

บทความวิจัย

มุมมองของนักวิชาการชาวเกาหลีใต้และชาวมาเลเซียต่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อส่งเสริมการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมของประเทศเกาหลีใต้

ณภัทร เรืองนากุล*

***อาจารย์ คณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้**

บทคัดย่อ

จำนวนของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมทั่วโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและยังมีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงทำให้หลายประเทศหันมาสนใจนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมากขึ้น การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์มุมมองของนักวิชาการชาวเกาหลีใต้และชาวมาเลเซียที่มีต่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมสำหรับเตรียมความพร้อมด้านการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้ ให้เป็นปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากทั่วโลก การวิจัยครั้งนี้ได้สัมภาษณ์เชิงลึกนักวิชาการชาวเกาหลีใต้และนักวิชาการชาวมุสลิมมาเลเซียที่ทำการสอนและดำเนินการวิจัยด้านการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวหรือการศึกษาระหว่างวัฒนธรรมจำนวน 16 ราย โดยใช้ซอฟต์แวร์เพื่อการวิจัยเชิงคุณภาพ NVivo 10 ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่าผู้ให้ข้อมูลเห็นว่าการเตรียมข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวและพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ สิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับเงื่อนไขทางศาสนา และสังคมที่เป็นมิตรต่อชาวมุสลิมจะช่วยให้การสื่อสารข้ามวัฒนธรรมเป็นไปด้วยดี การวิจัยครั้งนี้เป็นแนวทางสำหรับการวางแผนนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ดังนั้นข้อค้นพบครั้งนี้คาดว่าจะประโยชน์ต่อการพัฒนาการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในเกาหลีใต้และแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่ต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับชาวมุสลิมต่อไป

คำสำคัญ: การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม, นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม, การท่องเที่ยว, เกาหลีใต้

RESEARCH

The Perspectives Of South Korean Scholars And Malaysian Scholars On The Development Of Infrastructure To Support Cross-Cultural Communication For Muslim Tourists In South Korea

*Napat Ruangnapakul**

** Lecturer, Faculty of Information and Communication, Maejo University*

Abstract

Worldwide, the number of Muslim tourists are increasing and have a high potential for spending. Therefore, many countries become more interested in Muslim tourists. This study aims to analyze the views of Korean and Malaysian scholars on the development infrastructure to support cross-cultural communication in order to prepare the tourism environment in South Korea to be the destination for Muslim tourists from around the world. This research conducted in-depth interviews with South Korean scholars and Malaysian Muslim scholars who taught and conducted researches on tourism communication or inter-cultural studies. This research used NVivo 10 qualitative research software for data analysis. The results of this study present that information preparation for tourism and English language development are needed. Besides, facilities that comply with religious conditions and the society that friendly to Muslim will help to improve cross-cultural communication. This research can be a guideline for policy suggestions to support Muslim tourism in South Korea. Therefore, this finding is expected to be useful for the development of cross-cultural communication in South Korea and other tourist destinations that require further development of tourism suitable for Muslims.

Keywords: Cross-cultural communication, Muslim tourists, Tourism, South Korea

บทนำ

การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดการสื่อสารระหว่างผู้คนจากวัฒนธรรมที่หลากหลาย และเมื่อวัฒนธรรมเกี่ยวข้องกับบรรทัดฐานและค่านิยมย่อมทำให้เกิดพฤติกรรมที่แตกต่างกัน (Mohsin ,2014) จากข้อมูลของ Albu (2015) พบว่านักท่องเที่ยวมักจะมีอาการที่เกิดจากความไม่คุ้นเคยกับสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม (Cultural Shock) เมื่อเลือกที่จะท่องเที่ยวในประเทศที่มีวัฒนธรรมแตกต่างโดยสิ้นเชิง อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวจะสามารถเข้าใจและชื่นชมวัฒนธรรมอื่นได้ หากเข้าใจ การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมและจะทำให้สามารถเข้าใจวัฒนธรรมของตนเองได้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย (Albu, 2015) นอกจากนี้ยังเป็นโอกาสที่ดีสำหรับแหล่งท่องเที่ยวในการสร้างข้อเสนอพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะ การสื่อสารที่มีศักยภาพจะสามารถพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

หนึ่งในนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายของการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดคือนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ดังนั้นการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวของชาวมุสลิมมีความสำคัญมาก (Battour, Battor & Ismail, 2012) ประเทศเกาหลีเป็นอีกหนึ่งประเทศที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทต่อเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าสู่ประเทศจำนวนมาก (Lee & Choi, 2016) อย่างไรก็ตามการศึกษาวิจัยด้านการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีได้ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับ ภาพลักษณ์ของวัฒนธรรม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Choi, Tkachenko & Sil, 2011) แต่ยังไม่มีการศึกษาเกี่ยวกับนโยบายเพื่อเตรียมการสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมแต่อย่างใด เนื่องจากวัฒนธรรมเกาหลีและมุสลิมนั้นแตกต่างกัน ดังนั้นการวิจัยเพื่อการปรับปรุงการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมโดยเฉพาะเพื่อกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจะเกิดประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของเกาหลีได้ ทั้งนี้การศึกษามุมมองของนักวิชาการชาวเกาหลีใต้และนักวิชาการชาวมาเลเซียที่มีความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม โดยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึก จะช่วยให้ได้แนวทางเกี่ยวกับการพัฒนาการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในการท่องเที่ยวเกาหลีสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้ Battour และ Ismail (2016) อธิบายว่าปลายทางการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม หรือ Muslim Friendly Destination หมายถึงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็นถึงความใส่ใจต่อนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ขณะที่โดยทั่วไปแล้วการท่องเที่ยวฮาลาล หมายถึง วัตถุประสงค์หรือการท่องเที่ยวใด ๆ ที่ได้รับอนุญาตตามคำสอนของศาสนาอิสลามที่จะใช้หรือมีส่วนร่วมโดยชาวมุสลิมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดังนั้นการท่องเที่ยวฮาลาลจึงรวมถึงบริการและผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมาสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในประเทศมุสลิมและประเทศอื่น ๆ

ประเทศที่มีชาวมุสลิมเป็นประชากรหลายประเทศ ได้เพิ่มการบริการด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมให้มากที่สุดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมุสลิมจากประเทศอื่น โดย Henderson (2010) อธิบายว่าบางประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เช่น มาเลเซียและสิงคโปร์ ได้ส่งเสริมประเทศของตนเองให้เป็นจุดหมายปลายทางที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม โดยเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกตามความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิมรวมทั้งการเสนอผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยวฮาลาล นอกจากนี้ Razzaq, Hall และ Prayag (2016) ระบุว่าประเทศนิวซีแลนด์พยายามดึงดูดนักท่องเที่ยวมุสลิมจากตะวันออกกลาง อินเดีย อินโดนีเซียและมาเลเซียโดยนำเสนออุตสาหกรรมท่องเที่ยวฮาลาลที่เกิดขึ้นใหม่ ซึ่งมีทั้งร้านอาหารและร้านขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวมุสลิมโดยเฉพาะ หลายประเทศที่ไม่ใช่ประเทศกลุ่มมุสลิม เช่นญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ และบราซิล ยังได้พัฒนาสิ่งแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวในประเทศให้เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมอีกด้วย (Battour &

Ismail, 2016) จะเห็นได้ว่าในหลายประเทศทั้งที่เป็นประเทศกลุ่มมุสลิมและประเทศที่ไม่ใช่กลุ่มมุสลิมได้พยายามผลักดันให้ประเทศตนเองเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมเนื่องจากเป็นโอกาสทางธุรกิจที่ดี

สำหรับประเทศเกาหลีใต้ นั้น Na (2014) กล่าวว่าประเทศเกาหลีใต้มีพื้นที่เพียง 90,000 ตารางกิโลเมตร ดังนั้นทรัพยากรการท่องเที่ยวในประเทศนี้จึงมีจำกัด อย่างไรก็ตามเกาหลีใต้ใช้ประโยชน์สูงสุดจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ด้วยการผสมรวมกับวัฒนธรรมดั้งเดิมเพื่อสร้างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเกาหลีใต้ที่ไม่เหมือนใคร โดยมีนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นและชาวจีนเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งมีจำนวนมากกว่า 50% ของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาประเทศเกาหลีใต้ทั้งหมด และมีนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกาเป็นกลุ่มเป้าหมายอันดับที่ 3 (Kim & Nam, 2016) ทั้งนี้ Malyana (2018) ระบุว่า เกาหลีใต้ต้องการขยายกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวไปสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ดังนั้นจึงพยายามที่จะเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมทั่วโลก

อย่างไรก็ตาม Zhou (2011) กล่าวว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการท่องเที่ยวระหว่างประเทศนั้นเกี่ยวข้องกับสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ Chen และ Starosta (2000) อธิบายว่าหัวใจสำคัญของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมคือ 'ความคิด' ซึ่งรวมถึงการมีส่วนร่วมต่อกัน ความมั่นใจในการสื่อสาร ความสนุกสนานและความเปิดกว้างในการมีปฏิสัมพันธ์ ในขณะที่เดียวกันต้องมีความเคารพในความแตกต่างทางวัฒนธรรม โดยการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมถูกกำหนดให้เป็นเครื่องมือด้านเสริมสร้างประสบการณ์การสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของประเทศที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม (Reisinger, 2009) ดังนั้นการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ตลอดจนการเปลี่ยนทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัฒนธรรมและผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวมีความจำเป็น (Zhou, 2011) งานวิจัยครั้งนี้จึงศึกษาแนวทางการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเพื่อให้ประเทศเกาหลีใต้เป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของชาวมุสลิม

คำถามนำวิจัย

มุมมองของนักวิชาการชาวเกาหลีใต้และนักวิชาการชาวมาเลเซียที่มีต่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวมุสลิมเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษามุมมองของนักวิชาการชาวเกาหลีใต้และนักวิชาการชาวมาเลเซียต่อแนวทางการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้ในการต้อนรับนักท่องเที่ยวมุสลิม

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลวิจัยตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ค้นหากลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นเรื่องเกี่ยวกับมุมมองของของนักวิชาการด้านการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม โดยนักวิชาการดังกล่าวที่ต้องมีความรู้และประสบการณ์ด้านการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม การท่องเที่ยว และต้องเคยทำงานหรือมีปฏิสัมพันธ์กับชาวมุสลิม โดยผู้วิจัยค้นหากลุ่มตัวอย่างด้วยการค้นหาบทความวิจัยที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในฐานข้อมูลออนไลน์ เช่น SAGE Publishing, Elsevier หรือ Google Scholar เพื่อหานักวิชาการชาวเกาหลีและชาวมาเลเซียเชื้อสายมุสลิม ที่มีผลงานด้านการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว จากนั้นจึงศึกษาประวัติของนักวิชาการดังกล่าว ว่าสังกัดในมหาวิทยาลัยที่ตั้งอยู่ในพื้นที่วิจัยหรือไม่ จากนั้นจึงส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Email) เพื่อติดต่อประสานงานในการเข้าพบเพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก โดยแนบจดหมายรับรองสถานะผู้วิจัย บทคัดย่อของโครงร่างวิจัยและแนวคำถาม จนกระทั่งได้รับการยืนยันการให้สัมภาษณ์ตามขนาดตัวอย่างที่กำหนดในระเบียบวิธีวิจัย

2. การเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ติดต่อประสานงานกับกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเองทางอีเมล จากนั้นเมื่อถึงเวลานัดหมายจึงเข้าพบ ผู้วิจัยเริ่มต้นด้วยการแนะนำตัว สร้างความสนิทสนมคุ้นเคยโดยใช้บทสนทนาที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นผู้วิจัยได้แจ้งแก่กลุ่มผู้ให้ข้อมูลว่าเกี่ยวกับงานวิจัย โดยอธิบายถึงแหล่งทุนที่ได้รับ วัตถุประสงค์ ขอบเขตของการวิจัย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ และคุณค่าของข้อมูลที่ได้รับจากผู้ให้ข้อมูลอันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแนวนโยบายต่อไป

3. การเข้าถึงข้อมูล

ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับประเด็นด้านจริยธรรมในการประกันสิทธิและความเป็นส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล ซึ่ง Keyton (2006) ระบุว่า เป็นความรับผิดชอบของนักวิจัย ดังนั้นก่อนการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะขออนุญาตบันทึกคำสัมภาษณ์โดยใช้อุปกรณ์บันทึกเสียง จากนั้นผู้ให้ข้อมูลทุกคนจะได้รับการแจ้งถึงจุดมุ่งหมายและวิธีการของการศึกษานี้รวมถึงให้ความมั่นใจในการคุ้มครองสิทธิและความลับของข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล ผู้ให้ข้อมูลทุกคนจะได้รับแบบฟอร์มแจ้งความยินยอม (Informed Consent) โดยมีข้อความรับรองว่าจะไม่มีการระบุชื่อของผู้ให้ข้อมูลทั้งก่อนหน้าการวิจัย ระหว่างการวิจัยหรือหลังการวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อผู้วิจัยและผู้ให้ข้อมูลได้อ่านและลงนามในแบบฟอร์มนี้สองฉบับแล้วจะเก็บแบบฟอร์มดังกล่าวไว้เป็นหลักฐานฝ่ายละ 1 ฉบับ

4. ขั้นตอนการเก็บข้อมูล หลังจากนั้นการแจ้งเรื่องสิทธิและความปลอดภัยด้านข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ตามแนวคำถามที่กำหนดโดยใช้เวลาประมาณ 1.30-2 ชั่วโมงต่อผู้ให้ข้อมูล 1 คน

5. ขั้นตอนการตรวจสอบความครบถ้วนและความสมบูรณ์ของข้อมูล เมื่อผู้วิจัยได้ถอดเทปสัมภาษณ์ ตลอดจนตรวจสอบความครบถ้วนและความสมบูรณ์ของข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยได้ส่งให้ผู้ให้ข้อมูลแต่ละคนได้ตรวจสอบอีกครั้งว่าข้อมูลได้สะท้อนมุมมองของตนเองอย่างแท้จริงหรือไม่

ประชากร

การศึกษาครั้งนี้ได้ดำเนินการในพื้นที่รัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซียในเดือนกันยายน พ.ศ.2559 และกรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ ในเดือนตุลาคมถึงพฤศจิกายน 2559 ซึ่งมีประชากรตามคุณสมบัติที่ต้องการและตอบรับการเข้าร่วมการเป็นผู้ให้ข้อมูลในระยะเวลาที่กำหนด กลุ่มประชากรคือนักวิชาการชาวเกาหลีใต้ที่ทำงานเป็นนักวิชาการหรืออาจารย์มหาวิทยาลัย

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยจำนวนผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึกอาจใช้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 10 คนในการให้ข้อมูล (Atran, Medin & Ross, 2005) ประกอบกับ Guest, Bunce และ Johnson (2006) กล่าวว่า ตัวอย่างของการสัมภาษณ์เชิงลึก 6 คน อาจเพียงพอในการพัฒนาข้อมูลที่มีความหมายและการตีความที่เป็นประโยชน์ อย่างไรก็ตาม Baker, Edwards และ Doidge (2012) ระบุว่า การสัมภาษณ์ต้องคำนึงถึงข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ควบคู่ด้วย การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกนักวิชาการชาวเกาหลีใต้และชาวมุสลิมมาเลเซียโดยมีคุณสมบัติคือ ต้องเป็นนักวิชาการหรืออาจารย์ที่ทำงานหรือทำวิจัยในสาขาการสื่อสารการท่องเที่ยวหรือการศึกษาข้ามวัฒนธรรมและเป็นชาวมุสลิมหรือมีประสบการณ์ในการปฏิสัมพันธ์กับชาวมุสลิม โดยแบ่งเป็นนักวิชาการชาวเกาหลีใต้จำนวน 8 คน และชาวมุสลิมมาเลเซียจำนวน 8 คน รวมทั้งสิ้น 16 คน

เครื่องมือการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มีการออกแบบการวิจัยเชิงคุณภาพโดยมีคำถามการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมุมมอง โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเนื่องจากวิธีนี้เหมาะสำหรับการหาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมความคิดของผู้คนและพัฒนาความเข้าใจรายละเอียดของปรากฏการณ์ (Creswell, 2014) โดยผู้วิจัยใช้รูปแบบการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างที่มีคำถามปลายเปิด ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับมุมมองที่มีต่อการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของเกาหลีใต้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ได้สร้างชุดคำถามสัมภาษณ์ ตามแนวคิด The interview protocol refinement (IPR) (Castillo, 2016) ซึ่งกำหนดขั้นตอนไว้ 4 ขั้นตอน ได้แก่

1. การพิจารณาชุดคำถามสัมภาษณ์ให้สอดคล้องกับคำถามนำวิจัย ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะสัมภาษณ์ เช่น การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม และ การท่องเที่ยวของชาวมุสลิม จากนั้นจึงสร้างแบบสัมภาษณ์ โดยพิจารณาจากคำถามนำวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถตอบคำถามนำวิจัยได้

2. การเตรียมบทสนทนาให้เป็นบริบทเดียวกับแนวคำถาม โดยศึกษาบริบททางสังคมของผู้ให้ข้อมูล เพื่อสร้างความสัมพันธ์ของข้อคำถามกับข้อมูลที่ต้องการ โดยแบ่งแนวคำถามร่างคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ 4 ระดับ (Creswell, 2007; Rubin & Rubin, 2012) ได้แก่ คำถามเกริ่นนำเกี่ยวกับบริบทที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้สัมภาษณ์ คำถามที่ใช้ในการเปลี่ยนประเด็น คำถามสำคัญของการวิจัยและ คำถามที่ใช้ปิดบทสนทนา

3. การตรวจสอบแบบสอบถามด้านความเที่ยงตรง (content validity) ด้วยตนเองและผู้เชี่ยวชาญ โดยในขั้นตอนนี้นักวิจัยได้ทำการตรวจสอบเพื่อให้มั่นใจว่าคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์นั้นเข้าใจง่ายและไม่มี คำศัพท์ทางวิชาการเฉพาะทางตามข้อเสนอแนะของ (Brinkmann & Kvale, 2015) จากนั้นชุดคำถามได้ถูก ตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยเชิงคุณภาพในศาสตร์การสื่อสารข้ามวัฒนธรรมจำนวน 1 คน และ ศาสตร์การท่องเที่ยวจำนวน 1 คน เพื่อให้ได้คำถามที่ใช้สัมภาษณ์ครอบคลุมในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับคำถาม นำวิจัย

4. การทดสอบการใช้คำถามและปรับปรุงแก้ไข นักวิจัยได้ทดลองสัมภาษณ์ (Pilot test the interviews) กับบุคคลที่มีคุณสมบัติเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 คน เพื่อปรับปรุงให้ได้แนวทางในการ สัมภาษณ์และลำดับคำถามที่เหมาะสม โดยข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนนี้ไม่ถูกนำไปวิเคราะห์แต่อย่างใด จากนั้นจึง นำชุดคำถามสัมภาษณ์ที่ได้หลังการแก้ไขไปใช้ในการเก็บข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ทำการถอดเทปบันทึกการสัมภาษณ์ จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ด้วย ตนเอง โดยใช้วิธีที่กล่าวถึงโดย Hilal และ Alabri (2013) กล่าวคือ ใช้ปากกาสีและการจัดหมวดหมู่ข้อมูล โดย พิจารณาจากการรวบรวมคำหรือวลีที่เกี่ยวข้องที่กล่าวถึงโดยผู้ให้ข้อมูลอันจะตอบคำถามของการวิจัย จากนั้น ผู้วิจัยนำข้อมูลทั้งหมดเข้าสู่โปรแกรม NVivo10 เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งนี้ NVivo เป็นซอฟต์แวร์ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่เอื้อต่อการรายงานข้อมูลความคิดการสืบค้น และวิเคราะห์ข้อมูลเชิง คุณภาพและการสร้างโมเดลที่แสดงชุดข้อมูลให้เห็นชัดเจน (Hilal และ Alabri, 2013; Jackson & Bazeley, 2013) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เชิญนักวิจัยที่มีประสบการณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม NVivo10 ให้ร่วม ตรวจสอบข้อมูลและผลการวิเคราะห์ โดยการรายงานผลการวิจัยจะปรากฏอักษรย่อกำกับกับผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้ให้ ข้อมูล MY หมายถึง นักวิชาการชาวมุสลิมมาเลเซีย และผู้ให้ข้อมูล K หมายถึงนักวิชาการชาวเกาหลี พร้อม หมายเลขที่กำกับกับผู้ให้ข้อมูลแต่ละคนตามลำดับการให้สัมภาษณ์

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ในมุมมองของผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุน การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้ในการรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิม นั้นต้องมีการเตรียมโครงสร้างพื้นฐานเพื่อช่วยเหลือในการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ เกี่ยวข้องกับศาสนา ตลอดจนการให้ความรู้แก่ชาวเกาหลีใต้เพื่อสร้างสังคมที่เป็นมิตรแก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ดังที่ปรากฏในภาพที่ 1 ซึ่งเป็นผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรม NVivo10

ภาพที่ 1 มุมมองของผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการสื่อสาร ระหว่างวัฒนธรรมสำหรับการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้ในการรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิม

สำหรับแนวทาง 3 ประการที่มีผลต่อการพัฒนาการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวของ ประเทศเกาหลีใต้ในการรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิมสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. การให้ข้อมูล

ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเพื่อนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมและการสื่อสารพื้นฐานภาษาอังกฤษเป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้ในการรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิม ได้แก่ สารบัญที่เก็บรวบรวมรายชื่อข้อมูล ด้านการท่องเที่ยวเพื่อนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม (Directories) และการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ ซึ่งสามารถอธิบายเป็นข้อต่อไป

1.1 สารบัญที่เก็บรวบรวมรายชื่อข้อมูล ด้านการท่องเที่ยวเพื่อนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

ข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้พบว่าข้อมูลประเภทนี้โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับอาหารฮาลาลและ สถานที่สำหรับสวดมนต์ (ละหมาด) มีความสำคัญมาก เช่น ผู้ให้ข้อมูล MY2 กล่าวว่า “แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมควรจะสามารถแนะนำนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมให้ไปยังร้านอาหารที่เหมาะสม ที่อาจจะเป็นอาหารฮาลาลหรืออย่างน้อยเป็นอาหารมังสวิรัตสำหรับชาวมุสลิม” นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูล MY7 ยังกล่าวอีกว่า “ฐานข้อมูลหรือรายชื่อของอาหารฮาลาล รวมถึงตำแหน่งห้องสวดมนต์ในสนามบินหรือห้างสรรพสินค้า โรงแรมที่เป็นมิตรต่อชาวมุสลิม และแสดงทิศทางกาอริชฐาน (Qibla Direction) เป็นสิ่งจำเป็น”

1.2 การสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ

ผู้ให้ข้อมูลระบุว่าภาษาอังกฤษจะช่วยให้สถานที่ท่องเที่ยวกลายเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว ที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมโดยผู้ให้ข้อมูล MY2 กล่าวว่า “พนักงานของโรงแรมควรมีทักษะการสื่อสารและสามารถพูดภาษาอังกฤษได้” นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูล K6 ยังกล่าวว่า “โครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบการแปลข้อมูลและภาษา ตลอดจนป้ายหรือจุดให้ข้อมูลต่างๆควรเป็นภาษาอังกฤษ ... สิ่งเหล่านี้ควรปรับปรุง เกาหลีใต้จำเป็นต้องมีการสื่อสารที่ดีขึ้น”

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าในประเด็นของข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเพื่อนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมนี้ถูกกล่าวถึงเฉพาะในกลุ่มของนักวิชาการมุสลิมมาเลเซียเท่านั้น แต่นักวิชาการชาวเกาหลีไม่ได้กล่าวถึงเรื่องนี้แต่อย่างใด

2. สิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับเงื่อนไขทางศาสนา

การวิจัยครั้งนี้ได้ข้อค้นพบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับเงื่อนไขทางศาสนาจะทำให้ นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมรู้สึกได้รับการต้อนรับที่เป็นมิตรจากเจ้าของประเทศ โดยผู้ให้ข้อมูลกล่าวถึง องค์ประกอบที่จำเป็น 3 ประการ ได้แก่ อาหาร ห้องสวดมนต์ และห้องน้ำ ดังนี้

2.1 อาหาร

อาหารและเครื่องดื่มฮาลาลเป็นปัจจัยพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวมุสลิมที่จะคำนึงถึงเมื่อต้องเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่ไม่ใช่ประเทศมุสลิม (Euromonitor International, 2015) จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า

“ประการแรกควรมีการเตรียมอาหารที่ปลอดภัยและเป็นอาหารฮาลาลซึ่งเป็นสิ่งสำคัญ ประการที่สอง ควรเตรียมเมนูอาหารเกาหลีแบบดั้งเดิมโดยใช้วิธีฮาลาล เหตุผลก็คือนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเดินทางมาที่เกาหลีใต้เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมของชาวเกาหลีใต้ แต่พวกเขามักจะกินเคปป์ (อาหารอาหารประกอบด้วยเนื้อย่าง ผักสด และห่อด้วยแผ่นแป้ง: เพิ่มข้อมูลโดยผู้วิจัย) เพราะมั่นใจว่าเป็นอาหารฮาลาล แต่ไม่สามารถทดลองอาหารฮาลาลสไตล์เกาหลีได้ ดังนั้นร้านอาหารควรวางสัญลักษณ์ฮาลาลเพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถตัดสินใจได้ว่าพวกเขาจะสามารถรับประทานอาหารได้หรือไม่” (ผู้ให้ข้อมูล K8)

สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูล MY8 ซึ่งกล่าวว่า “องค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งของการเดินทางคือการรับประทานอาหารเช้าและทดลองอาหารท้องถิ่น ซึ่งเกาหลีใต้ น่าจะใช้โอกาสนี้ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมากขึ้น โดยการพัฒนาอาหารเกาหลีให้เป็นอาหารฮาลาล ซึ่งน่าจะไม่ใช่เรื่องยาก เพียงแค่ต้องใช้เนื้อและส่วนผสมฮาลาลอื่นๆ จากนั้นปรุงในสโตร์ของชาวเกาหลีใต้” (ผู้ให้ข้อมูล MY8)

อย่างไรก็ตามผู้ให้ข้อมูล MY5 อธิบายว่า “ร้านอาหารควรเข้าใจว่าอาหารฮาลาลไม่เพียงแต่ต้องใช้ส่วนผสมอาหารที่เป็นฮาลาลเท่านั้น แต่ควรแยกครัวหรืออุปกรณ์ออกจากห้องครัวปกติหรือไม่ใช้น้ำมันซ้ำกับที่เคยใช้ในการปรุงหมูอีกด้วย”

2.2 ห้องสวดมนต์ (ละหมาด)

ชาวมุสลิมสวดมนต์หรือละหมาดวันละห้าครั้ง ดังนั้นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมควรมีห้องสวดมนต์เตรียมไว้ให้ ซึ่งอาจจะเป็นห้องที่เงียบสงบและสะอาดก็เพียงพอ ดังเช่น ผู้ให้ข้อมูล K4 กล่าวว่า “ห้องสวดมนต์หรือมัสยิดมีความสำคัญ”

สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูล MY4 ซึ่งระบุว่า “...สถานที่ท่องเที่ยวที่จะเป็นมิตรกับชาวมุสลิมจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ชาวมุสลิมสามารถปฏิบัติตามความเชื่อของตนได้ ชาวมุสลิมจะสวดมนต์วันละห้าครั้ง ดังนั้นควรมีสถานที่ที่สะอาดและสามารถสวดมนต์ได้ แม้จะเป็นห้องเล็ก ๆ ก็เพียงพอแล้ว การที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปไหนแล้วมีสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ ก็เหมือนเป็นการบอกกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมว่าพวกเขาเป็นที่ต้อนรับ”

1.3 ห้องน้ำที่มีพื้นที่สำหรับชำระล้างร่างกาย

จากการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูล MY8 ได้กล่าวว่า “...ไม่ว่าสนามบิน ห้างสรรพสินค้าและสถานที่ต่างๆ ควรมีสถานที่สำหรับสวดมนต์ (ละหมาด) และควรมี

ห้องน้ำสำหรับชำระล้างร่างกายอยู่ใกล้เคียง ผู้ที่ไม่ใช่มุสลิมอาจจะไม่ทราบว่าชาวมุสลิมต้องใช้ห้องน้ำที่มีพื้นที่และน้ำสะอาดในการล้างร่างกายก่อนละหมาด เช่น ใบหน้า แขน และเท้า”

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าการกล่าวถึงห้องน้ำที่สอดคล้องกับเงื่อนไขทางศาสนา ถูกกล่าวถึงเฉพาะในกลุ่มของนักวิชาการมุสลิมมาเลเซียเท่านั้นเช่นเดียวกับการกล่าวถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเพื่อนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

3. สังคมที่เป็นมิตรแก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

นอกเหนือจากการใช้ข้อมูล ภาษา ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับเงื่อนไขทางศาสนาแล้ว ผู้ให้ข้อมูลยังระบุว่าสถานที่ท่องเที่ยวควรมีการเตรียมสังคมที่มีทัศนคติที่ดี มีการต้อนรับและความเข้าใจวัฒนธรรมมุสลิมซึ่งจะเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้เป็นอย่างดี ประกอบด้วยการต้อนรับอย่างเป็นมิตร และ การทำความเข้าใจวัฒนธรรมมุสลิม

3.1 การต้อนรับอย่างเป็นมิตร

การสื่อสารข้ามวัฒนธรรมส่งเสริมให้เกิดเรียนรู้วัฒนธรรมที่หลากหลายโดยเคารพความแตกต่างของกันและกัน ในประเด็นนี้ผู้ให้ข้อมูล MY1 กล่าวว่า “โดยพื้นฐานแล้ว การสื่อสารข้ามวัฒนธรรมต้องส่งเสริมการแสดงออกเชิงมารยาทที่ดี สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมไม่จำเป็นต้องเป็นประเทศมุสลิม เพราะ

หลายประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมก็สามารถเปิดรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้อย่างดี เพราะผู้คนเป็นมิตรทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยและไม่รู้สึกว่าเป็นอื่น”

นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูล K8 ระบุว่า “นอกจากสิ่งอำนวยความสะดวกทางศาสนาขั้นพื้นฐานแล้ว ประเทศเกาหลีใต้ควรแสดงให้เห็นถึงทัศนคติที่เป็นมิตร เพราะบางครั้งความหวาดกลัวอิสลาม หรือ Islam phobia จะสะท้อนออกมาในรูปแบบพฤติกรรมทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่มีความสุข ดังนั้นสิ่งสำคัญที่สุดคือการเปลี่ยนความคิดและทัศนคติของเราที่มีต่อศาสนาอิสลาม”

3.2 การทำความเข้าใจวัฒนธรรมมุสลิม

แนวทางในการพัฒนาการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่สำคัญคือการทำ ความเข้าใจวัฒนธรรมมุสลิม ในประเด็นนี้ผู้ให้ข้อมูล MY1 กล่าวว่า “ประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมไม่จำเป็นต้องเปลี่ยน ตนเองเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม แต่พวกเขาเพียงต้องจัดให้มีพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเพื่อ เพลิดเพลินกับการเดินทางตามความต้องการภายใต้ความเชื่อและแนวปฏิบัติทางศาสนาอิสลาม” นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูล K2 ให้ข้อคิดเห็นว่า “นอกจากความสะดวกสบายแล้ว เจ้าของประเทศควรพยายามอย่างดีที่สุดเพื่อ ทำความเข้าใจวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม รวมทั้งเข้าใจคำสอนและวัฒนธรรมของ อิสลาม เพื่อให้สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น”

การอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ พบว่าในมุมมองของผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการสื่อสารระหว่าง วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้เพื่อการรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิมนั้นเกี่ยวข้องกับตรงกับการ เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม สอดคล้องกับ Crescentrating (2016) ซึ่งเป็น องค์การระดับโลกที่ให้บริการและศึกษาค้นคว้าเพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว ฮาลาล ระบุว่าสถานที่ที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมหรือ Muslim Friendly Destination นั้นจะต้องตอบสนอง ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม สำหรับข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้ พบว่าการสื่อสารด้วยภาษา(การ สื่อสารเชิงวจนภาษา) เช่น คำพูด และการสื่อสารแบบที่ไม่ใช้ภาษาถ้อยคำ (การสื่อสารเชิงอวจนภาษา) เช่น กริยาอาการ สิ่งของ สถานที่ และทัศนคติ ที่อาจมีผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม สอดคล้องกับ วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งสามารถอภิปรายได้ดังนี้

กลยุทธ์ด้านการสื่อสารโดยเฉพาะการให้ข้อมูลที่เหมาะสมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Sharifpour, Walters, Kitchie & Winter, 2014) สอดคล้องกับผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ที่แสดงให้เห็นว่าข้อมูล ด้านการท่องเที่ยวเพื่อนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีความสำคัญ

ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเพื่อนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมควรประกอบด้วย รายชื่อตัวแทนท่องเที่ยว สาย การบิน โรงแรมและรีสอร์ท ร้านจำหน่ายของที่ระลึก และสถานที่ท่องเที่ยว (Henderson, 2016) สอดคล้อง กับผลการวิจัยครั้งนี้ซึ่งพบว่าควรมีการเตรียมข้อมูลด้านร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารฮาลาล สถานที่สำหรับ สวดมนต์ โรงแรมที่เป็นมิตรต่อชาวมุสลิม และแสดงทิศทางการอธิษฐาน (Qibla Direction)

นอกจากนี้การสื่อสารโดยภาษาอังกฤษเป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเพื่อ การท่องเที่ยว จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าประเทศเกาหลีใต้จะต้องวางแผนการพัฒนาทักษะการสื่อสารโดยใช้

ภาษาอังกฤษให้แก่บุคลากรด้านการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Kim & Mattila (2011) ที่ระบุว่าความแตกต่างด้านภาษาเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ปัญหาด้านการสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของประเทศ

สิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับเงื่อนไขทางศาสนาจะทำให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมรู้สึกได้รับการต้อนรับที่เป็นมิตรจากเจ้าของประเทศ โดยข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้มีองค์ประกอบที่จำเป็น 3 ประการ ได้แก่ อาหารฮาลาล ห้องสวดมนต์(ละหมาด) และห้องน้ำที่มีสถานที่ชำระล้างร่างกาย สอดคล้องกับ Yusof and Shutto (2014) ที่ระบุว่าอาหารฮาลาลว่าเป็นอาหารที่ชาวมุสลิมสามารถบริโภคได้ภายใต้กฎของศาสนาอิสลาม และ Battour, Ismail และ Battor (2011) ที่ระบุว่าชาวมุสลิมจำเป็นต้องชำระล้างร่างกาย (วูฎู) ก่อนการสวดมนต์ในแต่ละครั้ง

งานวิจัยครั้งนี้ยังพบว่าควรส่งเสริมการทำความเข้าใจวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมแก่ชาวเกาหลีใต้เพื่อให้เกิดความคิดและทัศนคติเชิงบวกต่อศาสนาอิสลามในสังคมเกาหลีใต้ อันจะส่งผลให้คนท้องถิ่นสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้เหมาะสมยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ Kirillova, Lehto และ Cai (2015) ซึ่งระบุว่า การเข้าใจการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมจะสะท้อนมุมมองและความคิดของคนซึ่งเป็นโอกาสอันยิ่งใหญ่ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของประเทศ

โดยทั่วไปแล้ว สถานที่ท่องเที่ยวมักอำนวยความสะดวกด้านห้องน้ำและข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามผู้วิจัยพบว่ามีเพียงผู้ให้ข้อมูลชาวมุสลิมมาเลเซียเท่านั้นที่กล่าวถึงรายละเอียดเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม เช่น การเตรียมห้องน้ำที่มีพื้นที่สำหรับการชำระล้างร่างกายก่อนการสวดมนต์(ละหมาด) และข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตและการปฏิบัติตามหลักศาสนาอิสลามโดยเฉพาะ ดังนั้นการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมจะต้องมีศึกษาเชิงลึกทั้งกับเจ้าของวัฒนธรรมดั้งเดิมด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลรอบด้าน

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการศึกษาครั้งนี้ให้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมสำหรับการท่องเที่ยวเกาหลีใต้แก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม และสามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวของเกาหลีใต้เพื่อเตรียมและส่งเสริมนโยบายเกาหลีใต้ในฐานะสถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นมิตรต่อชาวมุสลิมในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาข้อแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมของมุสลิมที่มาจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทวีปตะวันออกกลาง และประเทศจีน เนื่องจากชาวมุสลิมทั้งสามกลุ่มมีวัฒนธรรมปลีกย่อยที่เคร่งครัดต่างกัน มีพฤติกรรมและศักยภาพทางเศรษฐกิจต่างกัน อันจะช่วยให้สามารถนำข้อค้นพบมาปรับใช้ด้านการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมที่มีความละเอียดอ่อนมากขึ้น และยังสามารถต่อยอดเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการท่องเที่ยวและด้านการตลาดเฉพาะกลุ่มหรือ Niche Market ได้อีกด้วย

บรรณานุกรม

- Albu, C. E. (2015). Intercultural communication in tourism. *Cross-Cultural Management journal*, 17(01), 7-14.
- Atran, S., Medin, D. L., & Ross, N. O. (2005). The cultural mind: environmental decision making and cultural modeling within and across populations. *Psychological review*, 112(4), 744.
- Baker, S. E., Edwards, R., & Doidge, M. (2012). How many qualitative interviews is enough?: Expert voices and early career reflections on sampling and cases in qualitative research. *National Centre for Research Methods Reviews Southampton*, GB: National Centre for Research Methods.
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: concepts, practices, challenges and future. *Tourism management perspectives*, 19, 150-154.
- Battour, M., Ismail, M. N., & Battor, M. (2011). The impact of destination attributes on Muslim tourist's choice. *International Journal of tourism research*, 13(6), 527-540.
- Battour, M., Battor, M., and Ismail, M. N. (2012). The mediating role of tourist satisfaction: a study of Muslim tourists in Malaysia. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29 (3):279-297.
- Brinkmann, S., & Kvale, S. (2013). *Interviews: learning the craft of qualitative research interviewing*. (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications Limited.
- Castillo, M. M. (2016). *Preparing for interview research: The interview protocol refinement framework*. *The Qualitative Report*, 21(5), 811-831.
- Chen, G. M., & Starosta, W. J. (2000). *The development and validation of the intercultural sensitivity scale*. *Human Communication Research*, 3, 1-15.
- Choi, J. G., Tkachenko, T., & Sil, S. (2011). On the destination image of Korea by Russian tourists. *Tourism Management*, 32(1), 193-194.
- Crescentrating. (2016). Defining what is halal travel or Muslim friendly tourism. Retrieved from <https://www.crescentrating.com/magazine/9/muslim-travel.html>.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications Limited.
- Creswell, J. W. (2014). *Educational research: planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. London: Pearson Education Limited.

- Euromonitor International (2015). Doing business in the Halal market: products, trends, and growth opportunities. Retrieved from <http://go.euromonitor.com/white-paperbusiness-halal-market-products-trends-growth-opportunities.html>.
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field methods*, 18(1), 59-82.
- Henderson, J. C. (2010). Sharia-compliant hotels. *Tourism and Hospitality Research*, 10(3), 246-254.
- Henderson, J. C. (2016). Halal food, certification and halal tourism: insights from Malaysia and Singapore. *Tourism Management Perspectives*, 19, 160-164.
- Hilal, A. H., & Alabri, S. S. (2013). Using NVivo for data analysis in qualitative research. *International Interdisciplinary Journal of Education*, 2(2), 181-186.
- Jackson, K., & Bazeley, P. (2019). *Qualitative data analysis with Nvivo*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications Limited.
- Keyton, J. (2006). *Communication research: asking questions, finding answers*. New York, NY: North Carolina State University.
- Kim, E. E. K., & Mattila, A. S. (2011). The Impact of language barrier & cultural differences on restaurant experiences: A grounded theory approach. *M.A. Thesis*, University of Massachusetts.
- Kim, S., & Nam, C. (2016). Hallyu revisited: challenges and opportunities for the South Korean tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(5), 524-540.
- Kirillova, K., Lehto, X., & Cai, L. (2015). Volunteer tourism and intercultural sensitivity: the role of interaction with host communities. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(4), 382-400.
- Lee, H. E., & Choi, H. S. (2016). Improvements of the Korean tourism application, visit Korea, for foreigners-based on beacon functions. *International Journal of Software Engineering and Its Applications*, 10(4), 103-116.
- Mohsin, A. (2014). Cross-cultural sensitivities in tourism: potentials for conflict and understanding. *Transnational Corporations Review*, 6(3), 304-310.
- Na, W. (2014). Implications of development status of Korean cultural tourism for China. In 2014 Conference on Informatisation in Education, *Management and Business* (IEMB-14). Atlantis Amsterdam: Atlantis Press.
- Razzaq, S., Hall, C. M., & Prayag, G. (2016). The capacity of New Zealand to accommodate the halal tourism market or not. *Tourism Management Perspectives*, 18, 92-97.
- Reisinger, Y. (2009). *International tourism: Cultures and behavior*. Oxford, UK: Elsevier Inc.

- Rubin, H. J., & Rubin, I. S. (2012). *Qualitative interviewing: the art of hearing data* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications Limited.
- Sharifpour, M., Walters, G., Ritchie, B. W., & Winter, C. (2014). Investigating the role of prior knowledge in tourist decision making: a structural equation model of risk perceptions and information search. *Journal of Travel Research*, 53(3), 307-322.
- Stevenson, A. (2014). Plastic surgery tourism brings Chinese to South Korea. *The New York Times*. Retrieved from <https://goo.gl/GHolZA> (accessed February 1, 2017)
- Yusof, S. M., & Shutto, N. (2014). The development of halal food market in Japan: an exploratory study. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 121, 253-261.
- Zhou, L. (2011). More than just “Hello” and “Nihao”: Exploring bars and intercultural communication in a touristic town, Yangshuo, China. *M.A. Thesis*, University of Waterloo, Canada.