

รูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิม ที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอกาตใหญ่ จังหวัดสงขลา Malaysian Muslim Tourist's Travel Pattern for Travelling in Hat Yai District, Songkhla Province

อับดุลฮันนัน คว้าหล้า¹ ธีรศักดิ์ จินดาบท^{1*} ณัฐกานต์ รัตนพันธุ์¹

Abdulhannan Walam Teerasak Jindabot Nattakarn Rattanapan

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหารูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอกาตใหญ่ จังหวัดสงขลา และเพื่อศึกษาความชอบรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอกาตใหญ่ จังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอกาตใหญ่จำนวน 400 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบให้ผู้ตอบกรอกเอง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปดำเนินการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เชิงปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อค้นหารูปแบบการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมมีรูปแบบการท่องเที่ยวในอำเภอกาตใหญ่ จังหวัดสงขลา 3 รูปแบบหลัก ได้แก่รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม และรูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ต่างกัน จะมีความชอบรูปแบบการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ดังนั้น อำเภอกาตใหญ่ จังหวัดสงขลา จึงควรพัฒนาการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองรูปแบบและความชอบของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิม

คำสำคัญ: รูปแบบการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย นักท่องเที่ยวมุสลิม

Abstract

This research aims to investigate the Malaysian Muslim tourist's travel pattern in Hat Yai district, Songkhla province, and to study the Malaysian Muslim tourist's preference toward travel pattern in Hat Yai district, Songkhla province. The sample is 400 of Malaysian Muslim tourists in Hat Yai district. The self-administered questionnaire had been collected. Descriptive statistics and Factor Analysis were analyzed with software package. The results show that, three travel patterns of the Malaysian Muslim tourist are identified, which are Natural tourism, Cultural tourism, and Special interest tourism. The preference toward the travel pattern is significant different based on age, education, income, and occupation. Hat Yai district,

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

*Corresponding Author E-mail: teerasak.j@psu.ac.th

Songkhla province is suggested to develop the Cultural tourism to satisfy the travel pattern and preference of the Malaysian Muslim tourist.

Keywords: Travel Pattern, Malaysian Tourist, Muslim Tourist

บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีมูลค่ามหาศาลและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ดังจะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสถิติจากสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองพบว่าในปี 2556 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาในประเทศไทย โดย 3 ลำดับแรก คือ จีน จำนวน 4,637,335 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2555 66.40% ลำดับที่สอง มาเลเซีย จำนวน 3,041,097 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2555 19.05% ลำดับที่สาม รัสเซีย จำนวน 1,746,565 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2555 5.89% (Immigration Bureau, 2013)

เมื่อพิจารณาจำนวนประชากรทั้งโลกพบว่า มีประชากรมุสลิม 1.57 พันล้านคนคิดเป็นร้อยละ 23 ของจำนวนประชากรโลก โดยมุสลิมร้อยละ 20 อยู่ในทวีปเอเชีย ประเทศที่มีมุสลิมมากที่สุดในโลก คือ อินโดนีเซีย มีมากถึง 203 ล้านคน จากประชากรทั้งหมด 243 ล้านคน มาเลเซีย 17 ล้านคน ปากีสถาน 174 ล้านคน อินเดีย 161 ล้านคน บังคลาเทศ 145 ล้านคน ประเทศที่ไม่ใช่ประเทศมุสลิมมีชาวมุสลิมอาศัยรวมกัน 300 ล้านคน เช่น จีน 22 ล้านคน รัสเซีย 16 ล้านคน เยอรมนี 4 ล้านคน (Chuapudee, 2014)

สำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิมเริ่มเป็นที่จับตามองมากขึ้น นักท่องเที่ยวมุสลิมมีเงื่อนไขและความต้องการที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวอื่น ๆ ในเรื่องเสื้อผ้า อาหาร ที่พัก การเดินทาง การเลือกซื้อสินค้า ดังนั้นนักท่องเที่ยวมุสลิมจะกังวลในเรื่องการได้รับความสะดวกในระหว่างท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานสำหรับชาวมุสลิมได้แก่ โรงแรมที่มีเครื่องหมวกกิบลัต (บอกลีตทางเมืองมักกะฮ์ ประเทศซาอุดีอาระเบีย) ป้ายบอกทางไปยังห้องละหมาด ผ้าปูละหมาด อาหารฮาลาล ห้องนํ้ามีสายฉีดนํ้า และการท่องเที่ยวที่มีเวลาให้การละหมาดประจำวันซึ่งประเทศไทยยังขาดความพร้อมในสิ่งเหล่านี้

จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทยพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยวภาคใต้อันดับหนึ่งคือ มาเลเซีย 2,560,708 คน และพบว่าเป็นชาวมุสลิมประมาณ 60% อันดับสอง คือ จีน 1,040,264 คน และอันดับสามคือ รัสเซีย 562,452 คน ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาจังหวัดสงขลาได้เพิ่มขึ้นจาก 1,775,100 คนในปี 2555 เป็น 2,071,200 คนในปี 2556 ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวมาเลเซียที่มีจำนวนมากที่สุด และจากสถิติพบว่าแหล่งท่องเที่ยว 5 อันดับแรกในประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวมาเลเซียนิยมเดินทางไปคือ หาดใหญ่ (Department of Tourism, 2013)

จากการที่อำเภอหาดใหญ่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเข้ามามากที่สุดกว่า 2 ล้านคนในแต่ละปี เพราะจังหวัดสงขลาได้ถูกกำหนดเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมตามแผนพัฒนาจังหวัด (Songkhla Strategy Development Group, 2014) ทำให้เป็นที่สนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ซึ่งมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมโดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมย่อยตามกลุ่มเพศ อายุ หรือศาสนาต่างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทั้งสิ้น (Schiffman & Wisenblit, 2015) ทั้งนี้วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของกลุ่มมุสลิมที่มีความแตกต่าง หลากหลายและมีความเฉพาะ ซึ่งส่งผลให้หาดใหญ่ไม่สามารถจัดหาแหล่งท่องเที่ยวให้ตรงกับพฤติกรรมทั้งหมด ดังนั้นการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบ

การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งมีความสำคัญต่อการสร้างการรับรู้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่รองรับชาวมุสลิม ภาคธุรกิจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประสานความร่วมมือกันเพื่อพัฒนาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อค้นหารูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาความชอบรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิด

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

Ministry of Tourism and Sports (2006) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวตามความหมายขององค์การสหประชาชาติในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรมเมื่อปี พ.ศ. 2506 ว่าด้วยการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการคือ

1. มีการเดินทาง
2. มีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน
3. มีจุดหมายของการเดินทาง

Dangroj (2001) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวสรุปได้ว่า เป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำและเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกลและการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่ จุดมุ่งหมายของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวต้องไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพและไม่อยู่ประจำเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่มนุษย์กระทำขึ้นเพื่อไปสัมผัสสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างจากที่เป็นอยู่โดยอาจพักผ่อนหรือไม่พักผ่อน ณ ที่นั้นก็ได้เพื่อเป้าหมายต่าง ๆ เช่น ผ่อนคลายพักผ่อนหย่อนใจ ศึกษา ประชุมสัมมนา ประกอบธุรกิจ ชมนิทรรศการ เยี่ยมเยือนเพื่อนหรือญาติมิตร และสร้างความรื่นรมย์ให้กับชีวิต

ปัจจัยองค์ประกอบของการท่องเที่ยว

ปัจจัยองค์ประกอบของการท่องเที่ยวแบ่งได้เป็น 3 ประเภทดังนี้ (Chuchart, 2000)

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) หมายถึง สิ่งที่สามารถดึงดูดให้เกิดความสนใจปรารถนาที่จะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่รองรับการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปได้ด้วยความสะดวกสบาย ที่สำคัญมากที่สุดคือเรื่องที่พักแรม และสิ่งสำคัญอันดับรองลงมาคือการบริโภค จึงต้องมีร้านอาหารบริการสำหรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่ต้องมีอาหารที่ได้รับการรับรองเครื่องหมายฮาลาลไว้บริการ นอกจากนี้ยังได้รวมถึงข้อมูลเพื่อการเดินทางไว้บริการนักท่องเที่ยว

3. การเข้าถึงได้ (Accessibility) หมายถึง มีการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก ซึ่งปัจจัยในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันไปตามความพึงพอใจหรือความต้องการที่จะได้รับจากกาไปท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ระยะเวลา ประเภทของการคมนาคม จำนวนสมาชิก ค่าใช้จ่าย ดังนั้นจึงพอจะแบ่งลักษณะการท่องเที่ยวได้ตามวัตถุประสงค์ของการไปเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งได้ใน 6 ลักษณะดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง
2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนเป็นการใช้เวลาว่างเพื่อพักผ่อนร่างกายและสมอง อาจรวมถึงการพักผ่อนหลังจากเจ็บป่วย
3. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม
4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา
5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจการประชุมและสัมมนา
6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ความหมาย

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการณ์กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม ซึ่งก็เพื่อสนองตอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้ โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน และโดยปกติพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ (Utthayarn, 2008)

รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

Perreault and Dorden (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 รูปแบบคือนักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Travelers) นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous Travelers) นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers Travelers) และนักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางโดยใช้เวลานาน (Moderates Travelers)

ส่วน Cohen (1979) เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ 5 รูปแบบ คือ นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreation Tourists) นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) และนักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists)

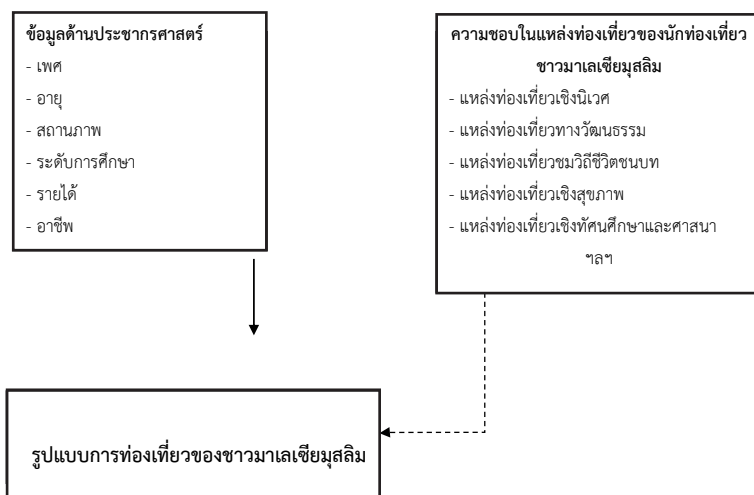
รูปแบบการท่องเที่ยว

องค์การท่องเที่ยวโลก ได้กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวไว้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ (Utthayarn, 2008) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) และรูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism)

ปัจจุบันจึงมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ผสมผสานสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีเวลาในการท่องเที่ยวมาก และเกิดรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นในปัจจุบัน เช่น Green tourism, War tourism, Volunteer tourism เป็นต้น และรูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีหลากหลายมาก ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเอง และขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างของสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งผลของการท่องเที่ยวจะมีในแง่บวกหรือแง่ลบ ก็ขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวว่ามีพฤติกรรมและความชอบอย่างไร ดังนั้น รูปแบบการท่องเที่ยวจึงมีความแตกต่างจาก พฤติกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากพฤติกรรมการท่องเที่ยว นั้นจะเป็นเพียงพฤติกรรม การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่มีแนวคิด วัตถุประสงค์การเดินทาง ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ในขณะที่รูปแบบการท่องเที่ยวเป็นการจำแนกความโดดเด่น หรือความแตกต่างกันของทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่

กรอบแนวคิด

จากข้อมูลการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยจึงนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อค้นหารูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมลายูมุสลิมที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา บนพื้นฐานของพฤติกรรมความชอบในการท่องเที่ยว ได้ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอำเภหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งสามารถสื่อสาร ซึ่งไม่ทราบจำนวนนักท่องเที่ยวที่แน่นอนเนื่องจากไม่มีการแยกจำนวนนักท่องเที่ยวออกตามศาสนา

กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอำเภหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการประมาณค่าร้อยละ กรณีไม่ทราบประชากร โดยใช้สูตรของ W.G. Cochran (1953 cited in Naiyapat, 2005) ได้ขนาดตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมเท่านั้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิดแบบหลายตัวเลือก จำนวน 6 คำถาม

ส่วนที่ 2 ความชอบในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภหาดใหญ่ เป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ โดย 1 หมายถึง ไม่ชอบมาก 2 หมายถึง ไม่ชอบ 3 หมายถึง เฉยๆ 4 หมายถึง ชอบ และ 5 หมายถึง ชอบมาก จำนวน 24 คำถาม

จากนั้นนำแบบสอบถามไปดำเนินการแปลจากภาษาไทยเป็นภาษามลายู โดยให้ผู้เชี่ยวชาญซึ่งสามารถอ่านและเขียนภาษาเขียนมลายูได้ ตรวจสอบความสอดคล้องตรงกันของความหมายระหว่างภาษาไทยและภาษามลายู แล้วจึงทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยวิเคราะห์ค่าความเที่ยงโดยการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย และทำการเก็บข้อมูลจำนวน 30 ชุดเพื่อทดสอบความเชื่อมั่นโดยวิธีของ ครอนบาค (Cronbach) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha – Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น = 0.856 ซึ่งอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Wanichbuncha, 2007)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้แบบสอบถามเป็นภาษามลายู โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูล ณ สถานที่แหล่งท่องเที่ยวในอำเภหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย เช่น ตลาดกิมหยง สวนสาธารณะหาดใหญ่ ตลาดสันติสุข เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ และค่าร้อยละ วิเคราะห์แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม หาค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ประเมินระดับความชอบของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภหาดใหญ่

2. สถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์เชิงปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยการจัดกลุ่มปัจจัยตามความชอบในแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบแบบ Principal Component Analysis และหมุนแกนแบบ Varimax โดยไม่กำหนดจำนวนองค์ประกอบ แต่กำหนดจำนวนองค์ประกอบโดยใช้ค่า Eigenvalue มากกว่าหรือเท่ากับ 1 (Hair et.al., 2008) หลังจากได้องค์ประกอบแล้วจึงใช้สถิติทดสอบความแตกต่างของค่าที (t-test) สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างที่มีตัวแปร 2 กลุ่มและทดสอบค่าเอฟ (F-test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA) สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างที่มีตัวแปรตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไปโดยเปรียบเทียบระดับความชอบรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภหาดใหญ่กับปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 56.50 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.25 ซึ่งมีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 59.00 โดยส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 31.25 มีรายได้ต่อเดือน 20,001– 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.50 และส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 34.00

รูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิม

ผลการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบแบบ Principal Component Analysis และหมุนแกนแบบ Varimax ตรวจสอบค่า KMO ได้ผลปรากฏดังนี้

ตารางที่ 1 KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. 0.848		
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	3591.330
	Df	120
	Sig.	.000

จากตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบ KMO ได้เท่ากับ 0.848 ซึ่งมากกว่า 0.5 และเข้าสู่ 1 จึงสรุปได้ว่าข้อมูลที่มีอยู่มีความเหมาะสมที่จะใช้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) จึงดำเนินการวิเคราะห์ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงตัวประกอบรูปแบบการท่องเที่ยวและน้ำหนักตัวประกอบ

ตัวประกอบ	น้ำหนักตัวประกอบ		
	การท่องเที่ยว ในแหล่ง ธรรมชาติ	การท่องเที่ยวใน แหล่งวัฒนธรรม	การท่องเที่ยวใน ความสนใจ พิเศษ
- แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก	0.782		
-แหล่งท่องเที่ยวแบบเดินป่า	0.721		
-พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์		0.731	
-ตลาดน้ำ		0.754	
-ตลาดนัดกลางคืน		0.639	
-ตลาดขายส่งผักและผลไม้		0.703	
-เที่ยวชิมอาหารท้องถิ่น		0.638	
-วิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น		0.706	
-ตลาดสินค้าราคาถูก			0.632
-ตลาดแฟชั่นในห้างสรรพสินค้า			0.788
-มัสยิดและศิลปวัฒนธรรมอิสลาม			0.787
-วัดและศิลปวัฒนธรรมพุทธ			0.639
-วัดจีนและศิลปวัฒนธรรมจีน			0.705
ข้อบ่งชี้สินค้าที่ระลึกพื้นเมือง			0.560
-ศูนย์ความงามและสุขภาพ			0.774
-ชมคอนเสิร์ต			0.699
-ชมกีฬา			0.654
-ชมภาพยนตร์			0.545
-เยี่ยมชมสถานศึกษา			0.718
-ประชุมสัมมนา			0.630
-สปาและนวดแผนโบราณ			0.635
-ร่วมอาสาสมัครบำเพ็ญประโยชน์			0.624
-ชิมเทศกาลอาหาร			0.760
-ชมเทศกาลตามประเพณีท้องถิ่น			0.712
ค่าความแปรปรวนของข้อมูล (Variance Extracted) = 68.97%			

จากตารางที่ 2 พบว่า เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบ สามารถแบ่งรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ตามความชอบแหล่งท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบ โดยพิจารณาตั้งชื่อองค์ประกอบจากลักษณะเด่นของแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในองค์ประกอบนั้น ๆ คือ รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม และรูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ โดยมีน้ำหนักองค์ประกอบและค่า Cronbach's alpha ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 น้ำหนักองค์ประกอบรูปแบบการท่องเที่ยว

รูปแบบการท่องเที่ยว	น้ำหนักองค์ประกอบ	Cronbach's alpha
รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ	0.775	0.75
รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม	0.801	0.83
รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ	0.785	0.80

ระดับความชอบรูปแบบการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมกลุ่มตัวอย่าง มีระดับความความชอบรูปแบบการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมกลุ่มตัวอย่าง มีระดับความชอบรูปแบบการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน ได้แก่ รูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและรูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความชอบต่อแหล่งท่องเที่ยว

รูปแบบแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความชอบ		
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน	ระดับ
การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ	4.05	0.96	มาก
การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม	4.21	0.79	มากที่สุด
การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ	3.97	0.96	มาก
รวม	4.10	0.90	มาก

การเปรียบเทียบระดับความชอบรูปแบบการท่องเที่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ต่างกัน มีระดับความความชอบรูปแบบการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความชอบรูปแบบการท่องเที่ยวตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัย	การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ		การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม		การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ		รวม	
	t/F	Sig.	t/F	Sig.	t/F	Sig.	t/F	Sig.
เพศ	0.00	0.999	0.829	0.363	0.082	0.775	0.414	0.520
อายุ	3.117	0.015*	1.427	0.224	3.845	0.004*	3.182	0.014*
สถานภาพ	0.103	0.902	1.172	0.182	0.869	0.420	0.325	0.723
ระดับการศึกษา	0.823	0.481	1.995	0.114	3.623	0.013*	3.864	0.011*
รายได้ต่อเดือน	2.338	0.050*	1.213	0.124	3.493	0.019*	3.298	0.020*
อาชีพ	3.361	0.010*	1.66	0.157	8.048	0.000*	4.227	0.002*

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิม ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อภิปรายผล ดังนี้

จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ซึ่งมีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน โดยส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาทและส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Jamsit & Wongleedee (2012) ศึกษาเรื่อง การศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในประเทศไทย: กรณีศึกษาที่อำเภอหาดใหญ่ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเป็นชายและหญิง ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีอายุ ระหว่าง 21-40 ปี ในด้านสถานะภาพสมรสพบว่าส่วนใหญ่เป็นโสด ด้านรายได้เฉลี่ยต่อปี พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย 2,001-5,000 ริงกิต ต่อปี และในด้านการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิม มีระดับความชอบรูปแบบการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sutheethorn & Nitikasetsoonthorn (1998) ศึกษาเรื่องเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทย ผลวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ประเทศไทยยังมีภาพลักษณ์ค่อนข้างดีในทัศนะของนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Punponkamon (2006) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

จากการศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับความชอบรูปแบบการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ พบว่านักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมที่มีเพศและสถานภาพที่แตกต่างกันมีระดับความความชอบรูปแบบการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาโดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ

Inthasang & Boonmasoongsong (2011) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรม การท่องเที่ยว พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนอาชีพ ต่างกัน มีระดับ ความชอบรูปแบบการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Inthasang & Boonmasoongsong (2011) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านอายุ การศึกษา อาชีพและรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เลือกรูปแบบ การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมมากที่สุด ได้แก่ ตลาดนัดกลางคืน ตลาดน้ำอาหารท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชน ท้องถิ่น ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเช่นนี้เป็นรูปแบบที่สามารถพบได้ในสังคมวัฒนธรรมมาเลเซีย สอดคล้องกับ งานวิจัยของ Sangmanee, Sathitkit & Unarromret (2014) พบว่ารูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนควรเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Wongwanit (2003) ว่าชนบทนิยมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม เป็นการแสดง ถึงรูปแบบการดำรงชีวิตของประชาชนในแต่ละสังคมซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์ต่างกันไป ซึ่งอาจเป็น เรื่องธรรมดา ความเคยชินของคนในพื้นที่ แต่อาจเป็นสิ่งที่แปลกประหลาดและน่าสนใจของคนอีกท้องถิ่น

พบว่านักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษในระดับมาก ที่สุด 3 ข้อ ได้แก่ ตลาดสินค้าราคาถูก ตลาดแฟชั่นในห้างสรรพสินค้า และช้อปปิ้งสินค้าที่ระลึกพื้นเมือง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Jamsit & Wongleedee (2012) พบว่ารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่สำคัญต่อนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียส่วนใหญ่สนใจห้างสรรพสินค้าและแหล่งช้อปปิ้งสินค้าต่างๆ

ผลการศึกษาพบอีกว่า พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมมีระดับความชอบรูปแบบการท่องเที่ยว ในอำเภอหาดใหญ่ด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็น รายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิม มีระดับความชอบรูปแบบการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ ด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อยู่ในระดับมาก 1 ข้อ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก สอดคล้องกับ แนวคิดองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของ Dickman (1996) ที่กล่าวว่า สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) จัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่งเพราะเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยว เดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น ไม่ว่าจะเป็นหาดทราย ชายหาด น้ำตก ภูเขาอุทยานแห่งชาติ สถานที่ สำคัญทางศาสนาหรือเทศกาลต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมมีรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม ในระดับที่มากที่สุด เมื่อเทียบกับรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ ที่อยู่ในระดับมาก ซึ่งจังหวัดสงขลาเน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรม แหล่งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และสุขภาพ ให้ก้าวสู่ระดับนานาชาติ เพื่อสร้างจุดยืนในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นเมืองท่องเที่ยวคุณภาพ

และเที่ยวได้ทั้งปี อีกทั้งแหล่งโบราณคดี ประวัติศาสตร์ ประเพณี และวิถีชีวิตชุมชนเก่าแก่ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ มีความคล้ายคลึงกับประเทศมาเลเซีย ในพื้นที่ป็นัง มีความเชื่อมโยงทางกายภาพ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งพหุภาคี ควรร่วมมือกันจัดเส้นทางหรือกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว ระหว่างสงขลาและมาเลเซียให้ก้าวสู่อาเซียนอย่างแท้จริง พร้อมทั้งพยายามรักษาและอนุรักษ์วัฒนธรรม อันดีที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นไว้ให้ชัดเจนเพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมได้มีความประทับใจและ กลับมาเที่ยวอีกครั้งรวมทั้งการนำไปแนะนำต่อให้กับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิมคนอื่น ๆ ให้เดินทาง มาท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมุสลิม ในชุมชน ที่มีวัฒนธรรมที่หลากหลายในจังหวัดสงขลา เช่น ในเขตตัวเมืองเก่าสงขลา ซึ่งมีทั้งวัฒนธรรมของชาวจีน วัฒนธรรมอิสลาม วัฒนธรรมพุทธ เป็นต้น และศึกษาการรูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาวมาเลเซีย มุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอื่น เช่น ปัตตานี, ยะลา, นราธิวาส, นครศรีธรรมราช และกรุงเทพมหานคร เป็นต้น

ควรทำการศึกษาการรูปแบบการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาเพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยว กลุ่มอาเซียน โดยการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงความเป็นพหุวัฒนธรรมใน 2 พื้นที่ประกอบด้วย จังหวัดสงขลาและป็นังประเทศมาเลเซีย เป็นการพัฒนาเส้นทางทางการท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยง แหล่งท่องเที่ยว ไปยังจังหวัดใกล้เคียง และประเทศเพื่อนบ้าน (ตัดทิ้งได้เลย ถ้าไม่น่าสนใจ)

เอกสารอ้างอิง

- Pimonsompong, C. (2005). **Tourism Planning and Marketing Development**. Bangkok: Kasetsart University. (in Thai)
- Chuapudee, S. (2014). **Penetrating Muslim Tourist Market: Thailand's Opportunity under AEC**. Retrieved May 5, 2015, from <http://www.publicpostonline.net/600>. (in Thai)
- Chuchart, C. (2000). **Tourism Industry**. Chaing Mai: Chaing Mai Rajapat Institute.
- Dangroj, P. (2001). **Tourism Industry in 21st Century**. Bangkok: Duangkamol Co.Ltd. (in Thai)
- Department of Tourism. (2013). **National Tourism Development Plan 2012-2016**. Bangkok: Ministry of Tourism and Sports. (in Thai)
- Dickman, C.R. (1996). **Overview of the Impacts of Feral Cats on Australian Native Fauna**. Canberra: Australian Nature Conservation Agency.
- Hair, J.F., Black, W.C., Barbin, B.J. & Anderson, R.E. (2008). **Multivariate data analysis**. Singapore: Pearson Education.
- Immigration Bureau. (2013). **Immigration Statistics**. Retrieved May 5, 2015, from <http://www.immigration.go.th/nov2004/base.php>. (in Thai)

- Inthasang, C. & Boonmasoongsong, T.D. (2011). **Tourist's Perceived Information and Traveling Behavior**. Nakorn Ratchasima: Rajamangala University of Technology Isan. (in Thai)
- Jamsit, S. & Wongleedee, K. (2012). **The Study of Malaysian Tourist's Travelling Routes in Thailand: A Case Study in Hat Yai District**. Bangkok: Suan Sunandha Rajabhat University. (in Thai)
- Ministry of Tourism and Sports. (2006). **National Tourism Development Plan 2007-2011**. Bangkok: Ministry of Tourism and Sports. (in Thai)
- Naiyapat, O. (2005). **Quantitative and Qualitative Research Methodology in Behavioral Science**. Bangkok: Samlada. (In Thai)
- Perreault, W.D., Dorden, D.K. & Dorden, W.R. (1979). A Psychological Classification of Vacation Life-styles. **Journal of Leisure Research**, 9, p. 208-224.
- Punponkamom, P. (2006). **Foreign Tourist's Satisfaction toward Traveling in Songkhla Province**. Songkhla: Prince of Songkla University. (in Thai)
- Sangmanee, C., Sathitkit, S. & Unarromret, T. (2014). **The Development of Traveling Pattern of the Southern Floating Market for Sustainable Development**. Silpakorn Educational Research Journal, 6 (1); p. 66-79 (In Thai)
- Sareerat, S. (2007). **Management and Organizational Behavior**. Bangkok: Teera Film and Sytext (In Thai)
- Schiffman, L. & Wisenblit, J. (2015). **Consumer Behavior**. Boston: Pearson Education Limited.
- Songkhla Strategy Development Group. (2014). **Songkhla Development Plan**. Retrieved May 5, 2015, from <http://stg.songkhla.go.th/develop>. (in Thai)
- Sutheethorn, B. & Nitikasetsoonthorn, P. (1998). **Foreign Tourist's Attitude and Impression toward Visiting Thailand**. Nonthaburi: Kasetsart University. (in Thai)
- TAT Journal Magazine. (2017). **Global Muslim Travel 2017**. Retrieved May 5, 2017, from <http://www.etatjournal.com/web/menu-read-tat/menu-2017> (in Thai)
- Wanichbuncha, K. (2007). **Statistics for Research**. 3rd ed. Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai)
- Wongwanit, W. (2003). **Tourism Geography**. 2nd ed. Bangkok: Thammasat University Printing. (in Thai)
- Utthayarn, C. (2008). **Tourist Behavior**. Retrieved May 20, 2018, from <https://touristbehaviour.wordpress.com/1/>. (in Thai)