

ธวัชชัย นิมา. (2564). การพัฒนารูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาดบริการสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยว
วิถีฮาลาลของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน. บริหารธุรกิจดุซงึบบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. อาจารย์ที่
ปรึกษา : อ.ดร.ภัทรพล ชุ่มมี ผศ.ดร.ชาคริต ศรีทอง

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพ และปัญหาด้านกลยุทธ์
ทางการตลาดบริการสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน
2) ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของรูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาดบริการสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาล
ของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน และ 3) พัฒนารูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาดบริการสำหรับการส่งเสริม
การท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน การวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง
แบบแบ่งชั้น จำนวนประชากร 3,600,000 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่นับถือ
ศาสนาอิสลามวิถีฮาลาลของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน ที่เคยมาท่องเที่ยวอย่างน้อยหนึ่งครั้ง จำนวน
700 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเลือกกลุ่มเป้าหมายใช้วิธีการแบบเจาะจง จำนวน 5 คน เครื่องมือที่ใช้
ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยสถิติที่ใช้ในการวิจัยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ
การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างวิเคราะห์โดยโปรแกรมลิสเรล (Serial NO.LP872-45SSI-46934) และมีการ
ยืนยันผลการวิจัยโดยใช้การสนทนากลุ่มมีกับตัวแทนของผู้บริหาร ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีประสบการณ์และผู้เชี่ยวชาญ
เข้าร่วมสนทนากลุ่ม 10 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) องค์ประกอบหลักที่ประสบปัญหาในภาพรวม ได้แก่ ปัจจัยด้านพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของมุสลิม ปัจจัยด้านการจัดการการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ปัจจัยด้าน
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ปัจจัยด้านความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยว 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยว
ของมุสลิม การจัดการการท่องเที่ยววิถีฮาลาล คุณภาพการให้บริการความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และความ
จงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยว มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อการพัฒนารูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ
สำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน ค่าดัชนีวัดระดับ
ความสอดคล้องของโมเดลมีค่า $\chi^2 = 408.45$, $df = 367$, $\chi^2/df = 1.11$, $p\text{-value} = 0.06$, $CFI = 1.00$, $GFI = 0.96$,
 $AGFI = 0.96$, $SRMR = 0.01$, $RMSEA = 0.01$ และ 3) เสนอการพัฒนารูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาดบริการสำหรับ
การส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน มีความสอดคล้องกับข้อมูล
เชิงประจักษ์ประกอบด้วย ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของมุสลิม ด้านการจัดการการท่องเที่ยววิถีฮาลาล
ด้านคุณภาพการให้บริการปัจจัยด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และด้านความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยว
มีอิทธิพลต่อการพัฒนารูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาดบริการสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิม
ในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน และต่อภาครัฐและการท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อไป

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ คือ การนำมาพัฒนารูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาดบริการสำหรับ
การส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามันเพื่อทำการส่งเสริมพัฒนาความเป็น
ผู้นำด้านการท่องเที่ยว สามารถช่วยให้กลุ่มกิจการโรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหารฮาลาล สามารถสร้างความได้เปรียบ
ทางการแข่งขันของธุรกิจท่องเที่ยวอันจะนำไปสู่การสร้างรายได้ที่ยั่งยืน

คำสำคัญ : รูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาด การท่องเที่ยววิถีฮาลาล ภาคใต้ฝั่งอันดามัน



1288265901

VRU ITthesis 53B71307106 thesis / recv: 13052564 14:56:05 / seq: 35

Thawatchai Nima. (2021). Development of Service Marketing Strategy for Promoting Halal Tourism of Muslims in the Southern Andaman Provinces. Doctor of Business Administration (Business Administration). Advisors: Dr.Pattarapon Chummee, Asst. Prof. Dr.Chachit Sritong

ABSTRACT

The objectives of this research were to: 1) study the state and problems of service marketing strategy for promoting Halal tourism of Muslims in the Southern Andaman provinces, 2) study the causal relationship of service marketing strategy for promoting Halal tourism of Muslims in the Southern Andaman provinces, and 3) develop a model marketing strategy for promoting Halal tourism of Muslims in the Southern Andaman provinces. This study was a mix method research using quantitative and qualitative research. In quantitative research, Stratified Sampling was used with the population of 3,600,000. The sample was 700 Thai tourists and foreigners who believed in Islam in the southern Andaman provinces who have visited the attractions at least once. For qualitative research, the target group of 5 people was selected by purposive sampling. The instrument used for data collection was a questionnaire. The statistics used in the research were percentage, mean and standard deviation. The analysis of the structural equation model was analyzed by LISREL program (Serial NO.LP872-45SSI-46934). The research results were confirmed by using group discussions with 10 administrative representatives, experienced people and experts.

The results of the research found that: 1) the main factors of the overall problems were Muslim tourism behavior factor, tourism management factor, Halal tourism factor, service quality factor, tourists' satisfaction factor, tourists' loyalty to attractions factor. 2) Muslim tourism behavior, Halal tourism management, service quality, tourists' satisfaction and loyalty to attractions had direct and indirect influence on the development of service marketing strategy for promoting Halal tourism of Muslims in the Southern Andaman provinces. The model consistency index was $\chi^2 = 408.45$, $df = 367$, $\chi^2/df = 1.11$, $p\text{-value} = 0.06$, $CFI = 1.00$, $GFI = 0.96$, $AGFI = 0.96$, $SRMR = 0.01$, $RMSEA = 0.01$. 3) The service marketing strategy for promoting Halal tourism of Muslims in the Southern Andaman provinces was developed and it was consistent with the empirical data. Factors including Muslim tourism behavior, tourism management factor, Halal tourism factor, service quality factor, tourists' satisfaction factor and tourists' loyalty to attractions factor all had an influence on the development of a service marketing strategy for promoting Halal tourism of Muslims in the Southern Andaman provinces, the government sector and tourism in Thailand.

The body of knowledge gained from this research can be applied to develop marketing strategies that support halal tourism among Muslims in southern Andaman provinces in order to promote tourism leadership. This will also help a business group of halal hotels, resorts, and restaurants create tourism business competitiveness that will lead to sustainable income generation.

Keywords: Marketing Strategy Model, Halal Tourism, Southern Andaman