองและสอดคล้องต่อพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยว ก็จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการซื้อผลิตภัณฑ์ของนักท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวนั้นมี 2 ปัจจัย ได้แก่ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2554: 19-24)

1. ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับเรื่องและสถานการณ์ นักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคที่อาศัยในประเทศที่มีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน จะมีการตัดสินใจและแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมือนกัน การเข้าใจพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการบริหารการตลาด ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนอกจากจะให้ความสำคัญว่านักท่องเที่ยวทำอะไร อย่างไร หรือมีกระบวนการตัดสินใจเป็นอย่างไรแล้วยังต้องให้ทำความเข้าใจและศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้วย โดยเรตและโบเจนิค (Reid and Bojanic, 2010: 103) ได้ระบุถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย 2 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยภายนอก และ 2) ปัจจัยภายใน ดังภาพที่ 4



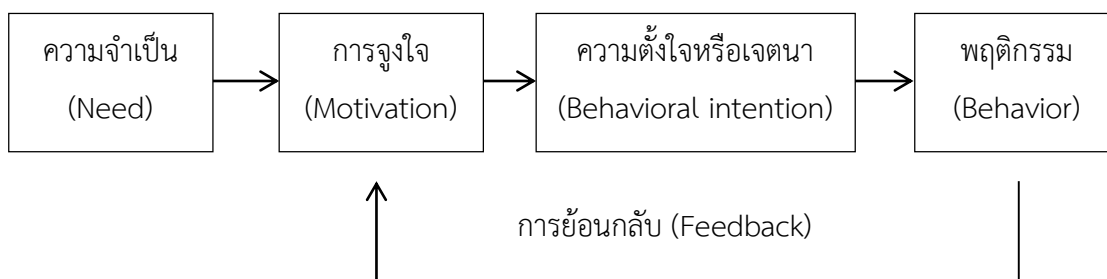
ภาพที่ 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่ตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

ที่มา: Reid and Bofanic (2010: 103)

จากภาพจะเห็นได้ว่าปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่ตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 ประการ ได้แก่ วัฒนธรรม ชนชั้นทางสังคม กลุ่มอ้างอิง และครอบครั้ว และปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 ประการ ได้แก่ ความจำเป็นและแรงจูงใจ ประสิทธิภาพ บุคลิกภาพและภาพลักษณ์ และการรับรู้และทัศนคติ ซึ่งต่อไปนี้จะอธิบายถึงปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยทางวัฒนธรรม ชั้นทางสังคม กลุ่มอ้างอิง ครอบครั้ว

2. ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่ตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่ตัดสินใจของนักท่องเที่ยวนอกจากจะประกอบด้วยปัจจัยภายนอกดังที่กล่าวไว้แล้ว ยังประกอบด้วยปัจจัยภายในที่เกิดขึ้นจากสภาวะภายในจิตใจของบุคคลที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมซื้อและการใช้สินค้าและบริการ ปัจจัยภายในบุคคลที่เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการในธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม ประกอบด้วย 1) ความจำเป็นและสิ่งจูงใจ 2) ประสิทธิภาพ 3) บุคลิกภาพและภาพลักษณ์ของตนเอง และ 4) การรับรู้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2554: 25-29)



ภาพที่ 5 ความสัมพันธ์ของความจำเป็นกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ที่มา: Reid and Bojanic (2010: 96)

จากภาพ จะเห็นว่าความจำเป็นที่เกิดขึ้นจะนำไปสู่การจูงใจ ซึ่งการจูงใจเป็นแรงผลักดันที่ทำให้เกิดความตั้งใจอันจะนำไปสู่การแสดงออกหรือเกิดพฤติกรรมที่ตั้งใจหรือปรารถนา และเมื่อเกิดพฤติกรรมดังกล่าวแล้วก็จะมีการประเมินย้อนกลับว่าพฤติกรรมนั้นทำให้เกิดความพึงพอใจหรือไม่ ถ้าไม่ได้รับความพึงพอใจก็จะเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมใหม่เกิดขึ้น จึงทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเพื่อเสาะแสวงหาการตอบสนองที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ

ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้น เป็นแนวคิดที่แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยว เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นแนวคิดในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาในการได้มาซึ่งคำตอบงานวิจัยและนำมาสรุปวิเคราะห์การสร้างขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

7. กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว

การตัดสินใจ

การตัดสินใจ (Decision making) หมายถึง กระบวนการของการระบุและแก้ปัญหา รวมถึงการใช้โอกาสให้เป็นประโยชน์ บางครั้งเมื่อกล่าวถึงการตัดสินใจ เราอาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าเป็นกระบวนการแก้ปัญหา นั่นหมายความว่า เมื่อบุคคลมีความไม่พึงพอใจสภาพที่เป็นอยู่และต้องการขจัดสภาพที่ไม่พึงพอใจนั้นให้หมดไป ซึ่งในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวเกี่ยวข้องกับทางเลือก หรือแนวทางในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจเลือกแนวทางที่คิดว่าเหมาะสมที่สุด หรือมีความเสี่ยงน้อยที่สุด (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2554: 31)

ลักษณะการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว มีความแตกต่างจากการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทอื่น เพราะการตัดสินใจท่องเที่ยวนี้เป็นเหตุการณ์สำคัญต่อการพิจารณาสินค้าทางการท่องเที่ยวใดท่องเที่ยวหนึ่ง ซึ่งหากมีการตัดสินใจพลาดเท่ากับสูญเสียเงินและไม่มีโอกาสได้คืน ซึ่งการตัดสินใจซื้อทางการท่องเที่ยวเป็นการตัดสินใจที่ค่อนข้างนานอีกทั้งยังต้องใช้ความละเอียดถี่ถ้วนในการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว (สุวีร์ณัฐย์ โสภณศิริ, 2554: 72)

กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว

กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวนับว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการก่อให้เกิดผลสำเร็จ ซึ่งนักการตลาดต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอนดังนี้ (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2550: 46-47)

1. การรับรู้ความต้องการ (Need Awareness) หรือการรับรู้ถึงปัญหา (Problem recognition) กระบวนการตัดสินใจเริ่มเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงปัญหา ปัญหาในที่นี้หมายถึง ช่องว่างระหว่างสิ่งที่ลูกค้ามีอยู่แล้ว (Actual state) และอยากหรือปรารถนาจะมี (Desire) การเกิดปัญหาและรับรู้ว่ามีปัญหาใดๆ นั้นมีที่มาจากสิ่งกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกถึงปัญหาซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 แหล่ง คือ มาจากสิ่งกระตุ้นภายในตัวของบุคคลและมาจากสิ่งกระตุ้นปัจจัยภายนอก

1.1 สิ่งกระตุ้นภายในตัวบุคคล ได้แก่ ความต้องการทางด้านร่างกายและจิตใจ และการรับรู้ความต้องการของตน เป็นต้น

1.2 สิ่งกระตุ้นภายนอกตัวบุคคล ได้แก่ ความต้องการทางสังคม เศรษฐกิจ เป็นต้น

2. การค้นหาข้อมูลเพื่อสนองความต้องการ (Information Search) ในกรณีที่ไม่สามารถสนองความต้องการได้ทันที ความต้องการนั้นๆ จะถูกสะสมมากขึ้น เนื่องจากขั้นการค้นหาข้อมูลเป็นขั้นที่มีความสำคัญในการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อให้มีความมั่นใจในการตัดสินใจมากขึ้น

2.1 แหล่งข้อมูลข่าวสารภายใน ในเบื้องต้นนักท่องเที่ยวอาจนึกถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ตนรู้จักและจดจำไว้ในใจได้ก่อน หรือข้อมูลที่สะสมจากประสบการณ์ของตนเอง

2.2 แหล่งข้อมูลข่าวสารภายนอก เป็นข้อมูลที่นักท่องเที่ยวต้องการค้นหาเพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลภายในเพื่อให้มีความแน่ใจในการตัดสินใจ ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูลภายนอก ได้แก่ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยว และข้อมูลที่เผยแพร่โดยสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of alternatives) เป็นพฤติกรรมกรรมการประเมินผล โดยให้ความสนใจลักษณะและคุณสมบัติของสินค้าและบริการ เช่น ชื่อ บริษัท ตราสินค้า สายการบินที่ให้บริการรวดเร็ว สะดวก สะอาดและปลอดภัย เมื่อพิจารณาถึงคุณสมบัติของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวแต่ละประเภทแล้ว นำมาเป็นตัวประเมินผลเพื่อพิจารณาตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวในลำดับต่อไป

4. การตัดสินใจเลือกซื้อ (Purchase decision) เป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นหลังจากที่นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวแล้ว นักท่องเที่ยวจะมีความตั้งใจที่จะเดินทางและเตรียมตัวเดินทางโดยจะมีกิจกรรมต่างๆ รวมถึงการชำระเงิน การซื้อตั๋วเครื่องบิน การจองที่พัก การแลกเงิน การทำวีซ่าเพื่อเข้าประเทศ การจัดเตรียมสัมภาระเพื่อการเดินทาง เป็นต้น จากนั้นนักท่องเที่ยวจะเดินทางไปยังสถานที่ที่ได้ตัดสินใจไว้ ซึ่งบางครั้งอาจมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในขณะนั้น เช่น การคาดคะเนภาวะทางเศรษฐกิจ ทัศนคติบวกและลบของบุคคลอื่น

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post purchase behavior) เป็นความรู้สึกพึงพอใจหรือไม่พอใจหลังการซื้อ ซึ่งความพอใจจะมีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำ ความจงรักภักดีต่อบริษัท หรือชื่อเสียงของบริษัท ถ้าไม่พอใจก็ไม่กลับมาใช้บริการอีก

ภาพที่ 6 เป็นการสรุปกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวที่ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนในการพิจารณาเลือกผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่ดีที่สุด ดังแสดงตามภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 6 กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว

ที่มา :ดัดแปลงจาก ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2550: 46-47)

สรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวใช้หลักการเดียวกันกับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทั่วไปที่ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) การรับรู้ถึงความต้องการ 2) การค้นหาข้อมูลเพื่อสนองความต้องการ 3) การประเมินผลทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ และ 5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

การเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยว เพราะการดำเนินกิจกรรมใดๆ ในการท่องเที่ยว จำเป็นต้องเริ่มต้นจากการเข้าใจถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในทางการตลาดเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และสามารถจัดบริการทางการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดกระบวนการตัดสินใจในการซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในการสร้างรายได้อย่างสูงสุด

ในการวิจัยขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลานั้น การศึกษาอุปสงค์ (demand) การท่องเที่ยวถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง ดังนั้น เพื่อให้เกิดความครอบคลุมตามวัตถุประสงค์การศึกษาผู้วิจัยจึงใช้แนวคิดกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวในการวิจัยครั้งนี้

8. แรงจูงใจในทางท่องเที่ยว

Stephen (1994) กล่าวว่า การจูงใจหมายถึงกำลังใจในการกระทำที่จะนำไปสู่เป้าหมายหรือความสำเร็จของงาน

Schermerhorn (1996) กล่าวว่า การจูงใจเป็นแรงผลักดันภายในที่กระตุ้นให้เกิดการกระทำที่จะไปสู่เป้าหมายหรือความสำเร็จของงาน

การจูงใจ (Motivation) หมายถึง การกระตุ้นให้กระทำ หรือดำเนินการให้ได้มาซึ่งเป้าหมายที่ตั้งไว้ (Hollaway and Plant, 1988: 97) นับว่าเป็นปัจจัยภายในตัวแรกที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ต้องได้รับการกระตุ้น

จุมพล หนิมพานิช กล่าวว่า การจูงใจหมายถึงความเต็มใจของบุคคลที่จะใช้พลังเพื่อให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย รางวัลหรือผลตอบแทนเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการกระทำของบุคคล และเป็นสิ่งกระตุ้นให้บุคคลบรรลุวัตถุประสงค์เกี่ยวกับรางวัลที่ได้รับ (จุมพล หนิมพานิช, 2544 อ้างใน ฐาปนา ฉินไพศาล (2559: 10-13)

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2550: 36) กล่าวว่า แรงจูงใจ (Motives) หมายถึง ความต้องการที่ได้รับการกระตุ้นของบุคคลหนึ่งที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย และแรงกระตุ้น (Drive) เป็นตัวทำให้เกิดการกระตุ้นอย่างรุนแรงเพื่อจะได้เกิดการตอบสนองที่พอใจ

ความต้องการต่างๆ ของบุคคลเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้พฤติกรรมต่างกัน สำหรับนักการตลาดลำดับความต้องการ (Hierachy of need) จากทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ เป็นสิ่งจูงใจที่ทำให้แต่ละคนแสดงพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกันออกมา

ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์

มีข้อสมมติฐาน ดังนี้ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2550: 36-37)

1. มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอ และไม่สิ้นสุด ถ้าความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการอย่างอื่นก็จะเข้ามาแทนที่โดยไม่มีที่สิ้นสุด ตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย
2. ความต้องการของมนุษย์มีการเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย เมื่อความต้องการอย่างอื่นก็จะเข้ามาแทนที่ โดยไม่มีที่สิ้นสุด ตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย
3. ความต้องการของมนุษย์มีการเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย เมื่อความต้องการระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะเรียกร้องให้ตอบสนองทันที

4. มนุษย์จะแสวงหาความต้องการที่สำคัญที่สุด หรือมากกว่าก่อน และจะสนใจความต้องการที่มีความสำคัญรองลงมาลำดับต่อไป

ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ มี 5 ชั้น ดังนี้ (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2550: 37-39)

1. ความต้องการด้านกายภาพ (Physiological needs) ได้แก่ ความต้องการในสิ่งที่จำเป็นต่อร่างกาย และการดำรงชีวิต เช่น น้ำดื่ม อาหาร อากาศ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค การพักผ่อน ความต้องการทางเพศ ฯลฯ ซึ่งเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ และเป็นสิ่งที่จำเป็นที่สุดในการดำรงชีวิต ถ้าไม่ได้รับการตอบสนองชีวิตก็จะดำรงอยู่ไม่ได้

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety need) ได้แก่ ความปลอดภัยต่อร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สิน เช่น ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ อาชญากรรม อันตรายต่างๆ จากการบริโภค และการเดินทางท่องเที่ยว ความมั่นคงในการทำงาน และปรารถนาที่จะอยู่ในสังคมที่เป็นระเบียบ และสามารถคาดหมายได้ แต่แต่ละบุคคลจะรู้ถึงข้อจำกัด หรือขอบเขตของพฤติกรรมซึ่งเป็นที่ยอมรับของสังคม

3. ความต้องการได้รับความยอมรับในสังคม (Belonging social needs) ได้แก่ ความต้องการที่จะเข้าร่วม การให้ การได้รับความรักและความเป็นมิตร การได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานหมู่คณะ และสังคม ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และให้บุคคลอื่นยอมรับในความสำเร็จของตน

4. ความต้องการการยกย่องนับถือ (Esteem needs) ได้แก่ ความต้องการมีชื่อเสียง มีความรู้ความสามารถ ความสำเร็จ มีศักดิ์ศรี มีฐานะดี มีความเป็นอิสระ และเสรีภาพ อยู่ในความหรูหรา เป็นที่รู้จัก และได้รับการยกย่อง ยอมรับนับถือจากบุคคลทั้งหลายในสังคม

5. ความต้องการได้รับความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-actualization need) ได้แก่ ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จทุกๆ อย่างที่มีอยู่ เช่น การเป็นผู้บริหารในระดับสูงสุด เป็นผู้นำของประเทศ ซึ่งเป็นความต้องการพิเศษขั้นสูงสุด นึกอยากได้ หรือนึกอยากเป็น แต่ในความเป็นจริงไม่อาจเสาะแสวงหาได้ ทั้งนี้แต่ละคนย่อมมีความรู้สึกนึกคิดแตกต่างกันไป

นอกจากความต้องการ 5 ชั้นที่กล่าวมาแล้ว มาสโลว์ยังได้เพิ่มความต้องการ ซึ่งมีความสำคัญต่อภาวะจิตใจมากอีก 2 ชั้น คือ

1. ความต้องการที่จะได้ทราบและได้เกิดความเข้าใจ (The need to know and understand) ทำให้มนุษย์มีพฤติกรรมแสวงหาคำตอบ เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น

2. ความต้องการความสวยงาม (The need for aesthetic satisfaction) ทำให้มนุษย์มีพฤติกรรมแสวงหา สร้างสรรค์ และธำรงรักษาสิ่งสวยงาม ชื่นชมสิ่งสวยงามทั้งที่เป็นธรรมชาติและศิลปะตามรสนิยมของตน

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเดวิด แมคเคลลแลน (David. Mc.Clelland) กล่าวถึงความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ไว้ 3 ขั้นดังนี้

1. ความต้องการความสำเร็จ (Need for achievement) เป็นความต้องการที่จะทำสิ่งต่างๆ ให้เต็มที่ที่สุด และดีที่สุดเพื่อความสำเร็จ
2. ความต้องการความผูกพัน (Need for affiliation) เป็นความต้องการการยอมรับจากบุคคลอื่น ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ต้องการสัมพันธภาพที่ดีต่อบุคคลอื่น บุคคลที่ต้องการความผูกพันสูงจะชอบสถานการณ์การร่วมมือมากกว่าสถานการณ์การแข่งขัน โดยจะพยายามสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น
3. ความต้องการอำนาจ (Need for power) เป็นความต้องการอำนาจเพื่อมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น บุคคลที่มีความต้องการอำนาจสูง จะแสวงหาวิถีทางเพื่อให้ตนมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่น ต้องการให้ผู้อื่นยอมรับ หรือยกย่อง ต้องการความเป็นผู้นำ ต้องการงานให้เหนือกว่าบุคคลอื่น และจะกังวลเรื่องอำนาจมากกว่าการทำงานให้มีประสิทธิภาพ





ภาพที่ 7 แบบสรุปความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์

ที่มา: ดัดแปลงมาจาก มาสโลว์และเดวิด เมคเคลลัน (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2550: 37-39)

Cohen (1979) ได้ระบุถึง เหตุจูงใจให้มนุษย์เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งจำแนกออกได้เป็น

11 มูลเหตุจูงใจ ดังนี้

1. การหลีกเลี่ยงความจำเจ
2. การพักผ่อนหย่อนใจ
3. การละเล่น
4. การสานสัมพันธ์ของคนในครอบครัว
5. การยกฐานะทางสังคม
6. การแสวงหาความรู้ การศึกษา
7. การมีสังคม
8. การตอบสนองความต้องการของตนเอง
9. เพื่อการเติมเต็มให้กับชีวิต
10. โอกาสปลดปล่อยทางเพศ
11. เพื่อการรับประทานอาหารหรือซื้อปัจจัย

สำหรับการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวที่เกิดจากความต้องการ และความรู้สึกภายในของแต่ละบุคคลซึ่งเป็นความต้องการทางจิตใจเพื่อต้องการสร้างความสุข ความผูกพันกับบุคคลเศรษฐกิจ และสังคมและยังมีแรงจูงใจอีกหลายอย่างที่ดึงดูด และบรรเทาให้คนอยากเดินทางมากขึ้น

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่สำคัญ และการกระตุ้นให้คนเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ได้แก่

1. แรงจูงใจทางด้านกายภาพ และจิตวิทยา (Physical and psychological motives) ได้แก่ ความต้องการการพักผ่อนทั้งร่างกาย และจิตใจ เพื่อหลีกเลี่ยงจากงานประจำ และความยุ่งยากต่างๆ ไปหาภูมิสงบเพื่อรักษาสุขภาพ อาบน้ำแร่ รักษาโรคตามคำแนะนำของแพทย์ เล่นกีฬา วายน้ำ เล่นสกี เล่นเรือใบ ตกปลา การเที่ยวชมธรรมชาติ การซื้อของ การท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความเพลิดเพลิน และได้พักผ่อนจิตใจของตนเองด้วย เช่น การไปทัวร์ “สมาธิ” (Meditation tour) ดังตัวอย่างจากสถิติ การท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มาเที่ยวเมืองไทยปี 1996 มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนในวันหยุดถึง 87.49%

2. แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม และการศึกษา (Cultural/Personal education motives) เป็นแรงจูงใจในด้านความอยากรู้อยากเห็น อยากรู้จักผู้คน สถานที่ และประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน สนใจอยากรู้เกี่ยวกับศิลปะ วัฒนธรรม ดนตรี สถาปัตยกรรม นาฏศิลป์ ศิลปะพื้นบ้าน เทศกาล สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ธรรมชาติและเพื่อการศึกษาให้มีความรู้ความเข้าใจว่าเชื้อชาติอื่นๆ มีความเป็นอยู่อย่างไร ทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Eco - tourism) อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน

3. แรงจูงใจทางด้านสังคม และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Social/interpersonal/ethnic motives) ได้แก่ การไปพบปะ เยี่ยมญาติหรือเพื่อน เยี่ยมสถานที่เกิด ไปเป็นเพื่อนผู้อื่น การได้พบหรือรู้จักกับมิตรใหม่ ซึ่งอาจจะต่างเชื้อชาติ ศาสนากับตน เป็นการแสวงหามิตรภาพ ประสบการณ์ และสิ่งแปลกใหม่ต่างๆ โดยหลีกเลี่ยงจากสิ่งแวดล้อมที่คุ้นเคยเป็นการชั่วคราว จากการสำรวจทัศนคติของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทย ปี 2533 พบว่า นักท่องเที่ยวชื่นชอบอัยาศัยไมตรีของคนไทยมากที่สุด และตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ ปี 2537 ประทับใจลักษณะอุปนิสัยของคนไทยมากที่สุดว่าคนไทยมีความเป็นมิตร น่ารัก มีมารยาท และความเอื้ออาทร จึงนับว่าเป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ถึงแม้ว่าจะต่างเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม ก็เป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้เกิดความต้องการเดินทาง เพื่อไปทำความรู้จักกันได้

4. แรงจูงใจทางการเงินและธุรกิจ (Business/work related motives) ได้แก่ การไปเจรจาติดต่อธุรกิจทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ตลอดจนการติดตามผล การเข้าประชุมสัมมนา การเดินทางไปโดยมีภาระงานเกี่ยวข้องเป็นบางส่วนด้วย หรือกึ่งทำงานกึ่งเที่ยว เช่น เป็นผู้สื่อข่าวงาน เอเชียนเกมส์ การติดต่อธุรกิจนอกจากจะใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยแล้ว การได้พบปะพูดคุยด้วยตนเองในสถานที่ของคู่เจรจาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งย่อมขยายผลความสำเร็จของธุรกิจออกไป กิจกรรมการท่องเที่ยว

ก่อน และหลังประชุม (Pre and Post Tour) เป็นกิจกรรมที่ขาดไม่ได้ในการประชุมนานาชาติของโลก

5. แรงจูงใจด้านการบันเทิง และสิ่งเพลิดเพลิน(Entertainment/amusement pleasure/pastime motives) ได้แก่ การไปเที่ยวชมสวนสนุก (Theme parks) สถานที่บันเทิงต่างๆ การได้ดูกีฬา และกิจกรรมบันเทิง ซึ่งให้ความเพลิดเพลิน เช่น ขบวนพาเหรดรถบุปผาชาติ การแสดงแสง เสียง การแข่งรถ การได้ไปเที่ยวซื้อของยามว่าง การแสวงหาสิ่งเพลิดเพลินของแต่ละบุคคลมีลักษณะหลากหลายได้ ครอบคลุมธรรมชาติ ชีวิตสัตว์ ยังเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ การพัฒนา และอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวไว้ได้ดี จะเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวทุกตลาดหลักยังคงมาเที่ยวต่อไป และถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวยั่งยืน

6. แรงจูงใจทางศาสนา (Religious motives) ได้แก่ การมีโอกาสไปร่วมแสวงบุญศึกษาธรรมะ ฟังสวดมนต์ เข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนาที่ตนเคารพนับถือ การได้ไปสักการะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ การทำบุญทำทาน บริจาค ช่วยให้เกิดความสุขทางใจแก่นักท่องเที่ยว และถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่จูงใจด้วย

7. แรงจูงใจทางด้านสถานภาพ และเกียรติภูมิ (Prestige and status motives) การเดินทางในบางครั้งอาจสร้างชื่อเสียง ยกฐานะ และเกียรติภูมิของตนให้สูงขึ้น เช่น การเดินทางไปประชุมสัมมนาติดต่อธุรกิจ หรือศึกษาต่อในต่างประเทศ ฯลฯ การได้มีโอกาสเดินทางไปทำกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้จะทำให้เป็นคนมีเกียรติ และมีสังคมที่ดีขึ้น

จากแนวคิดความต้องการ และแรงจูงใจข้างต้นผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การเดินทางท่องเที่ยว นั้นอาจไม่ได้เกิดขึ้นเพราะความต้องการ หรือแรงจูงใจอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่อาจเกิดจากแรงจูงใจหรือความต้องการของบุคคลที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองที่เกิดจากการสั่งการใต้จิตสำนึก เช่น การไปศึกษาหาความรู้ พักผ่อนหย่อนใจ ซื้อสินค้า ยกฐานะทางสังคม และยังมีรายได้รักษาสุขภาพในเวลาเดียวกัน

จากที่กล่าวมาข้างต้นแรงจูงใจเป็นมูลเหตุสำคัญในการผลักดันให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว เพื่อสัมผัสและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ซึ่งแรงจูงใจนั้นได้แบ่งออกเป็น 5 ชั้น ตามทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ และตามทฤษฎีแรงจูงใจของแมคคาแลนด์ แบ่งเป็น 3 ชั้น ที่ทำให้คนแต่ละคนได้แสดงพฤติกรรมที่มีความแตกต่างกัน ทั้งชอบและไม่ชอบ

ดังนั้นหากกล่าวถึงการท่องเที่ยวแล้วการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ให้ความผ่อนคลายกับนักท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องพัฒนาการท่องเที่ยวและบริการที่มีความสอดคล้องกับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม เพื่อสามารถสร้างแรงจูงใจให้กับกลุ่มคนดังกล่าวมีสิ่งเร้าในการกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวใดท่องเที่ยวหนึ่ง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้น

โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีความต้องการบริการท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

การวิจัยขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา เป็นการวิจัยที่มุ่งยกระดับให้การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลาให้เป็นจุดหมายปลายทาง (Destinations) ของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม จังหวัดสงขลาจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาการบริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม เพื่อสร้างแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลาในอนาคต

แนวคิดการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขัน

1. การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว

แนวคิดการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของประเทศบราซิล ได้นำผลการศึกษาจากทวีปอเมริกาเหนือ (North American destination management organization: DMOs) มาปรับเปลี่ยนในการพัฒนาการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศบราซิล โดยมีการปรับเปลี่ยนผลจากการศึกษาเพื่อให้สามารถนำมาจัดการของประเทศบราซิลได้อย่างเหมาะสม ซึ่ง Ritchie และ Crouch ได้สรุปวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวไว้ดังนี้ (Ritchie and Crouch, 2010)

1. ความสำเร็จของการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันนั้นขึ้นอยู่กับข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของทรัพยากรท่องเที่ยว เมื่อทรัพยากรท่องเที่ยวมีความโดดเด่นหรือมีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวของแหล่งท่องเที่ยวทุกๆ แล้วก็จะส่งผลให้การจัดการการแข่งขันทางการท่องเที่ยวเกิดประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล

2. ภาพรวมขององค์ประกอบของการสร้างแบบจำลองการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันสามารถจำแนกได้ดังนี้

2.1 สภาพแวดล้อมในการแข่งขันด้านการค้าการท่องเที่ยวระดับมหภาค (Macro) ประกอบด้วย เศรษฐกิจ เทคโนโลยี ระบบนิเวศวิทยา การพัฒนาการเมืองและกฎหมาย การจัดการปัญหาด้านสังคมและวัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมทางประชากรศาสตร์

2.2 สภาพแวดล้อมในการแข่งขันด้านการค้าท่องเที่ยวระดับจุลภาค (Micro) ประกอบด้วยซัพพลายเออร์ (ตัวกลางและ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ลูกค้า คู่แข่ง สภาพแวดล้อมภายในระหว่างวัฒนธรรม สื่อสาธารณะ (เช่น สื่อต่างๆ หน่วยงานภาครัฐ ประชาชนทั่วไป ประชาชนในท้องถิ่น) สถาบันการเงินและการมีส่วนร่วมของประชาชน

นอกจากนี้ผลการศึกษายังมีข้อค้นพบในเรื่องของการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว ต้องมีทรัพยากรและแหล่งท่องเที่ยวหลัก (Core resources and attractors) เพื่อ

สร้างแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และเป็นพื้นฐานของความคาดหวังในการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดความสำเร็จและผลประโยชน์ (กำไร) จากการค้าบริการท่องเที่ยว ซึ่งได้แบ่งปัจจัยของทรัพยากรท่องเที่ยวหลักออกเป็น 7 ประเภท ได้แก่

1. สภาพทางกายภาพและภูมิอากาศ
2. วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์
3. การจัดการตลาด
4. การจัดกิจกรรมสร้างสรรค์
5. กิจกรรมพิเศษ (เช่น เทศกาลคาร์นิวัลเดอริโอ, กีฬาโอลิมปิก, นิทรรศการโลก, การแข่งขันกีฬาระดับโลก)

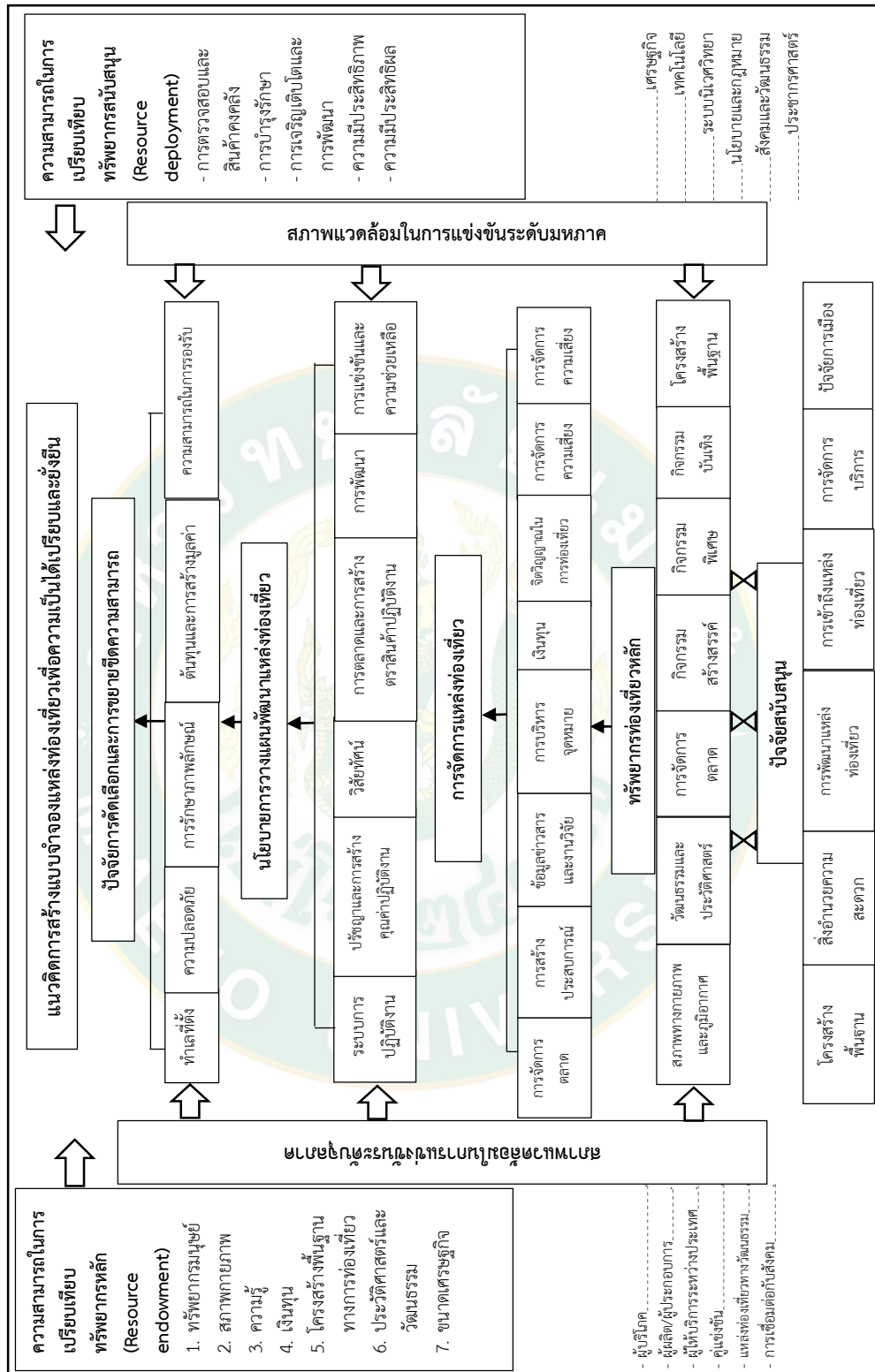
6. ความบันเทิง (เช่น โรงละคร งานเทศกาลตลก โรงละครและ นิทรรศการ)

7. โครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว

ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวทั้ง 7 ประเภทที่กล่าวมาข้างต้น นับว่าเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากทรัพยากรแต่ละทรัพยากรจะทำหน้าที่ในการสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism product) ในการสนับสนุนให้เกิดปัจจัยดึงดูด (Pull factor) และปัจจัยผลัก (Push factor) แก่นักท่องเที่ยวต่อการมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่เข้ามาสนับสนุนให้แหล่งท่องเที่ยวมีขีดความสามารถในการแข่งขันได้แก่

1. ปัจจัยสนับสนุนและทรัพยากรท่องเที่ยว ได้แก่
 - 1.1 โครงสร้างพื้นฐานทั่วไปของระบบการขนส่ง (เช่น ทางหลวง ทางรถไฟ บริการรถบัส สนามบิน เรือข้ามฟาก ฯลฯ)
 - 1.2 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว
 - 1.3 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ
 - 1.4 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
 - 1.5 การจัดการการบริการ
 - 1.6 ปัจจัยทางด้านทางการเมือง
2. นโยบายการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่
 - 2.1 ระบบการปฏิบัติงาน
 - 2.2 ปรัชญาทางและการสร้างคุณค่า
 - 2.3 กำหนดวิสัยทัศน์ของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
 - 2.4 นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว
 - 2.5 การวิเคราะห์เชิงแข่งขันและความร่วมมือ

- 2.6 แนวคิดการวางตำแหน่งทางการตลาดและการสร้างตราสินค้า
- 2.7 การติดตาม ประเมินผลเชิงนโยบาย และผลที่ได้รับ
3. การจัดการแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่
 - 3.1 การจัดการตลาด
 - 3.2 การสร้างประสบการณ์ในการให้บริการ
 - 3.3 การจัดการข้อมูลข่าวสารและงานวิจัย
 - 3.4 การจัดโครงสร้างองค์การบริหารจุดหมายปลายทาง (แหล่งท่องเที่ยว)
 - 3.5 การจัดการเงินและเงินทุนสำหรับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว
 - 3.6 การทรัพยากรมนุษย์ในการจัดการท่องเที่ยว
 - 3.7 การจัดการนักท่องเที่ยวให้เกิดจิตวิญญาณในการท่องเที่ยว
 - 3.8 การจัดการภาวะความเสี่ยง
 - 3.9 การจัดการแหล่งทรัพยากร
4. ปัจจัยด้านการคัดเลือกและการขยายขีดความสามารถ ได้แก่
 - 4.1 การจัดการทำเลที่ตั้งของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว
 - 4.2 การจัดการด้านความปลอดภัย
 - 4.3 การรักษาภาพลักษณ์และการสร้างความตระหนัก
 - 4.4 การจัดการด้านต้นทุนและการสร้างมูลค่า
 - 4.5 ความสามารถในการรองรับของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว



ภาพที่ 8 แนวคิดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว (A model of destination competitiveness)

ที่มา: Ritchie and Crouch (2010: Online)

จากแนวคิดวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว ต้องประกอบไปด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวทั้งในระดับจุลภาค (Micro) และระดับมหภาค (Macro) เพื่อให้เห็นถึงข้อได้เปรียบและเสียเปรียบในการสร้างขีดความสามารถของแหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ ทั้งนี้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมดังกล่าวยังต้องคำนึงถึงทรัพยากรท่องเที่ยวหลัก (Resource endowment) และทรัพยากรท่องเที่ยวสนับสนุน (Resource endowment) เพื่อสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยว อันจะส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นๆ มีความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

จากผลการศึกษาของงานวิจัยฉบับนี้ สามารถนำมาปรับใช้ในการศึกษาขีดความสามารถในการเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา เพื่อให้จังหวัดสงขลาจัดการท่องเที่ยวฮาลาลได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยมีการวางแผนงานในการจัดการดังนี้

1. ประเมินสภาพแวดล้อมของจังหวัดสงขลา เพื่อสำรวจขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาล
2. วิเคราะห์ความสามารถของทรัพยากรท่องเที่ยวหลัก (Resource endowment) อาศัยแนวคิดองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5 As ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ที่พัก (Accommodations) และกิจกรรม (Activities)
3. วิเคราะห์ความสามารถของทรัพยากรท่องเที่ยวสนับสนุน (Resource endowment) วิเคราะห์บนพื้นฐานของบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ได้แก่ การบริการอาหารฮาลาล และสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)

เพื่อให้จังหวัดสงขลา มีขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลผู้วิจัยได้ใช้ A model of destination competitiveness ของ Richie and Crouch (2010) เป็นแนวคิดหลักในการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน

แบบวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT analysis) เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการนำมาวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันของจังหวัดสงขลาในการจัดการท่องเที่ยวฮาลาล โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (General environment) หรือ PEST analysis การวิเคราะห์ SWOT เป็นเครื่องมือที่นิยมใช้กันมากในการวิเคราะห์สถานการณ์ ซึ่งสามารถมองเห็นภาพรวมสถานการณ์กลยุทธ์องค์การได้อย่างรวดเร็ว โดยตั้งอยู่บนข้อสมมติฐานที่ว่า ขีดความสามารถในการแข่งขันที่มีประสิทธิผลเกิดจากการเลือกแนวทางที่เหมาะสมเชิงกลยุทธ์ระหว่างทรัพยากรภายในองค์การ (จุดแข็งและจุดอ่อน) กับสถานการณ์ภายนอกองค์การ (โอกาสและอุปสรรค) แนวทางที่

เหมาะสมเชิงกลยุทธ์ที่ดีจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กรในการใช้จุดแข็งและโอกาสสำหรับการดำเนินงาน ในขณะที่เดียวกัน องค์กรต้องพยายามลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงอุปสรรคให้เหลือน้อยที่สุด (Pearce II and Robinson, 2011) ดังนั้น การวิเคราะห์ SWOT analysis จะช่วยให้มีพื้นฐานในการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อสร้างจุดแข็งและข้อได้เปรียบจากโอกาสจากสภาพแวดล้อม ทำให้สามารถกำหนดขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อเอาชนะอุปสรรคจากสภาพแวดล้อม หรือให้เกิดจุดอ่อนน้อยที่สุด นอกจากนี้ การวิเคราะห์ SWOT ช่วยสนับสนุนให้สามารถทำการตรวจสอบสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร เพื่อพิจารณาว่า ปัจจัยที่อาจจะส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันทั้งในปัจจุบันและอนาคตขององค์กร (Rothaermel, 2013) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกมีคำจำกัดความดังนี้ (สุดใจ ดิลกพรศนนท์, 2558: 196-200)

1. จุดแข็ง (Strength) หมายถึง สมรรถนะและความเป็นเลิศด้านทรัพยากรองค์กร รวมถึงทักษะของบุคลากร ซึ่งอาจมีข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่งในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า จุดแข็งดังกล่าวเกิดขึ้นจากทรัพยากรและสมรรถนะหรือความสามารถที่มีอยู่ในองค์กร

2. จุดอ่อน (Weakness) หมายถึง ความไม่สามารถ ข้อจำกัดและความขาดแคลนในทรัพยากรองค์กร เช่น ขาดแคลนด้านเงินทุน ทรัพยากรบุคลากร ด้านเทคนิค เป็นต้น ทำให้องค์กรมีข้อเสียเปรียบเมื่อเทียบกับคู่แข่งในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ที่เป็นสิ่งกีดขวางต่อประสิทธิผลการดำเนินงานขององค์กร

3. โอกาส (Opportunities) หมายถึง ลักษณะเฉพาะของปัจจัยแวดล้อมภายนอกองค์กร ซึ่งมีศักยภาพที่ช่วยให้้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรหรือมากกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ โอกาสเป็นข้อได้เปรียบหลักในการสนับสนุนการดำเนินงานให้แก่องค์กรโดยแนวโน้มในอนาคตที่สำคัญเป็นแหล่งที่มาของโอกาส

4. อุปสรรค (Threats) หมายถึง ลักษณะสภาวะแวดล้อมภายนอกองค์กร ที่เป็นอุปสรรคต่อการจัดการเชิงกลยุทธ์ทำให้องค์กรไม่สามารถบรรลุเป้าหมายได้ อุปสรรคเป็นสิ่งกีดขวางตำแหน่งทางการแข่งขันขององค์กรในปัจจุบันและตำแหน่งทางการแข่งขันที่องค์กรต้องการ

ดังนั้น การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการศึกษาขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา แบ่งการวิเคราะห์เป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (จุดแข็ง-จุดอ่อน) เป็นการวิเคราะห์ถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลาว่า จังหวัดสงขลาที่มีจุดแข็งและจุดอ่อนอย่างไรบ้างต่อการนำมากำหนดขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาล ทั้งในปัจจุบันและอนาคต

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (โอกาส-อุปสรรค) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่ส่งเสริมให้จังหวัดสงขลาทราบถึงโอกาสภายนอกในการสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวฮาลาล

ลาล เช่น นโยบายระดับประเทศ และนโยบายระดับจังหวัด เป็นต้น ในส่วนของอุปสรรคนั้นเป็นการเตรียมความพร้อมในการรองรับปัญหาหรืออุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในการจัดการการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลาให้มีขีดความสามารถ เพื่อให้รับผลกระทบน้อยที่สุดทั้งในปัจจุบันและอนาคต

3. การวิเคราะห์โทว์แมทริกซ์ (TOW Matrix) เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก โดยการจับคู่ข้อมูล เพื่อวิเคราะห์ค้นหากลยุทธ์ต่างที่มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจ

ภาพที่ 9 เป็นภาพสรุปการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่ประกอบด้วย 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก ปัจจัยโอกาส ปัจจัยอุปสรรค ดังภาพต่อไปนี้

	ด้านบวก	ด้านลบ
ภายใน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
ภายนอก	โอกาส	อุปสรรค

ภาพที่ 9 แบบวิเคราะห์ SWOT analysis

ที่มา: วีรฐ มามะศิริรานนท์ (2546: 67)

จากแนวคิดการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันทั้ง 2 แนวคิด ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว (A model of destination competitiveness) 2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT analysis)

แนวคิดทั้ง 2 แนวคิด เป็นแนวคิดที่มุ่งวิเคราะห์ทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาล และนำมาสรุปตามแนวทางการวิเคราะห์เพื่อสังเคราะห์ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาล ของจังหวัดสงขลาทั้งการวิเคราะห์ (Resource endowment) คือ องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As และ 2) ทรัพยากรสนับสนุน (Resource deployment) คือ บทบัญญัติศาสนาอิสลาม ได้แก่ อาหารฮาลาล สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) อันเป็นการยกระดับการท่องเที่ยวฮาลาลให้สอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม และมีขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลในอนาคต

บริบทของจังหวัดสงขลา

จังหวัดสงขลาเป็นเมืองท่าที่สำคัญเมืองหนึ่ง ตั้งอยู่ฝั่งตะวันออกของภาคใต้ตอนล่างมาตั้งแต่สมัยโบราณ มีชุมชนโบราณ เมืองเก่าแก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ขนบธรรมเนียมประเพณี และการละเล่นพื้นเมือง ศิลปะพื้นบ้าน ที่สืบทอดกันมาช้านาน สงขลาในบันทึกของพ่อค้าและนักเดินเรือชาวอาหรับ - เปอร์เซีย ในระหว่างปี พ.ศ. 1993 - 2093 ในนามของเมืองซิงกูร์ หรือ ซิงกอรา แต่ในหนังสือประวัติศาสตร์ธรรมชาติและการเมือง แห่งราชอาณาจักรสยาม ของนายกีโลลาสแซร์แวส เรียกชื่อ เมืองสงขลาว่า “เมืองสิงขร” จึงมีการสันนิษฐาน ว่า คำว่า สงขลา เพี้ยนมาจากชื่อ “สิงหลา” (สิง-หะ-ลา) หรือสิงขร แปลว่า เมืองสิง เหตุผลที่สงขลามีชื่อว่า สิงหลา สืบเนื่องมาจากพ่อค้าชาวเปอร์เซีย อินเดีย แล่นเรือมาค้าขาย ได้เห็นเกาะหนู เกาะแมว เมื่อมองแต่ไกลจะเห็นเป็นรูปสิงห์สองตัวมอปากเมืองทางเข้าเมืองสงขลา จึงเรียกเมืองนี้ว่า สิงหลา ส่วนคนไทย เรียกว่า เมืองสทิง เมื่อชาวมลายูและชาวฝรั่งเข้ามาติดต่อค้าขายกับเมืองสทิง ก็เรียกว่าเมืองสิงหลา แต่ออกเสียงเพี้ยนเป็น เซ็งคอร่า อีกเหตุผลหนึ่งอ้างว่า สงขลา เพี้ยนมา จาก “สิงขร” แปลว่า ภูเขา โดยอ้างว่าเมืองสงขลาตั้งอยู่บริเวณเชิงเขาแดง ต่อมาได้มีการพระราชทานนาม เจ้าเมืองสงขลาว่า “วิเชียรคีรี” ซึ่งความหมายสอดคล้องกับลักษณะภูมิประเทศ พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้มีพระบรมราชวินิจฉัยไว้ว่า “สงขลา” เดิมชื่อ สิงหนคร (สิง-หะ-นะ-คะ-ระ) เสียงสระอยู่ท้าย มลายูไม่ชอบจึงเปลี่ยนเป็นอา และชาวมลายูพูดลิ้นร้วเร็ว ตัดหะและ นะ ออก คงเหลือ สิง-คะ-รา แต่ออกเสียงเป็น ซิงคะรา หรือ ซิงโครา จนมีการเรียกเป็น สิงกอรา เมืองสงขลาเคยเป็นที่ประทับของสมเด็จพระบรมวงศ์เธอกรมหลวงลพบุรีราเมศวร์ เมื่อดำรงตำแหน่งสมุหเทศาภิบาลและอุปราชภาคใต้ จนสิ้นสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อปี พ.ศ. 2475 ได้ยุบมณฑลและภาค เปลี่ยนเป็นจังหวัดสงขลา จึงเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคใต้จนถึงปัจจุบัน (สมศักดิ์ ตันติเศรณี, 2560: 15-24)

1. ลักษณะทางกายภาพของจังหวัดสงขลา

ที่ตั้งและอาณาเขต จังหวัดสงขลาตั้งอยู่ฝั่งตะวันออกของภาคใต้ตอนล่าง ระหว่างละติจูดที่ 6 17' - 7 56' องศาเหนือ ลองจิจูด 100 01' - 101 06' องศาตะวันออก สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 4 เมตร อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ตามเส้นทางรถไฟ 947 กิโลเมตร และทางหลวงแผ่นดิน 950 กิโลเมตร จังหวัดสงขลา มีพื้นที่ 7,393.889 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 4,621,180 ไร่ มีขนาดเป็นอันดับ 27 ของประเทศ และใหญ่เป็นอันดับที่ 3 ของภาคใต้ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560)

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดพัทลุง

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอ่าวไทย

ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี รัฐเคดาร์และรัฐเปอร์ลิสของมาเลเซีย

ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดพัทลุง และจังหวัดสตูล

ลักษณะภูมิประเทศ

ทางตอนเหนือเป็นคาบสมุทรแคบและยาวยื่นลงมาทางใต้เรียกว่า คาบสมุทรสทิงพระกับส่วนที่เป็น แผ่นดินรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าทางตอนใต้ แผ่นดินทั้งสองส่วนเชื่อมต่อกันโดยสะพานติณสูลานนท์ พื้นที่ ทางทิศเหนือส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม ทิศตะวันออกเป็นที่ราบริมทะเล ทิศใต้และทิศตะวันตกเป็นภูเขาและ ที่ราบสูง ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดต้นน้ำลำธารที่สำคัญ

ลักษณะทางภูมิอากาศ

จังหวัดสงขลาตั้งอยู่ในเขตอิทธิพลของมรสุมเขตร้อน มีมรสุมพัดผ่านประจำทุกปี คือ 1) มรสุมตะวันตกเฉียงใต้ เริ่มตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคมถึงกลางเดือนตุลาคม 2) มรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ เริ่มตั้งแต่กลางเดือนตุลาคมถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์ จากการพัดผ่านของมรสุมที่มีแหล่งกำเนิดจากบริเวณแตกต่างกัน ทำให้จังหวัดสงขลามี 2 ฤดู คือ 1) ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่กลางเดือนกุมภาพันธ์ถึงกลางเดือนพฤษภาคม ระยะนี้เป็นช่องว่างระหว่าง ฤดูมรสุมหลังจากสิ้นฤดูมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือหรือฤดูหนาวแล้ว อากาศจะเริ่มร้อนและมีอากาศร้อนจัด ที่สุดในเดือนเมษายน 2) ฤดูฝน แบ่งออกเป็น 2 ระยะ - ฤดูฝน จากมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ กลางเดือนพฤษภาคมถึงกลางเดือนตุลาคม ฝนเคลื่อนตัว มาจากด้านตะวันตก (ทะเลอันดามัน) ส่วนมากฝนตกในช่วงบ่ายถึงค่ำปริมาณและการกระจายของฝนจะ น้อยกว่าช่วงมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ - ฤดูฝน จากมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ กลางเดือนตุลาคมถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์ฝนเคลื่อน ตัวมาจากด้านตะวันออก (อ่าวไทย) ฝนจะตกชุกหนาแน่น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560)

2. ประชากรและการนับถือศาสนา

จังหวัดสงขลามีประชากร ณ เดือนธันวาคม 2558 จำนวนรวมทั้งสิ้น 1,410,577 คน แบ่งเป็นเพศชาย 688,462 คน คิดเป็นร้อยละ 48.81 เพศหญิง 722,115 คน คิดเป็นร้อยละ 51.19 จำนวน ครัวเรือน 508,600 ครัวเรือน ประชากรส่วนใหญ่ร้อยละ 61.70 นับถือศาสนาพุทธ รองลงมาร้อยละ 33.42 นับถือศาสนา อิสลาม และ ร้อยละ 3.19 นับถือศาสนาอื่น ๆ (ศาสนาคริสต์ ฮินดู) จังหวัดสงขลามีวัด จำนวน 424 แห่ง ที่พักสงฆ์ จำนวน 108 แห่ง มัสยิด จำนวน 393 แห่ง โบสถ์คริสต์ จำนวน 12 แห่ง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560: 47)

3. บริบทด้านการท่องเที่ยว

จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดเป็นจังหวัดชายแดนของประเทศไทย เป็นเมืองท่าและเป็นเมืองชายทะเลที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของภาคใต้ กอปรสภาพภูมิประเทศของจังหวัดสงขลาที่มีความเป็นที่ราบลุ่มและที่ราบสูง และมีอาณาเขตติดต่อกับทะเล ส่งผลให้จังหวัดสงขลาอันมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย อีกทั้งจังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่มีประวัติความเป็นมายาวนานทำให้เกิดวัฒนธรรมขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิตที่มีความน่าสนใจ จึงกล่าวได้ว่าจังหวัดสงขลาที่มีความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 2) ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต 3) ทรัพยากรท่องเที่ยวทางทะเล จึงส่งผลให้จังหวัดสงขลาเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่สำคัญในการสร้างมูลค่าทางการท่องเที่ยวให้กับประเทศได้อย่างมหาศาล โดยในปี พ.ศ. 2559 จังหวัดสงขลา มีรายได้จากการท่องเที่ยว 54,337.5 ล้านบาท จัดเป็นอันดับ 4 รองจากจังหวัดภูเก็ต กระบี่ สุราษฎร์ธานี และเป็นอันดับ 2 ในกลุ่มจังหวัดฝั่งอ่าวไทย รองจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560: 145) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้อธิบายทรัพยากรหลัก (Resource endowment) โดยอาศัยแนวคิดองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีองค์ประกอบหลายประการมาผสมผสานให้กลายเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ เพื่อทำหน้าที่ในการเชิญชวนและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวอย่างแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As (กุลวดี ละม้ายเงิน, 2551: 27) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา อันจะสะท้อนให้เห็นถึงความสถานภาพของจังหวัดสงขลาในการจัดการท่องเที่ยวฮาลาล

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions)

สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อการเป็นปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) ให้นักท่องเที่ยวเกิดการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอย่างแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา โดยสิ่งดึงดูดใจของจังหวัดสงขลาอันมีความหลากหลายทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรทางทะเล และทรัพยากรทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ต่อไปนี้ผู้วิจัยจะขอกกล่าวถึงสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา โดยแบ่งเป็นเขตอำเภอ ต่อไปนี้

1.1 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อำเภอเมืองสงขลา

1) แหลมสมิหลา ลักษณะเป็นหาดทรายขาวมีทิวสนร่มรื่น และมีรูปปั้นนางเงือกอันเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดสงขลา รวมถึงรูปปั้นหนูกับแมว โดยรอบแหลมสมิหลานั้นมีการจัดสวนหย่อมไว้สำหรับพักผ่อน และเมื่อมองออกไปในทะเลจะเห็นเกาะหนู เกาะแมว ที่เป็นอีกหนึ่งสัญลักษณ์ของจังหวัดสงขลา (องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา, 2556: :25)

2) แหลมสนอ่อน เป็นแหลมที่อยู่บนพื้นที่ติดกับแหลมสมิหลาไปทางตะวันตกเฉียงเหนือ ด้านทิศตะวันตกของแหลมสนอ่อน เป็นทะเลสาบสงขลา ตรงปลายแหลมสนอ่อนนั้นจะ

เป็นที่ตั้งของรูปปั้นกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์อันเป็นที่เคารพของชาวสงขลา (องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา, 2556: 27)

3) สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำจังหวัดสงขลา เป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งมีชีวิตทั้งด้านชีววิทยาและนิเวศวิทยา โดยมีการจัดแสดงพันธุ์สัตว์น้ำออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) ส่วนแสดงพันธุ์สัตว์น้ำจืด 2) ส่วนแสดงพันธุ์สัตว์น้ำทะเล และ 3) ส่วนแสดงพันธุ์สัตว์น้ำกร่อย โดยมีพื้นที่ 7.5 ไร่ ตัวอาคารจัดแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ 2 ไร่ (องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา, 2556: 17)

4) ประติมากรรมพญานาคพ่นน้ำ เป็นโครงการที่เทศบาลนครสงขลาสร้างขึ้นเพื่อปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณหาดสมิหลาให้เป็นสถานที่พักผ่อนของชาวสงขลาและนักท่องเที่ยวโดยการนำเอาคติความเชื่อเกี่ยวกับพญานาคที่เชื่อว่า พญานาคเป็นสัญลักษณ์ของการเกิดน้ำและความอุดมสมบูรณ์ ชาวใต้จึงนับถือพญานาคเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์และกราบไหว้ขอพร เพื่อความเป็นสิริมงคลแก่ชีวิต (องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา, 2556: 30-31)

5) เขาตังกวน เป็นภูเขาเล็กๆ สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 105 เมตร บนยอดเขามีเจดีย์หลวงที่มีข้อสันนิษฐานเป็นเจดีย์ที่มีมานาน เมื่อครั้งพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเสด็จประพาสเมืองสงขลา ในปี พ.ศ.2431 อีกทั้งยังมีพลับพลาที่สร้างถวายเป็นการเสด็จของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวในครั้งนั้นด้วย (องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา, 2556: 17)

6) หาดแก้วแสง เป็นหาดทางตอนใต้ของชายทะเลเมืองสงขลา เป็นหาดทรายที่ต่อเนื่องมาจากหาดชลาทัศน์ มีหมู่บ้านชาวประมง สุดปลายหาดมีโขดหินสูงคล้ายภูเขา และมีหินสูงก้อนหนึ่ง ชาวบ้านเรียกว่า “หัวนายแรง” โดยหาดแก้วแสงมีความโดดเด่นทั้งวิถีชีวิตชาวประมงพื้นบ้านชาวมุสลิม และหาดทรายขาวที่สวยงาม (องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา, 2556: 36)

7) พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสงขลา เป็นอาคารแสดงศิลปวัตถุภาคใต้ตอนล่าง และเป็นแหล่งศึกษาหาความรู้ทางด้านโบราณคดี ประวัติศาสตร์ศิลปะชาติพันธุ์วิทยา ศิลปะจีน ศิลปะพื้นบ้านพื้นเมือง โดยเปิดอย่างเป็นทางการ เมื่อ ปี พ.ศ.2525 อยู่ภายใต้การดูแลของกรมศิลปากร (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554: 45)

8) พิพิธภัณฑ์พะอัมรงค์ เป็นสถาปัตยกรรมแบบเรือนไทยที่สร้างขึ้นเพื่อจำลองสถานที่เกิดของ พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ เป็นบ้านพักเดิมของของรองอำมาตย์โทขุนวินิจ ทัศนกรรม (บั้ง ติณสูลานนท์) บิดาของพลเอกเปรมติณสูลานนท์ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554: 45)

9) สวนสัตว์สงขลา เป็นสวนสัตว์เปิดริมถนนสงขลา-นาทวี ตำบลเขารูปช้าง มีเนื้อที่ 911 ไร่ มีวัตถุประสงค์เพื่ออนุรักษ์และขยายพันธุ์สัตว์ป่าของไทยคืนสู่ธรรมชาติ พื้นที่เป็นภูเขาเล็กๆ หลายลูก มีถนนลาดยางโดยรอบและแยกชนิดสัตว์ไว้เป็นหมวดหมู่ มีสัตว์มากมายหลายชนิด ทั้งที่มีถิ่นกำเนิดในประเทศและต่างประเทศ เช่น อูฐ นกชนิดต่างๆ วัวแดง เสือ จระเข้ ฯลฯ

นอกเหนือจากสัตว์ป่าชนิดต่าง ๆ อันควรค่าแก่การศึกษา สวนสัตว์สงขลายังมีจุดเด่นที่นักท่องเที่ยวไม่ควรพลาดคือ จุดชมทิวทัศน์ซึ่งสามารถมองเห็นทัศนียภาพของเมืองสงขลา มีร้านอาหารไว้คอยบริการ นักท่องเที่ยวและมีสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554: 65)

10) เกาะหนู-เกาะแมวเป็นเกาะใกล้ชายฝั่งขนาดเล็ก อยู่ห่างแหลมสมิหลา มีหินสวยงามเหมาะสำหรับตกปลา มีรูปปั้นหนูและแมว โดยเกาะหนูมีเนื้อที่ 94 (องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา, 2556: 45)

11) ทะเลสาบสงขลาเป็นทะเลสาบแห่งเดียวในประเทศไทย มีความยาวจากปากน้ำไปทางทิศเหนือประมาณ 80 กิโลเมตร ส่วนกว้างไม่แน่นอน บางตอนแคบ บางตอนกว้างมาก ส่วนที่กว้างที่สุดประมาณ 20-25 กิโลเมตร ทะเลสาบสงขลาเป็นทะเลสาบน้ำจืด แต่จะกร่อยในช่วงที่ติดกับทะเล ตรงปากอ่าวในทะเลสาบมีเกาะอยู่หลายเกาะ ที่สำคัญได้แก่ เกาะใหญ่ เกาะสี่ เกาะห้า เกาะแก้ว เกาะหมาก เกาะราย และเกาะยอ นักท่องเที่ยวสามารถหาเรือท่องเที่ยวในทะเลสาบได้ บริเวณท่าเรืออยู่หลังที่ทำการไปรษณีย์โทรเลข หรือบริเวณตลาดสด จะมีเรือหางยาวรับส่งตลอดวัน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554: 35)

12) พิพิธภัณฑ์คติชนวิทยา-สถาบันทักษิณคดีศึกษา ตั้งอยู่หมู่ที่ 1 ตำบลเกาะยอ อำเภอเมืองสงขลา บริเวณใกล้เชิงสะพานติณฯ ตอนเหนือ และอยู่ริมทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4146 มีพื้นที่ทั้งหมด 23 ไร่ 1 งาน 39.9 ตารางวา พื้นที่ส่วนหนึ่งอยู่บริเวณเชิงเขา และอีกส่วนหนึ่งอยู่บนยอดเขา และเมื่อขึ้นไปอยู่บนสุดของพื้นที่ จะสามารถมองเห็นทะเลสาบส่วนที่ล้อมเกาะทั้ง 3 ด้าน เป็นทัศนียภาพที่สวยงามมาก สถาบันแห่งนี้ตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2521 เพื่อศึกษาเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมของภาคใต้ และมีการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมของภาคใต้ไว้เป็นที่น่าสนใจมาก เช่น ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านจิตรกรรมฝาผนัง เครื่องดนตรีพื้นบ้าน ตลอดจนผลิตภัณฑ์งานฝีมือต่าง ๆ สถาบันทักษิณคดีศึกษาประกอบด้วยส่วนสำคัญ 5 ส่วนคือ พิพิธภัณฑ์คติชนวิทยา อุทยานวัฒนธรรม ศูนย์วิทยบริการด้านวัฒนธรรม งานส่งเสริมและเผยแพร่ และหมู่บ้านวัฒนธรรมสาธิต (องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา, 2556: 54-55)

13) สะพานติณสูลานนท์ (สะพานติณหรือสะพานป่า) ตั้งชื่อเป็นเกียรติแก่พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ซึ่งเป็นชาวจังหวัดสงขลา เป็นส่วนหนึ่งของทางหลวงที่เชื่อมระหว่างทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 407สายหาดใหญ่-สงขลา กับทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 408 สายสงขลา-ระโนด โดยสะพานแห่งนี้เป็นสะพานข้ามทะเลสาบสงขลา แบ่งออกเป็นสองช่วง คือช่วงแรก เชื่อมระหว่างชายฝั่งอำเภอเมืองสงขลาบริเวณบ้านน้ำกระจ่ายกับเกาะยอตอนใต้ ความยาวรวมเชิงสะพานทั้งสองด้าน 1,140 เมตร ช่วงที่ 2 เชื่อมระหว่างฝั่งด้านเหนือของเกาะยอกับฝั่งบ้านเขาเขียว ความยาวทั้งทั้งสิ้น 1,800 เมตร สะพานนี้เริ่มก่อสร้างเมื่อ 26 มีนาคม พ.ศ. 2527 และเสร็จสิ้นเมื่อวันที่ 25

กันยายน พ.ศ. 2529 สะพานแห่งนี้ได้กลายเป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวที่จะต้องมาท่องเที่ยว (องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา, 2556: 50)

14) เกาะยอ เป็นเกาะเล็กๆ ในทะเลสาบสงขลา เดินทางโดยข้ามสะพานติณสูลานนท์ไปตามเส้นทาง จากตัวเมืองใช้ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 407 และเลี้ยวซ้ายเข้าทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 408 ทางไปอำเภอสิงหนคร เกาะยอมีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 9,275 ไร่ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นไหล่เขาและที่ราบตามเชิงเขา เหมาะแก่การเกษตรกรรม บนเกาะยอมีการทำสวนผลไม้แบบสุ่มรุม หมายถึงผลไม้จะผลัดกันให้ผลผลิตตลอดปี เช่น ส้มโอ มะพร้าว ขนุน ผลไม้ที่มีชื่อของเกาะยอคือ จำปาตะ ลักษณะคล้ายขนุนแต่ลูกเล็กกว่า สามารถนำไปทอดเหมือนกล้วยแขก หรือจะรับประทานสดก็ได้ และผ้าทอเกาะยอ เป็นผ้าพื้นเมืองที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมจากผู้นิยมสวมใส่ผ้าไทย มีลายที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ลายราชวัติ ดอกพิกุล ดอกพะยอม เนื้อผ้าดูแลกรักขาง่าย นอกจากนี้เกาะยอยังเป็นแหล่งเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชังในทะเลสาบสงขลาอีกด้วย (องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา, 2556: 52)

15) ตัวเมืองเก่าสงขลา ตัวเมืองสงขลาแต่เดิมตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันตกของทะเลสาบ เรียกว่า "เมืองสงขลาฝั่งแหลมสน" จนกระทั่ง พ.ศ. 2385 จึงขยายมาทางฝั่งทิศตะวันออกบริเวณตำบลบ่อยาง เรียกกันว่า "เมืองสงขลาฝั่งบ่อยาง" ทั้งเคยเป็นเมืองท่าศูนย์กลางการค้าเดินเรือที่สำคัญของภูมิภาคนี้ในอดีตด้วยความที่ เคยเป็นเมืองที่มีพ่อค้าชาวต่างประเทศแวะเวียนเข้ามาท การค้าอย่างต่อเนื่องสภาพภูมิประเทศที่เป็นอ่าว เหมาะสำหรับการพักหาเสบียง เต็มน้ำ หลบลมมรสุมรอกระแสน้ำเดินทางต่อไปยังจุดหมายอื่นๆ ทำให้ รูปแบบการสร้างตึกรามบ้านช่องในช่วงการขยายตัวของเมืองใหม่จึงได้รับเอาแนวความคิดวิทยาการต่างๆ มาจากวัฒนธรรมชนชาติที่ทำธุรกิจร่วมกัน บ้านเรือนในเขตเมืองเก่านี้ถูกสร้างขึ้นในช่วงเวลาที่ต่างกัน ตั้งแต่ วันนั้นจนวันนี้ ที่นี้ผ่านชีวิตในหลายรุ่นผ่านไป ไกลจะสองศตวรรษแล้วรูปทรงของอาคาร มีทั้งแบบเรือนแถว แบบไทย, เรือนแถวแบบจีน, เรือนแถวแบบชิโนโปรตุกีสบริเวณถนนนครนอก นครในถนนนางงาม ยังคง เหลือความงามของอาคารเก่า ให้ได้ย้อนอดีต

สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของอำเภอเมืองสงขลาที่กล่าวมาข้างต้น มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ได้แก่ อาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) โดยในพื้นที่อำเภอเมืองดังกล่าวมีมัสยิด จำนวน 2 มัสยิด ได้แก่ มัสยิดดารุนาอิม (หาดเก่าแสง) และมัสยิดอุสาสนอิสลาม (บ้านบน ถนนนครนอก-นครใน) และสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) อีก 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่หาดเก่าแสง ส่วนอาหารฮาลาลมีบริการ ณ สถานที่ท่องเที่ยวที่ระบุข้างต้น โดยสิ่งอำนวยความสะดวกทั้ง 2 ประการดังกล่าว นับว่ามีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีความเชื่อมั่นต่อการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาที่ไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

1.2 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อำเภอสิงหนคร

1) สุสานมรุ่ม หรือ สุสานสุไลมาน ชาร์ เป็นสุสานฝังศพเจ้าเมืองสงขลาในครั้งสมัยอยุธยา และในปัจจุบันยังเป็นที่ฝังศพของชาวมุสลิมอีกด้วย (องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา, 2556: 60)

2) กำแพงเมืองสงขลาที่หัวเขาแดง เป็นกำแพงที่ก่อด้วยอิฐและโบริปูน โดยการวางหินด้านกว้างวางซ้อนทับกัน เพื่อช่วยให้ป้อมมีความมั่นคงและแข็งแรง แสดงให้เห็นว่าเมืองสงขลาหัวเขาแดงเป็นเมืองที่มีป้อมปราการ ประตู หอรบ ที่มั่นคงและแข็งแรงมาก บ่งบอกถึงการเป็นเมืองที่มีความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจ เป็นเมืองท่าและศูนย์กลางการค้าขายสินค้าพื้นเมือง (องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา, 2556: 63)

สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของอำเภอสิงหนครที่กล่าวมาข้างต้น มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ได้แก่ อาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) โดยในพื้นที่อำเภอเมืองดังกล่าวมีมัสยิด จำนวน 2 มัสยิด คือ มัสยิดยาบัลโรดเหร้าหะมะ (บ้านหัวเขา) และมัสยิดดารุสลาม (บ้านหัวเขาแดง) ส่วนอาหารฮาลาลมีบริการโดยรอบ เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวนั้นตั้งอยู่ใกล้กับชุมชนอิสลาม ได้แก่ บ้านหัวเขา บ้านท่าเสา บ้านหัวเขาแดง บ้านเขาเขียว โดยที่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถใช้บริการได้อย่างสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

1.3 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อำเภอสติงพระ

1) อุทยานนกน้ำคูซูด มีเนื้อที่รวมกว่า 200,000 ไร่ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นทะเลน้ำจืด และน้ำกร่อย มีความลึกประมาณ 1 เมตร สภาพป่ามีทั้งป่าดงดิบและป่าดิบชื้นตาเกาะต่างๆ และป่าชายเลน มีนกน้ำอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากทั้งเป็นนกที่ประจำถิ่นและนกที่อพยพมา จะมีจำนวนมากที่สุดในเดือนธันวาคมถึงเดือนมีนาคม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554: 79)

2) หาดสติงพระ หรือ หาดมหาราช หาดทรายขาวฝั่งทะเลอ่าวไทย มีชายหาดยาว 3 กิโลเมตร บริเวณริมหาดมีทิวสน และมีบรรยากาศร่มรื่นเงียบสงบ (องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา, 2556: 86)

3) หาดม่วงงาม อยู่ทางทิศใต้ของหาดมหาราชประมาณ 16 กิโลเมตร หาดทรายยาวประมาณ 3 กิโลเมตร ลักษณะหาดกว้าง มีความลาดชันต่ำ ทรายหยาบสีทอง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554: 60)

สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของอำเภอสติงพระที่กล่าวมาข้างต้น มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ได้แก่ อาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) โดยในพื้นที่อำเภอเมืองดังกล่าวมีมัสยิด จำนวน 5 มัสยิด คือ มัสยิดยะรอสะ มัสยิดยามาอะดินนุร มัสยิดยูมัลอิสลาม มัสยิดยาอ์หะยะฮ์ และมัสยิดนุรุดดีน

1.4 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อำเภอระโนด

1) ตลาดน้ำคลองแดน เป็นการคิดปรับปรุงชุมชนคลองแดนโดยการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบของตลาดน้ำ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์ชุมชนเก่าแก่ โดยมีการจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองรวมถึงการล่องเรือชมบรรยากาศตลาดด้วย (องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา, 2556: 89) โดยอำเภอระโนดมีมัสยิด 1 มัสยิด คือ มัสยิดสะกอลิฮาม (บ้านบ่อตรุ) ที่นักท่องเที่ยวมุสลิมสามารถหยุดพักเพื่อปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)ตามบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

1.5 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อำเภอหาดใหญ่

1) สวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่ เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของชาวหาดใหญ่และนักท่องเที่ยว สวนแห่งนี้มีพื้นที่ 914 ไร่ ภายในสวนเต็มไปด้วยความร่มรื่นของพืชพรรณธรรมชาติ ทั้งไม้ยืนต้นและไม้ประดับ อีกทั้งนักท่องเที่ยวยังสามารถได้เรียนรู้วิถีชีวิตของสัตว์นานาชนิด และมีบริเวณสำหรับทำกิจกรรมต่างๆ ได้มากมาย (องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา, 2556: 104)

2) น้ำตกโตนงาช้าง เป็นน้ำตกที่ได้ชื่อว่าสวยที่สุดในภาคใต้ คำว่า “โตน” เป็นภาษาท้องถิ่น มีความหมายว่า “น้ำตก” น้ำตกโตนงาช้างมีทั้งหมด 7 ชั้น ชั้นที่สวยงามที่สุดคือ ชั้น 3 เป็นชั้นที่มีน้ำตกแยกออกมา ลักษณะคล้ายงาช้าง จึงเป็นที่มาของน้ำตกโตนงาช้าง อีกทั้งภายในพื้นที่ของน้ำตกยังมีเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าโตนงาช้าง เป็นสถานที่รักษาพันธุ์สัตว์ป่า เส้นทางเดินชมธรรมชาติ ปัจจุบันได้เป็นสถานที่พักผ่อนยอดนิยมของชาวสงขลาและนักท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554: 37) ในพื้นที่น้ำตกมีบริการสำหรับสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) แก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

3) ตลาดน้ำคลองแห เป็นการจัดโครงการเพื่อสนับสนุนวัฒนธรรมท้องถิ่น จนในปัจจุบันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวมาเลเซีย และเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงของสงขลาที่นักท่องเที่ยวต้องมาเที่ยว (องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา, 2556: 123)

4) ตลาดกิมหยง เป็นตลาดขายของฝากและของที่ระลึกขนาดใหญ่ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ตั้งอยู่บนอาคารสองชั้น ริมถนนละม้ายสงเคราะห์ ชั้นบนเป็นร้านขายสินค้าชั้นล่างเป็นตลาดขายของแห้ง เดิมอาคารแห่งนี้เคยเป็นโรงภาพยนตร์ ชื่อ โรงภาพยนตร์เฉลิมไทย ชื่อตลาดกิมหยง มาจากชื่อเต็มว่า "ตลาดชีกิมหยง" เป็นชื่อของคหบดีชาวจีนชื่อ ชีกิมหยง และภรรยาชื่อ ละม้าย เจ้าของที่ดินแต่เดิม

5) ตลาดสันติสุข เป็นตลาดจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า น้ำหอมและเครื่องสำอาง ซึ่งอยู่ริมถนนนิพัทธ์อุทิศ ในย่านเดียวกัน

6) หาดใหญ่ไอซ์โดม เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่จัดแสดงประติมากรรมน้ำแข็ง (แกะสลักน้ำแข็ง) สัมผัสประสบการณ์ มหัศจรรย์จากน้ำแข็งแกะสลักต้นตำรับจากเมืองฮาร์บิน

สาธารณรัฐประชาชนจีน อุณหภูมิติดลบ 15 องศา ใหญ่และเย็นที่สุดในประเทศไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554: 66)

7) ปางช้างเผือกหาดใหญ่ มีเนื้อที่ประมาณ 50 ไร่ ท่ามกลางบรรยากาศที่ประทับใจ โดยมีกิจกรรมหลักๆ ประจำวันที่ทางปางช้างเผือกหาดใหญ่ ได้จัดให้นักท่องเที่ยวได้มาสนุกสนานกัน คือ นั่งช้างเที่ยวชมธรรมชาติ เพิ่มความมั่นใจด้วยการขับรถ ATV กิจกรรมยิงธนู และยิงปืน เป็นต้น

8) มัสยิดกลางดิย์นูลอิสลาม หรือ มัสยิดกลางสงขลา ซึ่งตั้งอยู่ที่ถนนลพบุรี-ราเมศวร์ ตำบลคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวมุสลิมในจังหวัดสงขลา นับว่าเป็นมัสยิดที่ใหญ่และอลังการมาก ภายในตกแต่งได้สวยงาม โลงโอบอ้อม เหมาะแก่การทำความจิตใจให้สงบ และทำพิธีกรรมต่างๆ ทางศาสนา มัสยิดกลางแห่งนี้โดดเด่นจนสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนตั้งแต่อยู่บนภูเขาในสวนสาธารณะหาดใหญ่ อีกทั้งยังได้รับการขนานนามว่า “ทัชมาฮาลเมืองไทย”

สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของอำเภอหาดใหญ่ที่กล่าวมาข้างต้น มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องต่อบัญญัติศาสนาอิสลาม ได้แก่ อาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ที่มีความพร้อมต่อการให้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม เนื่องจากอำเภอหาดใหญ่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของจังหวัดสงขลา อำเภอหาดใหญ่จึงมีมัสยิดรายล้อมสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าว 6 มัสยิด คือ มัสยิดยามิอุลอิสลาม (บ้านเกาะหมี่) มัสยิดบ้านเกาะหมี่ มัสยิดซาฮิปากีสถาน มัสยิดหมัดยาเหมาะ มัสยิดดิญลอิสลาม (มัสยิดกลางประจำจังหวัดสงขลา) มัสยิดอัสนอรียะฮุนนะ นอกจากนี้ยังมีสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ที่มีบริการในร้านอาหาร เช่น ร้านอาหารฮามิด ร้านอาหารซัลมา ร้านอาหารซามี ร้านอาหารเนสโฮม ร้านอาหารฮาลาล และห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลหาดใหญ่ เป็นต้น ส่วนอาหารฮาลาลมีบริการอย่างหลากหลายและมีความพร้อม ต่อการให้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่

1.6 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อำเภอรัตภูมิ

1) วนอุทยานน้ำตกบริพัตร เป็นน้ำตกเล็กๆ มีน้ำตลอดทั้งปี ห่างจากอำเภอเมือง 52 กิโลเมตร เป็นน้ำตกที่เกิดจากเทือกเขาบรรทัด ซึ่งคนท้องถิ่นเรียกว่า “เขาแก้ว” มีทั้งหมด 10 ชั้น แต่สามารถขึ้นไปเยี่ยมชมได้เพียง 5 ชั้นเท่านั้น (องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา, 2556: 128-129) มีสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) จัดไว้บริการภายในวนอุทยานและมีร้านอาหารฮาลาลสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม อีกทั้งในอำเภอรัตภูมิมีมัสยิดกระจายทั้งหมด 19 มัสยิด

1.7 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อำเภอสะเดา

1) วัดถ้ำเขารูปช้างเป็นวัดที่ใช้ถ้ำเป็นศาสนสถาน ภายในถ้ำมีหินงอกหินย้อยที่งดงาม แบ่งออกเป็นห้องๆ หลายห้อง บริเวณรอบวัดมีบรรยากาศสงบร่มรื่น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554: 51)

2) หมู่บ้านอาเซียนและสวนไดโนเสาร์ เป็นพื้นที่เศรษฐกิจและแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้น โดยมีกลุ่มนักลงทุนจากประเทศมาเลเซีย เข้ามาพัฒนาพื้นที่สร้างรายได้เศรษฐกิจ ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร แหล่งบันเทิง และสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งภายในมีแหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวและเด็กเยาวชน รูปแบบสถาปัตยกรรมแบบวัฒนธรรมจีนโบราณ ปรับตกแต่งเป็นร้านอาหาร และขายของที่ระลึก กิจกรรมบริการด้านการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร

3) ด่านปาดังเบซาร์ เป็นด่านพรมแดนระหว่างประเทศมาเลเซียกับประเทศไทย เป็นด่านที่อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา อีกทั้งด่านปาดังเบซาร์เป็นด่านที่สร้างมูลค่าการค้าขายอย่างมหาศาลให้กับประเทศไทย อีกทั้งยังเป็นด่านที่มีสถานีรถไฟร่วมอีกด้วย

อำเภอสะเดานับว่าเป็นอำเภอที่มีความสำคัญต่อการเดินทางเข้า-ออกประเทศไทย เนื่องจากมีด่านพรมแดนติดกับประเทศมาเลเซีย 2 ด่าน ได้แก่ ด่านสะเดา และด่านปาดังเบซาร์ อีกทั้งยังมีสียัดและร้านอาหารฮาลาลบริการโดยรอบ เพื่อความสะดวกต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา โดยอำเภอสะเดามีสียัด 39 มัสดิ ที่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถหยุดพักในการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ตามบทบัญญัติศาสนาอิสลามได้

1.8 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อำเภอนาทวี

1) อุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง หรือที่รู้จักกันในนามหมู่บ้านปิยมิตร 5 ซึ่งเป็นหมู่บ้านของอดีต คอมมิวนิสต์ ผู้กลับใจเข้าร่วมพัฒนาชาติไทย เมื่อวันที่ 13 มีนาคม 2530 ในอดีตเคยเป็นสนามสูรบ มาเกือบ 40 ปีมีลักษณะเป็นอุโมงค์ที่ขุดด้วย กำแพงคนกว้างใหญ่ และยาวที่สุดในประเทศไทยภายในแบ่งเป็น 3 ชั้น มีช่องทางเข้าออก หลายช่องทางความ คดเคี้ยวขึ้นลงภายในอุโมงค์ประมาณ 600 เมตร สามารถบรรจุคนได้ประมาณ 200 คนใช้เวลาขุดประมาณ 9 ปี ปัจจุบันการเดินทางไปเยี่ยมชมอุโมงค์แห่งนี้มีถนนลาดยางผ่านเดินทางได้สะดวก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554: 80)

2) ด่านประกอบ เป็นด่านพรมแดนที่ติดกับรัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย เป็นอีกหนึ่งด่านในการอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

อำเภอนาทวีมีอาณาเขตติดกับประเทศมาเลเซีย เป็นช่องทางในการเข้า-ออกประเทศ คือ ด่านประกอบ ซึ่งอำเภอนาทวีมีสียัด จำนวน 25 มัสดิ ที่รองรับการปฏิบัติศาสนกิจ

(ละหมาด) ของชาวมุสลิมในอำเภอนาทวีและนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวอำเภอนาทวี และมีร้านอาหารฮาลาลไว้สำหรับบริการด้วยเช่นกัน

1.9 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อำเภอเทพา

1) หาดปากบางสะกอม ห่างจากตัวเมืองสงขลา ประมาณ 53 กิโลเมตร ไปตามเส้นทางสงขลา-จะนะ เป็นหาดทรายขาว เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ตั้งแคมป์ และสามารถเช่าเรือตกปลาที่เกาะขาม

2) เกาะขาม รอบๆ เกาะเป็นหิน มีสัตว์น้ำต่างๆ ได้แก่ หอยเม่น ปลิงทะเล ปูทะเล ปลาสวยงาม และยังมีปะการังธรรมชาติที่สวยงาม

สถานที่ท่องเที่ยวของอำเภอเทพา 2 ที่ ที่กล่าวมาข้างต้น ตั้งอยู่ในเขตอำเภอที่มีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลาม จึงทำให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความสอดคล้องต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลามที่มีความพร้อมทั้งสถานที่ปฏิบัติศาสนากิจ (ละหมาด) และร้านอาหารฮาลาลกระจายโดยรอบ ซึ่งอำเภอเทพา มีมัสยิด จำนวน 63 มัสยิด จึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถปฏิบัติศาสนากิจ (ละหมาด) ได้ในระหว่างการมาท่องเที่ยว

1.10 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อำเภอจะนะ

1) ฟาร์มนกเขาชวา การเลี้ยงนกเขาชวาเป็นที่นิยมของชาวมุสลิม ทุกบ้านจะมีการเลี้ยงนกเขาชวา และมีการจัดประกวดนกเขา ระหว่างเดือนมกราคม-เดือนกรกฎาคม นกเขาที่ชนะเลิศมีราคาแพง

2) หาดนาทับ เป็นหาดที่ทอดยาวมาจากหาดสมิหลา หาดเก้าเส้ง เป็นหาดที่มีหาดทรายขาว เหมาะสำหรับเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ

สถานที่ท่องเที่ยวของอำเภอจะนะ ทั้ง 2 ที่ที่กล่าวมาข้างต้น เป็นสถานที่ตั้งอยู่ท่ามกลางชุมชนชาวมุสลิม ดังนั้นการบริการท่องเที่ยวฮาลาลของอำเภอจะนะจึงสามารถกล่าวได้ว่ามีความพร้อมทั้งด้านอาหารฮาลาลและ สถานที่ปฏิบัติศาสนากิจ (ละหมาด) โดยอำเภอจะนะ มีมัสยิดจำนวน 63 มัสยิดที่รองรับการปฏิบัติศาสนากิจ (ละหมาด) ของชาวมุสลิมและนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยว นอกจากนี้มัสยิดที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังมีสถานที่ปฏิบัติศาสนากิจ (ละหมาด) ในโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลามที่มีกระจายทั่วอำเภอจะนะ

จากข้อมูลข้างต้นพบว่า สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา มีความหลากหลายและครอบคลุมทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติ ทรัพยากรทางทะเล และทรัพยากรทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ที่กระจายครอบคลุมทั้งจังหวัดสงขลา และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีในสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา ทั้งสถานที่ปฏิบัติศาสนากิจ (ละหมาด) และอาหารฮาลาล อันเป็นการสร้างรายได้และกระจายรายได้อย่างทั่วถึง และที่

สำคัญยังเป็นศูนย์กลางทางการค้าการลงทุนของภาคใต้มีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ที่มีความพร้อมในการรองรับการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอนาคต

2. ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities)

ความสามารถในการเข้าถึง เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการอำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา จากการศึกษาข้อมูลพบว่าจังหวัดสงขลา มีช่องทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีหลายประเภท

จังหวัดสงขลาเป็นเมืองหลักของภาคใต้ตอนล่างและเป็นศูนย์กลางการคมนาคมมีเส้นทางหลักที่ใช้ในการเดินทางทั้งทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ และทางเครื่องบิน มีทางหลวงแผ่นดิน ทางหลวงจังหวัด และเส้นทางมาตรฐานหลายสายเชื่อมต่อติดต่อกันระหว่างอำเภอทั้ง 16 อำเภอในจังหวัดสงขลา เชื่อมโยงกับ จังหวัดใกล้เคียงและประเทศมาเลเซีย จากการศึกษาพบว่าจังหวัดสงขลา มีเส้นทางหลักที่เชื่อมโยงหลายสาย ในอนาคตสามารถพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางรองรับการคมนาคม การค้าและการอุตสาหกรรมของจังหวัดใกล้เคียง พัฒนาให้เชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดและภูมิภาค และรองรับการขนส่งสินค้าทางการเกษตรและอุตสาหกรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560)

1. ทางถนน การคมนาคมขนส่งระหว่างจังหวัดและภายในพื้นที่จังหวัดสงขลา ประกอบด้วยเส้นทาง ถนนสายหลักในความรับผิดชอบของแขวงทางสงขลาที่ 1 แขวงทางหลวงสงขลาที่ 2 แขวงทางหลวง ชนบทสงขลา และองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา

1.1 แขวงทางหลวงสงขลาที่ 1 มีหน้าที่ควบคุมดูแลรักษาทางหลวงแผ่นดิน มีสายทางในความ รับผิดชอบ 12 สายทาง 19 ตอนควบคุม ระยะทางทั้งสิ้น 281.344 กิโลเมตร เป็นถนนลาดยาง โดยแบ่งพื้นที่ รับผิดชอบของหมวดทางต่างๆ

1.2 แขวงทางหลวงชนบทสงขลา มีหน้าที่ควบคุม ดูแลบำรุงรักษาทางหลวงชนบทในจังหวัดสงขลา มีถนนโครงข่ายในความ รับผิดชอบจำนวน 58 สายทาง ระยะทางทั้งสิ้น 740.444 กิโลเมตร ทางหลวงชนบทเป็นเส้นทางสายรอง ที่เชื่อมต่อกับทางหลวงแผ่นดิน และถนนขององค์การบริหารส่วนจังหวัด ส่วนใหญ่เป็นถนนลาดยาง ทางหลวงชนบท

1.3 องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา มีหน้าที่ควบคุม ดูแล บำรุงรักษาถนนทางหลวงท้องถิ่นตามพระราชบัญญัติกำหนดแผน และขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 โดยมีถนนทางหลวงท้องถิ่น ที่อยู่ในความรับผิดชอบ ทั้งสิ้นจำนวน 213 สายทาง ประกอบด้วย ถนนคอนกรีตระยะทาง 9.443 กิโลเมตร, ถนนลาดยาง ระยะทาง 1,306.710 กิโลเมตร และถนนลูกรัง ระยะทาง 40.833 กิโลเมตร รวมระยะทาง ทั้งสิ้น 1,356.983 กิโลเมตร (ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2558)

2. ทางรถไฟ จังหวัดสงขลามีสถานีรถไฟ จำนวน 22 สถานี โดยเฉพาะสถานีรถไฟหาดใหญ่เป็นชุมทาง การขนส่งสำคัญของภาคใต้ มีขบวนรถไฟให้บริการแก่ผู้โดยสารหลายขบวนที่สำคัญ ได้แก่ รถด่วนยะลากรุงเทพฯ รถดีเซลรางยะลา-กรุงเทพฯ บัตเตอร์เวิร์ธ-กรุงเทพฯ เป็นต้น รวมทั้งขบวนรถท้องถิ่น โดยมีรถไฟผ่านวันละ 22 ขบวน มีสถานีจอดรถ 7 สถานี และมีเส้นทางรถไฟในจังหวัด รวมระยะทางยาว 160 กิโลเมตร โดยสถานีรถไฟมีการจัดสถานที่ไว้สำหรับการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ให้กับผู้โดยสารที่ใช้บริการรถไฟและนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการในการเป็นยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว

3. ทางน้ำ มีท่าเรือน้ำลึกสงขลาตั้งอยู่ที่ตำบลหัวเขา อำเภอสิงหนคร มีท่าเทียบเรือ 3 ท่ารองรับสินค้าได้ 1.1 ล้านตัน/ปี นอกจากนี้ยังมีท่าเทียบเรือประมงขององค์การสะพานปลา ตั้งอยู่บริเวณท่าสะพาน อำเภอ เมืองสงขลา ท่าเทียบเรือของกองทัพเรือและท่าเทียบเรือของสำนักงานเจ้าท่าภูมิภาคที่ 4 ตั้งอยู่บริเวณฐาน ท่าเรือสงขลา อำเภอเมืองสงขลา

4. ทางอากาศ จังหวัดสงขลามีสนามบินนานาชาติ ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอคลองหอยโข่ง ห่างจาก ตัวเมืองหาดใหญ่ ระยะทาง 12 กิโลเมตร และยังมีสนามบินสงขลาตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครสงขลา อยู่ใน ความรับผิดชอบของกองทัพเรือ การเดินทางโดยเครื่องบิน ท่าอากาศยานหาดใหญ่ เป็นหนึ่งในท่าอากาศยานสำคัญที่อยู่ภายใต้การบริหารงานของ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ท่าอากาศยานหาดใหญ่ ตั้งอยู่ในโซนธุรกิจการค้าทางภาคใต้ เป็นเสมือนประตูทางเข้าสำหรับผู้ที่ต้องการติดต่อธุรกิจการค้า และการท่องเที่ยวทางตอนใต้ของประเทศไทย รวมถึงเป็นเสมือนช่องทางทางการเดินทางสำหรับชาวมุสลิมในการเดินทางไปแสวงบุญ ที่นครเมกกะห์ ประเทศ ซาอุดีอาระเบีย โดยช่วงเทศกาลเดินทางไปประกอบพิธีฮัจย์ของชาวมุสลิมนั้น มีญาติพี่น้องจำนวนมากมาเดินทางมาส่งที่สนามบิน ซึ่งก่อให้เกิดมูลค่าอย่างมหาศาล หลังจากเสร็จสิ้นภารกิจการส่งผู้แสวงบุญแล้ว ญาติพี่น้องก็จะแวะท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสงขลา เช่น แหลมสมิหลา สวนสัตว์สงขลา แหลมวนอ้อน หาดแก้วเสด็จ ตลาดกิมหยง เป็นต้น

โดยปัจจุบันมี 5 สายการบินให้บริการผู้โดยสารมากกว่า 2,500,000 คน เที่ยวบิน 18,000 เที่ยวบินต่อปี และบริการขนถ่ายสินค้ามากกว่า 15,000 ตันต่อปี มีเที่ยวบินภายในประเทศ ระหว่างหาดใหญ่ - กรุงเทพฯ หาดใหญ่ - เชียงใหม่ หาดใหญ่ - เชียงราย หาดใหญ่ - อุดรธานี หาดใหญ่ - ขอนแก่น หาดใหญ่ - อุบลราชธานี และมีเที่ยวบินระหว่างประเทศ ระหว่างหาดใหญ่ - กัวลาลัมเปอร์ หาดใหญ่ - สิงคโปร์

จากข้อมูลข้างต้น ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ทั้งทางบก ทางอากาศ และทางรถไฟ ที่เป็นช่องทางในการอำนวยความสะดวกให้ท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว สะท้อนให้เห็นว่าจังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่มีความได้เปรียบของการเข้าถึงยังแหล่งท่องเที่ยว อันเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูด (Pull Factor) และปัจจัยผลัก (Push Factor) ให้

นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลได้

3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)

สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการให้บริการนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา จากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา พบว่ามีความหลากหลายและสามารถให้บริการนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาได้อย่างทั่วถึงและสามารถใช้บริการได้อย่างเพียงพอ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการสร้างขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา โดยมีข้อมูลดังต่อไปนี้

1) ร้านอาหารและเครื่องดื่ม นับว่าเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความจำเป็นต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นเอกลักษณ์ คือ นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีความเคร่งครัดในการรับประทานอาหาร โดยอาหารที่รับประทานนั้นจำเป็นต้องเป็นอาหารที่ไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม หรือเรียกว่าอาหารฮาลาล (Halal food) เมื่อกล่าวถึงจังหวัดสงขลาปรากฏผลพบว่ามีร้านอาหารฮาลาลที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้เป็นอย่างดี อีกทั้งมีการกระจายครอบคลุมทั้งจังหวัดสงขลาแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสงขลา กอปรจังหวัดสงขลา มีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามเป็นอันดับ 2 รองจากศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 33.42 ชาวมุสลิมของจังหวัดสงขลาจึงมีการกระจายครอบคลุมทั้ง 16 อำเภอ ที่เป็นจุดแข็งที่ส่งผลให้บริการอาหารฮาลาลนั้นเป็นไปได้อย่างสะดวกและเกิดความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดสงขลา

ปัจจุบันจากการสำรวจข้อมูลของฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวฮาลาล เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจสามฝ่าย (ไทย-มาเลเซีย-อินโดนีเซีย) มีร้านอาหารฮาลาลที่พร้อมบริการนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมากกว่า 50 ร้าน (ฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวฮาลาล เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจสามฝ่าย, 2561: ระบบออนไลน์) ที่มีความสามารถในการให้บริการต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยร้านอาหารฮาลาลดังกล่าวได้กระจายครอบคลุมสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ เช่น สถานที่ท่องเที่ยวอำเภอเมืองสงขลา อำเภอหาดใหญ่ อำเภอจะนะ เช่น ภัตตาคารอาหารฮาลาล ร้านอาหารเจ๊ะกา ร้านอาหารซัลมา ร้านอาหารเนสโฮม ร้านอาหารซามี ร้านอาหารร็อคกี้ ห้องอาหารโรงแรมหาดใหญ่ พาราไดซ์ ห้องอาหารโรงแรมหาดใหญ่ราม่า ห้องอาหารโรงแรมไดอิชิ ห้องอาหารโรงแรมโฆซิด เป็น

ต้น ซึ่งร้านอาหารดังกล่าวมีการบริการสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ

อีกทั้งจังหวัดสงขลาเป็น ใน 10 จังหวัดนำร่องในการจัดการบริการอาหารฮาลาล (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2551) และในปี พ.ศ.2554 กรมการท่องเที่ยวได้จัดทำรายชื่อสถานประกอบการบริการอาหารฮาลาลโดยครอบคลุม 19 จังหวัด จังหวัดสงขลาเป็นอันดับ 2 รองจากจังหวัดกระบี่ ที่มีการจัดบริการอาหารฮาลาลสำหรับการท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว กองพัฒนาการท่องเที่ยวและบริการ, 2560) อาหารฮาลาลที่ให้บริการนักท่องเที่ยวเป็นอาหารไทยทั่วไป ทั้งประเภทอาหารทะเล และอาหารพื้นถิ่น หากกล่าวถึงอาหารฮาลาลโดยส่วนใหญ่จะรับรู้ในมิติอาหารประเภทข้าวหมกไก่ โรตีสูญี่ แกงมัสมั่น เป็นต้น แต่อาหารฮาลาลที่แท้จริงแล้ว คือ อาหารทุกประเภทที่มีการประกอบปรุงตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม ทั้งการเลือกใช้วัตถุดิบ การล้าง การจัดวาง อุปกรณ์ สถานที่ในการประกอบปรุง การเชือด สุขลักษณะส่วนบุคคล เป็นต้น

2) บริษัทนำเที่ยว นับว่าเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทำหน้าที่บริการนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาให้มีความคุ้มค่าต่อการมาท่องเที่ยว โดยบริษัทนำเที่ยวนั้นมีบทบาทสำคัญในการจัดบริการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม โดยเฉพาะในการจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการรับบริการอาหารฮาลาลและการจัดเวลาละหมาดให้มีความเหมาะสมกับโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยว รวมทั้งการให้คำปรึกษาแก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดสงขลา

จังหวัดสงขลาบริษัทนำเที่ยวที่มีความเข้าใจต่อความต้องการด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม จึงส่งผลให้การจัดบริการการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา นั้นมักจะได้รับคำชื่นชมจากนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาใช้บริการ เช่น บริษัทหาดใหญ่เจนีทัวร์จำกัด บริษัทนิเวนทัวร์ จำกัด บริษัทนิเวเอเชียทัวร์ จำกัด บริษัทชนันท์ทัวร์จำกัด เป็นต้น อีกทั้งมีคฤหาสน์ที่ทำหน้าที่ในการนำเที่ยวนั้นยังเป็นบุคลากรที่นับถือศาสนาอิสลามที่มีความเข้าใจและความเชื่อที่เหมือนกับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมาท่องเที่ยวยังจังหวัดสงขลาทั้งประเภทกลุ่ม (Group individual traveler: G.I.T) และประเภทส่วนบุคคล (Free individual traveler: F.I.T) จึงกล่าวได้ว่าบริษัททัวร์นั้นมีความสำคัญกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาในการสร้างความประทับใจและคุณภาพการใช้บริการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา

3) สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เนื่องจากสถานที่ละหมาดนั้นเป็นบทบัญญัติที่มีความสำคัญต่อการปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีการปฏิบัติวันละ 5 เวลา สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) จึงเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญและเกี่ยวข้องโดยตรงกับ

ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในการปฏิบัติศาสนกิจดังกล่าวตามความเชื่อในระหว่างการท่องเที่ยว เพื่อมิก่อให้เกิดการเดินทางที่ขัดกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม จากการสำรวจข้อมูลสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ของจังหวัดสงขลาพบว่าจังหวัดสงขลาไม่มีมัสยิด รวมทั้งสิ้น 393 มัสยิดครอบคลุมทั้ง 16 อำเภอของจังหวัดสงขลา อีกทั้งจังหวัดสงขลาไม่มีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามเป็นอันดับ 2 รองจากประชากรที่นับถือศาสนาพุทธ เพื่ออำนวยความสะดวกในการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ของชาวมุสลิมและนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

ทั้งนี้ยังไม่รวมสถานที่ละหมาดที่มีการบริการไว้ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น น้ำตกโตนงาช้าง สวนสัตว์สงขลา หาดแก้วแสง สนามบินหาดใหญ่ ตลาดน้ำคลองแห ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล หรือแม้กระทั่งร้านอาหารที่ให้บริการอาหารฮาลาล เช่น ภัตตาคารฮาหมิด ร้านอาหารเจ๊กา ภัตตาคารซัลมา ร้านอาหารเนสโฮม ร้านอาหารชาเมียคิซเซ่น เป็นต้น ที่พร้อมรองรับการมาปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม จึงสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่าจังหวัดสงขลามีความสามารถในการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวฮาลาล ในการสร้างมูลค่าทางการท่องเที่ยวให้มีความเจริญเติบโตขึ้นในอนาคต

4) ระบบอินเทอร์เน็ต ปัจจุบันระบบอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทและมีอิทธิพลสำคัญเป็นอย่างมากต่อการดำรงชีวิตของคนในสังคมที่ทำหน้าที่ในการเข้าถึงข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทั่วโลก อันเป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการตัดสินใจในการมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยระบบอินเทอร์เน็ตนั้นสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญใน 2 มิติ ได้แก่

4.1) ด้านผู้ประกอบการ ทำหน้าที่ในการส่งข้อมูลประชาสัมพันธ์สิ่งดึงดูดใจ แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ความสวยงาม ความน่าสนใจ ให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงและรับทราบข้อมูลต่างๆ ในการเป็นปัจจัยประกอบการพิจารณาเลือกแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังทำหน้าที่ในการเป็นตัวแทนธุรกิจในการเป็นช่องทางชำระเงิน หรือจองแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายที่สุด เพราะการเข้าถึงหรือการให้บริการที่สะดวกรวดเร็วนั้น เป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งที่จะสามารถทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว

4.2) ด้านนักท่องเที่ยว ทำหน้าที่ในการวางแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว เพื่อให้มีความสอดคล้องกับเงื่อนไขของนักท่องเที่ยว เพราะระบบอินเทอร์เน็ตนั้นจะเป็นระบบที่รวบรวมข้อมูลข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงและสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมานำมาจัดการวางแผนการท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสม อีกทั้งหากมีข้อสงสัยนักท่องเที่ยวสามารถซักถามได้โดยไม่ต้องไปถึงแหล่งท่องเที่ยว ทำให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย และยังทำหน้าที่ในการเปรียบเทียบข้อมูลในลักษณะต่างๆ เช่น ข้อมูลด้านคุณภาพ ข้อมูลด้านราคา ข้อมูลด้านความพึงพอใจ เป็นต้น ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวนั้นได้รับการบริการที่ดีที่สุดและมีความคุ้มค่าที่สุด

5) ตำรวจท่องเที่ยว กองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยวก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2560 ตาม พระราชกฤษฎีกา แบ่งส่วนราชการสำนักงานตำรวจแห่งชาติ (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๖๐ โดยยกฐานะจากกองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว เนื่องจากโดยที่ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ทำให้มีปริมาณนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจังหวัดสงขลามีกองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยว ภายใต้การกำกับของ กองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 9 ในการปฏิบัติหน้าที่อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวให้มีความปลอดภัย ครอบคลุม 7 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดสงขลา จังหวัดสตูล จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา จังหวัดนราธิวาส จังหวัดพัทลุง และจังหวัดตรัง (กองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยว, 2561: ระบบออนไลน์)

6) สายการบิน จังหวัดสงขลามีท่าอากาศยานนานาชาติ คือ ท่าอากาศยานหาดใหญ่ หรือ สนามบินหาดใหญ่ (IATA: HDY, ICAO: VTSS) ตั้งอยู่ที่ 99 หมู่ 3 ถนนสนามบินพาณิชย์ ตำบลคลองหลา อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา 90110 บริหารงานโดยบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) โดยมีผู้อำนวยการท่าอากาศยานหาดใหญ่ดูแล เป็นท่าอากาศยานที่สำคัญ เนื่องจากเป็นประตูสำหรับชาวมุสลิมที่ต้องการไปแสวงบุญที่นครมักกะฮ์ประเทศซาอุดีอาระเบีย ท่าอากาศยานหาดใหญ่มีเที่ยวบินมากเป็นอันดับ 6 ของประเทศ รองจากท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานภูเก็ต ท่าอากาศยานดอนเมือง ท่าอากาศยานเชียงใหม่ และท่าอากาศยานกระบี่ ตามลำดับ ปัจจุบันมีผู้โดยสารประมาณ 1,869,113 คน เที่ยวบิน 7,403 เที่ยวบินและสินค้าประมาณ 8,965 ตันใช้บริการท่าอากาศยานแห่งนี้ ทั้งนี้ท่าอากาศยานนานาชาติหาดใหญ่ มีความสามารถในการรองรับเที่ยวบินได้ 30 เที่ยวบิน/ชม. รองรับผู้โดยสารได้ปีละ 1,900,000 คน และรองรับสินค้าได้ปีละ 13,800 ตัน โดยสนามบินนานาชาติหาดใหญ่ เป็นฐานการบินหลักของสายการบิน 2 บริษัท ได้แก่ ไทยแอร์เอเชีย และไทยไลอ้อนแอร์ และสนามบินนานาชาติหาดใหญ่มีสายการบินที่ให้บริการ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) เส้นทางบินระหว่างประเทศ และ 2) เส้นทางบินภายในประเทศ โดยมีเส้นทางบินดังนี้ (สายการบินให้บริการสนามบินนานาชาติหาดใหญ่, 2561: ระบบออนไลน์)

7) สถานีรถไฟ จังหวัดสงขลามีสถานีรถไฟที่เป็นจุดเชื่อมโยงของสถานีจากชุมทางสายภาคกลางมายังสายใต้ คือ สถานีรถไฟหาดใหญ่ จากสถานีธนบุรี - สถานีสุไหงโก-ลก จังหวัดนราธิวาส ความยาว 1,144.140 กิโลเมตร, ทางแยกสถานีป่าดงเบงชาร์ท ความยาว 43.502 กิโลเมตร, ทางแยกสถานีสุพรรณบุรี ความยาว 78.090 กิโลเมตร, ทางแยกคีรีรัฐนิคม ความยาว 31.250 กม. ทางแยกกันตัง ความยาว 92.802 กิโลเมตร และทางแยกนครศรีธรรมราช ความยาว 35.081 กิโลเมตร เป็นเส้นทางรถไฟที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการในการเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสกับวิถีชีวิตของชุมชนที่อยู่บริเวณรางรถไฟได้ (การรถไฟแห่งประเทศไทย, 2561: ระบบออนไลน์)

8) สถานีขนส่ง จังหวัดสงขลามีสถานีขนส่งผู้โดยสารขนาดใหญ่ 3 สถานีได้แก่ 1) สถานีขนส่งสงขลา ติดกับตลาดประมง อำเภอเมืองสงขลา 2) สถานีขนส่งหาดใหญ่ ติดกับตลาดอาเซี่ยนเทรด อำเภอหาดใหญ่ และ 3) สถานีขนส่งตลาดเกษตร ติดกับเทศบาลโกลด์สควนลิง เปิดให้บริการทุกวัน

9) สถาบันฮาลาลมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เป็นหน่วยงานที่มีพันธกิจในการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตสินค้าและบริการฮาลาลระดับประเทศให้ได้รับความน่าเชื่อถือในระดับภูมิภาคเอเชียและระดับสากล

10) สมาคมการค้าการท่องเที่ยวฮาลาลไทยอาเซียน เป็นหน่วยงานที่จัดตั้งจากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเอกชนของจังหวัดสงขลา เพื่อมุ่งยกระดับมาตรฐานการพัฒนาสินค้าและบริการที่มีความสอดคล้องต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) ในประเด็นนี้ผู้วิจัยได้วิจัยสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมและมีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม คือ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาหารฮาลาลและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ที่สอดคล้องกับผลการศึกษาของไฟซอล (Fazal, 2014) ในประเด็นของสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต้องมี (Need to have)

จากข้อมูลสะท้อนให้เห็นว่าจังหวัดสงขลามีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมทั้ง สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด) และนับว่าเป็นปัจจัยที่นำไปสู่การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม เพื่อการตอบสนองความต้องการและการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวสงขลาให้เกิดความเชื่อมั่นและความประทับใจ นำไปสู่ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

4. ที่พัก (Accommodations)

ที่พักเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการท่องเที่ยวประเภทพักค้างคืน (Over night) ของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ที่พักที่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถใช้บริการได้นั้นอาจเป็นที่พักที่ให้บริการทั่วไป แต่หากเป็นที่พักที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามนั้นนับว่าเป็นที่พักที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถใช้บริการได้อย่างประทับใจเพราะไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม เช่น มีบริการอาหารฮาลาล สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ห้องน้ำมีสายชำระ มีสัญลักษณ์ระบุทิศละหมาด (กิบลัต) เป็นต้น แต่หากกล่าวถึงที่พักทั่วไปนั้น พบว่าจังหวัดสงขลามีจำนวนห้องพักทั้งหมด 17,764 ห้อง คิดเป็นอันดับ 4

ของภาคใต้ รองจากจังหวัดภูเก็ต กระบี่ สุราษฎร์ธานี (สำนักงานสถิติรายได้การท่องเที่ยวสงขลา, 2561: ระบบออนไลน์)

จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่มีที่พักมากเป็นอันดับ 4 จาก 14 จังหวัดภาคใต้ รองจากจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และสุราษฎร์ธานี จากการเก็บข้อมูลของฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวฮาลาล เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจสามฝ่าย (ไทย-มาเลเซีย-อินโดนีเซีย) มีที่พักพร้อมบริการนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมากกว่า 13 โรงแรม ได้แก่ โรงแรมลีการ์เด็นพลาซ่า โรงแรมหาดแก้วรีสอร์ท โรงแรมหรรษาเจบี โรงแรมคิซิ โรงแรมเซ็นทารา สุคนธา โรงแรมโมซิต โรงแรมหาดใหญ่โกลเด้นท์คราวน์ โรงแรมหาดใหญ่พาราไดส์แอนด์รีสอร์ท โรงแรมหาดใหญ่ราม่า โรงแรมหาดใหญ่ฮอเลียตี้ ดีอามาน โฮเต็ล แอนด์รีสอร์ท โรงแรมวีแอลหาดใหญ่ และโรงแรมหาดแก้วรีสอร์ท โรงแรมณัฐะดิไฮเต็ล (ฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวฮาลาล เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจสามฝ่าย, 2561: ระบบออนไลน์)

5. กิจกรรม (Activities)

จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ได้แก่ 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต 3) ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางทะเล ดังนั้นกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาที่มีความหลากหลายที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวในการทำกิจกรรมต่อการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เช่น 1) กิจกรรมช้อปปิ้งของฝากจากตลาดกิมหยง ตลาดสันติสุข ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล 2) กิจกรรมทางทะเล การเล่นบาน่า โป้ทเจ็ทสกี ที่แหลมสมิหลา 3) กิจกรรมการเช่าเรือเพื่อไปตกปลาตกปลาที่เกาะขามหาดบางสะเกอม 4) กิจกรรมตั้งแคมป์พักผ่อนน้ำตกโดนงาข้าง 5) กิจกรรมเดินป่าศึกษาธรรมชาติ น้ำตกโดนงาข้าง 6) กิจกรรมขี่ช้างปางช้างเผือกหาดใหญ่ 7) กิจกรรมเรียนรู้วิถีชีวิตสัตว์ สวนสัตว์สงขลา 8) กิจกรรมเรียนรู้และเยี่ยมชมวิถีชีวิตพื้นบ้าน ตลาดน้ำคลองแห ตลาดน้ำคลองแดน สถาบันทักษิณคดีศึกษาคติชนวิทยา 9) กิจกรรมดูดาวหอดูดาวหาดใหญ่ และหอดูดาวสงขลา 10) กิจกรรมรับประทานอาหารฮาลาล 11) กิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดสงขลา โดยกิจกรรมที่กล่าวข้างต้นนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาสามารถเข้าร่วมหรือเยี่ยมชมได้ เพื่อความเพลิดเพลินต่อการมาท่องเที่ยว

จากความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยวที่นั่น จึงเป็นผลที่นำไปสู่การมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลายรูปแบบ โดยกิจกรรมที่ได้รับความสนใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา นั้นคือ กิจกรรมการรับประทานอาหารทะเล กิจกรรมการช้อปปิ้ง เป็นต้น

บริบทของจังหวัดสงขลาที่กล่าวมาข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่าจังหวัดสงขลามีบทบาทด้านการท่องเที่ยวที่มีความพร้อมต่อการส่งเสริมและพัฒนาให้มีขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลได้เป็นอย่างดี และไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

นโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะที่ผ่านมา

จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องพบว่าในนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเริ่มเริ่มมีการพัฒนาและส่งเสริมกิจการท่องเที่ยวมาตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504-2506) เป็นต้นมา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. วิวัฒนาการของนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

1.1 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1-3 (พ.ศ. 2504-2519)

ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1-3 นั้น อาจกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอยู่ในช่วงระยะเริ่มต้น โดยมีการส่งเสริมการท่องเที่ยว การก่อสร้าง การขนส่งและบริการส่วนบุคคล รวมถึงการส่งเสริมกิจการจากภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักธุรกิจที่เกี่ยวข้องของเอกชน เพื่อจูงใจนักท่องเที่ยว และก่อให้เกิดความพึงพอใจและประทับใจ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้น

1.2 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520-2524)

ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520-2524) โดยรัฐบาลได้มีนโยบายในการเร่งรัดพัฒนาบริการท่องเที่ยวโดยเน้นการเพิ่มรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศจากการท่องเที่ยวให้สูงขึ้นเพื่อช่วยลดภาระการขาดดุลการค้าและดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ โดยมีการจัดทำกลยุทธ์ต่างๆ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งการทำการตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวเดิมและขยายกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวใหม่ การส่งเสริมให้มีการจัดประชุมระดับนานาชาติในประเทศไทย สนับสนุนให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศให้มากขึ้น การพัฒนาระบบการขนส่งเพื่อการทัศนอาชญาทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ และการให้ความสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางบกระหว่างประเทศในกลุ่มเอเชียอาคเนย์ เช่น ไทย มาเลเซีย และสิงคโปร์

นอกจากนี้ยังมีการวางแผนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยการมีจัดทำพื้นที่ท่องเที่ยวให้สามารถท่องเที่ยวได้รอบเมืองท่องเที่ยวทั้งเมืองหลักและเมืองบริวาร อีกทั้งยังมีการเปิดโอกาสให้ประชาชนชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ทั้งในด้านการลงทุน เพื่อฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น เพื่อให้ท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์จากกรท่องเที่ยวโยทำงานร่วมกับภาครัฐ นอกจากนี้ยังมีการยกมาตรฐาน

ของบุคลากรในธุรกิจท่องเที่ยวให้มีความสามารถในการบริการนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ อีกทั้งยังมีการปรับปรุงหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สามารถควบคุมธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างๆ ได้ และสามารถปฏิบัติงานตามแผนที่วางไว้ โดยการปรับปรุงองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว (อ.ส.ท.) จากเดิมที่เป็นหน่วยงานจากรัฐวิสาหกิจมาเป็นหน่วยงานในส่วนราชการ เพื่อให้สามารถมีอำนาจและหน้าที่ในการควบคุมกิจการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้เกิดความคล่องตัวมากยิ่งขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

1.3 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525-2529)

การพัฒนาการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525-2529) ได้มีการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงรุกเมื่อเปรียบเทียบกับแผนพัฒนา ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2525-2529) ที่ผ่านมา โดยมีการตั้งเป้าหมายในการขยายจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศให้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 8.5 ต่อปี และกระตุ้นให้เกิดการขยายวันพักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเฉลี่ยคนละ 5.1 วัน ในปี 2525 เป็น 5.5 วัน ในปี 2529 และกำหนดให้รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 21.5 ต่อปี คิดเป็นรายได้ประมาณ 50,000 ล้านบาท ในปี 2529 อีกทั้งมีการกำหนดนโยบายในการชักจูงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้เดินทางมาท่องเที่ยวให้มากขึ้นและสนับสนุนให้มีการใช้จ่ายให้มากขึ้น และส่งเสริมการลงทุนทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการรองรับของนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น และใช้มาตรการชะลอการเดินทางไปเที่ยวต่างประเทศของคนไทย และชักชวนให้คนไทยเที่ยวในประเทศมากขึ้นเพื่อลดการสูญเสียเงินตราต่างประเทศ

นอกจากนี้เพื่อก่อให้เกิดการแข่งขันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยได้มีการวางกลยุทธ์ ในการให้ความคุ้มครองป้องกันและปราบปรามเป็นพิเศษ เพื่อสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวโดยส่งเสริมงานตำรวจเฉพาะกิจในการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีการปรับปรุงพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวให้มีอำนาจควบคุมและจัดระเบียบธุรกิจเพื่อป้องกันการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม และส่งผลต่อภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ กอปรการเร่งรัดให้มีการพัฒนากำลังคนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทุกระดับอย่างมีมาตรฐานและเพียงพอ เพื่อลดแรงงานจากต่างประเทศโดยเฉพาะแรงงานในระดับบริการ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

1.4 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2230-2534)

การท่องเที่ยวยังคงมีบทบาทสำคัญในระยะของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 6 ทั้งในแง่ของการนำมาซึ่งรายได้เงินตราต่างประเทศและการสร้างงาน ซึ่งในแผนพัฒนาฯ ฉบับนี้มีการวางแนวทางในการพัฒนาโดยการมุ่งเน้นการพัฒนากิจกรรมทางการตลาด เพื่อเพิ่มค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างประเทศให้มากขึ้น และขยายเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาด

นักท่องเที่ยวคุณภาพสูง ก่อปรแผนพัฒนาฯ ฉบับนี้ ได้มีแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยให้ความสำคัญในการเน้นอนุรักษ์และปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวในภูมิภาคและสนับสนุนให้มีแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาคและระดับจังหวัดให้มีความเชื่อมโยงกัน เพื่อก่อให้เกิดการท่องเที่ยวแบบครบวงจร ที่สามารถสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของภูมิภาคนั้นๆ ได้ อีกทั้งยังมีการจัดการให้มีสถานีบริการผู้โดยสารขาออกทางอากาศยานในเมือง (City air terminal) เพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระยะต่อไป การวางกลยุทธ์ทางการตลาดในรูปแบบนี้จะสามารถสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศมีการเพิ่มจำนวนวันพักเฉลี่ยมากขึ้นสามารถสร้างรายได้ให้กับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และประเทศได้อย่างมหาศาล (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

1.5 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535-2539)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535-2539) จะมีความแตกต่างจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 6 ที่มุ่งเน้นการทำการตลาดในการชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศไทยทั้งการเพิ่มมูลค่าการใช้จ่ายและเพิ่มจำนวนวันพัก โดยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535-2539) ได้มีการส่งเสริมให้ประเทศมีศักยภาพในการแข่งขัน โดยมุ่งสนับสนุนภาคเอกชนในการประกอบธุรกิจการค้าและบริการ และปรับปรุงกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องให้มีความยืดหยุ่นเพียงพอที่จะสนับสนุนการประกอบธุรกิจของภาคเอกชน นอกจากนี้ประเทศไทยได้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พร้อมกับการส่งเสริมการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว กอปรการพัฒนาและยกระดับคุณภาพกำลังคนด้านการท่องเที่ยวให้มีความรู้ความสามารถในการให้บริการนักท่องเที่ยว โดยมีการกำหนดมาตรการดังนี้

- 1) ดำเนินการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
 - 1.1) ร่วมมือกับประเทศอาเซียนเพื่อพัฒนางจรท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนมากขึ้น โดยเน้นการร่วมมือทางการตลาดแทนการแข่งขันระหว่างประเทศในภูมิภาคนี้
 - 1.2) กำหนดแนวทางสนับสนุนให้ไทยเป็นประตูทางออกสู่การพัฒนางจรท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอินโดจีนและประเทศเพื่อนบ้าน
 - 1.3) สนับสนุนการลงทุนของภาคเอกชนในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทใหม่ เพื่อเพิ่มจุดดึงดูดความสนใจนอกจากอาศัยแหล่งธรรมชาติและแหล่งศิลปวัฒนธรรม เช่น การท่องเที่ยวทางทะเลและแม่น้ำ การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและสุขภาพ การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ
- 2) อนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรและปัจจัยที่เกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยว

2.1) ให้มีแผนแม่บทเพื่อพัฒนาฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยวและระบบสาธารณูปโภคบริการพื้นฐานต่างๆ ทั้งในแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีศักยภาพในระบบเดียวกันกับการพัฒนาเมืองหลัก ได้แก่ เมืองพัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่ หาดใหญ่ ชะอำ-หัวหิน เชียงราย เกาะสมุย/สุราษฎร์ธานี กาญจนบุรี พระนครศรีอยุธยา และพื้นที่อีสานตอนล่าง

2.2) นำมาตรการทางกฎหมายควบคุมอาคารผังเมือง อุทยานแห่งชาติและโบราณสถานมาใช้กำกับการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจกรรมต่างๆ ของธุรกิจเอกชนในบริเวณรอบๆ แหล่งท่องเที่ยว เพื่อป้องกันผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมจากการลงทุนประกอบการธุรกิจต่างๆ

2.3) สนับสนุนองค์กรของรัฐ ภาคเอกชนและประชาชนในระดับท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหาร บูรณะจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ เช่น น้ำตก เกาะและหาดทรายตลอดจนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ศิลปกรรม เช่น โบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ เป็นต้น

2.4) สนับสนุนบทบาทภาคเอกชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มากขึ้น พร้อมกับการปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้เอื้อต่อการลงทุนของภาคเอกชน โดยเฉพาะการลงทุนเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่เพื่อสนับสนุนการพัฒนางจรรยาท่องเที่ยวในภูมิภาค

2.5) เพิ่มประสิทธิภาพการบริการด้านสาธารณูปโภค สาธารณูปการ โดยมุ่งการใช้ประโยชน์ในระยะยาวและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการปรับปรุงกฎหมายต่างๆ เพื่อคุ้มครองนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องให้ดำเนินการอยู่ในกรอบ ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว จนเกิดภาพพจน์ทางลบต่อประเทศโดยรวม

3) พัฒนาและยกระดับคุณภาพกำลังคนด้านการท่องเที่ยว

3.1) ขยายการผลิตกำลังคนทั้งในระดับอุดมศึกษาและวิชาชีพให้ได้ปริมาณ และมีคุณภาพที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดของธุรกิจท่องเที่ยว ทั้งในส่วนกลางและในส่วนภูมิภาค

3.2) สนับสนุนภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทในการลงทุนผลิต และฝึกอบรมกำลังคนด้านต่างๆ ให้มีคุณภาพมาตรฐานการบริการในระดับสูง พร้อมทั้งปรับปรุงกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การพัฒนากำลังคนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพโดยเฉพาะแก้ไขพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ.2476 เพื่อเปิดโอกาสให้ใช้โรงแรมที่มีมาตรฐานสูงเป็นสถานที่ผลิตและฝึกอบรมได้มากขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

1.6 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544)

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 ได้มีการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทั้งในด้านการผลิต การคมนาคม การเงิน

การท่องเที่ยวและบริการมีระบบการการค้าขายแบบเสรีที่มีประสิทธิภาพและเป็นธรรม การท่องเที่ยวเปรียบเสมือนเครื่องมือที่ทำหน้าที่ในการสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจในยุคนี้ที่ทำหน้าที่ลดภาระการขาดดุลและทำหน้าที่นำเงินตราเข้ามาในประเทศ โดยในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) ได้มีการกำหนดแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในสาขาบริการไว้ดังนี้

- 1) พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว โดยการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน ให้คงไว้ซึ่งมีเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ ความเป็นธรรมชาติ ความสะอาด ความปลอดภัย ตลอดจนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ทางด้านการท่องเที่ยวให้มีเพียงพอ
- 2) ส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจากต่างประเทศให้มีช่วงพำนักในประเทศไทยนานขึ้นและให้มีบริการด้านแหล่งใช้จ่ายใช้สอยสำหรับนักท่องเที่ยว รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศและปลูกฝังจิตสำนึกในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีความรักและห่วงใยในทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวให้กับคนไทย
- 3) ร่วมมือกับกลุ่มประเทศอาเซียนและอินโดจีน เพื่อพัฒนาวงการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนและอินโดจีน โดยใช้กลยุทธ์ด้านการตลาดร่วมกัน
- 4) พัฒนาโครงข่ายการคมนาคมข่ายโครงสร้างพื้นฐานระหว่างเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคให้เชื่อมโยงกับเมืองอื่นๆ ในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน” (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

1.7 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (2545-2549)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) เป็นแผนที่ได้อัญเชิญแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ตามพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 มาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาและบริหารประเทศ โดยยึดหลัก ทางสายกลาง เพื่อให้ประเทศรอดพ้นจากวิกฤต สามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคง และนำไปสู่การพัฒนาที่สมดุล มีคุณภาพและยั่งยืน ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และสถานการณ์เปลี่ยนแปลงต่างๆ เพื่อให้การพัฒนาประเทศเป็นไปตามจุดมุ่งหมายของวิสัยทัศน์ร่วม ภายใต้ “ปรัชญา ของเศรษฐกิจพอเพียง” และสังคมไทยที่พึงประสงค์ในอนาคต แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) จึงกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของการพัฒนาประเทศไว้ดังนี้

- 1) พื้นฟูเศรษฐกิจให้มีเสถียรภาพและมีภูมิคุ้มกัน สร้างความเข้มแข็ง ของภาคการเงิน ความมั่นคงและเสถียรภาพของฐานะการคลัง ปรับโครงสร้างเศรษฐกิจเพื่อให้ เศรษฐกิจระดับฐานราก มีความเข้มแข็งและสามารถพึ่งตนเองได้มากขึ้น ตลอดจนเพิ่ม สมรรถนะของระบบเศรษฐกิจโดยรวม ให้สามารถแข่งขันได้และก้าวทันเศรษฐกิจยุคใหม่
- 2) วางรากฐานการพัฒนาประเทศให้เข้มแข็ง ยั่งยืน สามารถพึ่ง ตนเองได้อย่างรู้เท่าทันโลก โดยการพัฒนาคุณภาพคน ปฏิรูปการศึกษา ปฏิรูประบบสุขภาพ สร้างระบบคุ้มครองความ

มั่นคงทางสังคมรวมทั้งการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเครือข่ายชุมชน ให้เกิดการเชื่อมโยง การพัฒนาชนบทและเมืองอย่างยั่งยืน มีการดูแลจัดการ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ควบคู่ กับการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ เหมาะสมกับสังคมไทย

3) ให้เกิดการบริหารจัดการที่ดีในสังคมไทยทุกระดับ เป็นพื้นฐานให้ การพัฒนา ประเทศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ เน้น การปฏิรูประบบ บริหารจัดการภาครัฐ การบริหารจัดการที่ดีของภาคธุรกิจเอกชน การมี ส่วนร่วมของประชาชนใน กระบวนการพัฒนา การสร้างระบบการเมืองที่รับผิดชอบต่อสังคม และลดการทุจริตประพฤติมิชอบ

4) แก้ปัญหาความยากจนและเพิ่มศักยภาพและโอกาสของคนไทย ในการพึ่งพาตนเอง ให้ได้รับโอกาสในการศึกษาและบริการทางสังคมอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง สร้างอาชีพ เพิ่มรายได้ ยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ให้ชุมชนและประชาชนมี ส่วนร่วมในการพัฒนาและปรับกลไก ภาครัฐให้เอื้อต่อการแก้ปัญหา

จากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 (2545-2549) ได้มีการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของ ประเทศ โดยเฉพาะธุรกิจการท่องเที่ยว การบริการสุขภาพและโภชนาการ และการออกแบบด้าน สถาปัตยกรรมและในอุตสาหกรรมการผลิตที่ทันสมัย โดยมีความมุ่งหวังในการเพิ่มรายได้จากการ ท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 7-8 ต่อปี และสนับสนุนให้คนไทยท่องเที่ยวภายในประเทศ เพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3 ต่อปี เพื่อสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจสู่ความเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของ ภูมิภาค เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการพัฒนาประเทศโดยการนำการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือสำคัญ จึงมีการกำหนดกลยุทธ์ คือ การส่งเสริมการค้าบริการที่มีศักยภาพเพื่อสร้างงาน กระจายรายได้ และ หารรายได้จากเงินตราต่างประเทศ โดยการพัฒนากการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเพื่อเพิ่มการจ้างงาน และการ กระจายรายได้สู่ชุมชน โดยมีแนวทางดังนี้

1) พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวและ ต่างประเทศ โดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกลุ่มพื้นที่ พร้อมทั้งสนับสนุนการพัฒนากิจกรรมการ ท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่สอดคล้องกับศักยภาพเชิงวัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในพื้นที่ และไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงขีดความสามารถของพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างถูกวิธี การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณี การท่องเที่ยวเชิง เกษตร กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา สวนสุขภาพ และสวนสนุก

2) ปรับปรุงคุณภาพด้านการบริการและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว ทางตรงและทางอ้อมให้ได้มาตรฐานและเพียงพอ โดยให้ความสำคัญต่อการเพิ่มและกวัดขุดมาตรฐาน ด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาการหลอกลวง เฮอร์ดเอาเปรี๊ยนนักท่องเที่ยว การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านการเข้าออกประเทศ การเดินทาง

ในประเทศ การให้บริการข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย รวมทั้งพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและปริมาณสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวแต่ละประเภท

3) ส่งเสริมบทบาทชุมชนและองค์กรชุมชนในท้องถิ่น มีส่วนรวมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างครบวงจร ทั้งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การบำรุงรักษา และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว โดยธรรมาภิบาลสร้างจิตสำนึกและเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ชุมชนและท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมทั้งสนับสนุนให้มีการพัฒนาสินค้าหัตถกรรมพื้นฐานและบริการในท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับธุรกิจการท่องเที่ยว

4) ให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่มีระยะพักนาน และนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจากต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มการประชุม การจัดการนิทรรศการนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เพื่อเพิ่มสัดส่วนของรายได้ต่อนักท่องเที่ยวและเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยให้มีระบบบริหารจัดการเฉพาะขึ้นมารับผิดชอบ รวมทั้งให้มีศูนย์ประชุมและศูนย์แสดงสินค้านานาชาติในเมืองหลักที่มีศักยภาพขึ้นมารองรับ

5) ประชาสัมพันธ์และสร้างจิตสำนึกการท่องเที่ยวอย่างที่คุณภาพ เพื่อส่งเสริมให้คนไทยเที่ยวเมืองไทยมากขึ้นและเร่งรัดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่ได้รับการพัฒนาให้เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลักในพื้นที่ เพื่อการสร้างงานและกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนและท้องถิ่น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

1.8 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) ได้ให้ความสำคัญในการปรับโครงสร้างของธุรกิจภาคบริการ เนื่องจากเป็นแหล่งสร้างรายได้หลักของประเทศ โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของภูมิภาค บนฐานความโดดเด่นและหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และความเป็นไทย และพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ เพื่อขยายฐานการผลิตและการตลาดธุรกิจบริการครอบคลุมระดับภูมิภาค บนฐานการสร้าง ความแตกต่างและความชำนาญเฉพาะด้านของบริการที่สำคัญได้แก่ ธุรกิจบริการด้านการศึกษา บริการสุขภาพและสปา ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก ธุรกิจบริการทางการเงิน ธุรกิจบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ธุรกิจก่อสร้างและธุรกิจภาพยนตร์ไทย เป็นต้น เพื่อก่อให้เกิดขีดความสามารถในการแข่งขันจึงได้กำหนดกลยุทธ์การปรับโครงสร้างของภาคธุรกิจบริการดังนี้

1) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถานในเชิงกลุ่มพื้นที่ และเสริมสร้างเอกลักษณ์ความเป็นไทย ทั้งการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชน และภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อสร้างสินค้าท่องเที่ยวใหม่ๆ แก่ธุรกิจการท่องเที่ยวไทย และเป็นแหล่งท่องเที่ยวของตลาดท่องเที่ยวโลก

2) ส่งเสริมการลงทุน พัฒนาธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว เพื่อรองรับตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะด้าน และสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจบริการสุขภาพ ธุรกิจศูนย์ประชุมและแสดงสินค้า การพำนักระยะยาว การจำหน่ายซื้อสินค้า สินค้าโอท็อป และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นต้น

3) พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของธุรกิจและบริการที่มีศักยภาพให้เป็นที่ยอมรับ น่าเชื่อถือ และตอบสนองความต้องการของตลาดโลก รวมทั้งเพื่อรองรับนโยบายการเปิดเสรีภาคบริการ บนฐานความโดดเด่นทางวัฒนธรรมและความเป็นไทย โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่มีศักยภาพในการดึงดูดลูกค้ามาใช้บริการในประเทศ เช่น ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจบริการด้านการศึกษา บริการด้านสุขภาพ และธุรกิจภาพยนตร์ไทย เป็นต้น

4) ส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวและกลุ่มลูกค้าธุรกิจบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาฐานตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ๆ ที่มีคุณภาพ เช่น ตลาดรัสเซียและกลุ่มประเทศที่เคยเป็นอาณานิคมของรัสเซีย ตลาดตะวันออกกลาง และตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม โดยอาศัยเครือข่ายความร่วมมือทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกัน

5) พัฒนาปัจจัยสนับสนุนให้อุตสาหกรรมการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว ทั้งการพัฒนาโครงสร้างการคมนาคมเพื่อการเข้าถึงและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว มาตรฐานความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน และการปรับปรุงกฎระเบียบข้อกฎหมาย การพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจ และการเสริมสร้างขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ และขีดความสามารถการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

6) สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรชุมชนในท้องถิ่น เพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม รวมทั้งสนับสนุนการรวมกลุ่มของชุมชนในรูปแบบต่างๆ เพื่อเชื่อมโยงการประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่นกับกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อช่วยสร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

1.9 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2556-2559)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ได้มีการผลักดันให้มีการเพิ่มสัดส่วนและมูลค่าสินค้าและบริการสร้างสรรค์ให้มีอัตราขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5.0 ต่อปี เพื่อดึงดูดเงินตราต่างประเทศและเกิดการกระจายรายได้และสร้างงานให้กับทุกภาคส่วน ซึ่งมีการกำหนดแนวทางพัฒนาในการปรับโครงสร้างภาคบริการให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มกับสาขาบริการที่มีศักยภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมบนฐานความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการที่มีศักยภาพสู่ธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ โดยสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมให้กับธุรกิจ ส่งเสริมการใช้องค์ความรู้

และเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการพัฒนาสินค้าและบริการ และส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ โดยอาศัยความได้เปรียบของทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศ ความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม และเอกลักษณ์ความเป็นไทย ตลอดจนสามารถรองรับการเติบโตทางการค้าและกระแสความต้องการของตลาดโลก ได้แก่ ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจบริการสุขภาพ ธุรกิจบริการโลจิสติกส์ ธุรกิจภาพยนตร์ ธุรกิจการจัดประชุมและแสดงนิทรรศการนานาชาติ เป็นต้น

2) ขยายฐานการผลิตและการตลาดของภาคธุรกิจบริการที่มีศักยภาพออกสู่ตลาดต่างประเทศ โดยพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการตลอดห่วงโซ่การผลิตและบริการ สนับสนุนมาตรการด้านการเงินและภาษีให้ทัดเทียมกับประเทศคู่แข่ง ส่งเสริมการค้าและบุกเบิกตลาดใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ เสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือของธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการลงทุนในตลาดต่างประเทศ เพื่อสนับสนุนการขยายตลาดของธุรกิจบริการที่มีศักยภาพของไทย พัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีทักษะ การบริหารและความเชี่ยวชาญในสายอาชีพ และพัฒนามาตรฐานธุรกิจและวิชาชีพให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

3) พัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการลงทุนในภาคบริการทั้งในประเทศและดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศในภาคบริการ โดยปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการของโครงสร้างพื้นฐาน พัฒนาระบบฐานข้อมูลภาคบริการโดยรวมของประเทศและข้อมูลเชิงลึกในสาขาบริการที่มีศักยภาพ ปรับปรุง กฎหมาย กฎ ระเบียบ และสิทธิประโยชน์ให้เอื้อต่อการลงทุน ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาและถ่ายทอด เทคโนโลยี ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการประกอบธุรกิจ ส่งเสริมธุรกิจบริการที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม ตลอดจนผลิตและพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพสอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจ

4) พัฒนาและพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยการฟื้นฟูพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหลักที่เสื่อมโทรม พัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของธุรกิจท่องเที่ยวในกลุ่มพื้นที่ ที่มีศักยภาพสูง ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่และกระแสความต้องการของ ตลาดโลก เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน รวมทั้งส่งเสริมการค้าสินค้าทางการตลาดรูปแบบใหม่ที่สามารถ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าและขยายไปยังตลาดใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ

5) บริหารจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงความสมดุลและความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้มี คุณภาพและเพียงพอ และบูรณาการการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งสาขาการผลิตและบริการอื่นๆ

เสริมสร้างความเข้มแข็งของท้องถิ่น ชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อย วิสาหกิจชุมชน และบุคลากรภาครัฐ เพื่อร่วมกันพัฒนาและเชื่อมโยงกับสาขาการผลิตและบริการที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ตามแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ พัฒนาทักษะและองค์ความรู้ของบุคลากรภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชน รวมทั้งเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถปรับตัว เพื่อรองรับผลกระทบต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขตามกฎระเบียบใหม่ของโลก (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

1.10 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)

แผนพัฒนาฯ ฉบับนี้ ได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาระบบภาคธุรกิจบริการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพในระดับสูงเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันกับนานาชาติ และสร้างรายได้อย่างมหาศาลในอนาคต โดยได้มีการกำหนดมาตรการพัฒนาภาคบริการและการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1) เสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการที่มีศักยภาพทั้งฐานบริการเดิมและฐานบริการใหม่เพื่อส่งเสริมให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตได้อย่างเข้มแข็ง โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

1.1) พัฒนาศักยภาพของฐานบริการเดิมให้เติบโตอย่างเข้มแข็ง เช่น การท่องเที่ยว บริการขนส่งและโลจิสติกส์ การค้าส่งค้าปลีก อสังหาริมทรัพย์ บริการก่อสร้าง ต่อเรือและซ่อมเรือ และบริการสาธารณสุข ภาค ธุรกิจด้านการกีฬา บริการทางการเงิน บริการสุขภาพ การจัดประชุมและ นิทรรศการนานาชาติ (MICE) เป็นต้น

1.2) ยกกระดับฐานธุรกิจบริการใหม่ที่มีแนวโน้มขยายตัวและมีศักยภาพในการเติบโต อาทิ ธุรกิจบริการดิจิทัล การศึกษานานาชาติ ธุรกิจบันเทิงและคอนเทนต์ และบริการวิชาชีพ ให้ก้าวไปสู่บริการที่ทันสมัยมากขึ้นโดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ เช่น กิจการ Cloud Service แอปพลิเคชัน ทางการเงิน การเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น รวมทั้งสร้างความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจบริการที่มี ศักยภาพเพื่อให้เกิดการเติบโตอย่างบูรณาการและส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันบนฐานการพัฒนาเชิงธุรกิจและ กระจายผลประโยชน์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

1.3) สร้างกลไกการขับเคลื่อนภาคบริการที่เป็นเอกภาพ โดยกำหนดให้มีหน่วยงานเจ้าภาพหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ภาคบริการของประเทศทั้งในระดับนโยบายและระดับ ปฏิบัติการ บูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาค ประชาสังคม เพื่อร่วมกันสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาภาคบริการทั้งระบบ ควบคู่กับการกำกับ ดูแล และ ติดตามประเมินผลการพัฒนาให้เป็นไปตามกรอบทิศทางและเป้าประสงค์ที่กำหนดไว้

2) พัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

2.1) ส่งเสริมการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว

2.1.1) ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวโดยใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์และเอกลักษณ์แห่ง ความเป็นไทยที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น และวิถีชีวิตชุมชน

2.1.2) พัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ท่องเที่ยว ตามศักยภาพของพื้นที่ เชื่อมโยงกับ กิจกรรมการท่องเที่ยวตามความต้องการของตลาด อาทิ การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิง สุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวทางทะเล การท่องเที่ยวสีเขียว การท่องเที่ยวเชิงศิลปะ และวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการท่องเที่ยวของกลุ่มมุสลิม

2.1.3) พัฒนาความเชื่อมั่นและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวไทยใน สายตาโลก

2.1.4) ดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดทั้งเชิงรับและเชิงรุกในตลาดเป้าหมาย ทั้งตลาดศักยภาพเดิมและ ตลาดใหม่ โดยมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวคุณภาพเพื่อให้สอดคล้องกับกิจกรรม การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้เกิดความคุ้มค่าต่อประสบการณ์มากกว่าการท่องเที่ยวที่คุ้มค่าเงิน รวมทั้ง สนับสนุนให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยว ภายในประเทศมากขึ้นเพื่อลดการพึ่งพิงตลาดต่างประเทศ

2.1.5) พัฒนาทักษะฝีมือบุคลากรในภาคบริการและ การท่องเที่ยวจัด ฝึกอบรมมัคคุเทศก์ภาษาต่างประเทศทั่วประเทศ

2.1.6) พัฒนาระบบคมนาคมขนส่งให้เกิด ความเชื่อมโยงกันเป็นโครงข่าย ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ

2.2) ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัย จัดทำ และ บังคับใช้มาตรฐานด้านการท่องเที่ยว โดย

2.2.1) เร่งปรับปรุงกฎหมายและระเบียบที่เอื้อต่อการพัฒนา อุตสาหกรรมและ บริการสำหรับอนาคต โดยให้ความสำคัญกับการบูรณาการหลักการและการบังคับใช้ กฎหมายและ กฎระเบียบต่างๆ ให้มีความสอดคล้องกัน เพื่อให้สามารถนำไปสู่การอำนวยความสะดวกและการ พัฒนาภาคการผลิตและบริการได้ตรงตามทิศทางที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ

2.2.2) ทบทวน ปรับปรุง และ พัฒนากฎหมาย กฎ ระเบียบ และนโยบาย ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การบริการและการท่องเที่ยวของ ประเทศให้สอดคล้องกับ สภาวะการณ์และการจัดทำกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานการท่องเที่ยวของไทยสู่สากล

2.2.3) ส่งเสริมให้คนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงการท่องเที่ยวได้ตามสิทธิที่พึงมี พึงได้ของบุคคล

2.3) ปรับโครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นกลไกในการบริหารจัดการและกำหนดทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจน โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และภาคประชาสังคม ในการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศให้ เติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน รวมทั้งกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม

นอกจากนี้ ยังมีการจัดทำแผนงานในการพัฒนาภาคบริการและการท่องเที่ยว ซึ่งภาคบริการมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศทั้งในเชิงเศรษฐกิจ และสังคม ก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นและชุมชน รวมทั้งยกระดับคุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ของคนไทย ในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ภาคบริการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังเห็นได้จากการขยายตัวของรายได้ภาคบริการที่เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว โดยมีแผนงานสำคัญๆ ดังนี้

1. แผนงานส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ
2. แผนงานพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวรองของประเทศ
3. แผนงานส่งเสริมการท่องเที่ยวรายสาขา อาทิ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวทางน้ำและทางรถไฟ
4. แผนงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว
5. แผนงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มนุษย์สร้างขึ้น
6. โครงการศึกษาแนวทางการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้

เป็นไปตามขีดความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศ (Carrying capacity)

7. แผนงานพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการ
- ซึ่งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติทั้งหมดที่กล่าวมาล้วนเป็นแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาภาคบริการและการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันและส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศและเป็นประโยชน์ต่อการจ้างงานในภาคบริการและกระจายรายได้สู่ทุกภาคส่วนอย่างเป็นธรรม

จากการนำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 1 ถึงฉบับที่ 12 และแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2558-2560 ผู้วิจัยได้จัดทำเป็นตารางสังเคราะห์การพัฒนาการการท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1-12 (พ.ศ.2504-2564)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฯ ฉบับที่ 1-4 (2504-2524)	แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมฯ ฉบับที่ 5 (2525-2529)	แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฯ ฉบับที่ 6 (2530-2534)
-พัฒนาการท่องเที่ยวโดยการเพิ่มรายได้จากเงินตราต่างประเทศ	-ทำการตลาดเชิงรุกกระตุ้นให้เกิดการขยายวันหยุดของนักท่องเที่ยว	-มุ่งเน้นการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว
-จัดทำกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว	-จัดทำกลยุทธ์ชักจูงนักท่องเที่ยวต่างประเทศ	-พัฒนากลยุทธ์การขยายวันหยุดของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ
-สนับสนุนให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวไทยมากขึ้น	-ส่งเสริมการลงทุนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชน	-เน้นการทำการตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง
-ส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มเอเชียอาคเนย์	-ส่งเสริมให้คนไทยเที่ยวไทยเพิ่มมากขึ้นชะลอการเดินทางต่างประเทศ	-ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว
-พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรอง	-จัดตั้งหน่วยงานตำรวจท่องเที่ยว	-ให้ความสำคัญในการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม
-ปรับโครงสร้างการบริหารงานขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นหน่วยงานราชการ	-ปรับปรุงพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวเพื่อป้องกันการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม	-ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับภูมิภาคและจังหวัดในรูปแบบความเชื่อมโยง
	-พัฒนาบุคลากรทางด้านการท่องเที่ยว	-ขยายสถานีบริการท่าอากาศยานในเมือง

ตารางที่ 2 (ต่อ)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฯ ฉบับที่ 7 (2535-2539)	แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฯ ฉบับที่ 8 (2540-2544)	แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฯ ฉบับที่ 9 (2545-2549)
<p>-ส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการสนับสนุนภาคเอกชน</p> <p>-ปรับปรุงกฎหมายให้มีความยืดหยุ่นในการประกอบกิจการท่องเที่ยวของภาคเอกชน</p> <p>-พัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้</p> <p>-พัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรที่เกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยว</p> <p>-ยกระดับคุณภาพบุคลากรด้านการบริการการท่องเที่ยว</p>	<p>-กำหนดแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในการบริการท่องเที่ยว</p> <p>●พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว</p> <p>●ส่งเสริมการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง</p> <p>●พัฒนาจรรยาบรรณท่องเที่ยวร่วมกับภูมิภาคอาเซียนและอินโดจีน โดยใช้กลยุทธ์ตลาดร่วม</p> <p>●พัฒนาโครงข่ายโครงสร้างพื้นฐานระหว่างเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยว</p>	<p>-ได้นำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้</p> <p>-พัฒนาและบริหารประเทศโดยยึดหลักทางสายกลาง</p> <p>-พัฒนาประเทศอย่างสมดุลและมีคุณภาพที่ยั่งยืน</p> <p>-เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจท่องเที่ยว</p> <p>-กำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมศักยภาพการบริการ</p> <p>-พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงกลุ่มพื้นที่</p> <p>-ปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ</p> <p>-ส่งเสริมให้ชุมชนมีบทบาทในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว</p> <p>-มุ่งเน้นการทำการตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวประชุมและสัมมนา</p> <p>-ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การสร้างจิตสำนึกการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ</p>

ตารางที่ 2 (ต่อ)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฯ ฉบับที่ 10 (2550-2554)	แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฯ ฉบับที่ 11 (2555-2560)	แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฯ ฉบับที่ 12 (2561-2564)
-ปรับโครงสร้างธุรกิจภาคบริการ	-ผลักดันการเพิ่มสัดส่วนและมูลค่า	-เสริมสร้างขีดความสามารถในการ
-พัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็น	สินค้าและบริการไม่ต่ำกว่าร้อยละ	แข่งขันระดับนานาชาติ
ศูนย์กลางการท่องเที่ยวทาง	5 ต่อปี	-เสริมสร้างขีดความสามารถ
ธรรมชาติและวัฒนธรรม	-กำหนดแนวทางพัฒนาปรับ	แข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการที่
-พัฒนาขีดความสามารถในการ	โครงสร้างพื้นฐานที่มีศักยภาพเป็น	มีศักยภาพ
แข่งขันของธุรกิจบริการ	มิตรกับสิ่งแวดล้อม	-พัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิง
-ขยายฐานการผลิตและการตลาด	-เสริมสร้างขีดความสามารถในการ	บูรณาการ
ธุรกิจครอบคลุมระดับภูมิภาค	แข่งขันของธุรกิจบริการที่มี	
-กำหนดกลยุทธ์การปรับโครงสร้าง	ศักยภาพสู่ธุรกิจเชิงสร้างสรรค์	
ของภาคธุรกิจบริการ	-ขยายฐานการผลิตและการตลาด	
-ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	ของภาคธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ	
ประวัติศาสตร์ โบราณคดี	ออกสู่ตลาด ต่างประเทศ	
-ส่งเสริมการลงทุนพัฒนาธุรกิจที่	-พัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อ	
เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว	การลงทุนในภาคบริการทั้งใน	
-พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของ	ประเทศและดึงดูด การลงทุนจาก	
ธุรกิจและบริการที่มีศักยภาพและ	ต่างประเทศในภาคบริการ	
น่าเชื่อถือ	-ฟื้นฟูและพัฒนาคุณภาพแหล่ง	
-ส่งเสริมการท่องเที่ยวและกลุ่ม	ท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับ	
ธุรกิจบริการและขยายตลาดใหม่ที่มี	ต้องการของตลาด	
คุณภาพ เช่น รัสเซีย ตะวันออก	-บริหารจัดการการท่องเที่ยวให้	
กลาง และนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม	เกิดความสมดุลและยั่งยืน	
-พัฒนาปัจจัยสนับสนุนให้เอื้อต่อ		
การดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว		
-สร้างเครือข่ายความร่วมมือ		
ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กร		
ชุมชนท้องถิ่น		

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 12 ฉบับ(พ.ศ.2504-2564) สามารถสรุปเป็น
วิวัฒนาการท่องเที่ยวได้ดังภาพต่อไปนี้

วิวัฒนาการท่องเที่ยวไทย



วิวัฒนาการท่องเที่ยวไทย



ภาพที่ 11 วิวัฒนาการท่องเที่ยวไทย ปี พ.ศ. 2504-2534

วิวัฒนาการท่องเที่ยวไทย



ภาพที่ 12 วิวัฒนาการท่องเที่ยวไทย ปี พ.ศ.2535-2564

จากแผนภาพสะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยให้ความสำคัญและผลักดันในการพัฒนาขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในระดับประเทศและกระจายสู่ระดับภูมิภาคผ่านแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 12 ฉบับ (พ.ศ.2504-พ.ศ.2564) เพื่อพัฒนาการจัดบริการท่องเที่ยวที่มีความสามารถในการตอบสนองนักท่องเที่ยวได้อย่างครบวงจรและเป็นจุดหมายปลายทาง (Destinations) ที่นักท่องเที่ยวเลือกตัดสินใจมาท่องเที่ยวยังประเทศไทย อันเป็นการสร้างมูลค่าทางการท่องเที่ยวได้อย่างมหาศาลตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันและในอนาคต

2. แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560

ประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะเป็นกลไกหลักในการช่วยรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติได้จัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 เพื่อเป็นยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวของ ประเทศ ซึ่งมีการกำหนดทิศทางการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวไทยภายใต้วิสัยทัศน์ “วางรากฐานการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างมีดุลยภาพและยั่งยืน” เพื่อเป็นการยกระดับให้เป็นจุดหมายปลายทางเพื่อการพักผ่อนที่มีคุณภาพ (Quality leisure destination) โดยในแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่มีการ ในประเด็นของกลยุทธ์การพัฒนาสายการบินที่กล่าวถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม เพื่อมุ่งสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวฮาลาลระดับนานาชาติ โดยมีมาตรการสำคัญ คือ การพัฒนาธุรกิจภาคบริการที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปตามหลักการอิสลามที่ถูกต้อง (บทบัญญัติ) และได้มาตรฐานซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาการท่องเที่ยวในธุรกิจภาคบริการที่เกี่ยวข้อง และสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวมุสลิมให้เป็นไปตามหลักการอิสลามที่ถูกต้อง และได้มาตรฐานสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิมโดยเฉพาะ แนะนำแนวทางการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมุสลิมแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว กอปรกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2555-2559 ได้มีการกำหนดแผนงานการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวจากประเทศมุสลิมภายใต้ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2559 เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมของทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันในกลุ่มภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) ซึ่งนับว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์ เนื่องจากมีอาณาเขตติดต่อกับหลายประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน ส่งผลให้มีการขยายตัวของการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

จากข้อมูลพบว่ารัฐบาลได้เล็งเห็นถึงความสำคัญพัฒนาการท่องเที่ยว จึงได้มีการกล่าวถึงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดขีดความสามารถในการแข่งขันและเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยได้มีการบรรจุเป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504-2524) ซึ่งได้กล่าวถึงแนวทางการตลาดเชิงรุกเพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศ และสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น และมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้งเมืองหลักและเมืองรอง เพื่อก่อให้เกิดวงจรการท่องเที่ยว ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความคุ้มค่า ต่อมาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525-2529) ได้มีการตั้งเป้าหมายในการขยายจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งอัตราค่าใช้จ่าย วันพำนักเฉลี่ย เพิ่มขึ้น และสนับสนุนการทำงานร่วมกันระหว่างรัฐบาลกับเอกชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) มีการมุ่งเน้นกิจกรรมทางการตลาด เพื่อเพิ่มค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว และมีการกำหนดมาตรการการท่องเที่ยวโดยให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์และปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว ต่อมาในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535-2539) มุ่งเน้นการทำการตลาดท่องเที่ยวระดับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และส่วนภูมิภาค และยกระดับยกระดับคุณภาพกำลังคนด้านการท่องเที่ยวให้มีความรู้ความสามารถในการให้บริการนักท่องเที่ยว แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) ได้มีการกำหนดแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในสาขาบริการเพื่อเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทั้งในด้านการผลิต การคมนาคม การเงิน การท่องเที่ยวและบริการมีระบบการการค้าขายแบบเสรีที่มีประสิทธิภาพและเป็นธรรม ต่อมาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) เป็นแผนพัฒนาฯ ที่อัญเชิญแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) ได้ให้ความสำคัญในการปรับโครงสร้างของธุรกิจภาคบริการ เนื่องจากเป็นแหล่งสร้างรายได้หลักของประเทศ โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของภูมิภาค บนฐานความโดดเด่นและหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และความเป็นไทย และพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ ต่อมาในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) เป็นแผนพัฒนาฯ ที่เสริมสร้างความเข้มแข็งของท้องถิ่น ชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อย วิสาหกิจชุมชน และบุคลากรภาครัฐ เพื่อร่วมกันพัฒนาและเชื่อมโยงกับสาขาการผลิตและบริการที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ตามแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ พัฒนาทักษะและองค์ความรู้ของบุคลากรภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชน และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาระบบภาคธุรกิจบริการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพในระดับสูงเพื่อสร้างขีดความสามารถใน

การแข่งขันกับนานาประเทศ และสร้างรายได้อย่างมหาศาลในอนาคต โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวผ่านระบบเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน นอกจากนี้ยังมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การการท่องเที่ยว เพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวทางในการขับเคลื่อนระบบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย

จากที่กล่าวมาทำให้ทราบว่าประเทศไทยได้มีความพยายามในการพัฒนาการท่องเที่ยวมาเป็นลำดับเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับตลาดโลก และในแผนยุทธศาสตร์การการท่องเที่ยว พ.ศ. 2555-2559 และพ.ศ. 2558-2560 ได้มีการกล่าวถึงการกำหนดมาตรการในการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมซึ่งมีการจัดทำโครงการการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม และกำหนดเป็นมาตรการการพัฒนาการท่องเที่ยวเฉพาะสาขาในการบริการนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม จึงสามารถอธิบายได้ว่ารัฐบาลได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ในการเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้มีความเสถียรภาพ และสามารถสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อมุ่งสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวฮาลาลระดับนานาชาติ อีกทั้งยังเป็นการขยายฐานตลาดเดิมและขยายฐานตลาดใหม่ๆ ที่มีคุณภาพ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเป็นนโยบายหลักของภาครัฐที่ได้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดสงขลา โดยปรากฏได้ชัดจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 11 จนถึงฉบับที่ 12 ซึ่งเป็นฉบับปัจจุบัน ได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวมุสลิม โดยได้มีการผลักดันและพัฒนาสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับหลักศาสนา อีกทั้งยังมุ่งยกระดับให้ประเทศเป็นเมืองท่องเที่ยวฮาลาลในระดับนานาชาติ ด้วยนโยบายข้างต้นจึงส่งผลให้การท่องเที่ยวฮาลาลทวีความสำคัญและมีบทบาทในการพัฒนาประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

นโยบายระดับจังหวัด

จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคใต้ตอนล่าง เป็นจังหวัดที่มีความได้เปรียบทางการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายทางทรัพยากรท่องเที่ยว อันได้แก่ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางทะเล ทรัพยากรท่องเที่ยวทางประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิต อีกทั้งจังหวัดสงขลายังเป็นหัวเมืองสำคัญในการทำการค้าขายกับต่างประเทศ จากการศึกษาสงครามในการปราบกบฏในสมัยอยุธยา และยังคงมีความหลงเหลือร่องรอยทางด้านประวัติศาสตร์ที่ทำให้คนรุ่นหลังศึกษาและเกิดความภาคภูมิใจ

จังหวัดสงขลามีพรมแดนติดต่อกับประเทศมาเลเซีย ที่มีด่านพรมแดน 3 ด่าน ได้แก่ ด่านสะเดา อำเภอสะเดา ด่านปาดังเบซาร์ อำเภอสะเดา และด่านบ้านประกอบ อำเภอนาทวี โดยด่านพรมแดนทั้ง 3 ด่านข้างต้น เป็นด่านพรมแดนที่สร้างมูลค่าการค้าขายแดนเป็นอันดับหนึ่งของด่านพรมแดนประเทศไทย จังหวัดสงขลาได้ชื่อว่าเป็นจังหวัดศูนย์กลางทางการค้าและการลงทุนที่สำคัญ

ของภาคใต้มีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการลงทุนด้านธุรกิจท่องเที่ยวที่สามารถสร้างมูลค่าทางการท่องเที่ยวเป็นอันดับ 2 รองจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในกลุ่มจังหวัดฝั่งอ่าวไทย และอันดับ 4 ในกลุ่ม 14 จังหวัดภาคใต้

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่าจังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่มีขีดความสามารถในการจัดการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการจัดการท่องเที่ยวฮาลาล ที่มีความเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นสำหรับการจัดบริการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจะมีบทบัญญัติในการปฏิบัติ โดยบทบัญญัติที่มีความเด่นชัด คือ บทบัญญัติที่ว่าด้วยการรับประทานอาหารฮาลาล และการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)

จังหวัดสงขลา มีด่านพรมแดนที่ติดต่อกับประเทศมาเลเซีย 3 ด่าน โดยด่านดังกล่าวทำหน้าที่อำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกประเทศ ทั้งสินค้าและนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ 2 คือนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย รองจากนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน เพื่อให้ทราบถึงขีดความสามารถในการแข่งขันของจังหวัดสงขลาในการจัดการท่องเที่ยวฮาลาล ผู้วิจัยได้นำนโยบายระดับจังหวัดมาวิเคราะห์เพื่อทราบแนวทางการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. จังหวัดสงขลาได้มีการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดสงขลา พ.ศ. 2561-2564 ภายใต้วิสัยทัศน์ “สงขลาศูนย์กลางเศรษฐกิจภาคใต้ ประชาชนมีคุณภาพ สิ่งแวดล้อมยั่งยืน” เพื่อกำหนดตำแหน่งและทิศทางการพัฒนาจังหวัดภายใต้ โดยมีพันธกิจที่สำคัญ 4 พันธกิจ คือ 1) พัฒนาเศรษฐกิจ การค้า การท่องเที่ยว อุตสาหกรรมเกษตร เพื่อรองรับการพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษและเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจภาคใต้ 2) พัฒนาสงขลาให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต ประชาชนมีคุณภาพ 3) จัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นรากฐานการผลิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน และ 4) พัฒนาสงขลาให้ประชาชนมีความมั่นคง ปลอดภัย จากพันธกิจดังกล่าวจังหวัดสงขลาได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ ออกเป็น 4 ประเด็นยุทธศาสตร์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 เป็นประเด็นยุทธศาสตร์ที่มีความเชื่อมโยงกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่ผู้วิจัยกำลังศึกษา กล่าวคือ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาการเกษตร อุตสาหกรรม การค้า การลงทุน การท่องเที่ยวและบริการ โลจิสติกส์และโครงสร้างพื้นฐาน โดยมีการกำหนดกลยุทธ์ที่สำคัญ ได้แก่ การส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมยางพารา อาหารทะเล และฮาลาลให้เป็นศูนย์กลางระดับภูมิภาค (คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการจังหวัดสงขลา, 2559)

ยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการบริการส่วนจังหวัดสงขลา พ.ศ. 2559-2561 ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสงขลาภายใต้แผนพัฒนาจังหวัดสงขลา ซึ่งประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การส่งเสริมการท่องเที่ยวและกีฬา โดยวางแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมและได้

มาตรฐาน และสนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมยกระดับการท่องเที่ยวให้สงขลาเป็นประตูสู่อาเซียน (องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา, 2561)

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครสงขลา พ.ศ. 2557-2562 พบว่าได้มีการกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาจังหวัดสงขลา โดยมีความมุ่งหวังให้จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคใต้รวมทั้งการบริการด้านการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานสากล (สำนักงานเทศบาลนครสงขลา, 2562)

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครหาดใหญ่ พ.ศ. 2557-2562 พบว่า เทศบาลนครหาดใหญ่ได้กำหนดนโยบายเร่งด่วนในการพัฒนาเทศบาลนครหาดใหญ่ให้มีการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีเสถียรภาพ โดยมีการกำหนดนโยบายด้านเศรษฐกิจในการกระตุ้นการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว ทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ ทั้งในมิติของการสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย ทั้งกิจกรรมทางศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม (สำนักงานเทศบาลนครสงขลา, 2562)

ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ พ.ศ. 2560-2562 ได้แก่ จังหวัดสงขลา จังหวัดสตูล จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส แนวคิดสำหรับการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ พ.ศ. 2560-2562 ได้น้อมนำยุทธศาสตร์พระราชทาน “เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา” และหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อเป็นการเสริมสร้างการพึ่งตนเองของประชาชน ชุมชน โดยยุทธศาสตร์ดังกล่าว ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การเสริมสร้างความเชื่อมั่นทางการค้า การลงทุน และเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาเศรษฐกิจ ได้กำหนดกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและกีฬาเพื่อการเสริมสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจในพื้นที่ และการเชื่อมโยงเศรษฐกิจจากภายนอกพื้นที่ โดยมีส่งเสริมสนับสนุนผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการพัฒนาอุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ ส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาการ บริการการท่องเที่ยวตามมาตรฐานฮาลาลในกิจการโรงแรมและรีสอร์ท ร้านอาหารใน 5 จังหวัด ชายแดนภาคใต้เพื่อยกระดับเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวมาตรฐานฮาลาลของประเทศ (ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ พ.ศ.2560-2562, 2562: ระบบออนไลน์)

นโยบายระดับประเทศและนโยบายระดับจังหวัดที่กล่าวมาข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยได้ให้ความสำคัญในการจัดบริการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม หรือการท่องเที่ยวฮาลาล ด้วยสถานการณ์และแนวโน้มของการท่องเที่ยวโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะอัตราการเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพในการมาท่องเที่ยว เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการที่ไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ประเทศไทยจึงต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก

ทางการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม เพื่อสามารถสร้างขีดความสามารถในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN)

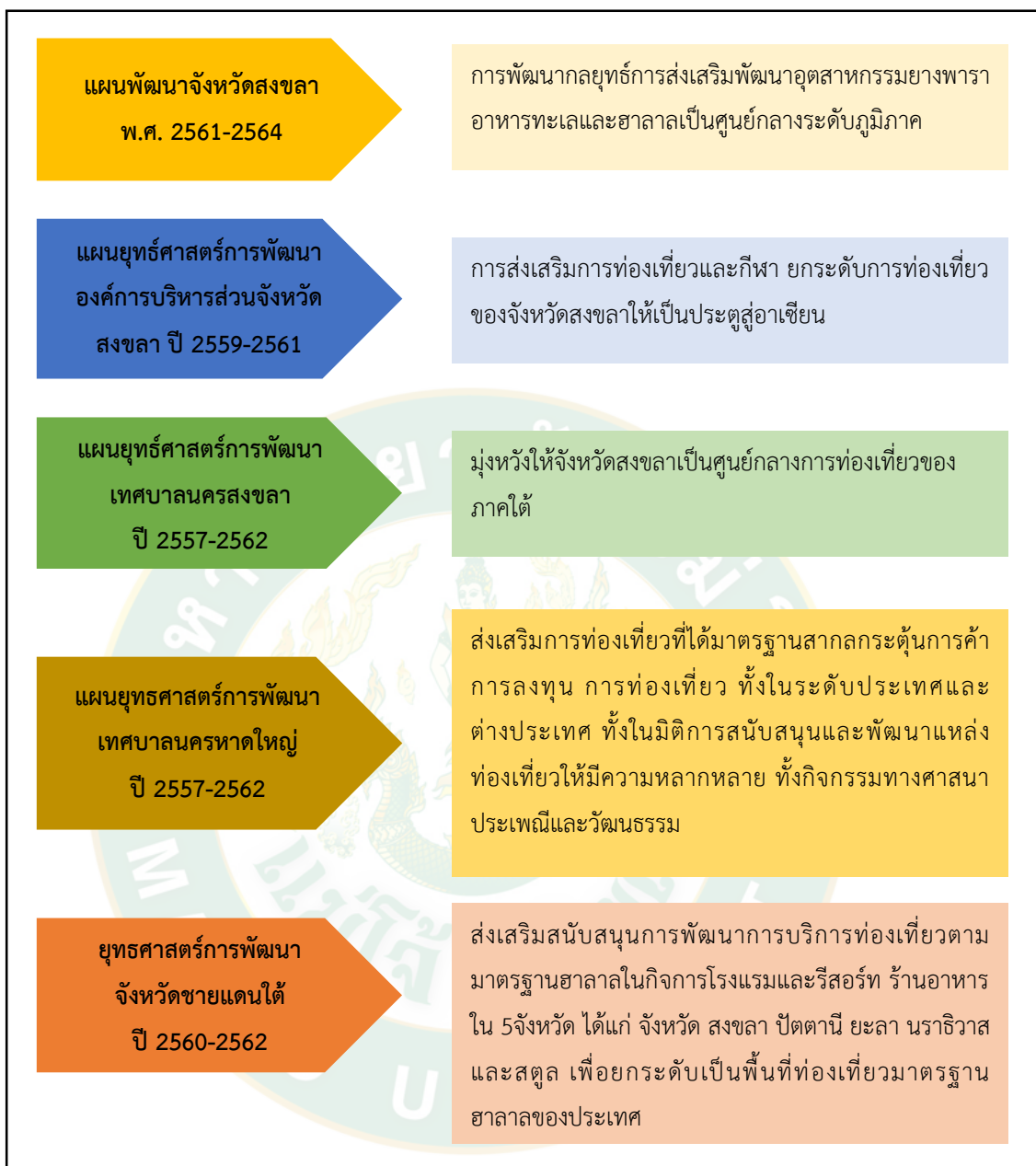
นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาลระดับประเทศที่ให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวฮาลาลแล้วยังมีนโยบายการส่งเสริมระดับจังหวัดยังเป็นอีกหนึ่งนโยบายที่มีความสำคัญเช่นกัน ในการสนับสนุนและผลักดันให้ประเทศไทยประสบความสำเร็จในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลของกลุ่มภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) โดยจังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่มีขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาล คือ กล่าวคือ จังหวัดสงขลาที่เป็นจังหวัดภาคใต้ตอนล่างและเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ และเมื่อพิจารณาถึงนโยบายระดับจังหวัดสงขลา ได้แก่ 1) แผนพัฒนาสงขลา พ.ศ. 2561-2564 2) ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ พ.ศ. 2560-2562 3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา พ.ศ. 2559-2561 4) แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครสงขลา พ.ศ. 2557-2562 และ 5) แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครหาดใหญ่ พ.ศ. 2557-2562 เมื่อพิจารณาจากนโยบายดังกล่าว พบว่า นโยบายดังกล่าวนี้ได้เล็งเห็นความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวฮาลาล จึงมีการกำหนดกลยุทธ์ในการส่งเสริมการยกระดับการท่องเที่ยวฮาลาลให้เป็นมาตรฐานสากล อันจะเป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

จังหวัดสงขลายังเป็นพื้นที่ในแผนงานการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่ายอินโดนีเซียมาเลเซียไทย (Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle : IMT-GT)อินโดนีเซีย (IMT-GT) ซึ่งมี เป้าหมายหลักเพื่อเร่งรัดพัฒนาเศรษฐกิจของพื้นที่ในกรอบความร่วมมือ ประกอบด้วย 10 จังหวัดในเกาะสุมาตราเหนือของอินโดนีเซีย 8 รัฐทางตอนเหนือและตอนกลางของมาเลเซีย และ 14 จังหวัดภาคใต้ของไทย โดยเร่งรัดผลักดันการดำเนินการตามโครงการความร่วมมือใน 6 สาขา ได้แก่ สาขาโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคมและการขนส่ง การค้าและการลงทุน การท่องเที่ยว การเกษตร อุตสาหกรรมการเกษตรและ สิ่งแวดล้อม ผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาล และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการจังหวัดสงขลา, 2559)

นอกจากนี้จังหวัดสงขลายังดำเนินการแผนงานความร่วมมือทวิภาคีภายใต้คณะกรรมการ ด้วยยุทธศาสตร์การพัฒนาร่วมสำหรับพื้นที่ชายแดนไทย - มาเลเซีย (Thailand - Malaysia Committee on Joint Development Strategy for border areas : JDS) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างกลไกในการ พัฒนาความกินดีอยู่ดีของประชาชนในบริเวณพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (จชต.) ได้แก่ สงขลา ยะลา สตูล ปัตตานี และนราธิวาส ตลอดจน 4 รัฐภาคเหนือของมาเลเซีย ได้แก่ เปอร์ลิส เคดาห์ กลันตัน และเปรัก (เฉพาะอำเภอ เปิงกาลีฮูลู) โดยเน้นโครงการความร่วมมือที่ให้ประโยชน์แก่ประชาชนในพื้นที่เป็นสำคัญเพื่อสร้างเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่ ซึ่งจะช่วยในการแก้ไขปัญหาในจังหวัดชายแดนภาคใต้อีก ทางหนึ่ง ยุทธศาสตร์การพัฒนาร่วมสำหรับพื้นที่ชายแดนไทย - มาเลเซีย :JDS ได้กำหนดกรอบความร่วมมือ 9 สาขา ได้แก่ สาขาการพัฒนาโครงสร้าง

พื้นฐานและการ เชื่อมโยงเส้นทางการขนส่ง การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การท่องเที่ยว วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ระดับ ประชาชน การค้าและการลงทุน การเกษตร ประมง ปศุสัตว์ และชลประทาน การเงินและการคลัง พลังงาน และการบรรเทาสาธารณภัย โครงการพัฒนาที่สำคัญของจังหวัดสงขลา ภายใต้แผนงาน IMT- GT, JDS ที่จะรองรับการ เข้าสู่ประชาคมอาเซียน ได้แก่ การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย - มาเลเซีย การพัฒนาด่านชายแดน การพัฒนารถไฟรางคู่เดินรถด้วยระบบไฟฟ้า การก่อสร้างทางพิเศษ หาดใหญ่ - สะเดา การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว จึงสามารถกล่าวได้ว่าจังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลของประเทศไทย





ภาพที่ 13 สรุปนโยบายระดับจังหวัด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Din (1989) วิจัยเรื่อง ศาสนาอิสลามกับการท่องเที่ยว ตามหลักของศาสนาอิสลามแล้วพบว่า มีหลักปฏิบัติของศาสนาตามหลักคำสอนของศาสดาที่กระตุ้นให้มุสลิมเดินทางอย่างมีจุดหมาย โดยเริ่มจากการเดินทางเพื่อประกอบพิธีฮัจญ์ (Hajj) และได้พัฒนาการเดินทางมาเป็นการท่องเที่ยว ในขณะที่ศาสนิกชนมุฮัมมัดได้สอนในเรื่องการปฏิบัติตนในการเป็นเจ้าของบ้านที่ดีที่ต้องดูแลเอาใจใส่ต่อผู้มาเยี่ยมเยียน ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจะมีจุดหมายที่แตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป คือ การเดินทางที่มีจุดหมายด้วยจิตวิญญาณเพื่อระลึกถึงความยิ่งใหญ่ของพระเจ้าของตนโดยผ่านทางเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งเชื่อว่าสิ่งเหล่านี้เปรียบเสมือนของขวัญจากพระเจ้าที่มุสลิมปรารถนา และต้องการได้รับการตอบสนองต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวที่ดีที่สุด

โครยา หอมชื่น (2545) วิจัยเรื่อง ตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิม พบว่า นักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางเป็นเพศชายมากกว่าเป็นเพศหญิง ในสัดส่วนที่มากทั้งนี้เพราะประชากรเพศชายในตะวันออกกลางมีจำนวนสูงกว่าประชากรเพศหญิง อีกทั้งพื้นฐานทางศาสนา และวัฒนธรรมอิสลามที่ไม่นิยมให้สตรีออกเดินทางแต่ลำพัง แต่มักจะเดินทางกับครอบครัว หรือญาติพี่น้องผู้ชายและมีเด็กมาด้วยในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว นั้น สตรีในครอบครัวจะมีอำนาจในการตัดสินใจนักท่องเที่ยวมุสลิม นิยมเลือกไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพทั้งนี้ เนื่องจากบทบัญญัติที่เคร่งครัดศาสนา นักท่องเที่ยวมุสลิมเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีกำลังทรัพย์สูง เนื่องจากความต้องการ ความสะดวกสบายในบางเรื่อง จึงไม่นิยมซื้อแพคเกจทัวร์ มักเดินทางเป็นครอบครัว และจัดการเดินทางเอง ไม่ชอบท่องเที่ยวการผจญภัย แต่ชอบการใช้จ่ายใช้สอย และเน้นกิจกรรมสำหรับเด็กเป็นพิเศษ ส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาเพื่อพักผ่อน นักท่องเที่ยวจากแถบตะวันออกกลาง ใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัวสูงกว่านักท่องเที่ยวจากกลุ่มตลาดอื่นๆ ถึงแม้ว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่น้อยกว่ากลุ่มตลาดอื่น และมีวันพักยาว คือ ประมาณ 10 – 71 วัน ใช้จ่ายเฉลี่ย 4,687.29 บาทต่อวันต่อคน ส่วนความนิยมของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากตะวันออกกลางนั้นนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และประเทศแถบยุโรป เช่น ฝรั่งเศส อิตาลี สวิตเซอร์แลนด์ เยอรมนี เป็นต้น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความสามารถในการใช้จ่ายสูงมีรสนิยมดี และมีความคุ้นเคยกับการใช้ภาษาอังกฤษ นอกจากนี้ยังนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวในแถบประเทศในภูมิภาคเดียวกัน โดยเฉพาะสถานที่ที่มีอากาศเย็นสบายในฤดูร้อน ประมาณเดือนกรกฎาคม – กันยายน ซึ่งอากาศในตะวันออกกลางจะร้อนมากกว่า 40 องศาเซลเซียส ซึ่งช่วงหยุดพักผ่อนประจำปีของคนภูมิภาคนี้ทำให้เดินทางออกจากประเทศสูงมาก และมักจะเดินทางมากกว่าหนึ่งประเทศ ส่วนใหญ่ที่เดินทางมายังประเทศไทยมาก่อนแล้ว นักท่องเที่ยวมุสลิมตะวันออกกลางนิยมเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่มีอากาศดี นิยม

ใช้จ่ายเงินซื้อสินค้าที่มีคุณภาพสมราคา นิยมมาเป็นครอบครัวโดยให้ความสนใจเด็กๆ ในครอบครัวมาก แหล่งท่องเที่ยวจึงเน้นในแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมสำหรับเด็ก นิยมเช่ารถใช้เอง เพื่อสัมผัสกับธรรมชาติที่มีธรรมชาติที่มีความชุ่มชื้น ในการเลือกที่พักแรมนั้นนิยมเลือกที่พักชั้นดี อยู่ท่ามกลางแหล่งอาหาร ฮาลาลให้เลือกรับประทานได้หลากหลาย และนิยมเลือกพักแบบเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์มากกว่า เนื่องจากสามารถประกอบอาหารได้เอง และมีแม่บ้าน (Maid) ติดตามมาด้วย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้รักความสะดวกสบาย และนิยมรับประทานอาหารที่มั่นใจได้ว่าไม่มีส่วนประกอบที่ผิดข้อบัญญัติของศาสนา (Halal food) ไว้รองรับนักท่องเที่ยวมุสลิมตะวันออกกลางเพราะมีความเคร่งครัดในหลักคำสอนของศาสนา

อรพรรณ จันทน์อินทร์ และคณะ (2555) วิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวฮาลาลฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทยสำหรับ นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม กล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในฝั่งอันดามันนั้นสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศมุสลิมนั้น จำเป็นที่จะต้องมีการวางแผนการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวฮาลาล ทั้งผู้ประกอบการ นักธุรกิจ และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อการจัดการบริการการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวจากประเทศมุสลิม รวมถึงการสร้างรูปแบบและการบริหารให้มีมาตรฐานฮาลาล เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวจากประเทศมุสลิมนั้นได้มีทางเลือกในการใช้บริการการผลิตภัณฑและการบริการทางการท่องเที่ยวที่ไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

ไพฑูรย์ ไกรพรศักดิ์ (2551) วิจัยเรื่อง การศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลางในประเทศไทย กล่าวว่า ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง เป็นนักท่องเที่ยวที่มาช่วยเสริมให้ฤดูกาลท่องเที่ยวของไทยมีได้ตลอดปี เนื่องจากฤดูกาลท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง มีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นๆ โดยส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ชาย เน้นลักษณะการท่องเที่ยวที่เป็นส่วนตัวสูง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะใช้บริการต่างๆ ในโรงแรม ค่อนข้างสูงมาก สำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจได้แก่ ทะเลที่สวยงาม และแหล่งท่องเที่ยวภูเขา อย่างไรก็ตามก็มีจำนวนไม่น้อยที่ต้องการอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีการพลุกพล่าน เป็นแหล่งธุรกิจซึ่งแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งนั้นต้องสามารถรองรับและเป็นที่สำหรับเด็ก และครอบครัวในเวลาเดียวกันด้วย และทะเลที่สวยงาม สำหรับการสำรวจทัศนคติของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ พบว่า มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ ฮ่องกง ลาว เมียนมาร์ กัมพูชา จีน และเวียดนาม โดยเฉพาะประเทศมาเลเซียที่มีคะแนนใกล้เคียงกับไทย แต่อย่างไรก็ดีประเทศไทยยังมีความได้เปรียบเนื่องจากเป็นประเทศที่มีความหลากหลายของกิจกรรมของสังคมและธุรกิจ

Namin (2013) วิจัย เรื่อง การสร้างมูลค่าทางการท่องเที่ยว:ตามแนวทางอิสลาม พบว่า ชาวมุสลิมต้องการสถานที่ที่ตอบรับกับความต้องการทางศาสนาและความต้องการที่หลากหลาย คุณสมบัติของสถานที่ท่องเที่ยวก็อย่าง เช่น การมีมัสยิดและสิ่งอำนวยความสะดวกในการละหมาดใน

สถานที่ท่องเที่ยว มีการประกาศเชิญชวนให้ละหมาด (อาซาน) มีเครื่องบ่งชี้ทิศของเมืองมักกะฮ์ มีก๊อมน้ำสำหรับทำวูดุฮ์ (ชำระบางส่วนของร่างกายก่อนทำละหมาด) ในห้องน้ำของโรงแรมและสวนสาธารณะ มีอาหารฮาลาลและร้านอาหารที่ให้บริการอาหารฮาลาล และการยึดถือธรรมเนียมและการแต่งกายแบบฮาลาลในโรงแรม สถานที่ละหมาดสามารถเข้าถึงได้ง่าย (เช่น มัสยิด และห้องละหมาด)

ดาลีซะห์ ดะยี้ และคณะ (2557) วิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางในเขต กรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีรายได้ เฉลี่ยเดือนละ 5001 ดอลลาร์สหรัฐขึ้นไป มีภูมิลำเนาจากประเทศสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย เดินทางมาพักในเขตกรุงเทพมหานครเฉลี่ยปีละ 2 ครั้ง โดยแต่ละครั้งจะเข้าพักเป็นระยะเวลา 2-7 วันโดยเฉลี่ย เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครอบครัว เลือกที่พักเป็นโรงแรม ระดับ 4 ดาว ส่วนใหญ่เลือกที่พักจากคำบอกเล่าของเพื่อนหรือญาติ การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางเป็นการเดินทางมาเพื่อพักผ่อนในวันหยุด ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อพฤติกรรม การเลือกที่พักอยู่ในระดับมาก และพบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลอยู่ในระดับปานกลาง

Mohd and Mohamed (2015) วิจัยเรื่อง “การท่องเที่ยวฮาลาล:แนวคิด หลักปฏิบัติ ความท้าทาย และอนาคต” ระบุว่า การท่องเที่ยวฮาลาลเป็นกิจกรรมที่ตระหนักถึงความสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเพิ่มมากขึ้น โดยอาศัยการจัดการอุตสาหกรรมและการศึกษาวิจัย เพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าว การท่องเที่ยวฮาลาลนั้นอนุญาตให้มีการกระทำกิจกรรมต่างๆได้ แต่ทั้งนี้ต้องอาศัยหลักคำสอนและหลักความเชื่อของศาสนาอิสลามมาเป็นพื้นฐานในการจัดกิจกรรมดังกล่าว เพื่อให้เกิดความสำเร็จทางการตลาดของการส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาล ซึ่งปัจจุบันเป็นที่ได้รับความนิยมและหลักคำสอนและหลักความเชื่อของศาสนาอิสลามนั้นมีหลักปฏิบัติที่มีความเหมือนกันทั่วโลก

มัทนี คำสำราญ และ ณัฐนุช วณิชย์กุล (2559) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ชาวมุสลิมเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในระดับมาก (Mean = 3.84, S.D.= 0.97) เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ชาวมุสลิมเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ด้าน ผลิตภัณฑ์ (Mean = 3.94, S.D.= 0.84) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Mean = 3.89, S.D.= 1.00) ด้านสถานที่ (Mean = 3.78, S.D.= 0.99) และด้านราคา (Mean = 3.76, S.D.= 0.71) และ 2) ชาวมุสลิมที่มีเพศ อาชีพ รายได้ เฉลี่ยต่อเดือน

แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน แต่ชาวมุสลิมที่มีอายุและระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นด้านส่งเสริม การตลาดแตกต่างกัน และชาวมุสลิมที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์และด้าน สถานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 3) ชาวมุสลิมที่มีช่วงเวลาการเดินทาง รูปแบบการ เดินทาง และระยะเวลาการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน แต่ชาวมุสลิมที่เลือกประเภทสถานที่ท่องเที่ยวและมีสิ่งจูงใจในการ เดินทางแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นด้านราคาแตกต่างกัน และชาวมุสลิมที่มีบุคคลร่วมเดินทางแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์และด้านสถานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามประมาณค่าจัดอันดับ(Rating scale)และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ใช้สถิติเชิงอนุมานในการวิเคราะห์ข้อมูล

ตามรายงานของ CrescentRating (2015: Online) ได้ระบุว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวโดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) ความเหมาะสมของวันหยุด และความปลอดภัย ได้แก่ การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ความปลอดภัยของสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยของครอบครัวในการพักผ่อน โดยคิดเป็นร้อยละ 40 2) ความเป็นมิตรของการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว ได้แก่ การรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล การจัดเตรียมสถานที่สำหรับปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) การบริการสิ่งอำนวยความสะดวกของสนามบิน เช่น สถานที่สำหรับปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) อาหารฮาลาล การบริการสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักรับ เช่น สัญลักษณ์กำหนดทิศทาง (กิบลัต) สำหรับปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) พรหมสำหรับใช้ในการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) โดยคิดเป็นร้อยละ 40 3) การรับรู้เกี่ยวกับข้อมูลฮาลาลและการติดต่อสำหรับชาวมุสลิมในจุดหมายปลายทาง เช่น ข้อมูลข่าวสารทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมุสลิม ข้อมูลข่าวสารทั่วไป โดยคิดเป็นร้อยละ 20

Kamarudin and Ismail (2016) วิจัย เรื่อง การท่องเที่ยวของชาวมุสลิม: การท่องเที่ยวของอิสลามจากมุมมองของมาเลเซีย ระบุว่า การท่องเที่ยวของชาวมุสลิมเป็นการท่องเที่ยวที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว และความหวาดกลัวอิสลามอาจถูกทอดทิ้ง อย่างไรก็ตามคุณลักษณะหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวของชาวมุสลิมนั้นต้องพิจารณาถึงสิ่งดึงดูดใจที่สอดคล้องต่อหลักความเชื่อของชาวมุสลิมเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมากขึ้น รวมถึงการจัดแพคเกจทัวร์ของบริษัทนำเที่ยว โดยมีการสัมภาษณ์เชิงลึก 15 บริษัท ที่ให้การสนับสนุนการจัดแพคเกจทัวร์สำหรับชาวมุสลิมอย่างจริงจัง ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวของชาวมุสลิมมีแนวโน้มและให้ความสำคัญในองค์ประกอบของหลักความเชื่อทางศาสนา ทั้งในเรื่องพิธีทางศาสนา เช่น การปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด) การบริโภคอาหารและเครื่องดื่มฮาลาล รวมถึงการเข้าเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวของชาวมุสลิม ดังนั้นการศึกษา

ครั้งนี้จึงวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการเดินทางท่องเที่ยวของชาวมุสลิมกับการท่องเที่ยวมวลชน เพื่อให้เข้าใจถึงหลักการจัดการสำหรับการท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้ดียิ่งขึ้น

จากการรายงานของคณะกรรมการความร่วมมือทางเศรษฐกิจและพาณิชย์ขององค์การความร่วมมืออิสลาม (COMCEC, 2016) พบว่า ข้อค้นพบจากการสำรวจเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจำเป็นต้องมีการอำนวยความสะดวกตามหลักเกณฑ์และตามหลักความต้องการทางศาสนาในจุดบริการการท่องเที่ยวต่างๆ คือ 1) การให้บริการของโรงแรมและที่พักจำเป็นต้องมีบริการในเรื่องของอาหารฮาลาล คิดเป็น 95% การจัดเตรียมสายชำระและโถปัสสาวะในห้องน้ำ คิดเป็น 89% ไม่มีการบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คิดเป็น 85% และการบริการอาหารสำหรับการปฏิบัติศาสนกิจ (ถือศีลอด) ในเดือนรอมดอน คิดเป็น 84% 2) การให้บริการของร้านอาหารหรือภัตตาคาร ต้องมีการบริการอาหารฮาลาล คิดเป็น 96% การบริการอาหารสำหรับการปฏิบัติศาสนกิจ (ถือศีลอด) ในเดือนรอมดอน คิดเป็น 85% การบริการเครื่องดื่มที่ปราศจากแอลกอฮอล์ทั้งในร้านอาหารและภัตตาคาร คิดเป็น 81% 3) การให้บริการของสนามบิน ต้องมีการบริการอาหารฮาลาลและและสถานที่สำหรับปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) คิดเป็น 95% การจัดเตรียมสายชำระและโถปัสสาวะในห้องน้ำ คิดเป็น 89% การแต่งกายที่สุภาพของผู้ให้บริการตามหลักการฮาลาล คิดเป็น 78% และการบริการเครื่องดื่มที่ปราศจากแอลกอฮอล์ คิดเป็น 76%

ธนินทร์ สังขดวง และ จิระนาถ รุ่งช่วง (2560) วิจัยเรื่อง การรับรู้ระดับการให้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ร้อยละ 92.5 เลือกใช้สถานประกอบการทั้งประเภทที่ให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบและประเภทที่ให้บริการฮาลาลเฉพาะพื้นที่ บางส่วน ขณะที่ยังมีส่วนบุคคลมีผลต่อการรับรู้ระดับการให้บริการและการรับรู้ระดับการให้บริการมีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปากอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติ 0.05 ซึ่งจากผลวิจัยนำไปสู่ข้อเสนอแนะ 1) ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ควรให้ความสำคัญกับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม 2) ควรหาแนวทางและ กระบวนการในการรับรองมาตรฐานการบริการการท่องเที่ยวฮาลาล และการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม เก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมทั้งชาวไทยและต่างชาติ จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability) ในจังหวัด กระบี่และภูเก็ต

วราภรณ์ สุขแสนชนานันท์ และคณะ (2561) วิจัยเรื่อง การศึกษาระดับศักยภาพของแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวฮาลาลบริเวณทะเลสาบสงขลาตอนล่าง สำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ผลการวิจัยพบว่า ระดับศักยภาพของแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวฮาลาล 6 ด้านได้แก่ 1) ด้านการจัดการการท่องเที่ยว 2) ด้านการตอบรับของประชาชนในท้องถิ่น 3) ด้านคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว 4) ด้านสิ่งแวดล้อม 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว และ 6) ด้าน

ความสะอาดในการเข้าถึง มี ระดับศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีระดับศักยภาพเท่ากับ 3.90, 3.83, 3.82, 3.81, 3.76 และ 3.72 ตามลำดับ สำหรับระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว นั้น มี 2 ด้าน ที่นักท่องเที่ยวมี ระดับความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านการจัดการการท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 รองลงมา ด้านคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ส่วนอีก 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการตอบรับ ของประชาชนในท้องถิ่น ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านความสะอาดในการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีระดับความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีระดับความต้องการเฉลี่ยเท่ากับ 4.18, 4.18, 4.16 และ 4.16 ตามลำดับ เมื่อทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละด้านด้วยเทคนิค IPA พบว่า ระดับความ ต้องการและระดับศักยภาพของแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวฮาลาล อยู่ในระดับสูง คืออยู่ใน Quadrant 2 ทั้ง 6 ด้าน อย่างไรก็ตามสำหรับระดับศักยภาพของแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวฮาลาล ยังคงต่ำกว่าความต้องการของ นักท่องเที่ยวในทุกด้านเช่นกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจำนวน 400 คน คำนวณจากสูตรของ ทาโร ยามาเน่ ที่ยอมรับความคลาดเคลื่อนได้ 0.05% ภายในพื้นที่เขตอำเภอเมือง อำเภอหาดใหญ่ อำเภอสิงหนคร และอำเภอควนเนียง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้มาตรฐานค่า 5 ระดับ (Rating Scale) เพื่อสอบถามศักยภาพและความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง และนำเสนอผลการเปรียบเทียบระหว่างศักยภาพของแหล่ง ท่องเที่ยวฮาลาลและความต้องการของ นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมด้วยเทคนิค Importance Performance Analysis (IPA)

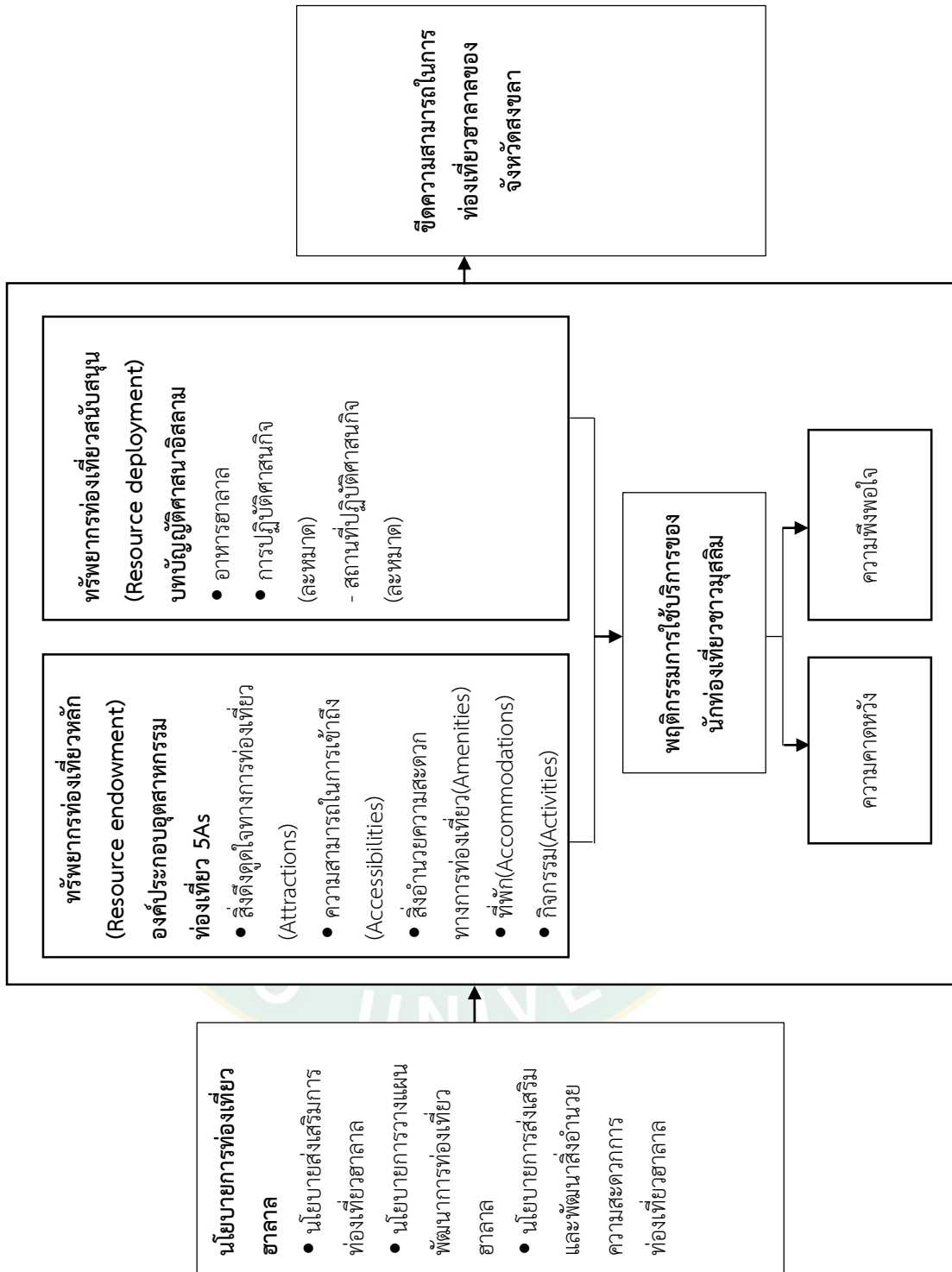
ปาริชาติ เบ็ญฤทธิ์ และ สุขุมวิทย์ ไสยโสภณ (2561) วิจัยเรื่อง การบริหารจัดการโรงแรมฮาลาลไทย กรณีศึกษาโรงแรมในจังหวัดปัตตานี พบว่า โรงแรมในจังหวัดปัตตานีมีการปฏิบัติตามคุณลักษณะต่างๆ ของโรงแรมฮาลาล คือ การให้บริการอาหารที่ได้รับมาตรฐานอาหารฮาลาลและอีกทั้งได้รับมาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีการบริการห้องละหมาด ผ้าละหมาดและพรมสำหรับปูละหมาดในห้อง ละหมาดและห้องนอนมีสัญลักษณ์บ่งชี้ที่ศสำหรับละหมาดในห้องน้ำมีท่อน้ำที่ต่อออกมาจากก๊อกน้ำสะอาด ในห้องน้ำในการชำระล้างสำหรับพนักงาน ที่ให้บริการส่วนใหญ่เป็นมุสลิมและมีการแต่งกายที่ถูกต้อง ตามหลักศาสนาอิสลาม ส่วนความคิดเห็นของสถานประกอบการเกี่ยวกับนโยบายฮาลาลไปปฏิบัติ โดยเริ่มการดำเนินการวิจัยด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูล เกี่ยวกับคุณลักษณะของโรงแรมฮาลาลจากการศึกษาโรงแรมฮาลาลของประเทศในแถบตะวันออกกลาง และมาเลเซีย ตามโดยใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structural interview) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้จัดการและผู้บริหารโรงแรมในจังหวัดปัตตานี จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ โรงแรมปาร์ควิว โรงแรมซีเอส โรงแรมเวท์เทิร์นวิว ส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการนำนโยบายฮาลาลจะส่งผลดีต่อธุรกิจโรงแรมตนเอง

จากผลการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า การท่องเที่ยวฮาลาลในปัจจุบันได้รับความสนใจจากทุกภาคส่วน เพื่อพัฒนาและผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวฮาลาลที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวได้อย่างพึงพอใจ หากจะเชิญชวนหรือดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเดินทางมาท่องเที่ยวยังจุดหมายปลายทางใดแล้ว จุดหมายปลายทางเหล่านั้นจำเป็นจะต้องมีการพัฒนาและจัดบริการทางการท่องเที่ยวที่สำคัญอยู่ 2 ประการ คือ 1) การบริการอาหารและเครื่องดื่มที่ถูกต้องตามบทบัญญัติศาสนาอิสลาม 2) การบริการจัดเตรียมสถานที่สำหรับปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) เพื่ออำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวให้สามารถท่องเที่ยวได้โดยไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลามที่มีการยึดถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ดังนั้นเพื่อเป็นการสร้างความขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงเป็นประเด็นที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างมากต่อการมุ่งศึกษาขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา สำหรับการต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสามารถช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดการท่องเที่ยวได้เป็นอันดับต้นๆ ของประเทศ (Market Share) การวิจัยครั้งนี้ประยุกต์ใช้ระเบียบวิธีวิจัยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative methodology) และระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative methodology) ทั้งการใช้เครื่องมือสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure interview) การใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่าแบบจัดประเภท (Rating scale) การใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบที่ไม่สามารถนับจำนวนได้ (Infinite population) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์งานวิจัย ทั้ง 4 วัตถุประสงค์ ซึ่งได้แก่ 1) การวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา 2) การวิเคราะห์นโยบายและมุมมองของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดสงขลา 3) การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา และ 4) การวิเคราะห์ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

โดยสรุปการวิจัยเรื่อง “ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา” ได้กำหนดการศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มและสถานการณ์ของการท่องเที่ยวฮาลาล การศึกษานโยบายการและมุมมองของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มุ่งประเด็นนโยบายต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาล การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา มุ่งศึกษาประเด็นพฤติกรรมการใช้บริการด้านความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อทรัพยากรหลัก (Resource endowment) คือ องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5 As ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) ที่พัก (Accommodations) กิจกรรม (Activities) และทรัพยากรสนับสนุน (Resource deployment) คือ บทบัญญัติศาสนาอิสลาม ได้แก่ อาหาร

ฮาลาลและการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) โดยการปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)จะศึกษาสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) อันนำไปสู่ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา ตามกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 14





ภาพที่ 14 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) มาใช้ในการวิจัย เพื่อให้ทราบคำตอบเชิงประจักษ์ ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา
2. เพื่อวิเคราะห์นโยบายและมุมมองของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดสงขลา
3. เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา
4. เพื่อวิเคราะห์ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

ระเบียบวิธีวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

การวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา โดยผู้วิจัยได้ออกแบบการดำเนินการวิจัย มีขั้นตอนดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวทั่วไปและสถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นวิธีการศึกษาวิจัยเอกสาร (Documentary research) โดยศึกษาในประเด็นดังต่อไปนี้

- 1.1 ศึกษาบริบททางการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา
- 1.2 รายงานสถิติสถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา

2. ศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยใช้การศึกษาวินิจฉัยแบบภาคสนาม (Field research) เพื่อรวบรวมข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา โดยศึกษาในประเด็นดังนี้

- 2.1 ทรัพยากรหลัก (Resource endowment) คือ องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5 As ได้แก่

- 2.1 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions)
- 2.2 ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities)
- 2.3 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)

2.4 ที่พัก (Accommodations)

2.5 กิจกรรม (Activities)

2.3 ทรัพยากรสนับสนุน (Resource deployment) คือ บทบัญญัติศาสนาอิสลาม ได้แก่ อาหารฮาลาลและการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)

1. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาโดยตรง และเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ได้แก่

1. ผู้ให้ข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่

1.1 จังหวัดสงขลา เป็นหน่วยงานราชการที่มีอำนาจหน้าที่ในการบริหารกิจการระดับจังหวัดในการขับเคลื่อนนโยบาย ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดให้มีความสอดคล้องกับการพัฒนาประเทศ และเสนองบประมาณในการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดให้มีความเจริญก้าวหน้า ผู้ให้ข้อมูลคือ ผู้ว่าราชการจังหวัดสงขลา

1.2 องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการพัฒนาจังหวัดทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม การศึกษา การสาธารณสุข การอาชีพ สาธารณูปโภคต่างๆ ให้มีความเจริญก้าวหน้า สอดคล้องกับแผนพัฒนาประเทศ ผู้ให้ข้อมูลคือ รองนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา

1.3 สำนักงานเทศบาลนครสงขลา เป็นหน่วยงานในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตปกครองเทศบาล ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ให้ประชาชนมีความเจริญก้าวหน้าสอดคล้องกับแผนพัฒนาประเทศ ผู้ให้ข้อมูลคือ นายกเทศมนตรีนครสงขลา

1.4 สำนักงานเทศบาลนครหาดใหญ่ เป็นหน่วยงานในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตปกครองเทศบาล ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ให้ประชาชนมีความเจริญก้าวหน้าสอดคล้องกับแผนพัฒนาประเทศ ผู้ให้ข้อมูลคือ รองนายกเทศมนตรีนครหาดใหญ่

1.5 สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในฐานะตัวแทนของกระทรวงในส่วนภูมิภาค ร่วมทั้งดำเนินการประสาน ส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว กีฬา และจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ รวมถึงส่งเสริม สนับสนุนและให้คำปรึกษาในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการในเขตพื้นที่จังหวัดหรือกลุ่มจังหวัด ผู้ให้ข้อมูลคือ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา

1.6 สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่(สงขลา-สตูล) เป็นหน่วยงานในการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อเน้นคุณค่าการท่องเที่ยวของประเทศไทย และขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) ในการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว สร้างมูลค่าเพิ่ม และกระจายรายได้อย่างยั่งยืน และพัฒนาข้อมูลเชิงลึกด้านความต้องการของตลาดท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูล คือ รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่(สงขลา-สตูล)

1.7 สถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เป็นหน่วยงานพัฒนาการศึกษา และอุตสาหกรรมผลิตสินค้าและบริการฮาลาลของประเทศ ส่งเสริมวิจัยและพัฒนาการผลิต การตลาด การส่งออกสินค้าและบริการฮาลาลทุกระดับ ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้อำนวยการสถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

2. ผู้ให้ข้อมูลหน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่

2.1 สำนักงานมัคคุเทศก์อาชีพจังหวัดสงขลา เป็นหน่วยที่ทำหน้ากำกับดูแลการปฏิบัติงานของมัคคุเทศก์ให้เกิดประสิทธิภาพ และดูแลมัคคุเทศก์ให้ได้รับสิทธิประโยชน์ในการปฏิบัติงาน และสนับสนุนพัฒนามัคคุเทศก์ให้มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานด้านบริการนักท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูล คือ นายกสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพจังหวัดสงขลา

2.2 สมาคมการค้าการท่องเที่ยวฮาลาลไทยอาเซียน เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมกิจการการค้าการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องกับทบบัญญัติศาสนาทั้งด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา ผู้ให้ข้อมูล คือ นายกสมาคมการค้าการท่องเที่ยว ฮาลาลไทยอาเซียน

2.3 สมาคมสมาพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยวสงขลา ทำหน้าที่ในการส่งเสริมขีดความสามารถในการพัฒนาธุรกิจการค้าและการบริการและเสริมสร้างความเข้มแข็งของกิจการการท่องเที่ยวของจังหวัด ผู้ให้ข้อมูล คือ นายกสมาคมสมาพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

2.4 สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมขีดความสามารถในการพัฒนาเศรษฐกิจ ธุรกิจบริการ พัฒนาคุณภาพชีวิต สังคม เพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็ง ผู้ให้ข้อมูล คือ นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

2.5 สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมกิจการการท่องเที่ยวให้มีความสามารถในการบริการนักท่องเที่ยว และยกระดับการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เจริญเติบโต ผู้ให้ข้อมูล คือ นายกสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

2.6 หอการค้าจังหวัดสงขลา เป็นหน่วยงานเสริมสร้างโอกาสทางการค้า การลงทุน และพัฒนาความรู้ในด้านเศรษฐกิจ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ผู้ให้ข้อมูล คือ กรรมการที่ปรึกษาหอการค้าจังหวัดสงขลา

2.7 บริษัทหาดใหญ่เจอร์นีทัวร์ จำกัด เป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงในด้านการบริการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา ผู้ให้ข้อมูล คือ เจ้าหน้าที่บริหารงานบริษัทหาดใหญ่เจอร์นีทัวร์

2.8 ภัตตาคารอาหารฮาลาลหาดใหญ่ เป็นร้านอาหารฮาลาลที่เก่าแก่และมีชื่อเสียงของจังหวัดสงขลามีนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ผู้ให้ข้อมูล คือ กรรมการผู้จัดการภัตตาคารอาหารฮาลาลหาดใหญ่

2.9 โรงแรมหาดใหญ่ราม่า เป็นโรงแรมที่มีการปรับปรุงและพัฒนาห้องอาหารและห้องพักที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม และเป็นโรงแรมที่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมาใช้บริการเป็นจำนวนมาก และยังมีกลุ่มลูกค้าอื่นที่มาใช้บริการ เช่น กลุ่มลูกค้าชาวมุสลิมมาจัดงานแต่งงาน กลุ่มจัดอบรมสัมมนา ผู้ให้ข้อมูล คือ กรรมการผู้จัดการโรงแรมหาดใหญ่ราม่า

กลุ่มเป้าหมายข้างต้น นับว่าเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัย เนื่องจากพิจารณาถึงพันธกิจ บทบาทหน้าที่ การดำเนินกิจการ มีความโดดเด่นในมิติของผู้มีบทบาทในการพัฒนาและส่งเสริมกิจการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา

2. ตัวแปรในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรดังต่อไปนี้

1. ทรัพยากรหลัก (Resource endowment) คือ องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5 As ได้แก่

- 1.1 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions)
- 1.2 ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities)
- 1.3 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)
- 1.4 ที่พัก (Accommodations)
- 1.5 กิจกรรม (Activities)

2.3 ทรัพยากรสนับสนุน (Resource deployment) คือ บทบัญญัติศาสนาอิสลาม ได้แก่ อาหารฮาลาลและการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)

ตัวแปรในวัตถุประสงค์นี้เป็นองค์ประกอบในการวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาล เพื่อให้ได้ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา” โดยวัตถุประสงค์ที่ 1 ได้มีการวางแผนการวิจัย โดยเครื่องมือการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

1. การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Secondary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ตำรา รายงานการวิจัย รายงานสถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา เพื่อค้นหาสถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา
2. การเก็บข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการเข้าสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย โดยการใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview)
3. การบันทึกสรุปประเด็นสถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

4. การสร้างเครื่องมือ

- 4.1 ผู้วิจัยสร้างแบบสัมภาษณ์ที่แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) โดยใช้สัมภาษณ์และเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายโดยครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย
- 4.2 สร้างเครื่องมือตามวัตถุประสงค์งานวิจัย
- 4.3 นำส่งคณะกรรมการที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความถูกต้อง
- 4.4 ประมวลข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ ในการปรับปรุงแบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structured interview) เพื่อให้ประเด็นคำถามมีความสอดคล้องกับประเด็นที่วิจัยและวัตถุประสงค์

5. วิธีการรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลในวัตถุประสงค์ที่ 1 จะใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลตามลักษณะการจำแนกตามวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (พงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540: 95)

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยการเข้าสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำข้อมูลมาสรุปในการอภิปรายผลวิจัย
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มาจากการเก็บรวบรวมของผู้ที่เคยศึกษาไว้แล้ว ได้แก่ รายงานวิจัย สถิติการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เป็นต้น ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะมีความสำคัญมากในการนำมาวิเคราะห์แบบผสมผสานกับข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา
3. ผู้วิจัยทำหนังสือขออนุญาตเข้าเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย โดยออกหนังสือในนามบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้
4. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการเข้าสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในวัตถุประสงค์ที่ 1 หลังจากที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary) นำข้อมูลดังกล่าวมาจัดทำเป็นหมวดหมู่ (Group data) ได้แก่ 1) ทรัพยากรหลัก ได้แก่ องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As และ 2) ทรัพยากรสนับสนุน คือ บทบัญญัติศาสนาอิสลาม อาหารฮาลาล และการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) มาเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative analysis) (ณรงค์โพธิ์พฤษานันท์, 2551: 223) คือ

1. การตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Data Triangulation)
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ข้อมูลที่ได้จะมีการจัดแยกเป็นหมวดหมู่ตามประเด็นของการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 1 นำเสนอรายงานวิจัยเป็นรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical description) เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา ในการสร้างขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

ระเบียบวิธีวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อวิเคราะห์นโยบายและมุมมองของ หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดสงขลา

วัตถุประสงค์ที่ 2 ได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research methodology) โดยมีการออกแบบการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้แก่
 - 1.1 นโยบายระดับประเทศ ได้แก่
 - 1.1.1 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1-12
 - 1.1.2 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2564
 - 1.1.3 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ.2561-2564
 - 1.1.4 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2558-2560
 - 1.2 นโยบายระดับจังหวัด ได้แก่
 - 1.2.1 แผนพัฒนาสงขลา พ.ศ. 2561-2564
 - 1.2.2 ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ พ.ศ. 2560-2562
 - 1.2.3 ยุทธศาสตร์การพัฒนางานองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา พ.ศ. 2559-2561
 - 1.2.4 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครสงขลา พ.ศ. 2557-2562

1.2.5 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครหาดใหญ่ พ.ศ. 2557-2562

2. การศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

2.1 ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ในการขอ สัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย

2.2 ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ (secondary) เพื่อรวบรวมมุมมองของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อการศึกษาขีดความสามารถในการท่องเที่ยว ฮาลาลของจังหวัดสงขลา

1. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาโดยตรง และเป็น ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ได้แก่

1. ผู้ให้ข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่

1.1 จังหวัดสงขลา เป็นหน่วยงานราชการที่มีอำนาจหน้าที่ในการบริหารกิจการระดับ จังหวัดในการขับเคลื่อนนโยบาย ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดให้มีความสอดคล้องกับการพัฒนา ประเทศ และสนองบประมาณใน การจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดให้มีความเจริญก้าวหน้า ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้ว่าราชการจังหวัดสงขลา

1.2 องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการพัฒนาจังหวัดทั้ง ด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม การศึกษา การสาธารณสุข การอาชีพ สาธารณูปโภคต่างๆ ให้มี ความเจริญก้าวหน้า สอดคล้องกับแผนพัฒนาประเทศ ผู้ให้ข้อมูล คือ รองนายกองค์การบริหารส่วน จังหวัดสงขลา

1.3 สำนักงานเทศบาลนครสงขลา เป็นหน่วยงานในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตปกครองเทศบาล ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ให้ประชาชนมีความ เจริญก้าวหน้าสอดคล้องกับแผนพัฒนาประเทศ ผู้ให้ข้อมูล คือ นายกเทศมนตรีนครสงขลา

1.4 สำนักงานเทศบาลนครหาดใหญ่ เป็นหน่วยงานเป็นหน่วยงานในการพัฒนาคุณภาพ ชีวิตของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตปกครองเทศบาล ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ให้ ประชาชนมีความเจริญก้าวหน้าสอดคล้องกับแผนพัฒนาประเทศ ผู้ให้ข้อมูล คือ รองนายกเทศมนตรีนครหาดใหญ่

1.5 สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในฐานะตัวแทน ของกระทรวงในส่วนภูมิภาค ร่วมทั้งดำเนินการประสาน ส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนา อุตสาหกรรมท่องเที่ยว กีฬา และจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ

รวมถึงส่งเสริม สนับสนุนและให้คำปรึกษาในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการ ในเขตพื้นที่จังหวัดหรือกลุ่มจังหวัด ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา

1.6 สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่ (สงขลา-สตูล) เป็นหน่วยงานในการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อเน้นคุณค่าการท่องเที่ยวของประเทศไทย และขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) ในการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว สร้างมูลค่าเพิ่ม และกระจายรายได้อย่างยั่งยืน และพัฒนาข้อมูลเชิงลึกด้านความต้องการของตลาดท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูล คือ รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่ (สงขลา-สตูล)

1.7 สถาบันอาศรมศิลป์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เป็นหน่วยงานพัฒนาการศึกษา และอุตสาหกรรมผลิตสินค้าและบริการอาศรมศิลป์ของประเทศ ส่งเสริมวิจัยและพัฒนาการผลิต การตลาด การส่งออกสินค้าและบริการอาศรมศิลป์ ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้อำนวยการสถาบันอาศรมศิลป์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

2 ผู้ให้ข้อมูลจากหน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่

2.1 สำนักงานมัคคุเทศก์อาชีพจังหวัดสงขลา เป็นหน่วยที่ทำหน้ากำกับดูแลการปฏิบัติงานของมัคคุเทศก์ให้เกิดประสิทธิภาพ และดูแลมัคคุเทศก์ให้ได้รับสิทธิประโยชน์ในการปฏิบัติงาน และสนับสนุนพัฒนามัคคุเทศก์ให้มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานด้านบริการนักท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูล คือ นายกสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพจังหวัดสงขลา

2.2 สมาคมการค้าการท่องเที่ยวฮาลาลไทยอาเซียน เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมกิจการการค้าการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาทั้งด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา ผู้ให้ข้อมูล คือ นายกสมาคมการค้าการท่องเที่ยวฮาลาลไทยอาเซียน

2.3 สมาคมสมาพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยวสงขลา ทำหน้าที่ในการส่งเสริมขีดความสามารถในการพัฒนาธุรกิจการค้าและบริการและเสริมสร้างความเข้มแข็งของกิจการการท่องเที่ยวของจังหวัด ผู้ให้ข้อมูล คือ นายกสมาคมสมาพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

2.4 สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมขีดความสามารถในการพัฒนาเศรษฐกิจ ธุรกิจบริการ พัฒนาคุณภาพชีวิต สังคม เพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็ง ผู้ให้ข้อมูล คือ นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

2.5 สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมกิจการการท่องเที่ยวให้มีความสามารถในการบริการนักท่องเที่ยว และยกระดับการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เจริญเติบโต ผู้ให้ข้อมูล คือ นายกสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

2.6 หอการค้าจังหวัดสงขลา เป็นหน่วยงานเสริมสร้างโอกาสทางการค้า การลงทุน และพัฒนาความรู้ในด้านเศรษฐกิจ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ผู้ให้ข้อมูล คือ กรรมการที่ปรึกษาหอการค้าจังหวัดสงขลา

2.7 บริษัทหาดใหญ่เจอร์นีทัวร์ จำกัด เป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงในด้านการบริการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา ผู้ให้ข้อมูล คือ เจ้าหน้าที่บริหารงานบริษัทหาดใหญ่เจอร์นีทัวร์

2.8 ภัตตาคารอาหารฮาลาลหาดใหญ่ เป็นร้านอาหารฮาลาลที่เก่าแก่และมีชื่อเสียงของจังหวัดสงขลา มีนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ผู้ให้ข้อมูล คือ กรรมการผู้จัดการภัตตาคารอาหารฮาลาลหาดใหญ่

2.9 โรงแรมหาดใหญ่ราม่า เป็นโรงแรมที่มีการปรับปรุงและพัฒนาห้องอาหารและห้องพักที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม และเป็นโรงแรมที่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมาใช้บริการเป็นจำนวนมาก และยังมีกลุ่มลูกค้าอื่นที่มาใช้บริการ เช่น กลุ่มลูกค้าชาวมุสลิมมาจัดงานแต่งงาน กลุ่มจัดอบรมสัมมนา ผู้ให้ข้อมูล คือ กรรมการผู้จัดการโรงแรมหาดใหญ่ราม่า

จากกลุ่มเป้าหมายที่กล่าวมาข้างต้น นับว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัย เนื่องจากพิจารณาถึงพันธกิจ บทบาทหน้าที่ การดำเนินกิจการ มีความโดดเด่นในการพัฒนาและส่งเสริมกิจการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา กลุ่มเป้าหมายดังกล่าวจึงเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ในการวิจัยครั้งนี้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา” โดยวัตถุประสงค์ที่ 2 ได้มีการออกแบบการดำเนินการวิจัย โดยเครื่องมือการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

1. การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Secondary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ได้แก่

1.1 นโยบายระดับประเทศ ได้แก่

1.1.1 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1-12

1.1.2 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2564

1.1.3 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2561-2564

1.1.4 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2558-2560

1.2 นโยบายระดับจังหวัด ได้แก่

1.2.1 แผนพัฒนาสงขลา พ.ศ. 2561-2564

1.2.2 ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ พ.ศ. 2560-2562

1.2.3 ยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการบริการส่วนจังหวัดสงขลา พ.ศ. 2559-2561

1.2.4 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครสงขลา พ.ศ. 2557-2562

1.2.5 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครหาดใหญ่ พ.ศ. 2557-2562

2. การศึกษาข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเป็นการเก็บข้อมูลโดยเข้าสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย โดยการใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) โดยสรุปเป็นประเด็นโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และอธิบายในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical description)

3. การบันทึกสรุปประเด็นวิเคราะห์นโยบายและมุมมองของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดสงขลา โดยสรุปเป็นประเด็นและอธิบายในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical description)

3. การสร้างเครื่องมือ

4.1 ผู้วิจัยสร้างแบบสัมภาษณ์ที่แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) โดยใช้สัมภาษณ์และเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายโดยครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

4.2 สร้างเครื่องมือตามวัตถุประสงค์งานวิจัย

4.3 นำส่งคณะกรรมการที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความถูกต้อง

4.4 ประมวลข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ ในการปรับปรุงแบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง เพื่อให้ประเด็นคำถามมีความสอดคล้องกับประเด็นที่วิจัยและวัตถุประสงค์

4. วิธีการรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลในวัตถุประสงค์ที่ 2 จะใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลตามลักษณะการจำแนกตามวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540: 95)

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยการเข้าสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำข้อมูลมาสรุปในการอภิปรายผลวิจัย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มาจากการเก็บรวบรวมของผู้ที่ศึกษาไว้แล้ว ได้แก่ 1) นโยบายระดับประเทศ ได้แก่ 1. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1-12 2. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2564 3. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2561-2564 4. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2558-2560 และ 2) นโยบายระดับจังหวัด ได้แก่ 1. แผนพัฒนาสงขลา พ.ศ. 2561-2564 2. ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ พ.ศ. 2560-2562 3. ยุทธศาสตร์การพัฒนาศูนย์การบริหาร

ส่วนจังหวัดสงขลา พ.ศ.2559-2561 4. แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครสงขลา พ.ศ. 2557-2562 5. แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครหาดใหญ่ พ.ศ. 2557-2562

3. ผู้วิจัยทำหนังสือขออนุญาตเข้าเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย โดยออกหนังสือในนามบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้

4. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการเข้าสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในวัตถุประสงค์ที่ 2 หลังจากที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary) นำมาข้อมูลดังกล่าวมาจัดทำเป็นหมวดหมู่ (Group data) ได้แก่

1. นโยบายระดับประเทศ ได้แก่
 - 1.1 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1-12
 - 1.2 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ 2560-2564
 - 1.3 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2561-2564
 - 1.4 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติ 2558-2560
2. นโยบายระดับจังหวัด ได้แก่
 - 2.1 แผนพัฒนาสงขลา พ.ศ.2561-2564
 - 2.2 ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ พ.ศ.2560-2562
 - 2.3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาศูนย์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา พ.ศ.2559-2561
 - 2.4 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครสงขลา พ.ศ.2557-2562
 - 2.5 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครหาดใหญ่ พ.ศ.2557-2562

นโยบายทั้ง 2 ระดับ นำมาเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative analysis) (ณรงค์ โพธิ์พุกขานันท์, 2551: 223) คือ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) และการตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Data Triangulation) ข้อมูลที่ได้มีการจัดแยกเป็นหมวดหมู่ตามประเด็นของการศึกษาในวัตถุประสงค์ที่ 2 นำเสนอรายงานวิจัยเป็นรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical description) เพื่อให้ทราบถึงนโยบายและมุมมองของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

ระเบียบวิธีวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research methodology) เพื่อเป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

1. กลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 3 คือ นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยใช้การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่สามารถนับจำนวนได้ (Infinite population) จำนวน 404 คน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และมีข้อมูลคลาดเคลื่อน (e) ที่ $\pm 5\%$ โดยใช้ตารางสำเร็จรูปคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557: 46-47)

2. ตัวแปรในการวิจัย

ในวัตถุประสงค์ที่ 3 ผู้วิจัยกำหนดตัวแปรเป็น 2 ตัวแปร คือ ตัวแปรอิสระ คือ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้บริการท่องเที่ยวฮาลาล โดยวิจัยบนพื้นฐานขององค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As และบทบัญญัติศาสนาอิสลาม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ของจังหวัดสงขลาที่มีความสวยงามอันเป็นที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมาท่องเที่ยว
2. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities) คือ ระบบคมนาคมที่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมใช้ในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและสะดวก
3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) คือ สิ่งต่างๆที่ทำหน้าที่ในการบริการนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวสงขลาให้มีความสะดวกสบายในระหว่างการท่องเที่ยว โดยไม่ขัดกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม
4. ที่พัก (Accommodations) คือ สถานที่พักแรมสำหรับการบริการนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางท่องเที่ยวแบบค้างคืน
5. กิจกรรม (Activities) คือ กิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

6. บทบัญญัติศาสนาอิสลาม คือ สิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมยึดถือปฏิบัติในการดำรงชีวิต โดยบทบัญญัติที่มีความสำคัญต่อการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ อาหารฮาลาลและการปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)

ผู้วิจัยมีการกำหนดใช้เทคนิคการวัดคะแนนในการวัดระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวสงขลา เพื่อให้ได้พฤติกรรมการใช้บริการท่องเที่ยวฮาลาล โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ระดับมากที่สุด = 5 คะแนน ระดับมาก = 4 คะแนน ระดับปานกลาง = 3 คะแนน ระดับน้อย = 2 คะแนน ระดับน้อยที่สุด = 1 คะแนน (บุญชม ศรีสะอาดและบุญส่ง นิลแก้ว,2535:4) แล้วนำมาหาค่าเฉลี่ย มีเกณฑ์ในการประเมินดังต่อไปนี้

ระดับความคาดหวัง

เกณฑ์การแปลผลช่วงคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
4.51 – 5.00	มีความคาดหวังระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50	มีความคาดหวังในระดับมาก
2.51 – 3.50	มีความคาดหวังในระดับปานกลาง
1.51 – 2.50	มีความคาดหวังในระดับน้อย
1.00 – 1.50	มีความคาดหวังในระดับน้อยที่สุด

ระดับความพึงพอใจ

เกณฑ์การแปลผลช่วงคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
4.51 – 5.00	มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50	มีความพึงพอใจในระดับมาก
2.51 – 3.50	มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
1.51 – 2.50	มีความพึงพอใจในระดับน้อย
1.00 – 1.50	มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

จากนั้นนำคะแนนมาวิเคราะห์เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวสงขลาด้านความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา โดยใช้สถิติบรรยาย (Descriptive statistic) ได้แก่ การคำนวณหาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) แล้วนำมาหาค่าคะแนนวัดเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดตามช่วงอัตราภาคขั้นที่กำหนดไว้ 5 ระดับ

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติการแจกแจงแบบที(Paired sample t-test) มาวิเคราะห์ เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มที่มีความสัมพันธ์กัน คือ ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาที่มีต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As และแปลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติ โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557: 183)

$$t = \frac{\bar{d}}{Sd / \sqrt{n}}$$

โดยที่ $Sd = \frac{\sqrt{n \sum d^2 - (\sum d)^2}}{n(n-1)}$

เมื่อ $\bar{d} = \frac{\sum d}{n}$

\bar{d} = ค่าเฉลี่ยของผลต่าง

d = ผลต่างระหว่างข้อมูลแต่ละคู่

Sd = ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลต่าง

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่างนับเป็นคู่

โดยมีสมมติฐานการวิจัย คือ ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As มีความแตกต่างกัน และกำหนดค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.05

$$H_0: \text{ความคาดหวัง} \neq \text{ความพึงพอใจ}$$

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับวัตถุประสงค์ที่ 3 คือ ผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่าแบบจัดประเภท (Category rating scale) 5 อันดับ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540: 99) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเป็นข้อคำถามแบบปลายปิด (Close ended question) และปลายเปิด (Open ended question) เพื่อสอบถามข้อมูลในการนำมาวิเคราะห์วัตถุประสงค์ที่ 3 ประกอบด้วยข้อมูลเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนสมาชิก ยานพาหนะในการมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว การมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว ปัจจัยในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา การกำหนดงบประมาณในการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และภูมิภานาของนักท่องเที่ยว

สำหรับแบบสอบถามตอนที่ 1 มีคำถามแบบปลายเปิด (Open ended question) ที่ให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเติมคำตอบ ได้แก่ อายุ จำนวนสมาชิก งบประมาณในการมาท่องเที่ยว ซึ่งเป็นข้อมูลดิบ ดังนั้นเพื่อให้สะดวกต่อการนำไปวิเคราะห์ผู้วิจัย ได้นำข้อมูลมาจัดเรียงให้เป็นระเบียบ (Grouped data) โดยการแสดงออกมาในลักษณะของตารางแจกแจงความถี่ โดยการหาช่วงห่างของข้อมูลในแต่ละชั้น(อัตราภาคชั้น)กำหนดช่วงอันตรภาคชั้น 5 ชั้น ซึ่งมีสูตรคำนวณ ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557: 142)

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าพิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

ตอนที่ 2 แบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่าแบบจัดประเภท (Category rating scale) 5 อันดับ เป็นข้อคำถามปลายปิด (Close ended question) ที่กำหนดให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเลือกตอบคุณลักษณะที่ตรงกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ซึ่งประกอบด้วย 2 ประเด็น คือ ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) มีข้อคำถาม จำนวน 8 ข้อ
2. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities) มีข้อคำถาม จำนวน 4 ข้อ
3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) มีข้อคำถาม จำนวน 21 ข้อ
4. ที่พัก (Accommodations) มีข้อคำถาม จำนวน 10 ข้อ
5. กิจกรรม (Activities) มีข้อคำถามจำนวน 9 ข้อ

4. การทดสอบเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการศึกษาวัตถุประสงค์ที่ 3 ผู้วิจัยได้แบ่งการตรวจสอบเครื่องมือออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. การตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามที่สอดคล้องกับเนื้อหาที่ต้องการวิจัย และนำส่งประธานที่ปรึกษา คณะกรรมการที่ปรึกษางานวิจัย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามในการได้มาซึ่งคำตอบที่ตรงกับวัตถุประสงค์งานวิจัย อีกทั้งเป็นการตรวจสอบภาษาที่ใช้ในการออกแบบสอบถาม หากมีข้อเสนอแนะปรับปรุงตามข้อเสนอแนะดังกล่าว เพื่อให้ได้เครื่องมือวิจัยที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด อีกทั้งการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง หรือค่า IOC (Index of item-Objective Congruence) ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาและคัดเลือกข้อคะแนนที่ได้มากกว่า 0.5 คะแนน ส่วนข้อคำถามที่ได้คะแนนต่ำกว่า 0.5 คะแนนจะปรับแก้ตามความเห็นผู้ทรงคุณวุฒิต่อไป (ปราณี ทองคำ, 2539: 232)

คะแนน +1 มีความเห็นว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหาที่ต้องการวัด

คะแนน 0 มีความเห็นว่าไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหาที่ต้องการวัด

คะแนน -1 มีความเห็นว่าไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เนื้อหาที่ต้องการวัด

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

เมื่อ

$$\sum R = \text{ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ}$$

$$N = \text{จำนวนผู้เชี่ยวชาญ}$$

$$\text{ค่า IOC} = \frac{6.4+2.8+17.4+9.6}{65}$$

$$= \frac{43.2}{65}$$

$$\text{ค่า IOC} = 0.66$$

ผลการทดสอบพบว่า ค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) ของแบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่าแบบจัดประเภท (Category rating scale) นักท่องเที่ยวจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน พบว่า ความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) เท่ากับ 0.66 ซึ่งถือว่าเครื่องมือมีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยสามารถนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยได้

แบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่าแบบจัดประเภท (Category rating scale) ที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้วิจัยได้นำมาจัดแยกเป็นหมวดหมู่ เพื่อทำการวิเคราะห์และปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการลงคะแนนตามสูตรการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item-Objective Congruence :IOC) หากแบบสอบถามข้อใดมีค่าคะแนนต่ำกว่า 0.5 แบบสอบถามข้อดังกล่าวจะถูกตัดออก เพราะถือว่าไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยตารางวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item-Objective Congruence :IOC) ได้แสดงไว้ในภาคผนวก ค

เมื่อแบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่าแบบจัดประเภท (Category rating scale) ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำไปตรวจสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) แบบวิธีของครอนบัค (Cronbach) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

2. การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) เป็นการตรวจสอบเครื่องมือวิจัยที่แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือต่างๆ ให้ผลการวัดที่สม่ำเสมอ โดยผู้วิจัยนำเครื่องมือวิจัยที่ผ่านการตรวจสอบจากคณะกรรมการที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ ไปทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Try out) กับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา จำนวน 30 ชุด ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างคนละกลุ่มกับกลุ่มอย่างที่ใช้เก็บข้อมูลวิจัย จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ความเที่ยงตามแบบวิธีของครอนบัท (Cronbach) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 โดยการวิจัยทางสังคมศาสตร์จะยอมรับค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.7 ดังนั้นข้อคำถามที่ได้ค่าความเชื่อมั่นที่มีค่า 0.7 จะถูกเลือก เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่าแบบจัดประเภท (Category rating scale) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540: 125-126) และแปลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติ มีสูตรคำนวณดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right)$$

เมื่อ	α	หมายถึง สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
	n	หมายถึง จำนวนข้อ
	s_i^2	หมายถึง คะแนนความแปรปรวนแต่ละข้อ
	s_t^2	หมายถึง ความแปรปรวนทั้งฉบับ

ผลการทดสอบพบว่า ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่าแบบจัดประเภท (Category rating scale) นักท่องเที่ยวจาก จำนวน 30 ชุด นั้นพบว่า ความเชื่อมั่น (Reliability) มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.98 ซึ่งถือว่าเครื่องมือมีความแน่นอนและคงที่สามารถนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยได้ โดยตารางวิเคราะห์ความเชื่อมั่นได้แสดงไว้ในภาคผนวก ค

หลังจากที่ได้มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) และการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการแปลแบบสอบถามเป็นภาษาต่างประเทศ ออกเป็น 2 ภาษา ได้แก่ ภาษาอังกฤษ และภาษามาลาย์

การแปลแบบสอบถามเป็นภาษาต่างประเทศ นั้นมีการแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ และจากภาษาอังกฤษ เป็นภาษามาลาย์ เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีความถูกต้องของภาษาให้มากที่สุด โดยการส่งให้อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความถูกต้อง หลังจากนั้นได้นำแบบสอบถามทั้ง 3 ภาษาลงพื้นที่เพื่อทำการเก็บข้อมูลวิจัยตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ตามระเบียบวิธีวิจัย

5. วิธีการรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลในวัตถุประสงค์ที่ 3 เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative data) โดยผู้วิจัยได้มีการจัดทำแผนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ผู้วิจัยเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษ และภาษามาลาย มาทำความเข้าใจเกี่ยวกับแบบสอบถาม และอธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและคำศัพท์เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย
2. ประชุมทีมเก็บข้อมูลแบบสอบถาม เพื่อซักซ้อมและทำความเข้าใจในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยทีมงานในการเก็บข้อมูล ประกอบด้วย
 - 2.1 บุคลากรที่มีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษ
 - 2.2 บุคลากรที่มีความสามารถในการสื่อสารภาษามาลาย
 - 2.3 บุคลากรที่มีความสามารถในการสื่อสารภาษาไทย

การเก็บแบบสอบถาม แบ่งทีมในการเก็บข้อมูลออกเป็น 5 ทีม ซึ่งในแต่ละทีมจะประกอบด้วยบุคลากรทั้ง 3 ภาษา เพื่อสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย
3. ผู้เชี่ยวชาญทำความเข้าใจแบบสอบถาม 2 ภาษา แก่ทีมเก็บแบบสอบถามเพื่อสร้างความเข้าใจของภาษาได้อย่างถูกต้อง บรรลุวัตถุประสงค์ของงานวิจัย
4. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามกำหนดการที่กำหนดไว้ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ จากนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในพื้นที่วิจัย
5. นำข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้มาวิเคราะห์ แผลผล สรุปผล

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

6.1 การรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) จากกลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา จำนวน 404 คน โดยใช้การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่สามารถนับจำนวนได้ (Infinite population) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557: 46-47)

6.2 การวิเคราะห์โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research methodology) โดยใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive statistics) คือ การคำนวณหาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation :SD.) และสถิติการแจกแจงแบบที (Paired-sample t-test) เพื่อใช้วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อความคาดหวังความพึงพอใจ ในการมาใช้บริการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ตามแนวคิดองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As

ระเบียบวิธีวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อวิเคราะห์ขีดความสามารถ ในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

การวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 4 ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research methodology) และระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research methodology) เพื่อวิเคราะห์ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา มีรายละเอียดดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่าง

วัตถุประสงค์ที่ 4 เป็นการวิจัยเพื่อวิเคราะห์ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา ซึ่งอาศัยกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 วัตถุประสงค์ที่ 2 และวัตถุประสงค์ที่ 3 มีรายละเอียดดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว จำนวน 16 คน คือ 1) ผู้ว่าจังหวัดสงขลา 2) รองนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา 3) ผู้อำนวยการสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา 4) รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานหาดใหญ่-สตูล) 5) นายกเทศบาลนครสงขลา 6) รองนายกเทศมนตรีหาดใหญ่ 7) ผู้อำนวยการสถาบันฮาลาลมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ 8) นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา 9) นายกสมาคมสมาพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา 10) นายกสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพจังหวัดสงขลา 11) กรรมการที่ปรึกษาหอการค้าจังหวัดสงขลา 12) นายกสมาคมการค้าการท่องเที่ยวฮาลาลไทยอาเซียน 13) นายกสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา 14) กรรมการผู้จัดการโรงแรมหาดใหญ่ราม่า 15) กรรมการผู้จัดการภัตตาคารฮามิตหาดใหญ่ และ 16) เจ้าหน้าที่บริหารงานบริษัทหาดใหญ่เจอร์นีทัวร์ จำกัด เนื่องจากเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research methodology) ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายถือเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informant) และเมื่อทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายพบว่าข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกิดการซ้ำ ผู้วิจัยจึงนำผลการสัมภาษณ์มาทำการวิเคราะห์ เพื่อค้นหาคำตอบตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

2. นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา จำนวน 404 คน โดยผู้วิจัยอาศัยข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามแบบประเมินค่าจัดประเภท (Category rating scale) จากการเก็บข้อมูลวิจัยของวัตถุประสงค์ที่ 3 แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกับผลการสัมภาษณ์จากกลุ่มเป้าหมายเพื่อวิเคราะห์ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) โดยสรุปเป็นประเด็น และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) นำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical description)

3. การสร้างเครื่องมือ

3.1 ผู้วิจัยสร้างแบบสัมภาษณ์ที่แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) โดยใช้สัมภาษณ์ และเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 สร้างเครื่องมือตามวัตถุประสงค์งานวิจัย

3.3 นำส่งคณะกรรมการที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความถูกต้อง

3.4 ประมวลผลข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ ในการปรับปรุงแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อให้ประเด็นคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์งานวิจัย

4. การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ของกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่างแล้วนำมาจัดเป็นหมวดหมู่ และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการเข้าสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย และข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำข้อมูลมาสรุปในการอภิปรายผลวิจัย โดยข้อมูลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 4 นั้น อาศัยข้อมูลการวิจัยจากการเก็บข้อมูลของวัตถุประสงค์ที่ 1 วัตถุประสงค์ที่ 2 และวัตถุประสงค์ที่ 3

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มาจากการเก็บรวบรวมของผู้ที่เคยศึกษาไว้แล้ว ได้แก่ รายงานวิจัย สถิติการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เป็นต้น ซึ่งข้อมูลเหล่านี้มีความสำคัญมากในการนำมาวิเคราะห์แบบผสมผสานกับข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เพื่อให้ทราบถึงขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

3. ผู้วิจัยทำหนังสือขออนุญาตเข้าเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย โดยออกหนังสือในนามบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้

4. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการเข้าสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย คือ หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในวัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อให้การสรุปผลการวิจัยที่มีความสอดคล้องกับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ทรัพยากรหลัก (Resource endowment) คือ องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As และ 2) ทรัพยากรสนับสนุน (Resource deployment) คือ บทบัญญัติศาสนาอิสลาม ได้แก่ อาหารฮาลาล การปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) โดยอาศัยการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว (A model of destination competitiveness)

2. แบบวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก (SWOT Analysis) เป็นเครื่องมือที่นำมาวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อวิเคราะห์ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

3. แบบวิเคราะห์สภาพแวดล้อมปัจจัยภายใน (Internal Factors Analysis Summary : IFAS) เป็นเครื่องมือที่นำมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของจังหวัดสงขลา เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในที่มีต่อขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

4. แบบวิเคราะห์สภาพแวดล้อมปัจจัยภายนอก (External Factors Analysis Summary : EFAS) เป็นเครื่องมือที่นำมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของจังหวัดสงขลา เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกที่มีต่อขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

5. แบบวิเคราะห์โทว์แมทริกซ์ (TOWS Matrix) เป็นเครื่องมือที่นำมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของจังหวัดสงขลา โดยการจับคู่ข้อมูล เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกในการกำหนดขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

6. การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า(Data Triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูล 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านหน่วยงานภาครัฐ 2) ด้านหน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว 3) ด้านนักวิชาการ โดยการนำผลการสัมภาษณ์ทั้ง 3 ด้าน มาวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เพื่อวิเคราะห์เป็นขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา (สุภางค์ จันทรวานิช, 2547: 129)

7. สถิติการแจกแจงแบบที (Paired sample t-test) เพื่อวิเคราะห์หาค่าแตกต่างของตัวแปรอิสระ ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา อาศัยแนวคิดองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As และแปลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติ

ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality research methodology) และระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quality research methodology) มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive analysis)

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์

การวิจัยเรื่อง ชีตความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา วิเคราะห์นโยบายและมุมมองของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดสงขลา วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ตลอดจนการวิเคราะห์ชิตความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา โดยรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว จำนวน 16 คน ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative analysis) และนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจำนวน 404 คน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative analysis) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content analysis) ตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Data Triangulation) ผ่านการนำเสนอรายงานวิจัยในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical description) นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

ตอนที่ 2 นโยบายและมุมมองของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดสงขลา

ตอนที่ 3 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ชิตความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

ตอนที่ 1 สถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

การวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์ที่ 1 สถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา ผลปรากฏดังนี้

1. การรู้จักการท่องเที่ยวฮาลาล และการท่องเที่ยวฮาลาล

1.1 ผลการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาครัฐ

ประเด็นด้านการรู้จักการท่องเที่ยวฮาลาล

ด้านการรู้จักการท่องเที่ยวฮาลาลพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 6 คน ได้ทราบถึงการท่องเที่ยวฮาลาล และระบุว่า การท่องเที่ยวฮาลาลเป็นการท่องเที่ยวที่ให้บริการนักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาอิสลามรวมทั้งมีความเฉพาะโดยมีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป

ประเด็นด้านการท่องเที่ยวฮาลาล

ผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 4 คน กล่าวว่า การท่องเที่ยวฮาลาลเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการนำบทบัญญัติศาสนาอิสลามที่คำนึงถึงการบริการด้านอาหารและการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) เป็นสำคัญ และมุ่งสู่การบริการอย่างสากล ส่วนผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 1 คน กล่าวว่า การท่องเที่ยวฮาลาล เป็นการท่องเที่ยวที่เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวมุสลิมเพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวและเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เหลืออีก 1 คน ระบุว่า การท่องเที่ยวฮาลาลนั้นเป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ที่ไม่ขัดต่อหลักศาสนาอิสลาม ตั้งแต่เริ่มต้นเดินทางจนสิ้นสุดการเดินทางท่องเที่ยว ทั้งนี้ต้องมีการจัดบริการสถานที่ที่เหมาะสม และอาหารฮาลาลไว้สำหรับการบริการนักท่องเที่ยว เช่น ต้องละเว้นจากการบริการอาหารและเครื่องดื่มที่มีสารผสมของแอลกอฮอล์ สระว่ายน้ำของโรงแรมต้องมีการจัดแยกระหว่างชายหญิง อย่างชัดเจน

1.2 ผลการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ประเด็นด้านการรู้จักการท่องเที่ยวฮาลาล

ด้านการรู้จักการท่องเที่ยวฮาลาลพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 9 คน รู้จักการท่องเที่ยวฮาลาลเป็นอย่างดี เพราะมีการให้บริการทางการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมอย่างต่อเนื่อง

ประเด็นด้านการท่องเที่ยวฮาลาล

ผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 7 คน ระบุว่า การท่องเที่ยวฮาลาลเป็นการท่องเที่ยวที่เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาอิสลามมาท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยว และต้องมีการจัดบริการอาหารฮาลาล ที่พัก และสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด) 5 เวลา โดยต้องให้มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามอย่างชัดเจนและถูกต้อง

นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ 1 คน ยังระบุว่าเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการบริการด้านอาหาร ฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) แก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยว เพราะการบริการ 2 ประการนี้ ถือว่าเป็นการบริการมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ต่อการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เหลืออีก 1 คน ระบุว่า การท่องเที่ยวฮาลาลนั้น เป็นการท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจในการจัดบริการแก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีบทบัญญัติทางศาสนาที่มีความเคร่งครัดในการปฏิบัติตน โดยเฉพาะความพึงพอใจในเรื่องการรับประทานอาหาร ที่ต้องเป็นอาหารฮาลาลเท่านั้น เรื่องความสะดวก การรำลึกถึงพระเจ้า (ละหมาด) วันละ 5 เวลาและการบริการสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)สำหรับรำลึกถึงพระเจ้าเพื่อสร้างความเชื่อใจให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ในการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

1.3 ผลการสัมภาษณ์จากนักวิชาการ จากสถาบันฮาลาลมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ประเด็นด้านการรู้จักการท่องเที่ยวฮาลาล

ด้านการรู้จักการท่องเที่ยวฮาลาล ผู้ให้สัมภาษณ์ ระบุว่ารู้จักการท่องเที่ยวฮาลาลในด้านของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่คำนึงถึงวิถีชีวิตของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมทั้งที่พัก แหล่งท่องเที่ยว การเดินทาง โดยเฉพาะการบริการด้านอาหารที่ต้องเป็นอาหารฮาลาลและการปฏิบัติศาสนกิจ (การละหมาด) ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

ประเด็นด้านการท่องเที่ยวฮาลาล

ผู้ให้สัมภาษณ์ ได้ให้ความเห็นว่า การท่องเที่ยวฮาลาลเป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการบริการที่ที่พัก แหล่งท่องเที่ยว การเดินทาง โดยเฉพาะการบริการด้านอาหารที่ต้องเป็นอาหารฮาลาลและการปฏิบัติศาสนกิจ (การละหมาด) ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 16 คน พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 16 คน รู้จักการท่องเที่ยวฮาลาลเป็นอย่างดี แต่ในส่วนของจัดการการท่องเที่ยวฮาลาลเป็นอย่างไรนั้น พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ ทั้ง 16 คน ระบุว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการบริการที่สอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ทั้งนี้เมื่อนำผลการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ สามารถสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวฮาลาลนั้นจำเป็นต้องคำนึงถึงอาหารฮาลาลและการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) เนื่องจากการบริการทั้ง 2 ประการ เป็นบทบัญญัติที่สำคัญต่อวิถีชีวิตของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่ต้องปฏิบัติตามเคร่งครัดที่ไม่สามารถละเว้นได้

2. จังหวัดสงขลาสามารถพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลได้หรือไม่

2.1 ผลการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาครัฐ

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 6 คน ได้ให้ความเห็นที่มีความสอดคล้องกัน โดยระบุว่า จังหวัดสงขลาสามารถพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลได้ เนื่องจากจังหวัดสงขลาเป็นเมืองพหุ

วัฒนธรรม มีการจัดการที่ดี และมีร้านอาหารฮาลาลที่มีการกระจายทั่วแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา รวมทั้งเป็นศูนย์กลางการคมนาคมและกระจายนักท่องเที่ยวไปยังจังหวัดใกล้เคียง และเป็นเมืองที่มีด่านพรมแดน 3 ด่าน ที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว และมีต้นทุนทางวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกับประเทศเพื่อนบ้านอย่างประเทศมาเลเซีย ที่มีประชากรนับถือศาสนาอิสลามเป็นศาสนาประจำชาติ แต่มีผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 2 คน ได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า หากจะมีการพัฒนาให้จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลนั้น จำเป็นต้องมีการวางแผนและต้องมีการกำหนดนโยบายที่มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรมที่สามารถนำมาพัฒนาและส่งเสริมให้ภาคเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว สามารถนำมาเป็นแนวทางในการจัดการบริการที่สอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

2.2 ผลการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 9 คน ได้ให้ความคิดเห็นที่มีความสอดคล้องกันในด้านความสามารถในการพัฒนาจังหวัดสงขลาในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลได้ เนื่องจากจังหวัดสงขลา มีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามเป็นอันดับ 2 ของประชากรทั้งหมดของจังหวัดสงขลา และกระจายครอบคลุมทั้ง 16 อำเภอของจังหวัดสงขลา รวมทั้งปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 1 คน จากจำนวน 9 คน ได้ระบุว่า “ปัจจุบันจังหวัดสงขลาได้มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถใช้บริการได้อย่างมั่นใจ และยังได้รับคำชื่นชมจากนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา”

นอกจากนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ อีก 2 คน จากจำนวน 9 คน ยังระบุต่ออีกว่า หากจะมีการพัฒนาจังหวัดสงขลาให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลนั้น ต้องมีการพัฒนาด้านการบริการสายการบินที่บินตรงมาจากประเทศอินโดนีเซีย ให้เพิ่มมากขึ้น ปัจจุบันมีเพียง 1-2 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันจังหวัดสงขลา มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศอินโดนีเซียเป็นอันดับ 2 รองจากประเทศมาเลเซีย ซึ่งการเดินทางของนักท่องเที่ยวจากประเทศอินโดนีเซียมาจังหวัดสงขลา นั้นมีการเดินทางที่ลำบากต้องมีการเปลี่ยนเที่ยวบินหลายครั้ง อันเป็นสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่เลือกท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวสงขลา ในขณะที่เดียวกันนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมยังไม่เกิดการรับรู้ถึงความสามารถของจังหวัดสงขลาในการจัดบริการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ทั้งด้านการบริการอาหารฮาลาลและการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) โดยผู้ให้สัมภาษณ์ 1 คน จากผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 9 ได้เสนอว่า “ต้องมีการประชาสัมพันธ์” เพื่อให้เกิดการรับรู้จากนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

2.3 ผลการสัมภาษณ์จากนักวิชาการ จากสถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ผู้ให้สัมภาษณ์ ระบุว่า จังหวัดสงขลาสามารถพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลได้ แต่ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับหน่วยงานภาครัฐว่าจะมีการดำเนินและวางแผนอย่างไร เพื่อให้ภาคเอกชนสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากผลการสัมภาษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 16 คน สามารถสรุปได้ว่า จังหวัดสงขลาสามารถพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลได้ เนื่องจากจังหวัดสงขลา มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่ไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม และผู้ให้สัมภาษณ์ยังให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมอีกว่าจังหวัดสงขลา มีจุดแข็งหลายประการที่ส่งเสริมให้เกิดขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา ได้แก่ 1) ศูนย์กลางการค้าการลงทุน 2) ศูนย์กลางการคมนาคม 3) ศูนย์กลางการท่องเที่ยวในเขตภูมิภาคใต้ตอนล่าง 4) มีด่านพรมแดนติดกับประเทศมาเลเซีย 3 ด่าน 5) ประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามเป็นอันดับ 2 6) มีจังหวัดเพื่อนบ้านล้อมรอบที่มีประชากรนับถือศาสนาอิสลาม ได้แก่ จังหวัดปัตตานี จังหวัดนราธิวาส จังหวัดยะลา และจังหวัดสตูล 7) ผู้ประกอบการที่ให้ความสนใจในประเด็นการท่องเที่ยวฮาลาล 8) จังหวัดสงขลา มีสถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ในการทำหน้าที่สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับฮาลาล 9) สมาคมการค้าการท่องเที่ยวฮาลาลไทยอาเซียน

3. สถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาล

3.1 ที่พัก

ผลการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาครัฐ

ผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 4 คน ให้ความเห็นว่าสถานการณ์ที่พักที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามหรือที่พักฮาลาลของจังหวัดสงขลา นั้นยังไม่เพียงพอต่อการให้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ส่วนอีก 2 คน ได้ให้ความเห็นว่า ถึงแม้ว่าที่พักที่ไม่สอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามหรือเป็นที่พักที่ฮาลาลนั้น นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถเข้าพักได้ แต่สิ่งที่สำคัญคือการรับบริการด้านอาหารฮาลาลและการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) มากกว่าที่มีความสำคัญต่อให้บริการนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ทั้งนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ ทั้ง 6 คน ได้ให้ผลสัมภาษณ์โดยมีความสอดคล้องกันโดยระบุว่า ปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจที่พักได้มีความพยายามในการพัฒนาที่พักให้มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม โดยการปรับปรุงห้องอาหารให้เป็นห้องที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม และเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เครื่องหมายระบุทิศกิบลัต (ทิศละหมาด) ซึ่งประเทศไทยตรงกับทิศตะวันตก เพื่อให้ตรงกับกะบะฮ์ (บัยตุลลอฮ์) ที่ตั้งอยู่ประเทศซาอุดีอาระเบีย การติดตั้งสายชำระในห้องน้ำ การติดตั้งก๊อกน้ำในห้องน้ำ

สำหรับการชำระล้างร่างกายก่อนปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด) และการบริการพรมปูสำหรับปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)

ผลการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 9 คน ให้ความคิดเห็นที่มีความสอดคล้องกัน โดยระบุว่า สถานการณ์ที่พักมีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามหรือเรียกว่า ที่พักฮาลาล นั้นยังมีน้อยไม่สอดคล้องกับความต้องการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม แต่ในขณะเดียวกันได้ให้ความเห็นที่มีความสอดคล้องกันในประเด็นของความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักในการพัฒนาและปรับปรุงให้ที่พักมีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม โดยปัจจุบันจังหวัดสงขลามีโรงแรมที่ให้บริการที่พักฮาลาล จำนวน 13 แห่ง คือ 1) โรงแรมลีการ์เดิน พลาซ่า 2) โรงแรมหาดแก้วรีสอร์ท 3) โรงแรมทรราชาเจบี 4) โรงแรมดอฮี 5) โรงแรมเซ็นทาราสุคนธา 6) โรงแรมโฆซิด 7) โรงแรมหาดใหญ่ไกลด์นทร์ราวัน 8) โรงแรมหาดใหญ่พาราไดส์แอนด์รีสอร์ท 9) โรงแรมหาดใหญ่ราม่า 10) โรงแรมหาดใหญ่ฮอติเดย์ 11) ดิอามาน โฮเต็ล แอนด์รีสอร์ท 12) โรงแรมวีแอลหาดใหญ่ 13) โรงแรมญันนะดีโฮเต็ล อีกทั้งการใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมนั้นสามารถใช้บริการที่พักทั่วไปได้เช่นกัน แต่หากที่พักเหล่านั้นเป็นที่พักฮาลาล ก็จะเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาใช้บริการได้

ผลการสัมภาษณ์จากนักวิชาการ จากสถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ระบุว่า สถานการณ์ที่พักฮาลาลไม่เพียงพอ แต่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถเข้าพักได้ แต่ทั้งนี้ที่สิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักที่จำเป็นต้องมีการจัดบริการ คือ อาหารฮาลาล เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวสามารถที่เข้าใช้บริการที่พัก

จากผลการสัมภาษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ ทั้ง 16 คน พบว่า สถานการณ์ด้านที่พักของจังหวัดสงขลาที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม โดยผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 14 คน ระบุว่า มีความเพียงพอต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ส่วนผู้ให้สัมภาษณ์อีก 2 คน ระบุว่า ที่พักของจังหวัดสงขลาที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามนั้นยังไม่เพียงพอและยังไม่สอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม แต่ในขณะเดียวกันผู้ให้สัมภาษณ์ ทั้ง 16 คน ให้ความคิดเห็นที่มีความสอดคล้องกันในประเด็นของการพัฒนาและปรับปรุงที่พักของจังหวัดสงขลาให้มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการรองรับบริการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาในอนาคต



ภาพที่ 15 เครื่องหมายระบุทิศกิบลัต (ละหมาด) ประเทศไทย
ตรงกับทิศตะวันตก

3.2 อาหารฮาลาล

ผลการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาครัฐ

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 6 คน ให้ความเห็นว่าสถานการณ์อาหารฮาลาลของจังหวัดสงขลามีความเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา โดยร้านอาหารฮาลาลมีการกระจายครอบคลุมในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสงขลา เช่น อำเภอเมือง อำเภอหาดใหญ่ อีกทั้งปัจจุบันผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาลได้มีการเปิดบริการร้านอาหารเพิ่มมากขึ้น และจังหวัดสงขลายังมีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 33.42 จากจำนวนประชากรทั้งหมดของจังหวัด คิดเป็นอันดับ 2 รองจากประชากรที่นับถือศาสนาพุทธ และกระจายครอบคลุมทั้ง 16 อำเภอของจังหวัดสงขลา จึงทำให้สถานการณ์ด้านอาหารฮาลาลของจังหวัดสงขลามีศักยภาพต่อการรองรับการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

ผลการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 9 คน ให้ความคิดเห็นที่มีความสอดคล้องกันโดยระบุว่า สถานการณ์ร้านอาหารฮาลาล มีความเพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม อีกทั้งผู้ประกอบการที่ให้บริการอาหารฮาลาลส่วนใหญ่ นับถือศาสนาอิสลาม จึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถใช้บริการได้อย่างมั่นใจ นอกจากนี้ผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาลยังมีการพัฒนาและปรับปรุงในการให้บริการอาหารฮาลาลเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีการขอรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลจากคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดสงขลา เพื่อยกระดับความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาใช้บริการ โดยมีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 1 คน จาก ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 9 คน ระบุว่า ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องต้องพัฒนาการนำเสนออาหารฮาลาลในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อสร้าง

ประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว เพราะจังหวัดสงขลามีวัตถุดิบนาาชนิดที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้ในอนาคต

ผลการสัมภาษณ์จากนักวิชาการ จากสถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ระบุว่า สถานการณ์ร้านอาหารฮาลาลของจังหวัดสงขลามีความเพียงพอต่อความต้องการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เนื่องจากร้านอาหารฮาลาลมีการกระจายทั่วแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ ของเทศบาลสงขลา เช่น ชุมชนมุสลิมเก่าแก่ง ชุมชนมุสลิมบ้านบน และบริเวณหาดสมิหลาและหาดชลาทัศน์

จากผลการสัมภาษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ ทั้ง 16 คน ให้ความเห็นที่มีความสอดคล้องกัน จึงสามารถสรุปได้ว่าจังหวัดสงขลามีสถานการณ์ด้านอาหารฮาลาลที่มีความเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ซึ่งอาหารฮาลาลนั้นนับว่าเป็นปัจจัยดึงดูด (Pull factor) ที่สำคัญต่อการตัดสินใจเลือกจังหวัดสงขลาเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว (Destination) อีกทั้งอาหารฮาลาลยังเป็นหนึ่งในบทบัญญัติที่สำคัญต่อนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในการดำรงชีวิตที่ไม่สามารถละเว้นได้

จากผลการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลทั้ง 3 ส่วน สามารถสรุปได้ว่า จังหวัดสงขลามีสถานการณ์ด้านอาหารฮาลาลที่มีความเพียงพอและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้อย่างสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม อีกทั้งปัจจุบันผู้ประกอบการด้านอาหารฮาลาลของจังหวัดสงขลามีการยกระดับความเชื่อมั่นโดยการขอรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลจากสำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดสงขลา



ภาพที่ 16 ร้านอาหารฮาลาลบริเวณหาดชลาทัศน์และหาดสมิหลา

อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

3.3 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)

ผลการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาครัฐ

ผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 4 คน ให้ความคิดเห็นที่มีความสอดคล้องกันในประเด็นด้านสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ที่มีความเพียงพอต่อความต้องการใช้ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา โดยพบว่าจังหวัดสงขลามีทั้งมัสยิด สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ที่มีบริการในร้านอาหารฮาลาลที่กระจายโดยรอบของแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันมีผู้ให้สัมภาษณ์ที่เหลืออีก 2 คน ระบุว่า สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมนั้นยังไม่เพียงพอที่จัดไว้ในแหล่งท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวต้องเดินทางออกไปปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ที่มัสยิดหรือสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) นอกแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวในระหว่างการทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว อาจทำให้นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจต่อการมาเที่ยวจังหวัดสงขลาได้

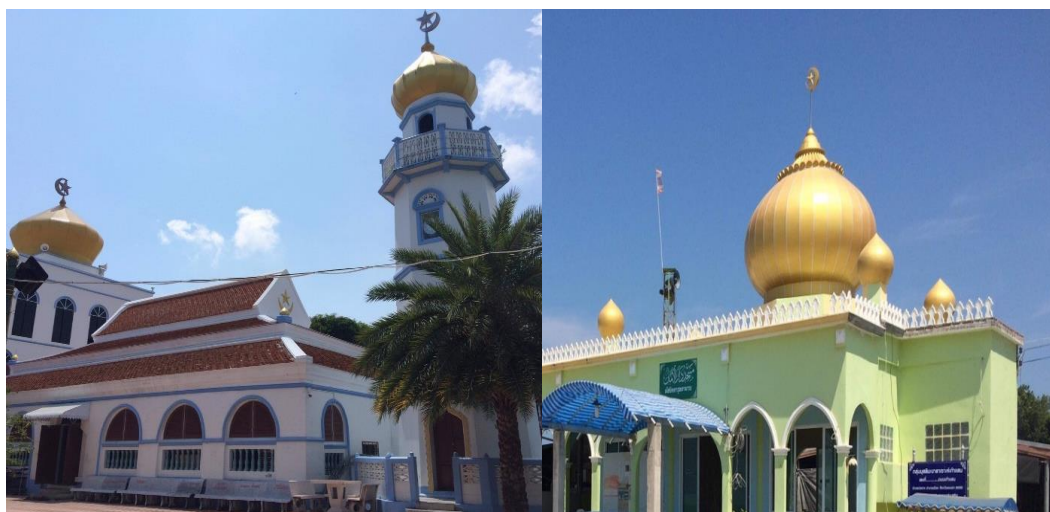
ผลการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ผู้ให้สัมภาษณ์ ทั้ง 9 คน ได้ให้ผลสัมภาษณ์ที่มีความสอดคล้องกันในประเด็นด้านสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ที่มีความเพียงพอต่อความต้องการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม โดยระบุว่า จังหวัดสงขลามีทั้งมัสยิด สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ที่กระจายครอบคลุมทั้ง 16 อำเภอของจังหวัดสงขลาและมีการจัดบริการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล สวนสัตว์สงขลา ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 1 คน จากผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 9 คน ระบุอีกว่า สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ยังขาดชุดละหมาดที่ใช้ในการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ที่ยังไม่เพียงพอต่อการเข้าใช้บริการของนักท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง จึงต้องมีการเตรียมความพร้อมด้านชุดสำหรับปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ให้มีความเพียงพอกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

ผลการสัมภาษณ์จากนักวิชาการ จากสถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ได้แสดงความคิดเห็นว่า สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) มีความเพียงพอต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา อีกทั้งบทบัญญัติศาสนาอิสลามยังมีหลักปฏิบัติสำหรับการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) สำหรับผู้เดินทาง จึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ได้อย่างสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม และไม่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยว

จากผลการสัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ ทั้ง 16 คน มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันในด้านสถานการณ์สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ที่มีความเพียงพอต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา อันเป็นการยกระดับความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมาท่องเที่ยวท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาโดยไม่ขัดกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม



ภาพที่ 17 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด) หรือ มัสยิด

3.4 บริษัทนำเที่ยว

ผลการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาครัฐ

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 6 คน ให้ความคิดเห็นที่มีความสอดคล้อง โดยระบุว่า บริษัทนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่ให้บริการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม โดยบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดสงขลาได้มีความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมและให้บริการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมาโดยตลอด จึงสามารถจัดบริการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามได้เป็นอย่างดี

ผลการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 9 คน ให้ความคิดเห็นที่มีความสอดคล้องกัน โดยระบุว่า บริษัทนำเที่ยวในจังหวัดสงขลาส่วนใหญ่มีมัคคุเทศก์ที่นับถือศาสนาอิสลามให้บริการและดูแลนักท่องเที่ยวในระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ปัญหาด้านการจัดบริการที่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลามจึงไม่เกิดขึ้น อีกทั้งบริษัทนำเที่ยวเมื่อทราบถึงกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการก็ได้จัดเตรียมมัคคุเทศก์ที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการบริการที่พึงพอใจ ในขณะเดียวกันหากกล่าวถึงบริษัทนำเที่ยวที่ไม่มีมัคคุเทศก์นำเที่ยวที่นับถือศาสนาอิสลามนั้น บริษัทนำเที่ยวจะให้ความรู้ความเข้าใจกับมัคคุเทศก์เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้อย่างสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ทั้งการจัดอาหารฮาลาลและการจัดเวลาที่เหมาะสมกับโปรแกรมท่องเที่ยวในการการแวะพักปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)

ผลการสัมภาษณ์จากนักวิชาการ จากสถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ได้ระบุว่า บริษัทนำเที่ยวมีความเข้าใจอยู่แล้ว เพราะมีบริการนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมาโดยตลอด และให้ความสำคัญในการจัดบริการที่สอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ โดยเฉพาะด้านอาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)

จากผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 16 คน มีผลสัมภาษณ์ที่มีความสอดคล้องกันในประเด็นของบริษัทนำเที่ยวที่มีความเข้าใจต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลามในการนำมาวางแผนการจัดโปรแกรมท่องเที่ยว ทั้งการจัดอาหารฮาลาล การจัดสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับโปรแกรมท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมท่องเที่ยวโดยไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม อันเป็นการยกระดับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

3.5 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

ผลการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาครัฐ

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 6 คน ให้ความคิดเห็นที่มีความสอดคล้องกันในด้านสถานการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากจังหวัดสงขลาติดกับประเทศเพื่อนบ้าน และมีด่านพรมแดน 3 ด่าน ที่เป็นช่องทางในการอำนวยความสะดวกในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย โดยประเทศมาเลเซียมีศาสนาอิสลามเป็นศาสนาประจำชาติ รวมทั้งจังหวัดที่อยู่บริเวณรอบๆ ของจังหวัดสงขลาทั้งจังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี จังหวัดนราธิวาส และจังหวัดสตูล มีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามเป็นอันดับสองของจังหวัด จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศและกลุ่มจังหวัดดังกล่าวเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาเพิ่มขึ้น รวมถึงระยะทางการเดินทางเพียง 2-3 ชั่วโมงต่อการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา นอกจากนี้มีผู้ให้สัมภาษณ์ 1 คน ได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า ทั้งนี้อัตราการเติบโตของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมนั้นต้องขึ้นอยู่กับนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาลของประเทศ เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

ผลการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 9 คน ให้ความเห็นที่สอดคล้องกันในด้านสถานการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากความได้เปรียบในหลายประการ เช่น มีพรมแดนติดต่อกับประเทศมาเลเซียมีด่านพรมแดน 3 ด่านที่เป็นช่องทางในการอำนวยความสะดวกการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา การบริการที่ดีและความเชื่อมั่นด้านอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เป็นต้น โดยเฉพาะช่วงเทศกาลสำคัญๆ ของจังหวัดสงขลาที่มีนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศสิงคโปร์ ที่เดินทางมาท่องเที่ยว

ผลการสัมภาษณ์จากนักวิชาการ จากสถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ให้ความเห็นด้านสถานการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวโดยระบุว่า มีอัตราการลดลง เพราะเมื่อเปรียบเทียบกับในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากกว่านี้ ทั้งนี้เนื่องด้วยกลุ่มเป้าหมายหลักของจังหวัดสงขลา เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศมาเลเซีย ที่มีปัญหาด้านเศรษฐกิจ จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนที่ลดลง

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 15 คน มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันในด้านสถานการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวที่มีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วนผู้ให้สัมภาษณ์ อีก 1 คน ได้ระบุว่า สถานการณ์ด้านจำนวนนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีจำนวนลดลง เนื่องมาจากปัญหาด้านเศรษฐกิจของประเทศมาเลเซีย และการบริการที่ใช้เวลานานในการเข้าออกพรมแดน ทั้ง 3 ด้าน จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีอัตราการลดลง ดังนั้นภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวต้องกำหนดแนวทางในการแก้ไขเพื่อเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

4. ทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาสามารถพัฒนาเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

โดยอาศัยแนวทรัพยากรหลัก คือ องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) ที่พัก (Accommodations) และกิจกรรม (Activities) และทรัพยากรสนับสนุน ได้แก่ บทบัญญัติศาสนาอิสลาม จำแนกได้ 2 ประเภท คือ อาหารฮาลาลและการปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)

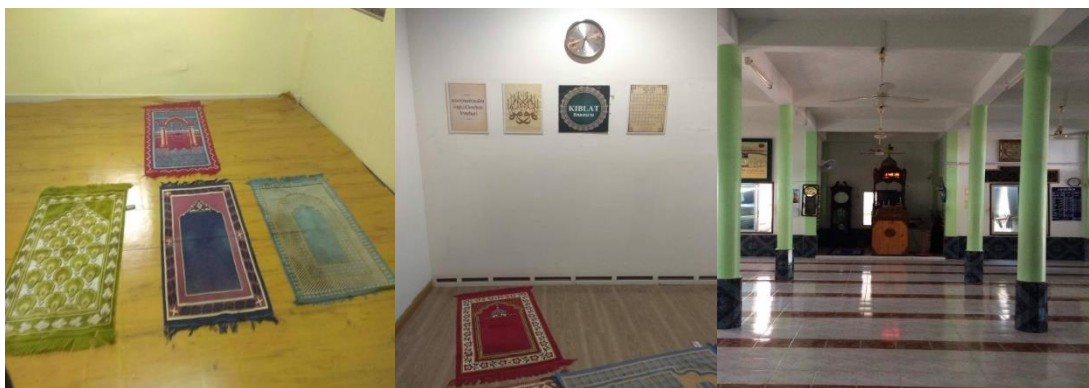
4.1 ทรัพยากรหลัก (Resource endowment)

สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions)

ผลการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาครัฐ

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 6 คน ให้ความคิดเห็นที่สอดคล้องกันในประเด็นการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาให้มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ระบุว่า สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา มีความหลากหลาย ทั้งทางมรดกทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต เนื่องจากสงขลาตั้งอยู่ในภูมิศาสตร์ที่มีความได้เปรียบ ทั้งภูเขา ทะเล รวมทั้งเป็นสังคมพหุวัฒนธรรม ประกอบด้วยวัฒนธรรมแบบพุทธ วัฒนธรรมแบบจีนและวัฒนธรรมแบบอิสลาม ที่ส่งผลให้เกิดความหลากหลายในทรัพยากรท่องเที่ยว อันนำมาสู่การมาท่องเที่ยวและเยี่ยมชมของนักท่องเที่ยว จากความหลายของทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถเข้ามาท่องเที่ยวได้โดยไม่ขัดกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม แต่ทั้งนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ ทั้ง 6 คนได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มว่า

หากจะจัดบริการนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมอาจต้องมีการจัดบริการสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ในแหล่งท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวสามารถปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ได้อย่างสะดวก



ภาพที่ 18 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)

ผลการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 9 คน ให้ความคิดเห็นที่มีความสอดคล้องกัน โดยระบุว่า สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) ของจังหวัดสงขลานั้น มีความหลากหลายที่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มสามารถมาท่องเที่ยวและเยี่ยมชมได้ โดยสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวนั้นอาจต้องมีการพัฒนาให้มีความแปลกใหม่และสามารถสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวได้แต่หากจะพัฒนาปรับปรุงให้มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามนั้น สามารถพัฒนาในด้านอาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

ผลการสัมภาษณ์จากนักวิชาการ จากสถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ได้กล่าวว่าสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลานั้นมีความหลากหลาย ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกท่องเที่ยวได้ตามความต้องการ แต่หากจะพัฒนาให้สิ่งดึงดูดใจมีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามนั้น อาจต้องปรับปรุงด้านอาหารฮาลาล การจัดสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) การจัดห้องน้ำที่มีสายชำระ เพราะศาสนาอิสลามส่งเสริมให้ชาวมุสลิมท่องเที่ยวศึกษาเรียนรู้ความหลากหลายในสิ่งที่พระเจ้าสร้างขึ้น เพื่อรำลึกถึงความยิ่งใหญ่ของพระเจ้า

จากผลสัมภาษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 16 คน พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์สะท้อนสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดสงขลาที่มีความหลากหลายทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรวิถีชีวิตและวัฒนธรรม โดยที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกท่องเที่ยวได้ตามใจชอบ ส่วนประเด็นที่จะพัฒนาให้เป็นสิ่งดึงดูดใจที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามนั้นเพียงการจัดบริการด้านอาหารฮาลาลและการจัด

สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) การจัดห้องน้ำที่มีสายชำระ สำหรับให้บริการนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม เพื่อให้สามารถท่องเที่ยวได้อย่างไม่ขัดกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities)

ผลการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาครัฐ

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 6 คน ระบุว่า จังหวัดสงขลามีความได้เปรียบในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยมีการเข้าถึงทั้งทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ (เรือเฟอร์รี่ข้ามฟาก) และทางเครื่องบิน ซึ่งช่องทางการเข้าถึงที่ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ส่วนการพัฒนาให้มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามนั้น อีกทั้งยังให้ความเห็นว่า ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นไม่จำเป็นต้องพัฒนาปรับปรุงให้มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติก็ได้ เพราะเป็นเพียงการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น แต่สิ่งที่ควรพัฒนา คือ การจัดบริการด้านอาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ในแหล่งท่องเที่ยวมากกว่า เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถมาท่องเที่ยวโดยไม่ขัดกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

ผลการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 9 คน ให้ผลสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกันว่าจังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางการคมนาคมและมีความหลากหลายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา จึงสามารถทำให้นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มสามารถเข้าแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายและรวดเร็ว

ผลการสัมภาษณ์จากนักวิชาการ จากสถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ผู้ให้สัมภาษณ์ กล่าวว่า จังหวัดสงขลามีความหลากหลาย ทั้งทางถนน ราง เครื่องบิน ระบบขนส่งมวลชน จึงทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาเพราะมีการเข้าถึงที่สะดวกสบายและรวดเร็ว

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 16 คน ให้ผลสัมภาษณ์ที่มีความสอดคล้องกันในด้านความสามารถในการเข้าถึงที่มีความหลากหลาย ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาได้อย่างรวดเร็ว

สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)

ผลการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาครัฐ

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 6 คน ให้ผลสัมภาษณ์ที่มีความสอดคล้องกัน โดยระบุว่า จังหวัดสงขลามีสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความโดดเด่น คือ อาหารฮาลาลในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาและกระจายโดยรอบ อีกทั้งมีสถานที่สำหรับปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ที่มีโดยรอบของแหล่งท่องเที่ยว

ซึ่งเป็นบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เพื่อก่อให้เกิดความเชื่อมั่นต่อการใช้บริการ

ผลการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 9 คน ให้ผลสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกัน โดยระบุว่า จังหวัดสงขลา มีความพร้อมทั้งด้านอาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ที่มีความเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยวให้สามารถท่องเที่ยวโดยไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม อีกทั้งในปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารได้เล็งเห็นความสำคัญของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงมีการพัฒนาการบริการดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง

ผลการสัมภาษณ์จากนักวิชาการ จากสถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ให้ความคิดเห็นว่าสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดสงขลาที่มีความพร้อมทั้งอาหารฮาลาล สถานที่ละหมาด ที่พัก ที่สามารถรองรับการมาใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้ โดยไม่ขัดกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

จากผลสัมภาษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 16 คน สามารถสรุปได้ว่า จังหวัดสงขลา มีศักยภาพด้านอาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ที่นับว่าเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความสำคัญที่สุดต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในการท่องเที่ยว อันเป็นการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

ที่พัก (Accommodations)

ผลการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาครัฐ

ผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 4 คน ได้กล่าวว่า จังหวัดสงขลา มีที่พักที่เพียงพอต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ส่วนอีก 2 คน ระบุว่าหากเป็นที่พักฮาลาลโดยแท้จริงนั้น จังหวัดสงขลา ยังมีจำนวนที่พักฮาลาลไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ ทั้ง 6 คน ได้ระบุอีกว่า ปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจที่พักของจังหวัดสงขลาได้เล็งเห็นความสำคัญของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงได้มีการพัฒนาและปรับปรุงที่พักที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ผลการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 6 คน ระบุว่า ที่พักจังหวัดสงขลา มีความเพียงพอต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยว ส่วนอีก 3 คน ระบุว่า ที่พักฮาลาลยังมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม แต่อย่างไรก็ตามปัจจุบันพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจที่พักได้มีการพัฒนาที่พักให้มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามเพิ่มขึ้น เพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวในอนาคต

ผลการสัมภาษณ์จากนักวิชาการ จากสถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ระบุว่า หากที่พักร้านอาหารที่มีความถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลามโดยแท้จริง ยังมีจำนวนน้อยและไม่เพียงพอ แต่การใช้บริการที่พักรของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมนั้นสามารถใช้บริการที่พักรทั่วไปได้ ซึ่งการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) นักท่องเที่ยวก็สามารถปฏิบัติได้ในห้องพักรได้

จากผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 16 คน สามารถสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักรได้ตระหนักถึงการจัดการที่พักรที่มีความสอดคล้องกับบัญญัติศาสนาอิสลามและมุ่งพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ทั้งการปรับปรุงห้องอาหารฮาลาล การติดตั้งเครื่องหมายระบุทิศละหมาด (กิบลัต) การติดตั้งสายชำระในห้องน้ำ และการบริการพรหมสำหรับปูละหมาด การประกาศตารางเวลาละหมาดในห้องพักร

กิจกรรม (Activities)

ผลการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาครัฐ

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 6 คน ระบุว่าจังหวัดสงขลา มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย แต่หากกล่าวถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวไม่สำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับการจัดบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) โดยกิจกรรมทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถพิจารณาได้ตามความต้องการและเหมาะสม

ผลการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 9 คน ให้ความคิดเห็นที่มีความสอดคล้องกัน โดยระบุว่า จังหวัดสงขลา มีความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว อีกทั้งสามารถพัฒนากิจกรรมทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ ขึ้นมาเพื่อเปิดประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาทั้งนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมและนักท่องเที่ยวทั่วไป

ผลการสัมภาษณ์จากนักวิชาการ จากสถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ผู้ให้สัมภาษณ์ กล่าวว่า จังหวัดสงขลา มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ทั้งการถ่ายรูป ช้อปปิ้ง การรับประทานอาหารฮาลาล แต่ยังคงขาดการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 16 คน ให้อผลสัมภาษณ์ที่มีความสอดคล้องกันในด้านความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา แต่หากต้องการสร้างประสบการณ์ใหม่ จังหวัดสงขลาต้องมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เพื่อเป็นการเชิญชวนนักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำและนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่มาท่องเที่ยวในอนาคต

ทรัพยากรหลักโดยอาศัยแนวคิดองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As สามารถสะท้อนให้เห็นว่าจังหวัดสงขลา มีความสามารถในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันและสมบูรณ์ที่สามารถสร้าง

ความเชื่อมั่นและสร้างความปลอดภัย และนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวได้โดยง่าย

4.2 ทรัพยากรสนับสนุน (Resource deployment)

อาหารฮาลาล

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 16 คน จากหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และนักวิชาการ ได้ให้ผลสัมฤทธิ์ที่มีความสอดคล้องกันในด้านอาหารฮาลาลที่มีความเพียงพอและมีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม สามารถยกระดับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 16 คน จากหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และนักวิชาการ ได้ให้ผลสัมฤทธิ์ที่สอดคล้องกันในด้านสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ของจังหวัดสงขลาที่มีทั้งมัสยิด และสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) เช่น ห้องละหมาดที่มีการจัดบริการในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาทั้งร้านอาหารฮาลาล ห้างสรรพสินค้า โดยบทบัญญัติศาสนาอิสลามด้านการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) นับว่าเป็นบทบัญญัติที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมาท่องเที่ยวโดยไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม อันเป็นการสร้างการท่องเที่ยวฮาลาลที่ก่อให้เกิดความเชื่อมั่นและเกิดการยอมรับของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม แต่ทั้งนี้ต้องมีการเพิ่มเติมสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ในแหล่งท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง

ทรัพยากรสนับสนุนด้านอาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) สามารถสรุปได้ว่าจังหวัดสงขลา มีขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา เนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้เป็นอย่างดีและสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

5. แนวโน้มการท่องเที่ยวฮาลาลในปัจจุบันและในอนาคตของจังหวัดสงขลา

จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่อยู่ทางภาคใต้ตอนล่าง มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศมาเลเซีย และมีด่านพรมแดนที่อำนวยความสะดวกในการเข้า-ออก ของชาวสงขลาและนักท่องเที่ยวในการติดต่อทางธุรกิจหรือการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งมีด่าน 3 ด่าน ได้แก่ 1) ด่านสะเดา อำเภอสะเดา 2) ด่านปาดังเบซาร์ อำเภอสะเดา และ 3) ด่านบ้านประกอบ อำเภอนาทวี ด่านพรมแดนที่กล่าวมาข้างต้นมีมูลค่าทางเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2560 รวม 521,308.58 ล้านบาท (กรมการค้าต่างประเทศ,

2560) ด้านพรมแดนจังหวัดสงขลาทั้ง 3 ด้านเป็นด้านพรมแดนที่สร้างรายเป็นอันดับ 1 จากด้านพรมแดนอื่นที่ติดต่อกับประเทศมาเลเซีย นอกจากนี้ด้านพรมแดนที่ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านในการทำหน้าที่ทางธุรกิจแล้ว ด้านพรมแดนดังกล่าวยังทำหน้าที่ในการอำนวยความสะดวกในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ในปี พ.ศ.2560 มีนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 3,354,800 คน มีมูลค่าทางการท่องเที่ยวทั้งสิ้น 87,132.21 ล้านบาท คิดเป็นอันดับ 2 ของประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียง รองจากประเทศจีน และเป็นอันดับ 1 ในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558: ระบบออนไลน์) ซึ่งในปี พ.ศ.2560 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา 6,675,178 คน คิดเป็นอันดับ 2 รองจากจังหวัดภูเก็ต และมีมูลค่าทางการท่องเที่ยวรวม 54,337.5 ล้านบาท คิดเป็นอันดับ 4 รองจากจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และสุราษฎร์ธานี (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560: 145) จากจำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าวจังหวัดสงขลายังมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประมาณ 5 ล้านคน เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติปีละประมาณ 3 ล้านคน โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากประเทศมาเลเซีย ประมาณ 2 ล้านคน อินโดนีเซีย ประมาณ 5.5 หมื่นคน สิงคโปร์ ประมาณ 3 หมื่นคน และประเทศอื่นๆ เช่น บรูไน ฟิลิปปินส์ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวโดยมีมูลค่าทางการท่องเที่ยว 5-6 หมื่นล้านบาท (สนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์, 2561: ระบบออนไลน์)

ผลการสัมภาษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 16 คน จากหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และนักวิชาการ มีผลการวิเคราะห์ที่มีความสอดคล้องกันในประเด็นของสถานการณ์การเติบโตของการท่องเที่ยวฮาลาลทั้งปัจจุบันและในอนาคต โดยระบุว่าปัจจุบันผู้ประกอบการได้มีการพัฒนาการบริการที่มีความสอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเพิ่มขึ้น เนื่องจากปัจจุบันภาครัฐได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวมุสลิมที่ชัดเจนในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของประเทศไทย อีกทั้งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเริ่มมีการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามเพิ่มมากขึ้น รวมถึงการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะดวกและรวดเร็วขึ้น ซึ่งการท่องเที่ยวฮาลาลนั้นไม่ได้ตอบโจทย์เพียงนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเท่านั้น แต่นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นสามารถใช้บริการได้เช่นกัน

นอกจากนี้จังหวัดสงขลายังเป็นศูนย์กลางทางการค้า การเดินทาง การขนส่ง และติดกับประเทศมาเลเซีย ที่มีด่านชายแดนในการอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวและสินค้า โดยผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 2 คน ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า จังหวัดสงขลาควรกำหนดแผนงาน (Road map) เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำแผนงานหรือกลยุทธ์ไปปรับใช้ในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามและจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ (Road show) เพื่อแนะนำตัวในการเป็นการสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถรองรับการท่องเที่ยวฮาลาลโดยแท้จริง และยังมีผู้ให้สัมภาษณ์อีก 1 คน ได้แสดงความคิดเห็นอีกว่า หน่วยงาน

ภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและผู้เกี่ยวข้อง ควรทำงานร่วมกันเพื่อกำหนดทิศทางและแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา เพื่อยกระดับจังหวัดสงขลาให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในอนาคต

สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวโลกที่มีการพยากรณ์โดยบริษัทเครสเซเนเรตติ้ง ที่ได้พยากรณ์ว่าในปี 2020 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 168 ล้านคน (Global Muslim Travel Index, 2017) ซึ่งมีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามที่มีการส่งเสริมให้ประชาชาติมุสลิมเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้และระลึกถึงความยิ่งใหญ่ของพระเจ้า (อัลลอฮ์) โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในการดึงดูด (Marketing) มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) ที่มีประชากรนับถือศาสนาอิสลามร้อยละ 50 จากจำนวนประชากรทั้งหมด โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งจังหวัดสงขลาที่มีข้อได้เปรียบในการเดินทางทั้งทางอากาศที่มีสนามบินระดับนานาชาติและทางบกที่มีด่านพรมแดนในการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ได้เสนอแนะในประเด็นของการทำการตลาด (Marketing) ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา (Promote) ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้ (Perception) ให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อประกอบการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

จากการศึกษาสรุปได้ว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลาเป็นสถานการณ์ที่เอื้อต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลเป็นอย่างมาก ทั้งในด้านบริบทของจังหวัดสงขลา ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวหลัก ด้านทรัพยากรสนับสนุน ด้านองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As ที่มีความสามารถต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาล จากสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวสงขลาโดยมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี พ.ศ.2560 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา 6,675,178 คน คิดเป็นอันดับ 2 รองจากจังหวัดภูเก็ต และมีมูลค่าทางการท่องเที่ยวรวม 54,337.5 ล้านบาท คิดเป็นอันดับ 4 รองจากจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และสุราษฎร์ธานี (สำนักงานสถิติรายได้การท่องเที่ยวสงขลา, 2561: ระบบออนไลน์) ซึ่งข้อมูลแนวโน้มสถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลาปรากฏว่ามีความสอดคล้องกับผลสัมฤทธิ์ของหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่ระบุว่า การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องและสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับจังหวัดสงขลาได้ในอนาคต

**ตอนที่ 2 นโยบายและมุมมองของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และ
ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาล
ในจังหวัดสงขลา**

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำหน้าที่ในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจ ซึ่งปัจจุบันการท่องเที่ยวได้สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างมหาศาล ด้วยศักยภาพของประเทศไทยที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้ที่ส่งผลให้ประเทศไทยมีความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยว ทั้งทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางทะเล วัฒนธรรมนิยมประเพณี วัฒนธรรม และเป็นจุดศูนย์กลางของกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) อีกทั้งประเทศไทยได้ชื่อว่าเป็นประเทศที่มีความเป็นมิตรไมตรี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ การเป็นเจ้าบ้านที่ดี หรือเรียกว่า “Thainess” ที่ส่งผลให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทาง (Destinations) ของนักท่องเที่ยวทั่วโลกในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ประเทศไทยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว ได้มีการศึกษาแนวโน้มสถานการณ์การท่องเที่ยวในหลายด้าน เพื่อค้นหาปัจจัยแห่งความสำเร็จในการกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความสามารถในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง โดยการวิจัยเรื่อง “ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา” วัตถุประสงค์ที่ 2 ศึกษาในประเด็นของ นโยบายและมุมมองของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดสงขลา ปรากฏดังนี้

1. นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาลของภาครัฐ

1.1 ผลการสัมภาษณ์ของหน่วยงานภาครัฐ

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาลของภาครัฐพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 3 คน ให้ผลสัมภาษณ์ในทิศทางเดียวกันด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาลของภาครัฐที่มีความชัดเจน แต่ยังคงขาดแนวทางในการนำไปปฏิบัติต่อการนำนโยบายไปจัดทำแผนพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลของผู้ประกอบการธุรกิจและผู้ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้มีผู้ให้สัมภาษณ์ 1 คน ได้ระบุว่า การส่งเสริมหรือนโยบายการท่องเที่ยวฮาลาลนั้นมีการส่งเสริมในการศึกษามากกว่าภาคธุรกิจ

ส่วนผู้ให้สัมภาษณ์ที่เหลืออีก 3 คน ให้ความคิดเห็นต่อนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาลของภาครัฐ โดยระบุว่า นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลาขาดการดำเนินการอย่างเต็มที่ ความชัดเจนและขาดความร่วมมือของภาครัฐ โดยมีเพียงการกำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริมเท่านั้น ซึ่งในปัจจุบันพบว่าดำเนินการขับเคลื่อนการส่งเสริมการท่องเที่ยว

อยู่ในขั้นตอนการผลักดันให้มีความชัดเจน เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลาให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

1.2 ผลการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 9 คน ให้ผลสัมภาษณ์ที่มีความสอดคล้องกันด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาลของภาครัฐ ระบุว่า ยังขาดความชัดเจนต่อการนำไปพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว มีเพียงการกำหนดยุทธศาสตร์เท่านั้น อีกทั้งการทำงานของผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องพบว่าขาดความร่วมมือ ภาคเอกชนดำเนินธุรกิจโดยลำพัง ขาดการทำตลาดเชิงรุกและวิเคราะห์กลุ่มตลาดเป้าหมายที่ชัดเจน เพื่อนำมากำหนดทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

1.3 ผลการสัมภาษณ์ของนักวิชาการ จากสถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ผู้ให้สัมภาษณ์ ระบุว่า “แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติมีระบุการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม แต่ยังคงขาดความชัดเจนในการนำมาปฏิบัติ”

จากผลการสัมภาษณ์ทั้ง 16 คน สรุปได้ว่านโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาลของภาครัฐนั้นยังขาดความชัดเจนและขาดแนวปฏิบัติสำหรับการนำไปพัฒนาและปรับปรุงการท่องเที่ยวฮาลาลของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้อง แต่ในขณะเดียวกันผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 3 คน ระบุว่า นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาลมีการกำหนดในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ประเด็นของยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการ กลยุทธ์การพัฒนารายสาขา เพื่อเป็นการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวฮาลาลให้เป็นรูปธรรม แต่ต้องมีการทำงานร่วมกันของทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้อง

2. ภาครัฐควรกำหนดนโยบายการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนให้จังหวัดสงขลา มีขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาล

2.1 ผลการสัมภาษณ์ของหน่วยงานภาครัฐ ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 6 คน ให้ผลสัมภาษณ์ที่มีความสอดคล้องกันในการกำหนดนโยบายการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล โดยระบุว่า หน่วยงานภาครัฐควรจัดตั้งหน่วยงานในการกำกับและดูแลการจัดการท่องเที่ยวฮาลาล และจัดการประชุมในการปรึกษาหารือเพื่อกำหนดทิศทางร่วมกันในการจัดการท่องเที่ยวฮาลาล โดยสามารถสรุปผลสัมภาษณ์ได้ดังนี้

1) ด้านนโยบายและยุทธศาสตร์ ควรกำหนดแผนดำเนินงาน (Roadmap) เป็นแผนระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ที่ชัดเจนเพื่อให้หน่วยงานที่มีภารกิจส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาลได้นำผลไปผลักดันหรือเป็นหน่วยงานหลักในการส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาลของจังหวัดในทิศทางเดียวกัน

2) ด้านบริหารจัดการ ควรมีนโยบายจัดตั้งหน่วยงานการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัด ภาครัฐควรสนับสนุนงบประมาณ โดยผ่านหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้น และควรแยกหน่วยงานตรวจสอบและรับรองเป็นการเฉพาะ โดยอาจเทียบเคียงมาตรฐานอื่นๆ เพื่อดำเนินการที่มีความสอดคล้องทั้ง มาตรฐานสินค้าและการบริการ

3) ด้านกฎหมาย ควรออกกฎหมายด้านฮาลาลและคุ้มครองผู้บริโภคฮาลาล โดยเน้น กำหนดบทบาทของหน่วยงานรับรอง หน่วยงานตรวจสอบ และหน่วยงานสนับสนุนอย่างชัดเจน

4) ด้านการประชาสัมพันธ์ การจัดทำสื่อให้ความเข้าใจถึงการท่องเที่ยวฮาลาล การสร้างความรู้ ความเข้าใจและการตลาด ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความตระหนักถึง ความสำคัญของการท่องเที่ยวฮาลาลให้กับผู้ประกอบการ ซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างความเชื่อมั่นต่อสินค้า ฮาลาลจากประเทศไทย รวมทั้งส่งเสริมผู้ประกอบการมุสลิมให้เติบโตเพื่อสร้างการสร้างเครือข่ายกับ ตลาดการค้าโลกมุสลิม

5) ด้านการรับรองและพัฒนามาตรฐาน ควรจัดทำคู่มือแนวปฏิบัติการรับรองตาม มาตรฐานฮาลาลและกำหนดบทลงโทษสำหรับผู้ละเมิดตราฮาลาลอย่างเป็นรูปธรรม

6) ด้านการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ สถานประกอบการและบุคลากร เร่งสร้าง ผู้ประกอบการมุสลิมรายใหม่ รวมทั้งพัฒนาผู้ประกอบการมุสลิมเดิมให้เข้าถึงแหล่งทุนและเติบโตได้ และควรจัดลำดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์ฮาลาลโดยใช้ตลาดเป็นตัวนำ

2.2 ผลการสัมภาษณ์ของหน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ให้ สัมภาษณ์ทั้ง 9 คน ให้ผลสัมฤทธิ์ที่มีความสอดคล้องกันในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว ฮาลาล โดยระบุว่า ภาครัฐควรพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ บทบัญญัติศาสนาอิสลามที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมทั้งการจัดประชุมร่วมกันทุกภาคส่วน เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์วางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา สามารถนำไป พัฒนาการท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

2.3 ผลการสัมภาษณ์ของนักวิชาการ จากสถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ผู้ให้ สัมภาษณ์ ระบุว่า ควรกำหนดแผนยุทธศาสตร์ ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ในการผลักดันและส่งเสริม การท่องเที่ยวฮาลาลให้เป็นรูปธรรม

จากผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 16 คน สามารถสรุปได้ว่า นโยบายในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฮาลาลของจังหวัดสงขลา นั้น คือ การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลใน ด้านต่างๆ จัดเวทีประชุมปรึกษาหารือและการทำงานร่วมกันทุกภาคส่วน ยกกระดับการท่องเที่ยว ฮาลาลของจังหวัดสงขลาให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

3. นโยบายการส่งเสริมและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวชาวมุสลิม

3.1 ผลการสัมภาษณ์ของหน่วยงานภาครัฐ ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 6 คน ให้ผลสัมภาษณ์ที่มีความสอดคล้องกันในประเด็นนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ด้านอาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) โดยระบุว่า นโยบายการส่งเสริมในด้านอาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) นั้น ยังไม่มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม ซึ่งในปัจจุบันสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของภาคเอกชนและภาคประชาชนที่นับถือศาสนาอิสลามมากกว่านโยบายที่มาจากภาครัฐบาล ทั้งนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ได้มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า ควรพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวฮาลาล เพื่อสามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้อย่างถูกต้อง

3.2 ผลการสัมภาษณ์ของหน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 9 คน ให้ความคิดเห็นที่มีความสอดคล้องกันในประเด็นของการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม โดยระบุว่า นโยบายต่างๆ ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาล โดยเฉพาะการส่งเสริมด้านอาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมนั้น ยังไม่มีความชัดเจนต่อการนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งปัจจุบันอาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ที่บริการนักท่องเที่ยวในปัจจุบันล้วนมาจากภาคเอกชนเท่านั้น

3.3 ผลการสัมภาษณ์ของนักวิชาการ จากสถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ผู้ให้สัมภาษณ์ ระบุว่า ยังขาดการส่งเสริมและการให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวฮาลาล และควรมีการส่งเสริมการลงทุนและสร้างเสน่ห์ สร้างความรู้ความเข้าใจกับประชาชน ผู้ประกอบการ บุคลากรที่เกี่ยวข้อง เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง

จากผลการสัมภาษณ์ทั้ง 16 คน สามารถสรุปได้ว่า นโยบายที่มีความสำคัญต่อการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมนั้น ยังขาดความชัดเจนและเป็นรูปธรรม แต่การบริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) แก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลานั้นพบว่า มีสถานการณ์ที่ดีและสามารถรองรับการให้บริการได้อย่างเพียงพอ เนื่องจากการดำเนินการจากภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจเป็นส่วนใหญ่

4. การดำเนินของภาครัฐ เอกชน และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในการสนับสนุนให้จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลมีขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาล

4.1 ผลการสัมภาษณ์ของหน่วยงานภาครัฐ ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 6 คน ระบุว่า ทุกภาคส่วนต้องร่วมกันดำเนินการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ให้ชัดเจน นำโดยภาครัฐในการกำหนดแผนการดำเนินงาน (Roadmap) ทั้งแผนระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว รวมทั้งการจัดประชุมปรึกษาหารือกำหนดแนวทางการบริหารจัดการ เพื่อให้หน่วยงานที่มีภารกิจส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาลนำไปผลักดันต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัด ทั้งนี้จังหวัดสงขลาจะมีจุดเด่นหลายประการต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาลทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ได้แก่ 1) ศูนย์กลางการเดินทาง สินค้า การลงทุน 2) ผู้ประกอบการมีการปรับตัว 3) ด้านการค้า 4) ความหลากหลายทางทรัพยากรท่องเที่ยว และ 5) ความหลากหลายทางวัฒนธรรม

4.2 ผลการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 9 คน ได้ให้ผลสัมภาษณ์ที่มีความสอดคล้องกัน โดยระบุว่า หากจะสนับสนุนและผลักดันให้จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาล หน่วยงานภาครัฐต้องเป็นผู้นำในการขับเคลื่อนนโยบายหรือกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเพื่อให้ภาคส่วนอื่นๆสามารถนำนโยบายหรือยุทธศาสตร์ไปพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลได้อย่างเกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งนี้ยังได้มีข้อเสนอแนะอีกว่า ทุกภาคส่วนทั้งหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีการทำงานเป็นเครือข่าย และต้องทำงานร่วมกัน เพื่อเป็นหน่วยขับเคลื่อนในการจัดการท่องเที่ยวฮาลาล อีกทั้งการจัดการด้านการตลาดที่มีประสิทธิภาพเพื่อวิเคราะห์กำหนดตำแหน่งทางการตลาดท่องเที่ยวฮาลาลที่เหมาะสม โดยมีผลสัมภาษณ์สรุปดังนี้

1) การวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย (Target market) อันจะเป็นการระบุตลาดเป้าหมาย (Target market) ที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาอย่างแท้จริง เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาได้อย่างเหมาะสมและเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสามารถพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกได้อย่างเหมาะสมและเกิดผลประโยชน์อย่างสูงสุดต่อจังหวัดสงขลาและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและประชาชนจังหวัดสงขลา

2) การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว (Tourism promotion) จังหวัดสงขลาควมพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลและมีศักยภาพ ควรมีการประชาสัมพันธ์ หรือจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ทั้งสื่อสังคมออนไลน์และสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ เพื่อส่งเสริมและเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมาท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวฮาลาลและตราสินค้าฮาลาล (Halal tourism product branding) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวฮาลาลและตราสินค้า นับว่ามี

ความสำคัญอย่างยิ่งต่อปัจจัยดึงดูด (Pull factor) และปัจจัยผลัก (Push factor) ที่มีต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เช่น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม การสร้างตราสินค้าฮาลาลทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่จะมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาในอนาคต ทั้งนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมซ้ำ (Revisit) และนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ (New muslim tourist)

4.3 ผลการสัมภาษณ์จากนักวิชาการ จากสถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ผู้ให้สัมภาษณ์ ได้ระบุว่า รัฐบาลต้องเป็นผู้นำในการจัดการท่องเที่ยวฮาลาล และกำหนดยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน เพื่อให้เอกชนสามารถนำไปปฏิบัติและลงทุน และเป็นผู้นำในการพูดคุย จัดประชุมร่วมกัน โดยภาคเอกชนขับเคลื่อน ภาครัฐสนับสนุน ซึ่งจังหวัดสงขลาที่มีความโดดเด่นหลายประการ เช่น สังคมพหุวัฒนธรรม การเดินทาง แหล่งท่องเที่ยว อาหารที่มีความหลากหลาย ภูมิศาสตร์ของจังหวัดสงขลา และให้ความคิดเห็นว่า “สงขลาความพร้อมมากต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาล”

ผลการสัมภาษณ์ทั้ง 16 คน สะท้อนให้เห็นว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความมุ่งมั่นและยกระดับขีดความสามารถในจัดบริการการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ปัจจัยสำคัญที่สำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลนั้นจำเป็นต้องอาศัยบทบัญญัติศาสนาอิสลามมาเป็นพื้นฐานในการจัดบริการท่องเที่ยว

ดังนั้นบทบัญญัติที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจำแนกออกเป็น 2 ประการ คือ 1) อาหารฮาลาล และ 2) การปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด) โดยการจัดอาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)ไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวหรือสถานที่ใกล้เคียง เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถใช้บริการได้อย่างไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลามที่ยึดถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ซึ่งเป็นคุณลักษณะเฉพาะเจาะจงของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม (Specific need muslim tourist) ที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการดำรงชีวิตของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม อีกทั้งจังหวัดสงขลายังเป็นแหล่งท่องเที่ยวราคาประหยัด คุณภาพสูง จึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนให้จังหวัดสงขลามีโอกาสในการประสบความสำเร็จด้านการจัดการท่องเที่ยวฮาลาล

จากการศึกษานโยบายและมุมมองของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดสงขลาพบว่า นโยบายที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวฮาลาลได้มีการกำหนดในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 แต่ยังคงขาดการกำหนดยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนที่มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม จึงส่งผลให้ภาคเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวขาดแนวทางในการนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม แต่อย่างไรก็ดีจากผลการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายทั้ง 16 คน

พบว่า ผลสัมฤทธิ์มีความสอดคล้องกันในด้านการมุ่งส่งเสริมและยกระดับการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาให้เป็นการท่องเที่ยวฮาลาลที่ถูกต้องตามบทบัญญัติศาสนาอิสลาม เพื่อรองรับการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จึงสามารถสรุปนโยบายที่สำคัญต่อการสร้างขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา ได้แก่ 1) การกำหนดนโยบายด้านการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวฮาลาลแบบมีส่วนร่วมทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว 2) นโยบายด้านการกำหนดแผนงานการบริหารจัดการการท่องเที่ยวฮาลาล (Halal tourism road map) ระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว 3) นโยบายด้านการจัดตั้งหน่วยงานบริหารจัดการการท่องเที่ยวฮาลาล และ 4) นโยบายด้านการจัดการตลาดที่มีประสิทธิภาพ โดยการวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย(Target market) การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว (Tourism promotion) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวฮาลาลและตราสินค้าฮาลาล(Halal tourism product branding)

ตอนที่ 3 วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยว

จังหวัดสงขลา

การวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์ที่ 3 วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ผลปรากฏดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ ลักษณะการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทางท่องเที่ยว ยานพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวสงขลา วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา การมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว ปัจจัยในการมาท่องเที่ยวสงขลา สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว งบประมาณในการมาท่องเที่ยวสงขลา การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ความสามารถในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาล และภูมิสำเนาของนักท่องเที่ยว

1.1 เพศ

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมส่วนใหญ่ร้อยละ 75.25 เป็นเพศหญิง และนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมร้อยละ 24.75 เป็นเพศชาย โดยมีสัดส่วนของเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 เพศ

เพศ	นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม (n=404)	
	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	100	24.75
หญิง	304	75.25

1.2 อายุ

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมส่วนใหญ่ร้อยละ 64.60 มีอายุเฉลี่ยไม่เกิน 22 ปี ร้อยละ 29.45 มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 23-34 ปี และร้อยละ 4.20 มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 35-46 ปี ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 อายุ

อายุ(ปี)	นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม(n=404)	
	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 22	261	64.60
23-34	119	29.45
35-46	17	4.21
47-58	4	1.00
59-70	3	0.74

1.3 สถานภาพ

ผลการศึกษา พบว่า สถานภาพของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม พบว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวจังหวัดสงขลาร้อยละ 85.15 มีสถานภาพโสด และร้อยละ 14.35 มีสถานภาพสมรส ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 สถานภาพ

สถานภาพ	นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม(n=404)	
	จำนวน	ร้อยละ
โสด	344	85.15
สมรส	58	14.35
หม้าย/หย่าร้าง	2	0.50

1.4 ระดับการศึกษา

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาเที่ยวสงขลา ส่วนใหญ่ร้อยละ 77.72 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 10.89 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา และร้อยละ 5.45 มีการศึกษาระดับอนุปริญญา โดยสัดส่วนระดับปริญญาตรีมากกว่าระดับการศึกษาระดับอื่นๆ ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม(n=404)	
	จำนวน	ร้อยละ
มัธยม	44	10.89
อนุปริญญา	22	5.45
ปริญญาตรี	314	77.72
สูงกว่าปริญญาตรี	13	3.22
อื่นๆ (ต่ำกว่ามัธยม)	11	2.72

1.5 อาชีพ

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวสงขลา ส่วนใหญ่ร้อยละ 17.57 เป็นนักศึกษาร้อยละ 16.58 เป็นพนักงานเอกชน ร้อยละ 15.59 เป็นเกษตรกร ร้อยละ 15.35 ประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยมีสัดส่วนของอาชีพนักศึกษามากกว่าอาชีพอื่นๆ ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 อาชีพ

นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม(n=404)		
อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับจ้าง	42	10.40
ธุรกิจส่วนตัว	62	15.35
นักเรียน/นักศึกษา	71	17.57
รับราชการ	54	13.37
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	45	11.14
เกษตรกร	63	15.59
พนักงานบริษัทเอกชน	67	16.58

1.6 รายได้ต่อเดือน

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลามีรายได้เฉลี่ย 10,880 บาทต่อเดือน

1.7 ลักษณะการเดินทาง

ผลการศึกษา พบว่า ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวมาสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ร้อยละ 55.94 เดินทางมาพร้อมกับเพื่อน ร้อยละ 54.16 เดินทางมากับครอบครัว และร้อยละ 9.90 เดินทางมาคนเดียว โดยนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเดินทางมากับเพื่อนมากกว่าเดินทางมากับครอบครัวและเดินทางมาคนเดียว ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ลักษณะการเดินทาง

ลักษณะการเดินทาง	นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม(n=404)	
	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	40	9.90
เพื่อน	226	55.94
ครอบครัว	138	34.16

1.8 จำนวนสมาชิกในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีจำนวนสมาชิกในการเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ร้อยละ 46.04 จำนวน 5-9 คน ร้อยละ 36.88 จำนวน ไม่เกิน 4 คน โดยมีจำนวนสมาชิกเฉลี่ย 6 คน ต่อครั้งในการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 จำนวนสมาชิกในการเดินทางมาท่องเที่ยว

จำนวนสมาชิก (คน)	นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม(n=404)	
	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 4	149	36.88
5 – 9	186	46.04
10 – 14	27	6.68
15 – 19	23	5.70
มากกว่า 20	19	4.70

1.9 ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวสงขลา

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมส่วนใหญ่ ร้อยละ 68.06 เดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 26.49 ใช้บริการรถขนส่งสาธารณะ และร้อยละ 7.43 ใช้รถจักรยานยนต์ โดยนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมใช้รถยนต์ส่วนตัวมากกว่ายานพาหนะชนิดอื่นในการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาห้องเที่ยวสงขลา

ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม(n=404)	
	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	275	68.06
รถเช่า	14	3.47
รถขนส่งสาธารณะ	107	26.49
บริษัททัวร์	17	4.21
อื่นๆ (รถจักรยานยนต์)	30	7.43

1.10 วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาห้องเที่ยว

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเดินทางมาห้องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 78.96 เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 44.31 เพื่อช้อปปิ้ง ร้อยละ 17.57 บริการอาหารฮาลาล ร้อยละ 17.08 เพื่อสานสัมพันธ์ของคนในครอบครัว ร้อยละ 13.12 เพื่อเยี่ยมญาติ ร้อยละ 11.38 เพื่อปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ร้อยละ 11.63 เพื่อสุขภาพ ร้อยละ 10.64 เพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจ ร้อยละ 8.66 เพื่อแสวงหาความรู้และการศึกษา ร้อยละ 7.92 เพื่อยกฐานะทางสังคม โดยมีสัดส่วนเดินทางมาเพื่อวัตถุประสงค์พักผ่อนหย่อนใจมากกว่าวัตถุประสงค์อื่น ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาห้องเที่ยว

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาห้องเที่ยว	นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม(n=404)	
	จำนวน	ร้อยละ
สุขภาพ	47	11.63
พักผ่อนหย่อนใจ	319	78.96
เยี่ยมญาติ	53	13.12
ช้อปปิ้ง	179	44.31
หลีกเลี่ยงความจำเจ	43	10.64
การสานสัมพันธ์ของคนในครอบครัว	69	17.08
การยกฐานะทางสังคม	32	7.92
การแสวงหาความรู้และการศึกษา	35	8.66
บริการอาหารฮาลาล	71	17.57
ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)	46	11.38

1.11 การมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมส่วนใหญ่ร้อยละ 90.35 เคยมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา และร้อยละ 9.65 ไม่เคยมาท่องเที่ยว ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 การมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

การมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา	นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม(n=404)	
	จำนวน	ร้อยละ
เคยมา	365	90.35
ไม่เคยมา	39	9.65

1.12 ระยะเวลามาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมส่วนใหญ่ร้อยละ 49.00 มีระยะเวลาสองวันหนึ่งคืน ร้อยละ 36.90 มีระยะเวลาสามวันสองคืน และร้อยละ 14.10 มีระยะเวลาหนึ่งวัน ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 ระยะเวลามาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

ระยะเวลา	นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม(n=404)	
	จำนวน	ร้อยละ
หนึ่งวัน	57	14.10
สองวันหนึ่งคืน	198	49.00
สามวันสองคืน	149	36.90

1.13 ปัจจัยในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีปัจจัยในการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่ร้อยละ 57.92 ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจและการบริการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาเป็นอันดับ 1 ร้อยละ 45.05 ปัจจัยด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาเป็นอันดับ 2 ร้อยละ 38.61 ปัจจัยมีสิ่งอำนวยความสะดวกฮาลาลเป็นปัจจัยในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาเป็นอันดับ 3 ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 ปัจจัยในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

ปัจจัยในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา	นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม(n=404)	
	จำนวน	ร้อยละ
สิ่งดึงดูดใจและการบริการท่องเที่ยว	234	57.92
ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	182	45.05
มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	111	27.48
สินค้าและบริการมีคุณภาพ	81	20.05
มีที่พักที่เพียงพอและที่พักมีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม	101	25.00
มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายและเหมาะสมต่อนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม	112	27.72
ราคาและความคุ้มค่า	79	19.55
ความสะดวกสบาย	104	25.74
มีสิ่งอำนวยความสะดวกฮาลาล	156	38.61

1.14 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ส่วนใหญ่ร้อยละ 58.66 มีสิ่งดึงดูดใจด้านทรัพยากรท่องเที่ยวทางทะเล เป็นปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาเป็นอันดับ 1 ร้อยละ 52.97 มีทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาเป็นอันดับ 2 และร้อยละ 42.33 มีแหล่งช้อปปิ้ง เป็นปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาเป็นอันดับ 3 ดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา

สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา	นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม(n=404)	
	จำนวน	ร้อยละ
ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	214	52.97
ทรัพยากรท่องเที่ยวทางทะเล	237	58.66
ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต	119	29.46
แหล่งช้อปปิ้ง	171	42.33
แหล่งท่องเที่ยวที่มีบริการอาหารฮาลาลและ สถานที่ละหมาด	145	35.89

1.15 งบประมาณในการมาท่องเที่ยว

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมส่วนใหญ่ ร้อยละ 28.71 ใช้งบประมาณ 3,600 บาท ร้อยละ 23.02 ใช้งบประมาณ 1,800-2,600 บาท และร้อยละ 20.05 ใช้งบประมาณ 900-1,700 บาท โดยงบประมาณในการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาเฉลี่ยมากกว่า 3,600 บาทต่อครั้ง ดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 งบประมาณในการมาท่องเที่ยว

งบประมาณ (บาท)	นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม(n=404)	
	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 800	52	12.87
900 – 1,700	81	20.05
1,800 – 2,600	93	23.02
2,700 – 3,500	62	15.35
มากกว่า 3,600	116	28.71

1.16 การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมส่วนใหญ่ ร้อยละ 99.26 จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และร้อยละ 0.74 ไม่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำ โดยสัดส่วนการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำมากกว่าไม่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ดังตารางที่ 17

ตารางที่ 17 การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

การกลับมาท่องเที่ยวในอนาคต	นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม(n=404)	
	จำนวน	ร้อยละ
กลับมา	401	99.26
ไม่กลับมา	3	0.74

1.17 ความสามารถในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาล

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ส่วนใหญ่ร้อยละ 97.77 ให้ความเห็นว่าจังหวัดสงขลาสามารถเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลได้ และร้อยละ 2.23 ให้ความเห็นว่าจังหวัดสงขลาสามารถไม่สามารถเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลได้ ดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 ความสามารถในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาล

ความสามารถของจังหวัดสงขลาในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาล	นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม(n=404)	
	จำนวน	ร้อยละ
ได้	395	97.77
ไม่ได้	9	2.23

1.18 ภูมิลำเนา

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ร้อยละ 14.85 เดินทางมาจากจังหวัดปัตตานี รองลงมาร้อยละ 12.62 เดินทางมาจากจังหวัดนราธิวาส ร้อยละ 11.14 เดินทางมาจากจังหวัดยะลา และร้อยละ 10.89 เดินทางมาจากประเทศมาเลเซีย ดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 ภูมิสำเนา

นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม		
n=404		
ภูมิสำเนา	จำนวน	ร้อยละ
จังหวัดในภาคเหนือ		
เชียงใหม่	2	0.50
เชียงราย	1	0.25
แม่ฮ่องสอน	1	0.25
จังหวัดในภาคกลาง		
กรุงเทพมหานคร	15	3.71
จังหวัดในภาคใต้		
ประจวบคีรีขันธ์	1	0.25
ชุมพร	1	0.25
สุราษฎร์ธานี	6	1.48
กระบี่	18	4.45
พังงา	5	1.24
ภูเก็ต	9	2.23
ตรัง	33	8.16
พัทลุง	38	9.41
นครศรีธรรมราช	16	3.96
ระนอง	2	0.50
สตูล	44	10.89
สงขลา (ต่างอำเภอในภูมิสำเนาตนเอง)	12	2.97
ปัตตานี	60	14.85
ยะลา	45	11.14
นราธิวาส	51	12.62
ต่างประเทศ		
มาเลเซีย	44	10.89

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

การวิจัยพฤติกรรมการใช้บริการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในจังหวัดสงขลา แบบสอบถามส่วนนี้จะเป็นแบบสอบถามที่สอบถามในประเด็นขององค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5 As ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) 2) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities) 3) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) 4) ที่พัก (Accommodations) 5) กิจกรรม (Activities)

การวิจัยครั้งนี้ วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา โดยวิจัยพฤติกรรมการใช้บริการท่องเที่ยวซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ 1) ด้านความคาดหวัง และ 2) ด้านความพึงพอใจ อันนำไปสู่พฤติกรรมการกลับมาใช้บริการในอนาคต โดยมีการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติบรรยาย (Descriptive statistic) ได้แก่ การคำนวณหาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: SD.) แล้วนำมาค่าคะแนนมาวัดเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดตามช่วงอัตราภาคขั้นที่กำหนดไว้ 5 ระดับ โดยมีผลการวิเคราะห์ดังนี้

1.1 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions)

ตารางที่ 20 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

ความคาดหวัง			ความพึงพอใจ			
ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	เกณฑ์การแปลผล	องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	เกณฑ์การแปลผล
			1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว(Attractions)			
3.62	0.89	มาก	1.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	3.81	0.84	มาก
3.57	0.91	มาก	1.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต	3.84	0.85	มาก
3.73	0.96	มาก	1.3 ทรัพยากรท่องเที่ยวทางทะเล	3.93	0.83	มาก
3.69	0.89	มาก	1.4 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีความอุดมสมบูรณ์	3.82	0.86	มาก
3.79	0.93	มาก	1.5 แหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นและมีเสน่ห์	3.89	0.89	มาก
3.73	0.92	มาก	1.6 แหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์	3.92	0.84	มาก
3.71	0.95	มาก	1.7 แหล่งท่องเที่ยวสร้างประสบการณ์ใหม่	3.82	0.94	มาก
3.76	0.95	มาก	1.8 แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งดึงดูดใจที่ไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนา	3.82	0.93	มาก
3.69	0.72	มาก	รวม	3.86	0.63	มาก

จากตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5 As ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) พบว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีระดับความคาดหวัง “ระดับมาก” มีค่าเฉลี่ย 3.69 โดยมีความคาดหวังสูงสุดใน 3 อันดับแรก คือ อันดับ 1 แหล่งท่องเที่ยวมีความโดดเด่นและมีเสน่ห์ อันดับ 2 แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งดึงดูดใจที่ไม่ขัดต่อทบบัญญัติศาสนาอิสลาม และอันดับ 3 แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์และทรัพยากรท่องเที่ยวทางทะเล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5 As ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) พบว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีระดับความพึงพอใจ “ระดับมาก” มีค่าเฉลี่ย 3.86 โดยมีความคาดหวังสูงสุด 3 อันดับแรก คือ อันดับ 1 ทรัพยากรท่องเที่ยวทางทะเล อันดับ 2 แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์ และอันดับ 3 แหล่งท่องเที่ยวมีความโดดเด่นและมีเสน่ห์

จากข้อมูลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการทั้ง 2 ส่วน สะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีพฤติกรรมการใช้บริการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาโดยมีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวัง

1.2 ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities)

ตารางที่ 21 ความสามารถในการเข้าถึง

ความคาดหวัง			องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As	ความพึงพอใจ		
ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	เกณฑ์การแปลผล		ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	เกณฑ์การแปลผล
			2. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities)			
3.72	0.96	มาก	2.1 ป้ายบอกทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวชัดเจน	3.77	0.95	มาก
3.76	0.90	มาก	2.2 เส้นทางคมนาคมสะดวก เช่น ถนน ราง สนามบิน เป็นต้น	3.82	0.93	มาก
3.76	0.97	มาก	2.3 ความหลากหลายของช่องทางการเดินทาง เช่น รถยนต์ส่วนตัว รถขนส่งสาธารณะ รถไฟ เครื่องบิน เป็นต้น	3.90	0.90	มาก
3.84	0.94	มาก	2.4 สถานีขนส่งมีความพร้อม เช่น สถานีขนส่งผู้โดยสาร สถานีรถไฟ ท่าอากาศยาน เป็นต้น	3.93	0.94	มาก
3.76	0.78	มาก	รวม	3.85	0.73	มาก

จากตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5 As ด้านความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities) พบว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีระดับความคาดหวัง “ระดับมาก” มีค่าเฉลี่ย 3.76 โดยมีความหวังสูงสุด 3 อันดับแรก คือ อันดับ 1 สถานีขนส่งมีความพร้อม เช่น สถานีขนส่งผู้โดยสาร สถานีรถไฟ ท่าอากาศยาน เป็นต้น อันดับ 2 ความหลากหลายของช่องทางการเดินทาง เช่น รถยนต์ส่วนตัว รถขนส่งสาธารณะ รถไฟ เครื่องบิน และเส้นทางคมนาคมสะดวก เช่น ถนน ราง สนามบิน และอันดับ 3 ป้ายบอกทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวชัดเจน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As ด้านความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities) พบว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีระดับความพึงพอใจ “ระดับมาก” มีค่าเฉลี่ย 3.85 โดยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับ คือ อันดับ 1 สถานีขนส่งมีความพร้อม เช่น สถานีขนส่งผู้โดยสาร สถานีรถไฟ ท่าอากาศยาน เป็นต้น อันดับ 2 ความหลากหลายของช่องทางการเดินทาง เช่น รถยนต์ส่วนตัว รถขนส่งสาธารณะ รถไฟ เครื่องบิน และอันดับ 3 เส้นทางคมนาคมสะดวก เช่น ถนน ราง สนามบิน

จากข้อมูลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการทั้ง 2 ส่วน สะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีพฤติกรรมการใช้บริการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาโดยมีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวัง

1.3 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)

ตารางที่ 22 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

ความคาดหวัง			องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As	ความพึงพอใจ		
ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	เกณฑ์การแปลผล		ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	เกณฑ์การแปลผล
			3 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)			
3.78	0.96	มาก	3.1 ความสะอาดสุขสบายของร้านอาหารและเครื่องดื่ม	3.85	0.86	มาก
3.80	0.96	มาก	3.2 มีร้านอาหารฮาลาลบริการอย่างเพียงพอ	3.90	0.99	มาก
3.81	1.01	มาก	3.3 ความหลากหลายของอาหารฮาลาล	3.86	0.95	มาก
3.76	0.96	มาก	3.4 ความสะอาดของอาหารฮาลาล	3.80	0.90	มาก
3.75	0.97	มาก	3.5 ความเหมาะสมของราคาอาหารฮาลาล	3.74	0.92	มาก
3.78	0.96	มาก	3.6 ความพร้อมของสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)	3.82	0.93	มาก
3.84	0.98	มาก	3.7 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีการจัดแยกชายหญิง	3.96	0.92	มาก
3.84	0.99	มาก	3.8 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีความสะอาด	3.76	0.89	มาก
3.81	1.00	มาก	3.9 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีพระมูปละหมาด	3.62	0.98	มาก
3.77	0.97	มาก	3.10 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีบริการชุดละหมาด ชาย และหญิง อย่างเพียงพอ	3.70	0.89	มาก
3.76	0.99	มาก	3.11 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีตารางระบุเวลาละหมาด	3.65	1.03	มาก
3.82	0.97	มาก	3.12 ความเหมาะสมของที่ทำน้ำละหมาดแยกชายหญิงชัดเจน	3.80	0.97	มาก
3.82	0.99	มาก	3.13 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีเครื่องหมายระบุทิศละหมาด(กิบลัต)	3.80	0.95	มาก
3.74	1.00	มาก	3.14 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีการกระจายอยู่โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว	3.63	0.93	มาก
3.72	1.00	มาก	3.15 ความสะอาดของห้องน้ำ	3.46	1.02	ปานกลาง
3.64	1.04	มาก	3.16 ห้องน้ำมีการติดตั้งสายชำระ	3.39	1.05	ปานกลาง
3.66	0.99	มาก	3.17 ห้องน้ำมีความเพียงพอ	3.49	0.96	ปานกลาง
3.74	0.92	มาก	3.18 ความพร้อมของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวกระจายโดยรอบแหล่งท่องเที่ยว	3.68	0.91	มาก
3.77	0.97	มาก	3.19 คุณภาพของระบบเทคโนโลยี เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	3.75	0.95	มาก
3.68	0.95	มาก	3.20 กระบวนการให้บริการสะดวกและรวดเร็ว	3.64	0.90	มาก
3.76	0.91	มาก	3.21 สิ่งอำนวยความสะดวกมีความน่าเชื่อถือไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม	3.72	0.91	มาก
3.76	0.76	มาก	รวม	3.73	0.64	มาก

จากตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5 As ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) พบว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีระดับความคาดหวัง “ระดับมาก” มีค่าเฉลี่ย 3.76 โดยมีความคาดหวังสูงสุด 5 อันดับแรก คือ อันดับ 1 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) มีการจัดแยกชายหญิงและสถานที่ละหมาดมีความสะอาด อันดับ 2 ความเหมาะสมของที่ทำน้ำละหมาดแยกชายหญิงชัดเจน และสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) มีเครื่องหมายระบุทิศละหมาด (กิบลัต) อันดับ 3 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) มีพรมปูละหมาด อันดับ 4 มีร้านอาหารฮาลาล บริการอย่างเพียงพอ และอันดับ 5 ความสะดวกสบายของร้านอาหารและเครื่องดื่มและความพร้อมของสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) พบว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีระดับความพึงพอใจ “ระดับมาก” มีค่าเฉลี่ย 3.73 โดยมีความพึงพอใจสูงสุด 5 อันดับ คือ อันดับ 1 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) มีการจัดแยกชายหญิง อันดับ 2 มีร้านอาหารฮาลาลบริการ อย่างเพียงพอ อันดับ 3 ความหลากหลายของอาหารฮาลาล อันดับ 4 ความสะดวกสบายของร้านอาหารและเครื่องดื่ม และอันดับ 5 ความพร้อมของสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการทั้ง 2 ส่วน สะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีพฤติกรรมการใช้บริการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาโดยมีความคาดหวังมากกว่าความพึงพอใจ

ดังนั้น เพื่อการยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีพฤติกรรมการใช้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา ควรปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) การจัดบริการพรมสำหรับปูละหมาดให้มีจำนวนเพิ่มขึ้น 2) การประกาศตารางระบุเวลาละหมาด 3) การติดเครื่องหมายระบุทิศละหมาด (กิบลัต) 4) การเพิ่มสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ในแหล่งท่องเที่ยว 5) การติดตั้งสายชำระในห้องน้ำ 9) การบริการสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว

1.4 ที่พัก (Accommodations)

ตารางที่ 23 ที่พัก

ความคาดหวัง			องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As	ความพึงพอใจ		
ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	เกณฑ์การแปลผล		ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	เกณฑ์การแปลผล
4. ที่พัก (Accommodations)						
3.81	0.93	มาก	4.1 ที่พักมีความเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.85	0.87	มาก
3.78	0.95	มาก	4.2 มีที่พักที่ได้มาตรฐานฮาลาลเปิดบริการ	3.70	0.95	มาก
3.75	1.02	มาก	4.3 ห้องพักรวมการระบุทิศละหมาด(กิบลัต)	3.50	1.11	ปานกลาง
3.69	1.03	มาก	4.4 ห้องพักรวมการบริการพระมสำหรับปูละหมาด	3.44	1.12	ปานกลาง
3.79	0.95	มาก	4.5 ห้องน้ำมีการติดตั้งสายชำระ	3.75	1.02	มาก
3.59	1.02	มาก	4.6 มีบริการตารางระบุเวลาละหมาดในห้องพัก	3.38	1.13	ปานกลาง
3.79	1.00	มาก	4.7 มีบริการอาหารฮาลาล	3.75	1.04	มาก
3.74	0.93	มาก	4.8 อัตราค่าบริการเหมาะสม	3.62	0.96	มาก
3.75	0.93	มาก	4.9 บุคลากรให้บริการสุภาพและเป็นมิตร	3.77	0.91	มาก
3.80	0.95	มาก	4.10 กระบวนการให้บริการมีความสะดวกและรวดเร็ว	3.75	0.95	มาก
3.77	0.77	มาก	รวม	3.67	0.74	มาก

จากตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5 As ด้านที่พัก (Accommodations) พบว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีระดับความคาดหวัง “ระดับมาก” มีค่าเฉลี่ย 3.77 โดยมีความคาดหวัง 3 อันดับแรก คือ อันดับ 1 ที่พักมีความเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว อันดับ 2 กระบวนการให้บริการมีความสะดวกและรวดเร็ว และอันดับ 3 มีบริการอาหารฮาลาลและห้องน้ำมีการติดตั้งสายชำระ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5 As ด้านที่พัก (Accommodations) พบว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีระดับความพึงพอใจ “ระดับมาก” มีค่าเฉลี่ย 3.67 โดยมีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก คือ อันดับ 1 ที่พักมีความเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว อันดับ 2 บุคลากรให้บริการสุภาพและเป็นมิตร และอันดับ 3 ห้องน้ำมีการติดตั้งสายชำระ กระบวนการให้บริการมีความสะดวกและรวดเร็วและมีบริการอาหารฮาลาล

จากข้อมูลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการทั้ง 2 ส่วน สะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีพฤติกรรมการใช้บริการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาโดยมีความคาดหวังมากกว่าความพึงพอใจ

ดังนั้น เพื่อเป็นการยกระดับความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมต่อพฤติกรรมการใช้บริการ ควรปรับที่พัก คือ 1) การติดเครื่องหมายระบุทิศละหมาด (กิบลัต) ในห้องพัก 2) การจัดบริการพรหมสำหรับปูละหมาดในห้องพัก และ 3) การประกาศตารางเวลาละหมาดในห้องพัก

1.5 กิจกรรม (Activities)

ตารางที่ 24 กิจกรรม

ความคาดหวัง			องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As	ความพึงพอใจ		
ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	เกณฑ์การแปลผล		ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	เกณฑ์การแปลผล
			5. กิจกรรม (Activities)			
3.80	0.97	มาก	5.1 กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	3.78	0.92	มาก
3.83	0.91	มาก	5.2 กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมและเอื้อต่อการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม	3.79	0.96	มาก
3.73	0.96	มาก	5.3 แหล่งท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม	3.63	0.95	มาก
3.74	0.97	มาก	5.4 บุคลากรให้บริการสุภาพและเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม	3.73	0.95	มาก
3.74	0.98	มาก	5.5 บุคลากรมีความเข้าใจต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม	3.76	0.97	มาก
3.78	0.94	มาก	5.6 อัตราค่าบริการการทำกิจกรรมมีความเหมาะสม	3.71	0.92	มาก
3.76	0.96	มาก	5.7 สภาพแวดล้อมของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	3.75	0.90	มาก
3.77	0.96	มาก	5.8 กระบวนการให้บริการมีความสะดวก รวดเร็ว	3.76	0.87	มาก
3.83	0.98	มาก	5.9 บุคลากรใส่ใจในการบริการและให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มใจ	3.76	0.98	มาก
3.77	0.79	มาก	รวม	3.74	0.72	มาก

จากตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5 As ด้านกิจกรรม (Activities) พบว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีระดับความคาดหวัง “ระดับมาก” มีค่าเฉลี่ย 3.77 โดยมีความคาดหวังสูงสุด 3 อันดับแรก คือ อันดับ 1 บุคลากรใส่ใจในการบริการและให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มใจและกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมและเอื้อต่อการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม อันดับ 2 กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย และอันดับ 3 อัตราค่าบริการการทำกิจกรรมมีความเหมาะสม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5 As ด้านกิจกรรม (Activities) พบว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีระดับความพึงพอใจ “ระดับมาก” มีค่าเฉลี่ย 3.74 โดยมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ อันดับ 1 กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมและเอื้อต่อการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม อันดับ 2 กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย และอันดับ 3 บุคลากรมีความเข้าใจต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม กระบวนการให้บริการมีความสะดวกรวดเร็วและบุคลากรใส่ใจในการบริการและให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มใจ

จากข้อมูลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการทั้ง 2 ส่วน สะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีพฤติกรรมการมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาโดยมีความคาดหวังมากกว่าความพึงพอใจในระดับมาก

ดังนั้น เพื่อเป็นการยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรปรับปรุงด้านแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสำคัญต่อการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเพิ่มขึ้นและปรับปรุงด้านบุคลากรในการให้ความใส่ใจต่อการให้บริการและให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวอย่างเต็มใจ

2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติสถิติการแจกแจงแบบที่ (Paired sample t-test) มาวิเคราะห์เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มที่มีความสัมพันธ์กัน คือ ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาที่มีความสัมพันธ์กัน โดยการใช้สถิติการแจกแจงแบบที่ (Paired-sample t-test) และแปลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติโดยแสดงผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

2.1 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions)

ตารางที่ 25 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions)		Mean	T	P value
		ค่าเฉลี่ย		
คู่มือที่ 1 ทรัพยากรท่องเที่ยวทาง	ความคาดหวัง	3.62	-3.68	.00
ธรรมชาติ	ความพึงพอใจ	3.81		
คู่มือที่ 2 ทรัพยากรท่องเที่ยวทาง	ความคาดหวัง	3.57	-5.36	.00
วัฒนธรรมและวิถีชีวิต	ความพึงพอใจ	3.84		
คู่มือที่ 3 ทรัพยากรท่องเที่ยวทาง	ความคาดหวัง	3.73	-3.73	.00
ทะเล	ความพึงพอใจ	3.93		
คู่มือที่ 4 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีความ	ความคาดหวัง	3.69	-2.45	.01
อุดมสมบูรณ์	ความพึงพอใจ	3.82		
คู่มือที่ 5 แหล่งท่องเที่ยวที่มีความโด	ความคาดหวัง	3.79	-1.92	.05
เด่นและมีเสน่ห์	ความพึงพอใจ	3.89		
คู่มือที่ 6 แหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็น	ความคาดหวัง	3.73	-3.57	.00
เอกลักษณ์	ความพึงพอใจ	3.92		
คู่มือที่ 7 แหล่งท่องเที่ยวสร้าง	ความคาดหวัง	3.71	-1.96	.05
ประสบการณ์ใหม่	ความพึงพอใจ	3.82		
คู่มือที่ 8 แหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งดึงดูด	ความคาดหวัง	3.76	-1.00	.31
ที่ไม่ขัดต่อทฤษฎีวิทยาศาสตร์	ความพึงพอใจ	3.82		
อิสลาม				
รวม		3.77	-4.15	.00

หมายเหตุ : ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.05 มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์ ค่า P value พบว่า คู่มือที่ 1 ถึง คู่มือที่ 7 ความพึงพอใจและความคาดหวังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงกว่าค่าเฉลี่ยความคาดหวัง ยกเว้นคู่มือที่ 8 ไม่มีความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.2 ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities)

ตารางที่ 26 ความสามารถในการเข้าถึง

2. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities)		Mean	t	P value
		ค่าเฉลี่ย		
คู่มือ 1 ป้ายบอกทางเข้าถึง	ความคาดหวัง	3.72	-.88	.37
แหล่งท่องเที่ยวชัดเจน	ความพึงพอใจ	3.77		
คู่มือ 2 เส้นทางคมนาคม	ความคาดหวัง	3.76	-1.22	.22
สะดวก เช่น ถนน ราง	ความพึงพอใจ	3.82		
สนามบิน เป็นต้น				
คู่มือ 3 ความหลากหลายของ	ความคาดหวัง	3.76	-2.85	.00
ช่องทางการเดินทาง เช่น	ความพึงพอใจ	3.90		
รถยนต์ส่วนตัว รถขนส่ง				
สาธารณะ รถไฟ เครื่องบิน				
เป็นต้น				
คู่มือ 4 สถานีขนส่งมีความ	ความคาดหวัง	3.84	-1.80	.07
พร้อม เช่น สถานีขนส่ง	ความพึงพอใจ	3.93		
ผู้โดยสาร สถานีรถไฟ ท่า				
อากาศยาน เป็นต้น				
รวม		3.80	-2.11	.03

หมายเหตุ : ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.05 มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์ ค่า P value พบว่า คู่มือ 3 ความพึงพอใจและความคาดหวังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าค่าเฉลี่ยความคาดหวัง ส่วนคู่มือ 1 คู่มือ 2 และคู่มือ 4 ไม่มีความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.3 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)

ตารางที่ 27 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)		Mean	t	P value	
		ค่าเฉลี่ย			
คู่ที่ 1	ความสะดวกสบายของ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	ความคาดหวัง ความพึงพอใจ	3.78	-1.28	.20
คู่ที่ 2	มีร้านอาหารฮาลาลบริการ อย่างเพียงพอ	ความคาดหวัง ความพึงพอใจ	3.80	-1.92	.05
คู่ที่ 3	ความหลากหลายของ อาหารฮาลาล	ความคาดหวัง ความพึงพอใจ	3.81	-.92	.35
คู่ที่ 4	ความสะอาดของร้านอาหาร	ความคาดหวัง ความพึงพอใจ	3.76	-.77	.43
คู่ที่ 5	ความเหมาะสมของราคา อาหารฮาลาล	ความคาดหวัง ความพึงพอใจ	3.75	.22	.81
คู่ที่ 6	ความพร้อมของสถานที่ ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)	ความคาดหวัง ความพึงพอใจ	3.78	-.52	.59
คู่ที่ 7	สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)มีการจัดแยกชายหญิง	ความคาดหวัง ความพึงพอใจ	3.84	-2.12	.03
คู่ที่ 8	สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)มีความสะอาด	ความคาดหวัง ความพึงพอใจ	3.84	1.49	.13
คู่ที่ 9	สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)มีพรมปูละหมาด	ความคาดหวัง ความพึงพอใจ	3.81	3.07	.00
คู่ที่ 10	สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)มีการบริการชุดละหมาด ชายและหญิงอย่างเพียงพอ	ความคาดหวัง ความพึงพอใจ	3.77	1.19	.23
คู่ที่ 11	สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)มีตารางระบุเวลา ละหมาด	ความคาดหวัง ความพึงพอใจ	3.76	1.96	.05
คู่ที่ 12	ความเหมาะสมของที่ทำน้ำ ละหมาดแยกชาย หญิงชัดเจน	ความคาดหวัง ความพึงพอใจ	3.82	.36	.71

ตารางที่ 25 (ต่อ)

3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)		Mean	t	P value
		ค่าเฉลี่ย		
คู่ที่ 13 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)มีเครื่องหมายระบุทิศ ละหมาด(กิบลัต)	ความคาดหวัง	3.82	.30	.76
	ความพึงพอใจ	3.80		
คู่ที่ 14 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)มีการกระจายอยู่ โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว	ความคาดหวัง	3.74	.10	1.78
	ความพึงพอใจ	3.63		
คู่ที่ 15 ความสะอาดของห้องน้ำ	ความคาดหวัง	3.72	4.10	.00
	ความพึงพอใจ	3.46		
คู่ที่ 16 ห้องน้ำการติดตั้งสาย ชำระ	ความคาดหวัง	3.64	3.70	.00
	ความพึงพอใจ	3.39		
คู่ที่ 17 ห้องน้ำมีความเพียงพอ	ความคาดหวัง	3.66	2.61	.00
	ความพึงพอใจ	3.49		
คู่ที่ 18 ความพร้อมของ ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว กระจายโดยรอบแหล่งท่องเที่ยว	ความคาดหวัง	3.74	1.02	.30
	ความพึงพอใจ	3.68		
คู่ที่ 19 คุณภาพของระบบ เทคโนโลยี เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	ความคาดหวัง	3.77	.27	.78
	ความพึงพอใจ	3.75		
คู่ที่ 20 กระบวนการให้บริการ สะดวกและรวดเร็ว	ความคาดหวัง	3.68	.709	.47
	ความพึงพอใจ	3.64		
คู่ที่ 21 สิ่งอำนวยความสะดวกมี ความน่าเชื่อถือไม่ขัดต่อ บทบัญญัติศาสนาอิสลาม	ความคาดหวัง	3.76	.74	.45
	ความพึงพอใจ	3.72		
รวม		3.74	.80	.42

หมายเหตุ : ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.05 มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางที่ 28 ผลการวิเคราะห์ ค่า P value พบว่า คู่ที่ 2 คู่ที่ 7 คู่ที่ 9 คู่ที่ 11 คู่ที่ 15 คู่ที่ 16 คู่ที่ 17 ความพึงพอใจและความคาดหวังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นคู่ที่ 1 คู่ที่ 3 คู่ที่ 4 คู่ที่ 5 คู่ที่ 6 คู่ที่ 8 คู่ที่ 10 คู่ที่ 12 คู่ที่ 13 คู่ที่ 14 คู่ที่ 18 คู่ที่ 19 คู่ที่ 20 และคู่ที่ 21 ไม่มีความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.4 ที่พัก (Accommodation)

ตารางที่ 28 ที่พัก

4. ที่พัก (Accommodations)		Mean	t	P value
		ค่าเฉลี่ย		
คู่ที่ 1 ที่พักมีความเพียงพอต่อความต้องการ ของนักท่องเที่ยว	ความคาดหวัง	3.81	-.80	.42
	ความพึงพอใจ	3.85		
คู่ที่ 2 มีที่พักที่ได้มาตรฐานฮาลาลเปิด บริการ	ความคาดหวัง	3.78	1.40	.16
	ความพึงพอใจ	3.70		
คู่ที่ 3 ที่พักมีระบุที่สะอาด(กิบล์ต)	ความคาดหวัง	3.75	3.90	.00
	ความพึงพอใจ	3.50		
คู่ที่ 4 ห้องพักมีบริการพร้อมสะอาด	ความคาดหวัง	3.69	3.97	.00
	ความพึงพอใจ	3.44		
คู่ที่ 5 ห้องพักมีการติดตั้งสายชำระ	ความคาดหวัง	3.79	.79	.42
	ความพึงพอใจ	3.75		
คู่ที่ 6 มีบริการตารางระยะเวลาสะอาดใน ห้องพัก	ความคาดหวัง	3.59	3.39	.00
	ความพึงพอใจ	3.38		
คู่ที่ 7 มีบริการอาหารฮาลาล	ความคาดหวัง	3.79	.74	.45
	ความพึงพอใจ	3.75		
คู่ที่ 8 อัตราค่าบริการเหมาะสม	ความคาดหวัง	3.74	2.02	.04
	ความพึงพอใจ	3.62		
คู่ที่ 9 บุคลากรให้บริการสุภาพและเป็นมิตร	ความคาดหวัง	3.75	-.36	.71
	ความพึงพอใจ	3.77		
คู่ที่ 10 กระบวนการให้บริการมีความ สะดวกและรวดเร็ว	ความคาดหวัง	3.80	.90	.36
	ความพึงพอใจ	3.75		
รวม		3.72	2.03	.04

หมายเหตุ : ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.05 มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางที่ 28 ผลการวิเคราะห์ ค่า P value พบว่า คู่ที่ 3 คู่ที่ 4 คู่ที่ 6 คู่ที่ 8 ความพึงพอใจ และความคาดหวังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนคู่ที่ 1 คู่ที่ 2 คู่ที่ 5 คู่ที่ 7 คู่ที่ 9 และคู่ที่ 10 ไม่มีความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ

2.5 กิจกรรม (Activities)

ตารางที่ 29 กิจกรรม

5. กิจกรรม (Activities)		Mean	t	P value
		ค่าเฉลี่ย		
คู่ที่ 1 กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมี	ความคาดหวัง	3.80	.27	.78
ความหลากหลาย	ความพึงพอใจ	3.78		
คู่ที่ 2 กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมี	ความคาดหวัง	3.83	.78	.43
ความเหมาะสมและเอื้ออำนวยต่อ	ความพึงพอใจ	3.79		
การทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยว				
ชาวมุสลิม				
คู่ที่ 3 แหล่งท่องเที่ยวให้	ความคาดหวัง	3.73	1.78	.07
ความสำคัญต่อการทำกิจกรรมของ	ความพึงพอใจ	3.63		
นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม				
คู่ที่ 4 บุคลากรให้บริการสุภาพและ	ความคาดหวัง	3.74	.12	.89
เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม	ความพึงพอใจ	3.73		
คู่ที่ 5 บุคลากรมีความเข้าใจต่อ	ความคาดหวัง	3.74	-.25	.79
บทบัญญัติศาสนาอิสลาม	ความพึงพอใจ	3.76		
คู่ที่ 6 อัตราค่าบริการการทำ	ความคาดหวัง	3.78	1.1	.24
กิจกรรมมีความเหมาะสม	ความพึงพอใจ	3.71		
คู่ที่ 7 สภาพแวดล้อมของกิจกรรม	ความคาดหวัง	3.76	.31	.75
ในแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	ความพึงพอใจ	3.75		
คู่ที่ 8 กระบวนการให้บริการมี	ความคาดหวัง	3.77	.22	.82
ความสะดวกและรวดเร็ว	ความพึงพอใจ	3.76		
คู่ที่ 9 บุคลากรใส่ใจในการบริการ	ความคาดหวัง	3.83	1.17	.24
และให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มใจ	ความพึงพอใจ	3.76		
รวม		3.75	.57	.56

หมายเหตุ : ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.05 มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางที่ 29 ผลการวิเคราะห์ ค่า P value พบว่า ไม่มีความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากผลการวิเคราะห์สถิติแบบที่ (Paired sample t-test) สรุปได้ว่า ค่า P value ในแต่ละประเด็นที่มีค่าน้อยกว่า .05 ซึ่งพบว่ามี คู่ที่ 1 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) คู่ที่ 2 ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities) และคู่ที่ 4 ที่พัก (Accommodations) ความคาดหวังและความพึงพอใจมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วน คู่ที่ 3 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) และคู่ที่ 5 กิจกรรม (Activities) ไม่มีความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งการวิเคราะห์สถิติบรรยายและสถิติการแจกแจงแบบที่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลามีพฤติกรรมการใช้บริการด้านความพึงพอใจในระดับมาก แต่ในขณะที่เดียวกันองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As ที่นำมาเป็นแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า มีองค์ประกอบที่ต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมและยกระดับขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลาได้อย่างไม่ขัดกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ได้แก่ 1) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) คือ คู่ที่ 9 สถานที่ละหมาดมีพรมปูละหมาด คู่ที่ 11 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีการประกาศตารางเวลาระบุดะหมาด คู่ที่ 15 ความสะอาดของห้องน้ำ คู่ที่ 16 ห้องน้ำมีสายชำระ และคู่ที่ 17 ห้องน้ำมีความเพียงพอ 2) ด้านที่พัก (Accommodations) ที่จำเป็นต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงอย่างเร่งด่วนเพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม คู่ที่ 3 ห้องพักรมีเครื่องหมายระบุทิศละหมาด (กิบลัต) คู่ที่ 4 ห้องพักรมีการบริการพรมปูละหมาด คู่ที่ 6 มีประกาศตารางระบุดะหมาดในห้องพัก และคู่ที่ 8 อัตราค่าบริการที่เหมาะสม ที่จำเป็นต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงอย่างเร่งด่วน เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม เนื่องจากค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงกว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ส่วนด้านอื่นๆ นั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมและเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมให้มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ต้องมีการรักษาพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง อันจะนำไปสู่การตอบสนองสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้เป็นอย่างดีและเหมาะสม

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ขีดความสามารถในท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

การวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์ที่ 4 วิเคราะห์ขีดความสามารถในท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลาสถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัด โดยอธิบายผ่านเครื่องมือ 5 ประเภทดังนี้

1. การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว (A model of destination competitiveness) ของ Ritchie and Crouch โดยวิเคราะห์ทรัพยากรหลัก (Resource endowment) คือ องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As และ 2) ทรัพยากรสนับสนุน (Resource deployment) คือ บทบัญญัติศาสนาอิสลาม ได้แก่ อาหารฮาลาลและการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)

1.1 ทรัพยากรหลัก (Resource endowment) เป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาที่มีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม โดยจำแนกตามแนวคิดองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5 As ได้แก่

1.1.1 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) พบว่า จังหวัดสงขลามีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ได้แก่ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางทะเล ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลานั้นมีการกระจายครอบคลุม ทั้ง 16 อำเภอของจังหวัดสงขลาที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถมาท่องเที่ยวและเยี่ยมชมได้อย่างทั่วถึง อีกทั้งยังมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ของกลุ่มเป้าหมาย กล่าวว่า “จังหวัดสงขลามีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย” และมีความพร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ อีกทั้งผลการวิเคราะห์จากการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีความพึงพอใจในระดับมากต่อสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา และผลการวิเคราะห์การแจกแจงแบบที (Paired sample t-test) พบว่า สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการพัฒนาและยกระดับขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

1.1.2 ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities) เป็นที่ทราบกันว่าจังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดศูนย์กลางการเดินทาง ศูนย์กลางการค้าการลงทุน และศูนย์กลางการท่องเที่ยว ในเขตภูมิศาสตร์ภาคใต้ตอนล่าง จึงทำให้จังหวัดสงขลาที่มีความหลากหลายของการเดินทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ทั้งทางบก ทางอากาศ และทางรถไฟ โดยเฉพาะทางอากาศ จังหวัดสงขลา มีท่าอากาศยานนานาชาติ เป็นท่าอากาศยาน 1 ใน 6 ท่าอากาศยานที่สำคัญของประเทศ จึงเป็นความได้เปรียบที่ทำให้นักท่องเที่ยวหรือการค้าการลงทุนเข้ามาท่องเที่ยวและลงทุนในภาคธุรกิจต่างๆ โดยข้อมูลที่ได้กล่าวมาข้างต้นมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์จากกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งจังหวัดสงขลา มีความพร้อมและมีความหลากหลายของการเข้าถึง รวมถึงมีทางหลวงที่เชื่อมต่อกับประเทศมาเลเซีย

ทั้ง 3 ด้านพรมแดนที่ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ด้วยระยะทางที่ไม่ไกลมากจนเกินไปใช้เวลาในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวประมาณ 1-2 ชั่วโมง มีพฤติกรรมการใช้บริการด้านความพึงพอใจระดับมาก และผลการวิเคราะห์การแจกแจงแบบที่ (Paired sample t-test) พบว่า ความสามารถในการเข้าถึงมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการพัฒนาและยกระดับขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

1.1.3 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า จังหวัดสงขลาที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ที่ทำหน้าบริการนักท่องเที่ยวให้มีความสะดวกต่อการมาท่องเที่ยวยังจังหวัดสงขลา จากผลการวิเคราะห์ผลสัมภาษณ์ของกลุ่มเป้าหมาย โดยผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า สิ่งอำนวยความสะดวกนั้นเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ซึ่งจังหวัดสงขลาที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีความต้องการใช้บริการ คือ อาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ที่เพียงพอและกระจายครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการใช้บริการด้านความพึงพอใจระดับมาก และผลการวิเคราะห์การแจกแจงแบบที่ (Paired sample t-test) พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการพัฒนาและยกระดับขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

1.1.4 ที่พัก (Accommodations) จังหวัดสงขลาที่มีที่พักที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการได้อย่างเพียงพอ และมีการกระจายตัวตั้งในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสงขลา จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถใช้บริการได้สะดวกสบายต่อการมาท่องเที่ยว แต่หากที่พักรฮาลาลยังไม่เพียงพอซึ่งนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถใช้บริการที่พักทั่วไปได้ รวมถึงจังหวัดสงขลาที่มีที่พักโดยมีห้องพักมากเป็นอันดับ 4 จาก 14 จังหวัดภาคใต้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่ให้สัมภาษณ์โดยกล่าวว่า ปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจที่พักของจังหวัดสงขลาเริ่มมีการปรับปรุงที่พักให้มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม โดยการปรับปรุงห้องอาหารให้เป็นห้องอาหารที่มีมาตรฐานฮาลาลการปรับปรุงห้องพักที่มีการติดตั้งสายชำระในห้องน้ำ การติดเครื่องหมายระบุทิศละหมาด (กิบลัต) สำหรับการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) เพื่อเตรียมความพร้อมในการเติบโตของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในอนาคต และนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการใช้บริการด้านความพึงพอใจระดับมาก และผลการวิเคราะห์การแจกแจงแบบที่ (Paired sample t-test) พบว่า ที่พักมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการพัฒนาและยกระดับขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

1.1.5 กิจกรรม (Activities) ด้วยสภาพภูมิศาสตร์ของจังหวัดสงขลาที่มีความหลากหลายทางด้านทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ ภูเขา ทะเล หรือแม้กระทั่งทรัพยากรทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต รวมถึงกิจกรรมการช้อปปิ้ง จึงส่งผลให้จังหวัดสงขลาที่มีกิจกรรมทางการ

ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย อันส่งผลให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการได้อย่างเพลิดเพลินและสนุกสนาน และนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการใช้บริการด้านความพึงพอใจระดับมาก และผลการวิเคราะห์การแจกแจงแบบที่ (Paired sample t-test) พบว่า กิจกรรมไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการพัฒนาและยกระดับขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

1.2 ทรัพยากรสนับสนุน (Resource deployment) เป็นทรัพยากรที่สนับสนุนที่มีความสำคัญในระดับมากต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม โดยทรัพยากรสนับสนุนในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ได้แก่ อาหารฮาลาลและการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) เนื่องด้วยนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจะมีวิถีชีวิตที่มีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น โดยนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจะมีความเคร่งครัดในการปฏิบัติตามบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ทั้งการอยู่ประจำที่ภูมิลำเนาและการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งบทบัญญัติที่มีความชัดเจนคือ อาหารฮาลาลและการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)

1.2.1 อาหารฮาลาล เป็นอาหารที่ศาสนาอิสลามอนุมัติให้ชาวมุสลิมสามารถรับประทานได้อย่างมั่นใจไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม จากการเก็บรวบรวมข้อมูลพบว่าจังหวัดสงขลามีร้านอาหารฮาลาล บริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสงขลา ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย กล่าวว่า จังหวัดสงขลามีร้านอาหารที่เพียงพอต่อการมาใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา และมีการเพิ่มจำนวนร้านอาหารฮาลาลเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งห้องอาหารของโรงแรมและที่พัก โดยมีการปรับปรุงห้องอาหารให้มีมาตรฐานฮาลาล เพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

1.2.2 การปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) เป็นศาสนกิจที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเป็นอย่างยิ่ง การละหมาดนั้นจะมีการปฏิบัติวันละ 5 ครั้ง เริ่มตั้งแต่เวลาเช้าตรู่จนกระทั่งเวลากลางคืน โดยบทบัญญัติการละหมาดไม่สามารถละเว้นได้ แต่หากมีการเดินทางท่องเที่ยวมีบทบัญญัติสำหรับการละหมาดในขณะเดินทางท่องเที่ยว จากการศึกษาข้อมูลพบว่าจังหวัดสงขลามีมัสยิดรวม 393 มัสยิด ครอบคลุม 16 อำเภอของจังหวัดสงขลาที่เป็นสถานที่สำหรับการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม โดยมีความสอดคล้องกับผู้ให้สัมภาษณ์โดยระบุว่า สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ของจังหวัดสงขลาเพียงพอต่อการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา แต่ต้องจัดบริการเพิ่มเติมในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา

จากการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลาใช้แนวคิดการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว (A model of destination competitiveness) ของ Ritchie and Crouch โดยวิเคราะห์ทรัพยากรหลัก (Resource endowment) คือ องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As และ 2) ทรัพยากรสนับสนุน (Resource deployment) คือ บทบัญญัติ

ศาสนาอิสลาม ได้แก่ อาหารฮาลาล การปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) อันสะท้อนให้เห็นว่าจังหวัดสงขลามีความพร้อมในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ทั้งความพร้อมด้านทรัพยากรหลัก (Resource endowment) และทรัพยากรสนับสนุน (Resource deployment) สามารถสรุปได้ว่า จังหวัดสงขลามีขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

2. แบบวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก (SWOT Analysis)

เป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์และผลการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายทั้งหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยผลการวิจัยมีดังนี้

2.1 จุดแข็ง (Strength)

จังหวัดสงขลามีความหลากหลายทางทรัพยากรท่องเที่ยว เนื่องจากตั้งอยู่ในภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมทางสภาพอากาศ ภูมิประเทศ มีการเดินทางที่สะดวกสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว อีกทั้งมีรูปแบบการเดินทางที่หลากหลาย เช่น การเดินทางด้วยเครื่องบิน การเดินทางด้วยรถสาธารณะ การเดินทางด้วยรถไฟ มีทางหลวงที่เชื่อมต่อกับประเทศมาเลเซีย ที่เชื่อมโยงด้วยกัน 3 ด่านพรมแดน คือ ด่านสะเดา ด่านบ้านประกอบ และด่านปาดังเบซาร์ นอกจากนี้จังหวัดสงขลามีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ทั้งที่พัก อาหารฮาลาล สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ที่บริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ ด้วยเหตุผลที่จังหวัดสงขลามีความเป็นสังคมแบบพหุวัฒนธรรม ทั้งวัฒนธรรมแบบไทยพุทธ วัฒนธรรมแบบจีน และวัฒนธรรมแบบอิสลาม โดยประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามนั้นสัดส่วนเป็นอันดับ 2 คิดเป็นร้อยละ 33.42 จากจำนวนประชากรทั้งหมด มีมัสยิดจำนวน 393 มัสยิด ครอบคลุม 16 อำเภอของจังหวัดสงขลา (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560: 47) และที่สำคัญจังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่มีราคาการใช้บริการท่องเที่ยวในราคาที่ไม่สูงมาก รวมทั้งการได้รับคุณภาพการบริการที่ดี เช่น อาหารทะเลอร่อยสด สินค้าของฝากต่างๆ รวมทั้งบริษัทนำเที่ยวและบุคลากรที่ให้บริการทางการท่องเที่ยวที่ให้บริการจังหวัดสงขลามีความเข้าใจต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลามในการจัดโปรแกรมนำเที่ยวที่มีความสอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ทั้งการจัดบริการอาหารฮาลาลและการจัดเวลาที่เหมาะสมในการบริการสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้นสามารถสรุปจุดแข็งของจังหวัดสงขลาได้ดังต่อไปนี้

- 1) มีความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยว
- 2) มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศมาเลเซีย มีด่านพรมแดน 3 ด่าน ได้แก่ ด่านสะเดา ด่าน ปาดังเบซาร์
- 3) มีร้านอาหารฮาลาลบริการอย่างเพียงพอ
- 4) มีสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) กระจายโดยรอบแหล่งท่องเที่ยว

5) องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As มีความพร้อมต่อการให้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

2.2 จุดอ่อน (Weakness)

จังหวัดสงขลายังพบจุดอ่อนที่มีต่อการท่องเที่ยวฮาลาล โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

1) จังหวัดสงขลายังขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ขึ้นมาเพื่อตอบสนองแหล่งท่องเที่ยวใหม่แก่นักท่องเที่ยว

2) จังหวัดสงขลายังขาดการวิเคราะห์กลุ่มตลาดเป้าหมาย (Target group) เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่มาท่องเที่ยวได้ ก่อให้เกิดแนวทางการพัฒนาของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวดังกล่าว

3) ขาดนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาลที่มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม

4) ขาดการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม

5) พิธีการเข้าเมืองของจังหวัดสงขลาที่ด่านพรมแดนสะเดา มีการปฏิบัติงานและอำนวยความสะดวกที่ล่าช้า ใช้เวลาในการผ่านพิธีการเข้าเมืองมากกว่า 3 ชั่วโมง จึงทำให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนเส้นทางการท่องเที่ยวไปเที่ยวจังหวัดอื่นหรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่มีพิธีการเข้าเมืองสะดวกและรวดเร็ว

2.3 โอกาส (Opportunities)

จังหวัดสงขลามีโอกาสต่อการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา สามารถสรุปได้ดังนี้

1) จากที่ตั้งของจังหวัดสงขลาที่ตั้งอยู่ในเขตภูมิศาสตร์ที่ดี มีทั้งภูเขา ทะเล ความหลากหลายทางวัฒนธรรม จึงส่งผลให้จังหวัดสงขลาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย จึงเป็นโอกาสที่ดีที่ทำให้จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเดินทางมาท่องเที่ยว อีกทั้งจังหวัดสงขลาเป็นอาณาเขตที่ติดกับจังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา จังหวัดนราธิวาส และจังหวัดสตูล ที่มีจำนวนประชากรนับถือศาสนาอิสลามเหมือนกัน ทำให้วัฒนธรรมหลักการปฏิบัติที่มีความเหมือนกัน เพราะมีการใช้บทบัญญัติศาสนาอิสลามในการนำมาเป็นหลักปฏิบัติ นอกจากนี้จังหวัดสงขลายังมีด่านพรมแดนที่ติดกับประเทศมาเลเซีย 3 ด่าน ที่ทำหน้าที่ในการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยว และระยะทางไม่ไกลจนเกินไป

2) กระทรวงพาณิชย์ได้มีนโยบายในการผลักดันให้ตลาดน้ำคลองแหของจังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลของภาคใต้ตอนล่าง

3) โครงการความร่วมมือทางเศรษฐกิจ 3 ฝ่าย ได้แก่ ประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย

4) มีท่าอากาศยานนานาชาติ ที่จะเป็นโอกาสให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวยังจังหวัดสงขลา คือ สนามบินนานาชาติหาดใหญ่

2.4 อุปสรรค (Threats)

จังหวัดสงขลามีอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวฮาลาล สามารถสรุปได้ดังนี้

1) นโยบายการจัดปรับเปลี่ยนระบบการขนส่งของจังหวัดสงขลา โดยผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 1 คน กล่าวว่า จังหวัดมีการจำกัดอาณาเขตในการใช้รถโดยสารจากประเทศมาเลเซียเข้ามาท่องเที่ยวยังจังหวัดสงขลา วังนำเที่ยวภายในจังหวัดสงขลาเท่านั้น โดยเริ่มมีการปรับเปลี่ยนตั้งแต่ ปี 2550 เป็นต้นมา แต่หากจะวังกนำเที่ยวนอกเขตจังหวัดสงขลาต้องมีการขออนุญาตที่กรมขนส่ง จึงทำให้เกิดความยุ่งยากต่อการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา นักท่องเที่ยวจึงเปลี่ยนการเดินทางโดยรถบัสเป็นการเดินทางโดยเครื่องบิน โดยบินตรงไปยังจังหวัดภูเก็ต และจังหวัดกระบี่ ที่ในอดีตเคยใช้รถบัสวิ่งผ่านจังหวัดสงขลาแล้วกลับมาจังหวัดสงขลาก่อนที่จะกลับประเทศมาเลเซีย

2) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ นับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

3) ประเทศไทยไม่ได้เป็นสมาชิกองค์การความร่วมมืออิสลาม (OIC) จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลางขาดความเชื่อมั่นต่อการบริการท่องเที่ยวฮาลาลของประเทศไทยและจังหวัดสงขลา จึงมีจำนวนนักท่องเที่ยวจากกลุ่มดังกล่าวเลือกจุดหมายปลายทางอื่นในการไปท่องเที่ยวฮาลาล โดยเฉพาะเลือกไปเที่ยวในกลุ่มประเทศสมาชิกองค์การความร่วมมืออิสลาม

4) จังหวัดสงขลาติดกับจังหวัดที่มีเหตุการณ์ความไม่สงบสามจังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งจังหวัดสงขลามี 4 อำเภอที่ติดต่อกับกลับจังหวัดดังกล่าว ดังนั้นมุมมองด้านความปลอดภัยและทัศนคติที่มีต่อชาวมุสลิมนั้นถูกมองในกลุ่มบุคคลหัวรุนแรง หากมีการประกาศตัวเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวฮาลาลนั้นอาจมีประชาชนในจังหวัดสงขลาแสดงทัศนคติในทางลบ สถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลจึงมีการเติบโตตามจำนวนของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว

5) ภาพลักษณ์ของชาวมุสลิมเป็นกลุ่มหัวรุนแรง

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (SWOT Analysis) จากกลุ่มเป้าหมายและผลการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ที่ 3 ผู้วิจัยขอสรุปเป็นแบบวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก (SWOT Analysis) ดังตารางที่ 30

ตารางที่ 30 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก (SWOT Analysis)

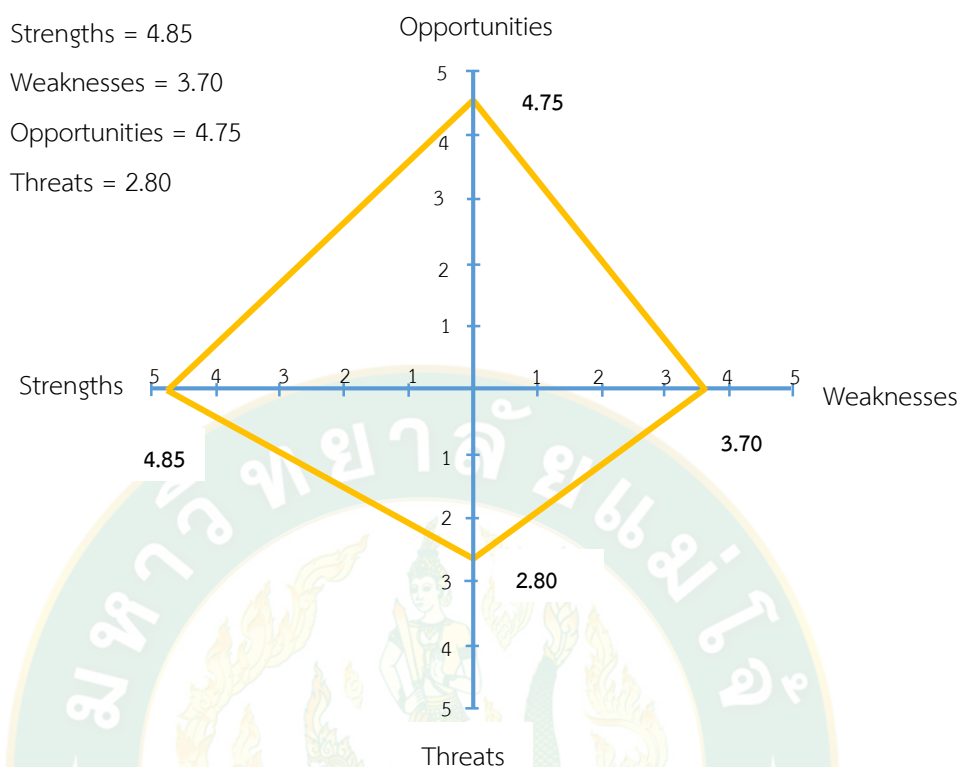
	ปัจจัยด้านบวก (Positive)	ปัจจัยด้านลบ (Negative)
ภายใน Internal factor	จุดแข็ง/Strength 1. มีความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยว : S1 2. มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศมาเลเซีย มีด่านพรมแดน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสะเตา ด้านปาดังเบซาร์ และด้านบ้านประกอบ : S2 3. มีร้านอาหารฮาลาลบริการอย่างเพียงพอ : S3 4. มีสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด) กระจายโดยรอบแหล่งท่องเที่ยว : S4 5. องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As มีความพร้อมต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม: S5	จุดอ่อน/Weakness 1. ขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ : W1 2. ขาดการศึกษากลุ่มตลาดเป้าหมาย (Target group) อย่างจริงจัง : W2 3. ขาดนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาลอย่างเป็นรูปธรรม : W3 4. ขาดการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว : W4 5. การจัดด้านพิธีการเข้า-ออกประเทศ(ด่านพรมแดน) ใช้เวลานานเกินไป : W5
	โอกาส/Opportunities 1. มีทำเลที่ตั้งและภูมิศาสตร์ที่ดี : O1 2. กระทรวงพาณิชย์มีนโยบายผลักดันให้ตลาดน้ำคลองแหของจังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาล : O2 3. มีการตั้งโครงการร่วมมือทางเศรษฐกิจสามฝ่าย ได้แก่ ประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย : O3 4. มีท่าอากาศยานนานาชาติ : O4	อุปสรรค/Threats 1. การเปลี่ยนแปลงนโยบายการใช้รถบัสต่างประเทศวิ่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงกับจังหวัดสงขลา : T1 2. เหตุการณ์ความไม่สงบของสามจังหวัดชายแดนใต้ : T2 3. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศไม่คงที่ : T3 4. ประเทศไทยไม่ได้เป็นสมาชิกขององค์การความร่วมมืออิสลาม (OIC) : T4 5. ภาพลักษณ์ของชาวมุสลิมเป็นกลุ่มหัวรุนแรง : T5
ภายนอก External factor		

ตารางที่ 31 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

ปัจจัยภายใน (Internal factor)	น้ำหนัก (Weight) =1	ระดับ (Rating) 1-5	คะแนน (Score) 5
จุดแข็ง (Strength)			
1.มีความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยว : S1	0.20	5	1.00
2.มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศมาเลเซีย มีด่านพรมแดน 3 ด่าน ได้แก่ ด่านสะเดา ด่านปาดังเบซาร์ และด่านบ้าน ประกอบ : S2	0.15	5	0.75
3.มีร้านอาหารฮาลาลบริการอย่างเพียงพอ : S3	0.25	5	1.25
4.มีสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) กระจายโดยรอบ แหล่งท่องเที่ยว : S4	0.25	5	1.25
5.องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As มีความพร้อม ต่อการให้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม : S5	0.15	4	0.60
รวมคะแนน	1	-	4.85
จุดอ่อน (Weakness)			
1.ขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ : W1	0.15	3	0.45
2.ขาดการศึกษากลุ่มตลาดเป้าหมาย (Target group) อย่างจริงจัง : W2	0.25	4	1.00
3.ขาดนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาลอย่าง เป็นรูปธรรม : W3	0.20	4	0.80
4.ขาดการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว : W4	0.15	4	0.45
5.การจัดด้านพิธีการเข้า-ออกประเทศ(ด่านพรมแดน) ใช้ เวลานานเกินไป : W5	0.25	4	1.00
คะแนนรวม	1	-	3.70

ตารางที่ 32 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

ปัจจัยภายนอก (External factor)	น้ำหนัก (Weight) =1	ระดับ (Rating) 1-5	คะแนน (Score) 5
โอกาส (Opportunities)			
1.มีทำเลที่ตั้งและภูมิศาสตร์ที่ดี : O1	0.25	5	1.25
2.กระทรวงพาณิชย์มีนโยบายผลักดันให้ตลาดน้ำคลองแหของจังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลของภาคใต้ : O2	0.30	5	1.50
3.มีการตั้งโครงการร่วมมือทางเศรษฐกิจสามฝ่าย ได้แก่ ประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย : O3	0.20	5	1.00
4.มีท่าอากาศยานนานาชาติ : O4	0.25	4	1.00
รวมคะแนน	1	-	4.75
อุปสรรค (Threats)			
1.การเปลี่ยนแปลงนโยบายการใช้รถบัสต่างประเทศวิ่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงกับจังหวัดสงขลา : T1	0.20	4	0.80
2.เหตุการณ์ความไม่สงบของสามจังหวัดชายแดนใต้ : T2	0.20	3	0.60
3.อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศไม่คงที่ : T3	0.20	2	0.40
4.ประเทศไทยไม่ได้เป็นสมาชิกขององค์การความร่วมมืออิสลาม : T4	0.20	2	0.40
5.ภาพลักษณ์ของชาวมุสลิมเป็นกลุ่มหัวรุนแรง	0.20	3	0.60
คะแนนรวม	1	-	2.80



ภาพที่ 19 ผลวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก (SWOT Analysis)

จากผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก (SWOT Analysis) พบว่าจังหวัดสงขลามีผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในด้านจุดแข็ง (Strength) ที่มีคะแนน 4.85 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน จึงสามารถสรุปได้ว่าจังหวัดสงขลามีขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาล

3. แบบวิเคราะห์สภาพแวดล้อมปัจจัยภายใน (Internal Factors Analysis

Summary : IFAS) เป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา โดยการนำข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์วิเคราะห์เป็นปัจจัยภายในที่ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ คือ การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength) และการวิเคราะห์จุดอ่อน (Weakness) ของจังหวัดสงขลา เพื่อนำมาสู่การสรุปขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา มีการวิเคราะห์โดยการประเมินค่าคะแนนจากลำดับความสำคัญของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ดังตารางวิเคราะห์ดังตารางที่ 33

ตารางที่ 33 แบบวิเคราะห์สภาพแวดล้อมปัจจัยภายใน (Internal Factors Analysis Summary : IFAS)

ปัจจัยภายใน (Internal factor)	น้ำหนัก	ระดับ	คะแนน
	(Weight) =1	(Rating) 1-5	(Score) 5
จุดแข็ง (Strength)			
1.มีความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยว : S1	0.05	5	0.25
2.มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศมาเลเซีย มีด่านพรมแดน	0.15	5	0.75
3.ด่าน ได้แก่ ด่านสะเดา ด่านปาดังเบซาร์ และด่านบ้าน			
ประกอบ : S2			
3.มีร้านอาหารฮาลาลบริการอย่างเพียงพอ : S3	0.15	5	0.75
4.มีสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) กระจายโดยรอบ	0.15	5	0.75
แหล่งท่องเที่ยว : S4			
5.องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As มีความพร้อม	0.10	4	0.40
ต่อการให้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม : S5			
จุดอ่อน (Weakness)			
1.ขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ : W1	0.05	3	0.15
2.ขาดการศึกษากลุ่มตลาดเป้าหมาย (Target group)	0.10	4	0.40
อย่างจริงจัง : W2			
3.ขาดนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาลอย่างเป็น	0.10	4	0.40
รูปธรรม : W3			
4.ขาดการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และ	0.05	4	0.20
ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว : W4			
5.การจัดด้านพิธีการเข้า-ออกประเทศ(ด่านพรมแดน) ใช้	0.10	4	0.40
เวลานานเกินไป : W5			
คะแนนรวม	1	-	4.45

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมปัจจัยภายใน (Internal Factors Analysis Summary : IFAS) พบว่า ปัจจัยภายในด้านจุดแข็งที่ค่าคะแนนสูง ได้แก่ 1) มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศมาเลเซีย มีด่านพรมแดน 3 ด่าน ได้แก่ ด่านสะเดา ด่านปาดังเบซาร์ และด่านบ้านประกอบ 2) มีร้านอาหาร ฮาลาลบริการอย่างเพียงพอ 3) มีสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) กระจายโดยรอบแหล่งท่องเที่ยว นับว่าเป็นปัจจัยภายในด้านจุดแข็งของจังหวัดสงขลาที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการยกระดับขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

นอกจากนี้ปัจจัยภายในด้านจุดอ่อนพบว่า การจัดการด้านพิธีการเข้า-ออกประเทศ (ด่านพรมแดน) ใช้เวลานานเกินไป ปัจจัยข้อนี้ต้องมีการจัดการเป็นวาระเร่งด่วนเพื่อเป็นการแก้ไขให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงขาดการศึกษากลุ่มตลาดเป้าหมาย (Target group) อย่างจริงจังและขาดการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว จุดอ่อนดังกล่าวต้องมีการกำหนดแนวทางเพื่อแก้ไขและขับเคลื่อน เพื่อผลักดันให้จังหวัดสงขลา มีขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาล

4. แบบวิเคราะห์สภาพแวดล้อมปัจจัยภายนอก (External Factors Analysis Summary : EFAS) เป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา โดยการนำข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์วิเคราะห์เป็นปัจจัยภายนอกที่ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ คือ การวิเคราะห์โอกาส (Opportunities) และการวิเคราะห์อุปสรรค (Treats) ของจังหวัดสงขลา เพื่อนำมาสู่การสรุปขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา มีการวิเคราะห์โดยการประเมินค่าคะแนนจากลำดับความสำคัญของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ดังตารางวิเคราะห์ดังตารางที่ 34

ตารางที่ 34 แบบวิเคราะห์สภาพแวดล้อมปัจจัยภายนอก (External Factors Analysis Summary : EFAS)

ปัจจัยภายนอก (External factor)	น้ำหนัก (Weight) =1	ระดับ (Rating) 1-5	คะแนน (Score) 5
โอกาส (Opportunities)			
1.มีทำเลที่ตั้งและภูมิศาสตร์ที่ดี : O1	0.10	5	0.50
2.กระทรวงพาณิชย์มีนโยบายผลักดันให้ตลาดน้ำคลองแหของจังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลของภาคใต้ : O2	0.20	5	1.00
3.มีการตั้งโครงการร่วมมือทางเศรษฐกิจสามฝ่าย ได้แก่ ประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย : O3	0.10	5	0.50
4.มีท่าอากาศยานนานาชาติ : O4	0.10	4	0.40
อุปสรรค (Threats)			
1.การเปลี่ยนแปลงนโยบายการใช้รถบัสต่างประเทศวิ่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงกับจังหวัดสงขลา : T1	0.10	4	0.40
2.เหตุการณ์ความไม่สงบของสามจังหวัดชายแดนใต้ : T2	0.10	3	0.30
3.อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศไม่คงที่ : T3	0.05	2	0.10
4.ประเทศไทยไม่ได้เป็นสมาชิกขององค์การความร่วมมืออิสลาม : T4	0.15	2	0.30
5.ภาพลักษณ์ของชาวมุสลิมเป็นกลุ่มหัวรุนแรง	0.10	3	0.30
คะแนนรวม	1	-	3.80

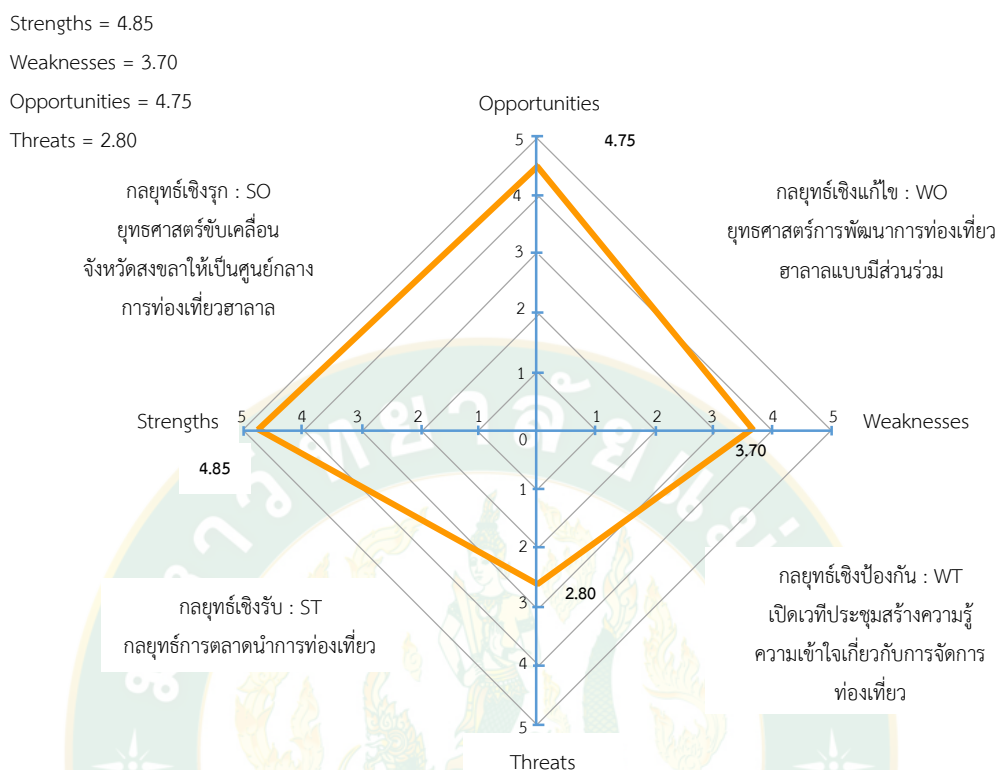
จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมปัจจัยภายนอก (External Factors Analysis Summary :EFAS) ที่กล่าวมาข้างต้น พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านโอกาสมีค่าคะแนนสูง คือ 1) กระทบพหุวิชาชีพมีนโยบายผลักดันให้ตลาดน้ำคลองแหของจังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลของภาคใต้ 2) ทำเลที่ตั้งภูมิศาสตร์ที่ดี 3) มีการตั้งโครงการร่วมมือทางเศรษฐกิจสามฝ่าย ได้แก่ ประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย นับว่าเป็นปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการสนับสนุนให้จังหวัดสงขลา มีขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของ และปัจจัยภายนอกด้านอุปสรรค พบว่า การเปลี่ยนแปลงนโยบายการใช้รถบัสต่างประเทศวิ่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงกับจังหวัดสงขลา เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเลือกจุดหมายปลายทางอื่นเป็นแหล่งท่องเที่ยว

ดังนั้นเพื่อเป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ต้องมีการจัดการเร่งด่วนเพื่อกำหนดกลยุทธ์สร้างแนวทางการจัดการที่มีประสิทธิภาพต่อการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดสงขลา

5. แบบวิเคราะห์โทว์แมทริกซ์ (TOWS Matrix) แบบวิเคราะห์โทว์แมทริกซ์ (TOWS Matrix) เป็นการวิเคราะห์ขีดความสามารถของจังหวัดสงขลาในการท่องเที่ยวฮาลาลที่ต่อเนื่องมาจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก (SWOT Analysis) โดยผู้วิจัยได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาจับคู่ระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน (Internal factor) และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก (External factor) ของจังหวัดสงขลาในการกำหนดขีดความสามารถของจังหวัดสงขลาในการจัดการท่องเที่ยวฮาลาล โดยมีการจับคู่วิเคราะห์ดังตารางที่ 35

ตารางที่ 35 ผลการวิเคราะห์โทว์แมทริกซ์ (TOWS Matrix)

	External Factor	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Treats)
Internal Factor ปัจจัยภายใน	ปัจจัยภายนอก	1. มีทำเลที่ตั้งและภูมิศาสตร์ที่ดี : O1 2. กระทรวงพาณิชย์มีนโยบายผลักดันให้ตลาดน้ำคลองแหของจังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาล : O2 3. มีการตั้งโครงการร่วมมือทางเศรษฐกิจสามฝ่าย ได้แก่ ประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย : O3 4. มีท่าอากาศยานนานาชาติ : O4 O1-O4=4.75	1. การเปลี่ยนแปลงนโยบายการใช้รถบัสต่างประเทศวิ่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงกับจังหวัดสงขลา : T1 2. เหตุการณ์ความไม่สงบของสามจังหวัดชายแดนใต้ : T2 3. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศไม่คงที่ : T3 4. ประเทศไทยไม่ได้เป็นสมาชิกขององค์การความร่วมมืออิสลาม (OIC) : T4 5. ภาพลักษณ์ของชาวมุสลิมเป็นกลุ่มหัวรุนแรง : T5 T1-T5=2.80
จุดแข็ง (Strength)		กลยุทธ์เชิงผลักดัน : SO ยุทธศาสตร์ขับเคลื่อนจังหวัดสงขลาให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาล	กลยุทธ์เชิงรับ : ST กลยุทธ์การตลาดนำการท่องเที่ยวฮาลาล
	1. มีความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยว : S1 2. มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศมาเลเซีย มีด่านพรมแดน 3 ด่าน ได้แก่ ด่านสะเดา ด่านป่าดงเบงชาร์ และด่านบ้านประกอบ : S2 3. มีร้านอาหารฮาลาลบริการอย่างเพียงพอ : S3 4. มีสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด) กระจายโดยรอบแหล่งท่องเที่ยว : S4 5. องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As มีความพร้อมต่อการให้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม: S5 S1-S5=4.85		
ปัจจัยภายใน		กลยุทธ์เชิงแก้ไข : WO ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลแบบมีส่วนร่วม	กลยุทธ์เชิงป้องกัน : WT เปิดเวทีประชุมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว
จุดอ่อน (Weakness)			
	1. ขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ : W1 2. ขาดการศึกษากลุ่มตลาดเป้าหมาย (Target group) อย่างจริงจัง : W2 3. ขาดนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาลอย่างเป็นรูปธรรม : W3 4. ขาดการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว : W4 5. การจัดด้านพิธีการเข้า-ออกประเทศ(ด่านพรมแดน) ใช้เวลานานเกินไป : W5 W1-W4=3.70		



ภาพที่ 20 ผลการวิเคราะห์โทว์แมทริกซ์ (TOWS Matrix)

แบบวิเคราะห์โทว์แมทริกซ์ (TOWS Matrix) ข้างต้นพบว่าข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ของประชากรนั้น เมื่อนำมาสู่กระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) วิเคราะห์โดยใช้ตารางวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก (Internal-External Factor Analysis Summary : IEFAS) และการวิเคราะห์ด้วยโทว์แมทริกซ์ (TOWS Matrix) ในการจับคู่ เพื่อวิเคราะห์เป็นกลยุทธ์ในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของจังหวัดสงขลาในการจัดการท่องเที่ยวฮาลาล ผลการจับคู่วิเคราะห์พบว่า เมื่อนำผลการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength : Internal factor) ที่มีคะแนน 4.85 และผลการวิเคราะห์โอกาส (Opportunities : External factor) มีคะแนน 4.75 จึงสามารถสรุปได้ว่าจังหวัดสงขลามีกลยุทธ์เชิงรุก (SO) ในการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลในมิติยุทธศาสตร์ขับเคลื่อนจังหวัดสงขลาให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลของภาคใต้

จากการวิเคราะห์ทั้ง 4 วัตถุประสงค์ของการวิจัย ประกอบด้วยกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 16 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 404 คน ผ่านการวิเคราะห์ด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative methodology) และระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative methodology) สามารถสรุปได้ว่าจังหวัดสงขลามีสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความโดดเด่นต่อการสร้างขีดความสามารถในการท่องเที่ยว

ฮาลาล คือ การบริการอาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ที่มีความพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา อีกทั้งจากการวัดระดับพฤติกรรมความพึงพอใจโดยอาศัยแนวคิดองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As พบว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวของจังหวัดในระดับมาก

นอกจากนี้จากการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจใช้สถิติบรรยายและสถิติแบบแจกแจงที (Paired sample t-test) พบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ อีกทั้งผลจากการวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ 5 ประเภทพบว่า จังหวัดสงขลา มีจุดแข็งและโอกาสที่เป็นจุดเด่นต่อการผลักดันและยกระดับขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลาได้เป็นอย่างดีและมีความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมและมีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม อันเป็นการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาในการเป็นจุดหมายปลายทาง (Destination) ในการท่องเที่ยวฮาลาล



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ชีตความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยสรุปและอภิปรายผลการวิจัยตามกรอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. สถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

สถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา พบว่า จังหวัดสงขลามีทรัพยากรหลักทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต และทรัพยากรท่องเที่ยวทางทะเล ผลการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายจำนวน 16 คน กล่าวว่า จังหวัดสงขลามีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม คือ อาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ซึ่งมีความสอดคล้องกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความสำคัญที่จำเป็นต้องมี (Need to have) ในการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมนั้นมี 2 ประการหลักๆ คือ อาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) (Fazal, 2014) จากสิ่งอำนวยความสะดวกทั้ง 2 ประการ นับว่าเป็นจุดแข็งที่จังหวัดสงขลา มีอันนำไปสู่ขีดความสามารถของจังหวัดสงขลาในการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลที่สอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมและเกิดความเชื่อมั่นต่อการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

ด้านที่พัก ในปัจจุบันสถานการณ์ด้านที่พักของจังหวัดสงขลา มีการพัฒนาและมีการปรับปรุงคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการพัฒนาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักที่มีความสอดคล้องต่อทบัญญัติศาสนาอิสลาม เช่น การพัฒนาห้องอาหารของโรงแรมให้เป็นห้องอาหารฮาลาล การติดตั้งเครื่องหมายระบุทิศละหมาด (กิบลัต) ในห้องพัก การติดตั้งสายชำระในห้องน้ำ การบริการพร้อมสำหรับปูละหมาด การประกาศตารางเวลาละหมาด นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ยังกล่าวต่ออีกว่าผู้ประกอบการธุรกิจด้านที่พักของจังหวัดสงขลาให้ความสนใจและมีความเข้าใจต่อทบัญญัติศาสนาอิสลามที่จะนำมาเป็นพื้นฐานในการผลักดันธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการ (Demand) ของตลาด

ในโอกาสการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลามีโอกาสในการเติบโต ด้วยทรัพยากรหลัก (Resource endowment) และทรัพยากรสนับสนุน (Resource deployment) ที่จังหวัดสงขลา มีความพร้อม อีกทั้งสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามที่ส่งเสริมให้ชาวมุสลิมมีการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อรำลึกถึงความยิ่งใหญ่ของพระเจ้า (อัลลอฮ์) ผ่านเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งเชื่อว่าทรัพยากรท่องเที่ยวเหล่านั้นเป็นของขวัญที่พระเจ้ามอบให้ชาวมุสลิม (Din,1989)

จากสถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา นับว่าเป็นสถานการณ์ที่มีผลต่อการผลักดันและขับเคลื่อนให้จังหวัดสงขลา มีขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาล

2. วิเคราะห์นโยบายและมุมมองของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดสงขลา

ผลการวิจัยพบว่า ประเทศไทยให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศ โดยมีการกำหนดนโยบายต่างๆ ที่จะนำเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศให้ประสบความสำเร็จ การวิจัยฉบับนี้ได้นำนโยบายระดับประเทศที่ประกอบด้วย 1) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1-12 2) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ 3) ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และ 3) ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติ และนโยบายระดับจังหวัด ประกอบด้วย 1) แผนพัฒนาจังหวัดสงขลา และ 2) ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว 5 จังหวัดชายแดนใต้ โดยนโยบาย ทั้ง 2 นโยบายผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิเคราะห์นโยบายพบว่า ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย

นโยบายระดับประเทศ ได้ระบุชัดเจนในการส่งเสริมการพัฒนาสินค้าและบริการสำหรับกลุ่มมุสลิม เพื่อมุ่งยกระดับคุณภาพการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม โดยมีมาตรการสำคัญพัฒนาการท่องเที่ยวในธุรกิจบริการให้เป็นไปตามบทบัญญัติศาสนาอิสลามที่ถูกต้องและได้มาตรฐานในระดับสากล โดยความต้องการด้านบริการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมนั้นมีความต้องการแบบเฉพาะ รวมทั้งการเพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมอย่างต่อเนื่อง

นโยบายระดับจังหวัด ได้มีการนำนโยบายระดับประเทศมากำหนดเป็นประเด็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนาจังหวัดสงขลาให้มีความสอดคล้องกับนโยบายระดับประเทศ เพื่อเป็นกรอบและทิศทางเดียวกันในการขับเคลื่อนการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาให้มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม อีกทั้งจังหวัดสงขลา ยังมีพรมแดนติดกับประเทศมาเลเซีย 3 ด้าน อันเป็นช่องทางในการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากประเทศมาเลเซียมาท่องเที่ยวยังจังหวัดสงขลา รวมถึงประเทศสิงคโปร์ และประเทศอินโดนีเซีย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ พบว่า การนำนโยบายระดับประเทศและนโยบายระดับจังหวัดมาปฏิบัติ นั้น พบว่า ยังขาดหลักการปฏิบัติที่มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรมต่อการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลาให้มีความสอดคล้องกับนโยบายในระดับต่างๆ ทั้งนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ยังระบุอีกว่า หากจะผลักดันให้จังหวัดสงขลาให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาล อันจะนำไปสู่ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวปฏิบัติงานในลักษณะการทำงานร่วมกัน เพื่อร่วมกันผลักดันและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ต่างๆ ในการนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวฮาลาลได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะจังหวัดสงขลามีความพร้อมและมีจุดแข็งในหลายๆด้าน ทั้งทรัพยากรหลัก (Resource endowment) และทรัพยากรสนับสนุน (Resource deployment) อันจะเป็นปัจจัยดึงดูด (Pull factor) ให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ทั้งนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมประเภทกลับมาซ้ำ (Revisit) และเกิดนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมกลุ่มใหม่ (New muslim tourist)

จากการวิเคราะห์นโยบายและมุมมองของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา สามารถสรุปได้ว่าจังหวัดสงขลา มีขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาล โดยการนำนโยบายระดับต่างๆ มาขับเคลื่อนตามประเด็นยุทธศาสตร์และประเด็นกลยุทธ์ต่างๆ มาปฏิบัติให้เกิดผลอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม

3. วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมนับว่าเป็นพฤติกรรมการใช้บริการท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีการปฏิบัติตามบทบัญญัติศาสนาอิสลามที่มีความเคร่งครัด ทั้งอยู่ที่ภูมิลำเนาและในระหว่างการท่องเที่ยว ดังนั้นวัตถุประสงค์ที่ 3 มุ่งวิจัยถึงพฤติกรรมบริการนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา โดยจำแนกออกเป็น 2 ด้าน คือ 1) ความคาดหวัง และ 2) ความพึงพอใจ โดยวิจัยบนพื้นฐานของตัวแปรองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5 As ประกอบด้วย

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions)
2. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities)
3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)
4. ที่พัก (Accommodations)
5. กิจกรรม (Activities)

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ยไม่เกิน 22 ปี สถานภาพของนักท่องเที่ยวมีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้โดยเฉลี่ย 10,880 บาท การเดินทางนิยมเดินทางมากับเพื่อน ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่เป็น

รถยนต์ส่วนตัว วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจและใช้บริการอาหารฮาลาล ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวหนึ่งคืนสองวัน ปัจจัยในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาด้านสิ่งดึงดูดใจและการบริการท่องเที่ยวและมีสิ่งอำนวยความสะดวกฮาลาล สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว คือ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวที่มีบริการอาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่าจังหวัดสงขลาสามารถในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาล และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากจังหวัดปัตตานี

นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีพฤติกรรมการใช้บริการการท่องเที่ยว โดยอาศัยแนวคิดองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีพฤติกรรมการใช้บริการด้านความคาดหวังและมีความพึงพอใจใน “ระดับมาก” และมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงสามารถสรุปได้ว่าจังหวัดสงขลามีการให้บริการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามบนพื้นฐานองค์ประกอบ 5As

ดังนั้นผลการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ที่ 3 มีความสอดคล้องกับแนวคิดความสำคัญของความพึงพอใจ โดยระบุว่า ตัวแปรที่สำคัญของการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยว คือ การได้ใช้บริการตามความคาดหวังและเกิดความพึงพอใจ ย่อมมีแนวโน้มของนักท่องเที่ยวในการกลับมาใช้บริการซ้ำอีกในอนาคต (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2551: 65-67)

4. วิเคราะห์ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

การวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 4 วิจัยขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา โดยผลการวิเคราะห์ พบว่า จังหวัดสงขลามีจุดแข็ง (Strengths) และโอกาส (Opportunities) โดยใช้แบบวิเคราะห์โทว์แมทริกซ์ (TOWS Matrix) การจับคู่เพื่อกำหนดกลยุทธ์ในสร้างขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา พบว่า จังหวัดสงขลามีกลยุทธ์เชิงผลักดัน (SO) ในด้านยุทธศาสตร์ขับเคลื่อนจังหวัดสงขลาให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาล

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า จังหวัดสงขลามีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวฮาลาลที่สามารถตอบสนองพฤติกรรมการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมให้เกิดความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาและสามารถยกระดับการท่องเที่ยวฮาลาลได้อย่างความเหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมและมีสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา ซึ่งผลการวิจัยมีประเด็นอภิปรายผลดังนี้

1. สถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา พบว่า มีแนวโน้มที่เอื้ออำนวยต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลเป็นอย่างยิ่ง ทั้งทรัพยากรหลัก(Resource endowment) และทรัพยากรสนับสนุน(Resource deployment) ซึ่งการท่องเที่ยวฮาลาลนั้นเป็นการท่องเที่ยวที่นำทบทบัญญัติศาสนาอิสลามมาเป็นพื้นฐานในการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมนั้นได้เกิดดุลยภาพในการอยู่ในสังคมด้วยความสุข ซึ่งบทบัญญัติศาสนาอิสลามนั้นมีความสอดคล้องกับทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2551: 31-33) ที่มีการจำแนกองค์ประกอบของสังคมไว้ 6 สถาบันด้วยกัน การท่องเที่ยวของชาวมุสลิมนั้นเป็นส่วนหนึ่งของสถาบันทั้ง 6 สถาบัน กล่าวคือ สถาบันศาสนา โดยการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่บทบัญญัติศาสนาอิสลามมีการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนให้ชาวมุสลิมศึกษาและเรียนรู้ในความเมตตาของพระเจ้า (อัลลอฮ์) ที่ได้สร้างสรรค์สรรพสิ่งที่สวยงามมาบนโลกใบนี้

ดังนั้น จากการศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลาพบว่า เป็นจังหวัดที่มีสถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลที่เป็นไปในทิศทางที่ดี ทั้งการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาหารฮาลาล สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่ไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม จึงส่งผลต่ออิทธิพลในการสร้างความสุขแก่ชาวมุสลิมต่อการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา อีกทั้งการท่องเที่ยวนั้นเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ในลักษณะเชิงเศรษฐกิจศาสตร์ เรียกว่า ผลของตัวทวีคูณ (Multiplier) ที่นำรายได้มาสู่จังหวัดอย่างมหาศาล (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 27-34) รวมถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลาที่มีอัตราการเพิ่มของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

2. นโยบายและมุมมองของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดสงขลา พบว่า นโยบายระดับประเทศและนโยบายระดับจังหวัดได้เล็งเห็นการท่องเที่ยวฮาลาล ทั้งในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการจัดการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความสอดคล้องต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม โดยเฉพาะสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความจำเป็นต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม คือ อาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ที่มีความสอดคล้องกับแนวคิดของไฟซอล (Fazal, 2014) กล่าวว่า หากแหล่งท่องเที่ยวสามารถจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่ไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้และมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทั้งนี้จากผลการศึกษานโยบาย พบว่า นโยบายยังขาดการกำหนดยุทธศาสตร์ในการขับ

เคลื่อนที่มีความชัดเจน จึงส่งผลให้ภาคเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภาคแนวทางการนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว นับว่าเป็นผู้ที่มีหน้าที่ทางสังคมในการทำนุบำรุงและดูแลให้สังคมเกิดดุลยภาพและความสงบสุข จึงมีความสอดคล้องกับทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยมที่มีความสำคัญในการสร้างแบบแผนของสังคมให้เกิดภาวะสมดุลของสังคมและทุกคนในสังคมมีหน้าที่ที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2551: 31-33)

3. ผลการศึกษาองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As เป็นองค์ประกอบที่นำมาเป็นตัวแปรในการวิจัยซึ่งมีประเด็นการอภิปรายผลดังนี้

ผลการศึกษาองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีความคาดหวังต่อสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวระดับมากค่าเฉลี่ย 3.69 ด้านความพึงพอใจระดับมากค่าเฉลี่ย 3.86 ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีความคาดหวังและความพึงพอใจในด้านสิ่งดึงดูดใจระดับมาก มีความชื่นชอบทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา และชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งดึงดูดใจที่ไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลามของจังหวัดสงขลา

จากผลการศึกษาในประเด็นแหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งดึงดูดใจที่ไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม มีผลการวิเคราะห์ในระดับมาก ทั้ง 2 ส่วน ทั้งความคาดหวังค่าเฉลี่ย 3.76 และความพึงพอใจค่าเฉลี่ย 3.82 และสอดคล้องกับแนวคิดความสำคัญของความพึงพอใจที่กล่าวว่า ตัวแปรที่สำคัญของการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยว คือ การได้ใช้บริการตามความคาดหวังและเกิดความพึงพอใจย่อมมีแนวโน้มของนักท่องเที่ยวในการกลับมาใช้บริการซ้ำอีกในอนาคต (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2551: 65-67) นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาจะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.26 ที่มีความสอดคล้องกับแนวคิดคุณภาพการบริการที่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้รับการบริการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาจนเกิดความพึงพอใจและสอดคล้องกับความคาดหวังที่ตั้งใจ (ธธีร์ธร ธีรขวัญโรจน์, 2546: 105) จึงทำให้นักท่องเที่ยวร้อยละ 99.26 จะกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต อีกทั้งผลการศึกษายังมีความสอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบของคุณภาพการบริการที่สามารถสร้างความเชื่อถือให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถใช้บริการท่องเที่ยวที่ไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม (อรจันทร์ ศิริโชติ, 2556: 249)

นอกจากนี้ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Kamarudin and Ismail, 2016) ที่ศึกษาการท่องเที่ยวของชาวมุสลิม โดยผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวของชาวมุสลิมนั้นต้องพิจารณาถึงสิ่งดึงดูดใจที่สอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม เช่น การปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) การบริโภคอาหารและเครื่องดื่มฮาลาล

ผลการศึกษารายการประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As ด้านความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีความคาดหวังต่อความสามารถในการเข้าถึงระดับมากค่าเฉลี่ย 3.76 ด้านความพึงพอใจระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.85 จากผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีความคาดหวังและความพึงใจในระดับมาก เนื่องจากมีความสะดวกสบายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถใช้บริการการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาได้อย่างรวดเร็ว มีความสอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจลูกค้าที่สามารถเข้าถึงการบริการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว อีกทั้งไม่ซับซ้อนอันเป็นผลทำให้เกิดคุณภาพการบริการ (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2555: 41-43,65-67) และยังมีความสอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและตัดสินใจเลือกใช้บริการในด้านการคมนาคมที่สามารถนำนักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว (รพีพรรณ ทองห่อ และคณะ, 2546: 4) อันส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมกลับมาใช้บริการการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมซ้ำในอนาคต (Revisit)

ผลการศึกษารายการประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีความคาดหวังต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับมากค่าเฉลี่ย 3.76 ความพึงพอใจระดับมากค่าเฉลี่ย 3.73 จากผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่า สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา มีความสอดคล้องต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลามที่มีบทบัญญัติสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 2 ประการ คือ อาหารฮาลาลและการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวมีระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจในระดับมาก จึงทำให้จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเลือกตัดสินใจมาท่องเที่ยว ด้วยเหตุผลที่มีความมั่นใจและไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

นอกจากนี้ผลการศึกษาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวยังพบว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของฟาซาล (Fazal, 2014) ซึ่งผลการวิจัยพบว่า การสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมนั้น การบริการต้องไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนา เพื่อสร้างมูลค่าทางธุรกิจ คือ การจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น (Need to have) ได้แก่ การจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาหารฮาลาลและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) อีกทั้งผลการศึกษารายการ เครสเซนต์ เรตติ้ง (CrescentRating, 2015) ผลการวิจัยพบว่า การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ต้องมีความเป็นมิตรกับการบริการสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งอาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการศึกษาของคณะกรรมการความร่วมมือทางเศรษฐกิจและพาณิชย์ของ องค์การความร่วมมืออิสลาม (2559) ผลการวิจัยพบว่า การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจำเป็นต้องมีการอำนวยความสะดวกตามหลักเกณฑ์และตามหลักความต้องการทางศาสนาและผลการศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวของชาวมุสลิม ของ

Mohd Naszari Ismail (2016) ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวฮาลาลนั้นอนุญาตให้มีการทำกิจกรรมต่างๆ ได้ ทั้งนี้ต้องไม่ขัดต่อหลักความเชื่อ อันจะก่อให้เกิดความสำเร็จทางการตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาล ผลการวิจัยยังมีความสอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว ด้านปัจจัยผลัก (Push factor) และปัจจัยดึงดูด (Pull factor) ที่ก่อให้เกิดการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม เนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้เป็นอย่างดี (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2550: 19)

จากผลการศึกษาจึงสามารถสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลานั้น มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา เนื่องจากการรับบริการที่ไม่ขัดต่อทบัญญัติศาสนาอิสลามและมีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม (Muslim friendly Amenities) ทั้งอาหารฮาลาลและการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ในระหว่างการท่องเที่ยว อันจะส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำอีกในอนาคต (Muslim tourist repeater) ตามแนวคิดคุณภาพการบริการ (อรจันทร์ ศิริโชติ, 2556: 249) และเบอร์รี่ (ธธีร์ธร ธีระขวัญโรจน์, 2546: 106-107)

ผลการศึกษาองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As ด้านที่พัก (Accommodations) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีความคาดหวังต่อที่พักในระดับมากค่าเฉลี่ย 3.77 มีความพึงพอใจต่อที่พักระดับมากค่าเฉลี่ย 3.67 จากผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีความคาดหวังและความพึงใจในระดับมาก นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ยังพบว่ามีความสอดคล้องกับแนวคิดคุณภาพการบริการ (อรจันทร์ ศิริโชติ, 2556: 249) และเบอร์รี่ (ธธีร์ธร ธีระขวัญโรจน์, 2546: 106-107) แนวคิดกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว (สุวีร์ณัฐย์ โสภณศิริ, 2554: 72) และทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2550: 37-39) โดยแนวคิดทั้ง 3 แนวคิดเป็นแนวคิดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ซึ่งผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As ด้านที่พัก (Accommodations) พบว่ามีคุณภาพในระดับมาก จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีความพึงพอใจ อันเป็นปัจจัยดึงดูด (Pull factor) ให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกในอนาคต (Revisit)

ผลการศึกษาองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As ด้านกิจกรรม (Activities) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีความคาดหวังต่อกิจกรรมระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.77 ความพึงพอใจต่อกิจกรรมระดับมากค่าเฉลี่ย 3.74 จากผลการวิเคราะห์สะท้อนให้เห็นว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาไม่ขัดต่อทบัญญัติศาสนาอิสลาม ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Mohd Naszari Ismail (2016) การวิจัย พบว่า การท่องเที่ยวฮาลาลนั้นอนุญาตให้มีการทำกิจกรรมต่างๆ ได้ ทั้งนี้ต้องไม่ขัดต่อทบัญญัติศาสนาอิสลาม อันจะก่อให้เกิดความสำเร็จทางการตลาดในการส่งเสริมการ

ห้องเที่ยวฮาลาล อีกทั้งกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมและเอื้อต่อการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ในระดับคุณภาพมาก

นอกจากนี้จังหวัดสงขลามีบุคลากรที่มีความเข้าใจต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม โดยความคาดหวัง มีสัดส่วนค่าเฉลี่ย 3.74 และความพึงพอใจค่าเฉลี่ย 3.76 ซึ่งมีคุณภาพในระดับมาก ซึ่งนับว่าบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามมีความสำคัญมากต่อการทำหน้าที่บริการ แนะนำ ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ในการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่ไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม อันเป็นการส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต (Revisit)

การท่องเที่ยวฮาลาลนั้นเป็นการท่องเที่ยวที่นำบทบัญญัติศาสนาอิสลามมาเป็นพื้นฐานในการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมนั้นได้เกิดดุลยภาพในการอยู่ในสังคมด้วยความสุข ซึ่งบทบัญญัติศาสนาอิสลามนั้นมีความสอดคล้องกับทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม (สัญญาสัญญาวิวัฒน์, 2551: 31-33) ที่มีการจำแนกองค์ประกอบของสังคมไว้ 6 สถาบันด้วยกัน การท่องเที่ยวของชาวมุสลิมนั้นเป็นส่วนหนึ่งของสถาบันทั้ง 6 สถาบัน กล่าวคือ สถาบันศาสนา ที่ได้นำบทบัญญัติศาสนาอิสลามมากำหนดเป็นแบบแผนในการจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวอาศัยองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As ที่ไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม โดยการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่บทบัญญัติศาสนาอิสลามมีการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนให้ชาวมุสลิมศึกษาและเรียนรู้ในความเมตตาของพระเจ้า (อัลลอฮ์) ที่ได้สร้างสรรค์สรรพสิ่งที่สวยงามมาบนโลกใบนี้ (Din, 1989) อีกทั้งยังสอดคล้องกับหน้าที่พื้นฐานของมนุษย์ที่ประกอบด้วยพื้นฐาน 4 ประการ (AGIL) (สุภางค์ จันทรวานิช, 2557: 171) ได้แก่

1. การปรับตัว (Adaptation) จากผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลามีการปรับตัวและพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามมากขึ้น และมีอัตราการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งทางด้านอาหารฮาลาล สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เพื่อรองรับการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ซึ่งนับว่าเป็นพื้นฐานของมนุษย์ที่ต้องมีการปรับตัวให้กับกับสภาวะแวดล้อมทั้งด้านนักท่องเที่ยวและการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลาให้มีประสิทธิภาพและมีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

2. การบรรลุเป้าหมาย (Goal Attainment) จากผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลาสามารถบรรลุเป้าหมายได้ เนื่องจากการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวต่อการพัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ทั้งด้านอาหารฮาลาล สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) การระบุทิศทางกิบลัต (ละหมาด) การติดตั้งสายชำระในห้องน้ำ การบริการพร้อมสำหรับปูละหมาด การประกาศตารางเวลาละหมาด อีกทั้งมีการเสนอแนะนโยบายที่มีความสำคัญต่อการบรรลุเป้าหมายของการท่องเที่ยว

ฮาลาลของจังหวัดสงขลา คือ 1) การกำหนดนโยบายด้านการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวฮาลาลแบบมีส่วนร่วมทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว 2) นโยบายด้านการกำหนดแผนงานการบริหารจัดการท่องเที่ยวฮาลาล (Halal tourism road map) ระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว 3) นโยบายด้านการจัดตั้งหน่วยงานบริหารจัดการท่องเที่ยวฮาลาล และ 4) นโยบายด้านการจัดการจัดการตลาดที่มีประสิทธิภาพ

3. การบูรณาการ (Integration) จากผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา มีการบูรณาการทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ที่มีความมุ่งหวังในการผลักดันการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาให้มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้อย่างเหมาะสมและถูกต้อง

4. การดำรงไว้ซึ่งแบบแผน (Latency หรือ Pattern maintenance) จากผลการศึกษาพบว่า แบบแผนที่มีความชัดเจนของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมต่อการท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม โดยบทบัญญัติที่มีความชัดเจน คือ อาหารฮาลาลและการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ที่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาที่มีความโดดเด่น คือ อาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) เพื่อสำหรับการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)

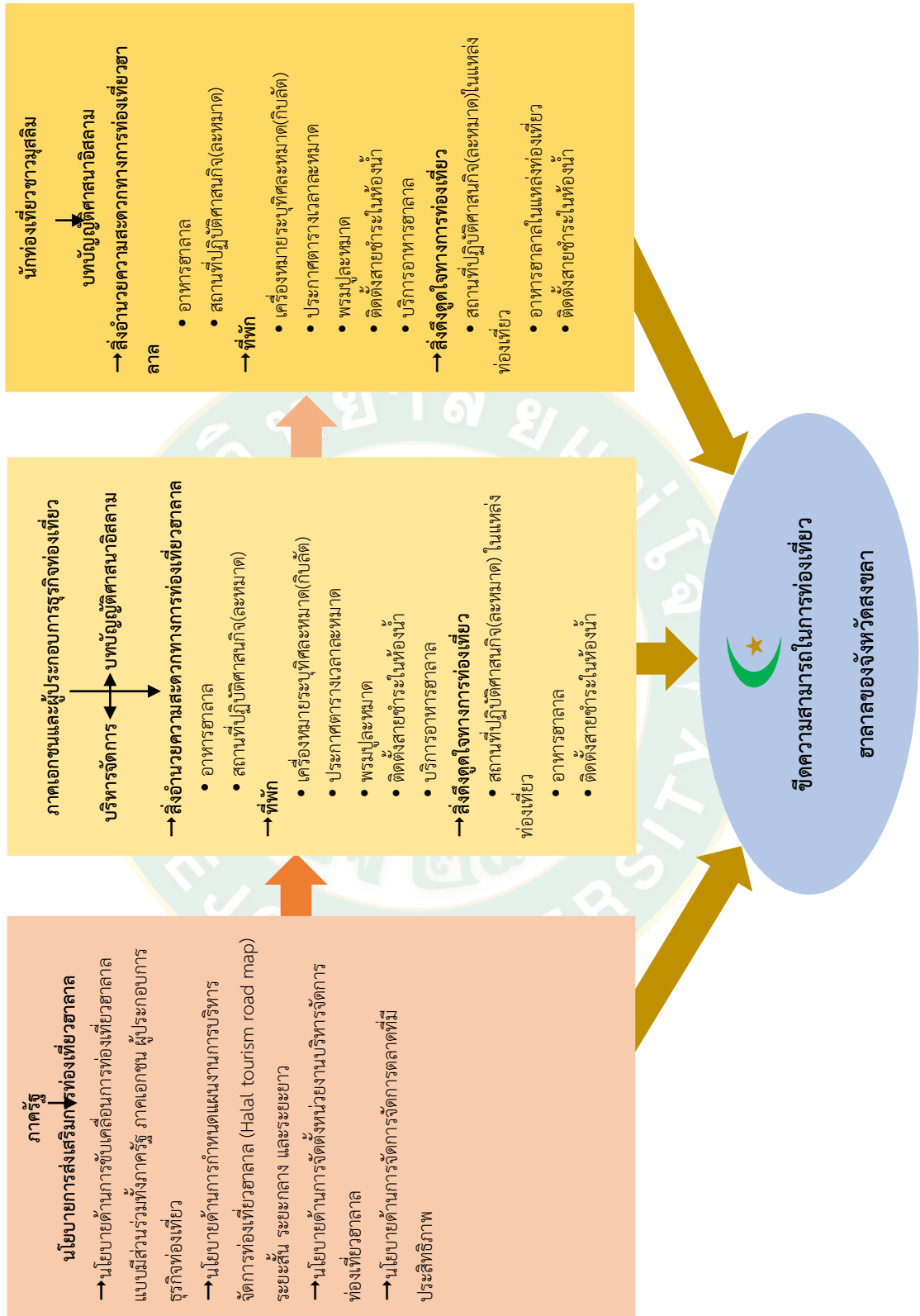
หน้าที่พื้นฐานของมนุษย์ทั้ง 4 ประการ นับว่าเป็นทฤษฎีที่สำคัญต่อการนำมาอภิปรายผลการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลาที่สะท้อนให้เห็นว่าการกระทำทุกอย่างของสังคม มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เพื่อความสงบสุขของสังคมและเกิดคุณภาพของสังคม ซึ่งความสุขของสังคมในที่นี้ คือ การท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม หรือ การท่องเที่ยวฮาลาล ที่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถใช้บริการได้อย่างมั่นใจและเพลิดเพลินต่อการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

ดังนั้น ผลการศึกษาการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลาพบว่า เป็นจังหวัดที่มีสถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลที่เป็นไปในทิศทางที่ดีและมีศักยภาพ ทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ที่สอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกทั้ง 2 ประการนี้นับว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการท่องเที่ยวฮาลาลที่ส่งผลต่อการสร้างคุณภาพให้เกิดความสุขแก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา รวมถึงเป็นการผลักดันให้จังหวัดสงขลา มีความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลได้อย่างประสบผลสำเร็จ อีกทั้งการท่องเที่ยวอันเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ในลักษณะเชิงเศรษฐศาสตร์ เรียกว่า ผลของตัวทวีคูณ (Multiplier) ที่นำรายได้มาสู่จังหวัดอย่างมหาศาล (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 27-34)

การวิจัย ชี้ความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลาครั้งนี้สามารถสรุปได้ว่า จังหวัดสงขลา มีความสามารถในการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลและยังมีความสามารถในการพัฒนาสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลของภาคใต้ในอนาคต เนื่องด้วยจังหวัดสงขลา มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญที่มีความสอดคล้องต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ได้แก่ อาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ให้กับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้อย่างสมบูรณ์ ซึ่งบทบัญญัติศาสนาอิสลาม นับว่าเป็นทรัพยากรสนับสนุน (Resource deployment) ที่มีความสำคัญไม่น้อยกว่าทรัพยากรหลัก (Resource endowment) คือ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) ที่พัก (Accommodations) และกิจกรรม (Activities) นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่า การจัดการท่องเที่ยวฮาลาลให้มีขีดความสามารถนั้นจำเป็นต้องอาศัยหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ที่ต้องมีการกำหนดนโยบายด้านการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวฮาลาลแบบมีส่วนร่วมทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว นโยบายด้านการกำหนดแผนงานการบริหารจัดการท่องเที่ยวฮาลาล (Halal tourism road map) ระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว นโยบายด้านการจัดตั้งหน่วยงานบริหารจัดการท่องเที่ยวฮาลาลและนโยบายด้านการจัดการตลาดที่มีประสิทธิภาพ อีกทั้งต้องมีการปรับปรุงห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยวพร้อมทั้งมีการติดตั้งสายชำระ และการจัดบริการห้องพักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกได้แก่ เครื่องหมายระบุทิศละหมาด (กิบลัต) พรหมปูละหมาด ห้องน้ำที่มีการติดตั้งสายชำระ และการบริการอาหารฮาลาล ประกาศตารางระบุเวลาละหมาด การจัดสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ในแหล่งท่องเที่ยว

จากที่กล่าวมาสะท้อนให้เห็นถึงผลในทางบวกที่เกิดขึ้นต่อการสร้างขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา หากภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา มีความร่วมมือกันในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม อันเป็นการส่งผลให้จังหวัดสงขลาได้รับผลทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในทางบวก และก่อให้เกิดความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

ผลการวิจัยครั้งนี้ จึงได้ข้อค้นพบที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลที่นำไปสู่ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา ภายใต้รูปแบบของ “องค์ประกอบขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา” ดังภาพที่ 21 ต่อไปนี้



ภาพที่ 21 องค์ประกอบขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ชีตความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา มีข้อเสนอแนะระดับนโยบาย ข้อเสนอแนะระดับปฏิบัติ และข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ข้อเสนอแนะระดับนโยบาย

1.1 การวิจัยชีตความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา พบว่า การจัดการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา นั้น ต้องมีการจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม คือ อาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ซึ่งสรุปได้ว่าสิ่งอำนวยความสะดวกทั้ง 2 ประการมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า การขับเคลื่อนและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามนั้นยังขาดนโยบายและยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม

ดังนั้น เพื่อก่อเกิดการยกระดับชีตความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา หน่วยงานภาครัฐ ต้องมีการจัดการแบบวาระเร่งด่วนในการกำหนดนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทั้ง 2 ประการ อันนำไปสู่ภาคเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามให้มีความสำเร็จและเติบโตอย่างต่อเนื่องนำมาสู่มูลค่าการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลาและเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลในอนาคต

1.2 การวิจัยชีตความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As ยังมีองค์ประกอบที่ต้องมีการปรับปรุงและพัฒนา ได้แก่ 1) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) ประกอบด้วย สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) มีพรมสำหรับปูละหมาด สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) มีประกาศตารางระบุเวลาละหมาด ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องน้ำมีสายชำระ การจัดบริการห้องน้ำที่มีความเพียงพอ การจัดสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ในแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านที่พัก (Accommodations) ประกอบด้วย ที่พักมีเครื่องหมายระบุทิศละหมาด (กิบลัต) ห้องพักรับบริการพรมละหมาด ห้องพักรับสายชำระในห้องน้ำ มีประกาศตารางระบุเวลาละหมาดในห้องพัก

ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐต้องมีการกำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาองค์ประกอบด้านดังกล่าว อันเป็นการจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถตอบสนองต่อความ

ต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมและก่อให้เกิดพฤติกรรมการใช้บริการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

1.3 ผลการวิเคราะห์พบว่า จังหวัดสงขลามีปัจจัยภายในด้านจุดแข็งหลายประการที่มีความสำคัญต่อการสร้างขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา ทั้งมีความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยว มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งของจังหวัด มีด้านพรมแดน 3 ด้าน เป็นต้น แต่กลับพบปัจจัยภายในด้านจุดอ่อนหลายประการ ได้แก่ ขาดการศึกษาในกลุ่มตลาดเป้าหมาย ขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ขาดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม ขาดการจัดการด้านพิธีการเข้า-ออก (ด้านพรมแดน) ที่ใช้เวลานานจนเกินไป เป็นต้น

จากปัจจัยภายในด้านจุดอ่อน สะท้อนให้เห็นว่าจังหวัดสงขลายังมีข้อได้เปรียบด้านจุดแข็งอยู่ แต่เพื่อเป็นการสร้างขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลาให้ประสบความสำเร็จ โดยสมบูรณ์ จำเป็นต้องพัฒนาจุดอ่อนโดยเร่งด่วนเพื่อสามารถผลักดันให้จังหวัดสงขลามีความพร้อมต่อการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลในอนาคต โดยประเด็นที่ต้องพัฒนาและปรับปรุงเร่งด่วน คือ การจัดการพิธีการเข้า-ออก (ด้านพรมแดน) ประเทศที่มีความสะดวกและรวดเร็ว เพราะประเด็นนี้นับว่าเป็นประเด็นที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาจากประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศสิงคโปร์

4. ผลการวิจัย พบว่าจังหวัดสงขลามีปัจจัยภายนอกด้านอุปสรรค พบว่าจังหวัดสงขลามีสถานการณ์จากภายนอกเข้ามาเป็นอุปสรรคในการผลักดันการท่องเที่ยวฮาลาล ได้แก่ เหตุการณ์ความไม่สงบของสามจังหวัดชายแดนใต้ สืบเนื่องจากเหตุการณ์ไม่สงบของสามจังหวัดชายแดนใต้ ก่อให้เกิดการรับรู้ภาพลักษณ์ของชาวมุสลิมกลายเป็นกลุ่มหัวรุนแรง จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐควรมีการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะระดับปฏิบัติ

2.1 การวิจัย ขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา พบว่า ที่พักของจังหวัดสงขลายังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม จากผลการวิจัยพบว่าที่พักควรมีการ 1) ระบุทิศละหมาด (กิบลัต) ในห้องพัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ได้ถูกต้อง โดยการผินหน้าไปยังกิบลัต ให้ตรงกับกะบะฮ์ (บัยตุลลอฮ์) ที่ตั้งอยู่ที่ประเทศซาอุดีอาระเบีย โดยประเทศไทยตรงกับทิศตะวันตก 2) การติดตั้งสายชำระในห้องน้ำ เพื่อเป็นการสร้างสุขลักษณะของชาวมุสลิมให้มีความสะอาดอยู่ตลอดเวลาและมีความพร้อมต่อการรำลึกถึงพระเจ้า (อัลลอฮ์) 3) การบริการพรมปูสำหรับละหมาดในห้องพัก เพื่อปูรองพื้นในขณะปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) และ 4) การประกาศตารางระบุเวลาละหมาดในห้องพัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้

ทราบเวลาสำหรับการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) นั้นตรงกับเวลาใด เป็นการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ได้ตรงเวลาและถูกต้องตามบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ดังนั้น ภาคเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องควรเร่งปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกดังกล่าวเพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาใช้บริการที่ของจังหวัดสงขลา

2.2 การวิจัยพบว่าสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดสงขลา ควรมีการปรับปรุงด้าน

1) การบริการพรมสำหรับปูละหมาดของสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) ในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา 2) การดูแลความสะอาดของห้องน้ำแหล่งท่องเที่ยว 3) การติดตั้งสายชำระในห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการเสริมสร้างสุขลักษณะให้มีการรักษาความสะอาดอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นภาคเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรพัฒนาและปรับปรุง อันเป็นการสร้างความเชื่อมั่นและเป็นปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ที่สามารถใช้บริการท่องเที่ยวโดยไม่ขัดกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

2.3 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดสงขลา คือ การขาดการทำงานแบบเครือข่ายและการทำงานร่วมกัน ดังนั้นเพื่อเป็นแนวทางในการทำงานในทิศทางเดียวกัน ภาคเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และผู้ที่เกี่ยวข้องควรทำงานร่วมกันโดยการจัดประชุมปรึกษาหารือกำหนดทิศทางในการขับเคลื่อนจังหวัดสงขลาให้เป็นผู้มีความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาล อันนำมาสู่การยกระดับการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลในอนาคตได้อย่างประสบผลสำเร็จ

ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไป

1. เพื่อให้จังหวัดสงขลาจัดการท่องเที่ยวฮาลาลที่ครอบคลุมทุกด้าน จึงควรมีการศึกษาด้านประเด็นยุทธศาสตร์ในการบริหารจัดการท่องเที่ยวฮาลาลที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการวิเคราะห์ถึงองค์ประกอบที่มีผลต่อการนำมาพัฒนาจังหวัดสงขลาให้มีขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลที่นำไปสู่จังหวัดต้นแบบในการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลของประเทศไทย ทั้งการศึกษาสภาพบริบทพื้นที่ การศึกษาความต้องการของภาคประชาชน การศึกษาความต้องการของภาคธุรกิจ การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงการจัดเวทีประชุมเปิดรับความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวฮาลาล แล้วนำมาสรุปเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวฮาลาลที่มีประสิทธิภาพ

2. การบริการมีความสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม คือ อาหารฮาลาล จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและเป็นจังหวัดเก่าแก่ตั้งแต่สมัยอดีต วิวัฒนาการของอาหารย่อมมีความหลากหลาย และเนื่องด้วยจังหวัดสงขลาเป็น

จังหวัดที่ตั้งอยู่ในเขตภูมิศาสตร์แบบร้อนชื้นที่มีความหลากหลายของสมุนไพรพื้นถิ่น พร้อมกันนี้ยังมีอาณาเขตติดทะเลอ่าวไทยเป็นแหล่งอาหารทะเล เพื่อเป็นการเปิดประสบการณ์เรียนรู้ของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจังหวัดสงขลาควรมีการศึกษาวิจัยในประเด็นของการพัฒนาอาหารพื้นถิ่นสู่มาตรฐานอาหารฮาลาล อันเป็นการรองรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาพบว่ามีความประทับใจในคุณภาพอาหารของจังหวัดสงขลาเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว หากมีการพัฒนางานวิจัยดังกล่าว เป็นการนำไปสู่การสร้างมูลค่าทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา อีกทั้งยังเป็นการสร้างความแตกต่างทางผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Differentiation) ให้เกิดการจดจำและกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต (Revisit)

3. ปัจจัยสำคัญที่มีส่วนสำคัญต่อการส่งผลให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปจุดหมายปลายทางอื่น คือ การได้รับการบริการที่ไม่รวดเร็วและไม่สะดวกของพิธีการเข้า-ออกประเทศ ณ ด่านสะเดา ดังนั้นเพื่อเป็นการรับรู้ถึงปัญหาของการบริการในการขั้นตอนดังกล่าว จึงควรมีการศึกษาในประเด็นของการศึกษาระบบปฏิบัติการอำนวยความสะดวกการเข้า-ออกประเทศ ณ ด่านสะเดา อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา เพื่อยกระดับความมีประสิทธิภาพในการเข้า-ออก ประเทศ ซึ่งหากมีการจัดการการเข้า-ออกด่านพรมแดนที่รวดเร็ว นักท่องเที่ยวก็จะมาท่องเที่ยว ทำให้จังหวัดสงขลา มีรายได้และเป็นผลดีกับจังหวัดสงขลาอย่างยั่งยืน

บรรณานุกรม

- กรมการค้าต่างประเทศ. 2560. **วิเคราะห์ภาพรวมการค้าชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน มาเลเซีย เมียนมา สปป.ลาว กัมพูชา**. กรุงเทพฯ: กระทรวงพาณิชย์.
- กรมการท่องเที่ยว กองพัฒนาการท่องเที่ยวและบริการ. 2560. **รายชื่อสถานประกอบการที่ผ่านการรับรองมาตรฐานบริการฮาลาล ประจำปี 2554**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://newdot2samartmultimedia.com> (4 กันยายน 2560).
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2554. **โครงการจัดทำหนังสือทรัพยากรท่องเที่ยวไทย ชุดภาคใต้ เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในโอกาสเจริญพระชนมพรรษา 7 รอบ 5 ธันวาคม 2554**. สงขลา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- _____. 2558. **สถิติและเศรษฐกิจการท่องเที่ยว**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.tourism.go.th> (14 พฤษภาคม 2558).
- กฤษฎา รัตนพฤกษ์. 2545. **การตลาดบริการ**. เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยว. 2561. **ตำรวจท่องเที่ยว**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://touristpolice.go.th/> (12 เมษายน 2561).
- การรถไฟแห่งประเทศไทย. 2561. **ทางรถไฟสายสงขลา**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.railway.co.th/main/profile/history.html> (12 เมษายน 2561).
- การิม อับดุลเลาะห์. ม.ป.ป. **คู่มือมุสลิมเบื้องต้น 2**. กรุงเทพฯ: ส.วงศ์เสงี่ยม.
- กุลวดี ละม้ายเงิน. 2551. **องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. ใน **เอกสารประกอบการสอนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry)**. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการจังหวัดสงขลา. 2559. **แผนพัฒนางานการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่ายอินโดนีเซีย มาเลเซีย ไทย**. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- จิตติพัชร ใจไวทย์. 2559. **มาตรฐานฮาลาล**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.halal.or.th/th/main//subidex.php?page=sub&category=11> (15 ธันวาคม 2559).
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2550. **การวางแผน และการพัฒนาการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- ฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวฮาลาล เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจสามฝ่าย. 2561. **สิ่งอำนวยความสะดวก-อาหารฮาลาล**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.me-fi.com/tourismdb/halaltourism-imt-gt/imt-gt.php> (11 เมษายน 2561).
- ฐาปนา ฉิ่งไพศาล. 2559. **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพฯ: ธนัชการพิมพ์.
- ณรงค์ โพธิ์พุกขานันท์. 2551. **ระเบียบวิธีวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- दनัย งามมานะ. 2531. **อิสลามเล่มเล็ก**. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- ดาลีชะห์ ดะยี่, นภัสนันท์ วินิจวรกิจกุล และ ประเมษฐ์ บุญนาศิริกิจ. 2557. พฤติกรรมการใช้บริการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางในเขตกรุงเทพมหานคร. **วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ**, 10(2), 1-13.
- ดิเรก กุลสิริสวัสดิ์. 2512. **ความหมายของอัลกุรอาน**. กรุงเทพฯ: วุฒิการพิมพ์.
- ธธีร์ธรร ธีร์ขวัญโรจน์. 2546. **การตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: ส.เอเชียเพรส (1989).
- ธนินทร์ สังขดวง และ จิระนาถ รุ่งช่วง. 2560. การรับรู้ระดับการให้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต. **วารสารวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 13(1), 135-168.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2557. **การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย spss และ amos**. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2542. **การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปราณี ทองคำ. 2539. **เครื่องมือวัดทางการศึกษา**. ปัตตานี: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ปาริชาติ เบ็ญญฤทธิ์ และ สุขุมวิทย์ ไสยโสภณ. 2561. การบริหารจัดการโรงแรมฮาลาลไทย กรณีศึกษาโรงแรมในจังหวัดปัตตานี. **วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย**, 13(2), 66-77.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540. **วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- ไพฑูรย์ ไกรพรศักดิ์. 2551. **การศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศ ทางตะวันออกกลางในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: ศูนย์นโยบายเพื่อการพัฒนา คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2554. **การจัดการการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวและการโรงแรม**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- มัทนี คำสำราญ และ ณัฐนุช วณิชย์กุล. 2559. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของชาวมุสลิม
ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสาร อัล-ฮิกมะฮฺ มหาวิทยาลัยฟาฏอนี, 6(12), 79-91.
- ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ พ.ศ.2560-2562. 2562. [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา <http://www.harvardasia.co.th> (18 เมษายน 2562).
- ระพีพรรณ ทองหล่อ และคณะ. 2546. ลักษณะการใช้เงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ และความต้องการใช้
บริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
รามคำแหง.
- วรภรณ์ สุขแสนชนานันท์, สมชัย ปราบริพันธ์, วารินทร์ ชูศรี, สุรเดช หวังทอง และ
ปภาวัลย์ สุทธิประสิทธิ์. 2561. การศึกษาระดับศักยภาพของแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยว
ฮาลาลบริเวณทะเลสาบสงขลาตอนล่าง สำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม. วารสารวิชาการและ
วิจัยสังคมศาสตร์, 13(38).
- วัลย์พร รั้วตระกูลไพบูลย์. 2553. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 4. ปทุมธานี: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วีรุธ มามะศิริรานนท์. 2546. การพัฒนา Balance Scorecard. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ศราวุฒิ อารีย์. 2559. การท่องเที่ยววิถีอิสลาม: โอกาสของไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน.
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://rsu.sc.th/jla/public/upload/journal>
(10 ธันวาคม 2559).
- ศิริพร พันธวลี. 2552. จิตวิทยาและสังคมวิทยาการท่องเที่ยว. แพร์: เมืองแพร์การพิมพ์.
- ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว. 2560. แนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยวไทยปี 2560 และคาดการณ์
สถานการณ์ท่องเที่ยวปี 2560. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<http://tatic.tourismthailand.org/> (5 มีนาคม 2560).
- ไศรยา หอมชื่น. 2545. ตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิม. จุลสารการท่องเที่ยว, 21(เมษายน-มิถุนายน), 46-
61.
- สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (International institute for Trade and
Development : ITD). 2560. ศักยภาพตลาดท่องเที่ยวมุสลิม โอกาสของไทยภายใต้ AEC.
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://www.itd.or.th/th/ตลาดท่องเที่ยวมุสลิม-โอกาสของไทย
ภายใต้AEC.20](http://www.itd.or.th/th/ตลาดท่องเที่ยวมุสลิม-โอกาสของไทยภายใต้AEC.20) <[http://www.itd.or.th/th/ตลาดท่องเที่ยวมุสลิม-โอกาสของไทยภายใต้%
20AEC.20](http://www.itd.or.th/th/ตลาดท่องเที่ยวมุสลิม-โอกาสของไทยภายใต้%20AEC.20)> (18 ตุลาคม 2561).
- สนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์. 2561. พาณิชย์ยก "ตลาดน้ำคลองแห" หาดใหญ่ สู่อุตสาหกรรมแห่งแรกใน
ไทย. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [https://www.manager.co.th/iBizChannel/
ViewNews.aspx?NewsID=9600000047352](https://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9600000047352) (8 เมษายน 2561).

- สมศักดิ์ ตันติเศรณี. 2560. **มรดกทางสังคม-วัฒนธรรม ของย่านเมืองเก่าสงขลา.**
สงขลา: วันทิพย์.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. 2551. **ทฤษฎีสังคมวิทยา.** พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สายการบินให้บริการสนามบินนานาชาติหาดใหญ่.** 2561. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<https://www.skyscanner.co.th/airports/hdy/hat-yai-airport.html>
(12 เมษายน 2561).
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2560. **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ
สังคมแห่งชาติ.** [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.nesdb.go.th>
(27 มิถุนายน 2560).
- สำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดสงขลา. 2560. **มัสยิดในจังหวัดสงขลา.**
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา www.foicsp.com (22 สิงหาคม 2560).
- สำนักงานเทศบาลนครสงขลา. 2562. **แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครสงขลา พ.ศ.2557-
2562.** สงขลา: สำนักงานเทศบาลนครสงขลา.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. 2551. **มาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว.**
กรุงเทพฯ: กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา.
- สำนักงานสถิติรายได้การท่องเที่ยวสงขลา. 2561. **สถิติการท่องเที่ยวและกีฬา.** [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา [http://songkhla.nso.go.th/images/attachments/category/
report_province/report_province60/chapter17_60.pdf](http://songkhla.nso.go.th/images/attachments/category/report_province/report_province60/chapter17_60.pdf) (13 เมษายน 2561).
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2560. **รายงานสถิติจังหวัดสงขลา พ.ศ.2560.** สงขลา: สำนักงานสถิติ
จังหวัดสงขลา.
- สุชีพ ปุญญานุภาพ. 2519. **ศาสนาเปรียบเทียบ.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุดใจ ดิลกทรรศนน์. 2558. **การจัดการเชิงกลยุทธ์.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- สุเทพ สุนทรเกษม. 2540. **ทฤษฎีสังคมวิทยาร่วมสมัย: พื้นฐานแนวความคิดทฤษฎีทางสังคมและ
วัฒนธรรม.** เชียงใหม่: โกลบอลวิชั่น.
- สุพรรณณี อินทร์แก้ว. 2550. **การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง.** พิมพ์ครั้งที่ 3.
กรุงเทพฯ: ธนาเพชร.
- สุภางค์ จันทรวานิช. 2547. **วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ.** พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. 2557. **ทฤษฎีสังคมวิทยา.** พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: วี. พรีน (1991).
- สุวีร์ณัสญ์ โสภณศิริ. 2554. **กระบวนการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ: อินทนิล.

- เสาวนีย์ จิตหมวด. 2529. **กลุ่มชาติพันธุ์ : ชาวไทยมุสลิม**. กรุงเทพฯ: วงศ์เสงี่ยมการพิมพ์.
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา. 2556. **คู่มือเส้นทางท่องเที่ยวสงขลา ศูนย์กลางเส้นทางกา
ท่องเที่ยว 8 จังหวัดภาคใต้ตอนล่าง**. สงขลา: องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา.
- _____. 2561. **ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา
พ.ศ.2559-2561**. สงขลา: องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา.
- อรจันทร์ ศิริโชติ. 2556. **การตลาดบริการ**. สงขลา: นำศิลป์โฆษณา.
- อรพรรณ จันทร์อินทร์, เพียงพิศ ศรีประเสริฐ และ จิราภา ชาลาธราวัฒน์. 2555. **การพัฒนา
ศักยภาพการท่องเที่ยวฮาลาลฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม
ประเทศมุสลิม**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- อัब्ดุล เราะห์มาน. ม.ป.ป. **แสงสว่างของมุสลิม**. เชียงใหม่: รุ่งเรืองการพิมพ์.
- อัสมัน แดอาลี. 2552. **อาหารฮาลาลในบทบัญญัติศาสนาอิสลาม**. ปัตตานี: เอกสารประกอบการ
บรรยาย วันพุธที่ 14 มกราคม 2552, ห้องประชุมราชาวดี โรงพยาบาลปัตตานี.
- Cohen, C.J. 1979. Motivation for Pleasure Vacation. **Annals of Tourism Research**,6(4),
408-424.
- Collier, Alan & Harraway, Sue. 1997. **The New Zealand Tourism Industry**. Auckland:
Longman.
- Crescent Rating. 2015. **MasterCard-Crescentrating Global Muslim Travel Index 2015**.
[Online]. Available [https://skift.com/wp-content/uploads/2015/03/MasterCard-
Muslim-Index.pdf](https://skift.com/wp-content/uploads/2015/03/MasterCard-Muslim-Index.pdf) (10 January 2017).
- Din, K.H. 1989. Islam and Tourism, Patterns, Issues and Options. **Annals of Tourism
Research**,16(4), 542-563.
- Fazal, B. 2014. **The 6 key needs of Muslim Travelers**. [Online]. Available
[https://www.linkedin.com/pulse/20140702023424-46694844-the-6-key-needs-of-
the-muslim-travelers](https://www.linkedin.com/pulse/20140702023424-46694844-the-6-key-needs-of-the-muslim-travelers) (10 January 2017).
- Global Muslim Travel Index**. 2017. [Online]. Available
<https://www.crescentrating.com> (17 April 2018).
- Good, C.V. 1973. **Dictionary of Education**. 3rd ed. New York: McGraw-Hill.
- Holloway, J.R. & Plant, R.V. 1988. **Marketing for Tourism**. London: Pitman Publishing.
- Kamarudin, L.M. & Ismail, H.N. 2016. **Muslim Tourism: The Tendency of Islamic
Traveling Attributes from Malaysia Perspective**. [Online]. Available
[https://www.researchgate.net/publication/303805260_Muslim_Tourism_The_Ten-
dency_of_Islamic_Traveling_Attributes_from_Malaysia_Perspective](https://www.researchgate.net/publication/303805260_Muslim_Tourism_The_Tendency_of_Islamic_Traveling_Attributes_from_Malaysia_Perspective)
(1 January 2017).

- Michael, H.H. 1978. **The 100 A Ranking of the Most Influential Persons in History**. New York: Prentice Hall.
- Mohd, N.I. & Mohamed, B. 2015. **Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future**. [Online]. Available https://umexpert.um.edu.my/file/publication/00004742_130855.pdf (15 December 2016).
- Namin, A.A.T. 2013. Value creation in tourism: An Islamic approach. **International Research Journal of Applied and Basic Sciences**, 4(5), 1252-1264.
- Nursanty, Eko. 2013. **Halal Tourism, The New Product in Islamic Leisuretourism and Architecture**. Semarang, Indonesia: Department of Architecture, University of 17 Agustus 1945 (UNTAG).
- Pearce II, J.A. & Robinson, R.B. 2011. **Strategic Management: Formulation, Implementation, and Control**. 12th ed. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Reid, R.D. & Bojanic, D.C. 2010. **Hospitality Marketing Management**. 5th ed. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Ritchie, B. & Crouch, G.I. 2010. **A model of destination competitiveness/sustainability: Brazilian perspectives**. [Online]. Available <http://www.scielo.br/pdf/rap/v44n5/v44n5a03> (8 June 2017).
- Rothaermel, F.T. 2013. **Strategic Management: Concepts and Case**. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Schermerhorn, J.R. 1996. **Management**. 5th ed. New York: John Wiley & Sons.
- Stephen, P.R. 1994. **Management**. 4th ed. New York: Prentice-Hall.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	วันที่สัมภาษณ์	สถานที่สัมภาษณ์
1.	นายดลเดช พัฒนรัฐ	ผู้ว่าราชการจังหวัดสงขลา	29 มิถุนายน 2561	ศูนย์ราชการจังหวัดสงขลา
2.	ดร.อับดุลรอหมาน กาหมาน	รองนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา	18 มิถุนายน 2561	สำนักงานองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา
3.	ดร.สมศักดิ์ ดันติเศรณี	นายกเทศมนตรีนครสงขลา	15 มิถุนายน 2561	สำนักงานเทศบาลนครสงขลา
4.	นายอดุลย์ มูเก็ม	รองนายกเทศมนตรีนครหาดใหญ่	14 มิถุนายน 2561	สำนักงานเทศบาลนครหาดใหญ่
5.	นายบัญญัติ สุวรรณมณี	ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา	11 มิถุนายน 2561	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา
6.	นายมุসা ยะโก๊ะ	รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่(สงขลา-สตูล)	20 มิถุนายน 2561	สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่(สงขลา-สตูล)
7.	ดร.ธวัช น้อยหอม	ผู้อำนวยการสถาบันฮาลาลมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	5 กรกฎาคม 2561	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
8.	นายกมล สุทธิวรรณภาส	นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาและกรรมการผู้จัดการโรงแรมไชน่าการ์เด็น	12 มิถุนายน 2561	โรงแรมไชน่าการ์เด็น
9.	นายโตทอง แซ่หลี่	นายกสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพจังหวัดสงขลาและกรรมการผู้จัดการบริษัทนิวเฟรนด์ทัวร์	12 มิถุนายน 2561	สำนักงานบริษัทนิวเฟรนด์ทัวร์
10.	นายทรงชัย มุ่งประสิทธิ์ชัย	นายกสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาและกรรมการผู้จัดการบริษัทนิวเอเชียทัวร์ จำกัด	12 มิถุนายน 2561	สำนักงานบริษัทนิวเอเชียทัวร์
11.	นายสุรพล กำพลานนท์วัฒน์	นายกสมาคมสมาพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยวสงขลา	29 มิถุนายน 2561	สำนักงานสมาคมสมาพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยวสงขลา
12.	นางสาวอัยดา อุเจ๊ะ	นายกสมาคมการค้าการท่องเที่ยวฮาลาลไทยอาเซียน	22 เมษายน 2561	สำนักงานสมาคมการค้าการท่องเที่ยวฮาลาลไทยอาเซียน
13.	นายทศพร วิวัฒน์ธุรกิจ	กรรมการผู้จัดการโรงแรมหาดใหญ่ราม่า	9 กรกฎาคม 2561	โรงแรมหาดใหญ่ราม่า
14.	นายสมมาตร จุลิกพงศ์	กรรมการที่ปรึกษาหอการค้าจังหวัดสงขลา	11 มิถุนายน 2561	สำนักงานหอการค้าจังหวัดสงขลา
15.	นางสาวจิตมยุรา สำนักพงษ์	บริษัทหาดใหญ่เจอร์นีทัวร์ จำกัด	11 มิถุนายน 2561	สำนักงานบริษัทหาดใหญ่เจอร์นีทัวร์ จำกัด
16.	นางสาวนารีมาลัย ราชพิทักษ์	กรรมการผู้จัดการภัตตาคารอาหาร ฮาหมัดหาดใหญ่	2 กรกฎาคม 2561	ภัตตาคารอาหารฮาหมัดหาดใหญ่



ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure interview)

แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview)

1. ท่านรู้จักการท่องเที่ยวฮาลาลหรือไม่ และคิดว่าเป็นการท่องเที่ยวอย่างไร
2. จังหวัดสงขลาสามารถพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลได้หรือไม่
3. สถานการณ์การท่องเที่ยวฮาลาลเป็นอย่างไร
 - 3.1 ที่พัก
 - 3.2 อาหารฮาลาล
 - 3.3 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)
 - 3.4 บริษัทนำเที่ยว
 - 3.5 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม
4. ทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาสามารถพัฒนาเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามโดยอาศัยแนวทรัพยากรหลัก คือ องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 5As ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว(Attractions) ความสามารถในการเข้าถึง(Accessibilities) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) ที่พัก(Accommodation) และกิจกรรม(Activities) และทรัพยากรสนับสนุน ได้แก่ บทบัญญัติศาสนาอิสลาม จำแนกได้ 2 ประเภท คือ อาหารฮาลาล และการปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)
5. ท่านคิดว่าแนวโน้มการท่องเที่ยวฮาลาลในปัจจุบันและในอนาคตของจังหวัดสงขลาจะเป็นอย่างไร
6. ท่านคิดว่านโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาลของภาครัฐเป็นอย่างไร
7. ท่านคิดว่าภาครัฐควรกำหนดนโยบายการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างไร เพื่อสนับสนุนให้จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลและมีขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาล
8. นโยบายการส่งเสริมและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกจำเป็นต่อการท่องเที่ยวของชาวมุสลิม
 - อาหารฮาลาล
 - สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)
9. การดำเนินของภาครัฐ เอกชน และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในการสนับสนุนให้จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลมีขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาล ควรดำเนินการอย่างไร



ภาคผนวก ค

แบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่าแบบจัดประเภท
(Category rating scale)

แบบสอบถาม ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป

Part One : Informant's Personal Information

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

Directions : Please put a tick (✓) in this questionnaire as viewed with your opinions.

1. เพศ (Sexuality)

1. ชาย (Male) 2. หญิง (Female)

2. อายุ ปี

Age : years

3. สถานภาพ (Marital Status)

1. โสด (Single) 2. สมรส (Married) 3. หม้าย/หย่าร้าง

(Widowed/Divorced)

4. การศึกษา (Educational Backgrounds)

1. มัธยมศึกษา (High school Diploma)
 2. อนุปริญญา (Vocational Certificate/Diploma)
 3.ปริญญาตรี (Bachelor's degree)
 4. สูงกว่าปริญญาตรี (Master's degree)
 5. อื่นๆ/Others (โปรดระบุ/Please specify).....

5. อาชีพ (Occupation)

1. รับจ้าง (Employees)
 2. ธุรกิจส่วนตัว (Business Owners)
 3. นักเรียน/นักศึกษา (High School Students/University Students)
 4. รับราชการ (Government Officers)
 5. พนักงานรัฐวิสาหกิจ (Enterprise Officials)
 6. เกษตรกร (Agriculturists)
 7. พนักงานบริษัทเอกชน (Private Staff)
 8. อื่นๆ/Others (โปรดระบุ/Please specify).....

6. รายได้ต่อเดือน (หน่วยบาท/หากเป็นชาวต่างชาติเปลี่ยนเป็นค่าเงินบาทเท่านั้น)

Monthly Income (Baht) / โปรดระบุ/Please specify.....

7. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

Methods of travelling for your final destination in Song Khla province

- 1.คนเดียว (Alone)
- 2.เพื่อน (Accompanied)
- 3.ครอบครัว (Travelling with family members)
- 4.อื่นๆ/Others (โปรดระบุ/Please specify).....

8. จำนวนสมาชิกในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

The numbers of your members travelling for final destination in Song Khla province

โปรดระบุ/Please specify

9. ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวสงขลา (เลือกตอบได้มากกว่า1ข้อ)

Transport services used for travelling in Song Khla province (Specify more than one choice)

- 1.รถยนต์ส่วนตัว (Personal cars) 2. รถเช่า (Rented cars)
- 3. รถขนส่งสาธารณะ (Public cars) 4. บริษัททัวร์ (Tour agent's cars)
- 5. อื่นๆ/Others (โปรดระบุ/Please specify).....

10. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา (เลือกตอบได้มากกว่า1ข้อ)

Purposes of travelling in Song Khla province (Select more than one choice)

- 1.เพื่อสุขภาพ(For your health)
- 2. เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (For your relaxation)
- 3. เพื่อเยี่ยมญาติ (For your relative-visiting)
- 4. เพื่อช้อปปิ้ง (For your shopping)
- 5. หลีกหนีความจำเจ (For your pleasures)
- 6. การสานความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว (For your family relations)
- 7. การยกฐานะทางสังคม (For your social relationship)
- 8. การแสวงหาความรู้และการศึกษา (For your further study/education)
- 9. เพื่อใช้บริการอาหารฮาลาล (For your Halal food services)
- 10. เพื่อปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) (For your religious ceremony) / Praying
- 11. อื่นๆ/Others (โปรดระบุ/Please specify).....

11. ท่านเคยมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาหรือไม่

Have you ever been to Song Khla province?

1. เคยมา (ไปตระเวนจำนวนครั้ง)

Yes, I have. (Please specify the numbers of travelling in Song Khla for time(s))

2. ไม่เคยมา(ครั้งนี้เป็นครั้งแรก)

No, I haven't. (It is the first time for me to travel here.)

12. ระยะเวลาที่ท่านมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

Length of your travel in Song Khla province

1. หนึ่งวัน (One day trip)

2. สองวันหนึ่งคืน (Two days one night)

3. สามวันสองคืน (Three days two nights)

4. อื่นๆ/Others (โปรดระบุ/Please specify).....

13. ปัจจัยในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา(เลือกตอบได้มากกว่า1ข้อ)

Factors influencing your final travelling destination in Song Khla province

(Select more than one choice)

1. สิ่งดึงดูดใจและการบริการท่องเที่ยว (Tourist attractions & tourism services)

2. ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility of tourist attractions)

3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน (Tourism facilities)

4. สินค้าและบริการมีคุณภาพ (Products and service quality)

5. มีที่พักที่เพียงพอและที่พักมีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

(Adequate numbers of accommodations based on the Islamic Religious Acts)

6. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายและเหมาะสมต่อนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

(Varieties of tourism activities served for Muslim tourists)

7. ราคาและความคุ้มค่า (Tourism service prices & worthiness)

8. ความสะดวกสบาย (Service convenience)

9. มีสิ่งอำนวยความสะดวกฮาลาล ได้แก่ ร้านอาหาร และสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ

(ละหมาด)

(Halal facilities e.g. Halal restaurants, praying sites, etc.)

10. อื่นๆ/Others (โปรดระบุ/Please specify).....

14. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาที่ท่านชอบ (เลือกตอบได้มากกว่า1ข้อ)

Which one of the following tourist attractions do you prefer to travel in Song Khla province? (Select more than one choice)

1. ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Tourism Resources)
2. ทรัพยากรท่องเที่ยวทางทะเล (Sea tourism Resources)
3. ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต (Cultural & Local Life Tourism Resources)

4. แหล่งช้อปปิ้ง (Shopping Sites)
5. แหล่งท่องเที่ยวที่มีบริการอาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด) (Halal Food Services Sites/Restaurants & Praying Sites)
6. อื่นๆ/Others (โปรดระบุ/Please specify).....

15. มีการกำหนดงบประมาณในการมาเที่ยวจังหวัดสงขลาต่อครั้ง

How many dollars/baht do you spent on your travel in Song Khal province?

โปรดระบุ.....
(Please specify) Baht/Dollars

16. ท่านจะกลับมาเที่ยวจังหวัดสงขลาซ้ำอีกหรือไม่

Will you come back travel in Song Khla province ?

1. กลับมาอีก (Yes, I will)
2. ไม่กลับมาอีก เพราะ.....
No, I won't. Because

17. ท่านคิดว่าจังหวัดสงขลาสามารถเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลได้หรือไม่

Do do you think about the Halal tourism hub in Song Khla province?

1. ได้ เพราะ.....
(Yes, I do. Because.....)
2. ไม่ได้ เพราะ
(No, I don't. Because.....)

18. ภูมิลำเนาเดินทางมาจากจังหวัด หรือ ประเทศใด

Where are you from?

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้บริการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในจังหวัดสงขลา

Part 2 : Muslim Tourists' Service Behaviors on Their Traveling Destination
in SongKhla Province

Level of Expectation on Travelling ความคาดหวัง					Description รายการ	Level of Satisfactions on Travelling ความพึงพอใจ				
Lowest → Highest						Lowest → Highest				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว(Attractions)					
					1.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ/Natural tourism resources are provided.					
					1.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต/Cultural & local life tourism resources are provided.					
					1.3 ทรัพยากรท่องเที่ยวทางทะเล/Sea tourism resources are provided.					
					1.4 ทรัพยากรท่องเที่ยวมีความอุดมสมบูรณ์/Abundant tourism resources are all provided.					
					1.5 แหล่งท่องเที่ยวมีความโดดเด่นและมีเสน่ห์/Unique and attractive tourist attractions are all provided.					
					1.6 แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์/Tourist attractions with local identities are all provided.					
					1.7 แหล่งท่องเที่ยวสร้างประสบการณ์ใหม่/Tourist attractions are all served for your new experiences.					
					1.8 แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งดึงดูดใจที่ไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนา/Tourist attractions are not impacted on the Islamic Religious Acts.					

Level of Expectation on Travelling ความคาดหวัง					Description รายการ	Level of Satisfactions on Travelling ความพึงพอใจ				
Lowest → Highest					2. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities)	Lowest → Highest				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					2.1 ป้ายบอกทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวชัดเจน/ Signs are all served for tourist attractions.					
					2.2 เส้นทางคมนาคมสะดวก เช่น ถนน ราง สนามบิน เป็นต้น /Transport routes such as roads, rails, airports, etc. are all facilitated.					
					2.3 ความหลากหลายของช่องทางการเดินทาง เช่น รถยนต์ส่วนตัว รถขนส่งสาธารณะ รถไฟ เครื่องบิน เป็นต้น/The varieties of transport services such as personal cars, public transport services, railway service, airport services, etc. are all facilitated.					
					2.4 สถานีขนส่งมีความพร้อม เช่น สถานีขนส่ง ผู้โดยสาร สถานีรถไฟ ท่าอากาศยาน เป็นต้น/ Well-equipped transport services such as bus terminals, railway stations, airports, etc. are all facilitated.					
Lowest → Highest					3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)	Lowest → Highest				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					3.1 ความสะอาดสบายของร้านอาหารและ เครื่องดื่ม/Convenient restaurants with ready-to-drink beverages are all facilitated.					
					3.2 มีร้านอาหารฮาลาลบริการอย่างเพียงพอ/The adequate numbers of Halal restaurants are all facilitated.					
					3.3 ความหลากหลายของอาหารฮาลาล/Various Halal menus are all provided.					
					3.4 ความสะอาดของอาหารฮาลาล/cleaned Halal foods are all provided.					
					3.5 ความเหมาะสมของราคาอาหารฮาลาล/The reasonable prices of Halal foods are all provided.					
					3.6 ความพร้อมของสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)/The adequate numbers of praying sites are all facilitated.					

Level of Expectation on Travelling ความคาดหวัง					Description รายการ	Level of Satisfactions on Travelling ความพึงพอใจ				
Lowest → Highest						Lowest → Highest				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)					
					3.7. สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีการจัดแยกชายหญิง/The adequate numbers of praying sites for Islamic men and women only are provided.					
					3.8 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีความสะอาด/Tidy praying sites are all facilitated.					
					3.9 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีพรมปูละหมาด/Praying sites with praying mats are all facilitated.					
					3.10 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีบริการชุดละหมาด ชาย และหญิง อย่างเพียงพอ/The adequate numbers of praying service sites are all served for both Islamic men and women.					
					3.11 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีตารางระบุเวลาละหมาด/The length of praying time at praying sites is scheduled.					
					3.12 ความเหมาะสมของที่ทำน้ำละหมาดแยกชายหญิงชัดเจน/The adequate numbers of bathrooms are all served for both male and female prayers.					
					3.13 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีเครื่องหมายระบุทิศละหมาด (กิบลัต)/Praying sites with its Gibrat direction are all facilitated for both male and female prayers.					
					3.14 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีการกระจายอยู่โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว/The numbers of praying sites are all provided for nearer tourist attractions.					
					3.15 ความสะอาดของห้องน้ำ/The adequate numbers of tidy toilets are all facilitated for both male and female prayers.					
					3.16 ห้องน้ำมีการติดตั้งสายชำระ/Toilet faucets are all provided for toilet services.					
					3.17 ห้องน้ำมีความเพียงพอ/The adequate numbers of toilets are all facilitated for both male and female prayers.					

Level of Expectation on Travelling ความคาดหวัง					Description รายการ	Level of Satisfactions on Travelling ความพึงพอใจ				
Lowest → Highest						Lowest → Highest				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)					
					3.18 ความพร้อมของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวกระจายโดยรอบแหล่งท่องเที่ยว/The numbers of tourist information services centers are all provided around tourist attractions.					
					3.19 คุณภาพของระบบเทคโนโลยี เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น/The quality of technological systems such as telephone services, Internet services, etc. are all provided.					
					3.20 กระบวนการให้บริการสะดวกและรวดเร็ว/ Convenient service processes are all provided.					
					3.21 สิ่งอำนวยความสะดวกมีความน่าเชื่อถือไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม/Halal Act-Certified tourist amenities are all provided for Islamic tourists.					
Lowest → Highest					4. ที่พัก (Accommodations)	Lowest → Highest				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					4.1 ที่พักมีความเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว/The adequate numbers of accommodations are required for Islamic tourists.					
					4.2 มีที่พักที่ได้มาตรฐานฮาลาลเปิด บริการ/The adequate numbers of accommodations with the Halal-certified standard license are provided for Islamic tourists.					
					4.3 ห้องพักมีการระบุทิศละหมาด(กิบลัต)/The additional numbers of praying rooms with its Giblat direction are all provided.					

Level of Expectation on Travelling ความคาดหวัง					Description รายการ	Level of Satisfactions on Travelling ความพึงพอใจ				
Lowest → Highest						Lowest → Highest				
1	2	3	4	5	4. ที่พัก (Accommodations)	1	2	3	4	5
					4.4 ห้องพักมีการบริการพร้อมสำหรับปูละหมาด/ The additional numbers of praying rooms with praying mats are all provided.					
					4.5 ห้องน้ำมีการติดตั้งสายชำระ/The additional numbers of toilets with toilet faucets are all provided for tourist services.					
					4.6 มีบริการตารางระยะเวลาละหมาดในห้องพัก/ The length of praying time is scheduled in tourists' accommodations.					
					4.7 มีบริการอาหารฮาลาล/Halal food services are all provided.					
					4.8 อัตราค่าบริการเหมาะสม/Reasonable rates of accommodations are all provided.					
					4.9 บุคลากรให้บริการสุภาพและเป็นมิตร/The numbers of staff with their good service minds and healthcare services are all served for Islamic tourists.					
					4.10 กระบวนการให้บริการมีความสะดวกและรวดเร็ว/Convenient service processes are all served for tourist services.					
Lowest → Highest					5. กิจกรรม(Activities)	Lowest → Highest				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					5.1 กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย/ Various tourism activities are all provided for such a tourist attraction.					
					5.2 กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมและเอื้อต่อการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม/Various tourism activities are all served for Islamic tourists' tourism services.					
					5.3 แหล่งท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม/Such a tourist site is mostly signified for the Islamic tourists' tourism activities.					

Level of Expectation on Travelling ความคาดหวัง					Description รายการ	Level of Satisfactions on Travelling ความพึงพอใจ				
Lowest → Highest						Lowest → Highest				
1	2	3	4	5	5. กิจกรรม (Activities)	1	2	3	4	5
					5.4 บุคลากรให้บริการสุภาพและเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม/The staff's service minds and friendliness are served for Islamic tourists.					
					5.5 บุคลากรมีความเข้าใจต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม/The staff's better understandings of Islamic Religious Acts are all enhanced.					
					5.6 อัตราค่าบริการการทำกิจกรรมมีความเหมาะสม/Reasonable rates of tourist activity fees are all provided.					
					5.7 สภาพแวดล้อมของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม/Tourist activities are all facilitated for tourist attractions' environment.					
					5.8 กระบวนการให้บริการมีความสะดวก รวดเร็ว /Convenient service processes are all provided for tourist services.					
					5.9 บุคลากรใส่ใจในการบริการและให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่/Staff' service minds and information services are all provided for Islamic tourists.					

ข้อเสนอแนะ/Detailed Suggestions

.....

.....

.....

แบบสอบถาม ภาษามลายู

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป

Bahagian 1 : Maklumat Am

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านArahan : Sila tanda ✓ di ruang yang anda setuju.

1. เพศ Jantina

1. ชาย (lelaki) 2. หญิง (Perempuan)

2. อายุ..... ปี (Umur.....tahun)

3. สถานภาพ (Status)

- 1.โสด (Bujang) 2. สมรส (Berkahwin)

- 3.หม้าย/หย่าร้าง (Janda/Bercerai)

4. การศึกษา (Pendidikan)

1. มัธยมศึกษา (Pendidikan Menengah)

2. อนุปริญญา (Diploma)

3. ปริญญาตรี (Ijazah Sarjana Muda)

4. สูงกว่าปริญญาตรี (Pascasiswazah)

5. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... lain-lain (Sila jelaskan.....)

5. อาชีพ (Pekerja)

1. รับจ้าง (Ambil Upah)

2. ธุรกิจส่วนตัว (Perniagaan Peribadi)

3. นักเรียน/นักศึกษา (Murid/Pelajar)

4. รัฐบาล (Pengawai Kerajaan)

5. พนักงานรัฐวิสาหกิจ (Pekerja Perusahaan Negeri)

6. เกษตรกร (Pertanian)

7. พนักงานบริษัทเอกชน (Pengawai Swasta)

8. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... Lain-lain (Sila jelaskan.....)

6. รายได้ต่อเดือน (หน่วยบาท/หากเป็นชาวต่างชาติเปลี่ยนเป็นค่าเงินบาทเท่านั้น)

Pendapatan bulanan (dikira mengikut tukaran wang bath sahaja)

โปรดระบุ.....

Sila jelaskan.....

7. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

(Perjalanan ke Songkhla)

- 1.คนเดียว (Seorang) 2.เพื่อน (Bersama kawan)
- 3.ครอบครัว (Dengan keluarga) 4.อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... lain-

lain (Sila jelaskan.....)

8. จำนวนสมาชิกในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

(Bilangan Ahli yang datang melancong ke wilayah Songkhla.)

โปรดระบุ.....

Sila jelaskan

9. ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวสงขลา (เลือกตอบได้มากกว่า1ข้อ)

(Mengguna kenderaan apakah semasa melancong ke wilayah Songkhla. (Boleh memberi jawapan lebih daripada satu jawapan)

- 1.รถยนต์ส่วนตัว (Kereta peribadi) 2. รถเช่า (Kereta Sewa)
3. รถขนส่งสาธารณะ (Pengangkutan awam)
4. บริษัททัวร์ Syarikat (pelancongan)
5. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... Lain-lain (Sila jelaskan.....)

10.วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา (เลือกตอบได้มากกว่า1ข้อ)

(Tujuan perjalanan ke Songkhla. (Boleh memberi jawapan lebih daripada satu jawapan)

- 1.เพื่อสุขภาพ (Untuk kesihatan)
2. เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (Untuk berehat)
3. เพื่อเยี่ยมญาติ (Untuk melawat saudara-mara)
4. เพื่อซื้อปิ้ง (Membeli belah)
5. หลีกหนีความจำเจ (Elakan keboringan)
6. การสานความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว (Eratkan hubungan kekeluargaan)
7. การยกฐานะทางสังคม (Meningkatkan status sosial)
8. การแสวงหาความรู้ และการศึกษา (Mencarikan ilmu pengetahuan dan pendidikan)

9. เพื่อใช้บริการอาหารฮาลาล (Untuk mendapatkan pekidmatan Halal)
10. เพื่อปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) (Untuk beribadah (Solat)
11. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... Lain-lain (Sila jelaskan.....)

11. ท่านเคยมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาหรือไม่

Pernahkan anda melancong ke wilayah Songkhla.

1. เคยมา (ไปรตระบุจำนวนครั้ง).....

Pernah melancong (Berapa kali)

2. ไม่เคยมา (ครั้งนี้เป็นครั้งแรก)

Tidak (Kali ini adalah kali yang pertama)

12. ระยะเวลาที่ท่านมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

(Anda mengguna tempoh masa untuk melancong ke wilayah Songkhla.)

1. หนึ่งวัน(Sehari)

2. สองวันหนึ่งคืน (Dua hari Semalam)

3. สามวันสองคืน (Tiga hari Dua malam)

4. อื่นๆ (ไปรตระบุ)..... Lain-lain (Sila jelaskan.....)

13. ปัจจัยในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา(เลือกตอบได้มากกว่า1ข้อ)

(Faktor-faktor yang mendorong anda membuat keputusan untuk melancongkan ke wilayah Songkhla)

1. สิ่งดึงดูดใจและการบริการท่องเที่ยว (Tarikan dan perkhidmatan pelancongan)

2. ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Keselesaan dalam bahagian pelancongan)

3. มีสิ่งครบอำนวยความสะดวกครบครัน (Mempunyai kemudahan dan keselesaan)

4. สินค้าและบริการมีคุณภาพ (Mempunyai produk dan perkhidmatan yang berkualiti.)

5. มีที่พักที่เพียงพอและที่พักมีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

(Mempunyai jumlah penginapan yang sesuai dan mengikut ajaran agama Islam)

6. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายและเหมาะสมต่อนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

(Mempunyai pelbagaian aktiviti pelancongan dan sesuai dengan pelancongan Mus)

7. ราคาและความคุ้มค่า (Harga yang berbaloi)

8. ความสะดวกสบาย (Keselesaan dan kemudahan)

9. มีสิ่งอำนวยความสะดวกฮาลาล ได้แก่ ร้านอาหาร และสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)

(Kemudahan dan keselesaan perkhidmatan mengenai Halal seperti Kedai makanan, tempat Solat)

10. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

Lain-lain (Sila jelaskan)

14. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาที่ท่านชอบ (เลือกตอบได้มากกว่า1ข้อ)

Apakah tarikan yang menyebabkan anda suka datang melancong ke wilayah Songkhla. (Boleh memberi jawapan lebih daripada satu jawapan)

1. ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

(Sumber pelancongan alam semula jadi)

2. ทรัพยากรท่องเที่ยวทางทะเล(Sumber pelancongan laut)

3. ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต

(Sumber pelancongan kebudayaan dan cara hidup)

4. แหล่งช้อปปิ้ง

(Tempat membeli belah)

5. แหล่งท่องเที่ยวที่มีบริการอาหารฮาลาลและสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)

(Tempat pelancongan yang mempunyai perkhidmatan Halal dan mempunyai tempat Solat.)

6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

Lain-lain (Sila jelaskan)

15. มีการกำหนดงบประมาณในการมาเที่ยวจังหวัดสงขลาต่อครั้ง

. (Tentuan pembelanjaan dalam pelancong ke wilayah Songkhla)

โปรดระบุ.....

(Sila jelaskan)

16. ท่านจะกลับมาเที่ยวจังหวัดสงขลาซ้ำอีกหรือไม่

(Adakah anda datang melancong ke wilayah Songkhla yang akan datang.)

1. กลับมาอีก (Datang lagi)

2. ไม่กลับมาอีก เพราะ.....

(Sudah tidak datang sebab)

17. ท่านคิดว่าจังหวัดสงขลาสามารถเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลได้หรือไม่
(Wilayah Songkhla boleh menjadi Pusat Pelancongan Halal atau tidak)

1. ได้ เพราะ.....
(Boleh sebab)
2. ไม่ได้ เพราะ
(Tidak boleh sebab)

18. ท่านเดินทางมาจากจังหวัด หรือ ประเทศใด
(Anda datang dari wilayah atau Negara).....

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในใช้บริการท่องเที่ยวของ
จังหวัดสงขลา

Bagian 2 : Soal selidik mengenai tingkah laku pelancong Islam mengenai
perkhidmatan pelancongan wilayah Songkhla.

Jangkaan ความคาดหวัง					รายการ Senarai	Kepuasan ความพึงพอใจ				
น้อยที่สุด → มากที่สุด Paling sedikit Paling banyak						น้อยที่สุด → มากที่สุด Paling sedikit Paling banyak				
1	2	3	4	5	1.สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว(Attractions) Tarikan dalam melancong	1	2	3	4	5
					1.1ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ Sumber pelancongan alam semula jadi					
					1.2ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต Sumber pelancongan dari segi kebudayaan dan cara hidup					
					1.3ทรัพยากรท่องเที่ยวทางทะเล Sumber pelancongan dari laut					
					1.4ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีความอุดมสมบูรณ์ Sumber pelancongan dari kesuburan					
					1.5แหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นและมีเสน่ห์ Tempat melancong yang menonjol dan mempunyai tarikan					
					1.6แหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์ Tempat melancong mempunyai keunikan					

Jangkaan ความคาดหวัง					Senarai รายการ	Kepuasan ความพึงพอใจ				
น้อยที่สุด → มากที่สุด Paling sedikit Paling banyak						น้อยที่สุด → มากที่สุด Paling sedikit Paling banyak				
1	2	3	4	5	1.สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว(Attractions) Tarikan dalam melancong	1	2	3	4	5
						1.7แหล่งท่องเที่ยวสร้างประสบการณ์ใหม่ Tempat melancong mempunyai pengalaman yang baru				
					1.8แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งดึงดูดใจที่ไม่ขัดต่อทบบัญญัติศาสนา Tempat melancong mempunyai tarikan dan tidak menjadi halangan daripada batasan agama Islam.					
น้อยที่สุด → มากที่สุด					2. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities) Kebolehan dan capaian	น้อยที่สุด → มากที่สุด				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					2.1 ป้ายบอกทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวชัดเจน Papan tanda yang memberi maklumat tempat pelancongan yang jelas					
					2.2 เส้นทางคมนาคมสะดวก เช่น ถนน ราง สนามบิน เป็นต้น Pengangkutan yang selesa seperti jalan, kereta api, lapangan terbang.					
					2.3 ความหลากหลายของช่องทางการเดินทาง เช่น รถยนต์ส่วนตัว รถขนส่งสาธารณะ รถไฟ เครื่องบิน เป็นต้น Mempunyai pelbagai saluran perjalanan seperti kereta peribadi, pengangkutan awam, kereta api, kapal terbang dan lain-lain.					
					2.4 สถานีขนส่งมีความพร้อม เช่น สถานีขนส่งผู้โดยสาร สถานีรถไฟ ท่าอากาศยาน เป็นต้น Kesediaan Stesen bas seperti Terminal Penumpang, stesen kereta api, lapangan terbang.					

Jangkaan ความคาดหวัง					รายการ Senarai	Kepuasan ความพึงพอใจ				
น้อยที่สุด → มากที่สุด Paling sedikit Paling banyak						น้อยที่สุด → มากที่สุด Paling sedikit Paling banyak				
1	2	3	4	5	3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) Kemudahan	1	2	3	4	5
					3.1 ความสะดวกสบายของร้านอาหารและเครื่องดื่ม Keselesaan dan kemudahan kedai makan dan minuman					
					3.2 มีร้านอาหารฮาลาลบริการอย่างเพียงพอ Mempunyai kedai makanan Halal yang mencukupi					
					3.3 ความหลากหลายของอาหารฮาลาล Makanan Halal yang pelbagai					
					3.4 ความสะอาดของอาหารฮาลาล Kebersihan makanan Halal					
					3.5 ความเหมาะสมของราคาอาหารฮาลาล Kesesuaian harga jualan makanan Halal					
					3.6 ความพร้อมของสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด) Keselesaan tempat Solat					
					3.7 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีการจัดแยกชายหญิง Tempat Solat dibagikan untuk kaum lelaki dan wanita					
					3.8 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีความสะอาด Kebersihan tempat Solat					
					3.9 สถานที่ละหมาดมีพรมปูละหมาด Tempat Solat mempunyai Sejadah					
					3.10 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีบริการชุดละหมาด ชาย และหญิง อย่างเพียงพอ Tempat Solat mempunyai telekung untuk solat dan kain lelaki yang mencukupi					
					3.11 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีตารางระบุเวลาละหมาด Tempat Solat mempunyai jadual beribadat (waktu Solat)					

Jangkaan ความคาดหวัง					Senarai รายการ	Kepuasan ความพึงพอใจ				
น้อยที่สุด → มากที่สุด Paling sedikit Paling banyak						น้อยที่สุด → มากที่สุด Paling sedikit Paling banyak				
1	2	3	4	5	3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) Kemudahan	1	2	3	4	5
					3.12 ความเหมาะสมของที่ทำน้ำละหมาดแยกชายหญิงชัดเจน Kesesuain tempat berwudhu yang diasingkan diantara lelaki dan wanita.					
					3.13 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีเครื่องหมายระบุทิศละหมาด(กิบลัต) Tempat Solat mempunyai penunjukan arah kiblat					
					3.14 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีการกระจายอยู่โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว Persekitar kawasan melancong mempunyai tempat Solat					
					3.15 ความสะอาดของห้องน้ำ Kebersihan tandas					
					3.16 ห้องน้ำมีการติดตั้งสายชำระ Tandas mempunyai alat untuk menyuci.					
					3.17 ห้องน้ำมีความเพียงพอ Tandas mempunyai jumlah yang mencukupi					
					3.18 ความพร้อมของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวกระจายโดยรอบแหล่งท่องเที่ยว Persekitaran tempat melancong mempunyai pusat perkhidmatan yang mencukupi					
					3.19 คุณภาพของระบบเทคโนโลยี เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น Sistem teknologi yang berkualiti seperti telefon, Internet dan sebagainya					
					3.20 กระบวนการให้บริการสะดวกและรวดเร็ว Perkhidmatan yang cepat dan mudah.					
					3.21 สิ่งอำนวยความสะดวกมีความน่าเชื่อถือไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม Kemudahan yang boleh dipercayai, tidak bertentangan dengan agama Islam.					

Jangkaan ความคาดหวัง					Senarai รายการ	Kepuasan ความพึงพอใจ				
น้อยที่สุด → มากที่สุด Paling sedikit Paling banyak						น้อยที่สุด → มากที่สุด Paling sedikit Paling banyak				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					4. ที่พัก (Accommodations)					
					Penginapan					
					4.1 ที่พักมีความเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว Penginapan yang mencukupi dengan jumlah para pelancong.					
					4.2 มีที่พักที่ได้มาตรฐานฮาลาลเปิดบริการ Mempunyai penginapan Halal yang berkualiti.					
					4.3 ห้องพักมีการระบุทิศละหมาด(กิบลัต) Bilik menginap mempunyai arah menunjuk kiblat.					
					4.4 ห้องพักมีการบริการพร้อมสำหรับปูละหมาด Bilik menginap mempunyai sejadah.					
					4.5 ห้องน้ำมีการติดตั้งสายชำระ Tandas mempunyai alat untuk menyuci.					
					4.6 มีบริการตารางระบุเวลาละหมาดในห้องพัก Perkhidmatan jadual beribadat (waktu Solat)ใ					
					4.7 มีบริการอาหารฮาลาล Perkhidmatan makanan Halal.					
					4.8 อัตราค่าบริการเหมาะสม Harga perkhidmatan yang sesua					
					4.9 บุคลากรให้บริการสุภาพและเป็นมิตร Kesopanan para pengawai.					
					4.10 กระบวนการให้บริการมีความสะดวกและรวดเร็ว Perkhidmatan yang cepat dan mudah.					

Jangkaan ความคาดหวัง					Senarai รายการ	Kepuasan ความพึงพอใจ				
น้อยที่สุด → มากที่สุด Paling sedikit Paling banyak						น้อยที่สุด → มากที่สุด Paling sedikit Paling banyak				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					5. กิจกรรม (Activities) Aktiviti					
					5.1 กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย Pelbagaian aktiviti pelancongan.					
					5.2 กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมและ เอื้อต่อการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม Kesesuaian aktiviti pelancongan dan keselesaian dalam menjalankan aktiviti-aktiviti bagi pelancong Islam.					
					5.3 แหล่งท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการทำกิจกรรม ของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม Tempat melancong ambil berat terhadap kegiatan para pelancong Muslim.					
					5.4 บุคลากรให้บริการสุภาพและเป็นมิตรกับ นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม Keramahan dan kesopanan terhadap para pelancong Muslim.					
					5.5 บุคลากรมีความเข้าใจต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม Pengawai mempunyai kefahaman baik terhadap agama Islam.					
					5.6 อัตราค่าบริการการทำกิจกรรมมีความเหมาะสม Harga aktiviti yang sesua.					
					5.7 สภาพแวดล้อมของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมี ความเหมาะสม Persekitaran untuk menjalankan aktiviti pelancongan yang sesua.					
					5.8 กระบวนการให้บริการมีความสะดวก รวดเร็ว Perkhidmatan yang cepat dan mudah.					
					5.9 บุคลากรใส่ใจในการบริการและให้ความช่วยเหลือ อย่างเต็มใจ Pengawai memberi perhatian terhadap perkhidmatan dan bersedia untuk membantu.					

ข้อเสนอแนะ/Cadangan

ตารางผนวกที่ 1 วิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC: Index of item-objective congruence
แบบสอบถามมาตรฐานประเมินค่าแบบจัดประเภท (Category rating scale)

รายการแบบสอบถาม	ประมาณค่าความคิดเห็น			ค่า IOC	แปลผล
	ผู้ทรงคุณวุฒิดัชนีความ				
	สอดคล้อง IOC				
	1	2	3		
1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions)					
1.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	0	+1	+1	0.6	ใช้ได้
1.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
1.3 ทรัพยากรท่องเที่ยวทางทะเล	+1	0	+1	0.6	ใช้ได้
1.4 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีความอุดมสมบูรณ์	+1	+1	0	0.6	ใช้ได้
1.5 แหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นและมีเสน่ห์	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
1.6 แหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
1.7 แหล่งท่องเที่ยวสร้างประสบการณ์ใหม่	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
1.8 แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งดึงดูดใจที่ไม่ขัดต่อทบบัญญัติศาสนา	+1	+1	0	0.6	ใช้ได้
1.9 ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น	0	-1	0	0.0	ใช้ไม่ได้
1.10 ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	0	-1	0	0.0	ใช้ไม่ได้
2. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)					
2.1 ป้ายบอกทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวชัดเจน	+1	+1	0	0.6	ใช้ได้
2.2 เส้นทางคมนาคมสะดวก เช่น ถนน ราง สนามบิน เป็นต้น	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
2.3 ความหลากหลายของช่องทางการเดินทาง เช่น รถยนต์ส่วนตัว รถขนส่งสาธารณะ รถไฟ เครื่องบิน เป็นต้น	0	+1	+1	0.6	ใช้ได้
2.4 สถานีขนส่งมีความพร้อม เช่น สถานีขนส่งผู้โดยสาร สถานีรถไฟ ท่าอากาศยาน เป็นต้น	+1	0	+1	0.6	ใช้ได้
2.5 การบริการของบุคลากรมีคุณภาพและเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว	+1	0	-1	0.0	ใช้ไม่ได้
2.6 บุคลากรมีความใส่ใจในการให้บริการและให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มใจ	+1	-1	0	0.0	ใช้ไม่ได้
2.7 ความเหมาะสมของราคาบริการ	-1	0	0	0.0	ใช้ไม่ได้
2.8 ความพร้อมของระบบเทคโนโลยี	0	0	-1	0.0	ใช้ไม่ได้

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายการแบบสอบถาม	ประมาณค่าความคิดเห็น ผู้ทรงคุณวุฒิดัชนีความ สอดคล้อง IOC			ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3		
	3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)				
3.1 ความพร้อมของร้านอาหาร	+1	0	-1	0.0	ใช้ไม่ได้
3.2 ความอร่อยของอาหารฮาลาล	-1	0	+1	0.0	ใช้ไม่ได้
3.3 คุณภาพของอาหารฮาลาล	+1	0	-1	0.0	ใช้ไม่ได้
3.4 ความสะดวกสบายของร้านอาหารและเครื่องดื่ม	0	+1	+1	0.6	ใช้ได้
3.5 มีร้านอาหารฮาลาลบริการอย่างเพียงพอ	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
3.6 ความหลากหลายของอาหารฮาลาล	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
3.7 ความสะอาดของอาหารฮาลาล	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
3.8 ความเหมาะสมของราคาอาหารฮาลาล	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
3.9 ความพร้อมของสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)	0	+1	+1	0.6	ใช้ได้
3.10 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีการจัดแยกชายหญิง	0	+1	+1	0.6	ใช้ได้
3.11 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีความสะอาด	+1	0	+1	0.6	ใช้ได้
3.12 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีพรมปูละหมาด	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
3.13สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีบริการชุดละหมาด ชาย และหญิง อย่างเพียงพอ	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
3.14 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีตารางระบุเวลาละหมาด	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
3.15 ความเหมาะสมของที่ทำน้ำละหมาดแยกชายหญิงชัดเจน	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
3.16 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีเครื่องหมายระบุทิศละหมาด(กิบลัต)	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
3.17 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีการกระจายอยู่โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
3.18 ความสะอาดของห้องน้ำ	+1	0	+1	0.6	ใช้ได้
3.19 ห้องน้ำมีการติดตั้งสายชำระ	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
3.20 ห้องน้ำมีความเพียงพอ	0	+1	+1	0.6	ใช้ได้
3.21 ความพร้อมของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวกระจายโดยรอบแหล่งท่องเที่ยว	+1	0	+1	0.6	ใช้ได้

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายการแบบสอบถาม	ประมาณค่าความคิดเห็น			ค่า IOC	แปลผล
	ผู้ทรงคุณวุฒิดัชนีความ				
	สอดคล้อง IOC				
	1	2	3		
3.22 คุณภาพของระบบเทคโนโลยี เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	0	+1	+1	0.6	ใช้ได้
3.23 กระบวนการให้บริการสะดวกและรวดเร็ว	+1	+1	0	0.6	ใช้ได้
3.24 สิ่งอำนวยความสะดวกมีความน่าเชื่อถือไม่ขัด ต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
3.25 คุณภาพของเทคโนโลยี เช่น โทรศัพท์	0	-1	-1	0.0	ใช้ไม่ได้
3.26 มีป้ายระบุสิ่งอำนวยความสะดวกชัดเจน	0	0	-1	0.0	ใช้ไม่ได้
4. ที่พัก (Accommodation)					
4.1 ที่พักมีความเพียงพอต่อความต้องการของ นักท่องเที่ยว	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
4.2 มีที่พักที่ได้มาตรฐานฮาลาลเปิดบริการ	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
4.3 ห้องพักมีการระบุทิศละหมาด(กิบลัต)	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
4.4 ห้องพักมีการบริการพร้อมสำหรับปูละหมาด	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
4.5 ห้องน้ำมีการติดตั้งสายชำระ	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
4.6 มีบริการตารางระบุเวลาละหมาดในห้องพัก	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
4.7 มีบริการอาหารฮาลาล	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
4.8 อัตราค่าบริการเหมาะสม	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
4.9 บุคลากรให้บริการสุภาพและเป็นมิตร	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
4.10 กระบวนการให้บริการมีความสะดวกและ รวดเร็ว	+1	+1	0	0.6	ใช้ได้
4.11 บุคลากรมีความเข้าใจต่อบทบัญญัติของ นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม	+1	0	-1	0.0	ใช้ไม่ได้
5. กิจกรรม (Activity)					
5.1 กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	+1	0	+1	0.6	ใช้ได้
5.2 กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมและ เอื้อต่อการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม	+1	+1	0	0.6	ใช้ได้
5.3 แหล่งท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการทำ กิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายการแบบสอบถาม	ประมาณค่าความคิดเห็น			ค่า IOC	แปลผล
	ผู้ทรงคุณวุฒิดัชนีความ				
	สอดคล้อง IOC				
	1	2	3		
5.4 บุคลากรให้บริการสุภาพและเป็นมิตรกับ นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
5.5 บุคลากรมีความเข้าใจต่อบทบัญญัติศาสนา อิสลาม	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
5.6 อัตราค่าบริการการทำกิจกรรมมีความเหมาะสม	0	+1	+1	0.6	ใช้ได้
5.7 สภาพแวดล้อมของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมี ความเหมาะสม	0	+1	+1	0.6	ใช้ได้
5.8 กระบวนการให้บริการมีความสะดวก รวดเร็ว	0	+1	+1	0.6	ใช้ได้
5.9 บุคลากรใส่ใจในการบริการและให้ความ ช่วยเหลืออย่างเต็มใจ	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
5.10 กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวไม่ผิดบทบัญญัติ ศาสนา	+1	0	-1	0.0	ใช้ไม่ได้

$$\begin{aligned} \text{ค่า IOC} &= \frac{6.4+2.8+17.4+9.6}{65} \\ &= \frac{43.2}{65} \\ \text{ค่า IOC} &= 0.66 \end{aligned}$$

ตารางผนวกที่ 2 ผลการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) แบบสอบถามมาตรฐานประเมิน
ค่าแบบจัดประเภท (Category rating scale)

รายการแบบสอบถาม	n =30
	ค่า Reliability
1.สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว(Attractions)	
1.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	0.980
1.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต	0.980
1.3 ทรัพยากรท่องเที่ยวทางทะเล	0.981
1.4 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีความอุดมสมบูรณ์	0.981
1.5 แหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นและมีเสน่ห์	0.981
1.6 แหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์	0.981
1.7 แหล่งท่องเที่ยวสร้างประสบการณ์ใหม่	0.981
1.8 แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งดึงดูดใจที่ไม่ขัดต่อทฤษฎีจิตวิทยา	0.981
2.ความสามารถในการเข้าถึง(Accessibilities)	
2.1 ป้ายบอกทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวชัดเจน	0.981
2.2 เส้นทางคมนาคมสะดวก เช่น ถนน ราง สนามบิน เป็นต้น	0.981
2.3 ความหลากหลายของช่องทางการเดินทาง เช่น รถยนต์ส่วนตัว รถขนส่งสาธารณะ รถไฟ เครื่องบิน เป็นต้น	0.980
2.4 สถานีขนส่งมีความพร้อม เช่น สถานีขนส่งผู้โดยสาร สถานีรถไฟ ท่าอากาศยาน เป็นต้น	0.981
3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)	
3.1 ความสะอาดสบายของร้านอาหารและเครื่องดื่ม	0.981
3.2 มีร้านอาหารฮาลาลบริการอย่างเพียงพอ	0.981
3.3 ความหลากหลายของอาหารฮาลาล	0.980
3.4 ความสะอาดของอาหารฮาลาล	0.981
3.5 ความเหมาะสมของราคาอาหารฮาลาล	0.980
3.6 ความพร้อมของสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)	0.980
3.7 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีการจัดแยกชายหญิง	0.981
3.8 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีความสะอาด	0.980
3.9 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีพรมปูละหมาด	0.980
3.10 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีบริการชุดละหมาด ชาย และหญิง อย่างเพียงพอ	0.981
3.11 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีตารางระบุเวลาละหมาด	0.981
3.12 ความเหมาะสมของที่ทำน้าละหมาดแยกชาย หญิงชัดเจน	0.981
3.13 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีเครื่องหมายระบุทิศละหมาด(กิบลัต)	0.981
3.14 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ(ละหมาด)มีการกระจายอยู่โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว	0.980

ตารางผนวกที่ 2 (ต่อ)

รายการแบบสอบถาม	n =30
	ค่า Reliability
3.15 ความสะอาดของห้องน้ำ	0.981
3.16 ห้องน้ำมีการติดตั้งสายชำระ	0.981
3.17 ห้องน้ำมีความเพียงพอ	0.980
3.18 ความพร้อมของศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวกระจายโดยรอบแหล่งท่องเที่ยว	0.981
3.19 คุณภาพของระบบเทคโนโลยี เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	0.981
3.20 กระบวนการให้บริการสะดวกรวดเร็ว	0.980
3.21 สิ่งอำนวยความสะดวกมีความน่าเชื่อถือไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม	0.980
4. ที่พัก (Accommodation)	
4.1 ที่พักมีความเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	0.980
4.2 มีที่พักที่ได้มาตรฐานฮาลาลเปิดบริการ	0.980
4.3 ห้องพักรวมการระบุที่สะอาด(กิบลัต)	0.980
4.4 ห้องพักรวมการบริการพร้อมสำหรับปูละหมาด	0.981
4.5 ห้องน้ำมีการติดตั้งสายชำระ	0.980
4.6 มีบริการตารางระบุเวลาละหมาดในห้องพัก	0.981
4.7 มีบริการอาหารฮาลาล	0.981
4.8 อัตราค่าบริการเหมาะสม	0.980
4.9 บุคลากรให้บริการสุภาพและเป็นมิตร	0.981
4.10 กระบวนการให้บริการมีความสะดวกและรวดเร็ว	0.981
5. กิจกรรม (Activity)	
5.1 กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	0.980
5.2 กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมและเอื้อต่อการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม	0.981
5.3 แหล่งท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม	0.980
5.4 บุคลากรให้บริการสุภาพและเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม	0.980
5.5 บุคลากรมีความเข้าใจต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม	0.980
5.6 อัตราค่าบริการการทำกิจกรรมมีความเหมาะสม	0.980
5.7 สภาพแวดล้อมของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	0.980
5.8 กระบวนการให้บริการมีความสะดวก รวดเร็ว	0.980
5.9 บุคลากรใส่ใจในการบริการและให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่	0.981

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α coefficient) = 0.98



ภาคผนวก ง

ภาพประกอบงานวิจัย



ภาพผนวกที่ 1 สถานที่สำหรับทำน้ำละหมาดก่อนปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)



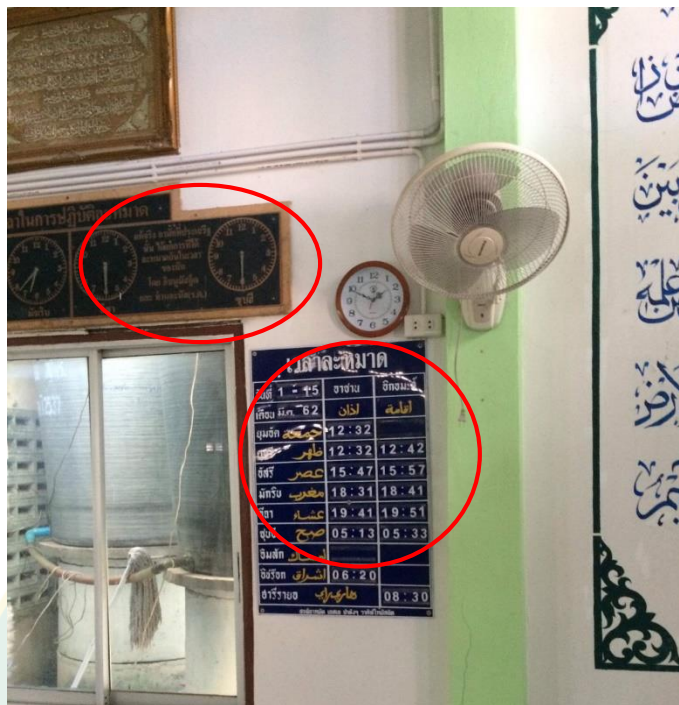
ภาพผนวกที่ 2 พรมสำหรับปูละหมาด



ภาพผนวกที่ 3 ชุดแต่งกายสำหรับปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)
 วงกลมสีแดง ● คือ หมวกผู้ชายสวมใส่ปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด),
 วงกลมสีเหลือง ● คือ ชุดปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) สำหรับผู้หญิง,
 วงกลมสีเขียว ● คือ ผ้าโสร่งสำหรับผู้ชายสวมปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)



ภาพผนวกที่ 4 ป้ายแสดงสถานที่สำหรับปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด)



ภาพผนวกที่ 5 ประกาศตารางเวลาละหมาดหรือปฏิทิน



ภาพผนวกที่ 6 ร้านอาหารฮาลาลย่านเศรษฐกิจสำคัญของอำเภอหาดใหญ่ ถนนประชาธิปไตย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นายอรุณ บิลลี่
เกิดเมื่อ	19 สิงหาคม 2529
ประวัติการศึกษา	<p>พ.ศ. 2552 ปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่</p> <p>พ.ศ. 2548 ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต โปรแกรมวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา จังหวัดสงขลา</p> <p>พ.ศ. 2544 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนดินลูอิสลาม (โรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลาม)</p> <p>พ.ศ. 2542 มัธยมตอนต้น โรงเรียนดินลูอิสลาม (โรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลาม)</p>
ประวัติการทำงาน	<p>พ.ศ. 2552 มัคคุเทศก์นำเที่ยวอิสระ</p> <p>พ.ศ. 2554 ตำแหน่งอาจารย์ ประจำสาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา</p>
อีเมล	sonlikub@gmail.com