

แนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว  
ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

จิระนนท์ กมลนรากิจ



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

ธันวาคม 2560

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา



แนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว  
ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา



จิระนันท์ กมลนรากิจ

วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

ธันวาคม 2560

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

แนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว  
ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ของ จิระนันท์ กมลนรากิจ

ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว  
ของมหาวิทยาลัยพะเยา

..... ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์  
(ดร.ศักดิ์สิทธิ์ ราชรัักษ์)

..... ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์  
(ดร.รัชต วรณสุขชะศิริ)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์  
(ดร.สันติธร ภูริภักดี)

..... อาจารย์บัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยพะเยา  
(ดร.ธารินทร์ รसानนท์)

..... คณบดีวิทยาลัยการจัดการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุภกร พงศบางโพธิ์)

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความกรุณาอิงจาก ดร.รัชต วรณสุขชะศิริ และ ดร.สันติธร ภูริภักดี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาเป็นผู้ให้ข้อคิด คำแนะนำ ตลอดจนช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาจากท่านอาจารย์เป็นอย่างยิ่ง ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ได้รับทุนอุดหนุนการทำวิทยานิพนธ์จากมหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2560 ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รศ.ดร.เสวี วงษ์มณฑา, ผศ.ดร.ศักดิ์สิทธิ์ ราชรักษ์, ดร.ณัฐพล ประดิษฐ์ผลเลิศ และดร.ธารินทร์ รसानนท์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำปรึกษา และข้อชี้แนะที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการวิจัย และกราบขอบพระคุณคณาจารย์ สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว วิทยาลัยการจัดการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา ที่ให้การประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ประสบการณ์การเรียนรู้อันมีค่าตลอดการศึกษา

ขอกราบขอบพระคุณคณะผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย และให้คำแนะนำเกี่ยวกับการออกแบบเครื่องมือวิจัย ประกอบด้วย รศ.ชวลีย์ ณ ถลาง, ดร.ธารินทร์ รसानนท์ และ ผศ.ผกากรอง เทพรัักษ์ ตลอดจนขอขอบพระคุณ อาจารย์สุรศักดิ์ชาติพันธุ์ ที่ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดทำวิจัยด้วยดีเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วนที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์งานวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วย นายอนุมัติ আহมัด, นายสมาท เหตุหาก, นางสาวซัลมา บิลโอ, นายชุกกรี แวสอเหาะ, นายประเทือง ทองเจือเพชร, นายกิตติศักดิ์ ศุภรัตน์, นายย่ำสิน กุลนิล, นางพิชญ์สินี พงศ์กิจเจริญ และนางสาวพรรณี จันทโรทัย อีกทั้งขอขอบพระคุณนักท่องเที่ยวกลุ่มประชากรที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการตอบแบบสอบถามเพื่อการวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณบิดามารดา ญาติพี่น้อง ที่ให้การสนับสนุน และคอยเป็นกำลังใจให้แก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด รวมทั้งขอบคุณพี่ ๆ และเพื่อนร่วมงานทุกคนที่มีส่วนช่วยเหลือและให้กำลังใจด้วยดีตลอดมา ทำยสุดนี้คุณูปการที่เกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอขอบแต่บิดามารดา ญาติพี่น้อง คณาจารย์ และกัลยาณมิตรทุกท่าน

จิระนันท์ กมลนราภิจ

**เรื่อง:** แนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

**ผู้วิจัย:** จิระนันท์ กมลนราภิจ วิทยานิพนธ์: ศศ.ม. มหาวิทยาลัยพะเยา, 2560

**ประธานที่ปรึกษา:** ดร.รัชต์ วรณสุชะศิริ, **กรรมการที่ปรึกษา:** ดร.สันติธร ภูริภักดี

**คำสำคัญ:** แนวทางการพัฒนา, ร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่, ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 3) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 4) ศึกษาแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นวิธีวิจัยเชิงผสม ได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและรับประทานอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมทางสถิติ ในการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าสถิติ F-test และค่าไค-สแควร์ (Chi-Square Test) การวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ กลุ่มประชากรที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหารฮาลาล 3 ภาคส่วน จำนวน 9 คน ใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก แบบมีโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการแตกต่างกัน ยกเว้น ด้านสถานที่จัดจำหน่ายและด้านบุคลากร มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการไม่แตกต่างกัน 2) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในทุก ๆ ด้าน 3) ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาลส่วนใหญ่ยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญของการได้รับเครื่องหมายฮาลาล 4) แนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ควรเร่งสร้างความรู้ ความเข้าใจด้านภาพลักษณ์ของสินค้า ด้านบุคลากร และกระบวนการผลิต ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ และด้านเงินลงทุนให้กับผู้ประกอบการ

**Title:** THE GUIDELINES FOR DEVELOPING THAI TOURIST HALAL–FOOD RESTAURANTS IN HADYAI DISTRICT SONGKHLA PROVINCE.

**Author:** Jiranan Kamonnarakit, Thesis: M.A. University of Phayao, 2017

**Advisor:** Dr.Ratchata Warunsukhasiri. **Co–advisor:** Dr.Santidhorn Pooripakdee.

**Keywords:** Guidelines to Developing, Halal–food restaurant, Thai tourists' satisfaction.

### ABSTRACT

The research “Guidelines for Developing Thai Tourist Halal–food Restaurant in Hadyai District, Songkhla Provice” aimed to 1) compare Thai tourist’s satisfaction on the marketing mix factors. 2) study the correlation of marketing mix satisfaction and the behavior of Thai tourist. 3) study the limitation and the challenge of Thai tourist Halal –food restaurant in Hadyai district, Songkhla province. 4) study the developing guideline for Halah–food restaurant. This study was using both qualitative and quantitative research methods. The quantitative questionnaire were collected from 400 Thai tourists as the sampling group.The structured In–Depth interview was conducted to 9 stakeholders as the qualitative study. The questionnaire data analysis was based on the Descriptive statistic. The hypothesis testing was done on the Inferential Statistic: F–test and Chi–square.

The results found that 1) The age of the sampling group was not significant with the marketing mix factors.The income of the sampling group was significant at level 0.5 to marketing mix factors of product, price, promotion, process and physical evidence. 2) There was no correlation of marketing mix satisfaction and the behavior of Thai tourist. 3) The limitation of the customer’s trust and the challenge of Thai tourist halal–food restaurant was the ignorance of the restaurant owner on the Halal certificate. 4) The qualitative data analysis indicated the need of more knowledge on halal food brand as well as the need of improvement of staffs and food preparing process. The research also indicated the need of more revenue support and more marketing promotion from the government.

## สารบัญ

บทที่	หน้า
1	บทนำ..... 1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... 1
	คำถามการวิจัย ..... 3
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย ..... 4
	สมมติฐานของการวิจัย ..... 4
	ขอบเขตของการวิจัย ..... 4
	นิยามศัพท์เฉพาะ ..... 5
	ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย ..... 8
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ..... 10
	แนวคิดและหลักการของฮาลาล..... 10
	แนวทางการพัฒนาอาหารฮาลาล ..... 26
	แนวทางการปฏิบัติการผลิตอาหารฮาลาล ..... 31
	แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ ..... 33
	แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ (7Ps)..... 35
	แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค..... 39
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ..... 40
	แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ..... 43
	ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ..... 48
	ข้อมูลทั่วไปของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ..... 48
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 51
3	วิธีดำเนินการวิจัย..... 56
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... 56
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ..... 58
	การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 60



## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
<b>4 ผลการวิจัย .....</b>	<b>64</b>
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามจากการวิจัยเชิงปริมาณ.....	66
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	76
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับร้านอาหาร ฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.....	164
ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์จากการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	164
<b>5 บทสรุป.....</b>	<b>201</b>
สรุปผลการวิจัย.....	202
อภิปรายผลการวิจัย .....	208
ข้อเสนอแนะ.....	217
<b>บรรณานุกรม .....</b>	<b>221</b>
<b>ภาคผนวก .....</b>	<b>227</b>
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย .....	228
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย .....	234
<b>ประวัติผู้วิจัย .....</b>	<b>237</b>

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงความแตกต่างระหว่างมาตรฐานอาหารฮาลาลกับมาตรฐานอาหารทั่วไป...	14
2	แสดงรายชื่อสถานประกอบการที่ผ่านการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐาน บริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2559 .....	48
3	แสดงจำนวนค่าความถี่ และค่าร้อยละปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว .....	66
4	แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว.....	68
5	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยภาพรวม .....	70
6	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์..	70
7	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านความเหมาะสมของราคา .....	71
8	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสถานที่ จัดจำหน่าย .....	72
9	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด .....	72
10	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร ....	73
11	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการของการปฏิบัติงาน .....	74
12	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ.....	75

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
13 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการ จำแนกตามอายุ.....	76
14 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามอายุ โดยภาพรวม .....	78
15 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	79
16 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยภาพรวม .....	81
17 แสดงส่วนต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านผลิตภัณฑ์.....	82
18 แสดงส่วนต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านความเหมาะสมของราคา.....	83
19 แสดงส่วนต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านการส่งเสริมการตลาด .....	84
20 แสดงส่วนต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านกระบวนการของการ ปฏิบัติงาน.....	85
21 แสดงส่วนต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ.....	86
22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายการอาหารมีให้เลือกมากมาย หลายชนิด .....	87
23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอาหารได้คุณภาพ สด/ใหม่ ถูกต้อง ตามหลักศาสนา.....	89

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรสชาติอร่อย กลมกล่อม .....	91
25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการตกแต่งอาหารมีความสวยงาม น่ารับประทาน .....	93
26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอาหารใช้วัตถุดิบที่เป็นฮาลาล.....	95
27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านความเหมาะสมของราคาต่อพฤติกรรมการ บริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามราคาอาหาร เหมาะสมกับปริมาณอาหารที่ได้รับ .....	97
28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านความเหมาะสมของราคาต่อพฤติกรรมการ บริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามราคาอาหารคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย.....	99
29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านความเหมาะสมของราคาต่อพฤติกรรมการ บริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการแสดงราคา ในเมนูชัดเจน .....	101
30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านความเหมาะสมของราคาต่อพฤติกรรมการ บริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามราคาที่กำหนด ในรายการอาหารเป็นไปตามมาตรฐาน .....	103
31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านความเหมาะสมของราคาต่อพฤติกรรมการ บริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุดิบที่ใช้ มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา.....	105
32 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านสถานที่จัดจำหน่ายต่อพฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอาหารอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว สามารถเดินทางได้สะดวก .....	107

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
33 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านสถานที่จัดจำหน่ายต่อพฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานที่จอดรถเพียงพอ และปลอดภัย .....	109
34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านสถานที่จัดจำหน่ายต่อพฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระบุช่วงเวลาเปิด-ปิดร้าน ชัดเจน.....	111
35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านสถานที่จัดจำหน่ายต่อพฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามช่องทางการติดต่อสอบถาม ข้อมูล.....	113
36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านสถานที่จัดจำหน่ายต่อพฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามช่องทางการติดต่อมีความ สะดวกรวดเร็ว .....	115
37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาด ต่อพฤติกรรมการ บริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามร้านอาหารมีเพจสำหรับ ใช้ประชาสัมพันธ์ที่มีความน่าดึงดูดใจ .....	117
38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาดต่อพฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการจัดเมนูอาหารพิเศษ ในช่วงเทศกาล.....	119
39 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาดต่อพฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามบริการเครื่องดื่มฟรี .....	121
40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาดต่อพฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการใช้สื่อโฆษณาต่าง ๆ .....	123

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาดต่อพฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการจัดโปรโมชันพิเศษในช่วง เทศกาล .....	125
42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านบุคลากรต่อพฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามพนักงานให้บริการ ด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม.....	127
43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาล ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามพนักงานแต่งกายถูกต้องตามหลักของศาสนา	129
44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านบุคลากรต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามพนักงานมีความกระตือรือร้น และ ทำงานอย่างรวดเร็ว.....	131
45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านบุคลากรต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามพนักงานมีเพียงพอต่อความต้องการ ...	133
46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านบุคลากรต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามพนักงานดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการ.	135
47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านกระบวนการของการปฏิบัติงานต่อพฤติกรรม การบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการให้บริการที่ สะดวกและรวดเร็ว.....	137
48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านกระบวนการของการปฏิบัติงานต่อพฤติกรรม การบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสามารถชำระ ค่าบริการได้สะดวก.....	139
49 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านกระบวนการของการปฏิบัติงานต่อพฤติกรรม การบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามความถูกต้อง ในการให้บริการ .....	141

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
50 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านกระบวนการของการปฏิบัติงานต่อพฤติกรรม การบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามความเป็นระเบียบ ในการจัดลำดับลูกค้า.....	143
51 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านกระบวนการของการปฏิบัติงานต่อพฤติกรรม การบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการบริการลูกค้า ด้วยความเสมอภาค .....	145
52 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพต่อพฤติกรรม การบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามร้านอาหารมีการจัด วางอุปกรณ์อย่างเป็นระเบียบ และสะอาด .....	147
53 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพต่อพฤติกรรม การบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามร้านอาหารมี สถานที่สำหรับนั่งพักเพื่อรอคิวที่เพียงพอ.....	149
54 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพต่อพฤติกรรม การบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการจัดตกแต่ง ร้านอาหาร .....	151
55 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพต่อพฤติกรรม การบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกขั้นพื้นฐาน.....	153
56 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพต่อพฤติกรรม การบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามร้านอาหารมีป้าย ร้านและโลโก้ตราฮาลาลที่สามารถเห็นได้ชัดเจน .....	155
57 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์ต่อพฤติกรรม การบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวโดยภาพรวม.....	157
58 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความเหมาะสมของราคา ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวม .....	158

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
59 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านสถานที่จัดจำหน่าย ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวม .....	159
60 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาด ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวม .....	160
61 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านบุคลากรต่อพฤติกรรมการ บริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวม .....	161
62 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านกระบวนการ ของการปฏิบัติงานต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวม .....	162
63 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวม .....	163
64 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นจากผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาล ..	170
65 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นบุคคลที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้อง กับกิจการอาหารฮาลาลและมาตรฐานฮาลาล .....	180
66 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นจากหน่วยงานภาครัฐ .....	190
67 แสดงผลสรุปภาพรวมที่ได้จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ร้านอาหารฮาลาล บุคคลที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับกิจการฮาลาล และมาตรฐานฮาลาล และหน่วยงานภาครัฐ .....	194



## สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย.....	9
2 แสดงเครื่องหมายรับรองฮาลาล .....	23
3 แสดงตัวอย่างใบอนุญาตเครื่องหมายรับรองฮาลาล .....	25



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันความต้องการบริโภคอาหารฮาลาลของประชากรโลกมีจำนวนเพิ่มขึ้น ซึ่งไม่เฉพาะแต่ผู้บริโภคที่เป็นมุสลิมเท่านั้น ในขณะเดียวกันแนวโน้มกระแสดังกล่าวความต้องการบริโภคอาหารสุขภาพได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคมากขึ้นส่งผลให้ตลาดอาหารฮาลาลมีการขยายตัวแบบก้าวกระโดดและติดอันดับสามของโลก อีกทั้งได้มีการคาดการณ์ไว้ว่าภายในปี พ.ศ. 2573 จะมีจำนวนประชากรมุสลิมทั่วโลกเพิ่มขึ้นเป็น 2.2 พันล้านคนหรือคิดเป็นร้อยละ 26.4 ของประชากรทั่วโลก ซึ่งจากการประมาณการที่เกิดขึ้นกล่าวได้ว่า เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะนำไปสู่การแข่งขันทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหารฮาลาล ดังนั้นผู้ประกอบการที่ต้องการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดอาหารฮาลาลจำเป็นต้องให้ความสนใจอย่างจริงจังในด้านกระบวนการผลิตอาหารที่มีคุณภาพมาตรฐานและให้ถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม และระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการรับรองฮาลาล พ.ศ. 2544 และฉบับที่ 2 พ.ศ. 2545 ให้เป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือของผู้บริโภค โดยอำนาจหน้าที่ในการตรวจรับรอง และอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลเป็นขององค์กรศาสนาอิสลามเท่านั้น คือ คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยและคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด (สถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2559, สืบออนไลน์)

อาหารฮาลาล (Halal Food) ที่มีกระบวนการผลิตถูกต้องตามบัญญัติศาสนา จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้บริโภคที่เป็นชาวมุสลิม ซึ่งเป็นผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ที่มีความต้องการผลิตภัณฑ์ฮาลาลโดยเฉพาะ ในทางกลับกันผู้ที่ไม่ใช่ชาวมุสลิมหากบริโภคอาหารฮาลาล ก็จะเป็นผลดีต่อสุขภาพ ทั้งนี้เพราะอาหารฮาลาลมีกระบวนการผลิตที่ปลอดภัยจากสิ่งที่ต้องห้ามทางศาสนาอิสลามและสิ่งปนเปื้อนต่าง ๆ (ฮารอม) และมีคุณค่าทางอาหาร (ตอยยิบ) ดังที่อัลลอฮ์ (ซ.บ.) ได้มีบัญชาไว้ในบทที่ 2 วรรคที่ 168 แห่งคัมภีร์อัล-กุรอาน ความว่า “โอ้มนุษย์ จงบริโภคสิ่งที่ยอมรับได้ (ฮาลาล) ที่ดี (ตอยยิบ) จากสิ่งที่อยู่ในแผ่นดิน และจงอย่าตามบรรดาก้าวเดินของมาร แท้จริงมันคือศัตรูที่ซัดแฉ่งของพวกเจ้า” และที่อัลลอฮ์ (ซ.บ.) ได้กำชับผู้ศรัทธาไว้ในบทที่ 2 วรรคที่ 172 ความว่า “โอ้บรรดาผู้ศรัทธา จงบริโภคสิ่งที่เราได้ให้เป็นปัจจัยยังชีพของพวกเจ้าจากสิ่งที่ดีทั้งหลาย และจงขอบคุนอัลลอฮ์เถิด เฉพาะพระองค์เท่านั้นที่พวกเจ้าจักเป็นผู้เคารพสักการะ”

ความสำคัญของอาหารฮาลาลนอกเหนือจากการได้บริโภคอาหารที่ปลอดภัยแล้ว ยังเป็นเรื่องของความร่วมมือและผลประโยชน์ร่วมกันของผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และประเทศชาติ กล่าวคือ ผู้บริโภคได้บริโภคอาหารฮาลาลที่เชื่อได้ว่าถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม มีคุณค่า ทางอาหาร ถูกสุขอนามัย ปลอดภัยจากสิ่งต้องห้ามทางศาสนาอิสลาม และสิ่งปนเปื้อนต่าง ๆ ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการได้รับผลประโยชน์ทางธุรกิจที่เกิดขึ้นจากความใส่ใจ และความตระหนักถึงการผลิตอาหารที่ถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม และปฏิบัติตามระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ว่าด้วยการรับรองฮาลาลอย่างเคร่งครัด ตลอดจนบริหารคุณภาพ อาหารตามมาตรฐานฮาลาล รวมไปถึงประเทศชาติที่จะได้รับผลประโยชน์ในด้าน การพัฒนาเศรษฐกิจ จากการทำรัฐบาลให้การส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล อย่างครบวงจรทั้งในด้านการพัฒนาวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิต และการปรับปรุงกลไกการรับรอง “มาตรฐานอาหารฮาลาล” ขององค์การศาสนาอิสลาม เพื่อให้สามารถส่งออกสินค้า และบริการฮาลาลโดยเฉพาะการป้อน “อาหารฮาลาล” สู่มุสลิมทั่วโลก (ไพรัช วัชรพันธุ์ และคณะ, 2551) ในเขตพื้นที่ห้าจังหวัดชายแดนภาคใต้ “ตลาดธุรกิจอาหารฮาลาล” กล่าวได้ว่าเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่กว่าตลาดที่ไม่ใช่ฮาลาล ทั้งนี้เพราะประชากรส่วนใหญ่เป็นมุสลิม โดยเฉพาะจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ร้อยละ 80 ของประชากรนับถือศาสนาอิสลาม ในขณะที่จังหวัดสงขลามีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 32.8 (วินัย ตะห์ลัน, 2555) ประกอบกับปัจจุบันตลาดอาหารฮาลาลมิได้มีแต่เฉพาะผู้บริโภคที่เป็นมุสลิมหากแต่มีใช้มุสลิมก็บริโภคได้ พร้อมกันนี้รัฐบาลได้สนับสนุนจังหวัดสงขลา ให้เป็นเมืองท่าของฮาลาลภาคใต้ด้วยเพราะจังหวัด สงขลาอยู่ในตำแหน่งศูนย์กลางคมนาคมของอาเซียน อีกทั้งมีวัตถุดิบในการผลิตอาหาร (พืช ผัก สัตว์น้ำ) มีวัตถุดิบด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญ มีสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ใกล้เคียง ได้แก่ นิคมอุตสาหกรรมฮาลาล อำเภอปานาเระ จังหวัดปัตตานี นอกจากนี้ยังมีโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ กลาง และเล็กหลากหลายประเภท โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล (พ.ศ. 2559-2563) ดังนี้

1. การเสริมสร้างศักยภาพการพัฒนามาตรฐานและการตรวจรับรองฮาลาล
2. การเสริมสร้างศักยภาพการผลิตสินค้าและบริการฮาลาล
3. การพัฒนาศักยภาพการตลาดฮาลาลสู่สากล
4. การพัฒนาศักยภาพการวิจัยพัฒนาวิทยาศาสตร์ฮาลาลเพื่อสร้างความเข้มแข็ง

ของอุตสาหกรรมฮาลาลของประเทศ

ในขณะที่เดียวกันการที่จังหวัดสงขลาได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลให้เป็นเมืองท่าของฮาลาลภาคใต้ นั้น กล่าวได้ว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมให้การท่องเที่ยวภายในจังหวัด โดยเฉพาะอำเภอหาดใหญ่ซึ่งถือได้ว่าเป็นเมืองเศรษฐกิจของภาคใต้ตอนล่างที่มีนักท่องเที่ยวทั้งจากภายในประเทศ และจากประเทศเพื่อนบ้านเข้ามาท่องเที่ยว และซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก ซึ่งจากการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ตั้งแต่เดือนมกราคม-พฤศจิกายนที่ผ่านมาของกรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวจากประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด จำนวน 19,874,551 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.12 เมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันของปี 2558 โดยสองอันดับแรกเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน และมาเลเซีย (กรมการท่องเที่ยว, 2559, สือออนไลน์)

จากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ได้มีการสรุปไว้โดยกรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนและมาเลเซียเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ที่มีจำนวนสูงและเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา ร้อยละ 12.65 และ 3.69 ตามลำดับ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาอิสลามไม่ว่าจะเป็นชาวมลายูหรือนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งจากจังหวัดใกล้เคียงและในภูมิภาคต่าง ๆ ได้เดินทางเข้ามาจับจ่ายซื้อสินค้าและบริการต่างในอำเภอหาดใหญ่เป็นจำนวนมาก ดังนั้น ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารที่ถูกต้องตามบทบัญญัติของศาสนา และถูกสุขอนามัย (อาหารฮาลาล) จึงมีความสำคัญ และเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ ในขณะที่ร้านอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐานบริการอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาที่ผ่านการตรวจสอบประเมิน และรับรองมาตรฐานบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว พ.ศ.2559 มีเพียงแค่ 7 ร้านเท่านั้น ซึ่งเมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวพบว่ามีจำนวนไม่เพียงพอ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้ตระหนักและเห็นความสำคัญของการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจในคุณภาพอาหารและการบริการอันจะเป็นการสร้างรายได้ให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายในจังหวัด และมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (กรมการท่องเที่ยว, 2559, สือออนไลน์)

### คำถามการวิจัย

ปัญหาหรืออุปสรรคในด้านใดที่สามารถส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มากที่สุด และควรมีแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อใช้สำหรับรองรับนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคตในด้านใดบ้าง

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
4. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

### สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ แตกต่างกัน
2. ระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาล เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยได้กำหนดขอบเขตในด้านต่าง ๆ ดังนี้

#### ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ใช้ในการศึกษาริวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ในการสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากร้านอาหารที่ได้ผ่านการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานบริการอาหารฮาลาลในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

#### ขอบเขตของเนื้อหา

1. ศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

3. ศึกษาปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

4. ศึกษาแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

#### **ขอบเขตด้านประชากร**

1. ข้อมูลเชิงปริมาณ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และได้บริโภคอาหารฮาลาล จำนวน 400 คน

2. ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

2.1 ผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาล 3 คน

2.2 ผู้ที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับกิจการฮาลาล และมาตรฐานฮาลาล 3 คน

2.3 หน่วยงานภาครัฐ 3 คน

#### **ขอบเขตด้านระยะเวลาการดำเนินงาน**

ระยะเวลาการดำเนินงานตั้งแต่เดือนธันวาคม 2559 ถึง เดือนสิงหาคม 2560

#### **นิยามศัพท์**

**การพัฒนาร้านอาหารฮาลาล** หมายถึง การพัฒนาถึงกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลให้มีคุณภาพมาตรฐานและถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม เพื่อให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการที่เลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ประกอบด้วย 7 ด้าน ดังนี้

1. ด้านสถานประกอบการ โดยจะต้องมีความสะอาดตามมาตรฐานอุตสาหกรรมและมาตรฐานอื่น ๆ ที่ควบคุมสถานประกอบการไม่ปะปนกับการผลิตที่ไม่ฮาลาล เช่น ไม่มีสัตว์เลื้อยเข้าไปเกี่ยวข้องในบริเวณการผลิตอาหาร และไม่นำอาหารหรือเครื่องดื่มที่ไม่ฮาลาลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วยอย่างเด็ดขาด

2. ด้านวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร และกระบวนการจัดเก็บรักษา โดยจะต้องผ่านกระบวนการการผลิตที่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม โดยต้องมีหลักฐานในการรับรองฮาลาลยืนยัน และต้องมีการจัดเก็บในสถานที่ที่สะอาด ไม่มีสัตว์ต้องห้ามเข้ามาบริเวณการผลิตเด็ดขาด เช่น แมว และสุนัข

3. ด้านการล้างวัตถุดิบและน้ำที่ใช้ล้าง โดยจะต้องล้างน้ำโดยการจุ่มหรือน้ำซังในภาชนะ แล้วต้องล้างน้ำสะอาดที่ไหลผ่าน วัตถุดิบหรือส่วนประกอบที่ใช้โดยทั่วถึงในการล้างครั้งสุดท้าย น้ำที่ไหลผ่านกระบวนการนี้แล้วจะนำมาใช้ล้างวัตถุดิบหรือสิ่งอื่นที่ใช้ในการผลิตอีกไม่ได้

4. ด้านพนักงาน โดยจะต้องมีหน้าที่ดูแลในการผลิตอาหารฮาลาลไม่ยุ่งเกี่ยวกับสิ่งที่ไม่ฮาลาลโดยเด็ดขาด สำหรับพนักงานที่ทำหน้าที่ดูแลในการผลิตอาหารฮาลาล และฝ่ายจัดซื้อ จะต้องเป็นผู้ที่นับถือศาสนาอิสลามเท่านั้น

5. ด้านการขนส่ง โดยจะต้องมีการต้องแยกออกจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ฮาลาลโดยเด็ดขาด

6. ด้านการจัดจำหน่าย โดยจะต้องมีการแยกผลิตภัณฑ์ฮาลาลจำหน่ายออกจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ฮาลาลโดยเด็ดขาด และต้องไม่ปะปนกันแม้จะจัดจำหน่ายอยู่ในบรรจุภัณฑ์ก็ตาม

7. ด้านการให้บริการอาหาร ผู้ประกอบการหรือผู้ควบคุมการประกอบอาหารจะต้องเป็นผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม

**ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว** หมายถึง ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ กับความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ

**ด้านผลิตภัณฑ์** หมายถึง สินค้าที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ซึ่งประกอบไปด้วยสินค้า บริการ อาหาร เครื่องดื่ม ความบันเทิง

**ด้านความเหมาะสมของราคา** หมายถึง เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ในรูปของเงินตรา ผู้บริโภคจะใช้ราคาเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินคุณภาพ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ที่คาดหมายว่าจะได้รับการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับสินค้าเป็นส่วนหนึ่งที่จะจูงใจให้เกิดการซื้อ

**ด้านช่องทางจัดจำหน่าย** หมายถึง โครงสร้างหรือช่องทางการสร้างจากผู้บริโภคทราบข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากโฆษณาแล้ว จนเกิดเป็นความสนใจและอยากทดลองใช้ แต่ถ้าไม่สามารถจะซื้อได้อย่างสะดวก ส่วนใหญ่ก็จะเลิกล้มความตั้งใจแล้วเปลี่ยนไปซื้อยี่ห้ออื่น

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** หมายถึง เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจเป็นการขายโดยใช้พนักงานขายและการขายโดยไม่ต้องใช้พนักงานขาย เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์

**ด้านบุคคลากร** หมายถึง บุคคลทุกคนที่มีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ ซึ่งรวมถึงพนักงานของกิจการ ลูกค้าที่มาใช้บริการ และลูกค้าคนอื่นที่มาใช้บริการด้วย พนักงานของกิจการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทั้งในการผลิต การบริการ และการให้บริการ

**ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ** หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการให้บริการ สถานที่ที่ลูกค้าและกิจการมีปฏิสัมพันธ์กัน และองค์ประกอบที่จับต้องได้ ซึ่งทำหน้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกหรือสื่อสารบริการนั้น

**ด้านกระบวนการของการปฏิบัติงาน** หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการให้บริการ สถานที่ที่ลูกค้าและกิจการมีปฏิสัมพันธ์กัน และองค์ประกอบที่จับต้องได้ ซึ่งทำหน้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกหรือสื่อสารบริการนั้น

**นักท่องเที่ยว** หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และได้ใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

**พฤติกรรมนักท่องเที่ยว** หมายถึง กิจกรรมหรือการกระทำของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกมาในลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ เหตุผลที่เลือกใช้บริการ ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ จำนวนครั้งในการใช้บริการ และจำนวนผู้ร่วมใช้บริการ

**ร้านอาหารฮาลาล** หมายถึง สถานที่ประกอบธุรกิจค้าขาย เฉพาะประเภทอาหารฮาลาลหรืออาหารที่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม และได้มีการอนุมัติ (ฮาลาล) ให้ผู้ที่นับถือศาสนาอิสลามบริโภคได้ รวมไปถึงผู้บริโภคนับถือศาสนาอื่นก็สามารถบริโภคได้เช่นกัน

**อาหารฮาลาล** หมายถึง อาหารที่ผ่านกระบวนการผลิตอย่างถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม และได้รับการอนุมัติ (ฮาลาล) ตามบัญญัติศาสนาอิสลามสามารถบริโภคได้ทั้งผู้ที่นับถือและไม่ได้นับถือศาสนาอิสลาม

**อาหารฮารอม** หมายถึง อาหารที่ไม่สามารถนำมาใช้ผลิต เช่น เลือด และเครื่องในสัตว์ทุกชนิด เนื้อหมู หมูป่า สุนัข งู ลิง หนอน สัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำ เช่น จระเข้ เต่า รวมทั้งอาหารหรือเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นต้น

**ฮาลาล** หมายถึง สิ่งที่เป็นบัญญัติอิสลาม อนุมัติให้ปฏิบัติหรือบริโภคได้ หรือแปลว่าถูกต้องตามกฎหมายบัญญัติ หรืออนุญาต ซึ่งตรงข้ามกับคำว่า ฮารอม ที่แปลว่าผิดกฎหมายบัญญัติ หรือต้องห้าม



### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารฮาลาลเกิดความตระหนักและให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตอาหารที่ถูกต้องตามบัญญัติของศาสนาอิสลาม และมาตรฐานบริการอาหารฮาลาล

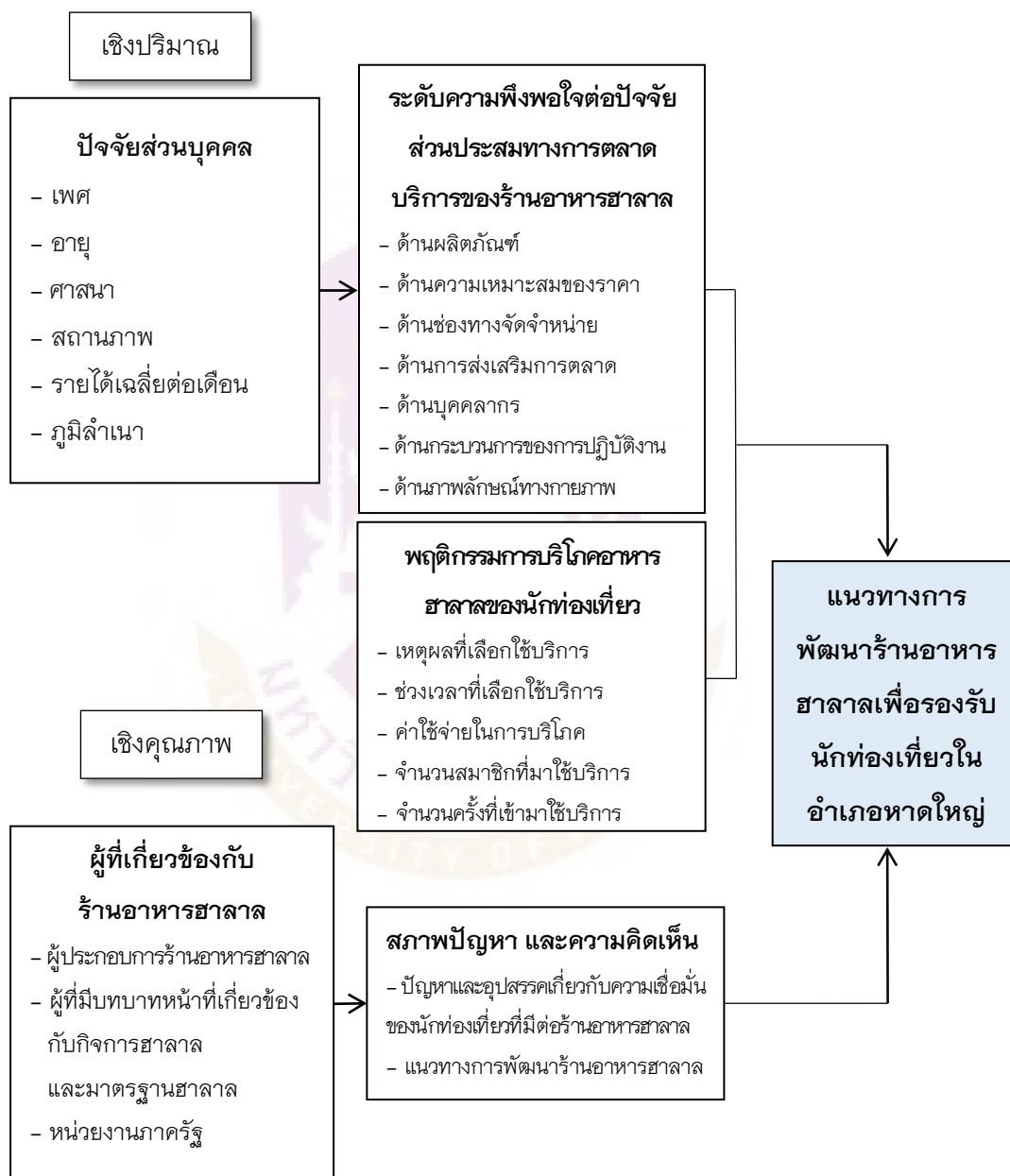
2. นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปได้รับความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับมาตรฐานอาหารฮาลาล และตลาดอาหารฮาลาลที่มีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มขึ้น

3. หน่วยงานภาครัฐ และสถานประกอบการที่ดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยวสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่ได้ทำการศึกษาวิจัยนำไปใช้ในการวางแผนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ตลอดจนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดบริการได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว



## กรอบแนวความคิดการวิจัย

การวิจัยแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยสามารถนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดได้ ดังนี้



ภาพ 1 แสดงกรอบแนวความคิดการวิจัย

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาล เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำเสนอหัวข้อตามประเด็นดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและหลักการของฮาลาล
2. แนวทางการพัฒนาอาหารฮาลาล
3. แนวทางการปฏิบัติการผลิตอาหารฮาลาล
4. แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ
5. แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ
6. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
8. แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
9. ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
10. ข้อมูลทั่วไปของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
11. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิด และหลักการของฮาลาล

##### ข้อมูลทั่วไปของศาสนาอิสลาม

อิสลามเป็นศาสนาที่เชื่อในพระเจ้าของเขาเพียงองค์เดียวเท่านั้น คือ พระองค์อัลลอฮ์ ผู้ทรงบริหารสรรพสิ่งในสากลโลก อิสลามไม่มีการสักการะบูชาสิ่งอื่นใดนอกเหนือจากพระเจ้า และศาสนาไม่มีรูปปั้นเพื่อนำสิ่งเหล่านั้นมาทำการกราบไหว้เคารพหรือมีไว้เพื่อบูชา อันจะนำมาเพื่อป้องกันมิให้มนุษย์นั้นเกิดความลุ่มหลงในวัตถุต่าง ๆ ที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นเอง ศาสนาอิสลามเป็นศาสนาที่มีความละเอียดอ่อนในเรื่องของการปฏิบัติตน มนุษย์ทุกคนจะต้องปฏิบัติในกฎคำสอนของพระเจ้า โดยจะมีคัมภีร์อัลกุรอานซึ่งเป็นคัมภีร์อันศักดิ์สิทธิ์ที่ได้บันทึกถึงบทบัญญัติและภายในคัมภีร์อัลกุรอานสามารถแบ่งออกเป็นสาม หมวดหลัก ๆ คือ หนึ่งเกี่ยวกับหลักการศรัทธาต่ออัลลอฮ์ ความเร้นลับหมวดที่สอง คือ พงศาวดารของประชาชาติก่อนอิสลาม

และสามเป็นนิติบัญญัติสำหรับมนุษย์ที่จะต้องนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อให้ผู้ที่นับถือศาสนาอิสลามทุกคนได้ดำเนินชีวิตไปในทิศทางเดียวกัน (อรุณ บิลหลี, 2554)

หลักปฏิบัติของศาสนาอิสลามที่สำคัญมี 5 ประการ ดังนี้

1. การปฏิญาณตน เป็นหัวใจสำคัญของมุสลิมทุกคนโดยจะมีคำกล่าวปฏิญาณว่า ข้าพเจ้าขอปฏิญาณว่าไม่มีพระเจ้าอื่นใดนอกจากอัลลอฮ์และแท้จริงมุฮัมมัดเป็นศาสนทูต (รอซูล) ของอัลลอฮ์ เพื่อมนุษย์ทุกคนได้ระลึกถึงพระเจ้าของตนเองอยู่เสมอไม่ว่าจะกระทำการสิ่งใดจะต้องนึกถึงพระเจ้าเป็นสำคัญ

2. การละหมาด คือ การแสดงความเคารพต่อพระเจ้าผู้เป็นเจ้าของทั้งทางร่างกายและจิตใจ การละหมาดเป็นการฝึกฝนให้คนมีความตรงต่อเวลา ความอดทน เป็นที่ขัดเกลาจิตใจให้บริสุทธิ์ เพื่อไม่ให้มนุษย์ปฏิบัติในสิ่งที่ไม่ชอบธรรม ดังที่อัลกุรอานได้ระบุไว้ว่า “และจงละหมาด แท้จริงการละหมาดจะยับยั้งความลามกอนาจารและสิ่งต้องห้าม” การละหมาดยังจะช่วยส่งเสริมให้คนอยู่ในกรอบของคุณงามความดี

3. การบริจาคซะกาต คือ ผู้ที่มีทรัพย์สินเงินทองจำนวนมากจะต้องทำการบริจาคให้กับผู้ที่มีน้อยกว่า เพื่อเป็นการแบ่งปันเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ให้กับเพื่อนมนุษย์ และเพื่อให้ทรัพย์สินที่ได้มา 18 ทั้งหมดเป็นไปในทางที่บริสุทธิ์ตามหลักของศาสนาอิสลาม การบริจาคซะกาตยังเป็นคำสอนเพื่อมิให้มนุษย์นั้นได้ลุ่มหลงในวัตถุ

4. การถือศีลอด คือ การละเว้นการกิน ดื่ม ตลอดจนจนถึงการพูดจาที่ขัดกับคุณธรรม การถือศีลอดเป็นสิ่งที่มุสลิมต้องทำในทุกปี โดยจะเริ่มต้นจากการดูดวงจันทร์ในช่วงเดือนกรกฎาคมและปฏิบัติเป็นเวลา 1 เดือน

5. การประกอบพิธีฮัจญ์ คือ ศาสนพิธีในอิสลามที่กำหนดให้มุสลิมที่มีความสามารถ มีความสมบูรณ์ทั้งทางร่างกาย จิตใจ และปัจจัยที่จำเป็น ซึ่งจะเดินทางไป ณ นครมักกะ ประเทศซาอุดีอาระเบีย ถือเป็นสถานที่ที่ศักดิ์สิทธิ์ของมุสลิม ซึ่งจะมีชาวมุสลิมจากทั่วทุกมุมโลกมารวมตัวกันเพื่อปฏิบัติศาสนกิจ โดยการเดินทางไปประกอบพิธีฮัจญ์เป็นสิ่งที่มุสลิมทุกคนต้องการที่จะไปด้วยความเต็มใจ

อรุณ บิลหลี (2554) กล่าวว่า การท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาอิสลามเป็นนักท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีบทบัญญัติทางศาสนาที่เคร่งครัดในทางปฏิบัติ เช่น การรับประทานอาหาร การปฏิบัติศาสนกิจ ส่วนกิจวัตรที่ไม่สามารถขาดได้ของผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม คือ การละหมาด 5 เวลา ซึ่งสามารถปฏิบัติได้ทุกที่แต่มีข้อแม้ยู่่ว่าสถานที่ที่ใช้ในการละหมาดจะต้องมีความสะอาด จึงจะทำการละหมาดได้ และในด้านของอาหารจะต้องรับประทานอาหารที่ถูกต้องตามบทบัญญัติ

ของศาสนาเท่านั้น การเดินทางจะคำนึงถึงสิ่งที่สามารถอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวซึ่งสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงในการวางแผนการท่องเที่ยวสามารถแบ่งแยกออกเป็น 3 ประเด็นหลักได้ ดังนี้ 1) สถานที่พักแรม และการนัดหมายทำกิจกรรมต่าง ๆ สำหรับชาวมุสลิม 2) อาหารและเครื่องดื่มที่ในการรับประทานตลอดการเดินทาง 3) สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องถูกต้องตามบทบัญญัติของศาสนา

ส่วนเรื่องของอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้ที่ยึดถือศาสนาอิสลาม (อรุณ บิลหลี, 2554) กล่าวไว้ว่า อาหารและเครื่องดื่มเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ซึ่งผู้ที่ยึดถือศาสนาอิสลามจะมีสิ่งต้องห้ามในการรับประทานอาหารอย่างเคร่งครัด ซึ่งอาหารที่รับประทานจะต้องผ่านการอนุมัติ (ฮาลาล) ตามบทบัญญัติของศาสนาโดยมีข้อควรปฏิบัติ ดังนี้

1. ไม่รับประทานอาหารทุกชนิดที่มีส่วนผสมของเนื้อสุกร
2. สัตว์ที่ตายในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ล้มตายไปเอง สัตว์ที่ตายจากอุบัติเหตุต่าง ๆ ส่วนสัตว์ที่ไม่สามารถนำมาประกอบอาหารได้ เพราะสัตว์เหล่านี้ไม่ได้ผ่านการกล่าวพระนามของพระผู้เป็นเจ้า
3. เลือด การนำเลือดสัตว์มาประกอบการทำอาหารถือว่าเป็นสิ่งที่ต้องห้าม เพราะยังไม่มีความสะดวกพอที่จะนำมารับประทาน
4. สัตว์ที่ถูกฆ่าจากจุดประสงค์เพื่อนำมาบูชาและเคารพ ถือเป็นการป้องกันทางจิตใจเพื่อรักษาความเป็นเอกภาพของมุสลิมซึ่งมิให้ผู้ใดตั้งภาคีกับพระผู้เป็นเจ้า
5. สัตว์ที่เชือดโดยไม่ระบุพระนามของพระเจ้า เพื่อเป็นการป้องกันมนุษย์ให้ออกห่างจากการฆ่าสัตว์โดยไร้จุดหมาย การฆ่าสัตว์นั้นจะนำมาเพื่อประกอบเป็นอาหารเท่านั้น
6. ห้ามกินสัตว์ที่มีเขี้ยวเล็บต่าง ๆ หรือสัตว์เลื้อยคลาน เพื่อเป็นการป้องกันมิให้พิษจากสัตว์ที่มีเขี้ยวเล็บมาทำอันตราย
7. เครื่องดื่มที่เป็นสิ่งต้องห้าม คือ เครื่องดื่มที่ทำให้เกิดความมึนเมาต่าง ๆ เช่น เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ไม่ว่าจะหญิงหรือชาย ไม่ว่าจะเป็เหตุผล หรือข้ออ้างต่าง ๆ ดื่มเพื่อเข้าสังคม ดื่มเพื่องานเลี้ยงสังสรรค์ เป็นต้น ซึ่งมีอาจจะกระทำได้เพราะความเป็นมุสลิมและความศรัทธาที่ถือว่ามีอยู่ภายในตัวของมุสลิม

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวผู้ที่ยึดถือศาสนาอิสลามเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่ยึดถือศาสนาอิสลามจะให้ความสำคัญเกี่ยวกับการรับประทานอาหารที่ถูกต้องตามบทบัญญัติของศาสนาอย่างเคร่งครัด และจะต้องมีสถานที่ที่ใช้ในการปฏิบัติศาสนกิจ คือ การละหมาด ซึ่งเป็นกิจวัตรที่นักท่องเที่ยวผู้ที่ยึดถือศาสนาอิสลามไม่สามารถขาดได้

### ความหมายของอาหารฮาลาล

มุสลิมมีความศรัทธาว่า “ไม่มีพระเจ้าอื่นใดนอกจากอัลลอฮ์” และมุสลิมมีความเชื่ออย่างมั่นใจว่า อัลลอฮ์ คือผู้สร้างมนุษย์และสรรพสิ่งในจักรวาล ดังนั้น คำบัญชาของอัลลอฮ์ (อัล-กุรอาน) คำสอนและแบบอย่างของนบีมุฮัมมัด (ซุนนะห์) จึงเป็นเรื่องที่มุสลิมจะต้องปฏิบัติตามด้วยความจริงใจและจริงจัง กล่าวคือ ปฏิบัติในสิ่งที่อนุมัติ (ฮาลาล) และไม่ปฏิบัติในสิ่งที่ห้าม (ฮารอม) ด้วยความเต็มใจและยินดี อาหารฮาลาล จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ที่นับถือศาสนาอิสลามในการบริโภคส่วนผู้ที่มิใช่มุสลิม หากบริโภคอาหารฮาลาลก็จะได้รับประโยชน์ต่อสุขภาพเช่นเดียวกันเพราะอาหารฮาลาลจะต้องมีกระบวนการผลิตที่ถูกต้องตามข้อบัญญัติแห่งศาสนาอิสลามปราศจากสิ่งต้องห้าม (ฮารอม) และมีคุณค่าทางอาหาร (ตอยยิบ)

อาหารฮาลาล เป็นคำภาษาอาหรับมีความหมายทั่วไปว่า อนุมัติ เมื่อนำมาใช้ในทางศาสนาจะมีความหมายว่า สิ่งที่ศาสนาอนุมัติ เช่น อนุมัติให้กิน อนุมัติให้ดื่ม อนุมัติให้ทำ อนุมัติให้ใช้สอย เป็นต้น “ฮาลาล” เป็นคำที่มีความหมายตรงข้ามกับคำว่า “ฮารอม” ที่มีความหมายทั่วไปว่าห้าม และเมื่อนำมาใช้ในทางศาสนาอิสลามแล้วก็จะมีความหมายว่า สิ่งที่ศาสนาห้าม (สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย, 2557)

อาหารฮาลาล หมายถึง อาหารที่ได้ผ่านกรรมวิธีในการทำ ผสม ประอบ หรือแปรสภาพตามศาสนบัญญัติ เป็นการรับประกันว่า ชาวมุสลิมโดยทั่วไปสามารถบริโภคอาหาร หรืออุปโภคสินค้าหรือบริการต่างๆ ได้โดยสนิทใจ ซึ่งสามารถสังเกตได้จากการประทับตรา “ฮาลาล” ที่ข้างบรรจุภัณฑ์หรือร้านค้าได้ (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2559)

อาหารฮาลาล หมายถึง อาหารที่ได้รับการกล่าวขานนามของผู้เป็นเจ้าของ (อัลลอฮ์) และต้องไม่ถูกพลีกรรมหรือถวายทานให้แก่สิ่งอื่นนอกแนวทางศาสนาอิสลาม ตัวอย่าง เช่น ผลไม้หรืออาหารที่ผ่านการไหว้เจ้าหรือศาลพระภูมิ หรือแม้แต่อาหารจากบาตรของพระสงฆ์ ล้วนเป็นสิ่งที่ไม่ฮารอม (ต้องห้าม) ต่อมุสลิมทั้งสิ้น (สถาบันค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร, ม.ป.ป., สื่อออนไลน์)

อาหารฮาลาล หรืออ่านว่าหะลาล หมายถึง อาหารที่ “อนุมัติ อนุญาต” หมายถึง สิ่งที่อัลลอฮ์ทรงอนุมัติให้เป็นสิ่งที่ถูกต้องในคัมภีร์ของพระองค์ (นันทนา ปริมานุกิษฐ์, 2559)

อาหารฮาลาล เป็นคำมาจากภาษาอาหรับ แปลว่า อนุมัติ อนุญาต หมายความว่า สิ่งของหรือการกระทำใด ๆ การผลิต การให้บริการ หรือการจำหน่ายใด ๆ ที่ไม่ขัดต่อบัญญัติของศาสนาอิสลามผลิตภัณฑ์ ฮาลาลจึงครอบคลุมทั้งสินค้าและบริการที่เป็นอาหาร และมีใช้อาหาร โดยเป็นการผลิต การให้บริการ หรือการจำหน่ายที่ไม่ขัดต่อหลักศาสนาอิสลาม (สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย, 2559, สื่อออนไลน์)

จากความหมายที่กล่าวมาสรุปได้ว่า อาหารฮาลาล หมายถึง อาหารที่ผ่านกระบวนการผลิตอย่างถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม เริ่มตั้งแต่ก่อนเชือดสัตว์โดยจะต้องมีการขานนามของผู้เป็นเจ้าของ (อัลลอฮ์) และได้มีการอนุมัติ (ฮาลาล) ตามบัญญัติศาสนาอิสลามให้ผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม หรือชาวมุสลิมสามารถบริโภคได้ ซึ่งมีความหมายตรงข้ามกับความว่า “ฮารอม” ที่มีความหมายโดยทั่วไปว่า “ห้าม หรือสิ่งต้องห้าม”

### ความแตกต่างระหว่างมาตรฐานอาหารฮาลาล กับมาตรฐานอาหารทั่วไป

มาตรฐานอาหารฮาลาล เป็นระบบเชิงบูรณาการ (Integrated Standard System) โดยมีองค์ประกอบ สำคัญคือ กระบวนการผลิตตั้งแต่เริ่มต้นถึงสิ้นสุดตลอด “สายโซ่การผลิต” จะต้อง “ฮาลาล” คือถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลามปราศจากสิ่ง “ฮารอม” คือสิ่งที่จะต้องห้ามตามบัญญัติศาสนาอิสลาม อาทิ วัตถุประสงค์ ส่วนประกอบ สารปรุงแต่ง สารพิษสิ่งปนเปื้อนต่าง ๆ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่ดี ถูกสุขอนามัยมีคุณค่าอาหาร เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ (ต่อยัย) ซึ่งระบบการจัดการความปลอดภัยในการผลิตอาหารทั้งระบบ GMP, HACCP และระบบการบริหารคุณภาพ (ISO) จึงเป็นเรื่องสอดคล้องกับหลักการมาตรฐานอาหารฮาลาลจะแตกต่างกัน ในหลักการสำคัญ คือ มาตรฐานอาหารฮาลาลจะต้องยึดถือความถูกต้องและคุณค่าตามบัญญัติศาสนาอิสลาม ส่วนมาตรฐานสากลยึดถือคุณค่าอาหารโดยมีจำเป็นต้องถูกต้องตามหลักการศาสนาอิสลาม (สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย, 2557)

ตาราง 1 แสดงความแตกต่างระหว่างมาตรฐานอาหารฮาลาล กับมาตรฐานอาหารทั่วไป

มาตรฐานอาหารฮาลาล	มาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป
<p>1. ผู้กำหนดมาตรฐาน</p> <p>1.1 อัลลอฮ์ (ช.บ.) พระผู้เป็นเจ้าของ</p> <p>1.2 ศาสดามูฮัมหมัด (ช.ล.)</p>	<p>1. ผู้กำหนดมาตรฐาน</p> <p>1.1 องค์กรระหว่างประเทศ</p> <p>1.2 องค์กรเอกชน</p>
<p>2. หลักการสำคัญ</p> <p>2.1 ฮาลาล ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม</p> <p>2.2 ปราศจากสิ่งฮารอม (สิ่งต้องห้าม)</p> <p>2.3 ตอฮยิบ (ดี) ตามหลักศาสนาอิสลาม</p> <p>2.3.1 ความสะอาด/รักษาสีแวดล้อม</p> <p>2.3.2 ความปลอดภัยจากสิ่งปนเปื้อน</p> <p>2.3.3 คุณค่าทางโภชนาการ</p>	<p>2. หลักการสำคัญ</p> <p>2.1 มาตรฐานตามที่องค์กรกำหนด</p> <p>2.2 การประกันคุณภาพ (Q.A.)</p> <p>2.2.1 ความสะอาด</p> <p>2.2.2 ความปลอดภัย</p> <p>2.2.3 คุณค่าทางโภชนาการ</p>

## ตาราง 1 (ต่อ)

มาตรฐานอาหารฮาลาล	มาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป
<p><b>3. การบริหารมาตรฐาน</b></p> <p>3.1 องค์การศาสนาอิสลามเป็นผู้รับผิดชอบตามบัญญัติศาสนาอิสลาม</p> <p>3.2 เจ้าหน้าที่ตรวจรับรองมาตรฐานต้องเป็นมุสลิมที่ดีและมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่</p>	<p><b>3. การบริหารมาตรฐาน</b></p> <p>3.1 หน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรเอกชนที่มีหน้าที่รับผิดชอบ</p> <p>3.2 เจ้าหน้าที่ตรวจรับรองไม่จำเป็นต้องเป็นมุสลิมมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่</p>
<p><b>4. ระบบมาตรฐาน</b></p> <p>4.1 เป็นระบบเฉพาะมาตรฐานฮาลาลซึ่งครอบคลุมทั้งความถูกต้อง (ฮาลาล) และที่ดี (ตอยยิบ) ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม</p> <p>4.2 ชื่อระบบมาตรฐาน คือ ฮาลาล (Halal)</p>	<p><b>4. ระบบมาตรฐาน</b></p> <p>4.1 เป็นระบบมาตรฐานที่แยกย่อยหลายลักษณะ เช่น มาตรฐานโรงงาน มาตรฐานการบริหารการผลิต</p> <p>4.2 ชื่อระบบมาตรฐานมีหลากหลาย เช่น มอก. GMP, ISO, HACCP</p>
<p><b>5. ปัจจัยการผลิต</b></p> <p>5.1 วัตถุดิบ ส่วนผสมและสารปรุงแต่งต้อง “ฮาลาล” ปราศจากสิ่ง “ฮารอม”</p> <p>5.2 กระบวนการผลิตต้อง “ฮาลาล” ทุกขั้นตอน</p> <p>5.3 สถานที่ผลิตจะต้องสะอาด ปลอดภัยจากสิ่งปนเปื้อน มีระบบป้องกันสัตว์ทุกชนิดและไม่ปะปนกับการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาล</p> <p>5.4 เครื่องจักร เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิตจะต้องสะอาดและไม่ได้ร่วมกับการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาล</p> <p>5.5 การเก็บรักษา การขนส่ง และวางจำหน่าย จะต้องแยกสัดส่วนเฉพาะอาหารฮาลาลไม่ปะปนกับสิ่งที่ไม่ฮาลาล เพื่อป้องกันการสับสนและเข้าใจผิดของผู้บริโภค</p>	<p><b>5. ปัจจัยการผลิต</b></p> <p>5.1 เป็นไปตามมาตรฐานอุตสาหกรรมโดย ไม่คำนึงว่าฮาลาลหรือไม่</p> <p>5.2 การล้างวัตถุดิบหรืออุปกรณ์ที่ใช้ผลิตมุ่งเน้นความสะอาดเป็นสำคัญ</p>



## ตาราง 1 (ต่อ)

มาตรฐานอาหารฮาลาล	มาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป
5.6 การล้างวัตถุดิบ อาหารที่ไม่ฮาลาลมาก่อน จะต้องล้างให้สะอาดตามบัญญัติศาสนาอิสลาม	
<b>6. พนักงาน</b> 6.1 พนักงานที่ผลิตอาหารฮาลาล และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคนต้องเป็นผู้ที่นับถือศาสนาเท่านั้น 6.2 พนักงานเชือดสัตว์ ไม่เป็นโรคที่สังคมรังเกียจ และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเชือดสัตว์ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม	<b>6. พนักงาน</b> 6.1 พนักงานที่ผลิตอาหารฮาลาลไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ที่นับถือศาสนา 6.2 พนักงานเชือดสัตว์ ไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ที่นับถือศาสนา

**ที่มา:** สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย, 2557

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า มาตรฐานอาหารฮาลาลจะต้องยึดหลักตามบัญญัติศาสนาอิสลามเท่านั้น โดยจะมีผู้ที่เกี่ยวข้องคือ องค์การศาสนาอิสลาม และเจ้าหน้าที่ตรวจรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลต้องนับถือศาสนาอิสลามเท่านั้น รวมไปถึงผู้ที่มีหน้าที่ในกระบวนการการผลิต ก็จะต้องเป็นผู้ที่นับถือศาสนาอิสลามเท่านั้น ซึ่งแตกต่างกับมาตรฐานอาหารทั่วไป ที่จะยึดหลักมาตรฐานของอาหารตามองค์การระหว่างประเทศ และองค์กรเอกชน ส่วนกระบวนการในการผลิตจะเน้นเรื่องความสะอาดโดยมาอิงถึงหลักศาสนา พนักงานที่มีหน้าที่ดูแลให้บริการอาหารหรือผู้ที่มีหน้าที่ในการประกอบอาหารจะเป็นผู้ที่นับถือศาสนาใดก็ได้

### กฎเกณฑ์การเชือดสัตว์ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม

1. สัตว์ที่นำมาเชือด
  - 1.1 เป็นสัตว์ที่ศาสนาอิสลามอนุมัติให้บริโภคได้เมื่อผ่านการเชือด
  - 1.2 มีกรรมวิธีการเชือดตามบัญญัติศาสนาอิสลาม
  - 1.3 ไม่มีการทรมานหรือทารุณสัตว์ก่อนหรือขณะที่เชือด
2. ผู้เชือด
  - 2.1 ต้องเป็นมุสลิมหรือชาวคัมภีร์ที่เชือดสัตว์ตามวิธีการอิสลาม
  - 2.2 มีสุขภาพจิตสมบูรณ์

2.3 ไม่เป็นโรคติดต่อที่สังคมรังเกียจ

### 3. วิธีเชือด

3.1 ให้กล่าวนามของอัลลอฮ์เมื่อเริ่มเชือด (บิสมิลลาฮ์ อัลลอฮุอักบัร)

3.2 ควรหันหน้าไปทางกิบลัต (ทิศตะวันตก)

3.3 ควรเชือดโดยต่อเนื้อในคราวเดียวกัน

3.4 เชือดให้หลอดลม หลอดอาหารและเส้นเลือดสองข้างลำคอขาดจากกัน

3.5 สัตว์ต้องตายเพราะการเชือดก่อนนำไปดำเนินการอย่างอื่น

4. อุปกรณ์การเชือดเป็นของมีคม (ยกเว้น เล็ก กระดุก) อนึ่ง สัตว์น้ำ ศาสนาอิสลามอนุมัติให้บริโภคได้โดยไม่ต้องเชือด

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การเชือดสัตว์ต้องยึดหลักตามบัญญัติศาสนาอิสลามอย่างเคร่งครัด หากมีวิธีการเชือดที่ไม่ถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลามก็ถือว่าอาหารนั้นเป็น “ฮารอม” หรือสิ่งต้องห้ามที่มีให้ผู้นับถือศาสนาอิสลามบริโภคได้

### ประเภท ของสิ่งสปรก (น้ำยีส) และวิธีชำระล้างให้สะอาดตามบัญญัติศาสนาอิสลาม

1. มุกีอพะพะหะห์ ได้แก่ ปัสสาวะของเด็กชายซึ่งอายุไม่ถึง 2 ขวบ ไม่ได้กิน หรือดื่มสิ่งอื่นใดที่ทำให้อิ่มนอก จากน้ำนมของแม่ วิธีการชำระล้าง ให้เช็ดน้ำยีสออกเสียก่อนแล้วใช้น้ำพรมบนรอยเปื้อนน้ำยีสนั้นให้ทั่วโดยไม่ต้องให้น้ำไหลผ่านก็ใช้ได้

2. มูต้าวัสซีเตาะห์ ได้แก่ อาเจียน ปัสสาวะ อุจจาระ โลหิต น้ำหนอง น้ำเหลือง ซากสัตว์ และน้ำนมของ สัตว์ที่ห้ามรับประทานวิธีการชำระล้าง ให้เช็ดน้ำยีสออกให้หมดเสียก่อนแล้วล้างด้วยน้ำสะอาด โดยวิธีใช้น้ำไหลผ่าน 1 ครั้งก็ ใช้ได้ แต่ถ้า 3 ครั้งจะดีกว่า

3. มูซ้อลล่าเซาะห์ ได้แก่ สุนัข สุกกร วิธีการชำระล้าง ให้ล้างด้วยน้ำสะอาด โดยวิธีใช้น้ำไหลผ่าน 7 ครั้ง แต่ 1 ใน 7 ครั้งนั้นต้องเป็นน้ำดินที่ สะอาด สิ่งที่สำคัญจะต้องใช้น้ำดินในการล้างทำความสะอาดในครั้งที่ 1 น้ำที่ใช้ชำระล้าง เป็นปัจจัยสำคัญในการชำระล้างทำความสะอาดในขั้นตอนของการผลิต ดังนั้นน้ำที่ใช้ทำความสะอาด จะต้องสะอาดและเป็นน้ำที่สามารถนำมาทำความสะอาดได้ตามบทบัญญัติตามหลักการ ศาสนาอิสลาม ซึ่งได้จำแนกประเภทของน้ำเป็น 4 ประเภท ดังนี้

3.1 น้ำมุตลัก คือ น้ำสะอาดและชำระล้างสิ่งอื่นให้สะอาดได้ ได้แก่ น้ำ 7 ชนิด ดังนี้

3.1.1 น้ำฝน น้ำค้าง

3.1.2 น้ำทะเล

3.1.3 น้ำแม่น้ำ

3.1.4 น้ำป่อ

3.1.5 น้ำหิมะ น้ำแข็ง

3.1.6 น้ำลูกเห็บ

3.1.7 น้ำตาน้ำ

3.2 น้ำมูซุมัส คือ น้ำสะอาดที่อยู่ในภาชนะที่เกิดสนิมได้และถูกแดดเผาให้ร้อนสามารถนำไปชำระสิ่งอื่น ให้สะอาดได้แต่ไม่เหมาะสม

3.3 น้ำมุตตะอุมัล คือ น้ำที่สะอาด แต่ใช้ทำความสะอาดสิ่งอื่นไม่ได้ เช่น น้ำที่ใช้ทำความสะอาดครั้งสุดท้าย ซึ่งไม่เปลี่ยนสี กลิ่น รส และไม่เกินปริมาณที่มีอยู่เดิม

3.4 น้ำน่ายิส คือ น้ำที่มีน่ายิส (สิ่งสกปรกตามข้อบัญญัติอิสลาม) เจือปนอยู่และมีปริมาณน้ำไม่ถึง 216 ลิตร (2 กุลละห์) หรือหากมีปริมาณเกิน 216 ลิตร แต่สภาพของน้ำเปลี่ยนสี กลิ่น รส จะนำไปใช้ชำระล้างสิ่ง สกปรกมิได้

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าการชำระล้างทำความสะอาดสิ่งสกปรกหรือสามารถเรียกตามบัญญัติศาสนาอิสลามว่า น่ายิส ซึ่งต้องมีขั้นตอนวิธีการชำระล้างทำความสะอาดที่มีความแตกต่างกัน สรุปได้ ดังนี้

1. สิ่งสกปรก (น่ายิส) และวิธีทำความสะอาดตามบัญญัติอิสลาม มีความแตกต่างจากความรู้สึกของคนทั่วไป

2. น้ำที่ใช้ชำระล้างสิ่งสกปรก (น่ายิส) จะต้องเป็นน้ำสะอาดตามบัญญัติอิสลาม

3. วิธีชำระล้างสิ่งสกปรก (น่ายิส) แต่ละประเภทมีกฎเกณฑ์เฉพาะซึ่งต่างจากวิธีการทั่วไป เช่น จำนวน ครั้งของการล้าง น้ำต้องไหลผ่าน หรือน้ำดิน เป็นต้น

#### **สัตว์ พืช และอาหารที่ห้ามนำมาบริโภค (ฮาลาล)**

สัตว์ที่ห้ามนำมาบริโภคตามระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการดำเนินกิจการฮาลาล และการรับรองฮาลาล พ.ศ. 2544 ซึ่งได้มีการกำหนดไว้ ดังนี้

1. สุนัข สุนัข หมูป่า ลิง แมว
2. สัตว์ที่กินเนื้อเป็นอาหารและมีกรงเล็บ เช่น ลิงโต เสือ หมี
3. สัตว์มีพิษหรือสัตว์น้ำโรค เช่น หนู ตะขาบ แมงป่อง
4. สัตว์มีพิษและเป็นอันตราย เช่น งู
5. สัตว์น้ำรังเกียจ เช่น หนอน แมลงวัน
6. สัตว์ที่ไม่อนุญาตให้ฆ่า เช่น มด ผึ้ง นกหัวขวาน
7. สัตว์ที่มีลักษณะเช่นเดียวกับลา เช่น ล่อ
8. สัตว์ที่ตายเอง

9. สัตว์ที่ถูกรัดคอตาย ถูกตีหรือขว้างจนตาย ตกจากที่สูงลงมาตาย ถูกขวิดตาย ถูกสัตว์อื่นกัดกินจนตาย

10. สัตว์ที่ถูกเชือดเพื่อบูชายัญ

11. สัตว์ที่ถูกเชือดโดยกล่าวนามอื่นนอกจากอัลลอฮ์

11.1 พืชที่ห้ามนำมาบริโภค พืชมีพิษและมีอันตราย

11.2 อาหารหรือเครื่องดื่มที่มีส่วนประกอบของแอลกอฮอล์ หรือมีสิ่งเป็นอันตรายต่อสุขภาพ (สถาบันมาตรฐานสากลแห่งประเทศไทย, 2557)

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารฮาลาลที่เป็นประเภทจำพวกสัตว์ชนิดต่าง ๆ จะต้องผ่านกระบวนการเชือดที่ถูกต้องตามหลักบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม ส่วนเครื่องดื่มและพืชที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพก็ถือว่าเป็นอาหารต้องห้าม (ฮารอม) สำหรับผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม เช่น เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

### **ข้อกำหนดของกระบวนการผลิตอาหารฮาลาล**

อาหารฮาลาลเป็นอาหารที่ผ่านกระบวนการตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม ถึงแม้ว่าการผลิตอาหารฮาลาล มีข้อกำหนดที่มีความแตกต่างไปจากอาหารทั่วไป แต่โดยแท้จริงแล้วข้อบัญญัติดังกล่าว เกี่ยวเนื่องโดยตรงกับโภชนาการ โดยยึดหลักความสะอาดถูกหลักอนามัย ซึ่งเป็นผลดีต่อสุขภาพร่างกายของคนทั่วไปการผลิตอาหารฮาลาลทุกชนิด ต้องมีวิธีการเตรียมการผลิต การผลิต การบรรจุ การขนส่งและการเก็บรักษาทุกขั้นตอน นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงหลักเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานด้านอนามัยของอาหารในส่วนอื่น ๆ ประกอบด้วย ดังนี้

#### **1. สถานที่ประกอบการ**

1.1 สถานที่ประกอบการต้องสะอาดตามมาตรฐานอุตสาหกรรมและมาตรฐานอื่น ๆ ที่ควบคุมสถานที่ประกอบการ

1.2 สถานที่ที่ใช้ในการผลิตอาหารฮาลาลต้องไม่ปะปนกับการผลิตที่ไม่ฮาลาล และให้แยกออกจากการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาลโดยชัดเจน เช่น กันกำแพงกัน แยกโรงงาน เป็นต้น

1.3 สถานที่ที่ผลิตอาหารฮาลาลต้องไม่มีสัตว์เลี้ยงเข้าไปเกี่ยวข้องในบริเวณการผลิต และต้องไม่นำอาหารหรือเครื่องดื่มที่ไม่ฮาลาลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วยอย่างเด็ดขาด

#### **2. วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร และกระบวนการจัดเก็บรักษา**

2.1 วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร ต้องผ่านกระบวนการการผลิตที่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม โดยต้องมีหลักฐานในการรับรองฮาลาลยืนยัน

2.2 การเตรียมวัตถุดิบในการผลิต จะต้องมีการจัดเก็บในสถานที่ที่สะอาด และไม่มีสัตว์ต้องห้ามเข้ามาบริเวณการผลิตเด็ดขาด เช่น แมว และสุนัข

2.3 ส่วนประกอบของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารฮาลาลต้องมีกระบวนการจัดเก็บรักษา โดยต้องนำวัตถุดิบแยกออกจากอาหารจำพวกที่ไม่ฮาลาลโดยเด็ดขาด

### 3. วิธีการล้างวัตถุดิบและน้ำสำหรับใช้ล้างทำความสะอาดวัตถุดิบ

3.1 การล้างวัตถุดิบ และส่วนประกอบที่ใช้ในการผลิต ล้างน้ำโดยการจุ่มหรือน้ำซังในภาชนะแล้วต้องล้างน้ำสะอาดที่ไหลผ่าน วัตถุดิบหรือส่วนประกอบที่ใช้โดยทั่วถึงในการล้างครั้งสุดท้าย น้ำที่ไหลผ่านกระบวนการนี้แล้วจะนำมาใช้ล้างวัตถุดิบหรือสิ่งอื่นที่ใช้ในการผลิตอีกไม่ได้

3.2 อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตอาหารทุกชนิด ถ้าหากเคยใช้ในการผลิตอาหารที่ไม่ฮาลาลมาก่อน ต้องได้รับการล้างทำความสะอาดตามหลักการศาสนาอิสลามก่อน จึงจะใช้ในการผลิตอาหารฮาลาลได้

3.3 อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตอาหารฮาลาล ต้องจัดเก็บในสถานที่ที่ไม่มีสิ่งปนเปื้อนกับอุปกรณ์ที่ไม่ฮาลาล

### 4. พนักงานที่ปฏิบัติงานภายในร้านอาหารฮาลาล

4.1 พนักงานที่มีหน้าที่ดูแลในการผลิตอาหารฮาลาลต้องไม่ยุ่งเกี่ยวกับสิ่งที่ไม่ฮาลาลโดยเด็ดขาด

4.2 พนักงานที่มีหน้าที่ดูแลในการผลิตอาหารฮาลาล และฝ่ายจัดซื้อจะต้องเป็นผู้ที่นับถือศาสนาอิสลามเท่านั้น

### 5. การขนส่ง

5.1 การขนส่งผลิตภัณฑ์ฮาลาล ต้องแยกออกจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ฮาลาลโดยเด็ดขาด

### 6. การจัดจำหน่าย

6.1 ผลิตภัณฑ์ฮาลาลต้องแยกจำหน่าย ออกจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ฮาลาลโดยเด็ดขาด ต้องไม่ปะปนกันแม้ว่าจะจัดจำหน่ายอยู่ในบรรจุภัณฑ์ก็ตาม

6.2 การจัดจำหน่ายโดยไม่มีบรรจุภัณฑ์หรือแกะถุงบรรจุออกจำหน่าย ต้องแจ้งให้สถาบันมาตรฐานอาหารฮาลาลทราบและต้องจัดให้ถูกต้องตลอดเวลา

6.3 อุปกรณ์ เครื่องใช้ในการจัดจำหน่ายทุกชนิด จะต้องไม่ใช่ปะปนกับสิ่งที่ไม่ฮาลาล ถ้าเกิดการปะปนขึ้น จะต้องทำการล้างให้สะอาดตามหลักการศาสนาอิสลาม

### 7. การให้บริการอาหาร

7.1 ต้องมีผู้ประกอบการหรือควบคุมการประกอบอาหารเป็นผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม

7.2 เป็นสถานที่เฉพาะ ไม่ปะปนกับสถานที่ที่ใช้ประกอบอาหารหรือสิ่งต้องห้ามตามบัญญัติศาสนาอิสลาม

7.3 วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบอาหารหรือบริการถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม การทำความสะอาดภาชนะที่ใช้ประกอบอาหารหรือบริการต้องแยกไม่ปะปนกับภาชนะอื่นที่ใช้กับสิ่งต้องห้ามตามบัญญัติศาสนาอิสลาม (สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย, 2557)

นอกจากนี้วัตถุดิบอื่น ๆ ที่ใช้ในกระบวนการเตรียมอาหาร จำเป็นจะต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ ฮาลาลด้วย เช่น น้ำมันพืช เครื่องปรุงรส และวัตถุดิบของอาหาร หากมีส่วนใดที่เป็นข้อสงสัยว่าจะมีสิ่งเจือปนจากผลิตภัณฑ์ที่เป็นข้อห้าม ผู้ผลิตจะต้องมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์เหล่านั้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นฮาลาลสามารถนำมาใช้ในกระบวนการผลิตได้ โดยการตรวจสอบกับทางผู้ผลิต ผู้ขายหรือผู้นำเข้าให้ยืนยันถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบ หากสามารถยืนยันด้วยเอกสารได้ว่าผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เหล่านี้ได้รับการรับรองฮาลาลมาจากหน่วยงานทางศาสนา มาแล้วย่อมเป็นการดี แต่ทั้งนี้ควรนำเอกสารตลอดจนข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้ ให้ทางคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ได้รับการเป็นเบื้องต้นก่อน เพื่อความสะดวกสิ่งสำคัญอย่างมากอีกประการหนึ่ง คือวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์ที่ฮาลาลระหว่างการขนส่ง การเก็บรักษา ขั้นตอนในกระบวนการผลิต หรือระหว่างการขายได้เกิดปนเปื้อนหรือสัมผัสกับวัตถุฮาลาลที่อิสลามห้าม

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าอาหารฮาลาลมีข้อกำหนดที่มีความแตกต่างไปจากอาหารทั่วไปโดยจะยึดหลักตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม ซึ่งมีความสะอาดถูกหลักอนามัย และมีประโยชน์ต่อร่างกาย นอกจากนี้จะมีข้อกำหนดของกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลที่ยึดหลักเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานด้านอนามัย ประกอบด้วย 7 ปัจจัย ดังนี้ 1) สถานที่ประกอบการ 2) วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารและกระบวนการจัดเก็บรักษา 3) วิธีการล้างวัตถุดิบและน้ำสำหรับใช้ล้างทำความสะอาดวัตถุดิบ 4) พนักงานที่ปฏิบัติงานภายในร้านอาหารฮาลาล 5) การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์และการขนส่ง 6) การจัดจำหน่าย 7) การให้บริการอาหาร

ผู้วิจัยจึงได้นำข้อกำหนดของกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลทั้ง 7 ปัจจัย ดังกล่าวมาใช้เป็นหัวข้อในการตั้งประเด็นคำถามของการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เนื่องจากอาหารฮาลาลมีการมุ่งเน้นถึงกระบวนการผลิตโดยยึดหลักตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลามเป็นสิ่งที่สำคัญยิ่ง หากผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดก็อาจจะส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวได้

### กระบวนการขอรับรองฮาลาลและขออนุญาตใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล

เครื่องหมายรับรองฮาลาล หมายถึง เครื่องหมายรับรองฮาลาล ของสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ที่ได้จดทะเบียนรับรองไว้ตามกฎหมายว่าด้วยเครื่องหมายการค้า และอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองแสดงบนฉลากผลิตภัณฑ์ การโฆษณาผลิตภัณฑ์ หรือกิจการใด ๆ โดยมีสัญลักษณ์อ่านว่า “ฮาลาล” เขียนเป็นภาษาอาหรับว่า “حلال” อยู่ในกรอบสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน หลังกรอบเป็นลายเส้นแนวตั้งใต้กรอบภายในเส้นขนานมีคำว่า “สนง. คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย” หรือ “สกอท.” และได้เส้นขนานมีคำว่า “ที่ กอท.ฮล...(รหัสผลิตภัณฑ์...)” เป็นภาษาไทย ภาษาอาหรับ หรือภาษาอังกฤษในประเทศไทยการขออนุญาตใช้เครื่องหมายฮาลาลและหนังสือรับรองการผลิตอาหารฮาลาล ผู้ผลิตจะต้องติดต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบคือ “สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (สกอท)” และยังมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเครื่องหมายรับรองฮาลาล ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย, 2552, สืบออนไลน์)

1. สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยมีหน่วยงานภายใน ได้แก่ สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทยทำหน้าที่ออกใบอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล โดยผู้ประกอบการสามารถทำเรื่องขออนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลได้ที่สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยกรุงเทพฯ หรือสำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด

2. ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทำหน้าที่ตรวจสอบหาสิ่งปนเปื้อนที่เป็นฮารอมทั้งนี้ หากผู้ผลิตอาหารฮาลาลซึ่งได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายฮาลาลมีความประสงค์จะส่งออก จะต้องดำเนินการยื่นสำเนาหนังสือสำคัญอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายฮาลาลฉบับภาษาไทยและ/หรือฉบับภาษาอังกฤษ สำเนารายการผลิตภัณฑ์ที่อนุญาตให้ใช้เครื่องหมายฮาลาลและสำเนาใบกำกับสินค้า (Invoice) ที่ศูนย์บริการส่งออกแบบเบ็ดเสร็จกรมส่งเสริมการค้าส่งออก เพื่อขอใบรับรองสินค้าอาหารฮาลาลส่งออก ทั้งนี้ผู้ยื่นขอต้องชำระค่าธรรมเนียมเป็นรายผลิตภัณฑ์ (ฝ่ายวิจัยธุรกิจ, 2555)

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าการได้มาซึ่งเครื่องหมายรับรองฮาลาล สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยจะเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบโดยตรง และยังมีสถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย ทำหน้าที่ในการออกใบอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล และมีศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาลจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทำหน้าที่ตรวจสอบหาสิ่งปนเปื้อนที่เป็นฮารอม หรือสิ่งต้องห้าม

### เครื่องหมายรับรองฮาลาล

เครื่องหมายฮาลาล คือ เครื่องหมายที่คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดต่าง ๆ ได้อนุญาตให้ผู้ประกอบการทำการประทับ หรือแสดงลงบนสลากหรือผลิตภัณฑ์หรือกิจการใด ๆ โดยใช้สัญลักษณ์ที่เรียกว่า “ฮาลาล” เครื่องหมายฮาลาลที่ถูกต้องตามระบบการรับรองของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ



ภาพ 2 แสดงเครื่องหมายรับรองฮาลาล

**ที่มา:** สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย, 2557

จากภาพข้างต้นสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. คำว่า “ฮาลาล” ภาษาอาหรับ ในลิ้นเหลี่ยมขนมเปียกปูน ซึ่งมีพื้นหลังเป็นแถบเส้นตรงตั้ง

2. ชื่อองค์การรับรอง “สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย” หรือ The Central Islamic Committee of Thailand ถ้าเป็น “สำนักจุฬาราชมนตรี” แสดงว่าเป็นเครื่องหมายฮาลาลที่ไม่ผ่านการตรวจรับรอง เนื่องจากทาง สำนักจุฬาราชมนตรีได้มอบหน้าที่การตรวจรับรองฮาลาลแก่คณะกรรมการกลางอิสลามตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 แล้ว

3. หมายเลขผลิตภัณฑ์ 12 หลัก ที่ได้จากการรับรองฮาลาล ถ้าเป็นตัวเลขในระบบเก่า (ซึ่งผ่านการตรวจรับรองเช่นเดียวกัน) จะใช้ลำดับที่ของบริษัท ตามด้วยปีที่เริ่มขอรับรอง "ที่ ส.ล. 025/2547" ในส่วนของเลข 12 หลักนั้น มีความหมายดังนี้

3.1 เลข 2 ตัวแรก คือ หมวดผลิตภัณฑ์ตามที่ปรากฏในฐานข้อมูลการรับรองฮาลาลของคณะกรรมการกลางฯ จากภาพ เลข 74 หมายถึง ผลิตภัณฑ์เกลือ พริกไทย แป้งทำอาหาร น้ำตาล

3.2 เลขตัวที่ 3-5 คือ ลำดับที่ของบริษัทในทะเบียนการขอรับรอง จากรูปเป็นบริษัทลำดับที่ 69



3.3 เลขตัวที่ 6-8 คือ ลำดับที่ของผลิตภัณฑ์ในรายการที่ทางบริษัทยื่นขอรับรองฮาลาล

3.4 เลข 4 ตัวสุดท้าย คือ เดือนและปีที่เริ่มขอรับรอง จาก 09 41 หมายถึงบริษัทนี้เริ่มขอรับรองผลิตภัณฑ์นี้ตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2541 ซึ่งการที่เราจะทราบว่าเป็นเครื่องหมายฮาลาล นี้หมดอายุหรือไม่มีนั้นก็มีเพียงวิธีการเดียว คือ สอบถามโดยตรงจากฝ่ายกิจการฮาลาล คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ส่วนเรื่องสีของเครื่องหมายฮาลาลจะขึ้นอยู่กับ การออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารนั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นสีขาว สีเขียว สีแดง หรือสีอื่น ๆ แต่ถ้าเงื่อนไขครบสามข้อข้างต้น ถือว่าถูกต้อง

อาหารฮาลาลเป็นเรื่องของความร่วมมือและผลประโยชน์ร่วมกันของ 3 ฝ่าย คือ มุสลิมผู้บริโภค ผู้ประกอบการและประเทศชาติซึ่งมีขั้นตอนการยื่นขอรับรองฮาลาล และการออกหนังสือรับรองฮาลาล ดังนี้ (ฝ่ายกิจการฮาลาล คณะกรรมการอิสลามประจำ กรุงเทพมหานคร, ม.ป.ป., สื่อออนไลน์)

1. สถานประกอบการยื่นคำขอตามแบบของคณะกรรมการอิสลามประจำ กรุงเทพมหานคร จำนวน 3 ชุด ตัวจริง 1 ชุด สำเนา 2 ชุด พร้อมตัวอย่างผลิตภัณฑ์ละ 6 ชิ้น และฉลากผลิตภัณฑ์ชนิดละ 1 ฉบับ (ติดบนกระดาษ เอ4)

2. เจ้าหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้องของคำขอและเอกสารประกอบการขอรับรองฮาลาล

3. รับแจ้งกำหนดวัน เวลา การตรวจสอบสถานประกอบการ และรายงานกรรมการตรวจรับรองฮาลาล

4. สถานประกอบการชำระค่าธรรมเนียมการขอรับรองฮาลาลและค่าพาหนะในการเดินทางก่อนกำหนดวันตรวจ

5. คณะกรรมการตรวจรับรองฮาลาลตรวจสอบสถานประกอบการ โดยตรวจสอบด้านกายภาพ และด้านชีวภาพ

6. กรณีวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตและผลิตภัณฑ์ อาจมีสิ่งต้องห้ามตามหลักการศาสนาอิสลาม ต้องส่งตัวอย่าง วัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ตรวจสอบที่ห้องปฏิบัติการทางวิทยาศาสตร์ฮาลาลอาเซียน คณะสหเวชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หรือสถาบันอาหารกระทรวงอุตสาหกรรม

7. ฝ่ายกิจการฮาลาล รายงานผลการตรวจรับรองฮาลาลต่อที่ประชุมคณะกรรมการอิสลามประจำกรุงเทพมหานคร เพื่อขออนุมัติการรับรองฮาลาลโดยมีประชุมเดือนละ 1 ครั้ง

8. เมื่อที่ประชุมคณะกรรมการอิสลามประจำกรุงเทพมหานคร มีมติอนุมัติรับรองฮาลาล ฝ่ายกิจการฮาลาลออกหนังสือรับรองฮาลาลให้สถานประกอบการ

9. สถานประกอบการชำระค่าธรรมเนียมหนังสือรับรองฮาลาล



## แนวทางการพัฒนาอาหารฮาลาล

### เป้าหมายในการพัฒนาอาหารฮาลาล

สำหรับแนวทางการพัฒนาฮาลาลในประเทศไทย รัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล พ.ศ. 2559-2563 โดยให้การสนับสนุนการผลิตสินค้าวัตถุดิบให้มีศักยภาพและมีคุณภาพ เช่น ผักผลไม้ ปลาทูน่า ผลิตภัณฑ์ประมง รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ เช่น เนื้อไก่ เนื้อโค และเนื้อแพะ เป็นต้น ทั้งนี้ได้มุ่งเน้นให้สินค้าฮาลาลมีคุณภาพตามมาตรฐานสากลด้านสุขอนามัย และสอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อขยายโอกาสทางการตลาดและสร้างภาพลักษณ์ให้แก่อาหารฮาลาลของประเทศไทย ตลอดจนมีการกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาอาหารฮาลาลในหลายด้านด้วยกัน (สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย, 2559, สื่อบนออนไลน์)

1. ได้มีการกำหนดแผนการพัฒนารูปแบบสินค้าฮาลาลให้มีความหลากหลาย พร้อมทั้งการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์และโอกาสทางการตลาดให้แก่สินค้าฮาลาลของประเทศไทย
2. ได้มีการกำหนดแผนการพัฒนาระบบการผลิตอาหารฮาลาลที่ได้มาตรฐานสากล โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์
3. ได้มีการกำหนดแผนการพัฒนาคุณภาพสินค้าฮาลาลสำหรับขยายไปสู่ตลาดบน ซึ่งเป็นตลาดที่มีมูลค่าสูง เพื่อเพิ่มมูลค่าด้านสินค้าฮาลาลของประเทศไทย รวมทั้งการสร้างตราสินค้าเพื่อให้สินค้าฮาลาลของไทยเป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ
4. ได้มีการเผยแพร่คู่มือการผลิตสินค้าและบริการฮาลาลพร้อมทั้งการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง และเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินการได้ถูกต้องตามหลักศาสนบัญญัติ
5. เร่งพัฒนาบุคลากรที่ปฏิบัติการทั้งการพัฒนาและจัดวางระบบ การผลิตอาหารฮาลาลให้มีจำนวนและคุณภาพเพียงพอ และสามารถปฏิบัติงานได้จริง
6. ได้มีการวางแผนขยายโอกาสในการใช้ประโยชน์จากวิทยาศาสตร์ฮาลาลตามกรอบแนวคิด “ศาสนารับรอง วิทยาศาสตร์รองรับ”
7. มุ่งเน้นให้ประเทศได้มีการรับรองฮาลาลด้านบริการ เช่น โรงพยาบาลฮาลาลโรงแรมฮาลาลร้านอาหารฮาลาล ที่รับรองโดยสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย
8. ได้มีการกระตุ้นให้มีการเร่งพัฒนาระบบฐานข้อมูลสินค้าและบริการฮาลาล รวมถึงระบบการติดตามผลการดำเนินการ

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การพัฒนาอาหารฮาลาลให้ได้ ตามมาตรฐานคุณภาพในระดับสากลจำเป็นต้องกำหนดแผนการพัฒนารูปแบบและจัดวาง ระบบการผลิตสินค้าฮาลาล ตลอดจนการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับทุกฝ่าย ที่เกี่ยวข้องสามารถปฏิบัติได้ถูกต้องตามหลักศาสนบัญญัติอันจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ และมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าฮาลาลของประเทศเป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ

ผู้วิจัยจึงได้นำเป้าหมายในการพัฒนาอาหารฮาลาลมาทำการตั้งหัวข้อเป็นประเด็น คำถามของการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เนื่องจากเป้าหมายดังกล่าวจะมีความสอดคล้อง กับนโยบายของภาครัฐ และส่วนที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ซึ่งจะสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการ ศึกษาวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ต่อแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ภายในประเทศ และอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาได้

#### **แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล**

แนวคิด และหลักการสำคัญที่ได้จากการวิเคราะห์สถานการณ์การพัฒนาอุตสาหกรรม อาหารฮาลาลและสินค้าฮาลาล เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล มีดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย, 2559, สืบออนไลน์)

1. ยึดหลักศาสนบัญญัติเป็นแกนหลักในการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล โดยให้ ความสำคัญต่อการผลิตที่เป็นไปตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลามโดยใช้ระบบที่พัฒนาขึ้น ในประเทศไทย เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่มีกระบวนการผลิตถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม และเกิดระบบการคุ้มครองผู้บริโภคมุสลิมที่ดีในสังคม

2. เน้นการดำเนินงานในเชิงบูรณาการ เพื่อให้เกิดการดำเนินการที่เชื่อมโยงกัน ของทุกภาคส่วนทั้งระบบ สร้างการยอมรับของมาตรฐานฮาลาลของไทย และเน้นความเป็น เอกภาพของทุกภาคส่วน โดยให้ความสำคัญต่อกลไกที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

2.1 หลักการทางศาสนา ซึ่งเกี่ยวข้องกับคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย คณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด รวมทั้งบุคลากรที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่จะวางมาตรฐาน ฮาลาลตามหลักการทางศาสนา โดยมีสถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทยให้การสนับสนุน เพื่อให้ได้มาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับของประเทศมุสลิม ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนให้มีความเข้มแข็งในด้าน องค์ความรู้ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลของประเทศ

2.2 ระบบการผลิตและการตลาด ที่จะสนับสนุนผู้ประกอบการให้สามารถผลิต ได้ตามมาตรฐานฮาลาล โดยในด้านของอาหาร ประเทศไทยมีจุดแข็งจากการที่ได้เริ่มต้นพัฒนา ระบบ Halal-GMP/HACCP อันเป็นการบูรณาการระบบมาตรฐานฮาลาลสากลเข้ากับระบบ ความปลอดภัยทางอาหารและมีการกำหนดให้เรื่องฮาลาลเป็นส่วนหนึ่งของความปลอดภัย

ด้านจิตวิญญาณ (Spiritual Safety) อุตสาหกรรมของประเทศไทยจึงควรให้ความสำคัญต่อระบบการผลิตที่ถูกต้องตามมาตรฐานสากลเพื่อช่วยให้การดำเนินงานของฝ่ายศาสนาอิสลามเป็นไปโดยง่ายและถูกต้อง รวมทั้งให้มีการสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจบริการ เพื่อให้มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ ควบคู่ไปกับการทำตลาดฮาลาลเชิงรุกทั้งในด้านสินค้าและบริการฮาลาล

2.3 ระบบตรวจสอบ โดยการสร้างระบบการตรวจสอบที่มีมาตรฐาน และมีการดำเนินงานร่วมกันของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย คณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด สถาบันมาตรฐานสากลแห่งประเทศไทย ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ควรมีกฎไกสำหรับการติดตามตรวจสอบ ผักอบรม วางระบบ และงานอื่น ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาตรวจสอบอย่างต่อเนื่อง

2.4 สร้างคุณภาพฮาลาลของประเทศไทย โดยใช้วิทยาศาสตร์ฮาลาลซึ่งเป็นจุดเด่นจึงควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์ฮาลาล เพื่อสร้างคุณภาพของสินค้าและบริการฮาลาลให้เป็นที่ยอมรับของตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ

2.5 จัดทำกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล ระยะเวลา 5 ปี (พ.ศ. 2559–2563) จากร่างยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาลที่คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจและสินค้าฮาลาลแห่งชาติ ชุดก่อนได้ให้ความเห็นชอบในหลักการเมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2556 โดยมีการปรับปรุงให้เหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งให้ความสำคัญต่อการสนับสนุนอุตสาหกรรมฮาลาลครอบคลุมการพัฒนาทั้งสินค้าและบริการฮาลาล

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล โดยจะมุ่งเน้นถึงมาตรฐานกระบวนการผลิตให้ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม พัฒนาทั้งสินค้าและบริการฮาลาล โดยมีการสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจบริการ เพื่อให้มีคุณภาพที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ

#### **แนวทางและมาตรการการเสริมสร้างศักยภาพการผลิตสินค้าและบริการฮาลาล**

สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยได้มีการวางแผนทางและมาตรการการเสริมสร้างศักยภาพการผลิตสินค้าและบริการฮาลาล ไว้ดังนี้

แนวทางที่ 1 การพัฒนาศักยภาพสินค้าและบริการฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ประกอบด้วยมาตรการการเสริมสร้างศักยภาพการผลิตสินค้าและบริการฮาลาล ดังนี้

มาตรการที่ 1 สนับสนุนการผลิตสินค้าวัตถุดิบที่ไทยมีศักยภาพและมีคุณภาพ เช่น ผักและผลไม้ ปลาทูน่าและผลิตภัณฑ์ประมง รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ เช่น เนื้อไก่ เนื้อโค และเนื้อแพะ เป็นต้น ให้มีคุณภาพตามมาตรฐานสากลด้านสุขอนามัย และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อขยายโอกาสทางการตลาด และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่สินค้าฮาลาลของไทย

มาตรการที่ 2 พัฒนารูปแบบสินค้าฮาลาลให้มีความหลากหลาย พร้อมทั้งการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์และโอกาสทางการตลาดให้แก่สินค้าฮาลาลของไทย

มาตรการที่ 3 พัฒนาและจัดวางระบบการผลิตอาหารฮาลาลที่ได้มาตรฐานสากล โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์

มาตรการที่ 4 พัฒนาคุณภาพสินค้าฮาลาลสำหรับขยายไปสู่ตลาดบน ซึ่งเป็นตลาดที่มีมูลค่าสูง เพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าฮาลาลของไทย รวมทั้งการสร้างตราสินค้า เพื่อให้สินค้าฮาลาลของไทยเป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ

มาตรการที่ 5 เผยแพร่คู่มือการผลิตสินค้าและบริการฮาลาล พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง และเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินการได้ถูกต้องตามหลักศาสนบัญญัติ

มาตรการที่ 6 เร่งพัฒนาบุคลากรที่ปฏิบัติการทั้งการพัฒนาและจัดวางระบบการผลิตสินค้าฮาลาลให้มีจำนวนและคุณภาพเพียงพอ และสามารถปฏิบัติงานได้จริง

มาตรการที่ 7 ขยายโอกาสในการใช้ประโยชน์จากวิทยาศาสตร์ฮาลาลตามกรอบแนวคิด “ศาสนารับรอง วิทยาศาสตร์รองรับ”

มาตรการที่ 8 เร่งให้การรับรองฮาลาลด้านบริการ เช่น โรงพยาบาลฮาลาล โรงแรมฮาลาล ร้านอาหารฮาลาล ที่รับรองโดยสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

มาตรการที่ 9 เร่งพัฒนาระบบฐานข้อมูลสินค้าและบริการฮาลาล รวมถึงระบบการติดตามผลการดำเนินการ

แนวทางที่ 2 การสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมฮาลาลประกอบด้วยมาตรการการเสริมสร้างศักยภาพการผลิตสินค้าและบริการฮาลาล ดังนี้

มาตรการที่ 1 พัฒนาป้อนานี้ให้เป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล

ที่เชื่อมโยงกับการพัฒนาวัตถุดิบทั้งผลิตผลทางการประมง ปศุสัตว์ และพืชผลการเกษตรในพื้นที่ โดยการเร่ง 15 พัฒนานิคมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล (จังหวัดปัตตานี) เพื่อดึงดูดการลงทุนโรงงานการผลิตอาหารฮาลาล และให้สามารถดำเนินการได้จริง โดยพิจารณาแนวทางการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินการให้เหมาะสม กับสภาพพื้นที่ พร้อมทั้งสนับสนุนเงินลงทุนหรือสินเชื่อให้แก่ผู้ประกอบการ ควบคู่กับการพัฒนาวัตถุดิบทั้งจากพืช ปศุสัตว์ และการประมงที่จะเข้าสู่ระบบการผลิต เพื่อเป็นฐานการผลิตวัตถุดิบที่จะป้อนสู่นิคมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลจังหวัดปัตตานี

มาตรการที่ 2 ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมตลอดจนพื้นที่อุตสาหกรรม อื่น ๆ ในพื้นที่ที่เหมาะสม โดยสนับสนุนด้านนโยบายหรือสิ่งจูงใจ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมและพื้นที่อุตสาหกรรมอื่น ๆ ให้มีกิจกรรมของอุตสาหกรรมฮาลาลบางส่วนหรือเต็มรูปแบบ ควบคู่กับการพัฒนา ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาลในระดับพื้นที่

มาตรการที่ 3 ให้ความสำคัญต่อความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านภายใต้กรอบ ASEAN IMT-GT และ BIMSTEC ในการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล เช่น การร่วมลงทุนระหว่างไทยกับมาเลเซีย เพื่อสร้างโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล การสนับสนุนกิจกรรมของ IMT-GT โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มทางด้านผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ประชาชนในพื้นที่และการพัฒนาเครือข่าย รวมทั้งการร่วมลงทุนกับต่างประเทศการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมฮาลาล เพื่อช่วยผลักดันด้านการตลาด โดยเฉพาะอาหารฮาลาลซึ่งเป็นสินค้าที่ไทยมีศักยภาพในการผลิต

มาตรการที่ 4 สนับสนุนสิ่งจูงใจให้ผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่และผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในการผลิตและการประกอบธุรกิจบริการฮาลาลของไทยที่มีศักยภาพ เช่น การท่องเที่ยว การบริการครัวฮาลาลตามโรงพยาบาล และโรงแรม การรักษาพยาบาล การประกันภัย การประกันชีวิต และธนาคารอิสลาม เป็นต้น

มาตรการที่ 5 สนับสนุนการใช้ประโยชน์ของระบบการเงินอิสลาม เช่น ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สหกรณ์อิสลาม ระบบประกันภัยอิสลาม เพื่อสร้างภาพลักษณ์เชิงสากลให้แก่อุตสาหกรรมธุรกิจและการค้าฮาลาลของประเทศ

มาตรการที่ 6 สร้างผู้ประกอบการให้มีความรู้ความสามารถในการประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะบริการฮาลาล เช่น การท่องเที่ยว การบริการครัวฮาลาลตามโรงพยาบาล และโรงแรมการรักษาพยาบาล การประกันภัย การประกันชีวิต และธนาคารอิสลาม เป็นต้น

มาตรการที่ 7 พัฒนาหลักสูตรวิทยาศาสตร์ฮาลาลในสาขาต่าง ๆ เพื่อสร้างบุคลากรรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลในอนาคต รวมทั้งพัฒนาศูนย์วิจัย

ขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผู้ประกอบการให้เข้าสู่มาตรฐานการผลิตฮาลาลในระดับสากล

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าการวางแนวทางในการเสริมสร้างศักยภาพการผลิตสินค้าและบริการฮาลาลโดยสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย มุ่งเน้น 2 ด้านด้วยกัน คือ การพัฒนาศักยภาพสินค้าและบริการฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยมีมาตรการสนับสนุนการผลิตสินค้าวัตถุดิบให้มีศักยภาพและคุณภาพ เช่น ฝัก ผลไม้ผลิตภัณฑ์ประมง เนื้อสัตว์ รวมถึงการพัฒนาบุคลากรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และทำการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ทุกฝ่ายได้เข้าใจตรงกัน ส่วนแนวทางด้านที่ 2 คือ การสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมฮาลาล โดยมีมาตรการพัฒนาจังหวัดปัตตานี และนิคมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลทั่วไปให้มีศักยภาพในการผลิตอาหารฮาลาล และยังมุ่งเน้นพัฒนาผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางให้มีความสามารถทัดเทียมกับประเทศอื่นในหลายมิติ

### แนวทางการปฏิบัติการผลิตอาหารฮาลาล

สำหรับแนวทางการปฏิบัติการผลิตอาหารฮาลาลจะนำระบบ HAL-Q ซึ่งเป็นระบบการบริหารจัดการเพื่อการผลิตอาหารฮาลาลปลอดภัย โดยยึดหลัก H-hygiene หมายถึง ความสะอาดปลอดภัย A-assurance การสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค L-liability ความรับผิดชอบของผู้ประกอบการต่อผลิตภัณฑ์ของตน Q-quality คุณภาพด้านฮาลาล ปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ โดยการบูรณาการมาตรฐานฮาลาลให้ถูกต้องเป็นไปตามบทบัญญัติศาสนาอิสลาม สะอาด และปลอดภัยตามมาตรฐานสากล ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริโภค muslim มั่นใจในอาหารฮาลาลที่ผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมว่าไม่มีการปนเปื้อนสิ่งต้องห้ามทางศาสนา และวิธีการผลิตเป็นไปตามบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ก่อให้เกิดความปลอดภัยต่อสุขภาพในมิติต่าง ๆ รวมทั้งความปลอดภัยทางจิตวิญญาณด้วย

ระบบ HAL-Q กำหนดแนวคิดว่า “หะรอม” เป็นอันตรายเช่นเดียวกับอันตรายทางกายภาพ ชีวภาพและเคมี ในระบบความปลอดภัยสากลต้องกำจัด ตลอดจนห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล นับแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ กระบวนการผลิต โลจิสติกส์ กำหนดการตรวจวิเคราะห์ การแผ้วถาง การชำระล้างเป็นเครื่องมือ โดยประการหลังศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ดินเหนียวเพื่อการชำระล้างสิ่งสกปรกหรือ “นยิส”

#### การวางระบบ HAL-Q ด้วยวิธี 4x4 ประกอบด้วย ดังนี้

##### 1. การเตรียมการ



จัดเตรียมสิ่งจำเป็น ได้แก่ 1) คน (Men) ผู้เชือดสัตว์ ผู้ตัดสินฮาลาลนักวิทยาศาสตร์ ผู้ตรวจวิเคราะห์เป็นมุสลิม 2) วัตถุ (Materials) ทั้งวัตถุดิบ เครื่องจักรและทุกสิ่งสัมผัสกับอาหารต้องปลอดหะรอม 3) กลไก (Mechanisms) การผลิต การบรรจุ โลจิสติกส์ ปลอดภัยจากสิ่งปนเปื้อน 4) ระบบทุน (Monetary system) ปลอดสิ่งหะรอม

## 2. อัตราย

กำหนดอัตรายที่ต้องกำจัด ได้แก่ อัตรายกายภาพ ชีวภาพ เคมี และหะรอม

## 3. การจัดการ

เริ่มจากการวางระบบฮาลาลปลอดภัย การตรวจสอบทางนิติวิทยาศาสตร์ กรณีสารที่คลุมเครือ (มัชบูฮ์) การชำระล้างด้วยผลิตภัณฑ์น้ำดินชำระล้างนยิส และการตัดสินด้วยนักวิชาการศาสนาอิสลาม

## 4. การดำเนินงาน

ช่วงที่ 1 การเตรียมความพร้อม การดำเนินงานด้านเอกสารเกี่ยวข้องกับ การเตรียมการต่าง ๆ ของสถานประกอบการเพื่อแสดงความพร้อมในการเข้าร่วมกิจกรรม

ช่วงที่ 2 สัมมนา ประกอบด้วยการบรรยายและปฏิบัติการ โดยการบรรยาย กล่าวถึงความสำคัญของฮาลาล-หะรอม การดำเนินงาน HAL-Q การประยุกต์วิทยาศาสตร์ ในการวางระบบและการรับรองฮาลาลปฏิบัติการเน้นเรื่องขั้นตอนการดำเนินงาน การกำหนดจุดวิกฤตหะรอม การแก้ไขปัญหา กรณีตัวอย่างสำหรับบุคลากรระดับสูง ของสถานประกอบการ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

ช่วงที่ 3 การให้คำปรึกษาโดยให้คำแนะนำเกี่ยวกับเอกสารคู่มือคุณภาพ ในการผลิตอาหารฮาลาลของสถานประกอบการ ตรวจสอบคุณภาพสถานประกอบการ ห้องเก็บ วัตถุดิบ ห้องเตรียมวัตถุดิบ สถานที่ผลิตอาหาร รวมถึงการชำระล้างนยิสหนักด้วยดินสบู่ พร้อมการตัดสินจากนักวิชาการศาสนา

ช่วงที่ 4 การตรวจประเมินดำเนินงาน การแก้ไขสิ่งบกพร่อง การสรุปและรายงาน (วินัย ตะห์ลัน, 2555)

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การผลิตอาหารฮาลาลโดยใช้ระบบ HAL-Q จะมุ่งเน้นในด้านความสะอาดปลอดภัยของอาหารด้านความมั่นใจแก่ผู้บริโภค ด้านความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการ และด้านคุณภาพด้านฮาลาลปลอดภัย โดยจะตระหนัก ถึงความปลอดภัยของการผลิตอาหารตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การขนส่ง การตรวจเช็คอาหาร การแผ้วระวัง และกระบวนการชำระล้างอาหารและเครื่องมือ

## แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

จากการศึกษาค้นคว้างานเอกสารและแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ และมีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้ความหมายแนวคิดและทฤษฎี ไว้ดังนี้

Barnard (1995) กล่าวถึง สิ่งจูงใจหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานไว้ ดังนี้

1. สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ ได้แก่ เงิน วัสดุอุปกรณ์ อาคารสถานที่ ฯลฯ
2. สิ่งจูงใจเกี่ยวกับโอกาส เช่น โอกาสเกี่ยวกับความมีชื่อเสียง ความมีอิทธิพล โดยการได้รับตำแหน่งดี ๆ เป็นต้น
3. สิ่งจูงใจเกี่ยวกับสภาพความช่วยเหลือการได้รับบริการต่าง ๆ
4. ความสามารถขององค์การที่จะให้ความพึงพอใจแก่บุคคลโดยเปิดโอกาสให้แสดงอุดมคติโดยเสรีเพื่อกระตุ้นให้บุคคลเกิดความภูมิใจในฝีมือ และมีโอกาสได้รับสวัสดิการต่าง ๆ
5. สิ่งจูงใจเกี่ยวกับผู้ร่วมงานการมีความสัมพันธ์ฉันท์มิตรกับบุคคลในหน่วยงาน ความผูกพัน และการได้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมขององค์การ
6. สิ่งจูงใจเกี่ยวกับสภาพการทำงานที่เป็นอยู่ตามปกติประจำวัน
7. สิ่งจูงใจเกี่ยวกับความมั่นคงปลอดภัยทางสังคม
8. มีความมั่นคงในการงานและการมีหลักประกันให้อยู่ดีกินดี

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (2542) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ ไว้ว่า พอใจ ชอบใจ

อนเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดมพัฒนกิจ (2548) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการจะแสดงออกในทางบวกหรือลบต่อสิ่งที่ได้รับจากการบริการ และการนำเสนอการบริการโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่ได้คาดหวังไว้ ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในระหว่าง การบริการ ได้แก่

1. ผลลัพธ์บริการ ในการนำเสนอการบริการจะต้องมีผลลัพธ์บริการที่มีคุณภาพและระดับการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ โดยผู้ให้บริการจะต้องแสดงให้ผู้รับบริการเห็นถึงความเอาใจใส่ และจริงจังต่อการสร้างเสริมคุณภาพของผลลัพธ์บริการที่จะส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการ
2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดจากการประเมินคุณภาพและรูปแบบของการบริการเทียบกับราคาค่าบริการที่จะต้องจ่ายออกไป โดยผู้ให้บริการจะต้องกำหนดราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ และเป็นไปตามความเต็มใจ

ที่จะจ่าย (Willingness to Pay) ของผู้รับบริการ ค่าบริการจะถูกหรือแพงขึ้นอยู่กับความสามารถในการจ่ายและเจตคติต่อราคาของกลุ่มผู้รับบริการอีกด้ว้สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก มีสถานที่กว้างขวางเพียงพอและต้องคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการในทุกด้าน เช่น การมีสถานที่จอดรถ หรือการให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้ประเด็นด้านสถานที่ให้บริการลดลงไปได้ เป็นต้น

3. สถานที่บริการ ผู้ให้บริการจะต้องมองหาสถานที่ในการให้บริการที่ผู้รับบริการ

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ผู้ให้บริการจะต้องให้ข้อมูลข่าวสารในเชิงบวกแก่ผู้รับบริการทั้งในด้านคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ของการบริการผ่านทางสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับบริการได้นำข้อมูลเหล่านี้ไปช่วยประเมินเพื่อตัดสินใจใช้บริการต่อไป

5. ผู้ให้บริการ จะต้องตระหนักตนเองว่ามีส่วนสำคัญในการสร้างให้เกิดความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการ โดยในการกำหนดกระบวนการจัดการ การวางรูปแบบการบริการจะต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นสำคัญ ทั้งแสดงพฤติกรรมบริการและเสนอบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ ผู้ให้บริการจะต้องสร้างให้เกิดความสวยงามของอาคารสถานที่ ผ่านการออกแบบตกแต่ง การแบ่งพื้นที่อย่างเหมาะสมลงตัว สร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรผู้ให้บริการและสื่อภาพลักษณ์เหล่านี้ออกไปสู่ผู้รับบริการอีกด้วย

7. กระบวนการบริการ ผู้ให้บริการต่างมุ่งหวังให้เกิดความมีประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการเพื่อเพิ่มความคล่องตัวและความสามารถในการสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ โดยการนำบุคลากร เทคโนโลยี เข้ามาร่วมกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการและหวังต่อประสิทธิภาพผลที่จะเกิดขึ้นต่อผู้รับบริการ

ความพึงพอใจของผู้รับบริการนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ระดับด้วยกัน คือ

1. ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการจะต้องจัดให้มีตามความคาดหวังของผู้รับบริการและระวังไม่ให้เกิดสิ่งที่ต่ำกว่าความคาดหวังนั้นได้ เพื่อให้ผู้รับบริการรู้สึกยินดีและมีความสุขในการมารับบริการนั้น ๆ

2. ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการมุ่งหวังที่จะสร้างให้มีเกินกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกปลาบปลื้มใจหรือประทับใจในบริการที่ได้รับซึ่งเกินความคาดหวังที่ตั้งใจไว้

จากแนวคิดความพึงพอใจที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) คือ ความรู้สึกที่เป็นการยอมรับ ความรู้สึกชอบ ซึ่งเป็นความรู้สึกด้านบวก ทั้งการให้บริการ

และการรับบริการในทุกสถานการณ์ ทุกสถานที่ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเกิดขึ้นจากความคาดหวัง หรือเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลได้ ซึ่งความพึงพอใจที่เกิดขึ้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามค่านิยม และประสบการณ์ของตัวบุคคล

### แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ (7Ps)

ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งทั้ง 4 ปัจจัยนั้นยังไม่เพียงพอสำหรับการบริหารการตลาดประเภทตลาดบริการ จึงได้นำเสนอส่วนประสมทางการตลาด เพิ่มอีก 3 ด้าน คือ ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ (Physical Evidence) โดยมีรายละเอียดดังนี้คือ (ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุรยา, 2547)

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อให้พึงพอใจ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ประกอบไปด้วย สินค้าที่จับต้องได้ การบริการ บุคคล สถานที่ องค์กร และความคิดผลิตภัณฑ์สามารถแบ่งได้ 3 ระดับ คือ

1.1 ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) ประโยชน์พื้นฐานของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้าโดยตรง ซึ่งอาจเป็นเรื่องของประโยชน์ใช้สอย การแก้ปัญหาให้ลูกค้า การขาย ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย การประหยัด เป็นต้น

1.2 ผลิตภัณฑ์ที่แท้จริง (Actual Product) คือลักษณะด้านคุณภาพ รูปร่างลักษณะ การออกแบบ ชื่อสินค้า การบรรจุภัณฑ์ และคุณสมบัติอื่น ๆ ที่ส่งมอบผลประโยชน์ที่สำคัญของผลิตภัณฑ์

1.3 ผลิตภัณฑ์เสริม (Augmented Product) เป็นผลประโยชน์ที่ผู้ซื้อได้รับเพิ่มเติม นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์หลักและผลิตภัณฑ์ที่แท้จริง ประกอบด้วยบริการก่อนและหลังการขายต่าง ๆ เช่น การขนส่ง การให้สินเชื่อ การรับประกัน การฝึกอบรมให้ลูกค้า เป็นต้น

2. ราคา (Price) หมายถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน หรือต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ถ้าผลิตภัณฑ์มีคุณค่าสูงกว่าราคา ก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ในสายตาของลูกค้า ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องการแข่งขัน และปัจจัยอื่น เช่น เทคนิคหรือวิธีปฏิบัติที่จะให้ผู้ซื้อยอมรับราคา หรือที่เรียกว่ากลยุทธ์การตั้งราคา ได้แก่ การกำหนดราคาให้คงที่กับไม่คงที่ นโยบายราคาเดียวกับราคายืดหยุ่น

การกำหนดราคาให้เป็นเลขคู่กับเลขคู่ การกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างราคากับคุณภาพ การกำหนดราคาเพื่อล่อใจการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์รวมหน่วย การกำหนดราคาให้สายผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาตามอาณาเขตทางภูมิศาสตร์ เป็นต้น

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม เพื่อการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับ ผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non-Personal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ ซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ โดยใช้หลัก IMC ที่พิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้เครื่องมือส่งเสริมการตลาดที่สำคัญมีดังนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและ(หรือ) ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดโดยใช้บุคคล งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขายการจัดหน่วยงานขาย (Sales force management)

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย และการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าชั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่น

4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) โดยการให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct Response Marketing) และการตลาดเชื่อมตรง (Online Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการตอบสนอง (Response) โดยตรง หรือหมายถึงวิธีการต่าง ๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที

5. บุคคลากร (People) หมายถึง บุคคลทุก ๆ คนที่มีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ ซึ่งรวมถึงพนักงานของกิจการ ลูกค้าที่มาใช้บริการ และลูกค้าคนอื่นที่มาใช้บริการด้วย พนักงานของกิจการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทั้งในการผลิต การบริการ และการให้บริการ ในปัจจุบันที่การแข่งขันรุนแรงขึ้น พนักงานยังเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความแตกต่าง (Differentiation) ให้กับธุรกิจโดยสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ซึ่งทำให้เกิดความได้เปรียบจากการแข่งขันนอกจากพนักงานของกิจการรวมถึงลูกค้าแล้วตัวลูกค้าเองรวมถึงคนอื่น ๆ ที่มาใช้บริการ ก็จะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ในเรื่องการบริการของผู้ซื้อบริการด้วย โดยทั่วไปลูกค้ามักจะมองว่าพนักงานโดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานส่วนหน้า (Front Stage Personal) เป็นตัวแทนของกิจการ และเป็นส่วนหนึ่งของการให้บริการด้วย สำหรับการบริการบางประเภทที่พนักงานและลูกค้ามีการติดต่อกันมาก (High Contact Service) พนักงานก็คือตัวแทนของบริษัทนั่นเอง สาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้การบริการของกิจการล้มเหลว (คุณภาพการบริการไม่เป็นไปตามที่คาดหวังของลูกค้า) ก็คือการนำเสนอบริการของพนักงานไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าพนักงานมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของการให้บริการ

6. กระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนหรือกระบวนการต่างในการให้บริการ ระเบียบ รวมถึงวิธีการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้าง และการนำเสนอบริการให้กับลูกค้า เช่น การตัดสินใจในเรื่องนโยบายเกี่ยวกับลูกค้า และบุคลากรขององค์กรกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อกิจการบริการ และลูกค้าดังต่อไปนี้

- 6.1 ช่วยให้ต้นทุนในการดำเนินงานลดลง
- 6.2 ช่วยให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินกลยุทธ์การวางตำแหน่งบริการ
- 6.3 ช่วยให้พนักงานของกิจการเกิดความพึงพอใจมากขึ้น
- 6.4 ช่วยให้กิจการมีความได้เปรียบในการแข่งขัน
- 6.5 ช่วยให้กิจการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจตามเป้าหมายสำหรับลูกค้า
- 6.6 โดยทั่วไปลูกค้าจะมองว่ากระบวนการเป็นส่วนหนึ่งของการบริการด้วย
- 6.7 กระบวนการให้บริการที่ดีมีส่วนช่วยให้ลูกค้าได้รับการบริการที่มีคุณภาพ
- 6.8 การปรับเปลี่ยนกระบวนการให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้นช่วยให้ลูกค้ามีความพอใจ

7. ภาพลักษณ์ทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการให้บริการ สถานที่ที่ลูกค้าและกิจการมีปฏิสัมพันธ์กัน และองค์ประกอบที่จับต้องได้ ซึ่งทำ

หน้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกหรือสื่อสารบริการนั้นจากนิยามดังกล่าว ภาพลักษณ์ทางกายภาพจึงอาจรวมถึงสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

7.1 สิ่งแวดล้อมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

7.2 สถานที่ในการให้บริการลูกค้า

7.3 สิ่งต่าง ๆ ที่จับต้องได้ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวก หรือช่วยสื่อสารเกี่ยวกับการบริการภาพลักษณ์ทางกายภาพ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลักดังนี้

7.3.1 ภูมิทัศน์การบริการ (Services Cape) หมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ในการให้บริการลูกค้า แบ่งออกเป็น 2 ประเภทย่อย คือ

1) สภาพแวดล้อมภายนอก (Facility Exterior) เช่น การออกแบบรูปลักษณ์ภายนอกของตัวอาคาร ป้ายบอกทางเข้าของกิจการ ป้ายบอกชื่อกิจการ และที่จอดรถ เป็นต้น

2) สภาพแวดล้อมภายใน (Facility Interior) เช่น การออกแบบตกแต่งภายในอาคารอุปกรณ์ในการให้บริการ ป้ายบอกทางในอาคาร คุณภาพของอากาศภายในตัวสถานที่ให้บริการ เป็นต้น

7.3.2 สิ่งที่จับต้องได้ประเภทอื่น (Other Tangibles) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่มองเห็นเป็นรูปธรรมที่ช่วยในการสื่อสารกับลูกค้า เช่น นามบัตร เครื่องแบบและการแต่งกายของพนักงาน เอกสารแผ่นพับต่าง ๆ เป็นต้น

จากแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ส่วนผสมทางการตลาด คือ การบริหารงานด้านการตลาดที่ประกอบไปด้วย 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ที่ผู้ประกอบการจะต้องนำมาปรับใช้ทำการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ และเป็นสิ่งที่พึงพอใจของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ

ผู้วิจัยจึงได้นำหลักการแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ (7Ps) มาใช้เป็นหัวข้อประเด็นคำถามการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อทำการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการประกอบด้วย 7 ด้าน ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น

### แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค ได้มีผู้ที่ให้ความหมายหรือแนวคิดไว้หลากหลายท่าน ดังนี้

Mowen and Minor (1998) ได้ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาถึงหน่วยการซื้อ และกระบวนการแลกเปลี่ยนที่เกี่ยวข้องกับการได้รับมาการบริโภค และการจำกัดอันเกี่ยวกับสินค้า บริการ ประสบการณ์ และความคิด

Hoyer and Macinnis (1997) ได้ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นผลสะท้อนของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง สัมพันธ์กับการได้รับมาการบริโภค และการจำกัด อันเกี่ยวกับสินค้า บริการ เวลาและความคิด โดยหน่วยตัดสินใจซื้อ (คน) ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

Solomon (1996) ได้ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาถึงกระบวนการต่าง ๆ ที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเข้าไปเกี่ยวข้อง เพื่อทำการเลือกสรรการซื้อ การใช้ หรือการบริโภค อันเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ ความคิด หรือประสบการณ์ เพื่อสนองความต้องการ และความปรารถนาต่าง ๆ ให้ได้รับความพอใจ

Blackwell and Miniard (1993) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง กระบวนการตัดสินใจ และลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเพื่อทำการประเมินผล การจัดการ การใช้ และการใช้จ่ายเกี่ยวกับสินค้าและบริการให้ได้มาซึ่งการบริโภค

Loudon and Bitta (1993) ได้ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค อาจหมายถึง กระบวนการตัดสินใจและกิจกรรมทางกายภาพที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องเมื่อมีการประเมินการได้มา การใช้หรือการใช้จ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการ

Peter and Olsen (1990) สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำซึ่งส่งผลต่อกันและกันตลอดเวลาของความรู้ ความเข้าใจ พฤติกรรม และเหตุการณ์ภายใต้สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์ได้กระทำขึ้นในเรื่องของการแลกเปลี่ยนสำหรับการดำเนินชีวิตมนุษย์

จิตตินันท์ เตชะคุปต์ (2545) พฤติกรรม หมายถึง การแสดงออกของบุคคล เพื่อตอบสนองความต้องการอันเกิดจากแรงขับหรือสิ่งเร้า เช่น บุคคลแสดงพฤติกรรมแสวงหาอาหารมารับประทานก็เพื่อตอบสนองความต้องการอาหาร อันเกิดจากแรงขับความหิวเพื่อให้ร่างกายสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และคณะ (2545) ได้ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมผู้บริโภคว่าเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลกระทำเมื่อได้รับบริโภคหรือสินค้าบริการ รวมไปถึงการขจัดสินค้าหรือบริการหลังการบริโภคด้วย



ปริญา ลักขิตานนท์ (2544) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับการจัดหา และการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2542) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหาการซื้อ การใช้ ประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่า จะสนองความต้องการของเขา หรือการศึกษาถึงพฤติกรรม การตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคเกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า

จากแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าหรือบริการ โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องมีการตัดสินใจทั้งก่อนและหลังการกระทำต่าง ๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความพอใจและความต้องการของบุคคล

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

### ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภคถูกกำหนดด้วยลักษณะทางกายภาพ และลักษณะทางกายภาพ ถูกกำหนดด้วยสภาพจิตวิทยาโดยสภาพจิตวิทยาถูกกำหนดด้วยครอบครัว และครอบครัว ถูกกำหนดด้วยสังคม รวมถึงสังคมจะถูกกำหนดด้วยวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค ดังนี้

1. ลักษณะทางสรีระ (Physiological Condition) สรีระเป็นปัจจัยเบื้องต้นในการกำหนดพฤติกรรมการซื้อและพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภค สิ่งแรกที่ต้องวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค คือ การวิเคราะห์ความเปลี่ยนแปลงทางด้านสรีระเป็นสิ่งแรก เนื่องจากมีบทบาทมากที่สุดในการตัดสินใจของมนุษย์ เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นความต้องการของร่างกายส่วนใหญ่เป็นปัจจัยสี่ซึ่งประกอบด้วยอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรคที่บังคับให้เราต้องประพฤติปฏิบัติ

2. สภาพจิตวิทยา (Psychological Condition) เป็นลักษณะของความต้องการที่เกิดสภาพจิตใจซึ่งเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของมนุษย์ สภาพทางจิตวิทยาเป็นสิ่งที่มีความสำคัญกว่าสรีระเพราะสรีระเป็นพื้นฐาน

3. ครอบครัว (Family) เป็นกลุ่มสังคมเบื้องต้นที่บุคคลเป็นสมาชิกอยู่ ครอบครัวเป็นแหล่งอบรมและสร้างประสบการณ์ของบุคคล ถ้ายทอดนิสัย และค่านิยมลักษณะของครอบครัวจึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภค

4. สังคม (Social Group) เป็นสิ่งที่อยู่รอบตัวเราซึ่งจะมีผลที่เราต้องทำตัวให้สอดคล้องกับบรรทัดฐาน (Norm) ของสังคมการที่ผู้บริโภคนั้นคนชั้นสูง ชั้นกลางหรือคนชั้นต่ำ ซึ่งแต่ละชนชั้นก็จะมีพฤติกรรมแตกต่างกัน

5. วัฒนธรรม (Culture) วัฒนธรรม คือ วิถีชีวิตที่คนในสังคมยอมรับ ประพฤติปฏิบัติตามกันเพื่อความงอกงามของสังคม (เสรี วงษ์มณฑา, 2542)

### ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

1. ความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (Wants) และความปรารถนา (Desire) ของมนุษย์ทั้ง 3 ประการนี้สามารถใช้แทนกันได้ ความจำเป็น (Needs) ใช้สำหรับสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพความต้องการ (Wants) ใช้สำหรับความต้องการทางจิตวิทยาที่สูงขึ้นกว่าความจำเป็น ส่วนความปรารถนา (Desire) ถือว่าเป็นความต้องการทางด้านจิตวิทยาที่สูงที่สุดเป็นความปรารถนาอันสูงส่งของมนุษย์ ดังนั้นความจำเป็นและความต้องการทำให้นักการตลาดสามารถขายสินค้าได้ โดยที่สินค้าและบริการเป็นสิ่งที่สามารถแก้ปัญหาได้เพราะความจำเป็นและความต้องการ คือ ปัญหา

2. แรงจูงใจ (Motive) หมายถึง ปัญหาที่ถึงจุดวิกฤติที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่สบายใจแรงจูงใจจึงเป็นความต้องการ ที่เกิดขึ้นรุนแรงบังคับให้บุคคลค้นหาวิธีมาตอบสนองความพึงพอใจอาจจะเป็นความไม่สบายทางร่างกายหรือจิตใจก็ได้จนก่อให้เกิดความพยายามในการจะแก้ไขปัญหาดังกล่าวนั้น โดยแรงจูงใจนั้นมีพื้นฐานมาจากความจำเป็น กล่าวคือ ถ้าไม่มีความจำเป็นก็จะไม่เกิดแรงจูงใจ และความจำเป็นเมื่อเกิดเป็นความรุนแรงขึ้นในใจก็จะกลายเป็นค้นหาแห่งความต้องการแต่ถ้าความต้องการนั้นไม่รุนแรงพอก็จะไม่เกิดแรงจูงใจ ดังนั้นนักการตลาดจึงมีหน้าที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อจนกระทั่งผู้บริโภคเกิดความต้องการเข้าสู่จุดวิกฤติ ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่สบายใจอย่างรุนแรง (Tension) ทำให้ผู้บริโภคค้นหาวิธีมาตอบสนองความต้องการนั้น

3. บุคลิกภาพ (Personality) คือลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่พัฒนาขึ้นมาในระยะยาวซึ่งมีผลกระทบต่อการกำหนดรูปแบบในการโต้ตอบ หรือตอบสนอง (Response) ที่ไม่เหมือนกัน

4. ทศนคติ (Attitude) คือการประเมินความพอใจหรือไม่พอใจความรู้สึกและท่าที ความรู้สึกที่คนเรามีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทศนคติเป็นสิ่งที่จะนำมาซึ่งการปฏิบัติของผู้บริโภค สิ่งที่เข้ามากำหนดทัศนคติมี 3 ประการ คือ 1) ความรู้ 2) ความรู้สึก 3) แนวโน้ม นิสัย หรือความพร้อมที่จะกระทำ ทั้งสามประการนี้เป็นสิ่งที่นักการตลาดพยายาม

จะเปลี่ยนแปลง โดยผู้บริโภคคนใดที่มีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าเราก็พยายามรักษาเอาไว้ แต่ถ้าคนใดมีทัศนคติที่ไม่ดีเราก็พยายามจะเปลี่ยนทัศนคติของเขาให้ชอบสินค้าของเราในที่สุด

5. การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งบุคคลเลือกจัดองค์ประกอบและตีความข้อมูล เพื่อกำหนดภาพที่มีความหมาย การรับรู้เป็นสิ่งที่สำคัญมากในแง่การตลาด จนมีคำกล่าวที่ว่า “สงครามการตลาดความจริงไม่ใช่สงครามสินค้าแต่เป็นสงครามการสร้างการรับรู้” (A Marketing War is Not A Battle of Product But A Battle of Perception) หมายถึง การแข่งขันทางการตลาดไม่ได้แข่งขันกันเพียงทำให้สินค้าดีเท่านั้น แต่จะแข่งขันกันในด้านสร้างภาพพจน์ให้ดีกว่าในสินค้านั้น

6. การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของบุคคลซึ่งเกิดจากประสบการณ์ ดังนั้น การเรียนรู้จึงเป็นประสบการณ์ที่บุคคลสะสมไว้ นักการตลาดจึงมีหน้าที่ใส่ประสบการณ์การเรียนรู้เกี่ยวกับตราสินค้าที่ถูกต้องให้กับผู้บริโภค

#### **ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค**

1. สภาพเศรษฐกิจ (Economy) เป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจซื้อ (Purchasing Power) ของผู้บริโภคเมื่อผู้บริโภคเกิดความต้องการในตัวสินค้า แต่ราคาสินค้านั้นแพงเกินไป จึงไม่สามารถซื้อได้สิ่งนี้คือปัจจัยที่จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภคประการหนึ่ง

2. ครอบครัว (Family) ครอบครัวทำให้เกิดการตอบสนองต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ นักการตลาดต้องเป็นนักพฤติกรรมศาสตร์ในเรื่องของครอบครัว โดยต้องเข้าใจว่าครอบครัวนั้นเป็นส่วนหนึ่งของตัวแทนกระบวนการทางสังคม (Socializing Agent) เป็นกระบวนการที่เตรียมคนเข้าสู่สังคม ซึ่งประกอบด้วย โรงเรียน ครอบครัว ศาสนา สื่อมวลชน สถาบันการเมือง การเตรียมพร้อมเข้าสู่สังคมนั้น ครอบครัวจะเป็นพื้นฐานการดำรงชีวิตของแต่ละบุคคล

3. สังคม (Social Group) ลักษณะด้านสังคมประกอบด้วยรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyles) ค่านิยมสังคม (Social Values) และความเชื่อถือ (Belief) นักการตลาดต้องเป็นนักสังคมวิทยาเพื่อที่จะได้มองว่าอิทธิพลของสังคมที่มีต่อการอยู่ร่วมกันของมนุษย์นั้นมีอะไรบ้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องบรรทัดฐาน (Norm) กล่าวคือ ต้องทราบว่สิ่งใดที่สังคมยอมรับได้ สิ่งใดที่สังคมยอมรับไม่ได้

4. วัฒนธรรม (Culture) เป็นกลุ่มของค่านิยมพื้นฐาน (Basic Values) การรับรู้ (Perception) ความต้องการ (Wants) และพฤติกรรม (Behavior) ซึ่งเรียนรู้จากการเป็นสมาชิกของสังคมในครอบครัว วัฒนธรรมจึงเป็นรูปแบบหรือวิถีทางในการดำเนินชีวิต (Lifestyles) ที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับ นักการตลาดต้องเป็นนักมานุษยวิทยาเพื่อที่จะได้ทราบว่วัฒนธรรม

ของแต่ละสังคมไม่เหมือนกัน การทำการตลาดในประเทศไทยจะต้องคำนึงถึงสังคมและวัฒนธรรมไทยด้วย

5. การติดต่อธุรกิจ (Business Contacts) หมายถึง โอกาสที่ผู้บริโภคจะได้พบเห็นสินค้านั้น ๆ สินค้าตัวใดที่ผู้บริโภคได้รู้จัก พบเห็นบ่อย ๆ มีความคุ้นเคยซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกไว้วางใจและมีความยินดีที่จะใช้สินค้านั้น แต่สินค้าที่ผู้บริโภคไม่รู้จัก ไม่ค่อยได้พบเห็น ทำให้ไม่มีความคุ้นเคยเมื่อไม่คุ้นเคยก็ไม่มีความไว้วางใจผู้บริโภคก็ไม่อยากใช้สินค้านั้น ดังนั้น ในการทำธุรกิจจึงต้องเน้นในเรื่องของการทำให้เกิดการพบเห็นในตราสินค้า (Brand Contact) นำสินค้าเข้าไปให้ผู้บริโภคได้พบเห็น ได้รู้จัก ได้สัมผัส ได้ยิน ได้ฟังด้วยความถี่สูง

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ปัจจัยหลัก คือ 1) ปัจจัยภายใน ซึ่งประกอบด้วยความจำเป็น ความต้องการ หรือความปรารถนา รวมถึงแรงจูงใจ การรับรู้ และทัศนคติของแต่ละบุคคล 2) ปัจจัยภายนอก ประกอบด้วยสภาวะทางเศรษฐกิจ ครอบครัวยุค สังคม วัฒนธรรม และการติดต่อทางธุรกิจ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นอิทธิพลที่สำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ ของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก

### แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

อาหาร ถือเป็นสิ่งที่รวบรวมเรื่องราวบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นไม่ว่าจะเป็นเชิงกายภาพ เช่น การเกษตร ภูมิประเทศ และภูมิอากาศ หรือจะเป็นเชิงจิตใจ เช่น วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม และลักษณะนิสัย การแสดงออกของท้องถิ่นผ่านวัฒนธรรมด้านอาหาร จึงถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะเชื่อมโยงระหว่างคนท้องถิ่นกับบุคคลจากภายนอก ซึ่งหมายความว่าวัฒนธรรมอาหารนั้นมีความสามารถที่จะเป็นสินค้าด้านการท่องเที่ยวให้แก่ชุมชนท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2559, สืบออนไลน์)

#### ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism)

บัณฑิต อเนกพูนสุข (2560, สืบออนไลน์) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร คือ การเดินทางเพื่อได้สัมผัสถึงประสบการณ์ทางด้านอาหารในแต่ละพื้นที่ โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือความบันเทิง นอกจากนี้ ประสบการณ์การรับประทานอาหารแล้วการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ยังรวมถึงการเยี่ยมชมสถานที่ทำอาหาร เทศกาลอาหาร ตลาด งานแสดงและสาธิตการทำอาหาร หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กับอาหาร นอกจากนี้ประสบการณ์การเดินทางประเภทนี้ยังเกี่ยวเนื่องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบลองเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ ๆ ในแต่ละท้องที่ การพัฒนา

ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องของคุณภาพและรูปลักษณะต่าง ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับสินค้า ด้าน การท่องเที่ยว รวมถึงอาหารท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาคผ่านการ บริโภค ดังนั้น ประสบการณ์ การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงสามารถเกิดขึ้นในสถานที่เฉพาะที่ใดที่หนึ่ง หรือเกิดขึ้น บนวัตถุประสงค์ใดก็ได้จากที่กล่าวมาทั้งหมด

Hall & Mitchell (2005) ได้ให้คำจำกัดความที่ครอบคลุมการท่องเที่ยวอาหาร (Food Tourism) ไว้ว่าเป็นการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เกิดจากแรงจูงใจที่จะไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ด้านอาหารหรือเกี่ยวข้องกับการผลิตอาหาร เทศกาลอาหารร้านอาหาร หรือแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะเรื่องอาหารซึ่งระดับความหมายของการท่องเที่ยวอาหาร ในภาษาอังกฤษได้แตกย่อยออกมาเป็น Gastronomic Tourism หรือ Culinary Tourism เป็นความหมาย โดยมองระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวในเรื่องอาหารเป็นภาพรวม มีความสนใจระดับปานกลางซึ่งอาจรวมถึงองค์ประกอบอื่นของแหล่งท่องเที่ยวด้วย เช่น วัฒนธรรม ท้องถิ่นแต่ถ้าคำว่า Cuisine Tourism หรือ Gourmet Tourism คือการที่นักท่องเที่ยวมีความสนใจ เรื่องอาหารเฉพาะเจาะจง เช่น สนใจประเภทใดประเภทหนึ่ง เข้าร่วมการอบรมการประกอบ อาหารซึ่งความสนใจและแรงจูงใจด้านอาหารจะมีมากกว่าสองคำแรก ในงานวิจัยนี้จึงใช้ คำโดยรวมที่ครอบคลุมคือการท่องเที่ยวอาหารหรือ Food Tourism

Cohen and Avieli (2004) กล่าวว่าวิธีทำให้อาหารท้องถิ่นมีความโดดเด่นและเป็น ที่รู้จัก ควรได้รับการส่งเสริมร่วมกับการท่องเที่ยวเป็น “การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร” ในการจัดการอาหารเพื่อการท่องเที่ยว บางครั้งอาหารท้องถิ่นอาจได้รับการ ดัดแปลงเพื่อให้ถูกปากนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ และในขณะเดียวกัน สามารถเกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมโดยท้องถิ่นนั้น อาจได้รับอิทธิพลจากอาหาร ของนักท่องเที่ยวและปรับเข้ากับวัฒนธรรมหรือรสชาติของท้องถิ่นได้เช่นกัน ซึ่งถือได้ว่าเป็นผลดีทางวัฒนธรรม

จากความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหารข้างต้น สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์ หรือแรงบันดาลใจเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม และนักท่องเที่ยวยังสามารถประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ได้มากมาย ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนในท้องถิ่น และประเทศได้เป็นอย่างมาก เพราะในปัจจุบันพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวเกี่ยวกับการสร้าง ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ รวมทั้งมีความชื่นชอบและสนใจที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของคน ในท้องถิ่นต่าง ๆ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหารก็สามารถตอบโจทย์กับกลุ่มนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน ได้อย่างชัดเจน

### แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เลือกท่องเที่ยวเชิงอาหาร

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้สาเหตุเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourists) ไว้ดังนี้ (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2559, สื่อบนออนไลน์)

1. ความรื่นรมย์ (Pleasurable Experience) นักท่องเที่ยวต้องการที่จะเติมเต็มความสุขจากการรู้สึก สัมผัส และประสบการณ์ในการกินอาหาร
2. ความสงสัยและใฝ่รู้ (Curiosity) นักท่องเที่ยวต้องการที่จะหาความรู้ และค้นพบอะไรใหม่ ๆ เพื่อป้องกันการศึกษาและความรู้ที่มีอยู่
3. การสืบค้นจากรากฐาน (Grounded) นักท่องเที่ยวต้องการที่จะดื่มด่ำกับรากเหง้าของอาหารในชนบทที่ซึ่งสามารถศึกษาวิถีในการผลิตอาหาร
4. การแสดงออกถึงตัวตน (Self-Expression) นักท่องเที่ยวต้องการแสดงถึงความแตกต่าง ความโดดเด่น และความเป็นตัวตน
5. ความกังวลใจ (Anxiety) นักท่องเที่ยวต้องการที่จะพักผ่อนหรือผ่อนคลายด้วยการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มระหว่างการท่องเที่ยว และหลีกเลี่ยงชีวิตประจำวันด้วยการรับประทานอาหารพื้นเมืองหรืออาหารที่คุ้นเคยในอดีตแต่ไม่ได้รับประทานเป็นประจำ

เมื่อนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourists) มีแรงจูงใจเหล่านี้ ทำให้ต้องแสวงหาสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ นั่นคืออาหารท้องถิ่น นอกจากนี้อาหารยังสามารถสร้างพื้นฐานให้กับการพัฒนาประสบการณ์การท่องเที่ยวได้ ดังนี้

#### 1. เชื่อมโยงวัฒนธรรมเข้ากับการท่องเที่ยว

การรับประทานอาหารเปรียบเสมือนการเปิดประตูสู่วัฒนธรรมท้องถิ่น และสามารถนำให้นักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่นเข้าหากันได้ ด้วยการแบ่งปันประสบการณ์ทางวัฒนธรรมอาหารร่วมกัน

#### 2. พัฒนาประสบการณ์การรับประทานอาหารแต่ละมื้อ

อาหารแต่ละมื้อเป็นศูนย์กลางของประสบการณ์การท่องเที่ยว และยังช่วยสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำและมีความหมายอีกด้วย

#### 3. เกิดการสร้างสรรคอาหารที่แตกต่างกัน

อาหารเป็นสิ่งที่แสดงถึงความโดดเด่นของภาพลักษณ์ของสถานที่ และช่วยให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์ในตลาดที่มีการแข่งขันสูง

#### 4. พัฒนาโครงสร้างย่อย ๆ ที่สำคัญในการผลิตและบริโภคอาหาร

มีองค์ประกอบย่อยมากมายที่มีความสำคัญในการผลิตและบริโภคอาหาร รวมถึงผู้ผลิตอาหาร ผู้ปรุง นักออกแบบอาหาร นักวิจารณ์ และผู้นำกระแสด้านอาหารอื่น ๆ

#### 5. ส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น

ประสบการณ์ด้านอาหาร สามารถส่งเสริมการพัฒนาทางวัฒนธรรมท้องถิ่นได้โดยตรง ด้วยการสร้างต้นทุนทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องใช้ในการสร้างและสืบสานการผลิตและการบริโภคทางวัฒนธรรมนั้น

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า แรงจูงใจในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารที่นอกเหนือจากการได้ลิ้มรสชาติความแปลกใหม่ของอาหารแล้วคือ การที่นักท่องเที่ยวมีความสงสัยและใฝ่รู้ในด้านรากฐานทางวัฒนธรรมต่าง ๆ ของแต่ละชนชาติ เพื่อเป็นประสบการณ์จากการได้ออกเดินทางท่องเที่ยว ทั้งนี้ยังส่งผลต่อการพัฒนาทางวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ และที่สำคัญคนในชุมชนยังสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการยกระดับทางฐานะของครอบครัวที่มั่นคงได้

#### แนวโน้มสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของไทย

การท่องเที่ยวเชิงอาหารจากการท่องเที่ยวทางเลือกสู่กลยุทธ์การสร้างศักยภาพการแข่งขัน โดยในปัจจุบันการท่องเที่ยวอาหารมีความสำคัญมากขึ้น จากเดิมที่เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวทางเลือกปัจจุบันที่บทบาทเพิ่มขึ้น จนเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่ก่อให้เกิดศักยภาพทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนได้ ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากกระแสความนิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่ให้ความสำคัญมากขึ้นต่ออาหารและสุขภาพ โดยในปี 2015 องค์การท่องเที่ยวโลกคาดว่า การท่องเที่ยวอาหารสร้างรายได้รวมกว่า 150 พันล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา สำหรับประเทศไทยในปี 2558 มีรายได้รวมจากการซื้ออาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศกว่า 4.56 แสนล้านบาท โดยเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในประเทศ 1.74 แสนล้านบาท และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 2.82 แสนล้านบาท โดยเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวจีน 0.71 แสนล้านบาท นอกจากนี้ การท่องเที่ยวอาหารยังสร้างรายได้ในด้านอื่น ๆ ให้แก่ประเทศ เช่น รายได้จากการเรียนทำอาหาร และการเยี่ยมชมฟาร์มเกษตร เป็นต้น (พงษ์ภาณุ เศวตรุนทร์, 2559)

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงอาหารกำลังได้รับความนิยมและสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้อย่างมากมาย เช่น รายได้จากการเรียนทำอาหาร และการเยี่ยมชมฟาร์มเกษตร จนเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่ก่อให้เกิดศักยภาพทางการแข่งขันทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้

## โอกาสและข้อจำกัดของการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย

ด้วยความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทยเป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติทำให้เกิดการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมในการท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทย จากความนิยมในปัจจุบันทำให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารช่วยส่งเสริมให้เศรษฐกิจทางการท่องเที่ยวเกิดการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งเป็นการช่วยให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและภาคการเกษตรจากวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ในโลกปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงอาหารยังมีเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนช่วยในการสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวด้วยการใช้สื่อออนไลน์หรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ ในการส่งเสริม แนะนำ และสร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ อีกด้วยทั้งนี้ การท่องเที่ยวเชิงอาหารของไทยมีโอกาสและข้อจำกัด ดังนี้ (พงษ์ภาณุ เศวตรุนทร์, 2559)

1. ประเทศไทยมีต้นทุน ซึ่งเป็นที่รู้จักของโลกทั้งทางด้านเป็นแหล่งวัตถุดิบที่เป็นอยู่ข้าว กล้วยน้ำของภูมิภาค วัตถุดิบอาหารไทยที่มีชื่อเสียงระดับโลกเช่น ข้าวหอมมะลิ อาหารทะเล และผลไม้ที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวและชาวต่างชาติ เช่นทุเรียน ที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวจีน มังคุดที่เป็นที่ชื่นชอบของคนญี่ปุ่น เป็นต้น

2. การส่งเสริมการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์สอดคล้องกับกระแสสนใจอาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน

3. ขาดการส่งเสริมร้านอาหารให้ได้มาตรฐานและเป็นที่รู้จักในวงกว้าง

4. ขาดการเชื่อมโยงให้เป็นมูลค่าและความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแง่การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

5. ควรมีการจัดเทศกาลอาหารไทยให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ

6. ควรมีการศึกษาและวางระบบส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างจริงจังสอดคล้องกับโครงการส่งเสริมครัวไทยสู่ครัวโลก

7. รัฐบาลมีการส่งเสริมการเชื่อมโยงอาหารไทยสู่ ASEAN Culinary

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในเรื่องของการมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ความอุดมสมบูรณ์ในด้านพืชพรรณธัญญาหาร ซึ่งเป็นต้นทุนเดิมของประเทศอยู่แล้ว จึงส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถมีการพัฒนาแบบก้าวกระโดดได้อย่างรวดเร็ว แต่ทั้งนี้ก็มีข้อจำกัดในเรื่องการส่งเสริมร้านอาหารให้ได้มาตรฐานและยังขาดการเชื่อมโยงให้เป็นมูลค่าเพื่อเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว



### ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

รายชื่อสถานประกอบการที่ผ่านการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2559 ประกอบด้วย 7 ร้าน ดังนี้ (กรมการท่องเที่ยว, 2559, สื่อออนไลน์)

ตาราง 2 แสดงรายชื่อสถานประกอบการที่ผ่านการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2559

รายชื่อร้านอาหารฮาลาล	เบอร์โทร
1. ครั้วฮาลาล โรงแรม หาดใหญ่พาราไดส์ แอนด์ รีสอร์ท	073-62222
2. โรงแรมโฆสิต	074-234366
3. ห้องอาหารนิวยอร์ก โรงแรมหาดใหญ่ฮอลิเดย์	074-239555
4. ห้องอาหารสลัฟเพ็ชรโรงแรมหาดใหญ่ราม่า	074-234560
5. ห้องอาหารแมนดาริน โรงแรมไดอิชิ	074-230730
6. ห้องอาหารเบญจรงค์ โรงแรมวีแอลหาดใหญ่	081-9597938
7. ร้านอาหารแกรนด์ ลาซีซ หาดใหญ่	083-1949819

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว, 2559, สื่อออนไลน์

### ข้อมูลทั่วไปของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นอำเภอที่ตั้งอยู่ห่างจากด่านตรวจคนเข้าเมืองอำเภอสะเดาเพียง 60 กิโลเมตร จึงถือเป็นเมืองที่เป็นประตูผ่านไปยังประเทศเพื่อนบ้าน คือ มาเลเซีย ซึ่งสามารถเดินทางต่อไปยังสิงคโปร์ได้ และเป็นศูนย์กลางทางด้านธุรกิจการค้า การขนส่ง การสื่อสาร การคมนาคม และการท่องเที่ยวของจังหวัดและของภูมิภาค สิ่งที่โดดเด่นที่สุดของอำเภอหาดใหญ่ คือ สวรรค์ของนักชื้อ เพราะมีทั้งตลาดกิมหยงและตลาดสันติสุขที่เป็นศูนย์กลางการซื้อขายสินค้าต่าง ๆ ทั้งจากในประเทศและต่างประเทศในราคาที่ถูก อีกทั้งยังมีอาหารการกินอุดมสมบูรณ์ ไม่ว่าจะเป็นอาหารทั่วไป หรืออาหารฮาลาล ซึ่งมีความหลากหลายให้นักท่องเที่ยวเลือกรับประทานได้ตามความชอบ อำเภอหาดใหญ่จึงเต็มไปด้วยนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ที่เดินทางมาจับจ่ายสินค้านานาชนิด ตลอดจนมาใช้ชีวิตยามราตรีตามสถานบันเทิงที่มีอยู่มากมายในอำเภอหาดใหญ่ ย่านการค้าของอำเภอหาดใหญ่ในปัจจุบันจึงคึกคักอยู่ตลอดเวลา เป็นสังคมที่มีความเจริญทันสมัยและเป็นอีกหนึ่งสถานที่ที่เหมาะสมแก่การเดินทางมาท่องเที่ยว (ที่ว่าการอำเภอหาดใหญ่, ม.ป.ป., สื่อออนไลน์)

### ประวัติอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

อำเภอหาดใหญ่ เดิมพื้นที่ของอำเภอหาดใหญ่เป็นเนินสูงมีผู้คนอาศัยอยู่ไม่มากนัก การคมนาคมไม่สะดวก เป็นป่าต้นเสม็ดชุนโดยทั่วไป ชาวบ้านจึงเรียกว่า “บ้านโคกเสม็ดชุน” เมื่อทางการได้ตัดทางรถไฟมาถึงท้องถิ่นนี้ จึงได้มีประชาชนอพยพมาตั้ง หลักแหล่งทำมาหากิน ส่งผลให้มีผู้คนจำนวนมากเพิ่มขึ้นตาม สมัยก่อน สถานีชุมทางรถไฟตั้งอยู่ที่สถานีอยู่ตะเกา (ด้านเหนือทางสถานีชุมทางหาดใหญ่ ปัจจุบันเป็นเพียงที่หยุดรถไฟ) เนื่องจากสถานีอยู่ตะเกาเป็นที่ลุ่ม มีน้ำท่วมเป็นประจำทางการรถไฟจึงย้ายสถานีมาอยู่สถานีชุมทางหาดใหญ่ในปัจจุบัน ประชาชนจึงได้มีการอพยพมาสร้างบ้านเรือนตามบริเวณสถานี จึงอาจกล่าวได้ว่า สถานีรถไฟมีบทบาทต่อการ ชัยบขยายและความเจริญก้าวหน้าของเมืองหาดใหญ่ตลอดมา ต่อมาได้มีผู้เห็นการณ์ไกลว่า บริเวณสถานีรถไฟแห่งนี้ต่อไปภายหน้าจะเจริญก้าวหน้า จึงมีการจับจองและซื้อที่ดินจากรายกรพื้นบ้าน เช่น นายเจีย กิซี (ขุนพิพัทธ์จินนคร) คุณพระเสน่หามนตรีนายซีกิมหยง และพระยาอรรถกรกระวีสุนทร ทั้งสี่ท่าน นับว่ามีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าในเมืองหาดใหญ่อย่างแท้จริง ได้ตัดถนนสร้างอาคารบ้านเรือนให้ราษฎรเช่า ตัดที่แบ่งขายเงินที่ได้รับนำไปตัดถนนสายใหม่ต่อไป ทำให้ท้องถิ่นรุดหน้าอย่างอัศจรรย์ ชุมชนหาดใหญ่เติบโตอย่างรวดเร็ว จนทางราชการต้องยกฐานะบ้านหาดใหญ่ เป็น อำเภอหาดใหญ่ และในปี พ.ศ.2490 อำเภอหาดใหญ่ ได้ยกฐานะเป็นอำเภอชั้นเอก ส่วนชุมชนก็ได้รับการจัดตั้งเป็นเทศบาลเมื่อ พ.ศ.2470 อำเภอหาดใหญ่ ได้รับการก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2447 โดยมี หลวงภูวนารถบุรณรักษ์ (อ่วม เศวตน์นันท) เป็นนายอำเภอคนแรก

อำเภอหาดใหญ่เป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดสงขลา ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของตัวเมืองจังหวัดสงขลา ระยะทางห่างจากตัวจังหวัด 30 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 764 ตารางกิโลเมตร หรือ 478,093.92 ไร่ ห่างจากกรุงเทพมหานครตามเส้นทางรถไฟประมาณ 974 กิโลเมตร และทางรถยนต์ (ทางหลวงแผ่นดินสายเพชรเกษม) ประมาณ 993 กิโลเมตร ทิศเหนือ ติดต่อกับทะเลสาบสงขลา อำเภอเมืองสงขลา ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอเมืองสงขลา และอำเภอนาหม่อม จังหวัดสงขลา ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา อำเภอเมืองสตูล จังหวัดสตูล และอำเภอรัตภูมิ จังหวัดสงขลา ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอสะเดา และอำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา

### ลักษณะทางภูมิศาสตร์และลักษณะภูมิอากาศ

ลักษณะทางภูมิศาสตร์ สภาพโดยทั่วไปเป็นพื้นที่ราบลุ่มกว้างใหญ่ มีแนวภูเขาทางทิศตะวันตก ทิศใต้ และทิศตะวันออกเล็กน้อย พื้นที่ลาดจากทิศใต้ และทิศตะวันตก ลงไปสู่

ทะเลสาบสงขลาทางทิศเหนือ พื้นที่ติดเทือกเขาบรรทัด และเทือกเขาสันกาลาคีรี ทางทิศตะวันตกและทิศใต้

ลักษณะภูมิอากาศ มีสภาพคล้ายคลึงกับอากาศของภาคใต้ทั่วไปที่อยู่ในเขตอากาศแบบมรสุมในเขตร้อน แบ่งฤดูกาลออกเป็น 2 ฤดู คือ ฤดูฝน และฤดูแล้ง ฤดูฝนมี 2 ระยะ เริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคมถึงเดือนมิถุนายน และเดือนกันยายนถึงเดือนธันวาคม และช่วงฝนตกหนัก จะอยู่ระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนธันวาคม มีปริมาณฝนตกในพื้นที่เฉลี่ย 2,093.8 มิลลิเมตรต่อปี อุณหภูมิเฉลี่ยสูงสุด 31.4 องศาเซลเซียส อุณหภูมิต่ำสุดเฉลี่ย 23.9 องศาเซลเซียส โดยมีอุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปี 27.6 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์เฉลี่ยตลอดปี 79.0%

### ด้านการปกครอง

การปกครองส่วนภูมิภาค แบ่งเขตการปกครองตามพระราชบัญญัติลักษณะปกครองท้องที่ พ.ศ. 2457 เป็น 12 ตำบล 93 หมู่บ้าน ดังนี้

- |                    |                        |
|--------------------|------------------------|
| 1. ตำบลบ้านพรุ     | ประกอบด้วย 5 หมู่บ้าน  |
| 2. ตำบลพะตง        | ประกอบด้วย 8 หมู่บ้าน  |
| 3. ตำบลฉลุง        | ประกอบด้วย 7 หมู่บ้าน  |
| 4. ตำบลทุ่งตำเสา   | ประกอบด้วย 10 หมู่บ้าน |
| 5. ตำบลคลองขี้ต๊าะ | ประกอบด้วย 4 หมู่บ้าน  |
| 6. ตำบลคลองแห      | ประกอบด้วย 11 หมู่บ้าน |
| 7. ตำบลควนลัง      | ประกอบด้วย 6 หมู่บ้าน  |
| 8. ตำบลคอหงส์      | ประกอบด้วย 8 หมู่บ้าน  |
| 9. ตำบลคูเต่า      | ประกอบด้วย 10 หมู่บ้าน |
| 10. ตำบลทุ่งใหญ่   | ประกอบด้วย 6 หมู่บ้าน  |
| 11. ตำบลน้ำน้อย    | ประกอบด้วย 10 หมู่บ้าน |
| 12. ตำบลท่าข้าม    | ประกอบด้วย 8 หมู่บ้าน  |

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า อำเภอหาดใหญ่เป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดสงขลาที่สามารถแบ่งได้เป็น 12 ตำบล ซึ่งมีความเจริญ ทันสมัย และเหมาะที่จะมาท่องเที่ยวจับจ่ายใช้สอย เนื่องจากอำเภอหาดใหญ่จะมีความโดดเด่นในเรื่องสวรรค์ของนักช้อปปิ้ง สถานที่ให้ท่องเที่ยวหลากหลาย และยังมีอาหารให้เลือกรับประทานมากมายไม่ว่าจะเป็นอาหารทั่วไป หรืออาหารฮาลาล รวมไปถึงอำเภอหาดใหญ่ยังมีความเหมาะสมในด้านทางภูมิศาสตร์และสภาพอากาศที่ดี

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุภัค นุนาปี (2559) ได้ศึกษา “พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารฮาลาลไทยของผู้บริโภคในอินเดีย” ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่ม ด้านประเภทของผลิตภัณฑ์ ขนาดของผลิตภัณฑ์ เหตุจูงใจในการเลือกซื้อ การส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อนมพร้อมดื่มไม่แตกต่างกัน

วิริยา บุญมาเลิศ (2558) ได้ศึกษา “กลยุทธ์การตลาดร้านค้าปลีกธุรกิจอาหารฮาลาลตามยุทธศาสตร์การค้าการลงทุน” การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การค้าปลีกธุรกิจค้าปลีกอาหารฮาลาล ในเขตกรุงเทพมหานคร รวมถึงการวิเคราะห์และเสนอแนะกลยุทธ์การค้าปลีกธุรกิจค้าปลีกอาหารฮาลาล ผลการวิจัยพบว่า ในปัจจุบันกลุ่มธุรกิจค้าปลีกอาหารฮาลาลจะเน้นกลุ่มผู้บริโภคที่นับถือศาสนาอิสลามเป็นหลัก ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญในเรื่องของความสะอาด และความสดใหม่ของอาหารเป็นที่หนึ่ง โดยจะวางจำหน่ายในบริเวณชุมชน ที่มีกลุ่มผู้บริโภคที่นับถือศาสนาอิสลามอยู่มาก เนื่องจากสามารถตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายได้ ในด้านส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี เพราะผู้ประกอบการร้านค้าปลีกธุรกิจอาหารฮาลาลมีความรู้ความเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค แต่ควรปรับปรุงในด้านผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น และต้องมีการพัฒนาเพิ่มเติมในเรื่องคุณค่าทางอาหาร รสชาติ และรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าดึงดูดใจมากยิ่งขึ้น เพื่อใช้ในการยกระดับผลิตภัณฑ์ให้ไปสู่ตลาดที่มีกลุ่มผู้บริโภคที่กว้างขึ้น จากข้อมูลที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปวางแผนกลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล โดยสามารถแบ่งการตลาดออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วยกลุ่มผู้บริโภคในชุมชน กลุ่มผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะ ซึ่งได้มีการกำหนดเป้าหมายและตำแหน่งทางการตลาดแตกต่างกัน คือ กลุ่มผู้บริโภคในชุมชนจะกำหนดตำแหน่งสินค้าในราคาที่ย่อมเยาถูก กลุ่มผู้บริโภคทั่วไปจะกำหนดราคาโดยอิงตามเกณฑ์ราคาตลาด และกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะจะกำหนดราคาไว้สูง เนื่องจากเป็นสินค้าที่เป็นกลุ่มเฉพาะและมีความเสี่ยงทางการตลาดสูงกว่ากลุ่มสินค้าอื่น ๆ

มัทนี คำสำราญ (2558) ได้ศึกษา “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ระดับความคิดเห็นของชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานครต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ประเด็นที่นักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมนักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญในเรื่องร้านอาหารที่มีบริการอาหารฮาลาลมากที่สุด รองลงมานักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญ

ในด้านสถานที่ ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวจะต้องมีการจัดห้องละหมาดไว้สำหรับให้นักท่องเที่ยวใช้ในการทำพิธีละหมาดได้

ธีรภรณ์ เตี้ยเนตร (2557) ได้ศึกษา “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับระดับความมีอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ปิ้งย่างของคนกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาสรุปได้ว่า การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับระดับความมีอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ปิ้งย่างของคนกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คน ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ปิ้งย่างของกลุ่มตัวอย่าง จะสนใจในการรับประทานซีฟู้ดในร้านอาหารปิ้งย่างมากที่สุด ส่วนใหญ่มาใช้บริการเวลา 18.01–21.00 น. โดยตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่างเพราะรสชาติของน้ำจิ้ม โดยเพื่อนสนิทจะมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่าง และได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านอาหารปิ้งย่างโดยผ่านโทรทัศน์ สำหรับระดับความมีอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อระดับความมีอิทธิพลของรสชาติของอาหาร ความมีอิทธิพลของราคาบุฟเฟต์ต่อคนที่เหมาะสม และความมีอิทธิพลของทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ควรมีการส่งเสริมการโฆษณา ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ความมีอิทธิพลของพนักงานภายในร้านกระตือรือร้นและเอาใจใส่ ความมีอิทธิพลของสถานที่ให้บริการมีความสะอาด และความมีอิทธิพลของมีความปลอดภัยในการให้บริการมากที่สุด ส่วนพฤติกรรมการใช้บริการกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ปิ้งย่างของคนกรุงเทพมหานคร และด้านความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้บริการ โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กัน

อารยา อายุบเคน (2557) ได้ศึกษา “มาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในจังหวัดนนทบุรี” การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษารูปแบบลักษณะของการประกอบธุรกิจอาหาร และเพื่อศึกษามาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในจังหวัดนนทบุรี จากการที่ได้สัมภาษณ์รองประธานฝ่ายกิจการฮาลาลในคณะกรรมการอิสลามจังหวัดนนทบุรี ผู้ประกอบและผู้บริโภค พบว่า การจัดการบริหารธุรกิจอาหารที่อยู่ภายใต้เครื่องหมายฮาลาลจัดอยู่ในรูปแบบของธุรกิจจดทะเบียนในลักษณะบริษัท โดยจะดำเนินธุรกิจการผลิตอาหารจำหน่ายและเป็นผู้รับจ้างผลิตการบริหารการดำเนินงานเป็นระบบและแบบแผนตามโครงสร้างการดำเนินงานด้านการผลิตอาหารจะมุ่งเน้นในเรื่องของกระบวนการผลิตที่ได้คุณภาพ โดยมี

การวางแผนในการผลิตอาหารไว้ล่วงหน้า และดำเนินการผลิตอาหารตามหลักมาตรฐานอาหารสากลทุกขั้นตอน โดยใช้คู่มือการผลิตอาหารสากลเป็นเครื่องมือในการยึดหลักปฏิบัติอย่างเคร่งครัด โดยได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ใน ส่วนการผลิตอาหาร เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายสากล ซึ่งผลจากการวิจัยผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการบริหารจัดการในการวางแผนเป้าหมายของการประกอบธุรกิจอาหารสากลให้เข้าสู่ตลาด โดยต้องมุ่งเน้นถึงด้านคุณภาพและประโยชน์ของผู้บริโภคเป็นหลัก โดยไม่จำกัดเฉพาะผู้บริโภคที่นับถือศาสนาอิสลามเท่านั้น

ไชยวรรณ วัฒนจันทร์ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง “ระบบการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์สัตว์มุ่งสู่สากล” พบว่า การกำหนดมาตรฐานสากลร่วมกับมาตรฐานสากลจะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคว่าวัตถุดิบที่ใช้ในสายการผลิตและกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนปลอดภัย และปราศจากสิ่งที่ต้องห้ามตามหลักศาสนาอิสลามที่ได้บัญญัติไว้

มาเรียม นะมิ (2554) ได้ศึกษา “ความต้องการและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแปรรูปของชาวมาเลเซีย” ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมและปัจจัยด้านความไว้วางใจในผลิตภัณฑ์อาหารสากลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของชาวมาเลเซีย

อาลิสยา ยุมาดีน (2553) ได้ศึกษา “ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารมุสลิมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี” การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารมุสลิม ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารมุสลิมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีการจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการและการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารมุสลิมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่าประชากรส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี สถานภาพโสด มีภูมิลำเนาอยู่นอกเขตอำเภอเมือง และนับถือศาสนาอิสลาม ประชากรที่ศึกษาส่วนใหญ่ จะรู้จักร้านอาหารมุสลิมจากคำแนะนำจากเพื่อน เนื่องจากต้องการเปลี่ยนรสชาติของอาหาร ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารมุสลิม คือ ด้านคุณค่าทางโภชนาการ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ และด้านพนักงาน ปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาดและปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนพฤติกรรมการเลือกบริโภคของประชากรจะสนใจด้านสื่อที่ใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของร้านอาหารมุสลิม

พีระกานต์ วสุธรพิพัฒน์ (2553) ได้ศึกษา “พฤติกรรมการบริโภคอาหารสุขภาพของผู้บริโภคคนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ เชื้อชาติ ศาสนา ภูมิลำเนาเดิม สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และขนาดครอบครัว และยังศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านค่านิยมในวัฒนธรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารสุขภาพของผู้บริโภคชาวไทยที่เคยบริโภคอาหารสุขภาพในร้านอาหารมุสลิมที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 36-45 ปี นับถือศาสนาพุทธมีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนและมีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมด้านการใช้จ่ายอยู่ในระดับมากที่สุด และมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องศาสนาระดับขั้นพื้นฐานอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านราคา พฤติกรรม และค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารสุขภาพ ผลการวิจัยพบว่ามีความสัมพันธ์กัน แต่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และด้านค่านิยมในวัฒนธรรมพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน

มณีรัตน์ สดุดีวิถิชัย (2553) ได้ศึกษา “ปัจจัยและพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารบ้านย่า” ผลการศึกษาสรุปได้ว่า เหตุผลในการมาเลือกใช้บริการร้านอาหารบ้านย่า เนื่องจากรสชาติของอาหาร และส่วนมากผู้บริโภคจะรู้จักร้านอาหารบ้านย่าจากเพื่อน โดยจะมีระยะเวลาในการเข้าใช้บริการต่อครั้งประมาณ 1 ชั่วโมง ในช่วงเวลา 19.01-20.30 น. ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการโดยเฉลี่ยครั้งละ 101-500 บาท ส่วนผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการ จะให้ความสำคัญในด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยที่สุด สำหรับข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่างคือ ควรมีบัตรส่วนลด หรือบัตรสะสมแต้มเพื่อใช้ในการดึงดูดใจให้กับผู้บริโภค ควรจัดฝึกอบรมพนักงานในการให้บริการ ควรมีการเพิ่มเมนูอาหารเพื่อสุขภาพใหม่ ๆ และควรรักษาคุณภาพของอาหารและบริการให้อยู่ในมาตรฐาน เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาเลือกใช้บริการร้านอาหารบ้านย่า

รสสุคนธ์ รสชะเอม (2553) ได้ศึกษา “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารในตลาดกลางเพื่อเกษตรกร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านเฟื่องทองฟาร์ม โดยมีจำนวนคนร่วมรับประทานอาหาร 3-5 คน ความถี่ของการใช้บริการ 2-4 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่าย 500-1,000 บาท/ครั้งและระยะเวลาที่ใช้บริการ 14.01-18.00 น. วันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) จะมีลูกค้ามาใช้บริการมากกว่าวันปกติ (จันทร์-ศุกร์) เพราะลูกค้าจะถือโอกาสที่จะได้รับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านอาหารในด้าน

ส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับที่มากที่สุด โดยประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ลูกค้ำมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมในด้านเศรษฐกิจ คือหากเศรษฐกิจมีการปรับราคาทางด้านวัตถุดิบที่แพงขึ้นก็จะส่งผลให้การทำอาหารมีราคาแพงขึ้นตามไปด้วย สำหรับปัจจัยทางด้านการเงินหรือโบนัส และด้านงานเลี้ยงสังสรรค์มีผลต่อการใช้บริการร้านอาหารของร้านเฟื่องทองฟาร์มด้วยเช่นกัน

กมลรัตน์ ไรจน์เรืองรัตน์ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟตามร้านกาแฟพรีเมียมบนถนนสีลมของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน” พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องรสชาติของกาแฟ ตามพนักงานผู้ให้บริการ ในเรื่องการต้อนรับและอัธยาศัยของพนักงาน ตามลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องความสะดวกภายในร้าน สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการจากการวิจัยพบว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟตามร้านกาแฟพรีเมียมบนถนนสีลมของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน

สมพงษ์ เลิศสิริลดากุล (2547) ได้ศึกษา “ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการบริโภคกาแฟคั่วบด กรณีศึกษาร้าน Coffee World สาขาถนนพัฒนาพงศ์” เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการบริโภคกาแฟคั่วบด (กาแฟสด) ร้าน Coffee World สาขาถนนพัฒนาพงศ์ โดยศึกษาลักษณะของประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟคั่วบด (กาแฟสด) ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการบริโภคกาแฟคั่วบดของร้าน Coffee World สาขาถนนพัฒนาพงศ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้ำคนไทยที่เข้ามาซื้อสินค้าและบริการภายในร้าน Coffee World สาขาพัฒนาพงศ์ จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย บุคคล การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการบริโภคกาแฟคั่วบด (กาแฟสด) ของร้าน Coffee World โดยเฉพาะพฤติกรรมด้านปริมาณของการดื่มกาแฟคั่วบดใน 1 วัน ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟคั่วบด ด้านปริมาณของการดื่มกาแฟคั่วบดใน 1 วัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษา “แนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาล เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา” เป็นการวิจัยแบบเชิงผสม (Mixed Methodology Research) คือเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitativ Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้นำเสนอวิธีการดำเนินการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และได้ใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 384 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างอีกจำนวน 16 คน ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ จึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ซึ่งผ่านเกณฑ์ตามเงื่อนไขที่กำหนดคือ ไม่น้อยกว่า 384 คน ดังสูตร Cochran (1953 อ้างอิงใน ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ, 2550)

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการ (0.5)

Z แทน ความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ Z ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีค่าเท่ากับ 1.96 (มั่นใจ 95%)

d แทน สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (0.05)

แทนค่าในสูตร

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

$$n = \frac{0.5 \cdot 0.5 (3.8416)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16 \sim n = 384$$

2. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาล ผู้ที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับกิจการฮาลาลและมาตรฐานฮาลาล และหน่วยงานภาครัฐในการกำหนดกลุ่มประชากรผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรทั้งสิ้น จำนวน 9 คน ด้วยวิธีการจากการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive) โดยการคำนึงถึงผู้ให้ข้อมูลที่สามารถตอบวัตถุประสงค์ และคำถามของการวิจัยในครั้งนี้ได้ โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

### 2.1 ผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาล

2.1.1 ผู้จัดการห้องอาหารโรงแรมหาดใหญ่พาราไดส์ แอนด์ รีสอร์ท

2.1.2 ผู้จัดการห้องอาหารโรงแรมไดอิชิ

2.1.3 ผู้จัดการห้องอาหารโรงแรมวีแอลหาดใหญ่

### 2.2 ผู้ที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับกิจการฮาลาล และมาตรฐานฮาลาล

2.2.1 รองเลขาธิการคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

2.2.2 หัวหน้าฝ่ายกิจการฮาลาลประจำจังหวัดสงขลา

2.2.3 ผู้อำนวยการฝ่ายกิจการฮาลาลประจำจังหวัดสงขลา

### 2.3 หน่วยงานภาครัฐ

2.3.1 นักวิชาการศึกษา สถาบันฮาลาลมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

2.3.2 นักวิชาการสาธารณสุขจังหวัดสงขลา

2.3.3 ผู้อำนวยการส่วนแผนงานและพัฒนางานประชาสัมพันธ์เขต 6

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมครั้งนี้ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ ดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย เพศ อายุ ศาสนา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย เหตุผลที่เลือกใช้บริการ ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการ ค่าใช้จ่ายในการบริโภค จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการ และจำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการ

ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) แบบมีโครงสร้าง โดยมีประเด็นการสัมภาษณ์ตามทัศนะของผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาล บุคคลที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับกิจการอาหารฮาลาล และมาตรฐานฮาลาล และหน่วยงานภาครัฐ โดยแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 สภาพปัญหา /ความคิดเห็น /เกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ

1. ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือตามกรอบแนวคิด และตัวแปรที่ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2. นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาตรวจแก้ไขให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ จากนั้นนำมาปรับแก้ไขให้สมบูรณ์ และเที่ยงตรงมากขึ้น ก่อนนำไปหาคุณภาพเครื่องมือ

3. ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา และได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบทั่วไป (Face Validity) ของแบบสอบถามกับความครอบคลุมของคำถาม เมื่อเทียบกับวัตถุประสงค์ การวิจัยตลอดจนนิยามของตัวแปรที่ต้องการวัด อีกทั้งความเหมาะสมของการใช้ถ้อยคำ สำนวน ความสอดคล้องของรูปแบบการถาม และรูปแบบการตอบ รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญได้ให้คะแนน และข้อเสนอแนะในการปรับปรุง โดยใช้เกณฑ์การประเมินกำหนดค่าตัวเลข ดังนี้

ค่า +1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

ค่า 0 หมายถึง ไม่แน่ใจหรือข้อคำถามมีลักษณะคลุมเครือไม่ชัดเจน

ค่า -1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

จากนั้นนำคะแนนของผู้เชี่ยวชาญหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม กับ ประเด็นหลักของเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยใช้เกณฑ์ การพิจารณาเลือกข้อคำถามที่มีดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ .05 ขึ้นไป (สมนึก ภัททิยธนี, 2546) โดยใช้สูตรดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับประเด็นหลักของเนื้อหา

$\sum R$  แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ ปรากฏว่าข้อคำถามทุกข้อมีค่าดัชนีความ สอดคล้องตั้งแต่ .05 ขึ้นไป และในข้อที่ได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้ปรับปรุงและ แก้ไขข้อความให้มีความถูกต้องและสมบูรณ์มากขึ้น

4. ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพด้านความเชื่อมั่น (Reliability) ดำเนินการ โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และได้ใช้บริการร้านอาหารศาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด (Pilot Study) จำนวน 30 ตัวอย่าง โดยใช้วิธี การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach, 1984) ซึ่งความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.41-0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับปานกลาง แต่หากค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.71-1 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับสูง

(เกียรติสุตา ศรีสุข, 2552) ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรในแต่ละด้านมีค่าความเชื่อมั่นในระดับสูง สอดคล้องกับเกณฑ์คุณภาพของเครื่องมือที่ดี ดังนี้

4.1 ด้านผลิตภัณฑ์	มีค่าเท่ากับ .8782
4.2 ด้านความเหมาะสมของราคา	มีค่าเท่ากับ .8810
4.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	มีค่าเท่ากับ .8816
4.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีค่าเท่ากับ .8822
4.5 ด้านบุคลากร	มีค่าเท่ากับ .8771
4.6 ด้านกระบวนการของการปฏิบัติงาน	มีค่าเท่ากับ .8790
4.7 ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ	มีค่าเท่ากับ .8782

จากนั้นทำการจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ แล้วนำไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง

จำนวน 400 ชุด

### ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมสิ่งที่ต้องการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แบ่งเป็น 2 ตอน โดยมีข้อประเด็นคำถามครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมดจำนวน 2 ข้อ ประกอบด้วย 1) ท่านพบปัญหาหรืออุปสรรคในด้านใดบ้าง เกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และ 2) ท่านมีแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลในด้านใดบ้าง เพื่อใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้ศึกษาวิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

1.1 ดำเนินการทำหนังสือเพื่อขอความอนุเคราะห์จากหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว วิทยาลัยการจัดการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา ในการออกหนังสือขอความร่วมมือไปยังบุคคลที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ตอบแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

1.2 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคคลที่เป็นกลุ่มเป้าหมายด้วยตนเอง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

1.3 นำแบบสอบถาม ที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาตรวจสอบความสมบูรณ์ และความถูกต้องของข้อมูล

1.4 ทำการประมวลผลข้อมูล โดยใช้วิธีการทางสถิติ และการวิเคราะห์เนื้อหา

2. การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้ทำการเก็บข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหารฮาลาล ด้วยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) แบบมีโครงสร้าง ประกอบด้วย 3 ภาคส่วน 1) ผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาล และ 2) ผู้ที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับกิจการฮาลาล และมาตรฐานฮาลาล 3) หน่วยงานภาครัฐ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงภาพรวมของสภาพปัญหา และความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามจากนั้นนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ และนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบการบรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive) ดังนี้

1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ศาสนา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา โดยใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เหตุผลที่เลือกใช้บริการ ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการ ค่าใช้จ่ายในการบริโภค จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการ และจำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการ โดยใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.3 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความเหมาะสมของราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการของการปฏิบัติงาน และด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

(Standard Deviation) สำหรับการแปลผลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ใช้เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย โดยการกำหนดความกว้างของอันตรภาคชั้น (ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด-ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด/จำนวนชั้น) ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2549)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น เกณฑ์เฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ใช้เกณฑ์ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

1.4 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ F-test (One-way ANOVA) ในการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างของตัวแปรอิสระที่มีการแบ่งเป็น 3 กลุ่มขึ้นไป และเมื่อพบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ตามวิธีของ LSD (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549)

1.5 การหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้สถิติค่าไค-สแควร์ (Chi-Square Test) ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.6 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยการวิเคราะห์เนื้อหา

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาล บุคคลที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับกิจการฮาลาลและมาตรฐานฮาลาล

และหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งได้จากการจัดบันทึกขณะทำการสัมภาษณ์และการบันทึกเสียงจากนั้น  
เรียบเรียงคำตอบโดยนำข้อมูลทั้งหมดมาแยกประเด็นคำถาม แล้วจึงสังเคราะห์ข้อมูล  
เข้าด้วยกันเพื่อสรุปเป็นผลการวิจัย โดยใช้วิธีวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)  
จากนั้นนำข้อมูลมาประมวลเป็นผลของการวิจัยต่อไป โดยอธิบายยืนยันความน่าเชื่อถือ  
ของการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพแบบสามเส้า Triangulation (สุภาวงศ์ จันทวานิช, 2553)





## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโดยใช้วิธีการวิจัยแบบเชิงผสม (Mixed Methodology Research) คือ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 1) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบัณฑิตช่วยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามบัณฑิตช่วยส่วนบุคคลด้านอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจที่มีต่อบัณฑิตช่วยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 4) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา รูปแบบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถามเป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบ (Check List) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติในรูปแบบการบรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จะใช้แบบสัมภาษณ์ (Interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายผลวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom)
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
F-Test	แทน	ทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)
Sig.	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกสำคัญทางสถิติ
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

โดยผลการวิเคราะห์จะนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย และการบรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้

**ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามจากการวิจัยเชิงปริมาณ** ประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว จำแนกตาม เพศ อายุ ศาสนา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา โดยการวิเคราะห์ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

**ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน** ประกอบด้วย

1. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ F-test (One-way ANOVA) ในการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างของตัวแปรอิสระที่มีการแบ่งเป็น 3 กลุ่มขึ้นไป

2. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้สถิติค่าไค-สแควร์ (Chi-Square Test) ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา**

โดยการวิเคราะห์เนื้อหาจากนักท่องเที่ยวที่ได้บริโภคอาหารฮาลาลที่ผ่านการตรวจสอบประเมินและรับรองมาตรฐานบริการอาหารฮาลาล

**ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์จากการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ** ประกอบด้วย 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้การสัมภาษณ์

ตอนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับสภาพปัญหา และความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

### ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามจากการวิจัยเชิงปริมาณ

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ อายุ ศาสนา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา โดยการวิเคราะห์ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ตาราง 3 แสดงจำนวนค่าความถี่ และค่าร้อยละปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>		
1) ชาย	152	38.00
2) หญิง	248	62.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>2. อายุ</b>		
1) ต่ำกว่า 20 ปี	17	4.30
2) 20-29 ปี	153	38.30
3) 30-39 ปี	122	30.40
4) 40-49 ปี	69	17.30
5) 50-59 ปี	28	7.00
6) 60 ปีขึ้นไป	11	2.70
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>3. ศาสนา</b>		
1) อิสลาม	283	70.70
2) พุทธ	116	29.00
3) คริสต์	1	0.30
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>4. สถานภาพ</b>		
1) โสด	215	53.70
2) สมรส	181	45.30
3) หย่าร้าง/หม้าย	4	1.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

## ตาราง 3 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
1) ต่ำกว่า 5,000 บาท	12	3.00
2) 5,000 – 10,000 บาท	60	15.00
3) 10,001 – 15,000 บาท	106	26.50
4) 15,001 – 20,000 บาท	83	20.80
5) 20,001 – 25,000 บาท	41	10.20
6) มากกว่า 25,000 บาท	98	24.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>6. ภูมิภาค</b>		
1) จังหวัดนครราชสีมา	54	13.50
2) จังหวัดปทุมธานี	47	11.80
3) จังหวัดยะลา	29	7.30
4) จังหวัดสตูล	35	8.80
5) จังหวัดพัทลุง	39	9.80
6) จังหวัดตรัง	22	5.40
7) จังหวัดนครศรีธรรมราช	14	3.40
8) จังหวัดสงขลา	144	36.00
9) อื่น ๆ (ระบุ)		
9.1) จังหวัดภูเก็ต		
9.2) จังหวัดพังงา		
9.3) จังหวัดชุมพร		
9.4) จังหวัดกระบี่		
9.5) จังหวัดสุราษฎร์ธานี		
9.6) จังหวัดเพชรบุรี		
9.7) จังหวัดอำนาจเจริญ		
9.8) กรุงเทพมหานคร		
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-29 ปี นับถือศาสนาอิสลาม มีสถานภาพโสด โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสงขลา

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาล ของนักท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ตาราง 4 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
<b>1. ท่านเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาลด้วยเหตุผลใด</b>		
1) ความสะอาด	110	27.50
2) ความปลอดภัยจากสิ่งปนเปื้อน	18	4.50
3) คุณค่าทางโภชนาการ	25	6.20
4) สิ่งแวดล้อมภายในร้านอาหาร	27	6.80
5) ถูกต้องตามหลักศาสนา	190	47.50
6) อื่น ๆ	30	7.50
6.1) เพื่อนนับถือศาสนาอิสลาม		
6.2) สถานที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม		
6.3) รสชาติอาหาร		
6.4) มีการบริการที่ดี		
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>		
1) ก่อน 10.00 น.	34	8.40
2) 10.00-12.00 น.	59	14.70
3) 12.01-14.00 น.	153	38.30
4) 14.01-16.00 น.	36	9.00
5) 16.01-18.00 น.	45	11.30
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	73	18.30
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ตาราง 4 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>		
1) ต่ำกว่า 200 บาท	65	16.30
2) 200-400 บาท	153	38.20
3) 401-600 บาท	85	21.30
4) 601 บาทขึ้นไป	97	24.20
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง</b>		
1) 1-2 คน	188	47.00
2) 3-4 คน	166	41.40
3) 5-6 คน	37	9.30
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	9	2.30
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>		
1) 1 -2 ครั้ง/สัปดาห์	153	38.30
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	70	17.50
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	30	7.50
4) ทุกวัน	68	17.00
5) เดือนละครั้ง	77	19.30
6) อื่น ๆ (ได้แก่ นาน ๆ ครั้ง)	2	0.40
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกบริโภคร้านอาหารฮาลาลด้วยเหตุผลที่ว่า อาหารฮาลาลถูกต้องตามหลักศาสนา โดยมีการเข้าใช้บริการในช่วงเวลา 12.01-14.00 น. พร้อมด้วยสมาชิกร่วมรับประทานอาหารฮาลาลครั้งละ 1-2 คน ซึ่งมีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 201-400 บาท ในขณะที่การเข้าใช้บริการร้านอาหารฮาลาลพบว่ามีบริการ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจ  
ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยภาพรวม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.90	.58	มาก
2. ด้านความเหมาะสมของราคา	3.80	.65	มาก
3. ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	3.74	.65	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.15	.79	ปานกลาง
5. ด้านบุคลากร	3.82	.95	มาก
6. ด้านกระบวนการของการปฏิบัติงาน	3.80	.67	มาก
7. ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ	3.82	.78	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.72</b>	<b>.54</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ ด้านบุคลากร ในขณะที่ด้านการส่งเสริมการตลาดมีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจ  
ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1) มีรายการอาหารให้เลือกมากมายหลายชนิด	3.86	.75	มาก
2) อาหารได้คุณภาพ สด/ใหม่ ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	3.94	.76	มาก
3) รสชาติอร่อย กลมกล่อม	3.84	.74	มาก
4) การตกแต่งอาหารมีความสวยงาม น่ารับประทาน	3.77	.76	มาก
5) อาหารใช้วัตถุดิบที่เป็นฮาลาล	4.07	.80	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.90</b>	<b>.58</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ อาหารใช้วัตถุดิบที่เป็นฮาลาล รองลงมา คือ อาหารได้คุณภาพ สด/ใหม่ ถูกต้องตามหลักศาสนา และรายการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ การตกแต่งอาหารมีความสวยงาม น่ารับประทาน

**ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านความเหมาะสมของราคา**

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านความเหมาะสมของราคา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
1) ราคาอาหารเหมาะสม กับปริมาณอาหารที่ได้รับ	3.83	.77	มาก
2) ราคาอาหารคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	3.69	.83	มาก
3) มีการแสดงราคาในเมนูชัดเจน	3.94	.81	มาก
4) ราคาที่กำหนดในรายการอาหารเป็นไปตามมาตรฐาน	3.81	.78	มาก
5) วัตถุดิบที่ใช้มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา	3.73	.78	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.80</b>	<b>.65</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านความเหมาะสมของราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ มีการแสดงราคาในเมนูชัดเจน รองลงมา คือ ราคาอาหารเหมาะสม กับปริมาณอาหารที่ได้รับ และรายการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ ราคาอาหารคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย



ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจ  
ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสถานที่  
จัดจำหน่าย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของด้านสถานที่จัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
1) ร้านอาหารอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวสามารถเดินทาง ได้สะดวก	3.98	.78	มาก
2) มีสถานที่จอดรถเพียงพอ และปลอดภัย	3.63	.86	มาก
3) ระบุช่วงเวลาเปิด-ปิดร้านชัดเจน	3.93	.77	มาก
4) มีช่องทางการติดต่อสอบถามข้อมูล ได้หลายช่องทาง เช่น Facebook Line โทรศัพท์	3.61	.92	มาก
5) ช่องทางการติดต่อมีความสะดวกรวดเร็ว	3.56	.87	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.74</b>	<b>.65</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว  
ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ย  
ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ร้านอาหารอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้สะดวก  
รองลงมา คือ ระบุช่วงเวลาเปิด-ปิดร้านชัดเจน และรายการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ  
น้อยที่สุดคือ ช่องทางการติดต่อมีความสะดวกรวดเร็ว

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจ  
ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ  
ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึง พอใจ
1) มีเพจร้านอาหารสำหรับใช้ประชาสัมพันธ์ ที่มีความน่าดึงดูดใจ	3.61	.89	มาก
2) มีการจัดเมนูอาหารพิเศษในช่วงเทศกาล เช่น เทศกาลรอมฎอน	3.39	.97	ปานกลาง
3) มีบริการเครื่องดื่มฟรี เช่น ชา กาแฟ น้ำเปล่า	3.06	.97	ปานกลาง

ตาราง 9 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
4) ลงโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โบปลิว หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	2.86	.93	ปานกลาง
5) มีการจัดโปรโมชั่นพิเศษในช่วงเทศกาลต่าง ๆ	2.78	.95	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.14</b>	<b>.74</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ มีเพจร้านอาหารสำหรับใช้ประชาสัมพันธ์ที่มีความน่าดึงดูดใจ รองลงมา คือ มีการจัดเมนูอาหารพิเศษในช่วงเทศกาล เช่น เทศกาลรอมฎอน และรายการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ มีการจัดโปรโมชั่นพิเศษในช่วงเทศกาลต่าง ๆ

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
1) พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม และมีหน้าตาที่ยิ้มแย้ม แจ่มใส	3.82	.84	มาก
2) พนักงานแต่งกายถูกต้องตามหลักของศาสนา คือ ใส่ผ้าคลุมหัวหรือใส่ฮิญาบ	3.93	.81	มาก
3) พนักงานมีความกระตือรือร้นและทำงานอย่าง รวดเร็ว	3.69	.78	มาก
4) พนักงานมีเพียงพอต่อความต้องการ	3.72	.74	มาก
5) พนักงานดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการเป็นอย่างดี	3.69	.83	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.77</b>	<b>.66</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ พนักงานแต่งกายถูกต้องตามหลักของศาสนา คือ ใส่ผ้าคลุมหัวหรือใส่ฮิญาบ รองลงมา คือ พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมและมีหน้าที่ยิ้มแย้ม แจ่มใส และรายการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจน้อยที่สุดคือพนักงานดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการเป็นอย่างดี

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการของการปฏิบัติงาน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการของการปฏิบัติงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1) มีการให้บริการที่สะดวกและรวดเร็ว	3.77	.78	มาก
2) สามารถชำระค่าบริการได้สะดวก	3.83	.77	มาก
3) ความถูกต้องในการให้บริการ	3.84	.76	มาก
4) ความเป็นระเบียบในการจัดลำดับลูกค้า	3.74	.75	มาก
5) มีการบริการลูกค้าด้วยความเสมอภาค	3.84	.78	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.80</b>	<b>.67</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการของการปฏิบัติงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ มีการบริการลูกค้าด้วยความเสมอภาค รองลงมา คือ ความถูกต้องในการให้บริการ และรายการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ สามารถชำระค่าบริการได้สะดวก

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจ  
ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ  
ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
1) มีร้านอาหารมีการจัดวางอุปกรณ์อย่างเป็นระเบียบ และมีความสะอาด	3.91	.75	มาก
2) ร้านอาหารมีสถานที่สำหรับนั่งพักเพื่อรอคิวที่เพียงพอ	3.63	.83	มาก
3) ร้านอาหารมีการตกแต่งที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ และระดับของราคา	3.80	.80	มาก
4) ร้านอาหารมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานไว้ บริการ เช่น ทางลาดสำหรับคนพิการ ห้องน้ำ	3.63	.91	มาก
5) ร้านอาหารมีป้ายร้านและมีโลโก้ตราสากลที่สามารถ เห็นได้อย่างชัดเจน	4.03	.78	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.80</b>	<b>.66</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ร้านอาหารมีป้ายร้าน และมีโลโก้ตราสากลที่สามารถเห็นได้อย่างชัดเจน รองลงมา คือ ร้านอาหารมีการจัดวางอุปกรณ์อย่างเป็นระเบียบและมีความสะอาด และรายการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ร้านอาหารมีสถานที่สำหรับนั่งพักเพื่อรอคิวที่เพียงพอ

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตาราง 13 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการจำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	อายุ	$\bar{X}$	S.D.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 20 ปี	4.13	.33
	20-29 ปี	3.92	.59
	30-39 ปี	3.93	.57
	40-49 ปี	3.81	.54
	50-59 ปี	3.79	.65
	60 ปีขึ้นไป	3.67	.71
2. ด้านความเหมาะสมของราคา	ต่ำกว่า 20 ปี	4.01	.57
	20-29 ปี	3.89	.65
	30-39 ปี	3.78	.62
	40-49 ปี	3.65	.66
	50-59 ปี	3.66	.66
	60 ปีขึ้นไป	3.65	.83
3. ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	ต่ำกว่า 20 ปี	3.73	.63
	20-29 ปี	3.73	.63
	30-39 ปี	3.78	.73
	40-49 ปี	3.68	.61
	50-59 ปี	3.82	.52
	60 ปีขึ้นไป	3.65	.74
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า 20 ปี	3.38	.76
	20-29 ปี	3.20	.71
	30-39 ปี	3.15	.73
	40-49 ปี	3.08	.76
	50-59 ปี	2.95	.80
	60 ปีขึ้นไป	2.67	.62

ตาราง 13 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	อายุ	$\bar{X}$	S.D.
5. ด้านบุคลากร	ต่ำกว่า 20 ปี	3.82	.65
	20-29 ปี	3.74	.68
	30-39 ปี	3.79	.68
	40-49 ปี	3.86	.58
	50-59 ปี	3.71	.58
	60 ปีขึ้นไป	3.60	.74
6. ด้านกระบวนการของการปฏิบัติงาน	ต่ำกว่า 20 ปี	3.93	.64
	20-29 ปี	3.84	.68
	30-39 ปี	3.83	.72
	40-49 ปี	3.74	.59
	50-59 ปี	3.65	.59
	60 ปีขึ้นไป	3.60	.69
7. ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ	ต่ำกว่า 20 ปี	3.99	.59
	20-29 ปี	3.79	.67
	30-39 ปี	3.80	.69
	40-49 ปี	3.81	.63
	50-59 ปี	3.74	.54
	60 ปีขึ้นไป	3.71	.72

ตาราง 14 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามอายุ  
โดยภาพรวม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ		SS	df	MS	F	Sig
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.494	5	.499	1.507	.186
	ภายในกลุ่ม	130.378	394	.331		
	<b>รวม</b>	<b>132.872</b>	<b>399</b>			
2. ด้านความเหมาะสมของราคา	ระหว่างกลุ่ม	4.468	5	.894	2.145	.059
	ภายในกลุ่ม	164.129	394	.417		
	<b>รวม</b>	<b>168.598</b>	<b>399</b>			
3. ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.771	5	.154	.357	.878
	ภายในกลุ่ม	170.093	394	.432		
	<b>รวม</b>	<b>170.864</b>	<b>399</b>			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	5.258	5	1.052	1.950	.085
	ภายในกลุ่ม	212.454	394	.539		
	<b>รวม</b>	<b>217.712</b>	<b>399</b>			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.164	5	.233	.533	.751
	ภายในกลุ่ม	172.151	394	.437		
	<b>รวม</b>	<b>173.315</b>	<b>399</b>			
6. ด้านกระบวนการของ การปฏิบัติงาน	ระหว่างกลุ่ม	1.930	5	.386	.858	.510
	ภายในกลุ่ม	177.264	394	.450		
	<b>รวม</b>	<b>179.194</b>	<b>399</b>			
7. ภาพลักษณ์ทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	.809	5	.162	.371	.869
	ภายในกลุ่ม	171.831	394	.436		
	<b>รวม</b>	<b>172.640</b>	<b>399</b>			

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

ตาราง 15 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
บริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	S.D.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 5,000 บาท	4.00	.47
	5,000–10,000 บาท	4.05	.55
	10,001–15,000 บาท	4.00	.54
	15,001–20,000 บาท	3.83	.63
	20,001–25,000 บาท	3.72	.44
	มากกว่า 25,000 บาท	3.81	.62
2. ด้านความเหมาะสมของราคา	ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.92	.87
	5,000–10,000 บาท	3.94	.59
	10,001–15,000 บาท	3.94	.58
	15,001–20,000 บาท	3.71	.63
	20,001–25,000 บาท	3.69	.63
	มากกว่า 25,000 บาท	3.66	.71
3. ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.72	.40
	5,000–10,000 บาท	3.80	.63
	10,001–15,000 บาท	3.88	.62
	15,001–20,000 บาท	3.68	.69
	20,001–25,000 บาท	3.67	.62
	มากกว่า 25,000 บาท	3.64	.70
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.48	.77
	5,000–10,000 บาท	3.19	.70
	10,001–15,000 บาท	3.30	.69
	15,001–20,000 บาท	3.18	.74
	20,001–25,000 บาท	3.07	.71
	มากกว่า 25,000 บาท	2.89	.76



ตาราง 15 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	S.D.
5. ด้านบุคลากร	ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.62	.72
	5,000-10,000 บาท	3.83	.70
	10,001-15,000 บาท	3.88	.64
	15,001-20,000 บาท	3.73	.65
	20,001-25,000 บาท	3.76	.64
	มากกว่า 25,000 บาท	3.68	.65
6. ด้านกระบวนการของการปฏิบัติงาน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.77	.76
	5,000 – 10,000 บาท	3.95	.77
	10,001 – 15,000 บาท	3.92	.59
	15,001 – 20,000 บาท	3.75	.66
	20,001 – 25,000 บาท	3.81	.63
	มากกว่า 25,000 บาท	3.64	.67

ตาราง 16 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยภาพรวม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ		SS	df	MS	F	Sig
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	4.978	5	.996	3.067	.010*
	ภายในกลุ่ม	127.894	394	.325		
	<b>รวม</b>	<b>132.872</b>	<b>399</b>			
2. ด้านความเหมาะสมของ ราคา	ระหว่างกลุ่ม	6.807	5	1.361	3.315	.006*
	ภายในกลุ่ม	161.791	394	.411		
	<b>รวม</b>	<b>168.598</b>	<b>399</b>			
3. ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	3.604	5	.721	1.698	.134
	ภายในกลุ่ม	167.260	394	.425		
	<b>รวม</b>	<b>170.864</b>	<b>399</b>			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	10.726	5	2.145	4.083	.001*
	ภายในกลุ่ม	206.986	394	.525		
	<b>รวม</b>	<b>217.712</b>	<b>399</b>			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	2.846	5	.569	1.316	.256
	ภายในกลุ่ม	170.469	394	.433		
	<b>รวม</b>	<b>173.315</b>	<b>399</b>			
6. ด้านกระบวนการของการ ปฏิบัติงาน	ระหว่างกลุ่ม	5.721	5	1.144	2.599	.025*
	ภายในกลุ่ม	173.473	394	.440		
	<b>รวม</b>	<b>179.194</b>	<b>399</b>			
7. ด้านภาพลักษณ์ทาง กายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	4.942	5	.988	2.322	.043*
	ภายในกลุ่ม	167.698	394	.426		
	<b>รวม</b>	<b>172.640</b>	<b>399</b>			

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความเหมาะสมของราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการของการปฏิบัติงาน และด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน และเพื่อให้ทราบว่ามีความแตกต่างที่แตกต่างกัน จึงนำไปทดสอบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD ซึ่งผลการทดสอบปรากฏดังตาราง 17-21

ตาราง 17 แสดงส่วนต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านผลิตภัณฑ์

ระดับความพึงพอใจ	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
$\bar{X}$	4.00	4.05	4.00	3.83	3.72	3.81
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4.00	-	.0019	.1687	.2780	.1939
5,000-10,000 บาท	4.05	-	.0486	.2153*	.3247*	.2405*
10,001-15,000 บาท	4.00	-	-	.1668*	.2762*	.1920*
15,001-20,000 บาท	3.83	-	-	-	.1094	.0252
20,001-25,000 บาท	3.72	-	-	-	(.3.15)	(.767)
มากกว่า 25,000 บาท	3.82	-	-	-	-	-.0842
						(.427)
						-

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,000-10,000 บาท และระหว่าง 10,001-15,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท, 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 18 แสดงส่วนต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
บริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านความเหมาะสมของราคา

ระดับความ พึงพอใจ		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
	$\bar{X}$	3.92	3.94	3.94	3.71	3.69	3.66
ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.92	-	-.0267 (.895)	-.0267 (.891)	.2058 (.299)	.2289 (.277)	.2616 (.183)
5,000-10,000 บาท	3.92		-	-.0001 (1.000)	.2325* (.033)	.2555* (.050)	.2882* (.006)
10,001-15,000 บาท	3.94			-	.2326* (.014)	.2556* (.031)	.2883* (.001)
15,001-20,000 บาท	3.71				-	.0230 (.851)	.0557 (.560)
20,001-25,000 บาท	3.69					-	.0327 (.784)
มากกว่า 25,000 บาท	3.66						-

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,000-10,000 บาท และระหว่าง 10,001-15,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านความเหมาะสมของราคา มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท, 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 19 แสดงส่วนต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
บริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านการส่งเสริมการตลาด

ระดับความ พึงพอใจ		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
	$\bar{X}$	3.48	3.19	3.30	3.18	3.07	2.89
ต่ำกว่า5,000 บาท	3.48	-	.2967 (.196)	.1833 (.407)	.3050 (.174)	.4150 (.082)	.5935* (.008)
5,000-10,000 บาท	3.19		-	-.1133 (.334)	.0084 (.946)	.1184 (.421)	.2969* (.013)
10,001-15,000 บาท	3.30			-	.1217 (.253)	.2317 (.083)	.4102* (.000)
15,001-20,000 บาท	3.18				-	.1100 (.427)	.2885* (.008)
20,001-25,000 บาท	3.07					-	.1785 (.186)
มากกว่า 25,000บาท	2.89						-

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท, 5,000-10,000, 10,001-15,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 20 แสดงส่วนต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
บริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านกระบวนการของการปฏิบัติงาน

ระดับความ พึงพอใจ		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
	$\bar{X}$	3.77	3.95	3.92	3.75	3.81	3.64
ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.77	-	-.1800 (.392)	-.1560 (.441)	.0173 (.933)	-.0431 (.843)	.1299 (.522)
5,000-10,000 บาท	3.95		-	.0249 (.823)	.1973 (.080)	.1369 (.309)	.3099* (.005)
10,001-15,000 บาท	3.92			-	.1732 (.076)	.1129 (.356)	.2859* .002
15,001-20,000 บาท	3.75				-	-.0604 (.634)	.1127 (.256)
20,001-25,000 บาท	3.81					-	.1730 (.162)
มากกว่า 25,000 บาท	3.64						-

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,000-10,000 บาท และ 10,001-15,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการของการปฏิบัติงานมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 21 แสดงส่วนต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ

ระดับความ พึงพอใจ		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
	$\bar{X}$	4.03	3.87	3.93	3.73	3.76	3.66
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4.03	-	.1600 (.438)	.1069 (.591)	.3008 (.136)	.2724 (.204)	.3701 (.064)
5,000-10,000 บาท	3.87		-	-.0531 (.615)	.1408 (.204)	.1124 (.396)	.2101 (.050)
10,001-15,000 บาท	3.93			-	.1939* (.043)	.1654 (.169)	.2631* (.004)
15,001-20,000 บาท	3.73				-	-.0284 (.819)	.0693 (.477)
20,001-25,000 บาท	3.76					-	.0977 (.421)
มากกว่า 25,000 บาท	3.66						-

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-15,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายการอาหารมีให้เลือกมากมายหลายชนิด

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	รายการอาหารมีให้เลือก มากมายหลายชนิด					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) ความสะอาด	0	3	31	54	22	110	12.374	.903
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	1	4	9	4	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	1	5	12	7	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	1	7	15	4	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	1	2	54	99	34	190		
6) อื่น ๆ	0	0	14	11	5	30		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>115</b>	<b>200</b>	<b>76</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	1	0	11	14	8	34	30.441	.063
2) 10.00–12.00 น.	0	1	13	28	17	59		
3) 12.01–14.00 น.	0	4	45	75	29	153		
4) 14.01–16.00 น.	0	0	13	19	4	36		
5) 16.01–18.00 น.	0	2	16	26	1	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	0	1	17	38	17	73		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>115</b>	<b>200</b>	<b>76</b>	<b>400</b>		



ตาราง 22 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	รายการอาหารมีให้เลือก มากมายหลายชนิด					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	มากที่สุด							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	0	1	26	27	11	65	14.509	.269
2) 200-400 บาท	0	4	33	84	32	153		
3) 401-600 บาท	0	1	22	47	15	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	1	2	34	42	18	97		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>115</b>	<b>200</b>	<b>76</b>	<b>400</b>		
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	0	6	60	92	30	188	17.198	.142
2) 3-4 คน	0	1	45	85	35	166		
3) 5-6 คน	1	1	8	19	8	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	0	2	4	3	9		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>115</b>	<b>200</b>	<b>76</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	0	4	40	84	25	153	22.424	.318
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	1	2	15	38	14	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	0	0	13	12	5	30		
4) ทุกวัน	0	0	20	28	20	68		
5) เดือนละครั้ง	0	2	26	38	11	77		
6) อื่น ๆ	0	0	1	0	1	2		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>115</b>	<b>200</b>	<b>76</b>	<b>400</b>		

จากตาราง 22 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายการอาหารมีให้เลือกมากมายหลายชนิด ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า รายการอาหารมีให้เลือกมากมายหลายชนิดไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร  
 ฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอาหารได้คุณภาพ สด/ใหม่ ถูกต้อง  
 ตามหลักศาสนา

พฤติกรรมการบริโภค	อาหารได้คุณภาพ สด/ใหม่ ถูกต้องตามหลักศาสนา					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว</b>								
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) ความสะอาด	0	2	33	48	27	110	17.817	.599
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	0	4	11	3	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	0	3	16	6	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	0	7	17	3	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	1	4	44	89	52	190		
6) อื่น ๆ	0	0	13	12	5	30		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>104</b>	<b>193</b>	<b>96</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	0	0	13	10	11	34	23.322	.273
2) 10.00-12.00 น.	0	0	12	37	10	59		
3) 12.01-14.00 น.	0	3	38	72	40	153		
4) 14.01-16.00 น.	0	0	12	14	10	36		
5) 16.01-18.00 น.	0	1	14	24	6	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	1	2	15	36	19	73		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>104</b>	<b>193</b>	<b>96</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	0	2	20	32	11	65	20.923	.052
2) 200-400 บาท	0	0	29	79	45	153		
3) 401-600 บาท	0	3	21	43	18	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	1	1	34	39	22	97		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>104</b>	<b>193</b>	<b>96</b>	<b>400</b>		

ตาราง 23 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค	อาหารได้คุณภาพ สด/ใหม่					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	ถูกต้องตามหลักศาสนา							
อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	0	4	52	86	46	188	8.676	.730
2) 3-4 คน	1	2	38	89	36	166		
3) 5-6 คน	0	0	11	16	10	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	0	3	2	4	9		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>104</b>	<b>193</b>	<b>96</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	1	2	35	80	35	153	14.205	.820
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	0	1	23	31	15	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	0	0	12	10	8	30		
4) ทุกวัน	0	1	13	33	21	68		
5) เดือนละครั้ง	0	2	21	37	17	77		
6) อื่น ๆ	0	0	0	2	0	2		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>104</b>	<b>193</b>	<b>96</b>	<b>400</b>		

จากตาราง 23 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์พฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอาหารได้คุณภาพ สด/ใหม่ ถูกต้องตามหลักศาสนา ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า อาหารได้คุณภาพ สด/ใหม่ ถูกต้องตามหลักศาสนาไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร  
 ฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรสชาติอร่อย กลมกล่อม

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	รสชาติอร่อย กลมกล่อม					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) ความสะอาด	0	4	25	60	21	110	19.193	.509
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	0	6	9	3	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	0	6	11	8	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	0	7	15	5	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	1	3	61	94	31	190		
6) อื่น ๆ	0	0	16	10	4	30		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>121</b>	<b>199</b>	<b>72</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	0	1	11	11	11	34	22.706	.303
2) 10.00–12.00 น.	0	0	19	28	12	59		
3) 12.01–14.00 น.	0	4	40	77	32	153		
4) 14.01–16.00 น.	0	0	12	20	4	36		
5) 16.01–18.00 น.	0	0	15	27	3	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	1	2	24	36	10	73		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>121</b>	<b>199</b>	<b>72</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	1	1	26	28	9	65	22.999	.028
2) 200–400 บาท	0	4	39	71	39	153		
3) 401–600 บาท	0	1	21	53	10	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	0	1	35	47	14	97		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>121</b>	<b>199</b>	<b>72</b>	<b>400</b>		

ตาราง 24 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	รสชาติอร่อย กลมกล่อม					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่ใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	1	5	62	80	40	188	12.109	.437
2) 3-4 คน	0	1	44	97	24	166		
3) 5-6 คน	0	1	12	17	7	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	0	3	5	1	9		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>121</b>	<b>199</b>	<b>72</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	1	4	47	72	29	153	16.807	.665
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	0	0	16	44	10	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	0	0	12	11	7	30		
4) ทุกวัน	0	3	18	34	13	68		
5) เดือนละครั้ง	0	0	27	37	13	77		
6) อื่น ๆ	0	0	1	1	0	2		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>121</b>	<b>199</b>	<b>72</b>	<b>400</b>		

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 24 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรสชาติอร่อย กลมกล่อม ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า รสชาติอร่อย กลมกล่อม มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร  
 ฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการตกแต่งอาหารมีความสวยงาม  
 น่ารับประทาน

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	การตกแต่งอาหาร มีความสวยงาม น่ารับประทาน					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) ความสะอาด	0	2	42	53	13	110	15.154	.768
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	0	7	9	2	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	0	7	13	5	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	0	11	10	6	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	1	4	59	87	39	190		
6) อื่น ๆ	0	2	14	11	3	30		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>140</b>	<b>183</b>	<b>68</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	0	2	11	14	7	34	22.031	.339
2) 10.00–12.00 น.	0	0	14	34	11	59		
3) 12.01–14.00 น.	0	4	50	69	30	153		
4) 14.01–16.00 น.	0	0	18	12	6	36		
5) 16.01–18.00 น.	0	0	19	21	5	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป		2	28	33	9	73		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>140</b>	<b>183</b>	<b>68</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	0	2	27	27	9	65	12.746	.388
2) 200–400 บาท	0	2	50	67	34	153		
3) 401–600 บาท	0	1	26	47	11	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	1	3	37	42	14	97		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>140</b>	<b>183</b>	<b>68</b>	<b>400</b>		

ตาราง 25 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	การตกแต่งอาหาร					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	มีความสวยงาม น่ารับประทาน							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	0	2	80	75	31	188	20.753	.054
2) 3-4 คน	1	4	43	92	26	166		
3) 5-6 คน	0	2	15	12	8	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	0	2	4	3	9		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>140</b>	<b>183</b>	<b>68</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	1	4	49	66	33	153	17.534	.618
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	0	1	22	38	9	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	0	2	11	12	5	30		
4) ทุกวัน	0	1	25	30	12	68		
5) เดือนละครั้ง	0	0	31	37	9	77		
6) อื่น ๆ	0	0	2	0	0	2		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>140</b>	<b>183</b>	<b>68</b>	<b>400</b>		

จากตาราง 25 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการตกแต่งอาหาร มีความสวยงามน่ารับประทาน ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่าการตกแต่งอาหารมีความสวยงามน่ารับประทานไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร  
 ฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอาหารใช้วัตถุดิบที่เป็นฮาลาล

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	อาหารใช้วัตถุดิบที่เป็นฮาลาล					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) ความสะอาด	3	31	46	30	110	3	28.951	.016
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	4	9	5	18	0		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	1	6	8	10	25	1		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	6	14	7	27	0		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	0	40	74	76	190	0		
6) อื่น ๆ	0	15	4	11	30	0		
<b>รวม</b>	<b>4</b>	<b>102</b>	<b>155</b>	<b>139</b>	<b>400</b>	<b>4</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	2	8	7	17	34	2	24.185	.062
2) 10.00–12.00 น.	0	14	28	17	5	0		
3) 12.01–14.00 น.	2	34	60	57	153	2		
4) 14.01–16.00 น.	0	15	12	9	36	0		
5) 16.01–18.00 น.	0	10	19	16	45	0		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	0	21	29	23	73	0		
<b>รวม</b>	<b>4</b>	<b>102</b>	<b>155</b>	<b>139</b>	<b>400</b>	<b>4</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	0	22	28	15	65	0	21.182	.012
2) 200–400 บาท	3	24	58	68	153	3		
3) 401–600 บาท	0	24	35	26	85	0		
4) 601 บาทขึ้นไป	1	32	34	30	97	1		
<b>รวม</b>	<b>4</b>	<b>102</b>	<b>155</b>	<b>139</b>	<b>400</b>	<b>4</b>		



ตาราง 26 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค	อาหารใช้วัตถุดิบที่เป็นฮาลาล					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว								
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	2	55	67	64	188	2	6.105	.729
2) 3-4 คน	2	38	72	54	166	2		
3) 5-6 คน	0	7	13	17	37	0		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	2	3	4	9	0		
<b>รวม</b>	<b>4</b>	<b>102</b>	<b>155</b>	<b>139</b>	<b>400</b>	<b>4</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	1	36	64	52	153	1	29.415	.014
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	1	21	33	15	70	1		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	0	12	8	10	30	0		
4) ทุกวัน	1	9	19	39	68	1		
5) เดือนละครั้ง	1	23	31	22	77	1		
6) อื่น ๆ	0	1	0	1	2	0		
<b>รวม</b>	<b>4</b>	<b>102</b>	<b>155</b>	<b>139</b>	<b>400</b>	<b>4</b>		

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 26 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอาหารใช้วัตถุดิบที่เป็นฮาลาล ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า อาหารใช้วัตถุดิบที่เป็นฮาลาลมีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง และจำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านความเหมาะสมของราคาต่อพฤติกรรม  
การบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามราคาอาหารเหมาะสม  
กับปริมาณอาหารที่ได้รับ

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	ราคาอาหารเหมาะสม กับปริมาณอาหารที่ได้รับ					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) ความสะอาด	3	31	45	31	110	3	31.997	.006
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	2	7	9	18	0		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	7	13	5	25	0		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	9	16	2	27	0		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	6	62	95	27	190	6		
6) อื่น ๆ	3	11	13	3	30	3		
<b>รวม</b>	<b>12</b>	<b>122</b>	<b>189</b>	<b>77</b>	<b>400</b>	<b>12</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	1	8	17	8	34	1	17.794	.274
2) 10.00-12.00 น.	0	16	27	16	59	0		
3) 12.01-14.00 น.	3	46	77	27	153	3		
4) 14.01-16.00 น.	1	14	15	6	36	1		
5) 16.01-18.00 น.	4	10	25	6	45	4		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	3	28	28	14	73	3		
<b>รวม</b>	<b>12</b>	<b>122</b>	<b>189</b>	<b>77</b>	<b>400</b>	<b>12</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	2	20	32	11	65	2	7.573	.578
2) 200-400 บาท	3	45	73	32	153	3		
3) 401-600 บาท	1	23	44	17	85	1		
4) 601 บาทขึ้นไป	6	34	40	17	97	6		
<b>รวม</b>	<b>12</b>	<b>122</b>	<b>189</b>	<b>77</b>	<b>400</b>	<b>12</b>		

ตาราง 27 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	ราคาอาหารเหมาะสม กับปริมาณอาหารที่ได้รับ					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	8	62	85	33	188	8	4.958	.838
2) 3-4 คน	4	46	80	36	166	4		
3) 5-6 คน	0	11	19	7	37	0		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	3	5	1	9	0		
<b>รวม</b>	<b>12</b>	<b>122</b>	<b>189</b>	<b>77</b>	<b>400</b>	<b>12</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	8	46	69	30	153	8	12.968	.605
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	1	23	29	17	70	1		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	1	13	11	5	30	1		
4) ทุกวัน	0	17	39	12	68	0		
5) เดือนละครั้ง	2	22	40	13	77	2		
6) อื่น ๆ	0	1	1	0	2	0		
<b>รวม</b>	<b>12</b>	<b>122</b>	<b>189</b>	<b>77</b>	<b>400</b>	<b>12</b>		

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 27 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความเหมาะสมของราคาต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามราคาอาหารเหมาะสมกับปริมาณอาหารที่ได้รับ ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่าราคาอาหารเหมาะสมกับปริมาณอาหารที่ได้รับ มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง และจำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านความเหมาะสมของราคาต่อพฤติกรรม  
การบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามราคาอาหารคงที่  
ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย

พฤติกรรมการบริโภค อาหารศาลาลของ นักท่องเที่ยว	ราคาอาหารคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารศาลาล</b>								
1) ความสะอาด	6	30	51	23	110	6	24.112	.063
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	1	2	10	5	18	1		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	1	8	13	3	25	1		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	9	15	3	27	0		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	17	66	82	25	190	17		
6) อื่น ๆ	7	7	13	3	30	7		
<b>รวม</b>	<b>32</b>	<b>122</b>	<b>184</b>	<b>62</b>	<b>400</b>	<b>32</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่ท่านมาใช้บริการที่ร้านอาหารศาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	1	14	12	7	34	1	18.124	.256
2) 10.00–12.00 น.	1	15	32	11	59	1		
3) 12.01–14.00 น.	13	48	68	24	153	13		
4) 14.01–16.00 น.	5	13	11	7	36	5		
5) 16.01–18.00 น.	6	12	24	3	45	6		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	6	20	37	10	73	6		
<b>รวม</b>	<b>32</b>	<b>122</b>	<b>184</b>	<b>62</b>	<b>400</b>	<b>32</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารศาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	4	20	33	8	65	4	29.538	.001
2) 200–400 บาท	5	47	67	34	153	5		
3) 401–600 บาท	5	27	39	14	85	5		
4) 601 บาทขึ้นไป	18	28	45	6	97	18		
<b>รวม</b>	<b>32</b>	<b>122</b>	<b>184</b>	<b>62</b>	<b>400</b>	<b>32</b>		

ตาราง 28 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารศาลาลของ นักท่องเที่ยว	ราคาอาหารคงที่					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารศาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	15	62	85	26	188	15	4.160	.901
2) 3-4 คน	15	48	74	29	166	15		
3) 5-6 คน	2	10	19	6	37	2		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	2	6	1	9	0		
<b>รวม</b>	<b>32</b>	<b>122</b>	<b>184</b>	<b>62</b>	<b>400</b>	<b>32</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารศาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	19	46	63	25	153	19	21.342	.126
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	5	25	29	11	70	5		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	1	13	9	7	30	1		
4) ทุกวัน	2	18	36	12	68	2		
5) เดือนละครั้ง	5	19	46	7	77	5		
6) อื่น ๆ	0	1	1	0	2	0		
<b>รวม</b>	<b>32</b>	<b>122</b>	<b>184</b>	<b>62</b>	<b>400</b>	<b>32</b>		

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 28 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความเหมาะสมของราคาต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามราคาอาหารคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า ราคาอาหารคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อยมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารศาลาลต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านความเหมาะสมของราคาต่อพฤติกรรม  
การบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการแสดงราคา  
ในเมนูชัดเจน

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	การแสดงราคาในเมนูชัดเจน					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) ความสะอาด	0	5	25	50	30	110	15.518	.746
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	0	4	9	5	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	0	6	11	8	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	0	4	19	4	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	1	6	47	90	46	190		
6) อื่น ๆ	0	3	9	10	8	30		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>14</b>	<b>95</b>	<b>189</b>	<b>101</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	0	1	7	17	9	34	23.015	.288
2) 10.00-12.00 น.	0	1	9	36	13	59		
3) 12.01-14.00 น.	0	4	42	63	44	153		
4) 14.01-16.00 น.	0	2	11	12	11	36		
5) 16.01-18.00 น.	1	2	12	21	9	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	0	4	14	40	15	73		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>14</b>	<b>95</b>	<b>189</b>	<b>101</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	0	0	19	33	13	65	9.566	.654
2) 200-400 บาท	1	5	39	67	41	153		
3) 401-600 บาท	0	4	18	44	19	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	0	5	19	45	28	97		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>14</b>	<b>95</b>	<b>189</b>	<b>101</b>	<b>400</b>		

ตาราง 29 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	การแสดงราคาในเมนูชัดเจน					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	0	8	52	86	42	188	8.055	.781
2) 3-4 คน	1	4	36	78	47	166		
3) 5-6 คน	0	2	6	20	9	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	0	1	5	3	9		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>14</b>	<b>95</b>	<b>189</b>	<b>101</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	0	4	33	66	50	153	15.930	.721
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	1	2	18	35	14	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	0	1	9	12	8	30		
4) ทุกวัน	0	4	17	34	13	68		
5) เดือนละครั้ง	0	3	17	41	16	77		
6) อื่น ๆ	0	0	1	1	0	2		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>14</b>	<b>95</b>	<b>189</b>	<b>101</b>	<b>400</b>		

จากตาราง 29 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความเหมาะสมของราคาต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการแสดงราคาในเมนูชัดเจน ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า การแสดงราคาในเมนูชัดเจนไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านความเหมาะสมของราคาต่อพฤติกรรม  
การบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามราคาที่กำหนด  
ในรายการอาหารเป็นไปตามมาตรฐาน

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	ราคาที่กำหนดในรายการอาหาร เป็นไปตามมาตรฐาน					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) ความสะอาด	1	1	30	54	24	110	22.541	.312
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	0	4	9	5	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	2	5	15	3	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	0	6	16	5	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	1	6	63	89	31	190		
6) อื่น ๆ	0	4	9	13	4	30		
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>117</b>	<b>196</b>	<b>72</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	1	0	8	18	7	34	20.131	.450
2) 10.00–12.00 น.	1	1	14	32	11	59		
3) 12.01–14.00 น.	0	3	49	70	31	153		
4) 14.01–16.00 น.	0	2	12	15	7	36		
5) 16.01–18.00 น.	0	4	11	24	6	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	0	3	23	37	10	73		
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>117</b>	<b>196</b>	<b>72</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	1	0	25	27	12	65	13.042	.366
2) 200–400 บาท	1	4	44	72	32	153		
3) 401–600 บาท	0	3	21	47	14	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	0	6	27	50	14	97		
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>117</b>	<b>196</b>	<b>72</b>	<b>400</b>		



ตาราง 30 (ต่อ)

พฤติกรรมกรบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	ราคาที่กำหนดในรายการอาหาร					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	เป็นไปตามมาตรฐาน							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	0	7	70	78	33	188	21.686	.041
2) 3-4 คน	2	4	42	89	29	166		
3) 5-6 คน	0	2	3	25	7	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	0	2	4	3	9		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	0	5	50	70	28	153	15.208	.764
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	1	1	20	36	12	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	1	1	12	11	5	30		
4) ทุกวัน	0	3	15	38	12	68		
5) เดือนละครั้ง	0	3	19	40	15	77		
6) อื่น ๆ	0	0	1	1	0	2		
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>117</b>	<b>196</b>	<b>72</b>	<b>400</b>		

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 30 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความเหมาะสมของราคาต่อพฤติกรรมกรบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามราคาที่กำหนดในรายการอาหารเป็นไปตามมาตรฐาน ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า ราคาที่กำหนดในรายการอาหารเป็นไปตามมาตรฐานมีความสัมพันธ์กับจำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านความเหมาะสมของราคาต่อพฤติกรรม  
การบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่ใช้  
มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	วัตถุประสงค์ที่ใช้มีคุณภาพ เหมาะสมกับราคา					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) ความสะอาด	1	1	29	55	24	110	33.083	.033
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	0	4	9	5	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	0	9	11	5	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	1	6	18	2	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	0	10	76	81	23	190		
6) อื่น ๆ	0	4	12	12	2	30		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>16</b>	<b>136</b>	<b>186</b>	<b>61</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	1	0	8	18	7	34	24.808	.209
2) 10.00–12.00 น.	0	1	22	28	8	59		
3) 12.01–14.00 น.	0	3	51	74	25	153		
4) 14.01–16.00 น.	0	2	14	14	6	36		
5) 16.01–18.00 น.	0	4	16	20	5	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	0	6	25	32	10	73		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>16</b>	<b>136</b>	<b>186</b>	<b>61</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	0	2	27	29	7	65	10.122	.605
2) 200–400 บาท	1	3	48	72	29	153		
3) 401–600 บาท	0	4	30	39	12	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	0	7	31	46	13	97		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>16</b>	<b>136</b>	<b>186</b>	<b>61</b>	<b>400</b>		

ตาราง 31 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารศาลาลของ นักท่องเที่ยว	วัตถุประสงค์ที่ใช้มีคุณภาพ เหมาะสมกับราคา					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารศาลาลในแต่ละครั้ง</b>							
1) 1-2 คน	0	9	74	76	29	188	11.888	.455
2) 3-4 คน	1	4	50	88	23	166		
3) 5-6 คน	0	3	10	17	7	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	0	2	5	2	9		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>16</b>	<b>136</b>	<b>186</b>	<b>61</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารศาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	0	7	58	63	25	153	13.967	.832
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	1	2	23	33	11	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	0	2	12	10	6	30		
4) ทุกวัน	0	2	18	39	9	68		
5) เดือนละครั้ง	0	3	24	40	10	77		
6) อื่น ๆ	0	0	1	1	0	2		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>16</b>	<b>136</b>	<b>186</b>	<b>61</b>	<b>400</b>		

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 31 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความเหมาะสมของราคาต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่ใช้มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า วัตถุประสงค์ที่ใช้มีคุณภาพเหมาะสมกับราคามีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารศาลาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 32 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านสถานที่จัดจำหน่ายต่อพฤติกรรมการบริโภค  
อาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอาหารอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว  
สามารถเดินทางได้สะดวก

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	ร้านอาหารอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว สามารถเดินทางได้สะดวก					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>							
1) ความสะอาด	2	2	24	55	27	110	10.930	.948
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	0	2	10	6	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	1	5	12	7	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	1	6	13	7	27		
5) ถูกต้องตามหลักศาสนา	0	7	33	105	45	190		
6) อื่น ๆ	0	1	8	13	8	30		
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>78</b>	<b>208</b>	<b>100</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่ท่านมาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	1	0	5	14	14	34	20.063	.454
2) 10.00-12.00 น.	1	2	12	33	11	59		
3) 12.01-14.00 น.	0	4	27	81	41	153		
4) 14.01-16.00 น.	0	2	10	14	10	36		
5) 16.01-18.00 น.	0	1	10	25	9	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	0	3	1	41	15	73		
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>78</b>	<b>208</b>	<b>100</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	1	2	15	36	11	65	11.046	.525
2) 200-400 บาท	1	6	28	72	46	153		
3) 401-600 บาท	0	1	20	43	21	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	0	3	15	57	22	97		
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>78</b>	<b>208</b>	<b>100</b>	<b>400</b>		

ตาราง 32 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	ร้านอาหารอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว สามารถเดินทางได้สะดวก					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	สามารถเดินทางได้สะดวก							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	1	6	43	91	47	188	11.634	.476
2) 3-4 คน	1	4	28	97	36	166		
3) 5-6 คน	0	1	5	16	15	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	1	2	4	2	9		
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>78</b>	<b>208</b>	<b>100</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	0	2	31	83	37	153	20.109	.451
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	1	3	12	38	16	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	0	0	6	14	10	30		
4) ทุกวัน	1	5	7	36	19	68		
5) เดือนละครั้ง	0	2	21	36	18	77		
6) อื่น ๆ	0	0	1	1	0	2		
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>78</b>	<b>208</b>	<b>100</b>	<b>400</b>		

จากตาราง 32 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านสถานที่จัดจำหน่ายต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามร้านอาหารอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้สะดวก ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า ร้านอาหารอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้สะดวกไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 33 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านสถานที่จัดจำหน่ายต่อพฤติกรรมการบริโภค  
อาหารศาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานที่จอดรถเพียงพอ  
และปลอดภัย

พฤติกรรมการบริโภค อาหารศาลาลของ นักท่องเที่ยว	สถานที่จอดรถเพียงพอ และปลอดภัย					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารศาลาล</b>								
1) ความสะอาด	2	7	45	39	17	110	15.757	.732
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	0	7	7	4	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	2	8	12	3	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	3	6	12	6	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	3	7	72	80	28	190		
6) อื่น ๆ	2	1	12	12	3	30		
<b>รวม</b>	<b>7</b>	<b>20</b>	<b>150</b>	<b>162</b>	<b>61</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารศาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	1	1	9	15	8	34	9.496	.976
2) 10.00–12.00 น.	2	2	25	22	8	59		
3) 12.01–14.00 น.	3	7	59	64	20	153		
4) 14.01–16.00 น.	0	3	14	15	4	36		
5) 16.01–18.00 น.	0	3	17	17	8	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	1	4	26	29	13	73		
<b>รวม</b>	<b>7</b>	<b>20</b>	<b>150</b>	<b>162</b>	<b>61</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารศาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	1	3	28	28	5	65	6.389	.895
2) 200–400 บาท	3	10	53	63	24	153		
3) 401–600 บาท	1	4	33	31	16	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	2	3	36	40	16	97		
<b>รวม</b>	<b>7</b>	<b>20</b>	<b>150</b>	<b>162</b>	<b>61</b>	<b>400</b>		

ตาราง 33 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารศาลาลของ นักท่องเที่ยว	สถานที่จอดรถเพียงพอ และปลอดภัย					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่ใช้บริการร้านอาหารศาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	1	11	84	67	25	188	15.749	.203
2) 3-4 คน	6	8	50	74	28	166		
3) 5-6 คน	0	1	12	18	6	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	0	4	3	2	9		
<b>รวม</b>	<b>7</b>	<b>20</b>	<b>150</b>	<b>162</b>	<b>61</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารศาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	0	8	57	68	20	153	21.207	.385
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	1	3	31	27	8	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	3	1	9	12	5	30		
4) ทุกวัน	1	4	23	27	13	68		
5) เดือนละครั้ง	2	4	29	27	15	77		
6) อื่น ๆ	0	0	1	1	0	2		
<b>รวม</b>	<b>7</b>	<b>20</b>	<b>150</b>	<b>162</b>	<b>61</b>	<b>400</b>		

จากตาราง 33 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านสถานที่จัดจำหน่ายต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า สถานที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านสถานที่จัดจำหน่ายต่อพฤติกรรมการบริโภค  
อาหารศาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระบุช่วงเวลาเปิด-ปิดร้านชัดเจน

พฤติกรรมการบริโภค อาหารศาลาลของ นักท่องเที่ยว	ระบุช่วงเวลา					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	เปิด-ปิดร้านชัดเจน							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารศาลาล</b>								
1) ความสะอาด	1	5	30	49	25	110	15.923	.721
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	0	2	10	6	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	1	5	11	8	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	1	4	17	5	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	0	4	40	105	41	190		
6) อื่น ๆ	0	1	11	12	6	30		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>12</b>	<b>92</b>	<b>204</b>	<b>91</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารศาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	1	3	6	14	10	34	25.893	.169
2) 10.00-12.00 น.	0	2	11	30	16	59		
3) 12.01-14.00 น.	0	2	33	84	34	153		
4) 14.01-16.00 น.	0	1	13	17	5	36		
5) 16.01-18.00 น.	0	2	14	20	9	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	0	2	15	39	17	73		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>12</b>	<b>92</b>	<b>204</b>	<b>91</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารศาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	0	4	20	29	12	65	9.463	.663
2) 200-400 บาท	1	4	32	75	41	153		
3) 401-600 บาท	0	2	19	46	18	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	0	2	21	54	20	97		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>12</b>	<b>92</b>	<b>204</b>	<b>91</b>	<b>400</b>		



ตาราง 34 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารศาลาลของ นักท่องเที่ยว	ระบุช่วงเวลา					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	เปิด-ปิดร้านชัดเจน							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารศาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	0	8	53	87	40	188	14.293	.282
2) 3-4 คน	1	3	31	94	37	166		
3) 5-6 คน	0	0	7	18	12	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	1	1	5	2	9		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>12</b>	<b>92</b>	<b>204</b>	<b>91</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารศาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	0	4	35	75	39	153	18.926	.527
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	1	3	16	38	12	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	0	0	11	13	6	30		
4) ทุกวัน	0	2	13	38	15	68		
5) เดือนละครั้ง	0	3	15	40	19	77		
6) อื่น ๆ	0	0	2	0	0	2		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>12</b>	<b>92</b>	<b>204</b>	<b>91</b>	<b>400</b>		

จากตาราง 34 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านสถานที่จัดจำหน่ายต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระบุช่วงเวลาเปิด-ปิดร้านชัดเจน ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า ด้านระบุช่วงเวลาเปิด-ปิดร้านชัดเจนไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยว ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านสถานที่จัดจำหน่ายต่อพฤติกรรมการบริโภค  
อาหารศาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามช่องทางการติดต่อสอบถามข้อมูล

พฤติกรรมการบริโภค อาหารศาลาลของ นักท่องเที่ยว	ช่องทางการติดต่อ สอบถามข้อมูล					รวม	x <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารศาลาล</b>								
1) ความสะอาด	3	7	45	35	20	110	18.843	.532
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	1	2	9	6	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	1	10	10	4	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	1	2	9	13	2	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	4	19	55	83	29	190		
6) อื่น ๆ	0	2	12	11	5	30		
<b>รวม</b>	<b>8</b>	<b>32</b>	<b>133</b>	<b>161</b>	<b>66</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารศาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	2	4	7	16	5	34	21.464	.370
2) 10.00-12.00 น.	0	4	19	26	10	59		
3) 12.01-14.00 น.	1	13	52	57	30	153		
4) 14.01-16.00 น.	0	1	17	13	5	36		
5) 16.01-18.00 น.	1	6	14	19	5	4		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	4	4	24	30	11	73		
<b>รวม</b>	<b>8</b>	<b>32</b>	<b>133</b>	<b>161</b>	<b>66</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารศาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	0	8	26	26	5	65	20.601	.057
2) 200-400 บาท	6	11	45	61	30	153		
3) 401-600 บาท	0	5	32	28	20	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	2	8	30	46	11	97		
<b>รวม</b>	<b>8</b>	<b>32</b>	<b>133</b>	<b>161</b>	<b>66</b>	<b>400</b>		

ตาราง 35 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	ช่องทางการติดต่อ					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	สอบถามข้อมูล							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	2	20	77	62	27	188	24.174	.019
2) 3-4 คน	6	6	46	77	31	166		
3) 5-6 คน	0	5	9	17	6	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	1	1	5	2	9		
<b>รวม</b>	<b>8</b>	<b>32</b>	<b>133</b>	<b>161</b>	<b>66</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	3	11	49	63	27	153	25.643	.178
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	3	4	18	36	9	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	1	1	10	9	9	30		
4) ทุกวัน	0	9	21	27	11	68		
5) เดือนละครั้ง	1	6	34	26	10	77		
6) อื่น ๆ	0	1	1	0	0	2		
<b>รวม</b>	<b>8</b>	<b>32</b>	<b>133</b>	<b>161</b>	<b>66</b>	<b>400</b>		

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 35 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านสถานที่จัดจำหน่ายต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามช่องทางการติดต่อสอบถามข้อมูล ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า ช่องทางการติดต่อสอบถามข้อมูลมีความสัมพันธ์กับจำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านสถานที่จัดจำหน่ายต่อพฤติกรรมการบริโภค  
อาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามช่องทางการติดต่อมีความสะดวก  
รวดเร็ว

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	ช่องทางการติดต่อ มีความสะดวกรวดเร็ว					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) ความสะอาด	1	7	46	42	14	110	12.596	.894
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	0	7	8	3	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	1	10	11	3	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	1	2	7	16	1	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	5	15	71	72	27	190		
6) อื่น ๆ	0	2	14	11	3	30		
<b>รวม</b>	<b>7</b>	<b>27</b>	<b>155</b>	<b>160</b>	<b>51</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	1	2	7	21	3	34	21.408	.373
2) 10.00-12.00 น.	1	3	18	29	8	59		
3) 12.01-14.00 น.	1	9	69	54	20	153		
4) 14.01-16.00 น.	0	2	18	11	5	36		
5) 16.01-18.00 น.	1	5	18	15	6	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	3	6	25	30	9	73		
<b>รวม</b>	<b>7</b>	<b>27</b>	<b>155</b>	<b>160</b>	<b>51</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	0	6	28	28	3	65	16.407	.173
2) 200-400 บาท	5	12	51	62	23	153		
3) 401-600 บาท	0	4	35	30	16	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	2	5	41	40	9	97		
<b>รวม</b>	<b>7</b>	<b>27</b>	<b>155</b>	<b>160</b>	<b>51</b>	<b>400</b>		

ตาราง 36 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารศาลาลของ นักท่องเที่ยว	ช่องทางการติดต่อ					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	มีความสะดวกรวดเร็ว							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่ใช้บริการร้านอาหารศาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	2	16	85	65	20	188	18.808	.093
2) 3-4 คน	5	5	56	77	23	166		
3) 5-6 คน	0	5	11	15	6	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	1	3	3	2	9		
<b>รวม</b>	<b>7</b>	<b>27</b>	<b>155</b>	<b>160</b>	<b>51</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารศาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	3	9	58	62	21	153	20.589	.422
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	2	3	25	35	5	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	1	1	12	9	7	30		
4) ทุกวัน	1	7	24	27	9	68		
5) เดือนละครั้ง	0	6	35	27	9	77		
6) อื่น ๆ	0	1	1	0	0	2		
<b>รวม</b>	<b>7</b>	<b>27</b>	<b>155</b>	<b>160</b>	<b>51</b>	<b>400</b>		

จากตาราง 36 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านสถานที่จัดจำหน่ายต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามช่องทางการติดต่อ มีความสะดวกรวดเร็ว ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า ช่องทางการติดต่อมีความสะดวกรวดเร็วไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาด ต่อพฤติกรรมการบริโภค  
อาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามร้านอาหารมีเพจสำหรับ  
ใช้ประชาสัมพันธ์ที่มีความน่าดึงดูดใจ

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	ร้านอาหารมีเพจสำหรับใช้ประชาสัมพันธ์ ที่มีความน่าดึงดูดใจ					รวม	x <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) ความสะอาด	1	13	36	42	18	110	19.705	.476
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	1	0	6	7	4	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	0	12	9	4	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	3	8	12	4	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	2	17	53	93	25	190		
6) อื่น ๆ	0	5	12	9	4	30		
<b>รวม</b>	<b>4</b>	<b>38</b>	<b>127</b>	<b>172</b>	<b>59</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	1	3	9	16	5	34	16.929	.658
2) 10.00-12.00 น.	0	4	12	31	12	59		
3) 12.01-14.00 น.	1	15	53	62	22	153		
4) 14.01-16.00 น.	0	3	15	13	5	36		
5) 16.01-18.00 น.	1	7	15	20	2	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	1	6	23	30	13	73		
<b>รวม</b>	<b>4</b>	<b>38</b>	<b>127</b>	<b>172</b>	<b>59</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	0	9	23	28	5	65	10.756	.550
2) 200-400 บาท	2	14	42	65	30	153		
3) 401-600 บาท	1	8	28	34	14	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	1	7	34	45	10	97		
<b>รวม</b>	<b>4</b>	<b>38</b>	<b>127</b>	<b>172</b>	<b>59</b>	<b>400</b>		

ตาราง 37 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	ร้านอาหารมีเพจสำหรับ ใช้ประชาสัมพันธ์ที่มีความน่าดึงดูดใจ					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง</b>							
1) 1-2 คน	1	22	65	72	28	188	11.811	.461
2) 3-4 คน	3	10	49	79	25	166		
3) 5-6 คน	0	6	11	15	5	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	0	2	6	1	9		
<b>รวม</b>	<b>4</b>	<b>38</b>	<b>127</b>	<b>172</b>	<b>59</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	1	15	50	66	21	153	25.187	.194
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	1	6	11	42	10	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	0	2	12	9	7	30		
4) ทุกวัน	1	5	21	30	11	68		
5) เดือนละครั้ง	1	9	32	25	10	77		
6) อื่น ๆ	0	1	1	0	0	2		
<b>รวม</b>	<b>4</b>	<b>38</b>	<b>127</b>	<b>172</b>	<b>59</b>	<b>400</b>		

จากตาราง 37 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาดต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามร้านอาหารมีเพจสำหรับใช้ประชาสัมพันธ์ที่มีความน่าดึงดูดใจ ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า ร้านอาหารมีเพจสำหรับใช้ประชาสัมพันธ์ที่มีความน่าดึงดูดใจไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาดต่อพฤติกรรมการบริโภค  
อาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการจัดเมนูอาหารพิเศษ  
ในช่วงเทศกาล

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	การจัดเมนูอาหารพิเศษ ในช่วงเทศกาล					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) ความสะอาด	1	19	37	41	12	110	21.597	.363
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	1	0	6	7	4	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	3	6	12	4	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	2	2	10	11	2	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	3	39	65	57	26	190		
6) อื่น ๆ	0	6	11	11	2	30		
<b>รวม</b>	<b>7</b>	<b>69</b>	<b>135</b>	<b>139</b>	<b>50</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	0	3	12	14	5	34	32.845	.035
2) 10.00–12.00 น.	1	7	12	32	7	59		
3) 12.01–14.00 น.	1	29	50	54	19	153		
4) 14.01–16.00 น.	0	7	14	12	3	36		
5) 16.01–18.00 น.	2	9	23	8	3	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	3	14	24	19	13	73		
<b>รวม</b>	<b>7</b>	<b>69</b>	<b>135</b>	<b>139</b>	<b>50</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	0	8	21	31	5	65	31.354	.002
2) 200–400 บาท	5	18	50	57	23	153		
3) 401–600 บาท	0	12	33	29	11	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	2	31	31	22	11	97		
<b>รวม</b>	<b>7</b>	<b>69</b>	<b>135</b>	<b>139</b>	<b>50</b>	<b>400</b>		



ตาราง 38 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	การจัดเมนูอาหารพิเศษ ในช่วงเทศกาล					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	4	30	71	65	18	188	11.281	.505
2) 3-4 คน	1	32	52	56	25	166		
3) 5-6 คน	2	6	8	15	6	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	1	4	3	1	9		
<b>รวม</b>	<b>7</b>	<b>69</b>	<b>135</b>	<b>139</b>	<b>50</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	1	35	56	39	22	153	27.430	.124
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	1	10	22	31	6	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	1	4	14	7	4	30		
4) ทุกวัน	3	9	17	28	11	68		
5) เดือนละครั้ง	1	10	25	34	7	77		
6) อื่น ๆ	0	1	1	0	0	2		
<b>รวม</b>	<b>7</b>	<b>69</b>	<b>135</b>	<b>139</b>	<b>50</b>	<b>400</b>		

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 38 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาดต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการจัดเมนูอาหารพิเศษในช่วงเทศกาล ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า การจัดเมนูอาหารพิเศษในช่วงเทศกาลมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง และช่วงเวลาที่ใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 39 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาดต่อพฤติกรรมบริโภค  
อาหารศาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามบริการเครื่องดื่มฟรี

พฤติกรรมบริโภค อาหารศาลาลของ นักท่องเที่ยว	บริการเครื่องดื่มฟรี					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารศาลาล</b>								
1) ความสะอาด	5	22	45	32	6	110	32.952	.034
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	2	1	9	5	1	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	1	3	9	11	1	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	2	5	6	13	1	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	7	53	72	45	13	190		
6) อื่น ๆ	5	5	16	3	1	30		
<b>รวม</b>	<b>22</b>	<b>89</b>	<b>157</b>	<b>109</b>	<b>23</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารศาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	3	4	15	10	2	34	21.969	.342
2) 10.00–12.00 น.	2	11	19	25	2	59		
3) 12.01–14.00 น.	9	36	60	3	9	153		
4) 14.01–16.00 น.	0	9	16	10	1	36		
5) 16.01–18.00 น.	4	14	16	10	1	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	4	15	31	15	8	73		
<b>รวม</b>	<b>22</b>	<b>89</b>	<b>157</b>	<b>109</b>	<b>23</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารศาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	1	12	25	24	3	65	33.522	.001
2) 200–400 บาท	9	25	64	45	10	153		
3) 401–600 บาท	4	13	39	25	4	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	8	39	29	15	6	97		
<b>รวม</b>	<b>22</b>	<b>89</b>	<b>157</b>	<b>109</b>	<b>23</b>	<b>400</b>		

ตาราง 39 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	บริการเครื่องดื่มฟรี					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	6	45	80	47	10	188	18.221	.109
2) 3-4 คน	9	37	57	50	13	166		
3) 5-6 คน	6	5	16	10	0	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	1	2	4	2	0	9		
<b>รวม</b>	<b>22</b>	<b>89</b>	<b>157</b>	<b>109</b>	<b>23</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	6	45	62	34	6	153	23.030	.287
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	4	16	22	25	3	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	3	5	11	9	2	30		
4) ทุกวัน	6	13	27	19	3	68		
5) เดือนละครั้ง	3	10	34	21	9	77		
6) อื่น ๆ	0	0	1	1	0	2		
<b>รวม</b>	<b>22</b>	<b>89</b>	<b>157</b>	<b>109</b>	<b>23</b>	<b>400</b>		

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 39 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาดต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามบริการเครื่องดื่มฟรี ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า บริการเครื่องดื่มฟรีมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง และเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาดต่อพฤติกรรมการบริโภค  
อาหารศาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการใช้สื่อโฆษณาต่าง ๆ

พฤติกรรมการบริโภค อาหารศาลาลของ นักท่องเที่ยว	การใช้สื่อโฆษณาต่าง ๆ					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารศาลาล</b>								
1) ความสะอาด	2	30	49	24	5	110	27.229	.129
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	1	2	8	6	1	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	1	4	12	5	3	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	2	5	13	6	1	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	12	71	70	30	7	190		
6) อื่น ๆ	2	14	11	1	2	30		
<b>รวม</b>	<b>20</b>	<b>126</b>	<b>163</b>	<b>72</b>	<b>19</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารศาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	1	6	18	6	3	34	25.387	.187
2) 10.00–12.00 น.	1	15	22	19	2	59		
3) 12.01–14.00 น.	4	53	63	25	8	153		
4) 14.01–16.00 น.	2	12	15	6	1	36		
5) 16.01–18.00 น.	4	16	16	7	2	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	8	24	29	9	3	73		
<b>รวม</b>	<b>20</b>	<b>126</b>	<b>163</b>	<b>72</b>	<b>19</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารศาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	4	20	29	10	2	65	16.242	.180
2) 200–400 บาท	8	40	65	30	10	153		
3) 401–600 บาท	1	24	38	17	5	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	7	42	31	15	2	97		
<b>รวม</b>	<b>20</b>	<b>126</b>	<b>163</b>	<b>72</b>	<b>19</b>	<b>400</b>		

ตาราง 40 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	การใช้สื่อโฆษณาต่าง ๆ					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	7	66	76	29	10	188	15.468	.217
2) 3-4 คน	9	47	68	36	6	166		
3) 5-6 คน	4	7	17	6	3	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	6	2	1	0	9		
<b>รวม</b>	<b>20</b>	<b>126</b>	<b>163</b>	<b>72</b>	<b>19</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	3	56	69	21	4	153	36.751	.013
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	3	19	29	13	6	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	4	8	8	7	3	30		
4) ทุกวัน	5	20	21	20	2	68		
5) เดือนละครั้ง	4	23	35	11	4	77		
6) อื่น ๆ	1	0	1	0	0	2		
<b>รวม</b>	<b>20</b>	<b>126</b>	<b>163</b>	<b>72</b>	<b>19</b>	<b>400</b>		

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 40 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาดต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการใช้สื่อโฆษณาต่าง ๆ ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า การใช้สื่อโฆษณาต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาดต่อพฤติกรรมการบริโภค  
อาหารศาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการจัดโปรโมชั่นพิเศษในช่วงเทศกาล

พฤติกรรมการบริโภค อาหารศาลาลของ นักท่องเที่ยว	การจัดโปรโมชั่นพิเศษ ในช่วงเทศกาล					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารศาลาล</b>								
1) ความสะอาด	5	29	46	27	3	110	24.393	.226
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	1	3	10	3	1	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	1	4	10	8	2	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	2	8	13	3	1	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	24	62	68	32	4	190		
6) อื่น ๆ	2	11	14	2	1	30		
<b>รวม</b>	<b>35</b>	<b>117</b>	<b>161</b>	<b>75</b>	<b>12</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารศาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	2	3	19	8	2	34	31.234	.052
2) 10.00–12.00 น.	5	12	20	20	2	59		
3) 12.01–14.00 น.	10	55	55	29	4	153		
4) 14.01–16.00 น.	4	10	17	5	0	36		
5) 16.01–18.00 น.	5	1	21	3	1	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	9	22	29	10	3	73		
<b>รวม</b>	<b>35</b>	<b>117</b>	<b>161</b>	<b>75</b>	<b>12</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารศาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	6	18	28	13	0	65	17.403	.135
2) 200–400 บาท	14	35	70	29	5	153		
3) 401–600 บาท	5	24	32	19	5	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	10	40	31	14	2	97		
<b>รวม</b>	<b>35</b>	<b>117</b>	<b>161</b>	<b>75</b>	<b>12</b>	<b>400</b>		

ตาราง 41 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารศาลาลของ นักท่องเที่ยว	การจัดโปรโมชั่นพิเศษ ในช่วงเทศกาล					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารศาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	14	56	81	34	3	188	9.123	.692
2) 3-4 คน	16	47	62	34	7	166		
3) 5-6 คน	4	9	15	7	2	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	1	5	3	0	0	9		
<b>รวม</b>	<b>35</b>	<b>117</b>	<b>161</b>	<b>75</b>	<b>12</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารศาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	10	53	62	25	3	153	19.962	.460
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	6	20	26	15	3	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	3	9	9	8	1	30		
4) ทุกวัน	9	15	26	17	1	68		
5) เดือนละครั้ง	6	20	37	10	4	77		
6) อื่น ๆ	1	0	1	0	0	2		
<b>รวม</b>	<b>35</b>	<b>117</b>	<b>161</b>	<b>75</b>	<b>12</b>	<b>400</b>		

จากตาราง 41 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาดต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการจัดโปรโมชั่นพิเศษในช่วงเทศกาล) ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า การจัดโปรโมชั่นพิเศษในช่วงเทศกาลไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านบุคลากรต่อพฤติกรรมการบริโภค  
อาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามพนักงานให้บริการ  
ด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	พนักงานให้บริการ ด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) ความสะอาด	1	5	29	48	27	110	13.739	.843
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	2	6	5	5	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	0	6	13	6	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	1	7	14	5	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	2	6	60	83	39	190		
6) อื่น ๆ	0	0	14	11	5	30		
<b>รวม</b>	<b>3</b>	<b>14</b>	<b>122</b>	<b>174</b>	<b>87</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	0	1	9	15	9	34	9.046	.982
2) 10.00–12.00 น.	1	2	16	26	14	59		
3) 12.01–14.00 น.	1	5	45	66	36	153		
4) 14.01–16.00 น.	0	0	15	14	7	36		
5) 16.01–18.00 น.	0	2	15	22	6	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	1	4	22	31	15	73		
<b>รวม</b>	<b>3</b>	<b>14</b>	<b>122</b>	<b>174</b>	<b>87</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	0	3	28	23	11	65	23.493	.024
2) 200–400 บาท	0	9	50	57	37	153		
3) 401–600 บาท	1	1	17	47	19	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	2	1	27	47	20	97		
<b>รวม</b>	<b>3</b>	<b>14</b>	<b>122</b>	<b>174</b>	<b>87</b>	<b>400</b>		



ตาราง 42 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารศาลาลของ นักท่องเที่ยว	พนักงานให้บริการ ด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	พนักงานให้บริการ							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารศาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	2	7	66	69	44	188	12.391	.415
2) 3-4 คน	1	5	40	88	32	166		
3) 5-6 คน	0	2	12	14	9	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	0	4	3	2	9		
<b>รวม</b>	<b>3</b>	<b>14</b>	<b>122</b>	<b>174</b>	<b>87</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารศาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	1	5	38	75	34	153	17.477	.622
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	0	2	22	31	15	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	0	1	11	9	9	30		
4) ทุกวัน	2	3	21	27	15	68		
5) เดือนละครั้ง	0	3	28	32	14	77		
6) อื่น ๆ	0	0	2	0	0	2		
<b>รวม</b>	<b>3</b>	<b>14</b>	<b>122</b>	<b>174</b>	<b>87</b>	<b>400</b>		

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 42 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านบุคลากรต่อพฤติกรรม  
การบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามพนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ  
อ่อนน้อม ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า พนักงานให้บริการ  
ด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารศาลาลต่อครั้ง  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภค  
อาหารศาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาล  
ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามพนักงานแต่งกายถูกต้องตามหลักของศาสนา

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	พนักงานแต่งกาย ถูกต้องตามหลักของศาสนา					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	ถูกต้องตามหลักของศาสนา							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) ความสะอาด	1	3	31	56	19	110	20.557	.424
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	0	6	8	4	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	1	5	13	6	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	0	10	14	3	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	1	5	37	88	59	190		
6) อื่น ๆ	1	2	5	15	7	30		
<b>รวม</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>94</b>	<b>194</b>	<b>98</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	1	0	8	20	5	34	21.635	.361
2) 10.00-12.00 น.	0	0	12	32	15	59		
3) 12.01-14.00 น.	1	6	31	74	41	153		
4) 14.01-16.00 น.	0	3	12	15	6	36		
5) 16.01-18.00 น.	0	0	15	20	10	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	1	2	16	33	21	73		
<b>รวม</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>94</b>	<b>194</b>	<b>98</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	0	0	18	37	10	65	21.072	.049
2) 200-400 บาท	1	5	38	75	34	153		
3) 401-600 บาท	2	1	13	38	31	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	0	5	25	44	23	97		
<b>รวม</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>94</b>	<b>194</b>	<b>98</b>	<b>400</b>		

ตาราง 43 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารศาลาลของ นักท่องเที่ยว	พนักงานแต่งกาย					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	ถูกต้องตามหลักของศาสนา							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารศาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	2	4	46	97	39	188	12.338	.419
2) 3-4 คน	1	3	38	78	46	166		
3) 5-6 คน	0	3	7	17	10	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	1	3	2	3	9		
<b>รวม</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>94</b>	<b>194</b>	<b>98</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารศาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	0	3	28	81	41	153	42.067	.003
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	1	1	21	41	6	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	0	1	9	10	10	30		
4) ทุกวัน	2	5	11	27	23	68		
5) เดือนละครั้ง	0	1	23	35	18	77		
6) อื่น ๆ	0	0	2	0	0	2		
<b>รวม</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>94</b>	<b>194</b>	<b>98</b>	<b>400</b>		

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 43 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านบุคลากรต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามพนักงานแต่งกาย ถูกต้องตามหลักของศาสนา ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า พนักงานแต่งกาย ถูกต้องตามหลักของศาสนามีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารศาลาล และค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารศาลาลต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยว ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านบุคลากรต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร  
 ฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามพนักงานมีความกระตือรือร้น และทำงาน  
 อย่างรวดเร็ว

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	พนักงานมีความกระตือรือร้น และทำงานอย่างรวดเร็ว					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) ความสะอาด	1	2	40	49	18	110	12.874	.883
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	0	5	8	5	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	1	10	9	5	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	0	9	15	3	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	1	7	75	81	26	190		
6) อื่น ๆ	0	1	17	8	4	30		
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>11</b>	<b>156</b>	<b>170</b>	<b>61</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	1	1	13	10	9	34	25.730	.175
2) 10.00–12.00 น.	0	0	20	28	11	59		
3) 12.01–14.00 น.	0	4	54	72	23	153		
4) 14.01–16.00 น.	0	2	16	16	2	36		
5) 16.01–18.00 น.	1	1	23	17	3	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	0	3	30	27	13	73		
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>11</b>	<b>156</b>	<b>170</b>	<b>61</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	0	0	29	27	9	65	9.126	.692
2) 200–400 บาท	2	4	59	62	26	153		
3) 401–600 บาท	0	2	30	40	13	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	0	5	38	41	13	97		
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>11</b>	<b>156</b>	<b>170</b>	<b>61</b>	<b>400</b>		

ตาราง 44 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารศาลาลของ นักท่องเที่ยว	พนักงานมีความกระตือรือร้น และทำงานอย่างรวดเร็ว					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารศาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	0	5	78	79	26	188	7.403	.830
2) 3-4 คน	2	5	61	72	26	166		
3) 5-6 คน	0	1	15	13	8	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	0	2	6	1	9		
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>11</b>	<b>156</b>	<b>170</b>	<b>61</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารศาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	0	6	51	74	22	153	35.676	.017
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	2	0	30	29	9	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	0	0	13	10	7	30		
4) ทุกวัน	0	5	20	32	11	68		
5) เดือนละครั้ง	0	0	40	25	12	77		
6) อื่น ๆ	0	0	2	0	0	2		
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>11</b>	<b>156</b>	<b>170</b>	<b>61</b>	<b>400</b>		

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 44 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านบุคลากรต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามพนักงานมีความกระตือรือร้นและทำงานอย่างรวดเร็ว ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า พนักงานมีความกระตือรือร้น และทำงานอย่างรวดเร็วมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารศาลาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านบุคลากรต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร  
 ฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามพนักงานมีเพียงพอต่อความต้องการ

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	พนักงานมีเพียงพอ ต่อความต้องการ					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) ความสะอาด	1	2	41	50	16	110	7.430	.995
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	0	7	8	3	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	1	6	13	5	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	1	8	14	4	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	0	4	73	87	26	190		
6) อื่น ๆ	0	1	13	13	3	30		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>148</b>	<b>185</b>	<b>57</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	1	0	11	14	8	34	27.543	.121
2) 10.00-12.00 น.	0	1	16	27	15	59		
3) 12.01-14.00 น.	0	2	60	71	20	153		
4) 14.01-16.00 น.	0	1	15	16	4	36		
5) 16.01-18.00 น.	0	2	18	22	3	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	0	3	28	35	7	73		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>148</b>	<b>185</b>	<b>57</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	0	1	28	30	6	65	9.070	.697
2) 200-400 บาท	1	3	55	66	28	153		
3) 401-600 บาท	0	2	27	42	14	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	0	3	38	47	9	97		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>148</b>	<b>185</b>	<b>57</b>	<b>400</b>		

ตาราง 45 (ต่อ)

พฤติกรรมกรบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	พนักงานมีเพียงพอ ต่อความต้องการ					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง</b>							
1) 1-2 คน	0	4	83	77	24	188	26.840	.008
2) 3-4 คน	1	2	53	87	23	166		
3) 5-6 คน	0	3	11	13	10	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	0	1	8	0	9		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>148</b>	<b>185</b>	<b>57</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	0	4	53	71	25	153	21.448	.371
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	1	0	30	33	6	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	0	0	12	11	7	30		
4) ทุกวัน	0	4	18	36	10	68		
5) เดือนละครั้ง	0	1	34	33	9	77		
6) อื่น ๆ	0	0	1	1	0	2		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>148</b>	<b>185</b>	<b>57</b>	<b>400</b>		

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 45 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านบุคลากรต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามพนักงานมีเพียงพอต่อความต้องการ ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า พนักงานมีเพียงพอต่อความต้องการ มีความสัมพันธ์กับจำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านบุคลากรต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร  
 ฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามพนักงานดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการ

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	พนักงานดูแลเอาใจใส่ ในการให้บริการ					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) ความสะอาด	1	4	43	42	20	110	12.942	.880
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	1	5	6	6	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	0	9	9	7	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	1	10	12	4	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	3	9	65	87	26	190		
6) อื่น ๆ	0	1	13	13	3	30		
<b>รวม</b>	<b>4</b>	<b>16</b>	<b>145</b>	<b>169</b>	<b>66</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	1	1	10	14	8	34	14.292	.815
2) 10.00-12.00 น.	0	1	19	27	12	59		
3) 12.01-14.00 น.	1	5	57	66	24	153		
4) 14.01-16.00 น.	0	3	13	13	7	36		
5) 16.01-18.00 น.	0	3	20	18	4	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	2	3	26	31	11	73		
<b>รวม</b>	<b>4</b>	<b>16</b>	<b>145</b>	<b>169</b>	<b>66</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	1	2	27	28	7	65	7.737	.805
2) 200-400 บาท	2	6	56	60	29	153		
3) 401-600 บาท	1	2	29	36	17	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	0	6	33	45	13	97		
<b>รวม</b>	<b>4</b>	<b>16</b>	<b>145</b>	<b>169</b>	<b>66</b>	<b>400</b>		



ตาราง 46 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารศาลาลของ นักท่องเที่ยว	พนักงานดูแลเอาใจใส่ ในการให้บริการ					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารศาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	2	7	80	73	26	188	15.056	.238
2) 3-4 คน	2	5	49	80	30	166		
3) 5-6 คน	0	3	15	11	8	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	1	1	5	2	9		
<b>รวม</b>	<b>4</b>	<b>16</b>	<b>145</b>	<b>169</b>	<b>66</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารศาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	1	7	48	71	26	153	9.480	.977
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	1	2	31	27	9	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	1	1	10	12	6	30		
4) ทุกวัน	1	2	24	30	11	68		
5) เดือนละครั้ง	0	4	31	28	14	77		
6) อื่น ๆ	0	0	1	1	0	2		
<b>รวม</b>	<b>4</b>	<b>16</b>	<b>145</b>	<b>169</b>	<b>66</b>	<b>400</b>		

จากตาราง 46 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านบุคลากรต่อพฤติกรรม  
การบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามพนักงานดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการ  
ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า พนักงานดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการ  
ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่  
จังหวัดสงขลา

ตาราง 47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านกระบวนการของการปฏิบัติงานต่อพฤติกรรม  
การบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการให้บริการที่สะดวก  
และรวดเร็ว

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	การให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) ความสะอาด	2	1	39	50	18	110	9.624	.974
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	0	5	8	5	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	0	7	12	6	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	1	9	14	3	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	1	5	67	83	34	190		
6) อื่น ๆ	0	0	11	15	4	30		
<b>รวม</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>138</b>	<b>182</b>	<b>70</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	1	0	8	19	6	34	20.312	.439
2) 10.00–12.00 น.	0	0	20	27	12	59		
3) 12.01–14.00 น.	0	3	51	65	34	153		
4) 14.01–16.00 น.	1	1	11	18	5	3		
5) 16.01–18.00 น.	1	1	18	22	3	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	0	2	30	31	10	73		
<b>รวม</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>138</b>	<b>182</b>	<b>7</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	0	0	23	33	9	65	13.706	.320
2) 200–400 บาท	1	4	48	66	34	153		
3) 401–600 บาท	0	0	30	39	16	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	2	3	37	44	11	97		
<b>รวม</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>138</b>	<b>182</b>	<b>70</b>	<b>400</b>		

ตาราง 47 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารศาลาลของ นักท่องเที่ยว	การให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารศาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	0	3	68	83	34	188	27.007	.008
2) 3-4 คน	1	4	53	84	24	166		
3) 5-6 คน	1	0	15	10	11	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	1	0	2	5	1	9		
<b>รวม</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>138</b>	<b>182</b>	<b>70</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารศาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	0	3	50	74	26	153	16.698	.672
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	1	1	26	32	10	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	1	0	14	11	4	30		
4) ทุกวัน	0	1	17	31	19	68		
5) เดือนละครั้ง	1	2	30	33	11	77		
6) อื่น ๆ	0	0	1	1	0	2		
<b>รวม</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>138</b>	<b>182</b>	<b>70</b>	<b>400</b>		

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 47 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านกระบวนการของการปฏิบัติงานต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการให้บริการที่สะดวกและรวดเร็ว ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่าการให้บริการที่สะดวกและรวดเร็วมีความสัมพันธ์กับจำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารศาลาลในแต่ละครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านกระบวนการของการปฏิบัติงานต่อพฤติกรรม  
การบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสามารถชำระค่าบริการ  
ได้สะดวก

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	สามารถชำระค่าบริการ ได้สะดวก					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	ได้สะดวก							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) ความสะอาด	2	3	31	54	20	110	18.903	.528
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	0	7	7	4	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	0	6	14	5	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	1	7	12	7	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	0	1	65	83	41	190		
6) อื่น ๆ	0	1	11	17	1	30		
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>127</b>	<b>187</b>	<b>78</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	1	0	9	17	7	34	26.257	.157
2) 10.00–12.00 น.	0	1	16	30	12	59		
3) 12.01–14.00 น.	0	2	47	64	40	153		
4) 14.01–16.00 น.	0	2	10	22	2	36		
5) 16.01–18.00 น.	0	0	16	23	6	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	1	1	29	31	11	73		
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>127</b>	<b>187</b>	<b>78</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	0	1	25	29	10	65	9.271	.680
2) 200–400 บาท	2	4	42	73	32	153		
3) 401–600 บาท	0	0	27	39	19	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	0	1	33	46	17	97		
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>127</b>	<b>187</b>	<b>78</b>	<b>400</b>		

ตาราง 48 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารศาลาลของ นักท่องเที่ยว	สามารถชำระค่าบริการ ได้สะดวก					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	สามารถชำระค่าบริการ							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารศาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	1	5	63	87	32	188	8.051	.781
2) 3-4 คน	1	1	49	80	35	166		
3) 5-6 คน	0	0	13	14	10	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	0	2	6	1	9		
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>127</b>	<b>187</b>	<b>78</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารศาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	0	4	43	74	32	153	21.052	.394
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	2	0	22	36	10	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	0	0	13	13	4	30		
4) ทุกวัน	0	1	18	31	18	68		
5) เดือนละครั้ง	0	1	30	32	14	77		
6) อื่น ๆ	0	0	1	1	0	2		
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>127</b>	<b>187</b>	<b>78</b>	<b>400</b>		

จากตาราง 48 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านกระบวนการของการปฏิบัติงานต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสามารถชำระค่าบริการได้สะดวก ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่าสามารถชำระค่าบริการได้สะดวกไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 49 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านกระบวนการของการปฏิบัติงานต่อพฤติกรรม  
การบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามความถูกต้อง  
ในการให้บริการ

พฤติกรรมการบริโภค อาหารศาลาลของ นักท่องเที่ยว	ความถูกต้องในการให้บริการ					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารศาลาล</b>								
1) ความสะอาด	1	0	38	48	23	110	15.942	.720
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	0	6	9	3	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	0	6	10	9	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	1	5	16	5	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	0	3	69	81	37	190		
6) อื่น ๆ	0	1	10	15	4	30		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>134</b>	<b>179</b>	<b>81</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารศาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	1	1	8	16	8	34	26.557	.148
2) 10.00-12.00 น.	0	0	12	30	17	59		
3) 12.01-14.00 น.	0	2	53	6	32	153		
4) 14.01-16.00 น.	0	1	14	14	7	36		
5) 16.01-18.00 น.	0	0	16	24	5	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	0	1	31	29	12	73		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>134</b>	<b>179</b>	<b>81</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารศาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	0	0	22	31	12	65	13.138	.359
2) 200-400 บาท	1	3	42	69	38	153		
3) 401-600 บาท	0	1	30	34	20	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	0	1	40	45	11	97		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>134</b>	<b>179</b>	<b>81</b>	<b>400</b>		

ตาราง 49 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	ความถูกต้องในการให้บริการ					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	0	2	68	83	35	188	12.297	.422
2) 3-4 คน	1	1	51	75	38	166		
3) 5-6 คน	0	1	13	16	7	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	1	2	5	1	9		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>134</b>	<b>179</b>	<b>81</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	0	2	52	64	35	153	14.954	.779
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	1	0	25	33	11	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	0	1	14	11	4	30		
4) ทุกวัน	0	1	21	29	17	68		
5) เดือนละครั้ง	0	1	21	41	14	77		
6) อื่น ๆ	0	0	1	1	0	2		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>134</b>	<b>179</b>	<b>81</b>	<b>400</b>		

จากตาราง 49 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านกระบวนการของการปฏิบัติงานต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามความถูกต้องในการให้บริการ ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่าความถูกต้องในการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 50 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านกระบวนการของการปฏิบัติงานต่อพฤติกรรม  
การบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามความเป็นระเบียบ  
ในการจัดลำดับลูกค้า

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	ความเป็นระเบียบ ในการจัดลำดับลูกค้า					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) ความสะอาด	1	3	31	58	17	110	16.657	.675
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	0	5	9	4	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	0	8	12	5	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	0	9	13	5	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	0	5	83	72	30	190		
6) อื่น ๆ	0	1	11	16	2	30		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>147</b>	<b>180</b>	<b>63</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	1	0	9	18	6	34	30.207	.067
2) 10.00-12.00 น.	0	0	20	23	16	59		
3) 12.01-14.00 น.	0	5	52	73	23	153		
4) 14.01-16.00 น.	0	2	11	18	5	36		
5) 16.01-18.00 น.	0	1	21	20	3	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	0	1	34	28	10	73		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>147</b>	<b>180</b>	<b>63</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	0	1	28	28	8	65	21.973	.038
2) 200-400 บาท	1	4	49	63	36	153		
3) 401-600 บาท	0	2	25	44	14	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	0	2	45	45	5	97		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>147</b>	<b>180</b>	<b>63</b>	<b>400</b>		



ตาราง 50 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	ความเป็นระเบียบ ในการจัดลำดับลูกค้า					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	0	4	78	75	31	188	10.823	.544
2) 3-4 คน	1	3	52	86	24	166		
3) 5-6 คน	0	1	14	15	7	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	1	3	4	1	9		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>147</b>	<b>180</b>	<b>63</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	0	2	63	61	27	153	20.326	.438
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	1	1	26	36	6	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	0	2	13	9	6	30		
4) ทุกวัน	0	1	23	32	12	68		
5) เดือนละครั้ง	0	3	21	41	12	77		
6) อื่น ๆ	0	0	1	1	0	2		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>147</b>	<b>180</b>	<b>63</b>	<b>400</b>		

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 50 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านกระบวนการของการปฏิบัติงานต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามความเป็นระเบียบในการจัดลำดับลูกค้า ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า ความเป็นระเบียบในการจัดลำดับลูกค้ามีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 51 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านกระบวนการของการปฏิบัติงานต่อพฤติกรรม  
การบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการบริการลูกค้า  
ด้วยความเสมอภาค

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	การบริการลูกค้า ด้วยความเสมอภาค					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) ความสะอาด	2	1	31	54	22	110	8.735	.986
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	0	7	8	3	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	0	7	11	7	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	1	7	14	5	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	1	3	61	89	36	190		
6) อื่น ๆ	0	1	10	11	8	30		
<b>รวม</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>123</b>	<b>187</b>	<b>81</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	1	0	7	15	11	34	28.333	.102
2) 10.00–12.00 น.	0	0	15	27	17	59		
3) 12.01–14.00 น.	0	3	42	74	34	153		
4) 14.01–16.00 น.	0	0	15	19	2	36		
5) 16.01–18.00 น.	1	2	18	20	4	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	1	1	26	32	13	73		
<b>รวม</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>123</b>	<b>187</b>	<b>81</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	0	0	22	31	12	65	16.571	.166
2) 200–400 บาท	1	3	42	66	41	153		
3) 401–600 บาท	1	2	21	42	19	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	1	1	38	48	9	97		
<b>รวม</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>123</b>	<b>187</b>	<b>81</b>	<b>400</b>		

ตาราง 51 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	การบริการลูกค้า ด้วยความเสมอภาค					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	1	1	64	83	39	188	12.478	.408
2) 3-4 คน	1	4	42	88	31	166		
3) 5-6 คน	1	1	13	12	10	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	0	4	4	1	9		
<b>รวม</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>123</b>	<b>187</b>	<b>81</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	0	2	46	74	31	153	9.922	.970
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	1	1	22	34	12	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	0	0	13	12	5	30		
4) ทุกวัน	1	1	19	28	19	68		
5) เดือนละครั้ง	1	2	22	38	14	77		
6) อื่น ๆ	0	0	1	1	0	2		
<b>รวม</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>123</b>	<b>187</b>	<b>81</b>	<b>400</b>		

จากตาราง 51 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านกระบวนการของการปฏิบัติงานต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการบริการลูกค้าด้วยความเสมอภาค ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่าการบริการลูกค้าด้วยความเสมอภาคไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 52 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพต่อพฤติกรรม  
การบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามร้านอาหารที่มีการจัดวาง  
อุปกรณ์อย่างเป็นระเบียบ และสะอาด

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	ร้านอาหารมีการจัดวางอุปกรณ์ อย่างเป็นระเบียบ และสะอาด					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) ความสะอาด	0	1	33	46	30	110	32.943	.005
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	0	4	9	5	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	0	4	11	10	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	2	8	10	7	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	0	4	42	114	30	190		
6) อื่น ๆ	0	3	11	12	4	30		
<b>รวม</b>	<b>0</b>	<b>102</b>	<b>202</b>	<b>86</b>	<b>400</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	0	1	9	14	10	34	13.690	.549
2) 10.00–12.00 น.	0	0	10	31	18	59		
3) 12.01–14.00 น.	0	4	36	81	32	153		
4) 14.01–16.00 น.	0	1	11	15	9	36		
5) 16.01–18.00 น.	0	1	13	25	6	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	0	3	23	36	11	73		
<b>รวม</b>	<b>0</b>	<b>102</b>	<b>202</b>	<b>86</b>	<b>400</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	0	0	24	30	11	65	19.018	.025
2) 200–400 บาท	0	4	33	74	42	153		
3) 401–600 บาท	0	3	18	41	23	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	0	3	27	57	10	97		
<b>รวม</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>102</b>	<b>202</b>	<b>86</b>	<b>400</b>		

ตาราง 52 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	ร้านอาหารมีการจัดวางอุปกรณ์ อย่างเป็นระเบียบ และสะอาด					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	0	4	57	88	39	188	14.943	.093
2) 3-4 คน	0	3	34	95	34	166		
3) 5-6 คน	0	3	8	14	12	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	0	3	5	1	9		
<b>รวม</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>102</b>	<b>202</b>	<b>86</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	0	3	30	83	37	153	21.317	.127
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	0	2	19	36	13	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	0	0	11	12	7	30		
4) ทุกวัน	0	5	13	36	14	68		
5) เดือนละครั้ง	0	0	28	34	15	77		
6) อื่น ๆ	0	0	1	1	0	2		
<b>รวม</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>102</b>	<b>202</b>	<b>86</b>	<b>400</b>		

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 52 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามร้านอาหารที่มีการจัดวางอุปกรณ์อย่างเป็นระเบียบ และสะอาด ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า ร้านอาหารมีการจัดวางอุปกรณ์อย่างเป็นระเบียบ และสะอาด มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล และค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 53 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพต่อพฤติกรรม  
การบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามร้านอาหารมีสถานที่  
สำหรับนั่งพักเพื่อรอคิวที่เพียงพอ

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	ร้านอาหารมีสถานที่สำหรับ นั่งพักเพื่อรอคิวที่เพียงพอ					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) ความสะอาด	1	8	33	49	19	110	16.442	.689
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	1	7	6	4	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	1	1	7	11	5	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	2	8	11	6	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	1	9	79	79	22	190		
6) อื่น ๆ	0	3	14	11	2	30		
<b>รวม</b>	<b>3</b>	<b>24</b>	<b>148</b>	<b>167</b>	<b>58</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	2	0	13	12	7	34	37.711	.010
2) 10.00–12.00 น.	0	5	11	34	9	59		
3) 12.01–14.00 น.	1	7	56	65	24	153		
4) 14.01–16.00 น.	0	3	12	16	5	36		
5) 16.01–18.00 น.	0	3	18	20	4	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	0	6	38	20	9	73		
<b>รวม</b>	<b>3</b>	<b>24</b>	<b>148</b>	<b>167</b>	<b>58</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	1	5	26	27	6	65	20.469	.059
2) 200–400 บาท	2	10	44	68	29	153		
3) 401–600 บาท	0	1	32	37	15	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	0	8	46	35	8	97		
<b>รวม</b>	<b>3</b>	<b>24</b>	<b>148</b>	<b>167</b>	<b>58</b>	<b>400</b>		

ตาราง 53 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารศาลาลของ นักท่องเที่ยว	ร้านอาหารมีสถานที่สำหรับ นั่งพักเพื่อรอคิวที่เพียงพอ					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารศาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	1	16	72	72	27	188	15.137	.234
2) 3-4 คน	2	5	59	77	23	166		
3) 5-6 คน	0	3	15	11	8	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	0	2	7	0	9		
<b>รวม</b>	<b>3</b>	<b>24</b>	<b>148</b>	<b>167</b>	<b>58</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารศาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	0	7	65	57	24	153	16.750	.669
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	2	4	26	29	9	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	1	3	10	12	4	30		
4) ทุกวัน	0	6	20	33	9	68		
5) เดือนละครั้ง	0	4	26	35	12	77		
6) อื่น ๆ	0	0	1	1	0	2		
<b>รวม</b>	<b>3</b>	<b>24</b>	<b>148</b>	<b>167</b>	<b>58</b>	<b>400</b>		

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 53 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาพภาพลักษณ์ทางกายภาพต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามร้านอาหารมีสถานที่สำหรับนั่งพักเพื่อรอคิวที่เพียงพอ ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า ร้านอาหารมีสถานที่สำหรับนั่งพักเพื่อรอคิวที่เพียงพอมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้บริการที่ร้านอาหารศาลาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 54 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพต่อพฤติกรรม  
การบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการจัดตกแต่งร้านอาหาร

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	การจัดตกแต่งร้านอาหาร					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) ความสะอาด	1	1	39	43	26	110	14.165	.822
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	0	4	9	5	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	1	4	14	6	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	1	10	12	4	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	1	8	59	89	33	190		
6) อื่น ๆ	0	2	10	15	3	30		
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>126</b>	<b>182</b>	<b>77</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	1	0	12	10	11	34	37.322	.011
2) 10.00–12.00 น.	0	1	15	33	10	59		
3) 12.01–14.00 น.	0	6	39	77	31	153		
4) 14.01–16.00 น.	0	2	12	13	9	36		
5) 16.01–18.00 น.	1	0	14	26	4	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	0	4	34	23	12	7		
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>126</b>	<b>182</b>	<b>77</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	0	2	27	26	10	65	21.685	.041
2) 200–400 บาท	2	4	36	77	34	153		
3) 401–600 บาท	0	1	23	41	20	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	0	6	40	38	13	97		
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>126</b>	<b>182</b>	<b>77</b>	<b>400</b>		



ตาราง 54 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	การจัดตกแต่งร้านอาหาร					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	0	9	64	77	38	188	20.031	.067
2) 3-4 คน	2	1	49	85	29	166		
3) 5-6 คน	0	2	12	13	10	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	1	1	7	0	9		
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>126</b>	<b>182</b>	<b>77</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	0	2	43	72	36	153	33.560	.029
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	2	1	27	28	12	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	0	2	12	11	5	30		
4) ทุกวัน	0	7	15	34	12	68		
5) เดือนละครั้ง	0	1	28	36	12	77		
6) อื่น ๆ	0	0	1	1	0	2		
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>126</b>	<b>182</b>	<b>77</b>	<b>400</b>		

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 54 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการจัดตกแต่งร้านอาหาร ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า การจัดตกแต่งร้านอาหารมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการใช้บริการ จำนวนครั้งที่เข้าใช้บริการ และค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 55 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพต่อพฤติกรรม  
การบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวก  
ขั้นพื้นฐาน

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	สิ่งอำนวยความสะดวก ขั้นพื้นฐาน					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) ความสะอาด	2	5	35	45	23	110	22.948	.291
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	0	10	4	4	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	1	1	9	9	5	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	2	2	7	15	1	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	4	19	58	81	28	190		
6) อื่น ๆ	0	2	9	16	3	30		
<b>รวม</b>	<b>9</b>	<b>29</b>	<b>128</b>	<b>170</b>	<b>64</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	2	1	15	9	7	34	26.186	.160
2) 10.00–12.00 น.	0	4	19	26	10	59		
3) 12.01–14.00 น.	2	10	45	72	24	153		
4) 14.01–16.00 น.	1	0	12	13	10	36		
5) 16.01–18.00 น.	3	5	15	18	4	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	1	9	22	32	9	73		
<b>รวม</b>	<b>9</b>	<b>29</b>	<b>128</b>	<b>170</b>	<b>64</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	2	4	27	23	9	65	15.523	.214
2) 200–400 บาท	6	13	50	57	27	153		
3) 401–600 บาท	1	4	20	44	16	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	0	8	31	46	12	97		
<b>รวม</b>	<b>9</b>	<b>29</b>	<b>128</b>	<b>170</b>	<b>64</b>	<b>400</b>		

ตาราง 55 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารศาลาลของ นักท่องเที่ยว	สิ่งอำนวยความสะดวก ขั้นพื้นฐาน					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>4. จำนวนสมาชิกที่ใช้บริการร้านอาหารศาลาลในแต่ละครั้ง</b>								
1) 1-2 คน	4	17	71	66	30	188	17.776	.123
2) 3-4 คน	3	8	43	87	25	166		
3) 5-6 คน	2	4	10	13	8	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	0	4	4	1	9		
<b>รวม</b>	<b>9</b>	<b>29</b>	<b>128</b>	<b>170</b>	<b>64</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารศาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	2	8	51	61	31	153	23.604	.260
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	3	3	24	32	8	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	1	2	8	15	4	30		
4) ทุกวัน	2	9	16	27	14	68		
5) เดือนละครั้ง	1	6	28	35	7	77		
6) อื่น ๆ	0	1	1	0	0	2		
<b>รวม</b>	<b>9</b>	<b>29</b>	<b>128</b>	<b>170</b>	<b>64</b>	<b>400</b>		

จากตาราง 55 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารศาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 56 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพต่อพฤติกรรม  
การบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามร้านอาหารมีป้ายร้าน  
และโลโก้ตราฮาลาลที่สามารถเห็นได้ชัดเจน

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	ร้านอาหารมีป้ายร้านและโลโก้ตราฮาลาล ที่สามารถเห็นได้ชัดเจน					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) ความสะอาด	1	2	28	49	30	110	26.647	.145
2) ความปลอดภัยจาก สิ่งปนเปื้อน	0	0	1	10	7	18		
3) คุณค่าทางโภชนาการ	0	1	6	14	4	25		
4) สิ่งแวดล้อมภายใน ร้านอาหาร	0	2	6	17	2	27		
5) ถูกต้องตามหลัก ศาสนา	0	2	41	80	67	190		
6) อื่น ๆ	0	0	5	18	7	30		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>87</b>	<b>188</b>	<b>117</b>	<b>400</b>		
<b>2. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง</b>								
1) ก่อน 10.00 น.	1	0	8	16	9	34	21.481	.369
2) 10.00–12.00 น.	0	0	8	33	18	59		
3) 12.01–14.00 น.	0	2	33	71	47	153		
4) 14.01–16.00 น.	0	1	7	15	13	36		
5) 16.01–18.00 น.	0	2	11	22	10	45		
6) 18.01 น. เป็นต้นไป	0	2	20	31	20	73		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>87</b>	<b>188</b>	<b>117</b>	<b>400</b>		
<b>3. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง</b>								
1) ต่ำกว่า 200 บาท	0	0	18	31	16	65	10.924	.535
2) 200–400 บาท	1	2	31	68	51	153		
3) 401–600 บาท	0	3	14	47	21	85		
4) 601 บาทขึ้นไป	0	2	24	42	29	97		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>87</b>	<b>188</b>	<b>117</b>	<b>400</b>		

ตาราง 56 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของ นักท่องเที่ยว	ร้านอาหารมีป้ายร้านและโลโก้ตราฮาลาล ที่สามารถเห็นได้ชัดเจน					รวม	X <sup>2</sup>	Sig.
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	<b>4. จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง</b>							
1) 1-2 คน	0	4	50	81	53	188	11.437	.492
2) 3-4 คน	1	2	26	87	50	166		
3) 5-6 คน	0	1	10	14	12	37		
4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป	0	0	1	6	2	9		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>87</b>	<b>188</b>	<b>117</b>	<b>400</b>		
<b>5. จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล</b>								
1) 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	0	2	28	70	53	153	17.063	.649
2) 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	1	1	19	35	14	70		
3) 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	0	1	7	14	8	30		
4) ทุกวัน	0	2	13	28	25	68		
5) เดือนละครั้ง	0	1	19	40	17	77		
6) อื่น ๆ	0	0	1	1	0	2		
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>87</b>	<b>188</b>	<b>117</b>	<b>400</b>		

จากตาราง 56 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามร้านอาหารมีป้ายร้านและโลโก้ตราฮาลาลที่สามารถเห็นได้ชัดเจน ด้วยค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า ร้านอาหารมีป้ายร้านและโลโก้ตราฮาลาลที่สามารถเห็นได้ชัดเจน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

สรุปภาพรวมที่ได้จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตาราง 57 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวโดยภาพรวม

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว	ด้านผลิตภัณฑ์					
	รายการอาหารที่เลือก มากมายหลายชนิด	อาหารได้คุณภาพ สด/ใหม่ ถูกต้องตามหลักศาสนา	รสชาติอร่อย กลมกล่อม	การตกแต่งอาหาร มีความสวยงาม น่ารับประทาน	อาหารใช้วัตถุดิบที่เป็นฮาลาล	
1) เหตุผลในการเลือกใช้บริการ ร้านอาหารฮาลาล	×	×	×	×	✓	
2) ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง	×	×	×	×	×	
3) ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหาร ฮาลาลต่อครั้ง	×	×	✓	×	✓	
4) จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการ ร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง	×	×	×	×	×	
5) จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการ ร้านอาหารฮาลาล	×	×	×	×	✓	
<b>ภาพรวม</b>	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	

หมายเหตุ: \* กำหนดให้เครื่องหมาย ✓ แทนข้อที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05  
เครื่องหมาย ✗ แทนข้อที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 57 แสดงผลสรุปการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square) ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวโดยภาพรวม พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้น อาหารที่มีการใช้วัตถุดิบที่เป็นฮาลาลซึ่งอาหารที่มีรสชาติอร่อย กลมกล่อมมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง และอาหารที่มีการใช้วัตถุดิบที่เป็นฮาลาลมีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการเลือกใช้

บริการร้านอาหารฮาลาล ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง และจำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล

ตาราง 58 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความเหมาะสมของราคาต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวโดยภาพรวม

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว	ด้านความเหมาะสมของราคา				
	ราคาอาหารเหมาะสม กับปริมาณอาหารที่ได้รับ	ราคาอาหารคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	การแสดงราคาในเมนูชัดเจน	ราคาที่กำหนดในรายการ อาหารเป็นไปตามมาตรฐาน	วัตถุดิบที่ใช้มีคุณภาพ เหมาะสมกับราคา
1) เหตุผลในการเลือกใช้บริการ ร้านอาหารฮาลาล	✓	✗	✗	✗	✓
2) ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง	✗	✗	✗	✗	✗
3) ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหาร ฮาลาลต่อครั้ง	✗	✓	✗	✗	✗
4) จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการ ร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง	✗	✗	✗	✓	✗
5) จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการ ร้านอาหารฮาลาล	✗	✗	✗	✗	✗
<b>ภาพรวม</b>	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์

หมายเหตุ: \* กำหนดให้เครื่องหมาย ✓ แทนข้อที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05  
เครื่องหมาย ✗ แทนข้อที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 58 แสดงผลสรุปการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square) ระหว่างด้านความเหมาะสมของราคาต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวโดยภาพรวม พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้นราคาอาหารเหมาะสมกับปริมาณอาหารที่ได้รับ และวัตถุดิบที่ใช้มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา มีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล ราคาอาหารคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง และราคาที่กำหนดในรายการ

อาหารเป็นไปตามมาตรฐานมีความสัมพันธ์กับจำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง

ตาราง 59 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านสถานที่จัดจำหน่ายต่อพฤติกรรมกรบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวโดยภาพรวม

พฤติกรรมกรบริโภค อาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว	ด้านสถานที่จัดจำหน่าย				
	ร้านอาหารอยู่ใกล้แหล่ง ท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้ สะดวก	สถานที่จอดรถเพียงพอ และปลอดภัย	ระบุช่วงเวลา เปิด-ปิดร้านชัดเจน	ช่องทางการติดต่อ สอบถามข้อมูล	ช่องทางการติดต่อ มีความสะดวกรวดเร็ว
1) เหตุผลในการเลือกใช้บริการ ร้านอาหารฮาลาล	X	X	X	X	X
2) ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง	X	X	X	X	X
3) ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหาร ฮาลาลต่อครั้ง	X	X	X	X	X
4) จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการ ร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง	X	X	X	✓	X
5) จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการ ร้านอาหารฮาลาล	X	X	X	X	X
<b>ภาพรวม</b>	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์

หมายเหตุ: \* กำหนดให้เครื่องหมาย ✓ แทนข้อที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05  
เครื่องหมาย X แทนข้อที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 59 แสดงผลสรุปของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square) ระหว่างด้านสถานที่จัดจำหน่ายต่อพฤติกรรมกรบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวโดยภาพรวม พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้นช่องทางการติดต่อสอบถามข้อมูลมีความสัมพันธ์กับจำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง



ตาราง 60 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาด  
ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวโดยภาพรวม

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว	ด้านการส่งเสริมการตลาด				
	ร้านอาหารมีเพจสำหรับใช้ ประชาสัมพันธ์ที่มีความ น่าดึงดูดใจ	การจัดเมนูอาหารพิเศษ ในช่วงเทศกาล	บริการเครื่องดื่มฟรี	การใช้สื่อโฆษณาต่าง ๆ	การจัดโปรโมชั่นพิเศษ ในช่วงเทศกาล
1) เหตุผลในการเลือกใช้บริการ ร้านอาหารฮาลาล	×	×	✓	×	×
2) ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง	×	✓	×	×	×
3) ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหาร ฮาลาลต่อครั้ง	×	✓	✓	×	×
4) จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการ ร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง	×	×	×	×	×
5) จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการ ร้านอาหารฮาลาล	×	×	×	✓	×
<b>ภาพรวม</b>	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์

หมายเหตุ: \* กำหนดให้เครื่องหมาย ✓ แทนข้อที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05  
เครื่องหมาย × แทนข้อที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 60 แสดงผลสรุปของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square) ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาดต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวโดยภาพรวม พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้นการจัดเมนูอาหารพิเศษในช่วงเทศกาลมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการเข้าใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาล และค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง บริการเครื่องดื่มฟรีมีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาลและค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง และการใช้สื่อโฆษณาต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการร้านอาหารฮาลาล

ตาราง 61 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านบุคลากรต่อพฤติกรรม  
การบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวม

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว	ด้านบุคลากร				
	พนักงานให้บริการ ด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม	พนักงานแต่งกาย ถูกต้องตามหลักของศาสนา	พนักงานมีความกระตือรือร้น และทำงานอย่างรวดเร็ว	พนักงานมีเพียงพอ ต่อความต้องการ	พนักงานดูแลเอาใจใส่ ในการให้บริการ
1) เหตุผลในการเลือกใช้บริการ ร้านอาหารฮาลาล	X	X	X	X	X
2) ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง	X	X	X	X	X
3) ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหาร ฮาลาลต่อครั้ง	✓	✓	X	X	X
4) จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการ ร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง	X	X	X	✓	X
5) จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการ ร้านอาหารฮาลาล	X	✓	✓	X	X
ภาพรวม	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์

หมายเหตุ: \* กำหนดให้เครื่องหมาย ✓ แทนข้อที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05  
เครื่องหมาย X แทนข้อที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 61 แสดงผลสรุปของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square) ระหว่างด้านบุคลากรต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวม พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้น พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง พนักงานแต่งกายถูกต้อง ตามหลักของศาสนามีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง และจำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการร้านอาหารฮาลาล พนักงานมีความกระตือรือร้น และทำงาน อย่างรวดเร็วมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการร้านอาหารฮาลาล และพนักงาน มีเพียงพอต่อความต้องการมีความสัมพันธ์กับจำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล ในแต่ละครั้ง

ตาราง 62 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านกระบวนการของการปฏิบัติงานต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารศาลของนักท่องเที่ยวโดยภาพรวม

พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารศาลของนักท่องเที่ยว	ด้านกระบวนการของการปฏิบัติงาน				
	การให้บริการที่สะดวกและรวดเร็ว	สามารถชำระค่าบริการได้สะดวก	ความถูกต้องในการให้บริการ	ความเป็นระเบียบในการจัดลำดับลูกค้า	การบริการลูกค้าด้วยความเสมอภาค
1) เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารศาล	×	×	×	×	×
2) ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารศาลบ่อยครั้ง	×	×	×	×	×
3) ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารศาลบ่อยครั้ง	×	×	×	✓	×
4) จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารศาลในแต่ละครั้ง	✓	×	×	×	×
5) จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารศาล	×	×	×	×	×
ภาพรวม	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์

หมายเหตุ: \* กำหนดให้เครื่องหมาย ✓ แทนข้อที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05  
เครื่องหมาย × แทนข้อที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 62 แสดงผลสรุปของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square) ระหว่างด้านกระบวนการของการปฏิบัติงานต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารศาลของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวม พบว่า ยกเว้น การให้บริการที่สะดวกและรวดเร็ว มีความสัมพันธ์กับจำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารศาลในแต่ละครั้ง ความเป็นระเบียบในการจัดลำดับลูกค้ามีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารศาลบ่อยครั้ง

ตาราง 63 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ  
ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวโดยภาพรวม

พฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว	ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ				
	การจัดวางอุปกรณ์อย่างเป็น ระเบียบ และสะอาด	ร้านอาหารมีสถานที่สำหรับ นั่งพักเพื่อรอคิวที่เพียงพอ	การจัดตกแต่งร้านอาหาร	สิ่งอำนวยความสะดวก ขั้นพื้นฐาน	ร้านอาหารมีป้ายร้านและโลโก้ ตราฮาลาลที่สามารถเห็น ได้ชัดเจน
1) เหตุผลในการเลือกใช้บริการ ร้านอาหารฮาลาล	✓	✗	✗	✗	✗
2) ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง	✗	✓	✓	✗	✗
3) ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหาร ฮาลาลต่อครั้ง	✓	✗	✓	✗	✗
4) จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการ ร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง	✗	✗	✗	✗	✗
5) จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการ ร้านอาหารฮาลาล	✗	✗	✓	✗	✗
ภาพรวม	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์

หมายเหตุ: \* กำหนดให้เครื่องหมาย ✓ แทนข้อที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05  
เครื่องหมาย ✗ แทนข้อที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 63 แสดงผลสรุปของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square) ระหว่างด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวโดยภาพรวม พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้น การจัดตกแต่งร้านอาหาร ซึ่งการจัดวางอุปกรณ์อย่างเป็นระเบียบ และสะอาดมีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการกับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง ร้านอาหารมีสถานที่สำหรับนั่งพักเพื่อรอคิวที่เพียงพอมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการใช้บริการ และการจัดตกแต่งร้านอาหารมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการใช้บริการ ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง และจำนวนครั้งที่ในการเข้าใช้บริการร้านอาหารฮาลาล

### ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาล ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา สรุปได้ว่า ควรมุ่งส่งเสริมด้านประชาสัมพันธ์ สร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบเกี่ยวกับอาหารฮาลาลพร้อมกับจัดบู๊ทสินค้าน้ำดื่มฮาลาล ในช่วงที่ตรงกับเทศกาลรอมฎอนซึ่งนอกจากจะเป็นการยกระดับมาตรฐานสินค้าแล้ว ยังจะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวและการบริโภคเพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกันการให้บริการ ควรสร้างความตระหนักรู้ให้กับพนักงานมีจิตบริการทั้งในด้านของบุคลิกภาพและการแสดงออก ทางสีหน้าท่าทางรวมถึงการใช้คำพูดกับผู้ที่มาใช้บริการให้ได้รับความประทับใจอันจะนำไปสู่ การกลับมาใช้บริการซ้ำ นอกจากนี้ในส่วนของร้านอาหารฮาลาลที่ยังไม่ได้รับการตรวจรับรอง คุณภาพมาตรฐานฮาลาล จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญและเข้มงวด กับกระบวนการผลิตในทุกขั้นตอน เพื่อให้ถูกต้องตามหลักปฏิบัติของศาสนา กับทั้งจะต้อง ดำเนินการยื่นขอการตรวจประเมิน และรับรองมาตรฐานบริการอาหารฮาลาล ทั้งนี้เพื่อให้ มีจำนวนร้านอาหารฮาลาลที่ได้รับมาตรฐานเพิ่มมากขึ้น และมีพื้นที่ครอบคลุมในการให้บริการ ทั้งในห้างสรรพสินค้าและสถานประกอบการโรงแรมไว้รองรับกับการขยายตัวทางด้าน การท่องเที่ยวและจำนวนของผู้บริโภคอาหารฮาลาลที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามไปด้วยในอนาคต

### ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์จากการวิจัยเชิงคุณภาพ

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นตามทัศนคติของบุคคล โดยการวิเคราะห์เนื้อหา แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาล 3 คน บุคคลที่มีบทบาทหน้าที่ เกี่ยวข้องกับกิจการฮาลาลและมาตรฐานฮาลาล 3 คน และหน่วยงานภาครัฐ 3 คน รวมทั้งสิ้น 9 คน โดยมีประเด็นข้อคำถาม 2 ข้อ ดังนี้

คำถามข้อที่ 1 ท่านพบปัญหาหรืออุปสรรคเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลที่ส่งผลต่อความ เชื่อมั่นของ นักท่องเที่ยวในด้านใดบ้าง

1. ด้านสถานประกอบการ
2. ด้านวัตถุดิบ และกระบวนการจัดเก็บรักษา
3. ด้านวิธีการล้างวัตถุดิบ
4. ด้านพนักงาน
5. ด้านการขนส่ง
6. ด้านการจัดจำหน่าย

### 7. ด้านการให้บริการอาหาร

คำถามข้อที่ 2 ท่านมีแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลในด้านใดบ้าง เพื่อใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต

1. ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า
2. ด้านการบริการ
3. ด้านบุคลากร
4. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์
5. ด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว
6. ด้านความเหมาะสมของราคา
7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

**ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาล**

#### คนที่ 1 ผู้จัดการห้องอาหารโรงแรมหาดใหญ่พาราไดส์ แอนด์รีสอร์ท

คำถามข้อที่ 1 ท่านพบปัญหาหรืออุปสรรคเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในด้านใดบ้าง

#### 1. ด้านสถานประกอบการ

“...ลูกค้าบางท่านที่ไม่ได้นับถือศาสนาอิสลามซึ่งอาจจะไม่มีความรู้เกี่ยวกับศาสนาอิสลามเลย จะมีการนำอาหารที่ไม่ฮาลาล เช่น หมูย่าง เข้ามาในบริเวณร้านอาหาร ส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาอิสลามขาดความเชื่อมั่นต่อร้านอาหารฮาลาลได้...”

#### 2. ด้านวัตถุดิบ และกระบวนการจัดเก็บรักษา

“...ไม่มีปัญหาและอุปสรรค เพราะทางผู้ประกอบการจะใช้วัตถุดิบที่เป็นฮาลาลอย่างแท้จริง สะอาด สด/ใหม่ ส่วนการเก็บรักษาจะเก็บไว้ในตู้เย็นแยกส่วนเฉพาะของอาหารของแต่ละประเภทไว้เป็นส่วน...”

#### 3. ด้านวิธีการล้างวัตถุดิบ

“...ไม่มีปัญหาและอุปสรรค จะล้างทำความสะอาดแบบทั่วไป เช่น ผัก ปลา จะล้างวัตถุดิบประมาณ 3-4 น้ำ และมีการล้างน้ำผ่านแบบหลักศาสนาที่ถูกต้อง...”

#### 4. ด้านพนักงาน

“...พนักงานที่ทำหน้าที่ส่วนของแม่ครัวจะเป็นผู้ที่นับถือศาสนาอิสลามทั้งหมด พนักงานทุกคนและมีเน้นความสะอาดเป็นอย่างมาก เพื่อป้องกันสิ่งปนเปื้อนลงสู่อาหาร

แต่พนักงานที่ทำหน้าที่ในการบริการภายในร้านอาหารมีบางคนที่ไม่ได้นับถือศาสนาอิสลาม ลูกค้าน่าบางคนก็อาจไม่มีความเชื่อมั่นต่อร้านอาหารฮาลาลได้...”

#### 5. ด้านการขนส่ง

“...ไม่มีปัญหาและอุปสรรค เพราะทางผู้ประกอบการจะมีร้านประจำในการสั่งซื้อวัตถุดิบต่าง ๆ ซึ่งทำให้สามารถควบคุมการขนส่งได้ โดยต้องมีการห่อหุ้มอาหาร หรือใส่ภาชนะที่มีฝาปิดมิดชิดเพื่อเป็นการป้องกันสิ่งปนเปื้อนลงสู่อาหาร...”

#### 6. ด้านการจัดจำหน่าย

“...ไม่มีปัญหาและอุปสรรค เพราะบริเวณร้านอาหารอยู่ในตัวอาคารมีประตูเปิด-ปิด จึงสามารถป้องกันแมลง หรือสัตว์ที่เป็นต้นเหตุของการปนเปื้อนสู่อาหารได้...”

#### 7. ด้านการให้บริการอาหาร

“...ไม่มีปัญหาทางด้านการให้บริการอาหาร...”

คำถามข้อที่ 2 ท่านมีแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลในด้านใดบ้าง เพื่อใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต

#### 1. ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า

“...ควรมีการพัฒนาในด้านอาหารให้มีคุณภาพ สด/ใหม่ ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจอาหารฮาลาลที่มีแนวโน้มที่จะสูงขึ้น...”

#### 2. ด้านการบริการ

“...ควรมีการพัฒนาพนักงานในด้านการให้บริการที่มีมาตรฐานสากล เพื่อเป็นการยกระดับคุณภาพของการปฏิบัติ และควรมุ่งเน้นการบริการที่มีความเสมอภาค เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นต่อกิจการอาหารฮาลาลให้กับนักท่องเที่ยว...”

#### 3. ด้านบุคลากร

“...ควรมีการจัดอบรมด้านการบริการให้ความรู้แก่พนักงานสม่ำเสมอ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการปฏิบัติงานได้อย่างมีคุณภาพ และเพื่อเป็นการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ...”

#### 4. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์

“...ควรมีการจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น ในช่วงเดือนรอมฎอน เพื่อใช้ในการดึงดูดใจให้กับลูกค้า เพราะในช่วงเทศกาลถือศีลอดลูกค้าจะมีจำนวนที่ลดน้อยลงกว่าปกติถึง 40%...”

#### 5. ด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

“...ผู้ที่มีบทบาทที่เกี่ยวข้องกับกิจการฮาลาล ควรมีการสร้างผู้ประกอบการ ให้มีความรู้ความเข้าใจในด้านอาหารฮาลาลเพิ่มขึ้น เพราะในปัจจุบันประชากรที่เป็นมุสลิม มีจำนวนเพิ่มขึ้นมาก แต่กิจการอาหารฮาลาลที่ถูกต้องตามบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ยังมีไม่เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยว...”

#### 6. ด้านความเหมาะสมของราคา

“...ควรมีการแสดงราคาในรายการอาหารอย่างชัดเจน และไม่ควรรับขึ้นราคาที่สูงกว่าท้องตลาดมากเกินไป เพราะอาจส่งผลกระทบต่อกิจการฮาลาลได้...”

#### 7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

“...ทางสถานประกอบการควรมีช่องทางที่ให้ลูกค้าสามารถติดต่อได้ไม่น้อยกว่า 1 ช่องทาง เช่น โทรศัพท์ เพจของร้านโดยตรง เฟสบุ๊ก หรือว่าไลน์ เป็นต้น เพื่อเป็นการเจาะกลุ่มของลูกค้าได้อย่างกว้างขึ้น...”

### คนที่ 2 ผู้จัดการห้องอาหารโรงแรมไดอิชิ

คำถามข้อที่ 1 ท่านพบปัญหาหรืออุปสรรคเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในด้านใดบ้าง

#### 1. ด้านสถานประกอบการ

“...ร้านอาหารมุสลิมโดยส่วนมากในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ไม่ได้ผ่านการรับรองเครื่องหมายฮาลาลที่ถูกต้อง...”

#### 2. ด้านวัตถุดิบ และกระบวนการจัดเก็บรักษา

“...ไม่มี...”

#### 3. ด้านวิธีการล้างวัตถุดิบ

“...ผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ยังขาดความรู้ที่แท้จริงเกี่ยวกับกระบวนการล้างวัตถุดิบ...”

#### 4. ด้านพนักงาน

“...พนักงานบางส่วนไม่ได้นับถือศาสนาอิสลาม...”

#### 5. ด้านการขนส่ง

“...สถานประกอบการจะมีร้านค้าสำหรับรับซื้อวัตถุดิบเจ้าประจำอยู่แล้ว ซึ่งส่วนนี้ทางสถานประกอบการสามารถควบคุมการขนส่งได้...”

#### 6. ด้านการจัดจำหน่าย

“...ไม่มี...”

#### 7. ด้านการให้บริการอาหาร

“...ไม่มี...”



คำถามข้อที่ 2 ท่านมีแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลในด้านใดบ้าง เพื่อใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต

1. ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า

“...ควรมีการส่งเสริมให้ร้านอาหารฮาลาลทุกระดับได้ให้ความสำคัญในเรื่องของการได้รับเครื่องหมายฮาลาล...”

2. ด้านการบริการ

“...ควรมีการจัดบริการอาหารให้มีความสะอาด พร้อมทั้งมีรสชาติที่เหมาะสมของกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น ลูกค้าสามจังหวัด จะนิยมรับประทานอาหารที่รสชาติไม่จัดจ้าน...”

3. ด้านบุคลากร

“...ควรมีการจัดอบรมให้กับบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับการประกอบอาหาร เพื่อมุ่งหวังให้บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจเรื่องกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลที่ถูกต้องตามหลักของศาสนาอิสลาม...”

4. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์

“...ควรมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำการประชาสัมพันธ์ให้กับร้านอาหารมากยิ่งขึ้น เพื่อจะเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว...”

5. ด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

“...หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสนับสนุนในเรื่องของการขอรับตราฮาลาลให้กับผู้ประกอบการ เช่น การสนับสนุนเงินทุนช่วยเหลือ เพื่อให้สถานประกอบการในพื้นที่ได้มีเครื่องหมายฮาลาลที่มากขึ้น ซึ่งจะส่งต่อความสามารถของการรองรับนักท่องเที่ยวได้...”

6. ด้านความเหมาะสมของราคา

“..โดยภาพรวมราคาของอาหารอยู่ในระดับที่เหมาะสม...”

7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

“...ควรมีฝ่ายการตลาดคอยลงพื้นที่หากกลุ่มลูกค้า เพื่อจะได้พูดคุยสร้างความเข้าใจต่อประโยชน์ของการบริโภคอาหารฮาลาลที่แท้จริง...”

**คนที่ 3 ผู้จัดการห้องอาหารโรงแรมวิแอลหาดใหญ่**

คำถามข้อที่ 1 ท่านพบปัญหาหรืออุปสรรคเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในด้านใดบ้าง

1. ด้านสถานประกอบการ

“...ร้านอาหารที่ได้รับรองเครื่องหมายฮาลาลจะมีการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพของร้านอยู่เสมอ แต่สำหรับร้านทั่วไปที่ไม่ได้ผ่านการรับฮาลาลจะมีกระบวนการประกอบอาหารที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งส่วนนี้จะส่งผลต่อความเชื่อมั่นโดยภาพรวมเป็นอย่างมาก...”

## 2. ด้านวัตถุดิบ และกระบวนการจัดเก็บรักษา

“...ส่วนมากจะมีปัญหาในร้านอาหารที่ไม่ได้ผ่านการรับรองฮาลาล เพราะการจัดเก็บรักษาวัตถุดิบต้องลงทุนในการซื้อเครื่องแช่ที่มีมูลค่าค่อนข้างสูง...”

## 3. ด้านวิธีการล้างวัตถุดิบ

“...ผู้ที่ทำหน้าที่ล้างทำความสะอาดวัตถุดิบยังขาดความรู้ความเข้าใจถึงหลักการทางศาสนา...”

## 4. ด้านพนักงาน

“...พนักงานไม่ใช่มุสลิม และมีการแต่งกายที่ไม่เหมาะสมต่อการปฏิบัติหน้าที่ในร้านอาหารฮาลาล...”

## 5. ด้านการขนส่ง

“...มีภาชนะรับรองใส่เรียบร้อย พร้อมสกินปิดฝาอาหารอย่างมิดชิด...”

## 6. ด้านการจัดจำหน่าย

“...หากทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับร้านที่ไม่ใช่ร้านอาหารฮาลาลก็จะสามารถส่งผลต่อความเชื่อมั่นได้...”

## 7. ด้านการให้บริการอาหาร

“...อาหารสะอาด ถูกสุขลักษณะตามหลักเกณฑ์ฮาลาล...”

คำถามข้อที่ 2 ท่านมีแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลในด้านใดบ้าง เพื่อใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต

### 1. ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า

“...ควรมุ่งเน้นให้ร้านอาหารฮาลาลโดยทั่วไปมีการขอรับรองมาตรฐานฮาลาล...”

### 2. ด้านการบริการ

“...โดยรวมการบริการของร้านอาหารฮาลาลในเขตพื้นที่หาดใหญ่อยู่ในระดับที่ดี...”

### 3. ด้านบุคลากร

“...ควรมีการจัดอบรมให้บุคลากรได้มีความรู้ทางด้านกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลอยู่เสมอ...”

### 4. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์

“...หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของควรทำการประชาสัมพันธ์ให้กับสถานประกอบการที่ได้ผ่านการรับรองเครื่องหมายฮาลาล เช่น การทำสื่อโฆษณาให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว...”

#### 5. ด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

“...หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของควรสร้างความเข้าใจกับผู้ประกอบการถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการมีเครื่องหมายฮาลาล เพื่อจะได้กระตุ้นผู้ประกอบการให้มีความสนใจที่จะขอรับเครื่องหมายฮาลาลเพิ่มมากขึ้น เพราะเครื่องหมายฮาลาลเป็นสิ่งที่สำคัญต่อการประกอบอาชีพเกี่ยวกับอาหารฮาลาลและสามารถส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในระดับที่สูงมาก...”

#### 6. ด้านความเหมาะสมของราคา

“...ราคาตามมาตรฐานของอาหาร...”

#### 7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

“...ควรนำสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้เพื่อเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายให้มากยิ่งขึ้น...”

ตาราง 64 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นจากผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาล

ผู้ให้ข้อมูล การวิจัย	สรุปข้อคิดเห็น		สอดคล้อง กับแนวคิด ทฤษฎี
	ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับความเชื่อมั่น ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารฮาลาล	แนวทางการพัฒนา ร้านอาหารฮาลาล	
คนที่ 1 ผู้จัดการ ห้องอาหาร โรงแรมหาดใหญ่ พาราไดส์ แอนด์รีสอร์ท	<p>1. ด้านสถานประกอบการ</p> <p>ลูกค้าที่ไม่ได้นับถือศาสนาอิสลามซึ่งอาจจะไม่มีความรู้เกี่ยวกับศาสนาอิสลาม จะมีการนำอาหารที่ไม่ฮาลาลเข้ามาภายในร้าน เช่น หมูย่าง</p> <p>2. ด้านวัตถุดิบ และกระบวนการจัดเก็บรักษา</p> <p>ไม่มีปัญหาและอุปสรรค เพราะทางผู้ประกอบการใช้วัตถุดิบที่เป็นฮาลาลอย่างแท้จริง สะอาด สด/ใหม่ การเก็บรักษาจะเก็บไว้ในตู้เย็นแยกอาหารแต่ละประเภทไว้เป็นสัดส่วน</p> <p>3. ด้านวิธีการล้างวัตถุดิบ</p> <p>ไม่มีปัญหาและอุปสรรค จะล้างทำความสะอาดแบบทั่วไป เช่น ผัก ปลา จะล้างวัตถุดิบประมาณ 3-4 น้ำ และมีการล้างน้ำผ่านแบบหลักศาสนาที่ถูกต้อง</p>	<p>1. ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า</p> <p>ควรมีการพัฒนาในด้านอาหารให้มีคุณภาพ สด/ใหม่ ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม</p> <p>2. ด้านการบริการ</p> <p>ควรมีการพัฒนาพนักงานในด้านการให้บริการที่มีมาตรฐานสากล เพื่อเป็นการยกระดับคุณภาพของการปฏิบัติ และควรมุ่งเน้นการบริการที่มีความเสมอภาค</p> <p>3. ด้านบุคลากร</p> <p>ควรมีการจัดอบรมด้านการบริการให้ความรู้แก่พนักงานแม่เสมอ</p> <p>4. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์</p> <p>ควรมีการจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น ในช่วงเดือนรอมฎอน</p>	<p>สถาบัน มาตรฐาน ฮาลาลแห่ง ประเทศไทย, (2557) สำนักงาน คณะกรรมการ กลางอิสลาม แห่งประเทศไทย (2559, สื่อออนไลน์) ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2547)</p>

## ตาราง 64 (ต่อ)

ผู้ให้ข้อมูล การวิจัย	สรุปข้อคิดเห็น		สอดคล้องกับ แนวคิดทฤษฎี
	ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารฮาลาล	แนวทางการพัฒนา ร้านอาหารฮาลาล	
	<p>4. ด้านพนักงาน พนักงานที่ทำหน้าที่ในการบริการภายใน ร้านอาหารมีบางคนที่ไม่ได้นับถือศาสนา อิสลาม</p> <p>5. ด้านการขนส่ง ไม่มีปัญหาและอุปสรรค เพราะทาง ผู้ประกอบการจะมีร้านประจำในการสั่งซื้อ วัตถุดิบต่าง ๆ ซึ่งทำให้สามารถควบคุม การขนส่งได้</p> <p>6. ด้านการจัดจำหน่าย ไม่มีปัญหาและอุปสรรค เพราะบริเวณ ร้านอาหารอยู่ในตัวอาคารมีประตูเปิด-ปิด จึงสามารถป้องกันแมลง หรือสัตว์ที่เป็น ต้นเหตุของการปนเปื้อนสุภาพอาหารได้</p> <p>7. ด้านการให้บริการอาหาร ไม่มีปัญหาทางด้านการให้บริการอาหาร</p>	<p>5. ด้านความสามารถในการรองรับ นักท่องเที่ยว ควรมีการสร้างผู้ประกอบการให้มี ความรู้ความเข้าใจในด้านอาหารฮาลาล และตระถึงความสำคัญของการได้รับ เครื่องหมายฮาลาลเพิ่มขึ้น</p> <p>6. ด้านความเหมาะสมของราคา ควรมีการแสดงราคาในรายการอาหาร อย่างชัดเจน และไม่ควรปรับขึ้นราคา ที่สูงกว่าท้องตลาดมากจนเกินไป เพราะ อาจส่งผลกระทบต่อกิจการฮาลาลได้</p> <p>7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีช่องทางที่ให้ลูกค้าสามารถติดต่อ ได้ไม่น้อยกว่าหนึ่งช่องทาง เช่น โทรศัพท์ เพจของร้านโดยตรง เฟสบุ๊ก หรือว่าไลน์ เพื่อเป็นการเจาะกลุ่มของลูกค้าได้อย่าง กว้างขึ้น</p>	
คนที่ 2 ผู้จัดการ ห้องอาหารโรงแรม ไดอิชิ	<p>1. ด้านสถานประกอบการ ร้านอาหารมุสลิมโดยส่วนมากในอำเภอ หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ไม่ได้ผ่านการ รับรองเครื่องหมายฮาลาลที่ถูกต้อง</p> <p>2. ด้านวัตถุดิบและกระบวนการ จัดเก็บรักษา ไม่มี</p> <p>3. ด้านวิธีการล้างวัตถุดิบ ผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ยังขาดความรู้ที่แท้จริง เกี่ยวกับกระบวนการล้างวัตถุดิบ</p> <p>4. ด้านพนักงาน พนักงานบางส่วนไม่ได้นับถือศาสนา อิสลาม</p> <p>5. ด้านการขนส่ง สถานประกอบการจะมีร้านค้าสำหรับรับ ซื้อวัตถุดิบเจ้าประจำอยู่แล้ว ซึ่งส่วนนี้ทาง สถานประกอบการสามารถควบคุมการ ขนส่งได้</p>	<p>1. ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า ควรมีการส่งเสริมให้ร้านอาหารฮาลาล เห็นถึงความสำคัญในเรื่องของการได้รับ เครื่องหมายฮาลาล</p> <p>2. ด้านการบริการ ควรมีการจัดบริการอาหารให้มีความ สะอาด พร้อมทั้งมีรสชาติที่เหมาะสม ของกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น ลูกค้า สามจังหวัด จะนิยมรับประทานอาหารที่ รสชาติไม่จัดจ้าน</p> <p>3. ด้านบุคลากร ควรมีการจัดอบรมด้านความรู้เกี่ยวกับ การประกอบอาหารให้กับพนักงานที่ ปฏิบัติหน้าที่ให้มีความรู้ความเข้าใจเรื่อง กระบวนการผลิตอาหารฮาลาลที่ถูกต้อง ตามหลักของศาสนาอิสลาม</p> <p>4. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ควรมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำการ ประชาสัมพันธ์ให้กับร้านอาหารมากขึ้น</p>	

## ตาราง 64 (ต่อ)

ผู้ให้ข้อมูล การวิจัย	สรุปข้อคิดเห็น		สอดคล้อง กับแนวคิด ทฤษฎี
	ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับความเชื่อมั่น ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารฮาลาล	แนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาล	
คนที่ 2 ผู้จัดการ ห้องอาหาร โรงแรมโคอิชิ	6. ด้านการจัดจำหน่าย ไม่มี 7. ด้านการให้บริการอาหาร ไม่มี	5. ด้านความสามารถในการรองรับ นักท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการ สนับสนุนในเรื่องของการขอรับ ตราฮาลาลให้กับผู้ประกอบการ เช่น การสนับสนุนเงินทุนช่วยเหลือ 6. ด้านความเหมาะสมของราคา โดยภาพรวมราคาของอาหารอยู่ใน ระดับที่เหมาะสม 7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีฝ่ายการตลาด คอยลงพื้นที่หา กลุ่มลูกค้า เพื่อจะได้พูดคุยสร้างความ เข้าใจต่อประโยชน์ของการบริโภค อาหารฮาลาลที่แท้จริง	สถาบัน มาตรฐาน ฮาลาลแห่ง ประเทศไทย, (2557) สำนักงาน คณะกรรมการ กลางอิสลาม แห่งประเทศไทย (2559, สื่อออนไลน์) ธีรกิต นวรัตน์ ณ อยุธยา (2547)
คนที่ 3 ผู้จัดการ ห้องอาหาร โรงแรมวีแอล หาดใหญ่	1. ด้านสถานประกอบการ ร้านอาหารที่ได้รับรองเครื่องหมาย ฮาลาลจะมีการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพ ของร้านอยู่เสมอ แต่สำหรับร้านทั่วไปที่ ไม่ได้ผ่านการรับฮาลาลจะมีกระบวนการ ประกอบอาหารที่แตกต่างกันออกไป ซึ่ง ส่วนนี้จะส่งผลต่อความเชื่อมั่นโดย ภาพรวมเป็นอย่างมาก 2. ด้านวัตถุดิบ และ กระบวนการ จัดเก็บรักษา ส่วนมากจะมีปัญหาในร้านอาหารที่ไม่ได้ ผ่านการรับรองฮาลาล เพราะการจัดเก็บ รักษาวัตถุดิบต้องลงทุนในการซื้อเครื่อง แช่ที่มีมูลค่าค่อนข้างสูง 3. ด้านวิธีการล้างวัตถุดิบ ผู้ที่ทำหน้าที่ล้างทำความสะอาดวัตถุดิบ ยังขาดความรู้ความเข้าใจถึงหลักการ ทางศาสนา	1. ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า ควรมีการส่งเสริมให้ร้านอาหาร ฮาลาลทุกระดับได้ให้ความสำคัญใน เรื่องของการได้รับเครื่องหมายฮาลาล 2. ด้านการบริการ โดยรวมการบริการของร้านอาหาร ฮาลาลในเขตพื้นที่หาดใหญ่อยู่ใน ระดับดี 3. ด้านบุคลากร ควรมีการจัดอบรมให้บุคลากรได้มี ความรู้ทางด้านกระบวนการผลิต อาหารฮาลาลอยู่เสมอ 4. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรทำการ ประชาสัมพันธ์ให้กับสถาน ประกอบการที่ได้ผ่านการรับรอง เครื่องหมายฮาลาล เช่น การทำสื่อ โฆษณาให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว	สถาบัน มาตรฐาน ฮาลาลแห่ง ประเทศไทย, (2557) สำนักงาน คณะกรรมการ กลางอิสลาม แห่งประเทศไทย (2559, สื่อออนไลน์) ธีรกิต นวรัตน์ ณ อยุธยา (2547)

## ตาราง 64 (ต่อ)

ผู้ให้ข้อมูล การวิจัย	สรุปข้อคิดเห็น		สอดคล้อง กับแนวคิด ทฤษฎี
	ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับความเชื่อมั่น ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารฮาลาล	แนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาล	
	4. ด้านพนักงาน พนักงานบางส่วนไม่ได้นับถือศาสนา อิสลาม	5. ด้านความสามารถในการรองรับ นักท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสร้างความ เข้าใจกับผู้ประกอบการถึง ผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการมี เครื่องหมายฮาลาล เพื่อจะได้กระตุ้น ผู้ประกอบการให้มีความสนใจที่จะ ขอรับเครื่องหมายฮาลาลเพิ่มมากขึ้น	
	5. ด้านการขนส่ง มีภาชนะรับรองใส่เรียบร้อย พร้อมสก็น ปิดฝาอาหารอย่างมิดชิด	6. ด้านความเหมาะสมของราคา ราคาตามมาตรฐานของอาหาร	
	6. ด้านการจัดจำหน่าย หากทำเลที่ตั้งของร้านอยู่บริเวณใกล้ กับร้านอาหารที่ไม่ใช่อาหารฮาลาล สามารถส่งผลต่อความเชื่อมั่นได้	7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรนำสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้เพื่อเป็น ช่องทางในการจัดจำหน่ายให้มาก ยิ่งขึ้น	
	7. ด้านการให้บริการอาหาร อาหารสะอาด ถูกสุขลักษณะตาม หลักเกณฑ์ฮาลาล		

จากตาราง 64 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาล โดยภาพรวมซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารฮาลาล พบว่า ร้านอาหารฮาลาลในเขตพื้นที่หาดใหญ่โดยส่วนมากจะไม่ได้ผ่านการรับรองเครื่องหมายฮาลาลและมีการว่าจ้างพนักงานที่ไม่ใช่มุสลิมทำหน้าที่ในการบริการอาหาร ซึ่งเป็นผู้ที่ขาดความรู้ความเข้าใจถึงหลักคำสอนของศาสนาอิสลาม จึงส่งผลต่อกระบวนการล้างวัตถุดิบที่ถูกวิธี เพราะธุรกิจฮาลาลจะมีความแตกต่างจากธุรกิจอื่น ๆ โดยมีการนำหลักความเชื่อทางศาสนาเข้ามาเกี่ยวข้องซึ่งจะมีความพิถีพิถันต่อกระบวนการผลิตอาหารมากเป็นพิเศษ แม้แต่ลูกค้านำอาหารที่เป็นสิ่งต้องห้ามทางศาสนาเข้ามาภายในร้าน หรือทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณที่ไม่เหมาะสมก็สามารถส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน สำหรับด้านการจัดจำหน่าย ด้านการให้บริการอาหาร ด้านวัตถุดิบ และกระบวนการจัดเก็บรักษา โดยภาพรวมไม่มีปัญหาและอุปสรรคต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารฮาลาลในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

แนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคตสามารถวิเคราะห์ผลข้อมูล ได้ดังนี้

1. ด้านภาพลักษณ์ ควรมีการส่งเสริมให้ร้านอาหารฮาลาลทุกระดับได้ตระหนักถึงความสำคัญของการได้รับเครื่องหมายฮาลาล เพื่อจะได้เป็นแนวทางที่ใช้ในการพัฒนาคุณภาพของอาหารให้มีกระบวนการผลิตที่ถูกต้องตามหลักการทางศาสนา
2. ด้านการบริการ ควรมีการพัฒนาการบริการที่ได้มาตรฐานสากล เพื่อเป็นการยกระดับคุณภาพของธุรกิจอาหารฮาลาลโดยมุ่งเน้นการบริการที่มีความเสมอภาค รวมทั้งต้องมีการศึกษาความต้องการเบื้องต้นของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความประทับใจต่อการได้รับบริการ
3. ด้านบุคลากร ควรมีการจัดอบรมเกี่ยวกับการประกอบอาหารฮาลาลที่ถูกต้องตามหลักการทางศาสนา และควรมีการจัดอบรมหลักการให้บริการที่ดีต่อลูกค้าอยู่เสมอ เพื่อให้บุคลากรได้มีความรู้ความเข้าใจถึงหลักการต่าง ๆ และนำไปใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรทำการประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้นเพื่อให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว โดยการทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ประกอบการที่ได้ผ่านการรับรองเครื่องหมายฮาลาล เช่น สื่อเกี่ยวกับโปรโมชั่นต่าง ๆ ของทางร้านอาหาร
5. ด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสร้างความรู้ความเข้าใจถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการมีเครื่องหมายฮาลาลที่ถูกต้องตามบทบัญญัติทางศาสนา โดยการสนับสนุนเงินทุนช่วยเหลือเพื่อเป็นการกระตุ้นให้สถานประกอบการได้เข้ารับการประเมินมาตรฐานฮาลาลเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญต่อการประกอบอาชีพ และสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวได้ในระดับที่สูงมาก
6. ด้านความเหมาะสมของราคา ควรมีการแสดงราคาในรายการอาหารอย่างชัดเจน และไม่ควรรับขึ้นราคาที่สูงกว่าท้องตลาดมากเกินไป
7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรใช้ช่องทางการติดต่อผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มเติมที่นอกเหนือจากการติดต่อผ่านโทรศัพท์ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ หรือเพจของร้านโดยตรง เพื่อสามารถเจาะกลุ่มลูกค้าได้กว้างขึ้น และควรมีฝ่ายการตลาดที่ทำหน้าที่ในการพูดคุยสร้างความเข้าใจต่อประโยชน์ของการบริโภคอาหารฮาลาล

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์บุคคลที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับกิจการอาหารฮาลาลและมาตรฐานฮาลาล

### คนที่ 1 รองเลขาธิการคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

คำถามข้อที่ 1 ท่านพบปัญหาหรืออุปสรรคเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในด้านใดบ้าง

#### 1. ด้านสถานประกอบการ

“...เกิดจากผู้ประกอบที่มาขอเครื่องหมายฮาลาลยังมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับฮาลาลน้อย และเมื่อได้รับอนุมัติให้ใช้เครื่องหมายฮาลาลได้แล้วไม่มีการปฏิบัติตามหลักของศาสนาอย่างเคร่งครัด จึงส่งผลให้อาหารฮาลาลในเมืองไทยมีความเชื่อมั่นน้อยลง...”

#### 2. ด้านวัตถุดิบ และกระบวนการจัดเก็บรักษา

“...ส่วนนี้ไม่มีปัญหาหรืออุปสรรคใด ๆ เพราะสถานประกอบการโดยส่วนมากก็จะใช้วัตถุดิบที่เป็นฮาลาล และมีกระบวนการจัดเก็บรักษาวัตถุดิบที่ค่อนข้างดี...”

#### 3. ด้านวิธีการล้างวัตถุดิบ

“...จากการที่ได้มีการตรวจสอบสถานประกอบการที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาลโดยส่วนมากจะมีวิธีล้างวัตถุดิบที่ถูกต้องตามหลักการของศาสนา...”

#### 4. ด้านพนักงาน

“...ผู้ที่ปฏิบัติในส่วนของพนักงานในการประกอบอาหารในแต่ละสถานประกอบการจะเป็นมุสลิมทั้งหมด ส่วนพนักงานที่คอยให้บริการอาหารในบางสถานประกอบการก็จะมีพนักงานที่ไม่ใช่มุสลิม แต่ก็ถือว่าไม่ได้ผิดหลักศาสนา เพียงแต่ต้องแต่งกายให้เหมาะสม ซึ่งสามารถป้องกันสิ่งปนเปื้อนลงสู่อาหารได้ ปัญหาส่วนนี้นักท่องเที่ยวบางรายอาจไม่เข้าใจ หรือมีข้อสงสัยว่าทำไมพนักงานไม่ใช่มุสลิมก็อาจจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ หรือความเชื่อมั่นได้...”

#### 5. ด้านการขนส่ง

“...สถานประกอบการจะมีบริษัทหรือร้านค้าสำหรับรับซื้อวัตถุดิบในการประกอบอาหารอยู่แล้ว ซึ่งส่วนนี้ทางสถานประกอบการน่าจะควบคุมการขนส่งได้เป็นอย่างดี...”

#### 6. ด้านการจัดจำหน่าย

“...สถานประกอบการที่ได้รับมาตรฐานเครื่องหมายฮาลาลที่ถูกต้องจะไม่มีปัญหาหรืออุปสรรคในส่วนนี้ เนื่องจากร้านอาหารจะจำหน่ายเฉพาะอาหารที่เป็นฮาลาลเท่านั้น...”

#### 7. ด้านการให้บริการอาหาร

“...ผู้ที่ทำหน้าที่บริการอาหาร ไม่ค่อยมีความกระตือรือร้นที่จะใส่ใจลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารดีเท่าที่ควร...”



คำถามข้อที่ 2 ท่านมีแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลในด้านใดบ้าง เพื่อใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต

1. ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า

“...ต้องทำความเข้าใจกับผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาลอย่างจริงจังในเรื่องของการได้รับเครื่องหมายมาตรฐานฮาลาลตามหลักศาสนาอิสลาม เพราะในส่วนนี้จะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของฮาลาลโดยตรง ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวทั่วโลกมีความเชื่อมั่นต่อสินค้าฮาลาลของประเทศไทยได้...”

2. ด้านการบริการ

“...ต้องมุ่งเน้นเกี่ยวกับความสะดวก ปลอดภัยจากสิ่งปนเปื้อน หรือสารตกค้างที่ให้โทษต่อร่างกาย รวมไปถึงแอลกอฮอล์ซึ่งเป็นสิ่งที่ศาสนาต้องห้ามอย่างเด็ดขาด...”

3. ด้านบุคลากร

“...ยังขาดแคลนแรงงานที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องอาหารฮาลาล ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือสถานประกอบการ ควรมีการจัดอบรมให้กับบุคลากรเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลที่ถูกต้องตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม ซึ่งจะส่งผลให้บุคลากรสามารถนำความรู้มาปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง...”

4. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์

“...ควรมีการมุ่งเน้นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีซึ่งจะสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวได้...”

5. ด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

“...ภายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาถือได้ว่ามีร้านอาหารฮาลาลที่ได้รับเครื่องหมายตราฮาลาลที่ถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลามยังมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องเร่งสร้างความเข้าใจและบอกถึงความสำคัญต่อเครื่องหมายฮาลาลที่ผู้ประกอบการจะได้รับอย่างจริงจัง เพื่อจะได้เพิ่มปริมาณของสถานประกอบการที่ได้มาตรฐานฮาลาล เพื่อใช้สำหรับรองรับนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต...”

6. ด้านความเหมาะสมของราคา

“...ควรมีการตั้งราคาที่เหมาะสม เท่าเทียมกันไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวภายในประเทศหรือต่างประเทศ และควรมีป้ายราคาของอาหารที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อถือต่อกิจการฮาลาลได้...”

7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

“...สถานประกอบการควรมีสื่อโซเชียลเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายที่นอกเหนือจากโทรศัพท์ เพราะในปัจจุบันโลกโซเชียลกำลังได้รับความนิยมสูงและสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายของลูกค้าได้ทุกระดับ และเป็นช่องทางที่สามารถติดต่อได้สะดวกและรวดเร็ว...”

## คนที่ 2 หัวหน้าฝ่ายกิจการฮาลาลประจำจังหวัดสงขลา

คำถามข้อที่ 2 ท่านพบปัญหาหรืออุปสรรคเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในด้านใดบ้าง

### 1. ด้านสถานประกอบการ

“...ผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาลไม่ค่อยให้ความสำคัญถึงการขอรับรองเครื่องหมาย ฮาลาลที่ถูกต้องตามกฎหมาย จึงทำให้นักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาอิสลามที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลไม่มีความเชื่อมั่นต่อคุณภาพของอาหารฮาลาลที่บริโภคมากนัก...”

### 2. ด้านวัตถุดิบ และกระบวนการจัดเก็บรักษา

“...สถานประกอบการใช้วัตถุดิบที่เป็นฮาลาลซึ่งไม่มีปัญหาต่อการความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว และมีการเก็บรักษาได้มาตรฐานตามอุณหภูมิที่วัตถุดิบควรอยู่...”

### 3. ด้านวิธีการล้างวัตถุดิบ

“...ร้านอาหารใช้ความเร่งรีบต่อการประกอบอาหารจึงส่งผลให้วัตถุดิบมีความสะอาดไม่เพียงพอ...”

### 4. ด้านพนักงาน

“...การแต่งกายของพนักงานบางร้านไม่มีความเหมาะสมต่องานบริการในร้านอาหารฮาลาล...”

### 5. ด้านการขนส่ง

“...การเสิร์ฟอาหารให้กับลูกค้า โดยส่วนมากร้านอาหารไม่มีการปิดฝาอาหารระหว่างจากห้องครัวกับโต๊ะอาหารซึ่งบางครั้งอาจทำให้มีสิ่งปนเปื้อนลงสู่อาหารได้...”

### 6. ด้านการจัดจำหน่าย

“...สถานประกอบการที่ได้รับมาตรฐานเครื่องหมายฮาลาลที่ถูกต้องตามบทบัญญัติจะมีการจัดจำหน่ายอาหารที่ถูกต้องและไม่ปนเปื้อนกับอาหารที่ไม่ฮาลาล...”

### 7. ด้านการให้บริการอาหาร

“...พนักงานในร้านอาหารยังขาดความรู้เกี่ยวกับการบริการอาหาร และมารยาทการบริการที่ดี ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการ...”

คำถามข้อที่ 2 ท่านมีแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลในด้านใดบ้าง เพื่อใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต

1. ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า

“...ควรสร้างความเข้าใจถึงผลที่ผู้ประกอบการจะได้รับจากการมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานฮาลาล ซึ่งจะสามารถสร้างความเชื่อมั่นจากนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศ และนักท่องเที่ยวต่างประเทศได้เป็นอย่างดี และผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตามบทบัญญัติทางศาสนาอย่างเคร่งครัด โดยมุ่งเน้นในด้านความสะอาด และปราศจากสิ่งปนเปื้อน...”

2. ด้านการบริการ

“...ควรมีการจัดบริการอาหารให้มีความสะอาด พร้อมทั้งมีรสชาติที่อร่อย น่ารับประทาน...”

3. ด้านบุคลากร

“...ควรมีการจัดอบรมพนักงานในร้านให้มีใจรักในงานบริการ พุดจาไพเราะ ยิ้มแย้ม และควรมุ่งเน้นเกี่ยวกับการแต่งกายและความสะอาดของพนักงาน...”

4. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์

“...ควรมีการจัดโปรโมชั่นร้านอาหารให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในวงกว้าง โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียล วิทยู หรือไบปลิว...”

5. ด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

“...สถานประกอบการควรมีการปรับปรุงร้านอาหารให้มีมาตรฐานฮาลาลเพิ่มขึ้น และควรตระหนักถึงความสำคัญของการขอรับรองเครื่องหมายฮาลาลที่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งจะสามารถสร้างความเชื่อมั่นจากนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศ และนักท่องเที่ยวต่างประเทศได้เป็นอย่างดี...”

6. ด้านความเหมาะสมของราคา

“...ราคาของร้านอาหารโดยภาพรวมอยู่เกณฑ์ที่เหมาะสม...”

7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

“...ควรมีการจัดโปรโมชั่นช่องทางจัดจำหน่ายในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น โทรทัคส์ วิทยู และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ...”

**คนที่ 3 ผู้ชำนาญการฝ่ายกิจการฮาลาลประจำจังหวัดสงขลา**

คำถามข้อที่ 1 ท่านพบปัญหาหรืออุปสรรคเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในด้านใดบ้าง

1. ด้านสถานประกอบการ

“...สถานประกอบการไม่ตระหนักถึงความสำคัญของการได้รับการรับรองมาตรฐานสากล ซึ่งร้านอาหารสากลโดยภาพรวมแล้วจะไม่ค่อยมีความโดดเด่น และมีโครงสร้างที่ไม่ถูกสุขลักษณะ...”

#### 2. ด้านวัตถุดิบ และกระบวนการจัดเก็บรักษา

“...วัตถุดิบ ความสดใหม่ และมีการจัดเก็บรักษาในอุณหภูมิที่เหมาะสมป้องกันสิ่งปนเปื้อนลงสู่อาหารได้...”

#### 3. ด้านวิธีการล้างวัตถุดิบ

“...บางร้านเนื่องจากต้องใช้ความสะอาดรวดเร็วในการให้บริการ ซึ่งทำให้บางครั้งล้างวัตถุดิบไม่สะอาดและไม่ได้ล้างตามกระบวนการสากล คือ การรดน้ำไหลผ่าน...”

#### 4. ด้านพนักงาน

“...พนักงานแต่งกายไม่เหมาะสม เช่น สวมรองเท้าแตะขณะปฏิบัติงาน...”

#### 5. ด้านการขนส่ง

“...การเสิร์ฟอาหารให้กับลูกค้า โดยส่วนมากร้านอาหารไม่มีการปิดฝาอาหารระหว่างจากห้องครัวกับโต๊ะอาหาร...”

#### 6. ด้านการจัดจำหน่าย

“...ไม่มีปัญหาหรืออุปสรรคในส่วนนี้ เนื่องจากร้านอาหารจะจำหน่ายเฉพาะอาหารที่เป็นสากลเท่านั้นจึงไม่มีโอกาสที่จะปนเปื้อนกับอาหารที่ไม่สากล...”

#### 7. ด้านการให้บริการอาหาร

“...ทางร้านไม่ได้ให้ความสำคัญกับลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งส่งผลให้ไม่ได้รับความสะดวกต่อการเข้าไปรับประทานในร้านอาหารสากล...”

คำถามข้อที่ 2 ท่านมีแนวทางการพัฒนาร้านอาหารสากลในด้านใดบ้าง เพื่อใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต

#### 1. ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า

“...สถานประกอบการควรมีการคัดสรรเมนูอาหารที่มีความหลากหลาย มีรสชาติที่อร่อย วัตถุดิบมีความสดใหม่ และเน้นเมนูที่มีชื่อเสียงของท้องถิ่น เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์พร้อมทั้งจำเป็นที่จะต้องยกระดับด้วยการขอรับรองมาตรฐานสากล...”

#### 2. ด้านการบริการ

“...ควรมุ่งเน้นในเรื่องความสะอาดของอาหาร และความสะอาดของผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับการบริการอาหารให้กับลูกค้า...”

#### 3. ด้านบุคลากร

“...ควรมีการจัดอบรมพนักงานให้มีมารยาทในการบริการ และสถานประกอบการควรปลูกฝังให้พนักงานทุกคนมีใจรักงานบริการ...”

#### 4. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์

“...ควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของเร่งทำการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารและเป็นการสร้างความดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในพื้นที่...”

#### 5. ด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

“...ควรมีการพัฒนาร้านอาหารให้ได้รับมาตรฐานสากลเพิ่มมากขึ้น โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการผลิตอาหารสากลที่ถูกต้องกับผู้ประกอบการร้านอาหารสากล โดยการจัดอบรมและศึกษาดูงาน ให้กับร้านอาหารที่ได้การรับรองมาตรฐานสากล เพื่อให้เห็นถึงคุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากการผลิตอาหารสากลที่แท้จริง เพราะอาหารสากลจะต้องเป็นอาหารที่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลามแล้วยังจำเป็นต้องถูกต้องตามหลักสาธารณสุขด้วย...”

#### 6. ด้านความเหมาะสมของราคา

“...ราคาของอาหารอยู่ในระดับที่เหมาะสม...”

#### 7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

“...ควรมีการโปรโมทโดยผ่านช่องทางที่หลากหลายและเข้าถึงได้ง่าย เช่น การสร้างเว็บไซต์เพื่อเป็นการโปรโมทร้านอาหารสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวโดยตรง...”

### ตาราง 65 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นบุคคลที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับกิจการอาหารสากลและมาตรฐานสากล

ผู้ให้ข้อมูล การวิจัย	สรุปข้อคิดเห็น		สอดคล้อง กับแนวคิด ทฤษฎี
	ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับความเชื่อมั่น ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารสากล	แนวทางการพัฒนาร้านอาหารสากล	
1. รองเลขาธิการ คณะกรรมการ กลางอิสลามแห่ง ประเทศไทย	1. ด้านสถานประกอบการ ผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามหลักของ ศาสนาอย่างเคร่งครัด 2. ด้านวัตถุดิบ และกระบวนการ จัดเก็บรักษา ไม่มีปัญหาหรืออุปสรรคใด ๆ เพราะ สถานประกอบการโดยส่วนมากก็จะใช้ วัตถุดิบที่เป็นฮาลาลและมีกระบวนการ จัดเก็บรักษาวัตถุดิบที่ค่อนข้างดี	1. ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า ต้องสร้างความเข้าใจกับ ผู้ประกอบการเรื่องของการได้รับ เครื่องหมายมาตรฐานสากล 2. ด้านการบริการ ต้องมุ่งเน้นเกี่ยวกับความสะอาด ปลอดภัยจากสิ่งปนเปื้อนหรือ สารตกค้างที่ให้โทษต่อร่างกาย รวมไปถึงแอลกอฮอล์ซึ่งเป็นสิ่งที่ ศาสนาต้องห้ามอย่างเด็ดขาด	สถาบัน มาตรฐาน ฮาลาลแห่ง ประเทศไทย, (2557)

ตาราง 65 (ต่อ)

ผู้ให้ข้อมูล การวิจัย	สรุปข้อคิดเห็น		สอดคล้อง กับแนวคิด ทฤษฎี
	ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับความเชื่อมั่น ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารฮาลาล	แนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาล	
	3. ด้านวิธีการล้างวัตถุดิบ จากการที่ได้มีการตรวจสอบสถานที่	3. ด้านบุคลากร ควรมีการจัดอบรมให้กับบุคลากร เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่อง กระบวนการผลิตอาหารฮาลาลที่ ถูกต้องตามบทบัญญัติของศาสนา อิสลาม	สำนักงาน คณะกรรมการ การกลาง อิสลามแห่ง ประเทศไทย (2559, สื่อออนไลน์)
	4. ด้านวิธีการล้างวัตถุดิบ จากการที่ได้มีการตรวจสอบสถานที่ ประกอบการที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาล โดยส่วนมากจะมีวิธีล้างวัตถุดิบที่ ถูกต้องตามหลักการของศาสนา	4. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ควรมีการมุ่งเน้นเกี่ยวกับ การ ประชาสัมพันธ์	ซีรกีตี นวรัตน์ ณ ออยุธยา (2547)
	5. ด้านพนักงาน พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่บางส่วนไม่ใช่ มุสลิม	5. ด้านความสามารถในการรองรับ นักท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องเร่งสร้าง ความเข้าใจและบอกถึงความสำคัญ ต่อการมีเครื่องหมายฮาลาลที่ ผู้ประกอบการจะได้รับอย่างจริงจัง	
	6. ด้านการขนส่ง สถานประกอบการจะมีบริษัทหรือ ร้านค้าสำหรับรับซื้อวัตถุดิบในการ ประกอบอาหารอยู่แล้ว ซึ่งส่วนนี้ทาง สถานประกอบการน่าจะควบคุมการ ขนส่งได้เป็นอย่างดี	6. ด้านความเหมาะสมของราคา ควรมีการตั้งราคาที่เหมาะสม เท่าเทียมกันไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยว ภายในประเทศหรือต่างประเทศ และ ควรมีป้ายราคาของอาหารที่สามารถ มองเห็นได้ชัดเจน	
	7. ด้านการจัดจำหน่าย สถานประกอบการที่ได้รับมาตรฐาน เครื่องหมายฮาลาลที่ถูกต้องจะไม่มี ปัญหาหรืออุปสรรคในส่วนนี้ เนื่องจาก ร้านอาหารจะจำหน่ายเฉพาะอาหารที่ เป็นฮาลาลเท่านั้น	7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรใช้สื่อโซเชียล เพื่อเจาะ กลุ่มเป้าหมายของลูกค้าได้ทุกระดับ และเป็นช่องทางที่สามารถติดต่อได้ สะดวกและรวดเร็ว	
2. หัวหน้าฝ่าย กิจการฮาลาล ประจำจังหวัด สงขลา	1. ด้านสถานประกอบการ ผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาลไม่ให้ ความสำคัญถึงการขอรับรอง เครื่องหมาย	1. ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า ควรสร้าง ความเข้าใจ ถึงผลที่ ผู้ประกอบการจะได้รับจากการ เครื่องหมายรับรองมาตรฐานฮาลาล	สถาบัน มาตรฐาน ฮาลาลแห่ง ประเทศไทย, (2557)
	2. ด้านวัตถุดิบ และกระบวนการ จัดเก็บรักษา สถานประกอบการใช้วัตถุดิบที่เป็นฮาลาล ซึ่งไม่มีปัญหาต่อการความเชื่อมั่นของ นักท่องเที่ยวและมีการเก็บรักษาได้ มาตรฐานตามอุณหภูมิที่วัตถุดิบควรอยู่	2. ด้านการบริการ ควรมีการจัดบริการอาหารให้มีความ สะอาด พร้อมทั้งมีรสชาติที่อร่อย	

ตาราง 65 (ต่อ)

ผู้ให้ข้อมูล การวิจัย	สรุปข้อคิดเห็น		สอดคล้อง กับแนวคิด ทฤษฎี
	ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับความเชื่อมั่น ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารฮาลาล	แนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาล	
	<p>3. ด้านวิธีการล้างวัตถุดิบ ร้านอาหารใช้ความเร่งรีบต่อการ ประกอบอาหารจึงส่งผลให้วัตถุดิบมี ความสะอาดไม่เพียงพอ</p> <p>4. ด้านพนักงาน การแต่งกายของพนักงานบางร้านไม่มี ความเหมาะสมต่องานบริการใน ร้านอาหารฮาลาล</p> <p>5. ด้านการขนส่ง การเสิร์ฟอาหารให้กับลูกค้าโดย ส่วนมากร้านอาหารไม่มีการปิดฝา อาหารระหว่างจากห้องครัวกับโต๊ะ อาหาร</p> <p>6. ด้านการจัดจำหน่าย สถานประกอบการที่ได้รับมาตรฐาน เครื่องหมายฮาลาลที่ถูกต้องตาม บทบัญญัติจะมีการจัดจำหน่ายอาหาร ที่ถูกต้อง</p> <p>7. ด้านการให้บริการอาหาร พนักงานยังขาดความรู้เกี่ยวกับการ บริการอาหารและมารยาทบริการที่ดี</p>	<p>3. ด้านบุคลากร ควรมีการจัดอบรมพนักงานให้มีใจรัก ในงานบริการ พุดจาไพเราะ อุ่มแถม และควรมุ่งเน้นเกี่ยวกับการแต่งกาย และความสะอาดของพนักงาน</p> <p>4. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ควรมีการจัดโปรโมทร้านอาหารให้เป็น ที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในวงกว้าง โดย การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียล วิทย์ หรือไบปลิว</p> <p>5. ด้านความสามารถในการรองรับ นักท่องเที่ยว ควรมีการปรับปรุงร้านอาหารให้มี มาตรฐานฮาลาลเพิ่มขึ้นและควร ตระหนักถึงความสำคัญของการขอ รับรองเครื่องหมายฮาลาล</p> <p>6. ด้านความเหมาะสมของราคา ราคาของอาหารอยู่เกณฑ์ที่เหมาะสม</p> <p>7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีการจัดโปรโมทของทางการจัด จำหน่ายในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น โทรทัศน์ วิทย์ และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ</p>	<p>สำนักงาน คณะกรรมการ กลางอิสลาม แห่งประเทศไทย (2559, สื่อออนไลน์) ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2547)</p>
3. ผู้ชำนาญการ ฝ่ายกิจการ ฮาลาลประจำ จังหวัดสงขลา	<p>1. ด้านสถานประกอบการ สถานประกอบการไม่ตระหนักถึง ความสำคัญของการได้รับการรับรอง มาตรฐานฮาลาล</p> <p>2. ด้านวัตถุดิบและกระบวนการ จัดเก็บรักษา วัตถุดิบ ความสดใหม่ และมีการจัดเก็บ รักษาในอุณหภูมิที่เหมาะสมป้องกันสิ่ง ปนเปื้อนลงสู่อาหารได้</p> <p>3. ด้านวิธีการล้างวัตถุดิบ บางร้านเนื่องจากต้องใช้ความสะดวก รวดเร็วในการให้บริการซึ่งทำให้บางครั้ง ล้างวัตถุดิบไม่สะอาดและไม่ได้ล้างตาม กระบวนการฮาลาล คือ การร่อนน้ำผ่าน</p>	<p>1. ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า ควรมีการคัดสรรเมนูอาหารที่มีความ หลากหลาย มีรสชาติที่อร่อย วัตถุดิบ มีความสดใหม่ และเน้นเมนูที่มีชื่อเสียง ของท้องถิ่น</p> <p>2. ด้านการบริการ ควรมุ่งเน้นในเรื่องความสะอาดของ อาหาร และความสะอาดของผู้ที่ปฏิบัติ หน้าที่เกี่ยวกับการบริการอาหารให้กับ ลูกค้า</p> <p>3. ด้านบุคลากร ควรมีการจัดอบรม พนักงานให้มีมารยาทในการบริการ และสถานประกอบการ ควรปลูกฝังให้ พนักงานทุกคนมีใจรักงานบริการ</p>	<p>สถาบัน มาตรฐาน ฮาลาลแห่ง ประเทศไทย, (2557)</p>

ตาราง 65 (ต่อ)

ผู้ให้ข้อมูลการวิจัย	สรุปข้อคิดเห็น		สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎี
	ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารฮาลาล	แนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาล	
	4. ด้านพนักงาน พนักงานแต่งกายไม่เหมาะสม เช่น สวมรองเท้าแตะขณะปฏิบัติงาน	4. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งทำการประชาสัมพันธ์	สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (2559) ธีรกิต นวรัตน์ ณ อยุธยา (2547)
	5. ด้านการขนส่ง การเสิร์ฟอาหารให้กับลูกค้า โดยส่วนมากร้านอาหารไม่มีการปิดฝาอาหารระหว่างจากห้องครัวกับโต๊ะอาหาร	5. ด้านความสามารถในการรองรับ นักท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาร้านอาหารให้ได้รับมาตรฐานฮาลาลเพิ่มมากขึ้น โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการผลิตอาหารฮาลาล มีการจัดอบรมและศึกษาดูงานเพื่อให้ผู้ประกอบการเห็นถึงคุณค่าและประโยชน์ที่จะได้รับอย่างแท้จริง	
	6. ด้านการจัดจำหน่าย ไม่มีปัญหาหรืออุปสรรคในส่วนนี้ เนื่องจากร้านอาหารจะจำหน่ายเฉพาะอาหารที่เป็นฮาลาลเท่านั้นจึงไม่มีโอกาสที่จะปนเปื้อนกับอาหารที่ไม่ฮาลาล	6. ด้านความเหมาะสมของราคา ราคาของอาหารอยู่ในระดับที่เหมาะสม	
	7. ด้านการให้บริการอาหาร ทางร้านไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องของการให้บริการกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ	7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีการโปรโมทโดยผ่านช่องทางที่หลากหลายและเข้าถึงได้ง่าย เช่น การสร้างเว็บไซต์เพื่อเป็นการโปรโมทร้านอาหารสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวโดยตรง	

จากตาราง 65 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับกิจการอาหารฮาลาลและมาตรฐานฮาลาลโดยภาพรวมซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารฮาลาลพบว่า สถานประกอบการร้านอาหารไม่ตระหนักถึงความสำคัญต่อการได้รับเครื่องหมายฮาลาล ส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่ได้ผ่านการตรวจสอบถึงกระบวนการผลิตของอาหารจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นสาเหตุหลักที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นต่อกิจการฮาลาล รวมทั้งส่วนของผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับการบริการภายในร้านอาหารยังขาดความรู้ด้านอาหารฮาลาลทักษะของการปฏิบัติงาน เหตุนี้จึงส่งผลให้ขั้นตอนในการขนส่งอาหารและการล้างวัตถุดิบมีผลกระทบตามไปด้วย สำหรับด้านวัตถุดิบและกระบวนการจัดเก็บรักษาและด้านการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมไม่มีปัญหาและอุปสรรคต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารฮาลาลในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา



แนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคตสามารถวิเคราะห์ผลข้อมูลได้ดังนี้

1. ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า ควรสร้างความเข้าใจกับผู้ประกอบถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับการผ่านการรับรองมาตรฐานฮาลาล และควรมีการคัดสรรเมนูอาหารที่มีความหลากหลาย รสชาติอร่อย วัตถุดิบมีความสดใหม่ พร้อมทั้งเน้นเมนูที่มีชื่อเสียงของท้องถิ่นเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าให้เป็นที่น่าจดจำของนักท่องเที่ยว

2. ด้านการบริการ ควรมีการมุ่งเน้นเกี่ยวกับความสะดวกสบายของอาหารและผู้ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับการบริการ เพื่อเป็นการป้องกันสิ่งปนเปื้อนหรือสารตกค้างที่ให้โทษต่อร่างกาย รวมไปถึงแอลกอฮอล์ซึ่งเป็นสิ่งที่ศาสนาต้องห้ามอย่างเด็ดขาด

3. ด้านบุคลากร ควรมีการจัดอบรมการพัฒนาบุคลิกภาพที่ดีในงานบริการ และอบรมเรื่องกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลที่ถูกต้องตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม เพื่อให้บุคลากรได้มีความรู้ความเข้าใจถึงหลักการต่าง ๆ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาดประชาสัมพันธ์ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของควรเร่งทำการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ร้านอาหารฮาลาลเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในวงกว้างให้มากขึ้น โดยทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียล วิทยุ หรือไปปลิว

5. ด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาร้านอาหารให้ได้รับมาตรฐานฮาลาลเพิ่มมากขึ้น โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจถึงกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลเพื่อให้ผู้ประกอบการได้ตระหนักถึงความสำคัญของการขอรับรองเครื่องหมายฮาลาลที่ถูกต้องตามกฎหมาย โดยการจัดอบรมและศึกษาดูงานให้กับร้านอาหารที่ได้ผ่านการรับรองมาตรฐานฮาลาล เพื่อให้เห็นถึงคุณค่าและประโยชน์ที่จะได้รับการผลิตอาหารฮาลาลที่แท้จริง เพราะอาหารฮาลาลจะต้องเป็นอาหารที่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม และถูกต้องตามหลักการสาธารณสุข

6. ด้านความเหมาะสมของราคา ควรมีการตั้งราคาที่เหมาะสมเท่าเทียมกัน ไม่ว่าจะแก่นักท่องเที่ยวภายในประเทศหรือต่างประเทศ และควรมีการแสดงป้ายราคาของอาหารที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน

7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรใช้ช่องทางการติดต่อผ่านสื่อออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เพราะเป็นช่องทางที่สามารถติดต่อได้สะดวก รวดเร็วที่สำคัญยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกระดับ เช่น การสร้างเว็บไซต์เพื่อเป็นการโปรโมทร้านอาหารสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวโดยตรง

**ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ  
คนที่ 1 นักวิชาการศึกษา สถาบันศาลาลมมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์**

คำถามข้อที่ 1 ท่านพบปัญหาหรืออุปสรรคเกี่ยวกับร้านอาหารศาลาลมที่ส่งผลต่อความ  
เชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในด้านใดบ้าง

1. ด้านสถานประกอบการ

“...ผู้ประกอบการไม่ได้เข้าใจลึกซึ้งเกี่ยวกับการได้รับเครื่องหมายศาลาลม และไม่ทราบ  
ถึงผลประโยชน์ที่จะจากการได้รับรองเครื่องหมายศาลาลมที่ถูกต้องตามหลักศาสนาแต่จะคิด  
แค่จุดคุ้มทุนเท่านั้น...”

2. ด้านวัตถุประสงค์ และกระบวนการจัดเก็บรักษา

“...ไม่มี..”

3. ด้านวิธีการล้างวัตถุประสงค์

“...ผู้ที่ทำหน้าที่ในส่วนของการล้างทำความสะอาดวัตถุประสงค์ยังขาดความรู้ความ  
เข้าใจถึงกระบวนการทางศาสนาที่แท้จริง...”

4. ด้านพนักงาน

“...ขาดความรู้ทางศาสนา เพราะพนักงานที่ทำหน้าที่บริการอาหารให้กับลูกค้าบาง  
คนไม่ได้นับถือศาสนาอิสลามส่วนนี้จึงส่งผลต่อความเชื่อมั่นของธุรกิจศาลาลมได้...”

5. ด้านการขนส่ง

“...ไม่มี...”

6. ด้านการจัดจำหน่าย

“...ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับร้านอาหารที่ไม่ศาลาลม เช่น ร้านขายหมูย่างซึ่ง  
สามารถส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวได้...”

7. ด้านการให้บริการอาหาร

“...ไม่มี...”

คำถามข้อที่ 2 ท่านมีแนวทางการพัฒนาร้านอาหารศาลาลมในด้านใดบ้าง เพื่อใช้ใ  
การรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต

1. ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า

“...บุคคลที่ทำงานในสถานประกอบการควรมีความรู้เกี่ยวกับอาหารศาลาลม  
และที่สำคัญฝ่ายการตลาดควรมีการเก็บข้อมูลด้านพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยว  
ว่าโดยส่วนมากแล้วนักท่องเที่ยวมีความต้องการในด้านใดบ้าง จากนั้นนำข้อมูลมาใช้  
ในการทำการประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ต่อนักท่องเที่ยวได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย...”

## 2. ด้านการบริการ

“...ควรเน้นด้านการบริการโดยการเอาใจใส่ลูกค้าด้วยความเสมอภาค...”

## 3. ด้านบุคลากร

“...ควรมีการอบรมพนักงานให้มีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิตอาหารฮาลาล เพื่อจะได้นำความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องตามหลักศาสนา...”

## 4. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์

“...ภาครัฐควรมีการสนับสนุนเงินทุนในการทำการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจฮาลาล..”

## 5. ด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

“...ภาครัฐควรเร่งให้การช่วยเหลือด้านเงินทุนของการขอเครื่องหมายรับรองมาตรฐานฮาลาล และควรมีการจัดอบรมความรู้เกี่ยวกับการจัดการองค์กรให้กับผู้ประกอบการ เพื่อจะได้นำความรู้ไปใช้ในการบริหารกิจการและขยายธุรกิจได้...”

## 6. ด้านความเหมาะสมของราคา

“...ราคาโดยภาพรวมอยู่ในระดับที่เหมาะสม...”

## 7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

“...ควรมีฐานข้อมูลให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าตรวจเช็คร้านชื่อของร้านอาหารที่ได้ผ่านการรับรองมาตรฐานฮาลาล...”

**คนที่ 2 นักวิชาการสาธารณสุขจังหวัดสงขลา**

คำถามข้อที่ 1 ท่านพบปัญหาหรืออุปสรรคเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในด้านใดบ้าง

## 1. ด้านสถานประกอบการ

“...การได้มาซึ่งเครื่องหมายฮาลาลจำเป็นต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบหลายขั้นตอนและต้องมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ด้วยเหตุผลข้างต้นผู้ประกอบการส่วนมากเลยไม่ได้ทำการขอรับเครื่องหมายฮาลาล ซึ่งเป็นต้นเหตุหลักที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในธุรกิจอาหารฮาลาล...”

## 2. ด้านวัตถุดิบ และกระบวนการจัดเก็บรักษา

“...ผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ขาดความรู้ความเข้าใจถึงกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลที่แท้จริง...”

## 3. ด้านวิธีการล้างวัตถุดิบ

“...ผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ขาดความรู้ความเข้าใจถึงกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลที่แท้จริง...”

4. ด้านพนักงาน

“...พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ไม่ได้นับถือศาสนาอิสลาม...”

5. ด้านการขนส่ง

“...ไม่มี...”

6. ด้านการจัดจำหน่าย

“...ไม่มี...”

7. ด้านการให้บริการอาหาร

“...ไม่มี...”

คำถามข้อที่ 2 ท่านมีแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลในด้านใดบ้าง เพื่อใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต

1. ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า

“...ภาครัฐควรมีการสนับสนุนเงินทุนในการขอรับรองมาตรฐานฮาลาลให้กับผู้ประกอบการ เพื่อให้ผู้ประกอบการได้รับเครื่องหมายฮาลาลเพิ่มขึ้น ซึ่งจะเป็นผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจร้านอาหารฮาลาล...”

2. ด้านการบริการ

“...ด้านการบริการอยู่ในระดับดี...”

3. ด้านบุคลากร

“...ควรมีการจัดอบรมโดยนำหลักการฮาลาลและสุขลักษณะด้านอาหารมาบูรณาการเข้าด้วยกัน เพื่อเสริมสร้างความรู้ที่ถูกต้องต่อกระบวนการผลิตอาหาร...”

4. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์

“...ควรมีการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น...”

5. ด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

“...ผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดรณรงค์แบบเชิงรุกในเรื่องมาตรฐานฮาลาล โดยกระตุ้นให้ผู้ประกอบการได้ตระหนักถึงความสำคัญของการได้รับเครื่องหมายฮาลาล และควรมีการสนับสนุนเงินทุนช่วยเหลือผู้ประกอบการ เพื่อส่งผลต่อการเพิ่มปริมาณร้านอาหารฮาลาลที่ได้มาตรฐาน...”

6. ด้านความเหมาะสมของราคา

“...ราคาของอาหารอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมต่อปริมาณและคุณภาพที่ผู้บริโภคจะได้รับ...”

### 7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

“...ผู้ประกอบการควรมีช่องทางที่หลากหลาย โดยใช้โทรศัพท์ หรือสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทุกกลุ่ม...”

### คนที่ 3 ผู้อำนวยการส่วนแผนงานและพัฒนางานประชาสัมพันธ์

คำถามข้อที่ 1 ท่านพบปัญหาหรืออุปสรรคเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในด้านใดบ้าง

#### 1. ด้านสถานประกอบการ

“...สถานประกอบการไม่เข้มงวดในการดำเนินธุรกิจทั้งเรื่องการใช้วัตถุดิบ วิธีการประกอบอาหาร และการส่งมอบผลผลิตให้กับผู้บริโภค รวมทั้งเรื่องการตระหนักถึงความสำคัญของการมีเครื่องหมายตราฮาลาล...”

#### 2. ด้านวัตถุดิบ และกระบวนการจัดเก็บรักษา

“...ด้านวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหารของสถานประกอบการได้ใช้วัตถุดิบที่ผ่านการรับรองมาตรฐานฮาลาลจากองค์กรควบคุมการผลิตทั้งในระดับโรงงาน สถานประกอบการ รายใหญ่และรายย่อย...”

#### 3. ด้านวิธีการล้างวัตถุดิบ

“...ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ไม่ทราบถึงกระบวนการล้างวัตถุดิบ...”

#### 4. ด้านพนักงาน

“...โดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ดี...”

#### 5. ด้านการขนส่ง

“...ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ไม่ทราบถึงกระบวนการขนส่ง...”

#### 6. ด้านการจัดจำหน่าย

“...ไม่มี...”

#### 7. ด้านการให้บริการอาหาร

“...โดยภาพรวมร้านอาหารฮาลาลมีการให้บริการอยู่ในระดับที่ดี...”

คำถามข้อที่ 2 ท่านมีแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลในด้านใดบ้าง เพื่อใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต

#### 1. ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า

“...จะต้องสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน ถือได้ว่าทุกภาคส่วนเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลให้ประสบความสำเร็จ และในส่วนของผู้ประกอบการต้องมีความเคร่งครัดต่อหลักการปฏิบัติ

ตามหลักศาสนาที่ว่าด้วยเรื่องหลักโภชนาการและตระหนักถึงความสำคัญของการมีเครื่องหมายฮาลาลที่สื่อถึงมาตรฐานของอาหาร รวมทั้งการควบคุมจากหน่วยงานองค์กรให้เป็นไปตามมาตรฐานจึงจะส่งผลให้เกิดคุณภาพของอาหารและสร้างภาพลักษณ์ในทางบวกได้...”

## 2. ด้านการบริการ

“...ควรมีการพัฒนาในด้านความสะดวกอาหาร...”

## 3. ด้านบุคลากร

“...ยังขาดแคลนแรงงานจึงทำให้มีการจ้างแรงงานต่างชาติมาทำงาน ซึ่งทำให้ความเชื่อมั่นและหลักปฏิบัติทางศาสนาแตกต่างกันไป ทำให้ผู้รับบริการขาดความเชื่อมั่นได้ ฉะนั้นรัฐต้องมีนโยบายการสร้างแรงงานเพื่อรองรับสถานประกอบการร้านอาหารฮาลาลเพิ่มขึ้น...”

## 4. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์

“...ประชาสัมพันธ์สร้างความเข้าใจ และส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาอย่างต่อเนื่องทั้งในช่วงเวลาปกติและช่วงเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เพื่อดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางเข้ามายังอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา...”

## 5. ด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

“...ร้านอาหารฮาลาลที่ได้มาตรฐานยังมีไม่เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดวางนโยบายในการขยายกิจการฮาลาลอย่างเร่งด่วน...”

## 6. ด้านความเหมาะสมของราคา

“...ราคาของอาหารอยู่ในระดับที่ถือว่าเหมาะสม...”

## 7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

“...ควรใช้ช่องทางการโฆษณาผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ โทรทัศน์ หรือวิทยุ เพื่อสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายของลูกค้าได้ในวงกว้าง และเป็นช่องทางที่สามารถติดต่อได้รวดเร็ว ทันสมัย และได้รับความนิยมของทุกกลุ่มเป้าหมาย...”

ตาราง 66 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นจากหน่วยงานภาครัฐ

ผู้ให้ข้อมูล การวิจัย	สรุปข้อคิดเห็น		สอดคล้องกับ แนวคิดทฤษฎี
	ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารฮาลาล	แนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาล	
คนที่ 1 นักวิชาการ ศึกษาศาสน์ ฮาลาลมหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์	<ol style="list-style-type: none"> <li>ด้านสถานประกอบการ ผู้ประกอบการไม่ได้เข้าใจลึกซึ้งเกี่ยวกับการ ได้รับเครื่องหมายฮาลาล และไม่ทราบ ถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการมี เครื่องหมายฮาลาล</li> <li>ด้านวัตถุดิบ และกระบวนการ จัดเก็บรักษา ไม่มี</li> <li>ด้านวิธีการล้างวัตถุดิบ ผู้ที่ทำหน้าที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจถึง กระบวนการทางศาสนาที่แท้จริง</li> <li>ด้านพนักงาน พนักงานที่ทำหน้าที่บริการอาหารให้กับ ลูกค้าบางคนไม่นับถือศาสนาอิสลาม</li> <li>ด้านการขนส่ง ไม่มี</li> <li>ด้านการจัดจำหน่าย ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับร้านอาหาร ที่ไม่ฮาลาล เช่น ร้านขายหมูย่าง</li> <li>ด้านการให้บริการอาหาร ไม่มี</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า บุคคลที่ปฏิบัติหน้าที่ในสถาน ประกอบการควรมีความรู้เกี่ยวกับ อาหารฮาลาล และควรมีฝ่าย การตลาดการเก็บข้อมูลด้าน พฤติกรรมความต้องการของ นักท่องเที่ยวเพื่อทำการ ประชาสัมพันธ์ได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย</li> <li>ด้านการบริการ ควรเน้นด้านการบริการโดยการเอาใส่ ใจลูกค้าด้วยความเสมอภาค</li> <li>ด้านบุคลากร ควรมีการอบรมพนักงานให้มีความรู้ เกี่ยวกับกระบวนการผลิตอาหาร ฮาลาล</li> <li>ด้านการส่งเสริมการตลาด ภาครัฐควรมีการสนับสนุนเงินทุนใน การทำกรประชาสัมพันธ์เพื่อให้เป็น ที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและเป็นการ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจฮาลาล</li> <li>ด้านความสามารถในการรองรับ นักท่องเที่ยว ภาครัฐควรเร่งให้การช่วยเหลือด้าน เงินทุนของการขอเครื่องหมายฮาลาล และควรมีการจัดอบรมความรู้ เกี่ยวกับการจัดการองค์กรให้กับ ผู้ประกอบการ</li> <li>ด้านความเหมาะสมของราคา ราคาโดยภาพรวมอยู่ในระดับที่ เหมาะสม</li> <li>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีฐานข้อมูลให้นักท่องเที่ยว สามารถเข้าตรวจเช็คร้านชื่อของ ร้านอาหารที่ได้ผ่านการรับรอง มาตรฐานฮาลาล</li> </ol>	<p>สำนักงาน คณะกรรมการ การกลาง อิสลามแห่ง ประเทศไทย (2559, สื่อออนไลน์) ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2547)</p>

## ตาราง 66 (ต่อ)

ผู้ให้ข้อมูล การวิจัย	สรุปข้อคิดเห็น		สอดคล้อง กับแนวคิด ทฤษฎี
	ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารฮาลาล	แนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาล	
คนที่ 2 นักวิชาการ สาธารณสุข จังหวัดสงขลา	<p>1. ด้านสถานประกอบการ การได้มาซึ่งเครื่องหมายฮาลาลจำเป็นต้อง ผ่านกระบวนการตรวจสอบหลายขั้นตอน และต้องมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง</p> <p>2. ด้านวัตถุดิบ และกระบวนการ จัดเก็บรักษา ผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ขาดความรู้ความเข้าใจถึง กระบวนการผลิตอาหารฮาลาลที่แท้จริง</p> <p>3. ด้านวิธีการล้างวัตถุดิบ ผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ขาดความรู้ความเข้าใจถึง กระบวนการผลิตอาหารฮาลาลที่แท้จริง</p> <p>4. ด้านพนักงาน พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ไม่ได้นับถือศาสนา อิสลาม</p> <p>5. ด้านการขนส่ง ไม่มี</p> <p>6. ด้านการจัดจำหน่าย ไม่มี</p> <p>7. ด้านการให้บริการอาหาร ไม่มี</p>	<p>1. ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า ภาครัฐควรมีการสนับสนุนเงินทุนในการ ขอรับรองมาตรฐานฮาลาลให้กับ ผู้ประกอบการ เพื่อให้ผู้ประกอบการ ได้รับเครื่องหมายฮาลาลเพิ่มขึ้น</p> <p>2. ด้านการบริการ ด้านการบริการอยู่ในระดับดี</p> <p>3. ด้านบุคลากร ควรมีการจัดอบรมโดยนำหลักการ ฮาลาลและสุขลักษณะด้านอาหารมา บูรณาการเข้าด้วยกัน เพื่อเสริมสร้าง ความรู้ที่ถูกต้องต่อกระบวนการผลิต อาหาร</p> <p>4. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ควรมีการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น</p> <p>5. ด้านความสามารถในการรองรับ นักท่องเที่ยว ผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดรณรงค์แบบ เชิงรุกในเรื่องมาตรฐานฮาลาล โดย กระตุ้นให้ผู้ประกอบการได้ตระหนักถึง ความสำคัญของการได้รับเครื่องหมาย ฮาลาล และควรมีการสนับสนุนเงินทุน ช่วยเหลือผู้ประกอบการ</p> <p>6. ด้านความเหมาะสมของราคา ราคาของอาหารอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม</p> <p>7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการควรมีช่องทางที่ หลากหลาย โดยการใช้โทรทัศน์ และสื่อ ออนไลน์ต่าง ๆ</p>	<p>สถาบัน มาตรฐาน ฮาลาลแห่ง ประเทศไทย , (2557) ธีรกิติ นวรรต ณ อยุธยา (2547) สำนักงาน คณะกรรมการ การกลาง อิสลามแห่ง ประเทศไทย (2559, สื่อ ออนไลน์)</p>
คนที่ 3 ผู้อำนวยการส่วน แผนงานและพัฒนา งานประชาสัมพันธ์	<p>1. ด้านสถานประกอบการ สถานประกอบการไม่เข้มงวดในการดำเนิน ธุรกิจทั้งเรื่องการใช่วัตถุดิบ วิธีการ ประกอบอาหาร และการส่งมอบผลผลิต ให้กับผู้บริโภค รวมทั้งเรื่องการตระหนักถึง ความสำคัญของการมีเครื่องหมายตรา ฮาลาล</p>	<p>1. ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า ต้องสร้างความร่วมมือกับภาคต่าง ๆ ไม่ ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน และ ประชาชน ในการพัฒนาร้านอาหาร ฮาลาล ส่วนของผู้ประกอบการต้องมี ความเคร่งครัดต่อหลักการปฏิบัติตาม หลักศาสนาที่ว่าด้วยเรื่องหลักโภชนาการ และตระหนักถึงความสำคัญของการมี เครื่องหมายฮาลาล</p>	



ตาราง 66 (ต่อ)

ผู้ให้ข้อมูล การวิจัย	สรุปข้อคิดเห็น		สอดคล้อง กับแนวคิด ทฤษฎี
	ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับความเชื่อมั่น ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารฮาลาล	แนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาล	
	2. ด้านวัตถุดิบ และกระบวนการ จัดเก็บรักษา	2. ด้านการบริการ ควรมีการพัฒนาในด้านความสะดวก	ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2547)
	ด้านวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหารของ สถานประกอบการได้ใช้วัตถุดิบที่ผ่าน การรับรองมาตรฐานฮาลาลจากองค์กร ควบคุมการผลิตทั้งในระดับโรงงานและ สถานประกอบการรายใหญ่และรายย่อย	3. ด้านบุคลากร ยังขาดแคลนแรงงานจึงทำให้มีการ จ้างแรงงานต่างชาติจำนวนมาก ฉะนั้น รัฐบาลต้องมีนโยบายการสร้าง แรงงานเพื่อรองรับสถานประกอบการ ร้านอาหารฮาลาลเพิ่มขึ้น	สถาบัน มาตรฐาน ฮาลาลแห่ง ประเทศไทย, (2557)
	3. ด้านวิธีการล้างวัตถุดิบ ผู้ตอบแบบ สัมภาษณ์ไม่ทราบถึง กระบวนการล้างวัตถุดิบ	4. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ สร้างความเข้าใจ และส่งเสริมให้ นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาอย่าง ต่อเนื่องทั้งในช่วงเวลาปกติและช่วง เทศกาลสำคัญต่าง ๆ	สำนักงาน คณะกรรมการ การกลาง อิสลามแห่ง ประเทศไทย (2559, สื่อออนไลน์)
	4. ด้านพนักงาน โดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ดี	5. ด้านความสามารถในการรองรับ นักท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดวาง นโยบายในการขยายกิจการฮาลาล อย่างเร่งด่วน	
	5. ด้านการขนส่ง ผู้ตอบแบบ สัมภาษณ์ไม่ทราบถึง กระบวนการขนส่ง	6. ด้านความเหมาะสมของราคา ราคาของอาหารอยู่ในเกณฑ์ที่ เหมาะสม	
	6. ด้านการจัดจำหน่าย ไม่มี	7. ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย ควรใช้ช่องทางในการโฆษณาผ่าน ช่องทางสื่อออนไลน์ โทรทัศน์ หรือ วิทยุ เพื่อสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมาย ของลูกค้าได้ในวงกว้าง	
	7. ด้านการให้บริการอาหาร โดยภาพรวมร้านอาหารฮาลาลมีการ ให้บริการอยู่ในระดับที่ดี		

ตาราง 66 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐโดยภาพรวมซึ่งมีรายละเอียด  
ดังนี้

ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารฮาลาล  
พบว่า ผู้ประกอบการไม่ตระหนักถึงความสำคัญของการได้รับเครื่องหมายฮาลาล  
เนื่องจากผู้ประกอบการไม่ทราบถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับ และการได้มาซึ่งเครื่องหมายฮาลาล  
ยังต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบหลายขั้นตอน มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ประกอบกับมีการจ้าง

พนักงานในการปฏิบัติงานด้านการบริการกับผู้ที่ไม่ได้นับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งยังขาดความรู้ความเข้าใจถึงหลักการทางศาสนาที่แท้จริง เหตุนี้จึงส่งผลกระทบต่อกระบวนการล้างวัตถุดิบและการจัดเก็บรักษาวัตถุดิบตามไปด้วย ส่วนด้านการจัดจำหน่ายในกรณีทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับร้านอาหารทั่วไป เช่น ร้านขายหมูย่าง ซึ่งสาเหตุดังกล่าวสามารถส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน แต่สำหรับด้านการขนส่ง ด้านวัตถุดิบและการเก็บรักษา ด้านการให้บริการอาหาร ด้านการจัดจำหน่าย และด้านพนักงาน ในส่วนของร้านอาหารที่ได้ผ่านการรับรองเครื่องหมายฮาลาลจะไม่มีปัญหาและอุปสรรคต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารฮาลาลในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

แนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคตสามารถวิเคราะห์ผลข้อมูล ได้ดังนี้

1. ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า ควรมีการสร้างความร่วมมือกับภาคต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน ในการพัฒนาร้านอาหารฮาลาล ส่วนของผู้ประกอบการ ต้องมีความเคร่งครัดต่อหลักการปฏิบัติตามหลักศาสนาที่ว่าด้วยเรื่องหลักโภชนาการ และตระหนักถึงความสำคัญของการมีเครื่องหมายฮาลาล โดยมีหน่วยงานภาครัฐคอยให้การสนับสนุนเงินลงทุนในการขอรับรองมาตรฐานฮาลาล และควรมีการศึกษาถึงด้านพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อสามารถนำข้อมูลมาทำการส่งเสริมทางการตลาดได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

2. ด้านการบริการ ควรมุ่งเน้นด้านความสะดวกสบายของอาหาร และการบริการที่ดี โดยการดูแลลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในร้านด้วยความเสมอภาค

3. ด้านบุคลากร ควรมีการจัดอบรมบุคลากรให้มีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลและบูรณาการหลักสุขลักษณะด้านอาหารเข้าด้วยกัน เพื่อเสริมสร้างให้บุคลากรสามารถนำความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องตามหลักศาสนา

4. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ภาครัฐควรมีการสนับสนุนเงินลงทุนในการทำการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น และเป็นการสร้างจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งการประชาสัมพันธ์จะมีอิทธิพลค่อนข้างสูงต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเลือกเดินทางมายังอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาอย่างต่อเนื่องทั้งในช่วงเวลาปกติและช่วงเทศกาลสำคัญต่าง ๆ

5. ด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสนับสนุนเงินลงทุนช่วยเหลือผู้ประกอบการ เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการได้ผ่านการรับรองเครื่องหมายฮาลาลเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ควรมีการจัดวางนโยบายในการขยายกิจการฮาลาล

อย่างเร่งด่วนและจัดสรรองค์เชิงรุกในเรื่องมาตรฐานสากลโดยกระตุ้นให้ผู้ประกอบการได้ตระหนักถึงความสำคัญของการได้รับเครื่องหมายสากล

6. ด้านความเหมาะสมของราคา อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมต่อปริมาณและคุณภาพที่ลูกค้าจะได้รับ

7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการควรมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความหลากหลาย เช่น การใช้สื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว เป็นเครื่องมือในการติดต่อกับลูกค้า และที่สำคัญหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีระบบฐานข้อมูลให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าตรวจเช็คร้านชื่อของร้านอาหารที่ได้ผ่านการรับรองมาตรฐานสากลได้อีกหนึ่งช่องทางเพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจร้านอาหารสากลได้

**ตาราง 67 แสดงผลสรุปภาพรวมที่ได้จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารสากล บุคคลที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับกิจการสากล และมาตรฐานสากล และหน่วยงานภาครัฐ**

ประเด็นข้อคำถาม	สรุปข้อคิดเห็น	ผู้ประกอบการร้านอาหารสากล/บุคคลที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับกิจการสากล และมาตรฐานสากล /หน่วยงานภาครัฐ	
		จำนวน(คน)	คิดเป็นร้อยละ
คำถามข้อที่ 1 ท่านพบปัญหาหรืออุปสรรคเกี่ยวกับร้านอาหารสากลที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในด้านใดบ้าง	1. ด้านสถานประกอบการ		
	1.1 ผู้ประกอบการไม่ได้เข้าใจลึกซึ้งเกี่ยวกับกระบวนการผลิตอาหารสากลที่ถูกต้องตามบทบัญญัติทางศาสนา และไม่ตระหนักถึงความสำคัญต่อการได้รับเครื่องหมายสากล	7	77.78
	1.2 การได้มาซึ่งเครื่องหมายสากลจำเป็นต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบหลายขั้นตอนและต้องมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง	1	11.11
	1.3 ลูกค้าที่ไม่ได้นับถือศาสนาอิสลามซึ่งอาจจะไม่มีความรู้เกี่ยวกับศาสนาอิสลาม จะมีการนำอาหารที่ไม่ฮาลาลเข้ามาภายในร้าน เช่น หมูย่าง	1	11.11
	<b>รวม</b>	<b>9 คน</b>	<b>100.00</b>
2. ด้านวัตถุดิบ และกระบวนการจัดเก็บรักษา	2.1 ไม่มีปัญหาและอุปสรรค		
	2.2 ผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ขาดความรู้ความเข้าใจถึงกระบวนการผลิตอาหารสากลที่แท้จริง	7	77.78
	2.3 ปัญหาในร้านอาหารที่ไม่ได้ผ่านการรับรองสากลไม่มีเงินทุนมากพอที่จะซื้อเครื่องแช่ที่มีมูลค่าค่อนข้างสูง	1	11.11
		1	11.11
	<b>รวม</b>	<b>9 คน</b>	<b>100.00</b>

ตาราง 67 (ต่อ)

ประเด็นข้อคำถาม	สรุปข้อคิดเห็น	ผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาล/บุคคลที่มี บทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับกิจการฮาลาล และมาตรฐานฮาลาล /หน่วยงานภาครัฐ	
		จำนวน(คน)	คิดเป็นร้อยละ
	3. ด้านวิธีการล้างวัตถุดิบ		
	3.1 ผู้ตอบแบบ สัมภาษณ์ ไม่ทราบ ถึง กระบวนการล้างวัตถุดิบ	1	11.11
	3.2 ผู้ที่ทำหน้าที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจถึง กระบวนการทางศาสนาที่แท้จริง	4	44.45
	3.3 ต้องใช้ความเร่งรีบต่อการประกอบอาหาร จึงส่งผลให้วัตถุดิบมีความสะอาดไม่เพียงพอ	2	22.22
	3.4 ไม่มีปัญหาและอุปสรรค	2	22.22
	<b>รวม</b>	<b>9 คน</b>	<b>100.00</b>
	4. ด้านพนักงาน		
	4.1 พนักงานที่ทำหน้าที่ในการบริการภายใน ร้านอาหารไม่ได้นับถือศาสนาอิสลาม	6	66.67
	4.2 พนักงานแต่งกายไม่เหมาะสม	2	22.22
	4.3 โดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ดี	1	11.11
	<b>รวม</b>	<b>9 คน</b>	<b>100.00</b>
	5. ด้านการขนส่ง		
	5.1 ผู้ตอบแบบ สัมภาษณ์ ไม่ทราบ ถึง กระบวนการขนส่ง	1	11.11
	5.2 ไม่มีปัญหาและอุปสรรค	6	66.67
	5.3 การเสิร์ฟอาหารให้กับลูกค้า โดย ส่วนมากร้านอาหารไม่มีการปิดฝาอาหารระหว่าง จากห้องครัวกับโต๊ะอาหาร	2	22.22
	<b>รวม</b>	<b>9 คน</b>	<b>100.00</b>
	6. ด้านการจัดจำหน่าย		
	6.1 ไม่มีปัญหาและอุปสรรค	7	77.78
	6.2 ท่าเลที่ตั้งของร้านอยู่บริเวณใกล้กับ ร้านอาหารที่ไม่ใช่อาหารฮาลาล	2	22.22
	<b>รวม</b>	<b>9 คน</b>	<b>100.00</b>
	7. ด้านการให้บริการอาหาร		
	7.1 ไม่มีปัญหาและอุปสรรค เพราะร้านอาหาร ฮาลาลโดยส่วนมากมีการให้บริการอยู่ในระดับที่ดี อาหารสะอาดถูกสุขลักษณะตามหลักเกณฑ์ฮาลาล	6	66.67
	7.2 ผู้ประกอบการไม่ได้ให้ความสำคัญและยัง ขาดความรู้ในเรื่องของการให้บริการกับลูกค้า	3	33.33
	<b>รวม</b>	<b>9 คน</b>	<b>100.00</b>

## ตาราง 67 (ต่อ)

ประเด็นข้อคำถาม	สรุปข้อคิดเห็น	ผู้ประกอบการร้านอาหาร/บุคคลที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับกิจการศาลและมาตรฐานศาล/หน่วยงานภาครัฐ	
		จำนวน(คน)	คิดเป็นร้อยละ
คำถามข้อที่ 2 ท่านมีแนวทางการพัฒนาร้านอาหารศาลในด้านใดบ้าง เพื่อใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต	1. ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า		
	1.1 ควรมีการส่งเสริมให้ร้านอาหารศาลทุกระดับได้ให้ความสำคัญในเรื่องของการได้รับเครื่องหมายศาลเพิ่มขึ้น	5	55.56
	1.2 ควรมีการพัฒนาด้านอาหารให้มีคุณภาพ สด/ใหม่ ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลามและเน้นเมนูที่มีชื่อเสียงของท้องถิ่น	3	33.33
	1.3 บุคคลที่ปฏิบัติหน้าที่ในสถานประกอบการควรมีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิตอาหารศาลที่แท้จริง	1	11.11
	<b>รวม</b>	<b>9 คน</b>	<b>100.00</b>
2. ด้านการบริการ	2.1 ควรมุ่งเน้นเกี่ยวกับความสะอาด พร้อมทั้งรสชาติของอาหาร	5	55.56
	2.2 โดยรวมการบริการของร้านอาหารศาลในเขตพื้นที่หาดใหญ่อยู่ในระดับดี	2	22.22
	2.3 ควรมีการพัฒนาพนักงานในด้านการให้บริการที่มีมาตรฐานสากล เพื่อเป็นการยกระดับคุณภาพของการปฏิบัติงาน โดยการมุ่งเน้นการบริการที่มีความเสมอภาค	2	22.22
	<b>รวม</b>	<b>9 คน</b>	<b>100.00</b>
3. ด้านบุคลากร	3.1 ควรมีการจัดอบรมด้านความรู้เกี่ยวกับการประกอบอาหารให้กับบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจเรื่องกระบวนการผลิตอาหารศาลที่ถูกต้องตามหลักของศาสนาอิสลาม	5	55.56
	3.2 ควรมีการจัดอบรมด้านการบริการให้ความรู้แก่พนักงานสม่ำเสมอ	3	33.33
	3.3 ภาครัฐควรมีนโยบายในการสร้างแรงงานเพื่อรองรับสถานประกอบการร้านอาหารศาลเพิ่มขึ้น	1	11.11
	<b>รวม</b>	<b>9 คน</b>	<b>100.00</b>
4. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์	4.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ให้กับร้านอาหารศาลให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในวงกว้างมากขึ้น	8	88.89
	4.2 ควรมีการจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น ในช่วงเดือนรอมฎอน	1	11.11
	<b>รวม</b>	<b>9 คน</b>	<b>100.00</b>

ตาราง 67 (ต่อ)

ประเด็นข้อคำถาม	สรุปข้อคิดเห็น	ผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาล/บุคคลที่มี บทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับกิจการฮาลาล และมาตรฐานฮาลาล/หน่วยงานภาครัฐ	
		จำนวน(คน)	คิดเป็นร้อยละ
5. ด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว			
	5.1 ควรมีการพัฒนาร้านอาหารให้ได้รับมาตรฐานฮาลาลเพิ่มมากขึ้น	9	100.00
	<b>รวม</b>	<b>9 คน</b>	<b>100.00</b>
6. ด้านความเหมาะสมของราคา			
	6.1 ราคาของอาหารอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม	7	77.78
	6.2 ควรมีป้ายแสดงราคาของอาหารที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนและจำหน่ายในราคาที่เหมาะสมเท่าเทียมกันไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวภายในประเทศหรือต่างประเทศ	2	22.22
	<b>รวม</b>	<b>9 คน</b>	<b>100.00</b>
7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
	7.1 ควรนำสื่อออนไลน์มาใช้เป็นช่องทางการจัดจำหน่าย เพราะสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายของลูกค้าได้ทุกระดับและมีความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อ เช่น เฟสบุ๊ก เพจของร้านโดยตรง หรือไลน์	8	88.89
	7.2 ควรมีฝ่ายการตลาด คอยลงพื้นที่หากลุ่มลูกค้า เพื่อจะได้พูดคุยสร้างความเข้าใจต่อประโยชน์ของการบริโภคอาหารฮาลาลที่แท้จริง	1	11.11
	<b>รวม</b>	<b>9 คน</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 67 ผลการสรุปการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาล บุคคลที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับกิจการฮาลาลและมาตรฐานฮาลาล และหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งเป็นข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ ในการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ให้การสัมภาษณ์ จำนวน 9 คน โดยภาพรวมได้เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาหรืออุปสรรคเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ประกอบด้วย 7 ด้าน ดังนี้

1. ด้านสถานประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการไม่ได้เข้าใจลึกซึ้งซึ่งเกี่ยวกับกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลที่ถูกต้องตามบทบัญญัติทางศาสนา และไม่ตระหนักถึงความสำคัญต่อการได้รับเครื่องหมายฮาลาล จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 77.78 การได้มาซึ่งเครื่องหมายฮาลาลจำเป็นต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบหลายขั้นตอนและต้องมีค่าใช้จ่าย

ค่าน้ำล้างสูง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 และปัญหาจากลูกค้าที่ไม่ได้นับถือศาสนาอิสลามซึ่งอาจจะไม่มีความรู้เกี่ยวกับศาสนาอิสลามจะมีการนำอาหารที่ไม่ฮาลาลเข้ามาภายในร้าน เช่น หมูย่าง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11

2. ด้านวัตถุดิบ และกระบวนการจัดเก็บรักษา พบว่า ไม่มีปัญหาและอุปสรรคในด้านวัตถุดิบ และกระบวนการจัดเก็บรักษา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 77.78 ผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ขาดความรู้ความเข้าใจถึงกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลที่แท้จริง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 และปัญหาจากร้านอาหารที่ไม่ได้ผ่านการรับรองฮาลาลไม่มีเงินทุนมากพอที่จะซื้อเครื่องแช่ที่มีมูลค่าค่อนข้างสูง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11

3. ด้านวิธีการล้างวัตถุดิบ พบว่า ผู้ที่ทำหน้าที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจถึงกระบวนการทางศาสนาที่แท้จริง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 44.45 ต้องใช้ความเร่งรีบต่อการประกอบอาหารจึงส่งผลให้วัตถุดิบมีความสะอาดไม่เพียงพอ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ไม่มีปัญหาและอุปสรรคในด้านวิธีการล้างวัตถุดิบ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ไม่ทราบถึงกระบวนการล้างวัตถุดิบ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11

4. ด้านพนักงาน พบว่า พนักงานที่ทำหน้าที่ในการบริการภายในร้านอาหารไม่ได้นับถือศาสนาอิสลาม จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 พนักงานแต่งกายไม่เหมาะสม จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 และพนักงานปฏิบัติงานอยู่ในเกณฑ์ที่ดี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11

5. ด้านการขนส่ง พบว่า ไม่มีปัญหาและอุปสรรคในด้านการขนส่ง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 การเสิร์ฟอาหารให้กับลูกค้าโดยส่วนมากร้านอาหารไม่มีการปิดฝาอาหารระหว่างจากห้องครัวกับโต๊ะอาหาร จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ไม่ทราบถึงกระบวนการขนส่ง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11

6. ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ไม่มีปัญหาและอุปสรรคในด้านการจัดจำหน่าย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 77.78 และเกิดจากทำเลที่ตั้งของร้านอยู่บริเวณใกล้กับร้านอาหารที่ไม่ใช่อาหารฮาลาล จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22

7. ด้านการให้บริการอาหาร พบว่า ไม่มีปัญหาและอุปสรรค เพราะร้านอาหารฮาลาลโดยส่วนมากจะมีการให้บริการอยู่ในระดับที่ดี อาหารสะอาดถูกสุขลักษณะตามหลักเกณฑ์ฮาลาล จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 และเนื่องจากผู้ประกอบการ

ไม่ได้ให้ความสำคัญและยังขาดความรู้ในเรื่องของการให้บริการกับลูกค้า จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

ผู้ให้การสัมภาษณ์ จำนวน 9 คน โดยภาพรวมมีความคิดเห็นเรื่องแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาล เพื่อการรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต ประกอบด้วย 7 ด้าน ดังนี้

1. ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า พบว่า ควรมีการส่งเสริมให้ร้านอาหารฮาลาลทุกระดับได้ให้ความสำคัญในเรื่องของการได้รับเครื่องหมายฮาลาลเพิ่มขึ้น จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 ควรมีการพัฒนาด้านอาหารให้มีคุณภาพ สด/ใหม่ ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลามและเน้นเมนูที่มีชื่อเสียงของท้องถิ่น จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และสำหรับบุคคลที่ปฏิบัติหน้าที่ในสถานประกอบการควรมีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลที่แท้จริง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11

2. ด้านการบริการ พบว่า ควรมุ่งเน้นเกี่ยวกับความสะอาด พร้อมทั้งรสชาติของอาหาร จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 และควรมีการพัฒนาพนักงานในด้านการให้บริการที่มีมาตรฐานสากล เพื่อเป็นการยกระดับคุณภาพของการปฏิบัติงาน โดยการมุ่งเน้นการบริการที่มีความเสมอภาค จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 แต่ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวนอีก 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 มีความคิดเห็นว่าการบริการของร้านอาหารฮาลาลในเขตพื้นที่หาดใหญ่อยู่ในระดับดี

3. ด้านบุคลากร พบว่า ควรมีการจัดอบรมด้านความรู้เกี่ยวกับการประกอบอาหารให้กับบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจเรื่องกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลที่ถูกต้องตามหลักของศาสนาอิสลาม จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 ควรมีการจัดอบรมด้านการบริการให้ความรู้แก่พนักงานสม่ำเสมอ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และภาครัฐควรมีนโยบายในการสร้างแรงงานเพื่อรองรับสถานประกอบการร้านอาหารฮาลาลเพิ่มขึ้น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11

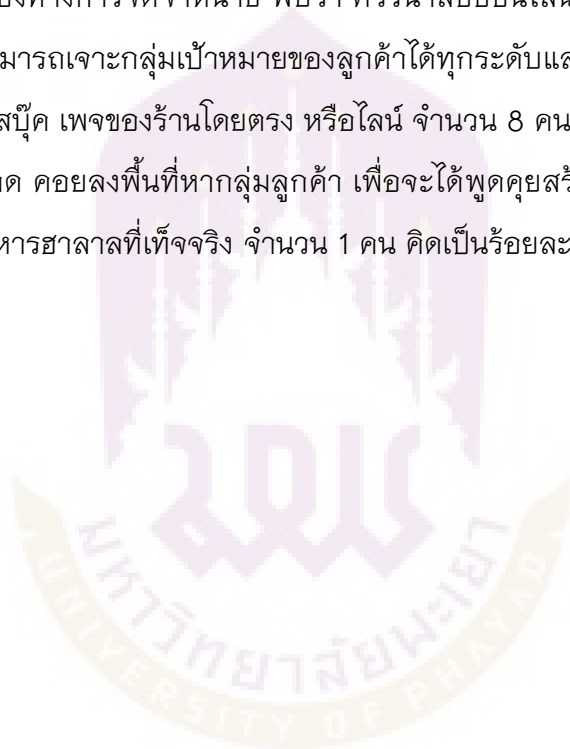
4. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ พบว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ให้กับร้านอาหารฮาลาลให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในวงกว้างมากขึ้น จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 88.89 และควรมีการจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น ในช่วงเดือนรอมฎอน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11



5. ด้านความสามารถในการรองรับ พบว่า ควรมีการพัฒนาร้านอาหารให้ได้รับมาตรฐานสากลเพิ่มมากขึ้น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 100

6. ด้านความเหมาะสมของราคา พบว่า โดยส่วนมากผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่า ราคาของอาหารอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 77.78 แต่ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 คิดว่าควรมีป้ายแสดงราคาของอาหารที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนและจำหน่ายในราคาที่เหมาะสมเท่าเทียมกันไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวภายในประเทศหรือต่างประเทศ

7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ควรนำสื่อออนไลน์มาใช้เป็นช่องทางในการจัดจำหน่าย เพราะสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายของลูกค้าได้ทุกระดับและมีความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อ เช่น เฟสบุ๊ก เพจของร้านโดยตรง หรือไลน์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 88.89 และควรมีฝ่ายการตลาด คอยลงพื้นที่หากกลุ่มลูกค้า เพื่อจะได้พูดคุยสร้างความเข้าใจต่อประโยชน์ของการบริโภคอาหารสากลที่แท้จริง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11



## บทที่ 5

### บทสรุป

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 4) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและได้ใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา รวมทั้งสิ้นจำนวน 400 คน ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาล ผู้ที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับกิจการฮาลาลและมาตรฐานฮาลาลรวมทั้งหน่วยงานภาครัฐ รวมทั้งสิ้นจำนวน 9 คน

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ

**แบบสอบถามจากการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ** ประกอบด้วย 4 ตอน คือ

**ตอนที่ 1** เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ

**ตอนที่ 2** เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ

**ตอนที่ 3** เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความเหมาะสมของราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการของการปฏิบัติงาน และด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

**ตอนที่ 4** ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยการวิเคราะห์เนื้อหาจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและได้ใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

**แบบสัมภาษณ์จากการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ** โดยการวิเคราะห์เนื้อหา ประกอบด้วย 2 ตอนคือ

**ตอนที่ 1** เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้การสัมภาษณ์

**ตอนที่ 2** เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับสภาพปัญหา และความคิดเห็น เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

การวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว และข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) วิเคราะห์หาค่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าสถิติ F-test (One-way ANOVA) และค่าไค-สแควร์ (Chi-Square Test) ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ประกอบด้วย 2 ส่วนสรุปผลได้ดังนี้

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลจากแบบสอบถามการวิจัยเชิงปริมาณ** ประกอบด้วย 4 ตอนสรุปผลได้ดังนี้

**ตอนที่ 1** ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวจากการศึกษากลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-29 ปี นับถือศาสนาอิสลามมีสถานภาพโสด โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสงขลา

**ตอนที่ 2** พฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวจากการศึกษากลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกบริโภคร้านอาหารฮาลาลด้วยเหตุผลที่ว่าอาหารฮาลาลถูกต้องตามหลักศาสนา โดยมีการเข้าใช้บริการในช่วงเวลา 12.01-14.00 น. พร้อมด้วยสมาชิกพร้อมรับประทานอาหารฮาลาลครั้งละ 1-2 คน ซึ่งมีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 201- 400 บาท ในขณะที่การเข้าใช้บริการร้านอาหารฮาลาลพบว่ามีบริการ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์

**ตอนที่ 3** ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วย

1. การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน ในขณะที่เดียวกันนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความเหมาะสมของราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการของการปฏิบัติงาน และด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากร มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการไม่แตกต่างกัน

2. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัด สงขลา สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ฮาลาลของนักท่องเที่ยว ยกเว้น อาหารที่มีการใช้วัตถุดิบที่เป็น ฮาลาล ซึ่งอาหารที่มีรสชาติ อร่อย กลมกล่อมมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง และอาหาร ที่มีการใช้วัตถุดิบที่เป็นฮาลาลมีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการเลือกใช้บริการร้านอาหาร ฮาลาล ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง และจำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการ ร้านอาหารฮาลาล

ด้านความเหมาะสมของราคา พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันต่อพฤติกรรมการ บริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว ยกเว้น ราคาอาหารเหมาะสมกับปริมาณอาหาร ที่ได้รับ และวัตถุดิบที่ใช้มีคุณภาพเหมาะสมกับราคามีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการเลือก ใช้บริการร้านอาหารฮาลาล ราคาอาหารคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อยมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่าย ในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง และราคาที่กำหนดในรายการอาหารเป็นไปตามมาตรฐาน มีความสัมพันธ์กับจำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันต่อพฤติกรรมการบริโภค อาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว ยกเว้น ช่องทางการติดต่อสอบถามข้อมูลมีความสัมพันธ์ กับจำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว ยกเว้น การจัดเมนูอาหารพิเศษในช่วงเทศกาล มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการเข้าใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาล และค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง บริการเครื่องดื่มฟรีมีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาลและค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง และการใช้สื่อโฆษณาต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการร้านอาหารฮาลาล

ด้านบุคลากร พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว ยกเว้น พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง พนักงานแต่งกายถูกต้องตามหลักของศาสนา มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง และจำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการร้านอาหารฮาลาล พนักงานมีความกระตือรือร้น และทำงานอย่างรวดเร็ว มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการร้านอาหารฮาลาล และพนักงานมีเพียงพอต่อความต้องการมีความสัมพันธ์กับจำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง

ด้านกระบวนการของการปฏิบัติงาน พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว ยกเว้น การให้บริการที่สะดวกและรวดเร็ว มีความสัมพันธ์กับจำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง ความเป็นระเบียบในการจัดลำดับลูกค้ามีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง

ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว ยกเว้น การจัดตกแต่งร้านอาหาร ซึ่งการจัดวางอุปกรณ์อย่างเป็นระเบียบและสะอาดมีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการกับ ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง ร้านอาหารมีสถานที่สำหรับนั่งพักเพื่อรอคิวที่เพียงพอ มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการใช้บริการ และการจัดตกแต่งร้านอาหารมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการใช้บริการ ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง และจำนวนครั้งที่ในการเข้าใช้บริการร้านอาหารฮาลาล

**ตอนที่ 4** ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา สรุปได้ว่า ควรมุ่งส่งเสริมด้านประชาสัมพันธ์ สร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบเกี่ยวกับอาหารฮาลาลพร้อมกับจัดบูทสินค้าอาหารฮาลาลในช่วงที่ตรงกับเทศกาลรอมฎอนซึ่งนอกจากจะเป็นการยกระดับมาตรฐานสินค้าแล้วยังจะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวและการบริโภคเพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกันการให้บริการควรสร้างความตระหนักรู้ให้กับพนักงานมีจิตบริการทั้งในด้านของบุคลิกภาพและการแสดงออกทาง

สีหน้าท่าทางรวมถึงการใช้คำพูดกับผู้ที่มาใช้บริการให้ได้รับความประทับใจอันจะนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำ นอกจากนี้ในส่วนของร้านอาหารฮาลาลที่ยังไม่ได้รับการตรวจรับรองคุณภาพมาตรฐานฮาลาล จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญและเข้มงวดกับกระบวนการผลิตในทุกขั้นตอน เพื่อให้ถูกต้องตามหลักปฏิบัติของศาสนา กับทั้งจะต้องดำเนินการยื่นขอการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานบริการร้านอาหารฮาลาล ทั้งนี้เพื่อให้มีจำนวนร้านอาหารฮาลาลที่ได้รับมาตรฐานเพิ่มมากขึ้นและมีพื้นที่ครอบคลุมในการให้บริการทั้งในห้างสรรพสินค้าและสถานประกอบการโรงแรมไว้รองรับกับการขยายตัวทางด้านการท่องเที่ยวและจำนวนของผู้บริโภคอาหารฮาลาลที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามไปด้วยในอนาคต

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาล ผู้ที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับกิจการฮาลาล และมาตรฐานฮาลาล และหน่วยงานภาครัฐ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยมีประเด็นคำถาม 2 ข้อ สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

**คำถามข้อที่ 1** ปัญหาหรืออุปสรรคเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา สรุปผลได้ ดังนี้

1. ด้านสถานประกอบการ พบว่า สถานประกอบการในเขตพื้นที่หาดใหญ่ โดยส่วนมากไม่ได้ตระหนักถึงความสำคัญต่อการได้รับเครื่องหมายฮาลาล เนื่องจากผู้ประกอบการไม่ได้เข้าใจลึกซึ้งเกี่ยวกับกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลที่ถูกต้องตามบทบัญญัติทางศาสนา จึงส่งผลต่อการตัดสินใจในการขอรับรองเครื่องหมายฮาลาล ประกอบกับการได้มาซึ่งเครื่องหมายฮาลาลจำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงผู้ประกอบการจึงไม่กล้าลงทุน เพราะไม่ทราบถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับที่แน่นอนจากการมีเครื่องหมายฮาลาล ส่วนในกรณีของลูกค้าบางท่านยังขาดความรู้ความเข้าใจถึงหลักการทางศาสนาอิสลาม จึงทำให้บางครั้งเกิดการปฏิบัติในทางที่ไม่เหมาะสม เช่น การนำอาหารที่ไม่ใช่อาหารฮาลาลเข้ามารับประทานภายในร้าน

2. ด้านวัตถุดิบ และกระบวนการจัดเก็บรักษา พบว่า โดยภาพรวมในด้านวัตถุดิบ และกระบวนการจัดเก็บรักษาจะไม่มีปัญหาหรืออุปสรรคที่จะส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว หากมีปัญหาก็จะเกิดจากผู้ปฏิบัติหน้าที่ภายในร้านอาหารยังขาดความรู้ความเข้าใจถึงกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลที่แท้จริง หรือทางผู้ประกอบการไม่มีเงินทุนมากพอที่จะซื้อเครื่องแช่สำหรับจัดเก็บรักษาวัตถุดิบที่มีราคาค่อนข้างสูงได้

3. ด้านวิธีการล้างวัตถุดิบ พบว่า ผู้ที่ปฏิบัติงานภายในร้านอาหารฮาลาล ยังขาดความรู้ความเข้าใจถึงกระบวนการทางศาสนาอิสลามที่แท้จริง และการประกอบอาหาร แต่ครั้งมีความจำเป็นต้องใช้ความเร่งรีบเพื่อไม่ให้ลูกค้ารอนาน เหตุนี้จึงส่งผลต่อการล้างทำความสะอาดวัตถุดิบที่ต้องปฏิบัติด้วยความรวดเร็วซึ่งสามารถเกิดการปนเปื้อนหรือสารเคมีตกค้างอยู่ในอาหารได้

4. ด้านพนักงาน พบว่า พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ภายในร้านอาหารโดยส่วนมากไม่นับถือศาสนาอิสลาม มีการปฏิบัติตัวที่ไม่เหมาะสม และยังขาดความรู้ความเข้าใจในหลักคำสอนทางศาสนา สาเหตุดังกล่าวจึงสามารถส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในการเข้ามาใช้บริการได้

5. ด้านการขนส่ง พบว่า โดยส่วนมากไม่มีปัญหาหรืออุปสรรคในด้านขนส่ง เพราะทางผู้ประกอบการจะส่งสินค้าจากร้านค้าประจำจึงสามารถควบคุมการขนส่งได้ หากแต่จะมีปัญหาในการเสิร์ฟอาหารภายในร้านเท่านั้นที่ไม่มีการปิดฝาอาหารให้มิดชิดระหว่างจากห้องครัวไปยังโต๊ะอาหาร

6. ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า โดยส่วนมากไม่มีปัญหาและอุปสรรคในด้านการจัดจำหน่าย เพราะร้านอาหารมีการจัดจำหน่ายแค่อาหารที่เป็นฮาลาลเท่านั้น หากแต่จะมีปัญหาจากทำเลที่ตั้งของร้านอาหารที่อยู่ในใกล้กับร้านอาหารทั่วไปที่ไม่ใช่อาหารฮาลาล เช่น ร้านหมูย่าง ซึ่งก็จะสามารถส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน

7. ด้านการให้บริการอาหาร พบว่า โดยภาพรวมในด้านการให้บริการอาหาร จะอยู่ในระดับที่ดี อาจจะมีปัญหาหรืออุปสรรคบ้างแต่ค่อนข้างน้อย เช่น ผู้ประกอบการไม่ได้ให้ความสำคัญและยังขาดความรู้ในเรื่องของการให้บริการกับลูกค้า จึงส่งผลกระทบต่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการภายในร้านอาหารได้

**คำถามข้อที่ 2** แนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาล เพื่อการรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต สรุปผลได้ดังนี้

1. ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า พบว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเร่งสร้างความรู้ความเข้าใจถึงผลประโยชน์จากการได้รับเครื่องหมายฮาลาลให้กับผู้ประกอบการ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ร้านอาหารฮาลาลทุกระดับได้ให้ความสำคัญในเรื่องของการได้รับเครื่องหมายฮาลาลเพิ่มขึ้น ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อพัฒนาคุณภาพด้านกระบวนการผลิตอาหารที่ถูกต้องตามบทบัญญัติทางศาสนาอย่างเคร่งครัดได้

2. ด้านการบริการ พบว่า ควรมุ่งเน้นเกี่ยวกับความสะดวกของการผลิตอาหารและรสชาติของอาหารที่มีความหลากหลายเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวจากสามจังหวัดชายแดนภาคใต้โดยส่วนมากจะไม่นิยมรับประทานอาหารที่มีรสชาติจัดจ้าน ประกอบกับควรมีการพัฒนาพนักงานในด้านการให้บริการที่มีมาตรฐานสากล เพื่อเป็นการยกระดับคุณภาพของการปฏิบัติงาน โดยการมุ่งเน้นการบริการที่มีความเสมอภาค

3. ด้านบุคลากร พบว่า ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรวมทั้งผู้ประกอบการควรมีการจัดอบรมเกี่ยวกับการประกอบอาหารและหลักการให้การบริการที่ดี เพื่อให้บุคลากรได้มีความรู้และเกิดทักษะในการปฏิบัติงานอันจะนำไปสู่การสร้าง ความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการภายในร้านอาหารได้

4. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ พบว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ให้กับร้านอาหารสากลให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในวงกว้างมากขึ้น โดยทำการประชาสัมพันธ์ในทุกช่วงเวลาอย่างต่อเนื่อง และมีการจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น ในช่วงเดือนรอมฎอน เพื่อเป็นการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

5. ด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว พบว่า ควรมีการพัฒนาร้านอาหารให้ได้มาตรฐานสากลเพิ่มมากขึ้น โดยการสนับสนุนเงินทุนจากรัฐเพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการได้ตระหนักถึงความสำคัญของการได้รับเครื่องหมายสากลที่ถูกต้อง เพราะเครื่องหมายสากลเป็นสิ่งที่สื่อถึงคุณภาพของอาหารและสามารถสร้างความเชื่อมั่นต่อการได้รับบริการอาหารในระดับที่สูงมาก

6. ด้านความเหมาะสมของราคา พบว่า โดยภาพรวมราคาอาหารอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม เพียงแต่จะต้องให้ผู้ประกอบการแสดงราคาของอาหารที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน และจำหน่ายอาหารในราคาที่เท่าเทียมกันไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวภายในประเทศหรือต่างประเทศ

7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ใบบลิว และสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ มาใช้เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นช่องทางที่สามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายของลูกค้าได้ทุกระดับ และมีความสะดวก รวดเร็ว ประกอบกับต้องมีฝ่ายการตลาดคอยลงพื้นที่หากกลุ่มลูกค้าเพื่อจะได้พูดคุยสร้างความเข้าใจต่อประโยชน์ของการบริการอาหารสากลที่แท้จริง



### คำถามการวิจัย

ปัญหาหรืออุปสรรคในด้านใดที่สามารถส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลามากที่สุด และควรมีแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อใช้สำหรับรองรับนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคตในด้านใดบ้าง

“ปัญหาหรืออุปสรรคที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลามากที่สุด คือ ด้านสถานประกอบ ส่วนแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อใช้สำหรับรองรับนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคตประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า ด้านการบริการ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ด้านความเหมาะสมของราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย”

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการสรุปผลการวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยมีประเด็นที่เห็นควรนำมาอภิปรายสนับสนุนผลการวิจัย ประกอบด้วย 2 ส่วน ในประเด็นดังต่อไปนี้

#### ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ

1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (ด้านผลิตภัณฑ์) มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ที่เป็นเช่นนี้สืบเนื่องจากผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลมีกระบวนการปรุงอาหารที่สะอาดถูกสุขอนามัยเป็นไปตามบทบัญญัติแห่งศาสนาที่ปราศจากสิ่งต้องห้าม และมีคุณค่าทางอาหารเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพตรงกับความต้องการของผู้บริโภค สอดคล้องกับข้อกำหนดของกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลที่ยึดหลักเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานด้านอนามัย ประกอบด้วย สถานประกอบการ วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารและกระบวนการจัดเก็บรักษา วิธีการล้างวัตถุดิบและน้ำสำหรับใช้ล้างทำความสะอาดวัตถุดิบ พนักงานที่ปฏิบัติงานภายในร้านอาหารฮาลาล การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์และการขนส่ง การจัดจำหน่าย ตลอดจนจนการให้บริการอาหาร (สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย, 2557) เช่นเดียวกับงานวิจัยของ มัทนี คำสำราญ (2558) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า พบว่า ประเด็นที่นักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญมากที่สุดคือด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือด้านสถานที่

2. นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้เพราะช่วงอายุไม่ได้เป็นเหตุผลสำคัญในการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล แต่เกิดจากความพึงพอใจในมาตรฐานด้านอนามัย

ของกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลตั้งแต่การเลือกซื้อวัตถุดิบ การทำความสะอาด การจัดเก็บรักษา การจัดจำหน่ายและการให้บริการ อันนำไปสู่พฤติกรรมกรรมการบริโภคนิยม และการบอกต่อกันไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญาณกร แสงวรรณกุล (2551 อ้างอิงใน สุภัค นุนาปี, 2559) ที่พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่ม ด้านประเภทของผลิตภัณฑ์ ขนาดของผลิตภัณฑ์ เหตุจูงใจในการเลือกซื้อ การส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อนมพร้อมดื่มไม่แตกต่างกัน

3. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ทั้งนี้สืบเนื่องจากผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลมีกระบวนการปรุงอาหารที่ต้องตามหลักศาสนาอิสลาม ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐานและถูกสุขอนามัยเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคในทุกระดับ โดยเฉพาะกับผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนปานกลางซึ่งมีทางเลือกในการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงที่สามารถเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารรสชาติอร่อย สะอาด ถูกสุขลักษณะ และมีคุณค่าทางโภชนาการจากร้านอาหารประเภทอื่น ๆ ได้ ส่งผลให้ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนปานกลางมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิระกานต์ วสุธรพิพัฒน์ (2553) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของผู้บริโภคคนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,000-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยด้านความถี่ในการบริโภคอาหารฮาลาลมากที่สุด

4. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในด้านความเหมาะสมราคาแตกต่างกัน ทั้งนี้สืบเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีมูลค่าลดลงประกอบกับค่าครองชีพที่สูงขึ้นทำให้ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนค่อนข้างต่ำถึงปานกลางจำเป็นต้องประหยัดเงิน ในการซื้อสินค้ามากขึ้นโดยเฉพาะอาหารปรุงสำเร็จราคาไม่แพงและมีคุณค่าทางอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกายอย่างการบริโภคอาหารฮาลาลที่มีราคาต่อชิ้นมาตรฐานเมื่อเทียบกับการบริโภคอาหารประเภทอื่นซึ่งมีราคาต่อชิ้นสูง ดังนั้นจึงเป็นเหตุสนับสนุนให้ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนค่อนข้างต่ำถึงปานกลาง มีความพึงพอใจในด้านความเหมาะสมของราคามากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูง สอดคล้องกับผลการวิจัยข้อมูลทางด้านราคาโดยรวม พบว่า ราคาอาหารที่จำหน่ายโดยชาวมุสลิมมีความยุติธรรมเหมาะสมกับคุณภาพ (พิระกานต์ วสุธรพิพัฒน์, 2553) เช่นเดียวกับ รสสุคนธ์ รสชะเอม (2553) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารในตลาดกลางเพื่อเกษตรกร

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านอาหารในด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด

5. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ทั้งนี้สืบเนื่องจากการส่งเสริมการตลาดเป็นการดำเนินงานที่เน้นถึงการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้อและการตอบรับผลิตภัณฑ์ซึ่งในความเป็นจริงเกิดขึ้น กับผู้บริโภคทุกระดับตั้งแต่ผู้มีรายได้น้อยไปจนถึงผู้มีรายได้มาก แต่ถึงกระนั้นความต้องการที่จะได้สินค้าที่มีคุณภาพและราคายุติธรรมถือได้ว่าเป็นปัจจัยหลักและมีความสำคัญกับผู้บริโภคที่มีรายได้น้อย ด้วยเหตุนี้ ความพึงพอใจของผู้มีรายได้น้อยที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจึงมีมากกว่าเมื่อเทียบกับผู้มีรายได้มาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัค นุนาปี (2559) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารฮาลาลไทยของผู้บริโภคในอินเดียตอนใต้ พบว่า ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของผู้บริโภคมากที่สุดคือ การส่งเสริมการตลาด รองลงมาคือ การจัดกิจกรรมพิเศษหรือการจัดแสดงสินค้าฮาลาล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Aimanun (2007 อ้างอิงใน อาลิสา ยุมาดีน, 2553) ที่กล่าวถึง ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการด้านการส่งเสริมการตลาดไว้ว่า เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการโดยใช้เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ

6. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในด้านกระบวนการของการปฏิบัติงานแตกต่างกัน ทั้งนี้สืบเนื่องจากขั้นตอนหรือกระบวนการต่าง ๆ ในการปฏิบัติงานตั้งแต่กระบวนการจัดซื้อวัตถุดิบการผลิต จนถึงกระบวนการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภคอันจะสร้างความพึงพอใจได้นั้นจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ค่อนข้างต่ำถึงปานกลางจะคำนึงถึงความคุ้มค่าหรือความพึงพอใจที่ตนเองได้รับเมื่อเทียบกับจำนวน เงินที่ต้องจ่ายไปเพื่อซื้อสินค้าหรือเข้ามาใช้บริการมากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้สูง สอดคล้องกับรสสุคนธ์ รสชะเอม (2553) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารในตลาดกลางเพื่อเกษตรกร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านอาหารในด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับมณีรัตน์ สดุดิวิธิชัย (2553) ที่ได้ศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ

ร้านอาหารบ้านย่า พบว่า ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการจะให้ความสำคัญในด้านการให้บริการของพนักงาน และการรักษาคุณภาพของอาหารให้อยู่ในมาตรฐานเพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

7. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อบริการส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพแตกต่างกัน ทั้งนี้สืบเนื่องจากผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลยึดหลักความเชื่อและความศรัทธาของศาสนาเป็นหลักโดยมีเครื่องหมายรับรองฮาลาลเป็นสิ่งบ่งบอกถึงผลิตภัณฑ์ว่าได้ผ่านการตรวจสอบพิจารณาความถูกต้องตามข้อกำหนดและกฎระเบียบของคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทยแล้ว ในขณะเดียวกันการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลตามร้านจำหน่ายอาหารทั่วไปซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการจะมีรายได้เฉลี่ยปานกลางมากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้สูง ดังนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่ทางร้านจะต้องมีการแสดงเครื่องหมายรับรองฮาลาลให้ชัดเจนเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าว ซึ่งแตกต่างจากผู้บริโภคที่มีรายได้สูงที่มักจะเลือกใช้บริการร้านอาหารในห้างสรรพสินค้าหรือสถานประกอบการโรงแรมที่มีมาตรฐานคุณภาพด้านการบริการด้านความสะดวก และสุขอนามัยเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง ด้วยเหตุนี้ผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางจึงมีความพึงพอใจในด้านภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลมากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้สูง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไชยวรรณ วัฒนจันทร์ (2555) ที่ศึกษาเรื่องระบบการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์สัตว์มุ่งสู่ฮาลาล พบว่า การกำหนดมาตรฐานสากลร่วมกับมาตรฐานฮาลาลจะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคว่าวัตถุดิบที่ใช้ในสายการผลิตและกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนปลอดภัยและปราศจากสิ่งที่ต้องห้ามตามหลักศาสนาอิสลามที่ได้บัญญัติไว้ เช่นเดียวกับ มาเรียม นะมิ (2554) ที่ได้ศึกษาความต้องการและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแปรรูปของชาวมาเลเซีย พบว่า ปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมและปัจจัยด้านความไว้วางใจในผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของชาวมาเลเซีย

8. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจที่มีต่อบริการส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อพฤติกรรมกรบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้น อาหารที่มีการใช้วัตถุดิบที่เป็นฮาลาล ซึ่งอาหารที่มีรสชาติอร่อย กลมกล่อมมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง และอาหารที่มีการใช้วัตถุดิบที่เป็นฮาลาลมีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง และจำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล ทั้งนี้สืบเนื่องจากผู้บริโภคที่นับถือ

ศาสนาอิสลามจะให้ความสำคัญเกี่ยวกับตราสัญลักษณ์ของเครื่องหมายฮาลาลมาก เพราะเนื่องจากเครื่องหมายตราฮาลาลจะสามารถสื่อถึงคุณภาพของการผลิตอาหาร และสิ่งที่สำคัญเครื่องหมายตราฮาลาลเป็นสิ่งที่ศาสนาได้บัญญัติไว้ว่า อาหารที่ชาวมุสลิมสามารถบริโภคได้จะต้องเป็นอาหารที่ฮาลาลเท่านั้น สอดคล้องกับ สุภักด์ นูนาบี (2559) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารฮาลาลไทยของผู้บริโภคในอินเดียตอนใต้ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รสชาติและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีตราฮาลาลของผู้บริโภค ซึ่งสามารถส่งผลในการตัดสินใจเลือกซื้อ และด้านค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อได้

9. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านความเหมาะสมของราคา พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้น ราคาอาหารเหมาะสมกับปริมาณอาหารที่ได้รับ และวัตถุดิบที่ใช้มีคุณภาพเหมาะสมกับราคามีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล ราคาอาหารคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง และราคาที่กำหนดในรายการอาหารเป็นไปตามมาตรฐานมีความสัมพันธ์กับจำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง ทั้งนี้สืบเนื่องจากราคาวัตถุดิบที่สูงขึ้นตามสภาวะของเศรษฐกิจทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารมีการปรับราคาตามไปด้วย แต่เนื่องจากในปัจจุบันพฤติกรรมการแข่งขันกันในด้านบริการอาหารที่แปลกใหม่ได้รับความนิยมสูงมาก ผู้บริโภคจึงหันมาให้ความสำคัญในด้านภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัยมากกว่าค่าใช้จ่าย ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ พิระกานต์ วสุธรพิพัฒน์ (2553) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของผู้บริโภคคนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านราคามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อและค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาล

10. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้น ช่องทางการติดต่อสอบถามข้อมูลมีความสัมพันธ์กับจำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง ทั้งนี้สืบเนื่องจากผู้บริโภคในยุคปัจจุบันจะมีข้อจำกัดด้านเวลาและความรีบเร่งในการดำเนินชีวิต ด้วยเหตุนี้สถานที่ตั้งร้านและความสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการจึงเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคคำนึงถึงและให้ความสำคัญ เป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของฉัตรยาพร เสมอใจ และฐิตินันท์ วาริวณิช (2551) ได้กล่าวไว้ว่า วิธีการจัดจำหน่าย

และการกระจายผลิตภัณฑ์ที่ดี คือ ต้องเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด ซึ่งต้องคำนึงถึงพฤติกรรมของลูกค้าว่าต้องการซื้อผลิตภัณฑ์จากที่ใดและวิธีใด เพื่อจะทำให้ลูกค้าเกิดความสะดวกที่สุด

11. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้น การจัดทำเมนูอาหารพิเศษในช่วงเทศกาลมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการเข้าใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาล และค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง มีบริการเครื่องดื่มฟรีมีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาลและค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง และการใช้สื่อโฆษณาผ่านสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการร้านอาหารฮาลาล ทั้งนี้สืบเนื่องจากผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลที่มีจำหน่ายโดยทั่วไปการส่งเสริมการขายของทางร้านจะเป็นรูปแบบของการแจกใบปลิวและติดป้ายโฆษณาเพื่อให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการ แต่ในขณะที่กลุ่มผู้บริโภคในยุคปัจจุบันมีความล้ำสมัยทางด้านเทคโนโลยีกันมากขึ้น ทางร้านจึงต้องเน้นการจัดโปรโมชั่นผ่านสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เพื่อเป็นการกระตุ้นและสามารถเจาะกลุ่มผู้บริโภคในวงกว้างให้เกิดความต้องการซื้อและเพิ่มการรับรู้ในผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของธีรภรณ์ เตียนเนตร (2557) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับระดับความมีอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ปิ้งย่างของคนกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการอาหารประเภทบุฟเฟต์ปิ้งย่างของคนกรุงเทพมหานคร ในด้านการรับรู้ข่าวสารโดยผ่านป้ายโฆษณาไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps ในเรื่องของการส่งเสริมทางการตลาดในด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และการทำโปรแกรมการขายเป็นช่วงเวลา เช่น มอบส่วนลดพิเศษหรือการมีบัตรสมาชิก ผู้บริโภคไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องเหล่านี้เท่าไรนัก จึงไม่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มตัวอย่างได้ เช่นเดียวกับ สมพงษ์ เลิศสิริลดากุล (2547) ที่ได้ศึกษาปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการบริโภคกาแฟแก้วบด กรณีศึกษาร้าน Coffee World สาขาถนนพัฒนาพงศ์ พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟแก้วบด

12. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านบุคลากรพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้น พนักงานให้บริการ

ด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง พนักงานแต่งกายถูกต้องตามหลักของศาสนามีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้งและจำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการร้านอาหารฮาลาล พนักงานมีความกระตือรือร้น และทำงานอย่างรวดเร็วมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการร้านอาหารฮาลาล และพนักงานมีเพียงพอต่อความต้องการมีความสัมพันธ์กับจำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง ทั้งนี้สืบเนื่องจากผู้บริโภคมีจุดมุ่งหมายในการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการมากกว่าความพึงพอใจที่จะได้รับจากผู้ให้บริการ อันจะทำให้เกิดความรู้สึกดีและประทับใจ สอดคล้องกับแนวความคิดของ คิริวรธนะ เสรีรัตน์ และคณะ (2550) ที่กล่าวไว้ว่า บุคคลที่ตัดสินใจซื้อโดยยึดถือความรู้สึกส่วนตัว หรือความต้องการของผู้บริโภคมากกว่าการประเมินข้อมูลตามสภาพจริงนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านค่านิยมในวัฒนธรรมและพฤติกรรมการบริโภค

13. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านกระบวนการของการปฏิบัติงาน พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้น การให้บริการที่สะดวกและรวดเร็วมีความสัมพันธ์กับจำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง ความเป็นระเบียบในการจัดลำดับลูกค้ามีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง ทั้งนี้สืบเนื่องจากลักษณะของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันมีการใช้ชีวิตที่ค่อนข้างเร่งรีบเพื่อให้ทันกับเวลา ดังนั้นความสะดวก รวดเร็ว และการบริการที่มีคุณภาพจากผู้ให้บริการจึงเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการมากที่สุด ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ กมลรัตน์ โรจน์เรืองรัตน์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟตามร้านกาแฟฟรีเมียบบนถนนสีลมของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟตามร้านกาแฟฟรีเมียบบนถนนสีลมของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน

14. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้น การจัดตกแต่งร้านอาหาร ซึ่งการจัดวางอุปกรณ์อย่างเป็นระเบียบและสะอาดมีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการกับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง ร้านอาหารมีสถานที่สำหรับนั่งพักเพื่อรอคิวที่เพียงพอมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการใช้บริการ และการจัดตกแต่งร้านอาหารมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการใช้บริการ ค่าใช้จ่ายในการบริโภค

อาหารฮาลาลต่อครั้ง และจำนวนครั้งที่ในการเข้าใช้บริการร้านอาหารฮาลาล ทั้งนี้สืบเนื่องจากร้านอาหารฮาลาลที่ได้ผ่านการรับรองเครื่องตราฮาลาลที่ถูกต้องยังมีค้อยข้างน้อย การเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งผู้บริโภคมุ่งเน้นที่จะบริโภคร้านอาหารที่มีชาวมุสลิมเป็นผู้จำหน่าย ซึ่งจะฮาลาลด้วยคน แต่ไม่ได้ฮาลาลถูกต้องตามกฎหมาย แต่ก็สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการได้เช่นกัน ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ สมพงษ์ เลิศสิริลดากุล (2547) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการบริโภคกาแฟดั่วบด กรณีศึกษาร้าน Coffee World สาขาถนนพัฒนาพงษ์ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคกาแฟดั่วบด

## ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

จากผลการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาล ผู้ที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับกิจการฮาลาล และมาตรฐานฮาลาล และหน่วยงานภาครัฐ ถึงปัญหาหรืออุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว โดยนำข้อกำหนดของกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลที่ถูกต้องตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลามประกอบด้วย 7 ด้าน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย (2557) พบว่า สถานประกอบการในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่โดยส่วนมากไม่ได้ตระหนักถึงความสำคัญต่อการได้รับเครื่องหมายฮาลาล ทั้งนี้สืบเนื่องจากผู้ประกอบการไม่ได้เข้าใจลึกซึ้งเกี่ยวกับกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลที่ถูกต้องตามบทบัญญัติทางศาสนา ประกอบกับการได้มาซึ่งเครื่องหมายฮาลาลจำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงผู้ประกอบการจึงไม่กล้าลงทุน เพราะไม่ทราบถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับที่แน่นอนจากการมีเครื่องหมายฮาลาล ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของมาตรฐานอาหารฮาลาล และกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลในขั้นตอนอื่น ๆ ตามไปด้วย ได้แก่ ด้านการขนส่ง ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการให้บริการอาหาร ด้านวิธีการล้างวัตถุดิบ ด้านวัตถุดิบและกระบวนการจัดเก็บรักษา ซึ่งสอดคล้องกับรายงานผลการวิจัยของ สุภักดิ์ นูนาบี (2559) เรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้ออาหารฮาลาลไทยของผู้บริโภคในอินเดียตอนใต้ ได้กล่าวไว้ว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารมีการนำตราฮาลาลมาแอบอ้างติดไว้ที่ร้านอาหารโดยที่เจ้าของร้านไม่ใช่ชาวมุสลิม และไม่ได้ใช้ส่วนประกอบฮาลาลในการปรุงอาหาร เพียงเพราะคิดว่าเมื่อมีตรา ฮาลาลจะเป็นสิ่งดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามารับประทานอาหารในร้านเพิ่มมากขึ้น รวมถึงไม่ได้ปฏิบัติตามหลักการทางศาสนาอิสลามใด ๆ และขาดความรู้ความเข้าใจถึงหลักการของการประกอบอาหารฮาลาล



ที่ถูกต้อง ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลให้ลูกค้าขาดความเชื่อมั่นในการบริโภคร้านอาหารฮาลาลได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของวิริยา บุญมาเลิศ (2558) ได้ศึกษากลยุทธ์การตลาดร้านค้าปลีกธุรกิจอาหารฮาลาลตามยุทธศาสตร์การค้าการลงทุน พบว่า ผู้ประกอบควรปรับปรุงในด้านผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น และต้องมีการพัฒนาเพิ่มเติมในเรื่องคุณค่าทางอาหารรสชาติ และรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าดึงดูดใจมากยิ่งขึ้น เพื่อใช้ในการยกระดับผลิตภัณฑ์ให้ไปสู่ตลาดที่มีกลุ่มผู้บริโภคที่กว้างขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของอารยา อายุบเคน (2557) ได้ศึกษาเรื่องมาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในจังหวัดนนทบุรี พบว่า การดำเนินงานจะพบปัญหาในการใช้มาตรฐานฮาลาล โดยจะเป็นในเรื่องของค่าธรรมเนียมที่สูง และต้องมีการต่ออายุการรับรองเครื่องหมายฮาลาลในทุก ๆ ปี

สำหรับแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาล เพื่อใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต จากการวิจัยสามารถสรุปเป็นประเด็นแนวทางเพื่อใช้สำหรับการพัฒนาร้านอาหารฮาลาล ได้ดังนี้

**1. ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า** หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเร่งสร้างความรู้ความเข้าใจถึงผลประโยชน์จากการได้รับเครื่องหมายฮาลาลให้กับผู้ประกอบการ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ร้านอาหารฮาลาลทุกระดับได้ให้ความสำคัญในเรื่องของการได้รับเครื่องหมายฮาลาลเพิ่มขึ้น ซึ่งสามารถส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพด้านกระบวนการผลิตอาหารที่ถูกต้องตามบทบัญญัติทางศาสนาอย่างเคร่งครัดได้

**2. ด้านการบริการ** ควรมุ่งเน้นเกี่ยวกับความสะอาดของการผลิตอาหารและรสชาติของอาหารที่มีความหลากหลายเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ประกอบกับควรมีการพัฒนาพนักงานในด้านการให้บริการที่มีมาตรฐานสากล เพื่อเป็นการยกระดับคุณภาพของการปฏิบัติงาน โดยการมุ่งเน้นการบริการที่มีความเสมอภาค

**3. ด้านบุคลากร** ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรวมทั้งผู้ประกอบการควรมีการจัดอบรมเกี่ยวกับการประกอบอาหารและหลักการให้บริการที่ดี เพื่อให้บุคลากรได้มีความรู้และเกิดทักษะในการปฏิบัติงานอันจะนำไปสู่การสร้างภาพประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการภายในร้านอาหาร

**4. ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์** หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ให้กับร้านอาหารฮาลาลให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในวงกว้างมากขึ้น โดยทำการประชาสัมพันธ์ในทุกช่วงเวลาอย่างต่อเนื่อง และมีการจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาล

สำคัญ เช่น ในช่วงเดือนรอมฎอน เพื่อเป็นการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

**5. ด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว** ควรมีการพัฒนาร้านอาหารให้ได้มาตรฐานสากลเพิ่มมากขึ้น โดยการสนับสนุนเงินทุนจากภาครัฐเพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการได้ตระหนักถึงความสำคัญของการได้รับเครื่องหมายสากลที่ถูกต้อง เพราะเครื่องหมายสากลเป็นสิ่งที่สื่อถึงคุณภาพของอาหารและสามารถสร้างความเชื่อมั่นต่อการได้รับบริโภคอาหารในระดับที่สูงมาก

**6. ด้านความเหมาะสมของราคา** ในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม เพียงแต่จะต้องให้ผู้ประกอบการแสดงราคาของอาหารที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนและจำหน่ายอาหารในราคาที่เหมาะสมกันไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวภายในประเทศหรือต่างประเทศ

**7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ใบปลิว และสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ มาใช้เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นช่องทางที่สามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายของลูกค้าได้ทุกระดับและมีความสะดวก รวดเร็ว และมีต้นทุนไม่สูง

### ข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ประกอบการร้านอาหารสากล ผู้ที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับกิจการสากล และมาตรฐานสากล ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐสามารถนำข้อมูลจากการศึกษาวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาร้านอาหารสากลที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต และเพื่อใช้ในการวางแผนทางด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนทางด้านกลยุทธ์ในการบริหารจัดการธุรกิจอาหารสากล ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาทางด้านธุรกิจการท่องเที่ยวได้ จากผลการศึกษาวิจัยสามารถทราบถึงประเด็นที่นักท่องเที่ยวต้องการ ซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ควรมุ่งเน้นในการพัฒนา ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความเหมาะสมของราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการของการปฏิบัติงาน และด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ

2. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในแต่ละด้านต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาล นำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อสามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังต่อไปนี้

2.1 ผลลัพธ์ในประเด็น ร้านอาหารมีการใช้วัตถุดิบที่เป็นฮาลาล ประกอบกับรสชาติของอาหารมีความอร่อย กลมกล่อม ซึ่งมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหาร เหตุผลของการเลือกใช้บริการ และจำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการ ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาล ควรมีการตระหนักถึงความสำคัญของการเลือกซื้อวัตถุดิบที่เป็นฮาลาลเท่านั้นในการผลิตอาหาร ตลอดจนการประกอบอาหารควรมีรสชาติที่อร่อย และได้มาตรฐาน เพื่อสร้างการรับรู้และความประทับใจให้กับผู้บริโภคได้มีการบอกต่อและกลับมาใช้บริการซ้ำ

2.2 ด้านความเหมาะสมของราคา ในประเด็น ราคาอาหารมีความเหมาะสมกับปริมาณอาหารที่ได้รับ วัตถุดิบที่ใช้มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา ราคาอาหารคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย และราคาที่กำหนดในรายการอาหารเป็นไปตามมาตรฐาน ซึ่งมีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการเลือกใช้บริการ ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหาร และจำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง ดังนั้น ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องในด้านการกำหนดราคาอาหาร ควรตระหนักถึงความเหมาะสมในด้านราคาให้มีความสอดคล้องกับเศรษฐกิจในยุคปัจจุบัน เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวสามารถส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อได้

2.3 ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ในประเด็น ช่องทางการติดต่อสอบถามข้อมูล ซึ่งมีความสัมพันธ์กับจำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในด้านช่องทางการติดต่อสอบถามที่มากกว่า 1 ช่องทาง เช่น สื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เพื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากยิ่งขึ้น

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ในประเด็น การจัดเมนูอาหารพิเศษในช่วงเทศกาลสำคัญ การใช้สื่อโฆษณาต่าง ๆ และการที่ร้านอาหารมีบริการเครื่องดื่มฟรี เช่น น้ำเปล่า ซึ่งมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการเข้าใช้บริการ ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหาร เหตุผลในการเลือกใช้บริการ และจำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการร้านอาหารฮาลาล ดังนั้น ผู้ประกอบการควรจัดโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นและดึงดูดใจให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการหรือกลับมาใช้บริการซ้ำ เช่น การสะสมแต้มเพื่อรับส่วนลดค่าอาหารและเครื่องดื่ม

หรือการมอบบัตรส่วนลดให้กับลูกค้าประจำของทางร้าน รวมทั้งการจัดกิจกรรมพิเศษต้อนรับเทศกาลในช่วงเวลาต่าง ๆ เพื่อเป็นแรงจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาใช้บริการเพิ่มขึ้น

2.5 ด้านบุคลากร ในประเด็น พนักงานให้บริการมีความสุภาพ อ่อนน้อม แต่งกายถูกต้องตามหลักของศาสนา มีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน และพนักงานมีเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหาร จำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการ และจำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการจัดฝึกอบรมในด้านการให้บริการที่ได้รับมาตรฐานสากลให้กับพนักงานบริการอยู่เสมอ เพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ และสามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้ที่เข้ามาใช้บริการซึ่งจะส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำได้ในอนาคต

2.6 ด้านกระบวนการของการปฏิบัติงาน ในประเด็น การให้บริการที่สะดวกรวดเร็วและความเป็นระเบียบในการจัดลำดับลูกค้า ซึ่งมีความสัมพันธ์กับจำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการและค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง ดังนั้น การให้ความสำคัญกับกระบวนการของการปฏิบัติงานบริการที่มีประสิทธิภาพ จะช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการรวมไปถึงลูกค้าได้รับการบริการที่มีคุณภาพ อันจะช่วยให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินกลยุทธ์การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

2.7 ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ในประเด็น การจัดวางอุปกรณ์อย่างเป็นระเบียบและสะอาด ร้านอาหารมีสถานที่สำหรับนั่งพักเพื่อรอคิวที่เพียงพอ และมีการจัดตกแต่งร้านอาหารที่สามารถแสดงถึงภาพลักษณ์ของร้านฮาลาล ซึ่งจะเห็นได้ว่านอกเหนือจากการแสดงตราเครื่องหมายรับรองฮาลาลที่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคได้แล้ว ที่สำคัญร้านอาหารฮาลาล ยังควรมีการมุ่งเน้นเกี่ยวกับด้านการบริการ ด้านความสะอาด และสุขอนามัยซึ่งเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง

3. ผู้ที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับกิจการอาหารฮาลาลและมาตรฐานฮาลาล ควรเร่งสร้างความเข้าใจในหลักการของศาสนาอิสลามที่ถูกต้องให้กับผู้บริโภคต่างศาสนา เกิดความรู้ในอาหารฮาลาลเพิ่มมากขึ้นพร้อมกับเกิดทัศนคติในทางบวกอันจะส่งผลให้พฤติกรรมความถี่ในการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคอาหารฮาลาลเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

4. ผู้ประกอบการควรตระหนักถึงความสำคัญของการได้รับเครื่องหมายฮาลาล เนื่องจากเครื่องหมายฮาลาลเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อถึงมาตรฐานของร้านอาหาร และสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวได้ในระดับที่สูงมาก

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารฮาลาลระหว่างผู้บริโภคชาวมุสลิมกับผู้บริโภคต่างศาสนา
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารฮาลาลระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ



บรรณานุกรม



## บรรณานุกรม

- กมลรัตน์ ไรจน์เรืองรัตน์. (2550). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟตามร้านกาแฟพรีเมียมบนถนนสีลมของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน**. สารนิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- กรมการท่องเที่ยว. (2559). **สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2559**. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://tourism2.tourism.go.th>
- กรมการท่องเที่ยว. (2559). **สถิติผู้ประกอบการที่ได้รับมาตรฐาน**. สืบค้นเมื่อ 21 พฤศจิกายน 2559, จาก <https://www.tourism.go.th>
- เกียรติสุดา ศรีสุข. (2552). **ระเบียบวิธีวิจัย**. เชียงใหม่: โรงพิมพ์ครองช้าง.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). **สถิติสำหรับงานวิจัย** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2545). **จิตวิทยาการบริการ** (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ดวงกมลสมัย.
- ฉัตยาพร เสมอใจ และจิตตินันท์ วารวินิช. (2551). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ไชยวรรณ วัฒนจันทร์. (2555). ระบบการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์สัตว์มุ่งสู่สากล. **แก่นเกษตร**, 40(2), 87-94.
- ที่ว่าการอำเภอหาดใหญ่. (ม.ป.ป.). **ประวัติอำเภอหาดใหญ่**. สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://www.hatyai-sk.go.th/history.pdf>
- ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ. (2550). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS**. กรุงเทพฯ: วีอินเตอร์พรีนทร์.
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2547). **การตลาดสำหรับการบริหาร: แนวคิดและกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: แอคทีฟ พรีนทร์.
- ธีราภรณ์ เตี้ยเนตร. (2557). **ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับระดับความมีอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ปิ้งย่างของคนกรุงเทพมหานคร**. การศึกษาค้นคว้าอิสระ บธ.ม., มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, กรุงเทพฯ.
- นันทนา ปริมาณุศิษฐ์. (2559). **อาหารฮาลาล**. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- บัณฑิต อเนกพูนสุข. (2560). **ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2560, จาก <http://www.tatreviewmagazine.com>

- ปริญญ์ ลักขิตานนท์. (2544). **จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: เจริญบุญการพิมพ์
- ฝ่ายกิจการฮาลาล คณะกรรมการอิสลามประจำกรุงเทพมหานคร. (ม.ป.ป.). **ข้อปฏิบัติสำหรับสถานประกอบการที่ขอรับรองฮาลาล**. สืบค้นเมื่อ 22 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:dRHL9Mog8MwJ:www.islamicbangkok.or.th/download/halal/new/>
- ฝ่ายวิจัยธุรกิจ. (2555). **แนะ SMEs ทำความรู้จัก “เครื่องหมายรับรองฮาลาล”**. กรุงเทพฯ: ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย.
- พงษ์ภานุ เศวตรุนทร์. (2559). **ภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: เอ็กเซลเลนซ์ บิสเนส แมเนจเม้นท์.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542. (2542). **ความพึงพอใจ**. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คพับลิเคชั่น.
- พีระกานต์ วสุธรพิพัฒน์. (2553). **พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารฮาลาลของผู้บริโภคคนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- ไพรัช วัชรพันธุ์ และคณะ. (2551). **แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของอาหารฮาลาลเพื่อการส่งออกของประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ วท.ม., มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- มณีรัตน์ สดุดิวิดิชัย. (2553). **ปัจจัยและพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารบ้านย่า**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- มัทนี คำสำราญ. (2558). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- มาเรียม นะมิ. (2554). **การศึกษาความต้องการและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแปรรูปของชาวมาเลเซีย**. งานวิจัยสนับสนุนเงินงบประมาณรายจ่ายประจำปีคณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, กรุงเทพมหานคร.
- รสสุคนธ์ รสชะเอม. (2553). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารในตลาดกลางเพื่อเกษตรกร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, พระนครศรีอยุธยา.



- วินัย ตะห์ลัน. (2555). **ศักยภาพและโอกาสของตลาดอาหารฮาลาลโลกและแนวทาง “ศาสนารับรอง วิทยาศาสตร์รองรับ” ของประเทศไทย**. มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต: ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วินัย ตะห์ลัน. (ม.ป.ป.). **HAL-Q ระบบบริหารจัดการเพื่อการจัดเตรียมอาหารฮาลาลปลอดภัย**. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิริยา บุญมาเลิศ. (2558). **กลยุทธ์การตลาดร้านค้าปลีกธุรกิจอาหารฮาลาลตามยุทธศาสตร์การค้าการลงทุน**. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพมหานคร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). **การวิจัยการตลาด**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2549). **การวิจัยฉบับปรับปรุงใหม่**. กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2542). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.
- สถาบันค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร. (ม.ป.ป.). **เรื่องฮาลาลน่ารู้**. สืบค้นเมื่อ 23 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://ifrpd.ku.ac.th/th/home/index.php>
- สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย. (2557). **ข้อบังคับการ ดำเนินการตรวจรับรองสถานประกอบการการตรวจผลิตภัณฑ์และค่าธรรมเนียม พ.ศ.2552 และข้อปฏิบัติการผลิตอาหารฮาลาล**. กรุงเทพฯ: สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย.
- สถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (2559). **อาหารฮาลาล**. สืบค้นเมื่อ 22 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://www.halinst.psu.ac.th/th/knowledge-th/knowhalal-th/107-halal-food.html>
- สมนึก ภัททิยธนี. (2546). **การวัดผลการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 4)**. กอฬ์ลินธุ์: ประสานการพิมพ์.
- เสวี วงษ์มณฑา. (2542). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สมพงษ์ เลิศสิริลดากุล. (2547). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการบริโภคกาแฟคั่วบด กรณีศึกษาร้าน Coffee World สาขาถนนพัฒนาพงษ์**. สารนิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.

- สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย. (2552). **ระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ว่าด้วยการดำเนินกิจการฮาลาล พ.ศ. 2552.** สืบค้นเมื่อ 23 พฤศจิกายน 2559, จาก [http://www.thaihalalfoods.com/upload/about\\_halal](http://www.thaihalalfoods.com/upload/about_halal)
- สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย. (2559). **ยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล (พ.ศ. 2559–2563).** สืบค้นเมื่อ 24 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://www.dip.go.th/Portals/>
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2559). **มาตรฐานอาหารฮาลาลแห่งชาติ.** กรุงเทพฯ: สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ.
- สุภัค นุณานปี. (2559). **พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารฮาลาลไทยของผู้บริโภคในอินเดีย.** รายงานผลการวิจัย, ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- สุภาวงศ์ จันทวานิช. (2553). **วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 18).** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2560). **การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2560,** จาก <http://www.dasta.or.th/th/knowledge/knowledge-articles>
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และคณะ. (2545). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- อรุณ บิลหลี. (2554). **การเสนอรูปแบบการจัดการการบริการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม.** วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒนกิจ. (2548). **จิตวิทยาการบริการ.** กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- อารยา อายุบเคน. (2557). **มาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของประกอบการธุรกิจอาหารในจังหวัดนนทบุรี.** วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- อาลิสสา ยูมาติน. (2553). **ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารมุสลิมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี.** วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, สุราษฎร์ธานี.

- Bernard, L.A. (1995). **The Key to the Professional of Nursing**. (3<sup>th</sup> ed.). Mosby: St. Louis.
- Cohen, E and Avieli, N. (2004). Food in tourism. **Annals of Tourism Research**. 31(4), 755–778.
- Cohen, J.W. (1988). **Statistical power analysis for the behavioral sciences**. (2<sup>nd</sup> ed.). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Cronbach, L.J. (1984). **Essentials of Psychological Testing**. New York: Harper and Row.
- Engle, James F., Roger D. Blackwell and Paul W. Miniard. (1993). **Consumer Behavior**. (7<sup>th</sup> ed.). Fort Worth: Dryden Press.
- Hall, M., Mitchell, R. (2005), **Gastronomic tourism: comparing food and wine tourism Experiences**. in Novelli, M. (Eds), Niche Tourism. Contemporary Issues, Trends and Cases, Elsevier, Barking.
- Hoyer, Wayne D. and Deborah J. Macinnis. (1997). **Consumer Behavior**. Boston: Houghton Mifflin.
- Loudon, David. And Albert J. Della Bitta. (1993). **Consumer Behavior : Concepts and Applications**. (4<sup>th</sup> ed.). New York: McGraw–Hill.
- Mowen, John C. and Michael Minor. (1998). **Consumer Behavior**. (5<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Prentice–Hall.
- Peter, J. Paul and Jerry C. Olsen. (1990). **Consumer Behavior and Marketing Strategy**. (2<sup>nd</sup> ed.). Homewood, Illinois: Richard D. Irwin.
- Solomon, Michael R. (1996). **Consumer Behavior**. (3<sup>rd</sup> ed.). New Jersey: Prentice–Hall.

ภาคผนวก



## ภาคผนวก ก



### แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

## เรื่อง แนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

### คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นแบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว วิทยาลัยการจัดการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือของท่านในการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยขอรับรองว่าข้อมูลที่ท่านให้ถือเป็นความลับและจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ในภาพรวมเท่านั้นแบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

บริการ

ตอนที่ 4 แนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาในการให้ข้อมูลตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

นางสาวจิระนันท์ กมลนรากิจ

นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรม และการท่องเที่ยว

วิทยาลัยการจัดการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดระบุเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ตัวเลือก)

1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

2. อายุ

1) ต่ำกว่า 20 ปี

2) 20-29 ปี

3) 30-39 ปี

4) 40-49 ปี

5) 50-59 ปี

6) 60 ปีขึ้นไป

3. ศาสนา

1) อิสลาม

2) พุทธ

3) คริสต์

4) อื่น ๆ.....

4. สถานภาพ

1) โสด

2) สมรส

3) หย่าร้าง/หม้าย

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1) ต่ำกว่า 5,000 บาท

2) 5,000-10,000 บาท

3) 10,001-15,000 บาท

4) 15,001-20,000 บาท

5) 20,001-25,000 บาท

6) มากกว่า 25,000 บาท

6. ภูมิลำเนา

1) จังหวัดนครราชสีมา

2) จังหวัดปัตตานี

3) จังหวัดยะลา

4) จังหวัดสตูล

5) จังหวัดพัทลุง

6) จังหวัดตรัง

7) จังหวัดนครศรีธรรมราช

8) จังหวัดสงขลา

9) อื่น ๆ (ระบุ).....

**ตอนที่ 2** ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยว

**คำชี้แจง** โปรดระบุเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ตัวเลือก)

1) เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1) ความสะอาด           | <input type="checkbox"/> 2) ความปลอดภัยจากสิ่งปนเปื้อน |
| <input type="checkbox"/> 3) คุณค่าทางโภชนาการ   | <input type="checkbox"/> 4) สิ่งแวดล้อมภายในร้านอาหาร  |
| <input type="checkbox"/> 5) ถูกต้องตามหลักศาสนา | <input type="checkbox"/> 6) อื่น ๆ.....                |

2) ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารฮาลาลบ่อยครั้ง

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1) ก่อน 10.00 น.  | <input type="checkbox"/> 2) 10.00–12.00 น.     |
| <input type="checkbox"/> 3) 12.01–14.00 น. | <input type="checkbox"/> 4) 14.01–16.00 น.     |
| <input type="checkbox"/> 5) 16.01–18.00 น. | <input type="checkbox"/> 6) 18.01 น. เป็นต้นไป |

3) ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฮาลาลต่อครั้ง

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 200 บาท | <input type="checkbox"/> 2) 200–400 บาท   |
| <input type="checkbox"/> 3) 401–600 บาท     | <input type="checkbox"/> 4) 601 บาทขึ้นไป |

4) จำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในแต่ละครั้ง

- |                                    |  |
|------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1) 1–2 คน | <input type="checkbox"/> 2) 3–4 คน             |
| <input type="checkbox"/> 3) 5–6 คน | <input type="checkbox"/> 4) มากกว่า 6 คนขึ้นไป |

5) จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาล

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) 1–2 ครั้ง/สัปดาห์ | <input type="checkbox"/> 2) 3–4 ครั้ง/สัปดาห์ |
| <input type="checkbox"/> 3) 5–6 ครั้ง/สัปดาห์ | <input type="checkbox"/> 4) ทุกวัน            |
| <input type="checkbox"/> 5) เดือนละครั้ง      | <input type="checkbox"/> 6) อื่น ๆ.....       |

ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

คำชี้แจง โปรดระบุเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ตัวเลือก)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7 Ps)	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1. มีรายการอาหารให้เลือกมากมายหลายชนิด					
2. อาหารได้คุณภาพ สด/ใหม่ ถูกต้องตามหลักศาสนา					
3. รสชาติอร่อย กลมกล่อม					
4. การตกแต่งอาหารมีความสวยงาม น่ารับประทาน					
5. อาหารใช้วัตถุดิบที่เป็นฮาลาล					
<b>ด้านความเหมาะสมของราคา</b>					
1. ราคาอาหารเหมาะสม กับปริมาณอาหารที่ได้รับ					
2. ราคาอาหารคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย					
3. มีการแสดงราคาในเมนูชัดเจน					
4. ราคาที่กำหนดในรายการอาหารเป็นไปตามมาตรฐาน					
5. วัตถุดิบที่ใช้มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา					
<b>ด้านสถานที่จัดจำหน่าย</b>					
1. ร้านอาหารอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้สะดวก					
2. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ และปลอดภัย					
3. ระบุช่วงเวลาเปิด-ปิดร้านชัดเจน					
4. มีช่องทางการติดต่อสอบถามข้อมูล ได้หลายช่องทาง เช่น Facebook ,Line, โทรศัพท์					
5. ช่องทางการติดต่อมีความสะดวกรวดเร็ว					
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
1. มีเพจร้านอาหารสำหรับใช้ประชาสัมพันธ์ที่มีความน่าดึงดูดใจ					
2. มีการจัดเมนูอาหารพิเศษในช่วงเทศกาล เช่น เทศกาลรอมฎอน					
3. มีบริการเครื่องดื่มฟรี เช่น ชา กาแฟ น้ำเปล่า					
4. ลงโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ ใบปลิว หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น					
5. มีการจัดโปรโมชั่นพิเศษในช่วงเทศกาลต่างๆ					



ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7 Ps)	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>ด้านบุคลากร</b>					
1. พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม และมีหน้าตาที่ยิ้มแย้ม แจ่มใส					
2. พนักงานแต่งกายถูกต้องตามหลักของศาสนา (ใส่ผ้าคลุมหัวหรือใส่ฮิญาบ)					
3. พนักงานมีความกระตือรือร้น และทำงานอย่างรวดเร็ว					
4. พนักงานมีเพียงพอต่อความต้องการ					
5. พนักงานดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการเป็นอย่างดี					
<b>ด้านกระบวนการของการปฏิบัติงาน</b>					
1. มีการให้บริการที่สะดวกและรวดเร็ว					
2. สามารถชำระค่าบริการได้สะดวก					
3. ความถูกต้องในการให้บริการ					
4. ความเป็นระเบียบในการจัดลำดับลูกค้า					
5. มีการบริการลูกค้าด้วยความเสมอภาค					
<b>ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ</b>					
1. ร้านอาหารมีการจัดวางอุปกรณ์อย่างเป็นระเบียบ และมีความสะอาด					
2. ร้านอาหารมีสถานที่สำหรับนั่งพักเพื่อรอคิวที่เพียงพอ					
3. ร้านอาหารมีการตกแต่งที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ และระดับของราคา					
4. ร้านอาหารมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานไว้บริการ เช่น ทางลาดสำหรับคนพิการ ห้องน้ำ					
5. ร้านอาหารมีป้ายร้านและมีโลโก้ตราศาลาลที่สามารถเห็นได้อย่างชัดเจน					

**ตอนที่ 4** ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเสียสละเวลาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้



## ภาคผนวก ข



### แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

## เรื่อง แนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

### คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ เป็นเครื่องมือประกอบการศึกษาวิจัยของนิสิตระดับปริญญาโท ซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลของคณาจารย์ที่ปรึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเลือกใช้บริการของร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว และเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านได้กรุณาตอบแบบสัมภาษณ์ เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้ไปเป็นประโยชน์ในการเสนอแนะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาต่อไป โดยแบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 2 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้การสัมภาษณ์

ตอนที่ 2 สภาพปัญหา/ความคิดเห็น เกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์ในการให้สัมภาษณ์ และขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านอย่างสูง ณ ที่นี้

นางสาวจิระนันท์ กมลนราภิจ

นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรม และการท่องเที่ยว

วิทยาลัยการจัดการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา

วัน / เดือน / ปี ที่ให้สัมภาษณ์.....เวลา.....

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อ.....นามสกุล.....

ตำแหน่ง.....

### ตอนที่ 2 สภาพปัญหา และความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อใช้สำหรับ รองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

1. ท่านพบปัญหาหรืออุปสรรคในด้านใดบ้าง เกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลที่ส่งผลต่อความ  
เชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ด้านสถานประกอบการ

.....  
.....

ด้านวัตถุดิบ และการเก็บรักษา

.....  
.....

ด้านวิธีการล้างวัตถุดิบ

.....  
.....

ด้านพนักงาน

.....  
.....

ด้านการขนส่ง

.....  
.....

ด้านการจัดจำหน่าย

.....  
.....

ด้านการให้บริการอาหาร

.....  
.....

2. ท่านมีแนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลในด้านใดบ้าง เพื่อใช้ในการรองรับ  
นักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต  
ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า

.....  
.....

ด้านการบริการ

.....  
.....

ด้านบุคลากร

.....  
.....

ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์

.....  
.....

ด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

.....  
.....

ด้านความเหมาะสมของราคา

.....  
.....

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

.....  
.....

ประวัติผู้วิจัย



## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นามสกุล	จิระนันท์ กมลนราภิจ
วัน เดือน ปี เกิด	5 พฤศจิกายน 2534
ที่อยู่ปัจจุบัน	149/1 หมู่ 4 ต.ท่าบอน อ.ระโนด จ.สงขลา 90140
ที่ทำงานปัจจุบัน	วิทยาลัยอาชีวศึกษาสงขลา 74 ถ.รามวิถี ต.บ่อยาง อ.เมือง จ.สงขลา 90000
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	พนักงานราชการ (ครู)
ประสบการณ์การทำงาน	
พ.ศ. 2559	ครู แผนกวิชาการโรงแรม วิทยาลัยอาชีวศึกษาสงขลา
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2557	ศศ.บ. (การโรงแรม), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
ผลงานตีพิมพ์	
ที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์	
จิระนันท์ กมลนราภิจ. (2560). แนวทางการพัฒนาร้านอาหารฮาลาลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 3 และระดับนานาชาติ ครั้งที่ 1 (หน้า 87). กรุงเทพฯ: วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม.	
ผลงานตีพิมพ์อื่น ๆ -	

