



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7  
The 7<sup>th</sup> STOU National Research Conference

การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมภูมิภาคอาเซียนและภูมิภาคตะวันออกกลางที่มี  
ต่อสิ่งอำนวยความสะดวกตามหลักศาสนาอิสลามองค์ประกอบและคุณภาพการบริการของแหล่งท่องเที่ยว  
ในประเทศไทย

A Comparison Of The Opinions of Islamic Tourists between Asean and Middle East Toward Islamic  
Value Attribute, Destination Attribute and Quality of Service in Thailand

นภัสวรรณ เนียมแดง (Napassawan Neamtang)<sup>1</sup> ภัทวรรณ วรวรรณ ณ อโยธยา (Patrawan Voravarn Na Ayudhaya)<sup>2</sup>  
รภัส ศิลป์ศรีกุล (Rabhas Silpsrikul)<sup>3</sup>

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยใน  
ด้านระดับความเคร่งครัดตามหลักศาสนา ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกตามหลักศาสนา  
อิสลาม ระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและการบริการทางการท่องเที่ยวของไทย ระดับความพึง  
พอใจ และระดับความภักดี นอกจากนี้ในงานวิจัยนี้ยังมุ่งเปรียบเทียบความคิดเห็นในด้านต่างๆ ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม  
ที่เดินทางมาจากประเทศในกลุ่มอาเซียนกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางมาจากประเทศในกลุ่มตะวันออกกลางอีกด้วย ใน  
งานวิจัยนี้ ใช้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 405 คน ประกอบด้วย  
นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากประเทศในกลุ่มอาเซียน จำนวน 201 คน และจากประเทศในภูมิภาคตะวันออกกลาง จำนวน 204  
คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ณ อาคารผู้โดยสารขาออก ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ระหว่างเดือนมิถุนายน ถึง  
กรกฎาคม พ.ศ. 2560 ผลการศึกษาพบว่าในขณะที่ค่าเฉลี่ยรวมในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกตามหลักศาสนาอิสลาม ด้าน  
องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริการทางการท่องเที่ยวของไทย ด้านความพึงพอใจ และความภักดีจะมีค่าอยู่ใน  
ระดับสูง แต่หากพิจารณาผลจากการเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวสองกลุ่มพบว่าบางประเด็นที่นักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่ม  
มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ผลจากการทดสอบค่าเฉลี่ยระหว่างนักท่องเที่ยวสองกลุ่มพบว่านักท่องเที่ยวมุสลิมจาก  
ตะวันออกกลางมีค่าเฉลี่ยความเคร่งครัดด้านการปฏิบัติตามหลักศาสนา ความคิดเห็นต่อสิ่งอำนวยความสะดวกตามหลัก  
ศาสนา ความคิดเห็นด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยว ความพึงพอใจและความภักดี สูงกว่า  
นักท่องเที่ยวมุสลิมจากประเทศในกลุ่มอาเซียนอย่างมีนัยสำคัญ

**คำสำคัญ** นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ความเคร่งครัดตามหลักศาสนาอิสลาม องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจ ความภักดี

<sup>1</sup> นิสิตหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำภาควิชาศิลปาชีพ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ fhumrbs@ku.ac.th

<sup>3</sup> อาจารย์ประจำภาควิชาศิลปาชีพ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ fhumrbs@ku.ac.th



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7  
The 7<sup>th</sup> STOU National Research Conference

---

Abstract

The main objectives of this study were to investigate the opinions of in-bound Islamic in Thailand toward Islamic religiosity, Islamic value facilities, destination attributes, quality of service, satisfaction and destination loyalty. Furthermore, it aimed to compare the the opinion between Islamic Tourists from ASEAN countries and those from Middle Eastern countries. The sample of 400 Islamic tourists visiting Thailand were used in this study consisting of 201 Islamic tourists from ASEAN countries and 204 Islamic tourists from Middle Eastern countries. The questionnaire was employed for data collection at the departure hall, Suvarnabhumi International Airport from June to July 2016. The results revealed that while overall means for Islamic value facilities, destination attributes, quality of service, satisfaction and loyalty were high, there were significant differences among two groups of Islamic tourists in some dimensions. The results of two sample t-tests revealed the Islamic tourists from Middle Eastern countries significantly had higher means than those from ASEAN countries for Islamic practice, Islamic value facilities, destination attributes, quality of service satisfaction and loyalty.

**Keywords:** Islamic tourists, Islamic religiosity, Destination attribute, Satisfaction, Loyalty



## การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7 The 7<sup>th</sup> STOU National Research Conference

### บทนำ

ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม (Islamic Tourism) ดังจะเห็นได้จากการที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มตลาดมุสลิมโดยจัดทำโครงการ “Muslim Friendly Destination” เพื่อเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้มากขึ้น เนื่องจากเป็นตลาดนักท่องเที่ยวที่มีขนาดใหญ่และมีการเติบโตสูง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวมุสลิมจากประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และบรูไน ซึ่งเป็นตลาดที่มีศักยภาพสำหรับประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) อย่างไรก็ตามในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมให้ประสบความสำเร็จ จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงบริการทางการท่องเที่ยวต่างๆ ตั้งแต่นักท่องเที่ยวเดินทางจากประเทศต้นทางไปจนถึงประเทศปลายทาง ไม่ว่าจะเป็นบริการที่พักแรม การขนส่ง ร้านอาหาร การพักผ่อนหย่อนใจ รวมถึงการให้ความบันเทิงต่างๆ ที่จะต้องไม่ขัดกับหลักหรือกฎศาสนาอิสลาม

แม้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหนึ่งที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย แต่จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่างานวิจัยที่มุ่งศึกษานักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในประเทศไทยยังมีอยู่อย่างจำกัด เช่น งานวิจัยของ จันทรจิราพร พิบูลย์ (2548) ศึกษาปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการที่พักแรมและแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวมุสลิมจากประเทศสหรัฐอเมริกาหรือเอมิเรตส์ งานวิจัยของ จิราทัศน์ รัตนมณีฉัตร (2553) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการด้านการท่องเที่ยว เส้นทาง แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมุสลิมในประเทศไทย และงานวิจัยของ ดา ลิซะห์ ดะยีน นภัสนันท์ วินิจวรจิกรกุล และประเมษฐ์ บุญนำศิริกิจ (2557) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการเลือกที่พัก รวมถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวจากประเทศตะวันออกกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจากตัวอย่างงานวิจัยในประเทศไทยที่ได้ยกตัวอย่างมานี้ จะเห็นว่าโดยมากจะเป็นการศึกษาพฤติกรรมหรือปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวหรือการเลือกที่พักแรม แต่จากการตรวจสอบเอกสารงานวิจัยในต่างประเทศ พบว่างานวิจัยในประเทศอินเดียที่หลากหลายกว่า ตัวอย่างของงานวิจัย อาทิ งานวิจัยของ Artuger, Cevdet and Kilic (2013) ศึกษาภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Image) ที่มีผลต่อความภักดี (Loyalty) ของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองอิสตันบูลในประเทศตุรกี ผลการวิจัยพบว่าภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทั้งภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ (Cognitive Image) และภาพลักษณ์ที่เกิดจากความรู้สึก (Affective Image) ล้วนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความภักดี งานวิจัยของ Rahman (2014) ศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อความพึงพอใจและความภักดีที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่วาลาลัมเปอร์ ผลการวิจัยพบว่าสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับศาสนาอิสลามและคุณภาพในการบริการที่มีในแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อความพึงพอใจและความภักดี ในขณะที่คุณลักษณะด้านอื่นๆ ของแหล่งท่องเที่ยวไม่มีผลต่อทั้งความพึงพอใจและความภักดี และงานวิจัยของ Pool, Khodadadi and Asadi (2016) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องศาสนาอิสลาม ได้แก่ปัจจัยด้านด้านความสอดคล้องระหว่างแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self-concept) และบุคลิกภาพของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Personality) ปัจจัยด้านประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับ และปัจจัยด้านความพึงพอใจ ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) พบว่าประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับและความพึงพอใจมีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ นอกจากนี้ยังพบว่าความสอดคล้องระหว่างแนวคิดเกี่ยวกับตนเองและบุคลิกภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับและความพึงพอใจ และในขณะเดียวกันประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับก็มีผลต่อความพึงพอใจด้วย

นอกจากตัวอย่างงานวิจัยที่ได้กล่าวไปแล้ว ยังมีงานวิจัยของ Eid and El-Gohary (2015) ซึ่งได้ศึกษาบทบาทของระดับความเคร่งครัดทางศาสนาที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณค่าที่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้รับกับความพึงพอใจ ผู้วิจัยวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้แบบจำลองโครงสร้างที่มีตัวแปรการรับรู้ด้านคุณภาพ ด้านความคุ้มค่ากับเงินที่เสียไป ด้านอารมณ์ความรู้สึก ด้านสังคม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางศาสนาอิสลาม เป็นตัวแปรต้น มีตัวแปรความพึงพอใจเป็นตัวแปรตาม และมีตัวแปรความเคร่งครัดทางศาสนาเป็นตัวแปรปรับ (Moderator Variable) ผลจากการวิจัยพบว่าความ



## การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7 The 7<sup>th</sup> STOU National Research Conference

เคร่งครัดทางศาสนามีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสิ่งอำนวยความสะดวกและความพึงพอใจ กล่าวคือในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีความเคร่งครัดในศาสนาสูงจะให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกทางศาสนาอิสลามมากกว่าปัจจัยอื่นๆ จากอิทธิพลของระดับความเคร่งครัดทางศาสนาดังกล่าว งานวิจัยนี้จึงมุ่งเปรียบเทียบระดับความเคร่งครัดทางศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวไทย โดยอยู่บนพื้นฐานของสมมติฐานว่านักท่องเที่ยวจากประเทศมุสลิมที่มากลุ่มประเทศตะวันออกกลางซึ่งเป็นดินแดนต้นกำเนิดของศาสนาอิสลามน่าจะมีระดับความเคร่งครัดที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางมาจากประเทศในกลุ่มอาเซียน นอกจากนี้ยังมุ่งเปรียบเทียบว่านักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มนี้มีความคิดเห็นต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางศาสนาอิสลาม สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมถึงความพึงพอใจและความภักดีแตกต่างกันหรือไม่อีกด้วย ซึ่งผลจากการวิจัยนี้ นอกจากจะเป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการแล้ว ยังจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่มีหน้าที่วางแผนการท่องเที่ยวรวมถึงผู้ประกอบการในการใช้ข้อมูลเพื่อวางแผนหรือพัฒนาการบริการที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต่อไปอีกด้วย

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความเคร่งครัดตามหลักศาสนาอิสลาม ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกตามหลักศาสนาอิสลาม ระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย ระดับความพึงพอใจและระดับความภักดี ของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความเคร่งครัดตามหลักศาสนาอิสลาม ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกตามหลักศาสนาอิสลาม ระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย ระดับความพึงพอใจและระดับความภักดี ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางมาจากประเทศในกลุ่มอาเซียนกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางมาจากประเทศในกลุ่มตะวันออกกลาง



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7  
The 7<sup>th</sup> STOU National Research Conference

กรอบแนวคิด





## การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7 The 7<sup>th</sup> STOU National Research Conference

### ระเบียบวิธีวิจัย

#### 1.ขอบเขตการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากภูมิภาคอาเซียนและภูมิภาคตะวันออกกลางที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

#### 1.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย

1.2.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส ระดับอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ประเทศ ภูมิภาค

1.2.2 ความเคร่งครัดตามหลักศาสนาอิสลาม (Islamic Religiosity) ใช้แนวคิดและข้อคำถามที่พัฒนาโดย Eid and El-gohary (2015) ซึ่งแบ่งความเคร่งครัดตามหลักศาสนาเป็น 2 ด้าน ได้แก่

1.2.2.1 ความเคร่งครัดทางความเชื่อ (Islamic Belief)

1.2.2.2 ความเคร่งครัดทางการปฏิบัติตน (Islamic Practice)

1.2.3 คุณลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกตามหลักศาสนาอิสลาม (Islamic Value Dimensions) ใช้แนวคิดและข้อคำถามที่พัฒนาโดย Eid and El-gohary (2015) ซึ่งแบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่

1.2.3.1 คุณลักษณะด้านกายภาพ (Physical Attributes)

1.2.3.2 คุณลักษณะด้านที่ไม่ใช่กายภาพ (Non-Physical Attributes)

1.2.4 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Attributes) ใช้แนวคิดและข้อคำถามที่พัฒนาโดย MK Rahman (2014)

1.2.5 คุณภาพของการบริการ (Quality of Service) ใช้แนวคิดและข้อคำถามที่พัฒนาโดย Rahman (2014)

1.2.6 ความพึงพอใจ (Satisfaction) ใช้แนวคิดและข้อคำถามที่พัฒนาโดย Pool , Khodadadi and Asadi (2016)

1.2.7 ความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว (Destination Loyalty) ใช้แนวคิดและข้อคำถามที่พัฒนาโดย Artuger, Cetinsoz and Kilic (2013) แบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่

1.2.7.1 ความตั้งใจที่จะกลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวอีก (Intention to Revisit)

1.2.7.2 การแนะนำแหล่งท่องเที่ยวต่อผู้อื่นในทางที่ดี (Recommend)

#### 1.3 ตัวแปรที่ศึกษา

1.2.1 ตัวแปรอิสระ ภูมิภาคของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

1.2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกตามหลักศาสนาอิสลาม องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพการบริการ ความเคร่งครัดทางศาสนา ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว

1.4 ระยะเวลา การวิจัยครั้งนี้เริ่มศึกษาตั้งแต่ เดือนพฤษภาคม ถึง เดือนกันยายน เป็นเวลา 4 เดือน

2. ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง ประชากรเป้าหมายในการวิจัยนี้ได้แก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยซึ่งประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศอาเซียนและกลุ่มประเทศในตะวันออกกลาง ผู้วิจัยได้หาขนาดตัวอย่างโดยใช้ตารางขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane โดยใช้จำนวนประชากรที่มีขนาดอนันต์ (Infinity) และกำหนดความคลาดเคลื่อนที่ 5% ซึ่งได้ขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่เหมาะสมคือ 400 คน ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) สุ่มเก็บตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ณ บริเวณโถงผู้โดยสารขาออกสนามบินสุวรรณภูมิ ระหว่างเดือนมิถุนายน – กรกฎาคม 2560 จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูล ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามได้ทั้งสิ้นจำนวน 405 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมภูมิภาคอาเซียน 201 คน และจากภูมิภาคตะวันออกกลาง 204 คน ซึ่งเป็นขนาดตัวอย่างมากกว่าขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่คำนวณได้จากตาราง



## การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7 The 7<sup>th</sup> STOU National Research Conference

**3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา** ในงานวิจัยนี้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามภาษาอังกฤษ โดยโครงสร้างแบบสอบถามแบ่งเป็น 7 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับเพศ สถานภาพสมรส ระดับอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และประเทศภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 เป็นข้อคำถามที่เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกตามหลักศาสนาอิสลาม (Islamic Value Dimension) เป็นข้อคำถามที่พัฒนาโดย Eid and El-Gohary (2015) แบ่งคุณลักษณะออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ คุณลักษณะด้านกายภาพ ประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ข้อคำถาม และคุณลักษณะที่ไม่ใช่ด้านกายภาพ ประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ข้อคำถาม ลักษณะของข้อคำถามจะเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (5-Point Likert Scale) ได้แก่ ดีมาก ดี ปานกลาง แย่ และแย่มาก

ส่วนที่ 3 เป็นข้อคำถามที่เกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Attribute) ซึ่งพัฒนาโดย Rahman (2014) ประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ข้อ ลักษณะของข้อคำถามจะเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (5- Point Likert Scale) ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ปานกลาง ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 4 เป็นข้อคำถามที่เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Quality of service) ซึ่งพัฒนาโดย Rahman (2014) ประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ข้อ ลักษณะของข้อคำถามจะเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (5- Point Likert Scale) เช่นเดียวกับข้อคำถามในส่วนที่ 3

ส่วนที่ 5 เป็นข้อคำถามที่เกี่ยวกับความเคร่งครัดทางศาสนา (Islamic Religiosity) ซึ่งพัฒนาโดย Eid and El-Gohary (2015) แบ่งความเคร่งครัดเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ความเคร่งครัดด้าน และความเชื่อทางศาสนา ประกอบด้วยข้อคำถาม ด้านละ 6 ข้อคำถาม ลักษณะของข้อคำถามจะเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (5- Point Likert Scale) เช่นเดียวกับข้อคำถามในส่วนที่ 3

ส่วนที่ 6 เป็นข้อคำถามที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นข้อคำถามที่พัฒนาโดย Pool, Khodadadi และ Asadi (2016) ประกอบด้วยข้อคำถาม 8 ข้อ ลักษณะของข้อคำถามจะเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (5- Point Likert Scale) เช่นเดียวกับข้อคำถามในส่วนที่ 3

ส่วนที่ 7 เป็นข้อคำถามที่เกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว (Destination Loyalty) เป็นข้อคำถามที่พัฒนาโดย Artuger, Cevdet and Kilic (2013) แบ่งเป็นความภักดี 2 ด้าน ได้แก่ ความตั้งใจที่จะกลับมายังประเทศไทยอีกครั้ง และการแนะนำประเทศไทยแก่ผู้อื่น ประกอบด้วยข้อคำถาม 3 และ 4 ข้อ ตามลำดับ ลักษณะของข้อคำถามจะเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (5- Point Likert Scale) เช่นเดียวกับข้อคำถามในส่วนที่ 3

ผู้วิจัยได้ร่างแบบสอบถามและนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการท่องเที่ยว 3 ท่านตรวจสอบความถูกต้อง จากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจำนวน 30 คน เพื่อมาทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้การคำนวณสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbachs Alpha Coefficient) เพื่อคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ของแบบวัดแต่ละตัวแปร (Construct) ซึ่งจากการคำนวณพบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของทุกตัวแปรมีความมากกว่า 0.7 ซึ่งเป็นค่าต่ำสุดที่ยอมรับได้ (Hair *et al.*, 2009)

**4. การวิเคราะห์ข้อมูล** ข้อมูลในส่วนที่ 1 ของแบบสอบถามซึ่งเป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จะนำเสนอโดยใช้ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละ ส่วนข้อคำถามในส่วนที่ 2 ถึง 7 ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยรายข้อ และรายด้านของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นมาพิจารณา โดยใช้การประเมินจากช่วงความกว้างข้อมูลในแต่ละขั้นดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง หรือ น้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึงไม่เห็นด้วย หรือ น้อย

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึงเห็นด้วยปานกลาง หรือ ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึงเห็นด้วย หรือ ดี



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7  
The 7<sup>th</sup> STOU National Research Conference

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง หรือ ดีมาก

ส่วนการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลางกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากกลุ่มประเทศอาเซียน จะใช้สถิติทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มโดยใช้สถิติทดสอบ Independent T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

### ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 405 คน)

| ลักษณะส่วนบุคคล    | นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม<br>จากประเทศในภูมิภาค<br>อาเซียน | นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม<br>จากประเทศในภูมิภาค<br>ตะวันออกกลาง | รวม        |
|--------------------|---------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|------------|
| <b>เพศ</b>         |                                                         |                                                              |            |
| ชาย                | 69 (34.3)                                               | 95 (46.6)                                                    | 164 (40.5) |
| หญิง               | 132 (65.7)                                              | 109 (53.4)                                                   | 241 (59.5) |
| <b>สถานภาพสมรส</b> |                                                         |                                                              |            |
| โสด                | 92 (45.8)                                               | 83 (40.7)                                                    | 175 (43.2) |
| สมรส               | 109 (54.2)                                              | 121 (59.3)                                                   | 230 (56.8) |
| <b>อายุ</b>        |                                                         |                                                              |            |
| ต่ำกว่า 20 ปี      | 17 (8.5)                                                | 27 (13.2)                                                    | 44 (10.9)  |
| 21-30 ปี           | 59 (29.4)                                               | 57 (27.9)                                                    | 116 (28.6) |
| 31-40 ปี           | 54 (26.9)                                               | 62 (30.4)                                                    | 116 (28.6) |
| 41-50 ปี           | 20 (10.0)                                               | 37 (18.1)                                                    | 57 (14.1)  |
| 51-60 ปี           | 41 (20.4)                                               | 19 (9.3)                                                     | 60 (14.8)  |
| 61 ปีขึ้นไป        | 10 (5.0)                                                | 2 (1.0)                                                      | 12 (3.0)   |



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7  
The 7<sup>th</sup> STOU National Research Conference

ตารางที่ 1 (ต่อ)

| ลักษณะส่วนบุคคล                  | นักท่องเที่ยวมุสลิม<br>จากประเทศในภูมิภาค<br>อาเซียน | นักท่องเที่ยวมุสลิม<br>จากประเทศในภูมิภาค<br>ตะวันออกกลาง | รวม        |
|----------------------------------|------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|------------|
| <b>สถานภาพทางการศึกษา</b>        |                                                      |                                                           |            |
| ประถมศึกษาและต่ำกว่า             | 5 (2.5)                                              | 3 (1.5)                                                   | 8 (2.0)    |
| มัธยมศึกษา                       | 29 (14.4)                                            | 68 (33.3)                                                 | 97 (24.0)  |
| อนุปริญญา                        | 28 (13.9)                                            | 48 (23.5)                                                 | 76 (18.8)  |
| ปริญญาตรี                        | 81 (40.3)                                            | 55 (27.0)                                                 | 136 (33.6) |
| สูงกว่าระดับปริญญาตรี            | 58 (28.9)                                            | 30 (14.7)                                                 | 88 (21.7)  |
| <b>อาชีพ</b>                     |                                                      |                                                           |            |
| รับจ้าง                          | 28 (13.9)                                            | 26 (12.7)                                                 | 54 (13.3)  |
| ธุรกิจส่วนตัว                    | 40 (19.9)                                            | 37 (18.1)                                                 | 77 (19.0)  |
| ข้าราชการ                        | 41 (20.4)                                            | 42 (20.6)                                                 | 83 (20.5)  |
| เกษียณ                           | 11 (5.5)                                             | 13 (6.4)                                                  | 24 (5.9)   |
| นักเรียน/นักศึกษา                | 43 (21.4)                                            | 54 (26.5)                                                 | 97 (20.0)  |
| อื่นๆ                            | 38 (18.9)                                            | 32 (15.7)                                                 | 70 (17.3)  |
| <b>ประเทศภูมิลำเนา</b>           |                                                      |                                                           |            |
| <b>ประเทศในกลุ่มอาเซียน</b>      |                                                      |                                                           |            |
| มาเลเซีย                         | 74 (36.8)                                            | - -                                                       | 74 (18.3)  |
| อินโดนีเซีย                      | 82 (40.8)                                            | - -                                                       | 82 (20.2)  |
| บรูไน                            | 40 (19.9)                                            | - -                                                       | 40 (9.9)   |
| ประเทศอื่นๆ ในอาเซียน            | 5 (2.5)                                              | - -                                                       |            |
| <b>ประเทศในกลุ่มตะวันออกกลาง</b> |                                                      |                                                           |            |
| อียิปต์                          | - -                                                  | 27 (13.2)                                                 | 27 (6.7)   |
| คูเวต                            | - -                                                  | 16 (7.8)                                                  | 16 (4.0)   |
| ซาอุดีอาระเบีย                   | - -                                                  | 24 (11.8)                                                 | 24 (5.9)   |
| สหรัฐอาหรับเอมิเรต               | - -                                                  | 55 (27.0)                                                 | 55 (13.6)  |
| ประเทศอื่นๆ ในตะวันออกกลาง       | - -                                                  | 82 (40.2)                                                 |            |

หมายเหตุ ตัวเลขใน ( ) เป็นค่าร้อยละตามคอลัมน์

1. ลักษณะส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบสอบถาม จากตารางที่ 1 ซึ่งแสดงลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 405 คน เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากประเทศในภูมิภาคอาเซียนจำนวน 201 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากประเทศในภูมิภาคตะวันออกกลางจำนวน 204 คน ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมประเทศในภูมิภาคอาเซียนในและกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมประเทศในภูมิภาคตะวันออกส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 241 คน สมรสแล้ว 230 คน มีอายุระหว่าง 21 – 40 ปี และเป็นนักเรียน/นักศึกษาจำนวน 97 คน



**การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7**  
**The 7<sup>th</sup> STOU National Research Conference**

ตารางที่ 2 ความเคร่งครัดทางศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (n = 405 คน)

| ความเคร่งครัดทางศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม | นักท่องเที่ยวมุสลิมจำแนกตามภูมิภาค |               |               |               | เฉลี่ยรวม     | แปลความหมาย      |
|------------------------------------------------|------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------------------|
|                                                | อาเซียน                            | ตะวันออกกลาง  | สถิติ t       | p value       |               |                  |
| <b>ความเคร่งครัดด้านความเชื่อทางศาสนา</b>      | <b>4.6410</b>                      | <b>4.6446</b> | <b>-0.071</b> | <b>0.943</b>  | <b>4.6428</b> | <b>มากที่สุด</b> |
| 1. ศาสนามีความสำคัญต่อชีวิตของฉันอย่างมาก      | 4.6219                             | 4.5637        | 0.884         | 0.377         | 4.5926        | มากที่สุด        |
| 2. ศาสนาอิสลามช่วยให้ฉันมีชีวิตที่ดีขึ้น       | 4.7164                             | 4.7010        | 0.250         | 0.803         | 4.7286        | มากที่สุด        |
| 3. คูอาร์ช่วยสนับสนุนฉัน                       | 4.6070                             | 4.6324        | -0.399        | 0.690         | 4.6198        | มากที่สุด        |
| 4. ท่านบิหมุฮัมมัดเป็นต้นแบบชีวิตของฉัน        | 4.6020                             | 4.6373        | -0.511        | 0.582         | 4.6198        | มากที่สุด        |
| 5. การประกอบพิธีฮัจเป็นหนึ่งใน                 | 4.5970                             | 4.5833        | 0.207         | 0.836         | 4.5901        | มากที่สุด        |
| 6. ฉันเชื่อว่าพระอัลเลาะห์ช่วยฉัน              | 4.7015                             | 4.7500        | -0.845        | 0.398         | 4.7259        | มากที่สุด        |
| <b>ความเคร่งครัดด้านการปฏิบัติตามหลักศาสนา</b> | <b>4.1584</b>                      | <b>4.3219</b> | <b>-2.520</b> | <b>0.012*</b> | <b>4.2417</b> | <b>มากที่สุด</b> |
| 7. ฉันสวมมนต์ภาวนา                             | 4.5672                             | 4.6422        | -1.071        | 0.285         | 4.6049        | มากที่สุด        |
| 8. ฉันสวมมนต์ภาวนาตรงเวลาเป็นประจำ             | 3.9403                             | 4.2157        | -3.063        | 0.002*        | 4.0790        | มาก              |
| 9. ฉันสวมมนต์ภาวนาที่มีสยิดเป็นประจำ           | 3.5771                             | 3.7353        | -1.677        | 0.094         | 3.6568        | มาก              |
| 10. ฉันทำหน้าที่ในการบริจาคทาน                 | 4.3184                             | 4.4510        | -1.714        | 0.087         | 4.3852        | มากที่สุด        |
| 11. ฉันอ่านคัมภีร์อัลกุรอานอย่างสม่ำเสมอ       | 4.0448                             | 4.2941        | -2.760        | 0.006*        | 4.1704        | มาก              |
| 12. ฉันอดอาหารตลอดทั้งเดือนรามาดอน             | 4.5025                             | 4.5931        | -1.155        | 0.249         | 4.5481        | มากที่สุด        |
| <b>เฉลี่ยรวมทุกด้าน</b>                        | <b>4.3997</b>                      | <b>4.5037</b> | <b>-1.828</b> | <b>0.068</b>  | <b>4.4521</b> | <b>มากที่สุด</b> |

- หมายเหตุ 1. ค่าเฉลี่ยในตาราง เป็นค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินโดยใช้มาตราวัดแบบลิเคิร์ท 5 ระดับ โดย 5 หมายถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 1 หมายถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. เครื่องหมายดอกจัน (\*) ท้ายค่า p-value หมายถึงมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

**2. ความเคร่งครัดทางศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย** จากตารางที่ 2 พบว่าความเคร่งครัดทางศาสนาในภาพรวมอยู่ระดับมากที่สุด และหากพิจารณารายด้านก็พบว่าค่าเฉลี่ยทั้งด้านความเชื่อและการปฏิบัติตามหลักศาสนาก็มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน และเมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางมาจากประเทศในกลุ่มอาเซียนกับประเทศในกลุ่มตะวันออกกลาง พบว่าความเคร่งครัดด้านการปฏิบัติตามหลักศาสนาจะมีค่าเฉลี่ยที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากตะวันออกกลางจะมีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่า และหากพิจารณารายข้อในด้านการปฏิบัติตามหลักศาสนา พบว่ามี 2 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ คือ การสวมมนต์ภาวนาตรงเวลาเป็นประจำ และการอ่านคัมภีร์อัลกุรอานอย่างสม่ำเสมอ โดยนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางจะมีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่า



**การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7**  
**The 7<sup>th</sup> STOU National Research Conference**

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกตามหลักศาสนาอิสลาม (n = 405)

| ความคิดเห็นที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกตามหลักศาสนาอิสลาม | นักท่องเที่ยวมุสลิมจำแนกตามภูมิภาค |               |               |               | เฉลี่ยรวม     | แปลความหมาย    |
|---------------------------------------------------------|------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
|                                                         | อาเซียน                            | ตะวันออกกลาง  | สถิติ t       | p value       |               |                |
| <b>คุณลักษณะด้านกายภาพ</b>                              | <b>2.8868</b>                      | <b>3.1507</b> | <b>-3.278</b> | <b>0.001*</b> | <b>3.0198</b> | <b>ปานกลาง</b> |
| 1. ความเพียงพอของห้องละหมาด                             | 3.2836                             | 3.2500        | 0.318         | 0.751         | 3.2667        | ปานกลาง        |
| 2. ความเพียงพอของร้านอาหารฮาลาล                         | 3.0249                             | 3.7108        | -6.852        | 0.000*        | 3.3704        | ปานกลาง        |
| 3. สำเนาคัมภีร์อัลกุรอานในห้องพัก                       | 2.4726                             | 2.6324        | -1.492        | 0.137         | 2.5531        | น้อย           |
| 4. การมีห้องน้ำตามหลักอิสลาม                            | 2.7662                             | 3.0098        | -2.430        | 0.016*        | 2.8889        | ปานกลาง        |
| <b>คุณลักษณะด้านที่ไม่ใช่กายภาพ</b>                     | <b>2.9726</b>                      | <b>3.2941</b> | <b>-4.248</b> | <b>0.000*</b> | <b>3.1346</b> | <b>ปานกลาง</b> |
| 5. การมีบริการเฉพาะสำหรับอิสลาม                         | 3.1841                             | 3.4902        | -3.159        | 0.002*        | 3.3383        | ปานกลาง        |
| 6. การมีช่องโทรทัศน์ตามหลักกฎหมายของอิสลาม              | 2.6468                             | 3.2255        | -5.893        | 0.000*        | 2.9383        | ปานกลาง        |
| 7. การมีสิ่งให้ความบันเทิงตามหลักกฎหมายของอิสลาม        | 3.0945                             | 3.1137        | -2.205        | 0.028*        | 3.2049        | ปานกลาง        |
| 8. การมีสัญลักษณ์ทางอิสลามที่ไม่ใช่รูปคน                | 2.952                              | 3.1471        | -2.095        | 0.037*        | 3.0568        | ปานกลาง        |
| <b>เฉลี่ยรวมทุกด้าน</b>                                 | <b>2.9297</b>                      | <b>3.2224</b> | <b>-4.161</b> | <b>0.000*</b> | <b>3.0772</b> | <b>ปานกลาง</b> |

หมายเหตุ 1. ค่าเฉลี่ยในตาราง เป็นค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินโดยใช้มาตราวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ โดย 5 หมายถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 1 หมายถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง  
 2. เครื่องหมายดอกจัน (\*) ท้ายค่า p-value หมายถึงมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

**3. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกตามหลักศาสนาอิสลาม** จากตารางที่ 3 หากพิจารณาในภาพรวมพบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่าสิ่งอำนวยความสะดวกตามหลักศาสนาอิสลามทั้งที่เป็นคุณลักษณะด้านที่เป็นกายภาพและไม่ใช่กายภาพอยู่ในระดับปานกลาง และหากพิจารณารายข้อพบว่าสำเนาคัมภีร์อัลกุรอานในห้องพักเป็นข้อที่ได้คะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุดและมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นระหว่างนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากกลุ่มประเทศอาเซียนกับกลุ่มประเทศในตะวันออกกลางพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทั้งในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกายภาพและด้านที่ไม่ใช่กายภาพ โดยระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากประเทศตะวันออกกลางจะมีค่าเฉลี่ยสูงกว่า



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7  
The 7<sup>th</sup> STOU National Research Conference

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวของไทย (n = 405 คน)

| ความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบด้าน<br>แหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย | นักท่องเที่ยวมุสลิมจำแนกตามภูมิภาค |                  |         |            | เฉลี่ย<br>รวม | แปล<br>ความ<br>หมาย |
|------------------------------------------------------------------|------------------------------------|------------------|---------|------------|---------------|---------------------|
|                                                                  | อาเซียน                            | ตะวันออก<br>กลาง | สถิติ t | p<br>value |               |                     |
| 1. ประเทศไทยมีสภาพอากาศและ<br>ภูมิอากาศเป็นที่พอใจ               | 3.8756                             | 4.1078           | -3.096  | 0.002*     | 3.9926        | ดี                  |
| 2. ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความ<br>ทันสมัย                       | 3.8706                             | 3.9510           | -1.246  | 0.213      | 3.9111        | ดี                  |
| 3. ประเทศไทยมีระบบคมนาคมการ<br>เดินทางที่สะดวกสบาย               | 3.9055                             | 4.0049           | -1.360  | 0.175      | 3.9556        | ดี                  |
| 4. ประเทศไทยมีทรัพยากรทาง<br>ธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์              | 3.8259                             | 4.0294           | -3.170  | 0.002*     | 3.9284        | ดี                  |
| เฉลี่ยรวม                                                        | 3.8694                             | 4.0233           | 3.095   | 0.002*     | 3.9469        | ดี                  |

หมายเหตุ 1. ค่าเฉลี่ยในตาราง เป็นค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินโดยใช้มาตราวัดแบบลิเคิร์ต 5  
ระดับ โดย 5 หมายถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 1 หมายถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง  
2. เครื่องหมายดอกจัน (\*) ท้ายค่า p-value หมายถึงมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย จากตารางที่ 3 พบว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีความเห็นต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวของไทยในภาพรวมอยู่ในระดับดี และเมื่อพิจารณารายข้อก็พบว่าทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีเช่นกัน แต่อย่างไรก็ตามหากเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางมาจากประเทศในกลุ่มอาเซียนกับประเทศในกลุ่มตะวันออกกลางพบว่าในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และหากพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 2 ข้อ คือด้านสภาพอากาศ และด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ซึ่งนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลางจะมีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่า



**การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7**  
**The 7<sup>th</sup> STOU National Research Conference**

ตารางที่ 5 คิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อคุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยวของไทย (n = 405 คน)

| ความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพ<br>การบริการทางการท่องเที่ยว<br>ในประเทศไทย | นักท่องเที่ยวมุสลิมจำแนกตามภูมิภาค |                  |               |               | เฉลี่ย<br>รวม | แปล<br>ความ<br>หมาย |
|-----------------------------------------------------------------------|------------------------------------|------------------|---------------|---------------|---------------|---------------------|
|                                                                       | อาเซียน                            | ตะวันออก<br>กลาง | สถิติ t       | p<br>value    |               |                     |
| 1. สถานที่ท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการเดินทาง                 | 4.1045                             | 4.2598           | -2.199        | 0.028*        | 4.1827        | ดี                  |
| 2. พนักงานในสถานที่ท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยว  | 3.9453                             | 4.1520           | -2.982        | 0.003*        | 4.0494        | ดี                  |
| 3. แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยสะอาดและเป็นระเบียบ                      | 3.6318                             | 3.7353           | -1.410        | 0.159         | 3.6840        | ดี                  |
| 4. ร้านอาหารมีคุณภาพการบริการสูง                                      | 3.6368                             | 3.8480           | -2.885        | 0.004*        | 3.7432        | ดี                  |
| <b>เฉลี่ยรวม</b>                                                      | <b>3.8296</b>                      | <b>3.9988</b>    | <b>-3.375</b> | <b>0.001*</b> | <b>3.9148</b> | <b>ดี</b>           |

หมายเหตุ 1. ค่าเฉลี่ยในตาราง เป็นค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินโดยใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ โดย 5 หมายถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 1 หมายถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง  
 2. เครื่องหมายดอกจัน (\*) ท้ายค่า p-value หมายถึงมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

5. คิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อคุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยวในประเทศไทย จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเห็นว่าคุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับดี และหากพิจารณารายข้อพบว่าทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีเช่นกัน แต่อย่างไรก็ตาม หากเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวมุสลิมจากประเทศในกลุ่มอาเซียนกับประเทศในกลุ่มตะวันออกกลาง พบว่าค่าเฉลี่ยรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และหากพิจารณารายข้อ พบว่ามี 3 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ด้านความตั้งใจของพนักงานในการให้ความช่วยเหลือ และด้านคุณภาพการบริการของร้านอาหาร ซึ่งนักท่องเที่ยวจากประเทศตะวันออกกลางจะมีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่า



**การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7**  
**The 7<sup>th</sup> STOU National Research Conference**

ตารางที่ 6 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย (n = 405 คน)

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย        | นักท่องเที่ยวมุสลิมจำแนกตามภูมิภาค |               |               |               | เฉลี่ยรวม     | แปลความหมาย |
|--------------------------------------------------------------------|------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-------------|
|                                                                    | อาเซียน                            | ตะวันออกกลาง  | สถิติ t       | p value       |               |             |
| 1. ฉันพอใจกับการตัดสินใจเดินทางมาประเทศไทยของฉัน                   | 4.1642                             | 4.2892        | -1.887        | 0.060         | 4.2272        | มากที่สุด   |
| 2. การเดินทางมาประเทศไทยของฉันคือทุกอย่างที่ฉันต้องการ             | 3.6219                             | 3.8284        | -2.596        | 0.010*        | 3.7259        | มาก         |
| 3. สิ่งอำนวยความสะดวกและสถานที่ต่างของประเทศไทยดีกว่าที่ฉันคาดหวัง | 3.8308                             | 3.8875        | -0.670        | 0.503         | 3.8543        | มาก         |
| 4. ฉันรู้สึกพอใจกับการตัดสินใจเดินทางมาประเทศไทย                   | 4.0000                             | 4.1569        | -2.297        | 0.022*        | 4.0790        | มาก         |
| 5. การท่องเที่ยวประเทศไทยโดยรวมของฉันเป็นไปในทางที่ดี              | 3.9502                             | 4.1569        | -3.073        | 0.002*        | 4.0543        | มาก         |
| 6. โดยรวมแล้วฉันชื่นชอบการท่องเที่ยว                               | 3.8557                             | 4.0049        | -2.080        | 0.038*        | 3.9309        | มาก         |
| 7. ฉันมีความสุขกับการตัดสินใจเดินทางมาประเทศไทย                    | 4.1144                             | 4.2500        | -2.136        | 0.033*        | 4.1827        | มาก         |
| 8. การเดินทางมาประเทศไทยให้ประสบการณ์ที่ดีกับฉัน                   | 4.2244                             | 4.2549        | 0.001         | 0.054         | 4.1901        | มาก         |
| <b>เฉลี่ยรวม</b>                                                   | <b>3.9577</b>                      | <b>4.0805</b> | <b>-2.783</b> | <b>0.006*</b> | <b>4.0078</b> | <b>มาก</b>  |

หมายเหตุ 1. ค่าเฉลี่ยในตาราง เป็นค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินโดยใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ โดย 5 หมายถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 1 หมายถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง  
 2. เครื่องหมายดอกจัน (\*) ท้ายค่า p-value หมายถึงมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

**6. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย** จากตารางที่ 6 พบว่าระดับความพึงพอใจโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (4.0078) และหากพิจารณารายข้อพบว่าทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ข้อคำถามความพอใจกับการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (4.2272) แต่อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างนักท่องเที่ยวมุสลิมจากกลุ่มประเทศอาเซียนกับกลุ่มประเทศตะวันออกกลางพบว่ามีความพึงพอใจโดยรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลางจะมีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่า และหากพิจารณารายข้อจะพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญถึง 5 ข้อ โดยนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากตะวันออกกลางจะมีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่า



**การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7**  
**The 7<sup>th</sup> STOU National Research Conference**

ตารางที่ 7 ความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย (n = 405 คน)

| ความภักดีของนักท่องเที่ยว<br>ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย        | นักท่องเที่ยวมุสลิมจำแนกตามภูมิภาค |                  |               |               | เฉลี่ย<br>รวม | แปล<br>ความ<br>หมาย |
|----------------------------------------------------------------------|------------------------------------|------------------|---------------|---------------|---------------|---------------------|
|                                                                      | อาเซียน                            | ตะวันออก<br>กลาง | สถิติ t       | p<br>value    |               |                     |
| <b>ความตั้งใจที่จะกลับมาเยือนประเทศไทยอีกครั้ง</b>                   | <b>3.7479</b>                      | <b>3.8088</b>    | <b>-0.891</b> | <b>0.373</b>  | <b>3.7786</b> | <b>มาก</b>          |
| 1. ถ้าฉันต้องการท่องเที่ยวซ้ำประเทศไทย<br>จะเป็นตัวเลือกแรกของฉัน    | 3.5672                             | 3.6176           | -0.563        | 0.573         | 3.5926        | มาก                 |
| 2. ฉันคิดว่าจะกลับมาเยือนประเทศไทย อีก<br>ครั้งในอนาคต               | 3.9303                             | 3.9902           | -0.817        | 0.414         | 3.9605        | มาก                 |
| 3. มีความเป็นไปได้สูงที่ฉันจะกลับมา ยัง<br>ประเทศไทยในช่วงวันหยุด    | 3.7463                             | 3.8186           | -0.944        | 0.346         | 3.7827        | มาก                 |
| <b>การแนะนำประเทศไทยแก่ผู้อื่น</b>                                   | <b>3.9415</b>                      | <b>4.1446</b>    | <b>-3.517</b> | <b>0.001*</b> | <b>4.0478</b> | <b>มาก</b>          |
| 4. ฉันจะพูดถึงที่ดีเกี่ยวกับประเทศไทย<br>กับคนรอบตัวฉัน              | 4.0945                             | 4.2549           | -2.582        | 0.010*        | 4.1753        | มาก                 |
| 5. ฉันจะสนับสนุนให้คนใกล้ชิดของฉัน<br>มาเที่ยวประเทศไทย              | 3.8905                             | 4.1255           | -3.562        | 0.000*        | 4.0074        | มาก                 |
| 6. ฉันจะแนะนำประเทศไทยกับคนอื่น                                      | 3.9502                             | 4.1765           | -3.162        | 0.002*        | 4.0642        | มาก                 |
| 7. เมื่อถามถึงสถานที่ท่องเที่ยวในช่วง<br>วันหยุด ฉันจะแนะนำประเทศไทย | 3.8308                             | 4.0245           | -2.697        | 0.007*        | 3.9284        | มาก                 |
| <b>เฉลี่ยรวมทุกด้าน</b>                                              | <b>3.8586</b>                      | <b>4.0007</b>    | <b>-2.519</b> | <b>0.012*</b> | <b>3.9302</b> | <b>มาก</b>          |

หมายเหตุ 1. ค่าเฉลี่ยในตาราง เป็นค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินโดยใช้มาตราวัดแบบลิเคิร์ท 5  
ระดับ โดย 5 หมายถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 1 หมายถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง  
2. เครื่องหมายดอกจัน (\*) ท้ายค่า p-value หมายถึงมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

**7. ความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย** จากตารางที่ 7 พบว่าความภักดี  
 ของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และหาก  
 พิจารณารายด้านพบว่าด้านความตั้งใจที่จะกลับมาเยือนประเทศไทย และด้านการแนะนำประเทศไทยแก่ผู้อื่นก็อยู่ในระดับมาก  
 เช่นกัน แต่หากพิจารณาผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างนักท่องเที่ยวมุสลิมจากอาเซียนและนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจาก  
 ตะวันออกกลาง พบว่าค่าเฉลี่ยรวมและค่าเฉลี่ยด้านการแนะนำประเทศไทยแก่ผู้อื่นมีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ  
 และหากพิจารณาการทดสอบค่าเฉลี่ยรายข้อในด้านดังกล่าวพบว่านักท่องเที่ยวมุสลิมจากตะวันออกกลางมีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่า  
 อย่างมีนัยสำคัญในทุกข้อ

#### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 405 คน ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่า  
 เพศชายซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21-40 ปี เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้สูงอายุหรือเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี



## การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7 The 7<sup>th</sup> STOU National Research Conference

อาจจะไม่สะดวกในการทำแบบสอบถามเพราะมีข้อจำกัดทางด้านภาษา กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมทั้งสองภูมิภาคส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมทั้งสองภูมิภาคที่มีต่อภาพรวมของประเทศไทย เช่น ด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยว และความพึงพอใจในประเทศไทย อยู่ในเกณฑ์ดี มีเพียงด้านสิ่งอำนวยความสะดวกตามหลักศาสนาอิสลาม ที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และจะเห็นได้ว่าข้อแนะนำมีอิทธิพลต่อการพัฒนาในท้องถิ่น เป็นข้อที่ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับแย่

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เมื่อเปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมระหว่างสองภูมิภาค จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมภูมิภาคตะวันออกกลางมีความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ที่สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในภูมิภาคอาเซียนอย่างมีนัยสำคัญในหลายด้าน ผลการเปรียบเทียบความเคร่งครัดทางศาสนาของนักท่องเที่ยวสองกลุ่มพบว่าความเคร่งครัดโดยรวมไม่แตกต่างกันและเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านความเคร่งครัดด้านการปฏิบัติตามหลักศาสนามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญโดยนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากตะวันออกกลางจะมีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่า ในขณะที่ด้านความเชื่อทางศาสนาไม่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าแม้ว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากประเทศตะวันออกกลางจะมีความเคร่งครัดด้านการปฏิบัติตามหลักศาสนาที่สูงกว่า แต่เมื่อพิจารณาความคิดเห็นต่อสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสิ่งอำนวยความสะดวกตามหลักศาสนาอิสลามกลับมีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่า รวมทั้งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงกว่านักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศอาเซียนอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งผลจากการวิจัยดังกล่าวนี้นี้แสดงให้เห็นถึงส่วนที่ขัดแย้งและสอดคล้องกับงานวิจัยของ Eid and El-Gohary (2015) กล่าวคือ ผลจากการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าความเคร่งครัดในการปฏิบัติตามหลักศาสนาที่สูงกลับไม่เป็นปัญหาต่อนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมนี้ ดังจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกตามหลักศาสนาอิสลามสูงกว่าอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งแย้งกับผลการวิจัยของ Eid and El-Gohary (2015) ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมภูมิภาคตะวันออกกลางแม้ว่าจะมีระดับความเคร่งครัดในการปฏิบัติตามศาสนาสูงกว่า แต่เมื่อต้องเดินทางไปในประเทศที่มีวัฒนธรรมที่แตกต่างจึงไม่ได้คาดหวังสูงต่อสิ่งอำนวยความสะดวกตามหลักศาสนาอิสลาม นอกจากนี้ปัจจัยด้านนี้อาจไม่ได้เป็นปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลางต้องการในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทย ส่วนผลการวิจัยด้านค่าเฉลี่ยสิ่งอำนวยความสะดวกทางศาสนาอิสลาม องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวของไทย คุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยวของไทย ความพึงพอใจและความภักดี ที่นักท่องเที่ยวจากประเทศตะวันออกกลางมีค่าเฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยวจากอาเซียนอย่างมีนัยสำคัญนั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Eid and El-Gohary (2015) รวมถึงงานวิจัยของ Rahman (2014) ที่พบว่าระดับความพึงพอใจจะส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

เนื่องจากพบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกตามหลักศาสนาอิสลาม, ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อคุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังนั้นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปพิจารณาเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกตามหลักศาสนาอิสลามองค์ประกอบและการบริการของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยให้มีคุณภาพดีขึ้น กล่าวคือ

เชิงนโยบาย รัฐบาลควรรักษาและพัฒนาประสิทธิภาพขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง เช่นในเรื่องระบบคมนาคมต่างๆ ให้มีความสะดวกสบายมีมาตรฐานและมีทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมากขึ้น รวมทั้งปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกตามหลักศาสนาอิสลาม โดยเฉพาะเรื่องสำเนาคัมภีร์อัลกุรอานในห้องพัก เนื่องจากมีค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่าทุกประเด็น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.5531) อยู่ในระดับแย่ควรเพิ่มประสิทธิภาพและปริมาณ ของสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอต่อนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมนี้



## การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 7 The 7<sup>th</sup> STOU National Research Conference

จะเป็นการช่วยเพิ่มระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกตามหลักศาสนาอิสลามในไทย และเป็นการช่วยรักษาระดับความพึงพอใจและรักษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวให้อยู่ในระดับที่ดีขึ้น

เชิงปฏิบัติ สถานประกอบการหรือธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวควรมีการอบรมและพัฒนาประสิทธิภาพของบุคลากรภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการบริการด้านการท่องเที่ยวในส่วนของการดูแลนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมอย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะเป็นการช่วยเพิ่มระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่อคุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยวในประเทศไทย นอกจากนี้ ในด้านวิชาการควรเพิ่มการค้นคว้า ศึกษา เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมให้มากขึ้น ทั้งในด้านความต้องการและลักษณะพฤติกรรมในมฆการท่องเที่ยว เพื่อที่จะเข้าใจและนำมาปรับปรุงสถานประกอบการหรือธุรกิจให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมากขึ้น รวมทั้งการทำการตลาดเพื่อเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ดีขึ้น

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว 2 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมภูมิภาคตะวันออกกลาง และนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมภูมิภาคอาเซียน เท่านั้น ในการศึกษาค้นคว้าครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเป็นรายประเทศ หรือเพิ่มหัวข้อลักษณะทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นเชิงลึก และสามารถทราบถึงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมอย่างชัดเจน ทั้งนี้สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บแบบสอบถาม ควรเป็นแบบสอบถามที่เป็นภาษาอาราบิก เพื่อความสะดวกในการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

### เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการต่างประเทศ. (2012). Muslim in Thailand, 2 พฤษภาคม 26. <http://www.thaiembassy.org/riyadh/th/organize/29025-Muslim-inThailand.html>.
- กรมล ทอธรรมชาติ. (2007). ศาสนาอิสลาม. สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2560, จาก <http://www.kohtaotoday.com/isalarm.html>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2015). ททท. รุกกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมเปิดตัวโครงการ “Muslim Friendly Destination” ภายในงาน TTM+ 2015 ณ อิมแพค เมืองทองธานี. สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2560, จาก <http://www.tatnewsthai.org/detail.php?newsID=3951>.
- จิราทัศน์ รัตนมณีนคร. (2553). รายงานผลการวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการด้านการท่องเที่ยว เส้นทาง และแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมุสลิมในประเทศไทย. สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- จันทร์จิราพร พิบูลย์ ( 2548) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่ใช้บริการที่พักแรมและแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงใหม่ : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกา. การค้นคว้าอิสระ.ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ดวงกมล บุณสมภพ. (2014). ประเทศไทยเตรียมการท่องเที่ยวรับชาวมุสลิมหลังเปิด AEC. สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2560, จาก <http://th.aectourismthai.com/content1/2133>.
- ดาสะห์ ดะยี่, นภัสนันท์ วินิจวรกิจกุล และ ประเมษฐ์ บุญนำศิริกิจ. (2557). พฤติกรรมการใช้บริการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางในเขตกรุงเทพมหานคร. วิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 10 (2), 1-13.
- วัฒนา เพ็ชรวงศ์. (1999). พฤติกรรมและความพึงพอใจของประชากรที่มีต่อการใช้บริการ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศราวุฒิ อารีย์. (2016). การท่องเที่ยววิถีอิสลาม: โอกาสของไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. วิทยานิพนธ์ดุขฎิ บัณฑิต สาขาวิชาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา, มหาวิทยาลัยมุสลิมอากัลการ์ อินเดีย.



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ครั้งที่ 7  
The 7<sup>th</sup> STOU National Research Conference

---

- Aaker, D. (1991). Managing brand equity capitalizing on the value of a brand name. Free Press: New York.
- Ala-Hamarnneh, A. and Steiner, C. (2004). Islamic tourism: Rethinking the strategies of tourism development in the Arab World after September 11, 2011. *Comparative Studies of South East*, 24(1), 173-182.
- Artuger, S., Cetinsoz, B. C. & Kilic, I. (2013). The effect of destination image on destination loyalty: An application in Alanya. *European Journal of Business and Management*, 5(13), 124-136
- Asadi, A., Khodadadi, M., & Pool, K. J. (2016). The impact of congruence between self-concept and destination personality on behavioural intentions for visiting an Islamic-historical destination. *Tourism and Hospitality Research*, 0(0), 1-10
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804.
- Battour, M., Ismail, M. N., & Battor, M. (2011). The impact of destination attributes on Muslim tourist's choice. *International Journal of Tourism Research*, 13(6), 527-540.
- Eid, R., and El-Gohary, H. (2015). The role of Islamic religiosity on the relationship between perceived value and satisfaction. *Tourism Management*, 46, 477-488.
- Gallarza, M.G. and Saura, I.G. (2006). Value dimensions, perceived value, satisfaction and loyalty: An investigation of university students' travel behaviour. *Tourism Management*, 27(3), 437-452.
- Henderson, J. C. (2010). Chapter 6: Islam and tourism. In Scott, N. and Jafari, J. (Eds). *Bridging Tourism Theory and Practice*. Emerald Group Publishing: A reader (pp.75-89).
- Islam, A. and Karkkainen, L. (2013). Islamic tourism as a prosperous phenomenon in Lapland. Degree Programme In Tourism, University of Applied Sciences.
- Kotler, P. (1994). *Marketing management: Analysis planning, implementation and control*. New Jersey: Prentice Hall.
- Morse, N., C. (1953). *Satisfaction in the white – collar Job*. New York: Amopresa
- Nursanty, E. (2013). Halal Tourism, New Product in Islamic Leisure Tourism and Architecture. Degree Program in Tourism. Student of Department of Architecture, University of Applied Sciences.
- Oppermann, M. (2000). Tourism destinations loyalty. *Journal of travel research*, 39(11), 78-84.
- Quintal, V. and Polczynski, A. (2010). Factors influencing tourists' revisit intentions. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 22(4), 554-578.
- Rahman, M.K. (2014). Motivating factors of Islamic tourist's destination loyalty: An investigation in Malaysia. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 2(1), 63-77.
- Zabkar, V., Brencic, M.M. and Dmitrovic, T. (2010). Modelling perceived quality, visitor satisfaction and behavioral intentions at the destination level. *Tourism Management*, 31(4), 537-546.