

**แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาแบรนด์การท่องเที่ยวฮาลาล
สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย***
**STRATEGIC PLAN FOR HALAL TOURISM BRAND DEVELOPMENT
FOR MUSLIM MARKETS IN BANGKOK, THAILAND**

ชญาณี โยธาสุมทร¹, พยอ มธรรมบุตร², เสรี วงษ์มณฑา³,
กาญจน์ภา พงศ์พนรัตน์⁴

Chayane Yodhasmutr¹, Payom Dhamabutra², Seri Wongmonta³,
Kannapa Pongponrat⁴
มหาวิทยาลัยพะเยา^{1,2,3,4}
University of Phayao, Thailand.^{1,2,3,4}
Email : Chayane.y@rsu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) แสวงหาศักยภาพของกรุงเทพมหานครในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน 2) สร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวของกรุงเทพมหานคร 3) ประเมินผลการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวในโครงการนำร่องในชุมชนในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยมีการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการวิจัยหลักและมีการวิจัยเชิงปริมาณเป็นงานวิจัยสนับสนุน เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบตรวจสอบชุมชนศึกษา แบบตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อยข้อมูลเชิงคุณภาพเก็บจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 32 คน จากภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนและนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ข้อมูลเชิงคุณภาพได้รับการเก็บ วิเคราะห์ด้วยวิธีการตรวจสอบสามเส้า และการวิเคราะห์เนื้อหา เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ คือแบบสอบถาม ซึ่งผู้ให้ข้อมูลตอบแบบสอบถาม คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน นักท่องเที่ยว กลุ่มละ 10 คน สถิติที่ใช้ในงานวิจัยเชิงปริมาณคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) กรุงเทพมหานครมีศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่น ศักยภาพด้านการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของประชากร ตลอดจนศักยภาพด้านกิจกรรมเพื่อปลูกจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการพัฒนาจิตใจ 2) แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาแบรนด์ท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย มีวิสัยทัศน์ในรูปของการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานคร ให้เป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวฮาลาลของอาเซียน โดยมีตำแหน่งของการตลาดที่โดดเด่น (Positioning) 4 ด้าน หรือแบรนด์ย่อย 4 แบรนด์ คือ แบรนด์ที่ 1 ท่องเที่ยวฮาลาลทางธรรมชาติ วิถีชีวิตริมสายน้ำที่กรุงเทพมหานคร เวนิสตะวันออก แบรนด์ที่ 2 ท่องเที่ยวฮาลาลที่กรุงเทพมหานคร

เชิงวิถีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แบรินด์ที่ 3 ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครสัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมที่อยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข แบรินด์ที่ 4 เยือนกรุงเทพมหานคร สัมผัสศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ หลายยุคสมัย ร่วมอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม ศาสนาอิสลามและปฏิบัติจิตตามบัญญัติของศาสนาอิสลาม 3) ผลการประเมินโครงการนำร่องของแผนยุทธศาสตร์ของชุมชนมัสยิดบางอ้อ พบว่านักท่องเที่ยวมีความพอใจในการท่องเที่ยวฮาลาล ณ ชุมชนมุสลิมแห่งนี้ โดยมีโอกาสศึกษาศิลปะ สถาปัตยกรรมของมัสยิดบางอ้อ การร่วมพิธีกรรมทางศาสนา การฝึกปรุงอาหารฮาลาล ตลอดจนการเยี่ยมชมหมู่บ้านฮาลาลกลางกรุงเทพมหานคร ซึ่งต้อนรับอย่างฉันทมิตร ในส่วนของชุมชนมัสยิดบางอ้อ พบว่าการวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวฮาลาลในมัสยิดบางอ้อทำให้มีแผนที่นำทางในการพัฒนาชุมชนมัสยิดบางอ้ออย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : 1. ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยว 2. การท่องเที่ยวฮาลาล 3. ตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิม

ABSTRACT

This research aims to 1) investigate the potentials of Bangkok metropolitan to develop integrated sustainable creative halal tourism 2) create the strategic plan to develop halal tourism in Bangkok. 3) evaluate the implementation of the pilot project of the strategic plan in a community in Bangkok. The research uses mixed research method: qualitative research as the main research while quantitative research as supporting researched. The research instruments are: community study checklists. Tourism resource audit checklists, a structured in-depth interview and focus group form and questionnaires. Qualitative data are collected from 32 key informants from public, private, people and tourist sectors. Data are collected, verified and analyzed with triangulation and content analysis while the quantitative data are collected from 400 respondents belonging to public, private, people and tourist sector, Statistics used to analyze data are: percentage means and standard deviation.

The findings of the research are: 1) Bangkok has outstanding resource and sustainable management potentials as well as people participation and environmental awareness activities potentials. 2) In terms of the Vision, Bangkok will be the World Halal Tourism Hub with 4 positioning brands: brand N°1: River Cruising in Bangkok, Venice of the East, brand N°2: Visit Bangkok, vibrant creative Economy City, brand N°3: Come to Bangkok: World cosmopolitan City to live with people in the peaceful multi-cultural society, brand N°4 visit Bangkok, splendid city of Art and cultural Heritage. 3) The evaluation of the pilot project in Bang Or Mosque Community reveals Tourists' satisfaction of the familiarization Trip, learning Islamic law and way of life while Bang Or Mosque Community are convinced that the Strategic plan's vision provides excellent

roadmap for the community to fulfil prospective sustainable halal Tourism development.

Keywords : 1. Potential of Halal Tourism 2. Halal Tourism 3. Muslim Tourist Market

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

แนวโน้มการขยายตัวของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม (Muslim Friendly Destination) เพิ่มขึ้น การท่องเที่ยวเพื่อทำธุรกิจ และการท่องเที่ยวช่วงเดือนรอมฎอน จากการวิจัยของ Crescent rating ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในสิงคโปร์ร่วมกับ Dinar Standard บริษัทในสหรัฐอเมริกาที่ติดตามในวิถีชีวิตของมุสลิม พบว่า ปี 2554 นักท่องเที่ยวมุสลิมทั่วโลกเป็นตลาดเฉพาะกลุ่มที่มีมูลค่าตลาด 126,100 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะเติบโตขึ้นไปอีก ในปี 2563 อีกร้อยละ 4.8 ต่อปี และในปี 2030 คาดว่าจะมีผู้ที่นับถือศาสนาอิสลามมากถึง 2,000 ล้านคน ด้วยเหตุผลดังกล่าว นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นพิเศษเพิ่มเติม นับเป็นตลาดที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะตัว (Niche Market) อาทิเช่น อาหารฮาลาล เป็นอาหารที่ได้รับการยอมรับและได้รับมาตรฐานฮาลาล ซึ่งระดับความเคร่งครัดของชาวมุสลิม เป็นไปตามความแตกต่างในการดำรงชีวิต ขึ้นอยู่กับพื้นที่ที่อาศัยอยู่ มีห้องชำระล้างที่เหมาะสม ชาวมุสลิมต้องใช้น้ำในการชำระล้างร่างกาย จึงมีข้อกำหนดมากกว่าคนทั่วไป มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ไม่เป็นฮาลาล กิจกรรมบางประเภทอาจยังไม่ถูกต้องเหมาะสม หรือเป็นท่อนุ้มนิตในการเดินทางท่องเที่ยวสำหรับชาวมุสลิม มีห้องละหมาด 63% ของชาวมุสลิมจะทำละหมาด 5 ครั้งต่อวันในวันปกติ และจะทำ 3 ครั้งต่อวันในกรณีชาวมุสลิมเดินทาง มีการบริการในช่วงเดือนรอมฎอน ซึ่งเป็นเดือนถือศีลอดของชาวมุสลิม ด้านสนทนากการ การสร้างความบันเทิง รื่นเริงต่างๆ ในศาสนาอิสลาม อาจมีข้อจำกัดเพื่อให้สอดคล้องกับหลักศาสนา มีการบริการที่เป็นส่วนตัว ชาวมุสลิมให้ความสำคัญกับการบริการแบบเป็นส่วนตัว และให้ความสำคัญกับการแยกระหว่างเพศชายกับเพศหญิง และมีที่พักตามหลักฮาลาล สิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบิน (Crescent Rating, 2022)

กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและด้านการท่องเที่ยวของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (South East Asia Hub) ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในอนาคตได้ด้วยความได้เปรียบเชิงที่ตั้ง เป็นเมืองท่องเที่ยวหลักของประเทศ และทรัพยากรต่างๆ ที่มีอยู่ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกในหลากหลายปัจจัย ทั้งนี้ ประเทศไทยมีแผนพัฒนาประเทศไทย 4.0 Thailand ซึ่งเป็นโมเดลเศรษฐกิจที่จะนำพาประเทศไทยให้หลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลาง กับดักความเหลื่อมล้ำ และกับดักความไม่สมดุล พร้อมกับเปลี่ยนผ่านประเทศไทยไปสู่ ประเทศในโลกรุ่นที่หนึ่ง ที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ในบริบทของโลกยุค The Fourth Industrial Revolution อย่างเป็นรูปธรรมตามแนวทางที่แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีได้วางไว้ ด้วยการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน ควบคู่ไปกับการเชื่อมโยงกับประชาคมโลก ตามแนวคิด “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” นอกจากนี้ยังมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) ซึ่งมีวิสัยทัศน์ที่จะทำให้ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนเป็นประเทศพัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงจากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น แสดงให้ผู้วิจัยตระหนักและเห็นถึงความจำเป็นในการ

จัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาแบรนด์การท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย เนื่องจากแผนพัฒนากรุงเทพมหานครระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2556 – 2575) มีเพียง 1 ข้อ คือยุทธศาสตร์ย่อยที่ 6.3 ที่กำหนดให้กรุงเทพมหานคร เป็นศูนย์กลางของโลก ตลอดจนยังขาดแผนพัฒนาการท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวฮาลาล อีกทั้งยังไม่มีแผนการบูรณาการอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับชาวไทยมุสลิม การศึกษาข้อกำหนดของศาสนาอิสลาม หลักฮาลาลและฮารอม สามารถนำมาเป็นแผนกลยุทธ์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยมุสลิมที่มาจากภาคต่างๆ ที่จะตอบสนองการท่องเที่ยวของพวกเขาด้วยองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่พักแรมที่สอดคล้องตามหลักศาสนา ตลอดจนสามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่บรรลุเป้าหมายจุดหมายปลายทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในปี พ.ศ.2573

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาศักยภาพของการพัฒนาแบรนด์การท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

2.2 เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาแบรนด์การท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

2.3 เพื่อประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวไปดำเนินโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

3.1 ภาครัฐ กรุงเทพมหานครสามารถนำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาแบรนด์การท่องเที่ยวฮาลาลไปรวมกับแผนพัฒนากรุงเทพมหานครในภาพรวม

3.2 ภาคเอกชน ผู้ประกอบการของห่วงโซ่อุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจที่พักแรมและธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นต้น สามารถนำแผนดังกล่าวไปกำหนดทิศทางของแผนยุทธศาสตร์ด้านการตลาดของตนเอง

3.3 ประชาชน สามารถนำแผนดังกล่าวไปบูรณาการกับแผนพัฒนาท้องถิ่นของชุมชนในระดับอำเภอ องค์การบริหารส่วนตำบลและหมู่บ้าน

3.4 นักท่องเที่ยว สามารถนำแผนดังกล่าวไปวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของตนเอง

3.5 สถาบันการศึกษาด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม สามารถนำแผนดังกล่าวไปพัฒนาหรือปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนให้มีความทันสมัย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

4.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ

4.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) รวม 32 ราย (McMillan and Suhumacher, 1997) โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ทั้ง

ระดับผู้บริหารและระดับปฏิบัติการในพื้นที่ ประกอบด้วย ภาครัฐ จำนวน 8 คน เลือกจากกลุ่มงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานคร ภาคเอกชน จำนวน 8 คน เลือกจากองค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานคร ภาคประชาชน จำนวน 8 คน ที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว และภาคนักท่องเที่ยว จำนวน 8 คน ที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว

4.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ 1) การศึกษาเอกสาร ได้แก่ เอกสารแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร หนังสือประกอบการเรียน ตำรา เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร 2) รายการตรวจสอบเพื่อศึกษาชุมชนของสถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประกอบด้วยข้อมูลทางกายภาพ ข้อมูลภูมิศาสตร์ ข้อมูลด้านสังคม 3) รายการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว ของสถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประกอบด้วยทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรวัฒนธรรม ทรัพยากรมหรหรรรม ทรัพยากรด้านกิจกรรม ทรัพยากรด้านบริการ และการประเมินคุณภาพ ความโดดเด่น และอำนาจในการดึงดูด 4) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ผู้วิจัยนำผลจากการศึกษาเอกสารแนวคิด หลักการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว มาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์ ประกอบไปด้วยประเด็นคำถามที่สำคัญ ได้แก่ (1) ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นของพื้นที่ (2) จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของพื้นที่ (3) ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (4) การกำหนดวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ

4.1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ 1) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้ จากเอกสารตามความมุ่งหมายของการวิจัย ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ได้แก่ การแสวงหาความเชื่อถือได้ของข้อมูลจากแหล่งที่แตกต่างกัน (สุภางค์ จันทวานิช, 2552) 2) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม (Field Study) โดยการสำรวจ (Survey) สำรวจข้อมูลทั่วไป และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 32 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต โดยการเฝ้าดูสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างใส่ใจและมีระเบียบวิธี เพื่อวิเคราะห์หรือหาความสัมพันธ์ของสิ่งที่เกิดขึ้นนั้นกับสิ่งอื่น (สุภางค์ จันทวานิช, 2552) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยเข้าไปใช้ชีวิตร่วมกับกลุ่มคนที่ถูกศึกษา มีการทำกิจกรรมร่วมกันกับชุมชนต่างๆ การฝังตัวอยู่ในเหตุการณ์สำคัญๆ และเข้าไปอาศัยอยู่ในชุมชนต่างๆเป็นเวลานาน การประชุมกลุ่มย่อย เพื่อระดมสมองเกี่ยวกับข้อมูลต่างๆตามบทสัมภาษณ์ การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) การแนะนำองค์ความรู้การใช้เครื่องมือให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งได้แก่ ผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว ทั้งระดับผู้บริหารและระดับปฏิบัติการในพื้นที่ เพื่อแสดงความคิดเห็นร่วมกัน (Consensus) เกี่ยวกับทรัพยากรที่โดดเด่น วิเคราะห์ SWOT Analysis วิเคราะห์ TOWS Matrix กำหนดยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ โครงการ ผลที่ได้จากการประชุมกลุ่มย่อย นำมาอภิปรายร่วมกัน และกำหนดแนวทางสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาแบรนด์การท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

4.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา จัดความสำคัญ จัดกลุ่มของเนื้อหา รวมถึงการวิเคราะห์ จำแนก และสรุปประเด็นสำคัญ (เอื้อมพร หลินเจริญ, 2554) การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งกระทำโดยการ ตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งที่มาของข้อมูลในด้านเวลา สถานที่ และบุคคล ที่แตกต่างในกรุงเทพมหานคร (สุภาวค์ จันทวานิช, 2539) การนำข้อมูลจากการสนทนากลุ่มย่อยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) จากผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว ทั้งระดับบริหารและระดับผู้ปฏิบัติการในพื้นที่ ร่วมกันวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOWS Matrix เพื่อร่วมกันกำหนดยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ โครงการ การนำข้อมูลที่วิเคราะห์และสังเคราะห์ทั้งหมดจากการวิจัยเชิงคุณภาพมาประมวลเป็นฐานข้อมูล เพื่อสร้างเครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม สำหรับการวิจัยเรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาแบรนด์การท่องเที่ยวฮาลาล สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร การนำร่างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาแบรนด์การท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย เข้าสู่การพิจารณาของผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 32 คน เพื่อจัดลำดับความสำคัญและประเมินความเหมาะสมของข้อมูลทั้งหมดในเพื่อพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแบรนด์การท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย โดยมีการอภิปรายและลงความเห็นร่วมกัน (Consensus) ในหัวข้อดังนี้ 1. การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวฮาลาล 2. การวิเคราะห์ SWOT และ TOWS 3. การศึกษาศักยภาพของการพัฒนา 4. วิสัยทัศน์ 5. ยุทธศาสตร์ 6. กลยุทธ์ 7. โครงการ 8. ข้อเสนอแนะ และนำเสนอแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาแบรนด์การท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ในรูปแบบการประเมินผลกระทบยุทธศาสตร์ (Strategic Environment Assessment: SEA)

4.2 การวิจัยเชิงปริมาณ

4.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยสุ่มกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน และได้ใช้วิธีการแบ่งกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม กลุ่มละ 100 คน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ซึ่งทำการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenient Sampling) ในการศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ภาคเอกชน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ภาคประชาชน โดยเลือกแบบบังเอิญ (Accidental sampling) และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครโดยเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

4.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ข้อมูลส่วนบุคคล แบบสอบถามเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร แบบสอบถามเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) แบบสอบถามเกี่ยวกับศักยภาพของการพัฒนาการแบรนด์การท่องเที่ยวฮาลาลของกรุงเทพมหานคร แบบสอบถามเกี่ยวกับ วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการและข้อเสนอแนะ

4.2.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถามกับระดับความคิดเห็นต่อแผนยุทธศาสตร์ของชุมชน (Index of item-Objective Congruence: IOC) จากนั้นจะนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณ แล้ว

ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบกับกลุ่มคนจำนวน 30 คน เพื่อนำคำตอบมาหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม เช่นเดียวกับการทดสอบการเก็บข้อมูลจริง โดยวิธีวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัท (Cronbach's alpha coefficient) (สุวิมล ติรภานันท์, 2550)

4.2.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ แบบสอบถามการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว การวิเคราะห์ SWOT ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครและแผนยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ โครงการ สอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยวชาวไทย รวมทั้งสิ้น จำนวน 400 ชุด

4.2.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ รวบรวมแบบสอบถาม มาทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป (Statistical Package for Social Sciences: SPSS) และจำแนกข้อเสนอแนะจากแบบสอบถามออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ข้อเสนอแนะด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรมและจิตใจ

4.2.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติพื้นฐาน การหาค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Means) การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา วิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ และแสดงผลออกมาเป็น ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5. ผลการวิจัย

5.1 ผลการศึกษาศักยภาพของการพัฒนาแบรนด์การท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย ผู้วิจัยขอเสนอแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย พบว่า ผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรด้านบริการที่โดดเด่นสอดคล้องกัน โดยมีบางความคิดเห็นที่คิดต่างกันแต่ไม่มีนัยสำคัญ มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โบรชัวร์ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ป้ายสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยว มีที่พัก โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เกสต์เฮาส์ มีตลาด ศูนย์การค้า ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ภัตตาคาร ศูนย์อาหาร ร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง มีตำรวจท่องเที่ยว และกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว มีห้องน้ำ ตู้ ATM โรงพยาบาล คลินิก ปั้มน้ำมัน

จากการประชุมกลุ่มย่อยและการสัมภาษณ์เชิงลึกด้านศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานคร พบว่ากรุงเทพมหานครมีศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของพื้นที่ในการเข้าถึงพื้นที่ มีถนน ป้ายบริการรถประจำทาง บริการรถประจำทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว สภาพภูมิอากาศและที่ตั้งเหมาะสมต่อการท่องเที่ยววิถีชีวิตที่ทันสมัย สบายงาม เหมาะสมกับการพักผ่อนและทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวมีทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดใจ มีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น ความอุดมสมบูรณ์ของพืชและสัตว์ ศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในอนาคต

กลยุทธ์ด้านการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน ด้านพลังงาน น้ำ ชยะ มลพิษ (Resource Management) กรุงเทพมหานครมีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับนานาชาติการแบ่งเขตพื้นที่ที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อป้องกันผลกระทบต่อทรัพยากรการจัดการด้านการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว การจัดการขยะ คุณภาพน้ำใช้ และน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพการจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน การเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติ

ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง กรุงเทพมหานครมีชุมชนและผู้เกี่ยวข้องได้ประโยชน์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์ด้านเศรษฐกิจมีการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและมีความเข้มแข็ง มีโอกาสในการสนับสนุนงบประมาณการพัฒนาการท่องเที่ยวจากภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่างๆมีการสร้างเครือข่ายด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ศักยภาพด้านการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้การสื่อความหมายและการปลูกจิตสำนึก กรุงเทพมหานครมีกิจกรรมหลากหลายที่เหมาะสมกับพื้นที่และเอื้อต่อการส่งเสริมการปลูกจิตสำนึกที่ดี ต่อแหล่งท่องเที่ยวมีวิธีการสื่อความหมายที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยวกิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจและมีความคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยวกิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมสร้างความตระหนักต่อผลกระทบด้านทรัพยากรแก่ชุมชนนักท่องเที่ยวและองค์กรต่างๆ

5.2 ผลการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาแบรนด์การท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย พบว่า ที่ประชุมลงความเห็นร่วมกันในการสร้างวิสัยทัศน์ในรูปแบบของแบรนด์ท่องเที่ยวฮาลาลของกรุงเทพมหานคร โดยมีตำแหน่งการตลาด (Positioning) 4 ตำแหน่งในรูปของแบรนด์ย่อย 4 แบรนด์ ได้แก่ แบรนด์กรุงเทพมหานครมีความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงธรรมชาติ ในอีก 5-10 ปีข้างหน้า โดยกรุงเทพมหานครจะเป็นเมืองนำอยู่ สร้างแบรนด์ท่องเที่ยวฮาลาลทางธรรมชาติ เยือนบางกอก มหานครผู้ได้สมญา “เวนิสแห่งตะวันออก” สัมผัสความร่มเย็นสายลม แสงแดด เมื่อล่องลอยไปตามลำน้ำเจ้าพระยาและลำคลองที่คดเคี้ยวไปตามเรือสวนผลไม้ นานาชนิด สวนลิ้นจี่อายุร้อยปีเขตจอมทอง ชมธรรมชาติชายฝั่งทะเลที่เต็มไปด้วยฝูงนกนางนวล เหยี่ยว ล่องเรือปลุกป่าชายเลน ป่าแสม ป่าโกงกาง ชานมมหานครที่เขตบางขุนเทียน พักผ่อนในสวนสาธารณะกลางกรุงได้ร่มเงาของต้นไม้ใหญ่ อายุร่วมร้อยปี เข้าพิธีละหมาดในมัสยิดโบราณที่ตระหง่าน สง่างามอยู่บนฟากฝั่งเจ้าพระยา เพื่อพบความสงบสันติท่ามกลางมหานคร เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

กรุงเทพมหานครจะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวฮาลาลเชิงวิถี “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” เที่ยวบางกอกมหานครแห่งทวยเทพ (City of angles) ร่วมทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่หลากหลายเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ชีวิตและสุขภาพกาย ขอปิ้งสินค้าแบรนด์เนม และสินค้าแฟชั่นสุดหรูระดับโลกที่ย่านชอป สตรีทฟู้ด อาหารทะเลสดๆกลางกรุงสไตล์ฮาลาล ร่วมมหกรรมภาพยนตร์ สินค้าอุปโภคบริโภค ฮาลาล เที่ยวตลาดนัด ตลาดน้ำ ถนนวัฒนธรรม ถนนสายอาหาร สนุกสนานที่สวนสนุกริมฝั่งเจ้าพระยา เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจในกรุงเทพมหานครและเพื่อการกระจายรายได้สู่ชุมชน

กรุงเทพมหานครจะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวฮาลาลเชิงสังคม เยือนกรุงเทพมหานครเพื่อสัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมที่หลากหลาย เยี่ยมเยือนชุมชนมุสลิมเก่าแก่ที่อพยพมาตั้งรกรากริมฝั่งเจ้าพระยา เมื่อ 254 ปีมาแล้ว รอบ ๆ มัสยิดที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์วิถีชีวิต วัฒนธรรมอาหารฮาลาลไว้ได้อย่างมั่นคง สัมผัสความกลมกลืนของความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศรัทธา ศาสนาและกลุ่มชาติพันธุ์ที่ยังมีชีวิตอยู่ร่วมกันในหมู่บ้านกลางกรุง เพื่อร่วมพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

กรุงเทพมหานครจะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวฮาลาลเชิงวัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ มหานครแห่ง ศิลปะวัฒนธรรมยุคกรุงศรีอยุธยา กรุงธนบุรีและกรุงรัตนโกสินทร์ ชมศาสนสถานผ่านประวัติศาสตร์ ล่องเรือดูพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิตบนถนนสายวัฒนธรรมบนเกาะ เยี่ยมชมสถาปัตยกรรมของมัสยิดที่งดงามที่สุด 10 อันดับในกรุงเทพมหานครเพื่อร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจตามแนววิถีของศาสนาอิสลาม

การกำหนดยุทธศาสตร์ 4 ด้านพร้อมกลยุทธ์และโครงการของแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาได้แก่ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์กรุงเทพมหานครเป็นแหล่งช้อปปิ้งระดับโลก เป็นมหานครสีเขียวสะดวกสบายและปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว มีมาตรการและความพร้อมในการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรด้านพลังงาน น้ำ ขยะมลพิษ (Resource Management) เพื่อความยั่งยืนในทันที 50 เขตของกรุงเทพมหานครทั้งระดับอุตสาหกรรมและระดับครัวเรือน ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของกรุงเทพมหานครและการกระจายรายได้สู่ชุมชน กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาดเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมกรุงเทพมหานครในการเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ระดับนานาชาติ ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชน กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อจัดการการท่องเที่ยวฮาลาลของกรุงเทพมหานคร กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างความเข้มแข็งและการกระจายรายได้ เพื่อวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึก เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร

5.3 ผลการประเมินโครงการนำร่องของแผนยุทธศาสตร์ของชุมชนมัสยิดบางอ้อ พบว่านักท่องเที่ยวมีความพอใจในการท่องเที่ยวฮาลาล ณ ชุมชนมุสลิมแห่งนี้ โดยมีโอกาสศึกษาศิลปสถาปัตยกรรมของมัสยิดบางอ้อ การร่วมพิธีกรรมทางศาสนา การฝึกปรุงอาหารฮาลาล ตลอดจนการเยี่ยมชมหมู่บ้านฮาลาลกลางกรุงเทพมหานคร ซึ่งต้อนรับอย่างฉันทมิตร ในส่วนของชุมชนมัสยิดบางอ้อ พบว่าการวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวฮาลาลในมัสยิดบางอ้อทำให้มีแผนที่นำทางในการพัฒนาชุมชนมัสยิดบางอ้ออย่างยั่งยืน

6. อภิปรายผลการวิจัย

6.1 ผลการศึกษาศักยภาพของการพัฒนาแบรนด์การท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย พบว่า กรุงเทพมหานครมีทรัพยากรด้านมัสยิดและชุมชนมัสยิดจำนวนมาก จึงเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลซึ่งสอดคล้องกับจิราภา ชาลาธราวัฒน์และคณะ (2556) ได้ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวผิงทะเลอันดามันของประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาศาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวฮาลาล ซึ่งประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจ เช่น มัสยิด และอีกหนึ่งปัจจัยคือการมีส่วนร่วมของชุมชนในมัสยิด เนื่องจาก ศักยภาพด้านทรัพยากรของกรุงเทพมหานครที่โดดเด่นมากที่สุด ได้แก่ ที่ตั้ง สภาพภูมิอากาศ และระบบโลจิสติกส์ ตลอดจนศักยภาพด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรม ศักยภาพด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวฮาลาลอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยขออภิปรายว่า กรุงเทพมหานครมีทรัพยากรการท่องเที่ยวฮาลาลที่โดดเด่น จึงจำเป็นต้องมีระบบการจัดการทรัพยากรดังกล่าวอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์บริการฮาลาลที่มีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลในนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆด้านการตลาดเฉพาะกลุ่มของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) การมีศักยภาพด้านการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวฮาลาลดี กล่าว ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560 – 2564) ในยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ศักยภาพของกรุงเทพมหานครในด้านกิจกรรมการเรียนรู้และการปลูกจิตสำนึกของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลกรุงเทพมหานครมีวิธีการสื่อความหมายด้านการท่องเที่ยวฮาลาลที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว และมีศักยภาพด้านกิจกรรมซึ่งอาจทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจ

6.1 ผลการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาแบรนด์การท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย พบว่า ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลนานาชาติ (Halal Tourism Hub) วิสัยทัศน์อันดับที่ 1 ได้แก่ กรุงเทพมหานครจะสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวฮาลาลเชิงธรรมชาติ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยมียุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานครในการสัมผัสธรรมชาติที่สงบสันติท่ามกลางมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนากรุงเทพมหานครระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2556 – 2575) ยุทธศาสตร์ที่ 2 มหานครสีเขียวสะดวกสบาย ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเสริมสร้างการเสริมสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวฮาลาลเชิงวิถีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจในกรุงเทพมหานครและกระจายรายได้สู่ชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ วิสัยทัศน์อันดับที่ 3 กรุงเทพมหานครจะเป็นสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวฮาลาลเชิงสังคมเพื่อสัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมที่หลากหลาย โดยมียุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานครเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน กรุงเทพมหานครมีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวฮาลาลแห่งโลกทั้งมิติร่างกายและจิตใจ สอดคล้องกับแนวคิดของพยอม ธรรมบุตร (2560) เรื่องการท่องเที่ยวในมิติจิตวิญญาณ (Spiritual Tourism) การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ กล่าวถึงการดูแลสุขภาพกายและ

จิตด้วยการฝึกปฏิบัติจิตให้มีสมาธิและมีสติเมื่อจิตมีสมาธิและสติจะมีปัญญาสามารถเห็นสรรพสิ่งในโลกสมมุติทางวัตถุธาตุตามสภาพความเป็นจริง

6.3 ผลการประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวไป ดำเนินโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา การดำเนินการในพื้นที่ของชุมชนมัสยิดบางอ้อ ให้เกิดการบริหารจัดการท่องเที่ยวฮาลาลโดยชุมชน ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวฮาลาลของชุมชน ทั้งธรรมชาติ วัฒนธรรม มหกรรม กิจกรรม และบริการ ชุมชนมัสยิดบางอ้อเป็นชุมชนที่มีศักยภาพและทรัพยากรท่องเที่ยวฮาลาล โดยทรัพยากรท่องเที่ยวฮาลาลที่มีความโดดเด่นของชุมชนมัสยิดบางอ้อ ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวฮาลาลทางธรรมชาติชุมชนมัสยิดบางอ้อเป็นชุมชนที่ตั้งขนานริมแม่น้ำ โดยมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สำคัญคือ แม่น้ำเจ้าพระยา ทรัพยากรการท่องเที่ยวฮาลาลทางวัฒนธรรม ได้แก่ มัสยิดบางอ้อ ทรัพยากรท่องเที่ยวฮาลาลทางเทศกาล งานประเพณี ศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ เดือนรอมฎอน วันอีดิลอัฎฮาและวันอีดิลฟิตรี ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการเรียนรู้ การทำอาหารพื้นถิ่น สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล (พ.ศ.2559-2563) ในวิสัยทัศน์ว่า ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลของโลก ภายใน 10 ปีข้างหน้า ซึ่งกล่าวถึงจุดมุ่งหมายในการมุ่งพัฒนาประเทศไทยให้ก้าวเข้าสู่การเป็นศูนย์กลาง การท่องเที่ยวฮาลาลนานาชาติ โดยให้ความสำคัญในการพัฒนาและบูรณาการทำงานตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การนำศักยภาพและขีดความสามารถของทรัพยากรฮาลาลและทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่อย่างจำกัด ภูมิปัญญาไทย วิถีชุมชน มาสร้างบริการและผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ จนสามารถเพิ่มสัดส่วนรายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในประเทศ ชุมชนมัสยิดบางอ้อมีระบบสาธารณูปโภคพร้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆบริการทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 2การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564) กล่าวถึงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว การปรับปรุงป้ายบอกทางและป้ายสัญลักษณ์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกันจัดทำแผนที่ท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกแห่ง เพิ่มจุดบริการ Free WiFi ในแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว

ด้านกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนมัสยิดบางอ้อ ปัจจุบันมีการบริหารจัดการภายในชุมชนที่ดี ชุมชนเข้มแข็งโดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน และการจัดการของชุมชน ปัจจุบันถือเป็นชุมชนดีเด่นของสำนักงานเขตบางพลัดที่สามารถบริหารจัดการพึ่งพาตนเองได้โดยมุ่งเน้นการใช้ชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีการสื่อสารภายในชุมชนที่ดีซึ่งสอดคล้องกับจรรยา วิชาการวัฒนธรรมและคณะ (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวฮาลาลฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทย พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวฮาลาลประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ การคมนาคมและขนส่ง สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย การมีส่วนร่วมของชุมชนและบริการ

ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของชุมชนมัสยิดบางอ้อมีความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวฮาลาลของชุมชนมัสยิดบางอ้ออยู่ในระดับดีมากถึงดีมากที่สุด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการประเมินด้านแผนยุทธศาสตร์ 1) การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการใช้พื้นที่ การใช้ทรัพยากรน้ำ พื้นที่ และการจัดการขยะ 2) การจัดการด้านเศรษฐกิจมีการโฆษณา

ประชาสัมพันธ์โปรแกรมท่องเที่ยวเชิงฮาลาล มีการพัฒนาสินค้าและบริการฮาลาล และมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวฮาลาลอย่างยั่งยืน 3) การจัดการด้านสังคมมีการกระจายรายได้สู่ชุมชนมัสยิดบางอ้อ มีเครือข่ายประสานงานการท่องเที่ยวและมีการจัดการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว 4) การจัดการด้านวัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจมีการอนุรักษ์วัฒนธรรมภูมิปัญญาชุมชนมัสยิดบางอ้อและมีการบริการส่งเสริมพัฒนาจิตใจ ผิกสมาธิ สติ ซึ่งสอดคล้องกับพหุยม ธรรมบุตร (2558) ได้กล่าวถึง 4 เสาหลักแห่งความยั่งยืนควบคู่ด้วยจิตที่มีปัญญาของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลชุมชนมัสยิดบางอ้อได้มีการสร้างวิสัยทัศน์ของชุมชนมัสยิดบางอ้อในวิสัยทัศน์ที่ว่าประเทศไทยจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลของโลกภายใน 10 ปีข้างหน้าซึ่งกล่าวถึงเป้าประสงค์การจะเป็นศูนย์กลางบริการฮาลาล (Halal Hub) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาลและเป็นศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัยรวมถึงศูนย์ กลางในการผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวฮาลาล (Halal Tourism Hub) เป็นต้น ตลอดจนสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่ออนุรักษ์กับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับแผนพัฒนากรุงเทพมหานครระยะ 20 ปี (พ.ศ.2556- 2575) ยุทธศาสตร์ที่ 3 มหานครสำหรับทุกคน โดยชาวกรุงเทพมหานครทุกคน ทุกชนชั้นอยู่ร่วมกันอย่างเสมอภาคและสมานฉันท์ เกื้อกูลซึ่งกันและกัน เคารพสิทธิซึ่งกันและกัน ได้รับโอกาสที่จะเรียนรู้พัฒนาตนเองและเข้าถึงบริการสาธารณะ ในขณะเดียวกันชาวกรุงเทพมหานครแต่ละกลุ่มสามารถดำรงรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์ ประเพณี วัฒนธรรมของตนเองเป็นมหานครที่โดดเด่นในเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลายกลยุทธ์ที่ 1.2 การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อ มีโครงการปรับปรุงภูมิทัศน์รอบมัสยิดบางอ้อ โครงการสร้างแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมชุมชนมัสยิดบางอ้อ กลยุทธ์ที่1.2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร โครงการแยกขยะบรรลุป้าหมาย โครงการสร้างพลังงานแสงอาทิตย์ในชุมชน

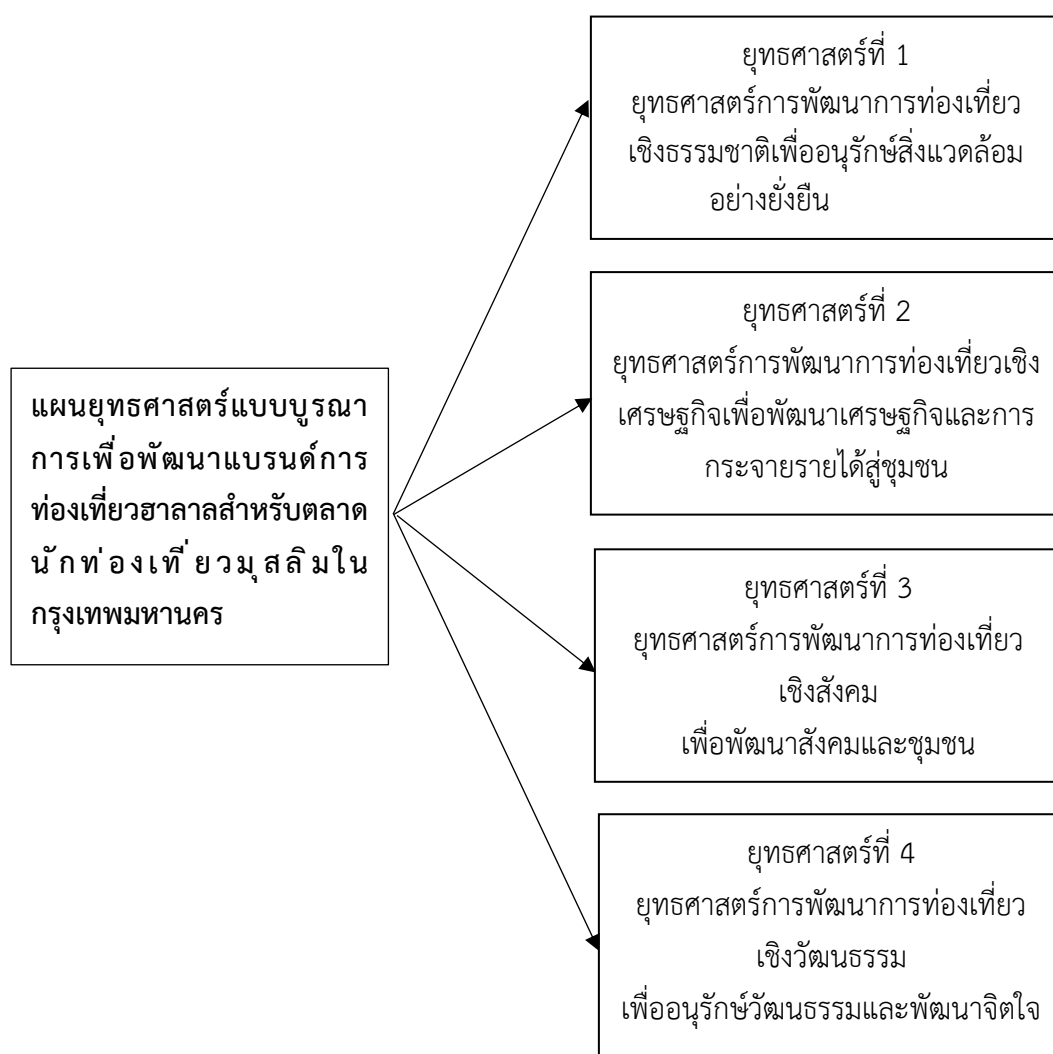
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน กลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาดการท่องเที่ยว โครงการอบรมทักษะการประกอบอาหารฮาลาล โครงการประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ท่องเที่ยวชุมชน กลยุทธ์ที่ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว โครงการสวนผลไม้ของชุมชนบางอ้อโครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวมัสยิดบางอ้อ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนกลยุทธ์ที่ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว โครงการจัดตั้งชมรมท่องเที่ยวฮาลาลมัสยิดบางอ้อได้ปลูกจิตสำนึกและกระตุ้นให้ทุกคนในชุมชนมีความสนใจและเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาดังกล่าวทั่วทั้งและร่วมกันสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวริมฝั่งเจ้าพระยากลยุทธ์ที่ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและการกระจายรายได้ พบว่าโครงการอบรมภาษาอาหรับเพื่อมีคฤหัสถ์และลามี่มีความสำเร็จในระดับมาก โดยผู้สูงวัยและเยาวชนในชุมชนมีความสนใจในการเรียนภาษาอาหรับเพื่อนำเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อ สำหรับโครงการสร้างเครือข่ายชุมชนมุสลิมของมัสยิดริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ได้มีการติดต่อประสานงานกับชุมชนมัสยิดต่างๆริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา เพื่อร่วมกันสร้างเส้นทางเยี่ยมชมมัสยิดริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา เช่น มัสยิดต้นสน มัสยิดริยาดิสสุนัน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อบุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจกลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตมุสลิม พบว่าโครงการสร้างชุมชนมัสยิดบางอ้อทั้งชุมชนให้เป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิตกลางแจ้งของวิถีชีวิตมุสลิม มีความสำคัญอย่างยิ่งโดยมีทางเส้นทางเดินเท้าและเส้นทางจักรยาน เพื่อเป็นตัวอย่างของแนวทางการพัฒนาพิพิธภัณฑ์สมัยใหม่ในพื้นที่กลางแจ้งของทั้งชุมชน เพื่อตอบสนองวิถีการเรียนรู้จากการท่องเที่ยวและส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning Education) กลยุทธ์ 4.2 การพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึกเพื่อการท่องเที่ยว โครงการสอนศาสนาสำหรับผู้ใหญ่เบื้องต้นประสบความสำเร็จมากเพราะนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปได้มีโอกาสในการศึกษาเกี่ยวกับศาสนาอิสลามอย่างลึกซึ้งขึ้นซึ่งในโครงการผู้สนใจอิสลามและศึกษาการอ่านเบื้องต้นประสบผลสำเร็จมากเช่นกัน และการอบรมได้มีผู้เข้ารับศาสนาอิสลามเพิ่มขึ้น

7. องค์ความรู้ใหม่

แผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาแบรนด์การท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร



8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

8.1.1 ด้านสิ่งแวดล้อมควรมีการออกกฎเกณฑ์หรือมาตรการในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม จัดแบ่งเขตพื้นที่ (Zoning) ให้เป็นสัดส่วน พื้นที่ท่องเที่ยวฮาลาล พื้นที่อุตสาหกรรม พื้นที่เกษตรในเขตเมือง ภาคเอกชนต้องมีความรับผิดชอบต่อและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้เพิ่มมากขึ้น สร้างการปลูกจิตสำนึกให้มีการพัฒนาบริการทางการท่องเที่ยวฮาลาล ให้คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรม

8.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ปฏิบัติ

8.2.1 ภาครัฐและภาคเอกชนให้การสนับสนุนทรัพยากรการท่องเที่ยวฮาลาลทางวัฒนธรรมในทุกด้าน ประชาชนท้องถิ่นควรร่วมมือร่วมใจการอนุรักษ์ประเพณี วัฒนธรรม พัฒนาสินค้าทางท่องเที่ยวเชิงฮาลาลที่มีคุณค่ามีเอกลักษณ์ ด้านการพัฒนาจิตใจ มีโครงการพัฒนาจิตใจให้รักและห่วงใยในแหล่งท่องเที่ยวและภูมิปัญญาเชิงฮาลาลของชุมชนท้องถิ่น มีจิตสำนึกมีความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

8.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

8.3.1 การศึกษาพบว่ายังมีประเด็นในการศึกษาวิจัยในด้านอื่นๆที่เป็นประโยชน์และน่าสนใจ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของกรุงเทพมหานคร ได้แก่ การศึกษาวิจัยด้านการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวฮาลาลในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลของโลก (Thailand Halal Tourism and Service Hub) ภายใน 10 ปีข้างหน้ารองรับประชากรโลกที่กำลังจะเพิ่มขึ้นเป็น 9,000 ล้านคนและประชากรมุสลิม 2,000 ล้านคนที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคตมีการศึกษาวิจัยด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานครเป็นเมืองนวัตกรรมแห่งฮาลาล (Halal Innopolis) ส่งเสริมนโยบายของภาครัฐและเอกชนมีการศึกษาวิจัยด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์อีกทั้งยังไม่ขัดต่อหลักศาสนาอิสลามมีการศึกษาวิจัยด้านการท่องเที่ยวฮาลาลในรูปฮาลาล การจัดเส้นทางท่องเที่ยวฮาลาลในแต่ละพื้นที่

9. เอกสารอ้างอิง

- พยอม ธรรมบุตร. (2558). เอกสารประกอบการสอนวิชาสัมมนา 2. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยพะเยา.
- พยอม ธรรมบุตร. (2560). เอกสารประกอบการสอนวิชาปรัชญา แนวคิด ทฤษฎีในการจัดการการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยพะเยา.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2539). วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2552). การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรพรรณ จันทน์อินทร์, เพียงพิศ ศรีประเสริฐ, จิราภา ชาลาธราวัฒน์, Oraphan Chanin, Piangpis Sriprasert และ Jirapa Charatharawat (2556). **การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวฮาลาลฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม: ร่างรายงานฉบับสมบูรณ์**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

Ministry of Tourism and Sports. (2017). **The 2nd National Tourism Development Plan (2017-2021)**. Bangkok : Office of Printing Works of the War Veterans Organization.

Office of the National Economic and Social Development Board. (2017). **The 12th National Economic Development Plan (2017-2021)**. Bangkok : Office of the National Economic and Social Development Board.

United Nations. (2002). **World Population Ageing: 1950 – 2050**. New York : U.S.A..

World Tourism Organization. (2017). **UNWTO Annual Report 2017**. Retrieved 20 June 2021. From <https://doi.org/10.18111/9789284419807>

WTTC. (2015). **Global benchmarking travel & tourism**. Retrieved 20 June 2021. From <http://www.wttc.org/media/files/reports/benchmark%20reports/regional%20results%202015/global%20benchmarking%20report%202015.pdf>

11. คำขอบคุณ

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.พยอม ธรรมบุตร ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา พงศ์พนรัตน์ เชี่ยวชาญ รองศาสตราจารย์ ดร.ชูชนะ เดชคณา ประธานสอบวิทยานิพนธ์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ ดร.ณัฐรินทร์ ปริวงศ์กุลธร พร้อมทั้งอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือวิจัย ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิภาภรณ์ ภูวัฒนกุล รองศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา วัฒนาณรงค์ รองศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ชัย นิธิภูทิว ดร.ธารินทร์ รสานนท์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร แพรศรี และพร้อมกันนี้ขอขอบพระคุณคณาจารย์ที่สอนในหลักสูตรทุกท่าน เจ้าหน้าที่ทุกคนที่คอยอำนวยความสะดวกทุกๆด้าน ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนและนักท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานครที่มีส่วนร่วมให้ความร่วมมืออย่างดีในการจัดทำข้อมูลวิจัยเล่มนี้ทุกท่าน

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณต่อพระเจ้าและครอบครัว คือ มารดา บิดา พี่สาว น้องสาว และญาติมิตรในครอบครัวทุกท่านที่คอยสนับสนุนทุนการศึกษา ช่วยเหลือและเป็นที่กำลังใจในการศึกษาครั้งนี้