

บุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
ตามหลักฮาลาลในจังหวัดเชียงใหม่*

THE ANTECEDENTS AFFECTING THE DEVELOPMENT OF HALAL
TOURISM INDUSTRY IN CHIANG MAI PROVINCE

อมรา อารีย์

Amara Aree

ทวี แจ่มจำรัส

Tawee Jamjumrus

ดวงกมล คงเหลือ

Duangkamon Konglua

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand

E-mail: amare.aree@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยของการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การโฆษณา การสนับสนุนจากรัฐบาล การตราสินค้าฮาลาล การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก และการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล ในจังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาการโฆษณา การสนับสนุนจากรัฐบาล การตราสินค้าฮาลาล การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล ในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method Research) คือ การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เป็นมุสลิมและเดินทางมาท่องเที่ยวและพักค้างคืนในจังหวัดเชียงใหม่ไม่น้อยกว่า 1 คืน จำนวน 384 คน โดยใช้สูตรของคอกแรน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา และสถิติการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 7 กลุ่ม จำนวน 17 คน นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในภาพรวม เพื่อนำมาสนับสนุนการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยของการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การโฆษณา การสนับสนุนจากรัฐบาล การตราสินค้าฮาลาล การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก และการพัฒนาอุตสาหกรรม

* Received 20 November 2019; Revised 31 December 2019; Accepted 5 January 2020



ท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการตราสินค้าฮาลาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ด้านการโฆษณา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ด้านการสนับสนุนจากรัฐบาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ตามลำดับ

2. การโฆษณา การสนับสนุนจากรัฐบาล การตราสินค้าฮาลาล การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล โดยรวมมากที่สุด ได้แก่ การตราสินค้าฮาลาล โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแบบปรับมาตรฐานโดยรวมเท่ากับ 0.916 รองลงมา ได้แก่ การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแบบปรับมาตรฐานโดยรวมเท่ากับ 0.810 การสนับสนุนจากรัฐบาล มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแบบปรับมาตรฐานโดยรวมเท่ากับ 0.642 โดย ที่การโฆษณา มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแบบปรับมาตรฐานโดยรวมเท่ากับ 0.225 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาอิทธิพลโดยอ้อม พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามหลักฮาลาลโดยอ้อมสูงที่สุด ได้แก่ การตราสินค้าฮาลาล โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแบบปรับมาตรฐานโดยรวมเท่ากับ 0.806 รองลงมา ได้แก่ การสนับสนุนจากรัฐบาล มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแบบปรับมาตรฐานโดยรวมเท่ากับ 0.566 และการโฆษณา โดยมีค่าเท่ากับ 0.215 ตามลำดับ โดยที่ไม่มีอิทธิพลทางอ้อมส่งผ่านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกแต่อย่างใด

คำสำคัญ: บุพปัจจัย, การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล, จังหวัดเชียงใหม่

Abstract

The objectives of this research are 1) to study the factors of tourism development, advertisement, government support, Halal branding, facility management and tourism industry in accordance with the principles of 2) to study advertising, government support, halal branding, facilities management that influence industrial development According to the Halal principles of tourism in Chiang Mai, the research methodology is mixed (Mixed Method Research) is quantitative research. Sample groups are Thai and foreign tourists who are Muslims and travel and travel overnight in Chiang Mai. Not less than 1 night, 384 people using the formula of the Cranmer. The tool used in this research was a questionnaire. The statistics used to analyze the data. The



descriptive statistics and statistical analysis, structural equation modeling, qualitative research using in-depth interviews of key informants erotic 17 brings all the data were analyzed as a whole to support quantitative research.

The results of the research are:

1. The factors of tourism industry development, advertisement, government support, Halal branding, facilities management and the development of Halal tourism industry in Chiang Mai, as a whole are in High level, from highest to lowest, as follows: Halal branding, with an average of 3.93, for the development of tourism industry based on Halal principles, with average values 3. equal to 89 with an average of 3.84 advertising support from the government, with an average of 3. 83 and management facilities, with an average of 3.81 respectively.

2. Advertising, support from the government, Halal branding, facilities management, which influence the development of the Halal tourism industry in Chiang Mai, found that the factors that influence the development of tourism industry according to The most overall Halal principles are Halal branding, with the total weight of adjusted standard components equal to 0. 916, followed by the management of The standardized total component weight of 0. 810. Government support has the overall standardized component weight of 0. 642, with advertising having the standardized adjusted total weight of 0. 225, respectively, and when considering the indirect influence, it is found that the factors which have the highest influence on the development of tourism industry according to the Halal principle are: Halal brand with an element weight of the standard adjusted overall is 0.806, followed by the support from the government has an overall standardized weight of 0.566 and advertising, which is 0. 215, respectively, without indirect influence transmitted through facility management in any way.

Keywords: The Antecedents, Tourism Industry Development, Halal Tourism, Chiang Mai Province



บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายที่สุดประเทศหนึ่ง มีหาดเกาะนับร้อย สถานที่บันเทิงที่หลากหลาย มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่หลงใหลในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆของประเทศไทย อาหารไทยบางอย่างมีชื่อเสียงทั่วโลกโดยการนำเสนอไพร และเครื่องเทศมาปรุงในอาหาร มีการบริการต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวสนใจเริ่มจากร้านอาหารริมทางไปจนถึงภัตตาคาร โรมแรมใหญ่ นักท่องเที่ยวบางส่วนหลงใหลการนวดแผนไทย นวดฝ่าเท้า ตอกเส้น และสปาต่าง ๆ การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศ ทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม เกิดการกระจายรายได้สร้างอาชีพอย่างกว้างขวาง ประเทศที่พัฒนาแล้วจะมีเศรษฐกิจดีขึ้นอย่างมั่นคง ประกอบกับภาครัฐได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล (พ.ศ. 2559 - 2563) ที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการมุ่งเน้นการกำหนดมาตรฐาน และการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว บริการตามหลักฮาลาลในประเทศไทย โดยมีเนื้อหาที่กำหนดการปฏิบัติเกี่ยวกับการผลิตอาหารตามหลักฮาลาล การให้บริการของที่พักรวมตามหลักฮาลาล เพื่อขยายตลาดการท่องเที่ยวสู่กลุ่มคนมุสลิม ให้เป็นที่ยอมรับตามมาตรฐานสากล (อุมามพร บึงมม, 2559)

การท่องเที่ยวไทย ได้เล็งเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีมุสลิมเข้ามามีส่วนร่วม จึงสนับสนุนการท่องเที่ยวฮาลาล (Halal) ชาวอิหร่านนิยมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยในแต่ละปีมีชาวอิหร่านเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยกว่าปีละแสนคน อย่างไรก็ตามอิหร่านเป็นประเทศที่นับถือศาสนาอิสลามอย่างเคร่งครัด การบริการท่องเที่ยวสำหรับชาวอิหร่านจะต้องสอดคล้องตามหลักศาสนาอิสลามเช่นกัน การท่องเที่ยวฮาลาล (Halal) ถือว่าเป็นเรื่องใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของชาวมุสลิม เริ่มตั้งแต่การให้บริการจากประเทศต้นทางจนถึงประเทศปลายทาง เช่น โรงแรม การขนส่ง ร้านอาหาร การพักผ่อนหย่อนใจ รวมทั้งการให้ความบันเทิงต่าง จะต้องไม่ขัดกับหลักศาสนาอิสลาม นอกจากนี้ การจัดเตรียมสถานที่เพื่อปฏิบัติภารกิจทางศาสนา (ห้องละหมาด) จะต้องมีตลอดการเดินทางอีกด้วยการให้บริการโรงแรม สถานที่พัก อาหาร ฯลฯ จะต้องพิจารณาตามหลักการเงื่อนไขต่างๆ ที่ระบุไว้ตามหลักศาสนาอิสลาม เช่น ต้องละเว้นจากการให้บริการเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นส่วนผสม สระว่ายน้ำในโรงแรมต้องแยกบริเวณชาย-หญิง ออกจากกัน เป็นต้น (สำนักข่าวมุสลิมไทยโพสต์, 2559) สถานการณ์ด้านอุตสาหกรรมฮาลาลของประเทศไทยในปัจจุบัน สืบเนื่องมาจากแผนพัฒนาการเกษตร ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) ได้กำหนดทิศทางที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาด้านฮาลาลไว้ใน “ยุทธศาสตร์ พัฒนาขีดความสามารถในการผลิต การจัดการสินค้าเกษตร และความมั่นคงอาหาร” โดยได้กำหนดแนวทางการสนับสนุนการพัฒนาระบบตลาดสินค้าเกษตรในการส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์กลางการค้าสินค้าเกษตร (Hub)



และส่งเสริมให้มีการขยายตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2555)

ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางวัฒนธรรมล้านนาทางภาคเหนือมีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นอันมากเนื่องจากเป็นเมืองท่องเที่ยว และยังคงวัฒนธรรมอันดีงาม มีเอกลักษณ์เฉพาะด้าน ที่ยังคงสืบทอดกันมาอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศในกลุ่มตะวันออกกลาง (Nursanty, E., 2013) จังหวัดเชียงใหม่เป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มชาวมุสลิม ซึ่งโดยมากจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นกลุ่มในลักษณะรวมกันเป็นครอบครัว เพื่อสัมผัสกับบรรยากาศวัฒนธรรมที่สวยงาม และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติพร้อมกับการจับจ่ายซื้อของ ส่งผลให้ช่วยการกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชนได้เป็นอย่างมาก ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2560 มีนักท่องเที่ยวจากกลุ่มดังกล่าวเดินทางเข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่ราว 50,000 - 60,000 คน และคาดว่าในปี 2563 จะขยายตัวเพิ่มขึ้นราว 5 - 10% ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยปีละ 7 - 8 ล้านคน จะมีประชากรมุสลิมเข้ามาประมาณ 20% ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด (วิภาวัลย์ วรพุฒิพงศ์, 2561) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานเชียงใหม่ ได้ส่งเสริมการตลาดทั้งการจัดแสดงโรดโชว์ และการประชาสัมพันธ์ร่วมกับเอเยนซีทัวร์ จังหวัดเชียงใหม่ มีศักยภาพที่ค่อนข้างพร้อมสำหรับการรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มตะวันออกกลาง โดยมีแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลด้วยการขับเคลื่อนร่วมกับภาคเอกชน โดยเฉพาะการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลทั้งระบบให้ได้มาตรฐาน สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ส่งเสริม และพัฒนาย่านการค้าการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพ มีการพัฒนามาตรฐาน การท่องเที่ยว การสร้างการมีส่วนร่วม และเชื่อมโยงคนในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เผยแพร่งิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงรุกในรูปแบบต่างๆ เพื่อเป็นการต่อยอดสู่อาเซียน และระดับโลกต่อไป อาทิเช่น การบริการอาหารฮาลาล เพื่อการท่องเที่ยวจัดเตรียมสินค้า และบริการให้ถูกต้องตามหลักศาสนา เช่น อาหาร เครื่องสำอาง ภัตตาคาร โรงแรม สปา นวดแผนไทย เป็นต้น (สำนักข่าวมุสลิมไทยโพสต์, 2559) นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวมุสลิมทั่วโลกเป็นตลาดเฉพาะกลุ่มที่มีมูลค่าตลาด 126,100 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งคาดว่าจะเติบโตขึ้นร้อยละ 4.8% ต่อปีไปจนถึง ปี 2563 เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยทั่วโลกที่ร้อยละ 3% และจำนวนชาวมุสลิมทั่วโลกจะเพิ่มจาก 1,600 ล้านคน เป็น 2,200 ล้านคน ในปี 2573 หรือคิดเป็นร้อยละ 26.4% ของประชากรโลก (จิราวัตติ รัตนไพฑูรย์ชัย, 2556) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมนั้นมีจำนวนที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ จากการที่ชาวมุสลิมมีความต้องการที่แตกต่างในการเดินทาง (ศราวุฒิ อารีย์, 2559)

จากข้อมูลดังกล่าว การท่องเที่ยวและการเข้ามาท่องเที่ยวในเชียงใหม่จะเห็นได้ว่าการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวทุกปีซึ่งก่อให้เกิดรายได้ จำนวนที่เพิ่มขึ้นทำรายได้ให้กับ



อุตสาหกรรมระดับต้นๆ ทั้งที่การพัฒนาด้านการให้บริการยังไม่สามารถรับนักท่องเที่ยวได้ในทุกภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวที่เป็นมุสลิม ซึ่งในแต่ละปีมีจำนวนนักท่องเที่ยวมุสลิมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แต่ได้รับการบริการที่ไม่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลามโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านโภชนาการทั้งนี้เพราะผู้ประกอบการ มักคุเทศก์ บริษัททัวร์ ร้านอาหาร ตลอดจนห้องอาหารในโรงแรม ยังมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอิสลามไม่เพียงพอ และเนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เป็นมุสลิมในบางส่วนนิยมท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยไม่ผ่านการท่องเที่ยวจากผู้ประกอบการหรือบริษัททัวร์ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเจอปัญหาในเรื่องของการหาร้านอาหารฮาลาลมุสลิมค่อนข้างมีน้อย และไปใช้บริการต่างๆ ในร้านที่ไม่ได้รับการรับรองฮาลาลโดยไม่ตั้งใจ และบางบริษัททัวร์ ได้มีการรับรองนักท่องเที่ยวแบบไม่มีความรู้เกี่ยวกับอิสลามมากพอ อาจทำให้การบริการนักท่องเที่ยวมุสลิมไม่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลามโดยไม่ตั้งใจ ส่วนในภาพรวม ร้านอาหารที่ฮาลาลในเชียงใหม่จะมีเฉพาะในตัวเมืองเพียงจำนวนบางส่วน ในเขตนอกเมืองจะไม่มีร้านอาหารฮาลาลบริการนักท่องเที่ยว แต่จำนวนนักท่องเที่ยวที่เป็นมุสลิมที่เข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ สิ่งสำคัญที่เราควรตระหนักนั่นคือ ในส่วนของโรงแรมที่พัก ซึ่งเป็นจุดแรกที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาต้องวางแผนและเลือกเป็นอันดับแรก ดังนั้น โรงแรมที่พักจึงเป็นจุดแรกที่จะสามารถสื่อสารและถ่ายทอดข้อมูลที่ต้องการให้กับนักท่องเที่ยวได้ โดยโรงแรมในปัจจุบันควรมีบริการร่วมกับกิจกรรมอื่นๆ อาทิ เช่น ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว หรือการอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติศาสนกิจแก่กลุ่มลูกค้าที่มีหลักปฏิบัติอย่างเคร่งครัด อย่างเช่น กลุ่มคนที่นับถือศาสนาอิสลาม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับ “บุพปัจจัยที่มีต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามหลักฮาลาลในจังหวัดเชียงใหม่” ซึ่งเป็นการศึกษาทางการตลาด และรูปแบบการท่องเที่ยวตามหลักฮาลาลในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้วิจัยจะทำการศึกษาริบท สภาพปัญหาการท่องเที่ยวฮาลาล สิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับการท่องเที่ยวฮาลาลของจังหวัดเชียงใหม่ โดยเริ่มจากสิ่งแวดล้อม บุคลากรที่เกี่ยวข้อง สถานที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยว อาหารสำหรับให้บริการกับนักท่องเที่ยวโดยต้องปฏิบัติตามหลักของฮาลาล รวมถึงศึกษาโครงสร้างทางการตลาดของการให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมมองเห็นตำแหน่งทางการตลาด และรูปแบบการให้บริการตามหลักฮาลาล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยของการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การโฆษณา การสนับสนุนจากรัฐบาล การตราสินค้าฮาลาล การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก และการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล ในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษา การโฆษณา การสนับสนุนจากรัฐบาล การตราสินค้าฮาลาล การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล ในจังหวัดเชียงใหม่



วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) โดยใช้เชิงปริมาณ (Quantitative Research) นำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การวิจัยปริมาณ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaires) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยมาตรวัดตัวแปรทุกตัวตามกรอบแนวความคิดการวิจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ตรวจสอบคุณภาพด้วยการหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความเชื่อมั่น (Reliability) ก่อนเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพผู้ศึกษาใช้การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) จากการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์เจาะลึก (In - Depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในภาพรวมเพื่อนำข้อมูลมาสนับสนุนการวิจัยเชิงปริมาณและหาความสัมพันธ์ระหว่าง การโฆษณา การสนับสนุนจากรัฐบาล การตราสินค้าฮาลาล การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล ในจังหวัดเชียงใหม่

ประชากร

ประชากรเป้าหมายการวิจัยเชิงปริมาณ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เป็นมุสลิมและเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และพักค้างคืนไม่น้อยกว่า 1 คืน

ประชากรเป้าหมายการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ คือ 1) เจ้าของหรือผู้จัดการ กิจการธุรกิจโรงแรม 2) เจ้าของหรือผู้จัดการ กิจการบริษัทนำเที่ยว 3) ผู้จัดการแผนกอาหาร กิจการโรงแรม 4) ผู้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยว 5) ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 6) นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เป็นมุสลิม 7) ผู้ที่ได้รับผลกระทบด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เป็นมุสลิมและเดินทางมาท่องเที่ยวและพักค้างคืนในจังหวัดเชียงใหม่ไม่น้อยกว่า 1 คืน มีคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้เป็นตัวแทนของกลุ่มประชากรในการตอบแบบสอบถาม พิจารณากลุ่มตัวอย่างตามหลักการสุ่มแบบไม่ทราบจำนวนประชากร หรือประชากรที่ไม่สามารถนับจำนวนได้ (Infinite Population) โดยใช้สูตรของคอคแรน Cochran (Cochran, W. C., 1963) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน สำหรับเจ้าของกิจการ ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารองค์กร ในกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจำนวน 17 คน ที่ได้จากการสุ่มข้างต้นผู้วิจัยจะถือเป็นกลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลเชิงปริมาณอีกด้วย

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงตามวัตถุประสงค์ (Purposive sampling) ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้



เหตุผลหรือหลักเกณฑ์ที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 7 กลุ่ม จำนวน 17 คน เพื่อให้การสัมภาษณ์เชิงลึก ดังนี้ 1) เจ้าของหรือผู้จัดการ กิจการธุรกิจโรงแรม ไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 3 คน 2) เจ้าของหรือผู้จัดการ กิจการบริษัทนำเที่ยว ไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 3 คน 3) เจ้าของกิจการร้านอาหาร ไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 3 คน 4) ผู้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยว ไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 2 คน 5) ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 2 คน 6) นักท่องเที่ยว จำนวน 2 คน 7) ผู้ที่ได้รับผลกระทบด้านการท่องเที่ยว จำนวน 2 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaires) เพื่อตรวจสอบคำถามวิจัยที่ว่า การโฆษณา การสนับสนุนจากรัฐบาล การตราสินค้าฮาลาล การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล ในจังหวัดเชียงใหม่ ในทิศทางใดแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานะภาพผู้ตอบแบบสอบถามและมีข้อความคำถามเกี่ยวกับความรู้ในการบริการ ทักษะ ความชำนาญ ทศนคติที่มีต่อการให้บริการ นักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม ซึ่งมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และในส่วนท้ายของเครื่องมือจะเป็นข้อความปลายเปิด เพื่อให้ผู้ผู้ตอบเขียนข้อคิดเห็นโดยอิสระ และนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสม และความสอดคล้องของข้อความและกรอบแนวคิดและปรับแก้ตามข้อเสนอแนะ จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบที่ผ่านการตรวจสอบหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ที่ผ่านการพิจารณาปรับปรุงแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้วนำไปทดลองใช้ (try out) กับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 30 คน วิเคราะห์หาความเชื่อมั่นโดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ลักษณะเป็นข้อความปลายเปิด เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญได้แสดงความคิดเห็นอย่างเป็นอิสระ นำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่สร้างเสร็จ ไปตรวจสอบความถูกต้องความเหมาะสมและความสอดคล้องและความต่อเนื่องของข้อความ และปรับแก้ตามคำแนะนำ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ 1) ผู้วิจัยติดต่อประสานไปยังผู้รับผิดชอบหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน หรือเจ้าของกิจการ ทั้งภาคเอกชน และภาครัฐ ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นรายบุคคลเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์และขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล 2) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้ผู้ประสานงานเพื่อจัดเก็บข้อมูลและนัดหมายวันเวลาเพื่อรับแบบสอบถามกลับคืนภายหลังจากที่กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว 3) เมื่อได้รับ



แบบสอบถามกลับคืน ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้วนำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยติดต่อประสานงานกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเป็นรายบุคคล แนะนำตัวชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ให้ข้อมูลงานวิจัย เมื่อได้รับการตอบรับจากผู้เชี่ยวชาญแต่ละราย ผู้วิจัยขอหนังสือรับรองจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา พร้อมทั้ง ส่งเอกสารของมหาวิทยาลัย โครงร่างงานวิจัยและแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างไปยังผู้เชี่ยวชาญทุกรายเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญมีโอกาสในการพิจารณาข้อคำถามก่อนการให้สัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้วิธีการทางสถิติ ดังนี้ 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ผู้วิจัยใช้อธิบายคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วยความถี่ (f) ค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของตัวแปรสังเกตได้และนำเสนอข้อมูลด้วยตารางและคำบรรยาย 2) สถิติการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง ผู้วิจัยใช้เทคนิคทางการสถิติ ในการวิเคราะห์แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Model) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรแฝงและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามด้วยการวิเคราะห์ ค่าทางสถิติและค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ตามลำดับขั้นตอนของการวิเคราะห์ตามโปรแกรมลิสต์เรล (LISREL) เพื่อหาระดับความสัมพันธ์ การโฆษณา การสนับสนุนจากรัฐบาล การตราสินค้า ฮาลาล การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก และการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล ตามกรอบแนวความคิดในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เนื้อหาโดยการจัดเนื้อหาเป็นแกนหรือหลักของเรื่องที่จะศึกษาและจับประเด็นย่อยออกเป็นหมวดหมู่ให้สอดคล้องกับกรอบแนวความคิดและวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดนำเสนอเชิงบูรณาการเพื่อสนับสนุนผลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิจัย

1. ปัจจัยของการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การโฆษณา การสนับสนุนจากรัฐบาล การตราสินค้าฮาลาล การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก และการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยของการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้

1.1 ด้านการตราสินค้าฮาลาล ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.662 ข้อคำถามทุกข้อมี ค่าอำนาจจำแนกรายข้อเกิน



.20 มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .980 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ กฎระเบียบหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับฮาลาลของประเทศไทย เพียงพอต่อความต้องการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ส่วนข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ปลอดภัยจากสัตว์ (ตามมาตรฐานฮาลาล) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81

1.2 ด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.801 ข้อคำถามทุกข้อมี ค่าอำนาจจำแนกรายข้อเกิน .20 มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .955 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สร้างความแข็งแกร่งระหว่างองค์กรและภาครัฐอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ส่วนข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือโรงแรมมีการแยกชั้น สำหรับชาย หญิงและครอบครัว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75

1.3 ด้านการโฆษณา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.637 ข้อคำถามทุกข้อมีค่าอำนาจจำแนกรายข้อเกิน .20 มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .979 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การค้นหาข้อมูลการดำเนินการจอง การท่องเที่ยวและที่พักทางออนไลน์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ส่วนข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72

1.4 ด้านการสนับสนุนจากรัฐบาล ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.607 ข้อคำถามทุกข้อมี ค่าอำนาจจำแนกรายข้อเกิน .20 มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .956 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ห้ามกิจกรรมการพนันในสถานที่สาธารณะ หรือที่พัก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ส่วนข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ความพร้อมของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย / ตำรวจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75

1.5 ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.805 ข้อคำถามทุกข้อมี ค่าอำนาจจำแนกรายข้อเกิน .20 มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .947 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ แพทย์ผู้ตรวจเป็นเพศเดียวกันเท่านั้น อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ส่วนข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ โรงแรมที่มีสระว่ายน้ำแยกสำหรับผู้ชาย และผู้หญิง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71

2. ผลการศึกษา การโฆษณา การสนับสนุนจากรัฐบาล การตราสินค้าฮาลาล การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า จากการวิเคราะห์อิทธิพลโดยรวม ทั้งทางตรงและทางอ้อมข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล โดยรวมมากที่สุด



ได้แก่ องค์กรประกอบการตราสินค้าฮาลาล โดยมีค่าน้ำหนักองค์กรประกอบแบบปรับมาตรฐานโดยรวมเท่ากับ 0.916 รองลงมา ได้แก่ องค์กรประกอบการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าน้ำหนักองค์กรประกอบแบบปรับมาตรฐานโดยรวมเท่ากับ 0.810 องค์กรประกอบการสนับสนุนจากรัฐบาล มีค่าน้ำหนักองค์กรประกอบแบบปรับมาตรฐานโดยรวมเท่ากับ 0.642 โดยที่องค์กรประกอบการโฆษณา มีค่าน้ำหนักองค์กรประกอบแบบปรับมาตรฐานโดยรวมเท่ากับ 0.225 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาอิทธิพลโดยอ้อม พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล โดยอ้อมสูงที่สุด ได้แก่ องค์กรประกอบการตราสินค้าฮาลาล โดยมีค่าน้ำหนักองค์กรประกอบแบบปรับมาตรฐานโดยรวมเท่ากับ 0.806 รองลงมา ได้แก่ องค์กรประกอบการสนับสนุนจากรัฐบาล มีค่าน้ำหนักองค์กรประกอบแบบปรับมาตรฐานโดยรวมเท่ากับ 0.566 และการโฆษณา โดยมีค่าเท่ากับ 0.215 ตามลำดับ โดยที่ไม่มีอิทธิพลทางอ้อมส่งผ่านองค์กรประกอบการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกแต่อย่างใด

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้บริหาร ทั้ง 7 กลุ่ม จำนวน 17 คน สามารถสรุปเนื้อหาสาระและประเด็นที่สำคัญได้ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยของการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล จังหวัดเชียงใหม่ ในปัจจุบันสำหรับทางร้านอาหารครัวข้าวหอมเนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ค่อนข้างห่างไกลจากตัวเมืองเชียงใหม่ จึงไม่ได้รับการสนับสนุน หรือการโฆษณาจากรัฐบาล ด้านการจัดทำตราสินค้าฮาลาลยังไม่สามารถทำได้ เพราะยังไม่สามารถจัดให้ได้ตามโครงสร้างและองค์กรประกอบของการจัดให้บริการที่พักและอาหารแบบฮาลาลได้ ตัวอย่าง เช่น แมคคาเฟ่ไม่มีข้อมูลหรือไม่ได้รับการสนับสนุนใด ๆ แม้ว่าจะมีกลุ่มลูกค้าที่เป็นมุสลิมเข้ามาใช้บริการ และเมื่อถูกสอบถามถึงอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นฮาลาล ทางร้านเคยค้นหาสัญลักษณ์ตราสินค้าฮาลาล ซึ่งพบว่า แต่ละประเทศใช้สัญลักษณ์ที่ไม่เหมือนกันจึงยังไม่ค่อยมีความเข้าใจและไม่มีความรู้การใช้ตราสัญลักษณ์สินค้าฮาลาลเป็นหลัก โดยมากลูกค้าที่เป็นกลุ่มมุสลิมจะขอดูตราสัญลักษณ์ฮาลาลในการเข้ารับบริการ เช่นจากทางโรงแรม หากมีตราสินค้าลูกค้าจะมีความอุ่นใจรู้สึกปลอดภัยและรับบริการบริการนั้น ๆ จากทางโรงแรม อาทิเช่น อาหาร น้ำดื่ม เป็นต้น

อิทธิพลของการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล ในจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบัน

ผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่ทราบว่าต้องไปติดต่อสอบถามจากหน่วยงานไหนในการประชุมของส่วนจังหวัดเมื่อมีการเชิญเกี่ยวกับผู้ประกอบการร้านอาหารทางร้านก็เข้าร่วมประชุมหรือเข้าร่วมกิจกรรมทุกครั้ง แต่ไม่เคยได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการ หรือการจัดสินค้าสำหรับลูกค้ากลุ่ม ฮาลาล ในส่วนของภาครัฐไม่มีการส่งข้อมูลข่าวสารหรือให้สัญญาณใดๆ กับการให้บริการลูกค้ากลุ่มนี้ จึงถูกมองว่าไม่มีอิทธิพลของการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มลูกค้าที่เป็นมุสลิม เพราะโดยมากเป็นการส่งเสริมสนับสนุนและให้ความรู้ความเข้าใจในการ



ให้บริการโดยรวมมากกว่าไม่ได้มีการส่งเสริมเฉพาะกลุ่ม รัฐบาลต้องมีนโยบาย หรือให้ความสำคัญ ในธุรกิจการท่องเที่ยวฮาลาล และต้องบูรณาการร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชน และโดยเฉพาะ สำนักจุฬาราชมนตรี และคณะกรรมการกลางอิสลาม ต้องรับแสดงบทบาทตัวเองให้ชัดเจน ซึ่งการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มีต้นทุนที่สูงมากอยู่แล้ว

การส่งเสริมสนับสนุนหรือปรับปรุงเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ตามหลักฮาลาลในจังหวัดเชียงใหม่ให้ประสบความสำเร็จ การให้การส่งเสริมสนับสนุนในการให้องค์ความรู้ และบุคลากรที่มาช่วยส่งเสริมสนับสนุนและสร้างสินค้าและบริการในพื้นที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและได้รับความนิยมในการจัดให้บริการด้านการท่องเที่ยว แต่ยังไม่มีส่วนอำนวยความสะดวกสำหรับการปฏิบัติตนตามหลักศาสนาของกลุ่มนักท่องเที่ยวฮาลาล มีร้านอาหารที่ให้บริการสำหรับอาหารเฉพาะกลุ่มอิสลาม หรือกลุ่มท่องเที่ยวฮาลาลซึ่งไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากหรือหมู่คณะได้

ปัจจัยที่ต้องแก้ไขปรับปรุงเพื่อลดเงื่อนไขหรือข้อจำกัดในการท่องเที่ยวของกลุ่มคนที่มีความต้องการท่องเที่ยวเพื่อให้ถูกต้องตามหลักฮาลาล ผู้ประกอบการพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มฮาลาลต้องนำอาหารที่ถูกต้องตามหลักฮาลาลติดตัวมาด้วยตนเอง โดยมาขอใช้บริการสถานที่และข้าวสวยจากทางร้านเท่านั้น ทำให้ทางร้านเสียโอกาสในการให้บริการ และนักท่องเที่ยวกลุ่มฮาลาลต้องมีความวิตกกังวลและต้องพกอาหารติดตัวตลอดเวลาเพื่อไม่ให้ปฏิบัติผิดตามข้อปฏิบัติของศาสนา

แนวทางการวางแผนและนโยบายการท่องเที่ยวตามหลักฮาลาลในระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด และระดับประเทศให้สำเร็จ ด้านอาหารและที่พัก หากมีการสนับสนุนให้มีการผลิตอาหารแช่แข็งหรือสนับสนุนให้ชุมชนสามารถผลิตอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะพื้นที่เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้จะเป็นประโยชน์สำหรับการจัดให้บริการการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เป็นอย่างมาก

ความเพียงพอต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม หรือการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในจังหวัดเชียงใหม่ พื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ไม่ได้กระจุกตัวอยู่เฉพาะบริเวณเขตในตัวเมืองเพียงเท่านั้น หากแต่ในพื้นที่ที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวกระจายตัวไปทั่วทุกพื้นที่ของจังหวัด การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะซึ่งไม่สามารถจัดหาสถานที่พัก หรืออาหารที่ถูกต้องตามหลักได้ หากมีการส่งเสริมสนับสนุนให้มีการจัดทำอาหารเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มฮาลาลและมีการให้บริการตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มฮาลาลสามารถท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจได้อย่างเต็มที่และไม่ปฏิบัติผิดหลักศาสนา

กฎระเบียบและข้อจำกัดฮาลาลเป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการลงทุนและการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว ด้วยกฎระเบียบและข้อจำกัดทางศาสนา และการจัดให้บริการด้านอาหารและที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มฮาลาลมีข้อจำกัดค่อนข้างมาก ทำให้ผู้ประกอบการไม่



สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวได้อย่างเต็มที่ สืบเนื่องมาจากไม่สามารถหาคนปรุงอาหารและจัดเตรียมอุปกรณ์ที่ถูกต้องตามหลักฮาลาลได้ รวมถึงต้องมีการลงทุนเพิ่มซึ่งผู้ประกอบการมองว่า การลงทุนดังกล่าวไม่สามารถสร้างความคุ้มค่าและผลกำไรให้กับกิจการได้ อุปสรรคของผู้ประกอบการ คือความไม่รู้ ไม่เข้าใจ เพราะการประกอบการหรือการทำธุรกิจเป็นการลงทุนอยู่แล้ว แต่ไม่ทราบถึงการปฏิบัติอย่างถูกต้อง ทำไปโดยไม่รู้ทางผู้ประกอบการเองก็ไม่อยากทำ เพราะอยากได้ลูกค้าที่เพิ่มขึ้น ขยายธุรกิจให้โตขึ้น แต่เมื่อไม่มีข้อมูลมันจึงดูเป็นเรื่องยาก เราจึงมองไปยังส่วนที่เราเข้าใจ เข้าถึง และลงทุนในส่วนนั้นๆ ก่อน และจัดลำดับลูกค้ากลุ่มมุสลิมเป็นกลุ่มหลัง

อภิปรายผล

1. ปัจจัยของการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การโฆษณา การสนับสนุนจากรัฐบาล การตราสินค้าฮาลาล การจัดการสิ่งแวดล้อมและความสะอาด และการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ข้อค้นพบสำคัญว่า ตัวแปรการตราสินค้าฮาลาล มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามหลักฮาลาลในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับสูงสุด ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะในประเทศมุสลิมส่วนใหญ่แนวคิดเรื่องฮาลาลเป็นกฎเกณฑ์สำคัญในการบริโภค ในทางกลับกันการรับรองฮาลาลเป็นกระบวนการที่ค่อนข้างใหม่ ๆ ที่นักการตลาดสามารถใช้เพื่อแยกแยะผลิตภัณฑ์และบริการของตนในสภาพแวดล้อมการแข่งขันในปัจจุบัน การรับรองฮาลาลในภาคการท่องเที่ยวทำให้มั่นใจได้ว่า อาหารที่ได้รับการรับรองถูกต้องตามกฎหมายอิสลาม เพราะฮาลาล หมายถึงได้รับอนุญาตหรือถูกต้องตามกฎหมายหรือเหมาะสมสำหรับการบริโภค การให้ความสำคัญกับปัจจัยหลักดังกล่าวที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวตามหลักฮาลาลอย่างสูง จะช่วยส่งเสริมให้การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามหลักฮาลาลเป็นไปอย่างก้าวหน้า

ตัวแปรการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล อยู่ในระดับมากเป็นอันดับที่ 2 อาจเป็นเพราะนอกจากคำนึงถึงความคุ้มค่าในเชิงเศรษฐกิจและสังคมแล้วยังคำนึงถึงการรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม โดยใช้หลักการของแผนแม่บทของโลก (Agenda 21) เป็นกรอบการจัดการ จึงเป็นการพัฒนา การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) สอดคล้องกับซูลีห์ ซูชาติ ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวที่มีการจัดการทรัพยากรทั้งหมดเพื่อตอบสนองความต้องการด้านเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรียภาพของมนุษย์ในขณะเดียวกันก็ต้องรักษาวัฒนธรรมความมั่นคงของระบบนิเวศ ความหลากหลายทางชีวภาพ และคำจูนชีวิตให้มั่นคง (ซูลีห์ ซูชาติ, 2553) และสอดคล้องกับแนวความคิดของเท็ดชาย ช่วยบำรุง กล่าวว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นแนวทางการพัฒนาที่มุ่งให้เกิดความสมดุลระหว่างวัตถุประสงค์ด้านสังคม เศรษฐกิจและการจัดการสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมหรืออาจกล่าวได้ว่าการ



ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีความแตกต่างอย่างสิ้นเชิงกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างไร้ขีดจำกัดที่เน้นการเพิ่มขึ้นของปริมาณการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องมากกว่าความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในระยะยาว (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552)

ตัวแปรการโฆษณา การสนับสนุนจากรัฐบาล และด้านการสั่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมากอาจเป็นเพราะการโฆษณา คือ การเสนอขายสินค้า บริการ หรือความคิดผ่านการใช้สื่อต่างๆ ซึ่งล้วนแต่ต้องใช้งบประมาณค่าใช้จ่ายเพื่อให้เข้าถึงลูกค้าจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว มีวัตถุประสงค์ในการกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ เกิดความอยากได้ อยากมี อยากใช้ และซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ เหล่านั้น ซึ่งสื่อโฆษณาที่สำคัญประกอบด้วย โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา ฯลฯ โดยมีการระบุชื่อสินค้า บริการ หรือองค์กรที่เป็นเจ้าของสินค้าอย่างชัดเจน ดังนั้น บริษัทผู้ผลิตสินค้ามักจะทำการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจทุกรูปแบบเพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ๆ ซึ่งบางครั้งอาจจะไม่ได้คำนึงถึงความเป็นจริงของข้อมูลข่าวสารมากนักเพียงเพราะหวังขายสินค้าให้ได้มากที่สุด ถึงแม้ว่าการประชาสัมพันธ์และการโฆษณาจะมีความแตกต่างกันทั้งรูปแบบ วิธีการและวัตถุประสงค์ แต่สำหรับการดำเนินการสื่อสารทั้งด้านธุรกิจและสื่อสารองค์กรแล้วพบว่า มีการนำเอาการประชาสัมพันธ์และการโฆษณามาใช้ร่วมกันเพื่อบังเกิดประโยชน์สูงสุดกับองค์กร ดังเช่น การนำแนวคิดของการประชาสัมพันธ์ไปใช้ร่วมกับเทคนิควิธีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามแนวคิดของการโฆษณา ซึ่งเรียกว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Public relations advertising) หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าการโฆษณาเพื่อมุ่งหวังผลทางการประชาสัมพันธ์ เช่น การโฆษณาตัวบริษัท (Corporate advertising) หรือการโฆษณาสถาบัน (Institutional advertising) ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ และไม่ใช้การขายบริษัทหรือสถาบัน แต่เป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ ชื่อเสียงเกียรติคุณ การยอมรับ และการสนับสนุนจากประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (วิรัช ลภีรัตน์กุล, 2553) โฆษณา ถือว่าเป็นเครื่องมือที่มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารเพื่อนำเสนอสินค้าสู่สาธารณชนให้กับผู้ผลิตหรือเจ้าของสินค้าหรือบริการ ซึ่งในการโฆษณาแต่ละครั้งนั้นส่งผลกระทบโดยตรงต่อผู้รับข้อมูลข่าวสาร (นวกุทธิ์ อัครวรกิจ, 2551)

2. การศึกษา การโฆษณา การสนับสนุนจากรัฐบาล การตราสินค้าฮาลาล การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล ในจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล โดยรวมมากที่สุด ได้แก่ การตราสินค้าฮาลาล โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแบบปรับมาตรฐานโดยรวมเท่ากับ 0.916 รองลงมา ได้แก่ การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแบบปรับมาตรฐานโดยรวมเท่ากับ 0.810 การสนับสนุนจากรัฐบาล มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแบบปรับมาตรฐานโดยรวมเท่ากับ 0.642 โดยที่การโฆษณา มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแบบปรับมาตรฐานโดยรวมเท่ากับ 0.225 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาอิทธิพล



โดยอ้อม พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามหลักฮาลาลโดยอ้อมสูงที่สุด ได้แก่ การตราสินค้าฮาลาล โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแบบปรับมาตรฐานโดยรวมเท่ากับ 0.806 รองลงมา ได้แก่ การสนับสนุนจากรัฐบาล มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแบบปรับมาตรฐานโดยรวมเท่ากับ 0.566 และการโฆษณา โดยมีค่าเท่ากับ 0.215 ตามลำดับ โดยที่ไม่มีอิทธิพลทางอ้อมส่งผ่านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกแต่อย่างใด

การตราสินค้าฮาลาลมีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามหลักฮาลาลมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะฮาลาล - ฮารอมในอิสลามจึงมิได้หมายความว่าเพียงการบริโภคอาหารเท่านั้น แต่ครอบคลุมถึงวิถีการดำเนินชีวิตในทุกด้านเพราะอิสลาม คือ ระบบอบแห่งการดำเนินชีวิตของมนุษย์ อาหารฮาลาล (Halal Food) เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมุสลิมในการบริโภค ส่วนผู้ที่มีไม่มุสลิมหากบริโภคอาหารฮาลาลก็จะได้ประโยชน์ต่อสุขภาพเช่นเดียวกัน เพราะอาหารฮาลาลจะต้องมีกระบวนการผลิตที่ถูกต้องตามข้อบัญญัติแห่งศาสนาอิสลาม ปราศจากสิ่งต้องห้าม (ฮารอม) และมีคุณค่าทางอาหาร (ตอยยิบ) อุตสาหกรรมฮาลาลที่ได้รับการจับตามองและพูดถึงมากที่สุด คือ อุตสาหกรรมอาหาร เนื่องจากมุสลิมจะบริโภคอาหารที่ฮาลาลเท่านั้นซึ่งอาหารที่ฮาลาลมีหลักการในการผลิตที่ผู้ผลิตจะต้องศึกษา ประเทศไทยมีการผลิตอาหารฮาลาลโดยผู้ประกอบการมุสลิมผลิตเพื่อจำหน่าย อย่างไรก็ตามประเทศไทยถือเป็นประเทศส่งออกอาหารไปยังหลายประเทศ หากมีการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐานฮาลาล ประเทศไทยก็จะสามารถจับตลาดฮาลาลในต่างประเทศได้ ซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้จากการส่งออกมูลค่ามหาศาลโดยส่วนใหญ่เป็นอาหารแปรรูป เครื่องปรุงรส อาหารทะเล และเนื้อสัตว์ที่เชือดตามหลักการอิสลาม โดยในส่วนของมาตรฐานอาหารฮาลาลนั้นรัฐบาลได้กำหนดลงในมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ โดยครอบคลุมการจัดหาวัตถุดิบ การจัดเตรียม กระบวนการผลิต การบรรจุ การเก็บรักษา การนำเสนอการจัดจำหน่ายและเครื่องหมายและฉลาก (สถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2560)

การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามหลักฮาลาลเป็นอันดับ 2 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งด้านอาหาร คมนาคมขนส่ง และสถานที่พักเป็นแนวความคิดของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวขั้นพื้นฐานและจากมาตรฐานการออกแบบที่นำมาใช้ในที่พัก ทั้งนี้แนวความคิดและมาตรฐานดังกล่าว มีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อบริเวณที่มีความสวยงาม สถานที่ที่มีความสำคัญมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ คุณค่าทางสถาปัตยกรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี คุณลักษณะของตัวอาคารและการบูรณาการ การวางแผนและออกแบบให้กลมกลืนกับจุดที่ตั้งและตำบลนั้นจะนำมาซึ่งความสนใจของที่พักเป็นอย่างยิ่ง โจทย์สำคัญต่าง ๆ จะเกี่ยวเนื่องกับระดับความสูงขนาดความใหญ่โต การตกแต่งที่สวยงาม รวมถึงการจัดภูมิทัศน์ และความลงตัวเข้ากับวิถีชีวิตของท้องถิ่น นอกจากนี้ ยังมีสิ่งสำคัญพึงพิจารณาอีกหลายประการ อาทิ ความสะดวกในการ



เข้าถึง ความเป็นไปได้ในการให้บริการ และการจัดระบบการจราจรทั้งของคนและรถสำหรับนักท่องเที่ยวแล้วเรื่องสำคัญๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นก็ มี อาทิ ขอบข่ายของการให้บริการเตรียมส่วนที่เป็นพื้นที่สาธารณะและพื้นที่ที่ว่าง การเข้าถึงสิ่งต่าง ๆ ในโรงแรมและรีสอร์ท และมาตรฐานของที่พัก

การสนับสนุนจากรัฐบาล มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามหลักฮาลาลทั้งนี้อาจเป็นเพราะการแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี ด้านการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ การกำหนดยุทธศาสตร์พัฒนาสินค้าอาหารไทย วิจัยตลาดสินค้าเฉพาะกลุ่ม (niche) เช่น ฮาลาลอินทรีย์ (functional food) ได้กล่าวว่า การขับเคลื่อนที่เกี่ยวข้องกับฮาลาลในงานประชุมวิชาการ และการแสดงสินค้านานาชาติ “Thailand Halal Assembly” เมื่อเดือน ธันวาคม 2557 ระบุว่า “ในปี 2558 จะก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนซึ่งถือเป็นตลาดใหญ่ และกว้างขึ้น เนื่องจากเกิดจากการรวมกลุ่มของประชาคมอาเซียน โดยชาวมุสลิมในประชาคมอาเซียนมีประมาณ 300 ล้านคน การค้าขาย การลงทุน จึงเน้นไปที่สินค้า และผลิตภัณฑ์อาหารของชาวมุสลิมที่มีกระบวนการ ผลิตที่มีลักษณะพิเศษ ไม่เหมือนใคร รวมถึงการขับเคลื่อนด้านฮาลาลของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในปี พ.ศ. 2558 ได้มุ่งเน้นการสร้างและปรับปรุง “มาตรฐานสินค้าเกษตร : อาหารฮาลาล (มกษ. 8400 - 2550)” ภายใต้พระราชบัญญัติสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ ให้มีเอกภาพและเป็นที่ยอมรับจากกลุ่มประเทศผู้บริโภค อาหารฮาลาล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค เนื้อสัตว์ที่เป็นชาวมุสลิม และคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความปลอดภัยด้านอาหาร สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้า และบริการฮาลาลของประเทศ ซึ่งการพัฒนาด้านอาหารส่งผลต่อความเชื่อมั่น และการเข้ามาท่องเที่ยวของชาวมุสลิมที่มีความมั่นใจว่า เมื่อเข้ามาในเมืองไทยแล้วสามารถท่องเที่ยวตามสถานที่ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานรวมถึงสามารถบริโภคอาหารในเมืองไทยได้อย่างสบายใจ ไม่ผิดต่อหลักฮาลาล ในการปฏิบัติตนระหว่างการเข้ามาท่องเที่ยวในเมืองไทย

ตลอดจนการโฆษณา มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในยุคโลกาภิวัตน์การเสนอขายสินค้ามีใช้แค่พนักงานขายเท่านั้น เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ได้ถูกนำมาใช้ โดยคำนึงถึงความสะดวกสบายที่ลูกค้าจะได้รับเป็นสิ่งสำคัญ องค์การต่างๆ พยายามสรรหาเทคโนโลยีเพื่อการแข่งขันในการเสนอขายสินค้าเพิ่มมากขึ้นเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายของกิจการในระยะยาว การโฆษณาอย่างต่อเนื่องเป็นรูปแบบการจัดตารางเวลา กำหนดเวลาโฆษณาของแบรนด์ที่มีเป้าหมายเพื่อให้สอดคล้องกับช่วงเวลาการขายที่ดีและเป็นที่ยอมรับหลายในการบริการและผู้ผลิตสินค้าที่ต้องการเพิ่มแรงซื้ออย่างต่อเนื่อง จึงทำการกระตุ้นผ่านโฆษณาสั้นๆ แต่สม่ำเสมอเพื่อให้ผู้ซื้อมนึกถึงแบรนด์นั้น ๆ ข้อดีของการทำโฆษณาอย่างต่อเนื่อง คือ สามารถครอบคลุมความต้องการในการซื้อทั้งหมดเพื่อเตือนความจำ



อย่างคงที่และมีประสิทธิภาพ ดังนั้น งานสำคัญของนักวางแผนสื่อโฆษณา คือ การกำหนดช่วงเวลาที่ดีที่สุดในการเปิดรับสื่อโฆษณาแต่ละชนิดอย่างต่อเนื่อง ตามงบประมาณที่กำหนด การโฆษณาอย่างต่อเนื่องเหมาะสมสำหรับทุกสถานการณ์ถึงแม้ว่ารูปแบบที่โฆษณาจะไม่เหมาะสมในบางประเทศ กลยุทธ์นำเสนอสามารถสร้างการรับรู้ได้ดีกว่าประสิทธิภาพของการโฆษณาแตกต่างกันไปตามกาลเวลา คุณภาพของโฆษณาจะลดลงนั้นมาจากผลกระทบภายนอกของผู้ใช้บริการว่าสิ่งนั้นจริงหรือเท็จ

สรุป

1. ปัจจัยของการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การโฆษณา การสนับสนุนจากรัฐบาล การตราสินค้าฮาลาล การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก และการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการตราสินค้าฮาลาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ด้านการโฆษณา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ด้านการสนับสนุนจากรัฐบาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ตามลำดับ

2. การโฆษณา การสนับสนุนจากรัฐบาล การตราสินค้าฮาลาล การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล โดยรวมมากที่สุด ได้แก่ การตราสินค้าฮาลาล โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแบบปรับมาตรฐานโดยรวมเท่ากับ 0.916 รองลงมา ได้แก่ การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแบบปรับมาตรฐานโดยรวมเท่ากับ 0.810 การสนับสนุนจากรัฐบาล มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแบบปรับมาตรฐานโดยรวมเท่ากับ 0.642 โดย ที่การโฆษณา มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแบบปรับมาตรฐานโดยรวมเท่ากับ 0.225 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาอิทธิพลโดยอ้อม พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามหลักฮาลาลโดยอ้อมสูงที่สุด ได้แก่ การตราสินค้าฮาลาล โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแบบปรับมาตรฐานโดยรวมเท่ากับ 0.806 รองลงมา ได้แก่ การสนับสนุนจากรัฐบาล มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแบบปรับมาตรฐานโดยรวมเท่ากับ 0.566 และการโฆษณา โดยมีค่าเท่ากับ 0.215 ตามลำดับ โดยที่ไม่มีอิทธิพลทางอ้อมส่งผ่านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกแต่อย่างใด



ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 การโฆษณา การสนับสนุนจากรัฐบาล การตราสินค้าฮาลาล การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล ดังนั้น จึงควรมุ่งเน้นปัจจัยเหล่านี้เพื่อสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยว เข้ามาเที่ยว ซึ่งแรงจูงใจเป็นการผสมผสานของแรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการทางด้าน จิตใจ ร่างกาย ของบุคคลอย่างต่อเนื่องกระตุ้นให้เป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแสดงให้เห็นถึง พฤติกรรมการบริโภคสินค้า และบริการการท่องเที่ยวการแสวงหาประสบการณ์ ณ จุดหมายปลายทาง ซึ่งคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวผู้นั้นได้

1.2 การอบรมให้ความรู้ในเรื่องฮาลาลกับผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะฮาลาลเป็นสิ่งอนุมัติสำหรับชาวมุสลิมให้อุปโภคและบริโภคได้ ซึ่งสอดคล้องกับหนึ่งในผู้ให้สัมภาษณ์ ซึ่งได้กล่าวว่า ปัจจัยที่ควรจะต้องมีการปรับปรุงแก้ไข คือ การให้ความรู้กับผู้ประกอบการที่มีมุสลิมในเรื่องของฮาลาลและวิธีการปฏิบัติที่ถูกต้องตามหลักฮาลาลสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมให้กับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและควรทำอย่างต่อเนื่องทั้งก่อนให้ความรู้และหลังจากอบรมให้ความรู้แล้ว

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามหลักฮาลาลในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อปรับปรุงด้านการโฆษณา การสนับสนุนจากรัฐบาล ด้านการอำนวยความสะดวก การตราสินค้าฮาลาล และการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามหลักฮาลาล ตลอดจนรักษามาตรฐานให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นไป

2.2 ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามหลักฮาลาลในจังหวัดอื่น ๆ เขตพื้นที่การศึกษาอื่น ๆ เพื่อการปรับปรุง แก้ไขให้เกิดประสิทธิภาพต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย. (2556). ตลาดท่องเที่ยวมุสลิม โอกาสของไทยภายใต้ AEC: 2556. เรียกใช้เมื่อ 20 เมษายน 2561 จาก http://fic.nfi.or.th/foodindustry_FTA_Guru_view_detail.php?smid=1111
- ชูลีทธิ์ ชูชาติ. (2553). คู่มือการท่องเที่ยวในมิติเศรษฐกิจพอเพียง. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.



- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). *รวมบทความวารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย-นานาชาติ ปี พ.ศ. 2550*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย.
- นวฤทธิ์ อัครวรกิจ. (2551). *กลยุทธ์การสร้างสรรค้งานโฆษณา. (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิภาวัลย์ วรพุฒิพงศ์. (2561). *อุตสาหกรรมโมโนไซต์ รร.ฮาลาลในเชียงใหม่*. เรียกใช้เมื่อ 11 เมษายน 2561 จาก https://www.thansettakij.com/business/tourism?utm_source=menu_header&utm_medium=internal_referral
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2553). *การประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 12 ฉบับสมบูรณ์)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศราวุฒิ อารีย์. (2559). *การท่องเที่ยวฮาลาลและศักยภาพของไทย*. เรียกใช้เมื่อ 25 เมษายน 2561 จาก <https://www.halal.or.th/stbook>
- สถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (2560). *ภาพรวมของอุตสาหกรรมฮาลาลในประเทศไทย*. เรียกใช้เมื่อ 5 กรกฎาคม 2561 จาก <http://www.halinst.psu.ac.th>.
- สำนักข่าวมุสลิมไทยโพสต์. (2559). *การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของชาวมุสลิม*. เรียกใช้เมื่อ 10 เมษายน 2561 จาก <http://news.muslimthai.com>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2555). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555 - 2559)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- อุมาพร บึงมุ่ม. (2559). *การจัดสรรเงินงบประมาณสำหรับบอาหารฮาลาล*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงบประมาณของรัฐสภา.
- Cochran, W. C. (1963). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- Nursanty, E. (2013). Halal Tourism, New Product in Islamic Leisure Tourism and Architecture. In *Degree Program in Tourism*. University of Applied Sciences.