

## แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม จากประเทศอาเซียนในเขตภาคใต้ตอนบน

ปิยวรรณ แสงสุखा<sup>1</sup>

ศรัณยา เลิศพุทธิรักษ์<sup>2</sup>

Received 6 February 2021

Revised 16 June 2021

Accepted 29 June 2021

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานโยบายและทิศทางของการส่งเสริมการท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว ปัจจัยทางการตลาดการท่องเที่ยว และการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากประเทศอาเซียนในเขตภาคใต้ตอนบน เป็นการศึกษาที่ใช้แนวคิดการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยพบว่า ภาครัฐได้สนับสนุนเพื่อจัดทำแผนงานโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมนั้นจะขึ้นชอบการซื้อสินค้า ชอบการรับประทานอาหารไทยที่สะอาด ถูกสุขอนามัย ได้รับเครื่องหมายฮาลาล ท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย สนใจศึกษาประวัติศาสตร์ของประเทศไทย ชอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม ชุมชนชาติ กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยว คือ ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต้องมีการบริการอาหารฮาลาล มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและมีชื่อเสียง มีความสะดวกขนส่งคมนาคม มีสถานที่ประกอบศาสนกิจ มีพัฒนาภิกรรมการท่องเที่ยวให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมฮาลาลและมีปลอดภัยในการท่องเที่ยว ด้านราคา คือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ เน้นการดำเนินงานร่วมกับบริษัทนำเที่ยว (Agency tour company) ด้านการส่งเสริมการตลาด คือส่งเสริมโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทางช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ (Website) เฟซบุ๊ก (Facebook) วีแชท (WeChat) การติดป้ายประชาสัมพันธ์ โบรชัวร์ ด้านบุคคลต้องมีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ด้านนำเสนอลักษณะทางกายภาพ การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกระบวนการให้บริการ กลยุทธ์ที่นำเสนอต้องแสดงให้เห็นว่า การมาท่องเที่ยวประเทศไทยนั้นมีความสะดวกสบายและมีการท่องเที่ยวแบบฮาลาลให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

**คำสำคัญ:** กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ภาคใต้ตอนบน

<sup>1</sup> วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เลขที่ 169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131

อีเมล: <sup>1</sup> piyawansangsuckar111@gmail.com, <sup>2</sup> SarunyaImbabuu@gmail.com

## GUIDELINES TO DEVELOP MARKETING STRATEGIES FOR MUSLIM TOURISTS FROM ASEAN COUNTRIES IN THE UPPER SOUTHERN REGION

Piyawan Sangsuckar<sup>1</sup>

Sarunya Lertputtarak<sup>2</sup>

### Abstract

The purpose of this research is to study policies and directions of tourism promotion, tourists' behavior, tourism pattern, tourism marketing factors, and marketing strategy development for Muslim tourists. This research employed qualitative research method using in-depth interview to collect the data. The results indicated that the government encouraged to formulate an action plan for the Muslim tourism promotion project. Muslim tourists' behavior are to buy products, to eat Thai foods that are clean, hygienic and with Halal logo, to travel in places that are unique in Thailand, to be interested in studying the history of Thailand, and to travel agricultural tourism sightseeing the nature. The marketing strategies for tourists are: the tourism product aspect should include halal foods, beautiful and famous attractions, convenient transportation, worship place, Halal cultural tourism activities, and safety; the price should suitable for the product quality; the distribution channel should contact with tour agency; the promotion aspect should include website, Facebook, Wechat, and brochure; the personal aspect should include personnel development trainings; the physical environment should cover related facility improvement; and the service process should focus on making tourists feel comfortable and offer halal tourism for Muslim tourists.

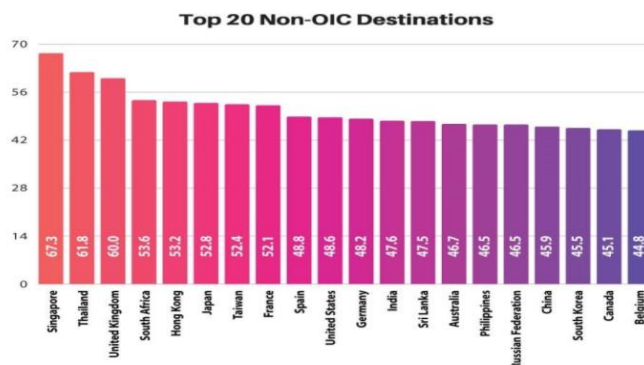
**Keywords:** Marketing Strategy for Tourism, Muslim Tourists, Upper Southern Area

---

<sup>1, 2</sup> Graduate School of Commerce, Burapha University, 169 Long-hard Bangsaen Road, Muang, Chonburi 20131  
E-mail: <sup>1</sup> piyawansangsuckar111@gmail.com, <sup>2</sup> sarunyaalmbabuu@gmail.com

## บทนำ

การท่องเที่ยววิถีอิสลาม (Halal Tourism) เป็นประเภทการท่องเที่ยวที่ได้รับการให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในการเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบเฉพาะกลุ่ม ซึ่งคาดว่าในปี 2030 ประชากรมุสลิมจะเพิ่มขึ้นเป็น 1 ใน 3 ของประชากรโลก ทำให้แนวโน้มตลาดการท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว คาดว่าจะสร้างรายได้ให้แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลกเป็นมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 9,500 ล้านล้านบาทภายในปี 2569 (EHL insights, 2020)



ภาพที่ 1 ประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม (EHL insights, 2020)

สำหรับประเทศไทยนั้น นักท่องเที่ยวมุสลิมได้เข้ามาท่องเที่ยวในทุกภาคของประเทศไทย แต่จะนิยมมาท่องเที่ยวในเขตภาคใต้มากที่สุด รัฐบาลมีการกำหนดยุทธศาสตร์แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2564 และแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีประเด็นของการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยววิถีอิสลาม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) โดยภาครัฐได้มีนโยบายส่งเสริมศักยภาพการรองรับตลาดท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิมในภาคใต้ให้เกิดเป็นการนำร่องสู่การปฏิบัติในพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศไทย เน้นการให้ความสำคัญของการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม การเตรียมตัวรองรับและความพร้อมของการท่องเที่ยวในพื้นที่ และแนวทางความร่วมมือและการบูรณาการด้านการท่องเที่ยวฮาลาล สถานที่พักโรงแรม อาหารฮาลาล และวิถีชีวิตชุมชนชาวมุสลิม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) จังหวัดที่ได้รับความนิยม คือ กระบี่ นครศรีธรรมราช พังงา ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี ชุมพร และระนอง ซึ่งเป็นจังหวัดในเขตภาคใต้ตอนบน เนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักและชื่นชอบเป็นอย่างดีสำหรับนักท่องเที่ยว รวมถึงการดำเนินชีวิตของประชาชนในภาคใต้ที่เป็นชุมชนชาวมุสลิม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคใต้นั้น ต้องมีการเพิ่มศักยภาพการบริการการท่องเที่ยว กล่าวคือ พัฒนาและสนับสนุนรูปแบบการท่องเที่ยวเรือสำราญ และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พัฒนาเมืองท่องเที่ยวหลัก (ภูเก็ต) ให้เป็นเมืองอัจฉริยะ (Smart City) และมีระบบขนส่งมวลชน (Monorail) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนบกบริเวณตอนในและแหล่งท่องเที่ยวชายหาดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชั้นนำแห่งใหม่ พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย อาทิ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสปา การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวรายใหญ่เพื่อสร้างอาชีพใหม่และกระจายรายได้ให้ชุมชน (RTY9, 2561) เช่น จังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ สุราษฎร์ธานี รวมถึง

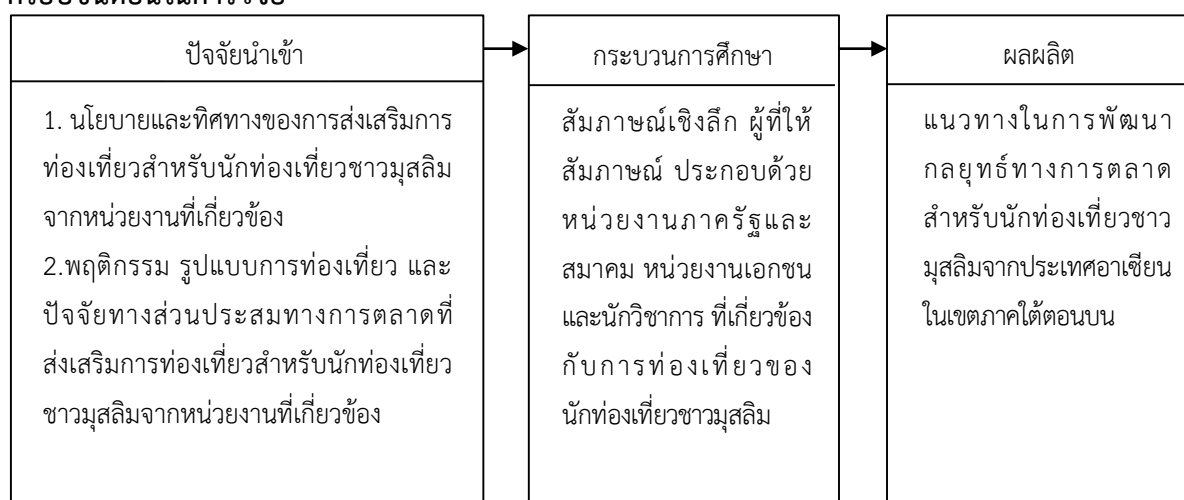
การยกระดับจังหวัดระนองให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสปา จังหวัดชุมพรเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นเมืองท่องเที่ยวมรดกโลก (สถาบันวิจัยและนวัตกรรม, 2560)

แต่อย่างไรก็ดีที่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวนี้ยังขาดการพัฒนาตลาดและการบริการให้มีขีดความสามารถที่จะรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความต้องการและรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ การท่องเที่ยวอิสลามหรือการท่องเที่ยวเชิงชารีอะฮ์นั้นมีความแตกต่างจากการท่องเที่ยวทั่วไปตรงที่การท่องเที่ยวเชิงชารีอะฮ์นั้นไม่ใช้การเดินทางทางศาสนาหรือการเดินทางไปแสวงบุญ แต่คือการพักผ่อนและท่องเที่ยวที่เป็นไปตามหลักการอิสลาม ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำการศึกษาวิจัยเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากประเทศอาเซียนในเขตภาคใต้ตอนบน การสนับสนุนส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาดให้ถูกต้องตามหลักฮาลาลเป็นการเพิ่มศักยภาพของภาคท่องเที่ยวและภาคบริการของประเทศให้มีมากขึ้นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถตอบโจทย์การมาท่องเที่ยวของชาวมุสลิม ก่อให้เกิดความเชื่อมั่น ความประทับใจ และการกลับมาใช้บริการในอนาคตในหมู่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมอันจะเป็นการส่งเสริมให้ประเทศไทยกลายเป็นผู้นำด้านแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในที่สุด ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปกำหนดกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในอาเซียนแก่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่อไป

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อศึกษานโยบายและทิศทางของการส่งเสริมการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว และ ปัจจัยทางการตลาดการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจกลับมาเยี่ยมเยือนภาคใต้ตอนบน ของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากประเทศอาเซียนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ในการนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากประเทศอาเซียนในเขตภาคใต้ตอนบน

### กรอบขั้นตอนในการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบขั้นตอนในการวิจัย

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการวิจัยจะเป็นข้อมูลในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมต่างชาติจากประเทศอาเซียนในเขตภาคใต้ตอนบน ซึ่งองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### นโยบายและทิศทางของการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจภาคใต้ผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยว กลุ่มมุสลิม ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมสินค้าการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ระบุว่า นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเป็นตลาดที่น่าสนใจเพราะเป็นตลาดขนาดใหญ่ ทั่วโลกมีชาวมุสลิมประมาณ 1,600 ล้านคน หรือคิดเป็น 1 ใน 4 ของประชากรทั่วโลก ประเทศไทยสามารถจุดหมายปลายทางที่เป็นมิตรของชาวมุสลิมที่ควรได้รับการส่งเสริมเพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับความต้องการของชาวมุสลิม โดยเฉพาะ ทั้งโรงแรมฮาลาล ร้านอาหารฮาลาล มัสยิด และมีสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาในแหล่งท่องเที่ยว (กาญจนา อายุวัฒน์ธนชัย, 2561) ส่วนแนวทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังวิกฤติการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 คือ การที่ประเทศไทยต้องสามารถพิสูจน์ให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการควบคุมการแพร่ระบาดจนได้รับการยอมรับในระดับโลก ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อมั่นต้องการเดินทางมาประเทศไทย เน้นจุดขายเรื่องความปลอดภัย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จึงเป็นตัวชูโรงด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย และอีกจุดขายหนึ่ง คือ เน้นการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและอาหาร ตลอดจนจุดขายเรื่องความสวยงามของทั้งธรรมชาติที่ได้รับการฟื้นฟู และน้ำใจของคนไทยในการช่วยเหลือเกื้อกูล พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และการทำดิจิทัลแพลตฟอร์มให้เกิดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับการท่องเที่ยวไทย ให้สามารถพร้อมฟื้นตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กรุงเทพธุรกิจ, 2564)

### พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิมในอาเซียนมีทั้งกลุ่มที่เดินทางกับบริษัทนำเที่ยวและกลุ่มที่เลือกเป้าหมายและวางแผนการเดินทางด้วยตัวเอง (Own arrangement) ซึ่งอาจมีการเลือกใช้บริการอย่างใดอย่างหนึ่งของบริษัทนำเที่ยวหรือตัวแทนจำหน่ายบริการด้านการท่องเที่ยว เช่น การจองตั๋วเครื่องบิน หรือจองที่พัก หรือตัวชมกิจกรรม หรือตัวเดินทางยานพาหนะอื่น ๆ ภายในประเทศ แล้วเลือกที่จะเดินทางเองมากกว่าการเดินทางไปกับกลุ่มทัวร์เป็นหมู่คณะ มัทนี คำสำราญ และณัฐช วนิชย์กุล (2557) ได้ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติจะเป็นที่นิยม เช่น ทะเล น้ำตก ภูเขา เกาะ ร่องลงมา คือ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ เช่น ตลาดน้ำ งานเทศกาลต่าง ๆ ฯลฯ สถานที่บันเทิง เช่น ศูนย์การค้า สวนสนุก สวนสาธารณะ และสถานที่ท่องเที่ยวที่ให้ความรู้ เช่น พิพิธภัณฑ์เฉพาะทาง แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ เป็นต้น การเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 1-9 วัน เดินทางร่วมกับญาติหรือครอบครัว เพื่อนร่วมงาน เพื่อนที่เป็นมุสลิม คู่รัก และเดินทางคนเดียว ในอนาคตการท่องเที่ยวหลังวิกฤติการ

แพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยมากขึ้น (กรุงเทพมหานคร, 2564)

การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมต้องรักษาและปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) แต่เนื่องจากการท่องเที่ยวมีการเดินทางอยู่ตลอดเวลา บทบัญญัติศาสนาอิสลามจึงได้มีการผ่อนผันในการปฏิบัติศาสนกิจ (ละหมาด) คือ การลดจำนวนของการละหมาดฟิรดูประจำวัน “ละหมาดก้อซอร์” คือ ชนิดที่มี 4 รอกาอัตลดลงเหลือ 2 รอกาอัต ส่วนละหมาดชนิดที่มีเพียง 3 หรือ 2 รอกาอัต จะละหมาดก้อซอร์ไม่ได้ ผู้เดินทางไกล นอกจากได้รับการลดจำนวนรอกาอัตในละหมาดแล้ว ยังได้รับการผ่อนผันให้รวมละหมาดฟิรดู 2 เวลาที่ใกล้เคียงกันเอาไว้ในเวลาเดียวกันได้อีกด้วย เรียกว่า การละหมาดญะมาอะห์ (ละหมาดรวม) (อรุณ บิลลี และธัญรัตน์ นนอรัตน์, 2563)

### รูปแบบการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

การท่องเที่ยวแบบอิสลามนั้นเป็นการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ โดยจะต้องสอดคล้องกับทัศนคติของศาสนา นักท่องเที่ยวสามารถมุ่งความสนใจกับความสนุกสนานเพลิดเพลินในการท่องเที่ยวไปพร้อมกับการขอพรและได้รับผลบุญความดีจากพระเจ้า การท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ทางศาสนาเพียงอย่างเดียว แต่จะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์อื่นได้ เช่น การช้อปปิ้ง กีฬา การแพทย์และการเยี่ยมชม โดยมีข้อแม้ว่าความตั้งใจและการกระทำในการท่องเที่ยวนั้นจะต้องไม่ขัดกับหลักกฎหมายอิสลาม (ซารีอะฮ์) (อนัสวีย์ แก้วณรงค์ และณัฐพล อัสสะรัตน์, 2562) สอดคล้องกับกับ อนัสวีย์ แก้วณรงค์ และณัฐพล อัสสะรัตน์ (2562) ที่ระบุว่า ชาวมุสลิมเลือกไปในสถานที่ท่องเที่ยวที่ศาสนานุญาตเท่านั้นหรือไปในสถานที่ที่ไม่ขัดกับหลักการของศาสนา ทั้งการซื้อสินค้า การบริโภคอาหาร และการเลือกใช้บริการในการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ สอดคล้องกับ ทักษิณา แสนเย็น ธนะพัฒน์ ศิริจารูนันต์ อาภาภรณ์ หาโສ๊ะ และสุชาติ คำทางชล (2561) ที่ระบุว่า รูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมในการท่องเที่ยวฮาลาล มี 3 รูปแบบ คือ การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและช้อปปิ้ง การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและครอบครัว และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวมุสลิมให้ความสำคัญใน 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ อาหารฮาลาล สถานที่สำหรับการอาบน้ำละหมาดและการทำละหมาด และการแบ่งแยกการทำกิจกรรมระหว่างชายหญิง และสิ่งที่แหล่งท่องเที่ยวควรส่งเสริมให้พนักงานหรือธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ ความรู้ความเข้าใจในข้อปฏิบัติ ขนบธรรมเนียมประเพณี และอาหารฮาลาล

### กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

การตลาดการท่องเที่ยว เป็นการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2549)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) มีองค์ประกอบ 7 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ด้านราคา (Price) 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5) ด้านบุคคล (People) 6) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และ 7) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

### ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วยร้านอาหารมีบริการอาหารฮาลาล แหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับชาวมุสลิม เช่น ห้องน้ำมีสายฉีดชำระ ที่สำหรับอาบน้ำละหมาด ฯลฯ การจัดทำโปรแกรมหรือแพ็คเกจท่องเที่ยวของมุสลิมโดยเฉพาะ ราคาพิเศษสำหรับชาวมุสลิม การจัดมหรหรรรม การท่องเที่ยวของมุสลิม การโฆษณาโปรแกรมหรือแพ็คเกจท่องเที่ยวของมุสลิมทางสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ฯลฯ สถานที่พักตั้งอยู่ใกล้มัสยิดหรือสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การหยุดพักละหมาดระหว่างทางมีร้านอาหารฮาลาลระหว่างทาง สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเป็นไปตามระเบียบและบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกันกับ อนัสวีย์ แก้วณรงค์ และณัฐพล อัสสระรัตน์ (2562) ที่ระบุว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ได้แก่ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี มีป้ายสัญลักษณ์ในตำแหน่งต่าง ๆ อย่างชัดเจน สะอาด การมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับชาวมุสลิม เช่น บริเวณพื้นที่ในการประกอบละหมาดต้องสะอาด ห้ามมีสิ่งสกปรกอยู่บนพื้นเพราะทำทางในการละหมาดนั้นจะมีการก้มกราบสัมผัสกับพื้น ราคาสมเหตุสมผล มีสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดีขึ้น เพื่อทำให้เกิดการผ่อนคลายอย่างแท้จริงความต้องการหาประสบการณ์ใหม่ ๆ

ดังนั้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ทุกภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นภาครัฐบาล และภาคเอกชน จึงควรทำความเข้าใจบทบัญญัติของศาสนาอิสลามให้ถ่องแท้ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและดึงดูดให้ชาวมุสลิมตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทย ผู้ประกอบการควรมีการอบรมบุคลากรให้มีความเข้าใจในหลักศาสนาอิสลามเพื่อสามารถจะให้บริการได้อย่างถูกต้องและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่ถือเป็นตลาดที่กำลังเติบโตได้อย่างมีคุณภาพ (มัทนี คำสำราญ และณัฐช วนิชย์กุล, 2557)

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการนักท่องเที่ยวมุสลิม

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่รับผิดชอบพื้นที่ภาคใต้ตอนบนของประเทศไทย เกี่ยวกับนโยบายและทิศทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากประเทศอาเซียนในปัจจุบันและในอนาคต และสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง (Stakeholders) กับการท่องเที่ยวมุสลิม โดยเก็บข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิมนักท่องเที่ยวมุสลิม และกลยุทธ์การตลาดในการให้บริการนักท่องเที่ยวมุสลิม มีจำนวนผู้ให้ข้อมูล (Key informants) ที่แสดงถึงความอึดตัวของข้อมูล จำนวน 30 คน ซึ่งสอดคล้องกับที่ Creswell (1998) ได้ระบุถึงจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ที่สามารถแสดงการอึดตัวของข้อมูลได้นั้น จะอยู่ระหว่าง 20-30 คน ประกอบด้วย

กลุ่มที่ 1 คือ หน่วยงานภาครัฐและสมาคมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมุสลิม จำนวน 6 คน ได้แก่ 1) ผู้บริหารจากกองยุทธศาสตร์และแผนงาน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (A1) 2) ผู้บริหารจากฝ่ายภูมิภาคอาเซียนอาเซียนเอเชียใต้และแปซิฟิกใต้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (A2) 3) ผู้บริหารงานต่างประเทศและประชาสัมพันธ์ฝ่ายกิจการฮาลาล สำนักจุฬาราชมนตรี (A3) 4) ผู้บริหารจากสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต (A4) 5) ผู้บริหารจากสำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดภูเก็ต (A5) และ 6) ผู้บริหารจากสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (A6)

กลุ่มที่ 2 คือ ผู้บริหารบริษัทนำเที่ยวที่มีประสบการณ์ด้านการจัดโปรแกรมนำเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิมทั้งในประเทศและต่างประเทศ จำนวน 6 แห่ง (A7-A12)

กลุ่มที่ 3 คือ ผู้บริหารร้านอาหารที่ให้บริการนักท่องเที่ยวมุสลิม จำนวน 6 แห่ง (A13-A18)

กลุ่มที่ 4 คือ ผู้บริหารโรงแรมที่ให้บริการนักท่องเที่ยวมุสลิม จำนวน 6 แห่ง (A19-A24)

กลุ่มที่ 5 คือ นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวมุสลิม และนักเขียนบทความด้านการท่องเที่ยวมุสลิม (Blogger) จำนวน 6 คน (A25-A30)

### **การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือวิจัย**

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จากนั้นจึงทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Trustworthiness) ดังนี้

1. ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC: Index of Item-Objective Congruence) นำคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์มาทำการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความถูกต้องของการใช้สำนวนและภาษา ความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ในการวิจัย ซึ่งผลการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาหลังจากได้ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้ว ผู้เชี่ยวชาญให้คำถามทุกข้อผ่านเกณฑ์ในการประเมิน คือ คำถามทุกข้อมีค่า IOC มากกว่า 1.00

2. นำผลการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของคำถามในการสัมภาษณ์ เสนอคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยของวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งคณะกรรมการพิจารณาแล้วว่าคำถามไม่ขัดต่อหลักจริยธรรมของการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้

3. ในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยการจัดเก็บเอกสารเกี่ยวข้องกับการสัมภาษณ์ไว้เป็นอย่างดี เพื่อเป็นหลักฐานในการตรวจสอบข้อมูลว่าข้อมูลที่ได้มานั้นได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

### **การวิเคราะห์ข้อมูล**

นำข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มาจัดเป็น Category ใช้การวิเคราะห์สรุปเนื้อหาและการจัดกลุ่มข้อมูล โดยการวิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาประเด็นหลัก (Major themes) หรือแบบแผนหลัก (Major pattern) ที่พบในข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ทั้งหมดจากนั้นจึงนำประเด็นหลัก (Major themes) มาพิจารณาแบ่งแยกออกเป็นประเด็นย่อย (Sub-themes) และหัวข้อย่อย (Categories) จากนั้นรวบรวมคำพูดของผู้ให้สัมภาษณ์มาอ้างอิงข้อค้นพบที่ผู้วิจัยสรุปประเด็นมาได้



## ผลการวิจัย

### นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเข้ามาในประเทศไทย

A1 A2 และ A3 ระบุว่า หน่วยงานภาครัฐได้มีการจัดทำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม ประกอบด้วย นโยบายการจัดสรรงบประมาณแผนงานบูรณาการด้านการท่องเที่ยวสำหรับดำเนินโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม นโยบายการประชาสัมพันธ์เส้นทางกิจกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม นโยบายการอำนวยความสะดวกในการเดินทางผ่านชายแดน นโยบายการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม นโยบายการสร้างฮาลาลให้กับผู้ประกอบการ และนโยบายความปลอดภัยในการท่องเที่ยว โดยที่ A1 ระบุเพิ่มเติมว่า “ภาครัฐเชื่อว่าถ้าสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาผ่อนคลายลงจนสามารถเปิดประเทศให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้แล้วนั้น นโยบายเหล่านี้จะช่วยให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับการพัฒนา สามารถสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวได้” ซึ่งทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเข้ามาในประเทศไทยนั้น หน่วยงานภาครัฐได้กำหนดไว้ว่าจะมีการส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม ดังที่ A1 ระบุว่า “การส่งเสริมด้านการตลาด มีการพัฒนาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงการคมนาคมเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก และพัฒนามาตรฐานด้านที่พัก เป็นต้น” และ A2 กล่าวเสริมว่า “เรื่องการทำมาตรฐานฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว ได้มีการพัฒนามาตรฐานฮาลาลในโรงแรมการบริการอาหารตามภัตตาคารร้านอาหารซึ่งจะมีมาตรฐานที่ค่อนข้างสูงเพื่อรองรับและสร้างความเชื่อมั่นเรื่องความสะอาดให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงการทำเส้นทางฮาลาลให้กับนักท่องเที่ยวมาเลเซีย สร้างการรับรู้ของแหล่งท่องเที่ยวฮาลาลในเขตภาคใต้ตอนบน” นอกจากนี้ยังมีนโยบายเรื่องความปลอดภัย ดังที่ A4 ระบุว่า “นโยบายของสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต คือ นโยบายส่งเสริมนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติให้มาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต มีสินค้าบริการที่สะอาด สะดวกสบาย ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม ค่อนข้างจะเน้นไปทางนโยบายด้านความปลอดภัย พัฒนาระบบการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น การออกแบบและจัดตั้งระบบการจัดการความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ การเพิ่มจำนวนตำรวจท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และเครือข่ายอาสาสมัครความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความจำเป็น” ส่วนผู้บริหารสมาคมทางการท่องเที่ยว ได้แก่ A5 ระบุว่า “สำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม การมีกิจกรรมต่าง ๆ หรือแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจะเป็นที่น่าสนใจ นอกจากนั้นมุ่งเสริมสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิมทั้งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่เชื่อมประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมุสลิมได้” และ A6 กล่าวว่า “การพัฒนาร้านอาหารฮาลาลและร้านอาหารไทยฮาลาล พัฒนาที่พักให้เพียงพอ และส่งเสริมสิ่งอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติศาสนกิจ โดยบูรณาการทำงานร่วมกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ส่งเสริมกลไกขับเคลื่อนการท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม” ซึ่งการปรับปรุงนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิมนั้น A20 และ A23 ระบุว่า “ต้องมีการส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม มีบุคลากรที่สามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศที่สามารถรองรับการท่องเที่ยววิถีฮาลาลได้ ทำให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีความ

สะดวก ใจกว้าง และรู้สึกถึงความเป็นมิตร บุคลากรให้บริการใน โรงแรม ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว และ บริการรถขนส่งที่เป็นชาวมุสลิมยังมีน้อย จึงต้องได้รับการอบรมส่งเสริมให้มีความรู้ในการให้บริการ นักท่องเที่ยวมุสลิม” และการปรับปรุงด้านการบริการอาหารฮาลาล ดังที่ A15 และ A17 ระบุว่า “การบริการ อาหารฮาลาลควรมีความเพียงพอต่อความต้องการและถูกต้องตามหลักของศาสนา สนับสนุนการพัฒนา กระบวนการผลิตอาหารให้มีคุณภาพและมาตรฐานตามหลักศาสนาบัญญัติ ได้แก่ การพัฒนาระบบมาตรฐาน การพัฒนาผู้ประกอบการ การตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ และการพัฒนาระบบการผลิต การพัฒนาการบริการ ที่เกี่ยวข้อง” และ A5 กับ A28 ที่ได้แสดงความคิดเห็นถึงการปรับปรุงด้านการประชาสัมพันธ์ ว่า “การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวฮาลาลควรเน้นด้านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ด้วย ผลักดันการสร้าง คลิปวิดีโอแนะนำแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงออกถึงความเป็นมิตรต่อกลุ่มมุสลิม และมีความหลากหลายทาง วัฒนธรรม จัดแพคเกจร่วมกับบริษัทนำเที่ยว ดึงบุคคลที่มีอิทธิพลทางสังคมทางออนไลน์ในประเทศมุสลิมมา เยือนไทย สร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการมาเที่ยวประเทศไทยเพิ่มขึ้น”

### พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า

- 1) ชอบการจับจ่ายซื้อสินค้า ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป เครื่องเทศ สมุนไพร พอกแพชั่น เครื่องประดับ เครื่องหนัง เครื่องแต่งกายของไทย
- 2) ชอบการรับประทานอาหารไทย
- 3) ชอบเที่ยวสถานที่ที่มีความเป็นไทย เช่น วัด พระราชวัง
- 4) ชอบศึกษาประวัติศาสตร์ของไทย
- 5) ประหยัดเรื่องค่าใช้จ่าย
- 6) ชอบศึกษาวัฒนธรรม ไทย
- 7) ชอบอาหารที่สะอาด ถูกสุขอนามัยได้รับเครื่องหมายฮาลาล และ
- 8) ชอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อย่างเช่นที่ A25 ระบุว่า “นักท่องเที่ยวอินโดนีเซียจะชอบมาดูวัฒนธรรมไทย จึงพาไปวัด ไปพระราชวัง วัฒนธรรมไทย จากนั้นจะเป็นการ ซื้อสินค้า นักท่องเที่ยวอินโดนีเซียชอบการซื้อสินค้า” เช่นเดียวกันกับ A26 ที่ระบุว่า “นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมชอบ จับจ่ายซื้อผลิตภัณฑ์ของไทย ต้องการอาหารการกินที่สะอาด ถูกสุขอนามัย ได้รับเครื่องหมายฮาลาล” และ A27 ที่ระบุว่า “นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมชอบการท่องเที่ยว เชิงเกษตรกรรม ประเภทโครงการหลวง ชอบเที่ยวทะเล ภูเขา และชมประวัติศาสตร์ต่าง ๆ”

รูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคือ ชอบมาแบบเป็นกลุ่มในลักษณะของครอบครัวและมา แบบทัวร์ ดังที่ A9 A10 และ A11 ระบุไว้สอดคล้องกันว่า “นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบมากับทัวร์และมาอยู่ หลายวัน ต้องมีโรงแรมและอาหารที่เป็นฮาลาล รวมถึงต้องมีที่ประกอบศาสนกิจเน้นท่องเที่ยวตามสถานที่ สวยงามแปลกตา” และ ปัจจัยที่ส่งผลให้ชาวมุสลิมเข้ามาท่องเที่ยวภาคใต้ตอนบนได้แก่ 1) ประชาชนชาวไทย ทางภาคใต้เป็นมุสลิม 2) ความสะดวกในการเดินทางผ่านชายแดน 3) อาหารฮาลาลหาได้ง่าย 4) ชื่นชอบ อาหารไทยและผลไม้ไทย 5) ราคาสินค้าไทยที่ถูกและมีคุณภาพ 6) แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม 7) ความเป็นวิถี ชีวิตแบบมุสลิม 8) สถานที่ท่องเที่ยวสะอาด 9) ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว 10) มีสถานที่ละหมาด 11) ผู้คนอัธยาศัยดี 12) ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว 13) สินค้าทุกอย่างน่าซื้อ 14) ความมีชื่อเสียงของสถานที่ ท่องเที่ยว 15) ค่าเงินบาทที่มีอัตราแลกเปลี่ยนไม่สูง 16) ภาพลักษณ์ในการท่องเที่ยว 17) สถานที่ท่องเที่ยวที่ อำนวยความสะดวก 18) การให้บริการที่ดี และ 19) มีสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ เกิดขึ้น ดังที่ A8 ระบุว่า “องค์ประกอบของการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวในเมืองไทยมีความพร้อม ประชาชนชาวไทยทางภาคใต้

มีชาวมุสลิม เป็นประเทศที่ไม่มีภัยพิบัติรุนแรงแล้ว ผู้คนอภัยภัยดี มีความปลอดภัย สินค้าทุกอย่างน่าซื้อ” ส่วน A9-A12 และ A16 เห็นพ้องต้องกันว่า “ภาคใต้ของประเทศไทยมีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยว มีความสะดวกในการเดินทางผ่านชายแดน มีสถานที่ท่องเที่ยวสวยงาม สามารถที่จะมาแบบครบครันได้ และมีความสะดวกในการเดินทาง สินค้ามีราคาไม่แพง” นอกจากนี้ A18 ได้ระบุอัตราการแลกเปลี่ยนว่า “อัตราแลกเปลี่ยนของประเทศไทยยังไม่สูง ทำให้เป็นการท่องเที่ยวที่ประหยัดค่าใช้จ่าย”

### **กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากประเทศอาเซียนในเขตภาคใต้ตอนบน**

กลยุทธ์ทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากประเทศอาเซียนในเขตภาคใต้ตอนบน มีดังนี้

#### **1. ด้านผลิตภัณฑ์**

การพัฒนาการบริการอาหารฮาลาล ดังที่ A3 ระบุว่า “การพัฒนาอาหารฮาลาลในโรงแรมเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับนักท่องเที่ยวมุสลิม” โดย A16 ได้นำเสนอว่า “การพัฒนาอาหารฮาลาลให้เป็นระดับโพลี ไคน์” A16 ระบุว่า “ควรพัฒนาระดับอาหารฮาลาลให้เป็นระดับมิชลินสตาร์” “อาหารที่จัดให้บริการต้องมีความหลากหลายของอาหารและผลไม้” (A2) “อาหารต้องอร่อย” (A2, A26) “ทำให้อาหารฮาลาลสามารถหาบริโภคได้ง่าย” (A3, A7, A25, A30) และ “พัฒนาโรงแรมมีที่พักและห้องอาหารที่เป็นฮาลาลในทีเดียวกัน” (A3, A7, A15, A21, A22, A29)

การบริหารแหล่งท่องเที่ยวด้านดึงดูดใจ “ให้นำเสนอประเด็นที่ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม” (A9, A12, A15, A17, A21, A22, A28, A29) และ “เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง” (A7, A10, A11, A13, A19, A20, A23)

ปรับปรุงกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงวัฒนธรรม ดังที่ A5 และ A13 ระบุว่า “ต้องมีส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาลให้มากขึ้น ปรับปรุงกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงวัฒนธรรม ”

การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ได้แก่ “แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย” (A6, A8, A11) “แหล่งท่องเที่ยวที่สะอาด” (A4, A26) “สถานที่ที่สามารถมาแบบครบครันได้” (A1, A4, A6, A11, A15, A16, A17, A24)

มีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว มีโปรแกรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ (A11, A24, A26) เช่น “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” (A8, A26) และ โปรแกรมท่องเที่ยววิถีเกษตรพอเพียง (A27)

#### **2. ด้านราคา**

การปรับกลยุทธ์ด้านราคาให้การท่องเที่ยวในประเทศไทยเขตภาคใต้ตอนบนมีราคาที่ถูกลงกว่าที่อื่น “โดยการขายโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ไม่ได้ผ่านพ่อค้าคนกลางมากเกินไป” (A1) และ “ควบคุมราคาสินค้าและการบริการให้ที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า” (A3, A9)

#### **3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**

การพัฒนาด้านเครือข่ายและการมีส่วนร่วมขององค์กรใน Supply Chain การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ได้แก่ “การส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิมให้มีความรู้ความเข้าใจในการจัดการการท่องเที่ยวมุสลิมทั้งด้านของหลักการศาสนาและการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว ”

(A1) “ทำการติดต่อกับบริษัทนำเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวมุสลิมมาเที่ยวเมืองไทยหลังจากกลับจากพิธีฮัจญ์” (A7) และ “การนำภาครัฐและภาคเอกชนมาประชุมร่วมกันในพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวมุสลิมอย่างมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง” (A1)

#### 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

กลยุทธ์โฆษณาประชาสัมพันธ์ทางช่องทางต่าง ๆ ดังที่ A1, A5, A13, A14, A15, A16, A17, A20, A25, A28 และ A30 เห็นพ้องต้องกันว่า “กลยุทธ์โฆษณาประชาสัมพันธ์เน้นการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน (Website) เฟซบุ๊ก (Facebook) วีแชท (WeChat) การติดป้ายประชาสัมพันธ์ โบรชัวร์” ในขณะที่ A4, A6 และ A25 เสริมว่า “ควรมีการออกบูธเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามประเทศต่าง ๆ” “การให้ดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงของไทยร่วมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว” โดย A7 และ A26 “การจัด Promotion ต่าง ๆ เช่น การลดราคาช่วง Low season” โดย A9 และ A23 “การกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวที่ประทับใจในประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวมีการรีวิวการท่องเที่ยว” โดย A11 และ A18 ได้ระบุถึง “การทำ CSR ให้การสนับสนุนสังคมในด้านกีฬาหรือบริจาคเงินให้กับกิจกรรมต่าง ๆ ทางสังคมในระดับนานาชาติเพื่อสร้างการรับรู้ในโครงการภาครัฐที่ได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิมในระดับสากล”

#### 5. ด้านบุคคล

การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้แสดงออกถึงความจริงใจกับลูกค้า (A7) และต้องศึกษาความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง (A18, A27) รวมทั้งการเพิ่มบุคลากรที่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้ เพราะผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวที่เข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมยังมีน้อย (A20) และ A23 ได้ระบุว่า เรื่องภาษาบุคลากรที่ให้บริการ ยังสื่อสารภาษาต่างประเทศได้น้อย

#### 6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ “ควรมีสถานที่ประกอบศาสนกิจ คือ มีที่ละหมาดและมีที่อาบน้ำละหมาด” โดย A12 และ A14 “มีห้องน้ำที่สะอาด มีสายชำระ” โดย A3, A7, A19 และ A25 และ “มีศูนย์อาหารฮาลาล” โดย A26 และ A28

#### 7. ด้านกระบวนการการให้บริการ

กลยุทธ์ที่นำเสนอต้องแสดงให้เห็นว่า การมาท่องเที่ยวประเทศไทยนั้นมีความสะดวกสบาย ดังที่ A1 ระบุว่า “การเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีสะดวกสบาย” และ A2 กล่าวเสริมว่า “มีความสะดวกในการเดินทางผ่านชายแดนเข้ามายังประเทศไทย” ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการคมนาคม ได้แก่ “มีเส้นทางฮาลาลให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม” ตามที่ A1, A2 และ A3 กล่าวไว้ นอกจากนี้ยังมีสายการบินที่บินตรง (A4) ถ้าไปท่องเที่ยวในชุมชนจะสามารถใช้บริการรถของชาวบ้านในการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ มีพัฒนากระบวนการอาหารฮาลาลตั้งแต่วัตถุดิบจนถึงการผลิต รวมถึงให้การรับรองสัญลักษณ์ฮาลาล (A4, A10, A14, A27)

แต่กระบวนการการให้บริการยังมีปัญหาตามที่ A18 และ A23 ระบุว่า “ยังมีปัญหาเรื่องความสะดวกขนส่งคมนาคม ควรแก้ปัญหการจราจรติดขัด” และ A19 ที่ระบุว่า “การบริการไม่สามารถที่จะทำ

รองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งหมดได้ เช่น พื้นที่อาบน้ำละหมาด ถึงแม้จะมีเตรียมไว้ให้ แต่ถ้านักท่องเที่ยวมาเป็น กลุ่มใหญ่ จำนวนมากจะไม่สามารถรองรับได้” นอกจากนี้ A23 ได้ระบุว่า ด้านการบริหารจัดการโรงแรมฮาลาลทั้งระบบอาจทำได้ยาก เนื่องจากเจ้าของโรงแรมไม่ได้เป็นมุสลิมและระบบการเงินอาจจะไม่เป็นไปตามระบบการเงินอิสลามกำหนดไว้ ซึ่ง A3 ได้ระบุว่า “รัฐบาลมีการจำกัดด้านงบประมาณ ถ้ารัฐบาลให้การสนับสนุนเต็มที่จะเกิดการพัฒนาได้ ซึ่งในการปรับปรุงด้านกระบวนการให้บริการหน่วยงานมีโครงการการพัฒนาอาหารฮาลาลสำหรับเจ้าของที่เป็นมุสลิม พัฒนาให้มีครัวฮาลาล มีการออกไปรับรองเน้นการพัฒนาเรื่องอาหารปลอดภัย ให้อาหารมีความสะอาดมากขึ้น ตอนนี้มีการพัฒนาจำนวน 2000-3000 ร้านทั่วประเทศให้ทุกจังหวัดร่วมมือกัน แต่สำหรับสนามบินไม่มีร้านอาหารฮาลาลด้วยความจำกัดเรื่องของค่าใช้จ่ายที่สูง เรื่องของค่าสัมปทาน รัฐบาลน่าจะเปิดโอกาสให้คิดราคาค่าเช่าถูกกว่าร้านทั่ว ๆ ไปจะได้มีอาหารฮาลาลไว้บริการ”

## อภิปรายผลการวิจัย

### นโยบายและทิศทางของการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาทำให้ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับนโยบายและทิศทางของการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งหมดดังนี้ นโยบาย ได้แก่ 1) นโยบายการจัดสรรงบประมาณแผนงานบูรณาการด้านการท่องเที่ยวสำหรับดำเนินโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม 2) นโยบายการประชาสัมพันธ์เส้นทางกิจกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม 3) นโยบายการอำนวยความสะดวกในการเดินทางผ่านชายแดน 4) นโยบายการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม 5) นโยบายการสร้างฮาลาลให้กับผู้ประกอบการ และ 6) นโยบายความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ส่วนทิศทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) การส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม 2) การมีเส้นทางฮาลาลให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม 3) การบริการอาหารฮาลาลให้มีความเพียงพอต่อความต้องการและถูกต้องหลักของศาสนา 4) มีสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ 5) มีห้องน้ำที่สะอาด มีสายชำระ 6) พัฒนาให้เป็นฮาลาลเชิงวัฒนธรรม 7) สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาดและปลอดภัย 8) โปรแกรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ 9) การโปรโมทการท่องเที่ยวฮาลาล 10) ความสะดวกขนส่งคมนาคม และ 11) การขยายสินค้าและการให้บริการ ซึ่งเป็นไปตามยุทธศาสตร์ขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) ที่ระบุว่าต้องมีการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวและสินค้า บริการ ด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อการท่องเที่ยวโดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาและปรับปรุงระบบโลจิสติกส์เพื่อสนับสนุนการเดินทางภายในประเทศ และเน้นการตลาดแบบเฉพาะกลุ่มสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจแบบเฉพาะเจาะจง (niche)

## พฤติกรรม รูปแบบการท่องเที่ยวและปัจจัยของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เข้ามาท่องเที่ยวภาคใต้

### ตอนบน

ผลการศึกษาพฤติกรรม รูปแบบการท่องเที่ยวและปัจจัยของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เข้ามาท่องเที่ยวภาคใต้ตอนบน พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว คือ ชอบวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่แสดงความเป็นไทย เช่น ชอบการซื้อสินค้าพื้นเมืองของไทย ชอบการทานอาหารไทย ชอบดูประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมไทยแต่สถานที่และอาหารต้องถูกต้องตามหลักศาสนา รูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว คือ ชอบมาแบบเป็นกลุ่มในลักษณะของครอบครัวและมาแบบกรุ๊ปทัวร์ และมีการท่องเที่ยวพำนักอยู่หลายวัน

รูปแบบการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญกับการที่ต้องมีสถานที่ประกอบศาสนกิจ การเที่ยวชมสถานที่เน้นการท่องเที่ยวตามสถานที่สวยงามแปลกตา เน้นประเภทการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เชิงวัฒนธรรม และการจับจ่ายซื้อสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทักษิณา แส่นเย็น และคณะฯ (2561) ที่ระบุว่า รูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมในการท่องเที่ยวฮาลาล มี 3 รูปแบบ คือ การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและขอป้ัง การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและครอบครัว และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ปัจจัยที่ส่งผลให้ชาวมุสลิมเข้ามาท่องเที่ยวภาคใต้ตอนบน คือ ประชากรทางภาคใต้เป็นมุสลิมทำให้ความเป็นอยู่ไม่ต่างกันมาก แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม สะอาด มาท่องเที่ยวแล้วรู้สึกปลอดภัย มีความสะดวกในการเดินทางผ่านชายแดนทั้งทางบก ทางน้ำและทางอากาศ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Battour, Ismail, Battor, and Awais (2017) ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวมุสลิมจะให้ความสำคัญมากกับสินค้าและบริการที่เป็นไปตามหลักศาสนาอิสลาม สถานที่ต่าง ๆ ต้องมีบริการจำเพาะเจาะจงไว้รองรับความต้องการของชาวมุสลิมตามหลักศาสนา เช่น ในประเทศไทยมีการบริการ ‘Muslim-friendly hotels’ มีการให้บริการอาหารที่มีมาตรฐานทางฮาลาลรับรอง เป็นต้น. นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวรางคณา ต้นทสันติสกุล และเมธาวี ว่องกิจ (2562) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาอิสลามมีแนวโน้มเดินทางในรูปแบบครอบครัว ขนาดใหญ่มากกว่ากลุ่มอื่น ที่ตั้งของโรงแรม พนักงานและห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม การเป็นโรงแรมฮาลาล การได้รับการตรวจสอบคุณภาพจากสถาบันฮาลาลที่มีชื่อเสียง การมีเอกสารหลักฐานรับรองมาตรฐานคุณภาพฮาลาล เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวพิจารณา

### กลยุทธ์ทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากประเทศอาเซียนในเขตภาคใต้ตอนบน

ผลการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากประเทศอาเซียนในเขตภาคใต้ตอนบนพบว่า

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ คือ การพัฒนาการบริการอาหารฮาลาลเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับนักท่องเที่ยวมุสลิมให้เป็นระดับพรีเมียม อาหารต้องอร่อย สามารถหาบริโภคได้ง่าย การบริการแหล่งท่องเที่ยวด้านดึงดูดใจ ให้น่าสนใจประเด็นที่ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและมีชื่อเสียง ปรับปรุงกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย สะอาด สามารถมาแบบครอบครัวได้ มีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรมท่องเที่ยววิถีเกษตรพอเพียง ด้านราคา คือ การปรับกลยุทธ์ด้านราคาให้การท่องเที่ยวในประเทศไทย

เขตภาคใต้ตอนบนมีราคาที่ถูกกว่าที่อื่น โดยการขายโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ไม่ได้ผ่านพ่อค้าคนกลางมากเกินไป และควบคุมราคาสินค้าและการบริการให้ที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ด้านสถานที่ คือ สนามบินควรมีอาหารฮาลาล และการติดต่อกับบริษัทนำเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวมุสลิมมาเที่ยวเมืองไทยหลังจากกลับจากพิธีฮัจญ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การประชาสัมพันธ์และการโฆษณาทางช่องทางต่าง ๆ ที่หลากหลาย การมีข้อมูลข่าวสารที่ดี และ แคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาล ด้านบุคคลต้องมีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งการเพิ่มบุคลากรที่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้ เรื่องภาษาบุคลากรที่ให้บริการ ยังสื่อสารภาษาต่างประเทศได้น้อย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ควรมีสถานที่ประกอบศาสนกิจ มีห้องน้ำที่สะอาด มีสายชำระ และมีศูนย์อาหารฮาลาล ด้านกระบวนการการให้บริการ กลยุทธ์ที่นำเสนอต้องแสดงให้เห็นว่า การมาท่องเที่ยวประเทศไทยนั้น มีความสะดวกสบาย ในการเดินทางเข้ามายังประเทศไทย ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการคมนาคม มีเส้นทางฮาลาลให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

การกำหนดกลยุทธ์การตลาดเฉพาะกลุ่มที่เหมาะสมจะสามารถสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมให้เดินทางมาเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ ในประเทศไทย ดังที่ ธนินทร์ สังขดวง และจิระนาถ รุ่งช่วง (2560) ได้ระบุว่าการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักแรม และภัตตาคาร หรือร้านอาหาร มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวมุสลิม ซึ่งสอดคล้องกับ Brandbuffet (2019) ที่ได้แสดงผลการวิจัยไว้ในบทความที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิมว่ากลุ่มนักเดินทางผู้หญิงเป็นกลุ่มที่เติบโตอย่างรวดเร็วในตลาดการท่องเที่ยว และความต้องการหลักคือ ชาวมุสลิมจะคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวกับศาสนาในการเดินทาง ร้านอาหารฮาลาล ห้องละหมาด ที่นักท่องเที่ยวผู้หญิงต้องการที่ให้บริการห้องละหมาดเฉพาะผู้หญิง สถานเสริมความงามและสปาสำหรับผู้หญิงเท่านั้น ความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวกับศาสนาเป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน นอกจากนี้ควรใช้กลยุทธ์เชิงรุกเน้นการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในกลุ่มตลาดใหม่ที่มีศักยภาพและเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อสร้างความแตกต่างของการท่องเที่ยว โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และศิลปวัฒนธรรม และการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางระดับโลกรองรับการท่องเที่ยวระดับพรีเมียม (ปิยาภรณ์ ณ ตะกั่วทุ่ง ศรีณยา นาคแก้ว นันทิธิดา ศิริกุล และศรายุทธ ทองหมั่น, 2563)

### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้จัดทำข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ คือ สินค้าต้องมีคุณภาพ มีร้านอาหารที่เป็นฮาลาลและหาได้ง่ายมีความหลากหลาย และยกระดับอาหารฮาลาลให้เป็นระดับมิชลินสตาร์ พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นฮาลาลและการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่พักหรือโรงแรมต้องให้มีบริการอาหารฮาลาลที่ได้มาตรฐานกับนักท่องเที่ยวที่เป็นมุสลิม เส้นทางท่องเที่ยวควรปรับปรุงให้มีความสะดวก สถานที่ท่องเที่ยวต้องส่งเสริม

การสร้างความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว สร้างแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดสำคัญในการท่องเที่ยว สนับสนุนในเรื่องของสถานที่ที่เหมาะสม ห้องอาบน้ำสะอาดตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ

ด้านราคา คือ การกำกับดูแลสินค้าให้มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า

ด้านสถานที่ คือ สนามบินควรมีอาหารฮาลาล และการใช้ช่องทางการขายโดยการติดต่อกับตัวแทนบริษัทนำเที่ยว (Agency Tour) เพื่อให้นักท่องเที่ยวมุสลิมมาเที่ยวเมืองไทยหลังจากกลับจากพิจิตร

ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ควรประสานงานกับประเทศในภูมิภาคอาเซียนในการประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมฮาลาล สนับสนุนงบประมาณในการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวฮาลาลให้มากขึ้นโดยใช้สื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ (Website) เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (WeChat) การติดป้ายประชาสัมพันธ์ โบรชัวร์ และการออกบูธเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามประเทศต่าง ๆ

นอกจากนี้ด้านบุคลากร ควรมีการพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้กับผู้ประกอบการเอกชน ได้แก่ การสนับสนุนในเรื่องของการจัดอบรมสัมมนา จัดโครงการที่จะให้ความรู้เรื่องมุสลิมในจังหวัดอื่น ๆ เพิ่มขึ้น ควรจะให้เงินลงทุนในการให้ความรู้ทุกภาคส่วนมากขึ้น ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ควรปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ควรมีสถานที่ประกอบศาสนกิจ และควรมีการประชุมร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชนเพื่อพัฒนาบริหารจัดการการท่องเที่ยวมุสลิมอย่างมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อการพัฒนาด้านกระบวนการให้บริการ

### ข้อจำกัดของการวิจัย

เนื่องจากสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาตั้งแต่เดือนมีนาคม พ.ศ.2563 ทำให้ไม่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติชาวมุสลิมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ จึงเป็นอุปสรรคในการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม งานวิจัยครั้งนี้จึงใช้การเป็นข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในการวิจัย

### ข้อเสนอแนะผลการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาแนวทางการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์เพื่อส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากประเทศอาเซียนในเขตภาคใต้ตอนบน ในที่นี้หมายถึงการนำผลการวิจัยนี้ไปต่อยอดในด้านการใช้ประโยชน์จริง เพื่อแก้ปัญหาทางด้านการท่องเที่ยว โดยการศึกษาจะต้องศึกษารูปแบบการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่อและหน่วยงานวิเคราะห์ ทำการวิเคราะห์ปัญหา ข้อจำกัด และแนวทางการแก้ไข

2. ศึกษาการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรไทยในการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ทั้งนี้โดยมุ่งเน้นไปที่การบริการที่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม



## เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาชูพื้นที่นำร่องสุดยอดเส้นทาง **ท่องเที่ยว กลุ่มมุสลิม "วิถีอันดามัน"** เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวภาคใต้. สืบค้นจาก <https://www.mots.go.th/News-view.php?nid=12236>
- \_\_\_\_\_. (2559). รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 3. สืบค้นจาก <http://www.mots.go.th>.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2564). แนวทางฟื้นฟู 'การท่องเที่ยว' หลังวิกฤติโควิด-19. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/885171>.
- กาญจนา आयुวัฒน์ธนชัย. (2561). ทริปปาลาต โอกาสทองธุรกิจท่องเที่ยว. สืบค้นจาก <https://www.posttoday.com/life/healthy/551948>.
- ทักษิณา แสนเย็น, ธนะพัฒน์ ศิริจารุอนันต์, อาภาภรณ์ หาโສး และสุชาติ คำทางชล. (2561). แนวโน้มตลาดอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรด้วยวิถีมุสลิม. **วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก**, 4(1), 286-297.
- ธนินทร์ สังขดวง และจิระนาถ รุ่งช่วง. (2560). การรับรู้ระดับการให้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต. **วารสารวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 13(1), 135-168.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2549). การพัฒนาและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ปิยาภรณ์ ณ ตะกั่วทุ่ง, ศรีณยา นาคแก้ว, นันทิดา ศิริกุล และศรายุทธ ทองหมั่น. (2563). การพัฒนารูปแบบกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอันดามัน. **วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 3(3), 1-19.
- มัทนี คำสำราญ และณัฐช วนิชย์กุล. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร. **วารสาร อัล-อิกมะฮ มหาวิทยาลัยฟาฏอนี**, 6(12), 79-91.
- วรางคณา ดันตสันตีสกุล และเมธาวี ว่องกิจ. (2562). กลยุทธ์การพัฒนาโรงแรมฮาลาล กรณีศึกษา จังหวัดกระบี่. **วารสารราชพฤกษ์**, 17(3), 122-128.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สถาบันวิจัยและนวัตกรรม. (2560). การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคใต้สู่การปฏิบัติ. สืบค้นจาก <https://iri.wu.ac.th/wp-content/uploads/2017/09/%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%97%E0%B8%98%E0%B8%A8%E0%B8%B2%E0%B8%AA%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%92%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%84%E0%B9%83%E0%B8%95%E0%B9%89-%E0%B8%A2%E0%B9%88%E0%B8%AD.pdf>
- อรุณ บิลลี่ และธัญวรัตน์ นนอรัตน์. (2563). บทบัญญัติศาสนาอิสลามที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม. **การประชุมวิชาการระดับชาติ เทคโนโลยีภาคใต้วิจัย ครั้งที่ 10**

**Humanity Empowerment Through Social Innovation : การสร้างความเข้มแข็งให้กับ  
มนุษยชาติโดยนวัตกรรมสังคม” (น. Fo34-41). นครศรีธรรมราช: วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้.**

- Battour, M., Ismail, MN., Battor, M. & Awais, M. (2017). Islamic tourism: An empirical examination of travel motivation and satisfaction in Malaysia. **Current Issues in Tourism**, 20, 50-67.
- Brandbuffet. (2019). เปิดผลสำรวจ “นักเดินทางหญิงชาวมุสลิม” จัดทริปท่องเที่ยวโลกมากขึ้น ไทยติดอันดับ 2 เป้าหมายที่น่าเดินทาง. สืบค้นจาก <https://www.brandbuffet.in.th/2019/11/muslim-traveller-growth-tbwa/>.
- Creswell, J. (1998). **Qualitative Inquiring and Research Design: Choosing among Five Traditions**. Thousand Oak, CA: Sage.
- EHL insights. (2020). How Halal Tourism is Reshaping the Global Tourism Industry. สืบค้นจาก <https://hospitalityinsights.ehl.edu/halal-tourism-global-industry>
- RTY9. (2561). ทิศทางการพัฒนาภาคใต้และภาคใต้ชายแดน ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564). สืบค้นจาก <https://www.ryt9.com/s/cabt/2747493>.