



## รายงานการศึกษาส่วนบุคคล

(Individual Study)

เรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง  
: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวตะวันตกกลาง

จัดทำโดย นายอริก ประเสนมูล

รหัส 9823

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม

หลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม รุ่นที่ 98

วิทยาลัยนักบริหาร สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ.

ประจำปี 2566

ลิขสิทธิ์ของสำนักงาน ก.พ.



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล  
(Individual Study)

เรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง  
: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวตะวันตก

จัดทำโดย นายอริก ประเสนมุล

รหัส 9823

หลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม รุ่นที่ 98

วิทยาลัยนักบริหาร สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ.

ประจำปี 2566

รายงานนี้เป็นความคิดเห็นเฉพาะบุคคลของผู้ศึกษา



## สำนักงาน ก.พ.

เอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคลนี้ อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม  
หลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรมของสำนักงาน ก.พ.

ลงชื่อ.....

(นายวีระชัย นาควิบูลย์วงศ์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....

(นางสาวบรรจงจิตต์ อังศุสิงห์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....

(นายอารักษ์ พรหมณี)

อาจารย์ที่ปรึกษา

## บทสรุปผู้บริหาร

รายงานการศึกษาส่วนบุคคล (Individual Study) เรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญซึ่งสอดคล้องกับบทบาทของกรมการท่องเที่ยวต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ให้เป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับและเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง มุ่งพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าสูงเพิ่มมากยิ่งขึ้นด้วยอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย และใช้ประโยชน์จากความหลากหลายของการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดยุคใหม่

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นแหล่งรายได้นำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงานและการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค โดยในปี 2562 ก่อนเกิดการระบาดของโรคโควิด-19 พบว่าประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 39.91 ล้านคน สร้างรายได้ จำนวน 1.91 ล้านล้านบาทและมีนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทย จำนวน 172.67 ล้านคน สร้างรายได้ จำนวน 1.08 ล้านล้านบาท รวมรายได้จากการท่องเที่ยว 2.99 ล้านล้านบาท ก่อให้เกิด GDP ท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมรวมกันเท่ากับ 3,005,552 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 17.79 ของ GDP ประเทศ และในปี พ.ศ. 2562 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมดมีการจ้างงานรวมเท่ากับ 4,366,392 คน แต่ผลจากการระบาดของโรคโควิด-19 ในปี 2563 ต่อเนื่องถึงปัจจุบัน ได้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างมาก โดยทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงจาก 39.9 ล้านคนในปี 2562 ลงเหลือ 6.6 ล้านคน ในปี 2563 หรือลดลงร้อยละ 83.23 และ 0.19 ล้านคนในปี 2564 ทั้งนี้เมื่อสถานการณ์ระบาดของโรคลดลง องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) คาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวโลกจะกลับสู่ภาวะปกติได้ระหว่าง ต้นปี พ.ศ. 2566 ไปจนถึงกลางปี พ.ศ. 2568

ในจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่กลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยภายหลังสถานการณ์โควิด พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางเติบโตเพิ่มขึ้นถึง 1,482 % และ มีร้อยละการฟื้นตัวจากปี 2562 (2019) สูงถึง 65% โดยสอดคล้องกับรายได้จากการท่องเที่ยว มีอัตราการเติบโตเทียบกับปี 2564 เพิ่มขึ้น 1,225 % และมีร้อยละการฟื้นตัวจากปี 2562 สูงถึง 71% ซึ่งเป็นตัวเลขที่สูงที่สุดเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่นๆ แต่อย่างไรก็ตาม ความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ยังพบปัญหาในบางประเด็นทั้งในเรื่องของจำนวนและคุณภาพ โดยจำนวนสถานประกอบการ การให้บริการนั้นมีแนวโน้มยังไม่เพียงพอรองรับ ประกอบกับคุณภาพการให้บริการที่รองรับต่อการท่องเที่ยวในวิถีมุสลิม ยังต้องมีการพัฒนาและส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง

การที่จะการที่จะให้แต่ละประเด็นมีความสำเร็จจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ซึ่งอาจสรุปรวมเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนแนวทางบริหารจัดการที่เป็นรูปธรรม ดังนี้ 1) การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานและสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยว 2) ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนามาตรฐานฮาลาลด้านการท่องเที่ยว 3) การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง 4) การพัฒนาบุคลากรภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้เข้าใจวิถีมุสลิม

ความสำเร็จในการขับเคลื่อนแนวคิดดังกล่าวข้างต้นไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเติบโตอย่างแข็งแกร่ง ยั่งยืน มีความยืดหยุ่น (Resilient) สามารถกลับมาฟื้นตัวและสร้างคุณค่าให้กับสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และเป็นเครื่องมือในการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ จะต้องอาศัยกลไกการทำงานเชิงบูรณาการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องการผลักดันผ่านกลไกระดับนโยบายและระดับปฏิบัติโดยมีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นเจ้าภาพหลัก เพื่อผลักดันให้เกิดผลสัมฤทธิ์ โดยเฉพาะการสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการ ชุมชน และนักท่องเที่ยว รวมถึงหน่วยงานจะต้องได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณเพื่อการดำเนิน การด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน

## กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาส่วนบุคคล (Individual Study) ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เพราะได้รับความเมตตาอนุเคราะห์จากบุคคลหลายฝ่าย ซึ่งผู้ศึกษารู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่งและขอระบุนามเพื่อเป็นการแสดงความขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่าน และคณะอาจารย์ผู้ประเมิน ที่กรุณาให้คำแนะนำ คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ ในการแก้ไขรายงานการศึกษาด้วยความเมตตาอย่างยิ่ง และขอขอบพระคุณผู้อำนวยการวิทยาลัยนักบริหาร สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ. และคณะเจ้าหน้าที่ทุกท่าน ที่ได้ให้ความกรุณาประสานงาน และดูแลผู้ศึกษาเป็นอย่างดี ตลอดระยะเวลาการฝึกอบรมหลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม (นบส.1) รุ่นที่ 98 และขอขอบพระคุณผู้บริหารระดับสูงของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ที่สนับสนุนให้ผู้ศึกษาได้เข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรนี้

และขอขอบคุณข้าราชการและเจ้าหน้าที่ กองพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว ที่ได้ช่วยดูแลและปฏิบัติภารกิจงานราชการต่าง ๆ ให้สำเร็จและเป็นไปด้วยความเรียบร้อยในระหว่างที่ศึกษาเข้าร่วมการฝึกอบรมหลักสูตรนี้ นอกจากนี้ ยังมีบุคคลซึ่งเป็นกัลยาณมิตรของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่ได้ให้การสนับสนุนช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา ร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และให้กำลังใจอยู่เบื้องหลังตลอดระยะเวลาที่เข้ารับการฝึกอบรม และทำให้รายงานการศึกษานี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีคุณประโยชน์ใดที่เกิดจากรายงานการศึกษานี้ ผู้เข้ารับการฝึกอบรมขอยกเป็นกุศลให้แก่บุพการี คือ มารดาและบิดา รวมทั้งครูบาอาจารย์ที่ได้เมตตาอบรมสั่งสอน ประสทธิประสาทวิทยาทานต่าง ๆ มาจวบจนปัจจุบัน

อธิก ประเสนมุล

23 มิถุนายน 2566

## สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	๘
สารบัญภาพ	ฅ
สารบัญแผนภูมิ	ญ
คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ	ฎ
1. วิสัยทัศน์ของตำแหน่งเป้าหมาย	1
1.1 การวิเคราะห์บริบทและทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ของส่วนราชการ	1
1.2 ตำแหน่งรองอธิบดีที่เป็นเป้าหมาย	9
1.3 กำหนดวิสัยทัศน์ของตำแหน่งเป้าหมาย	11
2. ข้อเสนอเพื่อขับเคลื่อนนโยบายสู่การปฏิบัติ	12
2.1 การกำหนดประเด็นการศึกษา	12
2.2 การกำหนดข้อเสนอเชิงนโยบาย	21
2.3 ภาวะผู้นำเพื่อการขับเคลื่อนข้อเสนอ	36
3. แผนพัฒนาตนเอง	38
3.1 การวิเคราะห์ตนเอง	38
3.2 การวางแผนพัฒนาตนเอง	39
3.3 ผลการพัฒนาตนเอง	40
บรรณานุกรม	47
ประวัติผู้เขียนรายงานการศึกษาส่วนบุคคล	49

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis)	5
ตารางที่ 2 ข้อมูลธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวฮาลาล	17
ตารางที่ 3 รายได้ต่อหัวใน 10 ประเทศของภูมิภาคตะวันออกกลางที่มีรายได้ต่อหัวสูงที่สุด ปี 2560	19
ตารางที่ 4 การจัดอันดับ 20 ประเทศแรกที่มีได้อยู่ในกลุ่ม OIC ซึ่งนักท่องเที่ยวมุสลิมนิยมเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด ปี 2565	21
ตารางที่ 5 ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวฮาลาลในประเทศไทยจากการสำรวจ ปี 2564	24
ตารางที่ 6 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมุสลิมในประเทศไทย	25
ตารางที่ 7 ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาโครงการ / กิจกรรม	30



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 ห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	2
ภาพที่ 2 ประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทยมากที่สุดในปี พ.ศ. 2562	2
ภาพที่ 3 การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวใน 10 จังหวัด ที่มีนักท่องเที่ยวมาเยือนสูงสุดในปี พ.ศ. 2562	3
ภาพที่ 4 ผังเชื่อมโยงแผนปฏิบัติการการกรมการท่องเที่ยว	8
ภาพที่ 5 แผนภาพหน่วยงานระดับกองที่อยู่ภายใต้การบังคับบัญชาของรองอธิบดีและกลุ่มงานที่ขึ้นตรง	9

## สารบัญแผนภูมิ

	หน้า
แผนภูมิที่ 1 แสดงมูลค่าเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทยและสัดส่วนของมูลค่าต่อ GDP ของประเทศ	13
แผนภูมิที่ 2 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ ของปี 2565	16
แผนภูมิที่ 3 ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ไป / ที่เข้าร่วมในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย	26
แผนภูมิที่ 4 การประสบปัญหาด้านการหาโรงแรมสำหรับเข้าพักในการท่องเที่ยวประเทศไทย	26
แผนภูมิที่ 5 การประสบปัญหาด้านการหาร้านอาหาร/ภัตตาคาร สำหรับอาหารมื้อต่างๆ	27

# 1. วิสัยทัศน์ของตำแหน่งเป้าหมาย

(ข้อมูลส่วนบุคคลไม่เผยแพร่)

## 2. ข้อเสนอเพื่อขับเคลื่อนนโยบายสู่การปฏิบัติ

### 2.1 การกำหนดประเด็นศึกษา

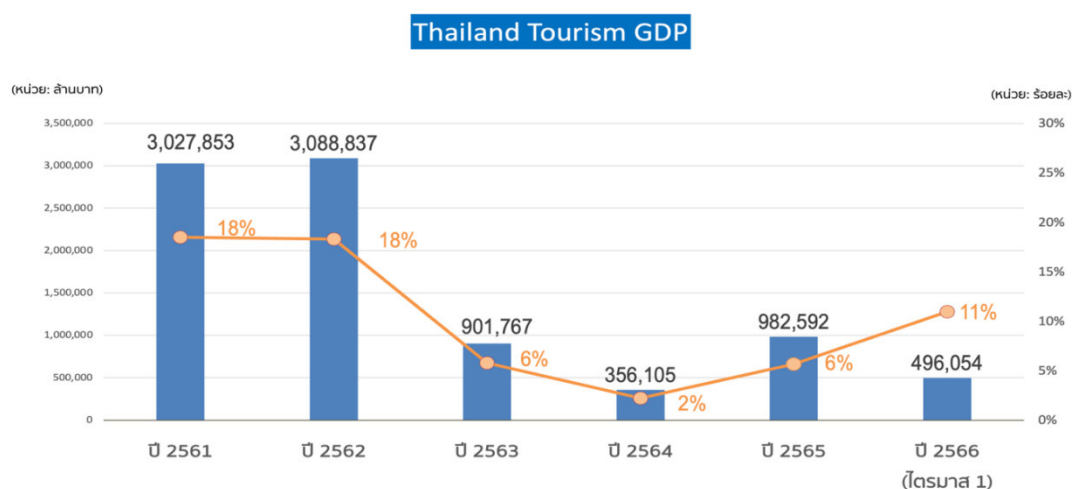
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นแหล่งรายได้นำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงานและการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค โดยในปี 2562 ก่อนเกิดการระบาดของโรคโควิด - 19 ข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาพบว่าประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 39.91 ล้านคน สร้างรายได้ จำนวน 1.91 ล้านล้านบาท และมีนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทย จำนวน 172.67 ล้านคน สร้างรายได้ จำนวน 1.08 ล้านล้านบาท รวมรายได้จากการท่องเที่ยว 2.99 ล้านล้านบาท ก่อให้เกิด GDP ท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมรวมกันเท่ากับ 3,005,552 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 17.79 ของ GDP ประเทศ และในปี พ.ศ. 2562 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมดมีการจ้างงานรวมเท่ากับ 4,366,392 คน แต่จากการระบาดของโรคโควิด-19 ในปี 2563 ต่อเนื่องถึงปัจจุบัน ได้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างมาก โดยทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติลดลงจาก 39.9 ล้านคนในปี 2562 ลงเหลือ 6.6 ล้านคน ในปี 2563 หรือลดลงร้อยละ 83.23 และ 0.19 ล้านคนในปี 2564

ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว บริการด้านการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในสถานการณ์วิถีปกติใหม่ นั้น หากจะให้เกิดประสิทธิภาพสูง จำเป็นจะต้องคำนึงถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวตะวันตกกลาง เป็นกลุ่มที่สนใจของประเทศต่าง ๆ รวมทั้งประเทศไทย ซึ่งแต่ละประเทศมีการวางกลยุทธ์พัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวตะวันตกกลาง รวมถึงประเทศไทย โดยก่อนเกิดโรคระบาดโควิด-19 ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญนักท่องเที่ยวตะวันตกกลาง โดยมีข้อมูลในช่วงปี 2560-2562 มีนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 875,043 ; 767,796 และ 727,318 คน ตามลำดับ ก่อให้เกิดรายได้ 72,739.64 ; 61,795.44 และ 57,381.19 ล้านบาทตามลำดับ โดยเป็นกลุ่มที่มีวันพักประมาณ 13 วันต่อทริป และค่าใช้จ่ายสูงกว่า 6,000 บาท/คน/วัน ซึ่งสูงกว่านักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่น ๆ จึงเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูง อีกทั้ง เป็นการเปิดตลาดใหม่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวตะวันตกกลาง จากผลของการเยือน ราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย อย่างเป็นทางการเมื่อต้นปีที่ผ่านมา ซึ่งจะสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้กับประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ควบคู่ไปกับนโยบายของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในเรื่องความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่าง ราชอาณาจักรไทยกับราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย หากสามารถดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย เพิ่มขึ้นในช่วงหลังการระบาดของโรคโควิด-19 ก็จะสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้กับประเทศไทย จำนวนมาก

การระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้นักท่องเที่ยวหยุดเดินทางทั่วโลก ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ที่รวมถึงผู้ประกอบการที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมุสลิมด้วย ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง และมีการปิดให้บริการจำนวนมาก และอาจมีบางส่วนที่ไม่สามารถกลับมาให้บริการดังเดิม หรือประสิทธิภาพการให้บริการลดลง ดังนั้น เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิมที่คาดว่าจะกลับมาอีกครั้ง และเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวมุสลิมในเชิงรุกในรูปแบบที่เหมาะสมกับสถานการณ์วิถีปกติใหม่ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมุสลิม จึงได้กำหนดประเด็นศึกษา “การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง”

### 2.1.1 ปัญหา ความท้าทาย หรือการพัฒนาที่เลือกศึกษา

ข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระบุว่าผลกระทบของโควิด 19 ได้สร้างผลกระทบอย่างรุนแรงต่อการท่องเที่ยวของไทย โดยในปี 2563 ที่ผ่านมามีรายได้รวมจากการท่องเที่ยวเพียง 0.81 ล้านล้านบาท ลดลงร้อยละ 72.79 เมื่อเทียบกับปี 2562 ซึ่งหมายความว่าประเทศไทยสูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 2.18 ล้านล้านบาท ดังแสดงตามแผนภูมิ ผลกระทบดังกล่าวส่งผลให้สถานพักแรมปิดให้บริการ 6,734 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 35.01 ของสถานพักแรมทั้งหมดและแรงงานในภาคการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบ 1,646,910 คน คิดเป็นร้อยละ 37.29 ของแรงงานในภาคการท่องเที่ยวทั้งหมด ทั้งนี้ องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้คาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเริ่มกลับมาฟื้นตัวในปี 2565 แต่การฟื้นตัวยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าช่วงก่อนเกิดการระบาดของโควิด 19 ซึ่งสถานการณ์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศของโลกจะฟื้นตัวกลับไปเทียบเท่าปี พ.ศ. 2562 อาจจะต้องใช้มากกว่า 4 ปี ดังนั้น การท่องเที่ยวของไทยซึ่งมีโครงสร้างที่พึ่งพานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากกว่านักท่องเที่ยวภายในประเทศ ย่อมได้รับผลกระทบที่รุนแรง ยาวนาน และยากที่จะกลับไปฟื้นตัวเทียบเท่าระดับก่อนการระบาดของโควิด 19



แผนภูมิที่ 1 : แสดงมูลค่าเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทยและสัดส่วนของมูลค่าต่อ GDP ของประเทศ

สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง ก่อนสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID - 19) กลุ่มประเทศสมาชิกขององค์การคณะมนตรีแห่งอ่าวอาหรับ หรือ **Gulf Cooperation Council (GCC)** ซึ่งเป็นองค์กรระหว่างประเทศที่ประกอบด้วยพันธมิตรทางเศรษฐกิจและการเมือง 6 ประเทศ ในตะวันออกกลางที่ร่ำรวยน้ำมันอันได้แก่ คูเวต ซาอุดีอาระเบีย กาตาร์ บาห์เรน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และโอมาน กลุ่มประเทศดังกล่าวนับเป็นตลาดหลักของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในไทยจากตะวันออกกลางและมีจำนวนเพิ่มขึ้นตลอดต่อเนื่องจากอดีตถึงปัจจุบัน ซึ่งเป็นมุสลิมทั้งหมด ประกอบกับในมิติทางภูมิศาสตร์ตะวันออกกลางเป็นภูมิภาคที่ตั้งอยู่ทางตะวันตกของทวีปเอเชีย แต่เนื่องด้วยตะวันออกกลางประกอบไปด้วยประเทศต่าง ๆ มากมายกว่า 17 ประเทศ ซึ่งหลายประเทศมิได้มีนัยสำคัญในเชิงจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศไทย และสอดคล้องกับข้อมูลของสภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก หรือ **World Travel and Tourism Council** นักท่องเที่ยวต่างประเทศกลุ่มประเทศ GCC มีจำนวนมากคิดเป็นร้อยละ 60 ของนักท่องเที่ยวในตะวันออกกลางทั้งหมด และเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง (GCC Outbound Tourism Market Outlook, 2022)

เมื่อการระบาดของโรคโควิด - 19 ยุติหรือเบาบางลง คาดว่าการท่องเที่ยวของโลกและของประเทศไทยจะฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว และการแข่งขันจะสูงขึ้นมาก ดังนั้น ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพในทุก ๆ ด้านโดยเฉพาะในด้านแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว บริการด้านการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศให้เพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ยังมีข้อมูลจาก Digital Media Services (DMS) ซึ่งเป็นหน่วยงานด้านดิจิทัลของบริษัท Choueiri Group ได้ทำการสำรวจทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวอาหรับจำนวน 3,000 รายที่เป็นพลเมืองของประเทศซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อียิปต์ และจอร์แดน เป็นการสำรวจวิถีชีวิตของชาวอาหรับตะวันออกกลางหลังจากเกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยรวบรวมข้อมูลในช่วงไตรมาสแรกของปี ค.ศ. 2022 ผลที่เกิดขึ้นจากการสำรวจมีความน่าสนใจยิ่ง ซึ่งถือเป็นพฤติกรรมการท่องเที่ยวใหม่ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง พอสรุปเป็นประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1) จุดหมายปลายทางที่ต้องการโดยต้องการเดินทางเพื่อการพักผ่อน โดยคิดเป็นร้อยละ 65 ของผู้ตอบแบบสอบถาม และร้อยละ 12 มีวัตถุประสงค์ทั้งเดินทางท่องเที่ยวและทำธุรกิจ แต่มีเพียงร้อยละ 23 เท่านั้นที่เดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจอย่างเดียว จุดหมายปลายทางยอดนิยมสำหรับการพักผ่อนในต่างประเทศและภายในภูมิภาคตะวันออกกลางของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ยุโรปร้อยละ 51 และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ร้อยละ 41 เอเชียและสหรัฐอเมริกาเป็นจุดหมายปลายทางต่างประเทศที่ต้องการมากที่สุด

รองลงมา สำหรับภายในภูมิภาคตะวันออกกลางเองนั้น ประเทศที่คนตะวันออกกลางนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว คือ UAE ตามมาด้วยอียิปต์ และซาอุดีอาระเบีย

2) งบประมาณเป็นปัจจัยอันดับหนึ่งที่นำมาพิจารณาสำหรับการเดินทาง โดยคิดเป็นร้อยละ 56 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

3) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนไป โดยร้อยละ 64 พิจารณาโรงแรมมากกว่าที่พักอื่น ๆ และร้อยละ 68 สนใจในจุดหมายปลายทางที่มีผู้คนพลุกพล่านน้อยกว่าและเมืองเล็ก ๆ มีการพึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้นเพื่อหลีกเลี่ยงการสัมผัสใกล้ชิดระหว่างกันในการติดต่อสื่อสาร โดยร้อยละ 67 ของผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกที่จะจองออนไลน์มากกว่าเดิม และร้อยละ 59 หลีกเลี่ยงการใช้เงินสดระหว่างการเดินทาง

4) การจองตั๋วเครื่องบินและที่พักผู้ตอบแบบสอบถามถึงร้อยละ 50 ต้องการจองตั๋วและที่พักจากสายการบินหรือโรงแรมโดยตรงร้อยละ 49 ต้องการจองตั๋วและที่พักผ่านระบบออนไลน์ และประมาณร้อยละ 37 ต้องการจองตั๋วและที่พักผ่านบริษัทที่เป็นตัวแทนจำหน่าย ส่วนเกณฑ์ในการเลือกที่พักนั้นปรากฏว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากร้อยละ 73 คำนึงถึงเรื่องความสะดวกสุขอนามัย รองลงมาร้อยละ 64 คือ ที่พักที่อยู่ห่างไกลกับย่านใจกลางเมือง ซึ่งเป็นที่พักพลุกพล่าน ร้อยละ 55 คำนึงถึงราคาและความมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักของที่พัก

ดังนั้น อาจสรุปได้ว่าความท้าทายของการบริหารจัดการของประเทศไทยเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง นอกเหนือจากการที่ประเทศไทยมีจุดแข็งเรื่องค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงในการเดินทางท่องเที่ยวแล้ว จะมีประเด็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้รองรับกับความต้องการและส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองรองหรือพื้นที่รอบนอกใจกลางเมืองที่มีคนไม่พลุกพล่าน ตลอดจนส่งเสริมการจัดการที่พักให้ถูกหลักศาสนา และการใช้ระบบออนไลน์ในการจัดการการเดินทาง

### 2.1.2 สภาพของปัญหาที่ผ่านมา แนวโน้มของปัญหา และผลกระทบ

ในปี ค.ศ. 2020 การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของผู้คนในตะวันออกกลางคิดเป็นมูลค่ามากถึง 15,000 ล้านปอนด์ (UNWTO TOURISM DATA DASHBOARD, 2021) โดยประเทศที่เติบโตที่สำคัญที่สุดคือ ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เลบานอน และคูเวต กลุ่มประเทศตะวันออกกลางนับว่าเป็นกลุ่มประเทศที่มีศักยภาพในแง่ของการเติบโตของภาคการท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยมีปัจจัยหลายประการเกื้อหนุน เช่น ขนชั้นกลางที่มีรายได้เพิ่มขึ้น จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น และการใช้จ่ายที่มากของแต่ละบุคคล ทำให้ตะวันออกกลางเป็นภูมิภาคที่ร่ำรวยในแง่ของการท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยพื้นฐานแล้ว แรงจูงใจของพลเมืองอาหรับในการไปเที่ยวต่างประเทศนั้นมีหลายประการ เช่น ต้องการพักผ่อนและคลายเครียด ต้องการสัมผัสสถานที่ใหม่ ๆ ต้องการพักผ่อนกับครอบครัว หลีกหนีจากความร้อนระอุในฤดูร้อน อยากพักผ่อนกับเพื่อน ๆ เรียนรู้และสัมผัสวัฒนธรรมใหม่ การจับจ่ายซื้อของ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวอาหรับตะวันออกกลางยังชอบจองตั๋วเครื่องบินสำหรับการเดินทางผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยเฉพาะจองผ่านตัวแทนจำหน่ายจากสายการบินโดยตรง หรือบริษัทท่องเที่ยวออนไลน์ และช่องทางอื่น ๆ

ทั้งนี้ ข้อมูลจากกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้จัดทำ การเปรียบเทียบข้อมูลอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ระหว่างปี 2564 กับ ปี 2565 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางเติบโตเพิ่มขึ้นถึง 1,482 % และมีร้อยละการฟื้นตัวจากปี 2562 (2019) สูงถึง 65% โดยสอดคล้องกับรายได้จากการท่องเที่ยว มีอัตราการเติบโตเทียบกับปี 2564 เพิ่มขึ้น 1,225 % และมีร้อยละการฟื้นตัวจากปี 2562 สูงถึง 71% ซึ่งเป็นตัวเลขที่สูงที่สุดเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่นๆ ดังแสดงตามแผนภูมิ

ภูมิภาค	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (คน)	อัตราการเติบโตเทียบกับปี 64 (%)	ร้อยละการฟื้นตัวจากปี 2562	รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)	อัตราการเติบโตเทียบกับปี 64 (%)	ร้อยละการฟื้นตัวจากปี 2562
อาเซียน	4,526,645	+13,692	42%	158,300	+8,061	46%
เอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ	1,373,816	+3,283	8%	66,397	+2,240	8%
ยุโรป	2,551,651	+917	39%	190,244	+720	42%
อเมริกา	606,816	+1,180	39%	44,347	+897	42%
เอเชียใต้	1,182,826	+9,534	50%	56,515	+6,498	56%
โอเชียเนีย	374,929	+3,355	43%	28,547	+2,779	46%
ตะวันออกกลาง	469,682	+1,482	65%	40,698	+1,225	71%
แอฟริกา	66,661	+1,935	34%	4,785	+1,395	36%
รวมทั้งสิ้น	11,153,026	+2,507	28%	589,833	+1,466	31%

แผนภูมิที่ 2 : แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ ของปี 2565

### แนวโน้มปัญหาของช่องว่างการพัฒนาสินค้าและบริการ

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวมุสลิม จึงจำเป็นต้องสำรวจความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง ของการบริการการท่องเที่ยวมุสลิม โดยสามารถใช้ข้อมูลจากสำนักวิจัยเศรษฐกิจและประเมินผล บริษัท เอ็กเซลเลนซ์ บิสเนส แมเนจเม้นท์ ซึ่งได้สำรวจข้อมูลธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวฮาลาล 9 ธุรกิจที่ได้ดำเนินการในจังหวัดท่องเที่ยวหลัก 9 จังหวัด แสดงได้ในภาพรวมดังนี้



ตารางที่ 2 : ข้อมูลธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวฮาลาล

ลำดับ	พื้นที่	โรงแรม รีสอร์ท	ร้านอาหาร	ธุรกิจนำเที่ยว	ธุรกิจคมนาคม	ตัวแทนจำหน่าย ตั๋วเครื่องบิน ตัวเครื่องบิน	สนามบิน	แพคเกจฮาลาล	ของที่ระลึกและ สินค้าชุมชน	สถานพยาบาล		รวม
1	กรุงเทพมหานคร	30	102	2	3	3	1	25	7	8		181
2	กระบี่	59	71	17	17	1	1	2	10	1		179
3	ชลบุรี	15	49	15	14	14	1	4	3	2		117
4	เชียงใหม่	12	34	7	4	2	1	4	2	2		68
5	พระนครศรีอยุธยา	2	43	5	6	3	0	6	28	1		94
6	พังงา	8	33	6	10	3	0	8	25	2		95
7	ภูเก็ต	21	46	4	4	1	1	13	18	2		110
8	สงขลา	20	34	7	5	4	1	22	25	3		121
9	สตูล	5	45	6	5	2	0	5	19	1		88
รวม		172	457	69	68	33	6	89	137	22		1,053

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าสถานบริการ มีโอกาสที่จะไม่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกกลางหรือนักท่องเที่ยวมุสลิม ซึ่งหากประเทศไทยมีความพร้อมไม่เพียงพอ อาจจะทำให้เป็นปัญหาในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศตะวันตกกลางหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีศักยภาพทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไปเที่ยวในประเทศคู่แข่งของไทยได้

ในประเด็นที่สอดคล้องกัน ข้อมูลธุรกิจบริการที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในห่วงโซ่ด้านอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain) พบว่าไทยมีผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ แต่ธุรกิจยังขาดการพัฒนาคุณภาพการบริการในระดับท้องถิ่นหรือตลาดในประเทศ ให้มีขีดความสามารถและเหมาะสมที่จะรองรับตลาดนักท่องเที่ยวในระดับสากลได้ จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น ยังมีช่องว่างการพัฒนาสินค้าและบริการ ซึ่งเสนอโดย ศราวุฒิ อารีย์ และคณะ (2556) ดังนี้

1) ภาพรวมของธุรกิจการท่องเที่ยวมุสลิมทุก ๆ ธุรกิจมีปัญหาเรื่องการเข้าถึงแหล่งทุน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้ทุนส่วนตัวเป็นหลักทำให้ความสามารถในการปรับปรุงและการขยายกิจการทำได้ยาก

2) ธุรกิจร้านอาหารฮาลาลจำนวนมากมีภาพลักษณ์ด้านสุขอนามัยที่ยังไม่เหมาะสมต่อการรองรับนักท่องเที่ยวและมีจำนวนไม่น้อยที่ยังไม่ได้เข้าสู่ระบบมาตรฐานฮาลาล

3) ธุรกิจโรงแรมที่พักของมุสลิมทั้ง 9 พื้นที่ศึกษามีจำนวน 172 แห่ง มีจำนวนไม่น้อยที่มีภาพลักษณ์ที่ยังไม่เหมาะสมต่อการรองรับนักท่องเที่ยวระดับคุณภาพ ซึ่งเป็นผลมาจากการไม่สามารถเข้าถึงแหล่งทุน

4) มีโรงแรมที่พักอีกจำนวนไม่น้อยที่ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เรื่องห้องละหมาด สถานที่อาบน้ำละหมาด หรือเครื่องหมายบอกทิศกิบลัต ทั้ง ๆ ที่หลายแห่งมีเจ้าของกิจการเป็นมุสลิม

5) มีชุมชนท่องเที่ยวมุสลิมจำนวนมากที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและมีความน่าสนใจ แต่ยังไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก ขณะที่ชุมชนดังกล่าวก็ขาดงบประมาณในการสนับสนุนจากภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

6) ธุรกิจจัดการการท่องเที่ยวยังมีผู้ประกอบการที่เป็นมุสลิมน้อยมากทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้บริการกับธุรกิจจัดการการท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการไม่ใช่มุสลิม ซึ่งไม่เข้าใจในเรื่องศาสนา ประเพณีและวัฒนธรรม ตลอดจนพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวมุสลิม จนหลายครั้งสร้างความไม่พอใจแก่นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการบริโภคอาหารฮาลาล

7) ธุรกิจการท่องเที่ยวมุสลิมขาดความสัมพันธ์และการเชื่อมโยงกับธุรกิจอื่น ๆ ในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่เป็นการประกอบกิจการเชิงเดี่ยว

8) พื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเช่น จังหวัดกระบี่ไม่มีทั้งโรงพยาบาลเอกชนที่มีศักยภาพรองรับนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศมุสลิม และไม่มีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ทำให้ไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีศักยภาพเข้ามาในพื้นที่ได้

9) ในส่วนสถานประกอบการในแต่ละพื้นที่พบว่ามีความแตกต่างกัน เช่น จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญกลับพบว่า ยังมีโรงแรมที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิมจำนวนน้อย จังหวัดพังงาและภูเก็ตขาดแคลนร้านอาหารฮาลาลขนาดใหญ่ที่มีมาตรฐานสามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกรุ๊ปทัวร์ จังหวัดสตูลยังมีที่พักในพื้นที่ท่องเที่ยวไม่เพียงพอ (โรงแรมมุสลิมและโรงแรมที่มีครัวฮาลาล)

ดังนั้น ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวควรเตรียมความพร้อมในแหล่งท่องเที่ยวและบริการตามความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม เพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม โดยในการขับเคลื่อนงานการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้รองรับนักท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งในการส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องได้มีการปรับปรุงสถานที่และการบริการ ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมุสลิม

### 2.1.3 ความจำเป็นในการแก้ไขปัญหา

จากข้อมูลของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้จำแนกประเทศในกลุ่มประเทศตะวันออกกลางไว้ 3 กลุ่ม กลุ่มที่หนึ่งได้แก่ประเทศ GCC จำนวน 6 ประเทศ คือ ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ กาตาร์ คูเวต โอมาน และบาห์เรน กลุ่มที่สอง ประเทศอาหรับอื่น ๆ 5 ประเทศ ได้แก่ เลบานอน จอร์แดน ซีเรีย อิรัก และเยเมน และกลุ่มที่สามจำนวน 4 ประเทศ ได้แก่ อิหร่าน ตุรกี ไซปรัส และอิสราเอล รวมประชากรทั้งสิ้น 289.84 ล้านคนประเทศเหล่านี้ส่วนใหญ่มีฐานะทางเศรษฐกิจดี เป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูง และมีคุณภาพ เป็นแหล่งเงินทุนที่สำคัญ เป็นแหล่งพลังงานน้ำมันและก๊าซธรรมชาติที่สำคัญ จึงมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย ประชากรใน 10 ประเทศในตะวันออกกลางที่มีรายได้ต่อหัวสูงที่สุดในปี 2560 ได้แก่ กาตาร์ อิสราเอล สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ คูเวต บาห์เรน ซาอุดีอาระเบีย โอมาน เลบานอน จอร์แดน เป็นต้น

ตารางที่ 3 รายได้ต่อหัวใน 10 ประเทศของภูมิภาคตะวันออกกลางที่มีรายได้ต่อหัวสูงที่สุด ปี 2560

ประเทศ 10 ประเทศในตะวันออกกลางที่มีรายได้ต่อหัวสูงที่สุด	GDP per Capita 2017 (ดอลลาร์สหรัฐฯ)	Real GDP Growth 2017
Qatar	59,514	1.60%
Israel	37,192	3.30%
UAE	36,384	0.79%
Kuwait	26,244	-2.87%
Bahrain	24,146	3.88%
Saudi Arabia	20,365	-0.74%
Oman	16,535	-0.27%
Lebanon	11,295	2.02%
Jordan	5,549	1.97%
Iran	5,027	n.a.

จากตารางข้างต้นที่แสดงถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพนั้น ยังมีประเด็นแนวโน้มการสร้างความสะดวกสบายของตลาดการท่องเที่ยวมุสลิมในภูมิภาคตะวันออกกลางนั้น มีปัจจัยหลักที่สำคัญซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์และพิจารณาได้ดังนี้

1) การเติบโตของประชากรในตะวันออกกลาง โดยเฉพาะประชากรที่เป็นชาวมุสลิมยังคงเป็นกลุ่มศาสนาที่เติบโตเร็วที่สุดในโลก โดยมีการคาดการณ์ว่าจะมีประชากรมุสลิมเป็นร้อยละ 26 ของประชากรโลกภายในปี พ.ศ. 2573

2) การเติบโตของคนระดับกลางและผู้มีรายได้หลังหักภาษีสูงขึ้นในประเทศที่มีประชากรมุสลิมซึ่งมีขนาดใหญ่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น ประเทศในอ่าวอาหรับที่มีประชากรซึ่งมีการศึกษาสูงและมีทักษะเชี่ยวชาญ จะมีรายได้หลังหักภาษีสูง

3) การเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวได้มากขึ้น เทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างรวดเร็วจะเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้วยระบบอินเทอร์เน็ตโดยการใช้งานบนระบบสมาร์ตโฟน ที่กระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ สื่อสังคมออนไลน์ถือว่ามีอิทธิพลต่อทัศนคติและตัวเลือกของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก

4) การขยายตัวด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมในภูมิภาคตะวันออกกลาง เช่น การประยุกต์สินค้าและบริการให้ผสมผสานกลมกลืนกับวัฒนธรรมและพฤติกรรมบริโภคของชาวตะวันออกกลาง เป็นต้น

5) การท่องเที่ยวช่วงเดือนรอมฎอนจะเป็นปัจจัยที่สำคัญในการขับเคลื่อนหรือกระตุ้นให้ชาวมุสลิมออกเดินทาง เนื่องจากเดือนรอมฎอนเป็นช่วงเวลาแห่งการถือศีลอดและการออกเดินทางเพื่อแสวงบุญ การทำอุมเราะห์ รวมทั้งการเดินทางไปเฉลิมฉลองวันอีดีกับคนในครอบครัว

6) การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ด้านการทำธุรกิจ กลุ่มประเทศมุสลิมในตะวันออกกลางกำลังมีระบบเศรษฐกิจที่ขยายตัว เป็นโอกาสในการสร้างความร่วมมือทางธุรกิจระหว่างประเทศและภูมิภาค ส่งผลให้เกิดการเติบโตในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและ MICE ทั้งนี้ ชาวมุสลิมในตะวันออกกลางเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ ทำให้เกิดโอกาสในการขยายตัวในภาคธุรกิจและการท่องเที่ยวตามไปด้วย

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันออกกลางเป็นปัจจัยสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในการขยายโอกาสทางธุรกิจในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยให้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีคุณภาพ ทั้งนี้ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิมในภูมิภาคตะวันออกกลางนั้น ยังมีความเชื่อมโยงกับ “การท่องเที่ยววิถีอิสลามหรือการท่องเที่ยวฮาลาล” (Halal Tourism) หรือ “การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อมุสลิม” (Muslim-friendly Tourism: MFT) ซึ่งมีความหมายไปในทางเดียวกัน โดยเริ่มจากการให้บริการจากสถานที่ต้นทางไปจนถึงจุดหมายปลายทาง เช่น การโรงแรม การขนส่ง ร้านอาหาร การพักผ่อนหย่อนใจ รวมทั้งการให้ความบันเทิงต่างๆ จะต้องไม่ขัดแย้งกับหลักศาสนา อีกทั้งยังต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันสำหรับการปฏิบัติศาสนกิจประจำวันของชาวมุสลิม เช่น การจัดเตรียมสถานที่ละหมาด การจัดอาหารฮาลาลที่ได้รับการรับรองเครื่องหมายตราสัญลักษณ์ฮาลาล เป็นต้น แต่ถึงอย่างไรก็ตามประเทศไทยยังมิใช่คู่แข่งที่สำคัญเช่นกัน ดังแสดงตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การจัดอันดับ 20 ประเทศแรกที่มีได้อยู่ในกลุ่ม OIC ซึ่งนักท่องเที่ยวมุสลิมนิยมเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด ปี 2565

2022 Rank	Change vs 2021	GMTI 2022 Rank	GMTI 2022 Score
1	0	9	Singapore ..... 62
2	0	27	Taiwan ..... 52
3	1	28	Thailand ..... 51
3	-1	28	United Kingdom ..... 51
5	0	30	Hong Kong ..... 50
6	1	34	Japan ..... 45
6	0	34	South Africa ..... 45
8	0	37	Philippines ..... 43
8	0	37	United States ..... 43
10	2	40	Australia ..... 42
10	6	40	Spain ..... 42
12	-4	43	France ..... 41
12	-4	43	Germany ..... 41
12	1	43	Ireland ..... 41
15	-2	46	Bosnia and Herzegovina ..... 40
16	3	49	Georgia ..... 39
16	6	49	Italy ..... 39
16	-3	49	South Korea ..... 39
16	2	49	Tanzania ..... 39
20	1	53	Kenya ..... 38

รายงานจาก Global Muslim travel index 2022 โดย Mastercard - CrescentRating พบว่าในปี พ.ศ. 2565 ประเทศนอกกลุ่ม OIC ที่เป็นจุดหมายปลายทางอันดับหนึ่งของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม คือ ประเทศสิงคโปร์ ซึ่งยังคงอันดับหนึ่งในปี 2565 อันดับ 2 ได้แก่ประเทศไต้หวัน ซึ่งในปี 2562 ประเทศไทย เคยอยู่อันดับนี้ แต่ในปี 2565 ประเทศไทยอยู่เป็นอันดับ 3 ดังนั้น จึงมีความจำเป็นในการพัฒนาศักยภาพของประเทศไทย ให้แข่งขันได้ในระดับนานาชาติ

## 2.2 การกำหนดข้อเสนอเชิงนโยบาย

### 2.2.1 หลักการแนวคิด ที่ใช้เป็นกรอบหรือแนวทางในการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย

การเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวตะวันตกออกกลาง หรืออาจใช้คำว่า “นักท่องเที่ยวชาวอาหรับ” มีการใช้คำเรียกที่หลากหลาย เช่น “การท่องเที่ยววิถีอิสลาม” (Islamic Tourism) “การท่องเที่ยวฮาลาล” (Halal Tourism) หรือ “การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อมุสลิม” (Muslim-friendly

Tourism) ซึ่งทั้งหมดล้วนมีความหมายไปในทางเดียวกัน คือ การท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของชาวมุสลิมเริ่มจากการให้บริการจากสถานที่ต้นทางไปจนถึงจุดหมายปลายทาง เช่น การโรงแรม การขนส่งร้านอาหาร การพักผ่อนหย่อนใจ รวมทั้งการให้ความบันเทิงต่าง ๆ ที่จะต้องไม่ขัดกับหลักศาสนา รวมทั้งการอำนวยความสะดวกต่อการปฏิบัติศาสนกิจประจำวันของชาวมุสลิม เช่น การจัดเตรียมสถานที่ละหมาด เป็นต้น โดยการท่องเที่ยวฮาลาลมีการอธิบายว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวใด ๆ ที่สอดคล้องตามหลักการของศาสนาอิสลาม โดยไม่คำนึงถึงสถานที่ท่องเที่ยว เพราะสามารถไปท่องเที่ยวสถานที่ใดก็ได้ เช่น ชายทะเล สปา โรงแรม ศูนย์การค้าหรือที่อื่น ๆ โดยมีเงื่อนไขเดียว คือ กิจกรรมทั้งหมดเหล่านี้ควรเป็นไปตามหลักการฮาลาลหรือเป็นไปตามหลักเกณฑ์และข้อบังคับของศาสนาอิสลามและค่านิยมของสังคมมุสลิม

อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับชาวมุสลิมสำหรับประเทศไทยนั้น ยังคงมีปัจจัยที่ต้องการการพัฒนา ซึ่งหากดำเนินการได้ไม่ดีอาจจะกลายเป็นปัญหาได้ ทั้งนี้ ได้มีการจัดทำดัชนีเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนา โดย Mastercard – Crescent Rating ได้มีการจัดทำดัชนีการเดินทางท่องเที่ยวของมุสลิมโลก (Global Muslim Travel Index 2022 : GMTI) เพื่อจัดอันดับประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม จากปัจจัยสำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่รองรับกับรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางได้ โดยมีกรอบแนวคิดหลัก ๆ ประกอบด้วย

- สิ่งที่เป็นต้องมี ได้แก่ บริการอาหารฮาลาล สิ่งอำนวยความสะดวกในการสวดมนตร์ (สถานที่ทำละหมาด) ในแหล่งท่องเที่ยวต้องไม่มีคนที่ไม่ชอบศาสนาอิสลาม
- สิ่งที่ดีถ้ามี ได้แก่ บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในช่วงการถือศีลอดรอมฎอน ประสบการณ์เกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของชาวมุสลิมในพื้นที่
- สิ่งที่ยินดีถ้าได้รับ ได้แก่ ไม่มีกิจกรรมที่ขัดต่อหลักฮาลาล และพื้นที่สันหนนาการที่มีความเป็นส่วนตัว

ปัจจัยดังกล่าวได้นำมาสู่การกำหนดหลักเกณฑ์ (Criteria) 4 ประเด็นหลักที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมทั่วโลก ดังนี้

1) ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Ease of Access to the Destination) ที่ให้ความสำคัญกับประเด็นทางด้านเงื่อนไขของวีซ่า ความเชื่อมโยงของโครงสร้างพื้นฐานและคุณภาพการให้บริการทางด้านการขนส่งทั้งทางอากาศ ทางถนน และทางรถไฟ

2) ความสามารถในการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกแหล่งท่องเที่ยว (Internal and External Communication by the Destination) ที่ให้ความสำคัญกับความสามารถทางด้านการใช้ภาษาที่นักท่องเที่ยวระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว การตระหนักรู้และเห็นความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของนักท่องเที่ยวมุสลิม รวมทั้งการจัดกิจกรรมการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม โดยการจัดให้มีกิจกรรมรองรับ เช่น การจัดประชุม (Conference)

การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) การสัมมนา (Seminar) และกิจกรรมทางด้านการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับอาหารฮาลาล และการท่องเที่ยวฮาลาล เป็นต้น

3) สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว (Environment at the Destination) นับเป็นเกณฑ์สำคัญในการอำนวยความสะดวกของการท่องเที่ยวอย่างไว้กังวลในแหล่งท่องเที่ยว อาทิ การมีพื้นที่ปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเพื่อดำเนินกิจกรรมทางความเชื่อและข้อจำกัดของลักษณะการแต่งกายได้อย่างอิสระ เพิ่มเติมจากความปลอดภัยโดยทั่วไปในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งระดับของอาชญากรรมที่เกิดจากความเกลียดชัง ที่ถือเป็นการสร้างความมั่นใจในระดับความปลอดภัยตามมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

4) บริการสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม (Services provided by the Destination) เป็นเกณฑ์ที่สำคัญที่สุดสำหรับนักเดินทางท่องเที่ยวชาวมุสลิมเพื่อดึงดูดและรักษาการเติบโตของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในแหล่งท่องเที่ยว โดยสิ่งอำนวยความสะดวกดังกล่าวต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการตามความเชื่อของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมตามจุดสัมผัสที่สำคัญต่าง ๆ รวมถึงสถานที่รับประทานอาหารฮาลาลและสถานที่ละหมาด ซึ่งเป็นความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม นอกจากนั้น อีกปัจจัยหนึ่งคือความคุ้มค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถมอบประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใคร เช่น แหล่งมรดกโลก และสถานที่สำคัญที่แสดงประวัติศาสตร์ มรดก และวัฒนธรรมของชุมชนอิสลามในท้องถิ่น

### 2.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการจัดทำข้อเสนอ

ศิริเพ็ญ ดาบเพชร, ธนพงษ์ บุญญะฤทธิ์ และ สราญมิตร ประชาญสิทธิ์, 2564 สำหรับการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในประเทศไทย โดยได้มีการดำเนินการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมต่างชาติจำนวน 400 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้มีอายุ 20 ปีขึ้นไป เป็นเพศหญิงและเพศชายที่นับถือศาสนาอิสลาม โดยดำเนินการสำรวจในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกรุงเทพมหานคร พระนครหรืออยุธยา ชลบุรี เชียงใหม่ ภูเก็ต พังงา และกระบี่ เพื่อสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมต่างชาติ พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวฮาลาลในประเทศไทยเป็นนักท่องเที่ยวเพศชายและหญิงในอัตราที่เท่ากัน ร้อยละ 50 อายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 49 แต่งงาน/มีคนรัก ร้อยละ 43 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 50 ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 36 มีภูมิลำเนาจากทวีปเอเชีย ร้อยละ 69

ตารางที่ 5 ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวฮาลาลในประเทศไทยจากการสำรวจ ปี 2564

ประชากรศาสตร์	นักท่องเที่ยว(%)	ประชากรศาสตร์	นักท่องเที่ยว(%)	ประชากรศาสตร์	นักท่องเที่ยว (%)
เพศ		อายุ		สถานภาพ	
ชาย	50	18-20 ปี	1	โสด	40
หญิง	50	21-30 ปี	49	แต่งงาน/มีคนรัก	43
อาชีพ		31-40 ปี	31	ไม่ตอบ	17
รับราชการ/วิสาหกิจ	19	41-50 ปี	13	ภูมิลำเนา	
พนักงานเอกชน	25	51-60 ปี	4	เอเชียตะวันออกเฉียงใต้	44
ธุรกิจส่วนตัว	12	60 ปีขึ้นไป	2	เอเชียใต้	25
นักเรียน/นักศึกษา	36	ระดับการศึกษา		เอเชียตะวันออกเฉียงกลาง	24
เกษียณ	2	มัธยมศึกษา	4	แอฟริกา	3
ว่างงาน	5	ปริญญาตรี	50	ยุโรป	4
อื่นๆ	1	สูงกว่าปริญญาตรี	46		

จากการสำรวจในรายงานวิจัยดังกล่าว พบข้อมูลที่สามารถสรุปได้ดังนี้

- นักท่องเที่ยวมุสลิมส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรกร้อยละ 50
- ใช้เวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 3-4 วัน ร้อยละ 50
- มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน ร้อยละ 65
- เดินทางมากับเพื่อน ร้อยละ 45.5
- ใช้จ่ายประมาณ 1,000-2,000 ดอลลาร์สหรัฐ ร้อยละ 55
- นิยมพักโรงแรม 3 ดาวร้อยละ 40
- อาหารไทยเป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญในการเลือกประเทศไทย ร้อยละ 72
- ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญในการเลือกประเทศไทย ร้อยละ 59
- การเลือกแหล่งท่องเที่ยวพิจารณาจากปัจจัยด้านอาหารฮาลาล ร้อยละ 86
- ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ ร้านอาหารฮาลาลมีจำกัด ร้อยละ 59
- วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวมุสลิมในประเทศไทย พบว่าส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน รวมทั้งมีความสนใจในอาหารไทย ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมไทย
- การเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวมุสลิมพบว่า ความสะอาดของห้องพัก และการมีบริการอาหารฮาลาลให้นักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกที่พัก
- การเดินทางของนักท่องเที่ยวมุสลิมมีวิถีปฏิบัติตนตามกฎหมาย Shariah หรือกฎหมายชารีอะห์

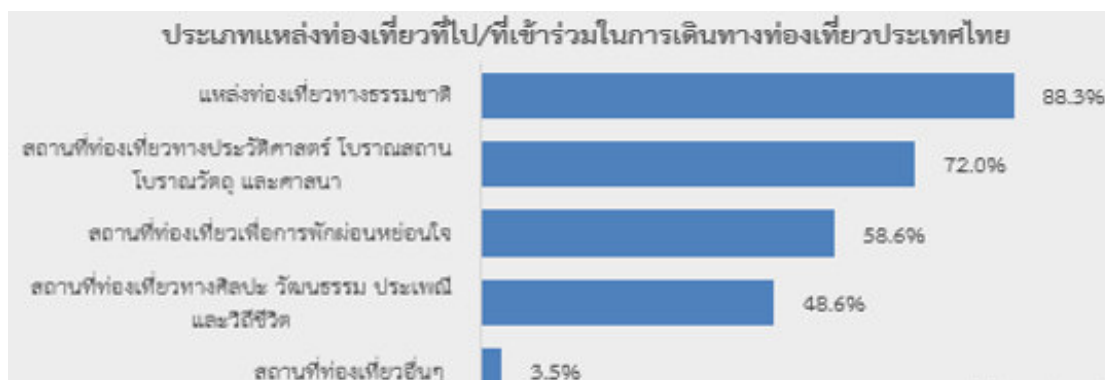


ตารางที่ 6 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมุสลิมในประเทศไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน นักท่องเที่ยว (%)	พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน นักท่องเที่ยว (%)
จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย		สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	
1 ครั้ง	50	ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	59
2 ครั้ง	23	อาหารไทย	72
3 ครั้ง	11.50	ความปลอดภัย	28
มากกว่า 3 ครั้ง	15.50	แหล่งช้อปปิ้ง	45
จำนวนวัน		ทัศนคติของคนไทย	
1-2 วัน	18	ราคาสินค้าและบริการ	28
3-4 วัน	50	คุณภาพของห้องพัก	22
5-6 วัน	12	คุณภาพสิ่งแวดล้อม	17
7 วันและมากกว่า	22	สิ่งบันเทิง	15

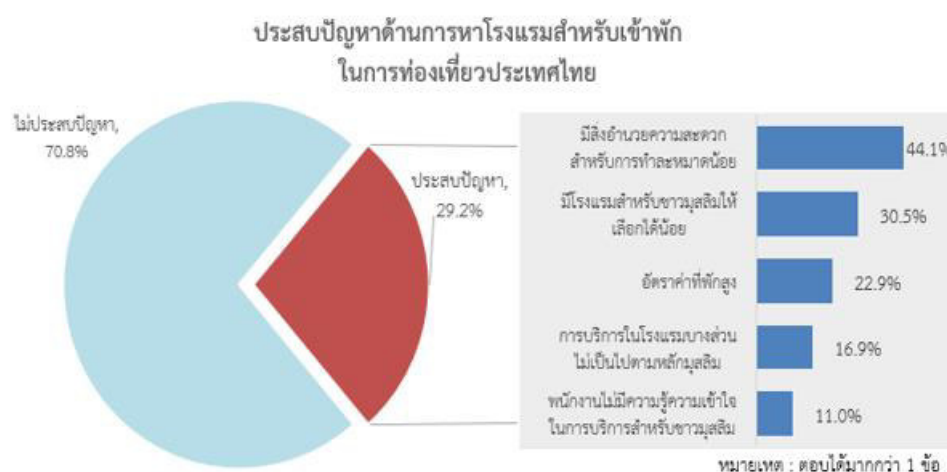
พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน นักท่องเที่ยว (%)	พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน นักท่องเที่ยว (%)
วัตถุประสงค์ในการเดินทาง		ปัจจัยทางศาสนาในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	
ธุรกิจ	16	อาหารฮาลาลที่มีในพื้นที่	86
การศึกษา	7	สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการละหมาด	60
พักผ่อน	65	ห้องอาบน้ำเหมาะสำหรับคนมุสลิม	39
เหตุผลทางศาสนา	2	ไม่มีบริการแอลกอฮอล์	29
เยี่ยมเพื่อน/ญาติ	7	กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบฮาลาล	19
เหตุผลทางวัฒนธรรม	2	ปัจจัยในการเลือกที่พัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	
อื่นๆ	1	ความสะอาดของห้องพัก	84.5
เพื่อนร่วมทาง		การบริการด้วยจิตบริการ	48
มาคนเดียว	28	มีอาหารฮาลาลให้เลือก	65
ครอบครัว/ญาติ	19	สิ่งอำนวยความสะดวกเรื่องส้วมชาย/ส้วปา	54
เพื่อน	45.5	ไม่มีแอลกอฮอล์ให้บริการ	29.8
เพื่อนร่วมงาน	7	มีทำกิจกรรมแยกสำหรับผู้หญิง	10.8
อื่นๆ	0.50	ปัญหาที่พบระหว่างท่องเที่ยวในประเทศไทย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	
ค่าใช้จ่าย		ไม่มีชุมชนมุสลิมอื่นๆ	26.8
น้อยกว่า 1,000 USD	31.50	การให้บริการอาหารฮาลาลมีจำกัด	59.3
1,000-2,000 USD	55	ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการละหมาด	36.5
2,001-3,000 USD	10.5	ไม่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบฮาลาล	10.3
มากกว่า 3,000 USD	3	ผู้ให้บริการไม่เข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม	20.8
ประเภทที่พัก		สิ่งที่ต้องการซื้อกลับประเทศ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	
โรงแรม 3 ดาว	40	ฮิยาบ (ผ้าคลุมผม)	11.3
โรงแรม 4 ดาว	26	ของหวานไทย	43.8
โรงแรม 5 ดาว	9	เครื่องประดับ	18.8
เกสต์เฮาส์	18	งานหัตถกรรม	41.3
อพาร์ทเมนต์	3	ของที่ระลึกต่างๆ จากแหล่งท่องเที่ยว	69
บ้านญาติ	2.50	สมุนไพรไทย	27
อื่นๆ	1.5	อื่นๆ	6.3
1 ครั้ง	50	ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	59
2 ครั้ง	23	อาหารไทย	72

จากข้อมูลข้างต้น มีความสอดคล้องกับผลการสำรวจของสำนักวิจัยเศรษฐกิจและประเมินผล บริษัท เอ็กเซลเลนซ์ บิซิเนส แมเนจเม้นท์ ซึ่งได้สำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวมุสลิม จำนวน 404 ราย ที่มีต่อประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ไป/เข้าร่วมในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่าแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมมากเป็นอันดับ 1 และ 2 ตามลำดับ



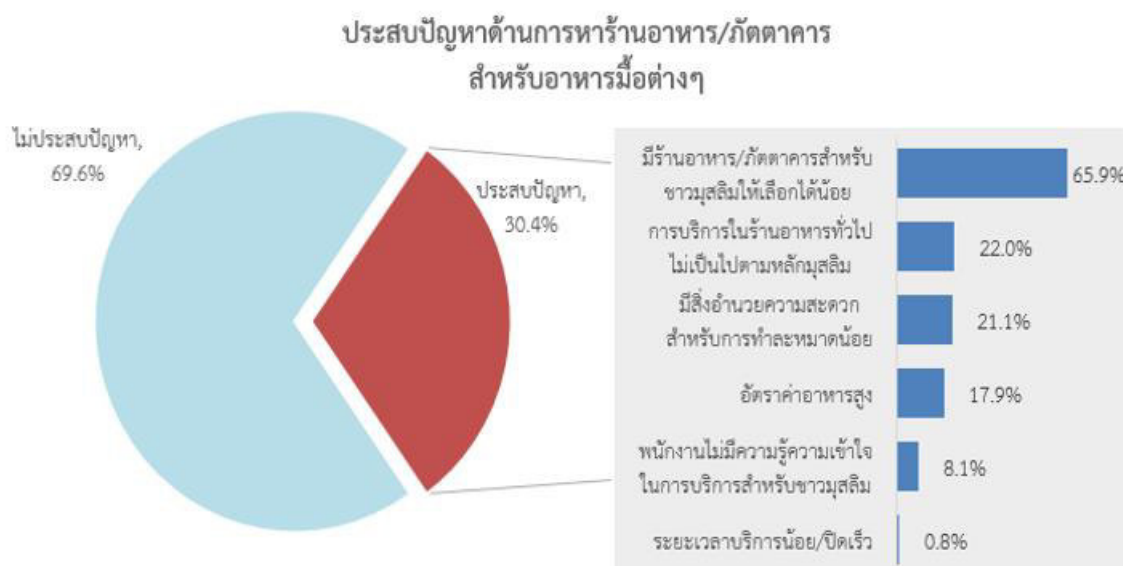
แผนภูมิที่ 3 ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ไป / ที่เข้าร่วมในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

นอกจากนั้น ปัจจัยที่สำคัญเมื่อนักท่องเที่ยวมุสลิมเดินทางมาท่องเที่ยวมีความประทับใจ ได้แก่ เรื่องโรงแรมที่พัก โดยจากผลการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 70.8 ไม่ประสบปัญหา แต่มีประเด็นที่เป็นปัญหามากที่สุด คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการทำละหมาदन้อย และมีปัญหาอื่นๆ ได้แก่ โรงแรมสำหรับมุสลิมให้เลือกได้น้อย และโรงแรมมีอัตราค่าที่พักสูง เป็นต้น



แผนภูมิที่ 4 การประสบปัญหาด้านการหาโรงแรมสำหรับเข้าพักในการท่องเที่ยวในประเทศไทย

อีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญที่จะทำให้ นักท่องเที่ยวมุสลิมมีความประทับใจ คือ เรื่องการหาร้านอาหารสำหรับอาหารมื้อต่างๆ จากผลการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวมุสลิม ไม่ประสบปัญหา ร้อยละ 69.6 อย่างไรก็ตามในส่วนที่เป็นปัญหาพบว่า การมีร้านอาหาร/ภัตตาคารสำหรับชาวมุสลิมให้เลือกได้น้อย เป็นปัญหามากที่สุด ส่วนปัญหาอื่นๆ ได้แก่ การบริการในร้านอาหารทั่วไปไม่เป็นไปตามหลักมุสลิม การมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการทำละหมาदन้อย เป็นต้น



แผนภูมิที่ 5 การประสบปัญหาด้านการหาร้านอาหาร/ภัตตาคาร สำหรับอาหารมือต่างๆ

ดังนั้น ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวควรเตรียมความพร้อมในแหล่งท่องเที่ยวและการบริการตามความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม เพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม จึงจำเป็นต้องยิ่งในการส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องได้มีการปรับปรุงสถานที่และการบริการให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมุสลิม ซึ่งได้มีแนวทางในการดำเนินงานในหัวข้อถัดไป

### 2.2.3 แนวทางในการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนานโยบาย

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางในประเทศไทย สามารถดำเนินการแบบบูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขับเคลื่อนงาน โดยมีหน่วยงานหลักที่สำคัญ ได้แก่ กรมการท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งอยู่ในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ยังมีกระทรวงมหาดไทย องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น นอกจากนี้ หน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ ตลอดจนหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนองค์กรทางศาสนา เช่น คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย สมาคมการท่องเที่ยวมุสลิม องค์การด้านการท่องเที่ยว เช่น สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สภาหอการค้า เป็นต้น โดยมีประเด็นสำคัญเพื่อขับเคลื่อนงาน ได้ดังนี้

1) พิจารณาอุปสงค์และอุปทานให้สมดุลกันระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และความเพียงพอของบริการทั้งด้านปริมาณและคุณภาพที่จะรองรับกับนักท่องเที่ยวดังกล่าว

2) สนับสนุนผู้ประกอบการชาวมุสลิมด้านการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้ขยายวงกว้าง มีการยกระดับคุณภาพมาตรฐาน อาทิ จัดให้มีมุสลิมอาหารมุสลิม โดยเฉพาะ สำหรับอาหารมุสลิมที่มีคุณภาพ มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับสืบเนื่องมาตั้งแต่โบราณ มีความพิเศษ

และพิธีพิธีกัน หรือมีความชัดเจนเกี่ยวกับการติดป้ายเครื่องหมายฮาลาลสำหรับร้านอาหารต่าง ๆ ที่ได้รับการรับรอง หรืออาจมีเมนูอาหารที่เป็นฮาลาล แยกออกโดยเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางได้เลือกสั่ง

3) สนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำให้กับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวตะวันออกกลาง โดยเฉพาะเพิ่มบทบาทในการส่งเสริมการลงทุนให้แก่ภาคเอกชนดำเนินกิจการร้านอาหารฮาลาลที่มีคุณภาพ ประจำแต่ละจังหวัด ในลักษณะของการส่งเสริมยกระดับมาตรฐานของผู้ประกอบการรายเดิมที่มีศักยภาพ

4) เพิ่มเติมการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง เช่น จังหวัดสตูล ที่มีชาวมุสลิมอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก เป็นต้น โดยเฉพาะการท่องเที่ยวชุมชนมุสลิมที่มีความหลากหลาย

5) สนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยววิถีมุสลิม และแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่ไม่ใช่มุสลิม ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (เช่น ศูนย์การค้า เป็นต้น) ให้สามารถสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ด้วยความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้แก่ ห้องละหมาด ห้องน้ำที่สะอาดและสามารถอาบน้ำได้

6) เพิ่มเติมจังหวัดนำร่องสำหรับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ใช่เมืองหลัก (เมืองรอง) หรือจังหวัดที่นักท่องเที่ยวนิยมไป รวมถึง โปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิถีมุสลิม

7) การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยววิถีมุสลิมที่ชัดเจนเพื่อให้เอกชนสามารถทำงานได้อย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นที่การเชื่อมโยงระบบฮาลาล กับการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร โดยคำนึงถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางที่มีความแตกต่างกัน

จากข้อเสนอแนวทางการพัฒนาดังที่ได้กล่าวข้างต้นนั้น การที่จะให้แต่ละประเด็นมีความสำเร็จ จำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ซึ่งสรุปรวมเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนแนวทางการบริหารจัดการที่เป็นรูปธรรม ดังนี้

1) การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานและสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวให้สามารถอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง เป็นการพัฒนาระบบการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและปลอดภัย ไม่เอารัดเอาเปรียบ การส่งเสริมและสนับสนุนการจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางที่ต้องปฏิบัติตามหลักศาสนาในระหว่างการท่องเที่ยว ตลอดจนการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง เป็นต้น

2) การส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนามาตรฐานฮาลาลด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางและนักท่องเที่ยววิถีมุสลิม ตลอดจนประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อมั่นต่อเครื่องหมายมาตรฐานฮาลาล

3) การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ สร้างความเชื่อมั่น และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว สินค้า บริการและกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวของไทย โดยการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว สร้างภาพลักษณ์ที่ดี การสนับสนุนให้มีการจัดกิจกรรมสำหรับชาวมุสลิม กิจกรรมจับคู่ธุรกิจด้านการท่องเที่ยว

4) การพัฒนาบุคลากรภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวตะวันออกกลางและการท่องเที่ยววิถีมุสลิม รวมทั้งพัฒนาประสิทธิภาพในกระบวนการพัฒนาให้มีการเชื่อมโยงในระดับพื้นที่และดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

โดยในแต่ละประเด็นการพัฒนานั้นสามารถกำหนดข้อเสนอโครงการหรือกิจกรรม เพื่อรองรับการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป็นการสร้างความเข้าใจในแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยว สถานประกอบการต่างๆ ให้รองรับนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางหรือนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้อย่างถูกต้อง ดังแสดงในตารางที่ 7

ข้อเสนอแนะทาง การพัฒนา	โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	ระยะเวลาดำเนินงาน			หน่วยงานร่วมดำเนินงาน
			6 ด.	1 ปี	> 1 ปี	
1. การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานและสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยว						
	- โครงการจัดทำคู่มือแนะนำการใช้บริการขนส่งสาธารณะเป็นภาษาอาหรับเผยแพร่ในรูปแบบของเอกสารตามสนามบิน รถโดยสารสาธารณะ และทางออนไลน์โดยผ่านทางเว็บไซต์หรือช่องทางที่นักท่องเที่ยวตะวันออกเฉียง นิยมในการค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว	- จำนวนคู่มือแนะนำการใช้บริการขนส่งสาธารณะเป็นภาษาอาหรับ	/			- กระทรวงคมนาคม เช่น กรมการขนส่ง การรถไฟแห่งประเทศไทย
	- โครงการจัดทำคู่มือสำหรับผู้ประกอบการในเรื่องแนวทางการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การจัดเตรียมอาหาร ห้องละหมาด ห้องน้ำที่มีสายชำระ ห้องน้ำแยกชายหญิง ป้ายบอกทางไปห้องละหมาด เป็นต้น	- จำนวนคู่มือแนวทางการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวจากตะวันออกเฉียงกลาง	/			- สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว - สภาหอการค้า - คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย - สมาคมการท่องเที่ยวมุสลิม
	- โครงการจัดทำสื่อเพื่อเผยแพร่เส้นทางท่องเที่ยวใหม่ ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวตะวันออกเฉียงกลาง โดยทำเป็นภาษาอาหรับและภาษาอังกฤษ เพื่อเผยแพร่ผ่านทางออนไลน์ และสถานที่ที่นักท่องเที่ยวไปใช้บริการ	- จำนวนเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวตะวันออกเฉียงกลางเพิ่มขึ้น	/	/	/	- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - กระทรวงการต่างประเทศ - สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะทาง การพัฒนา	โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	ระยะเวลาดำเนินงาน			หน่วยงานร่วมดำเนินงาน
			6 ด.	1 ปี	> 1 ปี	
2. การส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนามาตรฐานฮาลาลด้านการท่องเที่ยว						
	- โครงการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรศาสนาในการทำมาตรฐานฮาลาล สำหรับสถานประกอบการประเภทร้านอาหาร สถานพักแรม บริการด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น สปา นวดแผนไทย สวนสนุก เป็นต้น เพื่อใช้สำหรับในผู้ประกอบการขอการรับรองมาตรฐานฮาลาล	- จำนวนมาตรฐานฮาลาล สำหรับสถานประกอบการเพิ่มขึ้น			/	- สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว  - คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย  - กระทรวงมหาดไทย
	- โครงการจัดทำฐานข้อมูลผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาล เพื่อเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวตระวันออกกลางทราบและส่งเสริมมาใช้บริการ	- มีฐานข้อมูลผู้ประกอบการที่ได้รับรองมาตรฐาน			/	- กระทรวงดิจิทัลฯ  - สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
	- โครงการส่งเสริมการลงทุน โดยให้สิทธิพิเศษในรูปของภาษีแก่ผู้ประกอบการที่สนใจลงทุน เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวตระวันออกกลาง เพื่อจูงใจให้เกิดการลงทุนมากขึ้น	- มีสิทธิพิเศษด้านภาษี สำหรับผู้ประกอบการ			/	- กระทรวงการคลัง  - สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนวทาง การพัฒนา	โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	ระยะเวลาดำเนินงาน			หน่วยงานร่วมดำเนินงาน
			6 ด.	1 ปี	> 1 ปี	
3. การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง						
	- โครงการจัดทำเว็บไซต์และแอปพลิเคชันฮาลาลไทยแลนด์ เพื่อรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวฮาลาล ของประเทศไทย โดยการบูรณาการร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง	- มีเว็บไซต์และแอปพลิเคชันฮาลาลไทยแลนด์		/		- กระทรวงดิจิทัลฯ - สมาคมการท่องเที่ยวมุสลิม - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
	- กิจกรรมสำหรับชาวมุสลิม อาทิ งานประเพณีเฉลิมฉลองตามเทศกาลสำคัญของชาวมุสลิม (วันอีด) กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวก่อนการถือศีลอด การจัดงานด้านศิลปะอิสลามในประเทศไทย (เช่น การจัดบางกอกอาร์ต เบียนนาเล่ และการจัดประกวดศิลปะอิสลาม เป็นต้น) การจัดงานเกี่ยวกับเครื่องประดับ เช่น Jewelry Fair เป็นต้น การจัดงานแสดงแฟชั่นมุสลิมที่อาจจัดในรูปของ Bangkok Muslim Fashion Week เป็นต้น เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวและการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น	- จำนวนกิจกรรมกระตุ้นการท่องเที่ยวสำหรับชาวมุสลิมเพิ่มขึ้น		/	/	- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - สมาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว - คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย - กระทรวงมหาดไทย



ข้อเสนอแนะทาง การพัฒนา	โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	ระยะเวลาดำเนินงาน			หน่วยงานร่วมดำเนินงาน
			6 ด.	1 ปี	> 1 ปี	
	- โครงการจัดตั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์ บริการนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ในสนามบินนานาชาติและ ในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ยอดนิยม เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ตะวันออกกลางและนักท่องเที่ยวมุสลิม ในด้านการแนะนำการท่องเที่ยว ในประเทศไทย	- จำนวนศูนย์ ประชาสัมพันธ์บริการ นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม เพิ่มขึ้น		/	/	- การทำอากาศยาน แห่งประเทศไทย - กระทรวงคมนาคม
4. การพัฒนาบุคลากรภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยวให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีมุสลิม						
	- โครงการประชุมสัมมนาและการอบรม บุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และบุคลากรของหน่วยงานภาครัฐทั้ง ในส่วนกลางและจังหวัด ให้ความรู้ ความเข้าใจที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม และความนิยมของนักท่องเที่ยวตะวันออก กลาง หลักศาสนาอิสลามในเบื้องต้น แหล่งท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ที่มีศักยภาพ สำหรับรองรับนักท่องเที่ยวตะวันออก กลาง	จำนวนบุคลากรภาครัฐ ด้านการท่องเที่ยวมี ความรู้ความเข้าใจ ใน พฤติกรรมนักท่องเที่ยว มุสลิม		/	/	- กระทรวงมหาดไทย - องค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น

ข้อเสนอแนวทาง การพัฒนา	โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	ระยะเวลาดำเนินงาน			หน่วยงานร่วมดำเนินงาน
			6 ด.	1 ปี	> 1 ปี	
	- โครงการประชุมสัมมนาและการอบรมบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบุคลากรของหน่วยงานภาครัฐทั้งในส่วนกลางและจังหวัด ให้ความรู้ความเข้าใจที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและค่านิยมของนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง หลักศาสนาอิสลามในเบื้องต้น แหล่งท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ที่มีศักยภาพสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง	- จำนวนบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีความรู้ความเข้าใจในพฤติกรรมและค่านิยมของนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง		/	/	- สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว - สภาหอการค้าไทย
	- โครงการขับเคลื่อนแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางในระดับชุมชน โดยดำเนินการในรูปของการจัดตั้งชุมชนเครือข่ายที่มีการรวมตัวกันให้ความช่วยเหลือและมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อเพิ่มความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนในการประสานงานกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง	- จำนวนชุมชนท่องเที่ยว ที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง	/	/	/	- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น - กรมการพัฒนาชุมชน

#### 2.2.4 ปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อความสำเร็จ และแนวทางการจัดการที่เป็นรูปธรรม

ปัจจัยที่อาจมีผลกระทบต่อความสำเร็จของการดำเนินการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงให้ประสบผลสำเร็จ มีดังนี้

1) ขาดกลไกระดับชาติเพื่อขับเคลื่อนและกำหนดให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมให้เป็นวาระสำคัญเร่งด่วนของการท่องเที่ยวของประเทศไทย

2) ขาดการทำงานเชิงบูรณาการทั้งในทุกระดับ ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงมหาดไทย องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น นอกจากนั้นหน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ ตลอดจนหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนองค์กรทางศาสนา เช่น คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย สมาคมการท่องเที่ยวมุสลิม เป็นต้น องค์กรด้านการท่องเที่ยว เช่น สมาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สภาหอการค้า เป็นต้น

3) ขาดความเข้าใจในการจัดการท่องเที่ยวสำหรับชาวมุสลิม ไม่เข้าใจในวิถีมุสลิม โดยที่เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว หรือสถานประกอบการไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม

4) ขาดการสนับสนุนในการจัดสรรงบประมาณที่ให้ความสำคัญกับโครงการแผนงานด้านความยั่งยืนของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

**ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการในเชิงรูปธรรม จำเป็นต้องมีดำเนินการดังนี้**

1) ในระดับนโยบาย ควรใช้กลไกระดับประเทศ คือ คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ เพื่อกำหนดให้เรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศในกลุ่มตะวันออกกลาง ให้เป็นประเด็นสำคัญเพิ่มเติมนอกเหนือจากกลุ่มนักท่องเที่ยวเดิมและมอบหมายภารกิจให้หน่วยงานภาครัฐในคณะกรรมการฯ ดำเนินการตามภารกิจ

2) ในระดับปฏิบัติการ ควรสร้างกลไกการทำงานเชิงบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมการท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ตลอดจนองค์กรทางศาสนา เช่น คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย สมาคมการท่องเที่ยวมุสลิม

3) ส่งเสริมการเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนผ่านกลไกการประชุมคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชน (กรอ.) โดยเฉพาะองค์กรด้านการท่องเที่ยว เช่น สมาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สภาหอการค้า เป็นต้น

### 2.3 ภาวะผู้นำเพื่อการขับเคลื่อนข้อเสนอ

ประเทศไทยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยววิถีมุสลิม ซึ่งภายใต้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) ที่มียุทธศาสตร์สำคัญ 4 ยุทธศาสตร์ ต่างมีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยววิถีมุสลิม โดยได้แก่ **ยุทธศาสตร์ที่ 1** เกี่ยวกับการสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในทุกมิติ **ยุทธศาสตร์ที่ 2** เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาศักยภาพบุคลากร การพัฒนาระบบดิจิทัล เพื่อให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางสามารถท่องเที่ยวได้ทั่วทั้งประเทศไทย ไม่ใช่แค่เฉพาะภาคใต้ รวมไปถึงการพัฒนาด้านภาษาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การอบรมผู้ประกอบการให้มีความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวมุสลิม สามารถช่วยให้ผู้ประกอบการปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมของชาวมุสลิมได้อย่างเหมาะสม **ยุทธศาสตร์ที่ 3** เกี่ยวข้องด้านการตลาดที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมุสลิมเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและเกิดความประทับใจ โดยแหล่งท่องเที่ยวจะต้องสามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ทั้งด้านโครงสร้างและการสร้างความประทับใจ แม้ว่าจะติดขัดข้อจำกัดเงื่อนไขทางวิถีชีวิตของชาวมุสลิมที่มีความแตกต่างอยู่บ้าง แต่จะอย่างไรให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่ายังสามารถเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้อย่างไม่มีปัญหาและอย่างไรให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้รู้สึกดีเมื่อเข้ามาท่องเที่ยว ส่วนของ **ยุทธศาสตร์ที่ 4** เน้นในส่วนของความยั่งยืน (Sustainable) คือ เมื่อเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยต้องเป็นการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ต้องช่วยเหลือในการดูแลทรัพยากรธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวด้วย

ดังนั้น เพื่อการขับเคลื่อนงานมีความสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ จึงควรมีภาวะผู้นำดังนี้

1) ผู้นำที่สามารถกำหนดแผนกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับทิศทางและการเปลี่ยนแปลงบริบทโลก และวิกฤตการณ์สำคัญทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งในระดับประเทศ และระหว่างประเทศ เพื่อให้ประเทศไทยยังคงสามารถรักษาสถานะของการเป็นเจ้าบ้านที่ดีที่สร้างคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวและมีประโยชน์ต่อประชาชน ชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวบนหลักการของการแบ่งปันอย่างเท่าเทียมและรักษาความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม

2) ผู้นำที่บริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ คือ ต้องสามารถบริหารการปฏิบัติงานให้ได้ผลสำเร็จทันการณืตามแผนและเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยการบริหารจัดการคน งาน ระบบ เพื่อให้ได้ผลผลิตและการบริหารที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่ของการท่องเที่ยว

3) ผู้นำที่มุ่งการทำงานแบบบูรณาการ แสวงหาพันธมิตรเพื่อประสานสัมพันธ์ การประสมแนวคิด สามารถมองภาพรวมของสถานการณ์ และทำงานร่วมกับบุคลากรจากทุกภาคส่วนทั้งในส่วนกลางและท้องถิ่น เพื่อการประสานความเข้าใจในการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้เกิด

ผลประโยชน์ต่อประเทศ สังคม และประชาชนตามเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ

4) ผู้นำที่มีความสามารถทักษะด้านดิจิทัลและการสื่อสาร เพื่อการเสริมสร้างประสิทธิภาพขององค์กรให้เป็นองค์กรที่มีความทันสมัย ผลักดันให้เป็นต้นแบบด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาพัฒนาให้เกิดการเชื่อมโยงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ทันสมัย ส่งเสริมให้บุคลากรสามารถวิเคราะห์ข้อมูล ผลงานบริการวิชาการสู่สาธารณะในรูปแบบใหม่ทางดิจิทัล

5) ผู้นำที่สามารถในการสื่อสารกับผู้คนที่แตกต่างกัน หลากหลาย ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถถ่ายทอดความรู้เชิงประสบการณ์ และมีการพัฒนาตนเองเรียนรู้ตลอดเวลา เปิดโอกาสให้บุคลากรในองค์กรสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการสร้างระบบในการค้นหาความรู้ใหม่ ๆ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างสรรค์วิธีการทำงานแบบใหม่ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

### 3. แผนพัฒนาตนเอง

(ข้อมูลส่วนบุคคลไม่เผยแพร่)

### บรรณานุกรม

ภูมิภาคตะวันออกกลาง, ข้อมูลจาก [https://www.ditp.go.th/contents\\_attach/410555/410555.pdf](https://www.ditp.go.th/contents_attach/410555/410555.pdf),  
จากการสืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2566

ภูมิภาคตะวันออกกลาง กระทรวงการต่างประเทศ, ข้อมูลจาก  
[https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/Parliament\\_parcy/ewt\\_dl\\_link.php?nid=54641&filename=foreign2\\_index](https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/Parliament_parcy/ewt_dl_link.php?nid=54641&filename=foreign2_index), จากการสืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2566

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2564-2565), ข้อมูลจาก  
[https://chainat.mots.go.th/download/article/article\\_2021060214504.pdf](https://chainat.mots.go.th/download/article/article_2021060214504.pdf), จากการสืบค้นข้อมูล  
เมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม 2566

Muslim Friendly Tourism: Understanding the Demand and Supply Sides In the OIC Member Countries, ข้อมูลจาก [https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Muslim\\_Friendly\\_Tourism\\_Understanding\\_the\\_Demand\\_and\\_Supply\\_Sides\\_in\\_the\\_OIC\\_Member\\_Countries%E2%80%8B.pdf](https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Muslim_Friendly_Tourism_Understanding_the_Demand_and_Supply_Sides_in_the_OIC_Member_Countries%E2%80%8B.pdf), จากการสืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม 2566

แนะนำการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อชาวมุสลิม, ข้อมูลจาก  
[https://krabi.mots.go.th/download/article/article\\_20200627112802.pdf](https://krabi.mots.go.th/download/article/article_20200627112802.pdf), จากการสืบค้นข้อมูล  
เมื่อวันที่ 12 กรกฎาคม 2566

แนวโน้มตลาดอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรด้วยวิถีมุสลิม, ข้อมูลจาก  
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pacific/article/download/178006/126634/>, จากการสืบค้น  
ข้อมูลเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2566

ที่มา : IMF World Economic Outlook Database, <https://www.globalpropertyguide.com/Middle-East/gdp-per-capita>

Global Muslim Travel Index 2019, ข้อมูลจาก  
[file:///C:/Users/windows10/Downloads/hJGfOCBy\\_20190406\\_MC-CR\\_GMTI\\_2019\\_Interactive1.pdf](file:///C:/Users/windows10/Downloads/hJGfOCBy_20190406_MC-CR_GMTI_2019_Interactive1.pdf), จากการสืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2566

International Tourism In the OIC Countries 2022, Prospects and Challenges amid the COVID-19 Pandemic, Organization of Islamic Cooperation (SESRIC), ข้อมูลจาก <https://sesricdiag.blob.core.windows.net/sesric-site-blob/files/article/809.pdf>, จากการสืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2566

การพัฒนาองค์ประกอบตามหลักศาสนาในแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม, The Development of Religious Attributes in Tourist Attractions for Muslim Tourists, ข้อมูลจาก <https://so03.tci-thaijo.org>, จากการสืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2566

Mobilities, Tourism and Travel Behavior, January 2018, ข้อมูลจาก [https://books.google.co.th/books?hl=th&lr=&id=NiyQDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=Mobilities,+Tourism+and+Travel+Behavior&ots=44IXUMetyw&sig=E96vKYlmDHxapuZczoVjmKYvDpw&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Mobilities%2C%20Tourism%20and%20Travel%20Behavior&f=false](https://books.google.co.th/books?hl=th&lr=&id=NiyQDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=Mobilities,+Tourism+and+Travel+Behavior&ots=44IXUMetyw&sig=E96vKYlmDHxapuZczoVjmKYvDpw&redir_esc=y#v=onepage&q=Mobilities%2C%20Tourism%20and%20Travel%20Behavior&f=false), จากการสืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2566

Muslim Travel Market Tops Spending Worldwide, จากการสืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2566

ผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวตะวันตกกลาง, จากการสืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2566

The Potential Industry of Islamic Tourism in ASEAN Countries, October 2019, ข้อมูลจาก <file:///C:/Users/Acer/Downloads/4034-12519-1-PB.pdf> จากการสืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2566

Muslim Friendly Tourism: Developing and Marketing MFT Products and Services In the OIC Member Countries, COMCEC, ข้อมูลจาก <https://www.comcec.org/wp-content/uploads/2021/07/8-TUR-AR.pdf>, จากการสืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2566



## ประวัติผู้เขียนรายงานการศึกษาส่วนบุคคล

ชื่อ - สกุล นายอริก ประเสนมุล

### ประวัติการศึกษา

ปริญญาโท วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (Extension For Natural Resource-Based Livelihoods) สถานศึกษา University of Reading ปีที่สำเร็จการศึกษา พ.ศ. 2547

ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต (วนศาสตร์) สถานศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปีที่สำเร็จการศึกษา พ.ศ. 2539

### ประสบการณ์การบริหารการ

- หลักสูตร “การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนสำหรับผู้บริหารระดับกลาง” จัดโดย สำนักงาน ก.พ.ร. ปี พ.ศ. 2560

- หลักสูตร “Competency – Based Development Programme For Government officials from Thailand” ณ ประเทศสิงคโปร์ จัดโดยสำนักงาน ก.พ. ปี พ.ศ. 2560

- หลักสูตร “นักบริหารยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและกีฬาในระดับกลาง (นยก.)” รุ่นที่ 4 จัดโดย สำนักงาน ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปี พ.ศ. 2562

- หลักสูตร “จิตวิทยาความมั่นคง” รุ่นที่ 121 จัดโดย สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ ปี พ.ศ. 2564

### ตำแหน่งปัจจุบันและสถานที่ทำงาน

ผู้อำนวยการกองพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว