

ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอาหารฮาลาล
เพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต
**Key Success Factors in Operating a Halal Food Business for
Tourism in Phuket Province**

จิราพร ประสารการ¹, วิญญู วีรยางกูร², วรพงษ์ ภูมिบ่อพลับ³

JirapornPrasarnkam¹, VinyuWeerayangkur²,

Worapong Phoomborplub³

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยการสัมภาษณ์ และใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา การวิเคราะห์องค์ประกอบ การวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณผล การวิจัยพบว่า สภาพปัจจุบันของธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น และปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวประกอบด้วย 2 ส่วน คือ 1) ปัจจัยหลักด้านร้านอาหาร ฮาลาล ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือ การมีเอกลักษณ์ คุณภาพด้านการบริการ การเข้าถึงสถานที่ตั้ง การเป็นมืออาชีพด้านอาหารฮาลาลเพื่อรสชาติและคุณภาพอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวกภายในร้าน และความรับผิดชอบต่อสังคม

¹ นักศึกษาระดับปริญญาเอก คณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

E-mail : hiranpra@hotmail.com

² กรรมการที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

E-mail : pivinyu@gmail.com

³ กรรมการที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

E-mail : dr.worapong@hotmail.com

2) ปัจจัยสนับสนุน ประกอบด้วย การสร้างความเข้าใจด้านอาหาร ฮาลาลแก่ผู้ประกอบการ การผลักดันร้านอาหารให้ได้รับมาตรฐานการบริการอาหาร ฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว การสร้างบรรยากาศที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวมุสลิม การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ฮาลาลและอาหารฮาลาล การสร้างการรับรู้สัญลักษณ์ ฮาลาลไทย การเชื่อมโยงอาหารฮาลาลกับการท่องเที่ยวชุมชน และการสร้างเครือข่ายธุรกิจฮาลาล

คำสำคัญ : อาหารฮาลาล การท่องเที่ยวฮาลาล ธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต

Abstract

The purposes of this research were to study the current state of halal food for tourism in Phuket and to identify the key success factors of halal food business operation for tourism in Phuket province. The research was used mixed methods by interviews and questionnaires. The data were analyzed by content analysis, factor analysis, correlation analysis and multiple regression. The results were as follows: 1) The halal food business for tourism in Phuket was likely to expand due to the growth of global Muslim tourists. Muslim tourists had positive attitudes towards halal food consumption in Phuket. Tourists used the internet to find Phuket Halal food information, paid less than 1,000 baht per meal, and solved problems by having seafood when halal food restaurants could not be found. 2) The key success factors of halal food business operation for tourism in Phuket consisted of two main parts: First, main factors from halal food restaurants included reliability, identity, service quality, location accessibility, professional in halal food, distinctive taste and quality of food, restaurant facilities, and social

responsibility. Second, supporting factors included training halal food management to be entrepreneurs, helping halal food restaurants to get halal certified, creating a friendly atmosphere for Muslim tourists, halal tourism and halal food public relations, building up Thai halal symbol recognition, integrating halal food with community tourism, and creating a halal business network.

Keywords: Halal Food, Halal Tourism, Halal Food Business for Tourism, Phuket Province

บทนำ

ศูนย์วิจัยพีว (Pew Research Center, 2015) ได้ศึกษาว่าปี ค.ศ. 2010 – 2050 ประชากรมุสลิมจะเพิ่มจำนวนอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลให้ตลาดอาหารฮาลาล มีศักยภาพสูง โดยมีมูลค่าประมาณ 6,000,000 ถึง 8,000,000 ล้านบาท ในขณะที่ตลาดท่องเที่ยวมุสลิมเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลก ในปี ค.ศ. 2014 มูลค่าการใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวของมุสลิมโลกคิดเป็น 1.45 แสนล้านดอลลาร์ จากนักท่องเที่ยวมุสลิม จำนวน 108 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 10 ของมูลค่าการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวทั่วโลกทั้งหมด และคาดการณ์ว่าภายในปี ค.ศ. 2020 จะมีนักท่องเที่ยวมุสลิมทั่วโลกเพิ่มขึ้นเป็น 150 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 11 ของตลาดการท่องเที่ยว และมีมูลค่าการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเป็น 2 แสนล้านดอลลาร์ (Mastercard - Crescentrating, 2015)

ประเทศไทยเป็น 1 ใน 100 จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวของชาวมุสลิม และได้รับคะแนนจากดัชนีการท่องเที่ยวมุสลิมโลก ปี ค.ศ. 2015 ในภาพรวม ร้อยละ 59.2 (Mastercard-Crescentrating, 2015) และในปี ค.ศ. 2017 ร้อยละ 61.8 (Mastercard-Crescentrating, 2017) เป็นอันดับสองรองจากประเทศสิงคโปร์สำหรับกลุ่มประเทศที่ไม่ได้นับถือศาสนาอิสลามการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้วางแผนกลยุทธ์ให้ประเทศไทยเป็น “จุดหมายปลายทางที่ต้อนรับนักท่องเที่ยวมุสลิม (Muslim Friendly Destination)” เพราะประเทศไทยมีหลายสิ่งให้นักท่องเที่ยวมุสลิมชอบมาก ฉะนั้น

ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว จึงต้องหันมาพัฒนามาตรฐานสินค้าต่างๆในการรองรับตลาดมุสลิม โดยเฉพาะการผลิตอาหารฮาลาล (ไทยรัฐออนไลน์, 2558)

จังหวัดภูเก็ตให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวฮาลาลมากขึ้น โดยมียุทธศาสตร์สำคัญคือ “ภูเก็ตอันดามันฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว (Phuket Andaman Halal for Tourism)” มีการเตรียมความพร้อมด้านการท่องเที่ยวแบบฮาลาลโดยมีเป้าหมายเพื่อมุ่งเน้นการบูรณาการฮาลาลร่วมกับการท่องเที่ยว(เอกราช มูเก็ม, 2557)อาหารฮาลาลเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมุสลิม(ศราวุฒิ อารีย์, 2556) แต่ขณะที่ผลการสำรวจของเครสเซน เทรตติ้ง และ มาสเตอร์ การ์ด ได้ประเมินผลคะแนนที่ประเทศไทยได้รับจากนักท่องเที่ยวมุสลิมเกี่ยวกับความเชื่อมั่นในอาหารฮาลาลเพียงร้อยละ 45 เท่านั้น(Mastercard-Crescentrating, 2015) และพบว่านักท่องเที่ยวมุสลิมที่เดินทางมาประเทศไทยกังวลเรื่องอาหารการกิน ซึ่งมีโรงแรมและร้านอาหารในเมืองไทยที่รองรับตลาดฮาลาลโดยตรงน้อยมาก (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2558) อีกทั้งข้อมูลจากกรมการท่องเที่ยว ระบุว่า มีจำนวนร้านอาหารฮาลาลที่ผ่านการรับรองมาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว เพียง 69 แห่งเท่านั้นใน 19 จังหวัด และจังหวัดภูเก็ตซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญมีเพียง 9 แห่งเท่านั้น (กรมการท่องเที่ยว, 2557) พร้อมกันนี้ ยูเนสโกได้ประกาศให้จังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านวิทยาการอาหาร (City of Gastronomy) อาหารฮาลาลจึงควรบูรณาการและสร้างมูลค่าเพิ่มเข้าไปในส่วนนี้ด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาสภาพปัจจุบันและปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต โดยใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับมาตรฐานอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวที่กำหนดโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับสถาบันมาตรฐานอาหารฮาลาลแห่งประเทศไทย (สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย, 2554) เพื่อพัฒนาธุรกิจอาหารฮาลาลซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวฮาลาล และตอบสนององแนวทางในการพัฒนาจังหวัดภูเก็ตให้เป็นศูนย์กลางอาหารฮาลาล เพื่อนำไปสู่ความเชื่อมั่นในการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดภูเก็ตโดย สำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิมที่จะกลายเป็นตลาดสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบการวิจัยแบบผสมผสาน ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

- 1) การศึกษาสภาพปัจจุบันของธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมีการดำเนินการ ดังนี้

(1) การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วยผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาลที่ผ่านการรับรองมาตรฐานการบริการฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวจำนวน 4 คน และที่ยังไม่ผ่านการรับรองมาตรฐานการบริการฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวจำนวน 22 คน รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญด้านการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 4 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยสัมภาษณ์จนข้อมูลอิ่มตัว ในจำนวนกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก 30 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างซึ่งผู้วิจัยกำหนดคำถามมาจากการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง และจากมาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว (สำนักงานคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทย, 2554) ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์ไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา เก็บข้อมูลตั้งแต่ พ.ศ. 2560-2561 ใช้ระยะเวลาสัมภาษณ์คนละ 1-2 ชั่วโมงในวันเวลาที่ผู้ให้ข้อมูลหลักสะดวก สถานที่สัมภาษณ์เป็นสถานประกอบการของผู้ให้ข้อมูล จดบันทึกและบันทึกเสียงสัมภาษณ์วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) นำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาแยกประเด็นจัดกลุ่มคำตอบสรุปเป็นหมวดหมู่ตามประเด็นคำถามแล้ว

จึงสังเคราะห์ข้อมูลเข้าด้วยกัน เพื่อสรุปเป็นผลการวิจัยนำเสนอผลการวิจัยด้วยวิธีการพรรณานาเนื้อหา (Description)

(2) การสำรวจการรับรู้สถานการณ์ด้านอาหารฮาลาลของไทยและภูเก็ต ทศคนคติและพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลในจังหวัดภูเก็ตปัจจุบันที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหาร ฮาลาลและความพึงพอใจต่อการบริโภคอาหารฮาลาล เก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวไทยและชาวต่างประเทศในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ W.G.Cochran (1997) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 200 คนและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 200 คน ใช้วิธีการสุ่มตามสะดวก (Convenient Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการวิเคราะห์เอกสาร และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในขั้นตอนแรก การหาคุณภาพของแบบสอบถามโดยวิธีการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC : Index of item objective congruence) ในแต่ละข้อคำถามมีค่าเท่ากับ 0.67 – 1 และตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยนำเครื่องมือไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกันจำนวน 30 คน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นด้วยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยมีค่าความเชื่อมั่นแต่ละตอน เท่ากับ 0.84 – 0.95 การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามภาษาไทย ไปแปลเพิ่มอีก 3 ภาษา คือ ภาษาอังกฤษ ภาษาฮาลาล และภาษาอาหรับ จำนวน 400 ชุด กับนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เคยใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในจังหวัดภูเก็ต ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวไทย จำนวน 200 คน และนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวต่างประเทศจำนวน 200 คน

2) การศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยนำผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์และแบบสอบถาม

โดยเฉพาะผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารฮาลาล ของนักท่องเที่ยวมุสลิมในจังหวัดภูเก็ต และนำปัจจัยดังกล่าวมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมุสลิมในจังหวัดภูเก็ต โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) มายก่างเป็นปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยนำร่างที่ได้ไปจัดทำสนทนากลุ่มให้ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ประกอบการด้านอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว วิพากษ์ปัจจัยนั้น และนำข้อเสนอแนะจากการสนทนากลุ่มมาปรับปรุงเป็นปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1) สภาพปัจจุบันของธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จุดเริ่มต้นของธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตเริ่มต้นจากการเน้นกลุ่มเป้าหมายเป็นคนไทย แต่เมื่อมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้น ทำให้ร้านอาหารมีโอกาสในการบริการอาหารแก่นักท่องเที่ยว โอกาสของธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต คือการที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมุสลิมโลกมากขึ้น และเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ มีกำลังในการใช้จ่ายสูง

จุดเด่นของธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตประกอบด้วย การเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลกของจังหวัดภูเก็ต ประเทศไทยมีศักยภาพในด้านการผลิตอาหารส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต คุณภาพการบริการที่ใช้ความเป็นไทย และการเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดภูเก็ตส่วนจุดอ่อน คือ ความเข้าใจของผู้ประกอบการที่มักเข้าใจว่า การที่ตนเองเป็นมุสลิมอาหารที่ทำย่อมเป็นฮาลาลอยู่แล้ว เหตุใดจึงต้องขอการรับรองความเป็นฮาลาลการปลอมเครื่องหมายฮาลาลโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ และการไม่มีอาหารนานาชาติบริการในร้านอาหารฮาลาลในจังหวัดภูเก็ต หรือมีจำนวนน้อยมาก

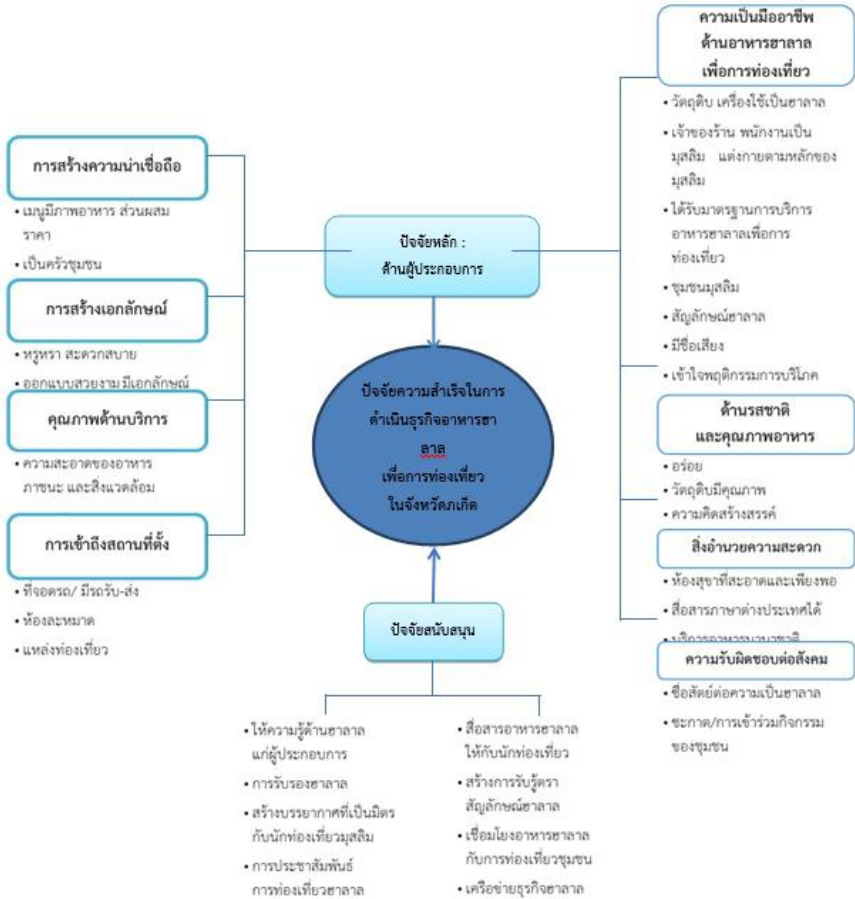
นักท่องเที่ยวมุสลิมให้ความเชื่อถือต่อสัญลักษณ์ฮาลาลที่เป็นสีเขียวขมหมึ เปียกปนมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.11 รับรู้เกี่ยวกับสถานการณ์อาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.30 โดยรับรู้ในประเด็นที่ว่า จังหวัดภูเก็ตมี ยุทธศาสตร์“ภูเก็ตอันดามันฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว” ค่าเฉลี่ย 3.54 ระดับมาก มีทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.64 โดยมีทัศนคติว่า จังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.07 ระดับมาก

นักท่องเที่ยวมุสลิมส่วนใหญ่มีความต้องการบริโภคร้านอาหารที่เป็นฮาลาล เท่านั้น เลือกใช้แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาลในจังหวัดภูเก็ตจาก สื่ออินเทอร์เน็ต นิยมรับประทานร้านอาหารระดับกลาง ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมรับประทานในโรงแรม มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการรับประทานอาหารต่อมื้อ ต่ำกว่า 1,000 บาท นักท่องเที่ยวต่างประเทศ 3,000 – 5,000 บาท แก้ปัญหาเมื่อไม่พบร้านอาหารฮาลาลในแหล่งท่องเที่ยวโดยวิธีการรับประทานร้านอาหารที่เป็นอาหารทะเลแทนมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการร้านอาหารฮาลาลในจังหวัดภูเก็ตในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.67 โดยพึงพอใจด้านวัตถุดิบมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.90 ระดับมาก รองลงมา ด้านบุคลากรและการบริการ ค่าเฉลี่ย 3.79 ระดับมาก

2) ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตผลการวิจัย พบว่า ประกอบด้วย 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยหลักของการดำเนินธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยเบื้องต้นที่ผู้ประกอบการต้องดำเนินการ ประกอบด้วย การสร้างความน่าเชื่อถือ การสร้างเอกลักษณ์การมีคุณภาพ ด้านบริการ การสร้างความได้เปรียบด้านการเข้าถึงสถานที่ตั้งของร้านอาหารการเป็นมืออาชีพด้านการจัดการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว การสร้างความโดดเด่นด้านรสชาติและคุณภาพอาหาร การนำเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกในร้านอาหารความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจร้านอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว

ส่วนปัจจัยสนับสนุนของการดำเนินธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยที่องค์กรที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการผลักดันจังหวัดภูเก็ตให้เป็นแหล่ง

ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวมุสลิม การสร้างความรู้ความเข้าใจ และการรับรู้ของคนมุสลิมในท้องถิ่นต่อการทำธุรกิจร้านอาหารฮาลาล เพื่อก่อให้เกิดมาตรฐานระดับเดียวกัน การสนับสนุนจากภาครัฐในการผลักดันให้ร้านอาหารฮาลาลที่มีศักยภาพ และมีมาตรฐานตรงตามหลักการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การสร้างบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมให้เกิดขึ้นในจังหวัดภูเก็ต การประชาสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ กับเอกชนในการประชาสัมพันธ์เรื่องการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดภูเก็ต และเชื่อมโยงไปในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวชายฝั่งอันดามัน โดยมีเรื่องอาหารฮาลาลเข้าไปด้วย การนำกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์อาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตบรรจุไว้ในแผนประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐ การสร้างการรับรู้ด้านตราสัญลักษณ์ของอาหารฮาลาลรูปแบบต่าง ๆ การเชื่อมโยงอาหารฮาลาลให้เข้าเป็นส่วนหนึ่งการท่องเที่ยวชุมชนมุสลิมในจังหวัดภูเก็ตและ การสร้างศูนย์หน่วยงาน/สมาคม ที่ให้ความรู้ด้านการประกอบธุรกิจฮาลาล



ภาพที่ 2 ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอาหารสากลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

อภิปรายผล

1) สภาพปัจจุบันของธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมีแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวมุสลิมในจังหวัดภูเก็ตมีเพิ่มมากขึ้น และหลากหลายมากขึ้น ทั้งจากกลุ่มนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง แอฟริกา และอาเซียน ประกอบกับประเทศไทยได้เจาะตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มใหม่ประกอบด้วย สาธารณรัฐคาซัคสถาน สาธารณรัฐอุซเบกิสถาน ประเทศเหล่านี้ก็เป็นกลุ่มมุสลิมที่มีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยจากศูนย์การวิจัยพิว (Pew Research Center, 2016) ที่ระบุว่า จำนวนประชากรมุสลิมโลกระหว่างปี 2015 -2060 จะมีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 32 หรือประมาณ 9.6 ล้านล้านคน โดยในปี 2060 จะมีถึงร้อยละ 31 ของประชากรโลก ตลาดการท่องเที่ยวมุสลิมจึงเป็นตลาดที่เติบโตอย่างรวดเร็ว และมีมูลค่าทางการตลาดสูง ทั้งนี้จากการสำรวจของMastercard-Crescentrating Travel Report (2016) พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางท่องเที่ยวในปี 2016 สูงถึง 121 ล้านคน จะเพิ่มเป็น 156 ล้านคน และจะก่อให้เกิดรายได้ถึง 2.2 แสนล้านเหรียญสหรัฐภายในปี 2020 และ คาดว่าจะมีรายได้ถึง 3 แสนล้านเหรียญสหรัฐในปี 2026 ดังนั้นธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตที่มีจุดเด่นด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลกจึงมีโอกาที่จะเติบโตได้สูง เมื่อเทียบเคียงจากจำนวนมุสลิมโลก และจำนวนนักท่องเที่ยวมุสลิม

นักท่องเที่ยวมุสลิมมีทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.64 สอดคล้องกับงานวิจัยของภาวดี บุญมาเลิศ (2544) ที่ระบุว่า ทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทยที่เป็นมุสลิม และชาวพุทธที่มีความเชื่อถือในตราฮาลาล โดยเหตุผลของชาวมุสลิมคือมั่นใจและเชื่อถือในคณะผู้ตรวจสอบ/หน่วยงาน ส่วนเหตุผลของชาวพุทธคือ เชื่อถือในคณะผู้ตรวจสอบหน่วยงานและมั่นใจในกระบวนการตรวจสอบโดยชาวมุสลิมมองว่าผลิตภัณฑ์ฮาลาลเป็นผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงหลักโภชนาการและความสะอาดมากที่สุด

จากผลการวิจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวและทัศนคติต่อการบริโภคอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตนั้น ผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงโอกาสของจังหวัดภูเก็ตที่สามารถสร้างศักยภาพให้เป็นศูนย์กลางของอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวได้ดี เนื่องจากมีการรับรู้ข้อมูลด้านยุทธศาสตร์อันดามันฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวยังคงมีทัศนคติที่ดีต่อการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสามารถสื่อความหมายได้ว่าอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตามักท่องเที่ยว ทั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องภาพลักษณ์อาหารฮาลาลไทยในกลุ่มผู้บริโภคมุสลิมตะวันออกกลาง ของสลิกา คำสุวรรณ (2554) โดยการวิจัยนี้ได้ศึกษาภาพลักษณ์ในปัจจุบันของอาหารฮาลาลไทยที่จำหน่ายในตะวันออกกลาง ผลการวิจัยพบว่า 1) ภาพลักษณ์ต่อตัวสินค้าอาหารฮาลาลไทยโดยภาพรวมมีภาพลักษณ์ดีเป็นที่ยอมรับในเรื่องคุณภาพ มีเอกลักษณ์โดดเด่นเรื่องรสชาติและเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ 2) ภาพลักษณ์ด้านชื่อเสียงและการเป็นที่รู้จัก พบว่าสินค้าอาหารฮาลาลไทยยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายและไม่พบเห็นมากนักในสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าที่เป็นที่นิยม 3) ภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยในอาหารฮาลาลไทยได้รับความเชื่อมั่นจากกลุ่มผู้ประกอบการไทยผู้นำเข้าสินค้าในตะวันออกกลางและกลุ่มผู้บริโภคชาวตะวันออกกลางในเรื่องมาตรฐานสินค้าและความปลอดภัย 4) ภาพลักษณ์ด้านความเชื่อมั่นในการรับรองฮาลาลและเครื่องหมายฮาลาลไทย ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มผู้นำเข้าและผู้บริโภคชาวตะวันออกกลางจะให้ความเชื่อมั่นว่าเป็นสินค้าฮาลาล หากสินค้านั้นได้ผ่านการรับรองฮาลาลอย่างถูกต้องจากองค์กรศาสนา เพราะทั่วโลกจะปฏิบัติภายใต้หลักการเดียวกันของศาสนาอิสลาม

ด้านพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวมุสลิมในจังหวัดภูเก็ตจากการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวมุสลิมในจังหวัดภูเก็ต มีช่วงอายุ 31-40 ปี และ 21-30 ปี ทำงานเป็นพนักงานในหน่วยงานภาครัฐรัฐวิสาหกิจ พนักงานในองค์กรธุรกิจ เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตเป็นครั้งแรกมากที่สุด มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพักผ่อนใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน จำนวนน้อยกว่า 5,000 บาทมากที่สุด

ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน 5,001 - 10,000 บาทเข้าพัก ในจังหวัดภูเก็ตเป็นระยะเวลา 3 - 6 วัน โดยเดินทางมากับครอบครัว ผลการวิจัย สอดคล้องกับผลการสำรวจข้อมูลนักท่องเที่ยวมุสลิมโลกของ ข้อมูลจากการวิจัยจาก บริษัทในเครือเครสเซน เมาท์ติ้ง (Mastercard – Crescentrating, 2017) ที่กล่าวว่า กลุ่ม ตลาดนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมี 3 กลุ่มที่สำคัญ คือ 1) กลุ่มเจนวาย (Gen Y) หรือที่รู้จัก ในอีกชื่อว่า กลุ่มมิลเลนเนียล (Millennials) คือ กลุ่มคนที่เกิดในยุค 1980s ไปจนถึงช่วง กลางของยุค 1990s คนกลุ่มนี้เกิดและเติบโตมาพร้อมกับความสามารถในการปรับตัว ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่ที่เทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตได้เข้ามา มีบทบาทในการใช้ชีวิตประจำวัน 2) กลุ่มเจน ซี (Gen Z) หรือคนยุคหลังกลุ่ม มิลเลนเนียลคือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงกลางของยุค 1990 ซึ่งคนกลุ่มนี้เกิดมาพร้อมกับ วิวัฒนาการทางเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ต คนกลุ่มนี้จึงเชื่อมถึงกันตลอดเวลา และให้ ความสนใจกับสิ่งรอบตัวผ่านโลกอินเทอร์เน็ต และ 3) กลุ่มเจนเอ็ม (Gen M) เป็นกลุ่มที่ ใช้ชีวิตแบบยึดมั่นในความเชื่อความศรัทธาแบบสมัยใหม่ และไม่ต้องการเปลี่ยนวิถี ปฏิบัติในด้านใดๆ มีความคิดเป็นของตนเอง และกล้าแสดงความคิดเห็น เป็นกลุ่มที่นำ แนวโน้มและวัฒนธรรมใหม่ๆ มาสู่ชาวมุสลิม ไม่ว่าจะเป็นการคิดคำใหม่ๆ เช่น 'Mipsterz' ที่หมายถึง มุสลิมฮิปสเตอร์ หรือคนมุสลิมรุ่นใหม่ 'Haloodie' ซึ่งมาจากคำ ว่า Halal และ Foodies แปลว่าอาหารฮาลาล ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นหลักในการ ติดต่อสื่อสารในกลุ่ม

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารฮาลาล พบว่า นักท่องเที่ยว ชาวมุสลิมส่วนใหญ่มีความต้องการบริโภคร้านอาหารที่เป็นฮาลาลเท่านั้น ซึ่งผลการวิจัย สอดคล้องกับการวิจัยของ Athena H.N. Mak, Margaret Lumbers, Anita Eves, และ Richard C.Y. Chang (2012) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารของ นักท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยทางวัฒนธรรมและศาสนามีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารของ นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรม และศาสนาต่างกันภูมิหลังและลักษณะทาง ประชากรและสังคมและลักษณะบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหารลักษณะและการ

สัมผัสและประสบการณ์ที่ผ่านมาอาจมีแรงจูงใจที่แตกต่างไปจากการบริโภคอาหารในการท่องเที่ยว

ดังนั้นผู้ประกอบการสามารถนำการวิเคราะห์พฤติกรรมมาริโภคอาหารฮาลาลของนักท่องเที่ยวมุสลิมมาใช้ในการสร้างจุดแข็งหรือความได้เปรียบในการแข่งขันโดยใช้แนวคิดตลาดเฉพาะกลุ่ม มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ จุดแข็งหรือสิ่งที่จะช่วยให้เกิดความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาดโดยมีปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนาธุรกิจอาหารฮาลาล คือ ความเชี่ยวชาญของผู้ประกอบการจะต้องมีความรู้ความชำนาญในด้านอาหารฮาลาลถึงจะทำให้ลูกค้าประทับใจหรือเป็นความแตกต่างที่ลูกค้ายินยอมและเต็มใจจ่ายในราคาสูงเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้านี้ได้อย่างแท้จริง

2) ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตผลการศึกษามี 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยหลักของการดำเนินธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วย

(1) การสร้างความน่าเชื่อถือให้กับร้านอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วยการจัดทำเมนูที่มีภาพประกอบอาหารที่สวยงาม มีข้อมูลส่วนผสมของอาหาร และราคาชัดเจนทั้งนี้เพื่อสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ การเป็นร้านอาหารฮาลาลที่ดำเนินการโดยชุมชนมุสลิม และมีการจัดสรรรายได้สู่ชุมชน ซึ่งเป็นการให้ความสำคัญกับการรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวองค์ประกอบในข้อนี้สอดคล้องกับองค์ประกอบที่ 11 ในมาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในด้านความสัมพันธ์กับชุมชน คราวชุมชนเป็นการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนรากหญ้าอย่างแท้จริง เป็นการสร้างโอกาสการทำงานให้กับชุมชนและแรงงานท้องถิ่น การเป็นร้านอาหารฮาลาลที่ได้รับการแนะนำจากคนมุสลิมที่เชื่อใจ สื่อบุคคลนับเป็นสื่อที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด และอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารของนักท่องเที่ยว การบริการร้านอาหารที่น่าประทับใจในคุณภาพของร้านอาหาร ทำให้เกิดการบอกปากต่อปากทั้งบนสื่อออนไลน์

และสื่อออนไลน์ นำไปสู่การมีชื่อเสียงของร้านได้ ในส่วนราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพอาหาร จะต้องกำหนดราคาที่เหมาะสม และแสดงให้ชัดเจนในเมนูทั้งนี้ สอดคล้องกับมาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว ในองค์ประกอบที่ 8 การให้บริการ ระบุให้มีรายการอาหารพร้อมระบุราคาที่เป็นธรรม เมนูอาหารควรมีราคา ถูกต้องและครบถ้วน (สำนักงานคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทย, 2554) ซึ่งปัจจัย ด้านการสร้างความน่าเชื่อถือของร้านอาหารฮาลาลนั้น สามารถเทียบเคียงกับการวิจัย ของ Jamal Abdul Nassir Shaari, Muhammad Khaliq และ Fahdina Aleefah (2014) ซึ่งศึกษาเรื่อง ร้านอาหารฮาลาล: ปัจจัยที่สร้างความมั่นใจให้กับชาวมุสลิมในคู ชิง (Kuching) ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นต่อร้านอาหารฮา ลาลประกอบด้วย ความศรัทธา ความรู้ และวิถีชีวิต

(2) การสร้างเอกลักษณ์ของร้านอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วยความหรูหรา ความสะอาดสบายของร้านอาหารฮาลาลการออกแบบ การ จัดร้านมีความสวยงาม และมีเอกลักษณ์ รวมทั้งมีอาหารจานเด่นของร้าน ผลการวิจัย สอดคล้องกับการศึกษาของ นริศ บุญประสิทธิ์ (2549) ที่กล่าวว่า ร้านอาหารที่ประสบ ความสำเร็จต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก ซึ่งความคาดหวังของ ลูกค้าจะขึ้นอยู่กับข้อกำหนดตำแหน่งของร้านอาหารด้วย การสร้างคุณค่าของ ร้านอาหาร ต้องทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการรู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไปเสมอ

(3) การมีคุณภาพด้านบริการ ประกอบด้วยความสะดวกของอาหาร ภาชนะ และสิ่งแวดล้อมภายในร้านตามมาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการ ท่องเที่ยวการบริการอาหารที่ดีที่สุดสภาพทั้งนี้ตามหลักการฮาลาลนั้นเน้นเรื่องอาหารที่ ส่งผลดีต่อสุขภาพ และมีการบริการที่น่าประทับใจ โดยใช้วัฒนธรรมไทยในการบริการ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฮาลาลการมีจิตบริการเป็นจุดเด่นของการ บริการทุกประเภทในประเทศไทย ทั้งนี้ผลการวิจัยสอดคล้องกับหลักการดำเนินธุรกิจ อิสลาม ที่กล่าวว่า “การให้บริการที่ดีเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจธุรกิจเป็นกิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์มาากกิจกรรมหนึ่ง การดำเนินกิจกรรมใน

รูปแบบที่ดีและคุณภาพเป็นสิ่งสำคัญ ท่านศาสนทูต ได้เคยให้คำนำว่า “ถ้าหากใครไม่สามารถยิ้มแย้มแจ่มใสได้ เขาไม่สมควรที่ทำการค้าขาย” (อิสมาอีลอบูบักร์, 2558)

(4) การสร้างความได้เปรียบด้านการเข้าถึงสถานที่ตั้งของร้านอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบ คือ การมีที่จอดรถเพียงพอหรือการมีรถรับส่งการบริการห้องละหมาด และตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมีทัศนียภาพที่สวยงาม ข้อได้เปรียบในเชิงสถานที่พบว่า ร้านอาหารฮาลาลจะได้เปรียบในเชิงสถานที่ ก็ต่อเมื่อตั้งอยู่ในชุมชนมุสลิม หรือในแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ใกล้สถานที่สำคัญทางศาสนาอิสลาม เช่น มัสยิด นอกจากนี้ในกรณีที่เป็นร้านขนาดใหญ่จะต้องมีพื้นที่ละหมาด ห้องน้ำในการอาบน้ำละหมาด ในห้องน้ำจะต้องมีสายฉีดน้ำเพื่อทำความสะอาด ให้กับลูกค้า แยกชายหญิง อย่างไรก็ตามความได้เปรียบด้านสถานที่ของร้านอาหารฮาลาลในแหล่งท่องเที่ยวมักจะต้องมีต้นทุนด้านสถานที่สูง การมีที่จอดรถอาจจะสร้างต้นทุนให้กับผู้ประกอบการได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องมีการจัดการที่ดี เช่น การมีรถรับส่ง

(5) การเป็นมืออาชีพด้านการจัดการร้านอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการสามารถสัมผัสและรับรู้ถึงความเป็นฮาลาลของร้านทันทีที่เข้ามาใช้บริการ หลักสำคัญของปัจจัยนี้คือ ผู้ประกอบการต้องพัฒนารูปร่างของตนเองให้ได้มาตรฐานการบริการร้านอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว ผลการวิจัยสอดคล้องกับการศึกษาของ Ahmad RusydiRazak, RohanaKamaruddin, Hadijahlberahim, Norlida Abdul Hamid และMohdArmi Abu Samah (2015) ที่พบว่า ความรู้เรื่องฮาลาลเป็นเกณฑ์ที่สำคัญที่สุดในการดูแลคุณภาพของการจัดการบริการร้านอาหารฮาลาล ในขณะที่เกณฑ์อื่น ๆ ทั้งหมด เช่น ทรัพยากรกิจกรรม และการปฏิบัติ มีความสำคัญเท่ากัน ดังนั้น ในความเป็นมืออาชีพของการจัดการด้านร้านอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการจะต้องมีความรู้ด้านกระบวนการฮาลาลเป็นอย่างดี

(6) การสร้างความโดดเด่นด้านรสชาติและคุณภาพอาหาร โดยองค์ประกอบสำคัญ คือ อาหารรสชาติอร่อยและวัตถุดิบมีคุณภาพ และต้องเป็นฮาลาลเท่านั้นสอดคล้องกับแนวคิดของสงกรานต์ นันทพินิต (2555) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่มี

ผลต่อความสำเร็จในการทำธุรกิจร้านอาหาร มี 5 ปัจจัยหลัก ประกอบด้วย 1) รสชาติดี 2) วัตถุดิบมีคุณภาพ 3) สะอาด ถูกหลักอนามัย 4) บริการประทับใจ และใส่ใจในการบริการ 5) เป็นอาหารที่ดีต่อสุขภาพ

(7) การนำเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกในร้านอาหารฮาลาล โดยองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย การมีห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอต่อการบริการ พนักงานสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้ การบริการอาหารนานาชาติ

(8) ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจร้านอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว การมีความรับผิดชอบต่อสังคมร้านอาหารฮาลาลในจังหวัดภูเก็ตจะมีความรับผิดชอบต่อสังคม ในสองรูปแบบ คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการผลิต (Corporate social responsibility in process: CSR in Process) เช่น ความซื่อสัตย์ต่อการใช้กระบวนการฮาลาลในการผลิตอาหารและความรับผิดชอบต่อสังคมที่ไม่อยู่ในกระบวนการผลิต (Corporate social responsibility after process: CSR after Process) เช่น การชากาต การร่วมกิจกรรมชุมชน

ส่วนที่ 2 ปัจจัยสนับสนุนของการดำเนินธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยที่องค์กรที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการผลักดันจังหวัดภูเก็ตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวมุสลิม ประกอบด้วย

(1) การสร้างความรู้ความเข้าใจ และการรับรู้ของคนมุสลิมในท้องถิ่นต่อการทำธุรกิจร้านอาหารฮาลาล เพื่อก่อให้เกิดมาตรฐานระดับเดียวกัน

(2) การผลักดันให้ร้านอาหารฮาลาลที่มีศักยภาพ และมีมาตรฐานตรงตามหลักการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ และสามารถนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ในการให้ภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมุสลิมมีทัศนคติว่า จังหวัดภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมในระดับมาก

(3) การสร้างบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมให้เกิดขึ้นในจังหวัดภูเก็ต ทั้งนี้เพราะอาหารฮาลาลเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในจังหวัดภูเก็ตยังไม่มีตลาดสินค้าฮาลาล ร้านค้าของฝากและของที่ระลึกที่เป็นฮาลาลที่ได้มาตรฐานและครบวงจร ให้เป็นทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม และในส่วนของอาหารฮาลาล ควรสนับสนุนให้มีร้านผลิตภัณฑอาหารฮาลาลให้เป็นทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาว หรือนักท่องเที่ยวที่ต้องการประกอบอาหารเพื่อรับประทานอาหารเองนอกจากนี้ดัชนีการท่องเที่ยวของชาวมุสลิมทั่วโลกประจำปี 2017 ให้น้ำหนักกับ 4 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ การเดินทางเข้าประเทศ (Access) การเข้าถึงและการสื่อสาร (Communication) สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเดินทาง (Environment) และการให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวก (Services) (Mastercard - Crescentrating, 2017)

(4) การประชาสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ กับเอกชน ในการประชาสัมพันธ์เรื่องการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดภูเก็ต และเชื่อมโยงไปในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวชายฝั่งอันดามัน โดยมีเรื่องอาหารฮาลาลเข้าไปด้วย รวมถึงการสร้างการรับรู้ให้นักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางมาถึงภูเก็ตแล้ว ได้รับข้อมูลเรื่องอาหารฮาลาลแหล่งท่องเที่ยวฮาลาลทันที

(5) การสนับสนุนการเชื่อมโยงอาหารฮาลาลให้เข้าเป็นส่วนหนึ่งการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งในจังหวัดภูเก็ตก็มีแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นชุมชนมุสลิม อันเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นได้ ประกอบกับการทำร้านอาหารในชุมชนนั้นสามารถสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจตามวิถีอิสลามที่มีการแบ่งปันและกระจายรายได้ไปสู่รากหญ้าอย่างแท้จริง

(6) การจัดทำกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์อาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตบรรจุไว้ในแผนประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐ หรือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเพื่อกระตุ้นส่งเสริมการทำงานระดับนโยบาย และควรมีการสื่อสารอาหารฮาลาลผ่านสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยสถานที่ใน

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ควรจะให้มีความสำคัญ ได้แก่ บนเครื่องบิน สนามบิน บริษัทนำเที่ยว โรงแรม และแหล่งข้อมูลข่าวสารในจังหวัด ระดับประเทศ และ นานาชาติ

(7) การสร้างการรับรู้ด้าน ตราสัญลักษณ์ของอาหารฮาลาลรูปแบบต่าง ๆ ที่สถานประกอบการใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Syed Shah Alam และ Nazura Mohamed Sayuti (2011) ศึกษาเรื่องการประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior (TPB) ในการซื้ออาหารฮาลาล ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้และทัศนคติมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ และมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าอาหารฮาลาล และการวิจัยของMohani Abdul, Hashanah Ismail, Haslina Hashim and Juliana Johari. (2009) ศึกษาวิจัยเรื่อง กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้ออาหารฮาลาลในประเทศมาเลเซีย ผลการศึกษายืนยันว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่าง ความศรัทธาทางศาสนาและการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อโลโก้ฮาลาล และมีสัญลักษณ์ฮาลาลเป็นการประกันว่าอาหารที่จะซื้อเป็นฮาลาลและมีกระบวนการผลิตที่ดี ทั้งในแง่ของความเป็นฮาลาลของผลิตภัณฑ์ สถานที่ตั้ง และการประกันจากองค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม

(8) การสร้างศูนย์หน่วยงาน/สมาคม ที่ให้ความรู้ด้านการประกอบธุรกิจฮาลาล เพื่อสร้างแรงจูงใจ ด้วยการช่วยเหลือการจัดตั้งธุรกิจ การให้ข้อมูลตลอดจนตรวจสอบให้ได้มาตรฐานทุกปี รวมทั้งมีการจัดเวทีแลกเปลี่ยนความรู้ ปัญหาทางธุรกิจ แบ่งปัน และไม่แข่งขันกัน ไม่ตัดราคากัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

1.การที่ผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาลในจังหวัดภูเก็ตได้รับการรับรองมาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว นับว่าเป็นการยกระดับคุณภาพ

ของร้านอาหารให้เป็นไปตามหลักสากล และแสดงถึงความเป็นมืออาชีพของผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถสร้างความไว้วางใจให้กับผู้ใช้บริการในระดับสูง

2. เนื่องจากนักท่องเที่ยวมุสลิมมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น และมีรสนิยมในการรับประทานอาหารต่างกัน ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวควรมีการนำเสนออาหารในรูปแบบอาหารนานาชาติมากขึ้น

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวฮาลาล และอาหารฮาลาลสู่สายตานักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวต่างชาติให้มากขึ้น เพื่อสร้างความรู้สึกที่ว่าประเทศไทย และภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวมุสลิม

4. นักท่องเที่ยวมองว่าภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม หากบูรณาเข้ากับกลยุทธ์การเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านวิทยาการอาหาร (City of Gastronomy) ที่จังหวัดภูเก็ตได้รับจากยูเนสโก แล้วสามารถนำมาเป็นจุดขายและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาหารของภูเก็ตได้

5. นักท่องเที่ยวต่างประเทศนิยมรับประทานห้องอาหารในโรงแรมมากที่สุด ไม่นิยมรับประทานอาหารข้างทาง ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักจ่ายค่าอาหารเช้า และต้องการร้านอาหารประเภทระดับกลางถึงหรูหรานั้น การลงทุนร้านอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต โดยเฉพาะเน้นลูกค้าชาวต่างประเทศ จะต้องมีการออกแบบร้านให้มีความสวยงามและมีเอกลักษณ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมทั้งต้องใส่ใจในหลักการบริหารอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. อาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว เป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบการท่องเที่ยวฮาลาลการท่องเที่ยวฮาลาลจะต้องครอบคลุมทุกองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ดังนั้น ควรมีการวิจัยองค์ประกอบอื่น ๆ ของการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดภูเก็ต หรือในพื้นที่อันดามัน ซึ่งอาจจะเป็นการวิจัยเกี่ยวกับโรงแรมฮาลาลระบบการเงินอิสลามที่ใช้ในการดำเนินงานการท่องเที่ยวฮาลาลระบบการขนส่งฮาลาลสายการบินฮาลาล ระบบการเงินในการท่องเที่ยวฮาลาลรายการนำเที่ยวฮาลาล เป็นต้น

2. ส่วนของนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวต่างประเทศ ผู้วิจัยได้ศึกษาในภาพรวม จึงควรมีการทำวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวต่างประเทศโดยแบ่งประเภทสัญชาติ หรือภูมิภาคที่มาของนักท่องเที่ยวมุสลิมอย่างชัดเจน เพราะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแต่ละชาติย่อมมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารไม่เหมือนกัน

3. ควรมีการศึกษาถึงกลยุทธ์การสื่อสารอาหารฮาลาลเพื่อการรับรู้และการยอมรับของนักท่องเที่ยวมุสลิม เพราะการรับรู้ความเป็นฮาลาลของอาหารไทยในมุมมองของการท่องเที่ยวยังถือว่าอยู่ในระดับน้อยมาก หากมีการวางแผนประชาสัมพันธ์แนวทางการสื่อสารที่เหมาะสม สามารถสร้างการรับรู้และการยอมรับของนักท่องเที่ยวมุสลิมได้เป็นอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2557). **รายชื่อสถานประกอบการที่ผ่านการรับรองมาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวประจำปี 2554** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:<http://www.tourism.go.th/home/details/11/797/1633>[27 ตุลาคม 2558].
- ไทยรัฐออนไลน์. (2558). **รुकตลาดตะวันออกกลาง ททท.วางจุดขายไทยแหล่งท่องเที่ยวมุสลิม** .[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:<http://www.thairath.co.th/content/498895>. [11 ตุลาคม 2558].
- นริศ บุญประสิทธิ์. (2549). **การบริหารจัดการร้านอาหารที่มีผลต่อพฤติกรรมการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- ภาวดี บุญมาเลิศ. (2544). **การศึกษาการรับรู้ข้อมูลทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล เพื่อผลทางการตลาด**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.

ศราวดี อารีย์. (2556). **การท่องเที่ยวฮาลาลและศักยภาพของไทย : วิถีมุสลิม**
โลก.[ออนไลน์].เข้าถึงได้

จาก:<http://www.komchadluek.net/detail/20130208/151294.html>

[1 ตุลาคม 2558].

ศิริเชษฐ์ : Marketing ZONE. (2558). **Niche Market: การตลาดเฉพาะกลุ่ม.**
[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก :<http://sirachet.weebly.com/niche-market-3.html>. [2 พฤศจิกายน 2558].

สงกรานต์ นันทพินิต. (2555). **กุญแจแห่งความสำเร็จ ของร้านอาหาร จาก**
ประสบการณ์ที่เคยเจอ .[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก :
<http://www.gotoknow.org/posts/492521> [20 ตุลาคม 2558].

สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย. (2550). **ฮาลาลคืออะไร ? ทำไมต้อง**
ฮาลาล.[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก :

<http://www.halal.or.th/th/main/content.php?page=sub&category=11&id=11> [20 ตุลาคม 2558].

สลิกา คำสุวรรณ. (2554). **ภาพลักษณ์อาหารฮาลาลไทยในกลุ่มผู้บริโภคมุสลิม**
ตะวันออกกลาง .[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก :
http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/epaper/jan_june2012/pdf/08.pdf [1 ตุลาคม 2560].

สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย. (2554). **มาตรฐานการบริการ**
อาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว.[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :
<http://www.cicot.or.th/2011/main/content.php?page=news&category=10&id=1093>[20 ตุลาคม 2558].

เอกราช มุแก้ม. (2557). **เปิดประตูสู่เมืองธุรกิจฮาลาลอันดามันPhuket**
Andaman Halal for Tourism 2014 : PAHT 2014. [ออนไลน์].เข้าถึงได้
จาก : <http://www.thealami.com/main/content.php?page=&category=2&id=1284>. [11 ตุลาคม 2558].

อิสมาอีลอบูบักร์. (2558). **แนวคิดธุรกิจอิสลาม.(Islamic Business Concepts).**

[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก: <http://www.islammore.com/view/1664>.

[2 พฤศจิกายน 2558].

Ahmad RusydiRazak, RohanaKamaruddin, HadijahIberahim, Norlida Abdul Hamid and MohdArmi Abu Samah.(2015). “Halal Food Services Management Priority (HFMP) using Multi Criteria Decision Making (MCDM)” **International Malaysia Halal Conference 2015 (IMHALAL2015)**, Malaysia.

Angelo, Rocco M. (2004). **Hospitality today: an introduction**. Lansing, Mich: Educational Institute, American Hotel & Lodging Association.

Athena H.N. Mak, Margaret Lumbers, Anita Eves, and Richard C.Y. Chang. (2012). “Factors Influencing Tourist Food Consumption”, **International Journal of Hospitality Management**, 31(3), pp. 307-316.

Jamal Abdul Nassir Shaari, Muhammad Khaliq, and FahdlinaAleefah.(2014) “Halal Restaurant: What Makes Muslim In Kuching Confident?” **Journal of Economic Development, Management, IT, Finance and Marketing**, 6(1), 23-34, March 2014.

Mastercard-Crescentrating.(2015). **Global Muslim Travel Index 2015 (GMTI 2015)**. [Online]. Available: <http://gmti.crescentrating.com/>. [11th October 2017].

Mastercard-Crescentrating. (2017). **Global Muslim Travel Index (GMTI 2017)**. [Online] Available: <https://www.crescentrating.com/reports/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-gmti-2017.html#> [15th January 2018].

Mohani Abdul, Hashanah Ismail, HaslinaHashim and Juliana Johari.(2009). “ Consumer decision making process in shopping for halal food in

Malaysia”, **China-USA Business Review**, Sep. 2009, Volume 8, No.9
(Serial No.75).

Pew Research Center. (2015). **The Future of World Religions: Population
Growth Projections, 2010-2050**. [Online]. Available: [1st October 2016].

Pew Research Center. (2016). **The Changing Global Religious
Landscape**. [Online]. Available: <http://www.pewforum.org/2017/04/05/the-changing-global-religious-landscape/#global-population-projections-2015-to-2060> [1st October 2017].

Syed Shah Alam, Nazura Mohamed Sayuti, (2011) “Applying the Theory of
Planned Behavior (TPB) in halal food purchasing”, **International Journal of
Commerce and Management**, Vol. 21 Iss: 1, pp.8 – 20.

William G. Cochran. (1977). **Sampling Techniques (3th Edition)**.
[Online]. Available: https://archive.org/details/Cochran1977SamplingTechniques_201703. [25th November 2016].