

รูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมในประเทศไทย

อนิรุทธิ์ เจริญสุข^{1*}

^{1*}คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: anirut_ja@rmutto.ac.th^{1*}

วันรับ: 18 เมษายน 2568 วันแก้ไข: 5 มิถุนายน 2568 วันตอบรับ: 8 มิถุนายน 2568

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมนับเป็นแนวโน้มที่เติบโตอย่างรวดเร็วในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลก โดยเฉพาะในประเทศไทยซึ่งมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิมจากนานาประเทศ บทความวิชาการนี้ มุ่งวิเคราะห์แนวโน้ม ศักยภาพ และความท้าทายของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมในประเทศไทย โดยใช้วิธีการทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) จากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อสังเคราะห์เป็นแนวทางเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ผลการศึกษาได้นำเสนอ HALAL Model ซึ่งเป็นแนวคิดเชิงบูรณาการที่ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 5 ด้าน ได้แก่ H – Hospitality การบริการที่ให้เกียรติและเข้าใจ วัฒนธรรมอิสลาม A – Accessibility การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกตามหลักศาสนา L – Lifestyle Compatibility การออกแบบกิจกรรมที่ไม่ขัดต่อหลักศาสนา A – Authentic Halal Food การส่งเสริมอาหารฮาลาล ตามมาตรฐานสากล และ L – Learning and Communication การสร้างความเข้าใจและการสื่อสารระหว่าง วัฒนธรรม โมเดลนี้เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนานโยบายและบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะ ของนักท่องเที่ยวมุสลิมอย่างรอบด้าน และเสริมสร้างศักยภาพของประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางการท่องเที่ยว มุสลิมในภูมิภาคเอเชีย

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม, การส่งเสริมการท่องเที่ยว, โมเดล HALAL

A Model for Promoting Muslim-Friendly Tourism in Thailand

Anirut Jaroensuk^{1*}

^{1*}Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Tawan-Ok

Corresponding Author; E-mail: anirut_ja@rmutto.ac.th^{1*}

Received: 18 April 2025

Revised: 5 June 2025

Accepted: 8 June 2025

Abstract

Muslim-friendly tourism has emerged as a rapidly growing trend in the global tourism industry, particularly in Thailand, which possesses significant potential to attract Muslim tourists from around the world. This academic article analyzes the trends, potential, and challenges associated with the development of Muslim-friendly tourism in Thailand. Using a literature review methodology, the study synthesizes credible academic sources to propose strategic approaches for promoting this emerging tourism segment. The findings introduce the HALAL Model, an integrated conceptual framework comprising five key components: H – Hospitality, emphasizing respectful and culturally sensitive service; A – Accessibility, ensuring the provision of religious facilities such as prayer rooms and Qibla indicators; L – Lifestyle Compatibility, promoting tourism activities aligned with Islamic principles; A – Authentic Halal Food, advocating internationally certified halal food standards; and L – Learning and Communication, fostering intercultural understanding through education and effective communication. This model serves as a strategic tool to guide policy-making and service development that effectively address the unique needs of Muslim tourists, while positioning Thailand as a leading regional hub for Muslim-friendly tourism in Asia customers.

Keywords: Muslim-friendly tourism, Tourism Promotion, HALAL Model

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงไม่กี่ทศวรรษที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลกได้เติบโตอย่างรวดเร็วและกลายเป็นหนึ่งในภาคเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุดของโลก ข้อมูลจากองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ระบุว่า ในปี 2023 รายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกสูงถึง 1.3 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีนักท่องเที่ยวเดินทางข้ามพรมแดนมากกว่า 1.4 พันล้านคน (UNWTO, 2024) แนวโน้มนี้สะท้อนถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจโลกและการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างประเทศ ประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลก โดยในปี 2024 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเยือนถึง 35.5 ล้านคน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศประมาณ 60.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีสัดส่วนประมาณ 20% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 30% ภายในปี 2030 Wikipedia ในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมายังประเทศไทย นักท่องเที่ยวมุสลิมถือเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูง ข้อมูลจาก Global Muslim Travel Index (GMTI) ระบุว่า ในปี 2023 มีนักท่องเที่ยวมุสลิมทั่วโลกประมาณ 160 ล้านคน โดยคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 230 ล้านคนภายในปี 2026 (GMTI, 2023) ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับให้อยู่ในลำดับที่ 18 จาก 130 ประเทศในฐานะจุดหมายปลายทางที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวมุสลิม (Global Muslim Travel Index, 2023) โดยมีนักท่องเที่ยวมุสลิมเดินทางเข้ามาเยือนประเทศไทยประมาณ 3.5 ล้านคนในปี 2023

การท่องเที่ยวฮาลาลมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและขยายตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทย เนื่องจากนักท่องเที่ยวมุสลิมเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูงและมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องทั่วโลก ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับให้อยู่ในลำดับที่ 18 จาก 130 ประเทศในฐานะจุดหมายปลายทางที่เป็นมิตรต่อชาวมุสลิม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความพร้อมและโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ (Global Muslim Travel Index, 2023) นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวมุสลิมยังนิยมเดินทางเป็นกลุ่มครอบครัว มีระยะเวลาพำนักรนาน และมีการใช้จ่ายในระดับที่สามารถส่งผลดีต่อเศรษฐกิจในหลายมิติ การส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาลจึงไม่เพียงแต่เป็นการตอบสนองต่อวิถีชีวิตตามหลักศาสนาอิสลาม แต่ยังช่วยสร้างความหลากหลายในการให้บริการ เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ และสร้างความยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยในระยะยาว

ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิม แต่ผู้เขียนพบว่ายังคงมีช่องว่างทางวิชาการและการพัฒนาที่ต้องได้รับการศึกษาและปรับปรุง เช่น การขาดแคลนข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวมุสลิม การขาดมาตรฐานฮาลาลที่ชัดเจนในสถานประกอบการท่องเที่ยว และการขาดการฝึกอบรมบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีความเข้าใจในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวมุสลิม ดังนั้นบทความนี้จึงมีเป้าหมายเพื่อศึกษารูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมในประเทศไทย

โดยดำเนินการศึกษาด้วยวิธีการทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) โดยรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ อาทิ หนังสือวิชาการ วิทยานิพนธ์ งานวิจัย บทความทางวิชาการ และแหล่งข้อมูลออนไลน์ที่ผ่านการกลั่นกรองทางวิชาการ เพื่อนำมาศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวมุสลิมในบริบทของประเทศไทย โดยเน้นการวิเคราะห์แนวโน้มและศักยภาพของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมในประเทศไทย ความท้าทายในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม และรูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมในประเทศไทยให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิมได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศและสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างวัฒนธรรม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษารูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมในประเทศไทย

แนวโน้มและศักยภาพของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมในประเทศไทย

จากรายงาน Global Muslim Travel Index (GMTI) ปี 2023 ซึ่งจัดทำโดย CrescentRating ร่วมกับ MasterCard พบว่า มีนักท่องเที่ยวมุสลิมทั่วโลกประมาณ 160 ล้านคน และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 230 ล้านคนภายในปี 2026 ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับให้อยู่ในลำดับที่ 18 จาก 130 ประเทศในฐานะจุดหมายปลายทางที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวมุสลิม Wikipedia ในปี 2023 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเยือนประมาณ 35.5 ล้านคน โดยในจำนวนนั้นมีนักท่องเที่ยวมุสลิมเดินทางเข้ามาประมาณ 3.5 ล้านคน ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมทั่วโลก และบทบาทของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม แม้ว่าประเทศไทยจะมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิม แต่ยังคงมีช่องว่างทางการพัฒนา เช่น การขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม การขาดมาตรฐานฮาลาลที่ชัดเจนในสถานประกอบการท่องเที่ยว และการขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวมุสลิมแนวโน้มและศักยภาพของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมในประเทศไทย

1. วิเคราะห์และเปรียบเทียบรูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมในประเทศไทยเทียบกับมาเลเซียและอินโดนีเซีย

ประเทศมาเลเซีย ได้รับการยอมรับว่าเป็นประเทศผู้นำด้าน Halal Tourism หรือ Muslim-friendly Tourism โดยรัฐบาลมาเลเซียกำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาลไว้ใน Malaysia Tourism Transformation Plan และมีหน่วยงานเฉพาะ เช่น Islamic Tourism Centre (ITC) ที่พัฒนามาตรฐานบริการฮาลาล

ลาลสำหรับภาคการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน (Islamic Tourism Centre, 2022)

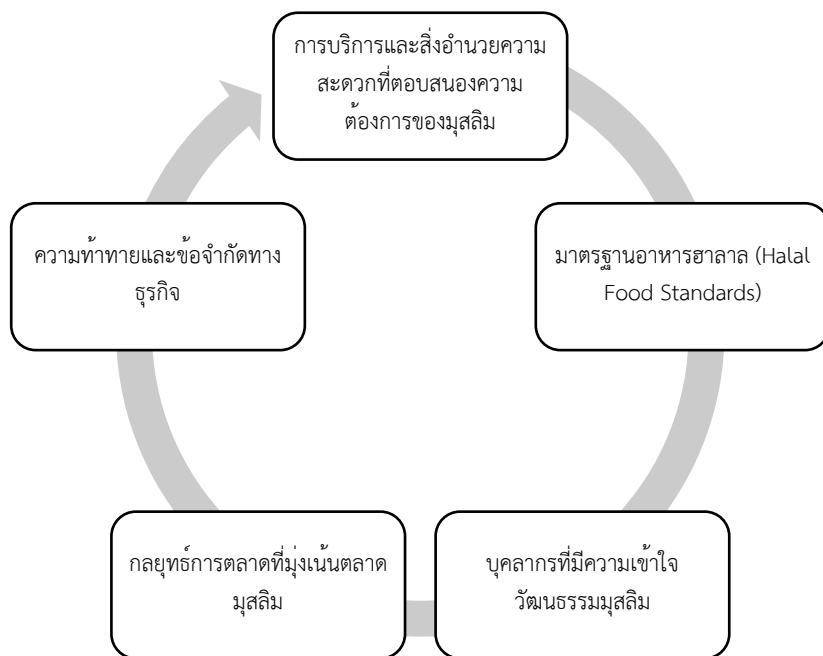
ประเทศอินโดนีเซีย รัฐบาลอินโดนีเซียโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ส่งเสริมแนวคิด Halal Lifestyle Tourism และจัดตั้งเขตส่งเสริมการท่องเที่ยวมุสลิมในเมืองสำคัญ เช่น Lombok และ Aceh ซึ่งมีการออกใบรับรองฮาลาลแก่สถานประกอบการท่องเที่ยว (Ministry of Tourism and Creative Economy, 2021)

ประเทศไทย แม้จะมีความพยายามจากภาครัฐ เช่น โครงการ Muslim Friendly Destination ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการจัดอันดับเมืองมิตรกับมุสลิม เช่น เชียงใหม่ ปัตตานี กรุงเทพมหานคร แต่ยังคงขาดหน่วยงานระดับชาติเฉพาะด้าน และการออกมาตรฐานฮาลาลที่ครอบคลุมภาคบริการท่องเที่ยวโดยตรง (Chookaew et al., 2015)

2. การเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิม ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมได้ขยายตัวอย่างมีนัยสำคัญและเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลก สาเหตุสำคัญที่ทำให้ตลาดนี้เติบโต คือจำนวนประชากรมุสลิมทั่วโลกที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีการคาดการณ์ว่าประชากรมุสลิมทั่วโลกจะเพิ่มขึ้นจาก 1.8 พันล้านคนในปี ค.ศ. 2020 เป็น 2.2 พันล้านคนในปี ค.ศ. 2030 (Pew Research Center, 2017) นอกจากนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมยังมีลักษณะเฉพาะในเรื่องความต้องการบริการและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับหลักศาสนาอิสลาม เช่น อาหารฮาลาล การละหมาดที่สะดวก การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการปฏิบัติศาสนกิจ และการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความเหมาะสมตามหลักศาสนา (Said et al, 2022) แนวโน้มนี้ยังได้รับการยืนยันจากข้อมูลของ Global Muslim Travel Index (GMTI) ที่ระบุว่า ตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมทั่วโลกมีจำนวนประมาณ 160 ล้านคนในปี ค.ศ. 2023 และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเป็น 230 ล้านคนภายในปี ค.ศ. 2026 (Mastercard-CrescentRating, 2023) ปรากฏการณ์นี้แสดงให้เห็นถึงโอกาสและศักยภาพในการขยายตัวของตลาดท่องเที่ยวที่เน้นกลุ่มมุสลิม ซึ่งผู้ประกอบการและหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวทั่วโลกต่างให้ความสนใจในการพัฒนาและปรับปรุงบริการที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อย่างต่อเนื่อง (El-Gohary, 2016) ดังนั้น ด้วยปัจจัยการเพิ่มขึ้นของประชากรมุสลิมทั่วโลกและแนวโน้มความต้องการบริการท่องเที่ยวเฉพาะที่สอดคล้องกับหลักศาสนาอิสลามที่เพิ่มสูงขึ้น ตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมจึงมีศักยภาพและแนวโน้มในการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญในอนาคต โดยเฉพาะในประเทศที่สามารถปรับตัวและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้เหมาะสม

3. ศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม ประเทศไทยมีศักยภาพอย่างมากในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม เนื่องจากมีความโดดเด่นด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและศาสนา ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวมุสลิมจากทั่วโลกได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคใต้ของประเทศไทยที่มีประชากรมุสลิมอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก (Billee et al, 2019) พื้นที่ที่มีการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมไทยและอิสลามอย่างกลมกลืน จึงเหมาะสมอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตและความต้องการของชาวมุสลิม ตัวอย่างที่ชัดเจนของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตร

กับมุสลิม คือ เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีประชากรมุสลิมอาศัยอยู่มากถึงร้อยละ 90 ของประชากรทั้งหมดในพื้นที่ ชุมชนมุสลิมบนเกาะลันตามีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมอิสลามที่ชัดเจนและมีการดำรงชีวิตตามหลักศาสนาอิสลามมาอย่างยาวนาน โดยเฉพาะในเรื่องการบริโภคอาหารฮาลาล การแต่งกาย การละหมาด และกิจกรรมทางศาสนาอื่นๆ ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น (Tourism Authority of Thailand, 2021) การที่ชุมชนบนเกาะลันตามีการรักษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมอิสลามอย่างเข้มแข็ง ทำให้พื้นที่นี้เหมาะสมต่อการส่งเสริมเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม และยังสามารถใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อื่นๆ ของประเทศไทยที่มีชุมชนมุสลิมอยู่จำนวนมากได้อีกด้วย นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในท้องถิ่นยังให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม เช่น ร้านอาหารฮาลาล โรงแรมที่มีห้องละหมาด และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอิสลาม ธุรกิจโรงแรมที่เป็นมิตรกับมุสลิม (Muslim-friendly Hotels) โรงแรมที่เป็นมิตรกับมุสลิม คือโรงแรมที่มีการดำเนินธุรกิจและให้บริการโดยคำนึงถึงหลักการปฏิบัติของศาสนาอิสลามและความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวมุสลิมเป็นสำคัญ ธุรกิจประเภทนี้มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องในระดับสากลเนื่องจากจำนวนประชากรมุสลิมที่เพิ่มมากขึ้นและความนิยมในการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ที่เพิ่มสูงขึ้นในปัจจุบัน (El-Gohary, 2020; Henderson, 2016)



ภาพที่ 1 ธุรกิจโรงแรมที่เป็นมิตรกับมุสลิม (Muslim-friendly Hotels)

1. การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตอบสนองความต้องการของมุสลิม โรงแรมที่เป็นมิตรกับมุสลิมจะเน้นการออกแบบและจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับหลักการศาสนา เช่น ห้องละหมาดแยกสำหรับชาย-หญิง สิ่งอำนวยความสะดวกในการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา เช่น การจัดหาพรมละหมาด เข็มทิศบอกทิศกิบลัต รวมถึงห้องพักที่ออกแบบให้มีความเป็นส่วนตัวและเคารพข้อกำหนดด้านความเหมาะสมตามหลักอิสลาม (Abdrakhmanova & Moghavvemi, 2022)

2. มาตรฐานอาหารฮาลาล (Halal Food Standards) ปัจจัยสำคัญที่โรงแรมที่เป็นมิตรกับมุสลิมต้องให้ความสำคัญเป็นพิเศษคืออาหารฮาลาล ซึ่งหมายถึงอาหารที่ผ่านกระบวนการที่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม โรงแรมประเภทนี้จำเป็นต้องมีการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลโดยองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือเพื่อสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวมุสลิม (Razzaq, Hall, & Prayag, 2016) การมีอาหารฮาลาลที่ผ่านการรับรองสามารถสร้างความพึงพอใจและเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันของโรงแรมได้อย่างชัดเจน

3. บุคลากรที่มีความเข้าใจวัฒนธรรมมุสลิม การมีบุคลากรที่ผ่านการอบรมและมีความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมมุสลิมถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญของธุรกิจโรงแรมประเภทนี้ การปฏิสัมพันธ์และการให้บริการที่เคารพและเข้าใจในวัฒนธรรมที่เฉพาะเจาะจงนี้จะส่งผลต่อประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้ามุสลิม และยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโรงแรมด้วย (El-Gohary, 2020; Henderson, 2016)

4. กลยุทธ์การตลาดที่มุ่งเน้นตลาดมุสลิม การทำตลาดที่มุ่งเน้นไปยังกลุ่มลูกค้ามุสลิมผ่านช่องทางที่เหมาะสม เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ที่มุสลิมนิยมใช้ การเข้าร่วมเครือข่ายหรือแพลตฟอร์มท่องเที่ยวที่มุ่งเป้าหมายไปยังกลุ่มมุสลิมโดยตรง เช่น HalalBooking และ CrescentRating หรือการตลาดผ่าน Influencers ที่เป็นมุสลิม เป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจโรงแรมเข้าถึงตลาดเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Shnyrkova & Predvoditeleva, 2022)

5. ความท้าทายและข้อจำกัดทางธุรกิจ ธุรกิจโรงแรมที่เป็นมิตรกับมุสลิมยังคงเผชิญกับความท้าทายที่สำคัญ เช่น ความเข้มงวดในการรักษามาตรฐานอาหารฮาลาล การอบรมพนักงานที่มีความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมและหลักศาสนา และการลงทุนเพื่อจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะที่สอดคล้องกับหลักการศาสนาอิสลาม (Battour & Ismail, 2016) ซึ่งธุรกิจที่สามารถจัดการกับความท้าทายดังกล่าวได้จะมีศักยภาพในการเติบโตและแข่งขันได้ในระยะยาว

ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่เป็นมิตรกับมุสลิม (Muslim-friendly hotels) ควรคำนึงถึงประเด็นสำคัญหลายประการดังต่อไปนี้ 1) ความรู้และความเข้าใจในวัฒนธรรมมุสลิม ผู้ประกอบการควรมีความเข้าใจในวัฒนธรรมและหลักปฏิบัติทางศาสนาอิสลาม เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของลูกค้ามุสลิมได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และเคารพต่อความเชื่อทางศาสนา 2) มาตรฐานและการรับรองอาหารฮาลาล อาหารฮาลาลถือเป็นหัวใจหลักที่ธุรกิจโรงแรมควรให้ความสำคัญ โดยต้องมีการจัดหาอาหารที่ผ่านมาตรฐานฮาลาล

และได้รับการรับรองจากองค์กรที่น่าเชื่อถือ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวมุสลิมในการเลือกใช้บริการ

3) สิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะทางด้านศาสนา ควรจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการปฏิบัติศาสนกิจของนักท่องเที่ยวมุสลิม เช่น ห้องละหมาดแยกชาย-หญิง พรหมละหมาด ทิศกิบลัต และสถานที่ชำระล้างร่างกาย

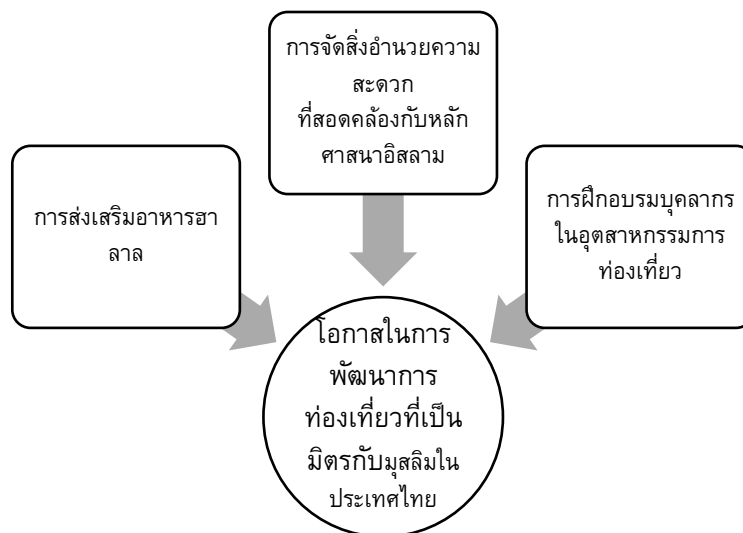
4) การออกแบบและความเป็นส่วนตัว การออกแบบโรงแรมและห้องพักควรคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวและความเหมาะสมทางศาสนา โดยเฉพาะในประเด็นเรื่องพื้นที่และความเป็นส่วนตัวในการพักผ่อนหรือทำกิจกรรมต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อความรู้สึกทางศาสนาของลูกค้านุสลิม

5) การอบรมบุคลากรให้พร้อมบริการผู้ประกอบการควรจัดการอบรมและพัฒนาบุคลากรของโรงแรมให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการที่เป็นมิตรกับมุสลิม รวมทั้งการแสดงออกถึงความสุภาพและให้เกียรติต่อวัฒนธรรมที่แตกต่าง

6) การสื่อสารและการตลาดที่มีประสิทธิภาพ โรงแรมที่เป็นมิตรกับมุสลิมควรใช้กลยุทธ์การสื่อสารและการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น การใช้สื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในหมู่ชาวมุสลิม และการเข้าร่วมเครือข่ายธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวฮาลาล และ

7) ความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือ ควรดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสในมาตรฐานและการปฏิบัติตามหลักศาสนาอิสลาม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับลูกค้านุสลิม

4. โอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมในประเทศไทย ประเทศไทยมีโอกาสสำคัญในการยกระดับศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมผ่านการพัฒนาในสามมิติหลัก ได้แก่ การส่งเสริมอาหารฮาลาล การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับหลักศาสนาอิสลาม และการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมและความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม (Sulaiman et al, 2022)



ภาพที่ 2 โอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมในประเทศไทย

ประการแรก การส่งเสริมอาหารฮาลาล ถือเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม เนื่องจากอาหารฮาลาลมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับหลักปฏิบัติทางศาสนาและเป็นความต้องการพื้นฐานของนักท่องเที่ยวมุสลิม แม้ปัจจุบันประเทศไทยมีร้านอาหารฮาลาลจำนวนมาก แต่ยังมีโอกาสในการขยายตลาดผ่านการยกระดับมาตรฐานฮาลาลให้ชัดเจนและได้รับการยอมรับในระดับสากล รวมทั้งการส่งเสริมการตลาดให้กว้างขวางขึ้นในระดับนานาชาติ จากผลการศึกษาของ Madlaehn & Chalermmuang (2024) พบว่า นักท่องเที่ยวมุสลิมในประเทศไทยมีความพึงพอใจในระดับมากต่อการบริการที่รองรับศาสนาและวัฒนธรรม เช่น การจัดให้มีสถานที่ละหมาดที่เหมาะสม และการให้บริการอาหารฮาลาลที่ได้มาตรฐาน

ประการที่สอง การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับหลักศาสนาอิสลาม เช่น การมีพื้นที่ละหมาดในสถานประกอบการท่องเที่ยว ห้องพักในโรงแรมที่มีอุปกรณ์และสิ่งของที่เหมาะสมกับหลักการอิสลาม และบริการอื่นๆ ที่คำนึงถึงความอ่อนไหวทางศาสนา เช่น การจัดห้องละหมาดและสัญลักษณ์บอกทิศทางกิบลา (ทิศทางการละหมาดของชาวมุสลิม) สิ่งเหล่านี้ถือเป็นการแสดงออกถึงการต้อนรับที่เข้าใจและเคารพต่อวัฒนธรรมอิสลาม ซึ่งสามารถเพิ่มความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมุสลิมได้

ประการสุดท้าย การฝึกอบรมบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรม ความต้องการ และวิถีชีวิตของนักท่องเที่ยวมุสลิม จะเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยว โดยบุคลากรที่ได้รับการอบรมจะสามารถตอบสนองและเข้าใจความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวมุสลิมได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในตลาดท่องเที่ยวมุสลิมระดับโลก

ความท้าทายในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม

ประเทศไทยมีศักยภาพในการเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีชุมชนมุสลิมเข้มแข็ง เช่น เกาะปันหยี จังหวัดพังงา ซึ่งมีประชากรมุสลิมประมาณ 1,600 คน หรือคิดเป็น 100% ของประชากรทั้งหมดในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม การพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมยังคงเผชิญกับความท้าทายหลายประการ (Muslim & Harun, 2022) ความท้าทายในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมในประเทศไทย มีดังนี้

1. การขาดแคลนมาตรฐานฮาลาลที่ชัดเจนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมในประเทศไทย การขาดแคลนมาตรฐานฮาลาลที่มีความชัดเจนและได้รับการยอมรับในระดับสากลถือเป็นหนึ่งในความท้าทายสำคัญของการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย แม้ว่าปัจจุบันประเทศไทยจะมีร้านอาหารฮาลาลจำนวนมาก โดยเฉพาะ

ในพื้นที่ที่มีชุมชนมุสลิมอยู่หนาแน่น เช่น ภาคใต้ของประเทศไทย แต่การรับรองมาตรฐานฮาลาลในระดับประเทศยังคงขาดความสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานสากลที่นักท่องเที่ยวมุสลิมทั่วโลกให้การยอมรับ (Aziz, 2018) จากรายงานของ Global Muslim Travel Index (2023) ระบุว่า ประเทศไทยถูกจัดอันดับอยู่ที่ลำดับที่ 18 จาก 130 ประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวมุสลิม แต่ยังมีข้อจำกัดในเรื่องมาตรฐานการรับรองฮาลาลที่ไม่ชัดเจน ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวมุสลิมจำนวนมากยังมีข้อสงสัยหรือขาดความมั่นใจในการเลือกรับประทานอาหารและใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในประเทศไทย (Mastercard-CrescentRating, 2023) มาตรฐานฮาลาลที่ไม่ชัดเจนทำให้เกิดปัญหาในทางปฏิบัติ เช่น ความสับสนในการกำหนดเกณฑ์การตรวจสอบผลิตภัณฑ์ การจัดเก็บและเตรียมวัตถุดิบ รวมถึงการบริการอาหารฮาลาล ซึ่งในหลายกรณียังขาดการกำกับดูแลที่เป็นระบบและน่าเชื่อถือ (Henderson, 2016) นอกจากนี้การขาดมาตรฐานที่ชัดเจนและสม่ำเสมออาจทำให้ประเทศไทยเสียโอกาสในการแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น มาเลเซียและอินโดนีเซีย ที่มีระบบการรับรองฮาลาลที่เข้มแข็งและได้รับการยอมรับในระดับโลกมากกว่า (El-Gohary, 2016) ดังนั้น การพัฒนามาตรฐานฮาลาลของประเทศไทยให้มีความชัดเจนและได้รับการยอมรับจากนานาชาติ จะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวมุสลิม และช่วยขยายตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้เติบโตได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

2. การขาดสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับหลักศาสนาอิสลามในสถานประกอบการท่องเที่ยวของประเทศไทย การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับหลักศาสนาอิสลามถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมุสลิม อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันสถานประกอบการท่องเที่ยวหลายแห่งในประเทศไทยยังขาดการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม เช่น ห้องละหมาดที่แยกเป็นสัดส่วน สัญลักษณ์บอกทิศทางกิบลัต (ทิศที่ใช้ในการละหมาด) รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติศาสนกิจของชาวมุสลิม (Battour & Ismail, 2016) นอกจากนี้ รายงาน Global Muslim Travel Index (2023) ยังระบุเพิ่มเติมว่าการขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมถือเป็นหนึ่งในอุปสรรคสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวมุสลิมบางส่วนหลีกเลี่ยงที่จะเดินทางมายังประเทศไทยและหันไปเลือกประเทศอื่นที่มีการจัดการด้านนี้ดีกว่า เช่น มาเลเซียและอินโดนีเซีย (Mastercard-CrescentRating, 2023) ดังนั้น การที่สถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มของนักท่องเที่ยวมุสลิมได้อย่างครบถ้วนถือเป็นข้อจำกัดที่สำคัญ ซึ่งหากมีการปรับปรุงและพัฒนาอย่างจริงจัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับหลักศาสนาอิสลามให้มากขึ้น จะทำให้ประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในอนาคต

3. การขาดความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมมุสลิมของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นับเป็นประเด็นสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในบริบทของการท่องเที่ยวที่มุ่งตอบสนองความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวมุสลิม หรือที่เรียกว่า การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อมุสลิม

(Muslim-friendly tourism) ซึ่งในปัจจุบันถือเป็นหนึ่งในตลาดสำคัญที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วทั่วโลก (Cetin & Dincer, 2016) บุคลากรที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวบางส่วนยังมีข้อจำกัดในด้านความรู้เกี่ยวกับหลักปฏิบัติของศาสนาอิสลามและวิถีชีวิตที่มีความเฉพาะเจาะจง เช่น ความต้องการด้านอาหารฮาลาล (Halal food) ข้อกำหนดในการละหมาด พื้นที่ละหมาด (Prayer rooms) การรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) รวมทั้งความเข้าใจเกี่ยวกับข้อห้ามต่างๆ ตามหลักศาสนาอิสลาม (Abror et al, 2021) การขาดความเข้าใจในประเด็นเหล่านี้อาจนำไปสู่การให้บริการที่ไม่สามารถตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยวมุสลิมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ไม่พึงประสงค์ และอาจก่อให้เกิดความรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับไม่ได้รับการให้เกียรติหรือไม่เคารพในความแตกต่างทางวัฒนธรรม (Muslim & Harun, 2022) ดังนั้น การเสริมสร้างองค์ความรู้และพัฒนาทักษะของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในเรื่องของวัฒนธรรมมุสลิมจึงมีความจำเป็น เพื่อยกระดับคุณภาพบริการ และเพื่อการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

รูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมในประเทศไทย

รูปแบบ (Model) หมายถึง โครงสร้าง แนวทาง หรือกรอบแนวคิดที่ถูกรวบรวม วิเคราะห์ และออกแบบขึ้นอย่างมีระบบ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการอธิบาย วางแผน ดำเนินการ หรือประเมินผลในกระบวนการหรือปรากฏการณ์หนึ่ง ๆ โดยเฉพาะในเชิงวิชาการ แสดงแบบจำลอง Framework หรือ Prototype ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในบริบทอื่น ๆ ได้อย่างยืดหยุ่นและมีประสิทธิภาพ

การท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการเคลื่อนย้ายของบุคคลจากถิ่นพำนักถาวรไปยังสถานที่อื่นโดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อน การเรียนรู้ ประสบการณ์ใหม่ หรือการแสวงหาความสุขส่วนบุคคล โดยไม่มีจุดประสงค์เพื่อการประกอบอาชีพถาวร ณ จุดหมายปลายทางนั้น การท่องเที่ยวจึงไม่ใช่เพียงแค่กิจกรรมการเดินทาง หากแต่เป็นรูปแบบหนึ่งของประสบการณ์ชีวิตที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ ความคาดหวัง และพฤติกรรมของผู้คนในแต่ละยุคสมัย

การส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการวางแผน ออกแบบ และดำเนินกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้ กระตุ้นความสนใจ และจูงใจนักท่องเที่ยวเป้าหมายให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางที่กำหนดไว้ โดยมุ่งหวังให้เกิดผลเชิงบวกทั้งในด้านจำนวนผู้เดินทาง รายได้จากการท่องเที่ยว ความเชื่อมั่นต่อแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการกระจายผลประโยชน์สู่เศรษฐกิจท้องถิ่นและชุมชนอย่างยั่งยืน

ซึ่งในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมในระดับชาติและระดับโลก ความสำคัญของอุตสาหกรรมสามารถจำแนกได้ในหลายมิติ ดังนี้ 1) ด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสร้างรายได้มหาศาลจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

ทั้งในด้านที่พัก อาหาร บริการขนส่ง ของที่ระลึก กิจกรรมท่องเที่ยว และบริการเสริมอื่น ๆ โดยก่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ อีกทั้งยังเป็นแหล่งรายได้หลักของหลายประเทศที่พึ่งพาการท่องเที่ยวเป็นหลัก 2) ด้านการจ้างงาน การท่องเที่ยวเป็นแหล่งจ้างงานสำคัญในหลากหลายสาขา เช่น โรงแรม ร้านอาหาร มัคคุเทศก์ ขนส่ง บริการนำเที่ยว งานหัตถกรรม และธุรกิจในช่วงไฮซีซั่นค่าอื่น ๆ ทำให้มีบทบาทในการลดการว่างงาน เพิ่มโอกาสในการประกอบอาชีพ และสนับสนุนวิถีชีวิตของประชากรในพื้นที่ห่างไกล 3) ด้านวัฒนธรรมและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ขยายโอกาสในการเข้าใจความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ศาสนา และประเพณี อีกทั้งยังเป็นช่องทางสำคัญในการอนุรักษ์และเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4) ด้านการพัฒนาท้องถิ่นและความยั่งยืน เมื่อมีการบริหารจัดการที่ดี การท่องเที่ยวสามารถเป็นกลไกในการพัฒนาชุมชน สร้างโอกาสทางเศรษฐกิจจากฐานทุนท้องถิ่น เช่น อาหารพื้นถิ่น หัตถกรรม วิถีชีวิต และทรัพยากรธรรมชาติ พร้อมส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ SDGs (Sustainable Development Goals) และ 5) ด้านการสร้างภาพลักษณ์และความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวมีพลังในการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศในสายตานานาชาติ ซึ่งส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุน ความร่วมมือทางการทูต และการส่งเสริมอุตสาหกรรมอื่น ๆ อาทิ การค้า การศึกษา และการลงทุนข้ามชาติ

อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย โดยเฉพาะการเปิดรับตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่มีศักยภาพสูงอย่างนักท่องเที่ยวมุสลิม แต่ยังพบข้อจำกัดในหลายประการ เช่น การขาดความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมและความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จากปัญหาดังกล่าว ผู้เขียนได้ทำการศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบที่จำเป็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสมัยใหม่ที่สามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จนนำมาสู่การค้นพบและนำเสนอแนวคิดใหม่ที่มีชื่อว่า HALAL Model ซึ่งเป็นโมเดลที่แสดงรูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมในประเทศไทย โดยเน้นความครบถ้วนขององค์ประกอบหลักในบริบทของประเทศไทย ซึ่งจะได้อธิบายและวิเคราะห์โดยละเอียด ด้วยองค์ประกอบสำคัญ 5 ด้าน ดังนี้



ภาพที่ 3 รูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมในประเทศไทย

H – Hospitality (การบริการที่เป็นมิตรและเข้าใจวัฒนธรรม) การบริการที่คำนึงถึงความเป็นมิตรและความเข้าใจในวัฒนธรรมมุสลิม เป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม โดยบุคลากรในภาคการท่องเที่ยวควรได้รับการอบรมเกี่ยวกับข้อปฏิบัติที่ถูกต้อง อาทิ การต้อนรับด้วยมารยาทที่สอดคล้องกับหลักศาสนาอิสลาม การเคารพในความเชื่อของนักท่องเที่ยว และการตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะด้านอย่างเหมาะสม

A – Accessibility (การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นตามหลักศาสนา) สิ่งอำนวยความสะดวกที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวมุสลิม ได้แก่ การมีสถานที่ละหมาดที่เหมาะสมในพื้นที่ท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร สนามบิน หรือสถานที่สาธารณะต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยให้นักท่องเที่ยวมุสลิมสามารถปฏิบัติศาสนกิจได้อย่างสะดวกสบายและมั่นใจในระหว่างการเดินทาง

L – Lifestyle compatibility (การส่งเสริมกิจกรรมที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์และความเชื่อ) การพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับหลักปฏิบัติของศาสนาอิสลาม เช่น การออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ไม่ขัดต่อหลักศาสนา หรือกิจกรรมที่แสดงถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เคารพความแตกต่างทางศาสนา โดยหลีกเลี่ยงกิจกรรมที่ขัดกับหลักศาสนา เช่น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์ หรือกิจกรรมที่อาจกระทบต่อความรู้สึกทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวมุสลิม

A – Authentic Halal Food (การส่งเสริมและพัฒนามาตรฐานอาหารฮาลาลอย่างแท้จริง) อาหารฮาลาลเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมุสลิม ประเทศไทยควรมีการพัฒนาและส่งเสริมมาตรฐานอาหารฮาลาลให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล มีการตรวจสอบและรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลอย่างเข้มงวด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวมุสลิมว่าจะได้รับอาหารที่สะอาด ปลอดภัย และถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลามอย่างแท้จริง

L – Learning and Communication (การส่งเสริมการเรียนรู้และสื่อสารทางวัฒนธรรม) การส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรมและศาสนา ผ่านการจัดกิจกรรมอบรมสัมมนา หรือการผลิตสื่อเผยแพร่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม จะช่วยเพิ่มความเข้าใจและลดช่องว่างทางวัฒนธรรมระหว่างบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวมุสลิม ซึ่งเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่เข้าใจและให้เกียรติในความแตกต่างทางศาสนาและวัฒนธรรม

สรุป

การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม หมายถึง รูปแบบของการจัดการและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมและบริการต่าง ๆ ที่คำนึงถึงความเชื่อทางศาสนา วิถีชีวิต และความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวมุสลิม โดยเน้นการเคารพหลักปฏิบัติของศาสนาอิสลาม เช่น การจัดเตรียมห้องละหมาด อาหารฮาลาล การแยกพื้นที่ชายหญิงในบางกิจกรรม รวมถึงการจัดสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมความสะดวกใจในการท่องเที่ยวอย่างสอดคล้องกับศีลธรรมอิสลาม

การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมในประเทศไทยคือแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการที่ตอบสนองต่อความเชื่อและวิถีชีวิตตามหลักศาสนาอิสลาม เช่น การจัดเตรียมห้องละหมาด อาหารฮาลาล และการบริการที่เคารพหลักวัฒนธรรมอิสลาม ประเทศไทยมีจุดแข็งสำคัญด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีชุมชนมุสลิมเข้มแข็ง เช่น จังหวัดทางภาคใต้ ซึ่งสะท้อนความพร้อมทางสังคมและวัฒนธรรมที่สามารถรองรับตลาดท่องเที่ยวมุสลิมได้ อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งอย่างมาเลเซียและอินโดนีเซีย ประเทศไทยยังขาดกลไกเชิงโครงสร้างที่มีประสิทธิภาพ เช่น การขาดหน่วยงานเฉพาะที่กำกับนโยบายท่องเที่ยวฮาลาล การขาดระบบรับรองฮาลาลที่ครอบคลุมบริการด้านการท่องเที่ยว และการไม่มีกลยุทธ์การตลาดเฉพาะกลุ่มที่ชัดเจน ในขณะที่ประเทศเพื่อนบ้านมีการจัดลำดับเมืองท่องเที่ยวมุสลิมอย่างเป็นทางการ ร่วมกับการใช้เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มเฉพาะ เช่น HalalTrip หรือ HalalBooking เพื่อยกระดับศักยภาพในการแข่งขัน ผู้เขียนได้เสนอ HALAL Model เป็นแนวคิดเชิงกลยุทธ์ ซึ่งแม้จะมีองค์ประกอบชัดเจน แต่หัวใจสำคัญคือการสร้างประสบการณ์ที่ไว้วางใจได้ ให้นักท่องเที่ยวมุสลิมผ่านการออกแบบบริการที่มีความเข้าใจ

วัฒนธรรมจริง ไม่ใช่เพียงแค่การจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกเท่านั้น โมเดลนี้ชี้ให้เห็นว่า ความสำเร็จของการท่องเที่ยวมุสลิมขึ้นอยู่กับ การสื่อสารข้ามวัฒนธรรมที่ลึกซึ้ง การพัฒนาบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะ และการจัดการภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือในระดับสากล ข้อค้นพบสำคัญคือ แม้ประเทศไทยจะมีศักยภาพเชิงพื้นที่และวัฒนธรรมอยู่แล้ว แต่ยังไม่มีการใช้ประโยชน์อย่างเป็นระบบ ซึ่งถือเป็นช่องว่างสำคัญในการพัฒนา หากสามารถนำประสบการณ์จากประเทศคู่แข่งมาประยุกต์ใช้แบบที่เหมาะสมกับบริบทไทย เช่น การพัฒนาเมืองนำร่องท่องเที่ยวมุสลิม หรือการจัดทำคู่มือบริการที่เป็นมิตรกับมุสลิมในภาคโรงแรมและร้านอาหาร ก็จะสามารถยกระดับภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นในระดับนานาชาติได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม แต่ยังคงมีความท้าทายด้านมาตรฐานฮาลาล ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกทางศาสนา และการขาดความรู้ทางวัฒนธรรมของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดังนั้นผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางการพัฒนาตาม HALAL Model ดังนี้

1) ภาครัฐควรจัดตั้งหน่วยงานกลางด้านมาตรฐานฮาลาลในภาคการท่องเที่ยว โดยบูรณาการร่วมกับกรมการท่องเที่ยว สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยและหน่วยงานท้องถิ่น เพื่อกำหนดแนวทางการรับรองมาตรฐานฮาลาลในโรงแรม ร้านอาหาร และแหล่งท่องเที่ยวให้มีความชัดเจน โปร่งใส และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล ทั้งนี้ควรส่งเสริมการอบรมผู้ประกอบการให้สามารถเข้ารับการรับรองได้อย่างทั่วถึง

2) สถานประกอบการท่องเที่ยวควรลงทุนในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางศาสนา เช่น ห้องละหมาด แยกชาย-หญิง สัญลักษณ์ทิศกิบลัต และพื้นที่ประกอบศาสนกิจ ซึ่งควรบรรจุเป็นหนึ่งในเกณฑ์การประเมินมาตรฐานโรงแรมสีเขียว หรือโรงแรมเพื่อความยั่งยืน เพื่อส่งเสริมการลงทุนด้านนี้อย่างเป็นระบบ

3) ควรพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เข้าใจวัฒนธรรมมุสลิม เช่น มารยาทในการให้บริการ แนวทางการออกแบบกิจกรรมที่ไม่ขัดต่อหลักศาสนา และความเข้าใจในความหลากหลายทางศรัทธา โดยอาจจัดอบรมร่วมกับองค์กรศาสนา หรือเชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญจากสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนด้าน Islamic Studies

4) ควรส่งเสริมการประยุกต์ใช้ HALAL Model เป็นเครื่องมือเชิงนโยบาย โดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรใช้โมเดลนี้เป็นแนวทางในการออกแบบบริการ การจัดกิจกรรมท่องเที่ยว และการสื่อสารการตลาดกับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ เช่น เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ หรือเกาะปันหยี จังหวัดพังงา

5) ควรส่งเสริมการสร้างแบรนด์ Thailand Muslim-friendly Destination ควบคู่กับการตลาดผ่านช่องทางเฉพาะ เช่น HalalBooking Muslim-friendly travel agencies และเครือข่ายสื่อสารออนไลน์ที่ได้รับค่านิยมในหมู่มุสลิม เพื่อสร้างการรับรู้ในระดับนานาชาติ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง เช่น มาเลเซีย และอินโดนีเซีย

บรรณานุกรม

- Abdrakhmanova, S., & Moghavvemi, S. (2022). Muslim friendly services in Muslim and non-Muslim destinations: Benchmarking. *International Journal of Tourism, Culture and Spirituality*, 5(2), 1-15. <https://doi.org/10.33258/ijotcs.v5i2.793>
- Abror, A., Patrisia, D., Trinanda, O., Omar, M. W., & Wardi, Y. (2021). Antecedents of word of mouth in Muslim-friendly tourism marketing: The role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 12(4), 882-899. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2019-0078>
- Aziz, A. H. B. A. (2018). Muslim friendly tourism: Concept, practices and challenges in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(11), 355-363. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v8-i11/4891>
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practices, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150-154. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>
- Billee, A., Duangsaeng, V., Trakarnsiriwanich, K., & Chaoprayoon, P. (2019). Muslim tourists' expectations toward Halal tourism in Songkhla Province, Thailand. *Asian Administration & Management Review*, 2(2), 11-20. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/AAMR/article/view/241088>
- Cetin, G., & Dincer, M. Z. (2016). Muslim friendly tourism (MFT): A discussion. *Journal of Tourismology*, 2(1), 65-67. <https://doi.org/10.26953/jourt.2016.2.1.25>
- Chookaew, S., Chanin, O., Charatarawat, J., Sriprasert, P., & Nimpaya, S. (2015). Increasing halal tourism potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim country. *Journal of Economics, Business and Management*, 3(7), 739-741. <https://doi.org/10.7763/JOEBM.2015.V3.277>

- El-Gohary, H. (2016). Halal tourism, is it really Halal? *Tourism Management Perspectives*, 19, 124-130. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.013>
- Henderson, J. C. (2016). Halal food, certification and halal tourism: Insights from Malaysia and Singapore. *Tourism Management Perspectives*, 19, 160-164. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.003>
- Islamic Tourism Centre. (2022). *Malaysia: The global leader in Muslim-friendly tourism*. <https://itc.gov.my/>
- Jafari, J., & Scott, N. (2014). Muslim world and its tourisms. *Annals of Tourism Research*, 44, 1–19. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.08.011>
- Madlaeh, N., & Chalermmuang, G. (2024). A survey of Muslim tourists' satisfaction with tourism services in Thailand. *Journal of Islamic Studies, Prince of Songkla University*, 15(1), 23-38. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JOIS/article/view/264627>
- Mastercard & CrescentRating. (2023). *Global Muslim Travel Index 2023*. CrescentRating. <https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2023.html>
- Ministry of Tourism and Creative Economy. (2021). *Indonesia's Halal tourism development roadmap*. Kemenparekraf.
- Muslim, A. K., & Harun, A. (2022). Exploring the concept of Muslim friendly tourism. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 10(3), Article 6. <https://doi.org/10.21427/8p0a-ax79>
- Pew Research Center. (2017, April 5). *The changing global religious landscape*. <https://www.pewresearch.org/religion/2017/04/05/the-changing-global-religious-landscape/>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.05.009>
- Said, M. F., Adham, K. A., Muhamad, N. S. A., & Sulaiman, S. (2022). Exploring halal tourism in Muslim-minority countries: Muslim travellers' needs and concerns. *Journal of Islamic Marketing*, 13(4), 824-842. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2020-0112>



- Samori, Z., Salleh, N. Z. M., & Khalid, M. M. (2016). Current trends on halal tourism: Cases on selected Asian countries. *Tourism Management Perspectives*, 19, 131–136.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.002>
- Shnyrkova, A., & Predvoditeleva, M. (2022). The needs of Muslim hotel customers: Evidence from Russian guests. *Journal of Islamic Marketing*, 13(1), 133-160. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2020-0294>
- Sulaiman, Z. A., Iranmanesh, M., Foroughi, B., & Rosly, O. (2022). The impacts of Shariah-compliant hotel attributes on Muslim travellers revisit intention: Religiosity as a moderator. *Journal of Islamic Marketing*, 13(10), 2108-2125. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2020-0311>
- Tourism Authority of Thailand. (2021). *Halal tourism in Southern Thailand*.
<https://www.tourismthailand.org>
- World Tourism Organization. (2024). *UNWTO world tourism barometer*, 22(1).
<https://doi.org/10.18111/wtobarometereng>