

แนวทางการยกระดับศักยภาพทางการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลาง
เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสัญชาติไทย

GUIDELINES FOR UPGRADING TOURISM POTENTIALS IN SECONDARY
CENTRAL CITIES TO SUPPORT THAI MUSLIM TOURISTS GROUP

ฐิติมา พูลเพชร¹ และระชานนท์ ทวีผล²
Thitima Pulpetch¹ and Rachanon Taweephol²

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

² หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรม มหาวิทยาลัยศิลปากร

¹ Bachelor of Business Administration Program in International Business Administration,
Rajamangala University of Technology Thanyaburi

² Bachelor of Business Administration Program in Hotel Management, Silpakorn University
Email: thitima_p@rmutt.ac.th

Received: December 16, 2020
Revised: April 9, 2021
Accepted: April 27, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแรงจูงใจของชาวมุสลิมที่ส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลางของประเทศไทย เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสัญชาติไทย และ 2) ศึกษาแนวทางการยกระดับศักยภาพทางการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลาง เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสัญชาติไทย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ ร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสัญชาติไทยที่กำลังเดินทางและท่องเที่ยวอยู่ในเขตเมืองรองภาคกลางของประเทศไทย 7 จังหวัด ได้แก่ ชัยนาท ราชบุรี สุพรรณบุรี ลพบุรี สิงห์บุรี สุพรรณบุรี และอ่างทอง โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 คน เครื่องมือคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยพหุคูณ ผู้ให้ข้อมูลหลักคัดเลือกแบบเจาะจง ได้แก่เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในเขตเมืองรองภาคกลาง 7 จังหวัด รวม 7 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการวิจัยพบว่า 1) แรงจูงใจของชาวมุสลิมที่ส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ด้านราคา รองลงมา คือ ด้านนโยบายลดหย่อนภาษี และด้านอาหาร 2) แนวทางการยกระดับศักยภาพทางการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลางที่ควรมุ่งเน้น คือ ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมและทรัพยากรที่เหมาะสม การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเพื่อเป็นศูนย์กลางอาเซียน และการยกระดับการมีส่วนร่วมทางสังคม

คำสำคัญ

นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม เมืองรอง ภาคกลาง

ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to study the Muslims' motivation affecting the tourism need in the secondary central cities of Thailand to support Thai Muslim tourists group, and 2) to study the upgrading of tourism potentials in the secondary central cities to support Thai Muslim tourists group. This research was a mixed method research carried out by quantitative and qualitative research approach. The population was Thai Muslim tourists travelling in the secondary central cities of Thailand, which included, Chainat, Ratchaburi, Samut Songkram, Lopburi, Singburi, and Ang Thong province. The samples were 384 persons. The instrument used was questionnaires, and the statistics used were Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation, and Multiple Regression. The informants included 7 authorities working in the Tourism Authority of Thailand in the 7 provinces of secondary central cities. The data were collected by in-depth-interview.

The research result revealed as follows: 1) the Muslims' motivation affecting the tourism need the most were the price, secondly was the tax deduction policy, and food, 2) the guidelines for upgrading the tourism potentials in the central secondary cities which should focus were the problems and obstacles relating to the tourists, suitable environments and resources, tourism activities promotion, tourism marketing promotion to become ASEAN Center, and the upgrading of social participation.

Keywords

Muslim Tourists, Secondary City, Central Region

ความสำคัญของปัญหา

กิจกรรมการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อระบบเศรษฐกิจของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เมื่อจำแนกรายประเทศพบว่า ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามามากที่สุด รวมถึงมีความสำคัญต่อการกระจายรายได้ไปยังภูมิภาคต่าง ๆ คิดเป็นมูลค่า 1.29 ล้านล้านบาท คาดการณ์ว่ารายได้ยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องไปจนถึงปี พ.ศ. 2570 สามารถคิดร้อยละ 14.30 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ จุดแข็งของไทยมีความหลากหลายของกิจกรรมในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ประกอบกับสภาพภูมิอากาศแบบร้อนชื้นที่เหมาะสมกับการเดินทางตลอดทั้งปี รวมทั้งมีรายการอาหารที่ได้รับ การยอมรับแต่ละประเภท จากการวิเคราะห์อุปสงค์สามารถอธิบายได้ถึงโครงสร้างทางประชากรศาสตร์ที่มีความหลากหลายของช่วงอายุ และความต้องการของกลุ่มตลาดเป้าหมายใหม่ที่เป็นตลาดเฉพาะมากขึ้น เช่น กลุ่ม Generation Z กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มศาสนา กลุ่มเชื้อชาติ เป็นต้น ขณะนี้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 มุ่งสร้างความพร้อมในการปรับเปลี่ยนบริบทการท่องเที่ยวด้วยการวางรากฐาน เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทย กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพ ดังนั้นหลักการเติบโตแบบมีคุณภาพ

จำเป็นต้องเสริมสร้างแนวทางที่ให้เกิดรายได้ในเมืองรองและแหล่งท่องเที่ยวชุมชนท้องถิ่น ภายใต้เงื่อนไขการเติบโตในแต่ละช่วงเวลาด้วยการส่งเสริมอัตลักษณ์แห่งวิถีไทย (Department of Tourism, 2018) ซึ่งในขณะเดียวกันนโยบายของภาครัฐคงเดินหน้าสร้างรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในเขตเมืองรองทั้งหมด 55 จังหวัด 4 ภูมิภาค โดยใช้เนื้อหาการเผยแพร่ทรัพยากรท้องถิ่นผ่านมุมมองที่แตกต่างได้อย่างน่าสนใจ นอกจากเกิดการสร้างรายได้แก่ท้องถิ่นแล้ว ประชาชนท้องถิ่นยังเกิดความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมวิถีชีวิต การสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนอีกด้วย และมีส่วนช่วยลดความแออัดในแหล่งท่องเที่ยวในเขตเมืองใหญ่ที่ได้รับความนิยมจนทรัพยากรกำลังสู่สภาวะเสื่อมโทรม (Thongchim & Tongsanoe, 2018)

การเติบโตของการท่องเที่ยวฮาลาลไม่ใช่เพียงการท่องเที่ยวอาหาร แต่เป็นวิถีชีวิตของชาวมุสลิม เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมต้องการที่พักแรม ร้านอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง และกิจกรรมที่เหมาะสมในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในหลายจังหวัดต้องเตรียมความพร้อมที่ศึกษาพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับหลักคำสอนทางศาสนา ในขณะเดียวกันจากการเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในประเทศไทยเป็นกลุ่มที่จำนวนเพิ่มมากที่สุด โดยมีการคาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2030 จะมีประชากรชาวมุสลิมเพิ่มมากกว่า 3 พันล้านคน คิดเป็นร้อยละ 31.1 หรืออาจมากกว่า 1 ใน 3 ของประชากรโลก ซึ่งประเทศไทยถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 2 ของความนิยมในการเดินทางนอกกลุ่มประเทศมุสลิม โดยผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวต้องมีบริการอาหารฮาลาล รวมถึงการเพิ่มพื้นที่สำหรับการทำละหมาดและการดูแลในช่วงของเดือนรอมฎอน ไม่มีกิจกรรมในเชิงบันเทิงที่ขัดต่อหลักศาสนาอิสลาม (Sangkhaorn & Meangdeag, 2019) อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เริ่มต้นโครงการ Make My Day เพื่อผลักดันกระบวนการส่งเสริมการขายของแหล่งท่องเที่ยวในเขตภาคกลาง พร้อมกับการให้สิทธิประโยชน์กับการท่องเที่ยวในระยะเวลา 2 วัน 1 คืน รวมถึงการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองกลุ่มที่ชอบกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบสายชิลด์ในการเยี่ยมชมเมืองเก่าในการเดินทางไปในแต่ละเส้นทาง ซึ่งกลายเป็น 1 ใน 6 มาตรการลดหย่อนภาษีช่วยชาติ ตามรายการค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง แต่ไม่เกิน 20,000 บาท (Meekgan, 2019)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมส่วนใหญ่ที่เดินทางในเขตภาคกลาง นิยมเดินทางเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวของแต่ละเมืองที่มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตที่ไม่เร่งรีบเกินไปเหมือนกรุงเทพมหานคร จึงปฏิเสธการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยวที่มีผู้คนจำนวนมาก เน้นความสงบจิตใจ ร่วมกับการออกเดินทางกับสมาชิกในครอบครัวและเครือญาติ โดยให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนาระหว่างดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว อาทิ การละหมาด และการรับประทานอาหารฮาลาล รวมทั้งยังมีความคาดหวังให้มีการจัดโปรแกรมนำเที่ยวเฉพาะกลุ่มมุสลิมชาวไทย ทั้งพบว่าแหล่งท่องเที่ยวในเขตภาคกลางยังมีปัจจัยสนับสนุนต่าง ๆ ส่งผลให้ชาวมุสลิมเกิดความต้องการที่ออกเดินทาง เช่น การแสวงหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ สิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานที่มีความปลอดภัย เป็นต้น (Kawgenarong & Assararat, 2019) นอกจากนี้กระแสการตอบรับการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองในภูมิภาคต่าง ๆ มีการพัฒนารูปแบบกิจกรรมที่เป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เริ่มต้นจากการนำเสนออัตลักษณ์ของชุมชนที่กลุ่มเป้าหมายไม่เคยสัมผัสมาก่อน ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวมีความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมและข้อจำกัดทางศาสนา

ได้แก่ เครื่องแต่งกาย พิธีกรรมความเชื่อ และศาสนสถาน แต่นักท่องเที่ยวยังคงได้รับความรู้ในการเดินทางจากเนื้อหาการบรรยายของมัคคุเทศก์และแผ่นป้ายสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ควบคู่กับการซึมซับความงามของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวที่มีการปรับภูมิทัศน์ให้มีความอุดมสมบูรณ์อยู่เสมอ และการสร้างสรรค์สินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกให้มีมาตรฐานเพื่อจำหน่ายแก่กลุ่มนักท่องเที่ยว (Srilachai & PhuKirk , 2019)

การท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลางยังคงได้รับการสนับสนุนในด้านการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีส่วนช่วยในการชะลอปัญหาจากการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่นำสู่ความเสื่อมโทรมในอนาคต รวมทั้งเป็นการตอบสนองนโยบายของรัฐที่ต้องการปรับเปลี่ยนเมืองผ่านให้กลายเป็นพื้นที่เป้าหมายใหม่ในการรองรับนักท่องเที่ยวและก่อให้เกิดการสร้างรายได้ไปยังแหล่งชุมชนอย่างมีคุณภาพตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 ซึ่งต้องอาศัยนักท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึกที่ดีและมีความต้องการออกเดินทาง เพื่อค้นหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเป็นอีกหนึ่งกลุ่มตลาดเป้าหมายที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งมีความต้องการที่แสวงหาความเรียบง่ายในสถานที่ต่าง ๆ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “แนวทางการยกระดับศักยภาพทางการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลาง เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสัญชาติไทย” เพื่อให้เกิดความเข้าใจในพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดเฉพาะที่มีภูมิหลังที่เกี่ยวข้องกับศาสนา อีกทั้งกลุ่มผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังสามารถนำผลการศึกษาไปพัฒนาและปรับปรุงทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลางในแต่ละจังหวัด ให้เกิดความเหมาะสมต่อการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย และเป็นแนวทางการบริหารความสัมพันธ์ที่ตระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ชุมชนท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

1. แรงจูงใจของชาวมุสลิม ที่ส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลางของประเทศไทย เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสัญชาติไทยเป็นอย่างไร
2. แนวทางการยกระดับศักยภาพทางการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลาง เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสัญชาติเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของชาวมุสลิม ที่ส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลางของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาแนวทางการยกระดับศักยภาพทางการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลางของประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีวิจัย

เชิงปริมาณเป็นหลักและวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเสริมเพื่อขยายความให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้วิจัยกำหนดแนวทางการศึกษาตามระเบียบวิธีวิจัยแต่ละประเภทดังนี้

1. แรงจูงใจของชาวมุสลิมที่ส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลางของประเทศไทย เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสัญชาติไทย เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณด้วยการวิเคราะห์อิทธิพลของสมมติฐานด้วยการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) โดยกำหนดขั้นตอนย่อยดังนี้

1.1 ประชากรคือ นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสัญชาติไทยที่กำลังเดินทางและท่องเที่ยวอยู่ในเขตเมืองรองภาคกลางของประเทศไทย 7 จังหวัด ได้แก่ ชัยนาท ราชบุรี สมุทรสงคราม ลพบุรี สิงห์บุรี สุพรรณบุรี และอ่างทอง โดยผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามแนวทางของ Cochran มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 คน (Cochran, 1977) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสุ่มแบบโควตาในแต่ละจังหวัดเท่า ๆ กัน โดยแบ่งเป็นจังหวัดละ 55 คน

1.2 ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยสร้างแบบจำลองชุดคำถามแบบปลายปิด จำนวนทั้งหมด 33 ข้อ แบ่งเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสัญชาติไทย มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย และวัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยว ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นที่เกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสัญชาติไทยที่เป็นตัวแปรต้นทั้ง 6 ด้าน จำนวน 18 ข้อ ได้แก่ ด้านนโยบายการลดหย่อนภาษี ด้านอาหารท้องถิ่น ด้านราคา ด้านแรงจูงใจ ด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านความภาคภูมิใจ ส่วนที่ 3 ความต้องการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลางของประเทศไทยที่เป็นตัวแปรตาม จำนวน 7 ข้อ ซึ่งส่วนที่ 2 และ 3 ใช้มาตรฐานส่วนแบบประเมินค่า (Rating Scales) จำนวน 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของระดับแรงจูงใจโดยใช้การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย มีรายละเอียดดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.24-5.00 หมายถึง มีแรงจูงใจในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.43-4.23 หมายถึง มีแรงจูงใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 2.62-3.42 หมายถึง มีแรงจูงใจในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.81-2.61 หมายถึง มีแรงจูงใจในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง มีแรงจูงใจในระดับน้อยที่สุด

1.3 การทดสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหา (Context Validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากแนวคิดทฤษฎีตามด้วยค่าเที่ยงตรง IOC (Index of Item Objective Congruence) ซึ่งได้รับการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการจัดการโรงแรมรวมถึงการจัดการทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 3 ท่าน มีค่าเฉลี่ยรายข้อที่มากกว่า 0.5 ทุกข้อ โดยข้อคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสัญชาติไทยที่เป็นตัวแปรต้นทั้ง 6 ด้าน จำนวน 18 ข้อ และความต้องการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลางของประเทศไทยที่เป็นตัวแปรตาม จำนวน 7 ข้อ

1.4 การตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำนวน 30 ตัวอย่าง ที่มีลักษณะใกล้เคียงเพื่อทดสอบความเข้าใจในข้อคำถามของกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงการเก็บรวบรวมข้อมูลและการนำข้อมูลหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability)

โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha) ได้ค่าความสัมพันธ์ของแบบสอบถามทั้งหมดที่ 0.97 ค่าเชื่อมั่นที่มากกว่า 0.7 สามารถนำแบบสอบถามไปใช้ในขั้นตอนต่อไปได้

1.5 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการถดถอยเชิงพหุคูณ เพื่อพยากรณ์แรงจูงใจ ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ (1) นโยบายการลดหย่อนภาษี (2) อาหารท้องถิ่น (3) ราคา (4) การพักผ่อนหย่อนใจ (5) แหล่งท่องเที่ยว (6) ความภูมิใจ ที่อาจส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลางของประเทศไทย โดยใช้เทคนิคการเลือกตัวแปรโดยวิธีเพิ่มตัวแปรอิสระแบบขั้นตอน

2. แนวทางการยกระดับศักยภาพทางการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลาง เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสัญชาติไทย เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีวิทยาแบบกรณีศึกษาเฉพาะ (Case Study Approach) โดยกำหนดเป็นขั้นตอนย่อยดังต่อไปนี้

2.1 ผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาโดยคัดเลือกแบบเจาะจง เป็นเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในเขตเมืองรองภาคกลาง 7 จังหวัด จังหวัดละ 1 คน ผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละคนมีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลการท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า 10 ปี มีหน้าที่สำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลทางสถิติการท่องเที่ยวและการจัดการรูปแบบการประชาสัมพันธ์ในแต่ละจังหวัด

2.2 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยเป็นแนวคำถามกึ่งโครงสร้าง ปลายเปิดที่นำผลการศึกษาจากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ร่วมกับแหล่งข้อมูลทุติยภูมิจากหนังสือ ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสังเคราะห์เป็นข้อคำถามที่อธิบายเกี่ยวกับการยกระดับศักยภาพทางการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลาง เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสัญชาติไทย โดยแบ่งประเด็นสำคัญได้ 6 ข้อหลัก ประกอบด้วย (1) ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมภายในแหล่งท่องเที่ยวเขตเมืองรองภาคกลางคืออะไร (2) สภาพแวดล้อมและทรัพยากรที่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางมาเที่ยวเขตเมืองรองภาคกลางมีลักษณะอย่างไร (3) การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในเขตเมืองรองภาคกลางควรมีรูปแบบอย่างไร (4) การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเพื่อเป็นศูนย์กลางอาเซียนที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในเขตเมืองรองภาคกลางควรเป็นอย่างไร (5) การยกระดับการมีส่วนร่วมทางสังคมที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในเขตเมืองรองภาคกลางควรให้ความสำคัญกับประเด็นใด และ (6) การพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในเขตเมืองรองภาคกลางมีแนวทางอย่างไร พร้อมกันนี้การวิจัยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบคู่ขนานด้วยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยพิจารณาจากสภาพแวดล้อมในปรากฏการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเมืองรอง

2.3 ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลและแปรผลจากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในเขตเมืองรองภาคกลาง 7 จังหวัด มีการบันทึกข้อมูลโดยการจดบันทึกลงสมุดและบันทึกเสียง รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและถอดความหมาย โดยการเปรียบเทียบข้อมูลจากเหตุการณ์ด้วยการลดทอนข้อมูล (Data Reduction) ด้วยการจับคู่ข้อมูลที่มีความคล้ายกันมาไว้ด้วยกัน ร่วมกับการนำข้อมูลจากบริเวณแวดล้อมเข้ามาเพื่อเติม (Yin, 2003) เพื่อนำไปสู่การสรุปผลการศึกษาและอภิปรายผลข้อมูลให้ถูกต้องตามวัตถุประสงค์การวิจัย

2.4 ผู้วิจัยตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยหลักทฤษฎีแบบสามเส้า (Triangulation) ประกอบด้วย (1) ด้านแหล่งข้อมูลที่มีแหล่งที่มาแตกต่างกัน ได้แก่ เวลา ผู้ให้ข้อมูลหลัก และสถานที่ (2) ด้านจำนวนผู้จัดทำวิจัยแต่ละคนที่มีข้อมูลแตกต่างกัน โดยใช้ผู้ทำวิจัยมากกว่า 1 คน ร่วมวิเคราะห์และตีความจากการสัมภาษณ์ผ่านมุมมองของแต่ละบุคคล และ (3) ด้านแนวคิดทฤษฎีที่ปรากฏอยู่ในการทบทวนวรรณกรรม

ผลการวิจัย

1. แรงจูงใจของชาวมุสลิมที่ส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลางของประเทศไทยเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสัญชาติไทยพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 72.5 ส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 85.0 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 51.9 อาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 82.5 ภูมิลำเนาภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 37.5 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 80.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 77.5 และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางส่วนใหญ่เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 82.5 สำหรับระดับแรงจูงใจของชาวมุสลิมในแต่ละด้าน รายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับแรงจูงใจของชาวมุสลิมต่อความต้องการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลางของประเทศไทย

ตัวแปร	\bar{X}	SD	แปลผล
ด้านนโยบายการลดหย่อนภาษี (Tax Deduction Policy)	3.85	0.69	มาก
ด้านราคา (Price)	3.75	0.74	มาก
ด้านอาหารท้องถิ่น (Local Food)	3.97	0.86	มาก
ด้านการพักผ่อนหย่อนใจ (Relaxation)	3.90	0.71	มาก
ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)	4.08	0.66	มาก
ด้านความภูมิใจ (Pride)	4.08	0.53	มาก
ความต้องการท่องเที่ยวเมืองรองของชาวมุสลิม	4.08	0.62	มาก
รวม	3.95	0.82	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงระดับแรงจูงใจของชาวมุสลิม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, $SD = 0.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านความต้องการท่องเที่ยวเมืองรองของชาวมุสลิม และด้านความภูมิใจ (Pride) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, $SD = 0.66$) ($\bar{X} = 4.08$, $SD = 0.62$) และ ($\bar{X} = 4.08$, $SD = 0.53$) รองลงมา คือ ด้านอาหารท้องถิ่น (Local Food) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, $SD = 0.86$) ด้านการพักผ่อนหย่อนใจ (Relaxation) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, $SD = 0.71$) ด้านนโยบายการลดหย่อนภาษี (Tax Deduction Policy) อยู่

ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, $SD = 0.69$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยที่ต่ำที่สุด คือ ด้านราคาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, $SD = 0.74$) ตามลำดับ สำหรับระดับความต้องการท่องเที่ยวเมืองรองของชาวมุสลิม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, $SD = 0.62$)

ตารางที่ 2 แรงจูงใจของชาวมุสลิมที่ส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลางของประเทศไทย

ตัวแปร	b	S.D.	Beta	t	Sig.
(Constant)	1.18	0.30		3.87	0.00
ด้านนโยบายลดหย่อนภาษี	0.67	0.12	0.65	5.39	0.00
ด้านอาหารท้องถิ่น	0.57	0.11	0.64	5.21	0.00
ด้านราคา	0.89	0.11	0.77	7.59	0.00

Adjusted $R^2 = 0.69$; Durbin - Watson = 1.82; $R^2 = 0.512$, $SE_{est} = .35124$, $F = 67.766$, $p = 0.00$
สมการถดถอยพหุคูณ: $Y = 1.18 + 0.65 + 0.64 + 0.77$ [$Y =$ ตัวแปรตาม คือ ความต้องการท่องเที่ยวเมืองรอง เขตภาคกลางของประเทศไทย ในมุมมองชาวมุสลิม]

จากตารางที่ 2 แรงจูงใจของชาวมุสลิมที่ส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลางของประเทศไทยพบว่า ความต้องการท่องเที่ยวเมืองรองในมุมมองของชาวมุสลิม ด้านนโยบายลดหย่อนภาษี ด้านอาหารท้องถิ่น และด้านราคา สามารถพยากรณ์ความต้องการท่องเที่ยวเมืองรองเขตภาคกลางของประเทศไทยในมุมมองของชาวมุสลิม คิดเป็นร้อยละ 69 โดยมีตัวพยากรณ์ที่สำคัญที่สุดคือ ด้านราคา รองลงมา คือ ด้านนโยบายลดหย่อนภาษี และด้านอาหารท้องถิ่น มีค่าเท่ากับ 0.77, 0.65 และ 0.64 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า แรงจูงใจของชาวมุสลิมทั้ง 6 ด้าน มีเพียง 3 ด้านเท่านั้น ส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลางของประเทศไทย

2. แนวทางการยกระดับศักยภาพทางการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลาง เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสัญชาติไทย โดยผู้วิจัยได้ขยายรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความชัดเจนในการพัฒนาจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่า

2.1 ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมภายในแหล่งท่องเที่ยวเขตเมืองรองภาคกลาง จากผลการศึกษาพบว่า เขตเมืองรองภาคกลางส่วนใหญ่มีเพียงไม่กี่จังหวัดที่กำลังประสบปัญหาเกี่ยวกับเรื่องของรายการอาหารที่ไม่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจะต้องรับประทานอาหารที่ปราศจากเนื้อหมู หรือที่เรียกว่าอาหารฮาลาล ซึ่งเป็นรายการอาหารพิเศษที่จัดทำขึ้นสำหรับกลุ่มชาวมุสลิมโดยเฉพาะ จากการสำรวจในปัจจุบันอาหารฮาลาลมีต่ำกว่า 4 ร้านในแต่ละจังหวัด ซึ่งแต่ละร้านยังไม่ได้รับการประชาสัมพันธ์ในสื่อประเภทต่าง ๆ ของสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่นเดียวกันหลายเมืองรองหลายจังหวัดที่พบว่า ศาสนสถานไม่ถึง 7 แห่งทั้งในและนอกตัวเมือง จึงทำให้เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว

ของชาวมุสลิมที่ต้องการเยี่ยมชมและประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ดังนั้นทำให้แหล่งท่องเที่ยว
เขตเมืองรองภาคกลางยังไม่ได้ได้รับความนิยมในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวมากนัก

2.2 สภาพแวดล้อมและทรัพยากรที่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางมา
เที่ยวเขตเมืองรองภาคกลาง

2.2.1 ความน่าเชื่อถือและสิ่งดึงดูดใจ (Authentic) จากผลการศึกษาพบว่า
สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในเขตเมืองรองภาคกลางส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของ
อาหารกิจกรรมและศาสนสถานเป็นหลัก อาทิ จังหวัดสุพรรณบุรีจะเน้นการนำเสนอในรูปแบบของ
ร้านอาหารฮาลาลที่มีทั้งหมด 4 ร้าน ที่มีรายการอาหารไม่ต่ำกว่า 15 รายการต่อวัน ในขณะที่จังหวัด
ลพบุรีนอกจากจะมีร้านอาหารฮาลาล ทางจังหวัดยังมีการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ
คือ ฟุ้งทานตะวันที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีพื้นที่กว้างถึง 355 ไร่ ซึ่งภายในฟุ้งทานตะวันยังมีกิจกรรม
นั่งรถไฟชมทุ่ง และยังสามารถมองเห็นภูเขาจีนอีกด้วย ส่วนจังหวัดราชบุรีนำเสนอกิจกรรมการ
ท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวเป็นหลัก เช่น กิจกรรมล่องเรือ การแกะสลักผลไม้ เป็นต้น ซึ่งเป็นกิจกรรม
ที่นักท่องเที่ยวจะได้เที่ยวชมวิถีชีวิตของคนในชุมชน รวมถึงการทำกิจกรรมการมีส่วนร่วมกันกับคน
ในชุมชน ในขณะที่จังหวัดสมุทรสงครามนำเสนอกิจกรรมหลักของจังหวัด คือ การวาดภาพสี
เบญจรงค์ และกิจกรรมเรียนรู้วิถีชีวิตในท้องถิ่นร่วมกับชาวบ้าน ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ
จังหวัดสมุทรสงคราม รวมทั้งยังเป็นการสร้างประสบการณ์ในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี อีกทั้งยังเป็นการ
สร้างรายได้ให้กับชุมชน

2.2.2 ความเหมาะสมกับอัตราค่าบริการ (Affordable) พบว่า สำนักงานการ
ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในเขตเมืองรองภาคกลางส่วนใหญ่มีการจัดเก็บค่าบริการที่ไม่สูงมาก ซึ่งยัง
แสดงความคิดเห็นที่สอดคล้องกันในด้านของความเท่าเทียม โดยจะมีการดำเนินการแบ่งระดับราคา
ออกเป็น 4 รูปแบบ ประกอบด้วย ชาวต่างชาติ ชาวไทย นักเรียน-นักศึกษา และผู้สูงอายุ ไม่มีการ
แบ่งแยกเป็นศาสนา อาทิ กรณีที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่นับถือศาสนาอิสลาม การเก็บอัตรา
ค่าบริการจะเป็นการเก็บในราคาของชาวไทย ส่วนในเรื่องค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เกี่ยวกับ ค่าอาหาร ค่าที่พัก
และค่าของที่ระลึก จะมีการชำระตามราคาที่สถานประกอบการเป็นผู้กำหนดเป็นราคาเดียวกันทุก
กลุ่มเช่นเดียวกัน

2.2.3 การเข้าถึงสะดวก (Accessible) พบว่า เขตเมืองรองภาคกลางในแต่ละจังหวัด
มีการนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเว็บไซต์ของสำนักงานการท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทยเป็นหลัก อาทิ จังหวัดสุพรรณบุรีและสมุทรสงครามได้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ใน
การเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์ของสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญภายในจังหวัด
ในขณะที่สำนักงานลพบุรีได้นำเสนอข้อมูลด้วยการจัดทำปฏิทินสำหรับการท่องเที่ยว ซึ่งเนื้อหาภายใน
ปฏิทินมีการระบุถึงเทศกาล สถานที่ท่องเที่ยว และกิจกรรมภายในเดือนต่าง ๆ ในหลายจังหวัดเลือกที่
มีการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันโดยระบุถึงฤดูกาลท่องเที่ยว ร้านอาหาร และสถานที่ท่องเที่ยว
ในแต่ละเดือน ตลอดจนร้านอาหารขึ้นชื่อที่เป็นทั้งอาหารไทย อาหารฮาลาล และอาหารประเภทอื่น ๆ
ให้กับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม และนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น และยังมีการสื่อสารสังคมออนไลน์ยอดนิยมอย่าง
Facebook ภายใต้ความดูแลของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในบางจังหวัด เพื่อเป็นช่อง
ทางการติดต่อกับนักท่องเที่ยวได้โดยตรง

2.3 การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในเขตเมืองรองภาคกลางพบว่า สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในเขตเมืองรองภาคกลางหลายจังหวัด เช่น จังหวัดลพบุรีและสุพรรณบุรีมีการนำเสนอรูปแบบของการท่องเที่ยวผ่านสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกษตรแปรรูป เช่น น้ำผึ้งดอกไม้นานาพันธุ์ ดินสอพองสมุทรไพร ข้าวกล้องหอมนิล เป็นต้น เพื่อสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งผ่านสินค้าที่สามารถนำไปใช้อุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน ในขณะที่จังหวัดอื่น ๆ ยังเลือกจะนำเสนอกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านวิถีชีวิตที่เป็นการประกอบอาหารและขนมไทย เช่น การสอนทำข้าวต้มชู้ย้อ ส้มตำ ไก่อบโอ่ง ขนมครก ขนมเบื้อง เป็นต้น โดยมีการคัดเลือกรายการอาหารที่มีรสชาติกลาง ๆ ไม่เน้นเครื่องปรุงที่มีรสจัด หลีกเลี่ยงการใช้เครื่องปรุงที่ให้ความหวาน ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวเหล่านี้มีความเหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวทุกเชื้อชาติ ทุกศาสนา และทุกช่วงวัย

2.4 การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเพื่อเป็นศูนย์กลางอาเซียนที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในเขตเมืองรองภาคกลาง จากผลการศึกษาพบว่า สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในเขตเมืองรองภาคกลาง จังหวัดสุพรรณบุรี ราชบุรี และสมุทรสงคราม ได้นำเสนอการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่อาเซียนเป็นการจัดนิทรรศการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เพื่อนำเสนอแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดเมืองรอง รวมไปถึงเป็นการประชาสัมพันธ์ถึงสินค้าและบริการ ประเพณี และกิจกรรมต่าง ๆ ไปยังนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม แต่ที่สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคกลางอื่น ๆ ในเขตเมืองรอง กลับยังไม่มียุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสู่อาเซียน เนื่องจากนโยบายนี้ เป็นนโยบายของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่มีทำเลที่ตั้งติดกับชายแดนใกล้กับประเทศ เพื่อดึงดูดให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้นเท่านั้น

2.5 การยกระดับการมีส่วนร่วมทางสังคมที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในเขตเมืองรองภาคกลาง จากผลการศึกษาพบว่า สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในเขตเมืองรองภาคกลางส่วนใหญ่ได้นำเสนอสินค้าและบริการของชุมชน โดยอาศัยการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐบาล เอกชน และชุมชน ที่จะต้องมีการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพออกมาในรูปแบบของร่างแผนพัฒนาส่งเสริมศักยภาพชุมชน ภายในได้มีการระบุเนื้อหาของแต่ละกลุ่มจำนวนมาก ในขณะที่สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดสมุทรสงคราม ได้เลือกที่จะนำเสนอกิจกรรม สถานที่ท่องเที่ยว และศาสนสถานเป็นหลักแก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่คาดว่าจะตอบสนองความต้องการของชาวมุสลิม เช่น ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดน้ำท่าคา ตลาดร่มหุบ พิพิธภัณฑ์บ้านขนมไทย เป็นต้น

2.6 แนวทางการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในเขตเมืองรองภาคกลาง

2.6.1 การพัฒนาภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม จากผลการศึกษาพบว่า สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในเขตเมืองรองภาคกลาง ทั้ง 7 จังหวัด มีความเห็นที่สอดคล้องกันในการพัฒนาภูมิทัศน์ของสถานที่ท่องเที่ยว ศาสนสถาน การคมนาคม และแหล่งชุมชนเป็นหลัก โดยการดูแลเส้นทางการเข้าถึงของสถานที่ท่องเที่ยว การปรับปรุงภูมิทัศน์ให้เป็นระเบียบและมีความสวยงาม ตลอดจนการดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เนื่องจากเป็นสถานที่ที่สร้างรายได้ให้กับชุมชน

2.6.2 การพัฒนาระบบสาธารณูปโภคเพื่อรองรับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากผลการศึกษาพบว่า สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในเขตเมืองรองภาคกลาง ทั้ง 7 จังหวัด ให้ความเห็นเกี่ยวกับคำจำเป็นในการเร่งพัฒนาระบบสาธารณูปโภคเป็นหลัก เนื่องจากเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยว เช่น ห้องสุขา การคมนาคม ไฟฟ้า น้ำประปา เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่จะถูกกำกับดูแลโดยสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาพร้อมมือกับหน่วยงานภายในจังหวัด เพื่อที่จะนำไปปรับปรุงและพัฒนาระบบสาธารณูปโภคภายในจังหวัดให้ดีขึ้น

อภิปรายผล

1. แรงจูงใจของชาวมุสลิมที่ส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลางของประเทศไทย เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสัญชาติไทย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองในเขตเมืองรองเขตภาคกลางส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพแวดล้อมทางกายภาพและกิจกรรมที่ให้เลือกได้หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sungkhangduang & Rungchuang (2017) พบว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมต่อการจัดการการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจะนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่และภูเก็ตเพื่อต้องการพักผ่อนในสถานที่ที่เป็นชายหาดทะเลที่สวยงาม โดยจุดเด่นของพื้นที่เป้าหมายจะมีการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวได้ทุกช่วงฤดูกาล นอกจากนี้ ผลการศึกษายังได้อธิบายถึงแรงจูงใจทั้ง 3 ด้านที่ส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลางของประเทศไทยมีรายละเอียดที่สามารถอธิบายได้ดังนี้

1.1 แรงจูงใจด้านนโยบายลดหย่อนภาษีซึ่งส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลาง ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สามารถลดภาระค่าใช้จ่ายหลังจากการเดินทางตามนโยบายของรัฐบาล เปรียบเสมือนการออกมาเดินทางที่ใช้งบประมาณที่น้อยลงจากการเดินทางท่องเที่ยวตามปกติ รวมทั้งการเดินทางไปยังเมืองรองแต่ละจังหวัดยังช่วยเพิ่มโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นได้มีรายได้จากการเข้ามาประชาอาชีพในธุรกิจไม้อุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว เช่น ที่พักแรม ร้านอาหาร ศูนย์จำหน่ายสินค้าของฝากของที่ระลึก เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thithawn (2018) พบว่ามาตรการภาษีเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ “ซ้อปช่วยชาติ” ระหว่างปี พ.ศ. 2558-2560 รวมถึงควรมีการออกแบบมาตรการดังกล่าวส่งผลให้พฤติกรรมการใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างเปลี่ยนไปและจำนวนของผู้ใช้สิทธิในมาตรการมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปี ดังนั้นแรงจูงใจด้านนโยบายลดหย่อนภาษี จึงส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลางของประเทศไทย

1.2 แรงจูงใจด้านอาหารท้องถิ่นส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลาง ผลการศึกษาพบว่า เมืองรองภาคกลางในบางจังหวัดมีบริการอาหารฮาลาลที่มีกระบวนการผลิตที่สอดคล้องกับหลักศาสนา เพื่อเพิ่มความมั่นใจของนักท่องเที่ยวมุสลิม โดยทางร้านอาหารที่มีแสดงสัญลักษณ์ของฮาลาลหรือมีรูปดาวพระจันทร์ จะช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้าไปรับประทานอาหารได้ง่ายยิ่งขึ้นและยังบ่งบอกได้ถึงความโดดเด่นทางด้านรสชาติที่ชาวมุสลิมต้องการ บางครั้งนักท่องเที่ยวจะต้องมีการหาข้อมูลของร้านอาหารในลักษณะดังกล่าวจากแหล่งข้อมูลออนไลน์ และรายการอาหารควรเพิ่มให้มีความหลากหลายในการเลือกรับประทานแต่ละครั้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bunnak

(2015) พบว่าการบริการอาหารแก่นักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่สำคัญในการบริการด้านหนึ่งที่มีความสำคัญต่อความต้องการ โดยเฉพาะการนำเสนอรูปแบบอาหารท้องถิ่นจะต้องประกอบไปด้วยอาหารมีให้เลือกหลากหลาย วิธีการรับประทานที่เป็นเอกลักษณ์และการคงเอกลักษณ์ท้องถิ่น ดังนั้นแรงจูงใจด้านอาหารจึงส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลางของประเทศไทย

1.3 แรงจูงใจด้านราคาส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลาง ผลการศึกษาพบว่าแต่ละจังหวัดมีการกำหนดอัตราค่าบริการที่มีความเหมาะสมที่กำลังอยู่ในช่วงของการประชาสัมพันธ์ จึงมีราคาที่ไม่สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับเมืองใหญ่ที่ได้รับความนิยมมานาน เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบริการยานพาหนะท้องถิ่น เป็นต้น รวมทั้งการธุรกิจบริการในแต่ละจังหวัดมีระดับราคาให้เลือกตามความพร้อมในการจ่าย นอกจากนี้ ในบางจังหวัด อาทิ ลพบุรี ได้มีการจัดทำแพ็คเกจท่องเที่ยวที่รวมบริการหลากหลายประเภทในราคาประหยัด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nunabe (2016) พบว่าปัจจัยด้านราคาที่เหมาะสมจะต้องมีการผสมผสานเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม เป็นต้น เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวให้ความสนใจในการเดินทางได้เป็นจำนวนมาก ดังนั้นแรงจูงใจด้านราคาจึงส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลางของประเทศไทย

2. แนวทางการยกระดับศักยภาพทางการท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลาง เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสัญชาติไทย สามารถอธิบายแต่ละประเด็นดังนี้

2.1 ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมภายในแหล่งท่องเที่ยวเขตเมืองรองภาคกลาง พบว่าปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเดินทางท่องเที่ยวเมืองรองในเขตภาคกลาง ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องอาหาร เนื่องจากชาวมุสลิมมีความจำเป็นต้องรับประทานอาหารที่ผ่านกรรมวิธีโดยชาวมุสลิมหรืออาหารที่มีสัญลักษณ์ฮาลาลกำกับเอาไว้ในแต่ละร้านเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจและความน่าเชื่อถือในการรับประทาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nunabe (2016) พบว่าอาหารฮาลาลที่ผ่านกรรมวิธีในการทำผสมปรุงประกอบหรือแปรรูปตามหลักศาสนาบัญญัติเป็นการรับประกันว่าชาวมุสลิมโดยทั่วไปสามารถบริโภคอาหารหรืออุปโภคสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ได้นอกจากนี้อุปสรรคอีกประการหนึ่งคือ จำนวนศาสนสถานในเขตเมืองรองภาคกลางไม่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มตะวันออกกลางมีความเคร่งทางศาสนาการละหมาดวันละ 5 เวลา ซึ่งการที่เมืองรอง เขตภาคกลางมีจำนวนศาสนสถานไม่เพียงพอต่อการรองรับ จึงเป็นข้อจำกัดในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Phichayaphaibun (2018) พบว่าศาสนาอิสลามมีการปลูกฝังกันมาตั้งแต่เยาว์ชนในเรื่องของการปฏิบัติตามหลักศาสนาอย่างเคร่งครัด ทั้งในเรื่องของการละหมาด การถือศีลอดและการปฏิบัติทุกอย่างตามวิถีมุสลิม หากไม่ปฏิบัติตามหลักศาสนาอิสลามจะส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่รวมทั้งกิจกรรมการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ชาวมุสลิมจะต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้ที่จะประกอบพิธีกรรมทางศาสนาในแต่ละวันอีกด้วย

2.2 สภาพแวดล้อมและทรัพยากรที่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางมาเที่ยวเขตเมืองรองภาคกลาง พบว่าในเขตเมืองรองภาคกลางส่วนใหญ่กำลังให้ความสำคัญในเรื่องของอาหารกิจกรรมและศาสนสถานเป็นหลัก มีการนำเสนอการท่องเที่ยวในเรื่องของอาหารและการนำกิจกรรมต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องกับการเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น เพื่อการเรียนรู้ซึ่งกันและกันระหว่าง

ชาวพุทธและชาวมุสลิม มีการนำเสนอร้านอาหารฮาลาลให้เป็นที่สามารถดึงดูดใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Songsaengchai (2016) พบว่าการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย กล่าวคือประเทศไทยมีแนวโน้มการส่งออกอาหารฮาลาลเพิ่มมากขึ้นและเติบโตอย่างต่อเนื่อง แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในเรื่องของอาหารผ่านการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนรวมถึงภาคธุรกิจในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองรองภาคกลางรวมถึงมีการจัดเก็บอัตราค่าบริการสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียมส่วนใหญจะแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ประกอบด้วย ชาวต่างชาติ ชาวไทย นักเรียน นักศึกษา และผู้สูงอายุ ซึ่งไม่มีการแบ่งแยกเป็นศาสนา ทำให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถวางใจในเรื่องของความเหลื่อมล้ำในเรื่องอัตราค่าบริการ

2.3 การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในเขตเมืองรองภาคกลาง พบว่าการนำเสนอรูปแบบของการท่องเที่ยวผ่านสินค้าและบริการจากท้องถิ่นเป็นหลัก และนำเสนอที่รูปแบบของกิจกรรมและอาหาร โดยกิจกรรมจะต้องมีรูปแบบที่หลากหลาย อาทิ จังหวัดสมุทรสงครามการจัดการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชนเบญจรงค์ดอนไถ่ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถทำร่วมกันได้ทุกกลุ่ม ไม่ใช่จำกัดแค่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม สอดคล้องกับแนวคิดของ Battour & Ismail (2016) ที่แนะนำโอกาสทางธุรกิจและปัจจัยแห่งความสำเร็จของประเทศหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่ประชากรหลักไม่ใช่คนมุสลิมที่จำเป็นจะต้องเร่งพัฒนาแนวคิดและนวัตกรรมใหม่ ๆ ของสินค้า รวมถึงสินค้าการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมให้มี จำนวนเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ในทุกกลุ่มตลาดได้อย่างสมบูรณ์แบบ

2.4 การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเพื่อเป็นศูนย์กลางอาเซียนที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในเขตเมืองรองภาคกลาง พบว่า ภาพรวมของการนำเสนอรูปแบบของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในเขตเมืองรอง มีความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวผ่านสินค้าและบริการ และได้มีนำเสนอการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่อาเซียนด้วยการจัดนิทรรศการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เพื่อนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดเมืองรองภาคกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rattanaphongthara, Wongmontha, Takekhana & Praditphonlert (2016) พบว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ศูนย์กลางวัฒนธรรมอาเซียน โดยภาครัฐและเอกชนมีการจัดประชุมระหว่างประเทศเกิดจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมากขึ้นและยังมีการจัดนิทรรศการระหว่างประเทศบ่อยครั้งควรได้รับการส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมนิทรรศการและการลงทุนทางด้านของการท่องเที่ยว

2.5 การยกระดับการมีส่วนร่วมทางสังคมที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในเขตเมืองรองภาคกลางพบว่าการนำสินค้าและบริการของชุมชนการร่วมมือกับหน่วยงานรัฐบาล เอกชน รวมถึงถึงชุมชนเอง ต้องมีการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพ การส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวและศาสนสถานทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ไม่ใช่เพียงนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม โดยสำนักงานการท่องเที่ยวร่วมกับทุกหน่วยงานในการดูแลสถานที่ท่องเที่ยว ชุมชน และการคมนาคม ประกอบกับการสื่อสารที่สะดวกรวดเร็วในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยเฉพาะพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตที่เกี่ยวข้องกับโรคระบาดการก่อการร้าย การชุมนุมประท้วงและภัยพิบัติทางธรรมชาติส่งผลกระทบต่อท่องเที่ยวทั่วโลก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Yuwannatemi (2016) พบว่า

การรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับความเสี่ยงน้อยโดยนักท่องเที่ยวมีความกังวลเรื่องการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงมากที่สุด ซึ่งชุมชนและหน่วยงานรัฐบาลมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาได้จากการสังเกตสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวันได้

2.6 การพัฒนาระบบสาธารณสุขปศุสัตว์เพื่อรองรับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมพบว่าแต่ละจังหวัดมีการพัฒนาภูมิทัศน์ของสถานที่ท่องเที่ยว ศาสนสถาน การคมนาคม และแหล่งชุมชนเนื่องจากเป็นสถานที่ที่สร้างรายได้ให้กับชุมชนรวมไปถึงการพัฒนาสาธารณสุขปศุสัตว์ให้มีมาตรฐานที่นักท่องเที่ยวต้องใช้ในระหว่างการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวซึ่งดูแลโดยตรงจากสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาพร้อมมือกับหน่วยงานภายในจังหวัด เพื่อสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งชาวมุสลิม ชาวไทย ชาวต่างชาติ รวมทั้งการจัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้แก่ผู้นำชุมชนและชาวบ้านด้วยกิจกรรมการศึกษาดูงานแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีระบบการบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวกคล้อยกับงานวิจัยของ Sukbanjong (2016) พบว่า การพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวหน่วยงานภาครัฐมีการจัดการ วางแผนอย่างเป็นระบบสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเข้ามาพูดคุยกับผู้นำชุมชน ประชาชนและผู้ประกอบการในพื้นที่ เกี่ยวกับเรื่องการตรวจสอบความอุดมสมบูรณ์ของสิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศในพื้นที่ ประชาสัมพันธ์รณรงค์การอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ทุกคนในพื้นที่ตระหนักเห็นความสำคัญของธรรมชาติที่มีต่อการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาในเขตเมืองรองในภูมิภาคอื่น ๆ เช่น ภาคเหนือ ภาคใต้ เป็นต้น เพื่อเป็นการขยายผลการศึกษามีความแตกต่างทางด้านภูมิศาสตร์และประวัติศาสตร์
2. ควรเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนท้องถิ่นและกลุ่มผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวด้วยวิธีวิทยาเป็นการวิจัยแบบมีส่วนร่วม เพื่อผลการศึกษาที่เรียบเรียงออกมาเป็นเชิงของนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวและเป็นแนวทางการปฏิบัติในระดับท้องถิ่น
3. จากผลการวิจัย พบว่าปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเดินทางท่องเที่ยวเมืองรองในเขตภาคกลาง ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องอาหาร ดังนั้นผู้ประกอบการในธุรกิจร้านอาหาร ควรมุ่งเน้นการสร้าง ความมั่นใจและความน่าเชื่อถือในการรับประทาน โดยมีสัญลักษณ์ฮาลาลกำกับเอาไว้ในแต่ละร้าน เพื่อเป็นรองรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมและเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจร้านอาหารที่มาจากนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

References

- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practices, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*. 19,150 -154.
- Bunnak, A. (2015). *patchai thī mī 'itthiphon tō kān bōriphōk 'āhān thōngthin phāk tai khōng nakthōngthīeo chāo Thai* [Factors influencing local southern food consumption of Thai tourists]. Doctoral thesis. Siam University, Faculty of Business Administration, Marketing Program.
- Cochran, W. (1977). *Sampling Technique*. 3rd Edition. New York: John Wiley & Sons.

- Department of Tourism. (2018). **cḥattham ph̄aen̄ yutthasā phatthanākān̄ thōngthiēo Phō.Sō sōngphanhārōjhoksip'et - sōngphanhārōjhoksipī khōng krommakān̄ thōngthiēo** [The tourism development strategic plan 2018-2021 of department of tourism]. Bangkok: VIP Coppy Print.
- Kawgenarong, A., & Assararat, N. (2019). 'itthiphon s̄aeksōn̄ khōng khwām naphthū s̄atsanā 'Itsalam̄ thī mī tō'itthiphon khōng r̄aenḡ chūngch̄ai nai k̄anthōngthiēo [Influence of Islam on tourism motivation, satisfaction and loyalty to destinations]. **Chulalongkorn Business Review**. 41(162), 54-86.
- Meekgan, J. (2019). **namrōng kitchakam poēt tuakhō rōng k̄an̄ Make My Day thiēo muāng rōng phāk klāng** [Tourism authority of Thailand, activities launching the make my day tour for the secondary cities in the central region]. Retrieved from <https://www.posttoday.com/pr/610113>.
- Nunabe, S. (2016). **phruttikam phūbōriphōk thī song phon tō k̄antatsinch̄ai k̄anlūk sū 'āhān̄ halān̄ nai tōn̄ tai prathēt 'Indiā** [Consumer behavior and factors affecting the decision to buy Thai halal food of consumers in southern India]. Research report. Chulalongkorn University, Halal Science Center.
- Pichayaphaibun, W. (2018). withī Mutsalim kap khwām phūkphan tō lak s̄atsanā 'Itsalam̄ læ k̄anbangkhap chai kotmāi 'Itsalam̄ : chumchon sūan lūang 1. [Muslim way to commitment to Islamic principles and law enforcement. Islam: Suan Luang community 1]. **Graduate School Journal**. 13(2), 233-243.
- Rattanaphongthara, T., Wongmontha, S., Takekhana, C., & Praditphonlert, N. (2016). **k̄anbōrihān̄ ch̄atkān̄ muāng mōradok lōk 'Ayutthaya phūa k̄an thōngthiāng chōenḡ watthanatham** [Guidelines for development of cultural heritage tourism in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province]. **Academic journal Social Communication Innovation**. 4(2), 34-45.
- Sangkhakorn, K., & Meangdeag, K. (2019). **k̄anthōngthiēo hā lān̄** [Halal tourism]. Chiangmai: Social Research Institute Chiang Mai University.
- Songsaengchai, A. (2016). **k̄anch̄atkān̄ raprōng 'āhān̄ halān̄ thī song phon tō k̄ansāng khwām daipriāp thāngkān̄ khāngkhan khōng phūprakōpkān 'āhān̄ Thai** [Management of Halal food certification that affects the creation of competitive advantage of Thai food entrepreneurs]. Independent study, business administration Master. Bangkok University, Graduate School, Faculty of Business Administration.
- Srilachai, A., & PhuKrikk, B. (2019). **n̄aōthānḡ k̄anch̄atkān̄ k̄anthōngthiēo dōi chumchon yāng yangyūn̄ kōranī suksā chumchon bān khōkmūang tambon**

- chōn khē māk ‘amphœ prakhōn chai chāngwat burī ram [Guidelines for sustainable tourism management by community. A case study of Ban Khok Muang Community, Chorakhe Mak Subdistrict, Prakhon Chai District Buriram province]. **Journal of Graduate Studies, Valaya Alongkorn Rajabhat University In the royal patronage.** 12(1), 218-229.
- Sukbanjong, C. (2016). **kānphatthana kānthōngthīeo yāng yangyūn khōng lōngkæng nān motdæng ‘amphœ pā phayoṃ chāngwat Phatthalung** [Sustainable tourism development of Nhanmoddang rafting, Pa Phayom District, Phattalung Province]. Thesis M.A. Hospitality and Tourism Industry Management. Bangkok University, Graduate School, Humanities and Tourism Management, Hospitality and Tourism Industry Management.
- Sungkhangduang, T., & Rungchuang, C. (2017). **kānraprū radap kān bōrikān khōng nakthōngthīeo Mutsalim tō kānchātkaṅ kānthōngthīeo hā lā lō nai chāngwat Krabi læ Phuket** [Perception of service levels of Muslim tourists towards Halal tourism management. In Krabi and Phuket]. **Academic journal Faculty of Humanities and Social Sciences.** 13(1), 147-150.
- Thithawn, S. (2018). **phruttikam læ khwāmkhithen khōng phū sīa phāsī nai Krung Thēp Mahā Nakhōn tō māttrakaṅ phāsī phūa kratun sēthakit** [Behavior and opinions of tax payers in Bangkok towards Tax measures to stimulate the economy]. "Shop to help the nation" between 2015-2017, In the 2nd academic conference and national academic presentation. (pp. 559-570). Bangkok: University of the Thai Chamber of Commerce.
- Thongchim, P., & Tongsanoer, N. (2018). **kān chuām yōng kitchakam kānthōngthīeo phūa songcēm mūang thōngthīeo rōng kōrani sukṣā chumchon nōng thong ‘amphœ pā bōn chāngwat Phatthalung** [Linking Tourism Activities for Promote Secondary Tourist Cities Case Study Nong Thong Community, Pa Bon District, Phattalung Province]. In The 9th Hatyai National and International Conference. (pp.731-739). Songkla: Prince of Songkla University.
- Yin, R. K. (2003). **Case study research: design and methods.** Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Yuwannatemi, W. (2016). **kānraprū khwāmsīang khōng nakthōngthīeo tāng chāt thī doenthāng mā Thai** [Perceived the risk of foreign tourists traveling to Thailand]. Master of Arts Thesis. Dhurakij Pundit University, Faculty of Tourism and Hospitality, Tourism Management Program.