



การศึกษาระดับความสำคัญของที่พักรที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยว
ชาวมาเลเซียในจังหวัดสงขลา

The Study of the Importance of Muslim-Friendly Accommodation:
A Case Study of Malaysian Travelers in Songkhla

อุ๋ไหมรี หวังน๊ะ

U-mairee Wangnah

สารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Minor Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration
Prince of Songkla University

2566

ชื่อสารนิพนธ์	การศึกษาระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม	กรณีศึกษา
	นักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา	
ผู้เขียน	นางสาวอุไรมรี หวังน๊ะ	
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ	
ปีการศึกษา	2565	

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับ เรื่อง การศึกษาระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมกรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณและประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลาซึ่งได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลและศึกษาระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมกรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียที่เป็นมุสลิมในจังหวัดสงขลา จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมทั้งสถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมุติฐานการวิจัย ได้แก่ ค่า t-test, F-test.

ผลการศึกษา พบว่า การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิมของนักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา ที่แตกต่างกัน และวิเคราะห์ระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิมของนักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านที่พัก ด้านร้านอาหาร ด้านสปา พบว่า ทั้ง 3 ด้าน ส่งผลต่อระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิมของนักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา

คำสำคัญ: ที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิม, นักท่องเที่ยวชาวมลายูเซีย, ชาวมุสลิม

Minor Thesis Title The Study of the Importance of Muslim-Friendly Accommodation:
A Case Study of Malaysian Travelers in Songkhla

Author Miss U-mairee Wangnah

Major Program Business Administration

Academic Year 2022

ABSTRACT

A research study on The Study of the Importance of Muslim-Friendly Accommodation: A Case Study of Malaysian Travelers in Songkhla. It is quantitative research. The population used in this research is Malaysian Travelers in Songkhla. Data collection was carried out from 400 questionnaires and the statistics of this analysis included Frequency, Percentage, Average, Standard Deviations, t-test, F-test.

The study analysis of personal factors of Malaysian Muslim tourists in Songkhla Province found that personal factors were different. There is a high level of priority for Muslim-friendly accommodation for Malaysian tourists in Songkhla. different and analyzing the importance of Muslim-friendly accommodations of Malaysian tourists in Songkhla Province in all 3 aspects, namely accommodations, restaurants, and spas. Muslims of Malaysian tourists in Songkhla

Keywords: Muslim-Friendly Accommodation, Malaysian Travelers, Muslims

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันอามิณา บอสตัน อลี อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำแนะนำในการจัดทำตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนสารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงอย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านในการเสียสละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเพื่อให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ไว้ใช้ในการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ โดยการนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และทำการวิจัย รวมถึงเพื่อนๆ นักศึกษาปริญญาโทบริหารธุรกิจทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือด้วยดีตลอดมาและสิ่งๆที่ผู้วิจัยจะต้องขอบพระคุณอย่างสูง คือ ครอบครัวของข้าพเจ้าที่ให้การสนับสนุนในการให้กำลังใจตลอดเวลาในการศึกษาจนสามารถสำเร็จการศึกษาและจัดทำสารนิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยคุณประโยชน์และสิ่งดีๆ ที่ได้มาจากการศึกษาและค้นคว้าสารนิพนธ์นี้ขอมอบแต่ บิดา มารดา อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้ให้แก่ผู้วิจัยมา ณ โอกาสนี้

อุไหมรี หวังน๊ะ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(ค)
ABSTRACT	(ง)
กิตติกรรมประกาศ	(จ)
สารบัญ	(ฉ)
รายการตาราง	(ซ)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ปัญหาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 สมมติฐานการวิจัย	3
1.4 กรอบแนวคิด	4
1.5 ขอบเขตการศึกษางานวิจัย	4
1.6 ระยะเวลาการดำเนินการวิจัย	5
1.7 ขอบเขตทางด้านพื้นที่	6
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.9 นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์	9
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับศาสนาอิสลาม	10
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิม	13
2.4 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดสงขลา	22
2.5 บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	27
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	30
3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	30
3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวม	30
3.3 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย	31

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	32
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	34
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	35
บทที่ 4 ผลการวิจัย	36
4.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ที่เป็นมุสลิมในจังหวัดสงขลา	37
4.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับมุสลิม ของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในจังหวัดสงขลา	40
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	52
5.1 สรุปผลการวิจัย	52
5.2 อภิปรายผล	53
5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัย	55
5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัย	55
บรรณานุกรม	56
ภาคผนวก	59
ภาคผนวก ก ภาพกิจกรรม	60
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	63
ภาคผนวก ค การตรวจสอบความเครื่องมือเพื่อการวิจัย (IOC)	74
ประวัติผู้วิจัย	80

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	ระยะเวลาการดำเนินวิจัย เริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2565-เมษายน 2566	5
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อมูลตามปัจจัยส่วนบุคคล	37
4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ	37
4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	38
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงระดับการศึกษา	38
4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอาชีพ	39
4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงรายได้	39
4.7	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปรค่าระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา ด้านที่พักแรม ด้านร้านอาหาร และด้านร้านสปา	40
4.8	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปรค่าระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา ด้านที่พักแรม	41
4.9	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปรค่าระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา ด้านอาหาร	42
4.10	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปรค่าระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา ด้านร้านสปา	43
4.11	ศึกษาระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับมุสลิมของชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา จำแนกตามเพศ	44
4.12	ศึกษาระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับมุสลิมของชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา จำแนกตามอายุ	45

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.13	ศึกษาระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับมุสลิมของชาวมาเลเซียใน จังหวัดสงขลา จำแนกตามระดับการศึกษา	47
4.14	ศึกษาระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับมุสลิมของชาวมาเลเซียใน จังหวัดสงขลา จำแนกตามอาชีพ	49
4.15	ศึกษาระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับมุสลิมของชาวมาเลเซียใน จังหวัดสงขลา จำแนกตามสถานภาพ	50
4.16	ศึกษาระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับมุสลิมของชาวมาเลเซียใน จังหวัดสงขลา จำแนกตามรายได้	50
4.17	ตารางแสดงความถี่ข้อเสนอแนะ	51

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการที่ประเทศไทยเข้าร่วมเป็นสมาชิกในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนทำให้การเคลื่อนย้ายสินค้าประชากรและนักท่องเที่ยวเป็นไปอย่างเสรีมากขึ้น นักท่องเที่ยวมุสลิมกลุ่มประเทศอาเซียน เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย และบรูไน จึงนับเป็นตลาดที่มีศักยภาพสำหรับการท่องเที่ยวและเป็นโอกาสที่สำคัญยิ่งสำหรับผู้ประกอบการในการจัดการบริการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิมในรูปแบบของการท่องเที่ยวฮาลาล (HALAL TOURISM) ซึ่งมีวิถีชีวิตที่เฉพาะแตกต่างและเจาะจง ดังนั้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศดังกล่าวจึงมีความจำเป็นที่ต้องพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีความรู้และความเข้าใจในความสำคัญของเศรษฐกิจฮาลาล เพื่อพัฒนาคุณภาพบริการให้เป็นที่ไปตามมาตรฐานฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ดีปัญหาที่พบจากการท่องเที่ยว คือ ปัญหาร้านอาหารและสถานที่ท่องเที่ยวรวมไปถึงที่พักของชาวมุสลิม ซึ่งการค้นหาร้านอาหารฮาลาลเพื่อตอบสนองความต้องการของชาวมุสลิม นักศึกษาวิทยาลัยนวัตกรรมการบริหารธุรกิจ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ จึงเกิดแนวคิดนำไปสู่การตั้งโครงการสตาร์ทอัพ “Halal Travel in Thailand” เพื่อรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวที่พักและร้านอาหารที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมโดยจะมองไปที่ธุรกิจการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงฮาลาล อาทิ โรงแรม ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ปัจจุบันจำนวนชาวมุสลิมแม้จะน้อยกว่าผู้ที่นับถือศาสนาคริสต์แต่ผลการวิจัยได้ระบุว่าแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของประชากรศาสตร์ช่วงปี 2010-2050 ชาวมุสลิมมีอัตราเพิ่มสูงสุดถึงร้อยละ 73 ของประชากรโลก ตลาดการท่องเที่ยวของชาวมุสลิมทั่วโลกมีแนวโน้มที่จะเติบโตและได้รับความสนใจมากขึ้นในฐานะนักท่องเที่ยวคุณภาพที่จะสร้างรายได้ในภาคเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เนื่องจากจำนวนประชากรมุสลิมทั่วโลก มีจำนวนกว่า 1,800 ล้านคน เป็นประชากรส่วนใหญ่ใน 57 ประเทศและกระจายตัวอยู่ในอีกกว่า 110 ประเทศ ส่งผลให้ธุรกิจและอุตสาหกรรมฮาลาลเติบโตขึ้นมากในหลายปีที่ผ่านมาจากการประเมินโดย Dubai Chamber ในปี พ.ศ. 2557 พบว่าตลาดอาหารฮาลาลโลกมีมูลค่าประมาณ 1.1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปีหากรวมผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ เข้าไปด้วยมูลค่าจะเพิ่มสูงถึง 23 ล้านล้านดอลลาร์ สหรัฐฯ ต่อปี ส่งผลให้ฮาลาลหลักปฏิบัติในศาสนาอิสลามแปรสภาพเป็นเศรษฐกิจฮาลาลที่มีมูลค่ามหาศาล (ศูนย์การการวิจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว, 2559)

จากจำนวนประชากรมุสลิมที่มีมากถึง 1 ใน 4 ของประชากรโลกและมีแนวโน้มที่จะมีส่วนในประชากรโลกเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ประกอบกับศักยภาพทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นในโลกมุสลิม ส่งผลให้การท่องเที่ยวฮาลาล (Halal Tourism) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ขัดต่อหลักศาสนาอิสลามเริ่มเข้ามา

มีบทบาทและเป็นที่น่าจับตามองมากยิ่งขึ้น ซึ่งการขยายตัวของนักท่องเที่ยวมุสลิมก็จะนำไปสู่ความต้องการของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวฮาลาลที่มีความหลากหลายมากขึ้น อาทิ สายการบินฮาลาล ร้านอาหารฮาลาล และโรงแรมฮาลาล คาดการณ์ได้ว่าหลังจากการได้รับวัคซีนโควิดครอบคลุมหลายภูมิภาคมากยิ่งขึ้น การท่องเที่ยวจะกลับมาขยายตัวได้ดีอีกครั้ง ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการขยายตัวของกลุ่มโลกมุสลิมจึงเป็นประเด็นที่หลายประเทศน่าจะกลับมาให้ความสนใจอีกครั้ง (สำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565)

สงขลา เป็นจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีพื้นที่ติดต่อกับประเทศมาเลเซีย อีกทั้งยังมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยเฉพาะพื้นที่ของจังหวัดสงขลามีทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติมีศักยภาพเป็นจุดเด่นที่สำคัญ ทั้งยังมีอาณาเขตใหญ่เป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวของภาคใต้ตอนล่างและมีเส้นทางการคมนาคมที่สะดวกให้นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะชาวมาเลเซียที่นิยมเดินทางโดยการขับรถส่วนตัวเข้ามาทางด้านสะเตาะ ด้านปาดังเบซาร์ ด้านสนามบินนานาชาติหาดใหญ่ และด้านบ้านประกอบ ทำให้หาดใหญ่และบริเวณด้านนอกกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสงขลา โดยมีจุดขายในเรื่องของการความเป็นศูนย์กลางทางการค้าสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบกับประเทศไทยและประเทศมาเลเซียมีการติดต่อค้าขายกันและประชากรในจังหวัดชายแดนใต้ส่วนหนึ่งนับถือศาสนาอิสลาม โดยมีวัฒนธรรมวิถีชีวิตความเชื่อในศาสนาอิสลามของทั้งสองประเทศที่คล้ายคลึงกันมากสำหรับประชากรมุสลิม ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิมจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างจากศาสนาอื่น เช่น การปฏิบัติศาสนกิจ การรับประทานอาหารฮาลาล การบริการด้านที่พัก และจังหวัดสงขลา นับว่าเป็นจังหวัดที่มีที่พักมากเป็นอันดับ 4 จาก 14 จังหวัด รองจากจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และสุราษฎร์ธานี โดยจังหวัดสงขลาที่มีที่พักพร้อมบริการนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมากกว่า 13 โรงแรม ดังนั้นจึงนับได้ว่าจังหวัดสงขลาที่มีความพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมทั้งในประเทศและต่างประเทศ (ฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวฮาลาลเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจข้าไพล์, 2561: ระบบออนไลน์)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาวิจัยในเรื่อง การศึกษาระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในจังหวัดสงขลา โดยมุ่งศึกษาในปัจจุบันบุคคลและศึกษาระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ในจังหวัดสงขลา เพื่อนำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมโรงแรมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการจัดการที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายของการวิจัยไว้ ดังนี้

1.2.1 เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการศึกษาระดับ
ความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในจังหวัดสงขลา

1.2.2 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษา
นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในจังหวัดสงขลา

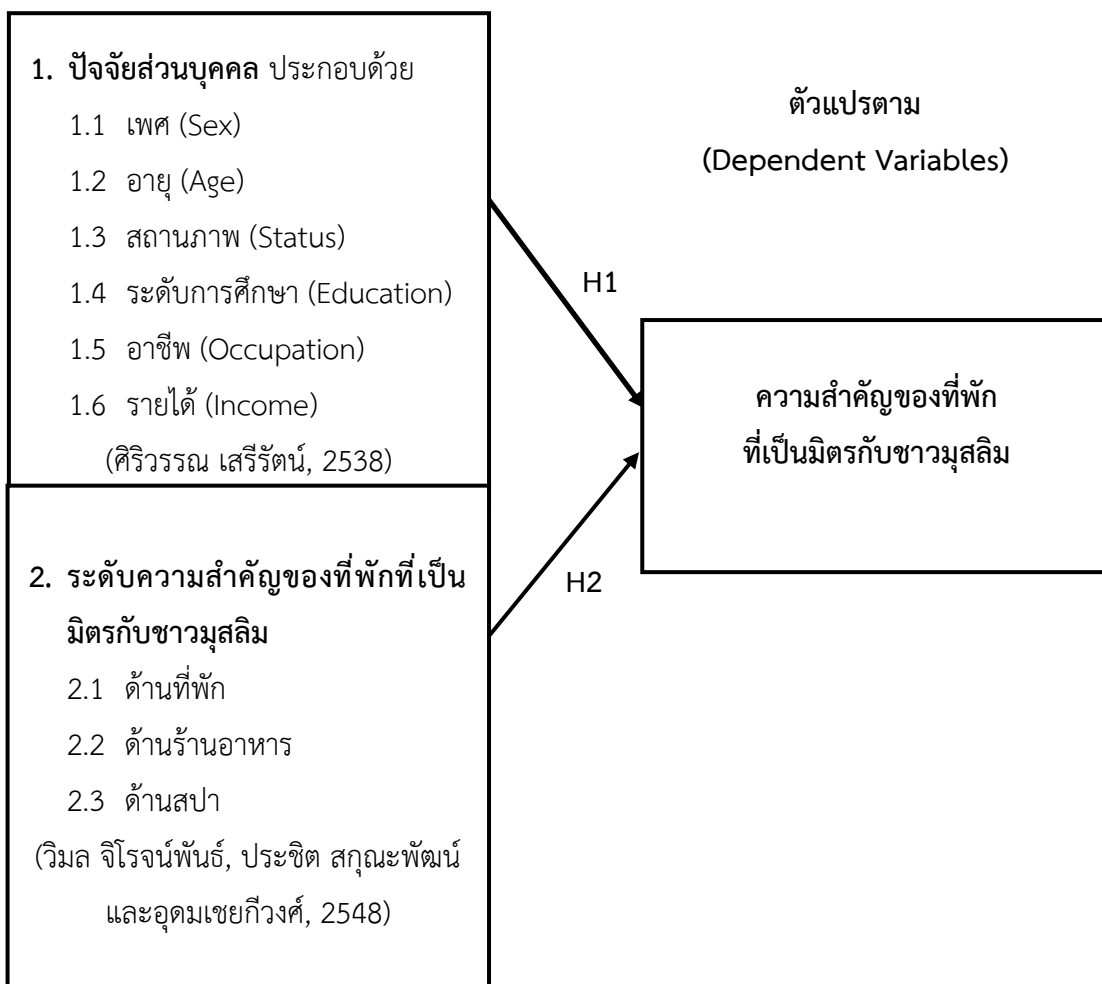
1.3 สมมติฐานการวิจัย

Hypothesis 1- ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการศึกษาระดับความสำคัญ
ของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในจังหวัดสงขลาแตกต่างกัน

Hypothesis 2- การศึกษาระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณี
ศึกษานักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในจังหวัดสงขลา มีระดับความสำคัญที่แตกต่างกัน

1.4 กรอบแนวคิด

ตัวแปรอิสระ
(Independent Variables)



1.5 ขอบเขตการศึกษางานวิจัย

ขอบเขตการศึกษางานวิจัยนี้ จะมุ่งศึกษาระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมลายูในจังหวัดสงขลา

โดยกำหนดขอบเขตการศึกษาค้นคว้าได้ ดังนี้

1.5.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวมลายูที่เป็นมุสลิม

ขอบเขตทางด้านพื้นที่

ในการวิจัยครั้งนี้ จะทำการศึกษาวิจัยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียที่เป็นมุสลิมในจังหวัดสงขลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทำให้ทราบถึงการศึกษาในระดับความสำคัญของที่พักรที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการจัดการที่พักรที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นิยามศัพท์

นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม หมายถึง นักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมที่เดินทางมาจากประเทศมาเลเซียที่เข้ามาใช้บริการห้องพักโรงแรมที่เป็นมิตรต่อมุสลิมหรือที่ได้รับมาตรฐานฮาลาลในจังหวัดสงขลา
ระดับความสำคัญ หมายถึง ระดับความสำคัญของการเข้าพักที่พักรที่เป็นมิตรต่อมุสลิมของชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา

ที่พักรแบบที่เป็นมิตรต่อมุสลิม หมายถึง โรงแรมที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิมชาวมลายูเซียได้ถูกต้องตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม

ด้านโรงแรม หมายถึง ความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการให้บริการในโรงแรมหรือที่พักร ตลอดระยะเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยว

ด้านร้านอาหาร หมายถึง ความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการให้บริการของร้านอาหารรวมถึงคุณภาพของอาหารความสะอาดตามมาตรฐานฮาลาล

ด้านเจ้าหน้าที่ หมายถึง ความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการให้บริการของบุคลากรต่าง ๆ เช่น พนักงาน มีคฤเทศก์บริการตลอดจนเจ้าหน้าที่ทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา เรื่อง "การศึกษาระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา" ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับศาสนาอิสลาม
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิม
- 2.4 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดสงขลา
- 2.5 บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2548) ได้กล่าวถึงความหมายของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic factor) หมายถึง ลักษณะของประชากร ได้แก่ ขนาดขององค์ประกอบของครอบครัว เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ รายได้ อาชีพ เชื้อชาติ สัญชาติ ซึ่งจะมีผลต่อรูปแบบของอุปสงค์ และปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

วรรณภา ปรีทอง (2547) ได้อธิบายประชากรศาสตร์ หมายถึง การวิเคราะห์ประชากรในเรื่องขนาดโครงสร้างการกระจายตัวและการเปลี่ยนแปลงของประชากรในเชิงสัมพันธ์กับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม อื่น ๆ ปัจจัยทางประชากรอาจเป็นทั้งสองสาเหตุและเหตุผลของปรากฏการณ์ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

สุวสา ชัยสุรัตน์ (2537) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ (Demographic) หมายถึง ปัจจัยต่างๆ หลักเกณฑ์ในการบ่งบอกถึงลักษณะทางประชากรที่อยู่ในตัวบุคคลนั้นๆ ได้แก่ อายุ เพศ ขนาดครอบครัว รายได้ การศึกษา อาชีพ การเป็นอยู่ชีวิตครอบครัว ศาสนา เชื้อชาติ สัญชาติ และสถานภาพทางสังคม (Social class)

ประมะ สตะเวทิน (2546) ให้อธิบายถึงคุณสมบัติเฉพาะที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคล ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการสื่อสาร การสื่อสารในสถานการณ์ต่างๆ นั้นจำนวนของผู้รับสารจะมีความแตกต่างกันในกรณีที่มีผู้รับสารจำนวนน้อยมากไม่ได้มีปัญหาหรือมีปัญหาน้อย การวิเคราะห์ผู้รับสารจำนวนมากเนื่องจากการวิเคราะห์คนที่มีความน้อยนั้นสามารถวิเคราะห์ผู้รับสาร

ทุกคนได้ แต่ในการวิเคราะห์จำนวนมากเราไม่สามารถวิเคราะห์ผู้รับสารจำนวนแต่ละคนได้เพราะมีจำนวนมากเกินไป ดังนั้นวิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนมากคือ การจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่มตามลักษณะประชากร ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนา สถานภาพการสมรส เป็นต้น ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้ล้วนมีผลต่อการรับรู้การตีความและการเข้าใจในการสื่อสาร (ปรมะ สตะเวทิน: หลักนิติศาสตร์, 2546)

1. เพศ (Sex) เพศหญิงชายมีความแตกต่างกันในด้านสรีระ ความถนัด ภาวะทางอารมณ์ และจิตใจจากการวิจัยทางด้านจิตวิทยาทั้งหลายได้แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของชายหญิงในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติ เนื่องจากสังคมและวัฒนธรรมได้กำหนดบทบาทและกิจกรรมของทั้งสองเพศไว้ต่างกัน

2. อายุ (Age) อายุเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญต่อพฤติกรรมสื่อสารของมนุษย์ เนื่องจากอายุเป็นตัวกำหนดหรือเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นประสบการณ์ในเรื่องต่างๆ ดังคำกล่าวที่ว่าผู้ใหญ่อ่อนน้าร้อนมาก่อนหรือการเรียกคนที่มีประสบการณ์น้อยกว่าเด็กเมื่อวานขึ้น เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นข้อบ่งชี้แสดงให้เห็นถึงความคิดความเชื่อลักษณะการโต้ตอบต่อเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น โดยทั่วไปแล้วเมื่อคนเรามีอายุเพิ่มขึ้นมีประสบการณ์และความฉลาดรอบคอบเพิ่มมากขึ้นทำให้ความคิดและสิ่งที่สนใจเปลี่ยนแปลงไปด้วย

3. การศึกษา (Education) การศึกษาคือความรู้เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร คือ การได้รับการศึกษาที่ต่างกันในช่วงยุคสมัยต่างกันระบบการศึกษาที่ต่างกันย่อมมีความรู้สึกนึกคิดอุดมการณ์และความต้องการที่ต่างกัน โดยทั่วไปแล้วคนเรามักสนใจหรือยึดแนวคิดในแนวทางสาขาของตนเป็นสำคัญและยังมีลักษณะบางประการที่แสดงให้เห็นถึงพื้นฐานการศึกษาหรือสาขาที่เรียนมา ดังนั้นการศึกษาจึงเป็นตัวกำหนด ในกระบวนการเลือกสรรของผู้รับสาร

4. สถานภาพทางสังคม เศรษฐกิจ (Socio-economic status) ซึ่งได้แก่ เชื้อชาติ ชาติพันธุ์ ถิ่นฐานภูมิลำเนาพื้นฐานของอาชีพ รายได้ และฐานะทางการเงิน ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ซึ่งในการวิจัยทางนิเทศศาสตร์ได้ชี้ให้เห็นว่าฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลต่อปฏิกริยาที่มีต่อผู้ส่งสารและสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจที่ต่างกันนั้นทำให้คนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกันไปด้วย

5. ศาสนา (Religion) การนับถือศาสนาเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสารทั้งทัศนคติค่านิยม และพฤติกรรม โดยศาสนาได้มีส่วนเกี่ยวข้องในกิจกรรมต่างๆ ของคนตลอดชีวิต ซึ่งศาสนามีอิทธิพลต่อบุคคลใน 3 ด้านคือ ด้านศีลธรรม คุณธรรม และด้านความเชื่อของบุคคลที่มีต่อเศรษฐกิจและการเมือง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2549) กล่าวว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา สิ่งเหล่านี้เป็นเกมที่นิยมใช้

ในการแบ่งส่วนตลาดลักษณะประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมายในขณะที่ลักษณะทางด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมนั้นช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์สามารถเข้าถึงและมีประสิทธิภาพต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายรวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น โดยตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญ ดังนี้

อายุ (Age) เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มบริโภคที่มีอายุต่างกันนักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างของส่วนตลาด

เพศ (Sex) เป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญเช่นกัน นักการตลาดควรต้องศึกษาตัวแปรตัวนี้อย่างรอบคอบเพราะในปัจจุบันนี้ตัวแปรทางด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมการบริโภคและการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุมาจากการที่สตรีทำงานมากขึ้น

ลักษณะครอบครัว (Marital status) ลักษณะครอบครัวมีลักษณะครอบครัวเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้ความพยายามทางการตลาดมาโดยตลอดและมีความสำคัญยิ่งขึ้นในส่วนที่เกี่ยวข้องกับหน่วยผู้บริโภคนักการตลาดจะสนใจจำนวนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใดสินค้าหนึ่งและยังสนใจในการพิจารณาลักษณะด้านประชากรศาสตร์และโครงสร้างด้านสื่อที่เกี่ยวข้องกับผู้ตัดสินใจในครัวเรือนเพื่อช่วยในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสม

รายได้ การศึกษา อาชีพ และสถานะภาพ (Income, education occupation and status) รายได้การศึกษา อาชีพ และสถานะภาพเป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดส่วนครองตลาดโดยทั่วไปนักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีความร่ำรวยแต่อย่างไรก็ตามคนที่มียาได้ปานกลางและรายได้ต่ำจะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ปัญหาสำคัญในการแบ่งส่วนตลาดโดยถือเกณฑ์รายได้อย่างเดียวคือ รายได้จะเป็นตัวชี้การมีหรือไม่มีความสามารถในการจ่ายสินค้า

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ สรุปได้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญ จะประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานะภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งบุคคลที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันย่อมส่งผลให้มีความต้องการและการตัดสินใจที่แตกต่างกันซึ่งในงานวิจัยนี้นอกจากจะศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แล้ว ยังรวมไปถึงประเทศที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยวมุสลิมการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเพื่อเห็นถึงปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ ทั้งทางด้านสังคม วัฒนธรรมความชอบส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ไปใช้ในการกำหนดแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มประชากรศาสตร์

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับศาสนาอิสลาม

ศาสนาอิสลามเป็นศาสนาสำคัญศาสนาหนึ่งของโลกมีคนนับถือประมาณ 1,600 ล้านคน นับว่ามีจำนวนมากที่สุด เป็นอันดับสองของโลก มีพื้นที่รวมของกลุ่มประเทศมุสลิมทั้งหมดประมาณ 34,722,286 ตารางกิโลเมตร ตั้งแต่ลองจิจูด 141 องศาตะวันออก ทางด้านตะวันออกของเขตพรมแดนประเทศอินโดนีเซียทอดยาวไปถึงลองจิจูด 17.29 องศาตะวันตก ณ กรุงดาการ์ประเทศเซเนกัล (Senegal) ซึ่งอยู่ในภาคตะวันตกของทวีปแอฟริกาจนถึงละติจูด 55.26 องศาเหนือบริเวณเส้นเขตแดนตอนเหนือของประเทศคาซัคสถานทอดยาวเรื่อยไปจนถึงเส้นเขตแดนทางตอนใต้ของประเทศแทนซาเนียที่ละติจูด 14.44 องศาใต้ ในโลกของเรามีจำนวนประเทศรวมทั้งสิ้น 195 ประเทศ เป็นประเทศมุสลิมกว่า 67 ประเทศ ในประเทศไทยมีศาสนาอิสลามเข้ามาตั้งแต่สมัยสุโขทัย ศาสดาของศาสนาอิสลาม คือ มุฮัมมัด (สถาบันเผยแพร่ข้อมูลอาลุลบายต, 2559)

ปัจจุบันประชาคมอาเซียนมีจำนวนประชากรโดยประมาณ 600 ล้านคน มีประชากรชาวมุสลิมราว 400 ล้านคน โดยอินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีประชากรมุสลิมมากที่สุดในอาเซียน อีกทั้งยังมากที่สุดในโลกราว 240 ล้านคน คิดเป็น 15% ของประชากรมุสลิมทั่วโลก นอกจากประเทศอินโดนีเซียแล้วประเทศมาเลเซียและประเทศบรูไนก็มีประชากรมุสลิมเกินกว่าครึ่งของประชากรในประเทศ โดยมาเลเซียมีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามมากกว่า 60% จากจำนวนประชากร 30 ล้านคน ในขณะที่บรูไน 70% ของประเทศ มีประชากรในประเทศ 4.3 แสนคนเป็นชาวมุสลิม

2.2.1 ความหมายของอิสลาม

อิสลาม แปลว่า การสวามิภักดิ์ ซึ่งหมายถึง การสวามิภักดิ์อย่างบริสุทธิ์แต่ อัลเลาะห์พระผู้เป็นเจ้าของเจ้าด้วยการปฏิบัติตามคำบัญชาของพระองค์ อิสลามมีรากศัพท์มาจากคำว่า อัล-สลิม หมายถึง สันติ โดยในว่าการสวามิภักดิ์ต่อพระผู้เป็นเจ้าของเจ้าจะทำให้มนุษย์ได้พบกับสันติภาพทั้งในโลกนี้และโลกหน้า ศาสนาอิสลามเป็นศาสนามนุษยชาติตลอดกาลตั้งแต่แรกเริ่มของการกำเนิดมนุษยชนจนถึงปัจจุบันและอนาคต (สถาบันเผยแพร่ข้อมูลอาลุลบายต, 2559)

อิสลามเป็นศาสนาที่ไม่สอนให้สักการะบูชาสิ่งใดนอกจากพระเจ้า ศาสนาไม่มีรูปปั้นหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อนำสิ่งเหล่านั้นมากราบไหว้บูชาอันจะนำมาเพื่อป้องกันมิให้มนุษย์เกิดความลุ่มหลงในวัตถุต่างๆ ศาสนาอิสลามเป็นศาสนาที่มีความละเอียดอ่อนในวิถีปฏิบัติ มุสลิมทุกคนจะต้องปฏิบัติในกฎคำสอนของพระเจ้าโดยจะมีคัมภีร์อันกระอ่านอันศักดิ์สิทธิ์ที่ได้บันทึกถึงบทบัญญัติเพื่อให้ผู้ที่นับถือศาสนาอิสลามทุกคนได้ดำเนินชีวิตไปในทิศทางเดียวกัน (อรุณ บิลหลี, 2554 อ้างถึงใน ธรรมจักร เล็กบรรจง, 2559)

อิสลามเป็นศาสนาที่ประมวลไปด้วยหลักธรรมคำสอนที่ไม่สามารถแยกออกจากร่องเศรษฐกิจการเมืองการปกครอง กฎหมาย วัฒนธรรมจริยธรรม การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคนในสังคมเพื่อนบ้านครอบครัวออกไปได้ เพราะศาสนาอิสลามสำหรับมุสลิมนั้นเป็นมากกว่าศาสนา บทบัญญัติในเรื่องต่างๆ ที่ปรากฏในพระมหาคัมภีร์อันกุระอานนั้นครอบคลุมถึงชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์ในทุกด้านประกอบกับพระจริยวัตรของพระบรมศาสดามุฮัมมัดที่เป็นแนวทางในการปฏิบัติ มุสลิมผู้ศรัทธาในศาสนาอิสลามจะต้องมีศรัทธามั่นในพระเจ้าองค์เดียว คือ อัลลอฮ์ มุสลิมจะไม่บูชาสักการะสิ่งอื่นใดเสมอเหมือนกับพระองค์ ดังนั้น จึงมีการปฏิบัติที่แตกต่างไปจากศาสนาอื่นในสังคม (อิสลาม ยิติน, 2554: 10 อ้างถึงใน วุฒิชัย ปุเต๊ะ, 2560)

2.2.2 หลักคำสอนของศาสนาอิสลาม

หลักคำสอนของศาสนาอิสลามแบ่งได้ 3 หมวด คือ หลักการศรัทธา หลักจริยธรรม และหลักการปฏิบัติ

2.2.2.1 หลักศรัทธา

อิสลามสอนว่าถ้าหากมนุษย์พิจารณาด้วยสติปัญญาและสามัญสำนึก จะพบว่า จักรวาลและมวลสรรพสิ่งทั้งหลายที่มีอยู่ได้อุบัติขึ้นมาด้วยตัวเองเป็นที่แน่ชัดว่าสิ่งเหล่านี้ได้ถูกอุบัติขึ้นมาโดยพระเจ้าผู้สร้างด้วยอำนาจและความรู้ที่ไร้ขอบเขตทรงกำหนดกฎเกณฑ์ที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงไว้ทั่วจักรวาลทรงขับเคลื่อนจักรวาลด้วยระบบที่ละเอียดอ่อนไม่มีสรรพสิ่งใดถูกสร้างขึ้นมาอย่างไร้สาระ พระผู้เป็นเจ้าของผู้เมตตาผู้สร้างมนุษย์ขึ้นมาอย่างประเสริฐจะเป็นไปได้อย่างไรที่พระองค์จะปล่อยให้มนุษย์ดำเนินชีวิตอยู่ไปตามลำพังโดยไม่ทรงเหลียวแลหรือปล่อยให้สังคมมนุษย์ดำเนินไปตามยถากรรมของตัวเอง พระองค์ทรงขัดเหล่านี้ด้วยการประทานกฎการปฏิบัติต่างๆ ผ่านบรรดาศาสดาให้มาสั่งสอนและแนะนำมนุษย์ไปสู่การปฏิบัติ สำหรับการดำเนินชีวิตแน่นอนมนุษย์อาจจะมองไม่เห็นผลหรือได้รับประโยชน์จากการทำความดีหรือได้รับโทษจากการทำชั่วของตน (สถาบันเผยแพร่มูลอาลุลบัยต, 2559)

2.3.2.2 หลักจริยธรรม

ศาสนาสอนว่าในการดำเนินชีวิตจงเลือกสรรเฉพาะสิ่งที่ดีอันเป็นที่ยอมรับของสังคมจงทำตนให้เป็นผู้ดำรงอยู่ในศีลธรรมพัฒนาตนเองไปสู่การมีบุคลิกภาพที่ดีเป็นคนที่ยึดมั่นที่ห่วงใยมีเมตตา มีความรักซื่อสัตย์ต่อผู้อื่น รู้จักปกป้องสิทธิของตนไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่นเป็นผู้ที่มีความเสียสละไม่เห็นแก่ตัวและหมั่นใฝ่หาความรู้ ทั้งหมดที่กล่าวมานี้เป็นคุณสมบัติของผู้มีจริยธรรม ซึ่งความสมบูรณ์ทั้งหมดอยู่ที่ความยุติธรรม (สถาบันเผยแพร่มูลอาลุลบัยต, 2559)

2.2.2.3 หลักปฏิบัติ

หลักปฏิบัติของศาสนาอิสลามที่สำคัญมี 5 ประการ (สำนักงานโครงการญาลันนินบารู, 2555 อ้างถึงใน ธรรมจักร เล็กบรรจง, 2559) ดังนี้

2.2.2.3.1 การปฏิบัติตนถือเป็นหัวใจหลักสำคัญของมุสลิมทุกคน โดยจะมีคำกล่าวปฏิญาณเพื่อมุสลิมทุกคนได้ระลึกถึงพระเจ้าของตนเองอยู่เสมอไม่ว่าจะกระทำการสิ่งใดต้องระลึกถึงพระเจ้าเป็นสำคัญ

2.2.2.3.2 การละหมาด คือ การแสดงความเคารพต่อพระเจ้าผู้เป็นเจ้า ทั้งร่างกายและจิตใจ การละหมาดเป็นการฝึกฝนให้คนมีความตรงต่อเวลา อดทน มีความรับผิดชอบ เป็นที่ซัดเกาจิตใจให้บริสุทธิ์เพื่อมิให้มนุษย์ปฏิบัติในสิ่งที่ไม่ชอบธรรมและการละหมาดวันละ 5 เวลา เป็นการยืนยันความศรัทธาที่ปรากฏให้เห็นภายนอกได้ชัดเจนที่สุด เพราะเป็นการปฏิบัติที่มีรูปแบบและคนที่จะดำรงรักษาการละหมาดของตนเองให้ครบ 5 เวลานั้นจะต้องเป็นคนที่มีความผูกพันต่ออัลเลาะห์ และรำลึกถึงพระคุณของพระองค์อยู่ตลอดเวลาอัลเลาะห์ได้ทรงใช้ให้ท่านนบีมุฮัมมัดมาสอนและแสดงแบบอย่างการละหมาดให้ผู้ศรัทธาใช้เป็นมาตรฐานทั่วโลกและกำชับว่าการละหมาดเป็นหน้าที่สำหรับมุสลิมทุกคนและการละหมาดเป็นเสาหลักของศาสนาและการละหมาดเป็นสิ่งที่แยกแยะมุสลิมออกจากผู้ที่ไม่ใช่มุสลิม (อ้างถึงใน วุฒิชัย ปุเต๊ะ, 2560: 10)

2.2.2.3.3 การบริจาคซะกาต คือ มุสลิมผู้มีทรัพย์สินมากจะต้องทำการบริจาคให้กับผู้ที่มีน้อยกว่าเพื่อแสดงถึงการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ให้กับเพื่อนมนุษย์ด้วยกันและการบริจาคยังเป็นคำสอนเพื่อมิให้มนุษย์นั้นไม่ละโมภ์กลุ่มหลงในวัตถุ

2.2.2.3.4 การถือศีลอด คือ การงดเว้นการดื่ม การกิน การเสพ การมีความสัมพันธ์ทางเพศ และการงดเว้นจากอารมณ์ใฝ่ต่ำทั้งหลาย ตลอดจนถึงการพูดจาที่ไม่สุภาพ ขัดต่อศีลธรรมตั้งแต่ดวงอาทิตย์ขึ้นจนถึงพระอาทิตย์ตกในช่วงเดือนที่ 9 คือ เดือนรอมฎอนและปฏิบัติเป็นเวลาติดต่อกัน 1 เดือน การถือศีลอดเป็นสิ่งที่มุสลิมต้องทำเป็นประจำในทุกๆปี การถือศีลอดเป็นการแสดงออกถึงความเสมอภาคกันในบรรดาผู้ศรัทธา เพราะในช่วงการถือศีลอดมุสลิมผู้ศรัทธาไม่ว่าจะอยู่ในฐานะใดต่างต้องงดการกินการดื่มเหมือนกันหมดและที่สำคัญเป็นการช่วยย้าเตือนจิตสำนึกของผู้ถือศีลอดให้ระลึกถึงพระเจ้าและลดความต้องการทางอารมณ์ให้ต่ำลง ดังนั้น ผู้ใดที่ถือศีลอดแล้วยังคล้อยตามอารมณ์ใฝ่ต่ำทำความชั่วอยู่สิ่งที่เขาพวกนั้นจะได้รับ คือ ความหิวกระหายธรรมดาตลอดทั้งวัน ซึ่งไม่มีผลต่อการฝึกฝนหรือขัดเกลาทางด้านจิตใจเลย

ทั้งนี้มีการยกเว้นสำหรับผู้ที่ไม่จำเป็นต้องถือศีลอด คือ ผู้ที่เดินทางไกล ผู้ป่วยหญิงที่มีประจำเดือน เมื่อพ้นสภาวะดังกล่าวแล้วจะต้องถือศีลอดชดใช้ตามจำนวนวันที่ขาดไป สำหรับคนชราที่ร่างกายอ่อนแอ ผู้ป่วยที่แพทย์วินิจฉัยว่าการถือศีลอดจะเป็นอันตรายต่อร่างกาย กรรมกรที่ทำงานหนักในเมืองแร่ หญิงมีครรภ์ก็ได้รับการยกเว้นเช่นกัน และต้องชดใช้ แต่มีเงื่อนไขว่าผู้ที่ได้รับการยกเว้นจะต้องบริจาคอาหารที่ตัวเองกินเป็นอาหารหลักให้แก่ผู้ยากจนเป็นการทดแทนในแต่ละวันที่ไม่ได้ถือศีลอดในระหว่างการถือศีลอดนั้น โดยมุสลิมสามารถกลืนน้ำลายได้ ถ้าหากว่าน้ำลายสะอาดและไม่มีเศษอาหารติดอยู่ (อ้างถึงใน วุฒิชัย ปุเต๊ะ, 2560: 11 - 12)

2.2.2.3.5 การประกอบพิธีฮัจญ์ คือ มุสลิมที่มีความสมบูรณ์ทั้งร่างกายจิตใจและมีทรัพย์สินเพียงพอซึ่งจะเดินทางไปยังนครมักกะประเทศซาอุดีอาระเบียถือเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ของชาวมุสลิมเพื่อปฏิบัติศาสนกิจโดยการเดินทางไปประกอบพิธีฮัจญ์เป็นสิ่งที่มุสลิมทุกคนต้องการที่จะไปด้วยความเต็มใจ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิม

โรงแรมที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมหรือโรงแรมฮาลาล คือ การบริการที่พักหรือสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมโดยคำนึงถึงความต้องการตามความเชื่อของนักเดินทางชาวมุสลิมคำศัพท์ต่างๆ เพื่ออ้างถึงโรงแรมที่ปฏิบัติตามคำสอนของอิสลาม โรงแรมที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมและโรงแรมที่ปฏิบัติตามหลักชะรีอะห์ (Nurul Aini Samian, 2018)

โรงแรมที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม หมายถึง โรงแรมที่มีลักษณะเฉพาะของอิสลามที่สามารถให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่เป็นมิตรกับลูกค้าชาวมุสลิมมากขึ้น เช่น สัญลักษณ์บอกทิศกิบลัต ความพร้อมของอุปกรณ์ละหมาด มีอาหารฮาลาล/รายชื่อ ร้านอาหารที่ให้บริการอาหารฮาลาล การงดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบริเวณโรงแรมและมีมัสยิดในบริเวณโรงแรม (Nurul Aini Samian, 2018)

โรงแรม หมายถึง บ้านชั่วคราวสำหรับผู้มาเยือน (Din,1989) และคาดว่า จะให้บริการต้อนรับที่ดีเพื่อความยั่งยืนในระยะยาว การต้อนรับแขกไม่ใช่เรื่องใหม่ในการสอนอิสลามของท่านศาสดามูฮัมหมัด SAW การต้อนรับแขกอย่างอบอุ่นได้รับการส่งเสริมและกลายเป็นประเพณีแท้จริงมันเป็นสุนนะห์และนำไปปฏิบัติจะได้รับรางวัล (Safire-Rahman, 2002)

ประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีให้ในโรงแรมที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม ซึ่งโรงแรมหลายแห่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกโดยปรับให้เหมาะสมกับความต้องการของนักเดินทางชาวมุสลิมจากห้องละหมาดไปจนถึงบริการอาหารฮาลาล องค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ที่ทำให้โรงแรมเป็นมิตรกับชาวมุสลิม (Your Muslim Food & Travel Guide, 2023)

1. ห้องละหมาด

โรงแรมจะต้องให้บริการห้องละหมาดที่ออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการทางศาสนาของชาวมุสลิม โดยเฉพาะพื้นที่เหล่านี้มักจะต้องมีพรมสะอาดสำหรับทำละหมาด (ละหมาด) และสิ่งของอื่นๆ เช่น เครื่องชี้ทิศทางกิบลัต

2. อาหารฮาลาล

ปัจจุบันโรงแรมหลายแห่งมีเมนูอาหารที่จัดทำขึ้นตามบทบัญญัติอาหารอิสลาม โดยเฉพาะอาหารเหล่านี้จะต้องใช้วัตถุดิบที่ผ่านการรับรองฮาลาลเท่านั้น เช่น ไก่ ปลา และผักที่ผ่านการเชือดตามกฎหมายอิสลาม

3. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย

โรงแรมที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมมักจะบังคับใช้ระเบียบการแต่งกายที่กำหนดให้ผู้เข้าพักปกปิดร่างกายตั้งแต่หน้าอกลงไป สิ่งนี้เกิดขึ้นด้วยความเคารพสำหรับผู้ปฏิบัติตามค่านิยมและแนวทางปฏิบัติดั้งเดิมของอิสลาม โดยรวมแล้วสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ช่วยให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถเพลิดเพลินกับการเข้าพักในโรงแรมได้อย่างสะดวกสบายโดยไม่กระทบต่อความเชื่อหรือค่านิยมของพวกเขา โดยเริ่มตั้งแต่ห้องละหมาดไปจนถึงเสื้อผ้าที่สุภาพ

2.3.1 องค์ประกอบของโรงแรมที่เป็นมิตรต่อชาวมุสลิม

ไพทอร์ย์ โกลพรศักดิ์ (2551: 21 - 22 อ้างถึงใน อารุณ บิลหาลี, 2556) การเตรียมสถานที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิมและนักท่องเที่ยวทั่วไปในภาพรวมไม่มีความแตกต่างกันมากนักแต่สิ่งหนึ่งที่ต้องคำนึงถึง ก็คือ หลักปฏิบัติของศาสนาอิสลาม ซึ่งผู้นับถือศาสนาอิสลามทุกคนต้องถือเป็นหน้าที่และกิจวัตรจะขาดไม่ได้ ได้แก่ การกระทำละหมาด ซึ่งเป็นกรณีสการต่อพระเจ้า และจะทำการในหลายวาระด้วยกัน ดังนั้น สถานที่พักแรมควรจัดให้มีห้องเป็นสัดส่วนต่างหากสำหรับประกอบพิธีกรรมทางศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ซึ่งถือว่าเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

ตามแนวคิดของ Rosenberg (2009 อ้างถึงใน ธรรมจักร เล็กบรรจง, 2559) กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับโรงแรมฮาลาลว่าโรงแรมต้องมีหลักครอบคลุมถึงการดำเนินชีวิตและวิถีปฏิบัติของมุสลิมเกือบทุกแง่มุมนับตั้งแต่การอุปโภคหรือบริโภค ที่พักแรม อาหาร และเครื่องดื่ม สิ่งอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติทางศาสนกิจตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ภายในโรงแรมต้องสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตตามหลักการของศาสนา ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 3 ส่วนใหญ่ ๆ ดังนี้

2.3.1.1 การบริการ (Operation)

2.3.1.1.1 ไม่บริการสิ่งที่มีแอลกอฮอล์ เนื่องจากศาสนาอิสลามห้ามมิให้มุสลิมดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์และของทุกชนิดที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เนื่องจากจะทำให้สภาพร่างกายและจิตใจเสื่อมถอยขาดความรับผิดชอบต่อหน้าที่การงานและนำความตกต่ำมาสู่ครอบครัว

2.3.1.1.2 บริการเฉพาะอาหารและเครื่องดื่มฮาลาล เนื่องจากอาหารฮาลาลมีกระบวนการผลิตถูกต้องตามหลักของศาสนาอิสลามปราศจากสิ่งปนเปื้อนหรือสิ่งต้องห้ามเพื่อที่จะมีสุขภาพที่ดี ซึ่งผู้ที่ไม่ใช่มุสลิมก็สามารถบริโภคอาหารฮาลาลได้

2.3.1.1.3 พนักงานที่ให้บริการเป็นมุสลิมหรือเข้าใจวิถีของมุสลิม เป็นอย่างดี เนื่องจากพนักงานที่เป็นมุสลิมจะเข้าใจวิถีชีวิตของชาวมุสลิมด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นกิจวัตรประจำวันหรือขนบธรรมเนียมปฏิบัติตลอดจนการให้บริการต่อนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความไว้วางใจต่อโรงแรม

2.3.1.1.4 ต้องมีการจัดแยกการให้บริการระหว่างพนักงานชายหญิง ตามหลักคำสอนของอิสลามต้องแยกระหว่างชายและหญิงโดยห้ามมิให้ผู้ชายเข้าไปอยู่ร่วมกับผู้หญิง ทั้งในที่สาธารณะ เช่น ห้องฟิตเนส สระว่ายน้ำ สปา หรือส่วนตัว แม้กระทั่งเป็นเครือญาติคนในครอบครัวเดียวกัน

2.3.1.1.5 การออกแบบภายในโรงแรมต้องคำนึงถึงการใช้งานในส่วนต่างๆ เช่น การออกแบบห้องประชุมสัมมนาและห้องจัดเลี้ยงต้องมีการแบ่งแยกระหว่างชายและหญิง การออกแบบสัญลักษณ์บอกทิศละหมาด การออกแบบห้องพัก การวางเตียงนอนและห้องน้ำไม่ควรรันไปทางทิศเมกกะ การแยกสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรมระหว่างหญิงชาย เป็นต้น

2.3.1.1.6 การจัดทำครัวฮาลาลภายในโรงแรมสิ่งที่สำคัญที่ต้องคำนึงถึงมากที่สุด คือ การปฏิบัติตามหลักของศาสนาอิสลามอย่างเคร่งครัดในกระบวนการผลิตและการบริโภคอาหารนั้นมีความสำคัญอย่างมากต่อชาวมุสลิมทั้งด้านความสะอาดบริสุทธิ์จากสิ่งต้องห้าม ดังนั้นสถานที่ที่ใช้ในการจัดเตรียมอาหาร ประชุมอาหารวัตถุดิบและกระบวนการผลิต ตลอดจนอุปกรณ์ที่นำมาปรุงอาหารและตัวผู้ประกอบอาหารเองเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงและทำให้ถูกต้องตามหลักปฏิบัติทางศาสนา

2.3.2 คุณลักษณะของที่พักรที่เป็นมิตรต่อมุสลิม

ที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิมหรือที่พักที่ให้บริการภายใต้ชารีอะฮ์ (Shariach) จะมีความแตกต่างจากที่พักทั่วไป จากการทบทวนวรรณกรรมส่วนใหญ่ พบว่า การศึกษาเกี่ยวกับที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิมจะศึกษาในประเทศแถบตะวันออกกลางและประเทศมาเลเซียโดยผู้ประกอบการจะนำหลักชารีอะฮ์มาเป็นหลักในการจัดรูปแบบและประยุกต์ใช้การให้บริการ เช่น Rosenberg and Choufany (2009) นักวิเคราะห์ทางการตลาดและกรรมการผู้จัดการโนเวนส์ในนครดูไบ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ได้ให้ความเห็นว่า ที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิมสามารถจำแนกออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านบริหารจัดการ ด้านการออกแบบตกแต่ง และด้านระบบการเงินอิสลาม โดยแต่ละด้านจะมีคุณลักษณะดังนี้ ด้านการบริหารจัดการแบบอิสลามประกอบด้วยหลักการหลีกเลี่ยงในการบริการเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ การบริการอาหารฮาลาลพนักงานส่วนใหญ่เป็นมุสลิมพนักงานหญิงจะให้บริการลูกค้าเพศหญิงในขณะที่พนักงานชายจะให้บริการลูกค้าผู้ชาย บริการทีวีที่ไม่ขัดต่อหลักศาสนาอิสลาม มีอันกุระอ่านและเสื่อละหมาดในห้องพัก ด้านการออกแบบตกแต่งประกอบด้วย การแบ่งพื้นที่การให้บริการแยกเพศชาย

และเพศหญิง มีการบ่งชี้ที่สำหรับละหมาดหรือทศกิบลัต ไม่มีค่าบริการที่ขัดหลักศาสนาเช่น ไนต์คลับ การจัดเตียงนอนและห้องน้ำต้องไม่หันไปทางกิบลัต การตกแต่งที่พักระหว่างที่พักจะไม่ใช้รูปปั้นหรือภาพคนและสัตว์ มีการแยกชั้นระหว่างหญิงชายที่ยังไม่ได้สมรสและชั้นสำหรับครอบครัว สำหรับด้านระบบการเงินอิสลาม ประกอบด้วย การจัดการเงินของที่พักเป็นไปหลักการการเงินอิสลามและยึดในหลักชะกาดหรือมีการบริจาคเงินกลับคืนต่อชุมชน

คุณลักษณะของที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิมได้มีการพัฒนาอย่างน่าสนใจ แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์ออกมาเป็นมาตรฐานอย่างเป็นทางการ เช่น การรวบรวมข้อมูลจากมุมมองต่างประเทศของ Samori & Sabtu (2014) พบว่า คุณลักษณะที่สำคัญของที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิม มีดังนี้

- 1) อาหารฮาลาลและไม่มีแอลกอฮอล์ที่ให้บริการในที่พัก
- 2) มีหนังสือพระคัมภีร์อันกุรอาน มีสื่อรองละหมาดและลูกศรที่แสดงทิศทางของกิบลัต
- 3) ปลายเตียงและห้องสุขาอยู่ในตำแหน่งที่ไม่ได้หันไปทางกิบลัต
- 4) ห้องละหมาดอยู่ในที่พัก
- 5) ไม่มีความบันเทิงที่ไม่เหมาะสม
- 6) พนักงานมุสลิมส่วนใหญ่จะมีการแต่งกายที่ถูกต้องตามหลักอิสลาม
- 7) มีการแบ่งแยกสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมนันทนาการ ร้านสปา และสระว่ายน้ำสำหรับผู้ชายและผู้หญิง
- 8) มีการแยกห้อง / ชั้นที่พักระหว่างชายและหญิงสำหรับคู่ที่ไม่ได้สมรสกัน
- 9) การแต่งกายสำหรับนักท่องเที่ยว
- 10) ไม่มีการเล่นการพนันและไม่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้บริการในล็อบบี้หรือร้านอาหารของที่พัก
- 11) ไม่มีอาหารและเครื่องดื่มที่ต้องห้ามในตู้เย็นของที่พัก

2.2.3 ที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิมในจังหวัดสงขลา

ที่พักเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการท่องเที่ยวประเภทพักค้างคืน (Overnight) ของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา โดยที่พักที่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถใช้บริการได้นั้นอาจเป็นที่พักรับรองทั่วไป แต่หากเป็นที่พักรับรองที่มีความสอดคล้องกับบทบัญญัติศาสนาอิสลามนั้นนับว่าเป็นที่พักที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถใช้บริการได้อย่างประทับใจเพราะไม่ขัดต่อบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม เช่น มีการบริการอาหารฮาลาล สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจละหมาด ห้องน้ำมีสายชำระ มีสัญลักษณ์ระบุทิศละหมาด (กิบลัต) เป็นต้น แต่หากกล่าวถึงที่พักแรมทั่วไปนั้น พบว่า จังหวัดสงขลา มีจำนวนห้องพัก ทั้งหมด 17,764 ห้อง คิดเป็นอันดับ 4 ของ

ภาคใต้รองจากจังหวัดภูเก็ต กระบี่ สุราษฎร์ธานี (สำนักงานสถิติรายได้การท่องเที่ยวสงขลา, 2561: ระบบออนไลน์)

จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่มีที่พักมากเป็นอันดับ 4 จาก 14 จังหวัดภาคใต้ รองจากจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และสุราษฎร์ธานี จากการเก็บข้อมูลของฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวฮาลาลเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจ 3 ฝ่าย ไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย มีที่พักพร้อมบริการนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมากกว่า 13 โรงแรม ได้แก่ โรงแรมลีการ์เดนส์พลาซ่า โรงแรมหาดแก้วรีสอร์ท โรงแรมทรราชเจบี โรงแรมไดอิชิ โรงแรมเซ็นทารา โรงแรมโมฆิต โรงแรมหาดใหญ่โกลเด้นคราวน์ โรงแรมหาดใหญ่พาราไดซ์แอนด์รีสอร์ท โรงแรมหาดใหญ่ราม่า โรงแรมหาดใหญ่ฮอติลเดย์ อามาลโฮเทลแอนด์รีสอร์ท โรงแรมวีแอลหาดใหญ่ โรงแรมณนะตีย์โฮเทล (ฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวฮาลาลเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจข้าไฟล์, 2561: ระบบออนไลน์)

2.2.3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลในโรงแรม จังหวัดสงขลา

ยุพิน หะสัน (2546) กล่าวว่า ศาสนาอิสลามมีแนวทางและวิถีการปฏิบัติที่ครอบคลุมเกือบทุกแง่มุมของวิถีชีวิตมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินวิถีชีวิตประจำวัน การทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่น รวมถึงธุรกิจโรงแรมที่พักแรมก็เป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่มีการนำหลักการของศาสนาอิสลามเข้ามาปรับดำเนินการให้สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมได้ เนื่องจากมุสลิมไม่สามารถจะเปลี่ยนแปลงบทบัญญัติหรือวิถีปฏิบัติของผู้เป็นเจ้าของที่ได้บัญญัติไว้ในคัมภีร์อันกระอ่านได้ แต่จะประยุกต์ใช้วิถีปฏิบัติในชีวิตประจำวันให้สอดคล้องกับหลักคำสอนของศาสนาได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ bosenberg (2009) ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับโรงแรมฮาลาล โรงแรมฮาลาลต้องมีหลักควบคุมถึงการดำเนินชีวิตและวิถีชีวิตของมุสลิมกับทุกแง่มุม นับตั้งแต่การอุปโภคหรือบริโภคที่พักแรม อาหารและเครื่องดื่ม สิ่งอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติศาสนกิจ ตลอดจนกิจกรรมต่างๆภายในโรงแรม ให้สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตตามหลักของศาสนาซึ่งสามารถแบ่งออกได้ 3 ส่วนใหญ่ ๆ ดังนี้

1. การบริการ (Operation)

1.1 ไม่บริการสิ่งที่มีแอลกอฮอล์ เนื่องจากศาสนาอิสลามห้ามมิให้มุสลิมดื่มเครื่องดื่มมึนเมา และของทุกชนิดที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เนื่องจากการดื่มแอลกอฮอล์จะทำให้สภาพร่างกายและจิตใจเสื่อมถอยขาดความรับผิดชอบต่อนหน้าที่การงานและนำมาสู่ครอบครัว

1.2 บริการเฉพาะอาหารและเครื่องดื่มฮาลาล เนื่องจากอาหารฮาลาลมีกระบวนการผลิต ถูกต้องตามหลักของศาสนาอิสลาม ปราศจากสิ่งปนเปื้อนหรือสิ่งต้องห้ามเพื่อที่จะมีสุขภาพที่ดี (นยิส) ซึ่งผู้ที่ไม่ใช่มุสลิมก็สามารถบริโภคอาหารฮาลาลได้

ผู้ประกอบการที่ผลิตอาหารฮาลาลมีหน้าที่ดังต่อไปนี้ (ยูซุฟ ก็อรฎอวี และบรรจง บินกาซัน, 2539)

1. อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตต้องถูกสุขลักษณะตามหลักของศาสนาและไม่ใช้ร่วมกับสิ่งที่ไม่ฮาลาลรวมถึงวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารอาทิ เครื่องปรุง เนื้อสัตว์ ต้องมาจากแหล่งที่เชื่อถือได้ว่า มีกรรมวิธีการเชือดที่เป็นไปตามหลักฮาลาล

2. ผู้ควบคุมหรือปรุงการผลิตตลอดจนผู้ดูแลการให้บริการต้องเป็นมุสลิมที่มีความเข้าใจ หลักการอาหารฮาลาลเป็นอย่างดี

คุณลักษณะของผู้เชือดสัตว์ตามหลักของศาสนาอิสลามเพื่อให้ได้เนื้อสัตว์ที่ฮาลาล มีดังนี้ (ยูซุฟ ก็อรฎอวี และบรรจง บินกาซัน, 2539)

1. ผู้เชือดสัตว์ต้องเป็นมุสลิมที่เข้าใจกรรมวิธีการเชือดเป็นอย่างดี
2. ต้องเป็นสัตว์ที่ศาสนาอิสลามอนุมัติเท่านั้น
3. อุปกรณ์ที่ใช้ในการเชือดต้องมีความคมเป็นพิเศษ เพื่อไม่ให้เป็นการทำร้ายสัตว์และในระหว่างการขนย้ายต้องไม่มีเนื้อสัตว์อื่นที่ไม่ทางร้านนำมาปะปน

สิ่งที่ศาสนบัญญัติห้ามใช้ในการผลิตอาหารฮาลาล ได้แก่

1. สัตว์ต้องห้ามได้แก่สุกรสุนัขสัตว์ที่มีกรงเล็บสัตว์ที่มีพิษสัตว์ที่มีลักษณะเผ่าพันธุ์เดียวกับลา
2. ไม่นุญาตให้รับประทานเลือดสัตว์ทุกชนิด
3. อาหารหรือเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์

1.3 พนักงานที่ให้บริการเป็นมุสลิมหรือเข้าใจวิถีของมุสลิมเป็นอย่างดี เนื่องจากพนักงานที่เป็นมุสลิมจะเข้าใจวิถีชีวิตของชาวมุสลิมด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นกิจวัตรประจำวันหรือขนบธรรมเนียมปฏิบัติตลอดการให้บริการต่อนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเพื่อที่จะให้นักท่องเที่ยวเกิดความไว้วางใจต่อโรงแรม

1.4 ต้องมีการจัดแยกการให้บริการระหว่างพนักงานชายและหญิงในหลักคำสอนของศาสนาอิสลาม และรวมถึงการแต่งกายพนักงานต้องมีการปกปิดมิดชิด

2. การออกแบบห้องอาหารภายในโรงแรม

การออกแบบห้องประชุมสัมมนาและห้องจัดเลี้ยงโดยแบ่งแยกระหว่างชายและหญิง เนื่องจากศาสนาให้ความสำคัญกับการแยกระหว่างชายและหญิงที่มีใช่เป็นสามีภรรยาเกินไปให้อยู่ร่วมกัน เพื่อหลีกเลี่ยงจากความเสียหายและเพื่อรองรับประเพณีการถือศีลอดช่วงเดือนรอมฎอน ซึ่งผู้ที่ถือศีลอดจะรวมกันเพื่อรับประทานอาหารเย็น (ยูซุฟ ก็อรฎอวี และบรรจง บินกาซัน, 2539)

3. การจัดทำครัวฮาลาล

การจัดทำครัวอาหารฮาลาลภายในโรงแรมนั้นสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงมากที่สุด คือ การปฏิบัติตามหลักของศาสนาอิสลามอย่างเคร่งครัดในกระบวนการผลิตและบริโภคอาหารนั้นมีความสำคัญอย่างมากต่อมุสลิมทั้งด้านความสะอาดบริสุทธิ์จากสิ่งต้องห้ามผู้นับถือศาสนาอิสลามต้องบริโภคอาหารที่เป็นสิ่งอนุมัติหรือเรียกว่า ฮาลาล และเป็นอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายปราศจากสิ่งปนเปื้อนนับตั้งแต่กระบวนการเลือกซื้อวัตถุดิบและในกระบวนการผลิตรวมถึงอุปกรณ์ที่นำมาปรุงอาหารและตัวผู้ประกอบอาหารเองไม่ให้ความเกี่ยวข้องหรือสัมผัสกับสิ่งที่ไม่ฮาลาลมาก่อน ตลอดจนการล้างภาชนะที่เก็บรักษาไปจนถึงผู้บริโภค (ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาลจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2555) มีแนวทางการปฏิบัติ ดังนี้

3.1 ด้านสถานที่ หากสถานที่ปรุงอาหารนั้นเคยประกอบอาหารทั่วไปมาก่อนควรมีการล้างเครื่องใช้ในการปรุงอาหารด้วยน้ำดิน (เป็นการชำระล้างสิ่งสกปรกทางศาสนาอิสลามหรือเรียกว่า นยิส) สถานที่ใช้เตรียมปรุงอาหารแยกครัวอาหารฮาลาลออกจากครัวทั่วไปอย่างชัดเจนและห้ามไม่ให้เกิดมีการนำอาหารหรือสิ่งที่ไม่ฮาลาลเข้าไปในครัวฮาลาลอย่างเด็ดขาด ในส่วนของสถานที่รับประทานอาหารห้ามนำสัตว์ทุกชนิดเข้ามาในบริเวณภายในห้องอาหารหรือมีการทำสิ่งอนาจารที่น่าเสนอขัดต่อศีลธรรมอันดีและหลีกเลี่ยงสิ่งต้องห้ามมาตั้งหรือวางเพื่อจำหน่ายในสถานที่ของอาหารฮาลาล เช่น สุรา เบียร์ เป็นต้น

3.2 วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร

3.2.1 เนื้อสัตว์ เนื้อสัตว์บกหรือสัตว์ปีกต้องผ่านการเชือดตามหลักศาสนาและควรมีการล้างทำความสะอาดเนื้อสัตว์ทุกประเภทก่อนมีการจัดเก็บให้แยกกับสิ่งไม่ฮาลาล

3.2.2 สารปรุงแต่งเป็นสิ่งที่ได้รับรองฮาลาลและทำการจัดเก็บแยกจากสิ่งที่ไม่ฮาลาล

3.2.3 การจัดซื้อวัตถุดิบการลำเลียงวัตถุดิบต้องไม่มีการปะปนกับวัตถุดิบที่ไม่สะอาด
ควรมีการแยกอย่างชัดเจน โดยเฉพาะเนื้อสัตว์ต่างๆ

3.2.4 กระบวนการมีการแยกส่วนการปรุงอาหารฮาลาลกับไม่ใช่ฮาลาลอย่างชัดเจน
ผู้ปรุงอาหารต้องผ่านการอบรมหรือมีความรู้เกี่ยวกับอาหารฮาลาลเป็นอย่างดีและไม่คลุกคลี
กับสัตว์เลี้ยงก่อนมีการปรุงอาหาร ในส่วนของพนักงานบริการเสิร์ฟอาหารควรมีความรู้และ
ทราบถึงการปฏิบัติต่อผู้บริโภคที่เป็นมุสลิมเป็นอย่างดี

3.2.5 ภาชนะอุปกรณ์ที่ใช้ในการปรุงอาหารต้องแยกออกจากอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบ
อาหารทั่วไปอย่างชัดเจนและไม่นำมาใช้ร่วมกัน

ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลในโรงแรม จังหวัดสงขลา รายชื่อสถานประกอบการที่ผ่าน
การตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานบริการอาหาร ฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2559
ประกอบด้วย 7 ร้าน ดังนี้ (กรมการท่องเที่ยวกองพัฒนาการท่องเที่ยวและบริการ, 2560, สื่อ
ออนไลน์)

ตาราง 1. แสดงรายชื่อสถานประกอบการที่ผ่านการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐาน
บริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2559

รายชื่อร้านอาหารฮาลาลในโรงแรม	เบอร์โทรศัพท์
1. คริวฮาลาล โรงแรม หาดใหญ่พาราไดส์ แอนด์ รีสอร์ท	073-642222
2. โรงแรมโมซิต	074-234366
3. ห้องอาหารนิวยอร์ก โรงแรมหาดใหญ่ฮอลิเดย์	074-239555
4. ห้องอาหารสลับเพ็ชร โรงแรมหาดใหญ่รามมา	074-234560
5. ห้องอาหารแมนดาริน โรงแรมไดอิชิ	074-230730
6. ห้องอาหารเบญจรงค์ โรงแรมวีแอลหาดใหญ่	081-9597938
7. ร้านอาหารแกรนด์ ลาซีซ หาดใหญ่	083-1949819

ที่มา: กรมการท่องเที่ยวกองพัฒนาการท่องเที่ยวและบริการ, 2560, สื่อออนไลน์

2.2.3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับสปาในโรงแรมฮาลาล จังหวัดสงขลา

ฮาลาล (Halal) มาจากคำภาษาอาหรับ มีความหมายทั่วไปว่า อนุมัติ เมื่อนำมาใช้ในทางศาสนาจะมีความหมายว่า สิ่งที่ศาสนาอนุมัติ เช่น อนุมัติให้กิน อนุมัติให้ดื่ม อนุมัติให้ทำ อนุมัติให้ใช้ สอย เป็นต้น ฮาลาล เป็นคำที่มีความหมายตรงข้ามกับ คำว่า ฮาaram ที่มีความหมายทั่วไปว่า ห้าม และเมื่อนำมาใช้ในศาสนาจะมีความหมายว่าสิ่งที่ศาสนาห้าม (สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย, 2559)

ดังนั้นคำว่า ฮาลาล ไม่ได้จำกัดอยู่แค่เรื่องอาหารแต่เพียงเท่านั้นแต่ครอบคลุมไปทุกเรื่องของชีวิต ตั้งแต่ตื่นนอนถึงเข้านอน ดังนั้นบริบทของสปาฮาลาลจึงมีหลายมุมมองที่เราต้องพิจารณา ดังนี้ (Halal Tourism ฮาลาล เพื่อการท่องเที่ยว, 2018)

2.2.3.2.1 ศาสนาอิสลามห้ามการปะปนระหว่างหญิงชาย ดังนั้นสปาฮาลาลจะต้องแยกโซนให้บริการระหว่างลูกค้าผู้ชายและลูกค้าผู้หญิงอย่างชัดเจน ตรงไหนที่เป็นส่วนบริการของลูกค้าผู้หญิงต้องปกปิดมิดชิดผู้ชายห้ามเข้าเด็ดขาด และต้องไม่สามารถมองเห็นหรือมองเห็นทะลุผ่านเข้าไปได้ ถ้าสถานบริการสปามีเตียง มีสระน้ำ มีอ่างอาบน้ำ มีห้องอาบน้ำ ห้องซาวน่า ห้องซักรีด ห้องนวด ต้องใช้แยกกันไปเลยไม่ปะปนกันไม่อยู่ในสถานที่เดียวกัน

2.2.3.2.2 พนักงานผู้ให้บริการต้องแยกกันชายนวดชายหญิงนวดหญิงเท่านั้น ในหลักการของศาสนานั้นผู้หญิงจะไปโดนตัวผู้ชายหรือผู้ชายจะไปโดนตัวผู้หญิงนั้นไม่ได้เด็ดขาด นอกจากจำเป็น เช่น การพบหมอ ดังนั้นเมื่อพนักงานสปาผู้หญิงไม่สามารถให้บริการลูกค้าผู้ชายได้พนักงานสปาผู้ชายไม่สามารถให้บริการลูกค้าผู้หญิงเรื่องขายบริการก็ไม่มีทางเกิดขึ้นอย่างแน่นอน

2.2.3.2.3 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปา ต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทางร้านไม่เจอบนสิ่งที่ศาสนาอิสลามไม่อนุมัติ เช่น สารหรือผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับหมูหรือสัตว์ที่ไม่ได้ผ่านนามพระเจ้า ก็ถือว่าใช้ไม่ได้และต้องไม่เป็นอันตรายต่อร่างกายด้วย

2.2.3.2.4 เครื่องดื่มหรืออาหารในสถานบริการสปา ในสถานบริการสปาหลายๆแห่งจะมีเมนูสุขภาพ เมนูอาหารเครื่องดื่ม เพื่อให้บริการลูกค้าแบบครบวงจร ที่บริการอาหารเครื่องดื่มทางร้านก็ต้องทำครัวฮาลาล ครัวนั้นต้องจัดทำเฉพาะอาหารฮาลาล กระบวนการผลิตต้องสะอาด ไม่มีสิ่งที่ไม่อนุมัติให้กินหรือดื่มมาปะปน ไม่วางหรือใช้อุปกรณ์

เดียวกันกับสิ่งที่จะต้องห้ามมาปะปนอยู่ในครัว หากจะสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคควรต้องขอรับรองมาตรฐานฮาลาล

2.3.3.2.5 การตกแต่งสถานบริการสปา ต้องไม่มีเจวีต รูปเคารพอยู่ในบริเวณสถานที่ ต้องไม่เปิดเพลงที่มีเครื่องตีต สี ตี เป่า เป็นองค์ประกอบ เปิดดนตรีธรรมชาติ เสียงนกร้อง น้ำตก คลื่นทะเล สปาควรเตรียมสถานที่ประกอบศาสนกิจให้กับผู้มาใช้บริการด้วย

ข้อมูลเกี่ยวกับสปาในโรงแรมฮาลาล จังหวัดสงขลา รายชื่อสถานประกอบการที่ผ่านการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานบริการโรงแรมฮาลาล เพื่อการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2559 ประกอบด้วย โรงแรม ดังนี้ (กรมการท่องเที่ยวกองพัฒนาการท่องเที่ยวและบริการ, 2560, สื่อบนออนไลน์)

ตาราง 2. แสดงรายชื่อโรงแรมฮาลาลที่มีบริการสปาภายในโรงแรมเพื่อการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2559

รายชื่อโรงแรมฮาลาลที่มีบริการสปาภายในโรงแรม	เบอร์โทรศัพท์
1. โรงแรมเซ็นทาราหาดใหญ่	074-352222
2. โรงแรมโฆเซิต	074-234366
3. โรงแรมหาดใหญ่โกเลตันคราวน์	074-246777

ที่มา: กรมการท่องเที่ยวกองพัฒนาการท่องเที่ยวและบริการ, 2560, สื่อบนออนไลน์

2.4 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดสงขลา

จังหวัดสงขลาเป็นเมืองท่าที่สำคัญเมืองหนึ่ง ตั้งอยู่ฝั่งตะวันออกของภาคใต้ตอนล่าง มาตั้งแต่สมัยโบราณ มีชุมชนโบราณเมืองเก่าแก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ขนบธรรมเนียมประเพณี และการละเล่นพื้นเมือง ศิลปะพื้นบ้านที่สืบทอดกันมาช้านาน สงขลาในบันทึกของพ่อค้าและนักเดินทางชาวอาหรับเปอร์เซียในระหว่างปี พ.ศ. 1993 ถึง 2093 ในนามของเมืองซิงกู หรือ ซิงโคร่า แต่ในหนังสือประวัติศาสตร์ธรรมชาติและการเมืองแห่งราชอาณาจักรสยามของนายกิโยลาส แชรว์แวล เรียกเมืองสงขลา ว่า “เมืองสิงขร” จึงมีการสันนิษฐานว่าคำว่า สงขลา เพี้ยนมาจากชื่อ สิงหนคร (สิง-หะ-ลา)

หรือสิงขร แปลว่า เมืองสิง เหตุผลที่สงขลามีชื่อว่า สิงหลา สืบเนื่องมาจากพ่อค้าชาวเปอร์เซียอินดีแล่นเรือมาค้าขายได้เห็นเกาะหนู เกาะแมว เมื่อมองแต่ไกลจะเป็นรูปสิงห์สองตัวหมอบเฝ้าปากเมืองทางเข้าเมืองสงขลา จึงเรียกเมืองนี้ว่า สิงหลา ส่วนคนไทย เรียกว่า เมืองสทิง เมื่อชาวมลายูและชาวฝรั่งเข้ามาติดต่อค้าขายกับเมืองสทิง ก็เรียกว่า เมืองสิงหลา แต่ออกเสียงเพี้ยนเป็น เซ็งคอร่า อีกเหตุผลหนึ่งอ้างว่า สงขลา เพี้ยนมาจาก “สิงขร” แปลว่า ภูเขา โดยอ้างว่าเมืองสงขลาตั้งอยู่บริเวณเชิงเขาแดง ต่อมาได้มีการพระประธานนามเจ้าเมืองสงขลาว่า “วิเชียรคีรี” ซึ่งความหมายสอดคล้องกับลักษณะภูมิประเทศพระบาทสมเด็จพระจุฬาลงกรณ์เกล้าเจ้าอยู่หัวได้มีพระบรมราชวินิจฉัยไว้ว่า “สงขลา” เดิมชื่อ สิงหนคร (สิง-หะ-นะ-คะ-ระ) เสียงสระอยู่ท้าย มลายูไม่ชอบจึงเปลี่ยนเป็นอาและชาวมลายูพูดลิ้นรัวเร็ว ตัดหะและนะ ออกคงเหลือ สิง-คะ-รา แต่ออกเสียงเป็น ซิงคะรา หรือ ซิงโครา จนมีการเรียกเป็น สิงกอร่า เมืองสงขลาเคยเป็นที่ประทับของพระเทศาภิบาลและอุปราชภายใต้เจ้านครศรีธรรมราชสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวเมื่อปี พ.ศ. 2475 ได้ยุบมณฑลและภาคเปลี่ยนเป็นจังหวัดสงขลา จึงเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคใต้จนถึงปัจจุบัน (สมศักดิ์ ตันติเศรณี, 2560: 15-24)

2.4.1 ลักษณะทางกายภาพของจังหวัดสงขลา

ที่ตั้งและอาณาเขตจังหวัดสงขลาตั้งอยู่ฝั่งตะวันออกของภาคใต้ตอนล่างระหว่างละติจูดที่ 617 - 756 องศาเหนือ ลองจิจูดที่ 100 01'-191 06' องศาตะวันออก สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 4 เมตร อยู่ห่าง 7,393,889 ตารางกิโลเมตรหรือประมาณ 4,621,180 ไร่ มีขนาดเป็นอันดับ 27 ของประเทศและใหญ่เป็นอันดับ 3 ของภาคใต้ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560)

ทิศเหนือติดต่อกับจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดพัทลุง

ทิศตะวันออกติดต่อกับอ่าวไทย

ทิศใต้ติดต่อกับจังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี รัฐเคดาและรัฐเปอลิสต์ของมาเลเซีย

ทิศตะวันตกติดต่อกับจังหวัดพัทลุงและจังหวัดสตูล

ลักษณะภูมิประเทศ

ทางตอนเหนือเป็นคาบสมุทรแคบและยาวยื่นลงมาทางใต้ เรียกว่า คาบสมุทรสทิงพระกับส่วนที่เป็นแผ่นดินรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าทางตอนใต้แผ่นดินทั้งสองส่วนเชื่อมต่อกันโดยสะพานติณสูลานนท์ พื้นที่ทางทิศเหนือส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม ทิศตะวันออกเป็นที่ราบริมทะเล ทิศใต้และทิศตะวันตกเป็นภูเขาและที่ราบสูง ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดต้นน้ำลำธารที่สำคัญ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560)

ลักษณะทางภูมิอากาศ

จังหวัดสงขลา ตั้งอยู่เขตอิทธิพลของมรสุมเขตร้อนมีมรสุมพัดผ่านประจำทุกปี คือ มรสุมตะวันตกเฉียงใต้ เริ่มตั้งแต่ กลางเดือนพฤษภาคม - กลางเดือนตุลาคม มรสุมตะวันออกเฉียงเหนือเริ่มตั้งแต่ กลางเดือนตุลาคม - กลางเดือนกุมภาพันธ์ จากการพัดผ่านของมรสุมที่มีแหล่งกำเนิดจากบริเวณแตกต่างกัน ทำให้จังหวัดสงขลามี 2 ฤดู คือ

1. ฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่กลางเดือนกุมภาพันธ์ - กลางเดือนพฤษภาคม ระยะนี้เป็นช่องว่างระหว่างฤดูมรสุม หลังจากสิ้นฤดูมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือหรือฤดูหนาวแล้วอากาศจะเริ่มร้อนและมีอากาศร้อนจัดที่สุดในเดือนเมษายน

2. ฤดูฝนแบ่งออกเป็น 2 ระยะ ฤดูฝนจากมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ กลางเดือนพฤษภาคม - กลางเดือนตุลาคม ฝนเคลื่อนตัวมาจากด้านตะวันตกทะเลอันดามันส่วนมากฝนตกในช่วงตอนบ่ายถึงค่ำ ปริมาณและการกระจายของฝนจะน้อยช่วงมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ฤดูฝนจากมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ กลางเดือนตุลาคม - กลางเดือนกุมภาพันธ์ ฝนเคลื่อนตัวมาจากด้านนอกอ่าวไทยฝนจะตกชุกหนาแน่น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560)

2.4.2 ประชากรและการนับถือศาสนา

จังหวัดสงขลา มีประชากร ณ เดือนธันวาคม 2558 จำนวนรวมทั้งสิ้น 1,410,577 คน แบ่งเป็นเพศชาย 688,462 คน คิดเป็นร้อยละ 48.81 เพศหญิง 722,115 คน คิดเป็นร้อยละ 51.19 จำนวนครัวเรือน 508,600 ครัวเรือนประชากรส่วนใหญ่ร้อยละ 61.70 นับถือศาสนาพุทธ รองลงมา ร้อยละ 33.42 นับถือศาสนาอิสลามและร้อยละ 3.19 นับถือศาสนาอื่นๆ (ศาสนาคริสต์ฮินดู) จังหวัดสงขลา มีวัด จำนวน 424 แห่ง มีพระสงฆ์จำนวน 108 แห่ง มัสยิด จำนวน 393 แห่ง โบสถ์ คิดจำนวน 12 แห่ง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560: 47)

2.4.3 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการให้บริการนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา จากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา พบว่า มีความหลากหลายและสามารถให้บริการนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาได้อย่างทั่วถึงและสามารถใช้บริการได้อย่างเพียงพอ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการสร้างขีดความสามารถในการท่องเที่ยวฮาลาลจังหวัดสงขลา โดยมีข้อมูลดังต่อไปนี้

2.4.3.1 ร้านอาหารและเครื่องดื่มนับว่าเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความจำเป็นต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นเอกลักษณ์ คือ นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีความเคร่งครัดในการรับประทานอาหาร

โดยอาหารที่รับประทานนั้นจำเป็น ต้องเป็นอาหารที่ไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม หรือเรียกว่า อาหารฮาลาล (Halal food) เมื่อก้าวถึงจังหวัดสงขลาปรากฏผล พบว่า มีร้านอาหารฮาลาลที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้เป็นอย่างดี อีกทั้งมีการกระจายควบคุมทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสงขลา จังหวัดสงขลา มีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามเป็นอันดับ 2 รองจากศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 33.42 ชาวมุสลิมของจังหวัดสงขลาจึงมีการกระจายควบคุมทั้ง 16 อำเภอ ที่เป็นจุดแข็งที่ส่งผลให้การบริการอาหารฮาลาลนั้นเป็นไปได้อย่างสะดวกและเกิดความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

ปัจจุบันจากการสำรวจข้อมูลของฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวฮาลาลเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจ 3 ฝ่าย ไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย มีร้านอาหารฮาลาลที่พร้อมบริการนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมากกว่า 50 ร้าน (ฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวฮาลาลเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจสามฝ่าย, 2561: ระบบออนไลน์) ที่มีความสามารถในการให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติหรือร้านอาหารฮาลาลดังกล่าวได้กระจายควบคุมสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ เช่น สถานที่ท่องเที่ยวอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา อำเภอหาดใหญ่ อำเภอจะนะ เช่น ภัตตาคารอาหารฮามิด ร้านอาหารซันมา ร้านอาหารเนสโฮม ร้านอาหารซามิ ร้านอาหารร็อคกี้ ห้องอาหารโรงแรมหาดใหญ่พาราไดซ์ ห้องอาหารโรงแรมหาดใหญ่ราม่า ห้องอาหารโรงแรมไดอิชิ ห้องอาหารโรงแรมโมซิด เป็นต้น ซึ่งร้านอาหารดังกล่าวมีการบริการสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจละหมาดไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ

อีกทั้งจังหวัดสงขลาเป็น 1 ใน 10 จังหวัดนำร่องในการจัดการบริการอาหารฮาลาล (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2551) และในปีพ.ศ. 2554 กรมการท่องเที่ยวได้จัดทำรายชื่อสถานประกอบการบริการอาหารฮาลาลโดยควบคุม 19 จังหวัด จังหวัดสงขลาเป็นอันดับ 2 รองจากจังหวัดกระบี่ ที่มีการจัดบริการอาหารฮาลาลสำหรับการท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยวของพัฒนาการท่องเที่ยวและการบริการ, 2560) อาหารฮาลาลที่ให้บริการนักท่องเที่ยวเป็นอาหารไทยทั่วไปทั้งประเภทอาหารทะเลและอาหารพื้นถิ่น โดยส่วนใหญ่จะรับรู้ในมิติอาหารประเภท ข้าวหมกไก่ โรตีสูญี่ ซุปเนื้อ แกงมัสมั่น เป็นต้น แต่อาหารฮาลาลที่แท้จริงแล้ว คือ อาหารทุกประเภทที่มีการประกอบปรุงตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลามทั้งการเลือกใช้วัตถุดิบ การล้าง การจัดวางอุปกรณ์สถานที่ในการประกอบปรุง การเชือด สุขลักษณะส่วนบุคคล เป็นต้น

2.4.3.2 สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจละหมาดเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เนื่องจากสถานที่ละหมาดนั้นเป็นบทบัญญัติที่มีความสำคัญต่อการปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีการปฏิบัติวันละ 5 เวลา สถานที่ปฏิบัติศาสนกิจละหมาดจึงเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญและเกี่ยวข้องโดยตรงกับความต้องการ

ของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในการปฏิบัติศาสนกิจดังกล่าวตามความเชื่อในระหว่างการท่องเที่ยวเพื่อมิให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวที่ขัดกับบทบัญญัติทางศาสนาอิสลาม จากการสำรวจข้อมูลสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจละหมาดของจังหวัดสงขลา พบว่า จังหวัดสงขลา มีมัสยิดรวมทั้งสิ้น 393 มัสยิด ครอบคลุมทั้ง 16 อำเภอของจังหวัดสงขลา อีกทั้งจังหวัดสงขลา ยังมีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามเป็นอันดับ 2 รองจากประชากรที่นับถือศาสนาพุทธเพื่ออำนวยความสะดวกในการปฏิบัติศาสนกิจละหมาดของชาวมุสลิมและนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ทั้งนี้ยังไม่รวมสถานที่ละหมาดที่มีการบริการไวโนแหล่งท่องเที่ยว เช่น น้ำตกโตนงาช้าง สวนสัตว์สงขลา หาดแก้วเซ็ง สนามบินหาดใหญ่ ตลาดน้ำคลองแห ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล (festival) หรือแม้กระทั่งร้านอาหารที่ให้บริการอาหารฮาลาล เช่น ภัตตาคารซันมา ร้านอาหารเนสโฮม ร้านอาหารซามี kitchen เป็นต้น ที่พร้อมรองรับการมาปฏิบัติศาสนกิจละหมาดของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม จึงสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า จังหวัดสงขลา มีขีดความสามารถในการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวในการสร้างมูลค่าโครงการท่องเที่ยวให้มีความเจริญเติบโตขึ้นในอนาคต

2.4.3.3 สถานที่พัก/โรงแรมที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมในจังหวัดสงขลา จังหวัดสงขลา เป็นจังหวัดที่มีที่พักมากเป็นอันดับ 4 จาก 14 จังหวัดภาคใต้ รองจากจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และสุราษฎร์ธานี ซึ่งมีที่พักพร้อมบริการนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมากกว่า 13 โรงแรม ได้แก่ โรงแรมลีการ์เดนส์พลาซ่า โรงแรมหาดแก้วรีสอร์ท โรงแรมหรรษาเจบี โรงแรมไดอิชิ โรงแรมเซ็นทารา โรงแรมโมซิต โรงแรมหาดใหญ่โกลด์นคราวัน โรงแรมหาดใหญ่พาราไดซ์แอนด์รีสอร์ท โรงแรมหาดใหญ่ราม่า โรงแรมหาดใหญ่ฮอติเคย์ อามาลไฮเต็ลแอนด์รีสอร์ท โรงแรมวีแอลหาดใหญ่ โรงแรมณนะตีย์ไฮเต็ล (ฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวฮาลาลเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจข้าไฟล์, 2561: ระบบออนไลน์)

2.4.4 ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities)

ความสามารถในการเข้าถึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา จากการศึกษาค้นคว้า พบว่า จังหวัดสงขลา มีช่องทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายประเภท จังหวัดสงขลาเป็นเมืองหลักของภาคใต้ตอนล่างและเป็นศูนย์กลางของการคมนาคมมีเส้นทางหลักที่ใช้ในการเดินทางทั้งทางรถยนต์ ทางเรือ และทางเครื่องบิน มีทางหลวงแผ่นดินทางหลวงจังหวัดและเส้นทางมาตรฐานหลายสายเชื่อมต่อระหว่างอำเภอทั้ง 16 อำเภอ ในจังหวัดสงขลาเชื่อมโยงเป็นจังหวัดใกล้เคียงกับประเทศมาเลเซีย จากการที่จังหวัดสงขลา มีเส้นทางหลักที่เชื่อมโยงหลายสายในอนาคตสามารถพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางรองรับการคมนาคมทางการค้าและการอุตสาหกรรมของจังหวัดใกล้เคียงพัฒนาให้เชื่อมโยงการท่องเที่ยว

ระหว่างจังหวัดและภูมิภาคและรองรับการขนส่งสินค้าทางการเกษตรและอุตสาหกรรม (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560)

บริบทของจังหวัดสงขลาที่กล่าวมาข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า จังหวัดสงขลา มีบทบาททั้งด้านการท่องเที่ยวและที่พักที่มีความพร้อมต่อการส่งเสริมและพัฒนาให้มีความสามารถในการท่องเที่ยวและในการหารายได้เป็นอย่างดีและไม่ขัดต่อทฤษฎีศาสนาอิสลาม

2.5 บทความงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กฤษฎี กาญจนเกิดดี (2541) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โรงแรมในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โรงแรมอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ และปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการชาวไทยให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการเลือกใช้โรงแรม คือ ปัจจัยด้านราคา อัตราค่าห้องพัก ความสะอาดสบาย ระบบความปลอดภัย สภาพห้องพักและการบริการตามลำดับ ส่วนกลุ่มผู้ใช้บริการชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้โรงแรม คือ ด้านสภาพห้องพัก ความสะอาดสบาย อัตราค่าห้องพัก ระบบความปลอดภัย และค่าบริการตามลำดับในด้านสื่อที่มีผลต่อการเลือกใช้โรงแรมของผู้ใช้บริการ พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการชาวไทยได้รับอิทธิพลจากสื่อประเภทนิตยสารและวารสารการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมา คือ สื่อประเภทหนังสือพิมพ์ ซึ่งให้ข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมในรูปแบบของการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ส่วนกลุ่มผู้ใช้บริการชาวต่างชาติได้รับอิทธิพลการตัดสินใจเลือกใช้โรงแรมจากสื่อประเภทสารสนเทศมากที่สุด รองลงมา คือ สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับและใบปลิว สำหรับปัญหาหรืออุปสรรคที่ชาวต่างชาติพบเมื่อพำนักอาศัยในประเทศไทย คือ ปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกซึ่งส่วนมากมีปัญหาเกี่ยวกับภาษาในการติดต่อสื่อสารระหว่างชาวไทยและชาวต่างชาติ รองลงมา คือ ระดับราคาสินค้าไม่เหมาะสม ด้านที่พักและชาวต่างประเทศที่เข้ามายังประเทศไทยต้องการที่พักที่สะอาดสบาย และมีความปลอดภัยควบคู่ไปกับด้านอื่นๆ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางสำหรับการศึกษา อาทิ รูปแบบการให้บริการโรงแรมชาไรอะห์ ผู้วิจัยได้นำประเด็นของวิธีการศึกษาและผลการศึกษาในรูปแบบการให้บริการโรงแรมในประเทศมุสลิมและวิธีการศึกษาแบบเชิงปริมาณ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาครั้งนี้ ดังนั้นผลของการสื่อสารสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบการให้บริการโรงแรมมาตรฐานภายใต้กรอบมาตรฐานของที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิม นอกจากนั้น

ยังมีการศึกษาด้านมาตรฐานฮาลาลและพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารฮาลาล ซึ่งใช้วิธีโดยผู้บริโภคเลือกระดับความสำคัญในการบริโภคอาหารฮาลาลนั้นผู้วิจัยนำแนวทางในการประเมินระดับความสำคัญมาใช้ในการศึกษาดังกล่าว อีกประเด็นการศึกษาได้มาตรฐานฮาลาลและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารมุสลิม

วาสนา ขวัญทองยิ้ม (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวยามราตรีของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในเขตเทศบาลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30 ถึง 39 ปีมีสถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 ถึง 34,999 บาท โดยปัจจุบันด้านทำเลที่ตั้งด้านเศรษฐกิจด้านการเมืองด้านการท่องเที่ยวเป็นต้น

อรพรรณ จันทร์อินทร์ และคณะ (2555) วิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวฮาลาลฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม กล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในฝั่งอันดามันนั้นตลาดนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศมุสลิมนั้นจำเป็นที่จะต้องมีการวางแผนการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวฮาลาลทางผู้ประกอบการนักธุรกิจและผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดการบริการการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวจากประเทศมุสลิมรวมถึงการสร้างรูปแบบและการบริหารให้มีมาตรฐานฮาลาล เพื่อให้นักท่องเที่ยวจากประเทศมุสลิมนั้นมีทางเลือกในการใช้บริการการผลิตภัตต์และบริการทางการท่องเที่ยวที่ไม่ขัดต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

Din (1998) วิจัยเรื่อง ศาสนาอิสลามกับการท่องเที่ยวตามหลักของศาสนาอิสลามแล้วพบว่า มีหลักการปฏิบัติของศาสนาตามหลักคำสอนของศาสดาที่กระตุ้นให้มุสลิมเดินทางอย่างมีจุดหมาย โดยเริ่มจากการเดินทางเพื่อประกอบพิธีฮัจญ์ (Haji) และได้พัฒนาการเดินทางว่าเป็นการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกัน ศาสดามูฮัมหมัดได้สอนในเรื่อง การปฏิบัติตนในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีที่ต้องดูแลเอาใจใส่ตัวผู้มาเยี่ยมเยียน ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจะมีการมุ่งหมายที่แตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป คือ การเดินทางที่มีจุดหมายด้วยจิตวิญญาณเพื่อละลึกถึงความยิ่งใหญ่ของพระเจ้าของตน โดยผ่านทางเรื่องราวประวัติศาสตร์ ธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งเชื่อว่าสิ่งเหล่านี้เปรียบเสมือนของขวัญจากพระเจ้าที่มุสลิมปรารถนาและต้องการได้รับการตอบสนองต่อการบริการทางด้านท่องเที่ยวที่ดีที่สุด

Mohd and Mohamed (2015) วิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวฮาลาลแนวคิดหลักปฏิบัติความท้าทายและอนาคตระบุงการท่องเที่ยวฮาลาลเป็นกิจกรรมที่ตระหนักถึงความสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเพิ่มมากขึ้น โดยอาศัยการจัดการอุตสาหกรรมและการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าว การท่องเที่ยวฮาลาลนั้นอนุญาตให้มีการกระทำกิจกรรมต่างๆได้ แต่ทั้งนี้ต้องอาศัยหลักคำสอนและหลักความเชื่อของศาสนาอิสลามมาเป็นพื้นฐานในการจัดกิจกรรมดังกล่าวเพื่อให้เกิดความสำเร็จทางการตลาดของการส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาล ซึ่งปัจจุบันเป็นที่ได้รับความนิยม หลักคำสอนและหลักความเชื่อของศาสนาอิสลามนั้นมีหลักปฏิบัติที่มีความเหมือนกันทั่วโลก

อาภาวรรณ ทองมา (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษอำเภอสะเดาจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวและการเดินทางมาท่องเที่ยวมีระดับความต้องการของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งจากการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษโดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุดมี 2 ด้าน คือ 1. ด้านสถานที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และ 2. ด้านราคาสินค้าและบริการ ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากมี 5 ด้าน คือ 1. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 2. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้าน 3. วัฒนธรรมและวิถีชีวิต 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด และ 5. ด้านความต้องการส่วนบุคคล

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง “การศึกษาระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมกรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในจังหวัดสงขลา” มีวิธีดำเนินการวิจัยอย่างเป็นขั้นตอนเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและนำไปวิเคราะห์ โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงปริมาณรูปแบบการวิจัยเชิงสอบถามมีการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
- 3.3 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย
- 3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การกำหนดประชากรที่ศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เป็นมุสลิมในจังหวัดสงขลา โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ W.G. Cochran (บุญชม ศรีสะอาด, 2554: 41) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % และความคลาดเคลื่อน 5 % ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน และสำรอง 15 คน โดยรวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน สูตรการคำนวณ ดังนี้

$$n = \frac{p(1-p)z^2}{e^2}$$

เมื่อ	n	แทน	จำนวนสมาชิกของกลุ่มตัวอย่าง
	p	แทน	สัดส่วนประชากรที่กำหนดจะสุ่ม

z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้
คือ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 % z มีค่าเท่ากับ 1.96
 e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้
โดยกำหนดให้ ค่าความคลาดเคลื่อน 5% เท่ากับ 0.05
โดยแทนค่าจะได้

$$n = \frac{(0.5)(1-0.05)(1.96)^2}{0.05^2}$$

$$n = 384.16 \text{ หรือ } 385$$

และเพื่อให้การเก็บข้อมูลของแบบสอบถามครอบคลุมสมบูรณ์จึงเพิ่มจำนวนตัวอย่าง 4% ของกลุ่มตัวอย่าง ($385 \times 4\% = 15.4$) หรือสำรอง 15 คน โดยนับรวมเป็นกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 คน

การเลือกกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ที่เป็นมุสลิมในจังหวัดสงขลา การเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้หลักการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกเก็บเฉพาะผู้ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้จนครบ 400 ชุด

3.3 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาถึงระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในจังหวัดสงขลา โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามทางด้านประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวน 6 ข้อ

- 1.1 เพศ เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- 1.2 อายุ เป็นการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
- 1.3 สถานภาพ เป็นการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
- 1.4 ระดับการศึกษา เป็นการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
- 1.5 อาชีพ เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- 1.6 รายได้ต่อเดือน เป็นการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม จำนวน

24 ข้อ ได้แก่

แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบแบบมีหลายคำตอบให้เลือกมีลักษณะคำถามเป็นแบบ Likert's scale มี 5 ระดับ ใช้ระดับในการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale โดย 1 หมายถึง น้อยที่สุด และ 5 หมายถึง มากที่สุด ตามลำดับ

มีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

วิธีการแปลผลแบบสอบถามส่วนนี้ได้ใช้ค่าเฉลี่ย ตามเกณฑ์คะแนน ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

นำคะแนนเฉลี่ยที่ได้มาจัดระดับความสำคัญเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 ระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คำถามในส่วนนี้จึงมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ

ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ได้มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

1. ทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในงานวิจัยนี้ไปให้อาจารย์ผู้ควบคุมงานวิจัยพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาทางด้านเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording)

2. ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ผู้ควบคุมงานวิจัยไปทำการทดสอบ (Try-out) จำนวน 30 ชุด จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาทดสอบตามเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ตามที่ Nunnally (1978) ได้นำเสนอค่า α มากกว่าและเท่ากับ 0.7 สำหรับงานวิจัยพื้นฐานและสำหรับค่าสัมประสิทธิ์ Crobach's alpha ในงานวิจัยครั้งนี้ มีค่าเท่ากับ 0.716

3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

3.4.1 การหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เป็นการหาค่าความเที่ยงตรง ซึ่งให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาแบบสอบถาม ว่าตรงตามเนื้อหาและวัตถุประสงค์มากน้อยเพียงใด โดยใช้เกณฑ์การประเมิน ดังนี้

คะแนน +1	หมายถึง แน่ใจว่าคำถามวัตถุประสงค์/เนื้อหา
คะแนน 0	หมายถึง ไม่แน่ใจว่าคำถามวัตถุประสงค์/เนื้อหา
คะแนน -1	หมายถึง แน่ใจว่าคำถามไม่วัตถุประสงค์/เนื้อหานั้น

แล้วนำข้อมูลจากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ หาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์หรือเนื้อหา (Index Of Item-Objective Congruence หรือ IOC)

$$IOC = \frac{ER}{N}$$

เมื่อ $\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ
 N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์การตัดสินค่า IOC ถ้ามีค่า 0.5 ขึ้นไป แสดงว่าข้อคำถามวัดได้จากวัตถุประสงค์หรือตรงตามเนื้อหา ถือว่าสามารถใช้ข้อคำถามนั้นได้

3.4.2 การทดสอบค่าความเชื่อมั่น ผู้วิจัยได้ทดสอบความเชื่อมั่นหรือความสอดคล้องภายในด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยการนำแบบสอบถามที่ได้จากการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้กับ

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน โดยคัดเลือกคำถามที่มีค่า α ตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป ถือว่ายอมรับได้ (วัฒนา สุนทรชัย และ วนิดา คูชัยสิทธิ์, 2558)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum s_1^2}{s_x^2} \right]$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่น
 n แทน จำนวนข้อ
 S_{i^2} แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนในแต่ละข้อ
 S_x^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนรวม

ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของประเด็นคำถามในแบบสอบถาม พบว่า ข้อคำถามมีความน่าเชื่อถือ สามารถนำไปใช้ศึกษาได้ จากการคำนวณค่าความเชื่อมั่นมีมากกว่า 0.7 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด แสดงได้ดังตารางที่ 3.2 ดังนี้

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การทำวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูล 2 ส่วนคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถามมีขั้นตอนคือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการส่งแบบสอบถามและรวบรวมข้อมูลทั้งหมดด้วยตนเองจำนวน 400 ชุดกับกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วไปทำการรวบรวมข้อมูล โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลครั้งนี้เป็นเวลา 1 เดือน แล้วตรวจแบบสอบถามที่ได้รับคืนคัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่สมบูรณ์และนำข้อมูลมาลงรหัสประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปวิเคราะห์เพื่อหาค่าทางสถิติต่อไป
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) การศึกษาค้นคว้าจากเอกสารผลงานวิจัยวิทยานิพนธ์ บทความทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยเกี่ยวข้อง เช่น เอกสารวิชาการ และเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลประกอบการวิจัย

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

เมื่อแบบสอบถามได้ผ่านการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงทำการลงรหัสและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยการประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยโปรแกรมสำเร็จรูป ขั้นตอนมี ดังนี้

1. แบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาผู้วิจัยจะนำมาตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามและนำไปวิเคราะห์ข้อมูล
2. ค่าร้อยละ (Percentage) โดยใช้การวิเคราะห์และอธิบายตัวแปรทางด้านส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้
3. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)
 - 3.1 ค่าสถิติ t-test ใช้ในการทดสอบค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบสมมติฐานในความแตกต่างระหว่าง
 - 3.2 ค่าสถิติ One Way ANOVA ใช้ในการทดสอบค่าความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบสมมติฐานในความแตกต่างระหว่าง เพศ อายุ อาชีพ ระดับ การศึกษา รายได้ สถานะภาพกับปัจจัยส่วนบุคคลและระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา

3.6.1 สถิติสำหรับทดสอบสมมติฐาน

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นการหาค่าพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ใช้สำหรับวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานโดยการหาค่าสถิติทดสอบ (F-test) เพื่อทดสอบตัวแปร 2 กลุ่มและใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแล้วแต่กรณีสำหรับการวิเคราะห์ความแปรปรวนเมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe Procedure) โดยการกำหนดการทดสอบในสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัย เรื่อง “การศึกษาระดับความสำคัญของที่พักรักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา” ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด จากนั้นผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลทำการวิเคราะห์และประมวลผลที่ได้จากแบบสอบถามโดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method) และการวิเคราะห์เชิงอนุมาน Inferential Method ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. คำถามทางด้านประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวน 6 ข้อ
2. คำถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของที่พักรักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม จำนวน 32 ข้อ
3. ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่นๆ

วัตถุประสงค์ ข้อ 1. เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียที่เป็นมุสลิมในจังหวัดสงขลา ข้อ 2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของที่พักรักที่เป็นมิตรกับมุสลิมของนักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียที่เป็นมุสลิม ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ปรากฏผลดังตารางที่ 4.1 – 4.6

4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน วิเคราะห์โดยหาจำนวนร้อยละในแต่ละข้อ นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยาย ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลตามปัจจัยส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	174	43.5
หญิง	226	56.5
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 เป็นเพศหญิง จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18-25 ปี	119	29.8
26-35 ปี	160	40.0
36-45 ปี	37	9.3
46-55 ปี	55	13.8
55 ปีขึ้นไป	29	7.2
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 26-35 ปี จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ อายุ 18-25 ปี จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 รองลงมา คือ อายุ 46-55 ปี จำนวน 55 คิดเป็นร้อยละ 13.8 และน้อยที่สุดคือ อายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	145	36.3
แต่งงานแล้ว	201	86.5
หย่าร้าง	44	97.5
แยกกันอยู่	10	2.5
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานภาพแต่งงานแล้ว จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 86.5 รองลงมาคือ โสด จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาคือ หย่าร้าง จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 97.5 และน้อยที่สุดคือ แยกกันอยู่ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	191	47.8
ปริญญาตรี	172	43.0
สูงกว่าปริญญาตรี	37	9.3
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาปริญญาตรี จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 และน้อยที่สุดคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	111	27.8
พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน	96	24.0
ประกอบธุรกิจส่วนตัว (SME)	40	10.0
ประกอบธุรกิจขนาดใหญ่	46	11.5
ค้าขาย	71	17.8
รับจ้างทั่วไป	32	8.0
อื่นๆ	4	1.0
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมา คือ พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 และน้อยที่สุดคือรับจ้างทั่วไป จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีรายได้	12	3.0
ต่ำกว่า 10,000 บาท	106	29.5
10,001 – 15,000 บาท	39	9.8
15,001 – 30,000 บาท	114	28.5
30,001 บาทขึ้นไป	129	32.3
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมาคือ รายได้ 15,000 - 30,000 บาท จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 และน้อยที่สุดคือไม่มีรายได้ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

จากการศึกษาระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิมของนักท่องเที่ยว
ชาวมาเลเซียในจังหวัดสงขลา ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะปรากฏดังตารางที่ 4.7 – 4.11

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปรค่าระดับความสำคัญของที่พักที่เป็น
มิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในจังหวัดสงขลา ด้านที่พักแรม
ด้านร้านอาหาร และด้านสปา

ระดับความสำคัญของที่พัก ต้องการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความ
ด้านที่พัก	4.67	.22148	มากที่สุด
ด้านร้านอาหาร	4.58	.29656	มากที่สุด
ด้านร้านสปา	4.45	.49709	มากที่สุด
รวม	4.5417	.30360	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณี
ศึกษานักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในจังหวัดสงขลา ด้านที่พักแรม ด้านร้านอาหาร ด้านสปา พบว่า ค่า
ระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.54$) เมื่อ
พิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่พัก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.67$) รองลงมา คือ ด้านร้านอาหารมี
ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.58$) และน้อยที่สุดคือ ด้านสถานที่สปา มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.45$)

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปรค่าระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในจังหวัดสงขลา ด้านที่พัก

ด้านที่พัก	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
1. มีเครื่องหมายแสดงทิศทางการละหมาด	4.67	.530	มากที่สุด
2. มีคัมภีร์อัลกรุอัน ผ้ารองละหมาด และเวลาการละหมาดในห้องพัก	4.76	.459	มากที่สุด
3. เตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ	4.78	.501	มากที่สุด
4. ไม่มีช่องรายการหนังอนาจาร	4.79	.479	มากที่สุด
5. ไม่มีสถานบันเทิงเรีงรมย์และการบันเทิงที่ไม่เหมาะสมในโรงแรม	4.68	.623	มากที่สุด
6. แยกชั้นสำหรับหญิงชายและครอบครัว	4.70	.577	มากที่สุด
7. ไม่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในมินิบาร์	4.55	.717	มากที่สุด
8. ดำเนินธุรกรรมทางการเงินแบบอิสลาม	4.40	.683	มากที่สุด
รวม	4.67	.224	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในจังหวัดสงขลา ด้านที่พัก พบว่า ค่าระดับความสำคัญด้านที่พักแรม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.67$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านมีอาหารหรือร้านอาหารในโรงแรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.80$) รองลงมา คือ ไม่มีช่องทางหนังอนาจาร มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.79$) และน้อยที่สุดคือ ดำเนินธุรกรรมทางการเงินแบบอิสลาม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.40$)

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปรค่าระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวจีนมาเลเซียในจังหวัดสงขลา ด้านร้านอาหาร

ด้านร้านอาหาร	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
1. มีสัญลักษณ์ฮาลาลภายในร้าน	4.51	.683	มากที่สุด
2. มีเมนูเป็นภาษาอังกฤษที่แสดงรูปภาพและราคาอาหาร	4.68	.609	มากที่สุด
3. ให้บริการอาหารไทยตามหลักศาสนาอิสลาม	4.76	.496	มากที่สุด
4. ให้บริการอาหารตามหลักศาสนาอิสลาม	4.54	.652	มากที่สุด
5. ให้บริการอาหารฮาลาล	4.41	.784	มากที่สุด
6. มีพนักงานหญิงเพื่อให้บริการลูกค้าเพศหญิง และมีพนักงานชายเพื่อให้บริการลูกค้าชาย	4.12	.482	มาก
7. พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าด้วยภาษาที่เข้าใจ	4.69	.607	มากที่สุด
8. พนักงานมีจิตบริการและมีความเป็นมิตร	4.51	.708	มากที่สุด
9. มีซุ้มอาหารสำหรับรับประทานแบบครอบครัว	4.46	.728	มากที่สุด
รวม	4.58	.297	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวจีนมาเลเซียในจังหวัดสงขลา ด้านร้านอาหาร พบว่า ค่าระดับความสำคัญด้านร้านอาหาร อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.58$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านให้อาหารไทยตามหลักศาสนาอิสลาม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.76$) รองลงมาคือพนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าด้วยภาษาที่เข้าใจ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.69$) และน้อยที่สุด คือ มีพนักงานหญิงคอยให้บริการลูกค้าเพศหญิงและมีพนักงานชายคอยให้บริการลูกค้าเพศชาย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.12$)

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปรค่าระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในจังหวัดสงขลา ด้านสปา

ด้านร้านอาหาร	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
1. ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	4.71	.557	มากที่สุด
2. แยกห้องบริการนวดสำหรับลูกค้าหญิงและชาย	4.32	.860	มากที่สุด
3. มีรายการสปาเป็นภาษาอังกฤษที่แสดงรูปภาพและราคา	4.57	.613	มากที่สุด
4. ใช้ผลิตภัณฑ์/เครื่องสำอางในรูปแบบฮาลาล	4.34	.843	มากที่สุด
5. พนักงานควรเป็นมุสลิม และมีพนักงานหญิงเพื่อให้บริการลูกค้าเพศหญิงและมีพนักงานชายเพื่อให้บริการลูกค้าชาย	4.33	.896	มากที่สุด
รวม	4.45	.497	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในจังหวัดสงขลา ด้านสปา พบว่า ค่าระดับความสำคัญด้านร้านอาหาร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.45$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.71$) รองลงมา คือ มีรายการสปาเป็นภาษาอังกฤษที่แสดงรูปภาพและราคา มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.57$) และน้อยที่สุด คือ แยกห้องบริการนวดสำหรับลูกค้าหญิงและชายมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.32$)

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในจังหวัดสงขลา แต่ละด้านจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ที่แตกต่างกัน มีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในจังหวัดสงขลา ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานทางสถิติ

H1: ปัจจัยส่วนบุคคล ที่แตกต่างกัน มีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา ไม่แตกต่างกัน

H2: ปัจจัยส่วนบุคคล ที่แตกต่างกัน มีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 ระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมลายูเซีย ในจังหวัดสงขลา จำแนกตาม เพศ

ระดับความสำคัญของที่พัก	จำนวน	t-test				
		\bar{X}	S.D.	t	sig	
1. ด้านที่พักแรม	ชาย	174	4.6810	.22512	.824	.863
	หญิง	226	4.6624	.22361		
2. ด้านร้านอาหาร	ชาย	174	4.5747	.32683	-.625	.078
	หญิง	226	4.5934	.27144		
3. ด้านร้านสปา	ชาย	174	4.5207	.43480	2.368	.035*
	หญิง	226	4.1027	.53549		
รวม	ชาย	174	4.5689	.28667	1.579	.314
	หญิง	226	4.5207	.31503		

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิจัย พบว่า ระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา จำแนกตามเพศ โดยภาพรวมมีค่า t-test เท่ากับ 1.579 และค่า Sig เท่ากับ .314 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H1 ยอมรับ H2 สรุปได้ว่า ภาพรวมของเพศที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวมลายูเซีย มีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมที่ไม่แตกต่างกัน อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

1. ด้านที่พักแรม มีค่า t-test เท่ากับ .824 และค่า sig เท่ากับ .863 ด้านร้านอาหาร มีค่า t-test เท่ากับ -.625 และค่า sig เท่ากับ .078 มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน สรุปได้ว่า เพศที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวมลายูเซียมีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมที่ไม่แตกต่างกัน

2. ด้านร้านสปา มีค่า t-test เท่ากับ 2.368 และค่า sig เท่ากับ .035 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน สรุปได้ว่า เพศที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวมุสลิมมาเลเซียมีระดับความสำคัญของที่พักร่วมที่พักร่วมกับชาวมุสลิม ที่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้ความทดสอบที่แตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มทำการทดสอบโดยใช้ F-test (One Way ANOVA) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะยอมรับสมมติฐานเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการวิเคราะห์เป็น ดังนี้

ตารางที่ 4.12 ระดับความสำคัญของที่พักร่วมที่พักร่วมกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมาเลเซียในจังหวัดสงขลา จำแนกตาม อายุ

ระดับความสำคัญของที่พักร่วมที่พักร่วมกับชาวมุสลิม	แหล่งความแปรปรวน	F-test				
		SS	df.	Ms.	F.	sig.
1. ด้านที่พักแรม	ระหว่างกลุ่ม	.278	4	.070	1.390	.237
	ภายในกลุ่ม	19.774	395	.050		
	รวม	20.052	399			
2. ด้านร้านอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	1.255	4	.314	3.662	.006*
	ภายในกลุ่ม	33.83	395	0.86		
	รวม	35.091	399			
3. ด้านร้านสปา	ระหว่างกลุ่ม	1.891	4	.473	1.931	.105
	ภายในกลุ่ม	96.703	395	.245		
	รวม	98.594	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.979	4	.245	2.701	.030
	ภายในกลุ่ม	35.789	395	.091		
	รวม	36.777	399			

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิจัย พบว่า ระดับความสำคัญของที่พักร่วมที่พักร่วมกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมาเลเซียในจังหวัดสงขลา จำแนกตามอายุ โดยภาพรวมมีค่า F-test เท่ากับ 2.701 และค่า Sig เท่ากับ .030 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H1 ยอมรับ H2 สรุปได้ว่า ภาพรวมของอายุที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวมุสลิมมาเลเซียมีระดับความสำคัญของที่พักร่วมที่พักร่วมกับชาวมุสลิมที่แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านที่พักแรม มีค่า F-test 1.390 เท่ากับ และค่า Sig เท่ากับ .237 ด้านร้านอาหาร มีค่า F-test เท่ากับ 3.662 และค่า Sig เท่ากับ .006 ด้านสปา มีค่า F-test 1.931 เท่ากับ และค่า Sig เท่ากับ .105 ซึ่งมีค่าระดับนัยสำคัญสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมุติฐานสรุปได้ว่า อายุที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวมาเลเซียมีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 ระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวจีนมาเลเซียในจังหวัดสงขลา จำแนกตาม ระดับการศึกษา

ระดับความสำคัญของที่พัก ที่เป็นแบบเป็นมิตรต่อมุสลิม	แหล่งความ แปรปรวน	F-test				
		SS	df.	Ms.	F.	sig.
1. ด้านที่พักแรม	ระหว่างกลุ่ม	.431	6	072	1.438	.199
	ภายในกลุ่ม	19.621	393	.050		
	รวม	20.052	399			
2. ด้านร้านอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	.466	6	244	2.855	.010*
	ภายในกลุ่ม	33.625	393	.086		
	รวม	35.091	399			
3. ด้านร้านสปา	ระหว่างกลุ่ม	3.196	6	.533	2.195	.043
	ภายในกลุ่ม	95.397	393	.243		
	รวม	98.594	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.308	2	.154	1.679	.188
	ภายในกลุ่ม	36.469	397	.092		
	รวม	36.777	399			

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิจัย พบว่า ระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวจีนมาเลเซียในจังหวัดสงขลา จำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวมมีค่า F-test เท่ากับ 1.679 และค่า Sig เท่ากับ .188 ซึ่งมีความมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H1 ยอมรับ H2 สรุปได้ว่าภาพรวมของระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวจีนมาเลเซียมีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมที่ไม่แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านที่พักแรม มีค่า F-test เท่ากับ 1.438 และค่า Sig เท่ากับ .199 ด้านร้านอาหาร มีค่า F-test เท่ากับ 2.855 และค่า Sig เท่ากับ .010 ด้านสปา มีค่า F-test เท่ากับ 2.195 และค่า Sig เท่ากับ .043 ซึ่งมีความระดับนัยสำคัญสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมุติฐานสรุปได้ว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวจีนมาเลเซียระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 ระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมลายูเซีย ในจังหวัดสงขลา จำแนกตาม อาชีพ

ระดับความสำคัญของที่พัก ที่เป็นแบบเป็นมิตรต่อมุสลิม	แหล่งความ แปรปรวน	F-test				
		SS	df.	Ms.	F.	sig.
1. ด้านที่พักแรม	ระหว่างกลุ่ม	.431	6	.072	1.438	.199
	ภายในกลุ่ม	19.621	393	.050		
	รวม	20.052	399			
2. ด้านร้านอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	1.466	6	.244	2.855	.010*
	ภายในกลุ่ม	33.625	393	.086		
	รวม	35.091	399			
3. ด้านร้านสปา	ระหว่างกลุ่ม	3.196	6	.533	2.195	.043
	ภายในกลุ่ม	95.397	393	.243		
	รวม	98.594	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.308	2	.154	1.679	.188
	ภายในกลุ่ม	36.469	397	.092		
	รวม	36.777	399			

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิจัย พบว่า ระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา จำแนกตามอาชีพ โดยภาพรวมมีค่า F-test เท่ากับ 1.679 และค่า Sig เท่ากับ .188 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H1 ยอมรับ H2 สรุปได้ว่าภาพรวมของอาชีพที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวมลายูเซีย มีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมที่ไม่แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านที่พักแรม มีค่า F-test เท่ากับ 1.438 และค่า Sig เท่ากับ .199 ด้านร้านอาหาร มีค่า F-test 2.855 เท่ากับ และค่า Sig เท่ากับ .010 ด้านสปา มีค่า F-test เท่ากับ 2.195 และค่า Sig เท่ากับ .043 ซึ่งมีค่าระดับนัยสำคัญสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมุติฐานสรุปได้ว่า อาชีพที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวมลายูเซียมีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 ระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวจีนมาเลเซียในจังหวัดสงขลา จำแนกตาม สถานภาพ

ระดับความสำคัญของที่พัก ที่เป็นแบบเป็นมิตรต่อมุสลิม	แหล่งความ แปรปรวน	F-test				
		SS	df.	Ms.	F.	sig.
1. ด้านที่พักแรม	ระหว่างกลุ่ม	.074	3	0.25	.486	.692
	ภายในกลุ่ม	19.978	396	0.50		
	รวม	20.052	399			
2. ด้านร้านอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	.844	3	.281	3.252	.022*
	ภายในกลุ่ม	34.247	396	.086		
	รวม	35.091	399			
3. ด้านร้านสปา	ระหว่างกลุ่ม	1.122	3	.374	1.519	.209
	ภายในกลุ่ม	97.472	396	.246		
	รวม	98.594	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.233	3	.078	.841	.472
	ภายในกลุ่ม	36.544	396	.092		
	รวม	36.777	399			

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิจัย พบว่า ระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวจีนมาเลเซียในจังหวัดสงขลา จำแนกตามสถานภาพ โดยภาพรวมมีค่า F-test เท่ากับ .841 และค่า Sig เท่ากับ .472 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H1 ยอมรับ H2 สรุปได้ว่าภาพรวมของสถานภาพที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวจีนมาเลเซียมีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมที่ไม่แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านที่พักแรม มีค่า F-test เท่ากับ .486 และค่า Sig เท่ากับ .692 ด้านร้านอาหาร มีค่า F-test เท่ากับ 3.252 และค่า Sig เท่ากับ .022 ด้านสปา มีค่า F-test เท่ากับ 1.519 และค่า Sig เท่ากับ .209 ซึ่งมีค่าระดับนัยสำคัญสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมุติฐานสรุปได้ว่า สถานภาพที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวจีนมาเลเซียมีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 ระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวจีนมาเลเซียในจังหวัดสงขลา จำแนกตาม รายได้

ระดับความสำคัญของที่พัก ที่เป็นแบบเป็นมิตรต่อมุสลิม	แหล่งความ แปรปรวน	F-test				
		SS	df.	Ms.	F.	sig.
1. ด้านที่พักแรม	ระหว่างกลุ่ม	.254	4	.063	1.267	.282*
	ภายในกลุ่ม	19.798	395	.050		
	รวม	20.052	399			
2. ด้านร้านอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	.199	4	.050	.564	.689
	ภายในกลุ่ม	34.892	395	.088		
	รวม	35.091	399			
3. ด้านร้านสปา	ระหว่างกลุ่ม	1.108	4	.277	1.123	.345
	ภายในกลุ่ม	95.485	395	.247		
	รวม	98.594	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.433	4	.108	1.178	.320
	ภายในกลุ่ม	36.344	395	.092		
	รวม	36.777	399			

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิจัย พบว่า ระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวจีนมาเลเซียในจังหวัดสงขลา จำแนกตามรายได้ โดยภาพรวมมีค่า F-test เท่ากับ 1.178 และค่า Sig เท่ากับ .320 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H1 ยอมรับ H2 สรุปได้ว่าภาพรวมของรายได้ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวจีนมาเลเซีย มีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมที่ไม่แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านที่พักแรม มีค่า F-test เท่ากับ 1.267 และค่า Sig เท่ากับ .282 ด้านร้านอาหาร มีค่า F-test เท่ากับ .564 และค่า Sig เท่ากับ .689 ด้านสปา มีค่า F-test เท่ากับ 1.123 และค่า Sig เท่ากับ .345 ซึ่งมีค่าระดับนัยสำคัญสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมุติฐานสรุปได้ว่า รายได้ที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวจีนมาเลเซียมีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 ตารางแสดงความถี่ข้อเสนอแนะ

ลำดับที่	รายการ	ความถี่
1	พนักงานสามารถสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษได้	3
2	มีห้องละหมาดและสถานที่อาบน้ำละหมาดในแหล่งท่องเที่ยว	5
3	มีห้องน้ำที่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม	1
4	แยกส้วมว่ายน้ำสำหรับชายและหญิง	2
5	มีเครื่องหมายแสดงทิศทางในการละหมาด	1
6	มีการบริการที่ฮาลาลในโรงแรม	2

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิจัยระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม
กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา มีดังนี้

1. ให้พนักงานสามารถสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษได้มีจำนวน 3 คน
2. มีห้องละหมาดและสถานที่อาบน้ำละหมาดในแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวน 5 คน
3. มีห้องน้ำที่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม มีจำนวน 1 คน
4. แยกส้วมว่ายน้ำสำหรับชายและหญิง มีจำนวน 2 คน
5. มีเครื่องหมายแสดงทิศทางในการละหมาด มีจำนวน 1 คน
6. มีการบริการที่ฮาลาลในโรงแรม มีจำนวน 2 คน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง ระดับความสำคัญของที่พักรที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา มีข้อสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา ที่ตอบแบบสอบถามนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวมลายูเซียส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26-35 ปี สถานภาพแต่งงานแล้ว อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจและมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของที่พักรที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา พบว่า ระดับความสำคัญส่วนใหญ่ในด้านต่างๆ มี ดังนี้

2.1 ด้านที่พักแรม มีร้านอาหารในโรงแรม มากที่สุดมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.80$)

2.2 ด้านร้านอาหาร ให้บริการอาหารไทยตามหลักศาสนาอิสลาม มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.76$)

2.3 ด้านร้านสปา ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ มากที่สุดมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.71$)

3. สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานจากการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของที่พักรที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา แต่ละด้านจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้

5.2 สมมุติฐาน พบว่า

เพศที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวมีระดับความสำคัญของที่พักรที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมที่ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ที่แตกต่างกันมีระดับความสำคัญของที่พักรที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมต่อนักท่องเที่ยวชาวมลายูเซีย ที่แตกต่างกัน

อายุที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวมุสลิมของชาวมลายูเซียมีระดับความสำคัญของที่พักรที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐาน

ปัจจัยส่วนบุคคลที่ แตกต่างกัน มีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมต่อนักท่องเที่ยว มาเลเซีย ที่แตกต่างกัน

สถานภาพที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวมุสลิมของชาวมาเลเซียมีระดับความสำคัญ ของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมต่อนักท่องเที่ยว มาเลเซีย ที่แตกต่างกัน

อาชีพที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวมุสลิมของชาวมาเลเซียที่ไม่แตกต่างกันที่ระดับ นัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานปัจจัยส่วนบุคคล ที่แตกต่างกัน มีระดับความสำคัญของ ที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมต่อนักท่องเที่ยวมาเลเซีย ที่แตกต่างกัน

รายได้ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวมาเลเซียมีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมต่อนักท่องเที่ยวมาเลเซีย ที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้อง กับสมมุติฐานปัจจัยส่วนบุคคล ที่แตกต่างกันมีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมต่อ นักท่องเที่ยวมาเลเซีย แตกต่างกัน

ระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ในจังหวัดสงขลา สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. จัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับศาสนาอิสลามเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมุสลิม
2. การจัดเตรียมสถานที่สำหรับประกอบพิธีกรรมตามหลักศาสนาอิสลาม
3. การพัฒนาร้านอาหารให้ได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาล
4. การกำหนดสถานที่ต้องห้ามหรือสถานที่ที่ขัดต่อหลักการศาสนาอิสลามสำหรับ นักท่องเที่ยวมุสลิม
5. การให้ชุมชนมุสลิมได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตร ต่อมุสลิมหรือการท่องเที่ยวฮาลาล

5.3 อภิปรายผล

จากการศึกษาระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในจังหวัดสงขลา ผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ข้อมูลได้ข้อสรุปซึ่งอภิปรายได้ ดังนี้

พบว่า เพศที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวมีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิมของชาวมุสลิมที่ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวมุสลิมให้ความสำคัญต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลามด้านที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิมหรือโรงแรมฮาลาล อยู่ในระดับมาก จึงส่งผลให้มีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ นาวิ ซีนใจ และกนกหวดี พิงโพธิ์ทอง; 2555 ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความต้องการที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนจังหวัดศรีสะเกษผลการวิจัย พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีความต้องการในการท่องเที่ยวภายในประเทศไม่แตกต่างกัน อายุที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวมุสลิมให้ความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิมของชาวมุสลิมที่ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวมุสลิมให้ความสำคัญต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลามด้านที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิมหรือโรงแรมฮาลาล อยู่ในระดับมาก จึงส่งผลให้มีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับนาวิ ซีนใจ และกนกหวดี พิงโพธิ์ทอง; 2555 ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความต้องการที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนจังหวัดศรีสะเกษผลการวิจัย พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีความต้องการในการท่องเที่ยวภายในประเทศไม่แตกต่างกัน สถานภาพที่แตกต่างกันมีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิมของชาวมุสลิมที่ต่างกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด สมรส หม้าย และหย่าร้าง จะมีความต้องการท่องเที่ยวที่ต่างกันออกไปกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแต่งงานแล้วนิยมท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่โสดเพราะต้องการใช้เวลาว่างในการท่องเที่ยวกับครอบครัว และต้องการหาประสบการณ์การใช้ชีวิต ซึ่งไม่สอดคล้องกับวิยะรัตน์ แก้วอุทัย; 2555 ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดในกิจกรรมนันทนาการของอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง ผลการวิจัยพบว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีความต้องการที่ไม่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ยังพบว่า อาชีพที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวมุสลิมของชาวมุสลิมให้ความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิมของชาวมุสลิมที่ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวมุสลิมให้ความสำคัญต่อบทบัญญัติศาสนาอิสลามด้านที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิมหรือโรงแรมฮาลาล อยู่ในระดับมาก จึงส่งผลให้มีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับโลลา หริ้มเพ็ง; 2559 ได้ศึกษาเรื่องความต้องการพระราชบัญญัติว่าด้วยการบริหารกิจการฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานครผลการวิจัย พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวมุสลิมมีระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิม ที่แตกต่างกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่าจะมีศักยภาพทางการเงินในการเข้าพักที่ที่พักที่เป็นมิตรต่อมุสลิมในระดับโรงแรมที่สูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า ซึ่งสอดคล้องกับโลลา หริ้มเพ็ง; 2559 ได้ศึกษาเรื่อง ความต้องการพระราชบัญญัติว่าด้วยการบริหารกิจการฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานครผลการวิจัย

พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความต้องการการบริหารกิจการฮาลาลที่ไม่แตกต่างกัน รายได้ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวมุสลิมมีความต้องการการท่องเที่ยวฮาลาลที่แตกต่างกัน

5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะซึ่งสามารถสรุปประเด็นได้ ดังนี้

จากผลการศึกษาระดับความสำคัญของที่พักรักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลานั้น จะเห็นได้ว่าแนวทางดังกล่าวเป็นแนวทางที่ไม่มีความยุ่งยากหรือสลับซับซ้อน หากผู้ที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งรับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวได้ให้การสนับสนุนทั้งในด้านงบประมาณ กำลังคน และส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการโรงแรมที่พักรักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมอย่างเต็มกำลัง หน่วยงานภาคเอกชนหรือประชาชนในชุมชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้ความร่วมมือก็จะสามารถทำให้จังหวัดสงขลามีแนวโน้มที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมุสลิมชาวมลายูเซียเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากขึ้นและนั่นหมายถึงรายได้จากการเข้าพักของนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวมลายูเซียจะมีจำนวนที่เพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่ในการจัดการโรงแรมที่พักรักที่เป็นมิตรกับมุสลิมของนักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาพื้นที่จากแหล่งอื่นซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างจากฝั่งทะเล เช่น พื้นที่ภาคเหนือ หรือกรุงเทพมหานคร เพื่อที่จะได้เป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการโรงแรมที่พักรักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมของนักท่องเที่ยวชาวมลายูเซีย และนักท่องเที่ยวมุสลิมประเทศต่างๆ สามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้ทุกภูมิภาคของประเทศไทย นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าประเทศสิงคโปร์และประเทศอินโดนีเซียซึ่งเป็นประเทศที่มีลักษณะภูมิประเทศใกล้เคียงประเทศไทยและประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลามและมีนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลางนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศดังกล่าวเป็นจำนวนมาก ดังนั้นจึงควรทำการศึกษาเปรียบเทียบลักษณะการจัดการที่พักรักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมกับประเทศสิงคโปร์และอินโดนีเซีย เพื่อจะได้นำผลการวิจัยมาใช้ในการพัฒนาการโรงแรมที่พักรักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมของประเทศไทยต่อไป

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยวกองพัฒนาการท่องเที่ยวและบริการ. (2560). **รายชื่อสถานประกอบการที่ผ่านการรับรองมาตรฐานบริการฮาลาลประจำปี 2554**. [ระบบ ออนไลน์]. แหล่งที่มา (4 กันยายน 2560).
- ความรู้ศาสนาเบื้องต้น. **หลักการพื้นฐานอิสลาม**. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2566, สืบค้นจาก. https://image.mfa.go.th/mfa/0/XS0Mt9WAaq/migrate_directory/other-20180716-162134-598684.pdf.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2548). **การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวฮาลาล เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจ 3 ฝ่าย. (2561). **สิ่งอำนวยความสะดวก-อาหารฮาลาล**. [ระบบ ออนไลน์]. แหล่งที่มา (15 เมษายน 2561).
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). **การวิจัยเบื้องต้น**. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ไพฑูรย์ ไกรพรศักดิ์. (2551). **การศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศทางตะวันออกกลางในประเทศไทย**. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์นโยบายเพื่อการพัฒนา คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุพิน หะสัน. (2546). **รูปแบบการดำเนินชีวิต ความรู้และปฏิกรมการบริโภคอาหารฮาลาลของ ผู้บริโภคมุสลิม**. คณะนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยูซุฟ ก้อร์ฏออี และบรรจง บินกาซัน. (2539). **หะลาลและหะรอมในอิสลาม**. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสืออิสลาม
- วรรณภา ปรี้อทอง. (2547). **การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรม**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- วุฒิชัย ปูเต๊ะ. (2560). **พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม**. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตสาขาวิชาธุรกิจอาเซียน วิทยาลัยบริหารธุรกิจเชิงนวัตกรรมและการบัญชีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2549). **หลักวิจัยการตลาด**. [ระบบ ออนไลน์]. บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2555). **Directory 2011 HAL-Q Premier Halal Quality**. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศูนย์วิจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว. (2559). **สถิติด้านการท่องเที่ยว**. สืบค้น 15 มีนาคม 2566, จาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411.
- ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว. 2560. **แนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยวไทยปี 2560 และคาดการณ์สถานการณ์ท่องเที่ยวปี 2560**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://tatic.tourismthailand.org/> (15 มีนาคม 2566).
- สุวสา ชัยสุรัตน์. (2537). **หลักการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ภูมิบัณฑิต.
- สมศักดิ์ ต้นติเศรณี. (2560). **มรดกทางสังคม-วัฒนธรรมของย่านเมืองเก่าสงขลา**. สงขลา: วันทิพย์.
- สำนักงานโครงการยาลันันbaru. (2555). **หลักปฏิบัติของศาสนาอิสลาม**. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2566, สืบค้นจาก. <http://www.yalannanbaru.com/index.php>.
- สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). **เศรษฐกิจไทยไตรมาสที่สี่ของปี 2564**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา. https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=12289. (17 มีนาคม 2566).
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.nesdb.go.th> (27 มิถุนายน 2560).
- สำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดสงขลา. 2560. **มัสยิดในจังหวัดสงขลา**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา www.foicsp.com (22 สิงหาคม 2560).
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. 2551. **มาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา.
- สำนักงานสถิติรายได้การท่องเที่ยวสงขลา. (2561). **สถิติการท่องเที่ยวและกีฬา**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://songkhla.nso.go.th/images/attachments/category/>
- อาภาวรรณ ทองมา. (2561). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมาตัดสินใจมาท่องเที่ยวเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย**. สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อรุณ บิลหลี. (2554). **การเสนอรูปแบบการจัดการบริการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อรพรรณ จันทรอินทร์, เพียงพิศ ศรีประเสริฐ และจิราภา ชาลาธราวัฒน์. (2555). **การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวฮาลาลฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

บรรณานุกรม (ต่อ)

Din, K.H. 1989. Islam and Tourism, Patterns, Issues and Option. **Annals of Tourism Research**, 16(4), 542-563.

Global Muslim Travel Index. (2017). [Online]. Available. (17 March 2023).

Henderson, J.L. (2010). Sharia - Compliant Hotels, Tourism and Hospital Research.

Nurul Aini Samian, (2018). **What is Muslim Friendly or Halal Hotels**. [Online]. Available. (21 March 2023).

Safiur-Rahman, (2002). **The Standard Elements for Muslim Friendly Accommodation Premises**, 123.

Nunnally, J. C. (1959). **Test and measurement**. New York: McGraw Hill.

Nunnally, J. C. (1978). **Psychometric theory**. New York: McGraw-Hill

Samori, Z., & Sabtu, N. (2014). Developing Halal Standard for Malaysian Hotel Industry: An Exploratory Study. **Procidia - Social and Behavioral Sciences**, 121, 144-157.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
(ภาพกิจกรรม)





ภาคผนวก ข
(แบบสอบถาม)



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

หัวข้อ “ การศึกษาระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในจังหวัดสงขลา ”

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

.....
แบบสอบถาม ประกอบไปด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามทางด้านประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม จำนวน 23 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำแนะนำอื่นๆ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านในการเสียสละเวลาตอบคำถามในแบบสอบถามนี้ จนครบทุกข้อ ผู้วิจัยขอรับรองว่าข้อมูลและความเห็นของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับการประมวลผลข้อมูลจะประมวลผลในภาพรวมและจะใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์การศึกษาเท่านั้น

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับส่วนบุคคลในระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในจังหวัดสงขลา”

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง เพียง 1 ช่อง ตามความเป็นจริง

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

18-25 ปี

26-35 ปี

36-45 ปี

46-55 ปี

55 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

- โสด
- แต่งงานแล้ว
- หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ปริญญาตรี
- สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ
- พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน
- ประกอบธุรกิจส่วนตัว (SME)
- ประกอบธุรกิจขนาดใหญ่
- ค่าขาย
- รับจ้างทั่วไป
- อื่นๆ

6. รายได้ต่อเดือน

- ไม่มีรายได้
- ต่ำกว่า 10,000
- 10,001 – 15,000
- 15,001 – 30,000
- 30,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม จำนวน 24 ข้อ

คำชี้แจง โปรดตอบคำถามทุกข้อ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ตรงตามความเป็นจริงหรือ

ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

โดยกำหนดให้ 5 หมายถึง สำคัญมากที่สุด

5 หมายถึง สำคัญมากที่สุด

4 หมายถึง สำคัญมาก

3 หมายถึง สำคัญปานกลาง

2 หมายถึง สำคัญน้อย

1 หมายถึง สำคัญน้อยสุด

ระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม ของนักท่องเที่ยวชาวมลายูเซีย	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
1. ที่พักแรม					
1.1 มีเครื่องหมายแสดงทิศทางสำหรับการละหมาด					
1.2 มีคัมภีร์อัลกุรอาน ผ้ารองละหมาด และเวลาการ ละหมาดในห้องพัก					
1.3 เติงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ					
1.4 ไม่มีช่องรายการหนังอนาจาร					
1.5 ไม่มีสถานบันเทิงเริ่มรมย์และการบันเทิงที่ไม่ เหมาะสมในโรงแรม					
1.6 แยกชั้นสำหรับหญิง ชายและครอบครัว					
1.7 ไม่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในมินิบาร์					
1.8 ดำเนินธุรกรรมทางการเงินแบบอิสลาม					
2. ร้านอาหาร					
2.1 มีตราสัญลักษณ์ฮาลาลภายในร้าน					
2.2 มีเมนูเป็นภาษาอังกฤษที่แสดงรูปภาพและราคา อาหาร					
2.3 ให้บริการอาหารไทยตามหลักศาสนาอิสลาม					
2.4 ให้บริการอาหารตามหลักศาสนาอิสลาม					
2.5 ให้บริการอาหารฮาลาล					

ระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม ของนักท่องเที่ยวชาวมลายูเซีย	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
2.6 มีพนักงานหญิงเพื่อให้บริการลูกค้าเพศหญิงและ พนักงานชายเพื่อให้บริการลูกค้าชาย					
2.7 พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าด้วยภาษาที่ เข้าใจได้					
2.8 พนักงานมีจิตบริการและมีความเป็นมิตร					
2.9 มีซุ้มสำหรับรับประทานอาหารเช้าสำหรับครอบครัว					
3. ร้านสปา					
3.1 ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์					
3.2 แยกห้องบริการนวดสำหรับลูกค้าหญิงและชาย					
3.3 มีรายการสปาเป็นภาษาอังกฤษที่แสดงรูปภาพ และราคา					
3.4 ใช้ผลิตภัณฑ์/เครื่องสำอางในรูปแบบฮาลาล					
3.5 พนักงานควรเป็นมุสลิม และมีพนักงานหญิง เพื่อให้บริการลูกค้าเพศหญิง และพนักงานชายเพื่อ ให้บริการลูกค้าเพศชาย					

ตอนที่ 3 ท่านมีคำแนะนำอะไรบ้างเพื่อการพัฒนาที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมในจังหวัดสงขลา
ให้ดียิ่งขึ้น

.....

.....

.....

.....

.....

-ขอขอบพระคุณสำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามของท่าน-



Questionnaire

The Study of the Importance of Muslim-Friendly Accommodation: A Case Study of Malaysian Travelers in Songkhla

This questionnaire is part of a self-study subject. Master of Business Administration Program Business Administration Prince of Songkhla University

Instruction The questionnaire is divided into four parts:

- Part 1 One-item personal information
- Part 2 24-item Muslim-friendly Hotel factors
- Part 3 Other suggestions

Part 1 One-item personal information

Instruction: Please answer based on your honest opinions by marking ✓ in

1. Personal information

1.1 Gender

- 1. Male
- 2. Female

1.2 Age

- 1. 18-25 years
- 2. 26-35 years
- 3. 36-45 years
- 4. 46-55 years
- 5. 55 years or older

1.3 Marital status

- Single
- Married
- Widowed
- Divorced or Separated

1.3 Education level

- Undergraduate
- Bachelor's degree
- Postgraduate

1.4 Occupation

- Government service / state enterprise
- Employees / employees of private companies
- Privately owned business (SME)
- Big business
- Trade
- General work
- Other

1.5 Monthly income

- No income
- Less than 10,000 baht
- 10,001 – 15,000 bath
- 15,001 - 30,000 baht
- 30,001 baht or more

**Part 2 24-item The Study of the Importance of Muslim-Friendly Accommodation:
A Case Study of Malaysian Travelers in Songkhla**

Instruction: Please answer based on your honest opinions by marking ✓ in

assigning 5 to mean the most important

5 means most important

4 means very important

3 means moderately important

2 means less important

Topics	Level of Priority				
	5	4	3	2	1
1>Your needs for hotel					
1.1 Availability of hotels with segregated swimming pools for men and Women					
1.2 Placement of Qibla stickers/direction point towards Makkah city in your hotel room					
1.3 Provision of a copy of the Holy Qur'an and prayer mat in your hotel room prayers time table?					
1.4 Bed and toilet positioned not face direction of Makkah					
1.5 Availability of halal food/ halal restaurant in your hotel					
1.5 Availability of halal food/ halal restaurant in your hotel					
1.6 Banning of sex channels in your hotel entertainment system					
1.7 Banning of nightclub and other inappropriate entertainments at your hotel					
1.8 Separate floors for male, female and family at your hotel					
1.9 Banning alcoholic drinks in minibar at your hotel room					
1.10Practice Islamic financial way					
2. restaurant					
2.1 Availability of Halal sign at Halal restaurant					

Topics	Level of Priority				
	5	4	3	2	1
2.2 Availability of pictured and English menu with shown price					
2.3 Availability of Thai food					
2.4 Availability of food					
2.5 Availability of Halal food					
2.6 Availability of waitress to serve female customer and waiter to serve male customer					
2.7 Staff can communicate in appropriate language					
2.8 Service minded and friendly staff					
2.9 Availability of private cabin for family dining					
3. Your needs for spa					
3.1 Offer Halal food and banning alcoholic drinks					
3.2 Separate spa room for male and female					
3.3 Availability of pictured and English menu with shown price					
3.4 Halal cosmetics					

Part 3: Other suggestions

.....

.....

.....

.....

.....

-Thank you very much for your kind cooperation -

การตรวจสอบเครื่องมือเพื่อการวิจัย (IOC)

ส่วนที่ 1 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)

จากการประเมินความสอดคล้องเกี่ยวกับคำถามส่วนบุคคลในระดับความสำคัญของที่พักรที่เป็นมิตรกับ
ชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา

ข้อ	รายการประเมิน	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	หมายเหตุ
		1	0	-1		
					1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามีความสอดคล้อง
1.	เพศ () ชาย () หญิง	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามีความสอดคล้อง
2.	อายุ () 18-25 ปี () 26-35 ปี () 36-45 ปี () 46-55 ปี () 56 ปีขึ้นไป	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามีความสอดคล้อง
3.	สถานภาพ () โสด () แต่งงานแล้ว () หย่าร้าง () แยกกันอยู่	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามีความสอดคล้อง
4.	การศึกษา () ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามีความสอดคล้อง

ข้อ	รายการประเมิน	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ความหมาย
		1	0	-1		
					1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามีความสอดคล้อง
5.	อาชีพ <input type="checkbox"/> รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ <input type="checkbox"/> พนักงาน / ลูกจ้าง บริษัทเอกชน <input type="checkbox"/> ประกอบธุรกิจส่วนตัว (SME) <input type="checkbox"/> ประกอบธุรกิจขนาดใหญ่ <input type="checkbox"/> ค้าขาย <input type="checkbox"/> รับจ้างทั่วไป <input type="checkbox"/> อื่นๆ	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามีความสอดคล้อง
6.	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 10,000 บาท <input type="checkbox"/> 10,001 – 15,000 บาท <input type="checkbox"/> 15,001 – 30,000 บาท <input type="checkbox"/> 30,001 บาทขึ้นไป	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามีความสอดคล้อง

จากส่วนที่ 1 แสดงว่าผู้เชี่ยวชาญ มีความคิดเห็นต่อความสอดคล้อง (IOC) จากการประเมิน ความสอดคล้องเกี่ยวกับคำถามส่วนบุคคล ในระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา แนใจในทุกรายการประเมิน

ส่วนที่ 2 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) จากการประเมินคำถามเกี่ยวกับคำถามเกี่ยวกับระดับ
ความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมลายูเซียในจังหวัดสงขลา

ข้อ	รายการประเมิน	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ความหมาย
		1	0	-1		
					1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามี ความสอดคล้อง
1	ที่พักแรม					
1.1	มีเครื่องหมายแสดงทิศทาง สำหรับการละหมาด	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามี ความสอดคล้อง
1.2	มีคัมภีร์อัลกุรอาน ผ้ารอง ละหมาด และเวลาการ ละหมาดในห้องพัก	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามี ความสอดคล้อง
1.3	เตียงและห้องน้ำหันไป ทางนครเมกกะ	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามี ความสอดคล้อง
1.4	ไม่มีช่องรายการหนัง อนาจาร	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามี ความสอดคล้อง
1.5	ไม่มีสถานบันเทิงเริมรมย์ และการบันเทิงที่ไม่ เหมาะสมในโรงแรม	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามี ความสอดคล้อง
1.6	แยกชั้นสำหรับหญิง ชาย และครอบครัว	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามี ความสอดคล้อง
1.7	ไม่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน มินิบาร์					1 หมายถึงแน่ใจว่ามี ความสอดคล้อง
1.8	ดำเนินธุรกรรมทางการเงิน แบบอิสลาม	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามี ความสอดคล้อง
2.	ร้านอาหาร					
2.1	มีตราสัญลักษณ์ฮาลาล ภายในร้าน	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามี ความสอดคล้อง

ข้อ	รายการประเมิน	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ความหมาย
		1	0	-1		
2.2	มีเมนูเป็นภาษาอังกฤษที่แสดงรูปภาพและราคาอาหาร	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามี ความสอดคล้อง
2.3	ให้บริการอาหารไทยตามหลักศาสนาอิสลาม	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามี ความสอดคล้อง
2.4	ให้บริการอาหารอาหรับตามหลักศาสนาอิสลาม	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามี ความสอดคล้อง
2.5	ให้บริการอาหารตะวันตกตามหลักศาสนาอิสลาม	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามี ความสอดคล้อง
2.6	มีพนักงานหญิงเพื่อให้บริการลูกค้าเพศหญิงและพนักงานชายเพื่อให้บริการลูกค้าชาย	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามี ความสอดคล้อง
2.7	พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าด้วยภาษาที่เข้าใจได้	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามี ความสอดคล้อง
2.8	พนักงานมีจิตบริการและมี ความเป็นมิตร	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามี ความสอดคล้อง
2.9	มีซุ้มสำหรับรับประทาน อาหารสำหรับครอบครัว	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามี ความสอดคล้อง
3	ร้านสปา					
3.1	ให้บริการอาหารและ เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามี ความสอดคล้อง
3.2	แยกห้องบริการขนาดสำหรับ ลูกค้าหญิงและชาย	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามี ความสอดคล้อง
3.3	มีรายการสปาเป็น ภาษาอังกฤษที่แสดงรูปภาพ และราคา	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามี ความสอดคล้อง
3.4	ใช้ผลิตภัณฑ์/เครื่องสำอาง ในรูปแบบฮาลาล	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามี ความสอดคล้อง

ข้อ	รายการประเมิน	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ความหมาย
		1	0	-1		
		1	0	-1	1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามี ความสอดคล้อง
3.5	พนักงานควรเป็นมุสลิม และมีพนักงานหญิงเพื่อให้บริการลูกค้าเพศหญิง และพนักงานชายเพื่อให้บริการลูกค้าเพศชาย	1			1	1 หมายถึงแน่ใจว่ามี ความสอดคล้อง

จากส่วนที่ 2 แสดงว่าผู้เชี่ยวชาญ มีความคิดเห็นต่อความสอดคล้อง (IOC) จากการประเมินความสอดคล้องเกี่ยวกับคำถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในจังหวัดสงขลา แน่ใจในทุกรายการประเมิน

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ สกุล

อุโหมรี หวังน๊ะ

รหัสประจำตัวนักศึกษา

6410521079

วุฒิการศึกษา

วุฒิ

ชื่อสถาบัน

ปริญญาโท

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ปีที่สำเร็จการศึกษา

2566