



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวฮาลาลฝั่งทะเลอันดามันของ
ประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม

**Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in
Thailand for Muslim Country**

โดย ดร.อรพรรณ จันทน์อินทร์และคณะ

ชุดโครงการวิจัยย่อยที่ 1 พฤติกรรมและความต้องการท่องเที่ยวฮาลาล
ฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทย สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม

**Behavior and Need of Halal Tourism in Andaman Gulf at Thailand
for Muslim Tourist**

กันยายน 2556

สัญญาเลขที่ RDG5550016

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวฮาลาลฝั่งทะเลอันดามันของ
ประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม

Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in
Thailand for Muslim Country

คณะผู้วิจัย		สังกัด
1. ดร.เพ็ญพิศ	ศรีประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
2. ผศ.สุกัลยา	ปรีชา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
3. อาจารย์กฤษณะ	พลสงคราม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
4. อาจารย์รัตติยา	สุตระ	มหาวิทยาลัยทักษิณ
5. ผศ.สุริย์รัตน์	ชูแก้ว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
6. นางสาวชนันษา	สุริยวงศ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
7. ดร.ชุตา	ประโมจน์ย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ชุดโครงการวิจัยย่อยที่ 1 พฤติกรรมและความต้องการท่องเที่ยวฮาลาล
ฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทย สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม

Behavior and Need of Halal Tourism in Andaman Gulf at Thailand
for Muslim Tourist

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ(วช.)
และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช.-สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

คำนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเกือบทุกประเทศทั่วโลก เนื่องจากสามารถสร้างรายได้จำนวนมากเข้าสู่ประเทศ จึงส่งผลให้แต่ละประเทศเกิดการแข่งขันเพื่อแย่งชิงนักท่องเที่ยว การขยายตลาดนักท่องเที่ยวไปสู่กลุ่มใหม่จึงเป็นอีกหนึ่งแนวทางในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิมเป็นกลุ่มใหม่ที่กำลังได้รับความสนใจจากทั่วโลก เนื่องจากมีประชากรเป็นจำนวนมาก และมีอำนาจการซื้อที่สูง การเล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะทำให้ประเทศไทยมีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวฮาลาล ซึ่งความรู้ความเข้าใจในประเด็นดังกล่าวสามารถนำไปสู่การวางแผนการตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในตลาดโลก รายงานการวิจัยฉบับนี้จึงนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวฮาลาลของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 5 บท ดังนี้ บทที่ 1 คือ บทนำ บทที่ 2 คือ การทบทวนวรรณกรรม บทที่ 3 คือ วิธีการดำเนินการวิจัย บทที่ 4 คือ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล และบทที่ 5 คือ สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

คณะนักวิจัย

กันยายน 2556

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวชาลาต ฟังทะเลอันดามันของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม”ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีได้เนื่องจากทางคณะผู้วิจัยได้รับความความร่วมมือจากหน่วยงานและบุคลากรหลายฝ่ายเริ่มจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ที่ได้ให้การสนับสนุนทุนอุดหนุนการวิจัย รวมไปถึงการให้ข้อคิดเห็น และ ชี้แนะแนะแนวทางสำหรับการดำเนินการวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุภาวดี โพธิยะราช ผู้ประสานงานโครงการวิจัยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ Assoc.Prof. Dr. HamzahdAbd Raman จาก Universiti Utara Malaysia ที่คอยให้คำแนะนำ คำปรึกษา รวมไปถึงให้กำลังใจแก่คณะผู้วิจัย บุคลากรสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย บุคลากรสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยสำนักงานคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระบี่ และภูเก็ต โรงแรมอวานงปรีนซ์วิล ริสอร์ทแอนด์สปา นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศมุสลิมที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าเพื่อตอบแบบสอบถาม และท้ายสุด ขอขอบพระคุณผู้บริหาร และบุคลากรคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ที่ให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนในงานวิจัยครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

คณะนักวิจัย

กันยายน 2556

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary)

การศึกษา “พฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวชาลาฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม” มีวัตถุประสงค์สำคัญ คือ ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว ความต้องการการท่องเที่ยวชาลา และ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิมซึ่งการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ และนำข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวมาสอบทานกับตัวแทนนักท่องเที่ยวด้วยวิธีการสนทนากลุ่มย่อย ผลการวิจัยปรากฏดังวัตถุประสงค์ต่อไปนี้

1. ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกเหตุผลที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย ฝั่งทะเลอันดามัน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ต้องการได้รับประสบการณ์และวิถีชีวิตที่แปลกใหม่ การได้ท่องเที่ยวที่ต่างประเทศ เจ้าบ้านมีความเป็นมิตรและน่าสนใจ การต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างอบอุ่น และได้แสดงออกอย่างอิสระ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกใช้อินเตอร์เน็ตในการแสวงหาข้อมูลที่จะใช้ท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมา คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือโบว์ซัวร์ คำบอกเล่าจากบุคคลในครอบครัวและเพื่อนบริษัทนำเที่ยว ประสบการณ์เดิม การโฆษณา แหล่งที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้น้อยที่สุด คือ บทความหรือสารคดีการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวนิยมศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ก่อนการเดินทางมากที่สุด รองลงมา คือ ข้อมูลเกี่ยวกับผู้คนและขนบธรรมเนียมประเพณี กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ที่พักและภูมิอากาศ นักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวในรูปแบบหาดทรายและแสงแดดมากที่สุด โดยมักเดินทางกับเพื่อนด้วยการเช่ารถยนต์เป็นยานพาหนะในการเดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวไม่นิยมใช้มอเตอร์ไซค์เป็นยานพาหนะ ส่วนใหญ่เลือกเข้าพักในโรงแรม มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 3 วัน ส่วนใหญ่นิยมบริโภคอาหารไทย และเลือกซื้อสินค้าพื้นเมืองเพื่อเป็นของที่ระลึก นิยมเดินเล่นรอบๆ แหล่งท่องเที่ยว รองลงมาคือการจับจ่ายสินค้า

เมื่อจำแนกความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเด็น ได้แก่ ด้านที่พัก อาหาร กิจกรรม และยานพาหนะ พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจทั้ง 4 ประเด็นในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อ ราคาของอาหาร เป็นอันดับสูงสุด รองลงมาได้แก่ คุณภาพและราคาของที่พัก คุณภาพของอาหารและคุณภาพของกิจกรรม ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในพาหนะเดินทางโดยภาพรวมน้อยที่สุด

2. ด้านความต้องการการท่องเที่ยวชาลา

ความต้องการด้านโรงแรม นักท่องเที่ยวมีความต้องการให้โรงแรมจัดบริการในประเด็นต่าง ๆ

โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ให้มีเครื่องหมายแสดงทิศทางสำหรับการละหมาดและมีอาหารหรือร้านอาหารฮาลาลในโรงแรม การมีคัมภีร์อัลกุรอาน ผ้ารองละหมาดและเวลาการละหมาดในห้องพัก และต้องการให้มีเตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการให้แยกชั้นสำหรับหญิง ชายและครอบครัว น้อยที่สุด

ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร นักท่องเที่ยวต้องการให้มีตราสัญลักษณ์ฮาลาลให้เห็นเด่นชัดมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ต้องการให้พนักงานมีจิตบริการและมีความเป็นมิตร และต้องการให้มีการแสดงหรือการให้ความบันเทิงแบบอนุรักษนิยม ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการให้มีพนักงานหญิงเพื่อให้บริการลูกค้าเพศหญิง และพนักงานชายเพื่อให้บริการลูกค้าชายน้อยที่สุด

ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านสปา นักท่องเที่ยวต้องการให้แยกห้องบริการสำหรับลูกค้าหญิงและชาย เป็นอันดับสูงสุด รองลงมาได้แก่ ต้องการให้ใช้ผลิตภัณฑ์/เครื่องสำอางค์ฮาลาล และต้องการให้เตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการให้พนักงานแต่งกายแบบอนุรักษนิยมน้อยที่สุด

ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่สาธารณะ นักท่องเที่ยวต้องการให้มีมัสยิดอยู่ใกล้เคียง เป็นอันดับสูงสุด รองลงมาได้แก่ ต้องการให้มีชายหาดสำหรับครอบครัว และห้ามเล่นการพนันในที่สาธารณะ ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการให้มีอุปกรณ์พยาบาลเบื้องต้นน้อยที่สุด

3. ด้านค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน 4,673 บาท โดยใช้จ่ายเพื่อการจับจ่ายสินค้ามากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ตามลำดับ

บทคัดย่อ

สัญญาเลขที่ : RDG550016

ชื่อโครงการ : พฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวชาวตลาด ฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทย
เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม

ชื่อนักวิจัย: เพียงพิศ ศรีประเสริฐ สุกัลยา ปรีชา ภูษณะ พลสงคราม
รัตติยา สุตระ สุริย์รัตน์ ชูแก้ว ธนัชชา สุวิวงศ์
ชุตตา ประโมจนิย์

ระยะเวลาโครงการ : 1 พฤษภาคม 2555 ถึง 30 กันยายน 2556

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว ความต้องการการท่องเที่ยวชาวตลาด และ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาประกอบไปด้วย นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศมุสลิม จำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างถูกเลือกโดยวิธีตามสะดวก โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้การแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลจากการศึกษาพบว่า พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกมาท่องเที่ยวเนื่องจากต้องการได้รับประสบการณ์และวิถีชีวิตที่แปลกใหม่ นิยมใช้อินเตอร์เน็ตเป็นช่องทางในการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวก่อนจะเดินทางท่องเที่ยว โดยใช้เวลามากกว่า 1 สัปดาห์แต่น้อยกว่า 1 เดือน สำหรับการตัดสินใจก่อนมาท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบหาทรายและแสงแดดเป็นรูปแบบที่นักท่องเที่ยวนิยมมากที่สุดและเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน ส่วนใหญ่เลือกเช่ารถยนต์เพื่อเป็นยานพาหนะสำหรับเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว นิยมเข้าพักในโรงแรมและบริโภคอาหารไทยมากที่สุด สินค้าพื้นเมืองเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อเป็นของขวัญของที่ระลึก กิจกรรมส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวนิยมทำคือการเดินเล่นรอบ ๆ บริเวณแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 4,673 บาทต่อวัน ในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากต่ออาหาร ที่พัก กิจกรรม และยานพาหนะ ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวมีความต้องการในระดับมากต่อการให้บริการของธุรกิจโรงแรมในประเด็นสูงสุดสามลำดับ ดังนี้ มีเครื่องหมายแสดงทิศทางสำหรับการละหมาด มีอาหารหรือร้านอาหารฮาลาลในโรงแรม มีคัมภีร์อัลกุรอาน ฝักรองละหมาด และเวลาการละหมาดในห้องพัก เป็นต้น

นักท่องเที่ยวมีความต้องการในระดับมากต่อการให้บริการของธุรกิจร้านอาหารในประเด็นสูงสุดสามลำดับ ดังนี้ มีตราสัญลักษณ์ฮาลาลให้เห็นเด่นชัด พนักงานมีจิตบริการและมีความเป็นมิตร และมีการแสดงหรือการให้ความบันเทิงแบบอนุรักษ์นิยมนักท่องเที่ยวมีความต้องการในระดับมากต่อการให้บริการของธุรกิจสปาในประเด็นสูงสุดสามลำดับ ดังนี้ แยกห้องบริการสำหรับลูกค้าหญิงและชาย ใช้ผลิตภัณฑ์/เครื่องสำอางฮาลาล และ เตียงและห้องน้ำหันไปทางนครเมกกะ

นักท่องเที่ยวมีความต้องการในระดับมากต่อการให้บริการด้านสถานที่สาธารณะในประเด็นสูงสุดสามลำดับ ดังนี้ มีมัสยิดอยู่ใกล้เคียง มีชายหาดสำหรับครอบครัวและมีการขายเสื้ออาซานเพื่อแจ้งเวลาละหมาด

For restaurant aspect, Muslim tourist showed high needs towards availability of Halal sign at Halal restaurant, service minded and friendly staff, and conservative entertainment, respectively.

For spa aspect, Muslim tourist showed high needs towards separate spa room for male and female, Halal cosmetics, and bed and toilet positioned not face direction of Makkah, respectively.

For public area aspect, Muslim tourist demonstrated high needs towards availability of Mosque, availability of family-appropriate beaches, and presence of loud public pronouncement of Azan to indicate prayer time, respectively.

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ช
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ฅ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ด
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
นิยามศัพท์เฉพาะ	2
ขอบเขตของการวิจัย	3
ประโยชน์ที่ได้รับ	3
กรอบแนวคิดการวิจัย	3
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	22
รูปแบบการวิจัย	22
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	22
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	23
การหาค่าความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของเครื่องมือ	23
การเก็บรวบรวมข้อมูล	24
การวิเคราะห์ข้อมูล	25
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	27

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	28
บทที่ 5 บทสรุป	117
บรรณานุกรม	129
ภาคผนวก	132

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1	ลักษณะทางประชากรศาสตร์
ตารางที่ 4.2	เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยว
ตารางที่ 4.3	แหล่งที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยว
ตารางที่ 4.4	ประเภทของข้อมูลที่นักท่องเที่ยวศึกษาก่อนการเดินทางท่องเที่ยว
ตารางที่ 4.5	ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว
ตารางที่ 4.6	แหล่งข้อมูลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว
ตารางที่ 4.7	รูปแบบการท่องเที่ยว
ตารางที่ 4.8	ผู้ร่วมเดินทาง
ตารางที่ 4.9	ยานพาหนะที่เดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยว
ตารางที่ 4.10	ประเภทของที่พักร
ตารางที่ 4.11	ประเภทของอาหาร
ตารางที่ 4.12	ประเภทของที่ระลึก
ตารางที่ 4.13	ประเภทของกิจกรรม
ตารางที่ 4.14	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว
ตารางที่ 4.15	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ตารางที่ 4.16	ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้าน โรงแรม

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.17 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร	40
ตารางที่ 4.18 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านสปา	41
ตารางที่ 4.19 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่สาธารณะ	41
ตารางที่ 4.20 ลักษณะทางประชากรศาสตร์	42
ตารางที่ 4.21 เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยว	44
ตารางที่ 4.22 แหล่งที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยว	45
ตารางที่ 4.23 ประเภทของข้อมูลที่นักท่องเที่ยวศึกษาก่อนการเดินทางท่องเที่ยว	45
ตารางที่ 4.24 ระยะเวลาในการตัดสินใจก่อนมาท่องเที่ยว	46
ตารางที่ 4.25 แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว	46
ตารางที่ 4.26 ผู้ร่วมเดินทาง	47
ตารางที่ 4.27 ยานพาหนะที่เดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยว	47
ตารางที่ 4.28 ประเภทของที่พักร	48
ตารางที่ 4.29 ประเภทของอาหาร	48
ตารางที่ 4.30 ประเภทของที่ระลึก	49
ตารางที่ 4.31 ประเภทของกิจกรรม	49
ตารางที่ 4.32 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	50
ตารางที่ 4.33 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านโรงแรม	51
ตารางที่ 4.34 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร	52
ตารางที่ 4.35 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านสปา	52
ตารางที่ 4.36 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่สาธารณะ	53
ตารางที่ 4.37 ลักษณะทางประชากรศาสตร์	54
ตารางที่ 4.38 เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยว	56
ตารางที่ 4.39 แหล่งที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยว	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.40 ประเภทของข้อมูลที่นักท่องเที่ยวศึกษาก่อนการเดินทางท่องเที่ยว	57
ตารางที่ 4.41 ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว	58
ตารางที่ 4.42 แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว	58
ตารางที่ 4.43 ผู้ร่วมเดินทาง	59
ตารางที่ 4.44 ยานพาหนะที่เดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยว	59
ตารางที่ 4.45 ประเภทของที่พักร	60
ตารางที่ 4.46 ประเภทของอาหาร	60
ตารางที่ 4.47 ประเภทของที่ระลึก	61
ตารางที่ 4.48 ประเภทของกิจกรรม	61
ตารางที่ 4.49 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	62
ตารางที่ 4.50 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านโรงแรม	63
ตารางที่ 4.51 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร	64
ตารางที่ 4.52 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านสปา	64
ตารางที่ 4.53 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่สาธารณะ	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.54 ลักษณะทางประชากรศาสตร์	66
ตารางที่ 4.55 เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยว	67
ตารางที่ 4.56 แหล่งที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยว	68
ตารางที่ 4.57 ประเภทของข้อมูลที่นักท่องเที่ยวศึกษาก่อนการเดินทางท่องเที่ยว	69
ตารางที่ 4.58 ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว	70
ตารางที่ 4.59 แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว	70
ตารางที่ 4.60 รูปแบบการท่องเที่ยว	71
ตารางที่ 4.61 ผู้ร่วมเดินทาง	71
ตารางที่ 4.62 ยานพาหนะที่เดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยว	72
ตารางที่ 4.63 ประเภทของที่พักร	72
ตารางที่ 4.64 ประเภทของอาหาร	73
ตารางที่ 4.65 ประเภทของที่ระลึก	73
ตารางที่ 4.66 ประเภทของกิจกรรม	73
ตารางที่ 4.67 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	74
ตารางที่ 4.68 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านโรงแรม	75
ตารางที่ 4.69 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร	76
ตารางที่ 4.70 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านค้า	77
ตารางที่ 4.71 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่สาธารณะ	78
ตารางที่ 4.72 ลักษณะทางประชากรศาสตร์	79
ตารางที่ 4.73 เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยว	80
ตารางที่ 4.74 แหล่งที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยว	81
ตารางที่ 4.75 ประเภทของข้อมูลที่นักท่องเที่ยวศึกษาก่อนการเดินทางท่องเที่ยว	81
ตารางที่ 4.76 ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว	82
ตารางที่ 4.77 แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว	83
ตารางที่ 4.78 รูปแบบการท่องเที่ยว	83
ตารางที่ 4.79 ผู้ร่วมเดินทาง	84

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.80 ยานพาหนะที่เดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยว	84
ตารางที่ 4.81 ประเภทของที่พัค	85
ตารางที่ 4.82 ประเภทของอาหาร	85
ตารางที่ 4.83 ประเภทของที่ระลึก	86
ตารางที่ 4.84 ประเภทของกิจกรรม	86
ตารางที่ 4.85 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	87
ตารางที่ 4.86 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านโรงแรม	88
ตารางที่ 4.87 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร	89
ตารางที่ 4.88 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านสปา	89
ตารางที่ 4.89 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่สาธารณะ	89
ตารางที่ 4.90 ลักษณะทางประชากรศาสตร์	91
ตารางที่ 4.91 เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยว	92
ตารางที่ 4.92 แหล่งที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยว	93
ตารางที่ 4.93 ประเภทของข้อมูลที่นักท่องเที่ยวศึกษาก่อนการเดินทางท่องเที่ยว	94
ตารางที่ 4.94 ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว	94
ตารางที่ 4.95 แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว	95
ตารางที่ 4.96 รูปแบบการท่องเที่ยว	95
ตารางที่ 4.97 ผู้ร่วมเดินทาง	96
ตารางที่ 4.98 ยานพาหนะที่เดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยว	96
ตารางที่ 4.99 ประเภทของที่พัค	97
ตารางที่ 4.100 ประเภทของอาหาร	97
ตารางที่ 4.101 ประเภทของที่ระลึก	97
ตารางที่ 4.102 ประเภทของกิจกรรม	98
ตารางที่ 4.103 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	99
ตารางที่ 4.104 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านโรงแรม	100
ตารางที่ 4.105 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร	100
ตารางที่ 4.106 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านสปา	101

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.107 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่สาธารณะ	102
ตารางที่ 4.108 ลักษณะทางประชากรศาสตร์	103
ตารางที่ 4.109 เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยว	104
ตารางที่ 4.110 แหล่งที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยว	105
ตารางที่ 4.111 ประเภทของข้อมูลที่นักท่องเที่ยวศึกษาก่อนการเดินทางท่องเที่ยว	105
ตารางที่ 4.112 ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว	106
ตารางที่ 4.113 แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว	106
ตารางที่ 4.114 รูปแบบการท่องเที่ยว	107
ตารางที่ 4.115 ผู้ร่วมเดินทาง	108
ตารางที่ 4.116 ยานพาหนะที่เดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยว	108
ตารางที่ 4.117 ประเภทของที่พักร	108
ตารางที่ 4.118 ประเภทของอาหาร	109
ตารางที่ 4.119 ประเภทของที่ระลึก	109
ตารางที่ 4.120 ประเภทของกิจกรรม	110
ตารางที่ 4.121 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	110
ตารางที่ 4.122 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านโรงแรม	111
ตารางที่ 4.123 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร	112
ตารางที่ 4.124 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านสปา	113
ตารางที่ 4.125 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่สาธารณะ	114

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	3
ภาพที่ 2 1.2 แสดงตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค	30

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยในปี 2553 สามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศมีอัตราเพิ่มขึ้นคือ ร้อยละ 13.70 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความมั่นใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย หากจะเทียบกับประเทศที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก เป็นอันดับแรกๆ ของโลก เช่น ฝรั่งเศส อิตาลี และสเปน ประเทศไทยนับว่ายังเล็กมาก จากรายงานทางสถิติของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่าในปี 2556 มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางเข้าประเทศไทยเพียงประมาณ ๑๔ ล้านคน แต่เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในเอเชียซึ่งมีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และประเทศที่มีสิ่งมหัศจรรย์ติดอันดับโลก เช่น อียิปต์ และอินเดีย ก็พบว่าประเทศไทยประสบความสำเร็จสูงมาก รายได้จากการท่องเที่ยวของไทยค่อนข้างจะมีความสำคัญ คือ คิดเป็นร้อยละ ๕.๔ ของ GDP (รายได้ประชาชาติ) ซึ่งสูงกว่าประเทศอื่น ๆ ใน อาเซียน ยกเว้นประเทศสิงคโปร์ การที่จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงเช่นนี้ จึงทำให้ประเทศไทยได้รับการขนานนามว่าเป็นสเปนแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แต่ถ้าเราลองจินตนาการถึง สภาพการจราจรในกรุงเทพฯ ที่จะต้องรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนถึง ๔๐ ล้านคนแล้ว ก็คงเห็นได้ชัดว่าเป็นไปไม่ได้ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงสภาพเทคโนโลยีและขีดความสามารถ ในการรองรับบริการทางด้านสื่อสารโทรคมนาคม และการเดินทางในปัจจุบันแล้ว ก็จะเห็นเช่นเดียวกันว่า เป้าหมายการเป็นสเปนแห่งตะวันออก ยังอยู่อีกห่างไกล แต่ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะไม่สามารถเป็นสเปนแห่งตะวันออก ประเทศไทยก็สามารถเป็นจุดท่องเที่ยวที่นิยมสูงสุดในภูมิภาคนี้ได้ จากรายงานทางสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางได้เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น โดยเพิ่มขึ้นกว่า 20% โดยนักท่องเที่ยวจะใช้เวลาในประเทศไทย 9.48 วันต่อคน และมีค่าใช้จ่ายประมาณ 4,276.14 บาทต่อวัน นอกจากนี้จากรายงานยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นมุสลิมอีกกว่า 2 ล้านคนที่นิยมมาเที่ยวในประเทศไทยนั้นมาจากประเทศมุสลิม เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย และอินเดีย

นายประเทือง ศรีขำ ผู้อำนวยการท่าอากาศยานภูเก็ตได้ให้สัมภาษณ์ว่า จังหวัดภูเก็ตได้เพิ่มจำนวนเที่ยวบินเพิ่มขึ้น นั้นหมายถึงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาก็เพิ่มมากขึ้นด้วย โดยเฉพาะตลาดตะวันออกกลางซึ่งเป็นตลาดใหม่ของจังหวัดภูเก็ต สายการบินกาตาร์แอร์เวย์จะเริ่มทำการบินจากตะวันออกกลางมายังจังหวัดภูเก็ตโดยตรง นอกจากนั้นยังมีสายการบินเอมิเรตส์ และสายการบินเอทิฮัต ซึ่งครั้งนี้ถือเป็นครั้งแรกของจังหวัดภูเก็ต ที่ตลาดใหม่สำหรับประเทศจากกลุ่มตะวันออกกลางเปิดบินตรงมาจังหวัดภูเก็ต (บทสัมภาษณ์หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ, กันยายน 2553)

การเล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะทำให้ประเทศไทยมีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวตลาด ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำการศึกษาวิจัย พฤติกรรม และความต้องการการท่องเที่ยวตลาดในฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม ซึ่งแนวทางดังกล่าวสามารถนำไปสู่การวางแผนการตลาดการท่องเที่ยวตลาดของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในตลาดโลก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม
2. เพื่อศึกษาความต้องการการท่องเที่ยวตลาดของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม
3. เพื่อศึกษาค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม

ศัพท์นิยามเฉพาะ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการตัดสินใจ และการกระทำของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศมุสลิมที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งจำแนกออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านก่อนการเดินทางท่องเที่ยว 2) ด้านระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว 3) ด้านความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้บริการธุรกิจท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวตลาด หมายถึง การเสนอรูปแบบการท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยวที่มีการออกแบบมาโดยเฉพาะเพื่อตอบสนองสำหรับความต้องการของชาวมุสลิม

นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม หมายถึง นักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งมีประเทศที่เป็นสมาชิกกลุ่มประเทศมุสลิม จำนวน 57 ประเทศทั่วโลก ซึ่งได้แก่ อัฟกานิสถาน อัลบาเนีย แอลจีเรีย อาเซอร์ไบจาน บังกลาเทศ เบนิน บรูไน บูร์กินาฟาโซ แคมเอรูน ชาด โคอโมโรส จิบูตี อียิปต์ กาบอง กาตาร์ แคมเบีย กินี กินีบิสเซา กียานา อินโดนีเซีย อิหร่าน อิรัก จอร์แดน คาซัคสถาน คูเวต คีร์กีสถาน เลบานอน ลิเบีย มาเลเซีย มัลดีฟส์ มาลี มอริเตเนีย โมร็อกโก โมซัมบิก ไนเจอร์ ไนจีเรีย โอมาน ปากีสถาน ปาเลสไตน์ ซาอุดีอาระเบีย เซเนกัล เซียร์ราลีโอน โซมาเลีย ซูดาน สุรินัม ซีเรีย ทาจิกิสถาน ไทโก ตูนิเซีย ตุรกี เติร์กเมนิสถาน ยูกันดา สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อุซเบกิสถาน เยเมน และโกตดิวัวร์

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยฝั่งทะเลอันดามัน การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนของประชากรได้อย่างชัดเจนจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มประชากรแบบไม่ทราบจำนวนประชากรอย่างแน่นอน ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาพฤติกรรม ความต้องการ และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยฝั่งทะเลอันดามัน และจะนำข้อมูลดังกล่าวมาจัด Focus group จากนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นตัวแทนจากกลุ่มประเทศมุสลิม เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวฝั่งทะเลอันดามัน ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวฝั่งทะเลอันดามัน นักธุรกิจ เจ้าหน้าที่อิสลามประจำจังหวัด เพื่อหาแนวทางในการวางแผนการท่องเที่ยวฮาลาลของประเทศไทย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศมุสลิม

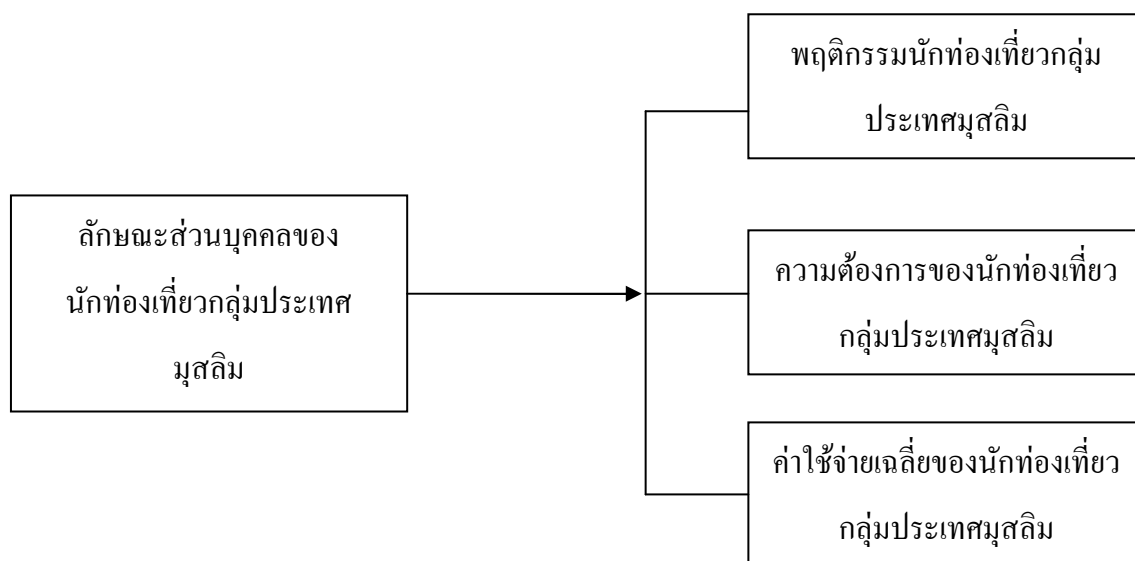
ขอบเขตด้านสถานที่

ฝั่งทะเลอันดามัน ได้แก่ กระบี่ ภูเก็ต พังงา สตูล

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม
2. ทราบความต้องการการท่องเที่ยวฮาลาลของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม
3. ทราบค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

การนำเสนอผลการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในวิชานี้แบ่งออกเป็น 2 หัวข้อ ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

บทบาทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้กลายเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจโลก นำรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศอย่างมหาศาลและมีการเจริญเติบโตอย่างสม่ำเสมอ ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอันหลากหลาย ที่สำคัญคือสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีมากกว่า 2,000 แห่งทั่วประเทศ กิจกรรมต่าง ๆ วัฒนธรรม ประเพณี ตลอดจนวิถีชีวิตอันน่าสนใจ สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมที่ทรงคุณค่า มีลักษณะเด่นเป็นที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ทั้งนักท่องเที่ยวภายในประเทศและนักท่องเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวเป็นเส้นทางลัดไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจ ประเทศกำลังพัฒนาหลายประเทศต่างพยายามส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดเงินตราต่างประเทศ เพื่อสร้างรายได้และการสร้างงานให้แก่คนในท้องถิ่น แม้กระทั่งประเทศสังคมนิยมที่เริ่มเปิดประเทศอย่างเช่น อินโดจีนและยุโรปตะวันออก ต่างมุ่งหวังให้การท่องเที่ยวเป็นภาคบุกเบิกที่จะนำผลประโยชน์มาสู่ระบบเศรษฐกิจด้วยการลงทุนที่ไม่สูงนัก หลายประเทศมีนโยบายนำอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอยู่ในลำดับที่ 1-3 ที่สำคัญในประเทศ (สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ประกอบไปด้วยธุรกิจ 7 ประเภท ดังนี้

1. ธุรกิจที่พักแรม ประกอบด้วย โรงแรมและที่พักประเภทต่าง ๆ เช่น บังกะโล เกสต์เฮาส์ หรือบ้านพักแรกที่ราชการหรือเอกชนมีไว้ให้บริการโดยเก็บค่าเช่า
2. ธุรกิจนำเที่ยวประกอบไปด้วยสถานประกอบการนำเที่ยว 4 ประเภท ได้แก่
 - 2.1 บริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการจัดนำเที่ยวเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างประเทศ
 - 2.2 บริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการจัดนำเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวที่มาจากต่างประเทศและจัดนำคนไทยไปเที่ยวต่างประเทศ
 - 2.3 บริษัทจัดนำเที่ยวที่จัดนำเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ
 - 2.4 บริษัทจัดนำเที่ยวที่ให้บริการจัดนำเที่ยวครบทุกประเภท

3. ธุรกิจขนส่งซึ่งประกอบไปด้วยบริษัทที่ให้บริการด้านการขนส่งนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ สำหรับการขนส่งทางบกจะหมายถึง รถประจำทาง รถนำเที่ยว รถเช่า สำหรับนักท่องเที่ยว และรถไฟ ส่วนการขนส่งทางน้ำจะรวมถึงการนำเที่ยวและขนส่งผู้โดยสาร การขนส่งทางอากาศจะรวมถึงบริษัทการบินของไทยและตัวแทนสายการบินของต่างประเทศที่มีสำนักงานในประเทศไทย รวมไปถึงการจัดระบบสารสนเทศทางการการท่องเที่ยวด้วย

4. ธุรกิจจำหน่ายสินค้า (ของที่ระลึก) ประกอบไปด้วย บริษัทร้านค้าที่จัดจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกให้แก่นักท่องเที่ยวรวม 6 ประเภท ได้แก่ ร้านขายเครื่องประดับประเภทเงิน ทอง และอัญมณี ต่างๆ ร้านขายผ้าไหมไทย ร้านขายเครื่องหัตถกรรมไทย ร้านขายสินค้าพื้นเมืองเฉพาะท้องถิ่น รวมทั้งอาหารของแห้งของท้องถิ่น ห้างสรรพสินค้า

5. ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร ประกอบไปด้วย ภัตตาคารและร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในโรงแรมซึ่งบุคคลภายนอกมาเช่าทำกิจการภัตตาคารและร้านอาหารที่อยู่นอกโรงแรม และที่อื่น ๆ รวมทั้งแผงลอยขายอาหารที่ตั้งขายอาหารประจำ

6. ธุรกิจบันเทิงและพักผ่อน ประกอบไปด้วยสถานเริงรมย์ต่าง ๆ เช่น ในดัลลัส ดิสโก้เทค และคอกเทลเลาจน์ เป็นต้น

7. ธุรกิจอื่น ๆ ประกอบไปด้วยกิจการที่ขายบริการเพื่อกิจกรรมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ กิจการเรือเช่า หรือบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การให้เช่าอุปกรณ์กีฬา การสอนการเล่นกีฬาให้แก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น (ประชุม สุวดี, 2548)

ความหมายของการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวิทยา (2548) กล่าวว่า ได้มีผู้นิยามคำว่า การท่องเที่ยวไว้หลากหลายดังนี้ องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้น ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ. 2506 ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่าการท่องเที่ยวหมายถึงการเดินทาง (Travel) มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1) การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้างโดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งและใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางไกลหรือระยะทางไกลก็ได้

2) จุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง มีจุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวแล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิมโดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือนและใช้เวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้นซึ่งที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

3) ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางอยู่หลายอย่างด้วยกันซึ่งผู้เดินทางคนหนึ่งอาจมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานตื่นเต้น

หรือเพื่อหาความรู้ องค์การการท่องเที่ยวของสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization: UNWTO) กำหนดไว้ว่าการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางโดยระยะทางมากกว่า 80 กิโลเมตรจากบ้านเพื่อจุดประสงค์ในการพักผ่อนหย่อนใจ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2552) และการเดินทางใดๆก็ตามเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ ดังนี้

- 1) การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวแต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร
- 2) การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจหรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเองไม่ใช่เป็นการถูกบังคับและไม่ใช่เพื่อทำสงคราม
- 3) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร เพื่อความเบิกบาน บันเทิงรื่นรมย์ เพื่อเล่นกีฬาต่างๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้และเพื่อติดต่อธุรกิจ เป็นต้น

อำนาจ ปวงคำ (2548) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวว่าหมายถึงการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่แห่งหนึ่งเพื่อการพักผ่อน ทัศนศึกษา สนุกสนาน เยี่ยมเยือน และแลกเปลี่ยนประสบการณ์

McIntosh และ Goeldner (1984) กล่าวถึง การท่องเที่ยวว่าเป็นผลรวมของปรากฏการณ์ต่าง ๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการที่ใช้เทคนิคการดึงดูดด้วยการให้การต้อนรับที่อบอุ่นแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ซึ่งสามารถจำแนกกว้างๆได้ 2 ประเภท คือการท่องเที่ยวแบบอิสระ (Independent Tourism) ซึ่งหมายถึงนักท่องเที่ยวกำหนดรายการท่องเที่ยว ติดต่อที่พักแรม และเลือกวิธีการเดินทางเองโดยไม่ใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว และการท่องเที่ยวมวลชน (Mass Tourism) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวหรือเรียกอีกอย่างว่า การท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าการท่องเที่ยว คือ การเดินทางจากที่แห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่งเป็นการชั่วคราวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน หาความรู้ หรือเดินทางเพื่อธุรกิจ ไม่ใช่เป็นการประกอบอาชีพเพื่อหารายได้

ประเภทของนักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยออกเป็น 3 ประเภท คือ

1) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourist) หมายถึง บุคคลที่เดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ไม่ได้พำนักถาวรในประเทศไทย

2) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourists) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทย และพำนักในแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 90 วัน

3) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน (International Excursionists) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทยโดยที่ไม่ได้ค้างคืน

Cohen (1972) ได้กล่าวถึง ประเภทของนักท่องเที่ยวว่านักท่องเที่ยวสามารถจำแนกตามประเภทออกเป็น 4 ประเภท

1) นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่ม (The Organized Mass Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่มที่ซื้อรายการนำเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว จึงส่งผลให้กิจกรรมการท่องเที่ยวทุกอย่างได้ถูกกำหนดตามโปรแกรมนำเที่ยวที่จัดขึ้นโดยผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว โดยมีการวางแผนทุกอย่างไว้ล่วงหน้า และอำนาจในการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเป็นของผู้จัดการท่องเที่ยวในลักษณะนี้นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ที่ตนเองมีความรู้ความคุ้นเคยสูง และจะได้รับประสบการณ์แปลกใหม่ในแหล่งท่องเที่ยวอย่างมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการเพียงการพักผ่อน ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลินและความแปลกใหม่โดยไม่ได้คาดหวังว่าจะต้องได้รับความรู้ หรือทำความเข้าใจกับชุมชนท้องถิ่น

2) นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่มอิสระ (The Individual Mass Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีความชำนาญในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองที่เดินทางเป็นกลุ่มโดยผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวไม่ได้เป็นผู้วางแผนการท่องเที่ยวทั้งหมดแต่จะเป็นผู้จัดการในระดับหลักๆให้เท่านั้น เช่น ขั้นตอนการเดินทางและด้านที่พัก เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวแบบนี้สามารถควบคุมกิจกรรมท่องเที่ยวและเวลาของตนได้อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีประสบการณ์เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวประเภทแรกที่มีส่วนใหญ่มักจะยังต้องการสัมผัสกับบรรยากาศที่เหมือนกับอยู่ในสิ่งแวดล้อมเดิมของตน โอกาสที่จะได้สัมผัสผู้คนในท้องถิ่นมีน้อย ดังนั้นการท่องเที่ยวประเภทนี้ยังมีประสบการณ์ความคุ้นเคยเดิมของนักท่องเที่ยว

3) นักสำรวจ (The Explorer) คือ นักท่องเที่ยวเดี่ยวๆที่วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตนเองและมักจะหลีกเลี่ยงที่จะเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีการพัฒนาแล้ว มีความปรารถนาที่จะเข้าไปร่วมเป็น

สมาชิกของชุมชนท้องถิ่น เพื่อศึกษาทำความเข้าใจเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ ๆ จากวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จึงได้รับประสบการณ์แปลกใหม่จากแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาเชิงธุรกิจ และการบรรลุเป้าหมายที่ตนเองได้กำหนดไว้ (Self-Actualization)

4) นักเดินทางอาสาสมัคร (The Drifter) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวคล้ายกับนักสำรวจ เนื่องจากนักท่องเที่ยวประเภทนี้จะวางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง หลีกเลี่ยงการเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่พัฒนาแล้วโดยจะเข้าไปอาศัยอยู่กับชาวพื้นเมืองในท้องถิ่นและจะทำให้เข้ากับวัฒนธรรมของคนพื้นเมืองเป็นอย่างดี การท่องเที่ยวแบบนี้จะนำความแปลกใหม่มาสู่นักท่องเที่ยว และทำให้ความคุ้นเคยเก่าๆอันตรธานหายไปซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่จะได้รับประสบการณ์ ความรู้ทางสังคม และวัฒนธรรมของแต่ละชุมชนที่ไปท่องเที่ยวอย่างดี นอกจากนั้นยังใช้การท่องเที่ยวเป็นวิธีการหรือช่องทางในการแสวงหาคุณค่าและความหมายให้แก่ชีวิตของตนเอง โดยการเป็นส่วนหนึ่งและเป็นประโยชน์ให้แก่สังคมท้องถิ่นที่ตนเองเข้าไปใช้ชีวิตอยู่ เช่น นักสอนศาสนา หมอ ครู เป็นต้น

ในขณะที่ Perreault Dorden และ Dorden (1979) ได้จำแนกนักท่องเที่ยวออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1) นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Traveler) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ปานกลาง แต่มุ่งแสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวที่ใช้ค่าใช้จ่ายต่ำ

2) นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous Tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดีและมีรายได้ปานกลางถึงสูง มีความชื่นชอบในกิจกรรมระหว่างการเดินทางหยุดพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวแบบผจญภัย

3) นักท่องเที่ยวที่ชอบอยู่บ้าน (Homebody Tourist) เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีความรอบคอบระมัดระวังเป็นอย่างมาก ไม่นิยมผจญภัยหรือเรื่องการเดินทางท่องเที่ยวกับบุคคลอื่น และใช้เวลาไม่นานในการวางแผนการเดินทาง

4) นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มักใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการเดินทางในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหน อย่างไร เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความกระตือรือร้นแต่มีรายได้ค่อนข้างน้อย

5) นักท่องเที่ยวที่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวนาน (Moderates) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีใจรักการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดหรือการเล่นกีฬา

สุริย์ เข้มทอง (2544) ได้จำแนกประเภทของนักท่องเที่ยวดังนี้

1) นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองเป็นศูนย์กลาง หมายถึง นักท่องเที่ยวที่คิดหรือสนใจตัวเอง ชอบสถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นที่รู้จักกันดีเป็นที่นิยมท่องเที่ยวอยู่แล้วไม่ต้องการทดลองสิ่งแปลกใหม่ทั้ง

ที่พัก อาหาร และสิ่งบันเทิงและบุคคลใหม่ๆ ไม่ต้องการพบสิ่งที่ยุ่งยากและเหตุการณ์ที่ผิดปกติ

2) นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองปานกลาง หมายถึง นักท่องเที่ยวประเภทอยู่กึ่งกลางระหว่างการเน้นตัวเองและการเดินทางสายกลางสามารถทดลองสิ่งใหม่ได้ถ้าไม่มีสิ่งที่คุ้นเคย

3) นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางสายกลาง(Mid-Centric) หมายถึง นักท่องเที่ยวประเภทไม่ชอบผจญภัยแต่ไม่รังเกียจการทดลองสิ่งใหม่ๆ トラバเท่าที่ไม่เสี่ยงอันตรายเกินไปหรือไม่ผิดปกติเกินไป

4) นักท่องเที่ยวประเภทชอบความหลากหลายพอสมควร หมายถึง นักท่องเที่ยวประเภทที่เป็นกลุ่มอยู่ระหว่างกลุ่มที่เดินทางสายกลางและกลุ่มที่มีความหลากหลายเป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ถึงกับชอบความผจญภัยแต่สามารถท่องเที่ยวแบบผจญภัยได้

5) นักท่องเที่ยวประเภทมีความสนใจหลากหลาย หมายถึง นักท่องเที่ยวประเภทที่สนใจในกิจกรรมหลากหลายเป็นพวกที่เปิดเผยและมีความมั่นใจในตัวเองชอบผจญภัยอย่างมากและเต็มใจออกไปเผชิญโลกเผชิญชีวิต การเดินทางกลายเป็นช่องทางให้ได้แสดงออกมาซึ่งความอยากรู้อยากเห็นและได้สนองความอยากรู้อยากเห็น

นักท่องเที่ยวดังแต่ละประเภทเหล่านี้จะเป็นตัวแทนที่แสดงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวดังแต่ละแบบ เพราะบทบาทของนักท่องเที่ยวดังแต่ละประเภทจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับขนาดของกลุ่มนักท่องเที่ยวและระดับความสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวกับคนในท้องถิ่นซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับผลกระทบของการท่องเที่ยวแทบทั้งสิ้น

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นที่นิยมของคนทั่วไปมากขึ้นซึ่งนิคม จารุมณี (2544) ได้เสนอปัจจัยที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวไว้ 7 ประการดังนี้

1. การใช้จ่ายอย่างอิสระ (Greater disposal income) เนื่องจากประชาชนมีความมั่งคั่งเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ อยู่ตลอดเวลา มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น จึงสามารถจัดสรรรายได้เพื่อการท่องเที่ยวได้มากขึ้น

2. การลดลงของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง (Declining relative cost of travel) トラバใดที่อัตราค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวลดลง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็จะสามารถดึงดูดรายได้ส่วนเพิ่มของบุคคลให้มาใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวได้มากขึ้น

3. ระดับการศึกษาที่สูงขึ้น (Higher education level) การที่ประชากรในโลกปัจจุบันมีการศึกษาลูกขึ้น ทำให้มีความต้องการกระหายที่จะแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ อยู่เสมอ จึงทำให้มีการเดินทางเพื่อแสวงหาความรู้เพิ่มเติมมากขึ้น

4. การขยายตัวของสังคมเมือง (Increased urbanization of society) ประชากรมีความเป็นสังคมเมืองมากขึ้น มีการแยกกันอยู่ของครอบครัว ครอบครัวในสังคมมีได้อยู่ร่วมกันเป็นหน่วยเดียวดังเช่นสมัยก่อน ลักษณะเช่นนี้ช่วยให้มีการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปเยี่ยมญาติหรือเพื่อนมากขึ้น

5. การเกษียณอายุเร็วขึ้น (Earlier retirement ages) ปัจจุบันมีแนวโน้มที่พนักงานและผู้ทำงานในองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนออกจากราชการเร็วขึ้นไม่รอให้ครบอายุเกษียณจริง ซึ่งการออกก่อนเกษียณนี้ทำให้นุคคลเหล่านั้นได้รับเงินและมีเวลาว่างเพิ่มขึ้น นุคคลเหล่านี้จึงเข้ามาสู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในฐานะนักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุ

6. การขยายตัวทางธุรกิจ (Growth of business) ธุรกิจในปัจจุบันขยายตัวอย่างรวดเร็วทั้งธุรกิจในประเทศและต่างประเทศมีผลให้นักธุรกิจต้องมีการเดินทางเพื่อไปติดต่อธุรกิจยังท้องถิ่นต่าง ๆ มากขึ้น ซึ่งก็ถือว่านุคคลเหล่านั้นเป็นนักท่องเที่ยวเช่นกัน

7. ผู้สูงอายุกับการท่องเที่ยว (Tourism and elderly) ในปัจจุบันอัตราการเพิ่มของผู้สูงอายุมากขึ้น ดังนั้น นักการตลาดจึงพยายามที่จะขยายตลาดไปยังกลุ่มผู้สูงอายุมากขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การศึกษาแนวคิดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนั้นมีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายของคำว่าพฤติกรรมและความหมายของการท่องเที่ยวไว้หลายความหมาย ชวลินุช อุทยาน (2552) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และนุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่งโดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กันโดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น จึงมีนักวิชาการหลายท่านที่ใช้แนวคิดทฤษฎีของพฤติกรรมผู้บริโภคมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาถึงกระบวนการตัดสินใจ และการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าหรือเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนในการตัดสินใจทั้งก่อนการตัดสินใจและภายหลังการตัดสินใจแล้ว (Peter, 2002) การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการบริโภคของผู้บริโภค ทั้งที่เป็นบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กร เพื่อให้ทราบลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อ การบริโภค การเลือกบริการ แนวคิดหรือประสบการณ์ที่จะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจซึ่งจะต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยเหตุผลต่างๆ คือ พฤติกรรมผู้บริโภคมีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจ เพื่อให้องค์กร

ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสมมากที่สุด ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจสปา และธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจสำคัญที่ดึงดูดใจและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ดังนั้น การศึกษาถึงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิมในการใช้บริการธุรกิจการท่องเที่ยวดังกล่าวจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้ามุสลิมในการเข้าใช้บริการ ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคมุสลิมจึงเป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการได้รับสิ่งกระตุ้นภายนอก ประกอบไปด้วยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ผ่านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจจนเกิดการตัดสินใจซื้อ ซึ่งจุดเริ่มต้นของตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคขึ้นอยู่กับสิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการก่อน แล้วจึงทำให้เกิดการตอบสนองโดยที่สิ่งกระตุ้นนี้อาจเกิดขึ้นเองภายในร่างกายและภายนอกร่างกาย ซึ่งนักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจอย่างหนึ่งให้ผู้บริโภคตัดสินใจในผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย

1) สิ่งกระตุ้นทางการตลาดบริการ (Marketing stimuli) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้นซึ่งเกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาด

2) สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (other stimuli) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ ประกอบด้วย

2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (economical stimuli) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค สิ่งต่างๆเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของผู้บริโภค

2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (technological stimuli) เช่น การเข้าถึงเว็บไซต์ ล้วนส่งผลให้ผู้บริโภคมีความต้องการมากขึ้น

2.3 สิ่งกระตุ้นทางการเมือง(political stimuli)เช่น กฎหมายมาตรการภาษีที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้บริโภค

2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (cultural stimuli) เช่น เทศกาลฮารีรายอ เทศกาลปีใหม่ เทศกาลสงกรานต์ ผู้บริโภคนิยมเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดยาว ห้างพักรมราคแพง เพราะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าและบริการในเทศกาลนั้นๆ

3) ปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

3.1 ปัจจัยทางจิตวิทยา เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกลึกซึ้งนึกคิดถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าของบุคคล ดังนี้

3.1.1 การจูงใจ (motivation) เป็นอิทธิพลหรือสภาพภายในตัวบุคคลแต่อาจจะถูกกระตุ้นจากปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม ชัยทางสังคม หรือเครื่องมือทางการตลาดที่นักการตลาดใช้กระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค ตัวอย่าง การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ การออกโรดโชว์โดยใช้นักแสดงเป็นผู้ประชาสัมพันธ์ให้เกิดสิ่งกระตุ้นในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว หรือ การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มขึ้น เช่น มีการจัดกิจกรรมให้ลูกค้าในเทศกาลสำคัญ มีบริการห้องอาหารฮาลาลสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิมหรือบริการห้องละหมาด เป็นต้น

3.1.2 การรับรู้ (perception) เป็นกระบวนการที่แต่ละบุคคลเลือกสรรจัดระเบียบและตีความเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้น โดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้งห้าเพื่อสร้างภาพที่มีความหมายออกมาซึ่งขั้นตอนในการรับรู้สามารถแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

(1) การเปิดรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเปิดโอกาสให้ข้อมูลเข้ามาสู่ตนเอง ตัวอย่าง การจองห้องพักผ่านทางอินเทอร์เน็ต บริษัททัวร์ เป็นต้น

(2) การตั้งใจรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเลือกที่จะตั้งใจรับสิ่งกระตุ้นอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการตั้งใจรับข้อมูล นักการตลาดจะต้องใช้ความพยายามที่จะสร้างงานด้านการตลาดให้มีลักษณะเด่นและน่าสนใจ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจรับข่าวสารอย่างต่อเนื่อง บุคคลมักสนใจสิ่งกระตุ้นที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งกระตุ้นตามปกติ เช่น ความต้องการจองห้องพักโรงแรมระดับหรู หรือนักท่องเที่ยวมาเลเซียเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ให้ความสำคัญด้านที่พักแบบโรงแรมฮาลาลที่มีการแยกสระว่ายน้ำระหว่างชาย-หญิง มีบริการพรมละหมาด โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันสามารถตอบสนองความต้องการได้ เป็นต้น

(3) ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้เลือกสรร หรือการบิดเบือนข้อมูลที่ได้เลือกสรร แม้ผู้บริโภคจะตั้งใจรับข่าวสาร แต่ไม่ได้หมายความว่าข่าวสารนั้นจะถูกแปลความหมายไปในทางที่ถูกต้องเสมอไป ในขั้นนี้จึงเป็นการแปลความหมายของข้อมูลที่รับเข้ามาว่ามีความเข้าใจตามที่นักการตลาดกำหนดไว้หรือไม่ ถ้าเข้าใจก็จะนำไปสู่การแปลความหมายของข้อมูลข่าวสารและพฤติกรรมของผู้บริโภค ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทัศนคติ ความเชื่อ และประสบการณ์ในอดีต เป็นต้น

(4) การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้เลือกสรรเป็นการที่ผู้บริโภคร้องขอข้อมูลที่ได้เห็น ได้ยิน ได้อ่าน หลังจากการเปิดรับและเกิดความเข้าใจแล้ว นักการตลาดจะต้องพยายามสร้างข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของตนให้อยู่ในความทรงจำของผู้บริโภคโดยการส่งข้อมูลซ้ำๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ผู้บริโภคเกิดความทรงจำและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ตัวอย่าง การโฆษณาผ่านสื่อ การประชาสัมพันธ์ การบอกต่อ เป็นต้น

3.1.3 การเรียนรู้ (learning) เป็นพฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละบุคคลในการบริโภคสินค้านั้นย่อมจะต้องมีการเรียนรู้ก่อนเพื่อการใช้ประโยชน์จากสินค้า ซึ่งผู้บริโภคใช้สินค้าเดียวกันอาจจะเรียนรู้การใช้ประโยชน์คนละด้าน ตัวอย่าง การที่นักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิมจากประเทศมาเลเซียเคยใช้บริการโรงแรมชาริอะฮ์ในประเทศมุสลิม หรือนักท่องเที่ยวไทยมุสลิมเดินทางเข้ามาจัดประชุมใน อำเภอหาดใหญ่และเลือกใช้บริการโรงแรมที่ได้รับมาตรฐานด้านอาหาร ฮาลาลและหลังจากนั้นก็รับข้อมูลว่ามีโรงแรมไหนบ้างที่ได้รับมาตรฐานด้านอาหารฮาลาล แล้วกลับมาใช้บริการใหม่ หรือบอกต่อไปยังเพื่อน หรือญาติว่าในอำเภอหาดใหญ่ มีบริการโรงแรมที่ได้มาตรฐานอาหารฮาลาล เนื่องจากนักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจในการใช้บริการมากกว่าโรงแรมทั่วไป เป็นต้น

3.1.4 ความจำ (retention) เป็นความสามารถในการสะสมประสบการณ์ต่างๆ ที่ได้รับจากการเรียนรู้ทั้งทางตรงและทางอ้อม และสามารถถ่ายทอดออกมาเป็นการจดจำ ตัวอย่าง นักท่องเที่ยวจำได้ว่าโรงแรมโนโวเทลต้องมีบริการให้ทานเค้กฟรี ในวันเกิดเนื่องจากทางโรงแรมมีการอภินันทนาการให้กับลูกค้าที่มีบัตรสมาชิกแอดคอร์ด หรือถ้าใช้บริการโรงแรมในเครือแอดคอร์ดพนักงานต้องแต่งกายชุดสีกรมท่า หรือการใช้บริการห้องพักแบบโรงแรมฮาลาล ต้องมีพนักงานหลักที่เป็นมุสลิมคอยให้บริการ เป็นต้น

4) ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย

4.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (cultural factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับค่านิยมความคิดและทัศนคติที่เกิดจากการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมระหว่างสมาชิกของกลุ่ม ปัจจัยด้านวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคด้านวัฒนธรรม ดังนี้

4.1.1 วัฒนธรรมเป็นสัญลักษณ์ หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเป็นที่ยอมรับจากกันหนึ่งไปสู่อีกหนึ่ง ซึ่งเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมใดสังคมหนึ่ง ตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวไทยมุสลิมและต่างชาติมีวัฒนธรรมการกิน การแต่งกาย ที่ต่างไปจากนักท่องเที่ยวเกาหลี หรือนักท่องเที่ยวจีน เป็นต้น

4.1.2 วัฒนธรรมย่อยเป็นกลุ่มย่อยในวัฒนธรรมประกอบด้วย เชื้อชาติ ศาสนา สีผิว พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ อาชีพ อายุ หรือ เพศ ตัวอย่าง นักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิมต้องละหมาด 5 เวลาและนักท่องเที่ยวชาวจีนมักท่องเที่ยววัด และไหว้พระ เป็นต้น

4.2 ชั้นทางสังคม หมายถึง การแบ่งสมาชิกของสังคมออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกัน โดยที่สมาชิกแต่ละชั้นทางสังคมจะมีสถานะอย่างเดียวกันและสมาชิกที่อยู่ในชั้นทางสังคมที่แตกต่างกันจะมีลักษณะที่ต่างกัน โดยแต่ละชั้นทางสังคมจะมีลักษณะค่านิยมและพฤติกรรมการบริโภคเฉพาะอย่าง ซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้

4.2.1 กลุ่มชนชั้นสูงแบ่งได้ 2 กลุ่มย่อย คือ กลุ่มชนชั้นสูงส่วนบนเป็นผู้ดีเก่าที่มีฐานะมั่นคงอันเนื่องมาจากมรดกตกทอด ส่วนกลุ่มชนชั้นสูงส่วนล่างเป็นกลุ่มเศรษฐีใหม่มีฐานะการเงินที่ร่ำรวย เจ้าของกิจการขนาดใหญ่ ผู้บริหารระดับสูง อาชีพที่ร่ำรวย ซึ่งสองกลุ่มนั้นจะมีพฤติกรรมการซื้อและเลือกใช้ผลิตภัณฑ์บริการที่คล้ายคลึงกัน

4.2.2 กลุ่มชนชั้นกลางแบ่งย่อยได้ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มชนชั้นกลางส่วนบนเป็นผู้ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ หรือ ได้รับความสำเร็จด้านอาชีพพอสมควรมีการศึกษาดีมีความเป็นอยู่ที่ดีซึ่งกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมการซื้อและการเลือกซื้อและเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่คล้ายกับกลุ่มคนชั้นสูงส่วนล่าง ส่วนกลุ่มคนชั้นกลางส่วนล่างเป็นที่แสวงหาความยอมรับนับถือมีบ้านอยู่อาศัย มีการเก็บออมเพื่อการศึกษาของบุตร ได้แก่ ลูกจ้างในบริษัท ข้าราชการ พฤติกรรมการซื้อจึงคำนึงถึงราคาและความคงทน

4.2.3 กลุ่มชนชั้นล่างแบ่งย่อยได้ 2 กลุ่มย่อย คือ กลุ่มชนชั้นล่างส่วนบน เป็นพวกที่แสวงหาความมั่นคงในการทำงานและต้องการจะพัฒนาสถานะทางสังคมให้ดีขึ้น เช่น ผู้ใช้แรงงานสินค้ากลุ่มนี้จะซื้อสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของร่างกายและจำเป็นต่อการครองชีพ ส่วนกลุ่มชนชั้นล่างส่วนกลาง ได้แก่ ผู้ใช้แรงงานที่มีรายได้ต่ำ กลุ่มคนว่างงาน กลุ่มคนในชุมชนแออัด พฤติกรรมการซื้อในกลุ่มนี้นั้นจะมีลักษณะที่คล้ายกับกลุ่มชนชั้นล่างส่วนบน แต่จะได้รับการกระตุ้นจากสิ่งกระตุ้นเป็นส่วนใหญ่ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น

5) ปัจจัยทางสังคม (social factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมการซื้อดังนี้

5.1 กลุ่มอ้างอิง (reference groups) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย ได้แก่ สมาชิกในครอบครัว เพื่อน ผู้ร่วมงาน เป็นต้น ซึ่งระดับอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงจะมีผลอย่างมากต่อการเลือกซื้อ

สินค้าและบริการ

5.2 ครอบครัว (family) เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกันทางสายเลือด การแต่งงาน หรือการรับอุปการะให้เข้ามาอยู่ด้วยกัน ประกอบด้วย บิดา มารดา พี่ น้อง ซึ่งถือว่ามีผลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของครอบครัว

5.3 บทบาทและสถานะ (role and statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกันหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันผู้บริโภค มักเลือกซื้อสินค้าที่สามารถสื่อถึงบทบาทและสถานะของตนเองในสังคม

5.4 ปัจจัยส่วนบุคคล (personal factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลในด้านต่างๆ ดังนี้

5.4.1 อายุและช่วงของอายุ (ages and stage) บุคคลที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

5.4.2 อาชีพและสถานะทางเศรษฐกิจ (occupation and economic circumstances) ลักษณะอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเช่นกัน ลักษณะอาชีพที่แตกต่างกันก็จะทำให้มีความต้องการที่แตกต่างกันนอกจากนั้นรายรับ-รายจ่ายมีผลกระทบและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหากผู้บริโภครายจ่ายมากกว่ารายรับก็จะทำให้ผู้ซื้อ มีการตัดสินใจที่เข้มงวดขึ้น

5.4.3 ระดับการศึกษา (Education) ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

5.4.4 บุคลิกภาพ (personality) ลักษณะของบุคลิกภาพที่แตกต่างกันของบุคคลซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่สอดคล้องกันซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล

5.5 ค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต (lifestyle) เป็นความนิยมในสิ่งของหรือความคิดเห็นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และเป็นวิธีการดำเนินชีวิตซึ่งบุคคลใช้เวลาและทรัพยากรเพื่อทำกิจกรรม (Activities) โดยพิจารณาจากสิ่งที่สนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinions) ต่อสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัว ซึ่งจะช่วยในการแบ่งส่วนตลาดและการกำหนดกลุ่มเป้าหมายสำหรับสินค้าและบริการ

6) Kotler และ Keller (2012) กล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อ (the buying decision process) เป็นขั้นตอนของการตัดสินใจของผู้บริโภคทั้งก่อนการซื้อ ระหว่างการซื้อ รวมถึงหลังการซื้อ กระบวนการซื้อของผู้บริโภคจะเป็นไปตามขั้นตอนซึ่งผู้บริโภคจะกระทำทุกครั้งที่มีการซื้อ แต่ในการซื้อครั้งต่อไปหรือการซื้อที่เกิดขึ้นเป็นประจำ หรือการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมีความภักดีอย่างมากต่อตราสัญลักษณ์ก็จะตัดบางขั้นตอนออกไป กระบวนการตัดสินใจซื้อ มี 5 ขั้นตอนดังนี้

6.1 การตระหนักถึงปัญหา เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ความต้องการผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคเกิดจากความจำเป็นหรือความต้องการยังไม่ได้รับการตอบสนองให้เกิดความพึงพอใจ การบ่งบอกถึงปัญหาของผู้บริโภคเกิดจากความแตกต่างของภาวะที่เป็นจริง (Actual States) กับภาวะในอุดมคติ (Idea States)

6.2 การค้นหาข้อมูล เป็นการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการซึ่งผู้บริโภคอาจจะหาข้อมูลได้จากแหล่งต่างๆดังนี้

6.2.1 บุคคลทั่วไป ได้แก่ ญาติ ครอบครัว และเพื่อน

6.2.2 สื่อเชิงพาณิชย์ ได้แก่ โฆษณา พนักงานขาย

6.2.3 สื่อสาธารณะ ได้แก่ สิ่งพิมพ์สาธารณะ

6.2.4 ประสบการณ์ ได้แก่ จากการได้ทดลองใช้หรือจากประสบการณ์ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์มาก่อน หากผู้บริโภคมีความพอใจหรือมีความรู้ในผลิตภัณฑ์ดีอยู่แล้ว มักจะตัดสินใจซื้อทันทีโดยผ่านขั้นตอนนี้ไป หรือผู้บริโภคมักจะหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ก่อนการตัดสินใจ ข้อมูลแต่ละแหล่งอาจมีอิทธิพลต่อการซื้อแตกต่างกันขึ้นอยู่กับตัวผลิตภัณฑ์ และตัวผู้ซื้อเอง นอกจากนี้ข้อมูลแต่ละแหล่งจะมีผลต่อผู้ซื้อแตกต่างกัน เช่น ข้อมูลจากการโฆษณาจะมีผลในแง่ของการให้ข้อมูลและรายละเอียดผลิตภัณฑ์ แต่ข้อมูลจากบุคคล เช่น เพื่อนหรือคนในครอบครัว จะมีผลประเมินว่าข้อมูลจากการโฆษณานั้นเป็นจริงหรือไม่ นอกจากนี้ธุรกิจจะต้องมีการออกแบบส่วนประสมการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคมีความสนใจและมีความรู้รวมทั้งนำเสนอข้อมูลของตัวผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคเป็นอย่างดีและสามารถแสดงข้อมูลอ้างอิงจากแหล่งอื่นเพื่อยืนยันคุณสมบัติของตัวผลิตภัณฑ์นั้นได้

7) การประเมินทางเลือก เมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่หลายตราหือธุรกิจหรือสถานประกอบการต้องศึกษาว่าผู้บริโภคมีวิธีการเลือกอย่างไรและต้องทราบว่าผู้บริโภคจะสร้างทัศนคติต่อตราหือต่างๆ โดยใช้กระบวนการประเมินวิธีใดวิธีหนึ่งหรือหลายวิธี ผู้บริโภคจะมีวิธีการประเมินที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับผู้บริโภคแต่ละคนและประเภทของผลิตภัณฑ์ที่จะซื้อ ในบางครั้งผู้บริโภคจะใช้เหตุผลอย่างมาก ในขณะที่บางครั้งจะไม่ใช้เหตุผลหรือในบางครั้งจะประเมินด้วยตัวเองแต่บางครั้งจะปรึกษาเพื่อน ดังนั้นธุรกิจหรือสถานประกอบการควรศึกษาว่าผู้ซื้อมีวิธีการประเมินที่แท้จริงอย่างไร ถ้าหากทราบถึงกระบวนการในการประเมินของผู้บริโภคธุรกิจหรือสถานประกอบการสามารถวางแผนในการสร้างอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคได้ เช่น การเลือกพักโรงแรมที่ตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของตนเอง หรือ นักท่องเที่ยว muslim เลือกพักโรงแรมที่มีการบริการที่ไม่ขัดกับบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม เช่น ภายในโรงแรมมีบริการห้องอาหารฮาลาล เป็นต้น

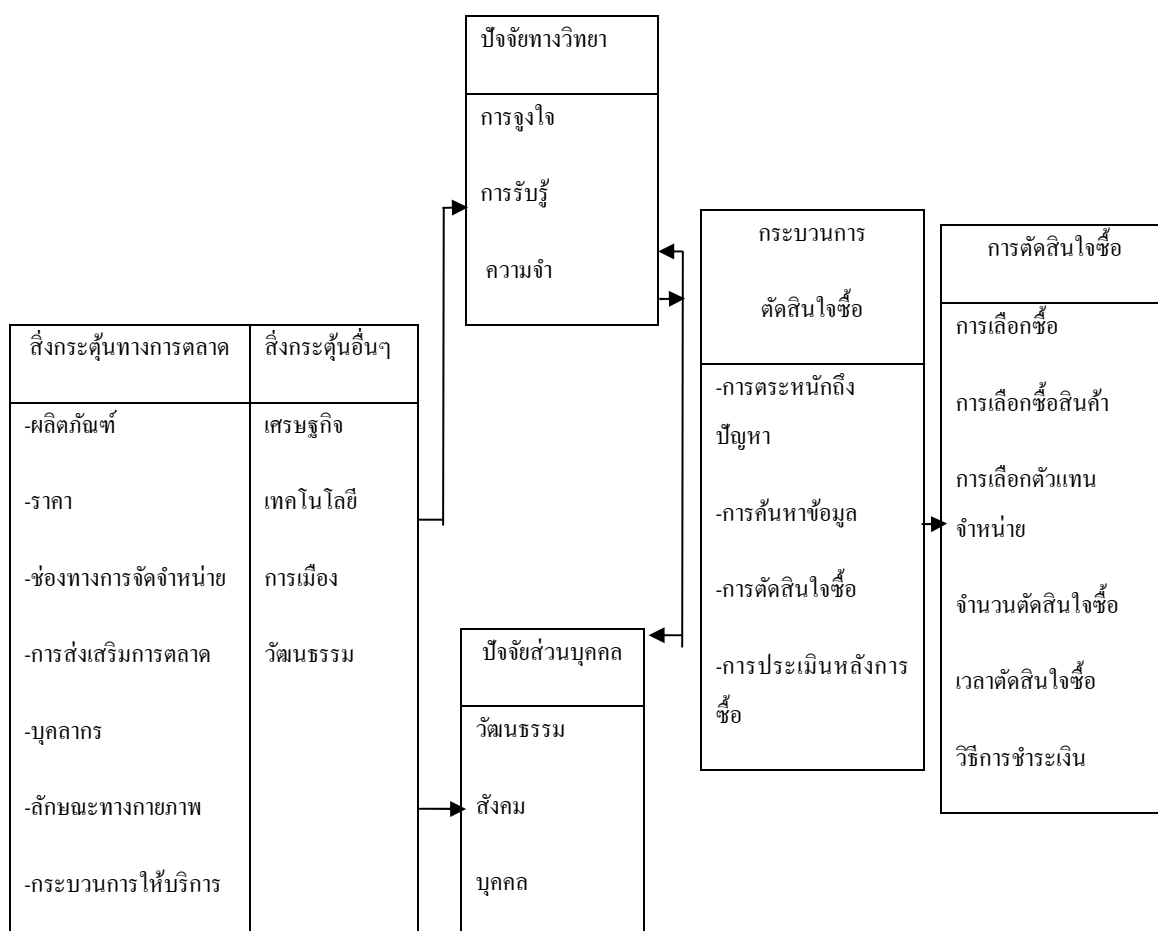
8) การตัดสินใจซื้อ เป็นขั้นตอนการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการประเมินในแต่ละด้าน ผู้บริโภคมักจะจัดอันดับผลิตภัณฑ์แต่ละตราหือที่ต้องการจะซื้อ และตัดสินใจซื้อตราหือที่มีอันดับดี

ที่สุด อย่างไรก็ตามยังมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องอีก 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยแรกคือทัศนคติของผู้อื่น ปัจจัยที่สองสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด

9) การประเมินหลังการซื้อ งานของธุรกิจไม่ได้สิ้นสุดเพียงการขายผลิตภัณฑ์ไปแล้วเท่านั้น หลังจากที่ผู้ซื้อซื้อผลิตภัณฑ์ไปแล้วผู้ซื้ออาจมีความพึงพอใจซึ่งเป็นการเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้บริโภคและคุณสมบัติที่ได้รับจากตัวผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจเมื่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์มีมากกว่า หรือเท่ากับความคาดหวัง

จากการศึกษา “พฤติกรรมผู้บริโภค” จึงทำให้ทราบถึงการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโดยนำตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคมาปรับปรุงเพื่อใช้ในการศึกษา ซึ่งเริ่มจากสิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นที่สามารถควบคุมได้ คือ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง และวัฒนธรรม ผ่านสิ่งกระตุ้นภายใน ประกอบด้วย ปัจจัยทางจิตวิทยา ประกอบด้วย การสนใจ การรับรู้ การเรียนรู้ และความจำ และปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย วัฒนธรรม สังคมและบุคคล ซึ่งนำไปสู่ขั้นตอนของการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวทั้งก่อนการซื้อ ระหว่างการซื้อรวมถึงหลังจากการซื้อดังภาพ 1.2

ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค



ภาพประกอบ 1.2 แสดงตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค

ที่มา: แปลจาก Kotler & Keller (2012)

จากภาพ 1.2 การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเปรียบได้กับการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว นอกจากจะมีสิ่งกระตุ้นในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นภายใน เช่น ความรู้สึกนึกคิดสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ความเชื่อ และทัศนคติส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิมนี้มีวัฒนธรรมและความเชื่อที่แตกต่างจาก

นักท่องเที่ยวทั่วไปจึงต้องมีการให้บริการที่มีลักษณะเฉพาะและสิ่งอำนวยความสะดวกซึ่งอยู่ภายใต้บรรพบุรุษของศาสนาอิสลาม จึงจะสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวได้

ในปี 2012 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้เพิ่มขึ้นถึง 4% โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากกลุ่มประเทศในเอเชียและแปซิฟิกมากที่สุด คาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะยังคงเพิ่มสูงขึ้นอีก 3% ในปี 2013 นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปยังทวีปยุโรปมากที่สุด มีจำนวนถึง 534 ล้านคน เพิ่มมากกว่าปี 2011 ถึง 17 ล้านคน เมื่อจำแนกออกเป็นกลุ่มย่อย พบว่า ประเทศในยุโรปกลาง และยุโรปตะวันออกที่แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ในขณะที่กลุ่มประเทศในเอเชียและแปซิฟิกได้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นถึง 16 ล้านคน คิดเป็น 7% เมื่อจำแนกออกเป็นกลุ่มย่อย พบว่าประเทศในตะวันออกเฉียงใต้ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากที่สุด สืบเนื่องจากนโยบายส่งเสริมให้มีการเชื่อมโยงเส้นทางทางการท่องเที่ยวระหว่างประเทศใกล้เคียง มีการคาดการณ์ว่านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะสูงขึ้นอีกในปี 2013 โดยคาดว่านักท่องเที่ยวจะนิยมมาท่องเที่ยวในเอเชียและแปซิฟิกสูงขึ้นจากเดิมประมาณ 5 – 6 % (UNWTO, 2012)

ข้อมูลจากรายงาน Global Muslim Lifestyle Travel Market: Landscape & Consumer Needs (2012) บ่งชี้ว่า นักท่องเที่ยวมุสลิมเป็นตลาดกลุ่มใหม่ที่มีมูลค่าสูงถึง 126.1 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา ในปี 2011 โดยตลาดนี้จะขยายตัวเพิ่มขึ้นถึง 4.8 % ในปี 2020 จากผลการสำรวจในปี 2011 พบว่า นักท่องเที่ยวจากประเทศซาอุดีอาระเบียนิยมเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ประเทศอิหร่าน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อินโดนีเซีย และคูเวต ตามลำดับ โดยนิยมเดินทางมายังประเทศมาเลเซีย ตุรกี และ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ รองลงมาได้แก่ สิงคโปร์ รัสเซีย จีน ฝรั่งเศส และไทย

จึงอาจกล่าวได้ว่าเป็นโอกาสที่ดีของประเทศไทยในการขยายกลุ่มเป้าหมายทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศมุสลิม แต่อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีวิถีชีวิตและความต้องการทางการท่องเที่ยวที่ยึดตามหลักศาสนา ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมุสลิมจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการให้บริการทางการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ จึงได้มีหน่วยงานและ

นักวิชาการต่าง ๆ ศึกษาถึงความต้องการทางการท่องเที่ยวและนำเสนอวิธีการตอบสนองความต้องการ ดังนี้

Dato Mohd Khalid Harun ได้ให้สัมภาษณ์ในงาน Arabian Travel Market ณ กรุงคูไบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบอิสลามไว้ว่า นักท่องเที่ยวมุสลิมเป็นตลาดกลุ่มที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวมุสลิมไม่ได้เดินทางเพียงเพื่อไปประกอบพิธีทางศาสนาเพียงอย่างเดียว แต่เริ่มนิยมใช้เวลาไปสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัวและมิตรสหาย ในขณะที่สถานประกอบที่ให้บริการอาหารฮาลาลเริ่มมีมากขึ้น โรงแรมต่าง ๆ ก็ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิมด้วยการแสดงทิศทางการสำหรับการละหมาดในห้องพัก (Othman, 2013) ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ชาวมุสลิมต้องปฏิบัติตามข้อปฏิบัติพื้นฐานของศาสนา เช่น การไม่ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ บริโภคอาหารฮาลาลเท่านั้น ไม่เล่นการพนัน และไม่มีการปะปนกันระหว่างหญิงและชาย รวมไปถึงการแต่งกาย และการประกอบพิธีกรรมตามหลักศาสนา ดังนั้น นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเป็นจำนวนมากจึงไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศ เนื่องจากเป็นกังวลว่าจะไม่สามารถใช้ชีวิตและปฏิบัติตามหลักศาสนาได้ในระหว่างท่องเที่ยว การสร้างสภาพแวดล้อมที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวมุสลิมจึงเป็นแรงดึงดูดที่สำคัญให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้สำหรับการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การมีโรงแรมที่บริการอาหารฮาลาล มีห้องละหมาด มีข้อมูลของเวลาสำหรับการละหมาด พนักงานหญิงแต่งกายแบบมุสลิม มีการแยกสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าหญิงและชาย (Kalesar, 2010)

ธุรกิจการท่องเที่ยวต่าง ๆ อาทิ สายการบิน แหล่งท่องเที่ยว และโรงแรมจึงสามารถสร้างผลกำไรได้จากการเข้าถึงและตอบสนองความต้องการของตลาดกลุ่มนี้ อาทิ ประเทศออสเตรเลียได้สร้างสิ่งดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยวด้วยการให้บริการ Ramadan Lounge สำหรับเมืองเจนไนในประเทศอินเดียได้มีการออกสิทธิบัตรฮาลาลให้แก่สถานพยาบาลที่ได้มาตรฐานเพื่อให้บริการทางการแพทย์แก่นักท่องเที่ยวมุสลิม แม้กระทั่งกลุ่มโรงแรมที่ตั้งอยู่ในประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ชาวมุสลิมนิยมเดินทางท่องเที่ยว เช่น ประเทศมาเลเซีย กรุงคูไบ ประเทศอิหร่าน และประเทศตุรกี ได้นำเสนอบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการและวิถีชีวิตของชาวมุสลิมสำหรับในประเทศไทยเองก็ได้มีการนำเสนอแนวคิดการให้บริการสปาที่เป็นมิตรกับวิถีชีวิตของ

นักท่องเที่ยวมุสลิม (DinarStandard and Crescentrating LLC, 2012) ประเทศอินโดนีเซียได้จัดแคมเปญทางการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวชารีอะฮ์ ซึ่งการท่องเที่ยวฮาลาลหรือการท่องเที่ยวชารีอะฮ์ตามแนวคิดของ OIC นั้น ต้องมีการให้บริการอาหารฮาลาล ร้านอาหารฮาลาลที่ได้รับรองมาตรฐาน ความสามารถในการเข้าถึงศาสนสถาน และแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับครอบครัวมุสลิม ในขณะที่ประเทศอียิปต์ได้นำเสนอการท่องเที่ยวฮาลาลโดยมีโรงแรมห้าดาวที่มีบริการอาหารฮาลาล และไม่มีบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในโรงแรม แหล่งท่องเที่ยวหรือโรงแรมที่ให้บริการชายหาดหรือสระว่ายน้ำสำหรับผู้หญิงแยกจากผู้ชายโดยเฉพาะ ความสะดวกในการเข้าถึงห้องละหมาด เป็นต้น ประเทศมาเลเซียได้จัดแคมเปญการท่องเที่ยวช่วงเทศกาลถือศีลอดด้วยการจัดเตรียมความพร้อมในด้านอาหาร ที่พัก และมีสียดเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้แก่สถานประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิมซึ่งเป็นตลาดกลุ่มใหญ่ (Aryandani & Vallecoccia, 2013)

TTRweekly staff (2013) ได้เสนอว่า นักท่องเที่ยวมุสลิมมีความต้องการด้านการท่องเที่ยวเป็น 3 ระดับ อันดับแรก คือ สิ่งที่ต้องให้บริการ ได้แก่ อาหารฮาลาล และวิธีการปรุงที่ถูกต้องตามหลักศาสนา รวมไปถึงห้องละหมาด อันดับต่อมาคือสิ่งที่ควรให้บริการ ได้แก่ การให้บริการอาหารเชาก่อนพระอาทิตย์ขึ้นในช่วงถือศีลอด และความพอเพียงของสถานที่สำหรับทำความสะอาดร่างกายก่อนการละหมาด ระดับสุดท้าย คือ สิ่งเพิ่มเติมความต้องการให้นักท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรมที่เหมาะสมกับการเข้าพักเป็นครอบครัว ไม่มีแอลกอฮอล์ให้บริการ รวมไปถึงการแยกห้องออกกำลังกายสำหรับหญิงและชาย

จึงกล่าวได้ว่าการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมุสลิมนั้นเป็นข้อมูลสำคัญต่อการกำหนดการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม ซึ่งความต้องการทางการท่องเที่ยวดังกล่าวเป็นความต้องการที่มีลักษณะเฉพาะ ดังนั้นการศึกษากฎการและความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการท่องเที่ยวฮาลาลฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทย จึงเป็นช่องทางที่จะนำไปสู่ความรู้ความเข้าใจถึงความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ ความรู้ดังกล่าวจึงเป็นประโยชน์ในการวางแผนสำหรับการขยายการตลาดไปสู่นักท่องเที่ยวมุสลิมต่อไป

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวฮาลาลฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิมมีลักษณะเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้การวิจัยเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงกำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. รูปแบบของการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การหาค่าความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของเครื่องมือ
5. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล
7. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

รูปแบบของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวฮาลาลฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เป็นการวิจัยแบบตัดขวางแบบง่าย (Simple Cross-Sectional Design) โดยเก็บข้อมูลครั้งเดียวแล้วทำการวิเคราะห์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวจากประเทศกลุ่มมุสลิม ซึ่งประกอบด้วย 57 ประเทศ ทั่วโลก ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ของฝั่งทะเลอันดามัน ได้แก่ พังงา ภูเก็ต กระบี่ สตูล

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวจากประเทศกลุ่มมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ของฝั่งทะเลอันดามัน โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวมุสลิม จำนวน 400 คน (คำนวณกลุ่มตัวอย่างจากสูตรกรณีไม่ทราบประชากร) โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยประยุกต์ใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โครงสร้างของแบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยลักษณะข้อคำถามของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ และเติมคำในช่องว่าง

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านก่อนการเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 5 ข้อ ซึ่งเป็นข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ และเติมคำในช่องว่าง 2) ด้านระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 11 ข้อ ซึ่งข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ และเติมคำในช่องว่าง และ 3) ด้านความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้บริการธุรกิจท่องเที่ยว จำนวน 14 ข้อ ซึ่งข้อคำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตั้งแต่พึงพอใจน้อยที่สุด จนถึงพึงพอใจมากที่สุด

ตอนที่ 3 ความต้องการของนักท่องเที่ยว จำนวน 40 ข้อ โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ความต้องการด้านโรงแรมที่พัก จำนวน 11 ข้อ 2) ความต้องการด้านร้านอาหาร จำนวน 11 ข้อ 3) ความต้องการด้านร้านสปา จำนวน 7 ข้อ 4) ความต้องการด้านพื้นที่สาธารณะ จำนวน 11 ข้อ ซึ่งข้อคำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตั้งแต่ต้องการน้อยที่สุด จนถึงต้องการมากที่สุด

การหาค่าความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

การหาค่าความเที่ยง (Content Validity)

คณะผู้วิจัยได้จัดทำร่างแบบสอบถามและได้ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญที่ทำการตรวจสอบเครื่องมือ คือ Assoc.Prof. Dr. Hamzahd Abd Raman, University Utara Malaysia เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านพฤติกรรมของชาวมุสลิม ผศ.(รท.หญิง)ดร.เกศศิริ เจริญวิศาล เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการ

ท่องเที่ยว จาก คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และผศ.ดร.ยุภาภรณ์ จุไรรัตน์ เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านการตลาด จาก คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย และเมื่อผู้เชี่ยวชาญได้ทำการตรวจสอบเครื่องมือเรียบร้อยแล้ว คณะผู้วิจัยได้นำไปปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

คณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้ (Try out) โดยเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยว อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา จำนวน 30 ชุด และได้นำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามมาทำการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ .86

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. สำรวจข้อมูลพื้นที่เบื้องต้น และศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม ซึ่งเดินทางมาท่องเที่ยว พังงา ภูเก็ต กระบี่ สตูล
2. กำหนดนิยามวิจัย และทำการสร้างแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่

2.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้ 1) ด้านก่อนการเดินทางท่องเที่ยว 2) ด้านระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และ 3) ด้านความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้บริการธุรกิจท่องเที่ยว

2.2 ความต้องการการท่องเที่ยวฮาลาล โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ความต้องการด้านโรงแรมที่พัก 2) ความต้องการด้านร้านอาหาร 3) ความต้องการด้านร้านสปา และ 4) ความต้องการด้านพื้นที่สาธารณะ

2.3 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านที่พัก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม และด้านการใช้จ่ายซื้อสินค้า

3. นำแบบสอบถามพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ และนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญแล้วนำไปทดลองใช้ (Try out) เพื่อหาคุณภาพของแบบสอบถาม โดยหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach)

4. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงให้เหมาะสมอีกครั้งแล้วจัดพิมพ์เป็นฉบับสมบูรณ์ และไปสอบถามนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศมุสลิมที่เดินทางมาเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวของฝั่งทะเลอันดามัน จำนวน 400 คน

5. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อต้องการทราบพฤติกรรม และความต้องการการท่องเที่ยวฮาลาลของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม และค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม

6. จัดสนทนากลุ่ม (Focus group) นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นตัวแทนจากกลุ่มประเทศมุสลิม จำนวน 7 คน ซึ่งเป็นชาวมาเลเซียจำนวน 3 คน ชาวออร์แดน จำนวน 2 คน ชาวลิเบีย 1 คน และชาวเยเมน จำนวน 1 คน ในวันที่ 11 เมษายน 2556 ณ โรงแรมอวานาปรีนซ์วิลลีสอร์ทแอนด์สปา จังหวัดกระบี่ เพื่อหาแนวทางในการวางแผนการท่องเที่ยวฮาลาลของประเทศไทย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศมุสลิม

7. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรม และความต้องการการท่องเที่ยวฮาลาล และค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวมุสลิม เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการเสนอแนะการวางแผนการตลาดการท่องเที่ยวฮาลาล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS for WINDOWS เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. สร้างคู่มือลงรหัส

2. ดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ ถูกต้องของข้อมูล จำแนกหมวดหมู่ แยกนับข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลก่อนที่จะนำบันทึกรหัสในเครื่องคอมพิวเตอร์

3. ดำเนินการวิเคราะห์ คุณลักษณะและคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างด้วยสถิติเชิงพรรณนา

4. เกณฑ์การให้คะแนน

4.1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เป็นข้อคำถามแบบประมาณค่า โดยแบ่งคะแนนออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
พึงพอใจมากที่สุด	5
พึงพอใจมาก	4
พึงพอใจปานกลาง	3

พึงพอใจน้อย 2

พึงพอใจน้อยที่สุด 1

โดยใช้เกณฑ์ในการแปลผลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2535)

ค่าเฉลี่ย	4.51 – 5.00	หมายถึง ให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.51 – 4.50	หมายถึง ให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	2.51 – 3.50	หมายถึง ให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.51 – 2.50	หมายถึง ให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.51	หมายถึง ให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

4.2 ความต้องการการท่องเที่ยวฮาลาลของนักท่องเที่ยว เป็นข้อคำถามแบบประมาณค่า โดยแบ่งคะแนนออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
ต้องการมากที่สุด	5
ต้องการมาก	4
ต้องการปานกลาง	3
ต้องการน้อย	2
ต้องการน้อยที่สุด	1

โดยใช้เกณฑ์ในการแปลผลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2535)

ค่าเฉลี่ย	4.51 – 5.00	หมายถึง ให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.51 – 4.50	หมายถึง ให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	2.51 – 3.50	หมายถึง ให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.51 – 2.50	หมายถึง ให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.51	หมายถึง ให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1.สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง และพฤติกรรมกาการท่องเที่ยว โดยแจกแจงความถี่ แล้วคำนวณหาร้อยละ

2. สถิติพรรณนา เพื่อใช้อธิบายความพึงพอใจที่ได้จากการเข้ารับบริการจากธุรกิจท่องเที่ยว และความต้องการการท่องเที่ยวฮาลาลของนักท่องเที่ยว วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. สถิติพรรณนา เพื่อใช้อธิบายค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรม และความต้องการการท่องเที่ยวอาสาสมัครของประชาชนชาวไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม” ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม

4.1 พฤติกรรม และความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมุสลิมโดยภาพรวม

จากการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวมุสลิม จำนวน 400 คน จากกลุ่มประเทศมุสลิมที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต พังงา และสตูล ในช่วงระหว่างเดือนกันยายน – ธันวาคม 2555 แสดงดังตารางที่ 4.1 – 4.19

ตารางที่ 4.1 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	249	62.3
หญิง	151	37.8
อายุ		
12 - 22 ปี	51	12.8
23 - 33 ปี	188	47.0
34 - 44 ปี	100	25.0
45 - 55 ปี	49	12.3
56 - 66 ปี	3	.8
67 - 72 ปี	8	2.0
ไม่ระบุ	1	.3
สัญชาติ		
ปากีสถาน	12	3.0
อินโดนีเซีย	60	15.0
สหรัฐอเมริกาบอมิเรตส์	6	1.5
คูเวต	8	2.0
ซูดาน	8	2.0

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
สัญชาติ		
จีนีเรีย	4	1.0
อิหร่าน	8	2.0
ตุรกี	14	3.5
มาเลเซีย	196	49.0
กาซัคสถาน	4	1.0
จอร์แดน	12	3.0
โซมาเลีย	12	3.0
อิรัก	16	4.0
เลบานอน	8	2.0
บังกลาเทศ	8	2.0
เยเมน	21	5.3
คูนิเซีย	3	.8
สถานภาพ		
โสด	157	39.3
สมรส	235	58.8
หม้าย	1	.3
หย่าร้างหรือแยกกันอยู่	3	.8
ไม่ระบุ	4	1.0
ระดับการศึกษา		
อนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง	91	22.8
ปริญญาตรี	139	34.8
ปริญญาโท	81	20.3
ปริญญาเอก	30	7.5
อื่น ๆ	15	3.8
ไม่ระบุ	44	11
อาชีพ		
แม่บ้าน /เกษียณ	29	7.3
นักเรียน/นักศึกษา	93	23.3
ลูกจ้าง	150	37.5
นักธุรกิจ/ประกอบอาชีพอิสระ	88	22.0
วิชาชีพ (แพทย์ วิศวกร ทนายความ อาจารย์)	33	8.3

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
ไม่ระบุ	7	1.8
รายได้ต่อเดือน		
ไม่มีรายได้	6	1.5
5500 – 25500	113	28.3
25501-45500	125	31.3
45501-65500	82	20.5
65501-85500	30	7.5
85501-105500	20	5.0
105501-125500	8	2.0
125500 ขึ้นไป	16	4.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 62.30 และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 37.80 ส่วนใหญ่มีอายุ 23 - 33 ปี คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมามีอายุ 34 - 44 ปี คิดเป็นร้อยละ 25 และมีอายุ 12 - 22 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.80 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสัญชาติมาเลเซีย คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมามีสัญชาติอินโดนีเซีย คิดเป็นร้อยละ 15 และสัญชาติเยเมน คิดเป็นร้อยละ 5.30 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 58.8 รองลงมา มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 39.30 และไม่ระบุสถานภาพ คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 34.80 รองลงมาสำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง คิดเป็นร้อยละ 22.80 และระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 20.30 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาเป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 23.30 และนักธุรกิจ/ประกอบอาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 22 ตามลำดับ สำหรับรายได้ ต่อเดือนนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 25,501 - 45,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.3 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนประมาณ 5,500 - 25,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.30 และมีรายได้ต่อเดือนประมาณ 45,501 65,500 บาทคิดเป็นร้อยละ 20.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยว

เหตุผล	จำนวน	อันดับ
ต้องการได้รับประสบการณ์และวิถีชีวิตที่แปลกใหม่	241	1
การได้ท่องเที่ยวที่ต่างประเทศ	230	2
ได้แสดงออกอย่างอิสระ	98	5
ภูมิประเทศที่สวยงามโดดเด่น	51	7
สภาพแวดล้อมที่ดี (ด้านอากาศ น้ำ และดิน)	71	6
เข้าบ้านมีความเป็นมิตรและน่าสนใจ	106	3
การต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างอบอุ่น	102	4
เล่นกอล์ฟ	16	12
เล่นกีฬาทางน้ำ	24	10
ปีนภูเขา	16	12
เคย์สปา	32	8
โรงแรมและรีสอร์ทสปา	32	9
สปาเพื่อการดูแลสุขภาพ	20	11
สปาเพื่อการพยาบาล	4	13

จากตารางที่ 4.2 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกเหตุผลที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย ฝั่งทะเลอันดามัน เนื่องจากต้องการได้รับประสบการณ์และวิถีชีวิตที่แปลกใหม่เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 241 คน รองลงมาเลือกการได้ท่องเที่ยวที่ต่างประเทศ จำนวน 230 คน และเลือกเข้าบ้านมีความเป็นมิตรและน่าสนใจ จำนวน 106 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แหล่งที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยว

(n = 400)

แหล่งข้อมูล	จำนวน	อันดับ
คู่มือนักท่องเที่ยวหรือโบรชัวร์	174	2
อินเทอร์เน็ต	254	1
บริษัทนำเที่ยว	79	4
สำนักงานการท่องเที่ยว	52	7
การโฆษณา	65	6
บทความหรือสารคดีการท่องเที่ยว	28	9
คำบอกเล่าจากบุคคลในครอบครัวและเพื่อน	140	3
คำบอกเล่าของนักท่องเที่ยวคนอื่น	37	8
ประสบการณ์เดิม	71	5

จากตารางที่ 4.3 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกใช้อินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข้อมูลที่จะใช้ท่องเที่ยว เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 254 คน รองลงมาเลือกแสวงหาข้อมูลจากคู่มือนักท่องเที่ยวหรือโบรชัวร์ จำนวน 174 คน และเลือกแสวงหาข้อมูลจากคำบอกเล่าจากบุคคลในครอบครัวและเพื่อน จำนวน 140 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ประเภทของข้อมูลที่นักท่องเที่ยวศึกษาก่อนการเดินทางท่องเที่ยว

ข้อมูล	จำนวน	อันดับ
แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	182	1
กิจกรรมทางการท่องเที่ยว	145	3
ที่พัก	139	4
ภูมิอากาศ	137	5
ยานพาหนะในการท่องเที่ยว	71	10
ค่าครองชีพ	75	9
ผู้คนและขนบธรรมเนียมประเพณี	156	2
ภูมิประเทศ	76	8

ข้อมูล	จำนวน	อันดับ
อาหาร	107	7
การจับจ่ายสินค้า	121	6

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ส่วนใหญ่ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ก่อนการเดินทางเป็นอันดับสูงสุด จำนวน 182 คน รองลงมาศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากผู้คน และชมธรรมชาติประเพณี จำนวน 156 คน และศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากกิจกรรมทางการท่องเที่ยว จำนวน 145 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ระยะเวลาในการตัดสินใจก่อนมาท่องเที่ยว

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
น้อยกว่า 1 สัปดาห์	160	40	2
มากกว่า 1 สัปดาห์แต่น้อยกว่า 1 เดือน	164	41	1
1 – 6 เดือน	44	11	3
7-12 เดือน	28	7	4
มากกว่า 12 เดือน	4	1	5

จากตารางที่ 4.5 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว มากกว่า 1 สัปดาห์แต่น้อยกว่า 1 เดือน เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 164 คน รองลงมาใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวน้อยกว่า 1 สัปดาห์ จำนวน 160 คน และใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว 1 - 6 เดือน จำนวน 44 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แหล่งข้อมูลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูล	จำนวน	อันดับ
ประสบการณ์เดิม	116	3
คำบอกเล่าจากเพื่อน	202	1
นิตยสารหรือหนังสือพิมพ์	90	4
โบรชัวร์	63	7
คู่มือนักท่องเที่ยว	80	6

แหล่งข้อมูล	จำนวน	อันดับ
ผรายการโทรทัศน์	30	9
อินเทอร์เน็ต	140	2
บริษัทนำเที่ยว	52	8
สำนักงานการท่องเที่ยว	89	5
แหล่งอื่น ๆ	8	10

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ส่วนใหญ่สอบถามการมาท่องเที่ยวจากคำบอกเล่าจากเพื่อน เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 202 คน รองลงมาสอบถามข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 140 คน และสอบถามประสบการณ์ในการมาครั้งก่อน จำนวน 116 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 รูปแบบการท่องเที่ยว

(n = 400)

รูปแบบการท่องเที่ยว	จำนวน	อันดับ
หาดทรายและแสงแดด	178	1
ชนบทและธรรมชาติ	86	2
วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์	18	5
เมืองและอนุสาวรีย์	16	6
เยี่ยมชมเพื่อนและญาติพี่น้อง	14	7
ได้รู้จักสถานที่	57	3
การเดินทางเพื่อศาสนา	2	8
กิจกรรมนันทนาการ	29	4

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวในรูปแบบหาดทรายและแสงแดด เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 178 คน รองลงมานิยมท่องเที่ยวชนบทและธรรมชาติ จำนวน 86 คน และรู้จักสถานที่ต่าง ๆ จำนวน 57 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ผู้ร่วมเดินทาง

ผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน	อันดับ
เดินทางคนเดียว	36	4
คู่สมรส	73	3
คู่รัก	11	7
ครอบครัว	109	2
เพื่อน	113	1
เพื่อนร่วมงาน	33	5
บริษัทนำเที่ยว	21	6
อื่น ๆ	4	8

จากตารางที่ 4.8 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวกับเพื่อนมากที่สุด จำนวน 113 คน รองลงมานิยมมาท่องเที่ยวกับครอบครัว จำนวน 109 คน และ คู่สมรส จำนวน 73 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ยานพาหนะที่เดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยว

ยานพาหนะ	จำนวน	อันดับ
รถยนต์เช่า	170	1
รถโค้ช	64	3
รถสาธารณะ	96	2
มอเตอร์ไซค์	13	5
อื่น ๆ	57	4

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ส่วนใหญ่นิยมเดินทางโดยรถยนต์เช่าเป็นอันดับสูงสุด จำนวน 170 คน รองลงมานิยมเดินทางโดยรถสาธารณะ จำนวน 96 คน และนิยมเดินทางโดยรถโค้ช จำนวน 64 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ประเภทของที่พัก

ที่พัก	จำนวน	อันดับ
โรงแรม	222	1
โมเต็ล	20	5
รีสอร์ต	121	2
เกสต์เฮาส์	32	4
โฮมสเตย์	54	3
บ้านญาติมิตร	8	6

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ส่วนใหญ่นิยมเลือกเข้าพักโรงแรม เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 222 คน รองลงมานิยมเลือกเข้าพักรีสอร์ต จำนวน 121 คน และนิยมโฮมสเตย์ จำนวน 54 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ประเภทของอาหาร

อาหาร	จำนวน	อันดับ
อาหารไทย	227	1
อาหารตะวันตก	88	3
อาหารจีน	28	6
อาหารอาหรับ	112	2
อาหารอินเดีย	43	4
อาหารฟาสต์ฟู้ด	32	5

จากตารางที่ 4.11 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมบริโภคอาหารไทย เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 227 คน รองลงมานิยมบริโภคอาหารอาหรับ จำนวน 112 คน และนิยมบริโภคอาหารตะวันตก จำนวน 88 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ประเภทของที่ระลึก

ของที่ระลึก	จำนวน	อันดับ
เสื้อผ้า	155	2
เครื่องหนัง	28	4
สมุนไพร	34	3
สินค้าพื้นเมือง	164	1

จากตารางที่ 4.12 พบว่า นักท่องเที่ยวนิยมซื้อสินค้าพื้นเมือง เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 164 คน รองลงมานิยมซื้อเสื้อผ้า จำนวน 155 คน และนิยมซื้อสมุนไพร จำนวน 34 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ประเภทของกิจกรรม

กิจกรรม	จำนวน	อันดับ
เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	200	3
เข้าชมพิพิธภัณฑ์	122	4
การจับจ่ายสินค้า	207	2
เดินเล่นรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยว	249	1
ชมการแข่งขันกีฬา	47	8
ตีกอล์ฟ	12	14
เล่นกีฬาทางน้ำ	71	6
เดินป่า	63	7
ปีนภูเขา	16	13
เคย์สปา	79	5
สปาในโรงแรมหรือรีสอร์ท	44	9
สปาเพื่อการดูแลสุขภาพ	24	11
สปาเพื่อการพยาบาล	8	15
กิจกรรมผจญภัย	26	10
ล่องแก่ง	20	12

จากตารางที่ 4.13 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินเล่นรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยว จำนวน 249 คน รองลงมานิยมจับจ่ายสินค้า จำนวน 207 คน และนิยมเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ จำนวน 200 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว

ค่าที่พักเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	ค่าอาหารและ เครื่องดื่มเฉลี่ย(บาท/ คน/วัน)	ค่าจ่ายสินค้า เฉลี่ย(บาท/คน/วัน)	ค่าจ่ายเบ็ดเตล็ด เฉลี่ย(บาท/คน/ วัน)	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยรวม (บาท/คน/วัน)
1,402	1,263	1,612	396	4,673

จากตารางที่ 4.14 พบว่า นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน 4,673 บาท โดยใช้จ่ายเพื่อการจับจ่ายสินค้ามากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม และค่าจ่ายเบ็ดเตล็ดตามลำดับ ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยว จำนวน 3 วัน

ตารางที่ 4.15 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
คุณภาพของที่พักร	3.74	.850	พึงพอใจมาก
ราคาของที่พักร	3.74	.880	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจต่อที่พักโดยภาพรวม	3.67	.863	พึงพอใจมาก
คุณภาพของอาหาร	3.73	.865	พึงพอใจมาก
ราคาของอาหาร	3.79	.886	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจต่ออาหารโดยภาพรวม	3.71	.967	พึงพอใจมาก
คุณภาพของกิจกรรม	3.73	.949	พึงพอใจมาก
ราคาของกิจกรรม	3.57	1.001	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจต่อกิจกรรมโดยภาพรวม	3.61	.872	พึงพอใจมาก
คุณภาพของพาหนะเดินทาง	3.55	.946	พึงพอใจมาก
ราคาของพาหนะเดินทาง	3.50	1.071	พึงพอใจปานกลาง
ความพึงพอใจต่อพาหนะเดินทางโดยภาพรวม	3.50	.918	พึงพอใจปานกลาง
ข้าพเจ้าจะกลับมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยอีกในอนาคต	4.00	.901	พึงพอใจมาก
ข้าพเจ้าจะแนะนำผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย	3.65	1.000	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในราคาของอาหาร เป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 3.79$) รองลงมา มีความพึงพอใจในคุณภาพและราคาของที่พักร ($\bar{X} = 3.74$) และมีความพึงพอใจ

ในคุณภาพของอาหารและคุณภาพของกิจกรรม ($\bar{X} = 3.73$) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้รับจากการสนทนากลุ่ม โดยนักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมในประเด็นของสปีดโบ๊ทที่ใช้เป็นยานพาหนะระหว่างการเดินทางไปทำกิจกรรมทางน้ำ ว่าควรหลีกเลี่ยงใช้เป็นยานพาหนะในกรณีที่นักท่องเที่ยวเดินทางกันเป็นครอบครัว และควรควบคุมให้ผู้บริการเรือเข้าปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด อาทิ การแจกเสื้อชูชีพให้นักท่องเที่ยวใส่ก่อนออกเรือ และการจำกัดความเร็วของสปีดโบ๊ท เป็นต้น

ตารางที่ 4.16 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านโรงแรม

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีสระว่ายน้ำที่แยกการใช้บริการระหว่างหญิงและชาย	3.66	.968	ต้องการมาก
มีเครื่องหมายแสดงทิศทางสำหรับการละหมาด	4.24	.981	ต้องการมาก
มีคัมภีร์อัลกุรอาน ผ้ารองละหมาด และเวลาการละหมาดในห้องพัก	4.16	1.207	ต้องการมาก
เตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ	3.93	1.246	ต้องการมาก
มีอาหารหรือร้านอาหารฮาลาลในโรงแรม	4.24	1.163	ต้องการมาก
ไม่มีช่องรายการหนังอนาจาร	3.43	1.294	ต้องการปานกลาง
พนักงานแต่งกายแบบอนุรักษ์นิยม	3.75	1.066	ต้องการมาก
ไม่มีสถานบันเทิงริมน้ำและการบันเทิงที่ไม่เหมาะสมในโรงแรม	3.67	1.138	ต้องการมาก
แยกชั้นสำหรับหญิง ชายและครอบครัว	2.95	1.221	ต้องการปานกลาง
ไม่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในมินิบาร์	3.71	1.096	ต้องการมาก
ดำเนินธุรกรรมทางการเงินแบบอิสลาม	3.87	.939	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการให้มีเครื่องหมายแสดงทิศทางสำหรับการละหมาดและมีอาหารหรือร้านอาหารฮาลาลในโรงแรม เป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 4.24$) รองลงมาต้องการให้มีคัมภีร์อัลกุรอาน ผ้ารองละหมาดและเวลาการละหมาดในห้องพัก ($\bar{X} = 4.16$) และต้องการให้มีเตียง

และห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ ($\bar{X} = 3.93$) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการจัดสนทนากลุ่ม โดยนักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นว่าอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการละหมาดอาจไม่จำเป็นต้องจัดวางอยู่ในห้องพัก แต่ให้พนักงานต้อนรับในโรงแรมแจ้งข้อมูลให้ทราบว่ามีการอุปกรณ์สำหรับการละหมาดในกรณีที่นักท่องเที่ยวร้องขอ เนื่องจากนักท่องเที่ยวบางคนได้นำติดตัวมา แต่อย่างไรก็ตามควรแจกตารางเวลาการละหมาดให้แก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมทุกคนทันทีเมื่อเช็คอิน สำหรับประเด็นด้านสระว่ายน้ำ นักท่องเที่ยวได้ให้ความคิดเห็นว่า ไม่จำเป็นต้องแยกสระว่ายน้ำระหว่างชายหญิง แต่ให้ขยายเวลาการให้บริการเพิ่มมากขึ้นในช่วงเช้า และช่วงค่ำ

ตารางที่ 4.17 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีตราสัญลักษณ์ฮาลาลให้เห็นเด่นชัด	4.30	.909	ต้องการมาก
พนักงานแต่งกายแบบอนุรักษ์นิยม	3.80	1.058	ต้องการมาก
มีเมนูเป็นภาษาอังกฤษที่แสดงรูปภาพและราคาอาหาร	3.75	.966	ต้องการมาก
ให้บริการอาหารไทย	3.82	.879	ต้องการมาก
ให้บริการอาหารอาหรับ	3.52	1.052	ต้องการมาก
ให้บริการอาหารตะวันตก	3.56	1.053	ต้องการมาก
มีพนักงานหญิงเพื่อให้บริการลูกค้าเพศหญิง และพนักงานชายเพื่อให้บริการลูกค้าชาย	3.39	.959	ต้องการปานกลาง
พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้ดี	3.67	.974	ต้องการมาก
พนักงานมีจิตบริการและมีความเป็นมิตร	4.13	.902	ต้องการมาก
มีการแสดงหรือการให้ความบันเทิงแบบอนุรักษ์นิยม	3.86	1.033	ต้องการมาก
มีซุ้มสำหรับรับประทานอาหารสำหรับครอบครัว	3.45	.943	ต้องการปานกลาง

จากตารางที่ 4.17 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้มีตราสัญลักษณ์ฮาลาลให้เห็นเด่นชัด เป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 4.30$) รองลงมาต้องการให้พนักงานมีจิตบริการและมีความเป็นมิตร ($\bar{X} = 4.13$) และต้องการให้มีการแสดง หรือการให้ความบันเทิงแบบอนุรักษ์นิยม ($\bar{X} = 3.86$) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้รับจากการสนทนากลุ่ม

ตารางที่ 4.18 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านสปา

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มฮาลาล	3.75	1.207	ต้องการมาก
แยกห้องบริการสำหรับลูกค้าหญิงและชาย	3.90	1.188	ต้องการมาก
พนักงานแต่งกายแบบอนุรักษ์นิยม	3.47	1.094	ต้องการปานกลาง
มีรายการสปาเป็นภาษาอังกฤษที่แสดงรูปภาพและราคา	3.70	.989	ต้องการมาก
ใช้ผลิตภัณฑ์/เครื่องสำอางฮาลาล	3.81	1.019	ต้องการมาก
พนักงานส่วนใหญ่เป็นมุสลิม และมีพนักงานหญิงเพื่อให้บริการลูกค้าเพศหญิง และพนักงานชายเพื่อให้บริการลูกค้าชาย	3.74	1.014	ต้องการมาก
เตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ	3.79	1.086	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้แยกห้องบริการสำหรับลูกค้าหญิงและชายเป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 3.90$) รองลงมาต้องการให้ใช้ผลิตภัณฑ์/เครื่องสำอางค์ฮาลาล ($\bar{X} = 3.81$) และต้องการให้เตียงและห้องน้ำ ไม่หันไปทางนครเมกกะ ($\bar{X} = 3.93$) ตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม

ตารางที่ 4.19 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่สาธารณะ

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีมัสดิอยู่ใกล้เคียง	4.42	.962	ต้องการมาก
มีการให้บริการอุปกรณ์/ห้องละหมาดในแหล่งท่องเที่ยว สนามบิน ห้างสรรพสินค้า	4.01	1.037	ต้องการมาก
มีการขยายเสียงอาซานเพื่อแจ้งเวลาละหมาด	4.13	.999	ต้องการมาก
มีชายหาดสำหรับครอบครัว	4.36	.909	ต้องการมาก
ห้ามเล่นการพนันในที่สาธารณะ	4.33	.965	ต้องการมาก
มีตำรวจหรือเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	3.46	1.167	ต้องการปานกลาง

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีอุปกรณ์พยาบาลเบื้องต้น	3.59	.886	ต้องการมาก
มีเครื่องบินส่วนตัวที่ชายหาด	3.76	.899	ต้องการมาก
มีธนาคารหรือการให้บริการทางการเงินแบบอิสลาม	3.86	.991	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้มีมัสดยอยู่ใกล้เคียง เป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 4.42$) รองลงมาต้องการให้มีชายหาดสำหรับครอบครัว ($\bar{X} = 4.36$) และห้ามเล่นการพนันในที่สาธารณะ ($\bar{X} = 4.33$) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม

4.2 พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวในรูปแบบหาดทรายและ แสงแดด

จากศึกษาพฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวชายหาดของนักท่องเที่ยว จำนวน 178 คน จากกลุ่มประเทศมุสลิมที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต พังงา และสตูล ในช่วงระหว่างเดือนกันยายน 3 ธันวาคม 2555 ผลจากการศึกษา แสดงดังนี้

ตารางที่ 4.20 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	95	53.4
หญิง	83	46.6
อายุ		
12 - 22 ปี	15	8.4
23 - 33 ปี	99	55.6
34 - 44 ปี	43	24.2
45 - 55 ปี	18	10.1
56 - 66 ปี	2	1.1
67 - 72 ปี	0	0
ไม่ระบุ	1	.6
สัญชาติ		
ปากีสถาน	5	2.8

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
สัญชาติ		
อินโดนีเซีย	46	25.8
สหรัฐอเมริกา	6	3.4
คูเวต	4	2.2
ชูดาน	2	1.1
ซีเรีย	0	0
อิหร่าน	4	2.2
ตุรกี	4	2.2
มาเลเซีย	77	43.3
กาซัคสถาน	4	2.2
จอร์แดน	0	0
โซมาเลีย	4	2.2
อิรัก	8	4.5
เลบานอน	4	2.2
บังกลาเทศ	0	0
เยเมน	7	3.9
ตูนิเซีย	3	1.7
ไม่มีรายได้	3	1.7
รายได้		
5500 - 25500	39	21.9
25501-45500	57	32.0
45501-65500	39	21.9
65501-85500	14	7.9
85501-105500	8	4.5
105501-125500	8	4.5
125500 ขึ้นไป	10	5.6

จากตารางที่ 4.20 พบว่านักท่องเที่ยวเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 53.4 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 46.6 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 23 - 33 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมา มีอายุ 34 - 44 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.2 และมีอายุ 45 - 55 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.1 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสัญชาติมาเลเซีย คิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมา มีสัญชาติอินโดนีเซีย คิดเป็นร้อยละ 25 และสัญชาติอิรัก คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ สำหรับรายได้ ต่อเดือนนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนประมาณ

25,501- 45,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนประมาณ 5,500 -25,500 บาท และมีรายได้ต่อเดือนประมาณ 45,501 - 65,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.9

ตารางที่ 4.21 เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยว

เหตุผล	จำนวน	อันดับ
ต้องการได้รับประสบการณ์และวิถีชีวิตที่แปลกใหม่	121	1
การได้ท่องเที่ยวที่ต่างประเทศ	98	2
ได้แสดงออกอย่างอิสระ	60	4
ภูมิประเทศที่สวยงามโดดเด่น	13	8
สภาพแวดล้อมที่ดี (ด้านอากาศ น้ำ และดิน)	39	6
เจ้าบ้านมีความเป็นมิตรและน่าสนใจ	55	5
การต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างอบอุ่น	62	3
เล่นกอล์ฟ	8	9
เล่นกีฬาทางน้ำ	1	12
ปีนภูเขา	3	11
เดย์สเปา	14	7
โรงแรมและรีสอร์ทสเปา	14	7
สเปาเพื่อการดูแลสุขภาพ	7	10
สเปาเพื่อการพยาบาล	0	13

จากตารางที่ 4.21 พบว่านักท่องเที่ยวเลือกเหตุผลที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย ฟังทะเลอันดามัน เนื่องจากต้องการได้รับประสบการณ์และวิถีชีวิตที่แปลกใหม่เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 121 คน รองลงมาเลือกการได้ท่องเที่ยวที่ต่างประเทศ จำนวน 98 คน และเลือกการต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างอบอุ่น จำนวน 62 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 แหล่งที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูล	จำนวน	อันดับ
คู่มือนักท่องเที่ยวหรือโบรชัวร์	91	2
อินเทอร์เน็ต	123	1
บริษัทนำเที่ยว	34	5
สำนักงานการท่องเที่ยว	20	7
การโฆษณา	23	6
บทความหรือสารคดีการท่องเที่ยว	17	8
คำบอกเล่าจากบุคคลในครอบครัวและเพื่อน	71	3
คำบอกเล่าของนักท่องเที่ยวคนอื่น	16	9
ประสบการณ์เดิม	39	4

จากตารางที่ 4.22 พบว่านักท่องเที่ยวเลือกใช้อินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข้อมูลที่จะใช้ท่องเที่ยว เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 123 คน รองลงมาเลือกแสวงหาข้อมูลจากคู่มือนักท่องเที่ยวหรือโบรชัวร์ จำนวน 91 คน และเลือกแสวงหาข้อมูลจากคำบอกเล่าจากบุคคลในครอบครัวและเพื่อน จำนวน 71 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 ประเภทของข้อมูลที่นักท่องเที่ยวศึกษาก่อนการเดินทางท่องเที่ยว

ข้อมูล	จำนวน	อันดับ
แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	106	1
กิจกรรมทางการท่องเที่ยว	61	5
ที่พัก	78	3
ภูมิอากาศ	82	2
ยานพาหนะในการท่องเที่ยว	35	8
ค่าครองชีพ	32	10
ผู้คนและขนบธรรมเนียมประเพณี	73	4
ภูมิประเทศ	33	9
อาหาร	40	6
การจับจ่ายสินค้า	39	7

จากตารางที่ 4.23 พบว่านักท่องเที่ยวศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ก่อนการเดินทางเป็นอันดับสูงสุด จำนวน 106 คน รองลงมาศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับภูมิอากาศ จำนวน 82 คน และศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก จำนวน 78 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
น้อยกว่า 1 สัปดาห์	80	44.9	1
มากกว่า 1 สัปดาห์แต่น้อยกว่า 1 เดือน	70	39.3	2
1 – 6 เดือน	21	11.8	3
7-12 เดือน	4	2.2	4
มากกว่า 12 เดือน	3	1.68	5

จากตารางที่ 4.24 พบว่านักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวน้อยกว่า 1 สัปดาห์ เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 80 คน รองลงมาใช้ระยะเวลามากกว่า 1 สัปดาห์แต่น้อยกว่า 1 เดือน ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว จำนวน 70 คน และใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว 1 - 6 เดือน จำนวน 21 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 แหล่งข้อมูลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูล	จำนวน	อันดับ
ประสบการณ์เดิม	52	4
คำบอกเล่าจากเพื่อน	89	1
นิตยสารหรือหนังสือพิมพ์	63	3
โบรชัวร์	21	8
คู่มือนักท่องเที่ยว	30	7
รายการโทรทัศน์	7	9
อินเทอร์เน็ต	80	2
บริษัทนำเที่ยว	36	6
สำนักงานการท่องเที่ยว	46	5
แหล่งอื่น ๆ	0	10

จากตารางที่ 4.25 พบว่านักท่องเที่ยวหาข้อมูลการมาท่องเที่ยวจากคำบอกเล่าจากเพื่อน เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 89 คน รองลงมาหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 80 คน และหาข้อมูลจากนิตยสารและหนังสือพิมพ์ จำนวน 63 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26 ผู้ร่วมเดินทาง

(n = 178)

ผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
เดินทางคนเดียว	12	7.3	5
คู่สมรส	36	20.8	3
คู่รัก	6	3.4	7
ครอบครัว	38	21.9	2
เพื่อน	62	34.8	1
เพื่อนร่วมงาน	14	7.9	4
โดยบริษัทนำเที่ยว	10	5.6	6
อื่น ๆ	0	0	8

จากตารางที่ 4.26 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมาท่องเที่ยวกับเพื่อน เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 62 คน รองลงมานิยมาท่องเที่ยวกับครอบครัว จำนวน 38 คน และนิยมาท่องเที่ยวกับคู่สมรส จำนวน 36 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.27 ยานพาหนะที่เดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยว

ยานพาหนะ	จำนวน	อันดับ
รถยนต์เช่า	94	1
รถโค้ช	34	2
รถสาธารณะ	25	3
มอเตอร์ไซด์	6	5
อื่น ๆ	19	4

จากตารางที่ 4.27 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมนิยมเดินทางโดยรถยนต์เช่า เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 94 คน รองลงมานิยมเดินทางโดยรถโค้ช จำนวน 34 คน และนิยมเดินทางโดยสารสาธารณะ จำนวน 25 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 ประเภทของที่พักร

ที่พัก	จำนวน	อันดับ
โรงแรม	94	1
โมเต็ล	12	4
รีสอร์ท	77	2
เกสต์เฮาส์	11	5
โฮมสเตย์	22	3
บ้านญาคูมิตร	3	6

จากตารางที่ 4.28 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมนิยมเลือกเข้าพักโรงแรม เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 94 คน รองลงมานิยมเลือกเข้าพักรีสอร์ท จำนวน 77 คน และนิยมโฮมสเตย์ จำนวน 22 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 ประเภทของอาหาร

อาหาร	จำนวน	อันดับ
อาหารไทย	121	1
อาหารตะวันตก	37	3
อาหารจีน	15	6
อาหารอาหรับ	38	2
อาหารอินเดีย	27	4
อาหารฟาสต์ฟู้ด	8	7
อื่น ๆ	17	5

จากตารางที่ 4.29 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมนิยมบริโภคอาหารไทย เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 121 คน รองลงมานิยมบริโภคอาหารอาหรับ จำนวน 38 คน และนิยมบริโภคอาหารตะวันตก จำนวน 37 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 ประเภทของที่ระลึก

ของที่ระลึก	จำนวน	อันดับ
เสื้อผ้า	55	3
เครื่องหนัง	15	4
สมุนไพร	5	5
สินค้าพื้นเมือง	100	1
อื่น ๆ	72	2

จากตารางที่ 4.30 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมนำสินค้าพื้นเมือง เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 100 คน รองลงมานิยมนำสินค้าอื่นๆ จำนวน 72 คน และนิยมนำเสื้อผ้า จำนวน 55 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.31 ประเภทของกิจกรรม

กิจกรรม	จำนวน	อันดับ
เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	98	2
เข้าชมพิพิธภัณฑ์	48	4
การจับจ่ายสินค้า	83	3
เดินเล่นรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยว	104	1
ชมการแข่งขันกีฬา	15	9
ตีกอล์ฟ	7	11
เล่นกีฬาทางน้ำ	42	5
เดินป่า	30	7
ปีนภูเขา	8	10
เคย์สปา	36	6
สปาในโรงแรมหรือรีสอร์ท	28	8
สปาเพื่อการดูแลสุขภาพ	8	10
สปาเพื่อการพยาบาล	4	12
กิจกรรมผจญภัย	7	11
ล่องแก่ง	7	11

จากตารางที่ 4.31 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมนิยมเดินเล่นรอบๆ แหล่งท่องเที่ยวเป็นอันดับสูงสุด จำนวน 104 คน รองลงมานิยมเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ จำนวน 98 คน และนิยม จั๊ปป้ายสินค้า จำนวน 83 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.32 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
คุณภาพของที่พัค	3.60	.833	พึงพอใจมาก
ราคาของที่พัค	3.49	.910	พึงพอใจปานกลาง
ความพึงพอใจต่อที่พัคโดยภาพรวม	3.43	.822	พึงพอใจปานกลาง
คุณภาพของอาหาร	3.71	.964	พึงพอใจมาก
ราคาของอาหาร	3.83	.938	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจต่ออาหารโดยภาพรวม	3.85	.879	พึงพอใจมาก
คุณภาพของกิจกรรม	3.61	.909	พึงพอใจมาก
ราคาของกิจกรรม	3.44	.939	พึงพอใจปานกลาง
ความพึงพอใจต่อกิจกรรมโดยภาพรวม	3.40	.813	พึงพอใจปานกลาง
คุณภาพของพาหนะเดินทาง	3.44	.945	พึงพอใจปานกลาง
ราคาของพาหนะเดินทาง	3.32	1.122	พึงพอใจปานกลาง
ความพึงพอใจต่อพาหนะเดินทางโดยภาพรวม	3.33	.868	พึงพอใจปานกลาง
จะกลับมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยอีกในอนาคต	3.39	1.031	พึงพอใจปานกลาง
จะแนะนำผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย	3.89	.917	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 4.32 พบว่านักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจจะแนะนำผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย เป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 3.89$) รองลงมา มีความพึงพอใจต่ออาหารโดยภาพรวม ($\bar{X} = 3.85$) และมีความพึงพอใจในราคาของอาหาร ($\bar{X} = 3.83$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.33 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านโรงแรม

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีสระว่ายน้ำที่แยกการใช้บริการระหว่างหญิงและชาย	3.44	.908	ต้องการปานกลาง
มีเครื่องหมายแสดงทิศทางสำหรับการละหมาด	4.02	1.099	ต้องการมาก
มีคัมภีร์อัลกุรอาน ผ้ารองละหมาด และเวลาการละหมาดในห้องพัก	4.03	1.221	ต้องการมาก
เตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ	3.69	1.302	ต้องการมาก
มีอาหารหรือร้านอาหารฮาลาลในโรงแรม	4.02	1.246	ต้องการมาก
ไม่มีช่องรายการหนังอนาจาร	3.35	1.277	ต้องการปานกลาง
พนักงานแต่งกายแบบอนุรักษ์นิยม	3.72	1.025	ต้องการมาก
ไม่มีสถานบันเทิงริมน้ำและการบันเทิงที่ไม่เหมาะสมในโรงแรม	3.56	1.084	ต้องการมาก
แยกชั้นสำหรับหญิง ชายและครอบครัว	2.71	1.075	ต้องการปานกลาง
ไม่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในมินิบาร์	3.58	1.017	ต้องการมาก
ดำเนินธุรกรรมทางการเงินแบบอิสลาม	3.72	.919	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.33 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้มีคัมภีร์อัลกุรอาน ผ้ารองละหมาดและเวลาการละหมาดในห้องพัก เป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 4.03$) รองลงมาต้องการให้มีเครื่องหมายแสดงทิศทางสำหรับการละหมาดและมีอาหารหรือร้านอาหารฮาลาลในโรงแรม ($\bar{X} = 4.02$) และต้องการให้พนักงานแต่งกายแบบอนุรักษ์นิยมและดำเนินธุรกรรมทางการเงินแบบอิสลาม ($\bar{X} = 3.72$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.34 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีตราสัญลักษณ์ฮาลาลให้เห็นเด่นชัด	4.22	.884	ต้องการมาก
พนักงานแต่งกายแบบอนุรักษ์นิยม	3.69	.974	ต้องการมาก
มีเมนูเป็นภาษาอังกฤษที่แสดงรูปภาพและราคาอาหาร	3.65	.916	ต้องการมาก
ให้บริการอาหารไทย	3.80	.774	ต้องการมาก
ให้บริการอาหารอาหรับ	3.37	1.007	ต้องการปานกลาง
ให้บริการอาหารตะวันตก	3.38	1.025	ต้องการปานกลาง
มีพนักงานหญิงเพื่อให้บริการลูกค้าเพศหญิง และพนักงานชายเพื่อให้บริการลูกค้าชาย	3.33	.821	ต้องการปานกลาง
พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้ดี	3.42	.874	ต้องการปานกลาง
พนักงานมีจิตบริการและมีความเป็นมิตร	4.06	.868	ต้องการมาก
มีการแสดงหรือการให้ความบันเทิงแบบอนุรักษ์นิยม	3.80	.988	ต้องการมาก
มีซุ้มสำหรับรับประทานอาหารสำหรับครอบครัว	3.37	.855	ต้องการปานกลาง

จากตารางที่ 4.34 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้มีตราสัญลักษณ์ฮาลาลให้เห็นเด่นชัด เป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 4.22$) รองลงมาต้องการให้พนักงานมีจิตบริการและมีความเป็นมิตร ($\bar{X} = 4.06$) และต้องการให้บริการอาหารไทยและมีการแสดงหรือการให้ความบันเทิงแบบอนุรักษ์นิยม ($\bar{X} = 3.80$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.35 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านสปา

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มฮาลาล	3.65	1.165	ต้องการมาก
แยกห้องบริการสำหรับลูกค้าหญิงและชาย	3.71	1.171	ต้องการมาก
พนักงานแต่งกายแบบอนุรักษ์นิยม	3.31	1.053	ต้องการปานกลาง
มีรายการสปาเป็นภาษาอังกฤษที่แสดงรูปภาพและราคา	3.46	.884	ต้องการปานกลาง

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ใช้ผลิตภัณฑ์/เครื่องสำอางสาลาด	3.54	.963	ต้องการมาก
พนักงานส่วนใหญ่เป็นมุสลิม และมีพนักงานหญิงเพื่อให้บริการลูกค้าเพศหญิง และพนักงานชายเพื่อให้บริการลูกค้าชาย	3.51	.946	ต้องการมาก
เตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ	3.60	1.049	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.35 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้แยกห้องบริการสำหรับลูกค้าหญิงและชายเป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 3.71$) รองลงมาต้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มสาลาด ($\bar{X} = 3.65$) และต้องการให้ใช้ผลิตภัณฑ์/เครื่องสำอางสาลาด ($\bar{X} = 3.60$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.36 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่สาธารณะ

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีมัสดยอยู่ใกล้เคียง	4.20	1.070	ต้องการมาก
มีการให้บริการอุปกรณ์/ห้องละหมาดในแหล่งท่องเที่ยว สนามบิน ห้างสรรพสินค้า	3.84	1.074	ต้องการมาก
มีการขยายเสียงอาซานเพื่อแจ้งเวลาละหมาด	3.94	1.004	ต้องการมาก
มีชายหาดสำหรับครอบครัว	4.23	.990	ต้องการมาก
ห้ามเล่นการพนันในที่สาธารณะ	4.10	1.063	ต้องการมาก
มีตำรวจหรือเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	3.26	1.101	ต้องการปานกลาง
มีอุปกรณ์พยาบาลเบื้องต้น	3.42	.778	ต้องการปานกลาง
มีเครื่องบินส่วนตัวที่ชายหาด	3.63	.855	ต้องการมาก
มีธนาคารหรือการให้บริการทางการเงินแบบอิสลาม	3.71	.958	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.36 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้มีชายหาดสำหรับครอบครัวเป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 4.23$) รองลงมาต้องการให้มีมัสดยอยู่ใกล้เคียง ($\bar{X} = 4.20$) และห้ามเล่นการพนันในที่สาธารณะ ($\bar{X} = 4.10$) ตามลำดับ

4.3 พฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวอาสาฬของนักท่องเที่ยวในรูปแบบชนบทและธรรมชาติ

จากการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวอาสาฬของนักท่องเที่ยวจำนวน 86 คน จากกลุ่มประเทศมุสลิมที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต พังงา และสตูล ในช่วงระหว่างเดือนกันยายน – ธันวาคม 2555 ผลจากการสำรวจมีดังนี้

ตารางที่ 4.37 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	59	68.6
หญิง	27	31.4
อายุ		
12 - 22 ปี	19	22.1
23 - 33 ปี	28	32.6
34 - 44 ปี	27	31.4
45 - 55 ปี	4	4.7
56 - 66 ปี	0	0
67 - 72 ปี	8	9.3
ไม่ระบุ		
สัญชาติ		
ปากีสถาน	4	4.7
อินโดนีเซีย	6	7.0
สหรัฐอเมริกาบอมเรตส์	0	0
คูเวต	4	4.7
ซูดาน	0	0
ซีเรีย	4	4.7
อิหร่าน	0	0
ตุรกี	0	0
มาเลเซีย	44	51.2
คาซัคสถาน	0	0
จอร์แดน	8	9.3

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
สัญชาติ		
โซมาเลีย	7	8.1
อิรัก	0	0
เลบานอน	0	0
บังคลาเทศ	8	9.3
เยเมน	1	1.2
คูนิเซีย	0	0
ไม่มีรายได้	1	1.2
รายได้		
5500 - 25500	34	39.5
25501-45500	21	24.4
45501-65500	9	10.5
65501-85500	10	11.6
85501-105500	10	11.6
105501-125500	0	0
125500 ขึ้นไป	1	1.2

จากตารางที่ 4.37 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 68.60 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 31.40 ส่วนใหญ่มีอายุ 23 - 33 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.60 รองลงมา มีอายุ 34 - 44 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.4 และมีอายุ 12 – 22 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.10 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสัญชาติมาเลเซีย คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมามีสัญชาติบังคลาเทศและจอร์แดน คิดเป็นร้อยละ 9.3 และสัญชาติโซมาเลีย คิดเป็นร้อยละ 8.1 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 5500 – 25500 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนประมาณ 25501-45500 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.4 และมีรายได้ต่อเดือนประมาณ 65501-85500 บาท และ 85501-105500 คิดเป็นร้อยละ 11.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.38 เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยว

เหตุผล	จำนวน	อันดับ
ต้องการได้รับประสบการณ์และวิถีชีวิตที่แปลกใหม่	42	2
การได้ท่องเที่ยวที่ต่างประเทศ	50	1
ได้แสดงออกอย่างอิสระ	8	5
ภูมิประเทศที่สวยงามโดดเด่น	8	5
สภาพแวดล้อมที่ดี (ด้านอากาศ น้ำ และดิน)	4	7
เจ้าบ้านมีความเป็นมิตรและน่าสนใจ	29	3
การต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างอบอุ่น	12	4
เล่นกอล์ฟ	0	8
เล่นกีฬาทางน้ำ	4	7
ปีนภูเขา	4	7
เคย์สปา	5	6
โรงแรมและรีสอร์ทสปา	0	8
สปาเพื่อการดูแลสุขภาพ	4	7
สปาเพื่อการพยาบาล	0	8
อื่น ๆ	12	4

จากตารางที่ 4.38 พบว่านักท่องเที่ยวเลือกเหตุผลที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย ฝั่งทะเลอันดามัน เนื่องจากต้องการท่องเที่ยวที่ต่างประเทศ เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 50 คน รองลงมาต้องการได้รับประสบการณ์และวิถีชีวิตที่แปลกใหม่จำนวน 42 คน และเลือกเจ้าบ้านมีความเป็นมิตรและน่าสนใจจำนวน 29 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.39 แหล่งที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูล	จำนวน	อันดับ
คู่มือนักท่องเที่ยวหรือโบรชัวร์	42	1
อินเทอร์เน็ต	38	2
บริษัทนำเที่ยว	20	5

แหล่งข้อมูล	จำนวน	อันดับ
สำนักงานการท่องเที่ยว	4	8
การโฆษณา	6	7
บทความหรือสารคดีการท่องเที่ยว	1	9
คำบอกเล่าจากบุคคลในครอบครัวและเพื่อน	21	4
คำบอกเล่าของนักท่องเที่ยวคนอื่น	13	6
ประสบการณ์เดิม	22	3

จากตารางที่ 4.39 พบว่านักท่องเที่ยวเลือกใช้คู่มือนักท่องเที่ยวหรือโบรชัวร์ ในการแสวงหาข้อมูลที่จะใช้ท่องเที่ยว เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 42 คน รองลงมาเลือกแสวงหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 38 คน และเลือกแสวงหาข้อมูลจากประสบการณ์เดิม จำนวน 22 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.40 ประเภทของข้อมูลที่นักท่องเที่ยวศึกษาก่อนการเดินทางท่องเที่ยว

ข้อมูล	จำนวน	อันดับ
แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	41	1
กิจกรรมทางการท่องเที่ยว	31	2
ที่พัก	18	6
ภูมิอากาศ	22	5
ยานพาหนะในการท่องเที่ยว	12	9
ค่าครองชีพ	8	10
ผู้คนและขนบธรรมเนียมประเพณี	26	3
ภูมิประเทศ	16	8
อาหาร	17	7
การใช้จ่ายสินค้า	24	4
อื่น ๆ	18	6

จากตารางที่ 4.40 พบว่านักท่องเที่ยวศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ก่อนการเดินทาง เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 41 คน รองลงมาศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยว จำนวน 31 คน และศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผู้คนและขนบธรรมเนียมประเพณีจำนวน 26 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.41 ระยะเวลาในการตัดสินใจมาก่อนมาท่องเที่ยว

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
น้อยกว่า 1 สัปดาห์	22	25.6	2
มากกว่า 1 สัปดาห์แต่น้อยกว่า 1 เดือน	52	60.5	1
1 – 6 เดือน	8	9.3	3
7-12 เดือน	4	4.7	4
มากกว่า 12 เดือน	0	0	5

จากตารางที่ 4.41 พบว่านักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวมากกว่า 1 สัปดาห์แต่น้อยกว่า 1 เดือน เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 52 คน รองลงมาใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอย่างน้อย 1 สัปดาห์ จำนวน 22 คน และใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว 1 - 6 เดือน จำนวน 8 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.42 แหล่งข้อมูลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูล	จำนวน	อันดับ
ประสบการณ์เดิม	30	3
คำบอกเล่าจากเพื่อน	42	1
นิตยสารหรือหนังสือพิมพ์	12	6
โบรชัวร์	8	7
คู่มือนักท่องเที่ยว	24	4
รายการโทรทัศน์	8	7
อินเทอร์เน็ต	33	2
บริษัทนำเที่ยว	8	7
สำนักงานการท่องเที่ยว	18	5
แหล่งอื่น ๆ	0	8

จากตารางที่ 4.42 พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญจากคำบอกเล่าจากเพื่อนสูงที่สุด จำนวน 42 คน รองลงมา สอบถามข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 33 คน และใช้ประสบการณ์เดิม จำนวน 30 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.43 ผู้ร่วมเดินทาง

(n = 86)

ผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
เดินทางคนเดียว	12	13.95	3
คู่สมรส	12	13.95	3
คู่รัก	3	3.48	4
ครอบครัว	35	40.69	1
เพื่อน	18	20.93	2
เพื่อนร่วมงาน	3	3.48	4
โดยบริษัทนำเที่ยว	3	3.48	4

จากตารางที่ 4.43 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมาท่องเที่ยวกับครอบครัว เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 35 คน รองลงมานิยมมาท่องเที่ยวกับเพื่อน จำนวน 18 คนและนิยมาท่องเที่ยวกับคู่สมรสและเดินทางคนเดียว จำนวน 12 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.44 ยานพาหนะที่เดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยว

ยานพาหนะ	จำนวน	อันดับ
รถยนต์เช่า	37	1
รถโค้ช	17	4
รถสาธารณะ	21	2
มอเตอร์ไซด์	0	5
อื่น ๆ	14	3

จากตารางที่ 4.44 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมเดินทางโดยรถยนต์เช่าเป็นอันดับสูงสุดจำนวน 37 คน รองลงมานิยมเดินทางโดยรถสาธารณะ จำนวน 21 คน และนิยมเดินทางโดยรถอื่นๆ จำนวน 14 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.45 ประเภทของที่พักร

ที่พัก	จำนวน	อันดับ
โรงแรม	56	1
โมเต็ล	4	4
รีสอร์ท	6	3
เกสต์เฮาส์	4	4
โฮมสเตย์	12	2
บ้านญาติมิตร	4	4

จากตารางที่ 4.45 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมนิยมเลือกเข้าพักโรงแรมเป็นอันดับสูงสุด จำนวน 56 คน รองลงมานิยมเลือกเข้าพักโฮมสเตย์ จำนวน 12 คน และนิยมเข้าพักรีสอร์ท จำนวน 6 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.46 ประเภทของอาหาร

อาหาร	จำนวน	อันดับ
อาหารไทย	46	1
อาหารตะวันตก	28	2
อาหารจีน	5	3
อาหารอาหรับ	28	2
อาหารอินเดีย	4	4
อาหารฟาสต์ฟู้ด	0	5
อื่น ๆ	4	4

จากตารางที่ 4.46 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมนิยมบริโภคอาหารไทย เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 46 คน รองลงมานิยมบริโภคอาหารอาหรับและอาหารตะวันตก จำนวน 28 คน และนิยมบริโภคจีน จำนวน 5 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.47 ประเภทของที่ระลึก

ของที่ระลึก	จำนวน	อันดับ
เสื้อผ้า	28	2
เครื่องหนัง	4	5
สมุนไพร	8	4
สินค้าพื้นเมือง	29	1
อื่น ๆ	21	3

จากตารางที่ 4.47 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมนิยมซื้อสินค้าพื้นเมือง เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 29 คน รองลงมานิยมซื้อเสื้อผ้า จำนวน 28 คน และนิยมนิยมซื้อสินค้าอื่นๆ จำนวน 21 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.48 ประเภทของกิจกรรม

กิจกรรม	จำนวน	อันดับ
เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	54	2
เข้าชมพิพิธภัณฑ์	25	4
การจับจ่ายสินค้า	37	3
เดินเล่นรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยว	59	1
ชมการแข่งขันกีฬา	14	6
ตีกอล์ฟ	0	
เล่นกีฬาทางน้ำ	12	7
เดินป่า	15	5
ปีนภูเขา	0	
เดย์สปา	6	8
สปาในโรงแรมหรือรีสอร์ท	0	
สปาเพื่อการดูแลสุขภาพ	0	
สปาเพื่อการพยาบาล	0	
กิจกรรมผจญภัย	0	
ล่องแก่ง	0	

จากตารางที่ 4.48 พบว่า นักท่องเที่ยวนิยมเดินเล่นรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เยี่ยมเยือนแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ การจับจ่ายสินค้า เข้าชมพิพิธภัณฑ์ เดินป่า ชมการแข่งขันทennis เล่นกีฬาทางน้ำ และ เดย์สไป ตามลำดับ

ตารางที่ 4.49 ความต้องการของนักท่องเที่ยว

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
คุณภาพของที่พักร	3.98	.826	พึงพอใจมาก
ราคาของที่พักร	3.93	.794	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจต่อที่พักรโดยภาพรวม	3.97	.846	พึงพอใจมาก
คุณภาพของอาหาร	3.87	.716	พึงพอใจมาก
ราคาของอาหาร	3.84	.906	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจต่ออาหารโดยภาพรวม	3.81	.952	พึงพอใจมาก
คุณภาพของกิจกรรม	4.00	1.017	พึงพอใจมาก
ราคาของกิจกรรม	3.80	1.050	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจต่อกิจกรรมโดยภาพรวม	3.80	.905	พึงพอใจมาก
คุณภาพของพาหนะเดินทาง	3.88	.758	พึงพอใจมาก
ราคาของพาหนะเดินทาง	3.88	.926	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจต่อพาหนะเดินทางโดยภาพรวม	3.94	.725	พึงพอใจมาก
จะกลับมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยอีกในอนาคต	3.94	.998	พึงพอใจมาก
จะแนะนำผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย	4.14	.671	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 4.49 พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจจะแนะนำผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย เป็นอันดับสูงสุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.14$) รองลงมามีความพึงพอใจในคุณภาพของกิจกรรม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.00$) และมีความพึงพอใจในคุณภาพของที่พักร มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.98$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.50 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านโรงแรม

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีสระว่ายน้ำที่แยกการใช้บริการระหว่างหญิงและชาย	3.98	1.006	ต้องการมาก
มีเครื่องหมายแสดงทิศทางสำหรับการละหมาด	4.47	.836	ต้องการมาก
มีคัมภีร์อัลกุรอาน ฟัรอรละหมาด และเวลาการละหมาดในห้องพัก	4.36	1.177	ต้องการมาก
เตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ	4.20	1.196	ต้องการมาก
มีอาหารหรือร้านอาหารฮาลาลในโรงแรม	4.36	1.197	ต้องการมาก
ไม่มีช่องรายการหนังอนาจาร	3.86	1.285	ต้องการมาก
พนักงานแต่งกายแบบอนุรักษ์นิยม	3.99	1.222	ต้องการมาก
ไม่มีสถานบันเทิงริมน้ำและการบันเทิงที่ไม่เหมาะสมในโรงแรม	4.03	1.132	ต้องการมาก
แยกชั้นสำหรับหญิง ชายและครอบครัว	3.09	1.394	ต้องการปานกลาง
ไม่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในมินิบาร์	4.07	1.115	ต้องการมาก
ดำเนินธุรกรรมทางการเงินแบบอิสลาม	4.03	1.011	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.50 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้มีเครื่องหมายแสดงทิศทางสำหรับการละหมาด และมีอาหารหรือร้านอาหารฮาลาลในโรงแรม เป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X}$ = 4.47) รองลงมาต้องการให้มีคัมภีร์อัลกุรอาน ฟัรอรละหมาดและเวลาการละหมาดในห้องพักและมีอาหารหรือร้านอาหารฮาลาลในโรงแรม ($\bar{X}$ = 4.36) และต้องการให้มีเตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ ($\bar{X}$ = 4.20) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.51 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านอาหาร

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีตราสัญลักษณ์ฮาลาลให้เห็นเด่นชัด	4.42	.951	ต้องการมาก
พนักงานแต่งกายแบบอนุรักษ์นิยม	4.07	1.125	ต้องการมาก
มีเมนูเป็นภาษาอังกฤษที่แสดงรูปภาพและราคาอาหาร	3.74	1.108	ต้องการมาก
ให้บริการอาหารไทย	4.02	.797	ต้องการมาก
ให้บริการอาหารอาหรับ	3.65	1.093	ต้องการมาก
ให้บริการอาหารตะวันตก	3.76	1.137	ต้องการมาก
มีพนักงานหญิงเพื่อให้บริการลูกค้าเพศหญิง และ พนักงานชายเพื่อให้บริการลูกค้าชาย	3.19	1.068	ต้องการปาน กลาง
พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้ดี	3.99	.976	ต้องการมาก
พนักงานมีจิตบริการและมีความเป็นมิตร	4.24	.907	ต้องการมาก
มีการแสดงหรือการให้ความบันเทิงแบบอนุรักษ์นิยม	3.84	1.177	ต้องการมาก
มีซุ้มสำหรับรับประทานอาหารสำหรับครอบครัว	3.48	1.071	ต้องการปาน กลาง

จากตารางที่ 4.51 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้มีตราสัญลักษณ์ฮาลาลให้เห็นเด่นชัด เป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 4.30$) รองลงมาต้องการให้พนักงานมีจิตบริการและมีความเป็นมิตร ($\bar{X} = 4.13$) และต้องการให้พนักงาน แต่งกายแบบอนุรักษ์นิยม ($\bar{X} = 4.07$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.52 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านสปา

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มฮาลาล	3.91	1.154	ต้องการมาก
แยกห้องบริการสำหรับลูกค้าหญิงและชาย	4.13	1.166	ต้องการมาก
พนักงานแต่งกายแบบอนุรักษ์นิยม	3.67	1.111	ต้องการมาก
มีรายการสปาเป็นภาษาอังกฤษที่แสดงรูปภาพและราคา	3.78	1.100	ต้องการมาก
ใช้ผลิตภัณฑ์/เครื่องสำอางฮาลาล	3.94	1.152	ต้องการมาก

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
พนักงานส่วนใหญ่เป็นมุสลิม และมีพนักงานหญิงเพื่อให้บริการลูกค้าเพศหญิง และพนักงานชายเพื่อให้บริการลูกค้าชาย	3.92	1.031	ต้องการมาก
เตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ	4.08	1.065	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.52 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้แยกห้องบริการสำหรับลูกค้าหญิงและชายเป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 4.13$) รองลงมาต้องการให้เตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ ($\bar{X} = 4.08$) และต้องการให้ใช้ผลิตภัณฑ์/เครื่องสำอางค์ฮาลาล ($\bar{X} = 3.94$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.53 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่สาธารณะ

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีมัคยิคอยู่ใกล้เคียง	4.51	.979	ต้องการมากที่สุด
มีการให้บริการอุปกรณ์/ห้องละหมาดในแหล่งท่องเที่ยว สนามบิน ห้างสรรพสินค้า	4.30	1.052	ต้องการมาก
มีการขยายเสียงอาซานเพื่อแจ้งเวลาละหมาด	4.26	1.031	ต้องการมาก
มีชายหาดสำหรับครอบครัว	4.50	.864	ต้องการมาก
ห้ามเล่นการพนันในที่สาธารณะ	4.55	.849	ต้องการมากที่สุด
มีตำรวจหรือเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	3.56	1.194	ต้องการมาก
มีอุปกรณ์พยาบาลเบื้องต้น	3.83	.829	ต้องการมาก
มีเคบินส่วนตัวที่ชายหาด	3.94	.950	ต้องการมาก
มีธนาคารหรือการให้บริการทางการเงินแบบอิสลาม	4.03	1.011	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.53 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการห้ามเล่นการพนันในที่สาธารณะ เป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 4.55$) รองลงมา ต้องการให้มีมัศจรรย์อยู่ใกล้เคียง ($\bar{X} = 4.51$) และต้องการให้มีชายหาดสำหรับครอบครัว ($\bar{X} = 4.50$) ตามลำดับ

4.4 พฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวอาสาฬของนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศทวีปเอเชีย

จากการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวอาสาฬของนักท่องเที่ยว จำนวน 280 คน จากกลุ่มประเทศในทวีปเอเชีย ซึ่งจำแนกโดยเกณฑ์ของสหประชาชาติ (Miniwatts Marketing Group, 2013) ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต พังงา และสตูล ในช่วงระหว่างเดือนกันยายน – ธันวาคม 2555 ผลจากการสำรวจมีดังนี้

ตารางที่ 4.54 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

(n = 280)

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	143	51.1
หญิง	137	48.9
อายุ		
12 - 22 ปี	43	15.4
23 - 33 ปี	128	45.7
34 - 44 ปี	56	20.0
45 - 55 ปี	41	14.6
56 - 66 ปี	3	1.1
67 - 72 ปี	8	2.9
ไม่ระบุ	1	.4
สัญชาติ		
ปากีสถาน	12	4.3
อินโดนีเซีย	60	21.4

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
สัญชาติ		
มาเลเซีย	196	70
กาซัคสถาน	4	1.4
บังกลาเทศ	8	2.9
รายได้ต่อเดือน		
ไม่มีรายได้	0	0
5,500 – 25,500	104	37.1
25,501-45,500	72	25.7
45,501-65,500	55	19.6
65,501-85,500	17	6.1
85,501-105,500	19	6.8
105,501-125,500	5	1.8
125,500 ขึ้นไป	8	2.9

จากตารางที่ 4.54 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและหญิงในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน แต่เพศชายมีจำนวนมากกว่าเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 51.1 ส่วนใหญ่มีอายุ 23 - 33 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมา มีอายุ 34 - 44 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.0 และมีอายุ 12 – 22 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.4 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสัญชาติมาเลเซีย คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมามีสัญชาติอินโดนีเซีย และปากีสถาน คิดเป็นร้อยละ 21.1 และ ร้อยละ 4.3 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 5,500 – 25,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.1 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนประมาณ 25,501-45,500บาท คิดเป็นร้อยละ 25.7 และ รายได้ต่อเดือนประมาณ 45,501-65,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.55 เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยว

เหตุผล	จำนวน	อันดับ
ต้องการได้รับประสบการณ์และวิถีชีวิตที่แปลกใหม่	160	2
การได้ท่องเที่ยวที่ต่างประเทศ	164	1

เหตุผล	จำนวน	อันดับ
ได้แสดงออกอย่างอิสระ	72	4
ภูมิประเทศที่สวยงามโดดเด่น	44	7
สภาพแวดล้อมที่ดี (ด้านอากาศ น้ำ และดิน)	48	6
เจ้าบ้านมีความเป็นมิตรและน่าสนใจ	76	3
การต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างอบอุ่น	68	5
เล่นกอล์ฟ	16	9
เล่นกีฬาทางน้ำ	12	10
ป็นภูเขา	8	11
เคยสปา	24	8
โรงแรมและรีสอร์ทสปา	12	10
สปาเพื่อการดูแลสุขภาพ	12	10
สปาเพื่อการพยาบาล	4	12
อื่น ๆ	8	11

จากตารางที่ 4.55 พบว่านักท่องเที่ยวเลือกเหตุผลที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยฝั่งทะเลอันดามัน เนื่องจากต้องการท่องเที่ยวที่ต่างประเทศ เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 164 คน รองลงมาได้แก่ ความต้องการได้รับประสบการณ์และวิถีชีวิตที่แปลกใหม่จำนวน 160 คน และเลือกเจ้าบ้านมีความเป็นมิตรและน่าสนใจ จำนวน 76 คน ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเพื่อสปาการพยาบาลน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.56 แหล่งที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูล	จำนวน	อันดับ
คู่มือนักท่องเที่ยวหรือโบรชัวร์	120	2
อินเทอร์เน็ต	168	1
บริษัทนำเที่ยว	60	4
สำนักงานการท่องเที่ยว	28	8
การโฆษณา	40	6
บทความหรือสารคดีการท่องเที่ยว	16	9

แหล่งข้อมูล	จำนวน	อันดับ
คำบอกเล่าจากบุคคลในครอบครัวและเพื่อน	108	3
คำบอกเล่าของนักท่องเที่ยวคนอื่น	33	7
ประสบการณ์เดิม	48	5

จากตารางที่ 4.56 พบว่านักท่องเที่ยวเลือกใช้อินเตอร์เน็ตในการแสวงหาข้อมูลที่จะใช้ท่องเที่ยว เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 168 คน รองลงมาเลือกแสวงหาข้อมูลจากคู่มือนักท่องเที่ยวหรือโบรชัวร์ จำนวน 120 คน และคำบอกเล่าจากบุคคลในครอบครัวและเพื่อน จำนวน 108 คน ตามลำดับ โดยเลือกใช้บทความหรือสารคดีการท่องเที่ยวเป็นอันดับท้ายสุด

ตารางที่ 4.57 ประเภทของข้อมูลที่นักท่องเที่ยวศึกษาก่อนการเดินทางท่องเที่ยว

ข้อมูล	จำนวน	อันดับ
แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	128	1
กิจกรรมทางการท่องเที่ยว	96	4
ที่พัก	100	3
ภูมิอากาศ	108	2
ยานพาหนะในการท่องเที่ยว	48	7
ค่าครองชีพ	48	7
ผู้คนและขนบธรรมเนียมประเพณี	96	4
ภูมิประเทศ	48	7
อาหาร	80	6
การจับจ่ายสินค้า	88	5

จากตารางที่ 4.57 พบว่านักท่องเที่ยวศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ก่อนการเดินทาง เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 128 คน รองลงมาศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับภูมิอากาศ จำนวน 108 คน และศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก จำนวน 100 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.58 ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
น้อยกว่า 1 สัปดาห์	131	46.79	1
มากกว่า 1 สัปดาห์แต่น้อยกว่า 1 เดือน	101	36.07	2
1 – 6 เดือน	27	9.64	3
7-12 เดือน	21	7.50	4
มากกว่า 12 เดือน	0	0	5

จากตารางที่ 4.58 พบว่านักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวน้อยกว่า 1 สัปดาห์ เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 131 คน รองลงมาใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวมากกว่า 1 สัปดาห์แต่น้อยกว่า 1 เดือนจำนวน 101 คน และใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว 1-6เดือน จำนวน 27 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.59 แหล่งข้อมูลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูล	จำนวน	อันดับ
ประสบการณ์เดิม	68	4
คำบอกเล่าจากเพื่อน	132	1
นิตยสารหรือหนังสือพิมพ์	76	3
โบรชัวร์	56	5
คู่มือนักท่องเที่ยว	56	5
รายการโทรทัศน์	20	7
อินเทอร์เน็ต	96	2
บริษัทนำเที่ยว	40	6
สำนักงานการท่องเที่ยว	68	4
แหล่งอื่น ๆ	8	8

จากตารางที่ 4.59 พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญจากคำบอกเล่าจากเพื่อนสูงสุด จำนวน 132 คน รองลงมาได้แก่ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 96 คน และนิตยสารหรือหนังสือพิมพ์จำนวน 76 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.60 รูปแบบการท่องเที่ยว

รูปแบบการท่องเที่ยว	จำนวน	อันดับ
หาดทรายและแสงแดด	132	1
ชนบทและธรรมชาติ	63	2
วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์	5	6
เมืองและอนุสาวรีย์	11	5
เยี่ยมชมเพื่อนและญาติพี่น้อง	11	5
ได้รู้จักสถานที่	41	3
การเดินทางเพื่อศาสนา	1	7
กิจกรรมนันทนาการ	16	4

จากตารางที่ 4.60 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวในรูปแบบหาดทรายและแสงแดด เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 132 คน รองลงมานิยมท่องเที่ยวในรูปแบบชนบทและธรรมชาติ จำนวน 63 คน และเพื่อได้รู้จักสถานที่ จำนวน 41 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.61 ผู้ร่วมเดินทาง

ผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
เดินทางคนเดียว	28	10.00	5
คู่สมรส	40	14.29	3
คู่รัก	11	3.93	7
ครอบครัว	79	28.21	1
เพื่อน	72	25.71	2
เพื่อนร่วมงาน	29	10.36	4
โดยบริษัทนำเที่ยว	17	6.07	6
อื่น ๆ	4	6.07	8

จากตารางที่ 4.61 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 79 คน รองลงมานิยมมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน จำนวน 72 คน และนิยมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับคู่สมรส จำนวน 40คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.62 ยานพาหนะที่เดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยว

ยานพาหนะ	จำนวน	อันดับ
รถยนต์เช่า	128	1
รถโค้ช	55	2
รถสาธารณะ	46	4
มอเตอร์ไซด์	0	
อื่น ๆ	51	3

จากตารางที่ 4.62 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมเดินทางโดยรถยนต์เช่าเป็นอันดับสูงสุด จำนวน 128 คน รองลงมานิยมเดินทางโดยรถโค้ช จำนวน 55 คน และนิยมเดินทางโดยยานพาหนะอื่นๆ อาทิ รถยนต์ส่วนตัว และรถยนต์ของเพื่อน จำนวน 51 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.63 ประเภทของที่พักร

ที่พัก	จำนวน	อันดับ
โรงแรม	152	1
โมเต็ล	12	5
รีสอร์ท	92	2
เกสต์เฮาส์	16	4
โฮมสเตย์	28	3
บ้านญาติมิตร	4	6

จากตารางที่ 4.63 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมเลือกเข้าพักที่โรงแรม เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 152 คน รองลงมานิยมเลือกเข้าพักที่รีสอร์ท จำนวน 92 คน และนิยมเข้าพักที่โฮมสเตย์ จำนวน 28 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.64 ประเภทของอาหาร

อาหาร	จำนวน	อันดับ
อาหารไทย	188	1
อาหารตะวันตก	48	2
อาหารจีน	24	5
อาหารอาหรับ	32	3
อาหารอินเดีย	28	4
อาหารฟาสต์ฟู้ด	0	
อื่น ๆ	20	6

จากตารางที่ 4.64 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมนับถืออาหารไทย เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 188 คน รองลงมานิยมนับถืออาหารตะวันตก จำนวน 48 คน และนิยมนับถืออาหารอาหรับ จำนวน 32 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.65 ประเภทของที่ระลึก

ของที่ระลึก	จำนวน	อันดับ
เสื้อผ้า	107	2
เครื่องหนัง	16	3
สมุนไพร	0	
สินค้าพื้นเมือง	120	1

จากตารางที่ 4.65 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมนำซื้อสินค้าพื้นเมือง เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 120 คน รองลงมานำซื้อเสื้อผ้า จำนวน 107 คน และนิยมนำซื้อเครื่องหนัง จำนวน 16 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.66 ประเภทของกิจกรรม

กิจกรรม	จำนวน	อันดับ
เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	137	2
เข้าชมพิพิธภัณฑ์	67	4

กิจกรรม	จำนวน	อันดับ
การจับจ่ายสินค้า	136	3
เดินเล่นรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยว	179	1
ชมการแข่งขันกีฬา	27	9
ตีกอล์ฟ	4	13
เล่นกีฬาทางน้ำ	56	5
เดินป่า	51	7
ปีนภูเขา	8	12
เคย์สปา	53	6
สปาในโรงแรมหรือรีสอร์ท	32	8
สปาเพื่อการดูแลสุขภาพ	16	10
สปาเพื่อการพยาบาล	4	13
กิจกรรมผจญภัย	12	11
ล่องแก่ง	8	12

จากตารางที่ 4.66 พบว่า นักท่องเที่ยวนิยมเดินเล่นรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด จำนวน 179 คน รองลงมาได้แก่ เยี่ยมเยือนแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ การจับจ่ายสินค้า เข้าชมพิพิธภัณฑ์ เล่นกีฬาทางน้ำ เคย์สปา เดินป่า สปาในโรงแรมหรือรีสอร์ท และชมการแข่งขันกีฬา ตามลำดับ

ตารางที่ 4.67 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
คุณภาพของที่พักร	3.65	.811	พึงพอใจมาก
ราคาของที่พักร	3.68	.823	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจต่อที่พักรโดยภาพรวม	3.63	.899	พึงพอใจมาก
คุณภาพของอาหาร	3.78	.880	พึงพอใจมาก
ราคาของอาหาร	3.88	.876	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจต่ออาหารโดยภาพรวม	3.94	.828	พึงพอใจมาก
คุณภาพของกิจกรรม	3.73	.895	พึงพอใจมาก

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ราคาของกิจกรรม	3.66	.940	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจต่อกิจกรรมโดยภาพรวม	3.61	.902	พึงพอใจมาก
คุณภาพของพาหนะเดินทาง	3.58	.872	พึงพอใจมาก
ราคาของพาหนะเดินทาง	3.61	.977	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจต่อพาหนะเดินทางโดยภาพรวม	3.55	.858	พึงพอใจมาก
จะกลับมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยอีกในอนาคต	3.66	.868	พึงพอใจมาก
จะแนะนำผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย	4.09	.720	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 4.67 พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจจะแนะนำผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย เป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 4.09$) รองลงมามีความพึงพอใจในคุณภาพของอาหาร ($\bar{X} = 3.94$) และมีความพึงพอใจในราคาของอาหาร ($\bar{X} = 3.98$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.68 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านโรงแรม

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีสระว่ายน้ำที่แยกการใช้บริการระหว่างหญิงและชาย	3.56	.929	ต้องการมาก
มีเครื่องหมายแสดงทิศทางสำหรับการละหมาด	4.34	.910	ต้องการมาก
มีคัมภีร์อัลกุรอาน ผ้ารองละหมาด และเวลาการละหมาดในห้องพัก	4.28	1.068	ต้องการมาก
เตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ	3.91	1.221	ต้องการมาก
มีอาหารหรือร้านอาหารฮาลาลในโรงแรม	4.34	1.042	ต้องการมาก
ไม่มีช่องรายการหนังอนาจาร	3.41	1.249	ต้องการมาก
พนักงานแต่งกายแบบอนุรักษ์นิยม	3.78	.973	ต้องการมาก

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ไม่มีสถานบันเทิงริมน้ำและการบันเทิงที่ไม่เหมาะสมในโรงแรม	3.60	1.080	ต้องการมาก
แยกชั้นสำหรับหญิง ชายและครอบครัว	2.71	1.084	ต้องการปานกลาง
ไม่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในมินิบาร์	3.64	1.048	ต้องการมาก
ดำเนินธุรกรรมทางการเงินแบบอิสลาม	3.83	.901	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.68 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้มีเครื่องหมายแสดงทิศทางสำหรับการละหมาดและมื่ออาหารหรือร้านอาหารฮาลาลในโรงแรม เป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 4.34$) รองลงมาได้แก่ ความต้องการให้มีคัมภีร์อัลกุรอาน ผ้ารองละหมาดและเวลาการละหมาดในห้องพัก ($\bar{X} = 4.28$) และต้องการให้มีเตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ ($\bar{X} = 3.91$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.69 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีตราสัญลักษณ์ฮาลาลให้เห็นเด่นชัด	4.36	.800	ต้องการมาก
พนักงานแต่งกายแบบอนุรักษ์นิยม	3.76	.978	ต้องการมาก
มีเมนูเป็นภาษาอังกฤษที่แสดงรูปภาพและราคาอาหาร	3.69	.909	ต้องการมาก
ให้บริการอาหารไทย	3.79	.810	ต้องการมาก
ให้บริการอาหารอาหรับ	3.48	1.044	ต้องการปานกลาง
ให้บริการอาหารตะวันตก	3.53	1.067	ต้องการปานกลาง
มีพนักงานหญิงเพื่อให้บริการลูกค้าเพศหญิง และพนักงานชายเพื่อให้บริการลูกค้าชาย	3.37	.926	ต้องการปานกลาง
พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้ดี	3.63	.972	ต้องการมาก
พนักงานมีจิตบริการและมีความเป็นมิตร	4.15	.882	ต้องการมาก
มีการแสดงหรือการให้ความบันเทิงแบบอนุรักษ์นิยม	3.83	.967	ต้องการมาก

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีข้อมูลสำหรับรับประทานอาหารเช้าสำหรับ ครอบครัว	3.36	.873	ต้องการปานกลาง

จากตารางที่ 4.69 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้มีตราสัญลักษณ์ฮาลาลให้เห็นเด่นชัด เป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 4.36$) รองลงมาได้แก่ ความต้องการให้พนักงานมีจิตบริการและมีความเป็นมิตร ($\bar{X} = 4.15$) และมีการแสดงหรือการให้ความบันเทิงแบบอนุรักษ์นิยม ($\bar{X} = 3.83$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.70 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านสปา

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มฮาลาล	3.78	1.227	ต้องการมาก
แยกห้องบริการสำหรับลูกค้าหญิงและชาย	3.89	1.188	ต้องการมาก
พนักงานแต่งกายแบบอนุรักษ์นิยม	3.48	1.104	ต้องการปานกลาง
มีรายการสปาเป็นภาษาอังกฤษที่แสดง รูปภาพและราคา	3.58	.936	ต้องการมาก
ใช้ผลิตภัณฑ์/เครื่องสำอางฮาลาล	3.71	.986	ต้องการมาก
พนักงานส่วนใหญ่เป็นมุสลิม และมี พนักงานหญิงเพื่อให้บริการลูกค้าเพศหญิง และพนักงานชายเพื่อให้บริการลูกค้าชาย	3.65	.965	ต้องการมาก
เตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ	3.79	1.021	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.70 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้แยกห้องบริการสำหรับลูกค้าหญิงและชายเป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 3.89$) รองลงมาต้องการให้เตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ ($\bar{X} = 3.79$) และต้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มฮาลาล ($\bar{X} = 3.78$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.71 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่สาธารณะ

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีมัสยิดอยู่ใกล้เคียง	4.47	.895	ต้องการมาก
มีการให้บริการอุปกรณ์/ห้องละหมาดในแหล่งท่องเที่ยว สนามบิน ห้างสรรพสินค้า	4.04	1.017	ต้องการมาก
มีการขยายเสียงอาซานเพื่อแจ้งเวลาละหมาด	4.13	.959	ต้องการมาก
มีชายหาดสำหรับครอบครัว	3.40	1.131	ต้องการปานกลาง
ห้ามเล่นการพนันในที่สาธารณะ	3.58	.790	ต้องการมาก
มีตำรวจหรือเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	3.75	.840	ต้องการมาก
มีอุปกรณ์พยาบาลเบื้องต้น	3.90	.947	ต้องการมาก
มีเคบินส่วนตัวที่ชายหาด	3.36	1.121	ต้องการปานกลาง
มีธนาคารหรือการให้บริการทางการเงินแบบอิสลาม	3.88	1.069	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.71 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้มีมัสยิดอยู่ใกล้เคียง เป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X}$ = 4.47) รองลงมา มีการขยายเสียงอาซานเพื่อแจ้งเวลาละหมาด ($\bar{X}$ = 4.51) และมีการให้บริการอุปกรณ์/ห้องละหมาดในแหล่งท่องเที่ยว สนามบิน ห้างสรรพสินค้า ($\bar{X}$ = 4.04) ตามลำดับ

4.5 พฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวฮาลาลของนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศทวีปตะวันออกกลาง

จากการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวฮาลาลของนักท่องเที่ยวจำนวน 83 คน จากกลุ่มประเทศในทวีปตะวันออกกลาง ซึ่งจำแนกโดยเกณฑ์ของสหประชาชาติ (Miniwatts Marketing Group, 2013) ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต พังงา และสตูล ในช่วงระหว่างเดือนกันยายน – ธันวาคม 2555 ผลจากการสำรวจมีดังนี้

ตารางที่ 4.72 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

(n = 83)

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	76	91.6
หญิง	7	8.4
อายุ		
12 - 22 ปี	6	7.2
23 - 33 ปี	39	47.0
34 - 44 ปี	36	43.4
45 - 55 ปี	2	2.4
56 - 66 ปี	0	0
67 - 72 ปี	0	0
สัญชาติ		
สหรัฐอเมริกาบอมิเรตส์	6	7.2
คูเวต	8	9.6
ซีเรีย	4	4.8
อิหร่าน	8	9.6
จอร์แดน	12	14.5
อิรัก	16	19.3
เลบานอน	8	9.6
เยเมน	21	25.3
รายได้ต่อเดือน		
ไม่มีรายได้	2	2.4
5,500 – 25,500	5	6.0
25,501-45,500	37	44.6
45,501-65,500	22	26.5
65,501-85,500	9	10.8

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
85,501-105,500	1	1.2
105,501-125,500	3	3.6
125,500 ขึ้นไป	4	4.8

จากตารางที่ 4.72 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 91.6 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 23 - 33 ปี คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมา มีอายุระหว่าง 34 - 44 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.4 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสัญชาติอิรัก คิดเป็นร้อยละ 19.3 รองลงมา มีสัญชาติจอร์แดน คิดเป็นร้อยละ 14.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 25,501-45,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.6 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือนประมาณ รายได้ต่อเดือนประมาณ 45,501-65,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.5

ตารางที่ 4.73 เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยว

เหตุผล	จำนวน	อันดับ
ต้องการได้รับประสบการณ์และวิถีชีวิตที่แปลกใหม่	60	1
การได้ท่องเที่ยวที่ต่างประเทศ	44	2
ได้แสดงออกอย่างอิสระ	26	4
ภูมิประเทศที่สวยงามโดดเด่น	7	8
สภาพแวดล้อมที่ดี (ด้านอากาศ น้ำ และดิน)	23	5
เจ้าบ้านมีความเป็นมิตรและน่าสนใจ	26	4
การต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างอบอุ่น	34	3
เล่นกอล์ฟ	0	
เล่นกีฬาทางน้ำ	12	6
ปีนภูเขา	8	7
เคย์สปา	8	7
โรงแรมและรีสอร์ทสปา	20	5
สปาเพื่อการดูแลสุขภาพ	8	7
สปาเพื่อการพยาบาล	0	

จากตารางที่ 4.73 พบว่านักท่งเทียวเลือกเหตุผลที่มาท่งเทียวในประเทศไทยฝั่งทะเลอันดามัน เนื่องจากต้องการได้รับประสบการณ์และวิถีชีวิตที่แปลกใหม่ เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 60 คน รองลงมา ได้แก่ การได้ท่งเทียวที่ต่างประเทศ จำนวน 44 คน และการต้อนรับนักท่งเทียวอย่างอบอุ่น จำนวน 34 คน ตามลำดับ โดยนักท่งเทียวไม่นิยมมาท่งเทียวการเล่นกอล์ฟและสปาเพื่อการพยาบาล

ตารางที่ 4.74 แหล่งที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลเพื่อการท่งเทียว

แหล่งข้อมูล	จำนวน	อันดับ
คู่มือนักท่งเทียวหรือโบรชัวร์	33	2
อินเทอร์เน็ต	57	1
บริษัทนำเทียว	19	5
สำนักงานการท่งเทียว	20	4
การโฆษณา	19	5
บทความหรือสารคดีการท่งเทียว	12	6
คำบอกเล่าจากบุคคลในครอบครัวและเพื่อน	20	4
คำบอกเล่าของนักท่งเทียวคนอื่น	4	7
ประสบการณ์เดิม	23	3

จากตารางที่ 4.74 พบว่านักท่งเทียวเลือกใช้อินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข้อมูลที่จะใช้ท่งเทียว เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 57 คน รองลงมาเลือกแสวงหาข้อมูลจากคู่มือนักท่งเทียวหรือโบรชัวร์ จำนวน 33 คน และประสบการณ์เดิม จำนวน 23 คน โดยเลือกใช้คำบอกเล่าของนักท่งเทียวคนอื่นเป็นอันดับท้ายสุด

ตารางที่ 4.75 ประเภทของข้อมูลที่นักท่งเทียวศึกษาก่อนการเดินทางท่งเทียว

ข้อมูล	จำนวน	อันดับ
แหล่งท่งเทียวต่าง ๆ	39	2
กิจกรรมทางการท่งเทียว	37	3
ที่พัก	30	4

ข้อมูล	จำนวน	อันดับ
ภูมิอากาศ	19	9
ยานพาหนะในการท่องเที่ยว	19	9
ค่าครองชีพ	23	7
ผู้คนและขนบธรรมเนียมประเพณี	43	1
ภูมิประเทศ	24	6
อาหาร	27	5
การจับจ่ายสินค้า	22	8

จากตารางที่ 4.75 พบว่านักท่องเที่ยวศึกษาข้อมูลก่อนการเดินทางเกี่ยวกับแหล่งผู้คนและขนบธรรมเนียมประเพณีเป็นอันดับสูงสุด จำนวน 43 คน รองลงมาศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ จำนวน 39 คน ภูมิอากาศ จำนวน 108 คน และศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยวจำนวน 37 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.76 ระยะเวลาในการตัดสินใจก่อนมาท่องเที่ยว

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
น้อยกว่า 1 สัปดาห์	29	34.94	2
มากกว่า 1 สัปดาห์แต่น้อยกว่า 1 เดือน	41	49.40	1
1 – 6 เดือน	9	10.84	3
7-12 เดือน	0	0	
มากกว่า 12 เดือน	4	4.82	4

จากตารางที่ 4.76 พบว่านักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวมากกว่า 1 สัปดาห์แต่น้อยกว่า 1 เดือนเป็นอันดับสูงสุด รองลงมาได้แก่ การใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจน้อยกว่า 1 สัปดาห์ และใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจระหว่าง 1-6 เดือน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.77 แหล่งข้อมูลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูล	จำนวน	อันดับ
ประสบการณ์เดิม	38	2
คำบอกเล่าจากเพื่อน	56	1
นิตยสารหรือหนังสือพิมพ์	14	4
โบรชัวร์	4	8
คู่มือนักท่องเที่ยว	6	7
รายการโทรทัศน์	4	8
อินเทอร์เน็ต	36	3
บริษัทนำเที่ยว	12	5
สำนักงานการท่องเที่ยว	10	6
แหล่งอื่น ๆ	0	0

จากตารางที่ 4.77 พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญจากคำบอกเล่าจากเพื่อนสูงสุด จำนวน 56 คน รองลงมาได้แก่ ประสบการณ์เดิม จำนวน 38 คน และ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 36 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.78 รูปแบบการท่องเที่ยว

รูปแบบการท่องเที่ยว	จำนวน	อันดับ
หาดทรายและแสงแดด	33	1
ชนบทและธรรมชาติ	17	2
วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์	2	7
เมืองและอนุสาวรีย์	5	5
เยี่ยมชมเพื่อนและญาติพี่น้อง	3	6
ได้รู้จักสถานที่	10	4
การเดินทางเพื่อศาสนา	1	8
กิจกรรมนันทนาการ	13	3

จากตารางที่ 4.78 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวในรูปแบบหาดทรายและแสงแดด เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 33 คน รองลงมา นิยมท่องเที่ยวในรูปแบบชนบทและธรรมชาติ จำนวน 17 คน และ กิจกรรมนันทนาการ จำนวน 13 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.79 ผู้ร่วมเดินทาง

ผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
เดินทางคนเดียว	8	9.64	
คู่สมรส	17	20.48	
คู่รัก	0		
ครอบครัว	20	24.10	
เพื่อน	30	36.14	
เพื่อนร่วมงาน	4	4.82	
โดยบริษัทนำเที่ยว	4	4.82	

จากตารางที่ 4.79 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมาท่องเที่ยวกับเพื่อน เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 30 คน รองลงมานิยมมาท่องเที่ยวกับครอบครัว จำนวน 20 คน และนิยมาท่องเที่ยวกับคู่สมรส จำนวน 17 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.80 ยานพาหนะที่เดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยว

ยานพาหนะ	จำนวน	อันดับ
รถยนต์เช่า	28	2
รถไค้ช	7	4
รถสาธารณะ	33	1
มอเตอร์ไซด์	9	3
อื่น ๆ	6	5

จากตารางที่ 4.80 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมเดินทางโดยรถสาธารณะมากที่สุด จำนวน 33 คน รองลงมานิยมเดินทางโดยรถยนต์เช่า จำนวน 28 คน และรถมอเตอร์ไซด์ จำนวน 9 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.81 ประเภทของที่พักร

ที่พักร	จำนวน	อันดับ
โรงแรม	50	1
โมเต็ล	8	5
รีสอร์ท	19	2
เกสต์เฮาส์	12	4
โฮมสเตย์	18	3
บ้านญาคูมิตร	4	6

จากตารางที่ 4.82 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมนิยมเลือกเข้าพักที่โรงแรม เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 50 คน รองลงมานิยมนิยมเลือกเข้าพักที่รีสอร์ท จำนวน 19 คน และนิยมนิยมเข้าพักที่โฮมสเตย์ จำนวน 18 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.82 ประเภทของอาหาร

อาหาร	จำนวน	อันดับ
อาหารไทย	22	4
อาหารตะวันตก	27	3
อาหารจีน	4	7
อาหารอาหรับ	61	1
อาหารอินเดีย	15	5
อาหารฟาสต์ฟู้ด	32	2
อื่น ๆ	11	6

จากตารางที่ 4.82 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมนิยมบริโภคอาหารอาหรับ เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 61 คน รองลงมานิยมนิยมบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด จำนวน 32 คน และนิยมนิยมบริโภคอาหารตะวันตก จำนวน 27 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.83 ประเภทของที่ระลึก

ของที่ระลึก	จำนวน	อันดับ
เสื้อผ้า	40	1
เครื่องหนัง	8	4
สมุนไพร	26	3
สินค้าพื้นเมือง	30	2

จากตารางที่ 4.83 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมซื้อเสื้อผ้า เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 40 คน รองลงมานิยมซื้อสินค้าพื้นเมือง จำนวน 30 คน สมุนไพร จำนวน 6 คน และเครื่องหนัง จำนวน 8 คนตามลำดับ

ตารางที่ 4.84 ประเภทของกิจกรรม

กิจกรรม	จำนวน	อันดับ
เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	45	2
เข้าชมพิพิธภัณฑ์	37	3
การจับจ่ายสินค้า	45	2
เดินเล่นรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยว	48	1
ชมการแข่งขันกีฬา	20	5
ตีกอล์ฟ	8	9
เล่นกีฬาทางน้ำ	11	7
เดินป่า	12	6
ปีนภูเขา	8	9
เคย์สปา	26	4
สปาในโรงแรมหรือรีสอร์ท	8	9
สปาเพื่อการดูแลสุขภาพ	4	10
สปาเพื่อการพยาบาล	4	10
กิจกรรมผจญภัย	10	8
ล่องแก่ง	12	6

จากตารางที่ 4.84 พบว่า นักท่องเที่ยวนิยมเดินเล่นรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด จำนวน 48 คน รองลงมาได้แก่ การจับจ่ายสินค้าและ เยี่ยมเยือนแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมทำอันดับต่อมา คือ เข้าชมพิพิธภัณฑ์ เล่นกีฬาทางน้ำ เดย์สเปา ชมการแข่งขันกีฬา และ เดินป่าและ ล่องแก่ง ตามลำดับ

ตารางที่ 4.85 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
คุณภาพของที่พักร	3.84	.876	พึงพอใจมาก
ราคาของที่พักร	3.87	1.135	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจต่อที่พักรโดยภาพรวม	3.87	.712	พึงพอใจมาก
คุณภาพของอาหาร	3.67	.871	พึงพอใจมาก
ราคาของอาหาร	3.49	1.005	พึงพอใจปานกลาง
ความพึงพอใจต่ออาหารโดยภาพรวม	2.99	1.042	พึงพอใจปานกลาง
คุณภาพของกิจกรรม	3.84	1.018	พึงพอใจมาก
ราคาของกิจกรรม	3.36	1.154	พึงพอใจปานกลาง
ความพึงพอใจต่อกิจกรรมโดยภาพรวม	3.73	.700	พึงพอใจมาก
คุณภาพของพาหนะเดินทาง	3.78	1.148	พึงพอใจมาก
ราคาของพาหนะเดินทาง	3.22	1.260	พึงพอใจปานกลาง
ความพึงพอใจต่อพาหนะเดินทางโดยภาพรวม	3.43	1.150	พึงพอใจปานกลาง
จะกลับมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยอีกในอนาคต	3.61	1.447	พึงพอใจมาก
จะแนะนำผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย	3.57	1.354	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 4.85 พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในราคาของที่พักร และความพึงพอใจต่อที่พักรโดยภาพรวม เป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 3.87$) รองลงมา มีความพึงพอใจในคุณภาพของที่พักร และ คุณภาพของกิจกรรม ($\bar{X} = 3.84$) และมีความพึงพอใจในคุณภาพของพาหนะเดินทาง ($\bar{X} = 3.78$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.86 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านโรงแรม

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีสระว่ายน้ำที่แยกการใช้บริการระหว่างหญิงและชาย	3.87	1.079	ต้องการมาก
มีเครื่องหมายแสดงทิศทางสำหรับการละหมาด	3.94	1.151	ต้องการมาก
มีคัมภีร์อัลกุรอาน ผ้ารองละหมาด และเวลาการละหมาดในห้องพัก	3.64	1.566	ต้องการมาก
เตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ	3.81	1.383	ต้องการมาก
มีอาหารหรือร้านอาหารฮาลาลในโรงแรม	3.88	1.409	ต้องการมาก
ไม่มีช่องรายการหนังอนาจาร	3.55	1.434	ต้องการมาก
พนักงานแต่งกายแบบอนุรักษ์นิยม	3.60	1.325	ต้องการมาก
ไม่มีสถานบันเทิงริมน้ำและการบันเทิงที่ไม่เหมาะสมในโรงแรม	3.70	1.350	ต้องการมาก
แยกชั้นสำหรับหญิง ชายและครอบครัว	3.63	1.341	ต้องการมาก
ไม่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในมินิบาร์	3.77	1.281	ต้องการมาก
ดำเนินธุรกรรมทางการเงินแบบอิสลาม	3.90	1.100	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.86 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้มีเครื่องหมายแสดงทิศทางสำหรับการละหมาด เป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 3.94$) รองลงมาได้แก่ ดำเนินธุรกรรมทางการเงินแบบอิสลาม ($\bar{X} = 3.90$) มีอาหารหรือร้านอาหารฮาลาลในโรงแรม ($\bar{X} = 3.88$) และมีสระว่ายน้ำที่แยกการใช้บริการระหว่างหญิงและชาย ($\bar{X} = 3.87$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.87 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีตราสัญลักษณ์ฮาลาลให้เห็นเด่นชัด	3.99	1.235	ต้องการมาก
พนักงานแต่งกายแบบอนุรักษ์นิยม	3.80	1.323	ต้องการมาก
มีเมนูเป็นภาษาอังกฤษที่แสดงรูปภาพและราคาอาหาร	3.92	1.160	ต้องการมาก

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ให้บริการอาหารไทย	3.89	1.104	ต้องการมาก
ให้บริการอาหารอาหรับ	3.55	1.129	ต้องการมาก
ให้บริการอาหารตะวันตก	3.63	1.056	ต้องการมาก
มีพนักงานหญิงเพื่อให้บริการลูกค้าเพศหญิง และพนักงานชายเพื่อให้บริการลูกค้าชาย	3.65	1.029	ต้องการมาก
พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้ดี	3.82	.939	ต้องการมาก
พนักงานมีจิตบริการและมีความเป็นมิตร	3.99	.981	ต้องการมาก
มีการแสดงหรือการให้ความบันเทิงแบบ อนุรักษนิยม	3.94	1.213	ต้องการมาก
มีซุ้มสำหรับรับประทานอาหารสำหรับ ครอบครัว	3.66	1.085	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.87 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้มีตราสัญลักษณ์ศาลาให้เห็นเด่นชัด และพนักงานมีจิตบริการและมีความเป็นมิตร เป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 3.99$) รองลงมาได้แก่ มีการแสดงหรือการให้ความบันเทิงแบบอนุรักษนิยม ($\bar{X} = 3.94$) และมีเมนูเป็นภาษาอังกฤษที่แสดงรูปภาพและราคาอาหาร ($\bar{X} = 3.92$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.88 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านสปา

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มศาลา	3.63	1.186	ต้องการมาก
แยกห้องบริการสำหรับลูกค้าหญิงและชาย	3.92	1.181	ต้องการมาก
พนักงานแต่งกายแบบอนุรักษนิยม	3.37	1.101	ต้องการปานกลาง
มีรายการสปาเป็นภาษาอังกฤษที่แสดง รูปภาพและราคา	4.07	1.102	ต้องการมาก
ใช้ผลิตภัณฑ์/เครื่องสำอางศาลา	4.08	1.128	ต้องการมาก
พนักงานส่วนใหญ่เป็นมุสลิม และมี พนักงานหญิงเพื่อให้บริการลูกค้าเพศหญิง และพนักงานชายเพื่อให้บริการลูกค้าชาย	4.00	1.148	ต้องการมาก

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
เตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ	3.72	1.319	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.88 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้ใช้ใช้ผลิตภัณฑ์/เครื่องสำอางฮาลาล ($\bar{X} = 4.08$) เป็นอันดับสูงสุด รองลงมาต้องการให้มีรายการสปาเป็นภาษาอังกฤษที่แสดงรูปภาพและราคา ($\bar{X} = 4.07$) และ แยกห้องบริการสำหรับลูกค้าหญิงและชาย ($\bar{X} = 3.92$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.89 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่สาธารณะ

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีมัสยิดอยู่ใกล้เคียง	4.22	1.169	ต้องการมาก
มีการให้บริการอุปกรณ์/ห้องละหมาดในแหล่งท่องเที่ยว สนามบิน ห้างสรรพสินค้า	3.88	1.130	ต้องการมาก
มีการขยายเสียงอาซานเพื่อแจ้งเวลาละหมาด	4.04	1.163	ต้องการมาก
มีชายหาดสำหรับครอบครัว	3.59	1.269	ต้องการมาก
ห้ามเล่นการพนันในที่สาธารณะ	3.51	1.152	ต้องการมาก
มีตำรวจหรือเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	3.71	1.077	ต้องการมาก
มีอุปกรณ์พยาบาลเบื้องต้น	3.63	1.101	ต้องการมาก
มีเคบินส่วนตัวที่ชายหาด	3.53	1.282	ต้องการปานกลาง
มีธนาคารหรือการให้บริการทางการเงินแบบอิสลาม	3.73	1.406	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.89 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้มีมัสยิดอยู่ใกล้เคียง เป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 4.22$) รองลงมา มีการขยายเสียงอาซานเพื่อแจ้งเวลาละหมาด ($\bar{X} = 4.04$) และมีการให้บริการอุปกรณ์/ห้องละหมาดในแหล่งท่องเที่ยว สนามบิน ห้างสรรพสินค้า ($\bar{X} = 3.88$) ตามลำดับ

4.6 พฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวอาสาสมัครของนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศทวีปยุโรป

จากการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวอาสาสมัครของนักท่องเที่ยวจำนวน 14 คนจากกลุ่มประเทศตุรกีซึ่งตั้งอยู่ในทวีปยุโรปโดยเกณฑ์ของสหประชาชาติในการจำแนก (Miniwatts Marketing Group, 2013) ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต พังงา และสตูล ในช่วงระหว่างเดือนกันยายน – ธันวาคม 2555 ผลจากการสำรวจมีดังนี้

ตารางที่ 4.90 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

(n = 14)

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	10	71.4
หญิง	4	28.6
อายุ		
12 - 22 ปี	0	
23 - 33 ปี	8	57.1
34 - 44 ปี	2	14.3
45 - 55 ปี	4	28.6
56 - 66 ปี	0	
67 - 72 ปี	0	
ไม่ระบุ	0	
รายได้ต่อเดือน		
ไม่มีรายได้	1	7.1
5,500 – 25,500	1	7.1
25,501-45,500	5	35.7
45,501-65,500	2	14.3

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
65,501-85,500	1	7.1
85,501-105,500	0	
105,501-125,500	0	
125,500 ขึ้นไป	4	28.6

จากตารางที่ 4.90 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 71.4 ส่วนใหญ่มีอายุ 23 - 33 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมา มีอายุ 45 - 55 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.6 และมีอายุ 34 - 44 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 25,501-45,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนประมาณ 125,500 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 28.6 และ รายได้ต่อเดือนประมาณ 45,501-65,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.91 เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยว

เหตุผล	จำนวน	อันดับ
ต้องการได้รับประสบการณ์และวิถีชีวิตที่แปลกใหม่	6	2
การได้ท่องเที่ยวที่ต่างประเทศ	10	1
ได้แสดงออกอย่างอิสระ	0	
ภูมิประเทศที่สวยงามโดดเด่น	0	
สภาพแวดล้อมที่ดี (ด้านอากาศ น้ำ และดิน)	0	
เจ้าบ้านมีความเป็นมิตรและน่าสนใจ	4	3
การต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างอบอุ่น	0	
เล่นกอล์ฟ	0	
เล่นกีฬาทางน้ำ	0	
ป็นภูเขา	0	
เคย์สปา	0	
โรงแรมและรีสอร์ทสปา	0	

เหตุผล	จำนวน	อันดับ
สipaเพื่อการดูแลสุขภาพ	0	
สipaเพื่อการพยาบาล	0	
อื่น ๆ	4	3

จากตารางที่ 4.91 พบว่านักท่องเที่ยวเลือกเหตุผลที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยฝั่งทะเลอันดามัน เนื่องจากต้องการท่องเที่ยวที่ต่างประเทศ เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 10 คน รองลงมาได้แก่ ความต้องการได้รับประสบการณ์และวิถีชีวิตที่แปลกใหม่จำนวน 6 คน และเลือกเจ้าบ้านมีความเป็นมิตรและน่าสนใจ จำนวน 4 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.92 แหล่งที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูล	จำนวน	อันดับ
คู่มือนักท่องเที่ยวหรือโบรชัวร์	6	3
อินเทอร์เน็ต	10	1
บริษัทนำเที่ยว	0	
สำนักงานการท่องเที่ยว	0	
การโฆษณา	6	3
บทความหรือสารคดีการท่องเที่ยว	0	
คำบอกเล่าจากบุคคลในครอบครัวและเพื่อน	8	2
คำบอกเล่าของนักท่องเที่ยวคนอื่น	0	
ประสบการณ์เดิม	0	

จากตารางที่ 4.92 พบว่านักท่องเที่ยวเลือกใช้อินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข้อมูลที่จะใช้ท่องเที่ยว เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 10 คน รองลงมาเลือกแสวงหาข้อมูลจากคำบอกเล่าจากบุคคลในครอบครัวและเพื่อน จำนวน 8 คน และคู่มือนักท่องเที่ยวหรือโบรชัวร์และการโฆษณาตามลำดับ

ตารางที่ 4.93 ประเภทของข้อมูลที่นักท่องเที่ยวศึกษาก่อนการเดินทางท่องเที่ยว

ข้อมูล	จำนวน	อันดับ
แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	0	
กิจกรรมทางการท่องเที่ยว	0	
ที่พัก	6	2
ภูมิอากาศ	6	2
ยานพาหนะในการท่องเที่ยว	4	3
ค่าครองชีพ	4	3
ผู้คนและขนบธรรมเนียมประเพณี	14	1
ภูมิประเทศ	4	3
อาหาร	0	
การจับจ่ายสินค้า	0	

จากตารางที่ 4.93 พบว่านักท่องเที่ยวทั้งหมดศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผู้คนและขนบธรรมเนียมประเพณีก่อนการเดินทาง รองลงมาศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก และภูมิอากาศ จำนวน 6 คน และศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับยานพาหนะในการท่องเที่ยว ภูมิอากาศ และภูมิประเทศ จำนวน 4 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.94 ระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
น้อยกว่า 1 สัปดาห์	0		
มากกว่า 1 สัปดาห์แต่น้อยกว่า 1 เดือน	10	71.4	1
1 – 6 เดือน	4	28.6	2
7-12 เดือน	0		
มากกว่า 12 เดือน	0		

จากตารางที่ 4.94 พบว่านักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวมากกว่า 1 สัปดาห์แต่น้อยกว่า 1 เดือน เป็นอันดับสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 71.4 และ ระหว่าง 1 -6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 28.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.95 แหล่งข้อมูลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูล	จำนวน	อันดับ
ประสบการณ์เดิม	10	2
คำบอกเล่าจากเพื่อน	14	1
นิตยสารหรือหนังสือพิมพ์	0	
โบรชัวร์	0	
คู่มือนักท่องเที่ยว	6	3
รายการโทรทัศน์	6	3
อินเทอร์เน็ต	4	4
บริษัทนำเที่ยว	0	
สำนักงานการท่องเที่ยว	0	
แหล่งอื่น ๆ	0	

จากตารางที่ 4.95 พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งหมดให้ความสำคัญจากคำบอกเล่าจากเพื่อน รองลงมาได้แก่ การใช้ประสบการณ์เดิม จำนวน 10 คน และ คู่มือนักท่องเที่ยว และรายการโทรทัศน์ จำนวน 4 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.96 รูปแบบการท่องเที่ยว

รูปแบบการท่องเที่ยว	จำนวน	อันดับ
หาดทรายและแสงแดด	4	2
ชนบทและธรรมชาติ	0	
วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์	10	1
เมืองและอนุสาวรีย์	0	
เยี่ยมชมเพื่อนและญาติพี่น้อง	0	
ได้รู้จักสถานที่	0	
การเดินทางเพื่อศาสนา	0	
กิจกรรมนันทนาการ	0	

จากตารางที่ 4.96 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวในรูปแบบชนบทและธรรมชาติ จำนวน 10 คน รองลงมานิยมท่องเที่ยวในรูปแบบหาดทรายและแสงแดด จำนวน 4 คน

ตารางที่ 4.97 ผู้ร่วมเดินทาง

ผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
เดินทางคนเดียว	0		
คู่สมรส	6	42.86	1
คู่รัก	0		
ครอบครัว	4	28.57	2
เพื่อน	4	28.57	2
เพื่อนร่วมงาน	0		
โดยบริษัทนำเที่ยว	0		

จากตารางที่ 4.97 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวกับคู่สมรส เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 6 คน รองลงมา นิยมมาท่องเที่ยวกับครอบครัว จำนวน 4 คน และ เพื่อน จำนวน 4 คน

ตารางที่ 4.98 ยานพาหนะที่เดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยว

ยานพาหนะ	จำนวน	อันดับ
รถยนต์เช่า	14	1
รถโค้ช	0	
รถสาธารณะ	0	
มอเตอร์ไซด์	0	
อื่น ๆ	0	

จากตารางที่ 4.98 พบว่านักท่องเที่ยวทั้งหมดนิยมเดินทางโดยรถยนต์เช่า

ตารางที่ 4.99 ประเภทของที่พักร

ที่พักร	จำนวน	อันดับ
โรงแรม	8	2
โมเต็ล	0	
รีสอร์ท	10	1
เกสต์เฮาส์	4	3
โฮมสเตย์	0	
บ้านญาติมิตร	0	

จากตารางที่ 4.99 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมเลือกเข้าพักที่รีสอร์ท เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 10 คน รองลงมานิยมเลือกเข้าพักที่โรงแรม จำนวน 8 คน และ เกสต์เฮาส์ จำนวน 4 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.100 ประเภทของอาหาร

อาหาร	จำนวน	อันดับ
อาหารไทย	14	1
อาหารตะวันตก	6	2
อาหารจีน	0	
อาหารอาหรับ	0	
อาหารอินเดีย	0	
อาหารฟาสต์ฟู้ด	0	

จากตารางที่ 4.100 พบว่านักท่องเที่ยวทั้งหมดนิยมบริโภคอาหารไทย รองลงมานิยมบริโภคอาหารตะวันตก จำนวน 6 คน

ตารางที่ 4.101 ประเภทของที่ระลึก

ของที่ระลึก	จำนวน	อันดับ
เสื้อผ้า	4	2
เครื่องหนัง	0	

ของที่ระลึก	จำนวน	อันดับ
สมุนไพร	0	
สินค้าพื้นเมือง	10	1

จากตารางที่ 4.101 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมนำสินค้าพื้นเมือง เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 10 คน รองลงมานิยมนำเสื้อผ้า จำนวน 4 คน

ตารางที่ 4.102 ประเภทของกิจกรรม

กิจกรรม	จำนวน	อันดับ
เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	10	2
เข้าชมพิพิธภัณฑ์	10	2
การจับจ่ายสินค้า	10	2
เดินเล่นรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยว	14	1
ชมการแข่งขันกีฬา	0	
ตีกอล์ฟ	0	
เล่นกีฬาทางน้ำ	0	
เดินป่า	0	
ปีนภูเขา	0	
เคย์สปา	0	
สปาในโรงแรมหรือรีสอร์ท	0	
สปาเพื่อการดูแลสุขภาพ	0	
สปาเพื่อการพยาบาล	0	
กิจกรรมผจญภัย	0	
ล่องแก่ง	0	

จากตารางที่ 4.102 พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งหมดนิยมเดินเล่นรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยว รองลงมาได้แก่เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ การจับจ่ายสินค้า และ เข้าชมพิพิธภัณฑ์

ตารางที่ 4.103 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
คุณภาพของที่พักร	3.43	.938	พึงพอใจปานกลาง
ราคาของที่พักร	4.29	.469	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจต่อที่พักโดยภาพรวม	4.00	.000	พึงพอใจมาก
คุณภาพของอาหาร	4.29	.469	พึงพอใจมาก
ราคาของอาหาร	3.86	.363	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจต่ออาหารโดยภาพรวม	4.14	.663	พึงพอใจมาก
คุณภาพของกิจกรรม	3.57	.514	พึงพอใจมาก
ราคาของกิจกรรม	4.14	.864	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจต่อกิจกรรมโดยภาพรวม	4.00	.784	พึงพอใจมาก
คุณภาพของพาหนะเดินทาง	2.29	.469	พึงพอใจน้อย
ราคาของพาหนะเดินทาง	2.57	.938	พึงพอใจปานกลาง
ความพึงพอใจต่อพาหนะเดินทางโดยภาพรวม	2.86	.864	พึงพอใจปานกลาง
จะกลับมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยอีกในอนาคต	3.86	.864	พึงพอใจมาก
จะแนะนำผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย	4.64	.633	พึงพอใจมากที่สุด

จากตารางที่ 4.103 พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจจะแนะนำผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยเป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 4.64$) รองลงมา มีความพึงพอใจในราคาของที่พักร และมีความพึงพอใจในคุณภาพของอาหาร ($\bar{X} = 4.29$) ความพึงพอใจต่ออาหารโดยภาพรวม และราคาของกิจกรรม ($\bar{X} = 4.14$) และ ความพึงพอใจต่อที่พักโดยภาพรวม และ ความพึงพอใจต่อกิจกรรมโดยภาพรวม ($\bar{X} = 4.00$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.104 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านโรงแรม

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีสระว่ายน้ำที่แยกการใช้บริการระหว่างหญิงและชาย	3.50	.760	ต้องการปานกลาง
มีเครื่องหมายแสดงทิศทางสำหรับการละหมาด	4.43	.852	ต้องการมาก
มีคัมภีร์อัลกุรอาน ผ้ารองละหมาด และเวลาการละหมาดในห้องพัก	4.50	.760	ต้องการมาก
เตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ	4.00	1.038	ต้องการมาก
มีอาหารหรือร้านอาหารฮาลาลในโรงแรม	4.64	.745	ต้องการมากที่สุด
ไม่มีช่องรายการหนังอนาจาร	2.93	1.141	ต้องการปานกลาง
พนักงานแต่งกายแบบอนุรักษ์นิยม	3.64	.929	ต้องการมาก
ไม่มีสถานบันเทิงริมน้ำและการบันเทิงที่ไม่เหมาะสมในโรงแรม	3.71	1.069	ต้องการมาก
แยกชั้นสำหรับหญิง ชายและครอบครัว	2.36	.842	ต้องการน้อย
ไม่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในมินิบาร์	3.79	.975	ต้องการมาก
ดำเนินธุรกรรมทางการเงินแบบอิสลาม	3.93	.730	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.104 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้มีอาหารหรือร้านอาหารฮาลาลในโรงแรมเป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 4.64$) รองลงมาได้แก่ ความต้องการให้มีคัมภีร์อัลกุรอาน ผ้ารองละหมาด และเวลาการละหมาดในห้องพัก ($\bar{X} = 4.50$) และมีเครื่องหมายแสดงทิศทางสำหรับการละหมาด ($\bar{X} = 4.43$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.105 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีตราสัญลักษณ์ฮาลาลให้เห็นเด่นชัด	4.36	.745	ต้องการมาก
พนักงานแต่งกายแบบอนุรักษ์นิยม	3.71	.994	ต้องการมาก
มีเมนูเป็นภาษาอังกฤษที่แสดงรูปภาพและราคาอาหาร	3.50	.650	ต้องการปานกลาง

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ให้บริการอาหารไทย	3.57	.646	ต้องการมาก
ให้บริการอาหารอาหรับ	3.36	.842	ต้องการปานกลาง
ให้บริการอาหารตะวันตก	3.36	.842	ต้องการปานกลาง
มีพนักงานหญิงเพื่อให้บริการลูกค้าเพศหญิง และพนักงานชายเพื่อให้บริการลูกค้าชาย	3.07	.917	ต้องการปานกลาง
พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้ดี	3.29	.994	ต้องการปานกลาง
พนักงานมีจิตบริการและมีความเป็นมิตร	4.14	.949	ต้องการมาก
มีการแสดงหรือการให้ความบันเทิงแบบอนุรักษ์นิยม	3.79	.975	ต้องการมาก
มีซุ้มสำหรับรับประทานอาหารสำหรับครอบครัว	3.00	.679	ต้องการปานกลาง

จากตารางที่ 4.105 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้มีตราสัญลักษณ์ศาลาให้เห็นเด่นชัด เป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 4.36$) รองลงมาได้แก่ ความต้องการให้พนักงานมีจิตบริการและมีความเป็นมิตร ($\bar{X} = 4.14$) และมีการแสดงหรือการให้ความบันเทิงแบบอนุรักษ์นิยม ($\bar{X} = 3.79$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.106 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านสปา

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มศาลา	3.71	1.383	ต้องการมาก
แยกห้องบริการสำหรับลูกค้าหญิงและชาย	3.79	1.369	ต้องการมาก
พนักงานแต่งกายแบบอนุรักษ์นิยม	3.43	1.284	ต้องการปานกลาง
มีรายการสปาเป็นภาษาอังกฤษที่แสดงรูปภาพและราคา	3.29	.726	ต้องการปานกลาง
ใช้ผลิตภัณฑ์/เครื่องสำอางศาลา	3.64	.842	ต้องการมาก
พนักงานส่วนใหญ่เป็นมุสลิม และมีพนักงานหญิงเพื่อให้บริการลูกค้าเพศหญิง และพนักงานชายเพื่อให้บริการลูกค้าชาย	3.43	.938	ต้องการปานกลาง
เตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ	3.71	.914	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.106 พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการให้แยกห้องบริการสำหรับลูกค้าหญิงและชาย เป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 3.79$) รองลงมาต้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มฮาลาล และต้องการให้เตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ ($\bar{X} = 3.71$) และ ใช้ผลิตภัณฑ์/เครื่องสำอางฮาลาล ($\bar{X} = 3.64$)ตามลำดับ

ตารางที่ 4.107 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่สาธารณะ

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีมัศจรรย์อยู่ใกล้เคียง	4.57	.756	ต้องการมากที่สุด
มีการให้บริการอุปกรณ์/ห้องละหมาดในแหล่งท่องเที่ยว สนามบิน ห้างสรรพสินค้า	3.86	1.027	ต้องการมาก
มีการขยายเสียงอาซานเพื่อแจ้งเวลาละหมาด	4.29	.914	ต้องการมาก
มีชายหาดสำหรับครอบครัว	3.14	1.027	ต้องการปานกลาง
ห้ามเล่นการพนันในที่สาธารณะ	3.57	.646	ต้องการมาก
มีตำรวจหรือเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	3.79	.802	ต้องการมาก
มีอุปกรณ์พยาบาลเบื้องต้น	4.00	.961	ต้องการมาก
มีเคบินส่วนตัวที่ชายหาด	3.21	1.122	ต้องการปานกลาง
มีธนาคารหรือการให้บริการทางการเงินแบบอิสลาม	4.00	.961	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.107 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้มีมัศจรรย์อยู่ใกล้เคียง เป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 4.57$) รองลงมา มีการขยายเสียงอาซานเพื่อแจ้งเวลาละหมาด ($\bar{X} = 4.29$) และมีอุปกรณ์พยาบาลเบื้องต้น และ มีธนาคารหรือการให้บริการทางการเงินแบบอิสลาม ($\bar{X} = 4.00$) ตามลำดับ

4.7 พฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวอาสาสมัครของนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศทวีปแอฟริกา

จากการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวอาสาสมัครของนักท่องเที่ยว จำนวน 23 คน จากกลุ่มประเทศในทวีปแอฟริกา ซึ่งจำแนกโดยเกณฑ์ของสหประชาชาติ (Miniwatts Marketing Group, 2013) ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต พังงา และสตูล ในช่วงระหว่างเดือนกันยายน – ธันวาคม 2555 ผลจากการสำรวจมีดังนี้

ตารางที่ 4.108 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

(n = 23)

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	20	87
หญิง	3	13
อายุ		
12 - 22 ปี	2	8.7
23 - 33 ปี	13	56.5
34 - 44 ปี	6	26.1
45 - 55 ปี	2	8.7
56 - 66 ปี	0	0
67 - 72 ปี	0	0
สัญชาติ		
수단	8	34.8
โซมาเลีย	12	52.2
ตูนิเซีย	3	13.0
รายได้ต่อเดือน		
ไม่มีรายได้	3	13.0
5,500 – 25,500	3	13.0
25,501-45,500	11	47.8

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
45,501-65,500	3	13.0
65,501-85,500	3	13.0
85,501-105,500	0	0
105,501-125,500	0	0
125,500 ขึ้นไป	0	0

จากตารางที่ 4.108 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 87 ส่วนใหญ่มีอายุ 23 - 33 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมา มีอายุ 34 - 44 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.1 และมีอายุ 12 - 22 ปี และ 45 - 55 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.7 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสัญชาติโซมาเลีย คิดเป็นร้อยละ 52.2 รองลงมา มีสัญชาติซูดาน และตูนิเซีย คิดเป็นร้อยละ 34.8 และ ร้อยละ 13 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 25,501-45,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.8

ตารางที่ 4.109 เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยว

เหตุผล	จำนวน	อันดับ
ต้องการได้รับประสบการณ์และวิถีชีวิตที่แปลกใหม่	15	1
การได้ท่องเที่ยวที่ต่างประเทศ	12	2
ได้แสดงออกอย่างอิสระ	0	
ภูมิประเทศที่สวยงามโดดเด่น	0	
สภาพแวดล้อมที่ดี (ด้านอากาศ น้ำ และดิน)	0	
เจ้าบ้านมีความเป็นมิตรและน่าสนใจ	0	
การต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างอบอุ่น	0	
เล่นกอล์ฟ	0	
เล่นกีฬาทางน้ำ	0	
ปีนภูเขา	0	
เดย์สปา	0	
โรงแรมและรีสอร์ทสปา	0	
สปาเพื่อการดูแลสุขภาพ	0	
สปาเพื่อการพยาบาล	0	
อื่น ๆ	1	3

จากตารางที่ 4.109 พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกเหตุผลที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยฝั่งทะเลอันดามัน เนื่องจากต้องการได้รับประสบการณ์และวิถีชีวิตที่แปลกใหม่ เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 15 คน รองลงมาได้แก่ ต้องการท่องเที่ยวที่ต่างประเทศ จำนวน 12 คน และเหตุผลอื่น ๆ จำนวน 1 คน

ตารางที่ 4.110 แหล่งที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูล	จำนวน	อันดับ
คู่มือนักท่องเที่ยวหรือโบรชัวร์	15	2
อินเทอร์เน็ต	19	1
บริษัทนำเที่ยว	0	
สำนักงานการท่องเที่ยว	4	3
การโฆษณา	0	
บทความหรือสารคดีการท่องเที่ยว	0	
คำบอกเล่าจากบุคคลในครอบครัวและเพื่อน	4	3
คำบอกเล่าของนักท่องเที่ยวคนอื่น	0	
ประสบการณ์เดิม	0	

จากตารางที่ 4.110 พบว่านักท่องเที่ยวเลือกใช้อินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข้อมูลที่จะใช้ท่องเที่ยว เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 19 คน รองลงมา เลือกแสวงหาข้อมูลจากคู่มือนักท่องเที่ยวหรือโบรชัวร์ จำนวน 15 คน สำนักงานการท่องเที่ยว จำนวน 4 คน และคำบอกเล่าจากบุคคลในครอบครัวและเพื่อน จำนวน 4 คน

ตารางที่ 4.111 ประเภทของข้อมูลที่นักท่องเที่ยวศึกษาก่อนการเดินทางท่องเที่ยว

ข้อมูล	จำนวน	อันดับ
แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	15	1
กิจกรรมทางการท่องเที่ยว	12	2
ที่พัก	3	5
ภูมิอากาศ	4	4
ยานพาหนะในการท่องเที่ยว	0	

ข้อมูล	จำนวน	อันดับ
ค่าครองชีพ	0	
ผู้คนและขนบธรรมเนียมประเพณี	3	5
ภูมิประเทศ	0	
อาหาร	0	
การจับจ่ายสินค้า	11	3

จากตารางที่ 4.111 พบว่านักท่องเที่ยวศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ก่อนการเดินทาง เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 15 คน รองลงมาศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยว จำนวน 12 คน และการจับจ่ายสินค้า จำนวน 11 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.112 ระยะเวลาในการตัดสินใจก่อนมาท่องเที่ยว

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
น้อยกว่า 1 สัปดาห์	0		
มากกว่า 1 สัปดาห์แต่น้อยกว่า 1 เดือน	12		
1 – 6 เดือน	4		
7-12 เดือน	7		
มากกว่า 12 เดือน	0		

จากตารางที่ 4.112 พบว่านักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวมากกว่า 1 สัปดาห์แต่น้อยกว่า 1 เดือน เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 12 คน รองลงมา ใช้เวลาในการตัดสินใจ 7-12 เดือน จำนวน 7 คน และใช้เวลา 1 -6 เดือน จำนวน 4 คน

ตารางที่ 4.113 แหล่งข้อมูลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูล	จำนวน	อันดับ
ประสบการณ์เดิม	0	
คำบอกเล่าจากเพื่อน	0	
นิตยสารหรือหนังสือพิมพ์	0	
โบรชัวร์	3	4

แหล่งข้อมูล	จำนวน	อันดับ
คู่มือนักท่องเที่ยว	12	1
รายการโทรทัศน์	0	
อินเทอร์เน็ต	4	3
บริษัทนำเที่ยว	0	
สำนักงานการท่องเที่ยว	11	2
แหล่งอื่น ๆ	0	

จากตารางที่ 4.113 พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับข้อมูลในคู่มือนักท่องเที่ยวสูงที่สุด จำนวน 12 คน รองลงมาได้แก่ ข้อมูลจากสำนักงานการท่องเที่ยว จำนวน 11 คน และอินเทอร์เน็ต จำนวน 4 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.114 รูปแบบการท่องเที่ยว

รูปแบบการท่องเที่ยว	จำนวน	อันดับ
หาดทรายและแสงแดด	9	1
ชนบทและธรรมชาติ	7	2
วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์	1	4
เมืองและอนุสาวรีย์	0	
เยี่ยมชมเพื่อนและญาติพี่น้อง	0	
ได้รู้จักสถานที่	6	3
การเดินทางเพื่อศาสนา	0	
กิจกรรมนันทนาการ	0	

จากตารางที่ 4.114 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวในรูปแบบหาดทรายและแสงแดด เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 9 คน รองลงมานิยมท่องเที่ยวในรูปแบบชนบทและธรรมชาติ จำนวน 7 คน และ ได้รู้จักสถานที่ จำนวน 6 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.115 ผู้ร่วมเดินทาง

ผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
เดินทางคนเดียว	0		
คู่สมรส	10	43.48	1
คู่รัก	0		
ครอบครัว	6	26.08	3
เพื่อน	7	30.45	2
เพื่อนร่วมงาน	0		
โดยบริษัทนำเที่ยว	0		

จากตารางที่ 4.115 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมนิยามมาท่องเที่ยวกับคู่สมรส เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 10คน รองลงมานิยมนิยามมาท่องเที่ยวกับเพื่อน จำนวน 7 คน และนิยมนิยามมาท่องเที่ยวกับครอบครัว เป็นอันดับท้ายสุด จำนวน 6 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.116 ยานพาหนะที่เดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยว

ยานพาหนะ	จำนวน	อันดับ
รถยนต์เช่า	0	
รถไค้ช	2	3
รถสาธารณะ	17	1
มอเตอร์ไซด์	4	2
อื่น ๆ	0	

จากตารางที่ 4.116 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมนิยามเดินทางโดยรถสาธารณะเป็นอันดับสูงสุด จำนวน 17 คน รองลงมานิยมนิยามเดินทางโดยรถมอเตอร์ไซด์ จำนวน 4 คน และรถไค้ช จำนวน 2 คน

ตารางที่ 4.117 ประเภทของที่พัค

ที่พัก	จำนวน	อันดับ
โรงแรม	12	1

ที่พัก	จำนวน	อันดับ
โมเต็ล	0	
รีสอร์ท	0	
เกสต์เฮาส์	0	
โฮมสเตย์	8	2
บ้านญาติมิตร	0	

จากตารางที่ 4.117 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมนิยมเลือกเข้าพักที่โรงแรม เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 12 คน รองลงมานิยมนิยมเลือกเข้าพักที่โฮมสเตย์ จำนวน 8 คน

ตารางที่ 4.118 ประเภทของอาหาร

อาหาร	จำนวน	อันดับ
อาหารไทย	3	3
อาหารตะวันตก	7	2
อาหารจีน	0	
อาหารอาหรับ	19	1
อาหารอินเดีย	0	
อาหารฟาสต์ฟู้ด	0	
อื่น ๆ	3	3

จากตารางที่ 4.118 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมนิยมบริโภคอาหารอาหรับ เป็นอันดับสูงสุด จำนวน 19 คน รองลงมานิยมนิยมบริโภคอาหารตะวันตก จำนวน 7 คน และนิยมนิยมบริโภคอาหารไทย และอาหารอื่น ๆ ประเภทละ 3 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.119 ประเภทของที่ระลึก

ของที่ระลึก	จำนวน	อันดับ
เสื้อผ้า	4	2
เครื่องหนัง	4	2
สมุนไพร	8	1
สินค้าพื้นเมือง	4	2

จากตารางที่ 4.119 พบว่านักท่องเที่ยวนิยมนั่งชมไฟพรเป็นอันดับสูงสุด จำนวน 8 คน รองลงมานิยมนั่ง ชื้อเสื้อผ้า เครื่องหนัง และสินค้าพื้นเมือง เป็นจำนวนเท่ากัน

ตารางที่ 4.120 ประเภทของกิจกรรม

กิจกรรม	จำนวน	อันดับ
เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	8	2
เข้าชมพิพิธภัณฑ์	8	2
การจับจ่ายสินค้า	16	1
เดินเล่นรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยว	8	2
ชมการแข่งขันกีฬา	0	
ตีกอล์ฟ	0	
เล่นกีฬาทางน้ำ	4	3
เดินป่า	0	
ปีนภูเขา	0	
เคย์สปา	0	
สปาในโรงแรมหรือรีสอร์ท	4	3
สปาเพื่อการดูแลสุขภาพ	4	3
สปาเพื่อการพยาบาล	0	
กิจกรรมผจญภัย	4	3
ล่องแก่ง	0	

จากตารางที่ 4.120 พบว่า นักท่องเที่ยวนิยมนั่งจ่ายสินค้าเป็นอันดับแรกสุด จำนวน 16 คน รองลงมาได้แก่ เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เข้าชมพิพิธภัณฑ์ และ เดินเล่นรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยว จำนวนกิจกรรมละ 8 คน

ตารางที่ 4.121 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
คุณภาพของที่พักร	4.70	.470	พึงพอใจมากที่สุด
ราคาของที่พักร	3.70	.470	พึงพอใจมาก

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ความพึงพอใจต่อที่พักโดยภาพรวม	3.17	.937	พึงพอใจปานกลาง
คุณภาพของอาหาร	3.00	.000	พึงพอใจปานกลาง
ราคาของอาหาร	3.65	.487	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจต่ออาหารโดยภาพรวม	3.13	.920	พึงพอใจปานกลาง
คุณภาพของกิจกรรม	3.39	1.406	พึงพอใจปานกลาง
ราคาของกิจกรรม	2.78	.671	พึงพอใจปานกลาง
ความพึงพอใจต่อกิจกรรมโดยภาพรวม	2.96	.825	พึงพอใจปานกลาง
คุณภาพของพาหนะเดินทาง	3.13	.344	พึงพอใจปานกลาง
ราคาของพาหนะเดินทาง	3.74	1.096	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจต่อพาหนะเดินทางโดยภาพรวม	3.52	.511	พึงพอใจมาก
จะกลับมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยอีกในอนาคต	3.52	.511	พึงพอใจมาก
จะแนะนำผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย	4.00	.000	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 4.121 พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในคุณภาพของที่พักเป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 4.70$) เป็นอันดับสูงสุด รองลงมาคือความพึงพอใจมากที่จะแนะนำผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย ($\bar{X} = 4.00$) และมีความพึงพอใจในราคาของพาหนะเดินทาง ($\bar{X} = 3.74$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.122 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านโรงแรม

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีสระว่ายน้ำที่แยกการใช้บริการระหว่างหญิงและชาย	4.13	.920	ต้องการมาก
มีเครื่องหมายแสดงทิศทางสำหรับการละหมาด	3.87	.968	ต้องการมาก
มีคัมภีร์อัลกุรอาน ผ้ารองละหมาด และเวลาการละหมาดในห้องพัก	4.35	1.071	ต้องการมาก

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
เตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ	4.43	1.080	ต้องการมาก
มีอาหารหรือร้านอาหารฮาลาลในโรงแรม	3.96	1.492	ต้องการมาก
ไม่มีช่องรายการหนังอนาจาร	3.61	1.373	ต้องการมาก
พนักงานแต่งกายแบบอนุรักษ์นิยม	4.00	1.168	ต้องการมาก
ไม่มีสถานบันเทิงริมน้ำและการบันเทิงที่ไม่เหมาะสมในโรงแรม	4.35	.832	ต้องการมาก
แยกชั้นสำหรับหญิง ชายและครอบครัว	3.70	1.329	ต้องการมาก
ไม่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในมินิบาร์	4.22	.902	ต้องการมาก
ดำเนินการธุรกรรมทางการเงินแบบอิสลาม	4.22	.850	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.122 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้ต้องการให้มีเตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ เป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 4.43$) รองลงมาได้แก่ ความต้องการให้มีคัมภีร์อัลกุรอานสำหรับละหมาดและเวลาการละหมาดในห้องพัก และ ไม่มีสถานบันเทิงริมน้ำและการบันเทิงที่ไม่เหมาะสมในโรงแรม ($\bar{X} = 4.35$) และ ไม่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในมินิบาร์ และ ดำเนินธุรกรรมทางการเงินแบบอิสลาม มี ($\bar{X} = 4.22$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.123 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีตราสัญลักษณ์ฮาลาลให้เห็นเด่นชัด	4.61	.583	ต้องการมาก
พนักงานแต่งกายแบบอนุรักษ์นิยม	4.30	.876	ต้องการมาก
มีเมนูเป็นภาษาอังกฤษที่แสดงรูปภาพและราคาอาหาร	4.00	.953	ต้องการมาก
ให้บริการอาหารไทย	4.17	.834	ต้องการมาก
ให้บริการอาหารอาหรับ	4.00	.905	ต้องการปานกลาง
ให้บริการอาหารตะวันตก	3.83	.984	ต้องการปานกลาง
มีพนักงานหญิงเพื่อให้บริการลูกค้าเพศหญิง และพนักงานชายเพื่อให้บริการลูกค้าชาย	2.87	.869	ต้องการปานกลาง

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้ดี	3.87	1.058	ต้องการมาก
พนักงานมีจิตบริการและมีความเป็นมิตร	4.39	.783	ต้องการมาก
มีการแสดงหรือการให้ความบันเทิงแบบอนุรักษนิยม	4.00	1.168	ต้องการมาก
มีซุ้มสำหรับรับประทานอาหารสำหรับครอบครัว	3.96	1.065	ต้องการปานกลาง

จากตารางที่ 4.123 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้มีตราสัญลักษณ์ศาลาให้เห็นเด่นชัด เป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 4.61$) รองลงมาได้แก่ ความต้องการให้พนักงานมีจิตบริการและมีความเป็นมิตร ($\bar{X} = 4.39$) และมีการแสดงหรือการให้ความบันเทิงแบบอนุรักษนิยม ($\bar{X} = 4.30$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.124 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านสปา

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มศาลา	3.83	.937	ต้องการมาก
แยกห้องบริการสำหรับลูกค้าหญิงและชาย	4.00	1.168	ต้องการมาก
พนักงานแต่งกายแบบอนุรักษนิยม	3.65	.832	ต้องการปานกลาง
มีรายการสปาเป็นภาษาอังกฤษที่แสดงรูปภาพและราคา	4.13	.869	ต้องการมาก
ใช้ผลิตภัณฑ์/เครื่องสำอางศาลา	4.04	.928	ต้องการมาก
พนักงานส่วนใหญ่เป็นมุสลิม และมีพนักงานหญิงเพื่อให้บริการลูกค้าเพศหญิง และพนักงานชายเพื่อให้บริการลูกค้าชาย	4.17	.887	ต้องการมาก
เตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ	4.04	1.065	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.124 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้พนักงานส่วนใหญ่เป็นมุสลิม และมีพนักงานหญิงเพื่อให้บริการลูกค้าเพศหญิง และพนักงานชายเพื่อให้บริการลูกค้าชาย เป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 4.17$) รองลงมาได้แก่ รายการสปาเป็นภาษาอังกฤษที่แสดงรูปภาพและราคา ($\bar{X} =$

4.13) ใช้ผลิตภัณฑ์/เครื่องสำอางสาลาล และเตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ ($\bar{X} = 4.04$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.125 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่สาธารณะ

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีมัสยิดอยู่ใกล้เคียง	4.39	.988	ต้องการมาก
มีการให้บริการอุปกรณ์/ห้องละหมาดในแหล่งท่องเที่ยว สนามบิน ห้างสรรพสินค้า	4.17	.937	ต้องการมาก
มีการขยายเสียงอาซานเพื่อแจ้งเวลละหมาด	4.39	.891	ต้องการมาก
มีชายหาดสำหรับครอบครัว	4.00	1.168	ต้องการปานกลาง
ห้ามเล่นการพนันในที่สาธารณะ	3.91	.996	ต้องการมาก
มีตำรวจหรือเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	4.13	.920	ต้องการมาก
มีอุปกรณ์พยาบาลเบื้องต้น	4.00	1.044	ต้องการมาก
มีเคบินส่วนตัวที่ชายหาด	4.00	1.168	ต้องการปานกลาง
มีธนาคารหรือการให้บริการทางการเงินแบบอิสลาม	4.13	1.058	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.125 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้มีมัสยิดอยู่ใกล้เคียง และ มีการขยายเสียงอาซานเพื่อแจ้งเวลละหมาด เป็นอันดับสูงสุด ($\bar{X} = 4.39$) รองลงมาได้แก่ มีการให้บริการอุปกรณ์/ห้องละหมาดในแหล่งท่องเที่ยว สนามบิน ห้างสรรพสินค้า ($\bar{X} = 4.17$) และมีตำรวจหรือเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และ มีธนาคารหรือการให้บริการทางการเงินแบบอิสลาม ($\bar{X} = 4.13$) ตามลำดับ

นอกจากการศึกษาข้อมูลพฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสอบถามนักท่องเที่ยวมุสลิมแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการจัดสนทนากลุ่ม เพื่อศึกษาพฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศมุสลิม จำนวน 8 คน ซึ่งประกอบไปด้วย นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ประเทศจอร์แดน ประเทศเยเมน ประเทศลิเบีย ซึ่งจากการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยได้นำมาทำการสังเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวมุสลิม พบว่า พฤติกรรมของ

นักท่องเที่ยวในภาพรวมสอดคล้องกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวมุสลิม ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวมุสลิมศึกษาแหล่งข้อมูลมาเที่ยวเมืองไทยทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ซึ่งจากการสนทนากลุ่มนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศมุสลิมได้ให้เห็นผลสนับสนุนถึงการศึกษาแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตสามารถทำได้สะดวก และสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้อย่างทั่วถึงรวดเร็ว

2. ข้อมูลส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวมุสลิมสืบค้นในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองไทย คือ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศมุสลิมได้เห็นผลสนับสนุนว่า การตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งต่าง ๆ นั้น ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญมากที่สุด

3. แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ คำบอกเล่าจากเพื่อน โดยนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศมุสลิมให้เหตุผลในการสนับสนุนถึงการตัดสินใจมาเที่ยวประเทศไทย จากคำบอกเล่าของเพื่อน เพราะเพื่อนเป็นผู้ที่ตนคิดว่าเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้มากที่สุด

4. รูปแบบการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมุสลิมส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวตามแหล่งที่เที่ยว หาดทรายและแสงแดด โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง เพราะกลุ่มประเทศตะวันออกกลางเป็นประเทศที่มีทะเลทราย จึงไม่ค่อยได้สัมผัสกับหาดทราย

5. นักท่องเที่ยวมุสลิมที่เป็นสุภาพบุรุษส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยกับเพื่อนมากที่สุด โดยให้เหตุผลสนับสนุน คือ ต้องการเดินทางมาสำรวจเบื้องต้นก่อนว่า แหล่งท่องเที่ยวประเทศไทย มีความสวยงาม และปลอดภัย สำหรับการตัดสินใจพาครอบครัวมาท่องเที่ยวหรือไม่ หากมีความสวยงาม และปลอดภัยก็จะตัดสินใจพาครอบครัวมาท่องเที่ยวในภายหลัง

6. ยานพาหนะที่เดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมุสลิมส่วนใหญ่ เลือกที่จะใช้บริการ เช่ารถยนต์ โดยให้เหตุผลในการสนับสนุนในการใช้บริการเช่ารถยนต์ เพราะสามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้สะดวก และราคาไม่สูงมากนัก

7. ประเภทของที่พัก นักท่องเที่ยวมุสลิมส่วนใหญ่ เลือกที่จะพักโรงแรม โดยให้เหตุผลสนับสนุนว่า เป็นแหล่งที่พักที่สะดวก สะอาด และปลอดภัย

8. ประเภทอาหารที่นักท่องเที่ยวมุสลิมส่วนใหญ่รับประทาน คือ อาหารไทย โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิมได้กล่าวว่า ชื่อเสียงของอาหารไทย โดยเฉพาะต้มยำกุ้ง เป็นที่รู้จักเป็นอย่างดี และเมื่อเดินทางมาเมืองไทยก็ต้องการที่จะรับประทานอาหารไทย ซึ่งนอกจากต้มยำกุ้งแล้ว นักท่องเที่ยวมุสลิมชอบที่จะรับประทานแกงเขียวหวานไก่

9. ประเภทสินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวมุสลิมตัดสินใจเลือกซื้อ คือ สินค้าประเภทพื้นเมือง โดยให้เหตุผลสนับสนุนว่า สินค้าที่ระลึก เป็นสินค้าที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของประเทศ และแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยว

10. ประเภทกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมุสลิมสนใจ คือ การเดินเล่นบริเวณรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งสุภาพสตรีมุสลิม ทั้งนี้เพราะข้อจำกัดทางศาสนา ทำให้ไม่สามารถใช้บริการกิจกรรมที่โลดโผน

สำหรับความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม นั้น จากการศึกษาข้อมูลจากแบบสอบถาม และการจัดสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์ข้อมูล ได้ดังนี้

1. ความต้องการที่พักของโรงแรมนั้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวมุสลิมส่วนใหญ่เลือกที่จะเข้าพักที่โรงแรม ดังนั้น จึงมีความต้องการให้โรงแรมมีเครื่องหมายแสดงทิศทางสำหรับการละหมาดมากที่สุด เพราะการละหมาดเป็นภารกิจหนึ่งตามหลักของศาสนาอิสลาม ซึ่งนักท่องเที่ยวมุสลิมให้ความสำคัญมาก และนอกจากนี้ยังมีความต้องการให้ภายในโรงแรมที่พักมีร้านอาหารฮาลาล เพื่อสะดวกในการใช้บริการ ไม่ต้องเดินทางไปยังร้านอาหารฮาลาลบริเวณอื่น เนื่องจากร้านอาหารฮาลาลเป็นร้านอาหารที่มีจำนวนน้อย

2. นักท่องเที่ยวมุสลิมมีความต้องการให้ร้านอาหารฮาลาล ที่ตนเองเข้าไปใช้บริการนั้น ควรแสดงให้เห็นตราสัญลักษณ์ฮาลาล ที่ได้รับการรับรอง เพราะการแสดงตราสัญลักษณ์ไว้ที่หน้าร้าน จะทำให้นักท่องเที่ยวมุสลิมมีความมั่นใจในการรับประทานอาหารดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น

3. ความต้องการด้านสปา นักท่องเที่ยวมุสลิมมีความต้องการให้ธุรกิจสปา ใช้ผลิตภัณฑ์หรือเครื่องสำอางที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาล เพราะทำให้นักท่องเที่ยวมุสลิมมีความมั่นใจในการใช้บริการเพิ่มมากขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวมุสลิมจะให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปตามมาตรฐานตามหลักของศาสนาอิสลาม

4. นักท่องเที่ยวมุสลิมมีความต้องการให้มีมัสยิดบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวทั้งนี้ เพื่อความสะดวกในการเดินทางไปปฏิบัติภารกิจทางศาสนา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบ่ายวันศุกร์ ซึ่งผู้ชายที่นับถือศาสนาอิสลามทุกคนจะต้องเดินทางไปยังมัสยิดเพื่อทำพิธีทางศาสนา

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวฮาลาล ผู้ทะเลอันดามันของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว ความต้องการการท่องเที่ยวฮาลาล และ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม ซึ่งการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เป็นการวิจัยแบบตัดขวางแบบง่าย (Simple Cross-Sectional Design) โดยเก็บข้อมูลครั้งเดียวแล้วทำการวิเคราะห์ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวจากประเทศกลุ่มมุสลิม ซึ่งประกอบด้วย 57 ประเทศทั่วโลก ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ของฝั่งทะเลอันดามัน ได้แก่ พังงา ภูเก็ต กระบี่ สตูล กลุ่มตัวอย่างจึงเป็นนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศมุสลิม จำนวน 400 คน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา ภูเก็ต กระบี่ สตูล ซึ่งถูกเลือกมาโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็นทั้งหมด 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยลักษณะข้อคำถามของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ และเติมคำในช่องว่าง ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านก่อนการเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 5 ข้อ ซึ่งเป็นข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ และเติมคำในช่องว่าง 2) ด้านระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 11 ข้อ ซึ่งข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ และเติมคำในช่องว่าง และ 3) ด้านความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้บริการธุรกิจท่องเที่ยว จำนวน 14 ข้อ ซึ่งข้อคำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตอนที่ 3 ความต้องการของนักท่องเที่ยว จำนวน 40 ข้อ โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ความต้องการด้านโรงแรมที่พัก จำนวน 11 ข้อ 2) ความต้องการด้านร้านอาหาร จำนวน 11 ข้อ 3) ความต้องการด้านร้านสปา จำนวน 7 ข้อ 4) ความต้องการด้านพื้นที่สาธารณะ จำนวน 11 ข้อ ซึ่งข้อคำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

คณะผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นจากนิยาม แนวคิด และทฤษฎี โดยมีการปรับปรุงให้มีความเหมาะสมกับบริบทที่ศึกษา ได้ผ่านการตรวจสอบความชัดเจน ความถูกต้องของการใช้ถ้อยคำ ภาษา และความเที่ยงตรงของเนื้อหาที่ต้องการจากผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน แล้วจึงวิเคราะห์หาค่า

ความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ .86 จากนั้นจึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้มาทำการวิเคราะห์ ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) วิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยแจกแจงความถี่ แล้วคำนวณหาร้อยละ วิเคราะห์ความพึงพอใจที่ได้จากการเข้ารับบริการจากธุรกิจท่องเที่ยว และความต้องการการท่องเที่ยวสากลของนักท่องเที่ยว โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว ด้วยการหาใช้ค่าเฉลี่ย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

จากผลการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการด้านการท่องเที่ยวสากล ผู้ทะเลอันดามันของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ด้านข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างประกอบไปด้วยนักท่องเที่ยวจาก 17 ประเทศ ได้แก่ ปากีสถาน อินโดนีเซีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ คูเวต ซูดาน ซิเรีย อิหร่าน ตุรกี มาเลเซีย คาซัคสถาน จอร์แดน โชมเลีย อีรัก เลบานอน บังกลาเทศ เยเมน และคูนิเซีย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวมลายู เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 23 - 33 ปี มีสถานภาพสมรส สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นลูกจ้าง ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 25,501 - 45,500 บาท

2. ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว

2.1 เหตุผลในการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกเหตุผลที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้ทะเลอันดามัน เนื่องจากต้องการได้รับประสบการณ์และวิถีชีวิตที่แปลกใหม่เป็นอันดับสูงสุด รองลงมา คือ การได้ท่องเที่ยวที่ต่างประเทศ เข้าบ้านมีความเป็นมิตรและน่าสนใจ การต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างอบอุ่น ได้แสดงออกอย่างอิสระ ตามลำดับ

2.2 แหล่งที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกใช้อินเตอร์เน็ตในการแสวงหาข้อมูลที่จะใช้ท่องเที่ยว เป็นอันดับสูงสุด รองลงมา คือ คู่มือนักท่องเที่ยวหรือโบว์ชัวร์ คำบอกเล่าจากบุคคลในครอบครัวและเพื่อน บริษัทนำเที่ยว ประสบการณ์เดิม การโฆษณา แหล่งที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้น้อยที่สุด คือ บทความหรือสารคดีการท่องเที่ยว

2.3 ประเภทของข้อมูลที่นักท่องเที่ยวศึกษาก่อนการเดินทางท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวนิยมศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ก่อนการเดินทางเป็นอันดับสูงสุด รองลงมา คือ ข้อมูลเกี่ยวกับผู้คนและขนบธรรมเนียมประเพณี กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ที่พัก ภูมิอากาศ การจับจ่ายสินค้า อาหาร ภูมิประเทศ ค่าครองชีพ และยานพาหนะในการท่องเที่ยวตามลำดับ

2.4 ระยะเวลาในการตัดสินใจก่อนมาท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวมากกว่า 1 สัปดาห์ แต่น้อยกว่า 1 เดือน รองลงมาใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจน้อยกว่า 1 สัปดาห์ และใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว 1 - 6 เดือน ตามลำดับ

2.5 แหล่งข้อมูลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว

คำบอกเล่าจากเพื่อนเป็นแหล่งข้อมูลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ประสบการณ์ในการมาครั้งก่อน นิตยสารหรือหนังสือพิมพ์ ตามลำดับ โดยแหล่งที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวน้อยที่สุด คือ รายการโทรทัศน์

2.6 รูปแบบการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวในรูปแบบหาดทรายและแสงแดด เป็นอันดับสูงสุด รองลงมานิยมท่องเที่ยวชนบทและธรรมชาติเพื่อรู้จักสถานที่ กิจกรรมนันทนาการ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เมืองและอนุสาวรีย์ เยี่ยมเยือนเพื่อนและญาติพี่น้อง และการเดินทางเพื่อศาสนาตามลำดับ

2.7 ผู้ร่วมเดินทาง

นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวกับเพื่อน เป็นอันดับสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ท่องเที่ยวกับครอบครัว คู่สมรส เดินทางคนเดียว เพื่อนร่วมงาน บริษัทนำเที่ยว และคู่รัก ตามลำดับ

2.8 ยานพาหนะที่เดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยว

ส่วนใหญ่นิยมเดินทางโดยรถยนต์เช่า รองลงมา นิยมเดินทางโดยรถสาธารณะ รถไค้ช ยานพาหนะอื่น ๆ และมอเตอร์ไซค์ ตามลำดับ

2.9 ประเภทของที่พัก

ส่วนใหญ่นิยมเลือกเข้าพักโรงแรม รองลงมานิยมเลือกเข้าพักรีสอร์ต โฮมสเตย์ เกสต์เฮาส์ โมเต็ลและ บ้านญาติมิตร ตามลำดับ

2.10 ประเภทของอาหาร

ส่วนใหญ่นิยมบริโภคอาหารไทย รองลงมา ได้แก่ อาหารอาหรับ อาหารตะวันตก อาหารอินเดีย อาหารฟาสต์ฟู้ด และอาหารจีน ตามลำดับ

2.11 ประเภทของที่ระลึก

ส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้าพื้นเมือง รองลงมานิยมซื้อเสื้อผ้า สมุนไพร และ เครื่องหนัง ตามลำดับ

2.12 ประเภทของกิจกรรม

ส่วนใหญ่นิยมเดินเล่นรอบๆ แหล่งท่องเที่ยว รองลงมานิยมจับจ่ายสินค้าและนยืมเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวให้ความสนใจในการเข้าใช้สปาเพื่อการผ่อนคลายน้อยที่สุด

2.13 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน 4,673 บาท โดยใช้จ่ายเพื่อการจับจ่ายสินค้ามากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ตามลำดับเมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวประเทศอื่น ๆ ในปี 2555 ที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย (กรมการท่องเที่ยว, มปป.) พบว่า 1) นักท่องเที่ยวชาวจีน มีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน 4,826 บาท โดยเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับที่พัก 1,296 บาท ค่าจับจ่ายสินค้า 1,209 บาท ค่าอาหารและเครื่องดื่ม 895 บาท และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ 1,426 บาท 2) นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน 4,725 บาท โดยเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับที่พัก 1,554 บาท ค่าจับจ่ายสินค้า 995 บาท ค่าอาหารและเครื่องดื่ม 873 บาท และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ 1,303 บาท 3) นักท่องเที่ยวชาวแคนาดา มีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน 4,328 บาท โดยเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับที่พัก 1,384 บาท ค่าจับจ่ายสินค้า 883 บาท ค่าอาหารและเครื่องดื่ม 876 บาท และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ 1,185 บาท 4) นักท่องเที่ยวชาวสวีเดน มีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน 3,757 บาท โดยเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับที่พัก 1,186 บาท ค่าจับจ่ายสินค้า 702 บาท ค่าอาหารและเครื่องดื่ม 834 บาท และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ 1,035 บาท

นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิมที่มาท่องเที่ยวฝั่งทะเลอันดามัน มีพฤติกรรมในการใช้จ่ายสำหรับค่าที่พักใกล้เคียงกับนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ญี่ปุ่น แคนาดา และสวีเดน แต่นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิมให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายเพื่อจับจ่ายสินค้า อาหารและเครื่องดื่มมากกว่านักท่องเที่ยวในประเทศดังกล่าว

3. ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

เมื่อจำแนกความพึงพอใจออกเป็น 4 ประเด็น ได้แก่ ด้านที่พัก อาหาร กิจกรรม และยานพาหนะ พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจทั้ง 4 ประเด็นในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อราคาของอาหาร เป็นอันดับสูงสุด รองลงมาได้แก่ คุณภาพและราคาของที่พัก คุณภาพของอาหารและคุณภาพของกิจกรรม ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในพาหนะเดินทางโดยภาพรวมน้อยที่สุด

4. ความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ

4.1 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านโรงแรม

นักท่องเที่ยวต้องการให้มีเครื่องหมายแสดงทิศทางสำหรับการละหมาดและมีอาหารหรือร้านอาหารฮาลาลในโรงแรม เป็นอันดับสูงสุด รองลงมาได้แก่ การมีคัมภีร์อัลกุรอาน ฝัรองละหมาดและเวลาการละหมาดในห้องพัก และต้องการให้มีเตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการให้แยกชั้นสำหรับหญิง ชายและครอบครัว น้อยที่สุด

4.2 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร

นักท่องเที่ยวต้องการให้มีตราสัญลักษณ์ฮาลาลให้เห็นเด่นชัด เป็นอันดับสูงสุด รองลงมาได้แก่ ต้องการให้พนักงานมีจิตบริการและมีความเป็นมิตร และต้องการให้มีการแสดงหรือการให้ความบันเทิงแบบอนุรักษนิยม ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการให้มีพนักงานหญิงเพื่อให้บริการลูกค้าเพศหญิง และพนักงานชายเพื่อให้บริการลูกค้าชายน้อยที่สุด

4.3 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านร้านสปา

นักท่องเที่ยวต้องการให้แยกห้องบริการสำหรับลูกค้าหญิงและชาย เป็นอันดับสูงสุด รองลงมาได้แก่ ต้องการให้ใช้ผลิตภัณฑ์/เครื่องสำอางค์ฮาลาล และต้องการให้เตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการให้พนักงานแต่งกายแบบอนุรักษนิยม น้อยที่สุด

4.4 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่สาธารณะ

นักท่องเที่ยวต้องการให้มีมัสยิดอยู่ใกล้เตียง เป็นอันดับสูงสุด รองลงมาได้แก่ ต้องการให้มีชายหาดสำหรับครอบครัว และห้ามเล่นการพนันในที่สาธารณะ ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการให้มีอุปกรณ์พยาบาลเบื้องต้นน้อยที่สุด

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยจำแนกตามประเทศในแต่ละกลุ่มทวีปสามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 5. สรุปพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิมจำแนกตามทวีปต่าง ๆ

นักท่องเที่ยว	พฤติกรรมก่อนการเดินทาง	พฤติกรรมระหว่างเดินทาง	ความต้องการด้านโรงแรม	ความต้องการด้านร้านอาหาร	ความต้องการด้านร้านสปา	ความต้องการด้านสถานที่สาธารณะ
นักท่องเที่ยวทั้งหมด จำนวน 400 คน	เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยว คือต้องการได้รับประสบการณ์และวิถีชีวิตที่แปลกใหม่โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการแสวงหาข้อมูล คำบอกเล่าจากเพื่อนส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมากที่สุด	เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อนในรูปแบบหาทราย และแสงแดด โดยใช้รถยนต์เช่าเป็นยานพาหนะเลือกเข้าพักในโรงแรมและบริโภคน้ำดื่มเป็นไทยเป็นหลัก ซื้อสินค้าพื้นเมืองเพื่อเป็นของที่ระลึก ชอบเดินทางเล่นรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด	ต้องการให้มีเครื่องหมายแสดงทิศทางสำหรับการละหมาด และมีอาหารหรือร้านอาหารฮาลาลในโรงแรมมากที่สุด รองลงมา คือ มีคัมภีร์ อัลกุรอาน ผ้ารองและเวลาการละหมาดในห้องพัก และห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะตามลำดับ	มีตราสัญลักษณ์ฮาลาลให้เห็นเด่นชัดมากที่สุด รองลงมา คือ ต้องการให้พนักงานมีจิตบริการและมีความเป็นมิตร และมีการแสดง หรือการให้ความบันเทิงแบบอนุรักษนิยม ตามลำดับ	ต้องการให้แยกห้องบริการสำหรับลูกค้าหญิงและชายมากที่สุด รองลงมา คือ ต้องการให้ใช้ผลิตภัณฑ์ฮาลาลและเตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะตามลำดับ	ต้องการให้มีมัสยิดอยู่ใกล้เคียงมากที่สุด รองลงมา คือ ต้องการให้มีชายหาดสำหรับครอบครัว และห้ามเล่นการพนันในที่สาธารณะตามลำดับ

นักท่องเที่ยว	พฤติกรรมก่อนการเดินทาง	พฤติกรรมระหว่างเดินทาง	ความต้องการด้านโรงแรม	ความต้องการด้านร้านอาหาร	ความต้องการด้านร้านสปา	ความต้องการด้านสถานที่สาธารณะ
นักท่องเที่ยวจากทวีปเอเชีย จำนวน 280 คน	เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยว คือต้องการได้รับประสบการณ์และวิถีชีวิตที่แปลกใหม่ โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางหลักในการแสวงหาข้อมูล คำบอกเล่าจากเพื่อนส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมากที่สุด	เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวในรูปแบบหาดทรายและแสงแดด โดยใช้รถยนต์เช่าเป็นยานพาหนะ เลือกเข้าพักในโรงแรมและบรีโกลอาหารไทยเป็นหลักซื้อสินค้าพื้นเมืองเพื่อเป็นของที่ระลึก ชอบเดินเล่นรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด	ต้องการให้มีเครื่องหมายแสดงทิศทางสำหรับการละหมาด และมีอาหารหรือร้านอาหารฮาลาลในโรงแรมมากที่สุด รองลงมา คือ การมีคัมภีร์อัลกุรอาน ผ้ารองละหมาด และเวลาการละหมาดในห้องพัก และเตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ ตามลำดับ	ต้องการให้มีตราสัญลักษณ์ฮาลาลให้เห็นเด่นชัดมากที่สุด รองลงมา คือ พนักงานมีจิตบริการและมีความเป็นมิตร และมีการแสดง หรือการให้ความบันเทิงแบบอนุรักษนิยมตามลำดับ	ต้องการให้แยกห้องบริการสำหรับลูกค้าหญิงและชายมากที่สุด รองลงมา คือ เตียงและห้องน้ำหันไปทางนครเมกกะ และต้องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มฮาลาลตามลำดับ	ต้องการให้มีมัสยิดอยู่ใกล้เคียงมากที่สุด รองลงมา ต้องการให้มีการขยายเสียงอาซาน และมีการให้บริการอุปกรณ์/ห้องละหมาดในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และสนามบินตามลำดับ

นักท่องเที่ยว	พฤติกรรมก่อนการเดินทาง	พฤติกรรมระหว่างเดินทาง	ความต้องการด้านโรงแรม	ความต้องการด้านร้านอาหาร	ความต้องการด้านร้านสปา	ความต้องการด้านสถานที่สาธารณะ
นักท่องเที่ยวจากทวีปตะวันออกกลาง จำนวน 83 คน	เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยว คือต้องการได้รับประสบการณ์ และวิถีชีวิตที่แปลกใหม่ โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางหลักในการแสวงหาข้อมูล คำบอกเล่าจากเพื่อน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมากที่สุด	เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อนในรูปแบบหาดทรายและแสงแดด โดยใช้รถยนต์เช่าเป็นยานพาหนะ เลือกเข้าพักในโรงแรมและบริโภคอาหารอาหรับเป็นหลัก ซื้อเสื้อผ้าเพื่อเป็นของที่ระลึก ชอบเดินเล่นรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด	มีเครื่องหมายแสดงทิศทางสำหรับการละหมาดมากที่สุด รองลงมา คือ การดำเนินธุรกรรมทางการเงินแบบอิสลาม และมีอาหารหรือร้านอาหารฮาลาล ในโรงแรม และมีสระว่ายน้ำแยกสำหรับหญิงและชายตามลำดับ	มีตราสัญลักษณ์ฮาลาลให้เห็นเด่นชัดและพนักงานมีจิตบริการและมีความเป็นมิตรมากที่สุด รองลงมา คือ การแสดง หรือการให้ความบันเทิงแบบอนุรักษ์นิยม และเมนูอาหารที่เป็นภาษาอังกฤษที่แสดงรูปภาพและราคา ตามลำดับ	ใช้ผลิตภัณฑ์ฮาลาลมากที่สุด รองลงมา คือ มีรายการสปาเป็นภาษาอังกฤษที่แสดงรูปภาพและราคา และแยกห้องบริการสำหรับลูกค้าหญิงและชายตามลำดับ	มีมัสดิอยู่ใกล้เคียงมากที่สุด รองลงมา ต้องการให้มีการขยายเสียงอาซาน และมีการให้บริการอุปกรณ์/ห้องละหมาดในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และสนามบินตามลำดับ

นักท่องเที่ยว	พฤติกรรมก่อนการเดินทาง	พฤติกรรมระหว่างเดินทาง	ความต้องการด้านโรงแรม	ความต้องการด้านร้านอาหาร	ความต้องการด้านร้านสปา	ความต้องการด้านสถานที่สาธารณะ
นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป จำนวน 14 คน	เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยว คือ ต้องการท่องเที่ยวที่ต่างประเทศ โดยใช้อินเตอร์เน็ตเป็นช่องทางหลักในการแสวงหาข้อมูล คำบอกเล่าจากเพื่อนส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมากที่สุด	เดินทางท่องเที่ยวกับคู่สมรสในรูปแบบวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ โดยใช้รถยนต์เช่าเป็นยานพาหนะ เลือกเข้าพักในรีสอร์ทและบรีกคอาหารอาหารไทยเป็นหลัก ซื้อสินค้าพื้นเมืองเพื่อเป็นของที่ระลึก ชอบเดินเล่นรอบๆ แหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด	มีอาหารหรือร้านอาหารฮาลาล ในโรงแรม มากที่สุด รongลงมา คือ การมีคัมภีร์อัลกุรอาน ผ้ารองละหมาด และเวลาการละหมาดในห้องพัก และมีเครื่องหมายแสดงทิศทางสำหรับการละหมาด ตามลำดับ	มีตราสัญลักษณ์ฮาลาลให้เห็นเด่นชัดมากที่สุดรองลงมา คือ พนักงานมีจิตบริการและมีความเป็นมิตร และมีการแสดง หรือการให้ความบันเทิงแบบอนุรักษนิยม ตามลำดับ	แยกห้องบริการสำหรับลูกค้าหญิงและชาย มากที่สุด รongลงมา คือ การให้บริการอาหารและเครื่องดื่มฮาลาล และเตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางนครเมกกะ และใช้ผลิตภัณฑ์ฮาลาล ตามลำดับ	มีมัสยิดอยู่ใกล้เคียงมากที่สุด รongลงมา คือ ต้องการให้มีการขยายเสียงอาซาน และมีอุปกรณ์พยาบาลเบื้องต้น และมีธนาคารหรือการให้บริการทางการเงินแบบอิสลามตามลำดับ

นักท่องเที่ยว	พฤติกรรมก่อนการเดินทาง	พฤติกรรมระหว่างเดินทาง	ความต้องการด้านโรงแรม	ความต้องการด้านร้านอาหาร	ความต้องการด้านร้านสปา	ความต้องการด้านสถานที่สาธารณะ
นักท่องเที่ยวจากทวีปแอฟริกา จำนวน 23 คน	เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยว คือต้องการได้รับประสบการณ์ และวิถีชีวิตที่แปลกใหม่ โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางหลักในการแสวงหาข้อมูล ข้อมูลในกลุ่มนี้นักท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมากที่สุด	เดินทางท่องเที่ยวกับคู่สมรสในรูปแบบหาดทรายและแสงแดด โดยใช้รถสาธารณะเป็นยานพาหนะ เลือกเข้าพักในโรงแรมและบรีโกค อาหารอาหรับเป็นหลัก ซื้อสมุนไพรเป็นของที่ระลึก ชอบจับจ่ายสินค้ามากที่สุด	เตียงและห้องน้ำไม่แห้งไปทางนครเมกกะมากที่สุด รองลงมา คือ การมีคัมภีร์อัลกุรอาน ผ้ารองละหมาด และเวลาการละหมาดในห้องพัก และไม่มีสถานบันเทิง และการบันเทิงที่ไม่เหมาะสม และไม่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในมินิบาร์ และดำเนินธุรกรรมทางการเงินแบบอิสลามตามลำดับ	มีตราสัญลักษณ์ฮาลาลให้เห็นเด่นชัดมากที่สุด รองลงมา คือ พนักงานมีจิตบริการและมีความเป็นมิตร และมีการแสดง หรือการให้ความบันเทิงแบบอนุรักษ์ ตามลำดับ	พนักงานส่วนใหญ่เป็นมุสลิม และมีพนักงานหญิงบริการลูกค้าหญิง พนักงานชายบริการลูกค้าชายมากที่สุด รองลงมาคือ มีรายการสปาเป็นภาษาอังกฤษที่แสดงรูปภาพและราคาตามลำดับ	มีมัสยิดอยู่ใกล้เคียงมากที่สุด และมีการขายเสียงอาชานมากที่สุด รองลงมาคือ มีการให้บริการอุปกรณ์/ห้องละหมาดในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และสนามบิน และมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และการให้บริการทางการเงินแบบอิสลามตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการประยุกต์ใช้

1.1 ข้อค้นพบจากการวิจัยที่บ่งชี้ว่าในระหว่างเดือนกันยายน- ธันวาคมนั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวมาเลเซีย และอินโดนีเซีย แหล่งท่องเที่ยวจึงควรจัดกิจกรรมต่างๆ ที่ดึงดูดใจและประชาสัมพันธ์ไปยังนักท่องเที่ยวของสองประเทศนี้ อีกทั้งนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มนี้มีภูมิลำเนาที่อยู่ใกล้กับประเทศไทย จึงเป็นกลุ่มที่มีโอกาสเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำหากได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนั้น ในช่วงระยะเวลาดังกล่าว ยังเป็นช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลางที่เป็นนักศึกษาและผู้เดินทางกับครอบครัวไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเดินทางในช่วงปิดภาคการศึกษาซึ่งจะอยู่ในช่วงเดือนกรกฎาคม - ต้นเดือนกันยายน จึงเป็นการเปิดโอกาสให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถรองรับนักท่องเที่ยวจากทั้งประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย และจากกลุ่มประเทศมุสลิมอื่น ๆ โดยไม่ส่งผลให้เกิดปัญหาด้านความหนาแน่นของนักท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวยังสามารถสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่องในรอบปี

1.2 เนื่องจากนักท่องเที่ยวใช้อินเตอร์เน็ตเป็นช่องทางในการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากที่สุด และข้อมูลที่ได้รับจากอินเตอร์เน็ตยังเป็นปัจจัยที่สำคัญเป็นอันดับสอง รองลงมา จากคำบอกเล่าของมิตรสหาย ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวรวมไปถึงหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางการท่องเที่ยวผ่านเครือข่ายอินเตอร์เน็ต โดยข้อมูลสำคัญที่นักท่องเที่ยวต้องการทราบมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ผู้คนและขนบธรรมเนียมประเพณี กิจกรรมที่สามารถทำได้ ระหว่างการท่องเที่ยว ที่พัก ภูมิอากาศ การจับจ่ายสินค้า และอาหาร นอกเหนือจากการให้ข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษแล้ว หากมีข้อมูลเป็นภาษาอารบิกก็จะสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศมุสลิมได้มากยิ่งขึ้น

1.3 นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบหาดทรายและแสงแดดซึ่งสอดคล้องกับจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ฝั่งทะเลอันดามัน ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรให้ความสำคัญกับการรักษามาตรฐานในด้านการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมให้มีความสะอาดสวยงาม นอกจากนั้น กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมทำมากที่สุดระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คือ การเดินเล่นรอบ ๆ

แหล่งท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงต้องบำรุงรักษาทางเท้าให้มีความสะอาด สะดวกสบาย ปราศจากหลุมบ่อ ควรมีไฟฟ้าตามทางเดิน มีป้ายบอกทิศทาง เข้มงวดกวดขันเรื่องการรักษาวินัยจราจร รวมไปถึงการมีตำรวจหรือเจ้าหน้าที่ดูแลด้านความปลอดภัย แต่อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวยังไม่ค่อยนิยมเข้าใช้บริการสปา ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า นักท่องเที่ยวยังไม่รู้จักธุรกิจสปา จึงไม่ได้ให้ความสนใจในการเข้าใช้บริการ ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรเร่งดำเนินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการให้บริการของสปา รวมไปถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าใช้บริการ เพื่อสร้างความคุ้นเคยแก่นักท่องเที่ยว รวมไปถึงอาจให้ลูกค้าได้ทดลองเข้าใช้บริการ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า

1.4 เนื่องจากนักท่องเที่ยวนิยมใช้บริการรถสาธารณะเป็นอันดับสอง รองจากการเช่ารถ แต่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเกี่ยวกับยานพาหนะที่ใช้เดินทางในแหล่งท่องเที่ยวน้อยที่สุด ผู้ประกอบการขนส่งมวลชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเร่งหาวิธีการในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวต่อไป

1.5 นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านโรงแรม ร้านอาหาร และสปาที่แตกต่างไปจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ จึงควรนำข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยวไปประกอบการพิจารณากำหนดเป็นแนวทางในการให้บริการนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น จึงควรเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องตลอดรอบ 1 ปีนอกจากนั้น ควรมีการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ข้อมูลอันจะนำไปสู่แนวทางการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

บรรณานุกรม

- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. (2544). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 4
กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณรงฤทธิ์ หวังพัฒนพาณิชย์. (2546). พฤติกรรมและความพึงพอใจการท่องเที่ยวแบบผจญ
ภัยของนักท่องเที่ยวไทย : กรณีศึกษาโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า จังหวัด
นครนายก. สารนิพนธ์ บข.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรี
นครินทรวิโรฒ.
- น้ำทิพย์ อุชชิน. (2552). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นบริเวณรอบเกาะ
รัตนโกสินทร์ กรณีศึกษา: วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม
และวัดอรุณราชวราราม.วิทยานิพนธ์.กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยนครสวรรค์.
- สมชาย เดชะพรหมพันธุ์.(2545). การบริหารและการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยาน
แห่งชาติในภาคตะวันออก. ม.ป.ท.
- นิคม จารุมณี. (2544). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 4
กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2535). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ สุวีริยาสาส์น
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์ลัด
ดา จิตต่างวงศ์. (2548). ภูมิศาสตร์ท้องถิ่นภาคใต้. นครศรีธรรมราช: คณะมนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.
- วิกิพีเดีย. (ม.ป.ป.). จังหวัดภูเก็ต. เข้าถึงเมื่อ 13 มกราคม 2556 เข้าถึงได้จาก [http://th.wikipedia
.org/wiki/จังหวัดภูเก็ต](http://th.wikipedia.org/wiki/จังหวัดภูเก็ต)
- สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2551). รายงานประจำปี 2551. เข้าถึงเมื่อ 20 มกราคม
2556 เข้าถึงได้จาก <http://thai.tourismthailand.org/about-tat/annual-report>
- สำนักงานจังหวัดกระบี่. (2011). ข้อมูลจังหวัดกระบี่. เข้าถึงเมื่อ 13 มกราคม 2556 เข้าถึงได้
จาก <http://krabi.go.th>

สำนักงานจังหวัดภูเก็ต. (ม.ป.ป.). **ประวัติจังหวัดภูเก็ต**. เข้าถึงเมื่อ 13 มกราคม 2556 เข้าถึงได้

จาก <http://www.phuket.go.th>

สำนักงานจังหวัดสตูล. (2556). **บรรยายสรุปจังหวัด**. เข้าถึงเมื่อ 13 มีนาคม 2556 เข้าถึงได้

จาก <http://www.satun.go.th/satun>

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพังงา. (ม.ป.ป.). **ประเพณีท้องถิ่นของจังหวัดพังงา**. เข้าถึงเมื่อ 13

มกราคม 2556 เข้าถึงได้จาก <http://www.phangngaculture.go.th/festival.php?Page=1>

Aryandani, R., & Vallecoccia, F.(2013). **Sharia Halal Tourism in Indonesia**.

เข้าถึงเมื่อ 15 กรกฎาคม 2556 เข้าถึงได้จาก

<http://tourismandnewmedia.wordpress.com/2013/01/19/sharia-halal-tourism-in-indonesia/>

Cohen, E. (1972). Toward a sociology of International tourism. **Social Research**, 39, 164-182.

DinarStandard and Crescentrating LLC. (2012). **Global Muslim Lifestyle Tourism Market**

2012: Landscape & Consumer Needs Study. เข้าถึงเมื่อ 15 กรกฎาคม 2556

เข้าถึงได้จาก <http://advisory.dinarstandard.com/travelstudy/>

Kalesar, M. I. (2010). Developing Arab-Islamic Tourism in the Middle East: An Economic

Benefit or A Cultural Seclusion? **International Poitics**, 3(5), 105-136.

McIntosh, R. W., & Goeldner, C. (1984). **Tourism: Principles, practices, philosophies**.

Ohio: Grid Pub.

Othman, M. (2013). **Creation of World Islamic Tourism Council to be announced during the**

World Islamic Tourism Mart in Kuala Lumpur. เข้าถึงเมื่อ 15 กรกฎาคม 2556

เข้าถึงได้จาก <http://www.eturbonews.com/print/34946>

Perreault, W.D., Dorden, D.K., & Dordon, W.R. (1979). A psychological classification of

vacationlife-styles. **Journal of Leisure Research**, 9, 208-224.Suwannarit

TTRweekly staff. (2013). **Muslim market mushrooms**. เข้าถึงเมื่อ 15 กรกฎาคม 2556 เข้าถึงได้

จาก <http://www.ttrweekly.com/site/2013/03/muslim-market-mushrooms/>

Wongcha-um. (2549). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. เข้าถึงเมื่อ 13 มกราคม 2556 เข้าถึงได้

จาก <http://siwammrit.blogspot.com/2007/11/blog-post.html>

World Tourism Organization. (2013). **UNWTO annual report 2012**. เข้าถึงเมื่อ 15 กรกฎาคม

2556 เข้าถึงได้จาก <http://dtxtq4w60xqp.cloudfront.net/sites/all/files>

[/pdf/annual_report_2012.pdf](#)

ภาคผนวก



Questionnaire

No.

This survey is a part of research program conducted by the researchers from Rajamangala University of Technology Srivijaya, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University and Universiti Utara Malaysia. The aim of the study is to find out more about behavior and need of Halal Tourism in Andaman Gulf at Thailand for Muslim Tourist. We very much appreciate your participation in this research, and all responses will be treated confidentially.

Part 1: General Information

Instruction: Please put ✓ in the ☐ or write down in the blank.

1. Gender ☐ Male ☐ Female
2. Age years old
3. Nationality
4. Marital status ☐ Single ☐ Married ☐ Widowed ☐ Divorced or Separated
5. Education level ☐ Diploma/Certificate ☐ Bachelor ☐ Master
☐ Ph.D ☐ Other (please specify).....
6. Occupation
7. Monthly income (In your currency)

Part 2: Tourist Behavior

Instruction: Please put ✓ in the ☐ or write down in the blank.

A: Pre-Departure

1. Main reason for visiting (Select all that are included)

- | | |
|---|--|
| ☐ Experiencing new and different life styles | ☐ Seeing and experiencing a foreign destination |
| ☐ Being free to act the way I feel | ☐ Outstanding scenery |
| ☐ Environmental quality of air, water and soil | ☐ Interesting and friendly local people |
| ☐ Warm welcome for tourists | ☐ Golfing |

- ☐ Water sporting ☐ Mountain climbing
- ☐ Day Spa ☐ Hotel & Resort Spa
- ☐ Health Spa ☐ Medical Spa
- ☐ Other (please specify)

2. Sources of tourism information *(Select all that are applicable)*

- ☐ Travel book, travel guide or brochure ☐ Internet
- ☐ Tour company or tour operator ☐ Tourist office or visitor information centre
- ☐ Advertising (Billboard, magazine, TV.) ☐ Travel articles or documentaries
- ☐ Word of mouth family and friends ☐ Word of mouth other travelers
- ☐ Past experiences ☐ None

3. What kind of information did you seek prior visit *(Select all that are applicable)*

- ☐ Attractions ☐ Activities ☐ Accommodation
- ☐ Weather/climate ☐ Transportation ☐ Price/cost of living
- ☐ People/culture ☐ Geography ☐ Food
- ☐ Shopping ☐ Other (please specify)

4. Decision to visit

- ☐ Less than 1 week prior to visit ☐ More than 1 week, less than 1 month
- ☐ 1 – 6 months prior to visit ☐ 7 – 12 months prior to visit
- ☐ More than 12 months prior to visit

5. Factors influence decision to visit *(Select all that are applicable)*

- ☐ A previous visit ☐ Advice from friends
- ☐ Magazine or newspaper ☐ Tourist brochure
- ☐ Guide book ☐ Television program/coverage
- ☐ Site on the internet ☐ Advice from travel agent

☐ Tourist information center

☐ Other (please specify)

B: During Stay

1. Theme of trip

☐ Sun and sea

☐ Country and nature

☐ Cultural and historical

☐ Cities and monuments

☐ Visit friends or relatives

☐ Get to know the place

☐ Religious trip

☐ Activity holiday

☐ Other (please specify)

2. Travel companion

☐ Alone

☐ Wife/husband

☐ girlfriend/boyfriend

☐ Family

☐ Friends

☐ Business colleague/s

☐ Organized tour group

☐ Other (please specify)

3. Month trip taken

4. Length of trip Nights

5. Transport from arrival in Thailand to final destination

☐ Hired vehicle

☐ Coach

☐ Train

☐ Plane

☐ Other (please specify)

6. Transport at destination

☐ Hired car

☐ Coach

☐ Public transportation

☐ Motorcycle

☐ Other (please specify)

7. Accommodation choice (Select all that are applicable)

☐ Hotel

☐ Motel

☐ Resort

☐ Guest house/Hostel

☐ Rural lodging/homestay

☐ Home of friends/relatives

☐ Other (please specify)

8. Food choice (Select all that are applicable)

- ☐ Thai cuisine
 ☐ Western cuisine
 ☐ Chinese cuisine
☐ Arabian cuisine
 ☐ Indian cuisine
 ☐ Fast food
☐ Other (please specify)

9. Type of souvenir (Select all that are applicable)

- ☐ Clothes
 ☐ Leather products
 ☐ Herbal products
☐ Cultural and Traditional Products
 ☐ Other (please specify)

10. Activities choice (Select all that are applicable)

- ☐ Visiting sights/attractions
 ☐ Visiting museums
 ☐ Shopping
☐ Walking around the city
 ☐ Watching sport event
 ☐ Golfing
☐ Water sporting
 ☐ Trekking
 ☐ Mountain climbing
☐ Day Spa
 ☐ Hotel & Resort Spa
 ☐ Health Spa
☐ Medical Spa
 ☐ Adventure activity
 ☐ Fresh water rafting
☐ Other (please specify)

11. Please write in approximately how much you spent during your visit at the destination.

Categories	Currency	Value
Accommodation		
Meals, snacks, drinks		
Tourist shopping		
Others, please specify.....		

How many people does the above expenditure cover?

Number of adults.....

Number of children.....

C: Levels of satisfaction

Instruction: Please put ✓ in the table according to the level of your satisfaction.

5 = Very satisfied 4= Satisfied 3= Moderate 2= dissatisfied 1= Very dissatisfied

Topics	Level of Tourist Satisfaction				
	5	4	3	2	1
1. Accommodation quality					
2. Accommodation price					
3. Accommodation overall satisfaction					
4. Food quality					
5. Food price					
6. Food overall satisfaction					
7. Activity quality					
8. Activity price					
9. Activities overall satisfaction					
10. Transportation quality					
11. Transportation price					
12. Transportation overall satisfaction					
13. I will come back to visit Thailand in the future.					
14. I would visit Thailand rather than any other tourism destination.					
15. I will recommend others to visit Thailand					

Part 3: Tourist Needs

The following statements explain Islamic attributes which may be relevant to your needs at your destination of travel.

Instruction: Please put ✓ in the table according to the level of importance of each attribute to you.

5 = Very important 4= Important 3= Moderate 2= Not important 1= Not at all important

Topics	Level of Importance				
	5	4	3	2	1
Your needs for hotel					
1. Availability of hotels with segregated swimming pools for men and Women					
2. Placement of Qibla stickers/direction point towards Makkah city in your hotel room					
3. Provision of a copy of the Holy Qur'an and prayer mat in your hotel room prayers time table?					
4. Bed and toilet positioned not face direction of Makkah					
5. Availability of halal food/ halal restaurant in your hotel					
6. Banning of sex channels in your hotel entertainment system					
7. Conservative staff dress					
8. Banning of nightclub and other inappropriate entertainments at your hotel					
9. Separate floors for male, female and family at your hotel					
10. Banning alcoholic drinks in minibar at your hotel room					
11. Practice Islamic financial way					
Your needs for restaurant					
12. Availability of Halal sign at Halal restaurant					

13. Conservative staff dress					
14. Availability of pictured and English menu with shown price					
15. Availability of Thai food					
16. Availability of Arabian food					
17. Availability of Western food					
18. Availability of waitress to serve female customer and waiter to serve male customer					
19. Staff can communicate in appropriate language					
20. Service minded and friendly staff					
21. Conservative entertainment					
22. Availability of private cabin for family dining					
Your needs for spa					
23. Offer Halal food and banning alcoholic drinks					
24. Separate spa room for male and female					
25. Conservative staff dress					

Topics	Level of Importance				
	1	2	3	4	5
26. Availability of pictured and English menu with shown price					
27. Halal cosmetics					
28. Predominantly Muslim staffs for male and female customers					
29. Bed and toilet positioned not face direction of Makkah					
Your needs for public areas					
30. Availability of Mosque					
31. Availability of prayer facilities/room at tourism sites, airport, shopping malls, etc.					
32. Presence of loud public pronouncement of Azan to indicate prayer time					
33. Availability of water hose in toilets at tourism sites, airports, shopping mall, parking, etc.					
33. Availability of Halal food at tourism sites, airports, shopping mall, etc.					
34. Availability of family-appropriate beaches					
35. Banning of gambling activities by the authority at public places					
36. Availability of security personnel/policemen					
37. Availability of first aids					
38. Availability of private cabin at the beach					
39. Islamic financial services/banks					

***** Thank you very much for your kind cooperation *****

ประมวลภาพกิจกรรม



รูปภาพรางวัลมาตรฐานอาหารฮาลาลจาก

สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยและกรมการท่องเที่ยว

รูปภาพหนังสือสำคัญให้ใช้เครื่องหมาย

รับรองฮาลาลจากสำนักงานคณะกรรมการ

กลางอิสลามแห่งประเทศไทย





รูปภาพเครื่องหมายบอกทิศทางการละหมาด



รูปภาพห้องพักในโรงแรมที่ได้รับการรับรอง



รูปภาพการแต่งกายในชุดว่ายน้ำของชาวมุสลิม



รูปภาพการแต่งกายของหญิงสาวชาวมุสลิม



รูปภาพร้านอาหารฮาลาลในย่านแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต



รูปภาพรถโดยสารในย่านแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต



รูปภาพนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม



รูปภาพนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม



รูปภาพการให้สัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวอาหรับ



ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางไว้ และกิจกรรมที่ดำเนินการมา

วัตถุประสงค์	กิจกรรมในโครงการ	กิจกรรมที่เป็นจริง	วันเวลาที่ดำเนินการ
	9. รายงานความก้าวหน้า	9. ได้นำส่งรายงานความก้าวหน้า ต่อ สกว.	1 ก.ย. 2555 – ปัจจุบัน
	10. ประชุมนักวิจัยเพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์	10. ประชุมคณะนักวิจัยเพื่อมอบหมายงานในการวิเคราะห์และสังเคราะห์ผลการวิจัย	30 ตุลาคม 2555
	11. จัด focus group ระหว่างนักวิจัยและนักทอ่งเที่ยวจากกลุ่มประเทศมุสลิม	11. จัด Focus group ที่โรงแรมอ่าวนาง ปรีณวิลล์ รีสอร์ท กระบี่	1 ธันวาคม 55–30 มีนาคม 56 11 เมษายน 2556

ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางไว้ และกิจกรรมที่ดำเนินการมา (ต่อ)

วัตถุประสงค์	กิจกรรมในโครงการ	กิจกรรมที่เป็นจริง	วันเวลาที่ดำเนินการ
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการทำงานของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม	12. นำผลที่ได้จากการจัดเวทีปรับปรุงชุดโครงการวิจัย	12. นำผลการวิจัยที่ได้จากการถ่ายทอดเทคโนโลยี มาทำการปรับปรุงโครงการวิจัย	22 พฤษภาคม 2556
2. เพื่อศึกษาความต้องการการท่องเที่ยวทางท่องเที่ยวฮาลาลของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม	13. จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์	13. จัดทำร่างรายงานฉบับสมบูรณ์และนำเสนอ สกว.	31 พฤษภาคม 2556
3. เพื่อศึกษาค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม			

ตาราง Output

Output		ในกรณีล่าช้า (ผลสำเร็จไม่ถึง 100%) ให้ท่านระบุสาเหตุและการแก้ไขที่ท่าน ดำเนินการ
กิจกรรม	ผลสำเร็จ (%)	
1. ได้ประชุมนักวิจัยเพื่อกำหนดแผนการทำงาน	100 %	
2. ได้ลงพื้นที่ กระบี่ พังงา ภูเก็ต สตูล	100 %	
3. ได้ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม	100%	
4. ได้โครงร่างแบบสอบถาม	100%	
5. ได้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจาก ผู้เชี่ยวชาญ และคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น	100%	
6. ได้ข้อมูลดิบจากการเก็บแบบสอบถามเกี่ยวกับ พฤติกรรม ความต้องการ และค่าใช้จ่ายของ นักท่องเที่ยว	100%	
7. ได้รูปเล่มรายงานความก้าวหน้า	100%	
8. ได้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด	100%	การเก็บแบบสอบถามทำได้ยาก เนื่องจากต้องเจาะจงกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่มาจากประเทศมุสลิมเท่านั้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีกำลัง ซื้อสูง การเข้าถึงทำได้ยากมาก
9. ได้ประชุมนักวิจัยเพื่อวิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม	100%	
10. ได้จัด focus group ระหว่างนักวิจัย และ นักท่องเที่ยวจาก กลุ่มประเทศมุสลิม	100%	

Output		ในกรณีล่าช้า (ผลสำเร็จไม่ถึง 100%) ให้ท่านระบุสาเหตุและการแก้ไขที่ท่าน ดำเนินการ
กิจกรรม	ผลสำเร็จ (%)	
11. ได้นำผลที่ได้จากการจัดเวทีปรับปรุงชุด โครงการวิจัย	100 %	
12. ได้ส่งร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ต่อ สกว.	100 %	

ลงชื่อ.....

หัวหน้าโครงการวิจัย