

บทความวิจัย (Research Article)

องค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ
สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมในประเทศไทย
The Components of Service Quality
for Foreign Muslim Tourists in Thailand

สงกรานต์ กลมสุข^{1*} หิรัญญา กลางนุรักษ์² และณพงศ์ รุจิวารรัตน์¹
Songkran Klomsook^{1*}, Hiranya Klangnurak² and Naphong Rujiwararat¹

บทคัดย่อ

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ตลาดท่องเที่ยวมุสลิมถือได้ว่าเป็นกลุ่มตลาดที่มีการเพิ่มจำนวนขึ้น อีกทั้งผลิตภัณฑ์และการบริการสำหรับผู้นับถือศาสนาอิสลามมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวมุสลิมระหว่างท่องเที่ยวในแต่ละประเทศอย่างสูงสุด จึงเป็นที่มาของการวิจัยเรื่อง องค์ประกอบการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมในประเทศไทย เพื่อศึกษาองค์ประกอบในการให้บริการนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิม โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่างผ่านแบบนำสัมภาษณ์ จำนวน 410 ตัวอย่าง และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ทำงานในธุรกิจที่พัก จำนวน 17 คน ผลการวิจัยด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ที่มีค่าความสามารถในการสกัดปัจจัย (Kaiser-Meyer-Olkin : KMO) เท่ากับ 0.957 ค่า Bartlett's Test of Sphericity เท่ากับ 27,720 ค่าระดับความเป็นอิสระ (Degree of Freedom: df) เท่ากับ 990 และนัยสำคัญทางสถิติ (P Value) เท่ากับ 0.00 พบว่า องค์ประกอบการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมในประเทศไทย ได้ลดลงจาก 7 องค์ประกอบ เหลือเพียง 5 องค์ประกอบ โดยผลการวิเคราะห์โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองใหม่ มีค่าสถิติ ดังนี้ ค่า Chi-square เท่ากับ 643.398 มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.000 ที่องศาอิสระ Degrees of freedom (df) เท่ากับ 509 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) มีค่าเท่ากับ 0.920 (ควรมีค่ามากกว่า 0.90) ค่า χ^2/df (CMIN/DF) เท่ากับ 1.264 ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของส่วนเหลือมาตรฐาน (Root Mean Squared Residual: RMR) เท่ากับ 0.010 ค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) เท่ากับ 0.025 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง (Tucker Lewis Index: TLI) เท่ากับ 0.990 และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative Fit index: CFI) เท่ากับ 0.992 รวมทั้ง ค่าดัชนีที่ปรับแก้แล้ว (Adjust Goodness of Fit Index: AGFI) เท่ากับ 0.901 (Durand-Moreau & Usunier, 1999; Harrison-Walker, 2001) แสดงว่า ค่าสถิติหลังการปรับปรุงยืนยันได้ชัดเจนกว่าก่อนการปรับปรุงว่า โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองขององค์ประกอบการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมในประเทศไทยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิเคราะห์โมเดล

¹ สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ คณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยคริสเตียน

Program in Tourism and Hospitality Management, Multidisciplinary College, Christian University of Thailand

² สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

Program in Tourism Management, Faculty of Management Science, Phuket Rajabhat University

*Corresponding author; email: mr_songkran@hotmail.co.th

(Received: 16 January 2020; Revised: 7 April 2020; Accepted: 20 May 2020)

องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองขององค์ประกอบการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมในประเทศไทย จึงประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ เรียงลำดับตามค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ได้แก่ (1) ด้านการอำนวยความสะดวก มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.97 (2) ด้านความรับผิดชอบต่อศาสนาและสังคม มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.82 (3) ด้านสุขลักษณะ-สุขอนามัย มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.74 (4) ด้านประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงาน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.70 และ (5) ด้านการรักษาความปลอดภัย มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.52 นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้เสนอแนะให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักให้ความสำคัญในการพัฒนารูปแบบการให้บริการที่เน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมเพิ่มขึ้น เนื่องจากการเป็นตลาดใหญ่และมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงศึกษาหลักศาสนบัญญัติของศาสนาอิสลามเบื้องต้นเพื่อนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจที่พักให้ถูกต้องตามศาสนบัญญัติ (Shariah-Compliant Hotel) รวมทั้งการขอรับใบอนุญาตมาตรฐานการให้บริการแบบฮาลาล (Halal Certificate) เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวมุสลิมว่าจะได้รับการดูแล เอาใจใส่ได้อย่างถูกต้องตามหลักศาสนบัญญัติ สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวมุสลิม และสร้างโอกาสและการได้เปรียบทางธุรกิจในประเทศไทยเพื่อการเป็นผู้นำด้านการบริการท่องเที่ยวและโรงแรมในกลุ่มประเทศสมาชิกเศรษฐกิจอาเซียน

คำสำคัญ: องค์ประกอบของคุณภาพ การให้บริการนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิม

Abstract

Over the past decades, there has been an increasing number of Muslim tourists as well as increasing of the products and services to accommodate Muslim tourists to be more convenient during their stay in a destination country. Hence, Halal Tourism has created increasing awareness among the Muslim tourists since 2010. The purposes of this study aimed to analyze the component of service providing for Muslim tourists in accordance with the religious routines. The research tool for collecting data was a set of questionnaire from 410 of foreign Muslim tourists and the in-depth interview of 17 hoteliers. Data was analyzed by Exploratory Factor Analysis method (EFA) with Loading Factor and Eigen value ≥ 0.5 . The research findings demonstrated that KMO equals to 0.957, Bartlette's test of Sphericity equals to 27,720 (P Value = 0.000) and degree of freedom (df) = 990. The research finding revealed that the factors related to Muslim tourists travelling in Thailand had deducted from 7 factors to 5 factors. The second order factor analysis (CFA) presented Chi-square equals to 643.398 (P Value = 0.000), Degrees of freedom (df) equals to 509, Goodness of Fit Index (GFI) equals to 0.920, χ^2/df (CMIN/DF) equals to 1.264, Root Mean Squared Residual (RMR) equals to 0.010, Root Mean Square Effort of Approximation (RMSEA) equals to 0.025, Tucker Lewis Index (TLI) equals to 0.990, Comparative Fit index (CFI) equals to 0.992 and Adjust Goodness of Fit Index (AGFI) equals to 0.901 (Durande-Moreau & Usunier, 1999; Harrison-Walker, 2001). The findings also presented 5 factors of service quality for Muslim tourist in Thailand in accordance of their highest loading factors which were 1) hospitality and facility (loading factor = 0.97), 2) Responsibility to Religious and Society (loading factor = 0.82), 3) Hygiene and Sanitation (loading factor = 0.74), 4) Staff service oriented (loading factor = 0.70) and 5) Safe and security (loading factor = 0.52). The researchers concluded that the importance for the hotel business are to have knowledge and preparation of obtaining the Halal certificate and implementing

the Islamic hotel service practice which will enable them to face with opportunities and the challenges to provide the services for foreign Muslim tourists in Thailand in AEC Era.

Keywords: Service Quality Component, Service for Foreign Muslim Tourist

บทนำ

ศักยภาพของตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมนั้น เริ่มเป็นที่จับตามองมากขึ้น เนื่องจากทั้งโลกมีประชากรมุสลิมราว 1.57 พันล้านคน คิดเป็นร้อยละ 23 ของจำนวนประชากรโลก โดยมุสลิมร้อยละ 20 อยู่ในทวีปเอเชีย ประเทศที่มีมุสลิมมากที่สุดในโลกคือ อินโดนีเซีย ซึ่งมีมากถึง 203 ล้านคน จากประชากรของประเทศ 243 ล้านคน มาเลเซีย 17 ล้านคน ปากีสถาน 174 ล้านคน อินเดีย 161 ล้านคน บังกลาเทศ 145 ล้านคน ประเทศที่ไม่ใช่ประเทศมุสลิมมีชาวมุสลิมอาศัยอยู่รวมกันถึง 300 ล้านคน เช่น จีน รัสเซียและเยอรมนี มีมุสลิมอยู่ 22 ล้านคน 16 ล้านคน และ 4 ล้านคน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับรายงานการวิจัยของบริษัทเครสเซนด เรทติ้ง (Crescent Rating) ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของประเทศสิงคโปร์ร่วมกับ Dinar Standard และบริษัทท่องเที่ยวโกลบอล มุสลิม ทราเวล อินเด็กซ์ (Global Muslim Travel Index: GMTI) พบว่านักท่องเที่ยวมุสลิมทั่วโลกเป็นตลาดเฉพาะกลุ่มที่มีมูลค่าตลาด 126,100 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คาดว่าความต้องการจะเติบโตขึ้นถึง ร้อยละ 4.8 ต่อปีไปจนถึงปี พ.ศ. 2563 มีการคาดการณ์ว่าจำนวนชาวมุสลิมทั่วโลกจะเพิ่มจากปัจจุบัน 1,600 ล้านคน เป็น 2,200 ล้านคนในปี พ.ศ. 2573 ซึ่งจะคิดเป็นร้อยละ 26.4 ของประชากรโลก (จิราวดีรัตน์ไพฑูริย์ชัย, 2557) ประชากรมุสลิมทั่วโลกได้ใช้จ่ายเงินสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 เป็นมูลค่าทั้งสิ้น 1.45 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 2 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี พ.ศ. 2563 ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 11 ของการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวต่างประเทศ (Outbound Tourism) ของทั้งโลก คิดเป็นมูลค่ารวมกว่า 1,034,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ศราวุฒิ อารีย์, 2559)

ดังนั้น ชาวมุสลิมจึงถือเป็นโอกาสของประเทศไทยและธุรกิจต่าง ๆ ที่จะสามารถเพิ่มช่องทางในการสร้างรายได้โดยไม่จำกัดอยู่ที่เฉพาะอาหารฮาลาล (Halal Food) อีกต่อไป แต่ยังหมายถึงกลุ่มสินค้าและบริการด้านอื่น ๆ เช่น เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค เครื่องสำอาง สมุนไพร หรือแม้แต่กระทั่งการบริการต่าง ๆ ที่เน้นเฉพาะกลุ่ม ได้แก่ ร้านอาหาร และโรงแรมต่าง ๆ ที่ต้องหันมาให้ความสนใจนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวมุสลิมมากยิ่งขึ้น และเมื่อก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนอย่างเต็มรูปแบบ หลังจากปี 2558 ประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นประเทศมุสลิมที่ใหญ่ที่สุดในโลก จะกลายเป็นโอกาสที่จะสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยและประเทศอื่น ๆ ได้มากที่สุด เพราะนอกจากอินโดนีเซียจะเป็นประเทศที่มีประชากรชาวมุสลิมมากที่สุดในโลกแล้วยังเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่สุดในอาเซียนอีกด้วย โดยร้อยละ 20 ของจำนวนมุสลิมในประเทศ หรือ 40 ล้านคน จัดอยู่ในกลุ่มมีกำลังซื้อสูงและนิยมที่จะเดินทางออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศ อีกทั้งประเทศอินโดนีเซียมีศักยภาพของขนาดตลาดและกำลังซื้อ กอปรกับเศรษฐกิจของประเทศอินโดนีเซียอยู่ในช่วงขาขึ้นโดยมี GDP เติบโตร้อยละ 6.2 ต่อปี (จิราวดีรัตน์ไพฑูริย์ชัย, 2557) ทั้งนี้ยังรวมถึงโอกาสที่จะมีนักท่องเที่ยวจากประเทศมุสลิมอื่น ๆ ที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วย เช่น ประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์ ซึ่งถือเป็นประเทศที่มีจำนวนผู้นับถือศาสนาอิสลามที่ค่อนข้างมากเมื่อเทียบกับกลุ่มประเทศอาเซียนอื่น ๆ ในภูมิภาค

จากเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการท่องเที่ยวมุสลิม (Halal Tourism) เป็นอย่างมาก จึงได้ทำการศึกษาวิจัยของผู้ที่เคยศึกษาเกี่ยวกับการให้บริการนักท่องเที่ยวมุสลิมและวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น งานวิจัยของอานนท์ กระจ่อมแก้ว (2555); สมยศ หวังอัปดุลละ (2549); Mohd Rizal Razalli (2013); Nor Zafir Md Salleh (2014); Shirzad Mansouri (2014) และโดยเฉพาะงานวิจัยของ Rosenberg & Choufany (2009) พบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพและโอกาสอีกมากในการพัฒนาการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม ซึ่งไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่ด้านอาหารอีกต่อไป ซึ่งได้แก่การยกระดับมาตรฐานการให้บริการด้านที่พักแก่

นักท่องเที่ยวมุสลิม โดยในรายงานการวิจัยของ Rosenberg & Choufany (2009) นั้นได้อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับโรงแรมตามหลักศาสนาอิสลาม หรือที่เรียกว่า Shariah Compliant Hotel (SCH) อันประกอบด้วย ที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก ร้านอาหาร การสนทนา การนันทนาการ การขนส่ง มัคคุเทศก์ การใช้เครื่องใช้ต่าง ๆ และการแต่งกายที่จะต้องสอดคล้องกับศาสนบัญญัติแห่งศาสนาอิสลาม ประกอบกับการศึกษาด้านอื่น ๆ เช่น หลักและวิธีการให้บริการที่ได้มาตรฐานเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ รวมไปถึงการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมุสลิมด้วยเช่นกัน ซึ่งผู้วิจัยเชื่อว่าการศึกษาปัจจัยการให้บริการสำหรับผู้ประกอบการโรงแรมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมุสลิมอย่างรอบด้านและชัดเจนแล้วนั้น จะนำมาซึ่งประโยชน์อย่างยิ่งต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวและโรงแรม ส่งผลให้เกิดการยกระดับการให้บริการให้ดีขึ้น สร้างความประทับใจและก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย มุ่งสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวฮาลาลระดับนานาชาติ

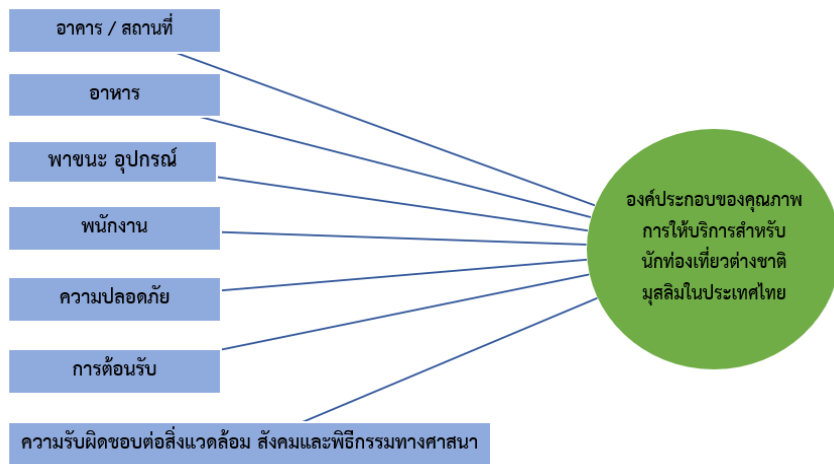
วัตถุประสงค์

วิเคราะห์องค์ประกอบคุณภาพการให้บริการนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมในประเทศไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework) เรื่อง องค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมในประเทศไทย นั้น เป็นผลสรุปจากการศึกษาทฤษฎีและผลที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปเป็นแนวคิดเพื่อบำเพ็ญการวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจากการศึกษาทั้งเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น การศึกษางานของอาานนท์ กระจอมแก้ว (2555); สมยศ หวังอัฒกุลเสาะ (2549); Mohd Rizal Razalli (2013); Nor Zafir Md Salleh (2013); Rosenberg & Choufany (2009) นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมุสลิมที่เกี่ยวข้องกับการเลือกพักแรมเมื่อเดินทางเพื่อให้เกิดความสะดวกสบายและความพึงพอใจ โดยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมุสลิมนั้นมักจะพิจารณาจากโรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติศาสนกิจและชีวิตประจำวัน มีการบริการอาหารฮาลาล มีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องน้ำ มีการบริการในช่วงรอมฎอน (Service during Ramadhan) มีการจัดสนทนาและกิจกรรมนันทนาการที่ถูกหลักศาสนาอิสลาม และสิ่งอำนวยความสะดวกหรือบริการต่าง ๆ ข้างต้นนั้นจะต้องไม่มีสิ่งไม่อนุญาตหรือข้อห้ามต่าง ๆ ตามหลักศาสนาอิสลาม (Non Halal activities in the hotel) (Rosenberg & Choufany (2009)

ดังนั้นในการทำวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปในเบื้องต้นโดยอาศัยทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องข้างต้น นำมาสรุปและปรับปรุงเป็นตัวแปรของการศึกษาได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการให้แก่นักท่องเที่ยวโดยทั่วไปนั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 7 ด้าน ได้แก่ 1) อาคาร/สถานที่ (Building) 2) อาหาร (Food) 3) ภาชนะ-อุปกรณ์ (Equipment) 4) พนักงาน (Staff) 5) ความปลอดภัย (Security) 6) การต้อนรับนักท่องเที่ยว (Hospitality) และ 7) ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคมและพิธีกรรมทางศาสนา (Social, Ritual and Environment responsibility) ซึ่งผู้วิจัยจะนำมาประยุกต์เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัยในครั้งนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดแสดงการให้บริการนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมในประเทศไทย

ที่มา : สงกรานต์ กลมสุข (2558) ปรับปรุงจาก อานนท์ กระจอมแก้ว (2555); Rosenberg & Choufany (2009)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมในประเทศไทย โดยทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์เอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมในประเทศไทย เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยสามารถนำมาออกแบบเป็นลำดับขั้นตอนของการจัดเตรียมและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยได้

2. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ ประสบการณ์ หรือความเชี่ยวชาญเรื่องศาสนาอิสลาม เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการสร้างและพัฒนาเป็นเครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และนำไปตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านงานวิจัย จำนวน 3 ท่าน แล้วนำผลการประเมินมาวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) แล้วจึงนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจงจำนวน 30 คน เพื่อนำข้อมูลมาตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งต้องมีค่าเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ในงานวิจัยนี้ ทีมผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัยออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

3.1 กลุ่มตัวอย่างที่นับถือศาสนาอิสลามและอาศัยอยู่ในภาคกลางและภาคตะวันตก เพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ระหว่างเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม พ.ศ. 2560 และนำผลการสัมภาษณ์ที่ได้มาใช้เป็นข้อมูลสำหรับการสร้างและพัฒนาเป็นเครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และเพื่อป้องกันอคติอันเกิดจากการเลือกตัวอย่าง (Selection Bias) ผู้วิจัยจึงได้เลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน หรือครูสอนศาสนา (โต๊ะอิหม่าม) ผู้ซึ่งมีเข้าใจในศาสนิกแห่งศาสนาอิสลามได้เป็นอย่างดี โดยใช้การหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างแบบ Non-Probability Sampling ด้วยวิธีการเลือกแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) จำนวน 20 คน

3.2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักอาศัยในประเทศไทย ซึ่งจากรายงานของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่านักท่องเที่ยวมุสลิมที่เข้ามาท่องเที่ยวและเข้าพักในกรุงเทพมหานคร มีอัตราส่วนมากเป็นอันดับ 1 และจะนิยมมาในช่วงเดือนเมษายน-

กันยายน ของทุกปี (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2555) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกกรุงเทพฯ เป็นแหล่งเก็บข้อมูลหลัก โดยจะกระจายกันไปตามตามสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของกรุงเทพฯ และเป็นสถานที่ที่คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมอยู่เป็นจำนวนมาก ได้แก่ วัดพระแก้วและพระบรมมหาราชวัง วัดโพธิ์ วัดเบญจมบพิตร วัดอรุณ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติกรุงเทพฯ และห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ห้างมาบุญครอง (MBK) สยามเซ็นเตอร์ สยามพารากอน และห้างแพลตตินั่ม ประตูน้ำ โดยใช้การเก็บตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง (Samples) จากสูตรในการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1967) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 โดยขณะที่ทำการวิจัยนั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 399,875 คน หรือ 400 คน และเพื่อป้องกันความไม่สมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้รับ ทีมผู้วิจัยจึงเพิ่มจำนวนแบบสอบถามไปอีก 10 ชุด จึงทำให้มีแบบสอบถามทั้งหมดสำหรับงานวิจัยนี้ทั้งสิ้น 410 ชุด โดยทีมผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ดังกล่าวเพื่อเก็บข้อมูลวิจัยในช่วงระหว่างเดือนสิงหาคม-กันยายน พ.ศ. 2560

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้รับกลับคืนจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการตรวจสอบเรียบร้อยแล้วมาบันทึกข้อมูลและวิเคราะห์ผลโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ทางสถิติ และโปรแกรมวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ค่าสถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมในประเทศไทย โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) แสดงออกในรูปเมตริกสหสัมพันธ์พร้อมทดสอบความมีนัยสำคัญของเมตริกสหสัมพันธ์ จากนั้น ผู้วิจัยได้วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างขององค์ประกอบที่ได้พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้ ค่าสถิติไค-สแควร์, ค่าซีเอ็มไอเอ็น / ดีเอฟ, ดัชนีรากกำลังสองค่าเฉลี่ยของส่วนเหลือมาตรฐาน, ดัชนีวัดความสอดคล้อง, ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน และดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยและทีมได้ลงพื้นที่ชุมชนอิสลามในกรุงเทพฯ นครปฐม ราชบุรี และสุพรรณบุรี เพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มตัวอย่างที่นับถือศาสนาอิสลาม ช่วงเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม พ.ศ. 2560 เพื่อนำผลการสัมภาษณ์ที่ได้มาใช้เป็นข้อมูลสำหรับการสร้างและพัฒนาเป็นเครื่องมือวิจัย และจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีฮาลาลมากขึ้นเมื่อเทียบกับอดีตที่ผ่านมา นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังได้อธิบายเพิ่มเติมว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมส่วนใหญ่ให้ความสนใจที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในเอเชียรวมทั้งประเทศไทยมากขึ้น ซึ่งเป็นผลพวงมาจากกระแสการต่อต้านและการเลือกปฏิบัติกับชาวมุสลิมในประเทสโลกตะวันตก นักท่องเที่ยวมุสลิมหลายคนจึงเปลี่ยนเส้นทางการท่องเที่ยวมาประเทศไทยและเอเชียมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวเหล่านี้ก็ยังคงมีปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นชาวไทยหรือชาวต่างชาติ และมักจะเจอปัญหาคล้าย ๆ กัน ได้แก่ สถานประกอบการที่ให้บริการด้านที่พักแก่นักท่องเที่ยวมุสลิมยังไม่มีความพร้อม และยังไม่เข้าใจในเรื่องของการจัดการที่พักไม่ให้ขัดต่อหลักศาสนาบัญญัติแห่งศาสนาอิสลาม เช่น ไม่มีห้องละหมาด ไม่มีอ่างล้างเท้า การปรุงอาหารที่มีเนื้อสัตว์ เช่น หมู ในหลากหลายเมนู เนื่องจากประเทศไทยมีผู้นับถือศาสนาพุทธเป็นส่วนใหญ่ และไม่ได้เคร่งคร่งการบริโภคเนื้อหมู หรือแม้กระทั่งมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ในห้องพัก ทำให้นักท่องเที่ยวมุสลิมเลือกที่จะหาและใช้บริการโรงแรมอื่น ๆ ที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิมที่ค่อนข้างจะมีน้อยในกรุงเทพฯ กลุ่มตัวอย่างมองว่าสถานการณ์เช่นนี้คือโอกาสหากผู้ประกอบการให้ความสำคัญและเตรียมความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้แล้ว จะสามารถสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการได้เป็นอย่างดี

ผลการวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นด้านลักษณะ และการแจกแจงตัวแปรด้วยค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม ระหว่างเดือนสิงหาคม-กันยายน พ.ศ. 2560 ในสถานที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ วัดพระแก้วและพระบรมมหาราชวัง วัดโพธิ์ วัดเบญจมบพิตร วัดอรุณ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติกรุงเทพฯ และห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ห้างมาบุญครอง (MBK) สยามเซนเตอร์ สยามพารากอน และห้างแพลตตินั่ม ประตูน้ำ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 410 คน แบ่งเป็นเพศชายจำนวน 278 คน คิดเป็น 67.80% และหญิง จำนวน 132 คน คิดเป็น 32.20% โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 41-50 ปี และ 31-40 ปี คิดเป็น 37.60% และ 35.10% ตามลำดับ

ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 214 คน ไม่เคยมาเที่ยวเมืองไทย คิดเป็น 52.20% และจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด พบว่า 249 คนที่มีระยะเวลาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่า 5 วัน คิดเป็น 60.80% รองลงมาคือ 3-4 วัน จำนวน 126 คน คิดเป็น 30.80% และมีเพียง 35 คน ที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยเพียง 1-2 วัน คิดเป็น 8.50% ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 382 คน เดินทางท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน คิดเป็น 93.20% ในขณะที่เหตุผลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น พบว่า จำนวน 179 คน ตัดสินใจจากการบริการของคนไทย คิดเป็น 43.70% ซึ่งมีจำนวนที่ใกล้เคียงกับเหตุผลด้านความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 164 คน คิดเป็น 40.00% นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 342 คน ประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้มากที่สุด คิดเป็น 83.40% และเมื่อถามนักท่องเที่ยวมุสลิมเกี่ยวกับการให้บริการนักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาอิสลามในโรงแรมที่ตนพักอาศัยอยู่นั้น ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 338 คน ตอบว่าโรงแรมยังไม่มีบริการใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหลักศาสนาอิสลามที่ถูกต้อง คิดเป็น 82.40%

ตาราง 1 ผลการตรวจสอบเงื่อนไขข้อต่อกลองเบื้องต้น (Kaiser-Meyer-Olkin: KMO) and Bartlett's Test)

ชื่อ	ค่า	ค่าน้ำหนัก
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		.957
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	27,720
Sphericity	df	990
	Sig.	.000

จากตาราง 1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เบื้องต้นพบว่า KMO เท่ากับ .957 แสดงถึงความเหมาะสมของข้อมูลทั้งหมดและตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ที่สามารถใช้วิเคราะห์องค์ประกอบได้ในระดับดีมากเพราะ KMO มีค่าสูง และจากการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity พบว่าตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ (Chi-Square เท่ากับ 27,720 / df เท่ากับ 990 และค่า P-Value < .001) แสดงว่ามีเมทริกซ์ (Matrix) สหสัมพันธ์ ของตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันและมีความเหมาะสมทำให้ข้อมูลที่ได้รับมาสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ ในการวิเคราะห์องค์ประกอบการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมนั้นประกอบด้วยตัวแปร จำนวน 58 ตัวแปร พบว่า องค์ประกอบการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมในประเทศไทย สามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบ ได้ 5 องค์ประกอบ คือ (1) องค์ประกอบด้านการอำนวยความสะดวก เนื่องจากสามารถอธิบายหรือตีความแปรปรวนของข้อมูลได้มากที่สุดถึงร้อยละ 57.881 ส่วนองค์ประกอบ (2) ด้านความรับผิดชอบต่อศาสนาและสังคม (3) องค์ประกอบด้านสุขลักษณะ-สุขอนามัย (4) องค์ประกอบด้านประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงาน และ (5) องค์ประกอบด้านการรักษาความปลอดภัย ดังนี้

ตาราง 2 ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และความถี่สะสมของความแปรปรวนของแต่ละองค์ประกอบของการให้บริการนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิม

	องค์ประกอบ	ค่าไอเกน	ค่าร้อยละของความแปรปรวน	ความถี่สะสม
1.	ด้านการรักษาความปลอดภัย	1.271	2.825	74.804
2.	ด้านประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงาน	1.424	3.164	71.979
3.	ด้านสุขลักษณะ-สุขอนามัย	2.129	4.730	68.815
4.	ด้านความรับผิดชอบต่อศาสนาและสังคม	2.792	6.204	64.085
5.	ด้านการอำนวยความสะดวก	26.046	57.881	57.881

จากตาราง 2 การวิเคราะห์ปัจจัยรายด้านพบว่าองค์ประกอบการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิม มากที่สุด ได้ลดลงจาก 7 ด้านเหลือเพียง 5 ด้าน ซึ่งแต่ละด้านมีค่าไอเกน ระหว่าง 1.271 - 26.046 และสามารถอธิบายความแปรปรวนได้รวมกันร้อยละ 57.881 โดยในรายงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอเพียงตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด 3 ตัวแปรแรกเท่านั้น ซึ่งสามารถจัดแบ่งกลุ่มปัจจัยได้ดังนี้ ด้านที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือด้านการอำนวยความสะดวก มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.712 - 0.852 รองลงมาคือ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและศาสนา มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.729 - 0.586 ด้านที่ 3 ได้แก่ ด้านสุขลักษณะ-สุขอนามัย มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.748 - 0.632 ด้านที่ 4 ด้านประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงาน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.678 - 0.536 และด้านที่ 5 ด้านการรักษาความปลอดภัย มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.637 - 0.515

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรและค่าน้ำหนักขององค์ประกอบที่ 1: ด้านการอำนวยความสะดวก*

	องค์ประกอบ	Loading Factor
1.	มีพระคัมภีร์อัลกุรอาน ฉบับภาษาอังกฤษ	0.852
2.	มีช่องรายการโทรทัศน์สำหรับผู้นับถือศาสนาอิสลาม	0.842
3.	มีการแสดงสัญลักษณ์กิบละฮ์ (Qiblat Direction) หรือทิศที่ชาวมุสลิมทั่วโลกจะหันไปเวลาทำละหมาดในห้องพักแขก	0.841

*ค่าไอเกนเท่ากับ 26.046 ค่าร้อยละของความแปรปรวนเท่ากับ 57.881

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรและค่าน้ำหนักขององค์ประกอบที่ 2: ด้านความรับผิดชอบต่อศาสนาและสังคม*

	องค์ประกอบ	Loading Factor
1.	มีห้องละหมาดที่เปิดให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิมตลอด 24 ชั่วโมง	0.729
2.	มีห้องละหมาดที่เปิดโอกาสให้พนักงานที่นับถือศาสนาอิสลามสามารถเข้าไปละหมาดร่วมกับแขกได้	0.724
3.	มีห้องละหมาดที่เปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกที่ไม่ใช่แขกและพนักงานที่นับถือศาสนาอิสลามสามารถเข้าไปละหมาดร่วมกับแขกได้	0.699

*ค่าไอเกนเท่ากับ 2.792 ค่าร้อยละของความแปรปรวนเท่ากับ 6.204

ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรและค่าน้ำหนักขององค์ประกอบที่ 3: ด้านสุขลักษณะ-สุขอนามัย*

	องค์ประกอบ	Loading Factor
1.	มีห้องอาบน้ำ / ที่ชำระร่างกายส่วนต่าง ๆ ก่อนการละหมาดที่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม	0.748
2.	มีการทำความสะอาดสัญลักษณ์กิบละฮ์ (Qiblat Direction) หรือทิศที่ชาวมุสลิมทั่วโลกจะหันไปเวลาทำละหมาด	0.732
3.	มีห้องละหมาดที่ถูกต้อง สะอาดตามหลักศาสนาอิสลาม	0.712

*ค่าไอเกนเท่ากับ 2.129 ค่าร้อยละของความแปรปรวนเท่ากับ 4.730

ตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรและค่าน้ำหนักขององค์ประกอบที่ 4: ด้านประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงาน*

องค์ประกอบ	Loading Factor
1. อาหารได้ผ่านกรรมวิธีในการทำ ผสม ปรง ประกอบ หรือแปรรูปตามศาสนบัญญัติอิสลามแห่งชาติ	0.678
2. วัตถุดิบหลักในการผลิต ตลอดจนเครื่องปรุงอื่น ๆ ต้องระบุแหล่งที่มาอันน่าเชื่อถือได้ว่า “ฮาลาล” โดยไม่แปดเปื้อนกับสิ่งต้องห้าม	0.663
3. พนักงานได้รับการอบรมการให้บริการแขกในห้องอาหารที่ได้มาตรฐาน	0.653

*ค่าไอเกนเท่ากับ 1.424 ค่าร้อยละของความแปรปรวนเท่ากับ 3.164

ตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรและค่าน้ำหนักขององค์ประกอบที่ 5: ด้านการรักษาความปลอดภัย*

องค์ประกอบ	Loading Factor
1. มีระบบการเดินสายไฟ และติดตั้งอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน ปลอดภัย และได้รับการดูแลรักษาอย่างถูกต้องสม่ำเสมอ โดยผู้ชำนาญการ	0.637
2. มีระบบตรวจเช็คความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ สามารถสังเกตการณ์หรือบันทึกภาพบริเวณทางเข้าออก และจุดสำคัญ ๆ ตลอด 24 ชั่วโมง	0.617
3. มีเส้นทางหนีไฟ และบันไดหนีไฟซึ่งอยู่ในตำแหน่งที่ใช้งานได้สะดวกรวดเร็ว ขนาดเหมาะสมมีการระบายอากาศ และแสงสว่างเพียงพอ สามารถนำไปสู่พื้นที่ปลอดภัยได้โดยสวัสดิภาพและได้รับการดูแลรักษาอยู่เสมอ	0.515

*ค่าไอเกนเท่ากับ 1.271 ค่าร้อยละของความแปรปรวนเท่ากับ 2.825

ตาราง 8 ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบที่ 1-5

ดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์พิจารณา / องค์ประกอบที่				
	1	2	3	4	5
	ด้านการ อำนวยความสะดวก	ด้านความ รับผิดชอบต่อ ศาสนกิจ และสังคม	ด้าน สัญลักษณ์- สุนามย์	ด้าน ประสิทธิภาพ ในการ ให้บริการ ของพนักงาน	ด้านการ รักษาความ ปลอดภัย
Chi-square (χ^2)	30.103	38.778	197.333	24.849	3.645
Degrees of freedom (df)	12	14	27	14	5
Probability level	0.003	0.000	0.000	0.036	0.602
χ^2 /df (CMIN/DF)	2.509	2.770	2.606	1.775	0.729
Root Mean Square Residual(RMR)	0.002	0.003	0.005	0.008	0.005
Goodness of Fit Index (GFI)	0.985	0.973	0.981	0.982	0.996
Adjust Goodness of Fit Index (AGFI)	0.945	0.945	0.952	0.965	0.998
Root Mean Square Effort of Approximation (RMSEA)	0.061	0.066	0.063	0.044	0.000
Tucker Lewis Index (TLI)	0.991	0.992	0.985	0.980	1.008
Comparative Fit Index (CFI)	0.997	0.995	0.992	0.987	1.000
สรุป	โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์	โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์	โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์	โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์	โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตาราง 9 การวิเคราะห์โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองขององค์ประกอบการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมในประเทศไทย

ดัชนีความสอดคล้อง	ค่าสถิติ	ค่าสถิติ
	ก่อนการปรับปรุง	หลังการปรับปรุง
Chi-square (X2)	1,577.726	643.398
Degrees of freedom (df)	555	509
Probability level	0.000	0.000
X2/df (CMIN/DF)	2.843	1.264
Root Mean Squared Residual (RMR)	0.015	0.010
Goodness of Fit Index (GFI)	0.815	0.920
Adjust Goodness of Fit Index (AGFI)	0.789	0.901
Root Mean Square Effort of Approximation (RMSEA)	0.067	0.025
Tucker Lewis Index(TLI)	0.931	0.990
Comparative Fit Index (CFI)	0.935	0.992

จากนั้น ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ปรับปรุงโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองขององค์ประกอบการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมในประเทศไทย และได้ผลการวิเคราะห์โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองใหม่ โดยมีค่าสถิติ ดังนี้ ค่า Chi-square เท่ากับ 643.398 มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.000 (ควรมีค่ามากกว่า 0.05) ที่องศาอิสระ Degrees of freedom (df) เท่ากับ 509 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) มีค่าเท่ากับ 0.920 (ควรมีค่ามากกว่า 0.90) ค่า χ^2 /df (CMIN/DF) เท่ากับ 1.264 (ไม่ควรเกิน 3) ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของส่วนเหลือมาตรฐาน (Root Mean Squared Residual: RMR) เท่ากับ 0.010 (ไม่ควรเกิน 0.08) ค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (Root Mean Square Effort of Approximation: RMSEA) เท่ากับ 0.025 (ไม่ควรเกิน 0.08) ค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง (Tucker Lewis Index: TLI) เท่ากับ 0.990 (ควรมีค่ามากกว่า 0.90) และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative Fit index: CFI) เท่ากับ 0.992 (ควรมีค่ามากกว่า 0.90) รวมทั้ง ค่าดัชนีที่ปรับแก้แล้ว (Adjust Goodness of Fit Index: AGFI) เท่ากับ 0.901 (ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.80) (Durande-Moreau & Usunier, 1999; Harrison-Walker, 2001) แสดงว่า ค่าสถิติหลังการปรับปรุงยืนยันได้ชัดเจนกว่าก่อนการปรับปรุงว่า โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองขององค์ประกอบการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมในประเทศไทยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์น้ำหนักองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองขององค์ประกอบการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมในประเทศไทย ที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือ ตามตาราง 10

ตาราง 10 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองขององค์ประกอบการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมในประเทศไทยเรียงลำดับตามค่าน้ำหนักองค์ประกอบ

ลำดับ	องค์ประกอบ	น้ำหนักองค์ประกอบ
1	ด้านความรับผิดชอบต่อศาสนาและสังคม	0.97
2	ด้านการอำนวยความสะดวก	0.82
3	ด้านสุขลักษณะ-สุขอนามัย	0.74
4	ด้านการรักษาความปลอดภัย	0.70
5	ด้านประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงาน	0.52

น้ำหนักร่องค้ำประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของร่องค้ำประกอบการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมในประเทศไทย ที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือ ร่องค้ำประกอบที่ 2 ด้านความรับผิดชอบต่อศาสนาและสังคม โดยมีค่าน้ำหนักร่องค้ำประกอบอยู่ที่ 0.97 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่ามากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ (1) มีห้องละหมาดที่เปิดให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิมตลอด 24 ชั่วโมง (2) มีบริการแจ้งเตือนเวลาสำหรับผู้ที่จะทำละหมาดในโรงแรม (3) มีห้องละหมาดที่เปิดโอกาสให้พนักงานที่นับถือศาสนาอิสลามสามารถเข้าไปละหมาดร่วมกับแขกได้

ร่องค้ำประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของร่องค้ำประกอบการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมในประเทศไทย ที่มีค่าน้ำหนักมากเป็นอันดับ 2 คือ ร่องค้ำประกอบที่ 1 ด้านการอำนวยความสะดวก โดยมีค่าน้ำหนักร่องค้ำประกอบอยู่ที่ 0.82 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่ามากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ (1) มียาสามัญประจำบ้าน และชุดปฐมพยาบาลที่มีคุณภาพ อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ จัดไว้ในตำแหน่งที่ใช้ได้สะดวก รวดเร็ว (2) มีการแสดงสัญลักษณ์กิบละฮ์ (Qiblat Direction) หรือทิศที่ชาวมุสลิมทั่วโลกจะหันไปเวลาทำละหมาดในห้องพักแขก (3) มีโทรศัพท์สำหรับโทรทั้งภายในและต่างประเทศไว้บริการ

ร่องค้ำประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของร่องค้ำประกอบการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมในประเทศไทย ที่มีค่าน้ำหนักมากเป็นอันดับ 3 คือ ร่องค้ำประกอบที่ 3 ด้านสุขลักษณะ -สุขอนามัย มีค่าน้ำหนักร่องค้ำประกอบเท่ากับ 0.74 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่ามากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ (1) มีการแยกบริเวณสุขุบบูหรืออ่างล้างมือ (2) มีห้องน้ำอยู่ในบริเวณ และระยะที่ใช้ได้สะดวก ปลอดภัย สะอาด และไม่รบกวนพื้นที่ใช้สอยอื่น ๆ รวมทั้งแยกชาย/หญิง (3) ห้องพักแขกอยู่ในสภาพใช้การได้ดี อากาศถ่ายเทได้สะดวก

ร่องค้ำประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของร่องค้ำประกอบการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมในประเทศไทย ที่มีค่าน้ำหนักมากเป็นอันดับ 4 คือ ร่องค้ำประกอบที่ 5 ด้านการรักษาความปลอดภัย มีค่าน้ำหนักร่องค้ำประกอบเท่ากับ 0.70 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่ามากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ (1) มีระบบการเดินสายไฟ และติดตั้งอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน ปลอดภัย และได้รับการดูแลรักษาอย่างถูกต้อง สม่าเสมอ โดยผู้ชำนาญการ (2) มีเส้นทางหนีไฟ และบันไดหนีไฟซึ่งอยู่ในตำแหน่งที่ใช้งานได้สะดวก รวดเร็ว ขนาดเหมาะสมมีการระบายอากาศ และแสงสว่างเพียงพอ สามารถนำไปสู่พื้นที่ปลอดภัยได้โดยสวัสดิภาพและได้รับการดูแลรักษาอยู่เสมอ และ (3) มีระบบตรวจเช็คความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ สามารถสังเกตการณ์หรือบันทึกภาพบริเวณทางเข้าออก และจุดสำคัญ ๆ ตลอด 24 ชั่วโมง

ร่องค้ำประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของร่องค้ำประกอบการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมในประเทศไทย ที่มีค่าน้ำหนักมากเป็นอันดับ 5 คือ ร่องค้ำประกอบที่ 4 ด้านประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงาน มีค่าน้ำหนักร่องค้ำประกอบเท่ากับ 0.52 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่ามากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ (1) พนักงานได้รับการอบรมการให้บริการแขกในห้องอาหารที่ได้มาตรฐาน (2) อาหารได้ผ่านกรรมวิธีในการทำ ผสมปรุงประกอบ หรือแปรสภาพตามศาสนบัญญัติอิสลามแห่งชาติ (3) วัตถุประสงค์หลักในการผลิต ตลอดจนเครื่องปรุงอื่น ๆ ต้องระบุแหล่งที่มาอันน่าเชื่อถือได้ว่า “ฮาลาล” โดยไม่แปดเปื้อนกับสิ่งต้องห้าม

สรุปและอภิปรายผล

สรุปได้ว่าร่องค้ำประกอบของร่องค้ำประกอบการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมในประเทศไทย ประกอบด้วย 5 ร่องค้ำประกอบ ได้แก่ (1) ด้านความรับผิดชอบต่อศาสนาและสังคม (2) ด้านการอำนวยความสะดวก (3) ด้านสุขลักษณะสุขอนามัย (4) ด้านการรักษาความปลอดภัย และ (5) ด้านประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงาน ซึ่งร่องค้ำประกอบทั้ง 5 ร่องค้ำประกอบนั้นมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับแนวคิดเกี่ยวกับโรงแรมตามหลักศาสนาอิสลาม (Shariah Compliant Hotel) ที่กล่าวไว้ข้างต้น โดยเฉพาะงานวิจัยเรื่อง Spiritual Lodging-The Shariah Compliant Hotel ของ Rosenberg & Choufany (2009) ที่กล่าวถึงหลักการบริหารงานโรงแรมที่ยึดแนวคิดของศาสนาอิสลาม อันจะประกอบไปด้วย 1) การบริการที่ไม่มีเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ รวมทั้งมีบริการอาหารฮาลาล 2) มีพนักงานบริการที่เป็นมุสลิมหรือมีความเข้าใจในศาสนาบัญญัติแห่งศาสนาอิสลาม 3) มีสื่อโทรทัศน์ หรือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่อยู่ในกรอบในจารีต และ 4) มีคัมภีร์อัลกุรอานในห้องพักและพรมละหมาดในห้องพัก นอกจากนี้ ในส่วนบริการอื่น ๆ ของงานวิจัยก็ยังมีผลที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Rosenberg & Choufany (2009) และอานนท์ กระจ่อมแก้ว (2555) ได้แก่ การจัดพื้นที่แยกชาย-หญิงสำหรับการปฏิบัติศาสนกิจ มีสัญลักษณ์บอกทิศสำหรับการทำละหมาด ไม่มีสถานเริงรมย์ในโรงแรมหรือที่พัก และมีบริเวณสำหรับชำระล้างร่างกายก่อนการทำพิธีละหมาดภายในห้องพักและในส่วนบริการอื่น ๆ ภายในโรงแรม นอกจากนี้ผลการศึกษายังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mohd Rizal Razalli (2013) ที่อธิบายเกี่ยวกับองค์ประกอบของการเป็นโรงแรมตามหลักศาสนาอิสลาม (Shariah Compliant Hotel) ว่า 1) ไม่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (No alcohol) 2) ให้บริการอาหารฮาลาล (Halal food) 3) มีคัมภีร์อัลกุรอานและพรมสำหรับทำละหมาดในห้องพัก (Quran and Prayer mats available in each room) 4) เตียงและห้องน้ำต้องไม่หันไปทางทิศของเมืองมักกะ (Beds and toilet positioned so as not to face the direction of Mecca) 5) มีโถปัสสาวะสำหรับสุภาพสตรี (Bidets in the bathrooms) 6) มีห้องละหมาด (Prayer rooms) 7) มีส่วนนันทนาการและสันทนาการที่เหมาะสม (Appropriate entertainment) 8) มีพนักงานบริการที่เป็นมุสลิมหรือได้รับการอบรมการให้บริการนักท่องเที่ยวมุสลิมมาแล้ว (Predominantly Muslim or well-trained staff) และยิ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Shirzad Mansouri (2014) อีกด้วย กล่าวคือ 1) โรงแรมที่เป็นโรงแรมตามหลักศาสนาอิสลามจะมีความปลอดภัยมากกว่า (Shariah Compliant Hotel has more convenient and safer) 2) จะต้องไม่มีรูปภาพหรือการจัดแสดงที่ไม่เหมาะสม (no other inappropriate image and behavior) นอกจากนี้ ในงานวิจัยของ Shirzad Mansouri (2014) ยังได้อธิบายเพิ่มเติมว่า หากผู้ประกอบการนำหลักการบริหารงานโรงแรมที่สอดคล้องกับศาสนาอิสลามมาใช้จะสามารถสร้างทัศนคติเชิงบวกแก่นักท่องเที่ยวในระหว่างมาท่องเที่ยวได้ และยังไปกว่านั้นการออกแบบและการตกแต่งที่สอดคล้องกับหลักการศาสนาอิสลามจะสร้างความน่าเชื่อถือและความสะดวกสบายให้นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นครอบครัวและมีเด็กร่วมเดินทางมาด้วย เนื่องจากการตกแต่งนั้นจะปราศจากรูปภาพวัยรุ่น หรือการแสดงใด ๆ ที่ไม่เหมาะสมแก่เด็ก ๆ (Shirzad Mansouri, 2014) ทั้งนี้เพื่อให้การดูแลนักท่องเที่ยวต่างชาติที่นับถือศาสนาอิสลามเกิดความประทับใจสูงสุดระหว่างการมาเยือนประเทศไทยโดยที่การดูแลนักท่องเที่ยวเหล่านั้นไม่ได้ขัดกับหลักการทางศาสนาอิสลาม ซึ่งองค์ประกอบแต่ละตัวที่นำมาอภิปรายในรายงานวิจัยฉบับนี้จะมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.50 ขึ้นไป และในส่วนขององค์ประกอบคุณภาพการให้บริการนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบน้อยกว่า 0.50 จะไม่ปรากฏในรายงานฉบับนี้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากการศึกษาองค์ประกอบขององค์ประกอบการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมุสลิมในประเทศไทย สรุปได้ 5 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ด้านความรับผิดชอบต่อศาสนาและสังคม (2) ด้านการอำนวยความสะดวก (3) ด้านสุขลักษณะ-สุขอนามัย (4) ด้านการรักษาความปลอดภัย และ (5) ด้านประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงาน แต่เมื่อพิจารณาถึงสภาพการณ์ปัจจุบันในด้านการดูแลนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิมนั้น พบว่ายังมีสถานประกอบการด้านที่พักอาศัยอีกจำนวนมากยังไม่มีหรือนำหลักความเชื่อทางศาสนามาใช้ประกอบการกำหนดมาตรฐานการบริการที่พัก เนื่องจากหลายแห่งไม่ได้ออกแบบมาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิมมาตั้งแต่แรก การปรับปรุงสถานที่หรือส่วนบริการต่าง ๆ จึงเป็นเรื่องยุ่งยากและเพิ่มต้นทุนในการดำเนินงาน แต่ผู้วิจัยมองว่าหากผู้ประกอบการด้านที่พักใดที่สนใจจะปรับปรุงสถานประกอบการของตนเองเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิมสามารถเริ่มต้นได้จากการมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่ขัดกับหลักศาสนาอิสลาม เช่น ด้านอาหารฮาลาลและเครื่องดื่มไร้แอลกอฮอล์ (Halal food and non-alcoholic

beverage) ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดของมาสโลว์ (Abraham H. Maslow) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวทุกคนนั้นจะมีความต้องการพื้นฐานทางสรีระ (Basic physiology needs or biological needs) คือความบ่าบัดความหิว กระจาย และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก หากผู้ประกอบการจัดเตรียมพื้นที่สำหรับชำระล้างก่อนทำการละหมาด ก็จะสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากทั้งสองสิ่งนี้เป็นสิ่งที่ไม่ยุ่งยากในการเริ่มต้นปรับปรุง อีกประการหนึ่งที่ผู้ประกอบการที่พึงสามารถทำได้ทันที นั่นก็คือ การมีใบรับรองมาตรฐานฮาลาล เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของ Dinar Stander มีที่กล่าวว่าผู้บริโภคมุสลิมจะมีเกณฑ์การพิจารณาเลือกซื้อโดยจะพิจารณาจากเครื่องหมายฮาลาลเป็นอันดับแรก ซึ่งผู้ประกอบการที่ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลก็จะมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาผู้บริโภคมุสลิม โดยผู้บริโภคมุสลิมเหล่านั้นจะมองว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับชาวมุสลิม ซึ่งก็เป็นข้อมูลที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการทำการสัมภาษณ์เชิงลึกของทีมวิจัยว่าด้วยเรื่องการถูกเลือกปฏิบัติ และกระแสการต่อต้านของชาวมุสลิมในต่างประเทศ ดังนั้น หากผู้ประกอบการใดได้เครื่องหมายฮาลาลมายืนยันแล้วก็แสดงว่าผู้ประกอบการนั้นได้ให้ความสำคัญแก่ชาวมุสลิมอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการสืบค้นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยววิถีมุสลิม และผลงานวิชาการที่เกี่ยวข้องในประเทศไทยพบว่ายังมีน้อยมาก เนื้อหาที่ปรากฏในบทความวิจัยส่วนใหญ่ล้วนเป็นงานวิจัยของต่างประเทศ ดังนั้น เพื่อทำความเข้าใจความต้องการด้านที่พักของนักท่องเที่ยวมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยหรือแม้แต่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่นับถือศาสนาอิสลามมากขึ้น นักวิจัยที่สนใจสามารถนำข้อค้นพบในครั้งนี้ไปใช้ประกอบการเรียนการสอนในวิชาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว และสามารถนำไปใช้ประกอบการพัฒนางานวิจัยได้ดียิ่งขึ้นในอนาคต พร้อมทั้งข้อเสนอแนะเพิ่มเติม อันจะนำมาซึ่งประโยชน์ในการจัดการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มได้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2555). *มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทโรงแรม เล่ม 1*. สืบค้น 4 ตุลาคม 2559, จาก <http://thaihotels.org/wp-content/uploads/2012/08/>.
- จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย. (2557). *ตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ: โอกาสใหม่ไทย เด็บโตรับ AEC*. สืบค้น 17 กันยายน 2562, จาก <http://www.itd.or.th>
- ศราววุฒิ อารีย์. (2559). *การท่องเที่ยวกับจิตใจ และกฎการทำศึกของอิสลาม*. สืบค้น 30 มกราคม 2560, จาก <https://www.isranews.org/content-page/67-south-slide/52178-war-52178.html>
- สงกรานต์ กลมสุข. (2558). แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม-คาร์บอนต่ำในประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน*, 21(3), 385-397.
- สมยศ หวังอัฒลเถาะ. (2549). *การใช้กฎหมายอิสลามลักษณะครอบครัวในกรุงเทพมหานคร*. ปัตตานี: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- อานนท์ กระจอมแก้ว. (2555). *แนวทางการปรับปรุงโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิม กรณีศึกษาโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์พัฒนศาสตร์มหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- Durande-Moreau, A., & Usunier, J. (1999). "Time Styles and the Waiting Experience: An Exploratory Study". *Journal of Service Research*, 2(2), 173-186.
- Harrison-Walker, L. J., (2001). The measurement of word-of-mouth communication and investigation of service quality and customer commitment as potential antecedents. *Journal of Service Research*, 4(1), 60-75.

- Mohd Rizal Razalli. (2013). *Developing a Model for Islamic Hotels: Evaluating Opportunities and Challenges*. Retrieved September 1, 2017, from <http://repo.uum.edu.my/7089/>
- Nor Zafir Md Salleh. (2014). The Practice of Shariah-Compliant Hotel in Malaysia. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5(1), 26-30.
- Rosenberg, P., & Choufany, H. M. (2009). *Spiritual Lodging—The Sharia-Compliant Hotel Concept*. HVS Global Hospitality Services—Dubai.
- Shirzad Mansouri. (2014). Role of Halal Tourism Ideology in Destination Competitiveness: A Study on Selected Hotels in Bangkok, Thailand. *International Conference on Law, Education and Humanities (ICLEH'14)* Jan. 30-31, 2014 Pattaya Thailand.
- Yamane, T. (1967). *Taro Statistic : An Introductory Analysis*. New York: Harper & row.